

# Küresel medya düzeninde kültürel temsil: Yersiz yurtsuzluk, melezleşme ve alternatif anlatılar

## *Cultural representation in the global media order: Deterritorialization, hybridity and alternative narratives*

Büşra Fadim Sarıkaya Tunalp<sup>1\*</sup> 

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Türk-Alman Üniversitesi, Kültür ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Kültür ve İletişim Bilimleri Bölümü, İstanbul, Türkiye

**Özet:** Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte mekânsal sınırlar anlamını yitirmeye başlamış; küreselleşmenin hız kazandığı bir iletişim çağında, bireyler ve toplumlar farklı coğrafyalarda benzer medya içeriklerine maruz kalır hâle gelmiştir. Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik bir ilerlemeyi değil, aynı zamanda kültürel kimliklerin çözülmesini ve yerel değerlerin küresel baskı altında yeniden şekillenmesini de beraberinde getirmiştir. “Yersiz yurtsuzlaşma” kavramı, bu bağlamda, bireylerin fiziksel mekânla olan bağlarının zayıflamasını ve kimliğin daha akışkan hâle gelmesini ifade etmektedir. Bu çalışma, küreselleşme sürecinde medyanın kültürel üretim ve temsil üzerindeki dönüştürücü etkilerini, kültürel emperyalizm, yersiz yurtsuzluk, melezleşme ve alternatif medya kuramları çerçevesinde ele almaktadır. Küresel medya yapısının büyük ölçüde Batılı şirketlerin kontrolünde olması, kültürel içeriklerin tek yönlü ve homojen bir yapıya bürünmesine neden olmakta; yerel kültürlerin marjinalleşmesine ve temsil dışı bırakılmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda çalışma, medya aracılığıyla kurulan kültürel hegemonyanın yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda ideolojik ve sembolik boyutlarını da incelemektedir. Öte yandan, dijital teknolojilerin sunduğu olanaklar sayesinde bireyler ve topluluklar, küresel medya düzenine karşı alternatif anlatılar geliştirebilmekte; melez kimlik formları üzerinden çok katmanlı kültürel temsiller inşa edebilmektedir. Homi K. Bhabha’nın “üçüncü mekân” kavramsallaştırması, bu süreçte ortaya çıkan hibrit kimlik yapılarını anlamak açısından önemli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Bu çalışma, küresel medya düzeninde kültürel temsili; yersiz yurtsuzluk, kültürel emperyalizm, melezleşme ve alternatif medya kuramları çerçevesinde ele almaktadır. Küresel medya endüstrisinin Batı merkezli yapısı, içerik üretiminde tekelleşmeye yol açarken; yerel kültürleri marjinalleştirmekte ve temsil dışı bırakmaktadır. Ancak dijital mecralar, bu tek tipleştirici yapı karşısında alternatif anlatıların ve melez kimlik formlarının gelişmesini mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın son bölümünde, Almanya’da yaşayan Türk kökenli dijital içerik üreticisi Merve Kayıkcı’nın medya pratikleri örneklenerek, dijital alanda melez kimliklerin inşası ve kültürel direniş biçimleri tartışılmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Küreselleşme, Kitle iletişim araçları, Yersiz yurtsuzlaşma, Kültürel emperyalizm, İletişim teknolojileri

**Abstract:** With the widespread dissemination of mass communication tools, spatial boundaries have begun to lose their significance. In an era marked by accelerated globalization and intensified communication, individuals and societies across different geographies are increasingly exposed to similar media content. This transformation entails not only technological advancement but also the dissolution of cultural identities and the reconfiguration of local values under global pressure. In this context, the concept of “deterritorialization” refers to the weakening of individuals’ ties to physical space and the emergence of more fluid identities. This study examines the transformative effects of globalization on cultural production and representation within the frameworks of cultural imperialism, deterritorialization, hybridity, and alternative media theories. The global media structure, predominantly controlled by Western-based corporations, leads to a unidirectional and homogenized media environment, resulting in the marginalization and exclusion of local cultures from representation. Accordingly, this study explores not only the economic but also the ideological and symbolic dimensions of the cultural hegemony established through media. On the other hand, digital technologies offer individuals and communities the opportunity to develop alternative narratives in response to the global media order and to construct multilayered cultural representations through hybrid identity formations. Homi K. Bhabha’s theorization of the “third space” provides a significant conceptual framework for understanding the hybrid identity structures emerging in this process. This article explores cultural representation within the global media order through the theoretical lenses of deterritorialization, cultural imperialism, hybridity, and alternative media. While the Western-centric structure of the global media industry leads to monopolization in content production and the marginalization of local

cultures, digital platforms simultaneously enable the development of alternative narratives and hybrid identity expressions in resistance to such homogenizing tendencies. In the final section, the study analyzes the media practices of Merve Kayıkçı, a Turkish-origin digital content creator living in Germany, to discuss the construction of hybrid identities and forms of cultural resistance in the digital realm.

**Keywords:** Globalization, Mass media, Deterritorialization, Cultural imperialism, Communication technologies

**Citation:** Sarıkaya-Tunalp, B. F. (2025). Küresel medya düzeninde kültürel temsil: Yersiz yurtsuzluk, melezleşme ve alternatif anlatılar. *Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi*, 5(15), 177-186.

## Giriş

Günümüzde iletişim, sadece bireyler arası etkileşimin bir aracı olmaktan çıkmış; aynı zamanda küresel ölçekte sosyal ilişkilerin, ekonomik yapının ve kültürel kimliklerin biçimlenmesinde merkezi bir rol oynamaya başlamıştır. Özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren gelişen iletişim teknolojileri -uydu yayıncılığı, internet ve mobil medya araçları- fiziksel mesafelerin etkisini azaltarak bireylerin farklı coğrafi ve kültürel alanlarla eş zamanlı temas kurabilmesine imkân tanımıştır (Castells, 2010). Bu dönüşüm, “iletişim toplumunun” ortaya çıkmasına yol açarken, aynı zamanda küreselleşme olgusunu da hızlandırmıştır.

Küreselleşme, yalnızca ekonomik bir entegrasyon süreci değil; aynı zamanda kültürel yapıları dönüştüren, yerel kimlikleri sorgulatan ve mekânsal aidiyet duygusunu zayıflatan çok boyutlu bir olgudur. Bu süreçte en çok dikkat çeken kavramlardan biri, Arjun Appadurai’nin (1996) ortaya koyduğu “yersiz yurtsuzlaşma” (deterritorialization) kavramıdır. Appadurai’ye göre kültürler artık belirli bir coğrafi sınır içinde sabitlenmiş değildir; aksine, medya aracılığıyla sürekli hareket hâlinde olan, dağılmış ve yeniden yapılandırılan yapılar hâline gelmiştir. Bu durum, bireylerin ulusal kimliklerle olan ilişkilerini gevşetmekte; çok katmanlı, akışkan ve hibrit kimlik biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

İletişim araçları, bu dönüşümün yalnızca teknik değil, aynı zamanda ideolojik bir yönü olduğunu da göstermektedir. Özellikle Batı merkezli medya üretimleri, küresel düzeyde “evrensel normlar” olarak pazarlanmakta ve bu durum, yerel kültürlerin görünmezleşmesine neden olmaktadır (Tomlinson, 1999). Bu bağlamda kültürel emperyalizm, iletişim alanında önemli bir eleştiri perspektifi sunar. Schiller’in (1976) vurguladığı gibi, iletişim araçları yalnızca bilgi aktaran kanallar değil; aynı zamanda hegemonik değer sistemlerinin taşıyıcılarıdır. Neoliberal küreselleşmenin medya eliyle yaydığı bu kültürel tek tipleşme, bireyleri Marcuse’ün (1964) tanımladığı “tek boyutlu insan” modeline yaklaştırmakta ve alternatif yaşam pratiklerini marjinalleştirmektedir.

Bu çalışma, küreselleşen iletişim yapılarının, bireylerin mekânsal ve kültürel aidiyetlerini nasıl dönüştürdüğünü analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle küreselleşme ve iletişim ilişkisi kuramsal düzlemde ele alınacak; ardından “yersiz yurtsuzluk” kavramı üzerinden kültürel çözülme tartışılacak ve son olarak iletişim teknolojilerinin kültürel emperyalizm bağlamındaki rolü eleştirel bir perspektifle değerlendirilecektir.

## Küreselleşme ve İletişim

Küreselleşme, son otuz yılın en çok tartışılan kavramlarından biri olmakla birlikte, içerdiği çok yönlü yapısıyla ekonomik, politik, kültürel ve teknolojik dönüşümlerin ortak ifadesi hâline gelmiştir. Küreselleşme süreci, sermaye ve iş gücünün ulusötesi dolaşımını kolaylaştırmakla kalmamış; bilgi, kültür ve iletişim biçimlerinin de hızlı ve yaygın biçimde yayılmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda iletişim teknolojileri, küreselleşmenin hem taşıyıcısı hem de hızlandırıcısı işlevini görmektedir (McLuhan, 1964; Held & McGrew, 2003). İletişim araçlarındaki gelişmeler, zaman ve mekân kavramlarını yeniden tanımlamış; ulus-devlet

sınırlarının ötesinde küresel bir etkileşim ağı kurulmasına imkân tanımıştır. Manuel Castells'in (2010) ifadesiyle bu süreç, "ağ toplumunun" yükselişini beraberinde getirmiştir. Ağ toplumu, bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı olarak yapılandırılmış; coğrafi yakınlık yerine dijital bağlantılar üzerinden inşa edilmiş bir toplumsal örgütlenme biçimidir. Bu yapı içerisinde medya, yalnızca haber ve bilgi aktaran bir kanal değil, aynı zamanda kültürel normları, değerleri ve yaşam tarzlarını küresel ölçekte dolaşıma sokan bir güç hâline gelmiştir (Thussu, 2006).

Ancak iletişim teknolojilerinin küresel ölçekte yaygınlaşması, tüm toplumlar açısından eşit koşullar altında gerçekleşmemektedir. Medya sahipliğinin büyük ölçüde Batılı çok uluslu şirketlerin elinde olması, içerik üretiminde ve dağıtımında belirli merkezlerin hegemonik bir güç kazanmasına yol açmaktadır. Bu durum, Tomlinson'un (1999) vurguladığı gibi, kültürel içeriklerin tek yönlü bir biçimde küreselleşmesine ve yerel değerlerin giderek marjinalleşmesine neden olmaktadır. Küresel medya sistemleri, böylece yalnızca bilgi değil, aynı zamanda ideoloji de taşımaktadır.

Bu çerçevede, kültürel küreselleşme, yerel kültürlerin küresel pazarın baskısı altında dönüşüme uğraması ve kimi zaman "melezleşme" yoluyla direnç geliştirmesi sürecini ifade eder. Fakat bu süreçteki asimetrik güç ilişkileri, çoğu zaman küreselleşmenin "Batılılaşma" (Westernization) ya da "Amerikanlaşma" (Americanization) biçiminde tezahür etmesine neden olmaktadır (Said, 1993; Schiller, 1976). Bu bağlamda medya ve iletişim araçları, kültürel emperyalizmin taşıyıcıları olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak küreselleşme, iletişim teknolojileri aracılığıyla dünyayı daha bağlantılı hâle getirse de, bu bağlantılılık eşitlikçi bir yapı sunmamaktadır. Aksine, iletişim araçları aracılığıyla kurulan küresel ağlar, belirli merkezlerin kültürel, ekonomik ve ideolojik üstünlüklerini pekiştirmektedir. Bu nedenle iletişim ile küreselleşme ilişkisi, sadece teknolojik bir ilerleme bağlamında değil, aynı zamanda kültürel ve politik etkileri açısından da eleştirel bir yaklaşımla değerlendirilmelidir.

### Küreselleşmenin Ekonomik, Siyasal ve Kültürel Boyutları

Küreselleşme, yalnızca ekonomik bütünleşme ile sınırlı olmayan; aynı zamanda siyasal yapılar, toplumsal ilişkiler ve kültürel değerler üzerinde de derin etkiler yaratan çok katmanlı bir dönüşüm sürecidir. Ekonomik anlamda küreselleşme, sermayenin serbest dolaşımı, çok uluslu şirketlerin etkinliği ve neoliberal piyasa düzenlemelerinin yaygınlaşması ile karakterizedir (Harvey, 2005). Siyasal düzlemde ise, ulus-devletin egemenliğinin sorgulanmaya başlanması, yerel politikaların ulusötesi kurumlar tarafından yönlendirilmesi ve demokratik katılım süreçlerinin dönüşmesi gibi gelişmeler söz konusudur (Held & McGrew, 2003).

Kültürel boyutta ise küreselleşme, daha karmaşık ve tartışmalı bir alandır. Yerel kültürlerin küresel akımlarla karşılaşması sonucu melezleşme, direniş veya asimilasyon gibi farklı tepkiler ortaya çıkmaktadır. Appadurai'nin (1996) belirttiği gibi kültür, sabit ve durağan değil; akışkan, çoğul ve değişken bir yapı kazanmıştır. Bu çerçevede küreselleşme, hem bir fırsat alanı hem de kültürel homojenleşme tehdidi barındırmaktadır.

### Medya ve İletişimin Küreselleşmedeki İşlevi

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, küreselleşme sürecinin en belirleyici unsurlarından biri olmuştur. McLuhan'ın (1964) "küresel köy" kavramıyla ifade ettiği gibi, iletişim araçları fiziksel mesafeleri önemsiz kılarak dünya genelinde eş zamanlı etkileşimleri mümkün kılmıştır. Uydu teknolojisi, internet, mobil uygulamalar ve dijital platformlar sayesinde bilgi, fikir ve kültürel içerikler sınırsız biçimde dolaşıma girmektedir.

Bu gelişmeler, yalnızca bireylerin iletişimini değil, aynı zamanda toplumların kültürel yapısını da derinden etkilemektedir. Manuel Castells'in (2010) "ağ toplumu" kavramıyla tanımladığı

yeni dijital toplum yapısında, medya ağları ekonomik ilişkiler kadar kimlik ve aidiyet biçimlerini de şekillendirmektedir. Medya, artık yalnızca bilgi aktaran bir araç değil; kimlik, değer ve ideolojilerin dolaşıma sokulduğu bir alan hâline gelmiştir.

### Küresel Medya Şirketleri

Günümüz medya endüstrisi, büyük ölçüde az sayıda çok uluslu medya tekeli tarafından yönlendirilmektedir. Time Warner, The Walt Disney Company, Comcast, Paramount Global (eski adıyla ViacomCBS) ve News Corporation gibi şirketler, televizyon yayıncılığı, sinema endüstrisi, müzik prodüksiyonu, basılı yayıncılık ve dijital medya platformları dahil olmak üzere çok sayıda iletişim alanında faaliyet gösteren entegre küresel medya devleridir. Bu şirketlerin sahip oldukları dikey ve yatay bütünleşmiş yapılar, hem içerik üretimini hem de bu içeriğin küresel dağıtımını büyük ölçüde merkezileştirmiş ve tekelleştirmiştir (Bagdikian, 2004; McChesney, 2015). Örneğin, Disney'in yalnızca eğlence sektöründeki gücü değil, aynı zamanda ESPN, Hulu ve ABC gibi çok sayıda yayın ağı üzerindeki hakimiyeti, küresel medya anlatılarında tek sesliliğin artmasına yol açmaktadır.

Bu yapısal tekelleşme, medya içeriklerinin çeşitliliğini azaltmakta ve belirli kültürel anlatıların evrensel normlara dönüştürülmesine neden olmaktadır. Schiller (1976) bu süreci "iletişim yoluyla kültürel tahakküm" (cultural imperialism through communication) olarak tanımlamış; kültürel üretimin ve tüketimin küresel düzeyde belli merkezlerce belirlenmesinin, azınlık kültürleri marjinalleştirdiğine dikkat çekmiştir. Küresel medya şirketleri yalnızca içerik üreticisi değil, aynı zamanda ideolojik hegemonya kuran araçlar hâline gelmektedir. Özellikle neoliberal değerlerin, bireysellik, serbest piyasa ekonomisi ve tüketim kültürü üzerinden dolaşıma sokulması bu şirketlerin faaliyetleriyle pekiştirilmektedir (Herman & Chomsky, 2002; Fuchs, 2021).

Son dönemde Netflix, Amazon Prime Video ve Apple TV+ gibi dijital platformların yükselişi, bu dinamiği daha da pekiştirmiştir. Bu platformlar, küresel ölçekte ürettikleri ve dağıttıkları içeriklerle yalnızca eğlence tüketimini değil, aynı zamanda algı ve değer üretimini de yönlendirmektedir. Örneğin, Netflix'in "global orijinal içerikleri", yerel anlatıları küresel pazar taleplerine göre biçimlendirerek kültürel homojenleşmeyi teşvik etmektedir (Lobato, 2019). Bu gelişmeler, medya ortamının demokratikleşmesi yerine, daha rafine ve yaygın bir kültürel tekelleşme biçimine işaret etmektedir.

### Kültürel Eşitsizlik ve Medya Üretimi

Medyanın küreselleşmesi, içerik üretimi ve dağıtım bağlamında ciddi kültürel eşitsizlikleri de beraberinde getirmiştir. Küresel medya sisteminin yapısal dengesizliği, özellikle Batılı ülkelerin ve çok uluslu medya şirketlerinin kültürel içerik üretimi üzerindeki hegemonik kontrolünü pekiştirmektedir. Gelişmiş ülkeler, küresel medya pazarının hem ekonomik hem de sembolik sermayesini büyük ölçüde elinde bulundurarak, içerik dolaşımını kendi normları ve estetik değerleri doğrultusunda biçimlendirmektedir. UNESCO'nun 2005 tarihli Cultural Diversity Sözleşmesi'ne göre, dünya çapında yayımlanan kültürel içeriklerin yaklaşık %80'i yalnızca birkaç gelişmiş ülke tarafından üretilmekte, bu da küresel medya ortamında ciddi bir içerik tekelleşmesine ve kültürel görünmezliğe yol açmaktadır (UNESCO, 2005). Bu dengesizlik yalnızca içerik tüketiminde değil, üretim pratiklerinde de derinleşmektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki yerel medya kuruluşları, artan rekabet baskısı, sınırlı ekonomik kaynaklar ve dijitalleşme süreçlerine entegrasyon zorlukları nedeniyle ya faaliyetlerini durdurmakta ya da sürdürülebilirlik için içeriklerini Batılı biçim ve anlatı kalıplarına adapte etmek zorunda kalmaktadır. Böylece kültürel çeşitliliğin temsili daralmakta, yerel sesler sistematik biçimde bastırılmakta veya görmezden gelinmektedir. Bu süreç, Nick Couldry'nin (2010) kavramsallaştırdığı şekliyle "sessizleştirme" (silencing) mekanizmalarının medya alanında somutlaşmış bir örneği olarak değerlendirilebilir. Couldry'ye göre, neoliberal medya düzeni içinde bazı toplulukların deneyimlerinin sürekli olarak temsil dışı bırakılması, yalnızca kültürel değil aynı zamanda politik bir adaletsizlik üretmektedir.

Bununla birlikte, içerik üretimindeki bu yapısal eşitsizlik dijital medya platformlarında da kendini göstermektedir. YouTube, Instagram ve TikTok gibi platformlar teorik olarak küresel katılımı teşvik eden mecralar gibi görünse de algoritmik sıralamalar ve ticari görünürlük politikaları, Batı merkezli içerikleri öne çıkarmaya devam etmektedir (Nieborg & Poell, 2018). Bu bağlamda, dijitalleşme, içerik üreticilerine teknik araçlar sunsa da, eşitsiz ekonomik ve kültürel güç ilişkileri nedeniyle medyanın demokratikleşmesine sınırlı katkı sağlamaktadır.

### Yersiz Yurtsuzluk ve Kültürel Emperyalizm

Küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte kültürel üretim ve kimlik inşası süreçleri, sabit coğrafi sınırlar ve ulusal aidiyetlerin ötesine geçerek çok katmanlı, akışkan ve hibrit yapılar hâlini almıştır. Arjun Appadurai'nin (1996) kavramsallaştırdığı “yersiz yurtsuzluk” (deterritorialization), bu dönüşümün merkezinde yer alır. Appadurai'ye göre kültür artık belirli bir yerle özdeşleşen, durağan bir yapı olmaktan ziyade; medya, göç ve küresel sermaye akışlarıyla sürekli olarak yeniden şekillenen, yerinden edilmiş ama aynı zamanda çoklu mekânlara tutunabilen dinamik bir olguya dönüşmüştür. Bu dönüşüm, özellikle diasporik topluluklar için kültürel aidiyetin hem anavatanla hem de yeni yaşam alanlarıyla eşzamanlı biçimde yeniden inşa edilmesini mümkün kılar.

Dijital teknolojilerin gelişimi, bu yersiz yurtsuzlaşma sürecine ivme kazandırmış, bireylere ve topluluklara zaman-mekân sınırlamalarının ötesinde kültürel ifade alanları sunmuştur. Özellikle sosyal medya platformları, bireylerin kültürel kimliklerini çok katmanlı biçimde ifade etmelerine, kültürel miraslarını dijital ortamda sürdürmelerine ve küresel ağlar aracılığıyla yeni kimlik biçimlerini müzakere etmelerine olanak tanımaktadır (Georgiou, 2006). Ancak bu çoğulcu görünüm, her zaman eşitlikçi bir kültürel paylaşımı beraberinde getirmemektedir. Aksine, dijital medya ortamı, yersiz yurtsuz kültürlerin yeniden biçimlendirilmesi sürecinde Batı merkezli hegemonik anlatıların yeniden üretildiği bir zemine de dönüşebilmektedir.

Bu bağlamda kültürel emperyalizm kuramı, küresel medya yapıları içinde içerik akışlarının tek yönlü hâle gelmesini ve Batılı kültürel normların evrenselleştirilerek diğer kültürler üzerinde tahakküm kurmasını açıklamak için önemlidir. Herbert Schiller'in (1976) kültürel emperyalizm kavramı, medya yoluyla gerçekleştirilen bu ideolojik yayılmanın, yerel kültürleri marjinalleştiren ve yerinden eden bir güç ilişkisine dayandığını savunur. Göçmen ya da diasporik toplulukların dijital ortamlarda görünürlük kazanması, her ne kadar yerelliklerini sürdürme arzusunu taşısa da, bu platformların yapısal kodları ve algoritmik öncelikleri sıklıkla Batılı değerlerin dolaşımını teşvik eder (Thussu, 2006).

Sonuç olarak, dijital çağda kültür, sabit bir coğrafya ile sınırlı olmayan, çok yönlü ve müzakereye açık bir yapıya evrilmiştir. Ancak bu evrilme süreci, yalnızca kültürel melezleşme ya da kimlik çoğulluğu ile sınırlı kalmamakta; aynı zamanda kültürel eşitsizlikleri yeniden üreten dijital emperyalizm biçimlerini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yersiz yurtsuzlaşma, kültürel özgürleşme kadar, kültürel hakimiyetin yeniden biçimlenme sahnesi olarak da değerlendirilmelidir.

### Kültürel Emperyalizm Tektipleştirici Medya Dolaşımı

Yersiz yurtsuzluk, kültürel kimliklerin ve aidiyet biçimlerinin sabit coğrafi sınırların ötesinde yeniden inşa edilmesine olanak tanıyan çoğulcu bir süreci ifade ederken; bu sürecin paradoksal bir biçimde kültürel emperyalizmle iç içe geçtiği görülmektedir. Appadurai'nin (1996) tanımladığı şekilde kültürün yerinden edilmesi, dijital ve medyatik dolaşım sayesinde sınır ötesi kültürel etkileşimleri mümkün kılarken, aynı zamanda bu dolaşımın kontrolünün büyük ölçüde küresel medya tekellerinin elinde olması, kültürel temsilde yapısal bir eşitsizlik yaratmaktadır. Bu noktada, Schiller'in (1976) kültürel emperyalizm kuramı, belirli kültürel merkezlerin özellikle Batılı ülkelerin medya araçları yoluyla kendi değerlerini, yaşam tarzlarını ve normatif anlatılarını çevresel (periferik) toplumlara sistematik biçimde empoze ettikleri süreci açıklamak açısından son derece işlevseldir.

Küresel medya içeriklerinin büyük kısmının Batı merkezli şirketler tarafından üretilmesi, yalnızca içerik hacmi bakımından değil, içerik niteliği ve temsiliyet açısından da belirleyici bir hegemonya yaratmaktadır. Bu medya yapıları, hangi anlatıların görünür kılınacağına, hangilerinin marjinalleştirileceğine ya da sessizleştirileceğine karar veren ideolojik filtreler işlevi görmektedir. Böylece, medya yalnızca bir iletim aracı değil; aynı zamanda kültürel üretim süreçlerinin siyasi ve ekonomik çıkarlar doğrultusunda yönlendirildiği bir güç mekanizmasına dönüşmektedir (Herman & Chomsky, 2002).

Bu bağlamda, Edward Said'in (1993) Oryantalizm çalışması, Batılı söylem biçimlerinin "öteki" olan Doğu toplumlarını nasıl sabitleştirdiğini ve homojenleştirdiğini gözler önüne sermektedir. Said'e göre, medya ve akademik temsil araçları yoluyla Doğu, egzotik, irrasyonel, geri kalmış ve Batı karşısında aşağı bir konuma yerleştirilen bir 'öteki' olarak inşa edilmektedir. Bu tür temsiller, yalnızca bilgi üretimini değil; aynı zamanda güç ilişkilerini de meşrulaştırmakta, Batı'nın normatif üstünlüğünü evrenselleştirerek alternatif yaşam biçimlerinin ve kültürel kimliklerin değersizleştirilmesine yol açmaktadır.

Sonuç olarak, yersiz yurtsuzlaşma süreci içinde oluşan dijital kültürel alanlar, potansiyel olarak kültürel çoğulculuğa alan açsa da, bu alanların yapısal olarak Batı merkezli medya düzeni tarafından şekillendirilmesi nedeniyle kültürel emperyalizmi yeniden üretme riskini taşımaktadır. Hegemonik medya anlatıları, yalnızca kültürel temsilleri yönlendirmekle kalmaz; aynı zamanda bireylerin kendilerini ve ötekileri nasıl algıladığını da derinden etkiler. Bu durum, küresel medya düzeni içinde kültürel adaletin sağlanmasını daha da karmaşık bir mesele hâline getirmektedir.

### Melezleşme ve Alternatif Medya

Küresel medya ortamı, Batı merkezli kültürel hegemonya yapılarını yeniden üretme potansiyeli taşısa da, bu yapılar karşısında yerel ve marjinal toplulukların tamamen edilgen bir konumda yer aldığını söylemek yanıltıcı olacaktır. Aksine, dijital teknolojiler ve sosyal medya platformları, bu topluluklara kültürel temsil alanlarını yeniden tanımlama, alternatif anlatılar üretme ve hegemonik söylemlere karşı direnç geliştirme imkânı sunmaktadır. Bu bağlamda, kültürel üretim yalnızca baskın ideolojilerin yeniden üretildiği bir alan değil; aynı zamanda karşı-anlatıların (counter-narratives) geliştiği, yaratıcı melezliklerin (creative hybridity) ortaya çıktığı bir mücadele sahasıdır (Atton, 2002).

Homi K. Bhabha'nın (1994) geliştirdiği melezlik (hybridity) kuramı, kültürler arası etkileşimlerin sabit ve saf kimlik formlarını aşındırarak yeni, geçişli ve dinamik kimlik biçimlerine zemin hazırladığını öne sürer. Melezlik, kültürel hegemonya karşısında bir "üçüncü mekân" (third space) yaratarak, baskın anlatılara karşı yerel, etnik veya diasporik kimliklerin yeniden biçimlendirildiği, çoğulcu ve esnek ifade biçimlerinin üretildiği bir alan yaratır. Bu bağlamda dijital mecralar, bu üçüncü mekânın somutlaştığı ve görünürlük kazandığı ortamlar hâline gelmektedir.

Özellikle diasporik gençlik grupları, dijital platformlar aracılığıyla hem anavatanlarıyla kültürel bağlarını sürdürmekte hem de içinde yaşadıkları toplumun normatif yapılarıyla eleştirel bir ilişki kurarak kendi kimliklerini hibrit formlar üzerinden yeniden inşa etmektedirler (Georgiou, 2006). Bu süreç, yalnızca bireysel ifade özgürlüğünü değil, aynı zamanda kültürel farkların kamusal alanda politik görünürlük kazanmasını da beraberinde getirir. Alternatif medya kuramı bu bağlamda önem kazanır; çünkü ana akım medya yapılarının dışında kalan, topluluk temelli, katılımcı ve çoğunlukla karşı-hegemonik medya pratikleri, kültürel çeşitliliğin yaşatılması ve ifade edilmesi açısından hayati rol oynamaktadır (Downing, 2001). Alternatif medya araçları, marjinalleştirilmiş grupların seslerini duyurabildikleri, kimlik politikalarını yeniden müzakere edebildikleri ve medya üretiminde özne olabildikleri alanlar sunar. Bu platformlarda üretilen içerikler, yalnızca ana akım temsillere karşı bir tepki değil, aynı zamanda farklı epistemolojilerin, deneyimlerin ve kültürel anlatıların ifadesi olarak da değerlidir. Böylece dijital medya, kültürel emperyalizme karşı

sadece bir direnç zemini değil, aynı zamanda yaratıcı melezleşmenin ve kültürel yeniliklerin üretildiği bir laboratuvar işlevi görür.

### Örnek Vaka: Merve Kayıkçı ve Almanya'daki Dijital Melez Temsiller

Almanya'da yaşayan Türk kökenli dijital içerik üreticisi Merve Kayıkçı, Instagram, YouTube ve podcast platformları üzerinden yürüttüğü faaliyetlerle kültürel melezleşmenin ve alternatif medya üretiminin önemli bir örneğini sunar. Başörtülü bir Müslüman kadın olarak hem Almanya'daki İslamofobik söylemlerle hem de Türkiye'deki ataerkil ve normatif kadınlık anlayışlarıyla eleştirel bir ilişki kurar. Kayıkçı'nın içerikleri, bireysel yaşam tarzı üzerinden çok katmanlı kimlik deneyimlerini görünür kılarken, dijital alanda kültürel direnişin ve öz-temsilin güçlü örneklerini sergiler.

Homi K. Bhabha'nın (1994) "melezlik" kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, Merve Kayıkçı'nın üretimleri, Batı modernitesi ile İslamî değerler arasında sıkışmak yerine bu iki yapıyı yaratıcı bir şekilde yeniden kurguladığı bir "üçüncü mekân" örneğidir. Moda, başörtüsü, yaşam tarzı, feminizm ve ebeveynlik gibi temaları Batı estetiği ile İslami referansları harmanlayarak sunması, onun kimlik performansını melez bir yapı hâline getirir. Bu melezlik, hem Türk hem Alman izleyiciye seslenerek iki kültürel alan arasında geçişken bir ifade pratiği oluşturur.

Bu durum aynı zamanda alternatif medya üretimi açısından da değerlidir. Merve Kayıkçı'nın içerikleri, Almanya'daki ana akım medya organlarında çoğunlukla marjinalleştirilen ya da tek boyutlu sunulan başörtülü Müslüman kadın imgesine karşı, öznel ve çoğulcu anlatılar geliştirir. Bu içerikler, Chris Atton'un (2002) tanımıyla "karşı-anlatılar" üretir: Katılımcı, özerk, topluluk merkezli ve eleştirel medya biçimleridir. Kayıkçı'nın dijital mecralarda yürüttüğü söylemsel faaliyetler, sadece bireysel görünürlüğe değil, kolektif bir kültürel temsile ve hak arayışına da hizmet eder.

Ayrıca podcast içerikleri ve Almanca paylaşımları, onun yalnızca Türk diasporasına değil, Almanya'daki farklı azınlık gruplarına da ulaşmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle Merve Kayıkçı, hem bireysel bir medya üreticisi hem de kültürlerarası diyalogun dijital temsilcisi olarak konumlanmaktadır. Kayıkçı'nın dijital içerikleri, ana akım medyanın sıkça dışladığı veya stereotipleştirdiği başörtülü Müslüman kadın figürünü kendi deneyimleriyle yeniden temsil ediyor. İçerikleri, Atton'ın (2002) alternatif medya tanımında yer alan katılımcılık ve karşı-anlatılar üretme unsurlarını barındırıyor. Podcast ve Instagram paylaşımları, Almanya'daki Müslüman kadınların gündelik yaşamını görünür hale getiriyor. Instagram'da podcast ile entegre paylaşımlar yaparak izleyiciyle doğrudan etkileşim kuruyor. ZDF gibi kurumların programlarına katılması, hem dijital hem geleneksel medyada görünürlük elde ederek toplumsal medyaya katma değer sağlıyor Kayıkçı'nın kimlik performansı, dijital mecralarda yaratıcı ve eleştirel bir müdahale yolu sunar. Toplumda kabul gören normlara meydan okuyan bu üretimler; hem bireysel düzeyde özdeşleşme hem kolektif kültürel görünürlük açısından önemli bir direniş formudur.

Merve Kayıkçı, Almanya'daki Türk diasporasının kültürel melezleşme süreci içinde belirgin bir figürdür. Dijital medya aracılığıyla kimliklerini yeniden inşa eden bireysel aktörlerin potansiyelini gösterirken, hegemonik medya karşısında alternatif anlatı oluşturma, temsil adaleti sağlama ve dijital yurttaşlık pratikleri geliştirme gibi işlevlere de sahiptir. Bu vaka, "melezlik" ile "alternatif medya" kavramlarının kesiştiği noktada somut bir örnek teşkil etmektedir.

### Sonuç

Bu makale, küreselleşmenin medya üretiminde ve kültürel temsilde yarattığı yapısal dönüşümleri; yersiz yurtsuzluk, kültürel emperyalizm, melezleşme ve alternatif medya kuramları ekseninde değerlendirmiştir. Küresel medya sisteminin büyük ölçüde Batılı

merkezler tarafından kontrol edilmesi, hem içerik üretimini tekelleştirmekte hem de kültürel temsilde ciddi eşitsizlikler doğurmaktadır. Bu yapısal durum, Schiller'in kültürel emperyalizm kuramında vurguladığı gibi, belirli yaşam tarzlarının evrensel norm hâline getirilmesini sağlarken; yerel ya da marjinal kültürlerin dışlanmasına, sessizleştirilmesine yol açmaktadır.

Ancak bu tek yönlü hâkimiyet yapısına rağmen, kültürel alandaki özne konumları tamamen edilgen değildir. Appadurai'nin yersiz yurtsuzluk kavramıyla açıkladığı gibi, günümüz kültürleri artık sabit coğrafi sınırlarla tanımlanamamakta; göç, medya ve dijital teknolojiler aracılığıyla yeni, çok katmanlı kimlik biçimlerine evrilmektedir. Bu süreç, bireylerin ve toplulukların küresel medya sistemine karşı alternatif anlatılar geliştirmesine, melez kimlik formları üzerinden ifade pratikleri yaratmasına olanak tanımaktadır.

Makalenin örnek vakası olarak ele alınan Merve Kayıkçı (@primamuslima), Almanya'da yaşayan Türk kökenli bir gazeteci ve içerik üreticisi olarak, bu dönüşümün somut bir temsilini sunmaktadır. Moda, başörtüsü, toplumsal cinsiyet ve kültürel temsil gibi temaları hem Türk hem Alman bağlamında ele alan Kayıkçı, Bhabha'nın "üçüncü mekân" kavramıyla açıklanabilecek bir melez kimlik üretmektedir. Dijital platformlar aracılığıyla geliştirdiği anlatılar, yalnızca bireysel kimlik performansları değil; aynı zamanda ana akım medyada görünmeyen ya da yanlış temsil edilen Müslüman kadın kimliğine yönelik eleştirel ve yaratıcı müdahalelerdir. Bu yönüyle, Kayıkçı'nın üretimi alternatif medya kuramının temel özelliklerini taşımakta; katılımcı, özerk ve karşı-hegemonik içerik üretimiyle kültürel temsil alanında direnç pratikleri geliştirmektedir.

Sonuç olarak, küresel medya düzeni içerisinde kültürel kimlikler yalnızca nesne olarak temsil edilmekle kalmamakta; dijital teknolojilerin sunduğu olanaklarla özne olarak yeniden inşa edilmektedir. Bu yeniden inşa süreci, bir yandan hegemonik normlara karşı eleştirel bir duruşu, diğer yandan yaratıcı kültürel sentezleri mümkün kılmaktadır. Ancak bu alanların potansiyeli kadar kırılganlığı da göz önünde bulundurulmalıdır; çünkü dijital platformlar görünürlük sağladığı kadar, algoritmik denetim ve piyasa mantığı ile kültürel çeşitliliği sınırlandırabilmektedir.

Bu bağlamda kültürel adaletin sağlanabilmesi için medya politikalarının, dijital platform tasarımlarının ve kültürel üretim yapılarının yeniden düşünülmesi büyük önem taşımaktadır. Melezlik, yersiz yurtsuzluk ve alternatif medya kavramları, bu süreci anlamak kadar dönüştürmek için de vazgeçilmez kuramsal araçlardır.

#### **Araştırma Etiği / Research Ethics**

Bu araştırma insan araştırmalarının doğrudan gerçekleştirilmediği ve dokümanlara dayalı bir araştırmadır. Etik Kurul İzni gereksinimi doğmamıştır.

#### **Yazar Katkıları / Author Contributions**

Yazar çalışmanın tamamından sorumludur.

#### **Çıkar Çatışmaları / Competing Interests**

Yazar çıkar çatışması olmadığını belirtmiştir.

#### **Araştırma Fonlaması / Research Funding**

Bildirilmedi.

#### **Veri Erişilebilirliği / Data Availability**

Uygulanamaz.

#### **Hakem Değerlendirmesi / Peer-review**

Dış hakemler tarafından değerlendirildi.

**Orcid**

Büşra Fadim Sarıkaya Tunalp  <https://orcid.org/0000-0002-9492-7493>

**Kaynakça**

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. SAGE Publications.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The new media monopoly*. Beacon Press.
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. Routledge.
- Couldry, N. (2010). *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism*. SAGE Publications.
- Downing, J. D. H. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. SAGE Publications.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Georgiou, M. (2006). *Diaspora, identity and the media: Diasporic transnationalism and mediated spatialities*. Hampton Press.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Held, D., & McGrew, A. (2003). *The global transformations reader: An introduction to the globalization debate* (2nd ed.). Polity Press.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon Books.
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. NYU Press.
- Marcuse, H. (1964). *One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Beacon Press.
- McChesney, R. W. (2015). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. The New Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275-4292.
- Said, E. W. (1993). *Culture and imperialism*. Vintage Books.
- Schiller, H. I. (1976). *Communication and cultural domination*. M. E. Sharpe.
- Thussu, D. K. (2006). *International communication: Continuity and change* (2nd ed.). Hodder Arnold.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. University of Chicago Press.
- UNESCO. (2005). *Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions*. UNESCO Publishing.

**İnternet Kaynakça**

- Kayıkçı, M. [@primamuslima]. (n.d.). Instagram profile. Instagram. Retrieved July 24, 2025, from <https://www.instagram.com/primamuslima/>
- Kayıkçı, M. [@primamuslima]. (2023, November 20). Wie fühlt sich Antisemitismus an, wenn man gleichzeitig Muslima ist? [Instagram post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cz0l6wAJRa6/>

Kayıkçı, M. [@primamuslima]. (2022, February 17). ZDF Heute - Podcast "Was jetzt?" [Instagram post].  
Instagram. <https://www.instagram.com/p/CW6UTQhMKIT/>

Kayıkçı, M. (Host). (2021–2024). Primamuslima Podcast [Audio podcast]. Spotify.  
<https://open.spotify.com/show/1zrs9fLqPlm9GheZGxZJ4v>