

Bourdieu sosyolojisi ve popüler kültür bağlamında betimsel bir analiz: *Medya Çalışmalarına Giriş* örneği

Esra Akarsu | Bağımsız araştırmacı, doktor | Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye (mezun)
akarsuesra1@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-4014-6971>

Öz

Popüler kültür, gündelik yaşamın bir parçası olarak bireye eşlik eden ve kitleleri muhtelif yönleri ile etkileyen yaygın bir biçim ve içerik bütünüdür. Medya dolayısıyla hızlı ve kolay bir şekilde yayılan popüler kültür, homojen olmayan geniş kitlelere hitap etme, kolay erişilebilme ve moda olma yönleriyle bilinirken; hem birbirine benzeyen düşünce ve davranış biçimleri üretip hem de ürün, hizmet ve yaşam tarzı örnekleri sunmaktadır. Bu çalışmada popüler kültür, çizgi roman ve illüstrasyon ilişkisi; Pierre Bourdieu sosyolojisi bağlamında *Medya Çalışmalarına Giriş* kitabı üzerinden incelenmektedir. Habitus, alan ve sermaye kavramları izleğinde bir tartışmanın yürütüldüğü çalışmada amaç; emsallerinden farklı bir iletişim eserinin kurgusunu incelemek, seçilen kavramlarla ilişkisini açıklamak, akademik bir kaynak içeriğinde kullanılan illüstrasyon tekniği ile çizgi roman tarzını betimleyerek literatüre katkı sunmaktır. Metodolojik olarak çalışma, örnek eseri betimsel analiz ile incelerken çerçeveleme paradigması eşliğinde değerlendirmektedir. Böylelikle çizgi roman ve illüstrasyon öğeleri barındıran eserde medyaya ilişkin kavram ve kuramların eleştirel bir perspektiften alternatif bir biçimle sunulduğu, aslına referans ile bir yapı sökümüne uğratılan medya metninin yeni okuma biçimlerine açık olduğu görülmekte, eserin bu anlamda bir örnek teşkil ettiği ve popüler kültürün bir anlatım biçimi olan çizgi roman ve illüstrasyon tekniği aracılığıyla etkili görsel bir perspektif sunduğu tartışılmaktadır.

Anahtar kelimeler

medya çalışmaları, popüler kültür, habitus, alan, sermaye

Atıf

Akarsu, E. (2025). Bourdieu sosyolojisi ve popüler kültür bağlamında betimsel bir analiz: *Medya Çalışmalarına Giriş* örneği. im, 2, 61-83. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/imdergi/article/1782826>

Geliş: 12.9.2025 | Kabul: 11.11.2025

A descriptive analysis in the context of Bourdieu's sociology and popular culture: The sample of *Introducing Media Studies*

Esra Akarsu | Independent researcher, ph.d. | Ankara University, Ankara, Turkey (graduate)
akarsuesra1@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-4014-6971>

Abstract

Popular culture is a widespread form and content that accompanies individuals as part of everyday life and influences the masses in various ways. This study examines the relationship between popular culture, comics, and illustration within the context of Pierre Bourdieu's sociology through the book *Introducing Media Studies*. Following the concepts of habitus, field, and capital, the study aims to examine the structure of a communication work that differs from its counterparts, explain its relationship with the selected concepts, and contribute to the literature by describing the illustration technique and comic book style used in an academic source. Methodologically, the study examines the sample work through descriptive analysis while evaluating it within the framing paradigm. Thus, it is seen that the work, which contains elements of comics and illustration, presents concepts and theories related to media from a critical perspective in an alternative style, that the media text, which is deconstructed with reference to its original, is open to new forms of reading, and it is argued that the work exemplifies this approach and offers an effective visual perspective through the comic book and illustration technique, which is a form of expression in popular culture.

Keywords

media studies, popular culture, habitus, field, capital

Citation

Akarsu, E. (2025). A descriptive analysis in the context of Bourdieu's sociology and popular culture: The sample of *Introducing Media Studies*. *im*, 2, 61-83. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/imdergi/article/1782826>

Submission: 12.9.2025 | **Acceptance:** 11.11.2025

Giriş

İletişim bilimlerinin epistemolojik zenginliği, bir konunun farklı disiplinler çerçevesinde incelenmesini mümkün kılmaktadır. Sosyal bilimlerin bir dalı olarak iletişim araştırmaları, konvansiyonel medya araçlarının kullanılışından başlayarak yeni medyaya, hatta yapay zekâ çağına uzanan bir patikada çeşitlenerek ilerlemektedir. Bu çeşitlilik; teknolojiyle birlikte sosyoloji, psikoloji, felsefe, sanat, tasarım ve mühendislik gibi alanlar ile kesişimsellik göstermektedir. İletişim etkinliği, ortak referans çerçevesinde yer alan ve üzerinde uzlaşmış kodlar sayesinde anlam kazanmaktadır. Bu çerçevenin genişliği, etkin bir iletişim süreci için önemlidir (Oskay, 2005). Bu çerçevede göstergelerle inşa edilen, görülen ve keşfedilmeyi bekleyen anlamlar okurun, izleyicinin veya tüketicinin birikiminde karşılık bulmaktadır.

Popüler olan; herkes tarafından beğenilen, sevilen, anlaşılabilir, halka ait, geçerli, ulaşılabilir ve gündelik yaşamın kültürüne ilişkin olandır. Popüler kültür örüntüleri, gerçek yaşamın güçlükleriyle baş etmede bireye kendine ait bir düş dünyası sunarak, mutluluk ve eğlence vadederek hayatını sürdürmesini kolaylaştırmaktadır (Cantek, 2014, s. 18). Terry Eagleton, kültürü çok karmaşık bir sözcük olarak nitelerken; insanın yaşamına yön veren değerler, gelenekler, inançlar ve simgesel pratiklerden oluşan yaşam tarzının tümünü kapsama almaktadır (2019, s. 15-16). Bourdieu ise kültürü bir sermaye biçimi olarak tarif etmektedir. Bu sermaye biçimi, kendine özgü değiş-tokuş ve kullanım yasalarıyla birlikte birikimi de içermektedir (aktaran Swartz, 2015, s. 20). Popüler kültür, kitleler için üretilen ve tecimsel özellik taşıyan medya içeriklerinden oluşmaktadır (Chandler ve Munday, 2018, s. 328). Medyanın gücü, gündelik hayatta her an her yerde oluşuyla, ömrümüzün üçte birinin medyada geçtiği ve bu ilişkinin bireyi şekillendirdiği gerçeği (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 6) ile daha net anlaşılmaktadır. Popüler kültürün analiz edilmesindeki önemli etkenlerden biri nitelik ve nicelik arasındaki ilişkidir. Ürünleri, çoğunluk tarafından paylaşılmasına rağmen kaliteden yoksun bulunmakla birlikte çoğaltılarak hızla yaygınlaşması nedeniyle toplumda geniş bir paylaşım alanı bulmaktadır. Böylece popüler kültür, kitlesel bir olgu niteliği kazanmaktadır (Güngör, 1999, s. 10). Modern yaşamın hızı ise, eski dünya ile yeni dünya arasında bir bağlantı yolunun kurulmasını gerektirmektedir. Çizgi romanın ve popüler kültürün ikonları bu anlamda bir köprü görevi görerek ucuz, yaygın ve seri imalatla ortaya konan endüstriyel tasarımlarla gerekli bağlantıyı sağlamaktadır. Aynı zamanda önemli birer araç olarak beklentiye canlı tutmaktadır (Cantek, 2014, s. 19-20).

Habitus, alan ve sermaye kavramları izleğinde bir tartışmanın yürütüldüğü bu çalışmada amaç; emsallerinden farklı bir iletişim eserinin kurgusunu incelemek, seçilen kavramlarla ilişkisini açıklamak, akademik bir kaynak içeriğinde kullanılan illüstrasyon tekniği ile çizgi roman tarzını betimleyerek literatüre katkı sunmaktır. Araştırma çerçevesinde Anadolu Ajansı Kitap tarafından 2023 yılında *Medya Çalışmalarına Giriş* adıyla yayımlanan bir eser yer almaktadır. İngiliz illüstratör ve çizgi roman sanatçısı Borin Van Loon ile Pakistanlı akademisyen Ziyaüddin Serdar tarafından kaleme alınan kitap, “medya, ideoloji, bilgi ve güç arasındaki ilişkinin karmaşıklığı üzerine” bir tartışma yürütmektedir. Eser, kitle iletişim kuramlarını ve kavramlarını mevcut çalışmalardan farklı bir üslûpla ele alışıyla dikkat çekmektedir. Bu eserin seçilme nedenleri arasında güncel bir çalışma olması, iletişim bilimlerinin kuram ve kavramlarını diğer kaynak kitaplardan farklı bir tarzda çeşitli görsellerle ve çok sayıda küresel haber, kişi ve olay örneklerinin desteğiyle betimlemesi ve hem sosyolojik açıdan hem de iletişim bilimi açısından çıkarım yapmaya uygun olması bulunmaktadır. Analizin tek bir eser üzerinden yürütülmesi çalışmada bir sınırlılık olarak tanımlanabilir. Bu makalede Bourdieu sosyolojisinin seçilme nedenlerinden biri, “Çok fazla insanın konuşması, çok azının

dinlemesi, çok fazla enformasyon olması ancak çok az kişinin iletişim kurması, sanal medyanın norm hâline gelerek iç-dış kimliklerimizle ilişki kurma biçimlerimizi belirlemesi ve her şeyin anlık ve aşırı etkileşimli olması nedeniyle ölesiye sıkılmamızdır (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 168).” Bir diğeri ise habitus, alan ve sermaye kavramlarının bir popüler kültür ürünü olan çizgi roman tekniğinin ve illüstrasyonun akademik bir eserle ilişkilendirilmeye elverişli olmasıdır. Araştırma, özgün değerini iletişim alanındaki bu kaynak kitabın Bourdieu çerçevesinden okunmasından, yorumlanmasından ve literatürle ilişkilendirilmesinden almaktadır. Literatür taramasında söz konusu eseri iletişim disipliniyle bağlantılı olarak aynı veya benzer izlekte inceleyen bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu yönüyle de çalışma özgün bir değere sahiptir. Araştırmanın temel varsayımı, medya çalışmalarına giriş niteliğindeki eserin illüstrasyon ve çizgi roman tekniğine benzer öğelerle tasarlanması ile habitus-alan-sermaye kavramları arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığının tespitini içermektedir. Araştırma, şu üç soruya yanıt aramaktadır: (1) Popüler kültür, çizgi roman ve illüstrasyon ilişkisi akademik bir eserde nasıl kurulmaktadır? (2) Medyanın hem görsel hem de popüler olana meşruiyet kazandırmada rolü var mıdır? (3) *Medya Çalışmalarına Giriş* kitabında yazı ve çizgi biçiminin birlikte tercih edilmesinin iletişim bilimi literatürüne katkısı nedir?

Metodoloji

Bu çalışmada çerçeveleme paradigması ile betimsel analiz kullanılmaktadır. Çerçeve, anlamlı bir metafor olarak konuyu sınırlandıran ve bu şekilde dikkati içerdeki temel öğelere odaklayan bir nosyondur. İletişim ve medya çalışmalarında 1990’larda yaygınlık kazandığı bilinmektedir (aktaran Akçay, 2023, s. 179-180). Çerçeveleme ile anlam üzerinde bir tercih yapılarak iletilmek istenen mesaj merkeze konulmaktadır. Medya metinleri bağlamında görünen anlam, esasında görünmeyen anlamı da barındırmaktadır. Bu çok anlamlılık, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin ancak eleştirel bir perspektiften okunması hâlinde anlaşılmaktadır. Çizgi roman da illüstrasyon öğelerini içeren bir çerçeveleme türü olarak istenileni içermekte, istenmeyeni dışarda bırakmaktadır. Medya çerçeveleri, gerçekliğin toplumsal inşasında önemli bir aktivite olarak onu yeniden bağlamsallaştırma ve niteliğini değiştirme potansiyeline sahiptir. Medya dolayımı için uygun bir biçim kazandırılan gerçeklik, toplumsal yapı ve örüntüler içinde algılanmaktadır (Mutlu, 1998, s. 81; Akçay, 2023, s. 182-183; Binark, 2024, s. 15). Çerçeveleme (*framing*), temsillerin temsil ettikleri şeyi tekrar bağlamsallaştırmasına, yani anlamını değiştirmesine olanak tanıyan işlevsel bir uygulamadır (Chandler ve Munday, 2018, s. 75).

Medya Çalışmalarına Giriş kitabının popüler kültür, çizgi roman ve illüstrasyon ilişkisi bağlamında betimsel analizi yapılmaktadır. Betimsel analiz; genele yönelik olarak bir olayın, sürecin, kişinin veya durumun resmini çizmeye yarayan tanımlayıcı araştırma türü olup, tümdengelimci özelliğiyle daha çok araştırmanın kavramsal yapısının önceden net bir biçimde tasarlandığı araştırmalarda kullanılmaktadır. Veri, kapsamlı bir biçimde tanımlandıktan sonra sınıflandırılıp ilişkilendirilmekte ve ardından yorumlanmaktadır. Betimsel araştırma türünde bir durumu tanımlarken olabildiğince eksiksiz ve dikkatli bir yol izlenmektedir. Ancak, daha ayrıntılı bir kavrayış için seçilen olgunun yönleri ve ilişkileri arasında daha kapsamlı bir analize ihtiyaç duyulmaktadır. Betimsel analiz; aynı zamanda yüksek netlikte bir resim sunmak, bir durumun arka planı veya bağlamı hakkında bilgi vermek ve nedensel bir süreci belgelemek gibi amaçlara hizmet etmektedir. Betimleyici bir araştırma, bu makalede görüldüğü şekliyle iyi bilinen bir mesele ile başlamaktadır. “Nasıl” ve “kim” sorularına odaklanarak insanların veya toplumsal faaliyetlerin resmini sunmaktadır (Geray, 2006, s. 67-68; Yıldırım ve Şimşek, 2021, s. 243; Büyükoztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve

Demirel, 2012, s. 22; Neuman, 2020, s. 89-92). Bu bağlamda makalenin izleği, iyi bilinen medya endüstrisi ve popüler kültüre ilişkin sorular sorarken, eş zamanlı olarak örnek eseri betimlemekte ve tercihler üzerinden bir resim çizerek kavramlar eşliğinde ilişkisel bir tahlil sunmaktadır.

Bourdieu sosyolojisinin temel kavramları

Bourdieu Sosyolojisi'nin bağlamsal bir yapı kurmaya elverişli olan niteliği; muhtelif medya metinlerinin düşünürün kavramlarıyla yeniden düşünülerek bir yapısöküme uğratılabilmesine imkân vermektedir. Yapısöküm (*deconstruction*), Jacques Derrida'nın bir metin içerisindeki anahtar kavramlarda bulunan karşıtların birlikteliğine ve dışarda bırakılanın tespitine dayanan bir tekniği ifade etmektedir. Bunun yanında bir eleştirel metin çözümlemesi biçimi olarak metnin çok anlamlılığına vurgu yapmaktadır. Yapısöküme uğratılan bir metin, postyapısalcı bir strateji olarak yeniden okumalara açıktır (Chandler ve Munday, 2018, s. 440). Okuyucunun anlamı bizzat yaratma rolüne, metinlerin tek bir anlam içermediğine ve salt bir "gerçek" manâya odaklanmadığına değinmektedir (Berger, 2014, s. 34). Bu bağlamda, metinlerarasılıktan sık sık yararlanan bir bilim dalının illüstrasyonla ve çizgi romana benzer biçimde kurgulanması bir yapısöküm uygulamasıdır. Popüler kültür metinleri, metinlerarası bir düzlemde dolaşırken; popüler kültür araştırmaları anlamların dolaşımını araştırmak üzerine kuruludur (Fiske, 2021, s. 230-231). Bu anlamlandırma pratiği, yapısökümcülerin deyimiyle farklı bağlam ve kavram setleri ile okumanın olanaklılığını göstermektedir.

Habitus

Hedef kitleler, dünyayı alıştığı tarzda bilmekte ısrarcı bir özelliğe sahip olabilmektedir. Bu nedenle birey, hayatın akışına ters düşmeyen, alıştığı biçimde ve anlayabildiği doğallıkta içeriklere karşı olumlu davranmaktadır. İletişim etkinliğinde istenilen sonuca ulaşmak için hedef kitlenin temel değerlerini, tutumlarını ve grup standartlarını bilmek önemlidir (Oskay, 2005, s. 37-39). Bu anlamda habitus, bireyin doğduktan sonra öğrendikleri ve edindikleriyle oluşan yatkinliklerden meydana gelen dinamik yapının adıdır (Şahin, 2014, s. 419). Habitus; meslek, çalışma, iş koşulları gibi değişkenlerden etkilenmekle birlikte yaş, vasıf veya cinsiyet gibi toplum tarafından şekillendirilen sahipliklerin içinde bulunduğu bedene işlemiş sınıftır (Bourdieu, 2015, s. 634-635). Loïc Wacquant, 2012 yılında gerçekleştirilen bir söyleşide Bourdieu sosyolojisinin merkezi kavramlarını "habitus, alan ve sermaye" olarak tanımlamaktadır. Zihinsel yapılar (habitus) ile toplumsal yapıda (alan) birey, habitusun etkisiyle biçimlenirken, toplumu da bu yatkinlikler aracılığıyla biçimlendirmektedir (2014, s. 446-447). Toplumsal olarak inşa edilmiş bir yatkinlikler sistemini işaret eden habitusun İngilizce *habit* yani alışkanlık sözcüğü ile aynı anlama gelmediğini bilmek önemlidir. Habitus; değişken, sınıfa özgü ve yüksek oranda kendiliğinden gerçekleşen yaratıcı eylemi/pratiği ortaya çıkarmaktadır. Benzer konumda bulunan kişilerin kolektif bilinci hâlinde işlerken; seçimler, davranışlar ve değerlendirmeler üzerinde bilişsel ve duygusal bir kılavuz görevi görmektedir. Toplumsal uzamdaki her mekân sınıfın bir göstergesidir ve ortak bir habitusta tekrar eden deneyimler yaşanmaktadır. Bu nedenle bireyler ne tam olarak özgür, ne de pasif eyleyicilerdir (Bourdieu, 2015, s. 18-19).

Yalnızca bireysel değil, kolektif tutum ve yargıları da belirleyen habitus kültürel pratikler üzerinden toplumsal ve siyasal bir yargılama ölçütü olmaktadır. Özellikle medyanın kültür algısını "kültürel *fast-food*" olarak adlandıran düşünür, içinde medyanın ideolojik işlevini barındıran standart ve ortalama olana odaklanıldığı görüşündedir (Köse, 2012, s. 280-281). Popüler beğeni bağlamında niceliksel olarak beklentinin karşılanması bu formun yaygınlığına bağlıdır. Yapılandırılmış

bir yapı olan habitusun bir başka ayrıntısı toplumsal kimliğin farklılıkta tanımlanması ve kendini farklılıkta ortaya koymasıdır. Zengin-yoksul, alt-üst gibi karşıtlıklar, özgürlükler ve zorunluluklar bağlamında kendilerini dayatma eğilimindedir (Bourdieu, 2015, s. 256). Bu noktada Bourdieu'nün beğeni kavramı devreye girmektedir. Beğeni kavramının da sınıflandırıcı etkisi yaşam stilleri üzerindeki kurucu etkisi nedeniyle oldukça önemlidir. Sevilene sahip olma ve sahip olunanı sevmeye, ona mâl edilen ve sınıflamada meşru olarak atfedilen özelliklerden kaynaklanmaktadır (2015, s. 261). Kültürel yetkinlik ve estetik yatkınlık, herkesin erişiminin olmadığı belirli bir kültürel aktarım ve terbiye sürecinin çıktısı olarak benimsenmedikçe toplumsal farklılıkların devamında rol oynamaya devam edecektir. Aynı zamanda herkes tarafından eşit bir biçimde edinilebilecek doğal bir yetenek olarak görülmesi de gereklidir (Bourdieu, 2023a, s. 47).

Bireye içkin olmakla birlikte, toplumsal olanla bir eşitsizlik ve bu eşitsizliğin yeniden üretiminde oynadığı rol nedeniyle habitusun tarihsel olduğu da hesaba katılmalıdır (İlic, 2015, s. 322-324). Fail olarak adlandırılan tüketicinin televizyon, sanat ve edebiyat gibi muhtelif ve katmanlı alanlarda kültürel üretim ve tüketimlerini gerçekleştirdikleri ve bu esnada habitus ve beğeni kavramlarından etkiledikleri görülmektedir. Bourdieu ise, kuramsal açıklamalarını ve tespitlerini alanlardaki analizleri ve saha araştırmaları aracılığıyla işlevsel bir biçimde ortaya koymaktadır (Dikkol, 2020, s. 169, 171). Fail (*agent*); etkin, hakim, eylemi başlatan ve sosyal eyleyen olarak (Chandler ve Munday, 2018, s. 319) süreçte yer almaktadır. Geçmiş deneyimlerle toplumsal failin bedenine işlemiş olan habitus, rasyonel bir araç aramaksızın uyumlu hâle gelen ve devamlı yenilenen stratejilerin oluşturulmasını mümkün kılmaktadır. Bu nedenle, benzer koşulların ve şartlanmaların bir ürünü olarak örtük bir anlaşma söz konusudur. Grupta yer alan kişiler karşılıklı olarak kendi davranışlarında bir onay ve meşruiyet bulurken, gerekli gördükleri zaman düzeltme yoluna gitmektedir. Bu durum, aynı ekibin üyeleri arasında kurulan ve bir oyunda yer alan karşılıklı anlayış olarak tarif edilmektedir (Bourdieu, 2023c, s. 167, 175). Ayrıca yapılandırılmış olanı yeniden yapılandırmak (Dikkol, 2020, s. 176), medyanın kendine özgü dilini ve kurallarını içeren yapısı bakımından düşünüldüğünde, medya ekolojisinin illüstrasyona ve çizgi roman tarzına benzer biçimde farklı bir üslupla yeniden inşasını işaret etmektedir. Bu bağlamda, popüler kültür ürünlerinin beğenilmesinde, pratik hâline getirilmesinde ve sürdürülmesinde habitusun rolü önem taşımaktadır.

Alan

İngilizce karşılığı *field*, Fransızca karşılığı ise *champ* olan kavram, bir toplumsal gruba özgü toplumsal ilişkileri, düzenlemeleri ve uyarlanabilir olanaklar ağını içermektedir. Meslek, sınıf ve konumu içeren; nesnelleştirilebilir ve yapılandırılmış yapısıyla dahil etme ve dışlama kurallarına sahiptir (Buchanan, 2010, s. 170). Bourdieu sosyolojisinin anahtar kavramlarından biri olan alan, habitusun işlev gördüğü toplumsal ortamın yapısında belirleyici bir rol oynamaktadır. Alan çerçevesinde düşünmek, ilişkisel düşünme anlamına geldiği için eylemi biçimlendiren başat ve görünür olmayan ilişkileri aramaya elverişli bir kavramsal yapıyı da işaret etmektedir. İlişkisel akıl yürütmenin gerçekleştiği mekânsal bir metafor ve rekabet arenası olarak alanda mal, hizmet, bilgi veya statü üretilirken; aktörler tarafından bir kendine mâl etme mücadelesi verilmektedir (Swartz, 2015, s. 167-169). Alan, düzey ve hiyerarşiye işaret etmesinden ötürü sermayeden daha kapsamlıdır. Bir mübadele ilişkisinin sürdüğü alanda aktörlerin etkileşimleri, konumlar hiyerarşisindeki göreceli yerlerini etkilemektedir (2015, s. 170-171). Alan mücadelesi iktisadi, kültürel, bilimsel veya dini sermaye gibi belli türler etrafında verilmekte olup, verilen mücadele bir meşruiyet kazanma amacı taşımaktadır. Hakim konumda olanlar ile tabi konumda bulunanlar bu mücadelede karşı karşıya gelmektedir (2015, s. 174-176). Bu noktada bilginin gücü ve sermaye sahipliği alanda büyük bir

anlam kazanmaktadır. Örneğin; fail/yapı ilişkisinde fail olarak kullanıcı/okur, yapıyı işaret eden medya/eser bağlamında kurulan ilişki habitusun işlemesi ve sermaye sahipliği ile alanda kendini göstermektedir. Alanın yapısı aktörün davranışlarına yön verirken, sermayenin eşitsiz dağılımı failler arasında bir iktidar mücadelesini gerekli kılmaktadır. Çünkü mücadele her alanda varlığını göstermektedir (Etil ve Demir, 2014, s. 336-337).

Sermaye

Sermaye (*capital*), insanlar tarafından sonradan üretilmiş bir üretim faktörü olarak bir işin başa-rılması veya bir şeyin meydana gelmesi amacıyla her türlü maddi ve manevi değer oluşturulmasıdır (Demir ve Acar, 1997, s. 199). Bourdieu, sermayeyi biriktirilmiş emek olarak tarif eder-ken dört türe ayırmaktadır. Bu kategorizasyonda para ve mülk anlamına gelen iktisadi sermaye, eğitim, kültürel ürün ve hizmetleri karşılayan kültürel sermaye, tanışıklıkları ifade eden sosyal sermaye ve ilişki ağları ile meşruluk olarak açıkladığı simgesel sermaye bulunmaktadır (aktaran Swartz, 2015, s. 109-110). Günümüzde eşitsizliklerin sadece ekonomik yönden değil, diğer sermaye türleri vasıtasıyla da sürdüğü görülmektedir. Bu bağlamda gelir, miras ve benzeri kazançlar iktisadi sermaye kapsamında, tahsil ve diplomalar kültürel sermaye bünyesinde, faydalı ilişkiler sosyal sermaye çatısı altında, simgesel sermaye ise prestij ve tanınma ile ifade edilmektedir (Wacquant, 2022, s. 447). Her sermaye türü toplumsal düzlemde ayrıştırıcı olabilirken, birleştirici de olabilmektedir. Bu etkiyi mücadele dinamikleri ve alanda kurulan ilişkiler üzerinde görmek mümkündür.

İlk olarak iktisadi sermaye, nesilden nesile aktarılabilen ekonomik kaynaklardır. Bu sermaye türü, daha iyi bir mübadele oranıyla kültürel sermayeye çevrilebilirken aksi mümkün değildir (Chandler ve Munday, 2018, s. 119-120). Bu türün özelliği daha kolay hesaplanabilir, muhafaza edilebilir, istikrarlı, evrensel ve akılcı şekilde yönetilebilir olmasıdır (Swartz, 2015, s. 117). İktisadi sermaye ile kültürel sermaye arasındaki değer yapısı arasındaki fark ne kadar genişse, iktidar mücadelesinde bireyler tahakküm kurmak için o kadar çok karşı karşıya gelmektedir. Bu iki sermaye türü diğer tüm mücadele alanları üzerinde çok etkilidir (Swartz, 2015, s. 193). Örneğin, kültürel sermaye öze-linde düşünür, kültürel ürünlerin maddi mallardan farkını anlamın tüketilmesi veya kendine mâl etme şeklinde açıklamaktadır. Eğitim olanakları, estetik tercihler, sözel beceri ve genel kültürel farkındalık bu sermaye türünün oluşumunda etkilidir (Swartz, 2015, s. 109-111). İkinci olarak kültürel sermaye, bireylere avantajlı bir başlangıç ve statü sağlayan bilgi, ustalık, eğitim ve bağlantılardan gelmektedir (Chandler ve Munday, 2018, s. 260). Kültürel bilgi ve yetkinlikle ilgili olan kültürel sermaye, uzun bir kazanım sonucu elde edilen bir birikimdir. Bu birikimden hareketle bir sanat eserinin anlamlı ve çekici gelmesi mümkün olmaktadır (Bourdieu, 2023a, s. 19). Üçüncü tür olarak sosyal sermaye, toplumsal etkileşim sonucunda ortaya çıkan ve bireyin iyi olma hâlini etkileyen bir ilişki yapısını anlatmaktadır. Güven, bilgi akışı ve katılımı birey güç ve itibar kazanmaktadır (Tekke, 2023, s. 182, 203). Sosyal sermaye, hem kişilerarası hem de toplumsal ilişkiler sayesinde oluşan, kişiye profesyonel ve toplumsal gruplara katılımı fayda sağlayan, aynı zamanda bireyin katkıda bulunduğu kaynağı işaret etmektedir (Chandler ve Munday, 2018, s. 410). Son olarak simgesel sermaye ise, belirli kodlara erişimi ve bu kodların fark yaratacak şekilde kullanımını içeren bir sermaye türüdür. Eğitimle de ilişkili olarak bireylerin ve grupların iletişimsel repertuarını kapsamaktadır (Chandler ve Munday, 2018, s. 360-361).

Sermaye ve alan bağlamında, düşünüre göre sermaye sayısı kadar alan bulunmaktadır (Swartz, 2015, s. 174). Her alanın kendine özgü sermaye biçimlerinin ve dağılımının oluşu iktidar ilişkilerini etkilemektedir. Güç ilişkileri, alana girmek için hangi sermaye türlerine gereksinim duyulduğunu,

hangi habitusların o türe erişmede etkin olduğunu ve hangi sermayenin öne çıktığını belirlemektedir (Dikkol Akçay ve Erkılıç, 2025, s. 6). Kültürel, iktisadi ve sosyal sermaye birbirine çevrilebilir bir nitelik taşımaktadır. Ancak bu çevrimin tüm sermaye türleri arasında gerçekleşmesi mümkün değildir. Kültürel sermaye ile iktisadi sermayenin bir ilişki içerisinde olması şart değildir. Ancak birbirlerini güçlendirme eğilimleri vardır (Swartz, 2015, s. 118-119, 260). Bu anlamda her sermaye türü, bir diğerinin varlığını garanti etmemektedir. Örneğin, kültürel sermaye sahibi her insanın iktisadi sermayesinin yüksek olmama ihtimâliyle birlikte her yüksek iktisadi sermaye sahibinin derin bir kültürel birikimi olduğunu düşünmemek gereklidir. Diğer yandan iktisadi sermayesi yüksek olan bir bireyin bunun gereği olarak sosyal sermaye sahibi olduğu da görülmektedir. Ancak; iktisadi sermaye, kesin olarak kültürel sermaye getirmeyeceği gibi sembolik sermaye de getirmemektedir. Çünkü, toplum içerisinde sermaye türleri bağlamında eşit olmayan bir dağılım söz konusudur (Bourdieu, 2023a, s. 20). Bu eşitsizliği gündelik yaşamda, alanda verilen mücadelede ve toplumsal farklılıklarda görmek mümkündür. Bourdieu'nün ilişkisel düşünmenin gerekliliğini sık sık vurgulamasının nedeni, gerçek olanın ve toplumsal dünyada var olanların birbirine bağlı oluşudur (Bal, 2018, s. 193). Böylece makalenin ana izleğini oluşturan kavramlarla incelenen örnek arasındaki ilişki de anlaşılabilir.

Popüler kültür, çizgi roman ve illüstrasyon ilişkisi

Bir popüler kültür ürünü olan çizgi roman, grafik sanatların bir dalı olarak bir fikri, anlatıyı ya da bilgiyi sıralı kareler içinde bulunan resim ve konuşma balonları ile iletme biçimidir. Kimi zaman yaygın biçiminden farklı olarak sözsüz olup yalnızca sembolizmden yararlanılarak da üretilmektedir (Wigan, 2012, s. 67). Çizgi romanı bir anlatı türü olarak yalnızca grafik ile değil, resim sanatı bağlamında da ele almak gerekmektedir. Resim sanatında estetik bir etki yaratmak amacıyla düzlemler üzerinde oluşturulan ve iki boyutlu her türlü kompozisyonun kapsamındaki bir anlatı türü olarak çizgi roman, hem grafik hem de resim öğeleri içeren biçimiyle çağdaş kültür ve sanat açısından önemli ve değerli görülmelidir (Sözen ve Tanyeli, 1994, s. 201). Her iki alanda da yaratıcılık, hayal gücü, özgünlük ve estetik değer bulunmaktadır. Ancak grafik sanatları resimden ayıran en temel özellik çoğaltılabilir olmasıdır (Uçar, 2019, s. 286). On sekizinci yüzyılda İngiliz ressam William Hogarth ile başlayan anlatım tekniği olarak çizgi roman, kendine özgü kimliği ile sanatsal bir form ve kitle iletişim aracı olarak anılmaktadır. Çizgi romanda anlatılmak istenenin içeriksel kurgusu, çizginin ve sözün ağırlığını belirlemektedir. Çizgi romanın kitle iletişim aracı olarak kabul edilmesinin nedeni on dokuzuncu yüzyılda gazetelerin çıkışına ve yaygınlaşmasına eşlik eden bir yan ürün olmasıdır. Benzerlik bakımından ise mesajın hedef kitleye kısa, öz ve etkili bir biçimde iletilme gayreti, bir çerçeveleme olması, muhtelif araçlarla dağıtılması ve geniş bir kitlenin hedeflenmesi önem taşımaktadır. Özellikleri arasında kültürel ve sanatsal bir olgu ve form olması, bir iletişim biçimi ve aracı olması ile basılı bir popüler kültür ürünü olması bulunmaktadır (Güngör, 1995, s. 47, 49-62). Çizgi roman, kimliğini bulmuş özgün bir tür olarak sanatsal yönüyle de dikkat çekmektedir (1995, s. 151). Sarı Çocuk/Yumurcak olarak anılan *The Yellow Kid*, Amerikan çizgi roman karakteri olarak 1896 yılında Richard Felton Outcault tarafından tasarlanan türün ilk örneklerinden biridir. Bu tasarımda yazıların sarı elbise üzerine yazılışının zamanla yerini konuşma balonlarına ve çok kareli anlatıma bıraktığı belirtilmektedir. Türkiye’de ise 1930’larda Cemâl Nadir’in yarattığı “Amcabey” ile Turan Selçuk’un “Abdülcanbaz” eserleri, bu anlatı türünde ulaşılabilecek yüksek sanatsal kaliteyi göstermektedir (aktaran Özyiğit, 2010, s. 18; aktaran Giray ve Yıldız, 2017, s. 737; Sözen ve Tanyeli, 1994, s. 201). Çizgi roman kültürel manâda bir serbest zaman etkinliği oluşuyla eğlenceli; düz, yan anlam ve göstergelerle işleyen yapısıyla ve farklı görüş açıları sunmasıyla öğreticidir. Toplumsal açıdan belirli olayların ve ilişkilerin aktarıcısı olarak bilinç

yaratıp toplumsallaşmaya aracılık etmektedir. Siyasal açıdan ise ideolojik amaçlarla birtakım düşünceler sunarken, kimlik oluşturma ve zihinleri yönlendirme üzerinde etkili olmaktadır. Evrensel ölçütleri yakalamış bir enstrüman olarak iletişim açısından sahip olduğu potansiyel ile etkin bir biçimde kullanılabilmesi önemlidir (Gündüz, 2004). Çizgi romanın bir eğitim aracı olarak kullanımından bahseden kaynaklarda sosyal ve politik eleştiri yapan çizgi roman türünden bahsedilmesinin bir eksiklik olduğu ifade edilmektedir (Özyiğit, 2010, s. 1, 15). İncelenen eserin bir eğitim materyali oluşu, sosyal ve politik eleştiri içermesi noktasında işlev ve tür bakımından illüstrasyon öğeleriyle çizgi roman tarzına bir benzerlik gösterdiği söylenebilir.



Görsel 1. *The Yellow Kid* ilk tasarım örnekleri (Granger Historical Picture Archive, ____)

İllüstrasyon; başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleme ya da yorumlama anlamına gelmektedir. Reklam, yayın, bilimsel ve teknik illüstrasyonlar olmak üzere üç gruba ayrılırken; bir sanat biçimi olarak örneğin kitap içeriğine hakimiyeti, görüş sahibi olmayı, ileti ve duyguyu resim diline aktarabilme becerisi gerektirmektedir. Kitapta hem basılı bir tür olan çizgi roman tarzına benzerlik gösteren diyaloglar, konuşma ve düşünce balonları, hareket hâlindeki görseller, resim ve yazının kurgusuyla devamlılık arz eden karakterler hem de metne eşlik eden çizimler olarak nitelendirilen çeşitli siyah-beyaz illüstrasyonlarla bir bağlam ve atmosfer oluşturulduğu görülmektedir. İllüstrasyon; temel işlevi bilgiyi yalın bir biçimde iletmek olan, öznellik niteliğine sahip olmakla birlikte sanatsal bir değer taşıyan, bilimsel bilginin aktarımında karmaşıklığı ortadan kaldırarak anlaşılabilirlik ve sadelik sunan en iyi yöntemlerden biridir. Günümüzde insan, bilgi edinme sürecinin evrilmesinden dolayı öğrenmeyi artık yüksek ölçüde okumaktan ziyade bakarak ve izleyerek gerçekleştirmektedir. Bu durum, bilgiye ulaşma yollarının değiştirdiği gibi hızlı tüketimin de bir göstergesi olmaktadır. Bir metin, kavram ya da fikir vasıtasıyla geliştirilmiş bilgisel görsel olan illüstrasyonun bir bilgiyi en iyi şekilde sunmak için kurgulanması, verilmek istenen duyguyu taşıması ve tasarlanması gerekmektedir. Görsel olan dil fark etmeksizin her zaman dikkat çeken ve iletişim kuran bir öğedir. Bu nedenle, inandırıcılığı pekiştirmek ve güçlü bir tasarım ortaya koymak için amaca uygun ve işlevsel bir yol izlenmelidir (Songür Dağ, 2012, s. 28-29; Becer, 1997, s. 210-211; Uçar, 2019, s. 79-82, 279-280). Bu minvalde illüstrasyon, örnek eserde çizgi roman tekniğine benzeyen tasarımlara eşlik ederek etkiyi güçlendirmektedir. Bir popüler kültür ürünü olarak da hem alıcısına hem de akademik bir eser vasıtasıyla ilgili alanın mensuplarına ve bu alana ilgi duyan okurlara seslenmektedir.

Bulgular ve tartışma

Bu çalışmada popüler kültür, çizgi roman ve illüstrasyon arasında altı farklı bağlantı kurulmaktadır. İlk olarak bu tüketim pratiğinin, bir tür savunma mekanizması olarak adlandırılan “realiteden kaçış eğilimi” ile açıklanması mümkündür. Örneğin, psikolojik veya ekonomik birtakım sıkıntılarını çözmeye çalışan birey, medya içeriklerini sağaltım amacıyla takip etmektedir. Medya içeriğindeki kişiyle özdeşleşerek bir rahatlama duygusu hissetmektedir. Bu özdeşleşim, içeriğin/kişinin hayatla kurulan etkileşime uygun olmasından kaynaklanmaktadır (Oskay, 2005, s. 80-81). Bir başka yönden popülerliğin bir özelliği olan moda kavramından hareketle moda olanın peşinden koşmak; rahatlatıcı bir güvenlik hissi veren, hata yapma ihtimâli sıfır olan, onaylanacağını ve beğenileceğinin garantisini veren, bir tanınırlık gayesi ve yüksek statü kazandırması noktasındaki eminlik gerekçesiyle izlenen bir yoldur (Bauman, 2019, s. 20-21). Popüler kültür ise nitelik itibarıyla geçici, tekrara dayalı, moda, bugün değerli olup yarın eskiyen, geniş kitlelere hitap eden ve sürekli yenilenen ürün ve hizmetlerin kültürüdür. Medyanın gücü ile sürekli dolaşımda olan, geçiciliği nedeniyle hızla eskiyen, küresel ve yerel ölçekte yaygın olma özellikleriyle tanınmaktadır. Yani ikinci olarak popüler kültürün, çizgi romanın ve illüstrasyonun tüm nitelikleri üzerinden bir “kullanım ve doyum” gerekçesiyle tüketilmesi söz konusudur.

Esasında popüler kültürün tüm halkın ortak kültürü olması gerekmediği, ürünlerin çeşitliliğinin ve farklılığının izlerkitle nezdinde yaş, sınıf ve benzeri açılardan bölünmüşlüğü yansıttığı düşünülmektedir (Mutlu, 1998, s. 280). Bu bağlamda halkın her kesimi popüler kültürü benimsemese dahi yaygınlığından ve iletişim araçlarının yaşamın ayrılmaz bir parçası olmasından ötürü bu kültürden haberdardır. Her tüketim davranışı bir anlam üretimiyle birlikte gerçekleşmektedir. Bir sanat galerisinin ya da müzenin pek de doğal olmayan atmosferinden haz duymak için uygun toplumsal kod ve yönelimlere erişmek önemlidir (Stevenson, 2015, s. 151, 160). Bu bağlamda, çizgi roman tarzına benzeyen ve illüstrasyon öğeleri içeren anlatımı beğenmek, özellikle iletişim bilimlerinin bilimsel bilgisinin bu yolla sunulmasına ilgi duymak ve onu bir anlamda tüketmek uygun habitusla ilişkilidir. Habitusun uygunluğu ile tüketim arasındaki bu ilişki üçüncü bir nokta olarak öne çıkmaktadır. Çizgi romanın yalnızca bir popüler kültür ürünü olmasından ziyade illüstrasyonla birlikte bilimsel bilginin aktarımındaki aracı rolü dikkate değerdir. İletişim fakültelerinde iletişime giriş dersleri kapsamında öğretilen temel kavramlar ile kuramları içeren eserin alternatif biçimi Z ve Alfa kuşağı gibi yeni nesillere görselliğin yükselişi nedeniyle daha çok hitap etmektedir. Araştırmalara göre görsel iletişimin, bilginin hızlı bir şekilde iletilmesinde evrensel bir yol ve yöntem olarak kullanılmasının yanı sıra iletinin metin şeklinde sunulma biçiminden daha hızlı bir kavrayış sağladığı dile getirilmektedir. Çünkü insanlar görsel olarak sunulan şeyi yazıya nazaran iki kat daha hızlı algılamaktadır. Yani alıcı, görsel olanı yazıyı anlama süresinin yarı hızında kavramaktadır (aktaran Bovea, Perez-Belis, Torca-Adell ve Ibáñez-Forés, 2021, s. 4). Bu açıdan günümüzde görsel olan ile yazılı olan arasında algılama hızı yönünden bir tür üstünlük bulunmaktadır ve bu üstünlüğün çekiciliği dördüncü gerekçe olarak sunulmaktadır. Görselliğe gösterilen ilginin yükselişi ile aynı beğeniye sahip olan kişiler arasında bir iletişim kültürü oluştuğu için kültürel ve sosyal sermaye gibi birikimler burada kendini göstermektedir (Dikkol Akçay ve Erkilic, 2025, s. 18).

Günümüzün popüler kültür anlayışında çok boyutlu karakter ve olay temsilleri eleştirel düşünme biçimlerinin yol katetmesini sağlamaktadır (Pirlant Yılmaz, 2025, s. 23). Eserde bu anlamda görülen örnek ve görüş çeşitliliği, hem çizgide hem de yazıda okura “farklı perspektiflerin meşruiyetini tanıma” (2025, s. 23) imkânı vermektedir. Çizgi roman, popüler kültürün yaygın bir formu olarak kültürel ve sanatsal üretimin toplumu ve bireyi geliştirme gibi misyonlarına yaklaşmalıdır

(Güngör, 1995, s. 359-360). Ancak hakim ve tabi sınıflar açısından çizgi roman ve ona eşlik eden illüstrasyon, kimi zaman egemen söylemleri yeniden üreten, kimi zaman ise eleştiri istikametinde ilerleyen bir ifade biçimi olarak işlemektedir. *Medya Çalışmalarına Giriş* kitabı ise muhalif bir çizgi-de okurun farkındalığını yükseltme amacına sahiptir. Çizginin gücüyle ve yazının tesiriyle bilimsel bilgiyi yerelleştirmektedir. Bu yönüyle çizgi roman ve illüstrasyon öğeleri hem muhalif hem de öğretici yanıyla beşinci bağlantı olarak bilim iletişiminin örnek bir aracı olmaktadır. Görsel kültüre ilişkin olan ürünler; insan üretimi, estetik bir amaca sahip, görünen ve işlevsel veya iletişimsel bir değer taşıyan, kültürel, tarihsel ve toplumsal bir anlam taşıyan her şey olarak nitelendirilmektedir (Barnard, 2002). Televizyon, kontrol edilemez bir iletişim aygıtı gibi görünse de müşterek menfaatlerden dolayı bir birliktelik ilişkisi üzerinden kontrol altındadır. Aynı zamanda, içeriği sıradanlaştırarak ve izleyiciyi homojenleştirerek aynı düzeye çekmekte ve bir popüler kültür felsefesi benimseyerek “herkese uygunluk” ilkesini takip etmektedir (Bourdieu, 2021, s. 45, 56). Bu ilke; popüler kültür, çizgi roman ve illüstrasyon açısından popüler olanın/olması gerekenin çoğunluğu yakalaması şiarıyla altıncı ve son tespit olarak yer almaktadır. Modern kapitalizmde bir ön kabul olarak herkes tüketici kimliğiyle tüketerek bir kültürel üretim yapmaktadır. Bu eylemde bir anlam üretimi söz konusu olduğu için satılan ürünler aynı zamanda gündelik yaşam kültürünün kaynağı olmaktadır.

Bir popüler kültür ürünü olan çizgi roman; yazının ve çizginin gücüyle bir anlatımın gerçekleştirildiği, karakterlerin kimi zaman konuşma balonları, kimi zaman ise sembollerle kendini ifade ettiği, illüstrasyonu içeren bir grafik ve resim sanatı alanıdır. Bu teknik, bir popüler kültür ürünü olarak ilgi çekici, eğlenceli, ironik ve kimi zaman da aykırıdır. Görsel olanın yükselişine fotoğraftan başlayarak hem televizyon hem de sosyal medya yapısı ile şahitlik edilmektedir. Gördüğünü okuduğundan daha hızlı anlayan bireylere yönelik üretimler bu nedenle görsel çekicilik özelliği kullanılarak meydana getirilmektedir. Çizgi roman tekniğine benzer biçimde, illüstrasyon eşliğinde ve popüler kültür unsurlarının bileşiminden oluşan eser de bu bağlamda onları yakalama potansiyeli taşımaktadır. Medyanın ve günümüzde özellikle görsel olanın yönlendirici etkisi göz önünde bulundurulduğunda, çizgi roman gibi ilgi çekici ve zengin bir içerik vasıtasıyla olsa dahi sunulanların kendine özgü niteliği her zaman sorgulanmalıdır. Biçim ve içerik, kapitalizmin ve onun ideolojilerinin gölgesinde şekillendiği ve servis edildiği için alıcının veya hedef kitlenin iletiyi algılama süreci kritik bir önem taşımaktadır. Illüstrasyon bu bağlamda muhalif amaçlara hizmet edebileceği gibi farklı gayelerle de kullanılma potansiyeline sahiptir. Bu noktada bireyin sahip olduğu sermaye türleri onun tercihleri, tutum ve davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Habitusuna uygun olanı seçmeye eğilimli olan birey, sınıfsal olarak beğeni düzeyinin de rolü ile alanda bir varoluş mücadelesi vermektedir. “Benzer konumda bulunan kişilerin kolektif bilinci” olarak habitus, hem bilginin gücünün hissedildiği kültürel sermaye ile hem de beğenin sınıflandırıcı etkisiyle bir ayrışmanın veya bir gruba dahil olmanın yolu olarak işlemektedir. Her metni açıklayan ve kullanıcı dostu tasarımın yalnızca okunaklılık açısından değil, okurun metinle kurduğu ilişki ve etkileşim üzerinde de etkili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, illüstrasyon ve çizgi roman tekniği gibi resimleme metotları popüler kültür içerisinde görsel olanın çekiciliği bağlamında önem kazanmakta, yazıya eşlik eden ve onun gücünü pekiştiren görselleştirme metotları daha çok benimsenmekte ve ilgi görmektedir.

Medya Çalışmalarına Giriş üzerine bir değerlendirme

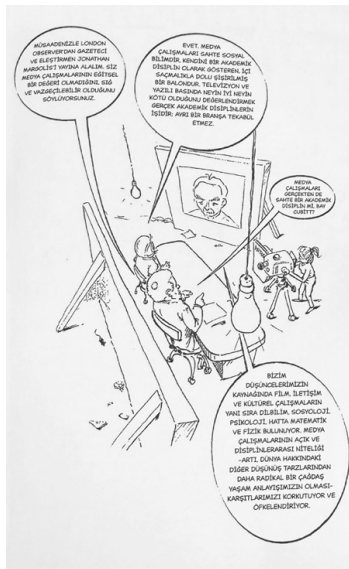
Sosyal bilimlerde araştırmacının araştırmaya tecrübesinden hareketle kendine özgü bir katkı sunması aksi bir evrensel kabule karşıt biçimde oldukça önemlidir. Bir sosyal bilimci, nesnesinin top-

lumsal dünya olmasından kaynaklı olarak, toplumsal dünyanın bilimsel bir temsilini ortaya koyma savından dolayı tüm toplumsal aktörlerle bir tür rekabet içerisinde (Bourdieu, 2023b, s. 17, 75). Bu minvalde, araştırmaya hem bilimsel hem de özgün bir biçim vermek için metodolojik açıdan farklı yol ve yöntemleri takip etmek ve konuyu analitik düzlemde tartışmak gerekmektedir. *Medya Çalışmalarına Giriş*, bu odak üzerinden yalnızca kuramsal çerçeve ile değil, metodolojik açıdan da tartışılırken eserin bir çerçeveleme yaparak karasal, uydu ve dijital yayıncılığın yaygınlığını, mevcut düzende reklamlardan kaçmanın mümkün olmadığını ve endüstrileşmiş dünyada internette gezinmenin artık tatsız tuzsuz gündelik bir mesaiye dönüştüğünü bu çerçeveye dahil ettiği görülmektedir. İzleyicinin değerli zamanını ele geçirmek isteyenlerin çizgi roman, gazete, dergi, kitap, film, animasyon ve videolara başvurduğunu da eklemektedir. Bu açıdan kullanıcıların medyaya doymuş olması önemli bir ayrıntı olmakla birlikte medyanın gündelik hayata nüfuz etmedeki büyük gücü (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 4) onu daha ayrıntılı incelenmeye değer kılmaktadır.

Eserin hem yazıyı hem de çizgiyi içeren biçemi, onun tanımlayıcı niteliğini güçlendirmektedir. Bu nedenle betimsel analiz metoduyla, medya çalışmaları odağında eserde kullanılan terminoloji ve küresel örnekler bu çalışmada yazarın ve çizerin eleştirel perspektifi üzerinden yeniden değerlendirilmektedir. Burada sunulan çerçeveler, yalnızca metinlerarasılık ile değil; yapısöküm aracılığıyla okuru sorgulamaya sevk ederek bilgi, fikir ve diyalog üçgeninde ilerlemektedir. Çerçevelemeye örnek olarak eserde medyanın birden fazla çerçeveleme yaparak ve gerçek olanı çok kez inşa ederek izleyiciye veya izlerkitleye sunuşu bir ayna, iç içe geçmiş ekranlar, dijitalleşme, izleyicinin zihin çerçevesi ve bir fanus ile (2023, s. 18) görselleştirilmektedir. Bu çok katmanlılık, aynı zamanda dolayimli iletişime eleştirel bir perspektiften yaklaşmanın önemini göstermektedir. Habitus, alan ve sermaye analizi açısından eserin büyük oranda zihinsel yatıklara hitap ettiği, izleyiciyi bu noktadan yakalama gücü, bir mücadele arenası olmasının sarıklığı ve çeşitli sermaye türlerine sahip heterojen bir hedef kitlenin ilgi alanına muhtelif mecralarla ve içerikle girdiği açık bir biçimde görülmektedir. Örneğin; popüler kültür öğeleri, bir güç çekişmesine sahne olan tartışma programları, tarafların (uzman, konuk, alaycı bir karakter, program sunucusu veya spiker gibi) ifadelerinden sezilebilen bir kültürel sermaye düzeyi kendi içerisinde bir yapısöküm niteliği taşıyan eserin kurgusuna eşlik etmektedir.

Eser, bir kadın ve bir erkek haber spikerinin izleyiciyi selamlaması ile başlamaktadır. Henüz ilk aşamada açılış, Walter Macmedia'nın kadın spikere söz hakkı bırakmadan konuya girmesi ile ilerlemektedir. Hatta okurun, kadın spikerin adını dahi bilmemesi ilk sayfadan bir temsil tartışması başlatmaktadır. "Bütün tarih erkeğin hikâyesi, kadın bakış açısı nerede?" (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 20) cümlesi ile bir sorgulama yapılmaktadır. Kitabın girişinden itibaren tasarlanan birden çok anlatıcı, neredeyse her sayfada bir konuşma balonu ile konuyu örneklendirmekte, açıklamakta ve yorumlamaktadır. Anlatıcılardan biri takım elbiseli, mikrofonlu ve kamusal alandaki rolüyle bir muhabir veya program sunucusu olarak resmedilirken, diğer kişi oldukça sade bir biçimde temsil edilmektedir. Bu bağlam, kodlayıcı (*encoder*) ve kod açıcı (*decoder*) arasında farklı anlamların ortaya çıkabileceğini konuşma balonları aracılığıyla da göstermektedir. Diyalog örneklerinde medyanın algıyı etkilemesi, karşılıklı bir ötekileştirme ile ayrımcılığı ve sınıf tartışmasını gündeme getirmesi söz konusudur. Medya dolayımı, eserde şöyle ifade edilmektedir: "Bir şeylere medyayla aracılık etmekten maksat zaman ve mekân sınırlarını aşarak mümkün olduğunca çok insanla iletişim kurmaktır. Son derece ileri teknoloji, muazzam sayıda çok insana ulaşmaya aracılık etmektedir" (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 4). Yazarın ve çizerin üslubundan hareketle her çizginin ve ifadenin temas ettiği eleştirel bir nokta bulunmaktadır. Siyah-beyaz eserde çizginin gücü ile

pek çok popüler kültür ögesi ve küresel kimlik resmedilmektedir. Diyaloglar ise uzmanlar, izleyici, medya profesyonelleri ve alaycı bir karakter arasında sürmektedir. Bu aşamada ironi kullanıldığı anlaşılmaktadır. Örneğin, “yeni yürüyen bebekler haberleri yapısökümüne tabi tutuyor! Sırada ne var? Nihayet, Teksas’taki bir çiftlikte inekler piyano çalmayı öğrendi” (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 13) ifadesinde açıkça görülmektedir. İletişim araştırmaları, yaşamın merkezinde yer alan kültürden bağımsız düşünülemez için kültür araştırmalarını da kapsamaktadır (Fiske, 2003, s. 16). Bu nedenle medya endüstrisini incelerken, eserdeki şu sorulara yanıt aramak anlamlıdır (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 18): Ne, nasıl üretiliyor ve bu ürünler ne anlama geliyor? Üretim araçlarının kontrolü kimdedir? Medya ürünlerinin toplum üzerindeki etkileri nelerdir? Tüketiciler kimlerdir ve nasıl yorum yapmaktadır? Medyadaki temsil kapsayıcı mıdır? Bu sorular, hiyerarşik yapılanmanın etkisini bir yapım önerisindeki süreçleri kastederek “Shakespeare gibi bir yapım fikriyle yola çıkıp pembe diziyle dönmek” şeklinde ifade etmektedir (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 112). Kitlelerin beğenisinin, popüler olanın etkisinin ve üretim araçlarının kontrolünün akış yönetimindeki rolü bilinmektedir. Ancak, toplumsal değişme göz önünde bulundurularak bu sorulara artık yeni yanıtlar aramak gerekmektedir. Bulunacak yeni yanıtların, ekonomi politik analizin gerekliliğini, medyanın nicelikten ziyade niteliği ve fikir özgürlüğünü benimsemesi gerektiğini, ayrıca medya profesyonelleri ve izleyici cephesinden bir durum analizi yapılmasının gerekliliğini içereceği düşünülmektedir. Eserde belirli bir kanal belirtilmezken, medya endüstrisi incelenirken “her kanalın yazılı olmayan yayın politikaları üzerinden bir çerçeveleme yaptığı, kimi zaman ekonomi politik yapıyı görünmez kıldığı ve temsil ettiği değerlerle bağlantılı olarak faaliyet gösterdiği” (İllic, 2015, s. 336) dikkate alınmalıdır.



Görsel 2. Medya çalışmaları diyalogu
(Serdar ve Van Loon, 2023, s. 36)



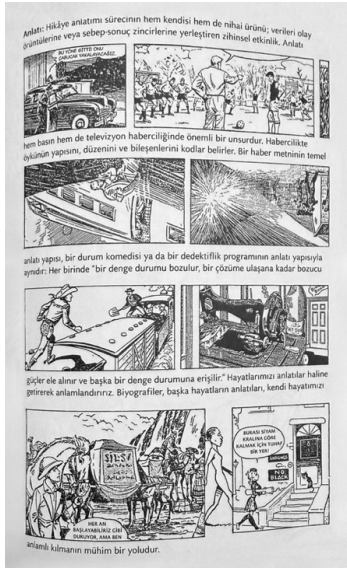
Görsel 3. Göstergebilim ve yapısalcılık tartışması
(Serdar ve Van Loon, 2023, s. 7)

Görsel 2’de yer alan diyalog, medyanın gerçekliği değil; kendi gerçekliğini inşa ettiğini ve sunduğu her içeriğe doğrudan inanılmaması gerektiğini vurgulamaktadır. Bağlantılılığın zirvede olduğu küresel düzende her konu birbiri ile ilişkilidir ve birbirinden bağımsız düşünülemez. Aracı değiştirmenin her şeyi değiştireceğini söyleyen yazarlar (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 8-9), medya

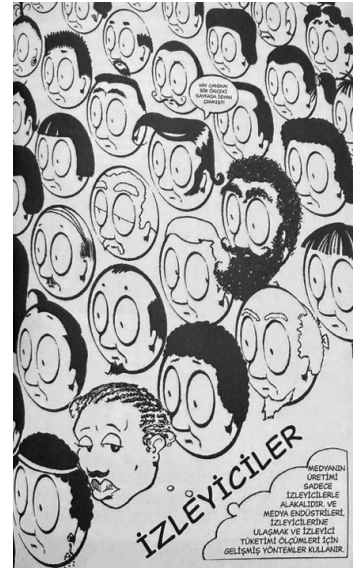
çalışmalarının geniş kapsamını öne çıkarmaktadır. Ünlü iletişim bilimci McLuhan'ın "Araç, mesajın kendisidir" deyiminin karşılıdığı şekilde aracın biçimlendirici rolüne ve gücüne vurgu yapılmaktadır. Bu görüş, iletişime giriş derslerinde anlatılan ilk argümanlardan birisidir. McLuhan'ın argümanı, medyada önemli olanın yeni bir iletişim aygıtının var olan geleneği etkileyip, sosyal ve kültürel ortamı şekillendirdiğine dikkat çekmektedir. Dolayısıyla zihni biçimlendirenin doğrudan mecranın kendisi olduğu ve görmeyi yoğunlaştırarak onu ayırt edici bir konuma taşıdığı görülmektedir (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 34). Eserde benzer şekilde medya geleneğinde her yeni medya aracıyla biçim, içerik ve etki yönünden değişim yaşandığı vurgulanmaktadır (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 37). Bu ayrıntı da McLuhan'ı desteklemektedir. Bir kitle iletişim aracının sunduğu içerikten ziyade onun tekniğinin ve biçiminin incelenmesi gerektiği, medya ortamlarının insan algısına ve duyularına nasıl şekil verdiği çok önemlidir. McLuhan'ın teknolojik araçları insan bedeninin bir uzantısı olarak görmesi ona duyulan bağlılığı/kopamama hâlini ve dönüşümü işaret ederken, iletişim teknolojilerinin kontrol gücünü de ortaya koymaktadır (aktaran Özçetin, 2018, s. 246-247).

Medya profesyonellerine ilişkin olarak bulundukları konumun ve faaliyetlerinin televizyonun belirleyici etkisi altında olduğu ifade edilmektedir. Televizyon hem kişileri hem de tartışılan meseleyi/konuyu tesir altına alırken; yazılı basın, o meselenin aynı anda politik bir etkiyle çevrelenip televizyonda sunulmasının gücüne ihtiyaç duymaktadır. Ancak bu durumun analizi için ampirik çalışmaların artması gerekmektedir. Mevcut durum ise var olmayan bir bilim olan "medyaloji" alanında isim yapmış kimi şahısların medya dünyasının durumu üzerine, araştırma yapmaksızın, kesin yargılarda bulunmalarına imkân tanımaktadır (Bourdieu, 2021, s. 63-64). Bourdieu'nün tespiti, Görsel 2'de yer alan medya çalışmalarının sahte sosyal bilim olduğu imasında bulunan uzman kişinin/medyalogun beyanında açık bir şekilde görülmektedir. Diyalogta geçen ve sosyal bilimlere medya çalışmaları üzerinden atfedilen sahtelik iması bilgi sahibi olunmadan fikir ileri sürmenin veya sosyal bilimleri hafife almanın olası bir yansımasıdır. Bu imanın aksine sosyal bilimlerin önemli bir sosyal ihtiyaç olduğu, on sekizinci yüzyıldan 1945 yılına uzanan tarihsel gelişimi ve son yıllardaki tartışmalar odağında çeşitli disiplinlerin nasıl özerklik kazandığı, özgürleştiği ve kürsüleştiği üzerine kapsamlı bir rapor bulunmaktadır. Bu rapor, evrensel düzeyde anlamlı, uygulanabilir ve geçerli bir sosyal bilimin inşa yollarını ayrıntılı bir biçimde tartışmaktadır. Bilgelik tekelleri yerine entelektüel faaliyetin sürdürülmesi, çoğulcu ve evrensel yapılar kurarak sosyal bilimlerin nesnelliğini artırmak için çaba sarf edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Gulbenkian Komisyonu, 2009). Bir sosyal bilim olarak iletişim bilimleri; bilimsel niteliği, kuramsal-kavramsal derinliği ve araştırma zenginliğiyle sahte olmanın çok ötesinde oldukça hakiki ve değerlidir.

Eserde medya çalışmalarının evrimi bir belgeselin çekim senaryosu eşliğinde derinlemesine işlenmektedir. Popüler kültür öğelerinin de gösterge açısından deşifre edilebilir olduğuna Barthes üzerinden dikkat çekilmektedir. Senaryoda medya çalışmalarının evrimine ve literatürde "Sınırlı Etkilerden Güçlü Etkilere" başlığıyla anılan döneme değinilmektedir. Paul Lazarsfeld'den başlayarak kullanımlar ve doyumlar paradigması ve George Gerbner'in ekme kuramı gibi örnekler senaryoda yer bulmaktadır (Serdar ve Van Loon, 2023, 19-36). Senaryo, Görsel 3'te görüldüğü gibi yapısalılık, dilbilim ve göstergebilime geçişle son bulmaktadır. Yukarıdaki görselde alaycı karakterin "Saussure de kimin nesi?" ifadesinden yeniden medya çalışmalarına ve dilbilime karşı sahip olduğu tavır ve yabancılaşma açık bir biçimde görülmektedir.



Görsel 4. Anlatı açıklaması
(Serdar ve Van Loon, 2023, s. 45)

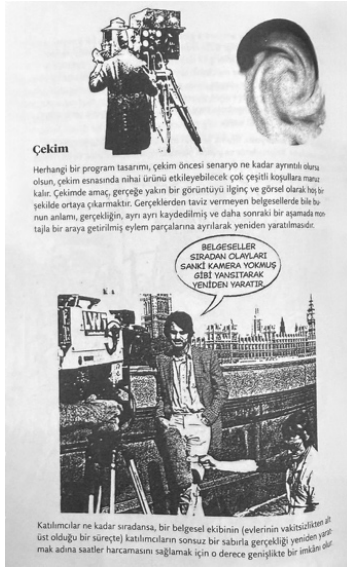


Görsel 5. İzleyici araştırmaları
(Serdar ve Van Loon, 2023, s. 59)

Görsel 4'te ise anlatı kavramı açıklanırken; eserde anlamın inşası ve keşfine ilişkin olarak kod, gösterge, mit, metinlerarasılık, metafor, metonimi, anlatı ve söylem gibi semiyolojik çözümlemenin enstrümanlarına değinilmektedir. Göstergeleri okumayı öğrenmenin anlamı keşfetmede, sosyal ve kültürel olguların bir ilişkiler ağı tarafından, yani gösterge sistemleriyle inşa edildiğini anlamada önemli olduğu ifade edilmektedir (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 40-44). Bir tür işaret dili olarak yorumlanabilecek olan ve medyanın grameriyle gösteren ve gösterilenden oluşan göstergelerin burada bahsedilen enstrümanlarla çeşitli mesajlar iletmede başarılı oldukları görülmektedir. Bu noktadan ekonomi politığe, hegemonya kuramına ve izleyici araştırmalarına geçen yazar ve çizer, temsil ve ideoloji örnekleriyle tartışmayı sürdürmektedir. Örnekler arasında siyahi insanların uğradığı ırkçılık, kadın temsili ve izleyici araştırmalarından kesitler yer almaktadır. Stuart Hall'ün okuma biçimlerinin de anıldığı eserde; egemen, muhalif ve müzakereci okumayı kültürel çalışmalar geleneği ile anarak medya metinlerinin çok anlamlılığı vurgulanmaktadır (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 57). Haber değeri, gündem belirleme, bilgi edinme hakkı, eşik bekçiliği, araştırmacı habercilik ve savaş haberciliği gibi kavramlar da tanımlanmaktadır. Eserde, reklamcılığın arzu yaratmak için var olduğu ve kültürün ayrılmaz bir unsuru olduğu vurgusu önemlidir. Metinlerarası göndermelerin yoğun olduğu bir iletişim etkinliği olan reklamda renkli sözcüklerle potansiyel tüketici ürüne/hizmete çağrılmaktadır (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 104). Reklamın popüler kültürü yaymada "musallat olmanın gücüne" sahip olduğu ve tüketici tercihlerine etki ettiğine ilişkin bir örnek verilmektedir. Örneğin, İngiltere'de *Sunny Delight* adlı içeceğin en çok satan üçüncü içecek hâline gelmesinde reklamın bir tür propaganda olması ve pazarlama hilesiyle çocukları ve ebeveynleri çağırması söz konusudur. Medya, bir popülerlik yaratarak kitleleri ürüne/hizmete çekmede başarılı olmaktadır.

Bir televizyon yapımının ön prodüksiyondan post-prodüksiyona kadar olan aşamaları; yapımcılığın yapı taşları olarak anılan çekim, stüdyo yapımcılığı, çekim öncesi senaryosu, araştırma, kurgu,

iç ve dış mekân ayrıntıları gibi hususlar bağlamında tarif edilmektedir. Konuşma balonlarında set çalışanlarının ifadelerinden örneklerle iletişime giriş düzeyinde bir okuryazar olmanın gerektireceği temel arka plan hem yazıyla hem de görsellerle etkili bir şekilde sunulmaktadır. Okurun zihninde medyanın gücü ve iletileri inşa edişindeki yol ve yöntem çeşitliliği böylece daha somut bir zemine oturmaktadır. Görsel 5, hegemonyayı, egemen sınıfların tahakkümünden kaynaklanan toplumsal olayların izleyicide yarattığı etkiyi ve medyanın bir endüstri olarak nasıl ideoloji merkezli çalıştığını temsil etmektedir. Ardından medya kuruluşlarının hedef kitleyi belirleme stratejilerinden söz edilmektedir.



Görsel 6. Çekim hakkında bilgi
(Serdar ve Van Loon, 2023, s. 116)



Görsel 7. Üçüncü Sinema
(Serdar ve Van Loon, 2023, s. 143)

Görsel 6 ve 7'de ise, çekim sözcüğünün tanımı ile sinema türlerinden bir örnek yer almaktadır. Ticari ve kamu yayıncılığı, sahne ve sekans gibi sinematik kodlar, olay örgüsü ve sinemada yer alan stereotipler hem betimsel hem de eleştirel bir biçimde anlatılmaktadır. Örneğin, *BBC*'nin 90'lı yıllar boyunca ticari kaygıyla eğlence odaklı içeriklere yoğunlaştığı ve Hollywood'da kahraman motifiyle "öteki" stereotipine odaklandığı vurgulanmaktadır (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 123). *Beta*, *One-Inch* ve *VHS* formatlarının popülerleşmesinden bahsedilirken, *VCR* (video kaset kaydedici) ve korsan videoların yasa dışı bir sahtecilik kültürü yarattığı örneklerle anlatılmaktadır (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 145-148). Teknolojik ilerlemenin kaçınılmaz olduğu bir gerçek iken, analogdan dijital iletişim tarihinde kitle iletişim araçlarının geçirdiği değişim aşamaları, toplumsal olanın da dönüşmesiyle bilim insanlarının araştırmalarına konu olmayı sürdürmektedir. Eser, yeni teknolojileri ve medyanın geleceğini tartışıp, medya hakkında yazılmış en iyi 100 kitap önerisi ile sonlanmaktadır. Görsel 8'de geleceğin teknolojileri hakkında konuşurken temkinli olmak gerektiği tavsiye edilmektedir. Niceliksel artışın -örneğin çok kanallılık gibi- her zaman iyi bir anlama gelmeyeceği dile getirilmektedir. Aynı zamanda bu artışın fayda ve beğeni garantisi vermediği de dikkate alınmalıdır. Bu görüşün haklılık payı yüksektir. Popüler kültürle bağlantılı olarak çeşitliliğin her zaman nitelik sunmadığı, muhtelif amaçlara hizmet için kimi tecimsel yolların izlendiği ve ideolojik aygıtlar olarak kullanılabileceği hatırd tutulmalıdır. Teknolojik determinizmin savunduğu şekilde her teknolojik gelişmeyi hayranlıkla karşılamak ve şüphesiz insanlığın yararı için üretildiğini düşünmek yanıltıcıdır. İnsanlık tarafından geliştirilen teknolojileri övgüyle

karşılamadan önce derinlemesine düşünmek, küresel bakış açılarına kulak vermek ve yeni olanı deneyimlemek gereklidir.



Görsel 8. Yeni teknoloji tartışması (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 151)

Bourdieu sosyolojisi açısından kurulan ilişkide habitus, medya araçlarıyla yaygınlaşmış bir tür olan çizgi romanın popülerleşerek benimsenmesi sonucu hedef kitlede bir aşinalık yaratmaktadır. Bu anlatım türünü ve içerdiği illüstrasyon öğelerini beğeniyle takip edenler medya dolayımının oluşturduğu güven ortamından etkilenmektedir. Ancak bu türü eleştirerek tüketmeyi reddedenler farklı habituslara sahiptir. Bir mücadele alanı olarak alanı, hem medya hem de çizgi roman olarak düşünmek mümkündür. “Mekânsal bir metafor” oluşuyla esasında güç ve iktidar ilişkilerinde mücadelenin sergilendiği yerler olarak da medya ve çizgi roman Bourdieu sosyolojisi ile bütünleşmektedir. Aynı zamanda toplumsallaşmaya ve zaman zaman ayrışmaya aracılık etmektedir. Sermaye türleri, yalnızca tercihi değil, tutum ve davranışları da etkilemesi hasebiyle çizgi romanın veya çizgi roman tarzında üretilmiş bir akademik eserin seçiminde etkili olmaktadır. Büyük bir iktisadi sermaye gerektirmeyen popüler kültür ürünü, diğer sermaye türleri bakımından konumu, entelektüel düzeyi, farklılaşmayı ve dolayısıyla beğeniyi temsil etmektedir. Değerlendirme sonucunda medyayı incelemek kendimizi anlamanın en iyi yolu olarak gösterilirken, başka insanların medyasının eleştirel kullanıcıları olmak gerektiği savı (Serdar ve Van Loon, 2023, s. 3, 6) oldukça anlamlıdır.

Sonuç

Bugün medya araçlarının gücü ve etkisi, dinamik nitelikteki ekosistemi ve heterojen kullanıcıları incelemeyi gerekli kılmaktadır. İncelenen eser, popüler kültürün inşasında önemli bir aktör olan medyayı ve çalışmalarını çizgi roman tekniğine benzer biçimde ve illüstrasyonla destekleyerek eleştirel bir dille anlatırken; alandaki profesyoneller, akademisyenler ve öğrenciler için alternatif bir giriş kitabı özelliği taşımaktadır. Bu makale, kuramların alanda başat bir role sahip oluşuyla ve kavramların artan çeşitliliğiyle, incelenen örneğin açık ve yalın biçimi üzerinden merakı ve eleştirel düşünmeyi de güdülemektedir. Çalışmada popüler kültürün bir örneği olan çizgi romanın ve onun tekniğine benzeyen yönlerin ve illüstrasyonun akademik bir eserde ortaya konuluşu habitus, alan ve sermaye üçgeninde yeniden okunmaktadır. Eserin pek çok açıdan bir metinlerarasılık

özelliği taşıdığı görülmektedir. Bu çalışmada; medyaya ilişkin kavram ve kuramların eleştirel bir biçimde okunabildiği, bir yapı-söküme uğratılan medya metninin yeni okuma biçimlerine imkân verdiği ve popüler kültürün bir anlatım biçimi olarak illüstrasyon ve çizgi roman tekniğine benzerliğiyle etkili bir perspektif sunduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Araştırmanın temel varsayımına göre, medya çalışmalarına giriş niteliğindeki eserin illüstrasyon ve çizgi roman tekniğine benzer öğelerle tasarlanması ve habitus-alan-sermaye kavramları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırma sorularından ilki olan popüler kültür, çizgi roman ve illüstrasyon ilişkisi akademik bir eserde eleştirel bir perspektiften, çok sayıda örnek verilerek çok katmanlı bir biçimde kurulmuş olup, hem toplum bilim ve kültürle hem de görsel iletişim tasarımıyla iletilmek istenen mesajın etkinliği bakımından bağlantılılık göstermektedir. İkinci soru bağlamında, medyanın hem görsel hem de popüler olana meşruiyet kazandırma hususunda oldukça etkin bir rolü vardır. Aynı anda çok sayıda insana erişmeye, günümüz teknolojisi sayesinde kurulan karşılıklı etkileşime ve kullanıcının içerik üretmesine imkân veren yapı, bu meşruiyetin inşası için çok elverişlidir. Bu aracılık rolü kimilerine göre rasyonel iken, kimi çevreler tarafından eleştirilmektedir. Bu bağlamda sermaye sahipleri alanda verilen mücadelede güçlü olduğu için medyayı meşruiyet üretmenin zemini olarak kullanmaktadır. Üçüncü soru çerçevesinde ise, *Medya Çalışmalarına Giriş* kitabındaki yazı ve çizgi biçiminin birlikte tercih edilmesinin iletişim bilimi literatürüne katkısı, emsallerinden farklı bir bilimsel inceleme biçimi ortaya koyması, eleştirel düşünceyi barındırması ve yaratıcılıkla estetik niteliklere sahip akademik bir kaynak olmasıdır. Bunun yanında eser, medya içerikleri ile karşılaşan bireye görseller, örnekler ve muhtelif fikir önderlerinin görüşleriyle alternatif bir okuma güzergâhı göstermektedir. Bu yönüyle hem Bourdieu sosyolojisinin hem de incelenen eserin okura çok katmanlı fikir pencereleri açtığı düşünülmektedir. Aynı zamanda iletişim disiplini literatürüyle ilişkili olarak yazının ve çizginin bir aradalığı betimleme gücüyle görünenden fazlasını ifade etmektedir. Yeni araştırmalar ve araştırmacılar için konunun; dijital popüler kültür bağlamında farklı kavramlarla incelenmesi, okurun bu tür eserleri alımlama biçiminin analiz edilmesi ve bugüne kadar küreselleşmenin etkisiyle Batı merkezli olan kültürel akışın yönünü değiştiren yeni muhtelif akımların tartışılması önerilmektedir. Bourdieu sosyolojisi bağlamında sunduğu görüş ve analiz ile bu çalışma; okuru popüler kültür, çizgi roman, illüstrasyon ve medya çalışmaları üzerine yeniden düşünmeye davet etmektedir.

Extended abstract

The scope of this study encompasses popular culture, comic books, illustration and the concepts of habitus, field, and capital within Pierre Bourdieu's sociology, as well as the book *Introducing Media Studies* written by Ziyaüddin Serdar and Borin Van Loon. Within this framework, the relationship among the three notions is examined through the concepts of habitus, field, and capital, and answers are sought to three research questions. The purpose of this study is to examine the structure of a communication work that differs from its counterparts, explain its relationship with the selected concepts, and contribute to the literature by describing the illustration technique used in an academic source and the comic book style. According to the basic assumption of the research, there is a meaningful relationship among the concepts of habitus-field-capital and the design of the introductory work on media studies with elements similar to illustration and comic book techniques.

Methodologically, the study proceeds using the framing paradigm, and the selected sample works are analyzed using descriptive analysis. Framing involves making a choice about meaning, placing the intended message at the center. The apparent meaning in media texts actually contains hidden meanings. However, this polysemy can only be understood when the relationship between the signifier and the signified is read from a critical perspective. Therefore, revealing the meaning or meanings reconstructed within a frame is important for both the encoder and the decoder, i.e., the viewer/reader/listener. Based on this rationale, the researcher examines and analyzes not only the relevant literature but also a sample in order to discuss the multi-layered nature of meaning. Thus, it is seen that the work, which contains elements of comics and illustration, presents concepts and theories related to media from a critical perspective in an alternative style, that the media text, which is deconstructed with reference to its original, is open to new forms of reading, and it is argued that the work exemplifies this approach and offers an effective visual perspective through the comic book and illustration technique, which is a form of expression in popular culture.

The study answers three research questions: The first research question, the relationship between popular culture, comics, and illustration, is addressed in an academic work from a critical perspective, constructed in a multi-layered manner with numerous examples, demonstrating a connection both with social science and culture and with visual communication design in terms of the effectiveness of the message to be conveyed. In the context of the second question, the media plays a highly effective role in legitimizing both the visual and the popular. The structure that enables reaching a large number of people simultaneously, facilitating mutual interaction through modern technology, and allowing users to produce content is highly conducive to building this legitimacy. Capital owners use the media as a platform for producing legitimacy because they are powerful in the struggle within the field. Within the framework of the third question, the contribution of the combined use of text and line art in the book *Introducing Media Studies* to the communication science literature lies in its presentation of a scientific research format distinct from its counterparts, its incorporation of critical thinking, and its status as an academic resource possessing creativity and aesthetic qualities.

Consequently, in relation to the literature on communication discipline, the coexistence of writing and drawing expresses more than meets the eye through its descriptive power. It is recommended that the subject be examined with different concepts in the context of digital popular

culture for new research and researchers, that the reader's way of receiving such work be analyzed, and that new diverse trends that have altered the direction of the Western-centered cultural flow due to globalization be discussed.

Kaynakça

- Akçay, E. (2023). Çerçeveleme analizinin halkla ilişkilerde kullanımı: Sürdürülebilirlik raporları üzerine bir inceleme. I. Seyidov (Ed.), İletişim çalışmalarında araştırma yöntem ve tekniği kullanımı rehberi (s. 179-204). Nobel.
- Bal, H. (2018). İletişim sosyolojisi: Sosyal iletişim/kitle iletişimi/elektronik iletişim. Sentez.
- Barnard, M. (2002). Sanat, tasarım ve görsel kültür (Çev. G. Korkmaz). Ütopya.
- Bauman, Z. (2019). Yaşam sanatı (Çev. A. Sarı). Ayrıntı.
- Becer, E. (1997). İletişim ve grafik tasarım. Dost.
- Berger, A. A. (2014). Kültür eleştirisi: Kültürel kavramlara giriş (Çev. Ö. Emir). Pinhan.
- Binark, M. (2024). Medya ve yeni medya ekosistemlerinde çoklu okuryazarlıklar. İ. Erdoğan (Ed.), Medya okuryazarlığı: Türler, izleyici ve çözümleme (s. 12-33). Kalkedon.
- Bourdieu, P. (2015). Ayrım: Beğeni yargısının toplumsal eleştirisi (Çev. D. Fırat ve G. Berkkurt). Heretik.
- Bourdieu, P. (2021). Televizyon üzerine (Çev. A. Bakım). Sel.
- Bourdieu, P. (2023a). Kültür üretimi: Sembolik ürünler, sembolik sermaye (Çev. S. Yardımcı ve E. Gen). İletişim.
- Bourdieu, P. (2023b). Sosyolojiyi düşünmek: Düşünümselliğe dönüş (Çev. A. Sümer). Metis.
- Bourdieu, P. (2023c). Akademik aklın eleştirisi: Pascalca düşünme çabaları (Çev. P. B. Yalım). Metis.
- Bovea, M. D., Perez-Belis, V., Torca-Adell, L., and Ibáñez-Forés, V. (2021). How do organisations graphically communicate their sustainability? An exploratory analysis based on corporate reports. Sustainable production and consumption, 28, 300-314.
<https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.011>
- Buchanan, I. (2010). A dictionary of critical theory. Oxford University.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri. Pegem.
- Cantek, L. (2014). Türkiye’de çizgi roman. İletişim.
- Chandler, D. ve Munday, R. (2018). Medya ve iletişim sözlüğü (Çev. B. Taşdemir). İletişim.
- Demir, Ö. ve Acar, M. (1997). Sosyal bilimler sözlüğü. Vadi.
- Dikkol Akçay, S. ve Erkılıç, H. (2025). Çevrimiçi gruplarda iletişim pratiklerini Bourdieu ile okumak: Facebook grubu örneği. Medya ve kültür, 5(1), 1-23.
<https://doi.org/10.60077/medkul.1662562>
- Dikkol, S. (2020). Sosyal medya alanına Bourdieucü bir yaklaşım: Facebook üzerine bir inceleme. Erciyes iletişim dergisi, 7(1), 169-188. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.621243>
- Eagleton, T. (2019). Kültür (Çev. B. Göçer). Can.
- Etil, H. ve Demir, M. (2014). Pierre Bourdieu’nün bilim sosyolojisine katkısı: Alan teorisi, habitus cini ve refleksivite talebi. Cogito, 76, 311-349.
- Fiske, J. (2003). İletişim çalışmalarına giriş (Çev. S. İrvan). Bilim ve Sanat.

- Fiske, J. (2021). Popüler kültürü anlamak (Çev. S. İrvan). Pharmakon.
- Geray, H. (2006). Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş. Siyasal.
- Giray, E. ve Yıldız, O. A. (2017). Çizgi romanın eser niteliği ve çizgi roman üzerinde eser sahipliği. İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi dergisi, 16(2), 733-768.
- Granger Historical Picture Archive. (____). The Yellow Kid [İlk tasarım örnekleri].
<https://www.granger.com/index.asp>
- Gulbenkian Komisyonu (2009). Sosyal bilimleri açın: Sosyal bilimlerin yeniden yapılanması üzerine rapor (Çev. Ş. Tekeli). Ayrıntı.
- Gündüz, U. (2004). Bir popüler kültür ürünü olarak çizgi romanın kültürel, toplumsal ve siyasi işlevleri (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Güngör, N. (1995). Bir popüler kültür ürünü olarak çizgi roman (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Güngör, N. (1999). Popüler kültür ve iktidar. Vadi.
- Güngör, N. (2020). İletişim: Kuramlar ve yaklaşımlar. Siyasal.
- İlic, D. T. (2015). Pierre Bourdieu ve televizyon alanı: Türkiye'deki ana akım televizyon haberciliğinde bir saha araştırması. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi akademik dergisi, (8)4, 321-340. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19030/201115>
- Köse, H. (2012). Bourdieu'cü beğeni yargısı açısından izleyici ve medya. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi dergisi, 15, 271-284. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22870/244320>
- Mutlu, E. (1998). İletişim sözlüğü. Bilim ve Sanat.
- Neuman, W. L. (2020). Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar I (Çev. Ö. Akkaya). Siyasal.
- Oskay, Ü. (2005). İletişimin ABC'si. Der.
- Özçetin, B. (2018). Kitle iletişim kuramları: Kavramlar, okullar, modeller. İletişim.
- Özyiğit, C. (2010). Tüketim mallarında çizgi roman kahramanlarının kullanılmasının marka bilinirliğine etkisi (Yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Pırlant Yılmaz, T. (2025). Dijital kültür çağında popüler temsiliyetin değişimi. Varlık, Mayıs, 18-24.
- Serdar, Z. ve Van Loon, B. (2023). Medya çalışmalarına giriş (Çev. E. Akçay). AA.
- Songür Dağ, E. (2012). Bilim ve sanatın kesiştiği yerde disiplinler arası bir alan: Bilimsel illüstrasyon/resimleme. Grafik tasarım, 49, 28-30.
- Sözen, M. ve Tanyeli, U. (1994). Sanat kavram ve terimleri sözlüğü. Remzi.
- Stevenson, N. (2015). Medya kültürleri: Sosyal teori ve kitle iletişimi (Çev. G. Orhon ve B. E. Aksoy). Ütopya.
- Swartz, D. (2015). Kültür ve iktidar: Pierre Bourdieu'nün sosyolojisi (Çev. E. Gen). İletişim.
- Şahin, S. (2014). 1918'de edebi beğeni ve bir edebi biçimin ortaya çıkışı. Cogito, 76, 417-431.
- Tekke, A. (2023). Dijital kültür aracılığıyla sosyal sermayeden dijital sermayeye. A. K. Uçar (Ed.), Dijitalin eşliğinde: Tekno-toplumsal görünüm (s. 179-208). Literatürk Academia.
- Uçar, T. F. (2019). Görsel iletişim ve grafik tasarım. İnkılâp.

Lisans ve telif *License and copyright*

Bu  alışma Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası ile lisanslanmıştır. Çalışmanın telif hakkı yazara aittir *This work is licensed under Attribution-NonCommercial 4.0 International. Copyright belongs to the author*

**Hakem deėerlendirmesi** *Peer-review*

Çift taraflı k r değerlendirme *Double-blind evaluation*

 ıkar  atışması *Conflict of interest*

Yazar çıkar  atışması bildirmemiştir *The author has no conflict of interest to declare*

Finansal destek *Grant support*

Yazar bu  alışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir *The author declared that this study has received no financial support*

Benzerlik taraması *Similarity check*

iThenticate