

Derleme Makale

Ulusasıırı Göçler ve Çok Kùltürlü Toplumlarda Etnik Medya: Kuramsal Yaklaşımlar*

Öz

Oya Hacer ADIGÜZEL**

Küreselleşme ulusasıırı göçleri artırmış ve yoğun göç almış ülkelerde, çok kùltürlü, etnik ve diasporik topluluklar ortaya çıkarmıştır. Çok kùltürlü toplumlardaki göçmen grupları, etnik kimliklerini korumak, yeniden üretmek, anavatanları ve ev sahibi toplum ile iletişim kurmayı kolaylaştırmak amacıyla kendi medyalarını kurmaktadır. Ana akım medya genellikle göçmenleri görmezden gelmeyi veya yanlış temsil etmeyi tercih ederken, göçmenler etnik medya aracılığıyla kendi topluluklarının doğru temsil edilebilmesini ve medya ortamlarında daha fazla görünürlük kazanmalarını hedeflemektedir. Medya ve göç çalışmaları; etnik medyanın göçmenlerin temsil edilmeleri konusuna odaklanarak, medya, göç ve çok kùltürlü toplumlar arasındaki kesişimi araştırmaktadır. Etnik medyayı merkeze alan iletişim çalışmaları ise, Medya Etkileri Yaklaşımı, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı ve Kùltürel Çalışmalar paradigması olmak üzere üç temel teorik perspektif ile ele alınabilmektedir. Bu makalenin amacı, mevcut literatürdeki tartışmalar üzerinden küresel göçler sonucunda Batı toplumlarında ortaya çıkan çok kùltürlü toplumlardaki etnik medyayı üç temel perspektifle analiz etmektir. Bu çalışmada, Medya Etkileri bağlamında kùltürleşme, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı kapsamında medyatikleşme ve son olarak İngiliz Kùltürel Çalışmaları bağlamında etnik medya ele alınacaktır.

*Bu makale İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü Medya ve İletişim Çalışmaları ABD'da danışmanlığını Prof. Dr. Zeliha Hepkon'un üstlendiği "Türkiye'deki Suriyeli Göçmenlerin Diasporik Kimlik Oluşumlarında Etnik Medyanın Rolü" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

**Dr.,
Bağımsız Araştırmacı,
ORCID ID: 0000-0002-7946-1285,
E-mail: adiguzelhacer@gmail.com

Anahtar Kelimeler: Ulusasıırı Göçler, Etnik Medya, Göçmen Medyası, Etnik Medya Teorileri.

Getiş Tarihi: 07.07.2023
Kabul Tarihi: 25.09.2023

Adigüzel, O. H. (2023). Ulusasıırı göçler ve çok kùltürlü toplumlarda etnik medya: Kuramsal yaklaşımlar. *Medya ve Kùltür*. 3(2), 152-178. doi: 10.60077/medkul.1323999.

Transnational Migrations and Ethnic Media in Multicultural Societies: Theoretical Approaches*

Abstract

Oya Hacer ADIGÜZEL**

Globalization has increased transnational migration and created multicultural, ethnic and diasporic communities in countries with high levels of immigration. Migrant groups in multicultural societies establish their own media to preserve and reproduce their ethnic identities and to facilitate communication with their homeland and host society. While the mainstream media often prefers to ignore or misrepresent migrants, migrants aim for accurate representation of their communities through ethnic media and greater visibility in media environments. Media and migration studies explore the intersection between media, migration and multicultural societies, with a focus on ethnic media's accurate and authentic representation of immigrants. Media and migration studies explore the intersection between media, migration and multicultural societies, focusing on the representation of migrants in ethnic media. Communication studies focusing on ethnic media can be approached from three main theoretical perspectives: the media effects approach, the uses and gratifications model and the Cultural Studies paradigm. The aim of this article is to analyse ethnic media in multicultural societies emerging in Western societies as a result of global migrations from three main perspectives, considering discussions in the existing literature. This study discusses acculturation in the context of media effects, mediatisation in the context of the uses and gratifications theory and finally ethnic media in the context of British Cultural Studies.

*This article is derived from PhD dissertation entitled "The Role of Ethnic Media in Diasporic Identity Formations of Syrian Migrants in Turkey", supervised by Prof. Zeliha Hepkon, Istanbul Commerce University, Institute of Communication Science and Internet, Media and Communication Studies Program.

**Dr.,
Independent Researcher,
ORCID ID: 0000-0002-7946-1285,
E-mail: adiguzelhacer@gmail.com

Keywords: Transnational Migration, Ethnic Media, Immigrant Media, Ethnic Media Theories.

Received: 07.07.2023
Accepted: 25.09.2023



Extended Abstract

Globalization has increased transnational migration and created multicultural, ethnic and diasporic communities in countries with high levels of immigration. In multicultural societies, mainstream media often ignore or misrepresent migrant communities. Media and migration studies emphasize the importance of ethnic media in countering these narratives, providing accurate and authentic representation, and communicating with the host society while maintaining their own identities.

Ethnic media refers to traditional and new media organs broadcasting in their own language in the country of migration (Yeşil, 2013, pp. 235-236). Newspapers, magazines, radio and television programs produced by or for a particular ethnic group, community or individual in their home countries or in the countries of origin are considered ethnic media. Immigrants who want to live in multicultural societies preserving their ethnic identity use ethnic media as a tool for reasons such as receiving news, socializing, constructing ethnic identity and diasporic consciousness and passing it on to new generations. According to Viswanath and Arora, ethnic media play an important role in migrants' integration into the host society (2000, p.39). On the one hand, ethnic media establishes a connection between the homeland and the people living in the country of immigration, and on the other hand, it mediates communication with the dominant culture (Fleras, 2010).

The vast majority of ethnic media users are immigrants and minorities (Weber-Menges, 2006, p. 241). According to Jeffres and Hur (1980), ethnic media addresses immigrants or ethnic groups living their daily lives in relative ghettos and are not fully integrated into society. Ethnic media institutions are generally short-lived due to the fact that those working in ethnic media are mostly not professional journalists, they are not specialized in a certain field, their duties and responsibilities are not very clear, their duties are frequently changing, etc.

Communication studies on ethnic media have been approached from three main theoretical perspectives: the Uses and Gratifications Model, the Media Effects Approach and the Cultural Studies Paradigm (Luo, 2016, p.6). The Uses and Gratifications Model also focuses on media consumption patterns and various attitudes towards migrant culture. The Media Effects Approach deals with social integration at the macro level, while ethnic media studies from a perspective of cultural studies focus on cultural identity at the micro level. This study will examine mediatisation theory as an example of the Uses and Gratifications Model, acculturation theory as an example of the Media Effects Approach and finally ethnic media from the perspective of the Cultural Studies Approach.

Mediatisation

Mediatisation, one of the key concepts in understanding media's role in social and cultural processes, has been frequently used in the public and academia since the 1990s. Mediatisation identifies the social impact of the means of communication. Schultz points out that changes in the communication environment play an important role in social and cultural transformation processes (2004, p. 88). Hepp, on the other hand, interprets mediatisation as the penetration of media into other institutions, social spheres and systems (2015, p. 40). This concept, based on the assumption that

media technologies and institutions shape daily life practices and social relations, has important contributions to the field of media studies (Hepkon, 2021, p. 204). On the one hand, the concept facilitates the understanding of the transformative role of the media, and on the other hand, it makes a significant contribution to the positioning of the media as an independent field of study, free from the domination of different disciplines. Ethnic media, with its mediatisation feature, not only provides information about the cultures, histories, languages and other characteristics of different ethnic groups, but can also be used as a tool to resolve conflicts and facilitate communication between different ethnic groups.

Acculturation

According to Berry et al. (1989), there are four different acculturation strategies for immigrants living in multicultural societies: assimilation, segregation, integration and marginalization. According to this approach, ethnic media is important for the preservation and promotion of cultural diversity. Ethnic media also emphasizes the importance of cultural differences, one of the key concepts of cultural diversity theory. Ethnic media is an important tool for immigrant or minority communities living in the diaspora to keep their traditions, customs and cultures alive and to interact with other cultures, especially with the host society (Yurdigul et al., 2019, p. 435). It is noted that ethnic media serves the dual purpose of preserving ethnic and cultural ties and helping cultural and social adaptation.

Cultural Studies

Cultural Studies, which offers an important perspective to evaluate the relationship between migration and media, evaluates the issues it addresses in a multi-layered manner. Cultural Studies recognize identity not as a given and ready-made phenomenon, but as a fluid phenomenon changing through cultural interactions (DeMeulenaere, 2009, p. 45). The field of Cultural Studies aims to reveal whether this interaction takes place through media products, and if so, in which context. It analyses the dimensions of the interaction that emerges as a result of the association that develops together with the issue of the representation of cultural products through the media product under consideration.

Cultural Studies, which offers a multifaceted perspective in examining subcultures and different social groups living within the dominant culture, is a field that offers as many opportunities as possible to reveal the connection of cultural practices with the material world with its critical and creative approach (Hepkon, 2006, p.25).

In conclusion, in this study, which examines three theories in which ethnic media is at the centre, it is possible to say that the media is the most important actor in the lives of migrants. In the context of the Uses and Gratifications method, it is believed that media can be an important tool for individuals to learn basic information, especially in the initial stages. On the other hand, with acculturation and cultural diversity, it seems possible for individuals to adapt to the society in the medium and long term. Together with cultural studies, ethnic media can contribute to the formation of diasporic identity and the preservation of self-identity.

Giriş

Tarih boyunca insanlar ekonomik, toplumsal, siyasal vb. birçok nedenle yaşadıkları yerleri terk ederek, yeni yerlere göç etmişlerdir. Yaşanan bu coğrafi hareketlilik çoğu zaman insanların daha müreffeh bir hayat yaşamalarının yolunu açmış, kültürleri kaynaştırmış, fikirleri çatışmış ve nihayetinde medeniyetin gelişmesinin yolunu açmıştır. Fakat bu göçler ve farklı toplulukların birlikte yaşamaya başlaması, çeşitli sorunları da beraberinde getirmiştir. Karşılaşılan yeni kültüre, etnik kimliği koruyarak uyum sağlama zorluğunun aşılabilmesi için göçmenler tarafından çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. Batıdaki çok kültürlü toplumlarda medya, bu stratejilerin tam merkezinde yer almaktadır. Göçmen toplumların haber alma, sosyalleşme, etnik kimliği ve diasporik bilinci inşa etme ve yeni kuşaklara aktarabilmek için yeniden üretme stratejileri etnik medya merkezli olarak yürütülmektedir.

Medya alanında göç çalışmaları, özellikle 1980'lerin sonu ve 1990'larda küresel göç hareketlerinin hızlanmasıyla birlikte genişleyen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Modern insanlar, iletişim ve ulaşım alanındaki önemli teknik ilerlemeler sayesinde daha kolay ve hızlı bir şekilde yer değiştirebilmektedir. Castles ve Miller (2008) bu yaygın hareketlilik nedeniyle günümüzü göçler çağı olarak nitelendirirken, Papastergiadis (1999) mevcut yer değiştirmelerini göç türbülansı olarak tanımlamakta, küreselleşme ve göç koşullarının sonsuza dek süreceğini öngörmektedir. Birleşmiş Milletlere bağlı (BM) Uluslararası Göç Örgütü tarafından yayımlanan Dünya Göç Raporu'na göre (IOM, 2021) 2000 yılında kendi ülkesi dışında yaşayanların sayısı yaklaşık 173 milyon iken, 2010 yılında 221 milyona, 2020 yılında 26,4 milyonu mülteci olmak üzere 281 milyona yükselmiştir (IOM, 2022, s.23). 2002 yılında 185 milyon kişi en az 12 ayını kendi ülkesinin dışında geçirmek zorunda kalmıştır (Castles & Miller, 2008, s. 8). Bu göç hareketlerinin akış yönünün güney ve doğu bölgelerinden Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'ya doğru olması, çok kültürlü toplumların aynı zamanda göçün hedefindeki ülkeler olmasına neden olmuştur.

Küreselleşme ile artan ulus aşırı göç hareketleri, özellikle sanayileşmiş ülkelerde, etnik toplulukların artmasını da beraberinde getirmiştir. Yeni bir ülkeye yerleşen göçmen gruplar kendi etnik kimliklerini sürdürebilmek ve ev sahibi toplum ile iletişim kurmayı kolaylaştırmak amacıyla kendi medyalarını kurmaktadır. Viswanath ve Arora'ya göre, özellikle çok kültürlü toplumlarda, göçmenlerin ev sahibi topluma entegrasyonlarında etnik medya önemli bir rol oynamaktadır (2000, s.39).

Etnik medya, göçmenlerin göç ettikleri ülkede, kendi dillerinde yayın yapan geleneksel ve yeni medya organlarını ifade etmektedir (Yeşil, 2013, ss. 235-236). Bir göçmen grubunun kendi etnik kimliğini kültürünü koruyabilmesi ve gelecek nesillere aktarılabilmesi sürecinde etnik medya önemli bir rol üstlenebilmektedir. Göç edilen ülkede doğup büyüyen yeni kuşakların, anavatan ve etnik kimlikleriyle var olabilmeleri, diasporik kimliğin anavatan dışında inşa edilmesi, göçmenlerin kendi dillerinde yayın yapan etnik medyaları aracılığıyla mümkün olabilmektedir.

Köklerin bulunduğu ülkelerdeki medya, göçmenlerin diasporada kendilerini ülkeleri ile ilişkide hissetmelerine aracılık etmektedir. Etnik topluluklara hitap eden medya, göçmenlerin içinde yaşadıkları küreselleşen dünyanın kozmopolit şehirlerinde kültürlerinin dönüşümüne de katkı sağlamaktadır. Ulusötesi medya göçmenlerin kültürel ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışırken, sınırlar ötesindeki göçmen topluluklar

için kimlik ve cemaat inşasında da rol almakta, bu alanda da ampirik akademik çalışmalara konu olmaktadır (Ataman, 2012, s. 31).

Etnik medya, sadece yaşadığı topluma uyum sağlayamamış azınlık veya göçmen gruplara hitap eden marjinal medya yapıları olarak da değerlendirilmemelidir. Etnik medya, göçmen grupların kendi kültür ve dilleriyle daha fazla iletişim kurmalarına ve kendilerini ifade etmelerine fırsat tanımakta, böylece göçmenlerin ev sahibi toplumda karşılaştıkları sorunların görünür olmasına da olanak sağlamaktadır (Geißler & Pöttker, 2006). Göçmenlerin kültürel kimliklerinin en önemli belirleyicilerinden biri olan etnik medya ve kültürlerarası entegrasyon için de önemli bir katalizör görevi üstlenmektedir. Etnik medya bir taraftan anavatan ile göç edilen ülkede yaşayanlar arasında bağlantı kurarken, öte yandan hâkim kültür ile iletişim sağlanmasına da aracılık etmektedir (Fleras, 2010).

Ulusasıırı göçler kaçınılmaz olarak kültürel etkileşime neden olmakta hem göçmenlerin hem de ev sahibi toplumun değişmesine yol açmaktadır. Göçmenler yeni yerleşim yerlerine uyum sağlamak için Berry vd.'lerinin (1989) deyimiyile (asimilasyon, ayrışma, entegrasyon ve marjinalleşme gibi) kültürleşme stratejileri geliştirirken, ev sahibi toplumda ise ekonomik, demografik, siyasi ve güvenlik eksensli bazı endişeler meydana gelebilmektedir (Adıgüzel, 2016, s.190). Kültürel etkileşimdeki kültürel farklılıklar, bilgi eksiklikleri, iletişim engelleri ve dil vb. faktörlerden her biri, süreci doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemekte; çoğu zaman kültürleşme sürecinin hangi strateji üzerinden gerçekleşeceğini belirlemektedir. Bu sürecin en önemli aktörlerinden birini de medya oluşturmaktadır (Yurdigül vd., 2019, s.422).

Medya ve göç çalışmalarında, medya, göç ve çok kültürlü toplumlar arasındaki kesişim ekseninde etnik medya göçmen toplulukların entegrasyonunu, iletişimini ve temsilini kolaylaştırmada hayati bir rolü sorunsallaştırmaktadır. Özetle etnik medya, etnik toplulukların kendilerini temsil etmeleri ve daha geniş medya ortamında görünürlük kazanmaları için temel bir platform sağlamaktadır. Ana akım medya genellikle bu toplulukları görmezden gelir veya yanlış temsil eder, klişeler kullanarak ötekileştirmeyi sürdürür. Medya ve göç çalışmaları, etnik medyanın bu anlatılara karşı koyma, doğru ve özgün temsil sağlama konusundaki önemini vurgulamaktadır. Buna ek olarak ana dillerde içerik sağlayarak, kültürel uygulamalara yer vererek ve belirli etnik gruplar için önemli olan hikâyeleri sergileyerek kültürel kimliğin korunmasında varoluşsal bir işlevi yerine getirmektedir. Etnik medya, etnik topluluklar arasında kimlik ve aidiyet duygusunu güçlendirerek kültürel mirasın nesiller boyunca korunmasına ve aktarılmasına katkıda bulunmaktadır. Sosyal ağlar kurmak ve topluluk uyumunu teşvik etmek için bir aracılık görevi görmekte ve aynı etnik kökenden gelen bireyleri bir araya getirerek bağlantı kurmalarını, deneyimlerini paylaşmalarını ve birbirlerini desteklemelerini sağlamaktadır.

Etnik medya çalışmaları, ulusasıırı ve çok kültürlü yapılardaki etnik toplulukların, birden fazla "ev" ile ilişkilerini ve medyanın göçmenlerin kültürel ve toplumsal kimliklerinin inşasındaki işlevini anlamak için göçmenlerin medya tüketim alışkanlıkları incelemektedir. Bu çalışmalar, "sınırların ötesinde kimlik ve topluluk inşası" (Georgiou, 2006), "kimlik oluşumu ve dönüşümünde medyanın rolü" (Gillespie, 2005), "ulus ötesi medyanın göçmen topluluklar içindeki rolü" (Deuze, 2006) gibi temel çalışma konuları üzerinden ilerletilmiştir. Medyanın Melbourne'deki Türk-Avustralyalı göçmenler üzerindeki etkisi (Hopkins, 2009, ss. 230-247), Karanfil'in

(2011) Türkiye'deki ulusasıırı yayınların Türk toplumunun yaşamlarına yansımaları, medya tüketiminin ortaya çıkardığı nostalji ve aidiyet duygusunu inceleyen çalışmaları bu kapsamdadır.

Etnik medya üzerinde literatürde farklı yaklaşımlar bulunmakla birlikte, bu medya kullanımının göçmen veya azınlık grupların etnik kimliklerini inşa süreci ile doğrudan bir ilişkisi olduğu söylenebilir. Medya ve göç çalışmaları bir başka boyutta özellikle etnik topluluklar için medyanın örgüt ve topluluk oluşturma kapasitesi bakımından önemine odaklanmaktadır. Jeffres ve Hur'a (1980) göre etnik medya, gündelik hayatlarını nispeten kapalı yerleşim bölgelerinde yaşayan tam olarak toplumla entegre olmamış göçmenler veya etnik gruplara hitap etmektedir. Etnik medya kullananların büyük çoğunluğunu göçmen kökenli insanlar ve azınlık gruplarının üyeleri oluşturmaktadır (Weber-Menges, 2006, s. 241). Etnik medya ev sahibi toplumda yaşayan göçmenlere, azınlık topluluklarına veya o ülkede geçici olarak bulunan turistlere hizmet veren medya kuruluşları şeklinde ya da anavatanında yaşayan kişilerin doğrudan yabancı medya tüketimi tercihleri şeklinde de olabilmektedir. Kendi ülkelerinde veya göçmenlerin geldikleri ülkelerde belirli bir etnik grup, topluluk veya birey tarafından veya onlar için üretilen gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon programları etnik medya olarak kabul edilmektedir.

Matsaganis vd. (2011) göre, etnik medyanın izleyici kitlesi hem dünyanın farklı ülkelerinde yaşayan aynı etnik topluluğa ait insanları, hem de büyük metropollerde kümelenerek ikamet eden benzer etnik geçmişe sahip insanların bir karışımını içerebilmektedir. Belirli bir etnik topluluğa hitap eden medya içeriklerinde, anavatanlarından, ikamet ettikleri ülkeden veya her ikisinden de etnik topluluğu ilgilendirdiği düşünülen haberler yer alabilmektedir. Etnik medya üreticileri, çok sayıda gazete, dergi, radyo ve televizyon kanalları ile ürettikleri programları ulaştırmak için kablolu yayıncılık, uydu sistemleri teknolojisi ve internet gibi yöntemleri de kullanmaktadır. Riggins'e (1992) göre, bir çeşit alternatif medya olarak kabul edilen etnik medyanın büyük bir kısmı ticari olmayıp çoğunlukla gayri resmî bir kurumsal yapıya sahiptir. Etnik medyada çalışanların çoğunlukla profesyonel gazeteci olmamaları, belli bir alanda uzmanlaşmamış olmaları, görev ve sorumluluk alanlarının çok net olmaması, sık sık görevlerinin değişiyor olması vb. nedenlerle etnik medya kurumları genellikle kısa ömürlü olmaktadır.

Etnik medya konusundaki iletişim çalışmaları Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Medya Etkileri Yaklaşımı ve Kültürel Çalışmalar olmak üzere üç temel teorik perspektifle ele alınmaktadır (Luo, 2016, s.6). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı medya tüketim kalıplarına ve göçmen kültürüne karşı çeşitli tutumlara da odaklanmaktadır. Medya Etkileri Yaklaşımı makro düzeyde sosyal entegrasyonla ilgilenmekte; Kültürel Çalışmalar perspektifinden yapılan etnik medya çalışmaları ise, mikro düzeyde kültürel kimliğe odaklanmaktadır. Kültürel Çalışmalar göçmenlerin aynı anda hem kendi kültürlerine hem de ev sahibi ülke kültürüne katılmaları için medyayı kullanmalarına, iki kültürün norm ve değerleri arasında bir köprü kurmalarına ve nihayetinde melez bir kimlik biçimi geliştirmelerine olanak sağladığını varsaymaktadır. Sosyal ve kültürel alanda anlam arayanların buluşma noktası olarak değerlendirilen Kültürel Çalışmalar, ekonomik ve politik gücü elinde bulunduranların tahakküm veya rıza yoluyla kültürler üzerinde nasıl bir egemenlik kurduğunu ve bu egemen güce karşı kültürel olarak nasıl direnilebileceğini göstermeye çalışmaktadır (Alver, 2011, ss. 243-244).

Bu çalışmada, Medya Etkileri Yaklaşımı bağlamında Kültürleşme Kuramı, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı kapsamında medyatikleşme ve son olarak İngiliz Kültürel Çalışmaları bağlamında etnik medya ele alınacaktır.

1. Ulusaşırı Göçler ve Çok Kültürlü Toplum

Göç, insan hareketliliğinin bütün biçimlerini (gönüllü/zorunlu, geçici/sürekli, iç/dış, bireysel/kitlesele vb.) ve bütün nüfus hareketlerini (mülteciler, sığınmacılar, ülke içinde yerinden edilmişler, sürülmüşler, ekonomik göçmenler vb.) kuşatacak kadar geniş düşünölmelidir. Genellikle bireylerin göç etme kararları, özgür irade ve *kişisel rahatlık* sebepleriyle alınmakta, ortaya çıkan gönüllü göçmenlik (ekonomik göçmenlik), sığınmacılık ve mültecilikten farklı bir kategori olarak ele alınmaktadır. Göçmen terimi, maddi ve sosyal koşullarını iyileştirmek, kendileri ve ailelerine ilişkin beklentilerini geliştirmek amacıyla başka bir ülkeye veya bölgeye hareket eden kişileri ve aile fertlerini kapsamaktadır. BM'e göre göçmen, göç sebebi veya türü (gönüllü olup olmaması, göç yolları, düzenli veya düzensiz olması) ne olursa olsun, kendi ülkesi dışındaki bir ülkede bir yıldan fazla ikamet eden bireyi ifade etmektedir (IOM, 2013, s. 37).

Dünyadaki en eski sosyal olgulardan biri olan göç, en basit tanımıyla insanların yaşadıkları yerleri çeşitli nedenlerle değiştirmesidir. Süresi, yapısı ve nedeni ne olursa olsun insanların coğrafi nüfus hareketleri olarak tanımlanan göç, siyasi bir sınırı geçmeyi veya aynı devlet içinde olsa dahi anlamlı yer değiştirmiş olmayı ifade eder (IOM, 2021, s. 22). Türk Dil Kurumu Sözlüğü ise göçü "ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya toplulukların bir ülkeden başka bir ülkeye, bir yerleşim yerinden başka bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma, hicret, muhaceret" olarak tanımlamaktadır (TDK, ty).

Göç, farklı nedenlerle meydana gelir ve çeşitli boyutları vardır. Göç dünya ülkeleri arasındaki insan hareketlerinin önemli bir parçasıdır ve tarihi boyunca insanların yaşamlarında köklü değişikliklere neden olmaktadır. Göç, sosyal (ekonomik, kültürel ve siyasal vb.) veya ekolojik (sel, deprem, heyelan vb.) faktörler sebebiyle gerçekleşebilmektedir. Bu nedenle, göç eden insanlar farklı beklentilerle hareket ederler ve hedefledikleri yere ulaştıklarında farklı sonuçlarla karşılaşabilirler. Bireylerin uluslararası bir sınırı geçerek yerleşmek veya sınırlı süre yaşamak için kaynak ülkelerden veya düzenli olarak ikamet ettikleri ülkeden ayrılarak bir başka ülkeye geçici ya da kalıcı olarak gitmeleri "*uluslararası göç*" veya "*dış göç*" olarak tanımlanabilir (IOM, 2013, s.59). Zorunlu dış göç durumlarında bireyler, iç savaş, işgal veya sürgün gibi yaşamayı çok elverişsiz hâle getiren koşullar nedeniyle kendi ülkelerini terk etmek zorunda kalabilirler. Zorunlu dış göçler ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel, dinî ve çevresel değişkenlerden de etkilenmektedir. İnsanlar ülkelerindeki refah düzeyleri veya yaşam standartlarıyla ilgili sorunlar yaşadıklarında dış göç yapmaya karar verebilirler.

Disiplinlerarası bir alan olarak göç, uluslararası ilişkiler, siyaset, ekonomi, sosyal ve kültürel yaşamla da yakından ilgili bir kavramdır. Özellikle uluslararası göçler, birden fazla devlet ve toplumu aynı anda etkilemekte hem göç edilen ülke hem de göç veren ülke açısından insan gücü başta olmak üzere, ekonomik, sosyal ve kültürel olarak olumlu veya olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Göç hareketleri, göç eden insanlar kadar göç veren ve göç alan bölgeleri de çeşitli şekillerde etkilemektedir (Başel,

2006, s. 289). Dolayısıyla göçler, bireylerin göç ettikleri ülkeler kadar, anavatanlarını da yakından ilgilendirmekte ve her iki ülke arasındaki etkileşimi de şekillendirerek kalıcı izler bırakmaktadır (GİB, 2023, s. 7). Göç hareketlerinden etkilenen yerleşim yerlerinin kapasitelerinin üzerinde göç almaları durumunda işgücü ve ekonominin belirsizlik ve istikrarsızlık yaşamaması muhtemeldir.

Uluslararası göç ‘modern dünyada toplumsal dönüşümü sağlayan bir güç’ hâline gelmiştir. Küresel göçler öncelikle Batı ülkelerini çok kültürlü hâle getirmiş, yeni ırk, kültür, yönetim ve yaşam biçimlerini ortaya çıkarmış, bu yeni biçimler de artık tüm dünya ülkeleri için geçerli olmaya başlamıştır. Karpat’a göre “göçler toplumsal değişmelerin en güçlü unsuru olarak, farklı fiziksel yapıya, dine, kültüre ve dile sahip toplulukları karşı karşıya getirmiş, bu toplulukların bir arada yaşamalarına ve böylelikle etkileşim içinde olmalarına neden olmuştur” (2010, s.9). Bu açıdan bakıldığında göç, kültürel değişimin hem nedeni hem de sonucu olarak değerlendirilebilir. Küresel bir olgu olarak göç, bütün toplumları farklı boyutlarıyla etkilemeye devam ederken, dünyada hâlâ kendi ülkesinde yaşama temel ve ağırlıklı bir eğilim olmaya devam etmektedir. Birleşmiş Milletler Küresel Göç Raporu tahminlerine göre 2020 yılı itibariyle dünya üzerinde 281 milyon kişi (dünya nüfusunun sadece yüzde 3,6’sı) uluslararası göçmen durumundadır (IOM, 2021, s. 3).

Göç eden insanlar göç eylemini doğup büyüdükleri toprakları, sahip oldukları maddi ve manevi pek çok birikimi geride bırakmak için yapmakta, bunun yerine yabancı oldukları mekanlarda yeni hayatlar kurmak için mücadele etmektedirler. Göç bu açıdan hem göçmenler hem göçmenlerin geride bıraktıkları topluluklar hem de yeni yerleşim yerindeki toplumlar üzerinde kalıcı etkileri bulunmaktadır (Nakanishi vd., 2008). Coğrafi ve idari birimdeki değişiklikler, gidilen ülkede kalış süresi, bireylerin sosyal etkileşim sistemlerindeki farklılıklar, gönüllülük ve bireylerin hareket etme kararını etkileyen faktörler gibi çok farklı boyutlarıyla göç sosyal bir olgu olarak karşımızda durmaktadır.

2. Çok Kültürlü Topumlarda Etnik Medya

Küreselleşmenin de etkisiyle insanlar büyük sürekli yer değiştirmekte ve böylece çok kültürlü toplumlar oluşmaktadır. Çok kültürlü toplumlarda yaşayan göçmen toplulukları kendilerini ifade edebileceği etnik medyaya ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda etnik medya, kültürel kodları yansıtırken mensubu olduğu toplumla da etkileşim halindedirler.

Etnik medya kavramı, üzerinde çokça tartışma olmakla birlikte, özellikle belirli bir etnik grubun veya topluluğun ihtiyaçlarını ve çıkarlarını temsil eden medya kuruluşları olarak tanımlanmaktadır. Bu tür medya organları, anavatanlarında veya göç ettikleri ülkelerde gazete, dergi, radyo ve televizyon programları gibi farklı yayın türleriyle kendilerini ifade etmekte ve genellikle göçmenler tarafından yönetilmektedirler (Weber-Menges, 2005, s. 241). Müller’e göre etnik medya, etnik azınlıklar eliyle yönetilir. İçerikleri de çoğunlukla grup üyeleri tarafından üretilir. Aynı şekilde bu içerikler, dâhil olunan etnik gruba yöneliktir (Müller, 2005, s. 324).

Literatürde azınlık medyası (minority media), göçmen medyası (immigrant media), diasporik medya (diasporic media) veya topluluk medyası (community media) olarak da adlandırılan etnik medyanın izleyici kitlesi, genellikle büyük metropollerde yaşayan, benzer bir arka plana sahip etnik gruplardır. Söz konusu izleyici kitlesinin aynı

yerde yaşaması gerekmez. Dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan, aynı etnik kökenden kişiler bu izleyici kitlesini oluşturabilir. Etnik medya belirli bir etnik topluluğun yaşamına odaklanabilir. Benzer şekilde içerisinde yaşanılan ülke kaynaklı gelişmeleri de kitlesi ile paylaşabilir. Birçok etnik gazete, dergi, radyo ve televizyon kanalı kablo yayıncılığını, uydu sistemlerini ve internet gibi araçları kullanarak programlarını etnik topluluklara ulaştırır (Matsaganis vd., 2011, ss. 5-8).

Etnik medya kuruluşlarının büyük çoğunluğu yalnızca ticari amaçlarla kurulmamış olup, alternatif medya kapsamında değerlendirilirler. Birçokları ise resmî olmayan yayın kuruluşları arasındadırlar. Çalışanları önemli oranda gönüllülük esaslı çalışır. Bu türden yayın kuruluşlarında rol ve sorumluluklar oldukça esnekler. Çalışanların belirli bir alanda sorumluluğu yoktur ve genellikle birçok rolü aynı anda üstlenirler. Birçoğu gazetecilik eğitimi almamıştır. Öte yandan etnik medya, genellikle küçük bir toplumsal gruba hizmet eder ve yaşam süreleri ana akım medyaya kıyasla daha kısadır (Riggins, 1992, ss. 14-15).

Tarihi süreçte etnik medya, farklı sosyal ve ekonomik koşullara sahip ülkelerde ortaya çıktığı için eş zamanlı bir gelişim göstermemiştir. 19. ve 20. yüzyılda Avrupa'daki etnik gazetelerin çoğu haber verme fonksiyonunun yanı sıra bağımsızlık hareketleri için de önemli roller üstlenmiştir. Avrupa'da etnik medyanın ilk örneği Almanya'da 1677'de yayımlanan Fransız gazetesi "Gazette de Layde" olarak karşımıza çıkarken, Amerika'da Afro-Amerikalılar tarafından, köleliğin resmî olarak kaldırılmasından kırk yıl önce başlayan basın çalışmaları ilk etnik medya örnekleri olarak gösterilmektedir. New York'ta yayımlanan Freedom's Journal, 1827'den 1829'a kadar sadece iki yıl yayın hayatını sürdürebilmiştir (Matsaganis vd. 2011, s.31).

Etnik medya, göçmenler arasındaki iletişim ağlarının 'odak noktası' olarak kritik bir önem arz etmektedir. Göçmen gruplarının kendi iç yapılanmalarına yönelik en güçlü söylem, etnik medya aracılığıyla üretilir. Etnik medya, göçmenlerin en çok kullandıkları medya olarak değil, ülkelerinden ve göç ettikleri ülkeden diğer medyayı tamamlayıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada dikkat çekilen nokta, etnik medyanın sadece "büyük" kitle medyası olmadığı, aynı zamanda (kişilerarası) aracılı iletişim için kullanılan "küçük medya" (Dayan, 1999) olduğudur. Dijital medya, göçmenlerin "medya repertuarlarının" önemli bir parçası, bir kişi veya bir grup insan tarafından kullanılan tüm medyaların toplamı olarak belirlenmektedir (Hasebrink & Popp, 2006). Bu nedenle etnik radyo istasyonları, televizyon kanalları ve dergilerin yanı sıra, dijital medya unsuru olan sosyal medya platformları ve web siteleri de etnik medya olarak görülmektedir.

Her ikisi de disiplinlerarası bir alan olan medya ve göç, çok farklı çalışma alanlarını bünyesinde barındırmaktadır. Bir taraftan ulusötesi göçler ve küresel göç hareketleri yükselen bir araştırma alanı olurken, diğer yandan post kolonyal dönemden itibaren göçmenlerle birlikte yaşayan batı toplumlarında etnik grupların siyasi, sosyal ve kültürel entegrasyonundaki sorunlar literatürde çokça tartışılmaktadır. Geleneksel veya yeni medyanın göçmen kimlikleri ve kültürel melezleşme üzerindeki etkileri göç çalışmalarının merkezi konularındandır (Bozdağ, 2014, ss. 159-160). Göçün küresel ve yerel düzeydeki etkilerini incelenmesi sürecinde medya, temel değişkenlerden biri olarak dikkat çekmektedir.

Kitle iletişimi ile kitlesel göç hareketleri paralel ilerleyen ve birbirlerinden bağımsız düşünülemez bir durumdur. Göç ve medya ilişkisinin açıklanmasında, göçmenlerin ABD'deki medya ve iletişim sektöründeki yeri önemli bir örnek teşkil etmektedir. Macaristan doğumlu Joseph Pulitzer, New York World adlı gazeteyi satın almış ve önemli başarılarla imza atmıştır (Juergens, 2015). Belarus doğumlu David Sarnoff, Radio Corporation of America'nın ilk yöneticilerinden biridir ve ABD radyo tarihinde hatırı sayılır bir yere sahiptir (Bernstein, 2015, s. 134). Ukraynalı kökenli bir Yahudi olan William Samuel Paley de Columbia Broadcasting System (CBS)'i küçük bir radyo ağından ABD'deki önde gelen radyo ve televizyon kuruluşlarından birisi haline getirmiştir (Smith, 2002). Nazilerin iktidara gelmesinin ardından Almanya'dan ABD'ye göç eden Yahudi kökenli sinemacılar, Hollywood sinemasının şekillenmesinde önemli bir yere sahip olmuştur (Koyuncu, 2020, s. 106).

Kitle iletişim araçları yakın bir tarihe kadar tek yönlü bir iletişime imkân tanımaktaydı. Gazete, televizyon, radyo ve hatta internet 1.0, kitlelerin bilgilendirilmesini amaçlayan bir politika üzerine şekillenmiş, tek yönlü bir iletişim biçimine imkân veremekteydi (Bekkers vd., 2011, ss. 209-210). Küreselleşen dünyada etnik ve diasporik toplumlar, bu sistem içerisinde kültürel değerlerini korumaya çalışmışlardır. Göçmenler eliyle kurulan fanzinler, dergiler, gazeteler, radyolar ve televizyonlar, ulusal ölçekte hayat bulan yapılarla karşılaştırıldığında daha dar bir alanda faaliyet göstermiştir. Bu medyalar belirli bir ırk, din ya da kültüre bağlı göçmen gruplarının sesini duyurmuşlar ve göçmenler arasındaki bağı güçlendirmeyi amaçlamışlardır. İnternet teknolojisinin gelişmesiyle, günümüzde daha demokratik bir medya ortamından söz edilebilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşmasıyla (Web 2.0) çift yönlü iletişim kurmak mümkün hâle gelmiştir. Böylece medya alanı daha demokratik hâle gelmiş, göçmen ve azınlık grupları eskiye oranla daha az bir maliyetle kendi medyalarını hayata geçirebilmişlerdir. İletişim ve internet teknolojisi teknik altyapı ihtiyacını ucuzlatmış, göçmenlerin kendi medyalarını daha kolay bir biçimde kurmalarına olanak tanımıştır (Timmermans, 2018, s. 55).

Diasporik toplumlar için kültürel değerlerin korunması temel bir konudur. Etnik medya bu bağlamda hayati bir konuma sahiptir. Göçmenlerin anavatanları ile bağlarının korunması, dinî ve kültürel değerlerin canlı tutulması, etnik dayanışma bağının her daim güçlü kılınması için medya önemli bir araç rolü üstlenmektedir. Bu türden gruplar çoğunlukla önemli bir sermaye gücüne sahip olmadığından güçlü bir medya altyapısı geliştirememekte, hitap ettikleri grup dolayısıyla da kurumsallaşmakta sorunlar yaşamaktadırlar.

Medya ve göç bağlamında önemli bir başlık da göçmenlerin ana akım medyadaki temsilidir ve bu alanda akademik çalışmalar yapılmıştır (Branco, 2018, s.148). Bu bağlamda medyada, ulusallık ile küresellik, çoğulculuk ile milliyetçilik gibi başlıklar altında değerlendirilebilecek gerilimler tartışılabilmektedir. Göçmenlerin medyadaki temsili, aynı şekilde kendi medyalarını inşa etme çabaları, bu türden tartışmaların ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Medya bağlamında yalnızca temsil değil, göçmenlerin medyayı kullanma biçimleri ve ana akım medya ile kurdukları ilişki de önemli bir çalışma konusu olarak dikkat çekmektedir. Göçmenlerin ana akım medyayı hangi bağlamlarda deneyimlediği, söylemleri nasıl yorumladığı da bu çerçevede ele alınan olgulardır.

Göçmenlerin medya takipleri tekil bir düzlemde ilerlememekte, bir taraftan buldukları ülkenin ana akım medyasını ve etnik medyayı, diğer taraftan anavatanlarında yayın yapan medyayı takip edebilmektedirler. Göçmenler, çeşitli dil ve kültürleri içinde barındırdıkları özellikleriyle, aslında uluslararası medya kullanımı konusunda zengin bir deneyime sahiptirler (Hopkins, 2009, s. 37). Bu deneyim, çok dilli, çok kültürlü ve hem popüler hem de marjinal medya yayınlarını bir arada keşfetmelerine olanak tanır.

Ana akım medya, belirli zamanlarda farklı nedenlerle göçmenlere yönelik olumsuz bir söylem geliştirerek, göçmenleri ötekileştirebilmekte veya görmezden gelebilmektedir. Benedict Anderson'un Hayali Cemaatler (2020) adlı çalışmasında da görülebileceği gibi ulus devlet nosyonu bağlamında inşa edilen süreçler, ortak kültür ya da birlikte yaşama bağlamında göçmenlerin temsil edilme biçimi ve ana akım medyada yer alma süreleri bakımından sorunların ortaya çıkmasını beraberinde getirebilir. Göçmenlerin de dâhil edildiği bir ortak kültüre ulaşma yolunda hareket eden medya araçları ise çoğulculuğa hizmet eder. Göçmenlerin, kendi kültürel kimliklerini daha özgür biçimde ifade edebildikleri bir toplumsal ortam, göçmenlerin dâhil oldukları topluma entegre olmalarını da kolaylaştıracaktır.

Genellikle, ana akım medya daha tutucu ve korkular üzerine inşa edilen bir yapıdadır. Medya bağımsız bir yapı olarak kabul edilemez. Geleneksel bir yayıncılık politikasına sahip medya araçları, genellikle izleyicisi ile arasında kültürel bir yakınlığın var olduğu gerçeğinden hareket eder. Bununla birlikte, büyük ölçüde çevrimiçi olan etnik ve alternatif medya organları, daha çoğulcu yayın politikası ile çok kültürlü bir kamusal alan oluşmasına imkân tanır. Ana akım medyanın göçmenlere yönelik yayın politikası, göçmenlerin etnik medyalarını ne ölçüde tercih edecekleri konusunda da belirleyici olmaktadır (Hopkins, 2011, ss. 38-39).

Etnik gruplar ve göçmenler, toplumun geneli tarafından "öteki" olarak görülebilmektedir. Ana akım medya toplumsal çatışmanın yeniden üreticisi olarak, egemen grubun ideoloji doğrultusunda bir gerçeklik kurguladığı için "öteki"lerin sesi medyada yeterince duyulamaz. Bu nedenle, göçmenler başta olmak üzere, ötekileştirilen gruplar, kendilerini egemen söylem karşısında yeniden tanımlamak zorunda kalabilmektedir. Bu gruplar egemen sistemi sorgulayarak, kendilerini var edebilecekleri alternatif alanlar yaratma çabası içerisine girmekte ve egemen sistem medyasına karşı kendi etnik medyalarını kurma yolunu seçebilmektedirler (Çoban, 2007). Hopkins'e göre ana akım medyadan dışlanan etnik veya azınlık gruplar için bir diğer alternatif de anavatan medyasını uydu teknolojisi ya da çevrimiçi ortam üzerinden takip etmektir (2009, s.41). Durağan değil dinamik bir yapıya sahip olan göçmen grupları, göç edilen ülkede doğan yeni kuşaklar ve anavatandan gelen bireylerle sürekli kendini yenileyebilmektedir. Göçmenlerin bu çift yönlü medya kullanma biçimleri kimlik inşa etme ve bu kimliği yeni nesillere aktarabilmeleri için de gereklidir.

Morley ve Robins'e göre anavatandan yayın yapan ulusötesi medya, göçmenlere aşınan kimliklerini güçlendirme fırsatı vermekte, dünyanın en uzak köşelerinden gelen topluluk üyeleri, yeni iletişim teknolojileri sayesinde ortak bir bilinç sahibi olabilmektedir (1995). Böylece farklı ülkelere dağılmış insanları birleştirebilmekte (Öner, 2009), diasporik öznelerin kimliklerinin geliştirmelerinde ulusötesi medya yardımcı olmaktadır (Ataman, 2012).

İnternet, ulusötesi medya ve etnik medya göçmenlerin yaşam kalitelerini yükseltmektedir. Ulusötesi medya, dünyanın farklı ülkelerine yayılmış ve hayali de olsa bir “anavatana” ve “ortak kültüre” ihtiyaç duyan diasporik toplumların sosyal harcı olma özelliği göstermektedir (Ataman, 2012, ss. 91-92). Diasporik özneler için yaşadıkları ulusun baskıcı hegemonyasından kaçma olanağı televizyon, internet ve radyo tarafından sağlanmaktadır (Kaya, 2000). Ataman’a göre, ulusötesi medya, ulusal ve kültürel sınırları aşarak küreselleşmeye aracılık eden ve diasporik öznelerin hayali cemaatlerini genişleten bir araç, bir sosyal aktördür (2012, s.92). Televizyon aracılığıyla kendi ülkelerinden tanıdık yüzlere, dillere ve seslere ulaşarak hapsoldükleri mekânları genişletme şansına sahip olmaktadırlar (Aksoy, 2007). Uluslararası medya topluluk inşasına da katkı sunmakta, uluslararası sınırların ötesinde karmaşık sadakat ve aidiyet duygularının inşa edildiği diasporik gruplar arasında “ortak anlamlar” yaratılmasına yardımcı olmaktadır (Hopkins, 2009).

Genel olarak medya ve göç çalışmaları etnik medyayı, kültürel kimliğin korunması, toplumsal uyumun desteklenmesi, bilgi ve hizmet sağlanması, marjinal seslerin güçlendirilmesi ve kültürlerarası diyalogun teşvik edilmesi bağlamında ele almaktadır.

3. Etnik Medyanın Kuramsal Analizi

Etnik üzerine odaklanan medya ve iletişim çalışmalarında Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Medya Etkileri Yaklaşımı ve Kültürel Çalışmalar paradigması olmak üzere üç temel teorik perspektif kullanılmaktadır (Luo, 2016, s.6). Bu çalışmada söz konusu perspektiflere örnek olacağı düşünülen üç kuram üzerinden etnik medya analizi yapılacaktır. Medya Etkileri Yaklaşımı bağlamında kültürleşme, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı örneği olarak medyatikleşme ve son olarak Kültürel Çalışmalar perspektifinden etnik medya konusu teorik çerçevede incelenecektir.

3.1. Medyatikleşme Kuramı

Medyatikleşme, medya sektöründeki gelişmelerin bir parçası ve sonucu olarak, sosyal ve kültürel alanda yaşanan dönüşümleri açıklamakta kullanılan yeni bir yaklaşım olarak dikkat çekmektedir (Alver, 2020, s. 31). Medyanın toplumsal ve kültürel süreçlerdeki rolünün anlaşılabilmesi bağlamında anahtar kavramlardan biri olan medyatikleşme, 1990’lardan itibaren kamuoyu ve akademide sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Medyatikleşme, iletişim araçlarının toplumsal etkisini ortaya koyar. Schultz, sosyal ve kültürel dönüşüm süreçlerinde iletişim ortamdaki değişimlerin önemli rol oynadığına dikkat çekmektedir (2004, s. 88). Hepp ise medyatikleşmeyi, medyanın diğer kurumlara, sosyal alan ve sistemlere nüfuz etmesi olarak yorumlamaktadır (2015, s. 40). Medya teknolojileri ve kuruluşlarının gündelik hayat pratikleri ve toplumsal ilişkileri şekillendirdiği varsayımına dayanan bu kavramın medya çalışmaları alanına önemli katkıları bulunmaktadır (Hepkon, 2021, s. 204). Kavram bir taraftan medyanın dönüştürücü rolünün kavranmasını kolaylaştırırken, diğer taraftan medyanın farklı disiplinlerin tahakkümünden kurtulup bağımsız bir çalışma alanı olarak konumlandırılmasına önemli bir katkı sunmaktadır.

Medyatikleşme, medyanın toplum ve kültür üzerindeki etkisini anlamak için kilit bir kavramdır. Bu terim, medyanın sosyal, politik ve kültürel olmak üzere çeşitli olgular üzerindeki etkisini tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu kavramın sosyal bilimlerde ilk kullanımı medya ve iletişim çalışmalarının başlangıcına kadar

görmektedir. Medyatikleşme terimi başlangıçta medyanın siyasi iletişim üzerindeki etkisini incelemek için kullanılmıştır (Hjarvard, 2008, s.106). Couldry ve Hepp medyatikleşme kavramının ilk olarak Manheim'in 1933 tarihli "The Bearers of Public Opinion" başlıklı araştırma makalesinde geçtiğini bildirmektedir (2013, s.195).

Medyatikleşme kavramı farklı türevleriyle birlikte bir bütün olarak sosyal ve kültürel araştırmalarla derinden ilişkili olmuştur (Şen, 2018, s.59). Tüm insani eylemler, medya ağlarının ve araçlarının kullanılmasını gerektirmektedir. Bunlara cep telefonları, internet ve eğitim de dâhildir. Bu kaynaklar olmadan sosyal yaşamın, kurumların ve grupların işlemesi mümkün görülmemektedir. Bu, medyanın bir medyatikleşme aracı olarak önemini vurgulamaktadır (Özçetin, 2018, s. 38).

Schultz (2004, s. 84), medyanın kurumlara, sosyal alan ve sistemlere nüfuzunu sağlayan dört yol olduğunu ifade eder. Bunlar sırasıyla genişleme, uyum, ikame ve kaynaşmadır. Medya teknolojileri, insanlar arasındaki etkileşim imkânını artırır. Zaman ve mekân kısıtlamalarını ortadan kaldırır (Driessens & Hjarvard, 2017, ss. 1-2). İletişim eylemi küresel ölçekte genişlemeye başlamıştır. İnsanlar arası iletişim medya aracılığıyla genişlemeye başladığında, McLuhan'un deyimıyla insanın bir uzantısı haline alır. Medyatikleşme sürecinin de temeli budur. Araçlar (iletişim teknolojileri) insanın bir uzantısı haline geldikçe, teknolojik yeteneklerine göre iletişimin şekli de değişmektedir. İletişim sürecinde zaman ve mekân birliğini ortadan kaldıran araç insanın bir uzantısı haline geldiğinden, iletişim eylemi tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. İletişim insanın bir uzantısı haline geldikçe, toplumsal pratikler ve iletişim faaliyetleri fiziksel evrenden medyaya köklü bir geçiş göstermiştir. Schulz (2004, s. 88) bu durumu yer değiştirme olarak ifade etmektedir. Toplumsal pratikler, kurumlar ve iletişim faaliyetleri medya ile bağlantılı olduğundan, medyanın teknolojik yapısı tüm toplumsal ve kültürel süreçlerin belirleyicisi haline gelmiştir. Medyanın belirleyici gücü, insana has faaliyetlerin doğasını da değiştirmiştir.

Andreas Hepp, medya sosyolojisi alanına, özellikle de medyatikleşme teorisine yaptığı katkılarla tanınan bir akademisyendir. Hepp'in Medyatikleşme Teorisi, medyanın toplum ve kültürün çeşitli yönleri üzerindeki derin etkisini incelemektedir. Hepp (2015), araştırmasında medya ve kültür arasındaki etkileşimi ön plana çıkararak kültürün günümüzde medyatikleşip medyatikleşmediğini tespit etmeyi amaçlamıştır. Bugüne kadar iletişim ve medya çalışmalarında kullanılan kavramlar ile medyatikleşme arasındaki bağlantı, yeni kavram ve tekniklerle birlikte medyatikleşme bağlamında değerlendirilmiştir. Medya kültürünü tartışırken akla hemen kitle kültürü fikri gelmekle birlikte kitle kültürünün medya kültürü olduğunu iddia etmek doğru değildir. Medya kültürü üzerine ilk çalışmalar Frankfurt Okulu teorisyenlerinde görülmektedir. Kültür endüstrisi ve kitle kültürü kavramları, Max Horkheimer ve Theodor Adorno'nun "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı makalesinin merkezinde yer almaktadır. Medya kültürü ve kitle kültürü farklı anlamlara sahip olmalarına rağmen yine de birbirleriyle ilişkili kavramlardır (Kaya, 2020).

Medya kültürü iletişim teknolojilerinden etkilenir, ancak tamamen onlar tarafından şekillendirilen bir kültür değildir. Hepp, medya kültürünün iletişim araçlarından nasıl etkilendiğini anlamak için Harold Innis ve Marshall McLuhan tarafından oluşturulan teoriden yararlanır. Innis ve McLuhan iletişim araçlarının davranışları nasıl etkilediğiyle ilgilenmişlerdir. Medya teorisi, "Bir kültürün ve toplumun benzersizliğini, belirli zamanlarda geçerli olan iletişim araçlarıyla ifade

edebiliriz” fikrine dayanır (2015, s. 46). Bu yöntem, medya geliştikçe toplum ve kültürün de geliştikğini varsayar.

Medyatikleşme, medyanın kültür ve toplum üzerindeki kümülatif etkisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya, zaman ve mekân birliğine olan ihtiyacı ortadan kaldırdığı için (Driessens & Hjarvard, 2017, ss. 1-2) insanların etkileşimlerini dönüştürüp geliştirmektedir. Bireysel eylemleri, düşünceleri ve görüntüleri insanlara en hızlı şekilde ileten yeni medya araçları, insanlar arasındaki etkileşimi ve ilişkiyi yeniden düzenlemektedir. Medyatikleşme, iletişim araçlarının artan kullanımının sosyal, politik, ekonomik ve kültürel alanlardaki sonuçlarını anlamamıza katkı sağlamaktadır.

Yeni medya araçları uluslararası medya kullanımını ve haber tüketimini de artırarak, Faist’in deyiimiyle ulus aşırı toplumsal alanlarda göçmen toplumların anavatan (ulus devletler) ile bağlarını güçlendirmekte, ev sahibi ülkenin ana akım medyası göçmenleri göz ardı etmeye devam ettikçe, etnik medya alan kazanmakta, bu durum ise entegrasyonu zorlaştıran bir durum olarak değerlendirilebilmektedir (Christiansen, 2004).

20. yüzyılın başlarında medya, bir siyasi örgüt veya partinin sözcülüğünü üstlenerek, siyasetin hizmetinde bir kurum halindeydi. Hepp’ten önce Hjarvard benzer anlamda medyalaşma kavramını kullanmıştır. Hjarvard’a (2011) göre medyalaşma (medyatikleşme) çift yönlü bir gelişim göstererek, görece bağımsız ve özerk bir kurum olmuştur. Öncelikle medya giderek siyasetten bağımsız hâle gelmiş, profesyonel gazetecilerin egemenliğine girmiş, ikinci olarak, diğer kurumların işleyişiyle bütünleşerek müstakil bir sosyal kurum haline gelmiştir.

Medyatikleşme politika ve ekonomi gibi alanlarda etkili olan bir olgu olduğu gibi kültür sahasında da karşımıza çıkmaktadır. Hepp, medyanın artan varlığı sayesinde modern toplumların kültüre daha fazla önem verir hâle geldiğini ifade eder. İnsanları ortak çıkarları ve inançları bağlamında birbirine bağladığı için bu olgunun herhangi bir toplum için temel oluşturduğunu belirtir (2015, s. 63).

Medyatikleşme, medyanın yönlendirdiği toplumsal değişimi incelemek için önemli bir kavram olarak genellikle olumsuz ve aşağılayıcı bir anlamda kullanılmaktadır (Chandler & Munday, 2018, s. 280). Medyatikleşme aynı zamanda medyanın artan önemi ve etkisini ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Çağdaş toplum ve kültürdeki tüm iletişim biçimleri medya merkezli olduğundan (Couldry & Hepp, 2013, s. 197), iletişim alanındaki medyatikleşme çalışmaları da dikkat çekmektedir. Medyatikleşmenin iletişim, kültür ve sosyal kurumlar üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar, teknolojik deterministik bir yaklaşımı referans noktası olarak kullanmaktadır.

Medyatikleşme süreçleri tartışılırken iletişim koşulları medya ve medyatikleşme arasındaki ilişki bağlamında değerlendirilmelidir, çünkü bilgi aktarma süreci medyatikleşmeyi içerir (Hepp, 2015, s.74). Hepp, Medyatikleşen Kültürler adlı eserinde (2015) “dolayımınma” teriminin önemine dikkat çekmektedir. Medya kültürü kavramının temelinde medyatikleşme ve dolayımınma yatmaktadır. Medyatikleşme ve dolayımınma, kuramsal çerçevede aralarındaki farklılıklara rağmen, kültürel ve toplumsal dönüşüm sürecini iletişim kanallarıyla bağlantılı olarak analiz etmektedir. Medya ve iletişim çalışmaları alanındaki kuramsal perspektiflerin ortaya koyduğu

iddialar medyanın gündelik hayatımızı ve birlikte yaşama biçimimizi giderek daha fazla etkilediği (Hepp 2014) yönündedir. Bu görüşe paralel olarak Livingstone (2009), dijital teknolojilerin gündelik hayatımızın her yönünü kapsadığını ve her şeyin dolayımı olduğunu söylemektedir. İletişim araçlarının özellikleri, medyatikleşme teorisinin temel fikirlerinden biri olan “medyanın şekillendirici gücü” anlayışına uygun olarak, iletişim kurma biçimimiz üzerinde “baskı” oluşturmaktadır (Hepp, 2014, ss. 97-98). Belirli bir iletişim biçimine özgü semboller ve mekanizmalar, eninde sonunda o iletişim biçimi aracılığıyla gerçekleştirilen bir faaliyeti etkileyecektir. Medyatikleşme ve dolayım kavramı çerçevesinde yapılacak incelemeler, yeni bir iletişim biçimi olarak dijital hikâye anlatımının biçim, içerik ya da organizasyonunun kendi dışındaki mekânları nasıl dönüştürdüğünü araştırmakla işe başlamaktadır (Hepkon, 2021, ss. 193-211). 1970’lerde Amerika’da medya kültürünün hâkim olmasından bu yana, medya dışındaki kurumlar giderek medya mantığına uyacak biçimde şekillendirilmiştir (Hepp, 2014, s.78). Olayları anlamak için medya tarafından perspektif ve formatlar sunulmaktadır. Kitle iletişim araçları bunun sonucunda siyaset, spor, din ve aile gibi toplumsal yapıları aşamalı olarak etkilemektedir.

Schulz, medyanın toplumsal değişimdeki önemini medyatikleşme kavramı üzerinden açıklayarak bu kavramı iletişim araçlarındaki sürekli adaptasyon ve değişikliklerle ilişkilendirmektedir. Medya, medya dışı toplumsal kurumlar, ayınlar ve etkinliklerin yerini alabilir veya bunlarla birleştirilebilir (2004, ss. 88-89). Schulz’a göre (2004) medya, insan iletişimini ve etkileşimini zaman ve mekânın ötesine uzatır; mevcut yüz yüze iletişim ve etkileşim biçimlerini değiştirir; mevcut iletişim ve etkileşim biçimlerini birbiriyle birleştirir; sosyal aktörler ve kurumlar medya mantığına uyum sağlar.

Sonuç olarak medyatikleşme, medyanın toplumsal ve kültürel hayatta önemli bir rol oynaması sonucu, toplumsal olayların medya aracılığıyla sunulması ve yorumlanması sürecidir. Medyanın medyatikleşme özelliğini, etnik medya açısından da değerlendirmek mümkündür. Farklı etnik gruplara ait olan veya onlar için üretilen medya içeriği olarak tanımlanan etnik medya, medyatikleşme özelliği ile farklı etnik grupların kültürleri, tarihleri, dilleri ve diğer özellikleri hakkında bilgi sağlamakla birlikte, farklı etnik gruplar arasında anlaşmazlıkları çözmek ve iletişimi kolaylaştırmak için bir araç olarak da kullanılabilir. Bu bağlamda etnik medya aracılığıyla farklı etnik gruplar arasındaki iletişim kolaylaşmakta ve etnik çatışmaların önlenmesine yardımcı olunabilmektedir. Başka bir ifadeyle medya aracılığıyla, farklı etnik grupların birbirlerinin kültürleri hakkında bilgi edinmeleri ve anlamaları sağlanmakta, bu sayede de farklı etnik gruplar arasındaki anlayış ve empati gelişmektedir.

3.2. Kültürleşme Kuramı

Kültürleşme fikri Türkçe literatürde yeni bir kavram olarak görülse de Batı’da 1880’lerden beri antropoloji ve kültürlerarası psikoloji bağlamında kullanılmaktadır (Nahavandi & Malekzadeh 1988). 1880’ler aynı zamanda iletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişmesiyle kültürler arası ve küresel etkileşimlerin arttığı bir dönemdir. Antropolog Clifford Geertz (1973) tarafından geliştirilen bu teori, (etnisitenin temel ve sürdürücü bileşeni olarak) kültürün tüm insanlarda var olduğunu varsaymaktadır. Bu bakış açısı, etnik bağların bireysel deneyimlerin yanı sıra ailelerin ve diğer ana grupların deneyimleriyle şekillenen doğal bir olgu (ilksel bağ) olduğunu

iddia etmektedir. İlksel bağlar varlıkları ve doğrulukları sorgulanmadan kabul edilen verili kimlik değerleridir. Geertz'e göre ilksel bağlar, (birinci dereceden akrabalık bağlarına dayanmakla birlikte, bunların ötesinde) bir dinî cemaat içinde doğmuş olmaktan, bir dili, hatta o dilin bir lehçesini konuşmaktan kaynaklanan bağlardır. Geertz etnisitenin unsurlarını kan bağı, ırk, dil, bölge, din ve gelenek olarak sıralar ve bunların aslında duyularla ilişkili olduğunu savunur (1973, s.259).

Kültürel yaklaşıma katkıda bulunan isimlerden biri olan Isaacs, Francis Bacon'ın Idols of the Tribe (Kabile İdollerini) adlı eserine ilham kaynağı olan "idola tribus" (soy idol ), her insanın belirli bir tarihsel zamanda ve bir topluluk içinde doğması sonucunda geliştirdiği, erken dönem bağlılıklar ile oluşan "temel bir grup kimliğinin varlığından bahseder (Isaacs, 1975, s. 30). Bu kimlik etnik gruba dâhil olmanın bir sonucudur. Isaacs'ın bakış açısı bir bütün olarak ele alındığında, her bir kişinin "temel kimliğine" giren birçok bileşen olduğu açıkça görülecektir. Fiziksel  zellikler (ten rengi, boy, sa  tipi ve dış görünüşle ilgili fenotipik özellikler dâhil), kişinin adı (birey adı, aile adı, vb.), konuşmayı ilk öğrendiği ve dünyayı keşfettiği dil, içinde büyüdüğü din, içine doğduğu grubun tarihi ve kökenleri, ait olduğu ulus veya etnik grup, temel kimliği oluşturan unsurlara örnek olarak verilebilir.

Kültürleşme, iki boyutlu ve çok kültürlü dünya görüşünün bir uzantısı olarak çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Berry ve arkadaşları (1989) tarafından dört kültürleşme stratejisi (taktiği)  nerilmiştir. Asimilasyon stratejisi bunlardan ilkidir. Asimilasyon, baskın olmayan gruplara göre, kendi kültürel kimliklerini korumak istemeyen ve bunun yerine farklı kültürlerden insanlarla günlük temas arayışında olan kişiler tarafından kullanılan bir taktiktir. Bu taktiğe karşıt olan ayrışma stratejisinde insanların kendi kültürlerini korumaya duyarlı olurken diğer kültürler ve insanlarla etkileşimden kaçınırlar.  c nc s , ilk iki yaklaşım arasında bir orta yol olan entegrasyondur. Entegrasyon stratejisi, daha büyük bir sosyal ağa entegre olmaya çalışırken, kültürel bağların belirli bir seviyeye kadar sürdürüldüğü durumlarda söz konusudur. Dördüncü strateji ise marjinalleştirmez. Marjinalleştirme, kültürel kimliği korumak veya başkalarıyla ilişki kurmak için (genellikle dışlanma veya ayrımcılık nedeniyle)  ok az çaba sarf eden bir strateji olarak tanımlanmaktadır (Van de Vijver & Phalet, 2004).

Kültürleşme  zerine çalışan birçok akademisyene göre medya kültürleşme sürecinde m kemmell bir araçtır (Kim, 1991; Chang, 1973; Reece & Palmgreen, 2000; Moon, 2003). Göçmen, sığınmacı veya geçici işçi olarak başka bir ülkede yaşayan kişilerin etnik medyayı öncelikle orijinal kültürlerini ve bağlarını korumak için kullandıklarına dair güçlü kanıtlar olsa da etnik medyanın ev sahibi ülkede dil yeterliliği konusunda sıkıntı yaşayan kişilerin yeni kültüre uyum sağlamasında önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir (Hwang & He, 1999). Etnik medyanın hem etnik ve kültürel bağları korumak, hem de kültürel ve sosyal adaptasyona yardımcı olmak gibi iki yönlü amaca hizmet ettiğine dikkat çekilmektedir. Ancak medyanın etnik kimliğin korunması ile pozitif, kültürleşme/adaptasyon ile negatif bir ilişkisi olduğuna dair daha fazla kanıt bulunmaktadır (Jeffres, 2000, s.503; Jeffres & Hur, 1980, s.11; Wang, 2006, s.33). Etnik medya kullanımını kültürleşme taktiklerinden ayrışma ile ilişkilendirenler, etnik medya kullanıcılarının etnik-kültürel bağlarını sürdürmeye eğilimli olduklarını öngörmektedir. Başka bir deyişle, kendilerini gerçeklikten soyutlayanlar etnik medya t k tmeye daha meyillidir.

Medyanın göçmenlerin yeni bir ülkedeki yaşama uyum sağlamalarına yardımcı olmada oynadığı rolü göz ardı etmek mümkün değildir. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı bağlamında, medyanın özellikle ilk aşamalarda birey için acil olarak gerekli davranışsal bilgilerin öğrenilmesinde önemli bir araç olabileceğine inanılmaktadır. Öte yandan, yukarıda belirtildiği gibi ev sahibi medya kullanımı ile kültürleşme arasındaki potansiyel ilişkiye dayanarak ev sahibi medya kullanımı ile ayrışma stratejisi arasında negatif bir ilişki de öngörülmektedir (Zmud, 1992).

Bu kurama göre kültürel farklılıklar değerlidir ve her grup kültürel kimliğini koruma hakkına sahip olmalıdır. Bir toplumda farklı kültürlerin varlığı normaldir ve bu kültürlerin bir arada olması toplumsal yapıyı zenginleştirmektedir. Her kültür benzersiz ve eşit şekilde değerlidir. Bu yaklaşıma göre etnik medya, kültürel çeşitliliğin korunması ve desteklenmesi için önemlidir. Etnik medya da kültürel çeşitlilik kuramının anahtar kavramlarından biri olan kültürel farklılıkların önemini vurgulamaktadır. Etnik medya, diasporada yaşayan göçmen veya azınlık topluluklarının kendi gelenek, görenek ve kültürlerini yaşatmaları ve ev sahibi toplum başta olmak üzere, diğer kültürlerle etkileşimde bulunmaları için önemli bir araç olma özelliği göstermektedir (Yurdigul vd., 2019, s. 435). Bu yönüyle düşünüldüğünde etnik medya, çok kültürlü toplumlarda kültürel çeşitliliğin toplumsal yapıya entegre edilmesine önemli katkı sunma potansiyeline sahiptir. Sonuç olarak etnik medya, farklı etnik grupların, toplumsal yapı içerisinde kendilerine yer bulabilmeleri için önemli bir aracılık görevi üstlenmektedir.

3.3. Kültürel Çalışmalar Yaklaşımı

Göç ve medya ilişkisini doğru bir biçimde ele alabilmeyi sağlayan yöntemlerden biri de Kültürel Çalışmalar yaklaşımıdır. Kültürel Çalışmalar, kültürü bir mesele olarak ele alan, kültürel pratikleri kendi bağlamı içerisinde inceleyen, nedenlerini ve sonuçlarını toplumsal bir yaklaşımla sorunsallaştıran, toplumsal cinsiyet, ırk, sınıf gibi olguları sosyal, ekonomik ve hiyerarşik boyutlarıyla değerlendiren nitel bir inceleme alanıdır (Marshall, 2005, ss. 444-445). Göç ve medya ilişkisini değerlendirmek için de zengin bir kaynak sunan Kültürel Çalışmalar, ele aldığı meseleleri çok katmanlı bir biçimde değerlendirir. Görünür olana odaklanmayarak, gösterilenin arkasındaki güç ilişkilerini ortaya çıkarmayı dener. Bu güç ilişkilerini de görünürde aramaktan ziyade, toplumsal, politik, ekonomik ve arkaik boyutuyla da kültürel zeminde arar. Örneğin “temsil” meselesinde yalnızca görünürde nasıl bir temsil stratejisi izlendiği Kültürel Çalışmalar alanı için yeterli değildir. Bu temsilin hangi ülke ve kültürde, hangi kanal aracılığıyla gerçekleştirildiğini ele alır. Bu kanalın sahiplik ilişkilerini sorgular. Temsil gücünü elinde bulunduran yapının temsil edilen ile tarihsel ilişkisini sorgular ve bunun doğrultusunda genel bir yargıya varmaya çalışır. Kültürel Çalışmalar kimlik olgusunu verili ve hazır bulunan değil, kültürel etkileşimlerle değişen ve akışkan bir olgu olarak kabul eder (DeMeulenaere, 2009, s. 45). Kültürel Çalışmalar alanı, medya ürünleri üzerinden bu etkileşimin gerçekleşip gerçekleşmediğini, gerçekleştiyse hangi bağlamda gerçekleştiğini ortaya çıkarmayı hedefler. Ele alınan medya ürünü üzerinden, kültürel ürünlerin temsili meselesiyle birlikte, gelişen birliktelik sonucunda ortaya çıkan etkileşimin boyutlarını tahlil eder.

1950’lerin ikinci yarısında kurulan İngiliz Kültürel Çalışmalar Enstitüsü düşünürlerine göre, medya ideolojinin yeniden üretilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Raymond Williams ve Stuart Hall, ideoloji kavramını ve onun sosyal

iletişimi şekillendirmedeki etkinliğine dikkat çekmiştir (Alver, 2009, s. 28). Özellikle Hall'ün kültürel alanı ideolojik mücadelenin bir aracı olarak kavramsallaştırması ve Antonio Gramsci'nin hegemonya kavramını yorumlaması, Kültürel Çalışmalar'ın ideolojiye verdiği önemi göstermektedir. Medyayı rıza oluşturmada önemli bir bileşen olarak gören Hall, modern kitle iletişim araçlarının, gruplara ve sınıflara, diğer gruplarla ilgili yaşamların, anlamların, uygulamaların ve değerlerin anlamlandırmasını sağlaması için bir temel ortaya koyduğunu savunmaktadır (1998, s. 200).

Eleştirel medya kuramları arasında yer alan Kültürel Çalışmalar yaklaşımına göre medya, eleştirel düşünmeyi engelleyen gerçeklik tanımları üretmekte ve sorunlu olabilecek konular dünyanın normal bir parçası gibi sunulmaktadır. Bu doğrultuda Kültürel Çalışmalar'da medya metinlerinin anlam sisteminin çözümlenmesi ile medya-ideoloji ilişkisinin ön plana çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda güç ilişkileri de Kültürel Çalışmalar'ın üzerinde durduğu bir konudur (Jameson, 1993). Medya ürünlerinin kimin eliyle, hangi bağlamda, ne amaçla üretildiği meselesi önem kazanır. Egemenin nasıl bir göçmen portresi çizdiği, hangi kişi ve kurumların egemenliğini vurgularken hangi mesajları gizlemeye çalıştığı da önemli bir inceleme alanıdır. Gramsci'nin yönetici sınıfın yekpare ve durağan olmadığı görüşüne dayanan kültürel araştırmalarda, toplumdaki güçlü grupların hegemonya kurmak ve sürdürmek için sürekli bir mücadele içinde olduğuna inanılır. Medyadaki haberler, ideolojiyi iletmenin ve söylem kurmanın en önemli araçlarından biridir. Gramsci'ye göre kitle iletişim araçları, kültür ve ahlak alanlarında statükoyu yeniden üretmek için kültürel elit tarafından kullanılır (Ataman, 2012, ss. 86-87). Bu bağlamda Kültürel Çalışmalar, anlamın belirli algı biçimleri içinde nasıl üretildiğini ve gündelik pratikler tarafından nasıl şekillendirildiğini inceler (Golding & Murdock, 1997, s. 50). Hall'a göre hegemonya, (egemen sınıf içindeki) gerçekliğin tüm tanımlarını içeren ve sunduğu tüm seçenekleri yönetici sınıfın entelektüel ufkundan uzaklaştıran bir olgudur (Lull, 2001, s. 53). Bu nedenle, medya endüstrisinin sahipleri ve yöneticileri, diğer sosyal gruplardan daha kolay bir şekilde, kabul ettikleri fikir ve içerikleri yeniden üretebilmektedir. Hall (2005), ideolojinin, baskıcı bir toplumun kolay, doğru ve işlevsel olarak yeniden üretme yeteneğinin sınırlarını belirlemede etkin bir rol oynadığını savunur (s. 393). Bu nedenle Gramsci'nin sınıfta eklenilen iktidar ilişkilerini açıklamak için kullandığı hegemonya kavramı (Kültürel Çalışmalar'ın yanı sıra cinsiyet, ırk, din, etnik köken ve anlama eklenilen) iktidar ilişkilerini açıklamak için de kullanılmaktadır. Medyada sağduyu oluşturmada üzerinde uzlaşılan değerler devlet, erkek egemen ideoloji ya da beyaz üstünlüğü olabilir (Dağtaş, 1999, s. 347).

Bireylerin gündelik yaşamlarını, kültürel ve toplumsal bağlamda biçimlendirmesine ve deneyimlemelerine yoğunlaşan Kültürel Çalışmalar, iletişim ve medya çalışmaları ile, ekonomi, siyaset bilimi, sosyoloji, edebiyat, eğitim, hukuk, antropoloji ve tarih gibi birçok disiplinin araştırma yöntemlerini kullanabilir (Bourse & Yücel, 2017, s.7). Bourse ve Yücel'e göre, Kültürel Çalışmalar, kültürün "sıradan" ve "sıradışı" toplumsal gruplar tarafından nasıl kullanıldığına ve nasıl dönüştürüldüğünde odaklanır.

Kültürel Çalışmalar, çalışıldığı dönemde "meşru olmayan" kültürel biçimlere, aslında kültürün geleneksel ve hâkim tanımından dışlanmış etnik kültürler, azımlık kültürleri ve medyatik kitle kültürü biçimlerine önem vermektedir (Bourse & Yücel, 2017, s.8). Kültürel Çalışmalar medya içeriklerinin kültürel anlamlarını yorumlamaya

çalışarak, etnik medya kullanıcılarının dünyaya bakışımı ve gündelik hayatı nasıl yorumladıklarını ve aslında diasporada kimliğin nasıl oluştuğunu analiz etmeye yardımcı olur (Luo, 2016, ss. 14-15). Hâkim kültür içinde yaşayan alt kültür ve farklı sosyal grupları incelemede çok yönlü bir bakış açısı sunan Kültürel Çalışmalar, eleştirel ve yaratıcı yaklaşımıyla kültürel pratiklerin maddi dünya ile bağlantısını açığa çıkarma konusunda olabildiğince fazla olanak sunan bir alandır (Hepkon, 2006, s.25). Kültürel Çalışmalar'ın ilk İngiliz kuramcıları Richard Hoggart ve Raymond Williams'a göre "yaşam biçimi" (*way of living*) kültürel bir kavram olup, bireylere medyadan gelen iletileri yeniden yorumlayarak, nesnelere ve gündelik pratikleri kültürleştirme yetisi, dolayısıyla egemen alımlama biçimine karşı, müzakere yapma gücü verir. Kültürel Çalışmalar perspektifine göre, toplumsal gruplar sadece tüketici değil, aynı zamanda kültürel değerlerin üreticileri konumundadır. Politik bir manifesto gibi yorumlanabilecek bu epistemolojik dönüm noktası, yeniden tanımladığı kültürü, bireylerin nasıl yaşayacaklarına karar vermelerini kolaylaştıran ve somut durumlarda biçim ve anlam kazanan bir araca dönüştürür (Bourse & Yücel, 2017, ss. 7-9).

Bir dilin etnik medya aracılığıyla korunması, asimilasyona karşı bir direniş biçimi ve farklı bir etnik veya ulusal kimliğin yeniden onaylanması olarak görülmektedir. Dil temelli etnik medya, belirli bir dilin korunması ve desteklenmesinde milliyetçiliği besleyen bir araç olarak da hizmet edebilmektedir. Genellikle marjinalleştirilmiş azınlık grupların endişelerini, zorluklarını ve isteklerini dile getirmelerinde etnik medya bir platform olarak kullanılabilir. Etnik medya basmakalıp düşünceleri sürdüren ya da kendi bakış açılarını dışlayan egemen anlatı ve temsillere meydan okumaya olanak tanınmaktadır. Bu anlamda etnik medya, kimlikleri homojenleştirmeyi ve belirli etnik veya kültürel grupları marjinalleştirmeyi amaçlayan milliyetçi anlatılara karşı koymada önemli bir rol oynayabilmekte, farklı seslerin ve perspektiflerin duyulması için alternatif bir alan sunabilmektedir. Diğer taraftan etnik medya bazı durumlarda milliyetçi hareketler ya da hükümetler tarafından kendi gündemlerini yaymak için de kullanılabilir. Milliyetçi propaganda; dışlayıcı ideolojileri, yabancı düşmanlığını veya etnosantrik anlatıları desteklemek için etnik medyaya baş vurabilmektedir. Etnik medyanın bu şekilde kötüye kullanılması, farklı etnik veya ulusal gruplar arasındaki gerilimleri daha da artırabilmekte, toplumsal bölünme ve çatışmalara neden olabilmektedir. Diaspora topluluklarındaki etnik medya, göç eden toplulukların anavatanlarıyla olan siyasi, kültürel ve sosyal bağlarını ifade ettikleri bir araç haline geldiğinden, ulusötesi milliyetçi duygulara katkıda bulunmaktadır.

4. Sonuç

En ilkel haliyle birey ve/ya grupların çeşitli gerekçelerle bir yerden başka bir yere gitmesi olarak tanımlanan göç olgusu, küreselleşmeyle birlikte daha geniş coğrafyalara yayılmıştır. Bunun sonucunda göç edilen yerlerde çok kültürlü ve etnik topluluklar oluşmuştur. İster küçük isterse büyük olsun göç her insanı belirli şekillerde etkilemektedir. Bu durum göçmenler kadar göç edilen yerdeki kişilerin de sürecin öznesi olmasını gerektirmektedir. Göçmen gruplar göç ettikleri yere adapte olabilmek için belirli mekanizmalar geliştirirler. Bununla birlikte kendi kimliklerini korumak, kültürel devamlılığı sağlamak ve ev sahibi ülkenin insanlarıyla iletişim kurmak için çeşitli araçlar kullanırlar. Medya bu araçlardan biri olarak göçmenlerin etnik kimliklerini korumak ve sürdürmek açısından etkili unsurların başında gelmektedir.

Etnik medya, göçmenlerin gittikleri ülkede kendi dillerinde yayın yapan medya organlarını ifade etmektedir. Bu sayede göçmenler kendi dillerinin erimesini engellerken öz vatanlarına karşı bağlarını da korumaktadırlar. Göçmenlerin kendi kimliklerini sürdürmeye ve kendilerini ifade etmelerine imkân tanıyan etnik medya sayesinde göçmenler gittikleri ülkelerde daha fazla görünür olmaktadır. Ana akım medyanın görmezden gelme, yanlış temsiliyet ve ötekileştirme risklerine karşı etnik medya göçmenler için bir ifade konforu sağlamaktadır.

Bu çalışmada göç ve medya odaklı olarak Medya Etkileri bağlamında kültürleşme Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı kapsamında medyatikleşme ve İngiliz Kültürel Çalışmaları bağlamında etnik medya analizi yapılmıştır.

Etnik medya konusundaki iletişim çalışmalarında Kullanım ve Doyumlar Kuramı'nın ana konusu makro ölçekte toplumsal entegrasyonun sağlanmasıdır. Bu model kapsamında medyatikleşme, iletişim araçlarının toplumda bıraktığı etkiye odaklanmaktadır. Bu Yaklaşım sosyo-kültürel değişimler söz konusu olduğunda iletişimdeki değişimlerin önemli olduğunu iddia eder. Medyatikleşme sayesinde medya diğer sosyal alan ve sistemlere nüfuz eder. Medyatikleşme bir yandan medyanın değiştirici ve dönüştürücü rolü üzerinde dururken diğer yandan medyanın diğer disiplinler içerisinde müstakil bir çalışma alanı olmasına fırsat tanımaktadır.

Medya Etkileri Yaklaşımı'nın anahtar kelimesi kültürleşme, çok kültürlü toplumlarda kültürün korumasını önemli bir konu olarak ele alır. Bu sebeple etnik medya hem ev sahibi kültürle iletişim kurmak (kültürleşmenin başlangıcı) için arabulucu bir rol üstlenir hem de göçmenlerin kendi kültürlerini koruyup devam ettirmelerine yardımcı olur. Gündelik yaşam pratiklerinde etnik medya araçlarının takibi kültürün korunmasında oldukça önemli bir işlev görür. Anavatan ile bağların korunması, dinî ve kültürel değerlerin canlı tutulması, grup bağının her daim güçlü kılınması için etnik medya en önemli araçlardan biri olmaktadır. Etnik topluluklar çoğunlukla önemli bir sermaye gücüne sahip olmadıklarından güçlü bir medya altyapısı kuramamakta ve hedef kitlelerinin sınırlı olması nedeniyle de kitlesel yayınlara gerçekleştirmemektedirler. Kültürel çeşitlilik düşüncesinde ise her kültür unsurunun değerli olduğu fikri yatar. Farklılıklar önemli ve değerlidir. Her grup gibi göçmenler de kendi kimliklerini koruma haklarına sahiptir. Bu yaklaşıma göre etnik medya, kültürel çeşitliliğin korunması ve desteklenmesi için önemlidir. Etnik medya da kültürel çeşitlilik kuramının anahtar kavramlarından biri olan kültürel farklılıkların önemini vurgulamaktadır. Etnik medya farklı kültürlerin ifade edilmesi ve anlaşılması için önemli bir araçtır.

Kültürel Çalışmalarda ise etnik medya, küçük ölçekte kültürel kimlikleri incelemektedir. Bu yaklaşımda medya, göçmenler için hem kendi kültürlerini korumaları hem de ev sahibi ülke kültürünü öğrenmek için köprü işlevi görmektedir. Göçmenler bu sayede melez bir kimlik biçimi kazanmaları mümkün olmaktadır. Bununla birlikte kültürel çalışmalar görünür olandan ziyade toplumdaki güç ilişkilerine odaklanır. Temsil gücünü elinde bulunduran yapının temsil edilen ile tarihsel ilişkisini sorgular ve bunun doğrultusunda genel bir yargıya varmaya çalışır. Diaspora ve diasporik kimlik konularında da önemli bir başlık olan Kültürel Çalışmalar kimliği verili değil akışkan kabul eder ve dönüşüm etkileşimle birlikte ortaya çıkar. Kültürel Çalışmalar sayesinde hangi medya ürünlerinin kültürel etkileşimi sağlayıp sağlamadığı ortaya çıkar. Ele alınan medya ürünü üzerinden, kültürel ürünlerin

temsili meselesiyle birlikte, gelişen birliktelik sonucunda ortaya çıkan etkileşimin boyutları da tahlil edilir.

Etnik medyanın merkezde yer aldığı üç kuramın incelendiği bu çalışmada, medyanın göçmenlerin hayatlarındaki en önemli aktör olduğunu söylemek mümkündür. Entegrasyon sürecini güçleştirdiği eleştirileri de bulunmakla birlikte, bir yere göç etmek, orada yaşamak, orayı tanımak ve adapte olmak için etnik medya hiç şüphesiz göçmenlere can suyu olmaktadır. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı bağlamında, medyanın özellikle ilk aşamalarda birey için temel bilgilerin öğrenilmesinde önemli bir araç olabileceğine inanılmaktadır. Öte yandan, kültürleşme ve kültürel çeşitlilikle birlikte bireylerin orta ve uzun vadede topluma ayak uydurması mümkün görünmektedir. Kültürel çalışmalarla birlikte ise etnik medyanın diasporik kimliğin oluşması ve öz kimliğin korunması sağlanmaktadır.

MAKALE BİLGİ FORMU

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir. Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: “Uluslararası Göçler ve Çok Kültürlü Toplumlarda Etnik Medya: Kuramsal Yaklaşımlar” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

Kaynakça

- Adıgüzel, Y. (2016). Göçmenlerin kültürel entegrasyonu. A. Esen & M. Duman (Ed.) *Türkiye’de geçici koruma altındaki Suriyeliler: Tespitler ve öneriler*, (ss. 171-196). İstanbul: Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi Vakfı Yayınları.
- Aksoy, A. (2007). Göçmenlik deneyimine kozmopolit perspektiften bakış. A. Kaya & B. Şahin (Ed.). *Kökler ve yollar: Türkiye’de göç süreçleri*, (ss. 421-443). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Alver, F. (2020). Etkileşimin ve iletişim pratiklerinin analizinde sembolik etkileşimcilik, kültürel çalışmalar ve medyatikleşme konseptinin sınırlılıkları ve potansiyelleri. S. K. Akgül, & B. P. (Ed.). *Dijital(In) Ritmi. İletişim, medya ve kültür alanlarında yeni perspektifler*, (ss. 13-43). İstanbul: Hiper Yayınları.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik bilimi ve kuramları*, İstanbul: Kalkedon
- Alver, F. (2009). Kültürel çalışmalarda medya metinlerinin okunması sürecinde izleyicinin konumlandırılması. M. Şeker & N. T. Şeker (Ed.). *Terör ve haber söylemi*. (ss. 27-60). Konya: Literatürk Yayınevi.
- Anderson, B. (2020). *Hayali cemaatler, milliyetçiliğin kökenleri ve yansımaları*, İ. Savaşır (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları
- Ataman, B. (2012). *Kozmopolitan hayatlar, diasporik kimlikler*. İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık.
- Başel, H. (2006). İç göçün sonuçları ve işgücüne etkileri. *Sosyal Politika Konferansları Dergisi*, 0(51),287-321.
- Bekkers, V., Beunders, H., Edwards, A.R., & Moody, R. (2011). New media, micromobilization, and political agenda setting: Crossover effects in political mobilization and media usage. *The Information Society*. 27, 209- 219.
- Bernstein, G. (2015). *Understanding the business of entertainment*. New York: Focal Press.
- Berry, J. W., Kim, U., Power, S., Young, M., & Bujaki, M. (1989). Acculturation attitudes in plural societies. *Applied Psychology: An International Review*. 38(2),185-206. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1989.tb01208.x>
- Bourse, M. & Yücel, H. (2017) *Kültürel çalışmaları anlamak (Les Cultural Studies)*, H. Yücel (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bozdağ, Ç. (2014). Policies of media and cultural integration in Germany: From guestworker programmes to a more integrative framework. *Global Media and Communication*, 10(3), 289-301. <https://doi.org/10.1177/1742766514552354>
- Branco, I. (2018). Media and the receiving country’s language: The integration of Nepalese immigrants in Portugal. K. H. Karim & A. Al-Rawi. (Ed.). *Diaspora and media in Europe: Migration, identity, and integration*. (pp.147-164). Ottawa: Palgrave Macmillan.
- Castles, S. & Miller, M. J. (2008). *Göçler çağı, modern dünyada uluslararası göç hareketleri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Chandler, D. & Munday, R. (2018). *Medya ve iletişim sözlüğü*. B. Taşdemir. (Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Christiansen, C. C. (2004). News Media Consumption among Immigrants in Europe: The relevance of diaspora. *Ethnicities*, 4(2), 185-207. <https://doi.org/10.1177/1468796804042603>
- Couldry, N. & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*. 23(3), 191-202.
- Çoban, B. (2007). Medyanın milliyetçi söylemi: Medya, öteki ve şiddet. *Uluslararası Medya ve Siyaset Sempozyumu*, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Dağtaş, B. (1999). İngiliz kültürel çalışmalarında ideoloji. *Kurgu*. (16), 335-357
- Dayan, D. (1999) Media and Diasporas. J. Gripsrud (Ed.). *Television and common knowledge*, (pp. 8-33). London: Routledge.
- DeMeulenaere, E. (2009). Fluid identities: Black students negotiating the transformation of their academic identities and school performances. *International Journal of Critical Pedagogy*. 2(1), 30-48.
- Deuze, M. (2006) Ethnic media, community media and participatory culture, *Journalism*. 7(3), 262-280. DOI: 10.1177/1464884906065512
- Driessens, O. & Hjarvard, S. (2017). Introduction: Situating dynamics of mediatization. dynamics of mediatization. transforming communications. O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp & S. Hjarvard (Ed). *Palgrave macmillan, cham*. (pp.1-8) https://doi.org/10.1007/978-3-319-62983-4_1
- Fleras, A (2010). Ethnomedia and Aboriginal media in Canada. Cross borders, form buffers, create connections, build bridges. R. Geißler & H. Pöttker. (Ed.). *Media – migration- integration: European and North American perspectives*. In (pp.143- 179). Transcript Verlag. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783839410325-006/html>
- Geertz, C. (1973), *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Geißler R. & Pöttker, H. (2006). *Integration durch Massenmedien: Medien und Migration im internationalen*. Vergleich, Bielefeld: Transcript.
- Georgiou, M. (2006). *Diaspora, identity and the media: Diasporic transnationalism and mediated spatialities*. Cresskill, NJ: Hampton Press
- GİB. (2023). *Türkiye ve Göç*. https://www.goc.gov.tr/kurumlar/goc.gov.tr/Yayinlar/Kitapciklar/ogrenci_bilgi.pdf adresinden 19.02.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Gillespie, M. (2005). Introduction, M. Gillespie (Ed.). *Media Audience* in (pp.i-viii) Berkshire: Open University Press.
- Golding, P. & Murdock, G. (1997). *The political economy of the media*. Cheltenham, UK and Brookfield, US: Edward Elgar Publishing.
- Golding, P. & Murdock, G. (1997). Kültür, iletişim ve ekonomi politik. S. İrvan (Ed.), *Medya kültür siyaset*. (ss. 49-76). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- Hall, S. (2005). Cultural identity and diaspora. J. E. Braziel & A. Mannur In *Theorizing diaspora: A reader*. (pp. 233-247). Malden, Mass: Blackwell.
- Hall, S. (1998). *Kültürel kimlik ve diaspora*. İ. Sağlamer. (Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Hasebrink, U. & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*. 31(3),369-387.
- Hepkon, Z. (2006). *İletişim bilimleri ve Kültürel Çalışmalar: Bir disiplinin sınırları sorularımızın sınırlarını kapsayabilecek mi?. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9),19-27.
- Hepkon, Z. (2021). Dijital hikâye anlatıcılığı: Medyatikleşme ve dolayımrama teorileri. E. Tatlı (Ed.). *İletişim çalışmalarında hikâye anlatıcılığı*. (ss. 193-211). Ankara: Nobel.
- Hepp, A. (2015). *Medyatikleşen kültürler*. Ç. Bozdağ & E. Pasos Devrani (Çev.). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatisation of society: A theory of the media as agents of social and cultural change, *Nordicom Review*, January,105-134
- Hjarvard, S. (2011). The mediatisation of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*. 12(02), 119-135.
- Hopkins, L. (2009). Media and migration: A review of the field. *The Australian Journal of Communication*. 36(2), 35-54
- Hwang, B. & He, Z. (1999). Media and acculturation among Chinese immigrants in the USA: A uses and gratifications approach. *International Communication Gazete*. (61),5-22.
- IOM. (2013). Göç terimleri sözlüğü. *Uluslararası Göç Örgütü*, https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml31_turkish_2ndedition.pdf adresinden 11.02.2020 tarihinde erişilmiştir.
- IOM. (2021). *World Migration Report 2022*. <https://publications.iom.int/books/world-migration-report-2022> adresinden 12.02.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Harold, R. I. (1975). Basic group Identity: The idols of the tribe. N. Glazer & D. P. Moynihan. (Ed). *Ethnicity: Theory and Experience*. (pp. 29-52). Cambridge: Harvard University Press.
- Jameson, F. (1993). On cultural studies. *Social Text*, 34, 17-52.
- Jeffres, L. W. & Hur, K. K. (1980) The forgotten media consumer-The American ethnic. *Journalism Quarterly*. (57), 10-17
- Jeffres, L. W. (2000). Ethnicity and ethnic media use: A panel study. *Communication Research*. 27(4), 496-535.
- Juergens, G. (2015). *Joseph Pulitzer and The New York World*. Princeton: Princeton Legacy Library.
- Karanfil, G. (2011) Medya ve diaspora: Türkiye’de uluslaşırı yayıncılığın dinamikleri, *Kültür ve İletişim*, 14(1),37-68

- Karpat, K. H. (2010). *Osmanlı'dan günümüze etnik yapılanma ve göçler*. (3. Basım). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Kaya, A. (2000). *Berlin'deki küçük İstanbul: Diasporada kimliğin oluşumu*. İstanbul: Büke Yayınları.
- Kim, Y. Y. (1991) Communication and adaptation: The case of Asian Pacific refugees in The United States. *Journal of Asian Pacific Communication*. (1),191-207.
- Koyuncu, S. (2020). Amerikan Kara filminin Alman yeni nesnelliği ile ilişkisi üzerine. *Sekans Sinema Kültürü Dergisi*. (14),104-111.
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of Communication*. 59(1), 1-18.
- Lull, J. (2001). *Medya, kültür, siyaset*. N. Güngör. (Çev.) Ankara: Vadi Yayınları.
- Luo, L. (2016). Digital ethnic media: Integrating minorities and connecting diversities-digital diaspora, virtual diaspora community. (Master's degree). Lund University, <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=8872748&fileId=8881906>
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Matsaganis, M., Matthew, D., Katz, V. & Ball-Rocheach, S. (2011). *Understanding ethnic media: Producers, consumers and societies*. Los Angeles: Sage,
- Morley, D. & Robins, K. (1995) *Spaces of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*, New York: Routledge
- Moon, S. (2003). Media consumption patterns of Korean immigrants In The U.S. a study of Korean immigrants' media uses and gratifications in Chicago's Koreatown. (Doctoral dissertation). Universtiy of Wisconsin, Madison.
- Müller, D. (2005). Die Inhalte der Ethnomedien unter dem Gesichtspunkt der Integration, R. Geißler & H. Pöttker (Hrsg) (Ed.), *Massenmedien und die Integration ethnischer minderheiten in deutschland problemufriss, forschungsstand, bibliografie*. (pp.323-355). Bielefeld: Transcript Verlag.
- Nahavandi, A. & Malekzadeh A. R. (1988). Acculturation in mergers and acquisitions. *Academy of Management Review*. 13(1),79-90.
- Nakanishi, H., Sirkeci, G. & Cabbarlı, H. (2008). *Sorunlu bölgelerde göç*. Ankara: Global Strateji Enstitüsü.
- Öner, S. (2009). AB'nin görsel-işitsel ve medya politikaları ve kimliğe olan etkileri. S. Arslan, V. Aytar, D. Karaosmanoğlu & S. Kırca Schroeder (Ed.). *Avrupa'da medya, kültür, kimlik*. D. Aslan (Çev.). (ss. 174-188). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.
- Özçetin, B. (2018). Medya ve popülizm bir iş birliğinin anatomisi. *Panorama Khas*. <https://panorama.khas.edu.tr/dosya-medya-ve-populizm-bir-is-birliginin-anatomisi-548> adresinden 23.04.2021 tarihinde erişildi
- Papastergiadis, N. (1999). *The turbulence of migration: Globalization, deterritorialization and hybridity*, Oxford: Polity Press.

- Reece, D. & Palmgreen, P. (2000). Coming to America: Need for acculturation and media use motives among indian sojourners in The US. *International Journal of Intercultural Relations*. (24), 807-824
- Riggins, S. H. (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. London: SAGE Publications, Inc.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*. 19(1),87-101. DOI: 10.1177/0267323104040696
- Smith, A. D. (2002). *Ulusların etnik kökeni*. H. Kendir & S. Bayramoğlu. (Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Şen, A. F. (2018) Medyatikleşme üzerine kuramsal bir tartışma, *E Kurgu, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26 (1), 55-65
- Timmermans, M. (2018). Media use by Syrians in Sweden: Media consumption, identity and integration. K. K. Karim & A. Rawi, (Ed.). *Diaspora and media in Europe: Migration, identity and integration*. (pp.51-70). Ottawa: Palgrave Macmillan.
- TDK, (t.y). Göç, *Türk Dil Kurumu*. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 19.06.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Van de Vijver, F.J.R., & Phalet, K. (2004). Assessment in multicultural groups: The role of acculturation. *Applied Psychology: An International Review*. 53(2),215-236. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2004.00169.x>
- Viswanath, K. & Arora, P. (2000). Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control. *Mass Communication and Society*, 3(1), 39-56. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0301_03.
- Wang, Y. (2006). Internet use among students and its implication for cross-cultural adaptation. (Doctoral dissertation), Kent State University, Ohio.
- Weber-Menges, S. (2005). Die Entwicklung ethnischer medienkulturen. Ein vorschlag zur periodisierung, R. Geißler & H. Pöttker (Ed.), *Massenmedien und die integration ethnischer Minderheiten in Deutschland, problemaufriss, forschungsstand*. (pp. 241-322). Bibliografie, Bielefeld: Transcript Verlag.
- Yeşil, M.M. (2013). The importance of the role that Turkish ethnic media played in the formation process of Turkish diaspora in America, *International Journal of Business and Social Science*, 4(9), 234-246
- Yurdigül, A., Ünal, U. & Güven, A. (2019). Ahıska Türkleri'nin medya kullanım alışkanlıkları ve kültürel etkileşim süreci üzerine bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 419-437.
- Zmud, J. P. (1992). Ethnic identity, language, and mass communication: An empirical investigation of assimilation among United States Hispanics. (Doctoral dissertation). Los Angeles: University of Southern, California.