



T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DEKİ BANGSAMORO ÖĞRENCİLERİ ARASINDA DİJİTAL ALT-
MİLLİYETÇİLİK
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Esnaira SALEM

BURSA – 2021



T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DEKİ BANGSAMORO ÖĞRENCİLERİ ARASINDA DİJİTAL ALT-
MİLLİYETÇİLİK

Esnaira SALEM

Doç. Dr. Enes Battal KESKİN
(Danışman)

YÜKSEK LİSANS
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

BURSA – 2021



BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Yemin Metni

Yüksek Lisans olarak sunduğum "Türkiye'deki Bangsamoro Öğrencileri Arasında Dijital Alt-Milliyetçilik" başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

Adı Soyadı : Esnaira SALEM
Öğrenci No :
Anabilim Dalı : Sosyoloji
Programı : Sosyoloji Yüksek Lisans
Statüsü : Yüksek Lisans

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Esnaira SALEM
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitüsü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim	: Sosyoloji
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: viii + 99
Mezuniyet Tarihi	: 18/08/2021
Tez Danışman	: Doç. Dr. Enes Battal KESKİN

TÜRKİYE'DEKİ BANGSAMORO ÖĞRENCİLERİ ARASINDA DİJİTAL ALT-MİLLİYETÇİLİK

Son yıllarda, sosyal medyanın politik olaylardaki kullanımında ciddi bir artış görülmektedir. Bu artışın sebebi ise en büyük sosyal medya kullanıcı grubunu oluşturan gençlere bağlanmaktadır. Örneğin, Türkiye'deki Bangsamoro öğrencileri 21 Ocak 2019'da Bangsamoro Organik Yasası (BOL) referandumu kampanyasına aktifolarak katıldılar. Bu çalışma kapsamında katılımcıların dijital faaliyetleri, anlam dünyaları, sembolleri ve referanduma etkileri incelenmiştir. Veriler, derinlemesine görüşmeler ve odak grup görüşmeleri yoluyla toplanmıştır. Çalışma, sosyal medya kampanyaları gibi dijital faaliyetlerini, kişilerin evden siyasi faaliyetlere katılımlarını artırması yanında bu faaliyetleri desteklemeye imkan sağladığını ve alt-milliyetçilik duygusunu güçlendirerek kişinin ulusuyla olan bağlarını beslediğini ortaya koymuştur.

Anahtar Sözcükler: Alt Milliyetçilik, Dijital Medya, Sosyal Medya, Bangsamoro Organik Yasası, Bangsamoro

2021, viii + 99 sayfalar.

ABSTRACT

Name and Surname : Esnaira SALEM
University : Bursa Uludağ University
Institute : Social Science Institute
Field : Applied Sociology
Degree Awarded : Master
Page Number : viii + 99
Degree Date : 18/08/2021
Supervisor : Doç. Dr. Enes Battal KESKİN

DIGITAL SUB-NATIONALISM AMONG BANGSAMORO STUDENTS IN TURKEY

In recent years, there is a surge in the usage of social media in politically related activities. This increase is attributed to the youth, which comprises the largest cohort of social media users. For example, the Bangsamoro students in Turkey actively participated in the campaign for the Bangsamoro Organic Law (BOL) referendum in January 21, 2019. This study looked into the digital activities of the participants, their meaning, symbols, and effects concerning the referendum. The data were gathered through in-depth interviews and focus group discussions. The study reveals those digital activities such as social media campaign reinforces a sense of sub-nationalism and foster strong ties one's nation. Furthermore, it allows them to support and participate in political activity at home.

Keywords: Sub-Nationalism, Digital Media, Social Media, Bangsamoro Organic Law, Bangsamoro

2021, viii+99 pages.

ÖNSÖZ

“Türkiye’deki Bangsamoro Öğrencileri Arasında Dijital Alt-milliyetçilik” adlı bu yüksek lisans çalışması dijital medyaya, gençliğe ve siyasete olan bir ilginin sonucunda doğmuştur. Bangsamoro Organik Yasası’nın referandumu özelinde bu kampanyayı destekleyen öğrencilerden ilham alınarak yapılan bu çalışma ile Bangsamoro'nun kendi kaderini tayin hakkındaki özlemine küçük bir katkı sunulması amaçlanmıştır.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde desteğini hiçbir zaman esirgemeyen değerli danışmanım Doç. Dr. Enes Battal Keskin’e tüm yüksek lisans dönemim boyunca bana ayırdığı zaman, değerli katkı ve rehberliği için teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca Sosyoloji bölümü öğretim üyelerine ve Türkiye'deki çalışmalarımı destekleyen Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı’na teşekkür ederim.

Tez yazımı sırasında verdiği tüm destekler için sevgili arkadaşım Begimai'ye, her zaman yanımda olan arkadaşlarım Raissa, Farida, Zuni'ye ve teşvikleri için Ryan, ma'am Nai, Gökay, Moddassir, Morshed, Hae, Fao, Wafa ve Sana'ya da teşekkür ederim.

Son olarak, tüm eğitim-öğretim hayatımda ve özellikle bu tezi araştırma ve yazma sürecimde bana sürekli destek ve teşvik sağlayan aileme en derin şükranlarımı sunuyorum.

Esnaira SALEM
18/08/2021

İÇİNDEKİLER

	SAYFA
ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar.....	vii
KISALTMALAR.....	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1	MİLLİYETÇİLİK TEORİSİ.....	7
1.1	DEVLET.....	7
1.2	MİLLET.....	9
1.3	ETNİK FAKTÖR.....	12
1.4	ULUSAL KİMLİK.....	15
2	MİLLİYETÇİLİK.....	18

İKİNCİ BÖLÜM BİR MİLLİYETÇİLİK BİÇİMİ OLARAK DİJİTAL ALT-MİLLİYETÇİLİK

1	ALT-MİLLİYETÇİLİĞE FARKLI YAKLAŞIMLAR.....	25
1.1	MODERNLEŞME PARADİGMASI.....	25
1.2	ETNO-KÜLTÜREL YAKLAŞIM.....	27
1.2.1	A. D. Smith'in Alt-Milliyetçiliğe Bakışı:.....	27

1.3	EKONOMİK YAKLAŞIM.....	30
1.3.1	Hechter'in İç Sömürgecilik Teorisi.....	30
1.4	SİYASİ YAKLAŞIM.....	31
2	ALT-MİLLİYETÇİLİK NEDİR?.....	33
2.1	ALT-MİLLİYETÇİLİĞİN AŞAMALARI	33
2.2	ALT-MİLLİYETÇİLİĞİN ÖZELLİKLERİ	34
2.3	ALT-MİLLİYETÇİLİĞİN GEREKÇELERİ	36
3	DİJİTAL MİLLİYETÇİLİK.....	38
3.1	ÜST DÜZEY İNTERNET ETKİ ALANLARININ MİMARİSİ.....	39
3.2	ALGORİTMALARIN ÖNYARGISI	40
3.3	ULUSAL DİJİTAL EKOSİSTEMLERİN OLUŞUMU	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TÜRKİYE'DEKİ BANGSAMORO ÖĞRENCİLERİ ARASINDA DİJİTAL ALT-
MİLLİYETÇİLİK ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

1.	ARAŞTIRMA.....	42
1.1	ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	42
1.2	ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	43
1.3	ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLIKLARI	44
1.4	ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	46
2.	BULGULAR VE YORUMLAR	49
2.1	KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	49
2.2	SOSYAL MEDYA FAALİYETLERİ.....	52
2.2.1	Sosyal Medya Uygulamaları.....	53
2.2.2	Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları	54
2.2.3	Sosyal Medyada Harcanan Ortalama Süre.....	57
2.3	SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI ÜZERİNDEN KAMPANYA	58
2.3.1	Sosyal Medya Kampanyası Yürütmek İçin En İyi Zaman.....	60

2.3.2 Çevrimiçi Kampanya Yürütme	62
2.3.3 Çevrimiçi Kampanyanın Referandum Ve Katılımcılar Üzerindeki Etkileri	62
2.3.4 Sosyal Medya Kampanyası Yürütülürken Ortaya Çıkan Sorunlar.....	66
2.3.5 Sosyal Medya Kampanyalarına Katılım Motivasyonları	68
2.3.6 Sosyal Medya Ve Sembolik Eylem.....	71
2.3.7 Sosyal Medyada Milliyetçilik	73
2.3.8 Milliyetçi Duyguları İfade Etmede Bir Araç Olarak Sosyal Medya	76
2.3.9 Sosyal Medyanın Siyasi Kampanyalara Etkileri	78
2.3.10 Milliyetçiliği İfade Etmenin Diğer Araçları.....	80
2.3.11 Stratejik Sosyal Medya Kampanyalarının Önemi.....	82
SONUÇ VE ÖNERİ.....	85
KAYNAKLAR	89
EKLER.....	97

TABLULAR

Tablo1. 1 Katılımcıların Yaşı.....	50
Tablo1. 2 Katılımcıların Cinsiyeti.....	49
Tablo1. 3 Katılımcıların Türkiye'de Üniversite Okudukları Şehirler	51
Tablo1. 4 Katılımcıların Türkiye'de Bulunma Süreleri	52

KISALTMALAR

Kısaltmalar	Açıklama
ARMM	Autonomous Region in Muslim Mindanao (Mindanao Müslüman Özerk Bölgesi)
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations (Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği)
BARMM	Bangsamoro Autonomous Region in Muslim Mindanao (Bangsamoro Mindanao Müslüman Özerk Bölgesi)
BOL	Bangsamoro Organic Law (Bangsamoro Organik Yasası)
IDB	Independent Decommissioning Body (Bağımsız Silahsızlandırma Komisyonu)
İHH	Humanitarian Relief Foundation (İnsani Yardım Vakfı)
MILF	Moro Islamic Liberation Front (Moro İslam Kurtuluş Cephesi)
MNLF	Moro National Liberation Front (Moro Ulusal Kurtuluş Cephesi)
IIT	Organization of Islamic Council (İslam İşbirliği Teşkilatı)
UDEF	Federation of International Students Association (Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu)
UN	United Nations (Birleşik Milletler)
YTB	Presidency of Turks Abroad and Related Communities (Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı)

GİRİŞ

Milliyetçilik, eski bir kavram olmasına rağmen dijital dünyada varlığını sürdürmeyi başararak günlük hayatımızın pek çok alanında karşımıza çıkmaktadır. Birçok devlet, bu kavram üzerine inşa edilirken birçokları da milliyetçi ideolojiler tarafından tahrip edilmiştir. Bu nedenle mevcut dünya durumu göz önüne alındığında, filozofların ve siyaset teorisyenlerinin milliyetçiliğe giderek daha fazla dikkat etmeleri şaşırtıcı değildir.

Birçok bilim adamı milliyetçiliği insanlık tarihinin en başarılı ideolojisi olarak görmektedir. Milliyetçiliğin kesin tanımı üzerinde anlaşamamış olsalar da, Gündüz & Erdem (2017: 5) çok basitleştirilmiş bir tanım sunmaktadır. Milliyetçilik genellikle iki olguyu tanımlamak için kullanılır. İlki, bir ulusun üyelerinin ulusal kimliklerini önemsedikleri zaman sahip oldukları tutum; ikincisi ise bir ulusun üyelerinin kendi kaderini tayin etme (veya sürdürme) arayışında yaptıkları eylemler.

Bu tanımdan, bir ulusun üyelerinin hem duyguları hem de eylemleri vurgulanmaktadır. Bu eylemlerin çoğu, kişilerin uluslarına olan sevgilerinin ve bağlılıklarının bir ifadesi olsa da esasında ayrı bir devlet veya özerk bir hükümet kurmak gibi özelemleri de içinde barındırmaktadır. Söz konusu bu özelemler, çeşitli etnik kökenlerden oluşan çok uluslu devletlerde daha yaygın bir şekilde görülmektedir.

Bilim adamları, çok ırklı veya çoğulcu bir toplumda, devlet politikalarının belirli bir gruba veya bölgeye diğerlerinden daha fazla fayda sağlama eğiliminde olması sonucunda bu faydalardan payını alamayan etnik gruplar arasında bir yoksunluk duygusu oluştuğuna işaret etmektedir. Bu bağlamda, devletin kendisi örgütlü bir grubun veya topluluğun taleplerine cevap veren ve yeni grupların oluşumunda bir arka olarak hareket eder. Dolayısıyla devlet tarafından görmezden gelinen dezavantajlı grup üyeleri öznel

benlik bilinci etrafında dayanışma duygusu ile harekete geçerek birtakım siyasi taleplerde bulunurlar. Bu durum, alt-milliyetçilik olarak bilinen kavramla tanımlanmaktadır.

Alt-milliyetçilik, sınırlandırılmış bir bölgede (vatan) özyönetim hakkını iddia eden hareketleri ve siyasi partileri tanımlayan geniş bir kategoridir. Vatan kavramı, ister gerçek ister icat edilmiş olsun, farklı bir etnik/kültürel kimliğin ve paylaşılan geçmişin iddiasından türetilmiştir (Saylan 2011: 2). Birleşik Krallıktaki İskoçya, Kanada'daki Quebec, İspanya'daki Bask ve Katalonya, alt-milliyetçiliğe birer örnektir.

Bu ülkeler dışında, Sri Lanka'daki Tamiller ve Çin'deki Uygurlar, ev sahibi devletlere karşı özerklik taleplerini halen sürdürmektedirler. Güney Filipinler'deki Bangsamoro ise daha geniş kapsamlı bir özerk bölgesel hükümetin başarıyla elde edildiği bir örnektir. Bangsamoro halkının deneyimi alt milliyetçiliğin güzel bir örneğidir.

Kapahi ve Tañada (2018: 2) Bangsamoro'yu, Mindanao'da Filipinli Müslüman etnolinguistik gruplar olarak tanımlamaktadır. Bangsamoro halkını oluşturan en az on üç Moro etnik, dil grubu vardır. Bangsamoro'nun kolektif kimliği, Bangsamoro halkının ortak etnik kökeninden, dininden, geleneklerinden ve tarihsel deneyimlerinden kaynaklanmaktadır. Halkın çoğunluğu ise kendilerini Filipinli olarak tanımlamamaktadır.

Tarihsel olarak, Filipinlerdeki Mindanao'nun Müslüman çoğunluğu ayrı bir kültür, kimlik ve din tarihine sahip olmuştur. Bangsamoro'nun kolektif kimliği, Bangsamoro halkının İspanyollar, Amerikalılar ve Filipin Hükümeti de dâhil olmak üzere yabancı işgalcilere karşı devam eden direnişlerinde ortak tarihsel deneyimleri nedeniyle Filipinlerden ayrı olarak gelişmiştir. Bu ortak deneyimler, Bangsamoro halkının Filipinlerin geri kalanından ayrılmasına yol açmış ve özerk bir bölgeye ve özyönetime duyulan özlemin daha da artmasına neden olmuştur.

Bangsamoro gençleri arasında milliyetçiliğin yükselişi yeni bir fenomen değildir. Bangsamoro halkı arasında kendi kaderini tayin hakkı hareketinin başlangıcını anlatan 2015 tarihli Amerika Birleşik Devletleri Barış Enstitüsü Özel Raporu'nda 1968'den 1971'e kadar, çoğunlukla Bangsamoro öğrencilerinden oluşan siyasi örgütlerin Moro'un kendi kaderini tayin hakkını farklı bir tarihe ve kimliğe sahip bir halk olarak tanıtmak için çok sayıda kampanya yürüttüğü yer almaktadır. Bu hareketler, Filipinler Üniversitesi'nde profesör olan Nur Misuari başkanlığındaki Moro Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin (MNLF) kurulmasıyla sonuçlanmıştır. MNLF, İslam Konferansı Örgütü'nden Filipinlerin tek temsilcisi olarak tanındı. Filipinlerin o zamanki başkanı olan Başkan Marcos, İİT üye ülkeleriyle bir ateşkes anlaşması ve Hükümet ile MNLF arasındaki müzakerelerin açılmasını kolaylaştıran diplomatik girişimler başlattı. Müzakere, Müslüman Mindanao'da özerk bir bölgenin kurulmasıyla sonuçlandı.

Müslüman Mindanao Özerk Bölgesi, 1989 yılında 6734 Sayılı Cumhuriyet Yasası ile kurulan ve 2001 yılında 9054 Sayılı Cumhuriyet Yasası ile güçlendirilen Filipinlerdeki Müslümanlar için özerk bir hükümettir (Marcelo, 2018). Anlaşma, Filipinlerin güneyindeki 13 ilde ve dokuz şehirde özerk bir hükümet kurulmasını istedi. Ancak her iki taraf da anlaşmanın uygulanması konusunda, özellikle referandum konusunda ciddi anlaşmazlıklar yaşadı. Cumhurbaşkanı Marcos, anlaşmayı tek taraflı olarak uyguladı ve Trablus Anlaşması kapsamındaki il ve şehirleri kapsayan iki bölgede geçici olarak özerk hükümetler kurdu. MNLF özerk hükümetleri tanımadı ve hükümeti Trablus Anlaşması'nın şartlarını ihlal etmekle suçladı.

1977'de, Başkan Yardımcısı Salamat Hashim liderliğindeki MNLF içindeki bir grup, hareketin ideoloji ve stratejilerdeki farklılıklar konusundaki liderliğini ele geçirmeye çalıştı. Kahire'deki El-Ezher Üniversitesi'nde eğitim gören karizmatik bir dini

lider olan Salamat, daha sonra 1984'te Moro İslami Kurtuluş Cephesi'ni (MILF) kurdu. Salamat ve ulemadan (İslam alimleri) oluşan çekirdek bir grup altındaki MILF dini bir gündem takip etti. Aynı zamanda, MNLF başkanı Nur Misuari, MNLF'yi milliyetçi ve laik bir siyasi bir hareket olarak yönlendirdi. MILF, Filipin hükümetiyle ayrı bir müzakere başlattı. 2018'de başlayan barış görüşmeleri yaklaşık yirmi yıl sürmüş, Filipin Cumhuriyeti'nin şu anki Başkanı Rodrigo Duterte, Müslüman Mindanao'daki Bangsamoro Özerk Bölgesi için organik yasayı imzalamıştır.

Bangsamoro Organik Yasası (BOL), Bangsamoro ile ilgili Kapsamlı Anlaşmayı yasal olarak düzenlemektedir. Yasanın imzalanmasının ardından, 21 Ocak 2019'da Müslüman Mindanao (ARMM), Cotabato şehri ve Isabela şehrinin mevcut özerk bölgesinde referandum yapıldı (Cook, 2018: 2). Söz konusu referandum Bangsamoro halkının tarihinde bir dönüm noktasıdır. Filipinler hükümeti ile MILF arasındaki neredeyse yirmi yıllık müzakerenin ürünü olan BOL onaylanmış ve Bangsamoro halkı için Müslüman Mindanao'daki Bangsamoro Özerk Bölgesi (BARMM) için yeni bir siyasi varlık oluşturmanın yolu açılmıştır. Ayrıca bu referandum Bangsamoro halkında, özellikle de şu anki Bangsamoro gençliği arasında milliyetçilik duygusunun uyanışının başlangıcı kabul edilmektedir.

Türkiye'deki Bangsamoro gençliği de referandumun en güçlü destekçileri arasında yer almaktadır. Bu çalışma kapsamında da şu anda Türkiye'de ikamet eden ve öğrenim gören Bangsamoro gençleri arasında alt-milliyetçiliğin yükselişi araştırılmıştır. 2014 yılında, Bangsamoro bursiyerlerinden oluşan ilk grup, yüksek öğrenim için Türkiye'ye gelmiştir. Türkiye, Filipin hükümeti ve MILF tarafından varılan fikir birliği çerçevesinde, 2014 yılında kuruluşundan bu yana Bağımsız Hizmetten Çıkarma Organına liderlik ederek Güney Filipinler Barış Sürecini aktif olarak desteklemiştir (Guler 2019).

Ve Şu anda, elliden fazla Bangsamoro ğrencisi Türkiye'nin farklı üniversitelerinde öğrenim görmeye devam etmektedir.

Bu araştırma, Türkiye'deki Bangsamoro ğrencilerinin deneyimlerini inceleyerek, onların alt-milliyetçi kampanyayı ilerleten dijital faaliyetlerini, özellikle de sosyal medya kullanımlarını analiz etmektedir. Din, Bangsamoro'nun mücadelesinde büyük bir faktör olmasına rağmen, deneyimleri bir milliyetçilik örneğidir nk bölge, tarihsel adaletsizliklerin düzeltilmesi, kimlik ve daha pek çok faktör dahil olmak üzere diğerk faktörleri kapsamaktadır. Onların mücadelesi, hem Bangsamoro hem de Müslüman kimliklerinin ötesine geçen siyasi bir durumdur.

Çalışmanın odak noktası ise referandum sırasında bu öğrenciler tarafından yürütülen dijital faaliyetlerdir. Referandum, hedef katılımcılar arasında alt-milliyetçiliği besleyen dijital faaliyetleri yeniden alevlendiren ve büyüten bir ncldr. Bangsamoro ğrencileri yurtdışında yaŐamalarına rağmen referandum kampanyasında oldukça aktif bir rol almıŐlardır. Türkiye'de ikamet etmeleri nedeniyle, katılım seviyeleri esas olarak dijital medya ile sınırlı kalmıştır. Dijital medya tabiri ile kastedilen, televizyon, radyo ve sosyal medya da dahil olmak üzere çeşitli internet uygulamalarıdır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar, ister geleneksel ister sosyal medya (yeni medya) olsun, medyanın tüketiciler veya kullanıcıları arasında milliyetçilik ve vatanseverliği teşvik etmede önemli bir rol oynadığını ortaya koymuştur.

Dijital medya ve milliyetçilik iliŐkisi üzerine yapılan çalışmaların sayısı çok azdır. Bu çalışmada, sosyal medyanın düzenli kullanımının ötesinde, Ocak 2019'da yapılan referandumla ilgili olarak katılımcıların sosyal medya faaliyetleri de araştırılmıştır. Ayrıca, katılımcılar tarafından bu dijital etkinliklere yüklenen anlamlar, semboller ve sonuçlar da tespit edilmeye çalıŐılmıŐtır. Son olarak ise, bu dijital etkinliklerin

Bangsamoro öğrencileri arasında alt milliyetçi duyguları nasıl teşvik ettiği bu çalışma kapsamında incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1 MİLLİYETÇİLİK TEORİSİ

Milliyetçilik çalışması, dünya siyasetini anlamak için çok önemlidir. Zamanımızın iki politik gerçekliğini incelediğimizde bu önemi daha belirgin şekilde görebiliriz. Bunlardan birincisi, Dünya'nın katı siyasi coğrafyası, yani "dünyayı" oluşturan ülkelerin topraklarıdır. İkincisi ise, egemen ulusal gruptan (veya devletten) ayrı bir ulus adına sosyal grupların neden olduğu sürekli sivil huzursuzluk ve şiddet, ayrımcılık, protesto veya toplumlarının çıkarlarını güvence altına almak için gerekli diğer yöntemlerle kendi kaderini tayin hakkı. Bu bağlamda milliyetçilik, devletler arasındaki güncel meselelere ve yıllar öncesinden gelen çekişmelere konu olan siyasi bir olgudur.

Milliyetçiliği tanımlamanın zor olmasının nedeni, milliyetçiliğin, bir topluluğun kendisini tanımladığı terimlere ve "ulusal" algılarına bağlı olarak bir anlam kazanmasıdır. O halde milliyetçilik, onu anlamadan önce devlet, millet, etnisite, milli kimlik gibi kavramların detaylandırılmasını gerektirir. Milliyetçilik, kültür ya da demokrasi kadar anlaşılması zor bir kavramdır. Birçok yoruma rağmen, bunun normatif kullanımı yoktur. Bu nedenle, bu bölüm milliyetçiliğin çalışan bir tanımını formüle etmeyi ve onunla ilgili kavramların anlamlarını kısaca açıklığa kavuşturmayı amaçlamaktadır.

1.1 DEVLET

Bugün, ulus ve devlet kavramlarının eş anlamlı kavramlar olarak kullanılması yaygın bir durumdur (Evans ve Newnham, 1989: 572). Uluslararası ilişkilerin en güçlü siyasi varlıkları olarak kabul edilirler. Bununla birlikte, dünyanın bazı gruplaşmaları önemli siyasi nüfuza sahip olacak şekilde sınıflandırdığını görüyoruz. Bunlar, tanımlanmış bir devleti olmayan çok sayıda ulusal grup (Evans ve Newnham, 1989: 572)

ve tanımlanmış bir ulusal kimliği olmayan veya birkaç ulusal gruptan (çok uluslu devletler) oluşan çok sayıda devlettir. Milliyetçiliğin düzensizliklerini göstermenin bir yolu, belirli koşullar altında ulus ve devlet arasındaki farkı sormaktır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde, bir ulus genellikle belirli bir ulusal grup yerine tüm ülkeyi ifade etmektedir (Seton-Watson, 1977). Bir diğer örnek de Birleşmiş Milletlerdir. Birleşmiş Milletler, dünya devletlerini temsil ederken “dünya milletlerini” temsil etmektedir (Kelas, 1988). Dolayısıyla devletler içindeki ulusal gruplar arasındaki ilişkilerde değil, devletler ve hükümetleri arasındaki siyasi ilişkileri inceleyen Uluslararası İlişkiler disiplini bile bu karışıklıkla karşı karşıyadır.

Devlet, ulus ve milliyetçilik kavramları arasındaki karşıtlık birçok kombinasyon sunmaktadır. Ortak bir devletvar olsa bile, belirli bir ulus adına savaşmaya devam eden "ulusal" grupların varlığı söz konusu olabilir. Bu duruma, iki farklı ulusal grubun farklı bir ulusal kimliğe ve bağlılığa sahip olduğu iddia edilen Kuzey İrlanda örnek teşkil etmektedir.

Ulus ve devlet, ayrı ayrı incelendiğinde niteliksel ve niceliksel olarak farklı siyasi koşullar sergiledikleri görülür. Devletlerin Hak ve Görevlerine İlişkin Montevideo Sözleşmesi'ne (1933) göre, bir devletin var olması için bazı niteliklere sahip olması gerekir. Bunlar; kalıcı bir nüfus, tanımlanmış bir bölge ve kendi toprakları üzerinde etkili bir kontrol sağlayabilen ve uluslararası faaliyetler yürütebilen bir hükümet, diğer devletlerle ilişkiler" (Evans ve Newnham, 1989: 512). Bu durumda uluslararası hukuka göre devlet tanımlanmaktadır. Sonuç olarak, bir devlet "vatandaşlarından itaat ve sadakat talep etme gücüne sahip siyasi ve tüzel bir varlık" olarak kabul edilecektir. (Seton-Watson, 1977: 1). Bu yorum, devleti ulusal bir kimlik oluşturabilecek veya ulusal bir kimliği temsil edebilecek bir meşruiyet kaynağı olarak görmektedir.

1.2 MİLLET

Dünyanın neredeyse tüm kıtalarında büyük bir "milliyetçi hareket" dalgası görülmektedir. Dünya çapında gerçekleşen olayların bir sonucu olarak doğrudan çatışma, ulusal gurur, ulusal çıkarlar, ayrılıkçı hareketler, etnik şiddet de dâhil olmak üzere milliyetçilik ile ilgili kullanılan pek çok terim, kendi kaderini tayin hakkı, askeri müdahaleler, isyanlar ve daha yakın zamanda (milliyetçi) terörle mücadele eylemleri ile ilişkilidir.

Milliyetçilik kabaca, "ya bir ulusa bağlılık ya da ulusal bağımsızlık politikası" olarak tanımlanabilir. (Seton-Watson, 1977: 1). Bu tanıma göre, bir ulusun varlığı ve o ulusa bağlılık üreten duygu veya inançlar milliyetçilikten önce gelmektedir. Dolayısıyla ulus, bir tür ulusal kimliğin kurulduğu yerçekimi merkezidir. Ulus ve ulusal kimliğin güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Genel olarak, bir ulus bir devletin nüfusuna uygulanmaktadır. Bununla birlikte, insanların ulus fikrine ilişkin algısı, bir özdeşleşme sürecine ve sürekli bir farklılaşma ihtiyacına tabidir. Tarih, her iki sürecin de koruma, sosyal uyum, hayatta kalma, üstünlük ve nihai durumlarda özerklik ve kendi kaderini tayin duygusuyla hareket ettiğini göstermiştir.

Daha geniş bir tanımda ise bir ulus, "genellikle ayrı bir siyasi devlet olarak örgütlenmiş ve belirli bir bölgeyi işgal eden ortak bir köken, dil veya tarihle birbirleriyle çok yakından ilişkili geniş bir insan topluluğu" olarak tanımlanmaktadır" (Seton-Watson, 1977: 231). Bu tanım, bir milleti ayıran ortak özelliklerden sadece ortak köken, dil ve tarihten bahsederken din veya kültürel dünya görüşlerinden bahsetmemektedir.

Benedict Anderson'ın fikirlerini kullanırsak, aynı zamanda bir ulus "hayali bir siyasi topluluk" olabilir (1990: 15). Yani öznel bir zihin durumu, politik bilincimizin kilit taşı, soyut ama politik olarak nesnel. Bir ulus tasavvur edilebildiğine göre, onun varlığının

unsurları mit oluşturma yoluyla sağlanabilir ve hatta oluşturabilir. Topluluğun ortak bir dili, ırkı, dini veya etnik belirteçleri paylaşmış paylaşılmadığı, bir milleti millet yapan şey, ulusal kimlik açısından birçok kez ifade edilen "güçlü bir ortak kimlik duygusu" dur (Evans ve Newnham, 1989: 343). Anderson bu fikri tanımında yakalar. Ona göre ulus hayal edilmiştir, "çünkü en küçük ulusun üyeleri bile diğer üyelerin çoğunu asla tanımayacaklardır. Bununla birlikte, her üyenin zihninde kendi cemaatinin imajı yaşar" (Anderson, 1990: 15).

Etnik grupları antropolojik olarak açıklayan Max Weber, ortak köken inancına dayananların, belirli bir ulusa yakınlık duygusunun "ortak milliyet inancının niteliksel derecelerine" dayandığını ifade eder (Guibernau&Rex, 2003: 24). Yani, milliyeti oluşturan din, ırk, gelenekler vb. gibi insan doğasının çeşitli unsurları ve nitelikleri vardır. Örneğin; ortak dil, yirminci yüzyılın başlarında milliyetin standart temeli olarak kabul edilmiştir. Bu anlamda, bir zamanlar Gal dilinin İrlanda uyruğunun tek göstergesi olduğunu düşünebilirdik. Bununla birlikte, kitleler tarafından sembol olarak çok değer verilen ortak politik ve dolaylı olarak sosyal deneyimler altında da bir topluluk duygusu oluşabilir. (Guibernau&Rex, 2003: 25).

Başka bir değerlendirmede, Walker Connor, ulusun özünün insanları birleştiren psikolojik bir bağ olduğunu kabul etmektedir. Bunu söyledikten sonra, böyle bir bağın doğasının ya da kaynaklarının akılcı olmaktan çok duygusal olması nedeniyle belirsiz kaldığını kabul etmektedir (Connor, 1998: 88-89). Bir Afrika kabilesinin üyeleri veya Dublinliler veya Berlinliler gibi bölgesel bir topluluk gibi etnik bir grup, bir ulus tanımına uyabilir. Buna göre ulus, üyelerin ortak bir tarih, dil ve kimlik duygusunu paylaştığı yerdir. Ayrıca, bir topluluğun ulus statüsüne ulaşabilmesi için diğerleri tarafından ayırt ediciliği algılanmalı ve onlardan kendini farklılaştırmalıdır.

Milliyet kavramı, halkın benzersiz ulusal niteliği ve aidiyet duygusunu, kültürel ve ulusal temsil sembollerini paylaşmasından daha fazlasını içermektedir. İster dış ister iç olsun, ortak niteliklere sahip belirli bir bölgede belirli bir gruba bağlı olan tüm üyeler için, bir ulus fikrini düşünmek, katılmak ve savunmak için bir siyasi grup bilincinin varlığı gereklidir. Karl Deutsch ayrıca, bilincin gerçekten de politik bir gerçek olduğunu vurgulamaktadır (Connor, 1998: 45), belirli koşullar altında, genellikle kültürel sınırlar inşa ederek sosyal uyum koşullarını belirler.

Bir ulusun düşünülmesi, ideolojik düzeyde bir ulus oluşturma sürecinden oluşmaktadır. Ulus inşası ile "insanlar arasında uygulanabilir birlik, uyum, başarı ve ulusal kimlik duygusu oluşturma süreci" kastedilmektedir (Deutsch, 1966: 165). Böyle bir süreç genellikle iki oluşumda ortaya çıkar:

1. Devlet ulustan önce gelir (devlet-ulus): Buna göre devlet (güç siyaseti yoluyla) oluşturulur ve ulus veya dayanışma topluluğu onun içinde inşa edilir.
2. Ulus devletten önce gelir (ulus-devlet): Kendini bir ulus olarak tanımlayan bir halk topluluğunun devlet talep etmesi sonucu oluşur (Bloom, 1990: 55).

William Bloom'un özdeşleşme teorisi, bir ulusun ancak bireyler arasında politik bir ayrım düşüncelerini sağlayan psikolojik bir bağlantı ile var olabileceği fikrini güçlendirmeye yardımcı olur. Bu anlamda, grup özdeşleşmesi ancak siyasi bir "durumun dinamikleri, bireyler için olumlu, psikolojik olarak faydalı olacak şekildeyse" tetiklenebilir. (Bloom, 1990: 51). Bu teori, bir ulusun sembollerinin veya niteliklerinin, bir bireye mantıksal, çekici veya başka bir şekilde sunuldukları için özdeşleşmeye neden olamayacağını söyler (Bloom, 1990: 51). Bloom'un teorisi, tanımlamada, genellikle

hayatta kalmak için kişisel biyolojik insan ihtiyacından hareket eden bir maliyet-fayda çağrışımı olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, bir ulusu bütünleştirmeye veya (ulus) devlet olmaya karar vermenin tam nedenlerini anlamak için bir ulusun kökeni ve anlamları sıklıkla bağlam sallaştırılmalıdır.

Bir ulusun sosyo-politik bağlamı ve düşünme eylemi, ulusun tanımlanması için kritik öneme sahiptir. Bu nedenle ulus, "üyeleri bir dayanışma duygusu, ortak bir kültür, bir ulusal bilinçle birbirine bağlı olan bir halk topluluğu" olarak anlaşılacaktır (Seton-Watson, 1977: 231). Ulus kavramı, bir özdeşleşme sürecine tabidir; kitleler tarafından bilinçsizce algılanan ve hayatta kalma, korunma ve esenlik ihtiyacını bir araya getiren siyasi deneyimden - genellikle bir dış tehdit veya bir şikâyet duygusundan - türetilmiştir (Bloom, 1990: 50-53).

1.3 ETNİK FAKTÖR

Etnik faktör, belirli bir siyasi durumda farklılıklarını ve siyasi hedeflerini meşrulaştırmak için geleneksel kimliklere dayanan birçok milliyetçi hareketin temellerini anlamak için esastır. Bu noktada, bir etnik grubun daha küçük olma eğiliminde olduğu için milletten farklı olduğunu belirtmek önemlidir. Bir etnik grubun üyeleri arasında fiziksel özellikler bir ulustan daha homojendir.

Weberci yaklaşımda, bir etnik grup "fiziksel türün ya da kostümlerin ya da her ikisinin benzerlikleri ya da sömürgeleşme ve göç anıları nedeniyle ortak kökenlerine öznel bir inancı barındırır" (Guibernau&Rex, 2003: 18). Ayrıca, "etnik bir topluluğa üyelik normalde atfedilen bir olgudur, bireyin içine doğduğu bir ilişkidir" (Easman, 1994: 26-27). Buna göre, etnik terimi ortak soyu tanımlamak için kullanılmaktadır. Ortak bir soyu paylaşarak, grubun yeni üyeleri grubun kalıtımsal yapılarını ve tüm geçmiş ve kolektif politik hafızalarını miras almaktadır.

Ancak bir etnik grubun biyolojik yapısı, bir ulusun varlığını önermek için yeterli değildir. Toplumun kültürel bağları, kimlik oluşturmak için güçlü bir dinamik referans kaynağı olarak öne çıkmaktadır (Puri, 2004: 174). Etnik bir grubun parçası olmak, etnik köken olarak adlandırılan ortaklıklara dayanan farklı bir kimlik türü üretmektedir. Etnisite, "dil, tarih, köken ve din gibi ortak kültürel inançlara ve uygulamalara dayanan kolektif kimlik" biçimidir" (Puri, 2004: 174). Yine de, yukarıda bahsedildiği gibi, Connor'ın grubunun öz-farkındalığı, topluluğun benzersizliği ve politik farklılığı nihayetinde bir ulus fikrini üretmektedir. Başka bir deyişle Connor'a göre, bir etnik grup ancak kültürel, sosyal ve politik olarak kendi kendine farklılaştığı takdirde bir ulus olacaktır.

Anthony D. Smith, ulusların kökenlerinin çağdaş öncesi "sosyo-kültürel örgütlenme" biçimlerinde, etnilerde (etnik gruplara atıfta bulunan Fransızca kelime) olduğunu vurgulamaktadır. Smith'e göre etniler "ortak ata mitleri, tarihleri ve kültürleri olan, belirli bir bölgeyle bağlantılı ve dayanışma duygusuna sahip insan toplulukları olarak adlandırılmaktadır" (Smith, 2003: 27). Tarihin sürekli manipüle edildiği iyi bilinmektedir. Bu gerçeklik ışığında milliyetçi çatışmalara bakıldığında, milliyetçi gruplar etnik grupların tarihinin farklı versiyonlarını kullanabilir, düşmanlarını ve mitolojisini hatırlayabilir. Bu da yıkılma, lobcilik ve elbette kitlesel manipülasyon için etkili bir kaynaktır. Bu bağlamda bir milletin etnik kökenleri özünü kaybetmeden siyasi amaçlarla her zaman değişebilir. Bu, bir grup kimliğinin, eski etnik topluluğun sahip olduğu yasalara göre yeniden icat edilebileceği anlamına gelir.

Bu bağlamda, Smith etnisiteyi belirsiz bir terim olarak görmektedir. Etnisitenin paradoksu, kalıcılıktaki değişebilirliği ve değişim yoluyla kalıcılığıdır (Smith, 2003: 27).

Etnik mirasın kalıcılığı, siyasi liderleri bunu kullanmaya ve bunu yapmak zorunda oldukları her seferde ulusun kolektif tarihine süreklilik kazandırmaya davet etmektedir.

Böylece her devlet bir "etnik profili" paylaşmaktadır. Bu üç şekilde tanımlanabilir: Birincisi, ulusal bir devlette olduğu gibi bir etnik grup; ikincisi, ikili devletlerde olduğu gibi iki farklı etnik grup ve üçüncüsü, çok uluslu devletler için geçerli olan birden fazla etnik grup (her biri bir ulus olarak kabul edilir) (Toft, 2003: 26-27). Bir etnik grup, aynı bölgedeki diğer etnik gruplarla birlikte aynı tarihi, kolektif hafızayı ve kıyafetleri paylaşmaya karar verdiğinde, ancak kendi kendine farklılaşmış bir birimin parçası olarak ulus olmakta özgürdür. Bu nedenle, etnik grupların ulusal duygularının ortak vatandaşlıkta birleştiği, ortak bir yaşam tarzına bağlı kaldığı veya genellikle etnik önyargıları geride bırakan bir dizi sivil değer veya kuruma bağlı olduğu Amerika Birleşik Devletleri gibi çok ırklı uluslar da vardır. (Toft, 2003: 28).

Öte yandan, tek bir etnik grup, bir grup bilinci sürecinden geçtikten sonra, kendi topraklarında kendi kaderini tayin hakkı ve ayrı bir ulus devlet talep edebilir. Kanada'da Quebec, İspanya'da Bask Ülkesi ve Katalonya'da birkaç grup böyle oluşmuştur. Bu durumda, birçok yazar etnik milliyetçiliğin varlığını etnik bir ulusun emsaline dayandırarak tanımlamaktadır. Milton J. Esman, etnik bir ulusu, sözcüleri toprak anavatanı olarak tanımladıkları şey üzerinde önemli bir özerklik ya da tam bağımsızlık şeklinde kontrol talep eden siyasallaştırmış etnik topluluk olarak tanımlar (Toft, 2003: 26-27). Bu ifadeden, etnik bir ulusun varlığının, bir şekilde, daha sonra bir ulus-devlet statüsüne ulaşmak adına ayrı bir devlet talep ederek kendi kendine yeten bir ulus oluşturmak isteyebileceği iması çıkartılabilir.

1.4 ULUSAL KİMLİK

Siyasi grup bilinci, ulusları mümkün kılan bir şeydir ve bir ulusta aynı değerleri paylaşmayan gruplar varsa her zaman uyum söz konusu olmayabilir. Bir ulusun temelleri yeniden yorumlanabilir, "değişebilir ama varlığını sürdürebilir" ve Smith'in ulusların "kültürel sürekliliği" olarak adlandırdığı şeyin temelini oluşturabilir. Smith'e göre, ulusal kimlik, "milliyetçilikten ayrı bir kavram" olarak ulusların oluşumunda henüz tamamlanmamış bir süreçtir.

"[Ulusal kimlik], ulusların ayırt edici mirasını oluşturan değerler, semboller, anılar, efsaneler ve geleneklerin sürdürülmesi ve sürekli çoğaltılması ve bu mirasa sahip bireylerin ve bu değerlere, sembollere, anılara, efsanelere ve geleneklere sahip bireylerin tanımlanması olarak tanımlanabilir"(Smith, 2003: 30)

Her zaman çeşitli düşman olmayan ulusal gruplar bulunabilmesine rağmen, grubun ulusal kimliğini tanımlama süreci, ulusun diğerleriyle ilgili olarak sınırlandırılmasını içerir (Puri, 2004: 176). Bu kısmen, "kimliği belirginleştirmeye ve uzun süreler boyunca kalıcılığı sağlamaya yardımcı olan dış gücün varlığından kaynaklanmaktadır (Özkırımlı, 2000: 176). Özellikle bir çatışma durumunda, "dış grup, grup içi sınırları tanımlar" (Cosser, 1969: 69). Bu zorunluluk aşırıya kaçtığında, birlik içinde güç kaybetme korkusu, kimliği içeriden sağlamlaştırma ihtiyacını güçlendirir.

Milliyetçi gruplar kendi gruplarının devamlılığını isterler. Grup hayatının endişelerini ve sorumluluklarını paylaştıkları biri kişinin gruptan ayrılması durumunda, bu tür "sadakatsizliğe" şiddetli tepki verilmesi muhtemeldir. Bir kimlik savunması durumunda, tepki daha sağlam olmalıdır, çünkü içerdeki düşman, döneke ya da sapkın kimse sadece grubun değerlerini ve çıkarlarını sorgulamakla kalmaz, aynı zamanda grubun birliğini de tehdit etmektedir (Cosser, 1969: 69).

Grubun "ötekiler" konusunda farklılaşma argümanı, çatışan birçok grubun "biz, onlara karşı" senaryosunu yaşadığını gösteriyor. Bu bağlamda, "uluslar sınırlı dışlama ve muhalefet toplulukları olarak kabul edilir" (Herb, 1999: 15). Önde gelen ulusal grubun kültürel ve etnik profiline uymayanlar basitçe dışlanır. Kuzey İrlanda'yı veya diğer derin bölünmüş toplumları incelerken, ulusal sembollerin ve temsillerin önemine çok dikkat edildiğini görebiliriz. Bu tuhaf bakış açısı bazen yanıltıcıdır, çünkü manipüle edilebilir ve çatışmanın köklerini ihmal edebilir. Diğer şeylerin yanı sıra farklı idealler için savaşan Kuzey İrlanda'daki bazı Katolikleri ve bazı Protestanları ele alalım. Farklı uluslara - sırasıyla İrlandalılara ve İngilizlere- bağlılığın dini farklılıklardan daha fazlası olduğu sonucuna varabiliriz. Din kendi başına ulusların bir sembolü olabilir, ancak çatışmanın doğrudan nedeni olmayabilir. Din ulusal kimlikle ilgili olduğunda, önemi daha da artmaktadır.

Bir grubun sahip olduğu semboller, kendilerini özdeşleştirdikleri ulusla "sınırlı" olabilir. Örneğin; bölge, ulusal kimlikle yakından bağlantılı başka bir ulusal semboldür. Bölge, bir ulusa ait olan sembollerin ve tarihin olduğu yerdir. Kaplan'a göre, bölge ulusal bir grubun mekansal kimliğinin bir parçasıdır. Birçok bölümden oluşabilir, fakat bir grubun üyelerinin yaşadığı gerçek alan kastedildiğinde bu özel arazi grubu, diğer güçler karşısındaki konumunu, belirli bir bölgenin tarihsel mirasını, ekonomik veya askeri-stratejik öneme sahip belirli doğal özelliklerini tanımlamaya yardımcı olur (Kaplan & Herb, 1999: 3). Daha büyük devletler içindeki ülkeler söz konusu olduğunda, grubun yaşadığı gerçek bölge büyük bir anlam ve öncelik kazanır.

Ulus ve milliyetçilik kavramlarından bahsederken, ulusal kimlik kavramı bu ikisi arasında bir köprü gibi görünmektedir. Özdeşleşme süreci, pasif ve psikolojik düzeyde

bir durum olsa da ulusla yakından ilişkilidir. Ulusla ilgili bir şey yapılması gerektiğinde, onu tanımak ya da savunmak için harekete geçirilebilir.

Bir ulus ve halkı ortak bir kültür ve onu sembolize eden fikirler, eserler, anılar tarafından bağlanmaktadır. "Ortak bir kültür, belirli bir topluluğun üyeleri arasında dayanışma bağlarının oluşturulmasını destekliyor ve ait oldukları toplumu diğerlerinden ayrı ve farklı olarak hayal etmelerini sağlıyor" (Guibernau, 2003: 79). Ancak, insanları siyasi veya kültürel bir ayırt edicilikle güçlendirmek, özdeşleşmek için yeterli olmayabilir.

Bloom (1990: 52)bu sosyal sorunun altını çizerek şunları vurgulamaktadır:

"... siyaset ve milliyetçilik fikirleri kendi başlarına özdeşleşmeyi uyandıramazlar. Siyasi ideolojiler psikolojik bir boşlukta çalışmaz. Gerçek yaşanmış durumlarla başa çıkmak için uygun davranış biçimleri, uygun tutumlar, uygun ideolojiler, uygun kimlik güvence yorumlama sistemleri sağlamalıdır. Halk desteği -yani, böyle bir ideolojiyle özdeşleşme- ancak, deneyimlenen bir gerçekliği yorumlayıp ona uygun bir tutum sağladığı takdirde gelir. Bu deneyim elbette politik olarak manipüle edilebilir-ancak ilgili deneyime sahip olmayan bir ideolojinin sembolü, kimliğin çağrılması açısından anlamsız ve iktidarsızdır".

Bu ifadeden, kültürel bölünmenin ancak grubun çıkarları üzerinde siyasi bir etkisi varsa gerekli olduğu fikrini çıkarabiliriz. Bloom'a göre, bir grup, neden bir araya gelmeleri gerektiğini doğrulayacak olan "gerçek yaşanmış durumlardan" geçmelidir. Bu durumların sonucunda bazı kültürel semboller, bir ulus fikrini oluşturmak ve ulusal bilincin öznelliğini somutlaştırmak adına diğerlerinden daha yararlı olabilmektedir.

Özetle, iki ulusal grup arasındaki bir çatışmada bir sembol, savunmaya değer olabilecek bir afişi temsil eder. Belirli bir etnik kökenden türetilen kültürel semboller, diğer gruplara karşı sınırları belirlemek için referans noktalarıdır. Bu nedenle, çatışma durumlarında, sembollerin ulusal kimliğe eşitlenmesi, yabancılara karşı kültürel sınırlar/kontroller oluşturmak için gereklidir. Ulusal semboller haline gelen özellikler,

benzersizlik ve grup farkındalığı açısından da son derece önemlidir. Bir ulus, yabancılar tarafından tanımlanabilir/sınıflandırılabilir olduğu gibi, o ulusun halkının da kendini tanımlaması ve birlikte varoluşlarının bir parçası olan diğer grupları kodlaması gerekmektedir (Connor, 1998: 100).

"Ulusal kimlik, bir halk kitlesinin ulusal sembollerle aynı tanımlamayı yaptığı – ulusun sembollerini içselleştirdiği –bu durumu, milliyetçi kimliğin bu sembollerine yönelik bir tehdit veya gelişme olasılığı olduğunda bir psikolojik grup olarak hareket edebilmeleri için açıklar" (Bloom, 1990: 52).

2 MİLLİYETÇİLİK

Milliyetçilik, birçok biçimde var olabilen siyasi bir olgudur. Bu olgu çeşitli şekillerde tanımlanmış ve yorumlanmıştır.

Kellas'a göre (1998: 52), milliyetçilik, uluslararası ilişkilerde;

- çatışmanın bir nedeni,
- mevcut devlet sistemine muhalefet kaynağı,
- uluslararası veya uluslar üstü kurumlara muhalefet ve işbirliği;
- ve bir devletin uluslararası ilişkilerde gücünün belirleyicisi olarak ortaya çıkmıştır

Milliyetçilik, bir ulus oluşturmayı ve korumayı öneren biçimlerde de kullanılmıştır. Bu bağlamda, Smith (2003: 181) milliyetçiliğin kullanıldığı beş yolu şu şekilde sıralamıştır:

- ulusların oluşumu ve sürdürülmesi sürecinin tamamı;
- ulusa ait olma bilinci;
- ulusun bir dili veya sembolizmi,

- bir ideoloji (ulusların kültürel doktrini dahil),
- ulusun hedeflerine ulaşmak ve ulusal iradeyi gerçekleştirmek için sosyal ve politik bir hareket.

Bununla birlikte, milliyetçilik genellikle bir ideoloji, bir davranış biçimi veya her ikisi de olabilir (Smith, 2003: 4). Bir ideoloji olarak milliyetçilik, genellikle kendi kaderini tayin hakkını talep eden bir fikirler sistemini temsil eder. Buna göre milliyetçilik, "belirli bir halkın ayırt ediciliğini ve anavatanlarında kendi kendini yönetme hakkını ifade etmektedir" (Easman, 1994: 28). Bu tanım, milliyetçiliğin bir ulus fikri ve belirli bir bölgede kendi kaderini tayin hakkı üzerine kurulduğunu varsaymaktadır. Bu ideoloji, bağımsızlık hareketlerinin ve ayrılıkların sebebidir.

Milliyetçiliğe farklı bir açıdan bakan Connor(1998: 42), milliyetçiliğin bir sadakat meselesi olduğunu savunmaktadır. Bu durumda ideoloji veya hareket, ulusa bağlılık ve onun çok boyutlu niteliklerinin (dil, din, değerler ve tarih) korunmasıyla ilgilidir. Connor, milliyetçiliğin, onları temsil eden devlete olan bağlılığın dışında, ulusa bağlılığın bir tezahürü olduğu fikrindedir. Dolayısıyla milliyetçilik, halkın her zaman devlet-ulusa sadık olması gerektiği fikrini varsaymaz. Daha büyük veya daha küçük gruplar devletin yasalarına uyabilirler, ancak bu, ilk kimlik kaynağına, yani kültürel veya ulusal kimliğe sahip olduklarında mümkündür. Devletin çok uluslu olduğu ülkelerde, bu ayrım göze çarpmaktadır, çünkü devlet ve ulus, çoğunluk için ya da Smith'in dediği gibi, devletin "etnik çekirdeği" olmadıkça aynı değildir (Özkırımlı, 2000: 177).

Örneğin, nüfusun neredeyse etnik olarak homojen olduğu Japonya ve Almanya'da, ulus her yönüyle benzersiz, sağlam bir şekilde entegre bir birim olarak görülmektedir. Dolayısıyla, siyasal söylemde ulus ve devlet arasındaki fark pratikte

yoktur; millet ve devlet tek bir fikirde birleşir, birlik ima eder. Connor'ın yaklaşımı ise, milliyetçiliği, devletin gücü için zor olan ve ayrılıkçı olmayan bu inatçı grupları ayırt etmede etkilidir. Herhangi bir milliyetçiliğin, ırksal veya etnik olarak tanımlanmasa bile devletin egemen ulusal kimliğinden kaçabileceği söylenebilir. Bilinç düzeyinde milliyetçilik, diğer yerel topluluklarla ve hatta diğer ulus devletlerle kültürel, ekonomik, siyasi veya bölgesel anlaşmazlıkların kaynağı olabilecek paralel bir değerler dizisi geliştirebilir.

Çok uluslu bir devlet altında yaşayan ulusal grupların kimliklerini uluslarının hayatta kalması adına savunmaları kaçınılmazdır. Grup, milletin sembollerine, tarihine ve kültürüne sürekli göndermeler yaparak kamusal alanda bir yer işgal etmeye çalışır. Kendini diğerlerinden farklı olarak algılayan bir grubun farklılıkları dil, din veya kıyafet gibi görünür işaretler üzerinde doğrulanır. Ancak, eğer bir grup, altında yaşadığı devlet veya diğer gruplar tarafından tanınmak istiyorsa, aradaki bu farklılıklar meşrulaştırılmalıdır. Dolayısıyla gruplar, meşruluk talebi doğrultusunda ait oldukları devletin egemenliğine meydan okuyabilirler. Bazı durumlarda, azınlıklar veya daha küçük uluslar, baskı grubu politikalarına, sivil haklar hareketlerine dâhil olurlar, ancak nadiren ayrılıkçı faaliyetlerde bulunurlar (Kellas, 1998: 4).

Connor milliyetçiliğin ulusa bağlılık olduğunu vurgularken, Easman milliyetçiliğin topluma bağlılık olduğunu belirtir. Dolayısıyla milliyetçilik, "etnik dayanışma"nın bir ifadesi veya duygusu olabilir. Easman'a (1994: 28) göre, "milliyetçilik bir halkın tarihini, başarılarını ve özlemlerini yüceltme; topluluğa, kurumlarına ve sembollerine sadakat yükümlülüğünü vaaz etme ve dış tehditlere karşı uyarma eğilimindedir."

Milliyetçiliğin tanımlanma şekli sürekli olarak değişime karşı savunmasızdır. Bir grubun değerlerinin ve sembollerinin kodlanması, kimliklerini kaybettirecek olası tehditlere karşı bir savunmadır. Genellikle, "öteki"nin, yani düşmanın yok saydığı "dışlama" uluslarında, milliyetçiliğin ideolojisi ve duyguları aynı terimlerle ifade edilir. Sonuç olarak dışlanan grup, "münhasır milliyetçilik" geliştirme eğiliminde olur (Easman, 1994: 91). Bu tür bir milliyetçilik, başkalarına karşı hoşgörüsüz tutumlar ve diğer toplulukları veya grupları ayırmaya çalışmakla karakterizedir. Genellikle savunmacı bir tepkiye sahip olma sorunu, birçok milliyetçi hareketin etnosentrik yönünü yansıtmaktadır. Her ne kadar bir grup benzersiz olduğu bilincini taşısa da, başkalarıyla ilgili siyasi ve sosyal ilişkilerde lider aktör olmak için üstün veya "seçilmiş" olduğu duygusunu taşıyabilir.

Güçlü milliyetçi duygular ve etnosentrik tutumlar, milliyetçiliğin önemli bir parçasını oluşturur. Ancak, bir ulusun üyesi olmak münferit bir gerçek değildir ve ille de milliyetçi tutumlar doğurmaz. Milliyetçi davranış ve onun kavranış biçimi, "sosyalleşme mekanizmaları" aracılığıyla pekiştirilir. (Evans&Newnham, 1989: 347). Grup içinde, ulusal ideallerin ve ulusal tutumların iletilmesi, üyeler arasında, özellikle kitleler için milliyetçi duyguların üretilmesinde hayati bir unsurdur. Paylaşılan değerler, inançlar ve sosyal normlar, nesilden nesle ailesel değerlerde gayri resmi olarak aktarılmaya başlar; eğitim sistemine, işyerine sızabilir ve ulusal konularda standart bir kamuoyu oluşturan iletişim araçları aracılığıyla faaliyet gösterebilirler (Evans&Newnham, 1989: 155).

Deutsch (1966: 88) için sosyalleşme, bir grubun üyeleri arasında kültürün (tercihler, öncelikler, davranışlar, ayrıca düşünce ve duygular) iletişimde ifade edilir. Bu, grup faaliyetlerinin tüm üyelere aktarılmadan bir topluluğun var olamayacağı anlamına gelir. İletişim, sosyal uyum oluşturur ve diğer gruplardan farklılaşma üretir. Bu

nedenle, kimliğin bir muadili veya muhalif tarafından pekiştirilmesi gerektiği fikri, her türlü milliyetçi fikir veya davranışın kavramsallaştırılmasında yaygındır. Sonuç olarak, ulusal duyguların yayılması, sosyal uyum üreten değerlerin ve inançların iletişimine dayanmaktadır. Deutsch'un(1966: 88)sözleriyle, "ortak bir kültür, iletişimi kolaylaştırdığı ölçüde bir topluluk oluşturur". Bu nedenle, milliyetçilik duygusu herhangi bir biçimde iletildiğinde grubun veya topluluğun kültürel yaşamının bir parçası olacaktır.

"Bu terimlere karşılık gelen kültürü, dil ve düşünce alışkanlıkları da dahil olmak üzere sosyal kalıplaşmış davranış kalıplarından oluşan iletişim topluluğuna dayalı bulduk. Özellikle bu kültürde standartlaştırılmış çocuk yetiştirme yöntemleriyle çeşitli sosyal öğrenme biçimleriyle devam ettik" (Deutsch, 1966, s. 37).

Bu fikre göre, milliyetçi bir ideolojinin belirli bir gruba, örneğin Kuzey İrlanda'daki Protestan topluluğa, çocukluktan itibaren yetiştirilmenin bir parçası olarak iletilmesi, bu tür milliyetçi öğretilerin bir tarih sınıfından daha fazlası olduğunu gösterecektir. Milliyetçiliğin toplum için ne anlama geldiği hakkında bilgi sahibi olmak, böyle bir topluluğun kimliğine özgü bir şeyle tanışmaktır. Bu nedenle milliyetçilik sadece halkların milliyetçiliği değil, aynı zamanda uygun bir milliyetçilik formu olacaktır; Protestan milliyetçiliği, İrlanda milliyetçiliği, Çeçen milliyetçiliği, Alman milliyetçiliği veya Meksika milliyetçiliği gibi.

Davranışsal olarak ele alındığında, milliyetçilik belirli bir duruma rasyonel bir tepki olabilir (Kellas, 1998, 31) ve milliyetçilik bir tepki veya harekete dönüşebilir. Bu tepki, grubun diğer ulusların çıkarlarına ve olası tehditlerine karşı koyma korkularından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, bu tepki "ulus olan bir topluluğa ait olma" hissine (Kellas, 1998, 4) ve onu savunma ve koruma ihtiyacına dayanmaktadır. Bu nedenle, milliyetçi olmak, pasif veya aktif olarak ulusun sadık bir üyesi olmaktır. Milliyetçilik, sessiz bir hareket, ulusal bir gurur veya halkın geçmişini, ulusal tarihini destekleyecek bir

eylem olarak kendini gösterebilir. Yahut belirli hedefler peşinde, milliyetçi hareketler sosyal çıkarların siyasi meselelerine dâhil olabilir. Parti siyaseti, ekonomi, ticaret, dış politika, sanat ve grubun yaşam biçimi milliyetçi davranışların yansıtıldığı en yaygın alanlardır.

İKİNCİ BÖLÜM

BİR MİLLİYETÇİLİK BİÇİMİ OLARAK

DİJİTAL ALT-MİLLİYETÇİLİK

Bu bölüm, alt milliyetçi olgunun doğasını ve dinamiklerini keşfetmeyi amaçlamaktadır ve alt-milliyetçiliğin ortaya çıkmasına ve gelişmesine yönelik farklı teorik yaklaşımların temel argümanlarını özetlemektedir. Her milliyetçi hareket, iç ve dış faktörlerin belirlediği bir fırsat yapısı içinde ortaya çıkar ve gelişir. Milliyetçi hareketin Batı ulus Devletlerinde yeniden ortaya çıkması, demokraside ilerleme ve küreselleşme süreçlerinin yoğunlaşmasıyla teşvik edilmektedir. Alt-milliyetçilik olgusu daha çok kendi kaderini tayin hakkını talep eden ezilmiş ya da sessiz uluslarda görülmektedir.

Alt milliyetçi hareketler, savunucularının meşru olarak kendilerine ait olduğuna inandıkları bir anavatana karşılık gelen bölgesel bir alanda kültürel milliyetçiliği savunmak için kullandıkları kolektif bir çabadır (Mitra, 2012: 8). Genel olarak, bu hareketler ulusların ve merkezi devletlerin kendi yaşam alanlarına girerken sabit karakterini sorgulamaktadır. Desteklerini ise belirli bir dil, din, etnik köken, bölge veya güçlü şekilde görülen toplu şikâyet durumundan kaynaklanan yakınlıktan alırlar.

Ülkeler sosyal olarak homojen bölgeler değildir. Dolayısıyla bir ülke, vatandaşların bakış açılarının ve deneyimlerinin değişimini oluşturan alt ulusal hükümet birimleri, etnik bölünmeler ve sınıf ayrımı da dâhil olmak üzere çeşitli sosyal organizasyon seviyelerinden oluşmaktadır (Sybblis ve Centenio, 2017: 799). Alt ulusal çeşitliliğe olan ilgi bugün her zamankinden daha fazladır. Adem-i merkezîyetçiliğe doğru küresel hareket ve sosyal grupların görünüşte kendi köşelerine çekilmesi, alt birimlerin (hem devletler hem de yerel yönetimler), sektörler ve bölgelerin mevcut dünyamızda öncekinden daha fazla açıklayıcı değere sahip olabileceğini ima etmektedir. Bu bölüm,

Bangsamoro halkının deneyimine uyacak alt-milliyetçiliğin ortaya çıkışı hakkındaki teorileri gözden geçirmeyi amaçlamaktadır.

1 ALT-MİLLİYETÇİLİĞE FARKLI YAKLAŞIMLAR

Alt-milliyetçilik üzerine yapılan çalışmalarda iki ana kategori vardır. İlk kategori; Gellner, Hobsbawm, Smith ve Breuilly'nin eserleri gibi büyük milliyetçilik teorisyenlerinin dolaylı yorumlarından oluşmaktadır. Bu teorisyenlerin hepsi alt milliyetçiliği ilkel ya da koşullu olarak görmektedir. İkinci grup; Connor, Hechter, Keating, McCrone, Guibernau, Letamendia ve Lecours gibi isimlerin vaka çalışmaları veya karşılaştırmalı araştırmaları yoluyla doğrudan konuya odaklanan çalışmalarından oluşmaktadır. Çalışmalar, milliyetçilik teorilerinde savunulan belirli yaklaşımlara dayanmaktadır. Bu teoriler üç gruba ayrılabilir: Kültürel, ekonomik ve politik. Birbirinden farklı bu açıklamaların her birinin modernleşmenin uzlaşya dayalı yorumunun bir eleştirisi tarafından yönlendirildiği düşünüldüğünde, bu paradigmanın temel ilkeleriyle konuya başlamak anlamlı olacaktır.

1.1 MODERNLEŞME PARADİGMASI

Modernleşme paradigması öncelikle kalkınma sorunlarına odaklanmaktadır. Ulusların inşa süreçlerini politik ve ekonomik kalkınmanın merkezi olarak ele alan bu paradigma geleneksel düzenin bozulduğunu savunmaktadır. Sanayileşme, kentleşme, ulaşım ve iletişimdeki gelişmeler ve kitle eğitiminin büyümesi yoluyla yeni değerler ve yeni ilişkilerle yeni bir toplum türü kurulmuştur (Lijphart, 1977: 46-7). Modernleşme teorileri, ulus inşası için önemli olan belirli unsurlara göre farklılık gösterse de, hepsi ulusun tanımı noktasında ortakdır.

"Ulusun kitlesel katılımcı bir siyasi kültür ve halkçı bir sivil toplum (...) olarak, bölge nüfusunun her zamankinden daha geniş tabakalarının istihdam, kitle eğitimi ve vatandaşlık süreçleriyle çizildiği fikri" (Smith, 1998, s. 21)

Ulusun modern paradigmaya göre tanımı, özyönetim fikriyle önemli ölçüde bağlantılı olan sivil katılım unsurunu özellikle vurgulamaktadır. Ulus, sosyal kalkınma için ideal bir ajan ve çerçeve olsa da, ulusal özyönetim, sosyal kalkınma için gerekli sosyal ve politik kaynakları sağlamanın tek yolu olarak görülmektedir. Bu nedenle, ulusun politik ifadesi olarak, ulus devlet nüfus için vatandaşlık hakları sağlar ve karşılığında bağlılık talep eder. Modernleşme paradigması ulusların politik doğasını ve ulus oluşturma sürecinde vatandaşların ve liderlerin aktif rolünü vurgulamaktadır. Ulus ve milliyetçilik, temelde işlevsel olarak sosyal ve politik kalkınmanın hizmetinde olan birer kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ulus, sivil-bölgesel terimlerle tanımlanan politik bir topluluk olarak kabul edilirken, milliyetçilik, insanlara temel olarak motive edici ulusal bir kimlik sağlayarak kolektif seferberliği çözüme gücünü modernleşmesiyle takdir edilmektedir.

Modernleşme paradigmasını eleştirenler, tanımlamaların eksik ve hatta yanıltıcı olduğunu vurgulamaktadır. Temel olarak, yeni kurulan Batılı olmayan ülkelerin sosyal ve politik gelişimleri için izleyecekleri yolu ortaya çıkarmak adına Batı sosyo-ekonomik ve politik deneyimini anlamaya yardımcı olacak evrensel bir model oluşturmak istemişlerdir. Bu sözde model, Batı toplumlarını modern, kültürel olarak homojen ve sivil-bölgesel uluslar olarak kabul etmektedir. Dolayısıyla etnik çatışmalar çağdışı görünmekte ve gelişmiş dünyada Baskılar veya İskoçlar gibi ulus altı etnik bağlılıklar 'kalıntı' olarak nitelendirilmektedir. Batılı olmayan ve gelişmekte olan ülkelerdeki etnik çatışmalar, etnik olarak heterojen ve bölünmüş oldukları gerçeğiyle açıklanmıştır. Bu teoriye göre, etnik çatışmalar yaşayan ülkeler ancak sosyal ve politik gelişmeyi sağladıklarında ulusal bütünleşmeyi gerçekleştirebileceklerdir. Bu anlamda modernleşme

paradigmaları, modernleşmeyi 'sadece homojenleştirici değil, aynı zamanda geri dönüşü olmayan bir süreç' olarak görmüştür (Huntington, 1971: 289-90). Ancak modernleşmenin de yeni çatışmalara yol açabileceği ihtimali göz ardı edilmiştir. Nitekim 'kalıntı' olduğu varsayılan etnik/kültürel kimlikler, kültürel homojenleşmeyi ve siyasi merkezileşmeyi hedefleyen ulus inşası sürecine direniş göstermişlerdir (Calhoun, 1993: 220).

Kısaca, modernleşme paradigması, toplumsal kalkınmayı uzlaşya dayalı bir anlayışla desteklemektedir. Ulusların inşası sürecinde milliyetçilik, moderniteye çok az değerle işlevsel bir yanıt olarak tek başına açıklayıcı bir faktör olarak görülmektedir (Newman, 2000: 37). Ayrıca etnik kimlikler birer kalıntı olarak kabul edildiğinden ve yok olmaya mahkûm olduğundan, etnisitenin toplumsal ilişkilerde bir etken olarak varlığını sürdürmesi beklenmemektedir.

1.2 ETNO-KÜLTÜREL YAKLAŞIM

Etnokültürel yaklaşım, belirli bir bölgenin devletin geri kalanına göre etnokültürel farklılığının alt-milliyetçiliğin birincil nedeni olduğunu göstermektedir. Bu yaklaşımda ulusal kimliklerin ve toplulukların geliştirilmesinde etnik köken, dil veya din gibi etnokültürel unsurların belirleyici rolünün önemi vurgulanmaktadır.

1.2.1 A. D. Smith'in Alt-Milliyetçiliğe Bakışı:

A.D. Smith, konuyla ilgili özel bir çalışma yapmamış olmasına rağmen, etno-milliyetçilikten, genel milliyetçilik teorisinin açık bir kanıtı olarak bahsetmiştir. Smith, etno-milliyetçiliğin savaş sonrası yeniden canlanmasının, devlet ve ulus arasındaki karşıtlıkları odak noktasına getiren "üçüncü etno-milliyetçi hareket dalgası" olarak görülmesi gerektiğini savunmaktadır. Etno-milliyetçi hareketler, modernleşme güçleri ve genellikle baskın bir etnik ve seçkinlerine hizmet eden bürokratik devlet tarafından yok

olma tehdidi altındaki kültürel değerler adına farklı etnik toplulukları harekete geçirir (Smith, 2003: 124). Başka bir deyişle, 'özne halklarının' egemen etnilere karşı, yerel seferberlik ve kültürel siyasallaşma süreçlerini içeren hareketlerini ifade eder. Bu anlamda, sanayi toplumlarında milliyetçiliğin yeniden canlanması yeni veya şaşırtıcı bir şey yoktur. Bu, dünyanın farklı bölgelerini sarsan yeni popüler halk seferberliği sürecinin bir parçasıdır. Bununla birlikte, Smith'in ifadesiyle, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerin etno-milliyetçiliği arasında farklılıklar vardır. Ona göre, gelişmekte olan ülkeler ayrılıkçı hedefler peşinde koşarken, gelişmiş ülkeler ayrılıkçı olmaktan çok özerktir; çünkü ikili kimliklerin olasılığını kabul etmektedir (Smith, 2003: 138).

1.2.2 Connor'ın Etno-Milliyetçilik Teorisi:

Connor, etno-milliyetçilik olarak kavramsallaştırdığı alt-milliyetçiliğin ortaya çıkışını köklü etnik kimliklere dayandırarak açıklamaktadır. Connor'ın etno-milliyetçilik teorisi, ulusa ve milliyetçiliğe genel yaklaşımından kaynaklanmaktadır. Milliyetçilik literatürünün büyük ölçüde terminolojik düzensizlik içinde olduğunu vurgulayarak, milliyetçilik ile yurtseverliği birbirinden ayırmanın önemini altını çizmektedir. Ona göre milliyetçilik, kişinin milli grubuna bağlılığı iken, vatanseverlik kişinin devletine ve kurumlarına bağlılığı ifade etmektedir. Bu bağlılıklar çeliştiğinde, milliyetçilik daha güçlü bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu güç, millet olarak insanları birleştiren bağın özelliğinden gelmektedir. Bir ulusun özü etno-psikolojik bir unsur olduğundan, ortak bölge, dil ve din gibi nesnel kriterler ulusal kimliği tanımlamak için yeterli değildir. Dolayısıyla ulus, akrabalık bağları ile karakterize edilen geniş ailelere soy yolu ile bağlı hisseden bir grup insan olarak tanımlanmaktadır (Connor, 1998: 196-7). Bu tanım, ulusun daha gelişmiş bir etnik grup biçimi olduğunu göstermektedir. Bir ulusun üyelerine dayanışma ve kardeşlik sağlayan bu etno-millî bağın 'rasyonel olmayan' (irrasyonel

değil), duygusal ve bilinçaltı olması milliyetçiliğin gücünü anlamamıza da yardımcı olmaktadır.

Connor, ulusların oluşum süreçlerini de açıklamıştır. Ona göre etnik bir grup, nüfusa kademeli olarak oy hakkı verilmesi gibi modern siyasi dönüşüm mekanizmaları aracılığıyla ulusal olarak öz bilinç elde etmektedir. Bu anlamda Fransız Devrimi, milliyetçi doktrin açısından bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Bu yönetme hakkının etnik olarak tanımlanmış bir halka verildiği anlamına geliyordu. Başka bir deyişle, halk egemenliği, ulusal kendi kaderini tayin etme ilkesini önceki tüm siyasi yapıları zayıflatan devrimci bir fikir haline getirerek bir etnik grupla (yani ulusla) bağlantılı hale getirmiştir (Connor, 1998: 82).

Bununla birlikte, kendi kaderini tayin etme açısından örgütlendiği iddia edilen birçok ulus devlet çok etnikli bir yapıdadır. Ulus inşası sürecinde etnik grupların yıkımlarını amaçlayan çeşitli sistematik çabalara rağmen, bu etnik bağlılıklar kayda değer bir direniş göstermiş ve hayatta kalmayı başarmıştır. Ayrıca, kitle iletişimi, halk egemenliğinin etnik kökene bağlı olduğu mesajını yaymıştır. Modernleşme süreçlerinin katkılarının yanı sıra savaş sonrası dönemde küçük devletlerin ve sömürgeciliğin başarısı birer 'gösteri etkisi' oluşturmuştur. Bu nedenle, Batı Avrupa'da veya dünyanın diğer bölgelerinde milliyetçi hareketlerin yükselişinde hiçbir şey şaşırtıcı değildir. Mevcut ulus devletlerde ulusal bilinçli grupların varlığı, ulusal kendi kaderini tayin sürecinin henüz tamamlanmadığını göstermektedir. Etno-milliyetçi hareketlerin arkasındaki temel faktör, etno-ulusal gruplar olarak kendilerini yönetmek istemeleridir. Başka bir deyişle, özyönetim talepleri 'yabancı yönetimin gayri meşruiyeti' ilkesine dayanmaktadır. Ulusal bilince sahip olan bu halklar, anavatanlarında kendi kendilerini yönetebilme hakkına sahip oldukları inancından hareket etmektedirler.

1.3 EKONOMİK YAKLAŞIM

Ekonomik yaklaşım, alt-milliyetçiliğin ortaya çıkmasını, ulusal bir devletin farklı alanları arasındaki ekonomik dengesizliklere bir tepki olarak görmektedir. Bu alanların kültürel olarak ayırt edici birimlerle çakıştığı durumlarda ekonomik faktörlerin özyönetim talepleri üretmek için kültürel faktörlerle birleştirilmesi beklenmektedir. Michael Hechter'in iç sömürgecilik teorisi, alt-milliyetçiliğin ekonomiye dayalı açıklamalarının en iyi bilinen örneğidir.

1.3.1 Hechter'in İç Sömürgecilik Teorisi

Hechter'in iç sömürgecilik teorisi, yayılmacı ulusal entegrasyon teorilerine yöneltilen eleştirilerden biridir. Bu teori, Birleşik Krallık örneğine odaklanarak etnik dirilişin ayrıntılı bir açıklamasını sunmaktadır. Yayılmacı modelin varsayımlarının aksine, tek bir devlette merkez ve çevre bölgeler arasındaki temasın artmasıyla kültürel olarak homojen bir toplumun gelişebilmesini mümkün görmemektedir. Bunun nedeni, merkez ve çevre arasındaki ilişkilerin siyasi egemenlik ve ekonomik sömürü ile karakterize edilmesidir. Devlet inşası ve erken modernleşme süreçlerinde çevre bölgelere göre avantaj elde eden çekirdek topluluk, siyasi ve ekonomik gücünü “mevcut tabakalaşma sisteminin kurumsallaşmasını amaçlayan politikalar yoluyla avantajlarını istikrara kavuşturmak ve tekelleştirmek” için kullanır (Hechter, 1975: 9). Çevre ekonomisi, merkezin ekonomisine bağımlı ve tamamlayıcı iken, çekirdek, sosyal rollerin dağılımını “kültürel işbölümüne” göre düzenler. Bu tabakalaşma sistemi içinde, çevresel toplulukların üyelerini iktidardan dışlamak için çekirdek topluluk için kilit sosyal roller ayrılmıştır (Hechter, 1975: 9).

İster yasal ister fiili olarak uygulamaya konulmuş olsun, bu kültürel işbölümü, hem çekirdek hem de çevresel toplulukların önde gelen üyelerinin gruplarıyla

özdeşleşmeleri için grup dayanışmasının ortaya çıkmasına neden olur ve böylece farklı etnik kimliklerin gelişmesine katkıda bulunur. Bu noktada 'etnik liderler', daha az avantajlı grubun siyasi varlığı açısından oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. Grubun etnik kimlik etrafında bir dayanışma duygusu geliştirebilmesi için iki koşul gereklidir. Bunlardan ilki, grup üyelerinin çekirdek topluluk tarafından sistematik sömürüden kaynaklanan ekonomik eşitsizlikleri görmesidir. İkincisi ise, üyeler arasında yeterli iletişimin olmasıdır (Hechter, 1975: 41–2).

Bu nedenle, 'çekirdek ve çevre birimleri arasındaki ilişkinin kurumsallaşmış mekanizmaları' olan iç sömürgecilik, çevre birimlerinin ulusa entegrasyonunu kolaylaştırmaktan ziyade engellemektedir. Etnik farklılıkların ekonomik, politik ve kültürel temelleri belirginleştikçe, dezavantajlı grup üyeleri kültürlerinin çekirdek topluluğunkine eşit veya üstün olduğunu iddia edebilir ve ayrı bir ulusun üyesi olduklarına dair söylemlerini artırabilirler. Hechter, teorisinin geçerliliğini doğrulamak için 1536-1966 yılları arasında İngiliz tarihinden kanıtlar sunmuştur. Birleşik Krallık'ın iç kolonileri olarak İrlanda, İskoçya ve Galler'den oluşan 'Kelt Sınırı', yüzyıllar boyunca ekonomik durgunluğun ve kültürel tabakalaşmanın görüldüğü yerler olmuştur. Milliyetçi hareketler biçimindeki özyönetim talepleri defalarca çekirdeğe sistemik bir bağımlılığa tepki olarak ortaya çıkmıştır.

1.4 SİYASİ YAKLAŞIM

Alt milliyetçiliğe politik yaklaşımlar, onu kültür veya ekonomiden ziyade iktidarla ilişkili olarak açıklamaktadır. Tüm kimlik biçimlerinde olduğu gibi, ulusal kimlik de sabit veya zaman içinde donmuş olarak görülmez (Catt ve Murphy, 2002) her zaman meydan okumaya açıktır. Bu nedenle, siyasi yaklaşımlar, değişen koşullara, genellikle ulus devletlerin merkezileşme ve homojenleşme çabalarına ve modernleşmenin

etnik farkındalığın büyümesine yol açabilecek çatışmalı sonuçlarına bir cevap olarak etnik kökenin siyasallaştırılması merkezli bir siyaset biçimine odaklanmaktadır.

Siyasi yaklaşım, etnik kimliklerin siyasallaşmasında ve kitlelerin harekete geçirilmesinde merkezi bir konuma sahip olan siyasi seçkinlerin rolünü vurgulamaktadır. Bununla birlikte, seçkin merkezli bu teoriler, kurumların rolünü, özellikle de büyük ölçüde milliyetçi hareketlerin ortaya çıktığı ve geliştiği yapıyı şekillendiren devletin rolünü daha az önemsemektedir. Bu nedenle, bu çalışmada daha dengeli bir teori temel alınmak istenmiştir. Şüphesiz, çoğunlukla tek bir figür olan seçkinler anlatılar, semboller ve mitler (örneğin Bask milliyetçiliğinde Sabino Arana) inşa ederek milliyetçi hareketlerin gelişmesinde merkezi bir rol oynamaktadır.

Ancak, alt-milliyetçiliği yalnızca seçkinler üzerinden açıklamak yeterli değildir. 'Etnik girişimciler' olarak seçkinlerin grup kimliğini araçsallaştırdığı ve iktidar mücadelelerinde kitlelerin korku ve güvenlik ikilemelerinden yararlandığı söylenmektedir. Bu tür "tamamen" araçsalcı görüşlere karşı iki ana itiraz ileri sürülebilir. Birincisi, alt-milliyetçilik bir kimlik politikası biçimidir; bu nedenle, belirli bir etnik kimliğin başkalarına, özellikle de devlete hâkim olan etnik gruba karşı siyasallaştırılmasına dayanır. Etnik kimliğin özünde hiçbir şey olmasa bile, etnik kimliğin ulusal kimlik olarak inşası hiçbir şeyle sağlanamaz. Alt-milliyetçi hareketler, ancak kendilerini etnik gerekçelerle tanımlayan bir grup insan tarafından paylaşılan mevcut devlete ait olmama hissi veya algısı varsa gelişebilir. Böylece, alt-milliyetçiliketno-politik bir soruyu ifade eder. İkincisi, seçkinler bir boşlukta işlev görmez; eylemleri kurumsal yapı, özellikle devlet yapısı ve devlet dışı boyutla ilgili faktörler tarafından şekillendirilir. Genel olarak, seçkinler, alt-milliyetçi siyaset için çeşitli kısıtlamalar ve kaynaklar tarafından tanımlanan bir fırsat yapısı içinde hareket ederler.

2 ALT-MİLLİYETÇİLİK NEDİR?

Her bağlamda farklı faktörler alt milliyetçi eylemleri tetiklese de, etnik/kültürel farklılık iddiaları, devlet ve ulus oluşturma süreçlerine bu tür tepkilerin temel nedenini oluşturmaktadır. Alt-milliyetçilik, özellikle 19. yüzyıldan itibaren yaygınlık kazanmıştır. Çoğu ulus devlet daha büyük veya daha küçük azınlık grupları içerir. Ana etnik grup(lar)dan farklılıklar, güç, büyüklük ve coğrafi yoğunluk gibi çeşitli faktörler etnik azınlıkların varlığına katkıda bulunmuştur (Eriksen, 1991). Dünyada var olan azınlıkların tamamının milliyetçilik nedeniyle oluştuğu söylenemese de yeni azınlıkların oluşmasına yol açan ve değişen koşullara tepkileri kışkırtan en temel etkenin milliyetçilik olduğu bir gerçektir. Bu bölüm, ulus-devlete karşı alt-milliyetçiliğin temel aşamalarını, özelliklerini ve temel argümanlarını siyasi perspektifin mercekleri aracılığıyla detaylandırmayı amaçlamaktadır.

2.1 ALT-MİLLİYETÇİLİĞİN AŞAMALARI

Birçok bilim adamı alt-milliyetçi hareketlerinin üç aşamada geliştiğini kabul etmektedir. Hooghe, alt-milliyetçi hareketlerinin birbirini takip eden üç boyuta sahip olduğunu savunmaktadır: çatışma, seferberlik (planlama) ve faaliyet. Çatışma boyutu iki faktörden oluşur; kimlikteki çelişkiler ve esas olarak ulus inşası ve devlet inşası süreçlerinin gerilimlerinden kaynaklanan çıkarlardaki çelişkiler. Çatışma boyutunu daha sonra hareketin başarısı için sosyo-kültürel, ekonomik ve politik kaynakların bir araya getirildiği seferberlik(planlama) aşaması izlemektedir. Bu aşamadan sonra gelen ve yetenek, strateji, taktik, güç ve azim gerektiren faaliyet boyutu, öncelikle milliyetçi hareketlerde seçkinlerin rolü ile karakterize edilir (Hooghe, 1992: 32–6). Alt milliyetçi hareketlerin hareket liderleri bir yandan grup üyeleri için maddi fayda elde etmeye

çalışırken, aynı zamanda grup üyelerinin (kendileri de dahil olmak üzere) siyasi iktidara erişimini de sağlamaya çalışırlar (Lecours, 2007: 140).

Böylece, bir milliyetçilik biçimi olarak alt-milliyetçilik, ulus devlete ve resmi milliyetçiliğe bir meydan okuma olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, devlet milliyetçiliği ulus devlet tarafından yeniden üretilen ve teşvik edilen bir özelliğe sahipken alt-milliyetçilik, belirli bir bölgeye bağlı ortak bir geçmişe ve siyasi geleceğini belirleme iradesine sahip bir etno-kültürel grubu temsil ettiği iddiasına dayanmaktadır (Guibernau, 1999: 2-3). Bazı farklılıklar bulunsa da, tüm alt- milliyetçi hareketler, merkezi otoriteden özgürlük arzusunu ve tatminsiz milliyetçiler oldukları için kendi yeni milliyetçiliklerini kurma hakkını paylaşmaktadır (Seton-Watson, 1977: 142). Bu duruma İskoç Ulusal Partisi veya Bask Milliyetçi Partisi gibi oluşumların isimleri örneklik teşkil etmektedir.

2.2 ALT-MİLLİYETÇİLİĞİN ÖZELLİKLERİ

Bir milliyetçilik biçimi olarak alt-milliyetçilik, milliyetçiliğin temel özelliklerini paylaşır: kimlik, bölgesellik ve fikirdeşlik (Lecours, 2007). Aynı zamanda, onu devlet milliyetçiliğinden ayıran bazı özelliklere de sahiptir. Her şeyden önce, herhangi bir milliyetçilikte olduğu gibi, alt-milliyetçilik etno-kültürel bir farklılığa dayanır. Bununla birlikte, en belirgin özelliği muhtemelen devletten değil, devlete karşı ortaya çıkmasıdır; bu nedenle, karşıt bir özelliğe sahiptir. Alt milliyetçi grup üyeleri kendini gerçekleştirme, güvenlik ve refah için baskı gördüğü yabancı devletten kurtulmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla etno-kültürel farklılık alt milliyetçikte vazgeçilmez bir şekilde vurgulanmaktadır.

Alt- milliyetçi siyasi partiler, alt ulusal toprak sınırlarında yaşayan nüfus arasında ayrı bir politika oluşturmaya çalışırlar. Bu amaçla bölgesel parlamento veya yerel seçimler ve sosyal politikalar merkezi hükümetin bölgesel yetkileri sınırları içinde

kullanılmaktadır. Bununla birlikte, alt-milliyetçi hareketler, bir ulus inşa etme gücünden yoksundur. Bu nedenle, etno-kültürel iddialar ve bir ulusu bir yönetim biçimi olarak inşa etmedeki belirgin sınırlamalar, bu tür hareketlerin etnik milliyetçilik olarak etiketlenmelerine yol açmaktadır. Dolayısıyla merkezi hükümetler siyasi bir strateji olarak, bu hareketlerin etnik karakterlerini gerici, bölücü ve anti-modern olarak sürekli olarak vurgulamaktadır.

Bölgesellik, alt-milliyetçiliğin ikinci özelliğini oluşturur: tarihsel ve duygusal olarak bağlı olunan bir vatan. Bu bölgesel boyutla ilgili olarak, devlet-altı milliyetçi iddiaların özelliği, iddia ettikleri toprakların hâlihazırda mevcut bir ulus-devletin veya devletlerin bir parçasını oluşturmasıdır. Ulus-devlet için milliyetçi mücadelenin anlamı bölünmez toprak bütünlüğü olsa da, alt-milliyetçileri atalarının topraklarının savunulmasını veya yeniden ele geçirilmesini talep etmektedirler. Alt milliyetçi grup ve ulus devlet arasındaki bu sembolik çatışmanın aynı zamanda ekonomik çıkar (ormanlar, madenler, enerji kaynakları, ekilebilir arazi vb. gibi doğal kaynaklar) boyutu da bulunmaktadır

Alt-milliyetçiliğin üçüncü önemli özelliği, sosyo-politik fikirdeşliktir. Bu, alt milliyetçi hareketlerin tipik sosyal hareketlerin bir modelini takip ettiği anlamına gelir. Başka bir deyişle, alt milliyetçi grupların eylemleri "toplumsal düzeni bazı temel yönlerden etkileyen ve şekillendiren büyük ölçekli, yaygın, devam eden, temel kolektif eylemler olarak inşa edilirler" (Letamendia, 2000: 2). Fakat fikirdeşlik açısından ayırt edici olan özellik, hedeflerinin doğası gereği büyük ölçüde 'yerliler' (yerli halk) arasındaki destekçilerle sınırlı kalmasıdır (Symmons-Symonolewicz, 1965: 221-2).

Birçok bilim adamına göre alt milliyetçi aktivizmi tetikleyen temel faktörler merkezden alt ulusal gruplara yönelik dağıtıcı ve katılımcı adaletsizliklerdir. Örneğin,

Rokkan ve Urwin (1982) bunun iki özel koşul altında daha olası olduğunu öne sürmektedir. Her şeyden önce, alt devlet bölgeleri, siyasi merkeze meydan okumak için kültürel ve ekonomik kaynaklara hâkim olmalıdır. Öte yandan, ulus-devletle ilgili olarak, alt-milliyetçilik, büyük olasılıkla, siyasi merkez, devlet yapılarını ekonomik ve kültürel güç kaynaklarının fiili dağılımına yeterince ayarlamadığında ortaya çıkar.

Benzer şekilde, Watson (1990), ekonomik zenginliğin coğrafi ve sosyal olarak eşitsiz dağılımını ve etno-bölgesel olarak tanımlanmış azınlıkların siyasi ve bürokratik olarak merkezleşmiş devletten memnuniyetsizliğini vurgular. Bununla birlikte, sayılan bu argümanlar alt milliyetçiliği doğuran sebepler arasında yer alsa da, yapılan genellemeleri haklı çıkarmak iki sebepten ötürü zordur. Birincisi, daha önce de belirttiğimiz gibi, bazı alt-milliyetçi davaları ekonomik yoksunluktan ziyade ekonomik tatminsizlik argümanını kullanmıştır. İkincisi ise, Bask ve İskoç örneklerinde görüldüğü gibi, birçok devlet-altı milliyetçi hareket, siyasi-bölgesel özerklik elde ettikten sonra da milliyetçi siyaset anlayışlarını devam ettirmişlerdir.

2.3 ALT-MİLLİYETÇİLİĞİN GEREKÇELERİ

Milliyetçi söylemde öncelik verilen çeşitli unsurlara rağmen, alt-milliyetçi hareketler genellikle iki özel normatif ve pratik gerekçeyle haklı çıkarılmaktadır. Normatif argümanlar demokrasi ve ulusların kendi kaderini tayin hakkına dayanırken, pratik argümanlar etkili yönetim ile ilgilidir (Loughlin, 2001; Catt ve Murphy, 2002). Demokrasi, kendi kaderini tayin hakkı ve milliyetçilik arasındaki bağdan yola çıkan alt devlet milliyetçiliği, kendi topraklarında yaşayan insan gruplarından en az birini temsil etmediği için ulus devletin meşruiyetini sorgular. Bu nedenle alt-milliyetçi grup tarafından devletin gayri meşru ve demokratik olmadığı iddia edilir. Bu durumu merkezi düzeyde uygulanan tüm yetkilerin, kendi kaderini tayin hakkına sahip ve bölgesel olarak

tanımlanmış bir alt ulusal gruba devredilmesi talebi takip eder. Fakat alt milliyetçi grupların kendi kaderini tayin talepleri mutlaka devletten ayrılmaları anlamına gelmez (Guibernau, 1999; Lynch 1996); bunun yerine, alt ulusal grupların kendi siyasi geleceklerine karar verebilme hakkını tanımaya atıfta bulunurlar. Ancak uluslar, bu hakkın yalnızca kendileri için tanındığını iddia etmekte ve genellikle tanıma seçeneğine şiddetle karşı çıkmaktadır. Devletlerin tanınmaması, mevcut ulusal toprak sınırları içinde alternatif ulusal kimlikleri yansıtmaya çalışan alt-milliyetçi çabalarını baltalama stratejilerinin bir parçasıdır. Bu noktaya ilgili olarak, devlet milliyetçiliğinin iki dillilik ve iki kültürlülük üzerine temellendiği, ancak iki ulusçuluğa dayanmadığı Kanada örneğini verebiliriz.

Alt-milliyetçiler, kendi kaderini tayin hakkını, bir etnik grubun ("muhtemel ulus") kültürel varlığının mutlaka korunması gerektiği temeline dayanan demokratik bir iddia ile meşrulaştırırlar. Bununla birlikte, kültürel argümanlar milliyetçi siyasi mücadelenin temelini oluşturur. Alt-milliyetçilik ve onun özyönetim iddiaları, zorunlu olarak devlet iktidarıyla ilişkilidir, çünkü ulus-devletler, iktidar mahallerini ve uluslararası siyasi sistemin temel yapı taşlarını oluşturur. 19. yüzyıldan beri siyasi iktidarın birincil birimi olarak kabul edilen ulus devletler, uluslararası ilişkilerde birincil aktörler olmaya devam etmektedir. Egemen bir ulus devlet olmak, uluslararası statünün ana sembolü gibi görünmekte ve dünya toplumu olabilmeye bir imkân sağlamaktadır (Guibernau, 1996: 57). Nitekim bağımsız bir devlete sahip olmak uluslararası ilişkilerde olumlu bir pozisyon elde etmenin en iyi yoludur (Halliday, 1997: 536). Bu anlamda etnik gruplar ve milletler arasındaki hiyerarşik ilişki ve ulus-devletlere tanınan ayrıcalıklar, etnik grupları milliyetçi politikalara yöneltmektedir (Eriksen, 1991: 274). Bu nedenle, devlet iktidarını elde etme unsuru, kendi kaderini tayin etme arzusunun ardındaki belirleyici faktör olarak kabul

edilebilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde devlet-altı milliyetçi aktivizmin dayandığı memnuniyetsizliğin alt-milliyetçilik olarak tezahür etmesinin olası nedenlerini anlamak daha da açık hale gelmektedir. Son olarak, güçlü normatif argümanların olduğu yerlerde bile, kendi kaderini tayin hakkı talepleri, son zamanlarda Kosova örneğinde tanık olduğumuz gibi, fiilen güç politikaları aracılığıyla karara bağlanmaktadır.

Alt-milliyetçi söylemde, normatif argümanlar pratik kaygılarla da desteklenmektedir. Alt-milliyetçi gruplar, merkezi devlet yönetiminin yeteri kadar merkezi olmadığını ve devleti etkili bir şekilde yönetemediğini iddia etmektedirler. Eleştirmenler, bürokratik merkezi devletin alt ulusal grupların ihtiyaçlarını hem anlayamadığını hem de karşılayamadığını ve alt ulusal birimleri küresel yapılara entegre edemediğini vurgulamaktadır.

3 DİJİTAL MİLLİYETÇİLİK

Dünya çapında politik, sosyal ve ekonomik uygulamaları değiştiren bilgisayarlar, kolay internet erişimi ve gelişmiş mobil iletişim araçları ile çevrili bilgi çağında yaşamaktayız (Scheinder, 2013). Temel ideolojiler ve baskı gruplarının yanı sıra internet ve sosyal medya, 'geleneksel' bilgi yayma yollarına kıyasla daha modern, erişilebilir ve kendinden emin olmayı kolaylaştıran bir iletişim ortamı sunmaktadır. Aynı zamanda küreselleşmenin somutlaşmış bir örneğini temsil eden, egemen hükümetlerin kontrolüne karşı geçirimsiz ve hatta düşman bir sanal dünya karşımızda durmaktadır (Kapur, 2019).

Son yıllarda, bilim adamları, küreselleşmeye eşlik eden dijital çağda siyasi kimliğin odağı olan ulusların nasıl hayatta kaldığı ve geliştiği sorusunu ele almaktadır. Araştırmalar, dijital bağlantıların ulusal hayal gücünü besleme eğiliminde olduğunu ortaya çıkarmıştır (Yusupova and Rutland, 2020: 326). Timothy Snyder'ın New York Times'ta yayınlanan makalesinde de değindiği gibi, kişilik kültü anıtlara ihtiyaç duyduğu

gibi, Şimdi de internet üzerinden yayılmıŐ video veya deyiŐlere ihtiyaç duymaktadır. Sosyal medya, kamusal alanı tüketen eski zamanların dev tiran heykelleri gibi kamusal hayal gücünü tüketmektedir (Snyder, 2018). Anıtlar internet üzerinden yayılmıŐ video veya söylemlere çok benzemez: uzun sürede inşa edilirler ve genellikle devlet projeleridir. Buna karşılık, internet üzerinden yayılmıŐ video veya söylemler çeşitli kaynaklar tarafından çok sayıda üretilirler ve en başarılı olanlar bile kısa bir ömre sahiptir. Dahası, metodolojik milliyetçilik, yani dünyayı ulus devletlerden ibaret gören düşünce biçimi, genellikle ülkeye özgü alanlar ve ülkeye duyarlı algoritmalar kullanarak ulusal sınırları yeniden üreten "ağa bağlı toplumların" oluşturulmasını savunurlar (Halavais, 2000; Segev, Ahituv, & Barzilai-Nahone, 2007; Shklovski & Struthers, 2010).

3.1 ÜST DÜZEY İNTERNET ETKİ ALANLARININ MİMARİSİ

İnternet alan adı sisteminin, yani web sitesi adresleri sisteminin evrimi, dijital alanda milliyetçiliğin kalcılığının ve dijital mimarinin kademeli olarak "millileŐtirilmesinin" çarpıcı bir örneğini sunar. Burada özellikle ilgi çekici olan, her bir web sitesi adresinin son bölümünde belirtilen üst düzey alan adlarının geçmiŐidir. Tamamı Amerika Birleşik Devletleri'nde geliştirilen ilk üst düzey alan adları, iŐlevlerine göre farklı alan kümeleri arasında ayırım yaparken (örneğin, devlet alanları için .gov, ticari alanlar için .com ve eğitim alanları için .edu), İnternetin küresel olarak benimsenmesi kısa süre sonra her ülke için ayrı ulusal veya ülke düzeyinde alan adlarının (örneğin, Birleşik Krallık için .uk, Çin için .cn ve Őili için .cl) oluşturulmasına yol açtı. Bu tür ulusal alan adlarının varlığı öncelikle çevrimiçi ortamda her geziniŐimizde rutin ve bilinçsizce yeniden üretilen milliyetçiliğin mükemmel bir örneğini sunmaktadır. Bununla birlikte, bazı durumlarda, alan seçimi bile bir tartışma konusu haline gelebilmekte ve ulusal sınırlar üzerindeki çekiŐmeleri tetikleyebilmektedir.

3.2 ALGORİTMALARIN ÖNYARGISI

Dijital medya milliyetçiliğinde günlük üretime katkıda bulunan başka bir yol arama motorlarıdır. İnternet kullanıcılarının kişisel arama tercihleri, ilgi alanları, demografik faktörler ve sosyal ağlar gibi sosyal ve bireysel faktörler algoritmik¹ önyargıları etkilemektedir. Kısacası, arama motorları dünyaya tarafsız 'pencereler' olmaktan uzaktır - diğer herhangi bir araç gibi, bir dizi ticari, politik ve sosyo-demografik faktöre uyan filtreler olarak hareket ederler ve bu nedenle oldukça seçici dünya görüşleri sunarlar (Gillespie, 2014).

Milliyetçi yanlılığın kanıtı ise daha sınırlıdır, ancak yine de öğreticidir. En sistematik olarak Schneider (2018) tarafından incelenen Çin iyi bir örneklik sunmaktadır. Örneğin, 'Tiananmen' (Göksel Barış Kapısı) için Çince kelimelere paralel bir arama, Baidu ve Google kullanıldığında farklı sonuçlar üretmiştir. Google, Tiananmen Meydanı ile ilgili genel bilgiler yanında 1989 protestolarıyla ilgili bilgilere bağlantılar sağlarken, Baidu 1989 olaylarıyla ilgili bilgilere dair hiçbir bağlantı vermemiştir (Schneider, 2018: 68–69).

Özetle, farklı arama motorları farklı önyargılar taşımakta ve aynı ulusun oldukça farklı yönlerine açılan kapılar olarak hareket etmektedir. Çin örneğinde olduğu gibi, arama motorlarının sağladığı dijital pencereler yetkili yerel kaynaklara ayrıcalık tanıyarak ve basitleştirilmiş karakter materyallerini yeniden üreterek belirli bir Çinlilik vizyonuna hizmet eden yöntemlerle algıları yönlendirmektedir(Schneider, 2018: 79).

3.3 ULUSAL DİJİTAL EKOSİSTEMLERİN OLUŞUMU

Tartışmalı bir şekilde, üst düzey alan adlarının mimarisi ve algoritmik milliyetçilik,ulusal dijital ekosistemler ağı olarak en iyi görülen şeyi oluşturmak için bir

¹Gurevich, Yuri. (2012). What Is an Algorithm?. 31-42. 10.1007/978-3-642-27660-6_3.

araya gelmiştir. Vatandaşlara çevrimiçi olarak dünya hakkında oldukça farklı deneyimler sunan bu ulusal dijital ekosistemler birbirine bağımlıdır ve genellikle aynı dijital kalıplara dayanırlar. Google veya Facebook gibi şirketler veya platformlar hem küresel kimlik bilgilerini vurgulamak hem de potansiyel olarak dünya çapında eşi görülmemiş bilgilere ulaşma imkânı sunmaktadır (vanDijck, Poell, & de Waal, 2018) Google veya Amazon'da olduğu gibi, ürünlerin ülkeye özgü ve genellikle uyumsuz sürümlerinin geliştirilmesi, kullanıcıları otomatik olarak web sitelerinin ülke düzeyinde en üst etki alanına tabi olan bir sürümüne yönlendirmektedir (örn. www.google.ac.uk Birleşik Krallık'ta veya www.google.com.br Brezilya'da). Hissi sürümler, platformun hangi ulusal sürümünün kullanıldığına bağlı olarak farklı arama sonuçları üretir ve böylece ulusal bir dijital ekosistem oluşturmaya katkıda bulunur.

Ayrıca, ticari ve/veya yasal nedenlerden dolayı, özellikle görsel-işitsel içerik söz konusu olduğunda, kullanıcılar bir sürümden diğerine kolayca geçemezler, bu nedenle aralarında net dijital ulusal sınırlar oluştururlar (Stewart, 2016). Web siteleri arasındaki köprülerin ağları da bu ekosistemi desteklemektedir; mevcut araştırmaların gösterdiği gibi, web sitelerinin çoğunluğu aynı ülkedeki diğer web sitelerine bağlanırlar (Bharat, Chang, Henzinger, &Ruhl, 2001; Dimitrova, Connolly-Ahern, Williams, Kaid, &Reid, 2003; Halavais, 2000; Schneider, 2018). Köprülerin ulusal sınırları aştığı durumlarda bile, ulusal tarihlerin ve yerleşik jeopolitik bağlantıların etkisi açıktır. Brezilya'nın Portekiz'le ve Portekiz'in Brezilya'yla olan köprüleri buna iyi bir örnektir. (Bharat, Chang, Henzinger, &Ruhl, 2001: 5).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ BANGSAMORO ÖĞRENCİLERİ ARASINDA DİJİTAL ALT-MİLLİYETÇİLİK ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMA

1.1 ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu araştırmanın konusu milliyetçiliktir. Bu konuda yürütülen çok sayıda araştırmaya ek olarak, bu çalışma, milliyetçiliğin yeni bir çeşidi olan dijital alt-milliyetçiliği keşfetmeye odaklanmıştır.

Bangsamoro halkı esas olarak kendi kaderini tayin hakları için mücadele ediyor. Meseleleri sadece Müslüman kimlikleri için değil, toprakları, dilleri ve elverişli bir hükümete sahip olma iddiasıdır. Böylece BOL referandum kampanyası, yurt dışındaki milliyetçilik anlayışlarını özgürce ifade etmenin bir aracı olarak da hizmet etmişti. Bu nedenle araştırmanın konusu din değil milliyetçiliktir. Bangsamoro mücadelesi sadece Müslüman kimlik mücadelesi ile sınırlı değildir. Ayrıca, Bangsamoro davası bir din davası değildir. Milliyetçilik kavramını kullanmak Bangsamoro halkının tüm şikayetlerini en iyi şekilde kapsamaktadır.

Daha önce de belirtildiği gibi, alt-milliyetçilik yeni bir milliyetçilik biçimidir. Alt-milliyetçilik, sınırlandırılmış bir bölgede (vatan) özyönetim hakkını iddia eden hareketleri ve siyasi partileri tanımlayan geniş bir kategoridir. Bu bölge, ister gerçek ister icat edilmiş olsun, farklı bir etnik/kültürel kimliğin ve paylaşılan geçmişin iddiasından türetilmiştir. Son derece belirsiz ve tutarsız olan özyönetim iddiası, kültürel haklardan toplam bağımsızlığa kadar uzanmaktadır (Beland ve Lecours, 2006). Geniş bir kategori olarak, belirli tarihsel, sosyal, politik ve ekonomik faktörler tarafından şekillendirilen çeşitli vakaları kapsar. Ortaya çıkışı gibi, bir alt-milliyetçiliğin gelişimi de büyük ölçüde

ulus devletin yapısının ve tepkilerinin önemli bir etkiye sahip olduğu ulusal bağlama bağlıdır. Tarihsel, politik ve ekonomik kaynaklar ve seçkinlerin rolü de (alt) 'ulusal' bir kimlik ve kitlelerin siyasi seferberliğinin oluşturulmasında belirleyicidir. Buna karşılık, tarihsel konjonktür ve uluslararası destek, alt-milliyetçi aktivizmini destekleyebilir veya engelleyebilir.

Modern dünyada, günlük etkileşimin çoğu sanal dünyada gerçekleşmektedir. İletişim, eğlence ve ticari işlemlerden modayı ve görüşleri etkilemeye kadar pek çok alanda sosyal medya önemli bir araç olduğunu kanıtlamış durumdadır. Bu öneminden dolayı bu çalışmada sosyal medyanın yerel siyasi kampanyalarda kullanımını incelenmiştir. Nitekim sosyal medya, siyasi parti mensuplarının politikalarını ifade edebilmelerine önemli bir rol oynarken (Colombo, 2018: 1) aynı zamanda siyasi çekişmeler için de yeni bir alan olarak hizmet etmektedir (Saka, 2018: 1).

1.2 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Küreselleşmenin etkisiyle gençler arasında psikolojik vatanseverlik ve ulusal kimlik anlayışında değişiklikler meydana gelmiştir (Rashid ve ark., 2017: 117). Bu çalışma, milliyetçiliğin bir sınırı olmadığı savından hareketle milliyetçiliğin kapsamını genişletmektedir. Teknolojik gelişmeler mekân ve zamanın ötesine geçerek insanların kimliklerini savunmalarına, siyasi faaliyetlere katılmalarına ve doğacak sonuçları etkilemelerine imkân sağlamaktadır. Bu çalışma, yeni ve güncellenmiş bir ifade biçimini yani dijital milliyetçiliği içermesi bakımından önemlidir. Nitekim günümüzde, çeşitli sosyal medya uygulamaları sayesinde insanlar milliyetçiliklerini ifade edebilir ve kimliklerini etkili bir şekilde tanıtabilirler.

Filipin Hükümeti ve MILF (Moro İslam Kurtuluş Cephesi) arasındaki barış görüşmeleri son yıllarda en başarılı barış görüşmelerinden biri olarak kabul edilir. Bu

başarıyı getiren birçok faktör vardır, fakat çalışmamız Bangsamoro’da dijital medyanın ve Bangsamoro gençliğinin Bangsamoro barış görüşmelerine ve alt milliyetçiliğe katkısını konu edinmiştir.

Sosyal medya kampanyalarının etkili olduğu ve insanları herhangi bir amaç uğruna harekete geçirebileceği yönündeki geniş iddiaya dayanarak, bu çalışmanın geniş amacı bu varsayım altındaki koşulları incelemektir.

Araştırma temelde aşağıdaki sorulara yanıt aramaktadır:

1. Bangsamorolu öğrencileri alt-milliyetçiliğine teşvik eden dijital faaliyetler nelerdir?
2. Hangi sosyal medya uygulamasını kullandılar?
3. Bu faaliyetleri ne sıklıkta yaptılar?
4. Bu faaliyetlerin ilham kaynağı nedir?
5. Bu faaliyetler neyi sembolize ediyor ve onlara ne ifade ediyor?
6. Bu faaliyetler alt milliyetçiliği teşvik etmede etkili midir?
7. Milliyetçiliğin bir ifade biçimi olarak bu dijital faaliyetler ne ölçüde ulus duygusu oluşturdu?

1.3 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLIKLARI

Araştırmada, Türkiye'deki Bangsamoro öğrencilerinin Bangsamoro Organik Yasası referandumu kampanyası ile ilgili dijital faaliyetleri incelenmiştir. Aralık 2018 ile Ocak 2019 tarihleri arasında Bangsamoro Organik Yasası'nın onaylanması için düzenlenen kampanyaya Türkiye'de farklı üniversitelerde okuyan elliden fazla Bangsamoro öğrencisi katılmıştır. Bu çalışma, söz konusu kampanya için bu öğrenciler tarafından yürütülen dijital desteğe odaklanmaktadır. Bu desteğin milliyetçiliğin bir ifadesi olduğu varsayılmaktadır. Milliyetçilik ifadelerinin çeşitli motivasyonları vardır.

Bir ulusun insanları üzerinde aidiyet duygusunu pekiştirme arzusu genellikle birincil motivasyondur. İnsanlar, vatan olarak nitelendirdikleri toprak parçasından uzakta olsalar bile, o vatanın kaderini tayin edecek olayların dışında kalmak istemezler.

Bu çalışmada ele alınan bir diğer konu Facebook, Instagram, Messenger, Twitter, Whatsapp, YouTube gibi sosyal medya uygulamalarındaki çevrimiçi etkinliklerdir. Zikredilen bu sosyal medya platformları Filipinler’de en popüler olanlarıdır. Filipinler’de internet kullanım şekli üzerine Labucay (2014) tarafından yürütülen bir araştırma, Filipinli yetişkinlerin %32’sinin internete erişmek veya e-posta göndermek ve almak için çevrimiçi olduğunu göstermektedir. Bu sayı, ülkenin öngörülen 59.8 milyon yetişkin nüfusundan 19.4 milyon kişiye eşdeğerdir.

NapoleonCat, dünyanın dört bir yanında bulunan ülkelerdeki sosyal medya kullanıcılarını ölçen en güvenilir sitelerden biridir. Ocak 2020’de, Facebook kullanıcı sayısı Filipinler’in tüm nüfusunun %68’ine tekabül eden 74.80.000’e ulaşmıştır. Siteden toplanan verilere göre kullanıcıların çoğunluğu %52,6’lık bir oranla kadınlardan oluşmaktadır. Ayrıca, en büyük kullanıcı grubunun (25.000.000) 18 ila 24 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Messenger, 28.700.000 ile en fazla kullanıcı sayısına sahip ikinci sosyal medya platformudur. Kullanıcıların %52,7’si kadındır. Instagram ise %63,7’si kadınlardan oluşan 14.759.000 kullanıcıya sahiptir. Her iki istatistik de Filipinler’de 18 ila 24 yaş aralığındaki bireylerin sosyal medya uygulamalarının en aktif kullanıcıları olduğunu göstermektedir.

İnsanların sosyal medya kullanımı konusunda bu kadar istekli olmalarının farklı nedenleri bulunmaktadır. Bunlardan en yaygın olanı fotoğraf, video, müzik ve benzeri çeşitli dijital içeriklerin üretimi ve tüketimi yoluyla eğlencedir. Diğer yaygın bir neden

iletişimdir. Sosyal medya, dünyanın herhangi bir yerine mesaj göndermenin en güvenilir ve en hızlı yollarından biridir. Dolayısıyla bir eğlence aracı olarak sosyal medya hem iş kurma ve büyütme alanını hem de bir ülkenin politik söylemlerini şekillendirmede önemli bir konuma sahiptir. Bugün kitlelere siyasi amaçlarla ulaşmada maliyetsiz ve kullanışlı bir araç haline gelen sosyal medyanın toplumsal eylemlerdeki rolü internet erişimi olan her ülkede tartışılır bir hale gelmiştir (Yunus, 2013: 3).

Milliyetçilik ve dijital faaliyet kavramlarının oldukça geniş anlamlara sahip olmaları nedeniyle çalışmada her iki kavram da daraltılmıştır. Bu çalışmada milliyetçilik, Türkiye’de yaşayan Bangsamoro gençliğinin kendi kimliklerini ifade ediş biçimleriyle, dijital faaliyetler ise Aralık 2018'dan Ocak 2019'ye kadar Bangsamoro Organik Yasası kampanyasıyla ilgili çevrimiçi faaliyetlerle sınırlandırılmıştır. Bu faaliyetler kişisel fikir ve yorumların fotoğraf, video gibi çevrimiçi içeriklerin üretilerek paylaşılmasıdır. Bunlar hem katılımcıların kişisel hesaplarında hem de çevrimiçi olarak yönettikleri sayfalarda bulunmaktadır. Facebook, Instagram, Messenger, Whatsapp ve Twitter gibi sosyal medya uygulamaları bu çalışma kapsamında yer almaktadır. Sosyal medya çeşitli amaçlar için kullanılırken, bu çalışmada sosyal medyanın kullanımı temel olarak BOL referandum kampanyası ile ilgili çevrimiçi etkinliklerle milliyetçiliği ifade etme aracıdır. Ayrıca dijital faaliyetlere katılan ve yurtdışında eğitim gören birçok Bangsamoro öğrencisi arasından çalışma katılımcıları, yukarıda belirtilen dönemde Türkiye'de okuyan öğrencilerle sınırlandırılmıştır.

1.4 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, araştırmacı nitel bir araştırma tasarımını benimsemiş ve bu çalışmanın hedeflerine ulaşmak için verilerin toplanmasında derinlemesine görüşme ve

odak grup tartişması yapmıştır. Görüşmeden ve odak grup tartişmalarından elde edilen bulgulardan tartişmayı zenginleştirmek için literatür taraması yapılmıştır.

Nitel araştırmalar, belirli kavramlar veya fenomenleri tanımlamak, yorumlamak, bağlamsallaştırmak ve içgörü elde etmek için en iyi yöntemdir. Bir araştırmacının gözleminin eksiksiz ve ayrıntılı bir tanımını oluştırmaya yöneliktir (Macdonald & Headlam, 2008: 9). Nitel yöntem, tahminler ve/veya nedensel açıklamalar vermek yerine, toplanan verilerin bağlamsallaştırılmasını ve yorumlanmasını sağlar. Bu tür bir araştırma yöntemi özneldir ve daha az sayıda dikkatle seçilmiş yanıtlayıcı gerektirir. Bu durumda, nitel yöntem araştırmacıların çalışılan konu hakkında zengin ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmalarını sağlar.

Bu çalışmaya katılanlar, Türkiye'nin farklı üniversitelerinde lisans veya yüksek lisans programlarına kayıtlı öğrencilerdir. Katılımcıların seçiminde dikkat edilen en önemli husus, Türkiye'de kalış süreleridir. Tüm katılımcılar en az bir yıldır Türkiye'de yaşayan ve Bangsamoro organik Yasası'nın yürürlüğe girmesi için yapılan oylama sırasında Türkiye'de bulunan kişilerden seçilmiştir. Katılımcıların seçiminde, çalışmanın hedeflerine ulaşmayı amaçlayan önceden seçilmiş bir kritere dayanarak belirlendiği amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Bu çalışmada, birincil veri toplama aracı olarak bir derinlemesine görüşme ve odak grup kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış bir görüşme anketinin ardından araştırmacı, her katılımcıyla yüz yüze görüşmeler yapmıştır. Araştırmacı, görüşmeler sırasında yanıtları not almış ve katılımcılardan izin aldıktan sonra röportajları kaydetmiştir. Ses kayıtları, araştırmacının verileri eksiksiz bir Şekilde toplamasını kolaylaştırmak amaçıyla alınmıştır.

Derinlemesine görüşme sayesinde yapılan görüşmelerden elde edilen veriler araştırmacının çalışmasındaki eksik veya belirsiz kısımları netleştirmesine izin verir. Ayrıca, katılımcıların duyguları, kişisel algıları ve görüşleri hakkında da ayrıntılı bilgi edinme imkânı sunar.

Derinlemesine görüşme yöntemini kullanmanın birçok avantajı vardır. Görüşmeciler, özellikle hassas konularla ilgili olarak daha anlayışlı yanıtlar üreterek kendilerini daha rahat hissetmelerini sağlamak için katılımcılarla uyum sağlayabilirler. Ayrıca, görüşmeciler daha derin bir anlayış kazanmak için ton ve kelime seçimindeki değişiklikleri izleyebilirler. Ve eğer derinlemesine görüşme yüz yüze ise, araştırmacılar beden diline de odaklanabilirler.

Görüşme tekniklerinin Sosyal Bilimlerde kullanım oranlarının artmasının yanı sıra sosyolojide kullanımı da oldukça fazladır. Görüşme tekniği, sosyal bilimlerde en çok kullanılan araştırma tekniklerinden biridir. Briggs'in de belirttiği gibi, görüşme tekniği bireylerin deneyimleri, tutumları, görüşleri, şikayetleri, duyguları ve inançları hakkında etkili bir şekilde bilgi edinmeyi sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 119).

Görüşmeye ek olarak, bu çalışma aynı zamanda veri toplamada odak grup tartışması kullanmıştır. Odak grup tartışması, bir araştırmacının belirli bir konuyu tartışmak için bir grup bireyi bir araya getirerek, ılımlı bir etkileşim yoluyla katılımcıların karmaşık kişisel deneyimlerinden, inançlarından, algılarından ve tutumlarından yararlanmayı amaçladığı bir tekniktir (Cornwall ve Jewkes, 1995; Hayward, Simpson ve Wood, 2004;). Odak grup tartışmasını kullanmanın en zorlayıcı nedeni, kolektif görüşleri gerektiren bir araştırma konusu ve bu görüşlerin ardında yatan anlamlar (deneyimleri ve inançları dahil) hakkında tartışma veya münazara üretme ihtiyacıdır (Harisha & Padmavathy, 2013; Mfunne, 2013; Wibeck, 2011).

Odak grup tartışması tekniğinin yaygın kullanımı, özellikle 1980'lerde akademik sosyal bilimlerdeki “odak gruplarla aktif deneyler” in yükselişi ile yakından bağlantılıdır (Morgan, 2002). Sosyologlar ve psikologlar bu yöntemi 1940'lardan beri kullandılar (Merton, Fiske ve Kendall, 1956). Odak grup tartışması, katılımcılar ile yapılan araştırmalarda “umut verici bir alternatif” olarak algılanmaktadır (Morgan, 1996).

Görüşme ve odak grup tartışmalarından elde edilen tüm veriler içerik ve tematik analiz kullanılarak tahlil edilmiştir. İçerik analizi ile katılımcıların cevaplarında yer alan kelimeler, cümleler ve cümlelerin anlamları kategorize edilerek tartışılmıştır. Tematik analiz ile de katılımcı yanıtları kodlanmış ve derinlemesine betimlemeler yapılmıştır.

2. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırma sorularına verilen cevaplar ekseninde araştırmanın bulguları irdelenecektir. Araştırma bulguları, araştırma sorularının kategorize edilmesi göz önünde bulundurularak ele alınacaktır. Bu çerçevede araştırma bulguları, katılımcıların demografik bilgileri, sosyal medya faaliyetleri ve bu faaliyetlerinin etkileri ekseninde incelenecektir.

2.1 KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde, katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim ve Türkiye'de kalış süreleri açısından sosyo-demografik profili ile ilgili bilgiler sunulmaktadır.

Tablo 1.1, katılımcıların çoğunun gençlik çağında olduğunu göstermektedir. Bu çağ, kişinin artık bir çocuk olmadığı, aynı zamanda henüz bir yetişkin olarak da kabul edilmediği bir aşamayı yansıtır. 20, 23 ve 24 yaşlarında, her biri toplamın yüzde on dördünü (%14) oluşturan yirmi bir kişi bulunmaktadır. Statista tarafından 2019 yılında yayınlanan sosyal medya kullanıcılarının küresel istatistikleri de bu gözlemi desteklemektedir. Web sitesinde, 18-24 yaş arası kullanıcılar dünya çapındaki toplam

kullanıcıların %18'ini oluşturmaktadır. 25-34 yaş aralığında %32 olan oran, bu yaş grubunu dünya çapında sosyal medya kullanımının en yaygın olduğu grup haline getirmektedir. Bu yaş grubu, Türkiye'deki farklı üniversitelerde çoğunlukla lisans ve yüksek lisans eğitimi alan öğrenciler olarak statüleriyle uyumludur.

• Tablo 1 Katılımcıların Yaşı

Yaş	Sayı	Yüzde
18	3	6
19	2	4
20	7	14
21	4	8
22	2	4
23	7	14
24	7	14
25	6	12
26	3	6
27	2	4
28	3	6
30	2	4
31	1	2
40	1	2
Toplam	50	100

Araştırmacı, katılımcıların dengeli bir cinsiyet dağılımına sahip olmalarını sağlamaya ekstra özen göstermiştir. Bu çalışmada erkek ve kadın katılımcılar arasındaki yüzdelerdeki fark, erkek sosyal medya kullanıcılarının kadınlardan daha fazla olduğu sonucunu doğurmamaktadır. Bu fark, Bangsamoro bölgesinden hatta Filipinler'den Türkiye'ye eğitim görmek için gelenlerin çoğunluğunun erkeklerden oluşmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 2 Katılımcıların Cinsiyeti

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Erkek	27	54
Kadın	23	46
Toplam	50	100

Tablo 1.3, katılımcıların ağırlıklı olarak İstanbul, Konya, Eskişehir ve Ankara'da yaşadığını göstermektedir. Global Academia (2020) tarafından yayınlanan bir makalede, İstanbul, Asya ve Avrupa yakasına dağılmış altmış iki üniversite ile Türkiye'nin en ünlü ve en iyi öğrenci şehri olarak seçilmiştir. Türkiye'deki üniversitelerin %29'una ev sahipliği yapan İstanbul'u sırasıyla Ankara, İzmir ve Antalya takip etmektedir.

- Tablo 3 Katılımcıların Türkiye'de Üniversite Okudukları Şehirler

Şehirler	Sayı	Yüzde
Adana	1	2
Ankara	4	8
Antalya	1	2
Bursa	3	6
Eskisehir	5	10
Isparta	1	2
Istanbul	18	36
İzmir	1	2
Kocaeli	1	2
Konya	8	16
Kayseri	3	6
Sakarya	2	4
Samsun	1	2
Trabzon	1	2
Toplam	50	100

Bu araştırmaya katılanların çoğu, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Türkiye burslusudur. Birkaçı ise UDEF (Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu) ve İHH (İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı) gibi eğitim bursu veren diğer kurumlar tarafından desteklenmektedir. Öğrencilerin hangi üniversitede

eğitim alacakları, esas olarak onlara burs veren kurumlar tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle, bu bölümdeki bulgular katılımcıların kişisel tercihlerini yansıtmamaktadır.

• Tablo 4 Katılımcıların Türkiye'de Bulunma Süreleri

Yıl	Sayı	Yüzde
1	0	0
2	25	50
3	9	18
4	7	14
5	7	14
6	1	2
7	0	0
8	1	2
Toplam	50	100

Tablo 1.4, araştırmaya katılanların yarısının (%50) Türkiye'de sadece iki yıl kaldığını göstermektedir. Bu, öğrencilerin ülkeye 2018 yılında geldikleri anlamına geliyor. Dokuz katılımcı (%18) üç yıl kalmış ve yedi katılımcı (%14) Türkiye'de dört ila beş yıl kaldıklarını belirtmiştir. Katılımcılardan iki kişi Türkiye'de beş yıldan fazla kalmıştır.

Türkiye'de üniversite eğitimini tamamlamak genellikle dört ila beş yıl sürer. Ancak uluslararası öğrencilerin Türkçeyi öğrenebilmeleri için dil hazırlık okulunu tamamlamaları gerektiğinden bu süreye bir yıl daha eklenmektedir. Bunu takiben, Türkiye'de uluslararası bir öğrencinin bir dereceyi bitirebilmesi için en az altı yıl kalması beklenir. Sadece bir kişi (%2) Türkiye'de ortalama kalış süresinden daha uzun süre bulunduğunu belirtmiştir.

2.2 SOSYAL MEDYA FAALİYETLERİ

Bu bölüm iki kısma ayrılmıştır. Birinci bölüm, öğrencilerin günlük ve düzenli olarak sosyal medya kullanımlarını ölçmek için yaptıkları düzenli sosyal medya

etkinliklerini ele almaktadır. Katılımcılardan kullandıkları sosyal medya uygulamalarını hangi amaçla kullandıklarını ve kullanım sürelerini belirtmeleri istenmiştir. İkinci bölümde, katılımcıların BOL referandumu ile ilgili çevrimiçi faaliyetlere katılım düzeyleri yer almaktadır.

2.2.1 Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal medya uygulamaları, telefon veya tablete indirilebilen ve saklanabilen veya internet tarayıcısı üzerinden erişim sağlanabilen uygulamalardır. Sosyal medya uygulamaları genellikle mesajlaşma, fotoğraf paylaşımı ve etkileşimli içerikleri ihtiva etmektedir. Sosyal medya uygulamalarının dâhil olduğu birden fazla kategori vardır (Doyle, 2014). Bu uygulamalar, yerel sosyal medya uygulamaları ve web sosyal medya uygulamaları olmak üzere iki temel kategoriye ayrılır. Her iki kategoride yer alan uygulamalar aynı şekilde çalışıyor olsa da yerel sosyal medya uygulamaları daha yaygındır ve genellikle birçok sosyal medya kullanıcısının mobil cihazında mevcuttur.

Sosyal medya, insanların kullanım şekillerine göre on türe ayrılmaktadır (Curtis, 2017). Bunlar: sosyal ağlar, medya paylaşım ağları, tartışma forumları, yer imi ağları, tüketici inceleme ağları, blog ve yayıncılık ağları, ilgi alanına dayalı ağlar, sosyal alışveriş ağları, paylaşım ekonomisi ağları ve anonim sosyal ağlar.

Katılımcılar tarafından belirlenen sosyal medya uygulamaları listesinde Facebook, Instagram, Tiktok, Snapchat, Twitter, WhatsApp, Telegrams, IMO, Messenger, Gmail ve Yahoo gibi sosyal ağların ve medya paylaşım ağlarının olduğu görülmektedir. Kullanılan sosyal medya uygulamaları ile ilgili bir katılımcı (Katılımcı 34) şunları paylaşmıştır:

“Şu anda WhatsApp, Messenger, YouTube ve Facebook gibi uygulamaları kullanıyorum. Ama Facebook benim için en iyisi. Çünkü evrende, özellikle de anavatanımızda neler olup bittiğini anlamama yardımcı oluyor. Facebook üzerinden her şeyi paylaşabilirim.”

Tüm katılımcılar Facebook kullanılmaktadır. Bunu WhatsApp, Instagram, Gmail, Twitter ve YouTube takip etmektedir. Facebook, sosyal medyanın kralı olarak kabul edilmektedir ve dünya genelinde en çok sayıda aktif kullanıcıya sahip platformdur (LeadGenera, 2020; Curtis, 2017; Cosenza, 2020). Facebook, kullanıcılarının dünyanın her yerindeki arkadaşları, ailesi ve tanıdıklarıyla bağlantı kurmalarına olanak tanımaktadır. Her gün artan kullanıcı sayısı ile Facebook sosyalleşmek, fikir paylaşımı yapmak ve herhangi bir nedenle insanlarla etkileşim kurmak için ideal bir platformdur. Facebook, Instagram ve WhatsApp gibi diğer büyük sosyal medya uygulamalarını satın alarak sosyal medya uygulama dünyasındaki hâkimiyetini pekiştirmiştir. Bu konu hakkında bir katılımcı (Katılımcı 04) aşağıda yer alan ifadeleri kullanmıştır:

“Facebook, Instagram ve Twitter kullanıyorum. Twitter'ı nadiren ve sadece haberleri okumak için kullanırım. Facebook'ta bazı sorunları okuduğumda, Twitter'da kontrol ediyorum. Facebook'u Filipinler'de ünlü olduğu için ve mesajlaşma özellikleri için kullanıyorum. Filipinler'deki ailemle iletişim kurmak için Facebook'a ihtiyacım var. Ayrıca, özellikle Türkiye'deki meslektaşlarımla iletişim kurmak için Whatsapp'ım var”.

Katılımcılar tarafından en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook'u WhatsApp ve Instagram'ın takip etmesi şaşırtıcı değil. Sadece dört kişi WordPress gibi bloglama ve yayınlama ağlarını kullanmaktadır. Aynı zamanda sosyal ağlar kategorisine giren ancak ağırlıklı olarak iş ve istihdam odaklı bir web sosyal medya uygulaması olan LinkedIn de kullanılmaktadır. Ayrıca katılımcılardan sadece iki kişi kısa video paylaşım platformu olan Tiktok'u kullanmaktadır.

2.2.2 Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Gençlerin elde edebilecekleri faydalar sosyal medya alışkanlıklarını yönlendirmektedir. Ancak yaş aralıkları da hangi kanallara çekildikleri konusunda etkin rol oynayabilmektedir. Katılımcıların iletişim, bilgi kaynağı, eğlence, dünyadaki güncel

olaylardan haberdar olmak, ise dersler için kaynak elde etmek amacıyla sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır. Katılımcılardan biri (Katılımcı 29) sosyal medyayı kullanma amacı ile ilgili şu paylaşımda bulunmuştur:

“Facebook, İnstagram, WhatsApp, YouTube, Gmail, Tiktok ve Messenger kullanıyorum. Temel olarak aile ve arkadaşlarla iletişim kurmak için, bazen eğlence için bazen de sosyalleşmek için kullanıyorum. Okulda anlayamadığım dersler olduğunda YouTube'dan da bazı videolar izliyorum.”

Bunun yanında birkaç katılımcı sosyal medyayı ifade, sosyalleşme, savunuculuk ve iş aracı olarak kullandığını belirtmiştir. Bağlantılar veya ağ oluşturma, çevrimiçi alışveriş, araştırma ve haberleri doğrulamak için sosyal medyayı kullananların oranı ise her biri için %2'dir.

Facebook, Twitter, LinkedIn, WhatsApp ve diğerleri gibi sosyal ağlar, insanların çevrimiçi olarak dünyayla hızlı bir şekilde bağlantı kurmalarını sağlayan platformlardır. Facebook ve Messenger gibi sosyal medya uygulamaları Türkiye'de okuyan ve memleket hasreti çeken Bangsamoro öğrencilerinin aileleri ile kolay bir şekilde iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Kullanıcılar, bu platformlar sayesinde yeni birileriyle tanışabilir, herhangi bir etkinliğe katılabilir veya aile üyelerinin önemli olaylarına iştirak edebilirler. Sosyal medya uygulamalarının sunduğu bu avantajlar, ailelerinden kilometrelerce uzakta yaşayan kimseler için oldukça caziptir.

Whatsapp, alternatif bir mesajlaşma platformu olarak en fazla kullanıcı sayısına sahip uygulamalardan biridir. Messenger, WhatsApp, Telegram, IMO ve hatta Gmail ve Yahoo gibi sosyal medya uygulamaları iletişim için kullanılan araçlardır. İnsanların bu uygulamaları kullanmalarındaki birincil sebep, mevcut arkadaşları ile irtibatta kalmak, eski arkadaşları ile de yeniden bağlantı kurmaktır. Bu platformlar sayesinde, sıradan bir

kullanıcı bile artık sadece arkadaşlarıyla değil, aynı zamanda kamu figürleri ve ünlüler de dâhil olmak üzere dünyadaki herhangi bir kişiyle bağlantı kurabilmektedir.

Sosyal medya uygulamaları, kullanıcılarının güncel olaylarla ilgili bilgilere ve yeniliklere anında erişmelerine imkân sunmaktadır. Twitter ve Facebook, tüm dünyada olup bitenler ile ilgili güncellemelere erişmek için bir numaralı merkezdir, çünkü televizyon ve gazete ajansları gibi pek çok kitle iletişim aracı dahi artık kendi Facebook ve Twitter hesaplarına sahiptir. American PressInstitute tarafından yapılan bir araştırmaya göre, katılımcıların yüzde 88'i Facebook'tan, yüzde 83'ü YouTube'dan ve yüzde 50'si Instagram'dan haber almaktadır. Bu uygulamaların bir avantajı, insanların gerçek zamanlı olarak etkileşimde bulunabilmeleri, her bir habere tepki verebilmeleri ve başkalarıyla etkileşime girebilmeleridir.

Sosyal medya, insanların geleneksel haber platformlarında mümkün olmayan tartışmalara katılma ve karşıt görüşleri keşfetme imkânı sunar. Bunun dışında, sosyal medya kullanıcıları da kendi içeriklerini oluşturarak, medya kuruluşlarının bildiremediği yerel haberleri dünya çapında daha geniş kitlelere ulaştırabilirler. Nitekim her sosyal ağ, artık birer haber platformu haline gelmiştir.

Araştırma sırasında bazı görüşmeler korona virüs pandemisi döneminde yapılmıştır. Salgının yayılımını yönetmek için bir önlem olarak, birçok eğitim kurumu Koronavirüsün oluşturduğu sağlık riskiyle başa çıkmak için çevrimiçi eğitim vermek durumunda kalmıştır. Bu nedenle, bu bölümde dikkat çekici bir diğer bulgu, katılımcıların neredeyse dörtte birinin sosyal medyayı, özellikle de YouTube'u dersleri için ek bir kaynak olarak kullanıyor olmalarıdır. YouTube'da bulunan kanallarda neredeyse her alanda çeşitli konuları ayrıntılı olarak ele alan eğitim içerikleri mevcuttur. Bu kanallar hem akademisyenler hem de öğrenciler için tasarlanmıştır. Ayrıca, bazı üniversitelerin

ders materyallerini öğrencileriyle paylaşmak için GoogleMeet gibi sosyal ağları zaten kullandıkları bilinmekteydi. Şimdi ise, pandemi ile birlikte, çevrimiçi sınıf uygulamaları yaygınlık kazanmıştır.

Ayrıca, katılımcılar sosyal medyayı fikir ve görüşleri ifade etmek için bir çıkış yolu, sosyalleşmenin sanal bir uzantısı ve savunuculuk platformu olarak kullandıklarını da ifade etmişlerdir. Son olarak, sosyal medya, kullanıcılarının olayları, hikâyeleri ve haberleri anında başkalarıyla paylaşabilmelerini mümkün kılmaktadır. Nitekim herhangi bir sosyal ağda kullanıcılar, ifade etmek istediklerini, hissettiklerini, herhangi bir şey hakkındaki fikirlerini istedikleri şekilde dile getirme özgürlüğüne sahiptir. Sosyal medyayı kullanma nedenini bir katılımcı (Katılımcı 38) şöyle açıklamıştır:

“Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp ve Gmail kullanıyorum. Bunlar esas olarak eğlence, haber, bilgi almak yanında eğitim veya istediğim her şeyi paylaşmak için kullandığım bir platformlardır.”

2.2.3 Sosyal Medyada Harcanan Ortalama Süre

Küresel veriler, sosyal medyanın yaklaşık üç milyardan fazla insanın günlük yaşamının bir parçası olduğunu ortaya koymaktadır. Dünya çapında internet kullanıcıları her gün sosyal medya sitelerinde ortalama 144 dakika harcamaktadır. Filipinler’in bu sıralamada en üstte olduğu ve kullanıcıların sosyal medyada günde ortalama 3 saat 53 dakika harcadığı bildiriliyor.

Tüm katılımcılar günlük olarak sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Veriler, kullanım saatleri aralıklarına göre düzenlenmiştir. Katılımcıların çoğunun gün içinde sosyal medyada geçirdikleri süre en az üç ila dört saat arasındadır. Bunu beş ila altı saat, yedi ila sekiz saat ve on iki saatten fazla kullananlar takip etmiştir. Bir katılımcı (Katılımcı 15), sosyal medyada geçirdiği ortalama süreyi şu sözlerle ifade etmiştir:

“Günlük ortalama sekiz saat sosyal medya kullanıyorum. Bir sürü uygulamam var. Ve böylece günümün çoğunu sosyal medyada geçiriyorum.”

Çalışmamız sonucunda elde edilen bu veriler, dünyadaki ortalama sosyal medya kullanım süresi ile de tutarlıdır. Mobil cihazların artan kullanımı, sosyal medyanın benzeri görülmemiş şekilde büyümesinin arkasındaki en büyük güçlerden biridir. Küresel internet kullanıcılarının %80'i mobil cihazlar aracılığıyla sosyal medya platformlarında yer almaktadır. Dikkat çeken faktörlerden biri de akıllı telefonlarda bulunan kamera özelliği sayesinde insanların çektikleri fotoğraf ve videoları sosyal medyada anında paylaşabilmeleridir. (Henderson, 2020).

2.3 SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI ÜZERİNDEN KAMPANYA

Siyasi kampanyalar, vatandaşların siyasi görüşlerini ifade ettikleri ve bu görüşleri siyasal yetkililere ilettikleri her türlü faaliyeti kapsamaktadır. Son on yılda geliştirilen en yenilikçi siyasi kampanya biçimleri çevrimiçi iletişim araçlarının kullanımına dayanmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medyanın politik alandaki kullanımını tespit etmeyi amaçlayan çalışmaların çoğunda siyasi kampanyaların olumlu etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmış olsa da bilimsel literatürde, çevrimiçi iletişimin vatandaşların sivil ve siyasi yaşantısı üzerindeki etkisi konusunda henüz bir fikir birliği yoktur. Bu bölümde, Aralık 2018 ile Ocak 2019 arasında BOL referandumu için düzenlenen kampanyaya destek veren katılımcıların çevrimiçi faaliyetleri ile ilgili bulgular özetlenmiştir.

Birden fazla çevrimiçi faaliyette bulunduğunu belirten katılımcıların yarısından fazlasının ana faaliyetlerinin Bangsamoro mücadelesi ve BOL ile ilgili yayınları paylaşmak olduğu görülmüştür. Sadece üç katılımcı, çevrimiçi olarak mevcut olanı paylaşmak yerine BOL hakkındaki fikirlerini, görüşlerini ve düşüncelerini

yayınladıklarını söylemiştir. Bunu, "BOL'a Evet" yazan afişler ve afişleri tutarken çekilmiş fotoğraflarını yayınladıklarını belirtenler takip etmiştir. Katılımcılar, diğer ülkelerden gelen güçlü desteği göstermek amacıyla çektikleri fotoğraflara diğer ülke vatandaşlarını da dâhil etmişlerdir. Bir katılımcı (Katılımcı 07) bu faaliyetlerle ilgili şöyle demiştir:

“Evet, kampanya için bir reklam yaptık. Yabancı arkadaşlarımla konuştum, onlara Bangsamoro hakkındaki görüşümü açıkladım, ”BOL'a Evet” yazan afişi tutan bir fotoğraf çekmesini istedim ve bunu sosyal medya uygulamama yükledim. Bu paylaşım, sıradan paylaşımlarıma kıyasla daha yüksek bir beğeni aldı.”

Diğer ülke vatandaşları, katılımcıların kendi üniversitelerinden arkadaşları ve tanıdıklarıydı. Çok azı, bir istek üzerine, afişlerle fotoğraf çekilmeyi kabul eden yabancılardı. Katılımcıların yürüttükleri faaliyetler arasında turistik yerlere giderek hazırladıkları afişleri ve afişleri tutanları fotoğraflamak da yer almaktadır. Çekilen fotoğrafları sosyal medya hesaplarına göndermeden önce slayt ve video şeklinde derleyen katılımcıların oranı on kişidir. Katılımcılardan biri (Katılımcı 06), BOL'u desteklediklerini gösteren afişleri tutan yabancı uyruklu kişilerin yayınlanan fotoğraflarının anavatandaki Bangsamoro'nun moralini yükselttiğini ifade etmiştir.

“Ben ve arkadaşlarım, çevrimiçi olarak binlerce takipçi kazanan ‘Barış Savunucuları’ ve ‘BOL'a EVET’ gibi birkaç Facebook sayfası oluşturduk. Bu Facebook sayfalarının amacı, BOL'un gerçekte ne olduğunu, içeriğini ve neden referandum yapmamız gerektiğini insanlara anlatmaktır. Ayrıca referandumu desteklemeyenlerin bakış açısını değiştirmeyi amaçlıyor. İçeriği referanduma aykırı olan Facebook sayfalarının varlığından haberdarım. Bu sayfalar aracılığıyla, BOL'u gerçekte kaç kişinin desteklediğini gösterebildik. Tüm bunları gönüllü olarak yaptık ve online olduğu için fazla bir harcama yapmadık. Facebook'u kullanıyoruz, çünkü bunun Filipinler'de en çok kullanılan platform olduğunu biliyoruz.”

Desteği güçlendirmek ve BOL hakkında daha fazla farkındalık oluşturmak için, bazı katılımcılar BOL kampanyasına adanmış kendi Facebook sayfalarını

oluşturmuşlardır. Bu sayfalar büyük bir takipçi kitlesi kazanmış ve kampanya dönemi boyunca aktif olmuştur. Sayfalar metin, grafik resimler, kısa ve uzun video prodüksiyonları, hatta BOL'u destekleyen kişilerin yerel ve ulusal röportajlarını içermektedir. Katılımcılar, bu sayfalarda yer alan içeriklerin hepsinin orijinal olmadığını, bazı gönderilerin kampanyayı desteklediğini bildikleri kişilerin hesaplarından alındığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların BOL hakkında daha fazla çevrimiçi içerik okuyarak, #YESTOBOL etiketini kullanarak, Facebook'taki profil resmini BOL çerçevesiyle değiştirerek ve çevrimiçi olarak da yayınlanan bir slogan oluşturarak daha az etkileşimli bir yaklaşımı benimsemiştir.

Katılımcıların çoğu, sıralanan faaliyetlerin birden fazlasını gerçekleştirmiştir. Bununla birlikte, hepsi zaten bir sosyal medya hesabına sahip olsa da bu süreçte hesaplarını farklı bir amaç için kullandıklarını kabul etmişlerdir. Dolayısıyla sosyal medya platformları, kendileri için son derece önemli olan bir amacı gerçekleştirmek adına bir araca dönüşmüştür.

İlginçtir ki, afişler oluşturmak ve turistik yerlere gitmek gibi gerçek faaliyetler, katılımcıların yayınladığı çevrimiçi içeriğe büyük ölçüde katkıda bulunmuştur. Çevrimiçi gerçekleşen bu kampanyaya destekler gerçek faaliyetler yürütülerek yapılmıştır.

2.3.1 Sosyal Medya Kampanyası Yürütmek İçin En İyi Zaman

2008'de yapılan ABD seçimlerinde sosyal medya uygulamaları sonuçlar üzerinde önemli etkilere neden olmuştur. Bu tarihe kadar, kampanyalar için bu denli geniş kapsamlı, demokratik ve uygun fiyatlı yerleşik bir kamu platformu yoktu. Sosyal medya ağlarının aktif kullanıcıları birçok siyasi kampanya lehine faaliyet yürütmüş ve sosyal

medyanın bir kampanya aracı olarak popülaritesi ve etkisi son on yılda oldukça artmıştır. Böylece sosyal medyada yürütülecek bir kampanyanın zamanlaması başarısını büyük ölçüde etkileyecek bir öneme sahip olmuştur.

Bu bölümde katılımcıların BOL referandumu kampanyasını yürütmeye ne zaman başladıkları net bir şekilde tespit edilse de çevrimiçi etkinliklerinin gerçekleştiği zaman belirlenememiştir. Katılımcılardan bazıları BOL ve Bangsamoro ile ilgili çevrimiçi faaliyetlerinin Aralık 2018'deki resmi kampanyadan önce; bazıları ise barış görüşmelerinin ilk aşamasında, 2012'den bu yana başladığını belirtmiştir. Bununla birlikte, katılımcıları oluşturan büyük çoğunluk girişimlerinin kampanya döneminde, özellikle de Aralık 2018 ile Ocak 2019 arasındaki dönemde başladığını bildirmiştir. Ve bir katılımcıya (Katılımcı 02) göre:

“BOL kampanyasının zirvesinde kampanyaya başladığımı düşünüyorum. Elbette bir Bangsamoro olarak bunu desteklediğimizi göstermemiz gerekiyor. Sanki bunu yapmak için bir baskı var. Bir önceki BBL'nin yasa olarak geçmediğini hatırlıyorum. Bu sefer, onaylanması ve başarılı olması için kampanyaya katılma ihtiyacı hissettim.”

Az sayıda katılımcı, Türkiye'ye gelmeden önce Bangsamoro halkının tarihi ve kendi kaderini tayin etme mücadelesi hakkında çok az bilgiye sahip olduğunu itiraf etmiştir. BOL yasasının onaylanma süreci ile aynı zamanda Türkiye'ye gelen bu katılımcılar için Bangsamoro ve BOL ile ilgili çevrimiçi içerikler Bangsamoro ve BOL hakkında daha fazla bilgi edinmenin bir yolu haline gelmiştir. Bir bakıma yürüttükleri bu faaliyetler, köklerini tanıma çabalarının bir parçasıdır ve bu çaba çevrimiçi kampanyaya aktif katılımlarını hızlandırmıştır. Bir katılımcının (Katılımcı 17) paylaştığı gibi:

“BOL'a ilgim Türkiye'ye geldiğimde başladı. Vatanda olduğum zamana göre ülkemle ilgili daha fazla bilgilendim. Oradayken neredeyse hergün fiziksel ve daha kişisel olarak olaylarla ilgileniyordum. Bu yüzden

çevrimiçi kampanya üzerinde çalışmaya gerek yoktu. Burada ise çabalarımızı sosyal medya aracılığıyla kanalize ediyoruz, böylece en azından hala mücadelenin bir parçası olduğumuzu hissedebiliyoruz.”

2.3.2 Çevrimiçi Kampanya Yürütme

Katılımcıların kampanya süresince tek başına mı yoksa bir grup ile mi çalıştıklarına dair veriler bu bölümde kategorize edilmiştir. Katılımcılardan otuz beş kişi çalışmalarını Bangsamoro öğrencileriyle birlikte, on iki kişi ise tek başına yürüttüğünü belirtmiştir. Katılımcıların kampanya için yaptıkları çevrimiçi etkinliklerle ilgili sonuçlar da bu bulguları desteklemektedir. Örneğin; afiş ve afişlerle fotoğraf çekerek kampanyaya destek olan katılımcılar ile Türkiye'nin turistik yerlerine gidenler aynı grupta yer almaktadır. Bir katılımcıya (Katılımcı 44) göre:

“Bulduğum şehirde iki Moro öğrencisi ve Moro olmayan bir kişiden oluşan grupta çalıştım. Kampanyayı destekleyen yabancı arkadaşlarım da vardı..”

Tablo 3'te gösterildiği gibi, bazı katılımcılar öğrenim gördükleri şehirde bulunan tek Bangsamoro öğrencisidir. Bu bölümdeki bulgu, bu verileri desteklemektedir. Ancak, bu, kampanyada tek başına çalıştığını iddia edenlerin hepsinin şehirlerinde yalnız olduğu anlamına gelmez. Bazıları bir grup çalışması içinde yer almayı tercih etmediği için tek başına faaliyet yürütmüştür. Bununla birlikte, katılımcıların tüm çalışmaları birbirleriyle ilişkilidir ve ister tek ister grup içinde olsun diğer öğrencilerin çalışmaları desteklenmiştir.

2.3.3 Çevrimiçi Kampanyanın Referandum Ve Katılımcılar Üzerindeki Etkileri

Dünya çapında, sosyal medyanın yaygınlığı demokrasi üzerinde dönüştürücü ve bazen olumsuz olduğu düşünülen bir etkiye sahiptir. Şüphesiz Facebook, Twitter, Instagram ve Whatsapp'ın kamusal söylem üzerinde radikal bir etkisi vardır. Bu platformlar bir yandan özellikle marjinalleşmiş gruplar için siyasi katılımı büyük ölçüde

artırma kapasitesine sahipken öte yandan muhalefeti susturmak, dezenformasyonu yaymak ve toplumsal kutuplaşmayı körüklemek için de kullanılabilirler. Bu bölümde, çevrimiçi kampanyanın referandum ve katılımcılar üzerindeki çeşitli etkileri analiz edilmiştir.

Katılımcıların çevrimiçi faaliyetlerin etkilerine ilişkin verdikleri yanıtlar, o sırada devam eden BOL referandumu kampanyasıyla ilgili olarak değişkenlik göstermiştir. Verilen yanıtlar, iki ana temayı ortaya çıkarmıştır: İlki, çevrimiçi içerikleri gören insanlar üzerindeki etkiler. İkincisi ise, etkinliğin kendileri üzerindeki etkileridir. Katılımcıya (Katılımcı 10) göre:

“İyi etkileri var. Bangsamoro topluluğunu ve hatta Bangsamoro referandumu ile ilgili faaliyetleri bilmeyen birçok insana farkındalık kazandırdı. Sosyal medyadaki becerilerim gelişti ve işlerin çevrimiçi olarak nasıl çalıştığını öğrendim. Ayrıca konu ile ilgili daha fazla bilgi sahibi oldum. Çünkü sosyal medyada bir sayfayı yönettiğimden beri Bangsamoro'da neler olup bittiği hakkında daha fazla şey öğrendim.”

Yürütülen faaliyetlerin diğer insanlar üzerindeki etkileri hususunda, katılımcıların BOL kampanyasına dair farkındalığının ve bilgi yayılımının arttığını, gönderilerin beğeni ve paylaşım yoluyla kayda değer tepkiler aldığını, gönderilere yapılan yorumlar yoluyla olumlu geribildirim yapıldığını, BOL için destek ve sempati sağlandığını, BOL hakkında bilinen pek çok yanlış bilginin düzeltildiğini ve BOL referandumunun çevrimiçi popüler bir konu haline geldiğini bildirmiştir.

Çevrimiçi faaliyetlerin kişisel etkileri hakkında ise, katılımcılar BOL ve Bangsamoro hakkında daha fazla bilgi edinmek için ilgilerinin arttığını, yurtdışında, özellikle de Türkiye'de Moro kimliğinin tanınmasını sağladığını belirtmiştir. Bir katılımcı, bu faaliyetlerin, sosyal medya yönetimi ile ilgili becerilerinin gelişmesine yardımcı olduğunu söylemiştir. Elli katılımcı arasından sadece bir kişi, BOL için

yürütülen bu desteğin doğrudan bir sonucu olarak bazı arkadaşlıklarının bozulması gibi kişisel olarak olumsuz bir etki gördüğünü belirtmiştir. Aslında, bir katılımcıya (Katılımcı 39) göre;

“Çevrimiçi faaliyetler diğer insanları, BOL'un gerçek içeriği, referandumda niçin yer almaları gerektiği ve nihayetinde oy kullanmalarını sağlamak adına teşvik eder.”

Başka bir katılımcı (Katılımcı 22) şunları ekledi:

“İnternette daha çok fark ediliyoruz, çünkü gönderilerde çok fazla beğeni ve yorum var. Türkiye'deki Bangsamoro öğrencileri olarak çabalarımızın ve desteğimizin tanınmasında yardımcı olacağını umuyoruz. Uzak olsak da BOL'u desteklemeye devam ediyoruz. İnsanlar da vatanımızı unutmadığımızı görüyorlar ve biz kendi yollarımızla kampanyayı desteklemeye devam ediyoruz.”

Katılımcılar, yürüttükleri bu çevrimiçi etkinliklerin Bangsamoro'nun mücadelesine katkıda bulunmanın bir yolu olduğu konusunda hemfikirdirler. Filipin Hükümeti ile yapılan barış müzakereleri, BOL'un imzalanmasıyla sonuçlanmış ve referandum, uzun süren barış görüşmeleri sürecinin sona ermesi için atılan son adımlardan biri olmuştur. Bangsamoro bölgesinde yürütülen bu kampanyanın amacı, Bangsamorolu olan veya olmayan vatandaşları referandumda evet oyu kullanmaya teşvik etmektir. Kampanyanın odağı, önceki referandumlarda sürekli olarak Moro hükümetine katılmayı reddeden Cotabato şehri vatandaşlarını evet oyu vermeye ikna etmeye yöneliktir. Belirtilmelidir ki, bu çalışmada yer alan katılımcıların çoğu söz konusu şehrin vatandaşlarıdır.

Bu arka plan göz önüne alındığında, Türkiye'deki Moro öğrencileri tarafından yürütülen çevrimiçi faaliyetlerin BOL kampanyasına olumlu katkıları olduğunu söyleyebiliriz. Daha önce de belirtildiği gibi, bu faaliyetler yabancı uyruklu öğrencilerin ilgisini çekmiş, Filipinler'deki Moro'un durumu hakkında başlayan tartışma sadece

Bangsamoro bölgesi ve Filipinler'deki insanlarla sınırlı kalmamış, aynı zamanda uluslararası çevrelere de ulaşmıştır. Çevrimiçi içeriklerin eşzamanlı yayınlanması, birçok insanın erişimini kolaylaştıran ve referanduma daha fazla dikkat çeken beğeniler, yorumlar ve paylaşımlarla sonuçlanmıştır.

İletişim teknolojisindeki ilerlemelerden önce, Moro'un durumunun uluslararası çevrelerce duyulması veya tartışılması imkânsızdı. Sosyal medyanın yaygınlık kazanması ile birlikte Bangsamoro dışındaki insanların da olayların farkında olmaları mümkün hale geldi. Yabancıların yayınladıkları BOL'u destekleyen afişler ve afişleri tutarken çektikleri fotoğraflar ve videolar Bangsamoro halkına güçlü bir mesaj vermiştir. Bir katılımcının ifade ettiği gibi, yabancıların bile BOL'u destekliyor olması birçok kişiyi Bangsamoro'yu destekleme konusunda motive etmiştir.

Türkiye'deki birçok Moro öğrencisi çok küçük yaşlarda ülkelerinden ayrılmışlardır. Bazıları, Moro olduklarını bilmelerine rağmen, Bangsamoro halkının mücadeleleri hakkında sınırlı bilgiye sahip olduklarını itiraf etmişlerdir. Bu kampanya sayesinde onlar, kendi tarihleri hakkında daha fazla bilgi edinme ihtiyacı duymuşlardır. Ayrıca kampanya, Moro'nun Türkiye'deki diğer Filipinlilerden ayrı bir kimlik olarak tanınması sonucunu doğurmuştur.

Yürütülen faaliyetlerin bir başka etkisi, sosyal medya yönetimi becerilerinin geliştirilmesidir. Bir katılımcı, daha önce de belirtildiği gibi, kampanyaya destek vermek için Facebook sayfaları kurmuştur. Bir sayfanın düzenini kurmak, aktifliğini korumak ve geniş kitlelere erişimini sağlamak kolay değildir. Bu katılımcı, kampanya boyunca, sosyal medya yönetiminin mekaniğini tecrübe ile öğrendiğini belirtmiştir.

2.3.4 Sosyal Medya Kampanyası Yürütülürken Ortaya Çıkan Sorunlar

Çalışmanın bu kısmında, katılımcıların BOL referandumu için düzenledikleri kampanyaların yürütülmesi sırasında karşılaştıkları sorunlar ve zorluklar ile ilgili bulgular yer almaktadır. Katılımcıların verdikleri cevaplar, Türkiye'de başlattıkları kampanyanın sadece çevrimiçi etkinliklerle sınırlı kalmadığını göstermektedir. Birçok resim ve video gibi çevrimiçi gönderi, fiziksel faaliyetlerin ürünleridir. Bu nedenle, öğrencilerin karşılaştığı sorunların tartışılmasında iki kategori ortaya çıkmaktadır. Birincisi, fiziksel olarak, kampanyayı yürütürken ve sosyal medya hesaplarına yükleyecekleri içerikleri hazırlarken karşılaştıkları zorluklardır. İkincisi ise yayınladıkları çevrimiçi içeriklerin doğrudan bir sonucu olarak karşılaştıkları zorluklardır. Bir katılımcı (Katılımcı 50) bunu hatırladı ve paylaştı:

“Kampanyanın yürütüldüğü dönemde dil benim için büyük önem taşıyordu. Türkçeyi konuşamadığımız ve anlayamadığımız için insanların bize katılmalarını ve anavatanımızdaki referanduma destek vermelerini istediğimizi bile söyleyemedik. Bize ne yaptığımızı sorduklarında, karşıımızdaki İngilizce konuşamadığı sürece uygun bir şekilde cevap veremedik.”

Daha önce de belirtildiği gibi, resmi olarak kampanya Aralık 2018 ile Ocak 2020 tarihleri arasında yürütülmüştür. Bu dönem aynı zamanda, Bangsamoro'nun halkı BOL referandumunda evet oyu kullanmaya teşvik etmek adına kitlesel kampanyalar düzenledikleri dönemdir. Türkiye'deki Bangsamoro öğrencileri de kampanyaya katkıda bulunmak amacıyla diğer uluslararası öğrenciler için farkındalık faaliyetleri dâhil olmak üzere çeşitli etkinlikler gerçekleştirdiler. Bu noktada dil, ortaya çıkan zorluklardan biridir. Çoğu Bangsamoro öğrencisi kampanya sırasında Türkiye'de çok yeni olmaları nedeniyle kendilerini Türkçe ifade etmede zorluk yaşamıştır. Buna ek olarak, çoğu Bangsamoro'nun tarihi hakkında pek fazla bilgiye sahip değildi. Bu sorunu çözebilmek adına çevrimiçi

çevirmenler kullandılar ve Türkiye'de kendilerinden daha uzun süredir bulunan ve Bangsamoro tarihi hakkında daha fazla bilgiye sahip diğer Bangsamoro öğrencilerinden yardım istediler.

Karşılaşılan bir başka zorluk, kampanya döneminin kış mevsimine denk gelmesi nedeniyle olumsuz hava koşullarıdır. Fotoğraf çekmek için turistik bölgelere gidenler, olumsuz hava koşulları nedeniyle bazen faaliyetleri iptal etmek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Buna rağmen, yaptıkları faaliyetin nihai amacı, onları faaliyetlerine devam etmeleri için motive eden yegâne etken olmuştur.

Katılımcılar tarafından dile getirilen bir diğer zorluk da zaman konusu olmuştur. Çünkü başarılı bir çevrimiçi kampanya, zaman ve strateji gerektirir. Kampanyayı yürütenlerin öğrenci olmaları, onları eğitim ile ilgili diğer etkinliklere katılmak zorunda bıraktığından kampanyaya daha az zaman ayırmak durumunda kalmışlardır. Bir katılımcının (Katılımcı 11) sözleriyle:

“Benim için sadece zaman yönetimi problemi oldu. Zamanım kısıtlı idi. Daha fazla zamanım olsaydı daha fazla çevrimiçi faaliyet yapabilirdim.”

Genel olarak, bu tür kampanyalar iyi koordine edilmiş faaliyetler değildir. Kampanyaya katkıda bulunmak için yapılan her faaliyet nihayetinde kişisel bir girişimdir ve grup odaklı değildir. Bu nedenle, kampanyayı yürütürken yaşanan zaman problemiyle başa çıkabilmek için, sosyal medyanın yanı sıra, Türkiye'de yerleşik öğrenci örgütlerinden de destek alınmıştır. Bu amaçla Endonezya, Malezya, Tayland ve Singapur'dan gelen öğrenci organizasyonları ve ASEAN özel olarak zikredilmiştir. Bu örgütleri hedeflemenin amacı, komşu ülkelerin, Bangsamoro davasındaki dayanışmasını göstermek ve nihayetinde bu davaya yardım etmektir. Malezya ve Endonezya'nın Filipin

Hükümeti ile Moro halkı arasındaki erken barış müzakerelerinin barışla sonuçlanmasına önemli ölçüde katkıda bulunmaları dikkat çekicidir.

Çevrimiçi içerik paylaşımı esnasında, muhalefetin veya BOL'u desteklemeyen kişilerin varlığı, karşılaşılan bir diğer sorundur. Kampanyaya dair paylaşılan içeriklerle ilgili olumsuz yorumların arkasındaki insanlar bu muhaliflerdir. Katılımcıların, yapılan olumsuz yorumlara karşı sergiledikleri tavır değişiklik göstermektedir. Bazıları yorumları görmezden gelmiş, bazıları ise yorum yapan kişileri doğrudan arayarak ve sakince onlarla konuşmuştur. Ayrıca, BOL'a yöneltilen her olumsuz eleştiriye karşı koymak için yeterli bilgi edinmeye ve alternatif cevaplar üretmeye çalışmışlardır. Bununla ilgili olarak, bir katılımcı (Katılımcı 13) bunu paylaştı:

“Çok sorun yoktu, ancak çevrimiçi olarak BOL hakkında bazı olumsuz yorumlar aldık. Bazıları BOL'un Bangsamoro'daki gayrimüslimlerin haklarını elinden almasından korkuyorlardı. Bazı muhalifler bu konu hakkında bizden daha fazlasını bildiklerini söylediler. Onlara durumun böyle olmayacağını ve aslında herkese adil bir fırsat verileceğini anlatıyoruz. Bazıları anlayışla karşılıyor bazıları ise sert tepki veriyor.”

2.3.5 Sosyal Medya Kampanyalarına Katılım Motivasyonları

Bu kısımda, Bangsamoro öğrencilerinin BOL referandumu için çevrimiçi kampanyalara katılmalarının altında yatan nedenler ve motivasyonları sunulmuştur. Bunu katılımcıların Bangsamoro referandumu ile ilgili içerik yayınlamak için sosyal medya platformunu kullanmaya karar vermelerini sağlayan motivasyonları ve nedenleri özetlemektedir. Katılımcılara, BOL ile ilgili çevrimiçi içerik yayınlamak referandum kampanyasına katılmalarının motivasyonları ve nedenleri soruldu.

Çoğu katılımcı, çevrimiçi faaliyetlerin Bangsamoro davasını desteklemek ve bu davaya katkıda bulunmak için bir araç olduğu konusunda hemfikirdir. Anavatanlarından

kilometrelerce uzakta bulunmaları, anavatanlarında gerçekleşecek tarihi bir olaya katkı sağlamalarına engel olamamış, katılımcılar, sosyal medya aracılığıyla referandumla ilgili duygularını, düşüncelerini, görüşlerini ve fikirlerini paylaşabilmişlerdir. Çevrimiçi faaliyetlerdeki motivasyonunu açıklayan bir katılımcı (Katılımcı 25) bunu söyledi:

“Benim motivasyonum Bangsamoro. Bu mücadelenin bir parçası olmak istiyorum. Medya yoluyla tanıtım yapmam ve çevremdekilerin de bunun farkında olmaları için izin vermem gerekiyor. Burada yurt dışında olduğum için, bu Bangsamoro’ya katkıda bulunmak için çok şey var sanıyordum. Ayrıca şu anda barışçıl bir durumdayız; savaş sona erdi. Bu yüzden sosyal medya aracılığıyla yaptığım yayınlarım Bangsamoro davasına katkıda bulunma çabalarımı sürdürme yolum. Uzakta olduğumdan ve anavatanda olmadığım için yapabileceğim tek şey bu.”

Katılımcıları çevrimiçi faaliyetlere yönelten bir diğer neden, BOL hakkında bilinen yanlışları düzeltme isteğidir. Bazı katılımcıların ise yalnızca BOL hakkında değil, aynı zamanda Bangsamoro mücadelesinin tarihi hakkında da bilgi eksikliği hissetmesi, onları tarihlerini okumaya, araştırmaya, öğrenmeye ve diğer gençlerin de aydınlanmasına yardımcı olmaya teşvik etmiştir. Ayrıca, birçok insanın Bangsamoro yasasının içeriğini yanlış anlaması veya içeriğinin ne olduğunu bilmemesi, katılımcıları çevrimiçi paylaşımlar yoluyla bilgilendirme yapmaya yönlendiren bir sebep olarak karşımıza çıkmaktadır.

Onlar için mücadelenin şekli değişmiş olsa da Bangsamoro halkının davası halen devam etmektedir. Dolayısıyla çevrimiçi platformda da mücadelelerine devam etmek istemişlerdir. Ayrıca katılımcıların aileleri de çevrimiçi içerik yayınlamadaki motivasyon kaynakları arasında yer almaktadır. Bir katılımcı (Katılımcı 14) motivasyonunu açıklarken şunları söyledi:

“Aslında benim sosyal medya kullanma nedenim, çevrimiçi bir kampanyanın Bangsamoro'nun mücadelesine yardım etmenin ve katkıda bulunmanın en kolay yolu olması. Kolay ama çok etkili. Mindanao'daki durum da beni motive etti. Bazıları referandum konularında farklı

görüşlere sahip uzak köylerde yaşıyor. Onların aydınlanmalarını istiyorum. Örneğin, BOL uzun bir yasadır ve çoğu insan onu okumak ve anlamak için uğraşmaz. BOL'un ana noktalarını özetleyen bir yazı, onların daha fazla anlamalarına yardımcı ve bunu destekleyip desteklemeyeceklerine karar vermelerine yardımcı olacaktır.”

Mindanao'daki durum da, bu faaliyetleri körükleyen nedenler arasındadır. BOL, Bangsamoro halkına karşı işlenen tarihsel adaletsizlikleri düzeltme umudundan doğmuştur. Yeni Bangsamoro siyasi varlığının kurulması, BARMM, Filipinler'de savaştan zarar gören Müslüman topluluklara değişim ve Moro halkının on yıllardır aradığı barışı getirmek için bir umut kaynağıdır. Barış sağlanana kadar geçen sürede binlerce insan hayatını kaybetmiştir. Bu nedenle katılımcılar, yaptıkları faaliyetlerle kendi bölgelerindeki çatışmayı sona erdirmeye ve adalet, sürdürülebilirlik ve kalkınma ile karakterize yeni bir dönemi başlatma arzusuyla motive olmuşlardır.

Tarihi geçmişleri, katılımcıların (Katılımcı 02) motivasyonlarında önemli bir rol oynamış olsa da, gelecek nesil de onlara ilham vermiştir.

“Annem MILF'in bir üyesi. Çevrimiçi bir kampanyaya katılmam konusunda beni teşvik etti. Atalarımızın yıllardır savaştığı şey için savaşmak benim için onurdur. Bangsamoro halkına karşı tarihi adaletsizlikler yapıldığını da biliyorum. Ve bu çaba, bu hataları düzeltmenin bir yoludur. BOL başarılı olursa, değişim getirecek ve yeni nesil Bangsamoro için daha iyi bir gelecek sağlayacaktır.”

Bu motivasyonun bir başka nedeni de kimliklerini Moro olarak tanımlamalarıdır. Daha önce Moro kimliğinin pek çok kişi tarafından tanınmadığı ve bilinmediği, onlara milliyetlerine dair soru yöneltildiğinde kendilerini Moro olarak değil Filipinli olarak tanımladıkları belirtilmişti. Kampanya, bu farkındalığı arttırmaya ve kendilerini Filipinli değil Moro olarak tanıtmalarına bir imkân sunmuştur. Bu nedenle birçok katılımcı için Bangsamoro kimliğini insanlara tanıtmaya amacı çevrimiçi kampanyalar üzerinde çalışmaları için büyük bir motivasyon kaynağı olmuştur.

Son olarak, bazı katılımcılar çevrimiçi kampanyaları, sosyal medya platformlarını daha anlamlı ve değerli bir şekilde kullanmak için bir araç olarak görmektedir. Ayrıca, bu faaliyetlerde bulunarak, diğer gençlere, özellikle de Bangsamoro gençlerine aynı şeyi yapmaları için ilham verebileceklerini umut etmektedirler. Daha önce de belirttiği gibi, sadece üç katılımcı sosyal medyayı kullanma nedeni olarak savunuculuktan bahsetmiştir. Nitekim, herhangi bir savunuculuğu güçlendirmek için sosyal medyayı kullanmak, birçok Bangsamoro genci için yaygın değildir. Çoğu zaman, sosyal medya sadece bir eğlence ve iletişim aracı görevi görmektedir.

2.3.6 Sosyal Medya Ve Sembolik Eylem

Motivasyonların ve nedenlerin ötesinde, bu kısımda eylemleri ile kendilerindekilerin ve deneyimlerinin temsili arasında bir bağlantı kurmayı ve göstermeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle, katılımcılara bu faaliyetlerin gerçekten ne anlama geldiği ve onlar için neyi sembolize ettiği sorulmuştur. Bir katılımcı (Katılımcı 40) için:

“Hepimiz için umut olan Bangsamoro hükümeti kuruldu ve bundan dolayı, artık toplumumuzdaki olumlu değişimi yavaş yavaş görebiliyoruz. Ve gerçekten Filipin tarihinde yeni bir dönemin başlayacağını umuyorum.”

Çevrimiçi kampanyaların Bangsamoro öğrencileri için mevcut koşullar göz önüne alındığında, Bangsamoro davasına katılmanın ve desteklemenin en basit yolu budur. Bu mücadele, onların inançlarıyla da bağlantılıdır. Referanduma verilen destek, onların Müslüman olduklarının bir tezahürüdür. Ve Müslümanlar olarak, sonunda Filipinler'deki Müslümanlarla uyumlu bir hükümet kurmaya yardımcı olacak BOL'u desteklemişlerdir.

Daha önce de belirtildiği gibi, BOL'un onaylanması, Bangsamoro bölgesindeki mevcut özerk hükümetin yerini yeni bir siyasi varlığın alacağı anlamına gelmektedir. Üniter bir başkanlık sisteminden BARMM, bölgesel hükümetin parlamenter biçimine

doğru kayacaktır. Referandum başarılı olursa, daha geniş olan güç, kaynak ve bölgede bir artış görür. BOL referandumu kampanyasını desteklemek, bu öngörülen değişikliklerin ve geçişlerin gerçekleşmesi için büyük bir şans demektir. Bangsamoro öğrencilerinin çoğu için, yürüttükleri faaliyetler Bangsamoro siyasi sisteminde ve Bangsamoro halkının yaşamlarında bu anlamlı değişiklikleri gerçekleştirme fırsatıdır. Bununla ilgili olarak, bir katılımcı (Katılımcı 05) aşağıdakileri ifade etti:

“Benim için özgürlüğu simgeliyor. Bangsamoro topluluğu savaştan zarar gördü ve sürekli ayrımcılığa uğradık. Çevrimiçi faaliyetler sayesinde Bangsamoro olarak kimliğimizi ifade etme özgürlüğüne sahip olduk. Ve elbette barış. Umarım BOL barış getirebilir ve toplumumuzdaki çatışmalara son verebilir. BOL'un geçmişin yaralarını sarmak ve insanlara adalet getirmek için bir araç olduğuna inanıyorum.”

Katılımcıların inançlarıyla bağlantılı olarak, çevrimiçi faaliyetler, kimliklerini zulüm korkusu olmadan ifade edebilme anlamı taşımaktadır. Geçmişte, özellikle 1970'lerde ve 1980'lerin başında, birçok Bangsamoro zulüm görme korkusu nedeniyle kimliklerini ifade etmekten çekinmiştir. Uzun bir süre, bir Moro olmak barbar, eğitimsiz ve vahşî olmakla eşit görülmüştür. Bangsamoro'nun bu olumsuz imajı, Moro ve İspanyol sömürgecileri arasında uzun yıllar süren mücadelenin bir ürünüdür. BOL, Bangsamoro'nun kendi kimliğini, hikâyesini ve deneyimlerini ifade edebilmelerine imkân sağlamıştır. Katılımcılardan (Katılımcı 37) birinin sözleriyle:

“Benim için BOL kampanyası Bangsamoro'nun birliğini simgeliyor. Anavatanımızda barışa yönelik ortak çabalarımızı temsil ediyor.”

Çoğu katılımcı, kampanya faaliyetlerini barış, birlik ve adaletin sembolü olarak görmektedir. Bu on yıl süren çatışmalar dizisi, Moro topluluklarının gelişmesini engellemiştir. Filipin anketlerine göre, Filipinler'deki Moro topluluğu, ülkedeki en az gelişmiş bölgedir. Bazı katılımcılar, yaşanan bu çatışmalara birebir şahit olmuşlardır ve MILF ile hükümet güçleri arasında devam eden bir çatışma nedeniyle geçici olarak

tahliye barınağına taşınmaya zorlanmışlardır. Moro toplumlarında yerinden edilmek, barış sağlanmadan önce yaygın olan bir durumdur. BOL, bu sorunlara bir çözüm niteliğinde olmuştur ve referanduma verilecek bir destek, barış ve adalete verilecek destek olarak görülmüştür.

Referandum kampanyası, aynı zamanda on üç Moro etnik grubunun tek bir çatı altında birleşmesini de ifade etmektedir. BOL, sadece belirli bir grup insan için değil, tüm Bangsamoro halkı içindir. Yürütülen bu çevrimiçi etkinlik, birlik olduklarını ve etnik kökenlerdeki farklılıkların, Bangsamoro halkına karşı işlenen tarihsel adaletsizlikleri düzeltmek ve Moro sorunlarını çözmek için işbirliği yapmaya engel olmadığını göstermektedir. BOL referandumu, Moro halkının bir grup yabancı sömürgeciye karşı asırlık kolektif mücadelesinin ve direnişinin doruk noktasıdır. Elde edilen başarı, Bangsamoro ve barış müzakere sürecine dâhil olan tüm paydaşlar için bir zaferi sembolize etmektedir.

Bu aktiviteler Bangsamoro öğrencileri için umudu sembolize etmektedir. Bu nedenle, karşılaştıkları mesafe problemi ve diğer zorluklara rağmen, tüm dünyaya kim olduklarını ve neyi temsil ettiklerini göstermekte ısrar etmişlerdir.

2.3.7 Sosyal Medyada Milliyetçilik

İnsanların milliyetçiliklerini eylemleriyle ifade etmelerinin yerel ürünleri kullanmak, ulusal kıyafetler giymek ve önemli ulusal kutlamalara katılmak gibi pek çok yolu vardır. Bu bölümde, katılımcılara BOL referandumu kampanyası sırasında yürüttükleri çevrimiçi faaliyetleri, alt-milliyetçiliklerini teşvik eden faaliyetler olarak görüp görmedikleri sorulmuştur.

Katılımcıların çoğu bu soruya olumlu cevap vermiştir. Alt milliyetçiliği teşvik ettiğini söyleyen katılımcılar, cevaplarını sosyal medyanın işlevine, kampanya üzerindeki etkisine ve insanların yayınladıkları çevrimiçi içeriklere verilen tepkilere göre kategorize etmişlerdir. Bir katılımcı (Katılımcı 02), sosyal medyanın dijital kampanyasına etkisini anlatırken şunları söyledi:

“Daha önce insanlar mitinglere giderlerdi, şimdi sosyal medya aracılığıyla uluslararası arenada olanlar da dahil olmak üzere birçok insana ulaşabilirsiniz. Facebook'un dünya çapında erişimi var ve sadece Türkiye ile sınırlı değil. Bu sayede onlara kim olduğumuzu, ne yaptığımızı ve mücadelemizin ne olduğunu anlatabiliriz.”

Katılımcıların geneli, sosyal medyayı, genç nesil tarafından kullanılan güçlü bir araç olarak tanımlamıştır. Sosyal medyanın avantajları arasında erişimin kolay olması, daha geniş kitlelere daha çabuk ulaşılabilmesi, konuşma ve ifade özgürlüğüne izin vermesi gibi etkenler bulunmaktadır. Ayrıca, sosyal medya, insanların dikkatini yaygın olarak konuşulan konulara yönlendirmektedir. BOL ile ilgili çevrimiçi içeriklerin tutarlı bir şekilde yayınlanması, insanların bu konuda daha fazla konuşmalarını ve ister desteklesinler ister desteklemesinler bu konu ile meşgul olmalarını sağlamıştır.

Tartışmalar, BOL'u destekleyenlerin BOL'un Bangsamoro topluluğu için avantajlarını vurgulamasına imkân sağlamıştır. Aynı zamanda, insanların yasanın içeriği hakkında yeterli bilgi edinmelerine izin vererek, bu konudaki yanlış anlaşılmaları gidermenin de önünü açmıştır. Bangsamoro öğrencileri için bu faaliyetler, sadece destekledikleri yasanın içeriği ile de sınırlı değildir, aynı zamanda Bangsamoro halkının mücadelesinin tarihidir. İnsanların köklerinin nereden geldiğini anlamaları için Bangsamoro halkının yaşadığı tarihsel adaletsizliklerin daha fazla anlatılması gerekmektedir. Hükümetin, Bangsamoro halkının süregelen taleplerini kabulü ile onlar

herhangi bir korku duymadan yaşadıkları adaletsizlikler hakkında konuşma cesareti bulabilmişlerdir. Başka bir katılımcı (Katılımcı 33) için:

“Çevrimiçi kampanya sayesinde kimliğinizle ne kadar gurur duyduğunuzu ve Bangsamoro'ya desteğinizin seviyesini gösterebilirsiniz. Örneğin, birçok insan BOL'u merak ediyordu. Onlara bu faaliyetler sayesinde Bangsamoro halkının mücadelesini anlatabildim ve kimliğimi tanıtabildim.”

Çevrimiçi kampanya girişimleri, Bangsamoro milliyetçiliğini teşvik etmiştir, çünkü yayınladıkları çevrimiçi içeriklerle herkesin ulaşabileceği kampanyaya olan desteklerini Bangsamoro kimliği ile ifade edebilmişlerdir. Kimliklerini dünya çapında erişime sahip bir platformda tanıtmanın gururu, onlar için çok büyüktür. Buna karşılık, kampanya ile ilgili paylaşımlar özellikle yabancı kullanıcıların merakını uyandırmıştır. Katılımcılar, anavatandaki insanlar için, yayınladıkları çevrimiçi içeriklerin olumlu etkisi olduğunun altını çizmişlerdir. Nitekim yürütülen çevrimiçi kampanyalar, BOL'un tanıtımına yardımcı olarak insanlara BOL hakkında daha çok bilgiyle erişim imkânı sağlamıştır. Sonuç olarak, kampanya BOL için destek toplamada başarılı olmuştur. Ve bir katılımcı (Katılımcı 20) tarafından ifade edildiği gibi:

“Düzenlenen kampanyalar milliyetçiliği teşvik ediyor. Sosyal medyanın insanlar üzerinde çok güçlü bir etkisi var ve ben bu aracı anavatandan uzak olmamdan kaynaklı fiziksel mesafesiyi kapatmak için seçtim. Desteğimizi ifade etmemize yardımcı oluyor. Hala öğrenci olduğumdan ve vatanımdan çok uzakta olduğumdan yapabileceğim tek şey bu.”

Bu faaliyetler, çevrimiçi bir kampanya ile sınırlı kalmış olsa da, katılımcılar nezdinde BOL'a olan desteklerini ve anavatanlarına olan sevgilerini ifade etmenin en iyi yoludur. Yerel yönetim faaliyetlerine katılmak ve bu katılımı doğacak sonuçları etkilemek, milliyetçiliği göstermenin birçok yolundan biridir. Modern teknoloji çağında, bunu yapmanın yolları ve araçları değişmiştir. Dolayısıyla çevrimiçi bir kampanya, Bangsamoro öğrencilerinin dolaylı olarak çevrimiçi yayınlar aracılığıyla yerel

referanduma katılmaları için bir araç olarak kabul edilebilir. Bu yayınların etkisi, ulaştıkları insanlar üzerindeki etkilerde de kendini göstermiştir.

Filipin Hükümeti ile MILF arasındaki barış süreci, başlangıçta MNLF'nin girişimleri de dâhil olmak üzere, Bangsamoro kimliğinin, atalarının mülkleri üzerindeki hakları ve kendi kaderini tayin haklarının iddia edilmesi için tanınması arzusuna dayanmaktadır. Bu süreç, sonucunda Bangsamoro'ya yasal olarak ihtiyaçları ve yaşam tarzları için uygun bir hükümet kurabilme imkânı verecek BOL'un onaylanması olan birçok farklı aşamadan geçmiştir. Buradan BOL referandumu ile ilgili faaliyetlerin birer alt milliyetçi faaliyetler olduğu sonucu çıkarılabilir. Bangsamoro, ayrı bir siyasi varlık olmasına rağmen, hala Filipinler'in egemenliğinin bir parçasıdır. Bu nedenle, Bangsamoro'yu destekleyen ve teşvik eden tüm faaliyetler alt-milliyetçilik kategorisine girmektedir.

Katılımcılar arasında, iki kişi bu faaliyetlerin milliyetçiliği teşvik etmediğini, bir kişi ise kararsız olduğunu belirtmişti. Bunun nedenlerinden biri, kampanyanın yalnızca sosyal medya ile sınırlı kalmasıdır. Bu faaliyetlerin yeterli olmadığını ve girişimin gerçek fiziksel kampanya ile birleştirilmesi gerektiğini düşünen bu katılımcılar, diğer faaliyetlerin BOL referandumu üzerinde daha anlamlı bir etki oluşturabileceği fikrini savunmuşlardır. Bahsedilen diğer faaliyetler, sonraki sayfalarda ele alınacaktır.

2.3.8 Milliyetçi Duyguları İfade Etmede Bir Araç Olarak Sosyal Medya

Katılımcılardan, sosyal medya aracılığıyla yürüttükleri çevrimiçi kampanyaların milliyetçiliklerini etkili bir şekilde göstermede yeterli olup olmadığını değerlendirmeleri istenmiştir. Çoğu katılımcı etkili olduğu konusunda söylemiştir.

Katılımcıların bu soruya verdikleri olumlu yanıt, çevrimiçi kampanyanın avantajları, sosyal medyanın milliyetçiliği ifade etmedeki rolü ve izleyiciler üzerindeki etkisi olmak üzere üç kategoriyi içermektedir. Sosyal medyayı geleneksel kampanyayla karşılaştıran bir katılımcı (Katılımcı 23) doğrudan şunları söyledi:

“Neredeyse herkes sosyal medya kullanıyor. Sosyal medya kampanyaları el ilanları dağıtmaktan daha verimli bir yöntemdir.”

Ayrıca, başka bir katılımcı (Katılımcı 09) için:

“Evet, günümüzde çoğunlukla insanlar sosyal medyayı kullanıyor. Ve hatta geleneksel medyadaki haber yayınlarından ziyade sosyal medyadan bilgi almayı tercih ediyorlar. Çünkü genelde haber aldığımız televizyon ağları bile artık politikacıların etkisiyle önyargılı hale geliyor. Ve kişisel olarak sosyal medyanın önyargılı olmadığını düşünüyorum, çünkü insanların görüşlerini kendi yorumlarıyla ifade etmelerine ve görüşler üzerine tartışmaya imkân sağlıyor.”

Modern teknoloji, siyasi faaliyetlere çok daha etkili ve verimli şekilde katılmanın yeni yollarını sunmuştur. Bu bağlamda, katılımcılar, sosyal medyanın uzak bölgelerde yaşayan insanlara ulaşmayı çok daha kolay hale getiren özelliğinin altını çizmişlerdir. Geleneksel kampanyalar, fiziksel varlık gerektirirken, çevrimiçi kampanyalar daha uzaktaki yerlere zahmetsizce ulaşabilmeyi mümkün kılmaktadır. Örneğin; geleneksel yöntemlerle yürütülen kampanyalarda dağıtılan el ilanları ile karşılaştırıldığında, çevrimiçi paylaşımlar daha verimli sonuçlar sağlamaktadır. Ayrıca, çevrimiçi kampanyalar, doğru kitleye ulaşmayı kolaylaştırmaktadır.

Sosyal medyada, birçok kişi tarafından aynı konuda eş zamanlı paylaşım yapmak oldukça kolaydır. Örneğin, toplumsal bir sorun hakkında diğer insanların daha fazla dikkatini çekecek Facebook çerçeveleri oluşturmak mümkündür. Nitekim BOL referandumu gündemde olduğu sırada, popüler bir konu haline gelmişti. Birçok kişinin bu konuda paylaşımlar yapması, daha fazla insanın bu konuyu merak etmesine neden olmuş, özellikle de ilk kez BOL’u duyanların dikkatini çekmesini sağlamıştır.

Nihayetinde yürütülen bu sosyal medya kampanyası başarılı olmuş, halkın referandumda olumlu oy kullanması sağlanmıştır. Bu başarıdan bahseden bir katılımcı (Katılımcı 41) heyecanla şunları söyledi:

“Evet, çok etkili bir araçtır. Bangsamoro halkı hakkında bilgisi olmayan arkadaşlarım vardı. Ve bilindiği gibi gençler popüler olan bir şey duyduklarında, bunu merak ediyorlar. Dolayısıyla çevrimiçi kampanyamız sayesinde referandum ve Bangsamoro halkı hakkında birçok insan bilgilendirilebildi.”

Daha kişisel bir düzeyde, çevrimiçi kampanyalar katılımcılar için de faydalı olmuştur. Çünkü bu kampanya, kendi kimliklerini tanıtmak ve paylaştıkları çevrimiçi içeriklerle Bangsamoro'ya desteklerini ve sevgilerini ifade etmek için bir yoldur. Anavatanlarından uzakta oldukları için, sosyal medya, yerel yönetimlere ve bu durumda referanduma çevrimiçi kampanyalar yoluyla katılmalarını mümkün kılmıştır. Referandumun olumlu sonucu, yaptıkları bu faaliyetlerin etkili ve doğru olduğunu teyit etmektedir.

Bu sonuçlar onuncu sorunun bulguları desteklemektedir. Sosyal medyanın bu avantajları ve etkileri, katılımcıların, sosyal medyanın milliyetçi duyguları ifade etmek için etkili bir araç olduğu fikrini kabul etmelerini sağlamıştır.

2.3.9 Sosyal Medyanın Siyasi Kampanyalara Etkileri

Çeşitli çalışmalar sosyal medyanın seçim sonuçlarını büyük ölçüde etkileyebileceğini göstermiştir. Popüler bir anlatı, Twitter'ın hem son Amerikan başkanlık seçimlerinde hem de Birleşik Krallık'ın “Brexit” referandumunda belirleyici bir rol oynadığını iddia ediyor. Birçoğu bunu sosyal medyanın siyasi kutuplaşma ve birçok ülkede popülist politikacıların yeniden ortaya çıkması üzerindeki daha geniş etkisinin bir parçası olarak görüyor. Bu araştırmaya katılanlara, çevrimiçi kampanyalarının

Bangsamoro referandumunun sonuçlarını herhangi bir şekilde etkilediğine inanıp inanmadıkları soruldu.

Türkiye'deki Bangsamoro öğrencilerinin yürüttüğü çevrimiçi faaliyetlerin BOL referandumu üzerindeki etkisini, neredeyse tüm katılımcılar (%98), girişimlerinin bir şekilde BOL referandumunun genel sonucunu olumlu yönde etkilediğini kabul etmiştir. Çevrimiçi kampanyalar yoluyla yaptıkları katkıların etkilerini BOL referandumunun başarısına bağlamışlardır. Ancak, bu noktada kesin bir gösterge bulunmamaktadır. Katılımcılar (Katılımcı 13), girişimlerinin referandum sonuçlarını olumlu yönde etkilediğini çeşitli nedenlere dayanarak izah etmişlerdir.

“Evet, çünkü anavatandan aldığım bazı geri bildirimler, referanduma verilen uluslararası destekten ilham aldıkları ve cesaretlendirildikleri yönünde. Bu nedenle onlar da referandumu daha çok kişi desteklemiştir.”

Önceki bulgularla tutarlı olarak, diğer kullanıcıların, yayınladıkları çevrimiçi içeriklerle etkileşime girdiklerini ve bunlara tepki verdiklerini belirtmişlerdir. Yayınlarına gelen beğeni ve paylaşım sayısı BOL'a olan ilgiyi ve merakı arttırmıştır. Yurtdışındaki Bangsamoro akademisyenlerinden gelen desteğin çevrimiçi yayınlanan metinler, fotoğraflar ve videolarda ortaya çıktığını gören katılımcılar, bu faaliyetlerin referandum sırasında oy kullanmak ve nihayetinde BOL'u desteklemek için insanları motive ve teşvik ettiğine inanmışlardır.

Katılımcılar (Katılımcı 22), özellikle aktif sosyal medya kullanıcısı ve potansiyel seçmen olan akranlarını hedef aldıklarını belirtmişlerdir. Yabancı uyrukluların ellerinde yer alan BOL afişleri de güçlü bir destek mesajı vermiştir.

“Facebook'taki arkadaşlarım yayınlarımı ve arkadaşlarımın posterleri tutan fotoğraflarını gördüklerinde çok etkilendiler. Bana, Bangsamoro olmayan insanlar BOL'u destekliyorsa, bizim de desteklememiz gerektiğini söylediler.”

BOL'u destekleyen mesajlar, fotoğraflar ve videolar ile birleştğinde, anavatandaki birçok Bangsamoro'yu son derece etkilemiştir. Katılımcılar, yabancı uyrukluların yer aldığı bu fotoğrafların çevrimiçi yayınlarına daha fazla beğeni geldiğini ve paylaşıldığını belirtmişlerdir.

Çevrimiçi kampanyada sosyal medyanın kullanımı, hem BOL'u destekleyenlerle hem de ona karşı olanlara iletişim kurmayı zorunlu kılmıştır. Bu iletişim, insanlara oylarıyla yerel yönetime katılmaları için ilham verdi.

Son olarak, katılımcılar, anavatanlarına olan fiziki uzaklığın, hükümeti desteklemelerine ve ulusal olaylara katılmalarına bir engel olmadığını bir kez daha vurgulamışlardır. Onların yürüttükleri bu kampanyalar, BOL'un onaylanması için katkı sağlamıştır. Ve aynı zamanda, dünyanın neresinde olursa olsunlar, Bangsamoro halkının birliğini ve bütünlüğünü göstermiştir.

2.3.10 Milliyetçiliği İfade Etmenin Diğer Araçları

Milliyetçiliğin ifadesi denildiğinde genelde akla bayrak taşımak, milli marş okumak veya ülkesi adına uluslararası bir etkinlikte yarışmak gibi eylemler gelmektedir. Bunların hepsi milliyetçiliğin birer ifadesi olmakla birlikte yapılacak çok daha fazla eylem bulunmaktadır. Nitekim bir ulusa ait olma duygusunu ve birey ya da grup olarak milliyetçiliği ifade etmek için coğrafya, dil, tarih, din, etnik köken, kültür ve vatandaşlık gibi pek çok etken söz konusu olabilir.

Katılımcılara, sosyal medyada dışında milliyetçi duygularını nasıl ifade ettikleri sorulmuştur. Verilen cevaplar, kişisel ve akademik faaliyetler, kurumsal faaliyetler ve sosyal faaliyetler olmak üzere üç kategoride toplanmıştır. Bu çalışmada yer alan

katılımcıların tamamı öğrencidir ve milliyetçi duygularını ifade etmenin bir yolu olarak akademik başarı elde etmeyi (Katılımcı 49) düşündüklerini görmek şaşırtıcı değildir.

"Bir Bangsamoro bilim adamının yapabileceği en iyi şey, anavatanını iyi tanıtabilmek için çok fazla bilgi edinmektir".

Bunun yanı sıra, verilen cevaplar, kolektif geçmişleri hakkında daha iyi bir fikir edinmek, mevcut statükoyu anlamak ve kimliklerini takdir etmek için Bangsamoro tarihini derinlemesine incelemeyi de içermektedir. Bu, Bangsamoro hakkında yazılan makaleleri okuyarak veya makale ve tez gibi akademik çalışmalar yapılarak gerçekleştirilebilir. Böylece, Bangsamoro ile ilgili literatürü zenginleştirmeye ve Bangsamoro hükümetinde sağlam yasalar oluşturmak için temel olabilecek yararlı bilgiler üretmeye katkı sağlayabilirler.

Bununla birlikte, kişisel ve mesleki gelişimlerinde yararlı olacak beceriler edinerek sürekli kendini geliştirme arayışında olmak da milliyetçi duyguları ifade etme yolları arasındadır. Bu beceriler, Bangsamoro'ya geri döndüklerinde ve profesyonel iş hayatlarında faydalı olacaktır.

Türkiye'de eğitim görmenin avantajlarından biride, dünyanın farklı bölgelerinden gelen insanların buluşabileceği çeşitli etkinlikler düzenleyen pek çok topluluğun olmasıdır. Bazı katılımcılar, uluslararası eğitim, atölye çalışmaları, sempozyumlar ve forumlara katılarak kendi milli kimliklerini temsil etme imkânı bulmuştur. En yaygın etkinliklerden biri, UDEF (Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu) tarafından düzenlenen "tanıtım günleri"dir. Bu programda, uluslararası öğrenciler stantlar kurarak kendi kültürlerini temsil eden geleneksel elbiseler ve yiyecekler gibi materyalleri sergileyebilmektedir. Dolayısıyla katılımcılar, bu gibi etkinlikler yoluyla milliyetçi kimliklerini tanıtmışlardır. Bunu açıklamak için bir katılımcı (Katılımcı 08) şunları söyledi:

“Öğrenci derneklerine katılarak ve uyuğumuzu Bangsamoro olarak tanıtarak milliyetçiliğimizi sergileyebiliriz. Örneğin; UDEF veya İHH gibi gençlik vakıfları bazen ülkelerimiz hakkında sunum yapmamızı talep ediyorlar. Herhangi bir seminere veya çalışmaya katıldığımızda kendimizi Filipinli olarak değil Moro olarak temsil etmeliyiz. Ayrıca vatanımıza döndüğümüzde daha iyi hizmet verebilmek için birey olarak büyümemize yardımcı olacak seminerlere de katılmamız gerekiyor.”

Bunun yanı sıra, becerilerini sergilemek ve kendilerini tanıtmak için topluluk önünde konuşma yapmak veya düzenlenen yarışmalara katılmak, Bangsamoro kimliğini temsil edebilecekleri faaliyetler arasındadır. Bu noktada, diğer öğrenci organizasyonlarıyla ortak çalışmalar yürütmek, katılımcılar tarafından önerilmektedir.

Bunlara ek olarak, diğer milletlerden kimselerle iletişim kurmak ve sadece Filipinli değil, Bangsamoro olarak kendini tanıtmaya dikkat etmek de milliyetçiliğin ifadesinde tercih edilecek yöntemlerdendir. Düzenlenen programlara geleneksel elbiselerle katılmak, Bangsamoro bayrağını taşımak, Bangsamoro mutfağını ve lezzetlerini sergilemek, posterler tasarlamak da katılımcıların bu konuya verdikleri cevaplar arasında yer almıştır.

2.3.11 Stratejik Sosyal Medya Kampanyalarının Önemi

Son on yılda, sosyal medyada stratejik siyasi kampanyalar düzenlemek oldukça popüler bir hale gelmiştir. Günümüzde hiçbir kampanya yöneticisi sosyal medyanın etkisini ve işlevini gözden kaçırma veya görmezden gelme ihtimaline sahip değildir. Aksine, her birey sosyal medya hesaplarını en etkili şekilde kullanmak için her fırsatı değerlendirmek durumundadır.

Çalışma dâhilindeki tüm katılımcılar, BOL'un onaylanması için kampanyaya katılmak ve destek vermek için sosyal medya platformlarını kullanmıştır. Aynı platformları genç arkadaşlarına tavsiye edip etmeyecekleri sorulduğunda, oldukça büyük

bir çoğunluk evet cevabını vermiştir. Buna karşılık, katılımcılardan dördü bu konuda bazı tereddütleri olduğunu belirtmiştir.

Soruya olumlu yanıt veren katılımcılar, cevaplarını desteklemek için, sosyal medyayı bir amaca yönelik kolektif hareketi sağlamada ve o amacın gerçekleşmesinde güçlü bir araç olarak tanımlamışlardır. Sosyal medya günceldir ve genç neslin çoğu bu platformları neredeyse ücretsiz olmaları, kolay kullanımı, işlevsellikleri ve popülerlikleri gibi avantajları nedeniyle aktif bir şekilde kullanmaktadır. Çünkü sosyal medya platformları, yüksek iletişim gücüne sahiptir ve neredeyse dünyanın dört bir yanına ulaşabilmeyi mümkün kılmaktadır.

İnsanların bakış açılarını etkileyebilen ve değiştirebilen sosyal medya ağları, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen yerel olayların tüm dünya tarafından öğrenilmesine imkân sağlar. Çoğunlukla, geleneksel medyada organlarının görmezden geldiği toplulukların gerçek sorunlarını ortaya çıkarır. İnsanların dikkatini çekerek bu desteklerini toplayabilir. En önemlisi, her türlü konuda pek çok bilgiye sosyal medya aracılığı ile ulaşabilmektedir. Nitekim bir katılımcıya (Katılımcı 05) göre:

“Elbette sosyal medyayı şiddetle tavsiye ederim. Çünkü ücretsiz, uygun fiyatlı, popüler, kolay ve hedeflerinize ulaşmak için yalnızca yaratıcı ve stratejik olmanız gerekiyor. Hemen hemen herkesin bir sosyal medya hesabı var, bu yüzden bir kampanya düzenlemek gerçekten çok kolay. Ve bu konuda en çok sevdiğim şey, sosyal medyanın insanlara ifade özgürlüğü vermesi.”

Sosyal medya, insanların bilgi edinmeleri yanında bilgi yaymalarına da olanak sağlar. Sosyal medya aracılığıyla insanlar özgürce konuşabilmekte ve her şey hakkında fikirlerini ve düşüncelerini ifade edebilmektedir.

Sosyal medyayı tavsiye etme konusunda tereddütleri olan katılımcılar, sosyal medyanın güçlü ve yararlı bir araç olmasının kullanıcılara ve kullanımlara bağlı olduğunu vurgulamışlardır. Bu platformlar doğru kullanıldığında avantajlı olabilir, ancak kontrol

edilmediğinde bir dezavantaja da dönüşebilir. Katılımcılar, insanların zamanlarının çoğunu oyunlarda ve bilinçsiz bir şekilde çevrimiçi uygulamalarda harcadıklarından bahsetmişlerdir. En önemlisi, sosyal medyanın, özellikle belirli bir amaç uğruna destek toplama konusunda faydalı olabilmesini, stratejik kullanıma ve etkili sonuçlar için gerçek fiziksel aktiviteler ile birleştirilmesine bağlamışlardır.

SONUÇ VE ÖNERİ

Bu araştırma, Türkiye'deki Bangsamoro öğrencilerinin BOL'un onaylanması için yapılacak referandum kampanyası sırasında katıldıkları dijital faaliyetlerde milliyetçiliğin yeni bir çeşidi olan dijital alt-milliyetçiliklerinin keşfedilmesini amaçlamıştır. Esas olarak bu faaliyetlerin içeriğine ve Bangsamoro öğrencileri üzerinde uyandırdığı alt-milliyetçilik duygusuna odaklanılmıştır. Katılımcılar ile yapılan görüşme ve odak grup tartışmasından elde edilen nitel analize dayalı sonuçlara göre, çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla yürütülen dijital etkinlikler aidiyet duygusunu pekiştirir ve kişilerin kendilerini ulusal kimlikleri ile tanımlanmasını teşvik eder.

Facebook, Instagram, WhatsApp, Gmail ve YouTube gibi sosyal medya uygulamalarını çoğu katılımcı kullanmıştır. Bu uygulamalar genellikle iletişim, eğlence, bilgi kaynağı ve güncel olaylara erişim için bir araç ve ek kaynak olarak kullanılmaktadır. Katılımcıların neredeyse hiçbiri, bu platformları, fikir ve görüşlerini savunmak için kullanmazken, BOL referandumu sırasında alt-milliyetçiliklerini veya Bangsamoro milliyetçiliğini ifade etmek için bir araç olarak sosyal medyaya yönelmişlerdir. Çoğu katılımcı, bu faaliyetlere bireysel olarak katıldığı için koordine söz konusu değildir. Ancak her birinin niyeti aynı, kolektif çabaları ise tamamlayıcıdır ve bu durum, hedefe ulaşılmasında büyük katkı sağlamıştır.

Yürütülen dijital faaliyetlerde, Bangsamoro halkına ait olma duygusunu ifade etmekve insanları referandumda oy kullanmaya teşvik etmek için BOL hakkında daha fazla bilgi yaymaya odaklanılmıştır. Çevrimiçi paylaşılan metinler, fotoğraflar, slaytlar, infografikler, videolarda kullanılan belirli bir konuyla ilgili benzer paylaşımları bir arada görmeye yarayan hashtag'ler, BOL ile ilgili yayınların görünürlüğünü artırmak için de kullanılmıştır. Buna ek olarak, katılımcıların bazıları özel olarak BOL referandumu için

Facebook sayfaları oluşturmuştur. Bu sayfalar, BOL ile ilgili yayınlara erişimi kolaylaştırmış ve konuyla ilgili daha fazla paylaşım yapılmasını teşvik etmiştir.

Faaliyetlerin temel motivasyonu, BOL için düzenlenen kampanyaya aktif olarak katılarak barış sürecine dâhil olma ve bu süreci destekleme arzusudur. Nitekim referandumun başarısı, ilerleyen ve gelişen Bangsamoro topluluğunun önünü açacak yeni bir siyasi varlığın kurulmasını ve yeni nesil Moro için daha iyi fırsatlar oluşturulmasını sağlayacaktı. Bunun yanında, Filipinler'de görmezden gelinen on yıllık Moro sorununun ele alınması ve halkın Filipinli değil, Bangsamoro olarak kimliklerini açıkça ifade edebilmesi için bir fırsattır.

Referandumda aktif bir role sahip olmak, katılımcılar için, Bangsamoro'nun kaybedilen haklarının geri kazanılmasına katkıda bulunmaları ve kimliklerini sosyal medya aracılığıyla tüm dünyaya gururla tanıtmaları anlamına gelmektedir. Bangsamoro ve BOL ile ilgili bu basit çevrimiçi içerikler birlik, cesaret, umut, inanç ve mücadeleyi sembolize etmektedir.

Türkiye'deki Bangsamoro öğrencilerinin referandumda oynadığı aktif rol, Bangsamoro milliyetçiliğini ya da genellikle alt-milliyetçilik olarak adlandırdığımız duyguyu ifade etme biçimi olarak kabul edilir. Dijital faaliyetler, Bangsamoro'nun haklarını geri almalarına ve nihayet gerçek kimlikleriyle tanınmaya yönelik isteklerine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Siyasi, ekonomik, tarihi ve kültürel açıdan bu türden bir kendi kaderini tayin iddiası, alt-milliyetçiliğin bir ifadesi olarak kabul edilir.

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle milliyetçi ideolojilerin ifadesi de zamanla değişmiş, milliyetçilik, mümkün olan her yerde en az çabayla daha kolay ifade edilebilir hale gelmiştir. Bu çalışma, sosyal medya platformlarının mesafeleri kapatabileceğini ve yurt dışında iken bile yurt içinde yerel olaylara etkili katılımı kolaylaştırabileceğini

göstermiştir. Bangsamoro öğrencileri de, sosyal medya hesaplarında paylaştıkları çevrimiçi içerikler aracılığıyla yerel siyasete aktif olarak katılmışlardır. Faaliyetlerini sadece sosyal medya katılımı olarak değil, aynı zamanda BOL referandumunun sonucunu etkileyen önemli bir eylem olarak gören katılımcılar, bu çabalarının Bangsamoro halkının durumunu iyileştirmeye yardımcı olacağına inanmışlardır.

Bu çalışmanın bulguları, dijital teknolojilerin, ister devleti destekleyen grupların isterse muhalif azınlıkların hareketi olsun, sıradan insanların toplumsal ve sosyal hareketlerin sembolik inşasına katılmaları için yeni fırsatlar oluşturduğunu savunmaktadır. Başka bir deyişle, milliyetçilik dijital çağda daha da ilgi çekici ve eğlenceli hale gelmiştir. Artık milliyetçiliğin elitist bir girişimden ziyade, sıradan insanlar için daha erişilebilir hale gelmesi, onu giderek daha karmaşık bir dünyada günlük yaşamı anlamlandırmak için çekici bir çerçeve haline getirmiştir. Ve Ernest Renan'a göre günlük oylama siber uzayda gerçekleşiyor. İnsanlar hangi yayınların beğenileceğini, paylaşılacağını ve yorum yapılacağını seçiyorlar. Artık her gün herkes tarafından konuşulan yeni bir şey ve herkes hakkında konuştuğu için hakkında fikir sahibi olmanız gereken bir şey vardır.

Bu araştırma, sosyal medyanın gençler arasındaki kullanımının avantaj ve dezavantajlarını tartışmanın ötesinde, sosyal medyanın kullanıcılarını nasıl etkilediğini ve günlük yaşamlarında onlara verdiği sembolik anlamı incelemiştir. Sosyal medya, insanların demokratik süreçlere etkili bir şekilde katılmaları için bir yol sağlar. Çalışma, dijital platformların, yerel siyasete katılımı etkin bir şekilde kolaylaştırma, savunulan görüşler için destek toplama ve kişinin ulusuna ait olma duygularını pekiştirme işlevini ortaya koymaktadır. Gençler arasında artan sosyal medya kullanımı, bu platformların sosyal konularla doğrudan veya dolaylı ilişkilerde kullanımını araştırmayı gerekli

görmüştür. Benzer şekilde, özellikle gençler arasında sosyal medya kullanım oranının çok yüksek olduğu topluluklarda, politik amaçlar için sosyal medyanın kullanımına ilişkin mevcut politikaların gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Sosyal medya platformlarına katılım, günlük yaşamın taleplerini karşılamak için oluşturulan çeşitli platformlarla artmaya devam etmekte. Bu nedenle, eğitim kurumlarının sosyal medyanın doğru kullanımı ile ilgili çalışmaları genel müfredata dâhil etmeleri gerekmektedir. Bu girişim, dijital medya ile ilgili sağlam politikalarla birleştiğinde, sosyal medya kullanımı insanlar üzerinde daha anlamlı ve olumlu bir etki oluşturabilecektir. Fakat çağdaş milliyetçilik biçimlerinin güncel anlayışları hakkında bilgi sunacak daha fazla analize ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKLAR

1. Anderson, B. R. O. (1990). *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism* (2nd ed.). London: Verso.
2. Beland, D., & Lecours, A. (2006). Sub-state nationalism and the welfare state: Québec and Canadian federalism. *Nations and Nationalism*, 1, 77–96. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2006.00231.x>
3. Bharat, K., Chang, B. W., Henzinger, M., & Ruhl, M. (2001). Who links to whom: Mining linkage between web sites. In *Proceedings - IEEE International Conference on Data Mining, ICDM* (pp. 51–58). <https://doi.org/10.1109/icdm.2001.989500>
4. Bloom, W. (1990). *Personal Identity, National Identity and International Relations*. Cambridge University Press.
5. Breuilly, J., & Breuilly, P. of N. and E. J. (1993). *Nationalism and the State*. University of Chicago Press.
6. Calhoun, Craig. (1993). Nationalism and Ethnicity. *Annual Review of Sociology* 19: 211–39.
7. Centre, I. R. (2018). *Raport_210x210mm_sm*.
8. Catt, H., & Murphy, M. (2002). *Sub-State Nationalism*. Sub-State Nationalism. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203361498>
9. CHAPTER I ETHNICITY, AUTONOMY AND SUB-NATIONALISM VIS-A-VIS. (n.d.).
10. Clement, J. (2020). • Internet users by age worldwide | Statista.
11. Connor, W. (1998). *Etnonacionalismo*. Madrid: Trama Editorial.
12. Cook, M. (2018). Three Challenges Facing the Bangsamoro Organic Law. *Iseas Perspective*, (82), 1–9.
13. Cornwall, A., & Jewkes, R. (1995). What is participatory research? *Social Science and Medicine*, 14, 1667– 1676.
14. Cosenza, V. (2020). World Map of Social Networks. VincosBlog. Retrieved from <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

15. Coser, L. A. (1969). The functions of social conflict. *The Functions of Social Conflict* (pp. 1–188). Taylor and Francis.
<https://doi.org/10.4324/9780203714577>
16. Curtis, F. (2017). 10 Types of Social Media and How Each Can Benefit Your Business. *Blog Hootsuite*, 1–19. Retrieved from
<https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media/>
17. Deinla I. (2019, February 6). Hopes and tempered promises for the Bangsamoro Organic Law. Retrieved from
<https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/hopes-and-tempered-promises-bangsamoro-organic-law>
18. Deutsch, K. W. (1966). *Nationalism and social communication: An inquiry into the foundation of nationality* (2nd ed.). Cambridge, Massachusetts: M.I.T. Press
19. Dimitrova, D. V., Connolly-Ahern, C., Williams, A. P., Kaid, L. L., & Reid, A. (2003). Hyperlinking as gatekeeping: Online news-paper coverage of the execution of an American terrorist. *Journalism Studies*, 4(3), 401–414.
<https://doi.org/10.1080/14616700306488>
20. Doyle, M. (2014). Social Media Apps: what are they? Retrieved from
<http://blog.hellosocial.com.au/blog/social-media-apps>
21. Easman, M. J. (1994). *Ethnic Politics*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
22. Eriksen, T. H. (1991). *Ethnicity and Nationalism*. Pluto Press (UK).
23. Evans, A. (2002). Regionalism in the Eu: Legal organisation of a challenging social phenomenon. *Journal of European Integration*, 24(3), 219–243. <https://doi.org/10.1080/07036330220152222>
24. Introduction: Transformation of nationalism and diaspora in the digital age. (2021). Retrieved 11 June 2021, from
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/nana.12683>
25. Guibernau, M. (2003). *Nationalisms: The Nation-State and Nationalism in the Twentieth Century*. Cambridge: Polity Press.
26. Guibernau, M. (1999). *Nations without States- Political Communities in a Global Age*. Cambridge: Polity Press.
27. Guler S. (2019, January 27). Turkey hails adoption of Bangsamoro law in Philippines. Retrieved from
<https://www.aa.com.tr/en/turkey/turkey-hails-adoption-of-bangsamoro-law-in-philippines/1376431>

28. Gündüz, U., & Erdem, B. K. (2017). The concept of virtual nationalism in the digital age: Social media perspectives of Turkey. *Communication Today*, 8(2), 18–29.
29. Halavais, A. (2000). National borders on the world wide web. *New Media & Society*, 2(1), 7–28.
30. Halliday, F. (1997). Nationalism. In J. Baylis and S. Smith (Ed.), *The Globalization of World Politics*. Oxford: Oxford University Press.
31. Harisha, R. P., & Padmavathy, S. (2013). Knowledge and use of wild edible plants in two communities in Malai Madeshwara Hills, Southern India. *International Journal of Botany*, 9, 64–72.
32. Hayward, C., Simpson, L., & Wood, L. (2004). Still left out in the cold: Problematising participatory research and development. *Sociologia Ruralis*, 44, 95–108.
33. Hechter, M. (1975). Internal Colonialism: The Celtic fringe in British national development. *Internal Colonialism: The Celtic Fringe in British National Development* (pp. 1–390). Taylor and Francis.
<https://doi.org/10.4324/9780203788332>
34. Henderson, G. (2020). How Much Time Does The Average Person Spend On Social Media? Retrieved from
<https://www.digitalmarketing.org/blog/how-much-time-does-the-average-person-spend-on-social-media>
35. Hooghe, L. (1992). Nationalist Movements and Social Factors: A Theoretical Perspective. In J. W. Coakley (Ed.), *The Social Origins of Nationalist Movements: The Contemporary West European Experience*. London: Sage.
36. How Is Nationalism Expressed? To what extent do expressions of nationalism create a sense of nation? (n.d.).
37. Huntington, S. P. (1971). The Change to Change: Modernization, Development, and Politics. *Comparative Politics*, 3(3), 283.
<https://doi.org/10.2307/421470>
38. Introduction: Transformation of nationalism and diaspora in the digital age. (2021). Retrieved 11 June 2021, from
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/nana.12683>

39. Kapahi A. & Tañada G. (2018). The Bangsamoro Identity Struggle and the Bangsamoro Basic Law as the Path to Peace. *Counter Terrorist Trends and Analyses*, Vol. 10, No. 7 (July 2018), pp. 1-7.
40. Herb, H. G. (1999). National Identity and Territory. In *Nested Identities*, (Ed.), Guntram H. Herb and David H. Kaplan. New York, NY: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
41. Kapur, A. (2019). The Rising Threat of Digital Nationalism. *Wall Street Journal - Online Edition*, 1. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip&db=bsu&AN=139450618&site=ehost-live>
42. Kellas, J. G. (1998). *The Politics of Nationalism and Ethnicity* (2nd edition). New York: Macmillan Press
43. Labucay, I. D. (2014). Patterns of Internet usage in the Philippines. In *The Internet and the Google Age: Prospects and Perils* (pp. 27–49). Research-publishing.net. <https://doi.org/10.14705/rpnet.2014.000176>
44. Lecours, A. (2007). *Basque Nationalism and the Spanish State*. Reno & Las Vegas: University of Nevada Press.
45. Letamendia, F. (2000). Game of mirrors: Centre-periphery national conflicts. *Ordoliberalism and European Economic Policy: Between Realpolitik and Economic Utopia* (pp. 1–288). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315183732>
46. Lijphart, A. (1977). 2. Political Theories and the Explanation of Ethnic Conflict in the Western World: Falsified Predictions and Plausible Postdictions. In *Ethnic Conflict in the Western World* (pp. 46–64). Cornell University Press. <https://doi.org/10.7591/9781501734281-005>
47. Loughlin, J. (2001). The United Kingdom: From Hypercentralization to Devolution. In J. Loughlin, (Ed.), *Subnational Democracy in the European Union*. Oxford & New York: Oxford University Press.
48. Lynch, P., & Lynch, P. J. (1996). *Minority Nationalism and European Integration*. Cardiff: University of Wales Press.
49. Macdonald, S., & Headlam, N. (2008). *Research Methods Handbook: Introductory Guide to Research Methods for Social Research*. Manchester, London: CLES.

50. Marcelo, V. (2018). The Bangsamoro Organic Law: Everything you need to know. Online Cover Story, 1–7. Retrieved from <http://cnnphilippines.com/news/2018/07/24/bangsamoro-organic-law-primer-everything-you-need-to-know-bbl.html>
51. Merton, R. K., Fiske, M., & Kendall, P. L. (1956). *Focused Interview: A Manual of Problems and Procedures*, 2nd ed.. A division of Macmillan Inc, New York, NY, USA: The Free Press.
52. Mfunne, O. (2013). Extending conservation to farmlands in Zambia: Prescribed practices and reality. *Journal of Sustainable Development*, 7, 46–59.
53. Morgan, D. L. (1996). Focus Groups. *Annual Review of Sociology*, 22, 129–152.
54. Morgan, D. L. (2002). Focus group interviewing. In J. F. Gubrium, & J. A. Holstein (Eds.), *Handbook of interviewing research: Context & Method* (pp. 141– 159). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
55. Most ARMM youth will vote in favor of the Bangsamoro Law – survey. (n.d.). Retrieved from <https://www.rappler.com/nation/218388-most-armm-youth-will-vote-in-favor-bangsamoro-organic-law>
56. Newman, S. (2000). Nationalism in Postindustrial Societies: Why States Still Matter. *Comparative Politics*, 1, 21. <https://doi.org/10.2307/422422>
57. Özkırımlı, U. (2000). *Theories of Nationalism*. New York, NY: St. Martin Press, 2000), 176.
58. Puri, J. (2004). *Encountering Nationalism*. John Wiley & Sons.
59. Rashid S. et al. (2017). Role of Traditional vs. Digital Media in Determining Psychological Nationalism and Patriotism among Pakistani Youth. *NDU Journal* 2017. Retrieved from <https://www.mendeley.com/viewer/?fileId=146a1926-b674-f46b-47e1-ed0f9f64094a&documentId=acc99923-c6df-3b29-ade6-7e516825e917>
60. Rokkan, S.&Urwin, D. (1982). Introduction: Centres and Peripheries in Western Europe. In S. Rokkan and D. Urwin(Ed.), *The Politics of Territorial Identity*. London, Beverly Hills and New Delhi: Sage Publications.

61. Saka, E. (2018). Social Media in Turkey as a Space for Political Battles: AKTrolls and other Politically motivated trolling. *Middle East Critique*, 27(2), 161–177. <https://doi.org/10.1080/19436149.2018.1439271>
62. Saylan, İ. (2011). SUB-STATE NATIONALISM WITHIN EUROPEAN INTEGRATION PROCESS: A COMPARATIVE STUDY OF SCOTTISH, BASQUE AND KURDISH CASES A PhD. Dissertation.
63. Schneider, F. (2018). *China's digital nationalism*. Oxford, UK: Oxford University Press.
64. Segev, E., Ahituv, N., & Barzilai-Nahone, K. (2007). Mapping diversities and tracing trends of cultural homogeneity/heterogeneity in cyberspace. *Journal of Computer -Mediated Communication*, 12, 1269–1297.
65. Seton-Watson, H. (1977). Nations and states: An enquiry into the origins of nations and the politics of nationalism. *Nations and States: An Enquiry into the Origins of Nations and the Politics of Nationalism* (pp. 1–563). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780429047671>
66. Shklovski, I., & Struthers, D. (2010). Of states and borders on the Internet: The role of domain name extensions in expressions of nationalism online. *Policy & Internet*, 2(4), 107–129.
67. Smith, A. D. (2003). *Nationalism – Theory, Ideology, History*. Cambridge: Polity.
68. Snyder T. (2018). ‘The cowardly face of authoritarianism’. *New York Times*, 3 December. <https://www.nytimes.com/2018/12/03/opinion/authoritarian-leaders-trump-putinorban.html?fbclid=IwAR1iVJvs5bYokcpEuufIsf1w2aXriB3E01UxbckPttBqPVCBZSV4-L1SFIs>
69. Social Media users in Sri Lanka - January 2020 | NapoleonCat. (2020). Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-ethiopia/2020/01> <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-sri-lanka/2020/01>
70. Stewart, M. (2016). The myth of televisual ubiquity. *Television and New Media*, 17(8), 691–705. <https://doi.org/10.1177/1527476416655384>
71. Student Cities in Turkey - Best Cities to Study in Turkey | Global Academia. (n.d.). Retrieved from <https://www.globalacademia.com/en/student-cities-in-turkey/>

72. Sybblis, M., & Centeno, M. (2017, July 1). Sub-Nationalism. *American Behavioral Scientist*. SAGE Publications Inc.
<https://doi.org/10.1177/0002764217723948>
73. The BOL Plebiscite: A Defining Moment for the Future of Mindanao | Democracy Speaks. (n.d.). Retrieved from <https://www.democracyspeaks.org/blog/bol-plebiscite-defining-moment-future-mindanao>
74. *The journey of The Moro Islamic Liberation Front's first ex-combatants*. (n.d.).
75. The 10 Best Social Media and Content Apps for 2021. (2021). Retrieved from <https://leadgenera.com/knowledge-hub/marketing/the-10-best-social-media-and-content-apps-for-2021/>
76. Toft, M. D. (2003). *The Geography of Ethnic Violence*. The Geography of Ethnic Violence. Princeton University Press.
<https://doi.org/10.1515/9781400835744>
77. Uaces. (2010). *Communicating European Citizenship*. *Communicating European Citizenship*, (March 2010), 1–9. Retrieved from <http://www.uaces.org/events/conferences/cec/programme/index.php>
78. United State Institute of Peace. (2005). *The Mindanao Peace Talks: Another Opportunity to Resolve the Moro Conflict in the Philippines*. United States Institute of Peace, 4(Special Report 131), 11. Retrieved from <http://www.usip.org/sites/default/files/sr131.pdf>
79. van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society*. New York: Oxford University Press.
80. Watson, M. (1990). Contemporary minority nationalism. *Contemporary Minority Nationalism* (pp. 1–227). Taylor and Francis.
<https://doi.org/10.4324/9781315001708>
81. What is nationalism and why should. (n.d.).
82. Wibeck, V. (2011). Images of environmental management: Competing metaphors in focus group discussions of Swedish environmental quality objectives. *Environmental Management*, 49, 776– 787.
83. Wiltgren, L. K. (2014). Youth using national symbols in constructing identities. *Journal of Youth Studies*, 17(3), 308–323.
<https://doi.org/10.1080/13676261.2013.815706>

84. Yıldırım, A. – Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Sel Yayıncılık.
85. Yunus, E. (2013). The Role of Social Media in Creating Political Awareness and Mobilizing Political Protests a Focus on Turkey. The Communication Review, 107(14), 71–85.
86. 20 of the Best Social Media Apps for Marketers in 2020. (n.d.). Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/best-social-media-apps-list/>

EKLER

EK-1 MÜLAKAT FORMU

Yarı Yapılandırılmış Mülakat Soruları

Merhaba

Ben Esnaira Salem, Sosyoloji Bölümü yüksek lisans öğrencisiyim. Türkiye'de eğitim gören Bangsamoro öğrencileri arasında “Dijital Milliyetçilik” konusunda araştırma yapıyorum. Bu nedenle, araştırma çerçevesinde veriler elde etmek için bir mülakat yapıyorum. Vereceğiniz cevapların ve araştırma sonucu elde edilen verilerin yalnızca bu çalışmada kullanılacağından emin olabilirsiniz. Teşekkür ederim.

Adı (isteğe bağlı):

Yaş:

Bölüm:

Şehir:

Türkiye'de kaldığı süre:

1. Hangi sosyal medya uygulamalarını kullanıyorsunuz?
2. Onları ne sıklıkta kullanıyorsunuz?
3. Bu sosyal medya uygulamasını Bangsamoro'daki referandumu desteklemek için nasıl kullandınız?
4. Ne zaman başladınız?
5. Tek başına mı çalıştınız yoksa bir grupla mı?
6. Etkinliğinizin veya etkinliklerinizin etkisi nedir?
7. Nasıl sorunlarla karşılatınız?

8. Nasıl çözdünüz?
9. Bu etkinlikleri yapmada sizi motive eden nedir?
10. Bu etkinlikler ne anlama geliyor ya da neyi simgelemekte?
11. Bunun Bangsamoro milliyetçiliğini teşvik ettiğini düşünüyor musunuz?
12. Bangsamoro milliyetçiliğini teşvik etmede etkili bir araç olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız sizce nedeni nedir?
13. Bangsamoro milliyetçiliğini teşvik etmek için başka hangi faaliyetlerde bulundunuz?
14. Faaliyetlerinizin referandum sonucunu etkilediğine inanıyor musunuz? Nasıl?
15. Bu etkinliği diğer gençlerin milliyetçiliklerini göstermeleri veya ifade etmeleri için tavsiye eder misiniz?