

## **McLuhan'IN TELEVİZYON TEORİSİ**

**Rıdvan ŞENTÜRK\***

### **ÖZET**

Televizyon kitle iletişim aracı olarak 1950'li yıllardan günümüze kadar geçen süreç içinde özellikle endüstriyel ülkelerde öncü medya konumuna gelmiştir. Televizyon birçok insan için günlük hayatın önemli bir parçası haline geldi, hatta birçok insanın günlük hayatının akışının televizyon tarafından düzenlendiği gözlenmektedir. Toplumun bütün katmanlarının ve farklı yaş gruplarının ilgisini sürekli artan bir oranda üzerine çeken televizyon daha önce bilinmeyen bir etkiye gücüyle diğer kurumların, kendini onların yerine ikame etmeksizin önüne geçmeye başlamıştır. Bütün bu özellikleriyle televizyon birey ve toplumu yönlendirmekte, dahası etnik gruplar, cinsiyetler, yaş grupları ve sınıflar arasındaki farklılıkları ortadan kaldırarak tekdüzeleştirmektedir. Kendini sürekli tekrar etmekten ve her şeyi yayın zamanı içinde aktüelleştirmekten aldığı güçle televizyon, birey ve toplumun oluş tarzlarının, kanaatlerin, değer yargılarının ve zevklerinin belirlenmesinde önemli bir rol üstlenmekte ve toplumsal iletişimi etkilemektedir. Bütün bu yönleriyle televizyonun çok iyi analiz edilmesi, medyatik özellikleri ve sosyo-kültürel değerler arasındaki etkileşim biçimleri ve sonuçlarının çok boyutlu olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu analizlerin ve değerlendirmelerin sağlıklı biçimde yapılabilmesi için, televizyon hakkında daha önce yapılmış irdemelerin araştırılıp incelenmesi ve bu araştırmaların ülke şartlarını gözetererek oluşturulabilecek olan televizyon teorilerine zemin teşkil etmesi gerekmektedir.

*Anahtar kelimeler: Televizyon, toplum, teori, iletişim, değer*

### *MCLUHAN'S THEORY ON TELEVISION*

#### **ABSTRACT**

Television has turned out to be the leading medium as a means of the mass media especially in industrial countries in the period from 1950 to the present. In fact, television has become a significant part of everyday life for a great number of people to such an extent that it has been observed that the course of everyday life for many people is arranged by television. As a matter of fact, television, which – at constantly increasing rate – has been capturing the attention of all the layers of the society and of different age-groups, has – with a power of efficiency that was unknown before - got ahead of the other institutions without replacing them. With all these features thereof, television not only manipulates individuals and the society but also makes away with the differences between ethnic groups, genders, age groups and classes whereby giving them uniformity. With the power it obtains by continuously repeating itself and actualizing everything in the course of the broadcasting, television undertakes a significant role in the determination of the manners of formation of individuals and the society, of their opinions, standards of judgment as well as pleasures, and also affects social communication. Because of all these mentioned aspects, television is to be analyzed very well, in additionally the forms of interaction between its features as a means of mass media and socio-cultural values, and their results are to be evaluated from different dimensions. For these analyses and evaluations to be carried out accurately, the analyses, on television, that have been made before are to be researched and studied and these researches have to form a basis for the theories on television that shall be prepared in consideration of the conditions of the country.

*Key words: Television, society theory, communication, value*

---

*\*Yrd Doç Dr. Rıdvan Şentürk, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Üsküdar-İstanbul*

## 1. GİRİŞ

Adı, Yunanca uzak anlamına gelen “tele” ile Latince görme anlamına gelen “visio” sözcüklerinden yapay olarak üretilen, teknik, ekonomik ve kültürel karmaşık bir yapı ifade eden Televizyon, bir mekânda kaydedilen hareketli görüntülerin ve sesin, eşzamanlı veya kısa gecikmelerle bir başka mekândaki alıcıya yayımlanmak üzere aktarılabilmesi amacıyla 21. yüzyılın başlarında icat edilmiş ve daha sonra geliştirilmiştir.

İkinci Dünya Savaşı öncesinde İngiltere (BBC, British Broadcasting Corporation) ve Amerika’da (ABC, NBC ve CBS) sınırlı da olsa kitlesele yayım denemeleri yapıldıysa da, bu süreç 1940’lı yıllarda cereyan eden savaş dolayısıyla kesintiye uğramıştır. Televizyonun hareketli görüntüleri ve sesi video olarak kaydedip formatlayarak kitlelere aynı anda ulaştırmaya başlaması ve dünyada İngiltere, Almanya, Fransa ve Amerika başta olmak üzere yayılması ancak 1950’li yıllardan itibaren mümkün olmuştur.

Her ne kadar sinemanın doğuşu, hareketli görüntülerin gerçekliği ve gerçeklik algısını değiştirerek dönüştürmesi sürecinde bir dönüm noktası oluşturduysa da, televizyon, özellikle kitlelere eş zamanlı olarak ulaşma imkânı bulmaya başladığı 1950’li yıllardan itibaren, bu süreci pekiştirmekle kalmadı, aynı zamanda üzerinde düşünülmesi gereken yeni boyutlar katarak daha da karmaşık hale getirdi. Zira sinemadan farklı olarak televizyon, seyircisinin kendisine gelmesini beklemeksizin, önceleri mahremiyetinin korunması ve izin almaksızın girilmemesi gereken özel hayatın sınırlarının çizildi alanlara, evlere girerek ortak bir toplum bilinci oluşturabilme, onu dönüştürebilme ve yönlendirebilme imkânına sahip bir güç olarak ortaya çıkıyordu. Gerçekten de hızla yaygınlaşan televizyon günümüzde, neredeyse her evin telefonla birlikte vazgeçemediği bir kullanım aracı olmuş, kitle iletişim medyumunu oluşturan elektronik enformasyon ve eğlence teknolojileri arasında birinci sıraya yerleşmiş bulunmaktadır. Roland Barthes’ın pek yerinde ifade ettiği gibi, yayınlarını günlük hayatın akışına göre düzenleyen televizyonun izlenme mekânı evdir. Barthes’a göre bu mekân “bildik nesnelere dekore edilmiş, evcilleştirilmiştir... Televizyon bizi aileye mahkûm etmektedir ve televizyonun kendisi de tıpkı kullanılan bir nesne gibi ev eşyasından biri haline gelmiştir.” (Barthes, 1987: 188)

Toplum hayatında böylesine önemli bir yer işgal eden televizyonun kendini günlük hayatın adeta ekmek ve su gibi vazgeçilmezleri arasında kabul ettiren nasıl bir araç olduğu, birey ve toplum hayatını nasıl etkilediği gibi temel sorular etrafında gelişen analitik düşünceler televizyon teorilerinin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda, özellikle Almanya ve Fransa’da yayımlanan teorik çalışmalardan ilham alınarak gelişen film teorilerinin aksine, televizyon teorileri, İngiliz ve bilhassa Anglo-Amerikan kitle iletişim araştırmaları üzerine inşa edilmiş ve geliştirilmiştir. İlk defa 1940 ve 1950’li yıllarda Amerika ve İngiltere’de yayımlanan bu çalışmalar esasen kapsamlı televizyon teorileri olmaktan ziyade, işlevsel açıdan anlamaya ve belirli bir standart getirmeye çalışan araştırmalardır. Bunlar arasında O. E. Dunlap’ın “Understanding Television” (New York, 1948), George Everson’un “The

Story of Television” (New York, 1949) ve Paul Rotha’nın “Television in the making” (London, 1956) adlı çalışmaları öne çıkmaktadır. Özellikle Harold Dwight Lasswell’in 1948 yılında New York’ta W. W. Norton & Company yayımlanan “Power and Personality” adlı kitabında geliştirmeye çalıştığı formül, 1960’lı yılların ortalarına kadar kitle medyası üzerine yapılan çalışmalara teorik bir zemin oluşturdu. Laswell bu kitabında “Who (says) What (to) Whom (in) Which Channel (with) What Effect/ Kim (söylüyor) Ne, Kime, Hangi Kanalda, Hangi Efekt ile” gibi soruları içeren bir yapı anlayışı geliştirdi. Laswell tarafından geliştirilen ve daha sonra uzunca bir süre medya araştırmalarının standırdını belirleyen bu yapıyla birlikte, daha önce kabul edilen medya etkilerinin mutlak gücü anlayışı belirli ölçüde sarsılmış oldu. Zira Laswell, her ne kadar iletişim sürecini yayıncıdan alıcıya uzanan tek taraflı bir akış olarak öngörse de, televizyon seyircisinin seçim özgürlüğünü dikkate alarak, çeşitli medyalar ve aynı medya içindeki farklı mesajlar arasında seçim yapabileceğini söyledi. Laswell’in modeli ayrıca, yayımın seyirci üzerindeki etkisi açısından olmasa bile, yayıncının gerçekleştirmek zorunda olduğu aşamalar bakımından çok katmanlı bir süreç öngörmektedir. (Jäckel, 2005: 63)

İletişim bilimlerinin geliştirilmesi yönünde daha sonra yapılan çalışmalarda Laswell’in modeli şu şekilde genişletilmiştir:

- **Birinci aşama (kim söylüyor?):** Daha çok yayıncının değerlendirildiği bu aşamada sözün sahibi, araştırma alanı olarak belirlenmektedir; tanınmış gazeteciler, yayıncılar araştırılıyor, medya kuruluşlarında ve redaksiyondaki çalışma düzenleri ve akışı incelenmektedir. Böylece genişleyen bu aşama, iletişimci araştırması olarak adlandırılmaktadır.
- **İkinci aşama (ne?):** Bu aşamada mesajın veya haberin içeriği analiz edilmektedir. Burada araştırılması gereken, ifadenin kendisidir. İçerik analizi olarak adlandırılan bu aşama daha sonra medya ve program tarihi araştırmaları olarak genişletilmektedir. Bu bağlamda kişisel mesajlar, radyo yayınları, reklâmlar, televizyon yayınları “ne oluyor ve nasıl?” soruları çerçevesinde incelenerek araştırmalara dâhil edilmektedir.
- **Üçüncü aşama (hangi kanal?):** Bu aşama medyum ve medya analizlerini öngörmektedir.
- **Dördüncü aşama (kime?):** Seyirci kitlesi ve toplumsal algı üzerinde yapılan araştırmalar bu aşamanın odağını oluşturmaktadır. Bu çerçevede yayımların algılayıcısı konumundaki toplum, hedef kitlenin belirlenebilmesi amacıyla, yaşına, cinsiyetine, medeni haline, ikamet yerine, gelinine, eğitimine, mesleğine, ilgilerine, hayat tarzına, alış-veriş alışkanlıklarına ve medya kullanım oranına göre ayrıştırılmaktadır.
- **Beşinci aşama (hangi efekt?):** Bu aşamada ise yayımların toplumsal algı üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Bu araştırmaya daha sonra yayımlara muhatap olan kitlenin sosyo-kültürel değerlerinin haber veya yayım üzerindeki mümkün etkisinin incelenmesi de dâhil edilmektedir. (Jäckel, 2005: 63-70)

Televizyonun icadının, sinemadan sonra, insanoglunun gerçekliği algılama tarzını temelden değiştiren bir dönüm noktasını teşkil etmesine rağmen uzunca bir süre sinema konusunda yapılan bilimsel ve kuramsal araştırmalar televizyon hakkında yapılmamıştır. Her ne kadar, Laswell gibi televizyonun yapısı hakkında oldukça işlevsel ve daha çok pragmatik düzeyde çalışmalar yapıldıysa da, yahut psikolog, sosyolog ve piyasa araştırmaları tarafından televizyonun her yere nüfuz eden yapısının davranışlar ve anlayışlar üzerindeki etkisinin belirli yönleri tespit edilmeye çalışıldıysa da, insan bilincinde ve gerçeklik algısında yol açtığı değişimin bütün yönleriyle irdelendiğini söyleyebilmek pek mümkün gözükmemektedir. Hatta televizyonun Amerika'da kitlesel anlamda yaygınlaştığı ve günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak kendini kabul ettirdiği 70'li yıllarda bile ihtiyaç duyulan kapsamlı çalışmalar yerine, George Gerbner'in Pennsylvania Üniversitesi'nin Annenberg İletişim Okulu'nda gerçekleştirdiği çok sayıdaki araştırmalarında televizyonun, özellikle de ekrandaki şiddet görüntülerinin seyirci üzerindeki etkilerini irdelemesine benzer (Gerbner, 2008) çalışmaların artarak çoğaldığı görölmektedir.

Bu bağlamda ilk ciddi ve cesaretli çıkış, Kanada'lı eğitimci ve düşünür Marshall McLuhan tarafından 1964 yılında yayımlanan "Understanding Media: The Extensions of Man" adlı kitabıyla gerçekleştirildi. Bu çalışma, 80'li yıllara doğru çoğalmaya başlayan televizyon teorilerine öncülük etmesi dolayısıyla ayrıcalıklı bir yere sahip olan McLuhan'ın televizyon hakkında geliştirdiği düşünceleri irdelemeyi ve ana hatlarıyla belirginleştirmeyi amaçlamaktadır.

## 2. Gerçekliğin Telematik Paradigması

Televizyon, her ne kadar başlangıçta insanları eğlendirmeye yarayacak yeni bir oyuncak olarak kabul edildiyse de, farklı zaman dilimlerinde ve mekânlarda cereyan eden hadiseleri bulunulan yerden görmeyi, duymayı sağlamak suretiyle bilinç ve gerçeklik ilişkisinde algının sınırlarını genişleterek belirsizleştiren yeni boyutlar katan teknolojik bir gelişmedir. Sinema gibi televizyon da, gerçekliği kavrama ve tecrübe etme süreçlerinin biçimsel ve niteliksel anlamda dönüşmesini pekiştiren ve yönlendiren teknolojik bir icat olarak metinsel kültürden görsel kültüre geçişin en önemli güçlerinden biri olmuştur.

Daha önce bilgilenme süreçleri büyük oranda yazılı metin ve hareketsiz resimler aracılığı ile gerçekleştiği halde, sinema ve özellikle televizyonun icadıyla birlikte günümüzde birebir yüzleşmeyi ve tanıklık etmeyi mümkün kılan görsel ve işitsel medyanın hareketli görüntüleri aracılığıyla tecrübe edilmektedir. Daha önce farklı bir zamanda ve bulunulan yerden çok uzakta olan bir mekânda işlenen bir cinayetin veya siyasi bir lider tarafından yapılan konuşmanın haberi birileri tarafından sözlü veya basılı sayfalar aracılığıyla yazılı olarak aktarılırken, günümüzde televizyonun hadiseleri hareketli görüntüler halinde aktarması ile hadiselere bizzat tanıklık edilmektedir. Bu durum, bir konuşmanın konuşmacının huzurunda dinlenmesiyle, aynı sözleri kişinin yalnız ve kendi özel dünyasına gömülmüş halde okuması arasındaki farka benzemektedir. (Esslin, 2001: 14)

McLuhan'ın televizyon teorileri öncelikle yazılı kültür ile görsel kültür arasındaki bu temel farka dayanmaktadır. Bu konuya işaret eden Martin Esslin'e göre McLuhan "tarihi değişim helezonunda, üyeleri liderlerini, din adamlarını veya Şamanların dinlemek için hep beraber köy meydanında toplanan kabile toplumlarınıninkine benzer –ancak daha farklı ve daha yüksek bir seviyedeki- bir duruma döndüğümüzü söylüyor. Bu açıdan bizler, onun ifadesiyle 'dünya köyü'nün üyeleriyiz artık." (Esslin, 2001: 14)

McLuhan'a göre elbisenin, vücudun sıcaklık ve enerjisini depolamak için insanın özel derisinin bir uzantısı olması gibi, barmaklar olarak evler de vücudun sıcaklığını kontrol eden mekanizmanın bir genişlemesi, giyim kolektif uzantısıdır. Bu tasarıma göre şehirler vücut organlarının daha büyük gruplara uyumunu sağlayan uzantılardır. İçinde bulunduğumuz elektronik çağda elektriğin özel, toplumsal ve iş hayatımıza girmesiyle birlikte kademeli olarak birbirinden ayrılmış mekânlar arasındaki sınırlar, gündüz ve gece, iç ve dış arasındaki farklar büyük ölçüde kalkmıştır. Mekansal sınırlar arasındaki bu saydamlaşma, film ve özellikle evin içine giren televizyonla birlikte gerçekliğin görselleşmesi dolayısıyla, çevre sınırları daha da genişlemiş, insanın toplumsal zaman ve mekan tecrübesini değiştirmiştir. (McLuhan, 1965: 123-127)

Öte yandan televizyon aracılığıyla zaman ve mekan sınırlarının yayın zamanının aktüelliği dolayısıyla kalkması ve hareketli görüntülerin toplumsal algıya sunulması eşzamanlı olarak tecrübe edilmesi, algının odaklaştığı dünya açısından bir küçülmeyi, belirli bir bilinç formasyonunun toplumsal algıya dikte edilmesi ve paylaşılması anlamında dünyanın tek bir 'köy' haline gelmesini ifade etse de, (McLuhan, 1965: 5) temelde televizyonda tecrübe edilen 'şimdi'nin zaman ve mekan farklarını kaldıracak biçimde genişlemesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, zamanın durduğunu ve mekânın kaybolduğunu yazan McLuhan, (McLuhan, 1967: 63) televizyonun, insanın görsel- işitsel algılarının ve sinir sisteminin genel olarak medya ve özellikle televizyon aracılığıyla genişletildiğini düşünmektedir. Monika Elsner ve Thomas Müller'in de ifade ettikleri gibi McLuhan teorisini, algıların yayılma ve genişlemesi, televizyon ile algının kaynaşması yönünde sahip olduğu yargı üzerine kuruyor. (Elsner, ve Müller, 1988: 393) Televizyonun insan-makine bağıntısını mümkün kılan bir medya olduğu yargısından hareketle McLuhan, 60'lı yılların ortalarından itibaren kendi televizyon teorilerini geliştirmeye başlıyor. McLuhan'ın insan-makina bağıntısı üzerine geliştirdiği teorisi, aynı yıllarda Norbert Wiener tarafından gerçekleştirilen biyolojik ve mekanik enformasyon aktarımı ve kayıt edilmesine yönelik çalışmalarıyla örtüşmektedir. (Wiener, 1968)

McLuhan sahip olduğu bu kaynaşma ve genişleme teorisine uygun biçimde, televizyonu da telematik bir paradigma olarak ele alıyor. Telekomünikasyon ve enformatik alanlarının birleşmesini öngören bu telematik anlayışı, bina yapımından, trafiğe, ticarete, sağlık sektörüne, eğitim ve güvenliğe kadar günlük hayatın her alanında elektronik bilgi ağının dijitalleştirilmiş televizyon görüntüleri ve genel olarak medya ile entegrasyonunu öngörmektedir. Gerçekliğin, her türlü algıyı

biçimsel ve niteliksel olarak etkileyebilecek güçte medyatik bir aura tarafından kuşatılması anlamına gelebilecek bu öngörü, (McLuhan, 1965: 249) günümüzde gerçekleşme aşamasında bulunmaktadır. Böyle bir durum, gerçeğin ancak kendi içinde gerçeklik kazanacağı ve kendisine göre değer biçileceği telematik bir paradigmanın oluşması anlamına gelecektir. Bu aynı zamanda, daha önce mecazi anlamda düşünülen insan-makine bağıntısının, günümüzün siber-uzay teknolojisinde olduğu gibi, fiziki anlamda gerçekleşmesi, hiç değilse bile gerçeğin telematik bir kurguya dönüşmesi demek olacaktır.

### 3. Mesaj Aracın Kendisidir

Makine-insan bağıntısı ve medya araçlarının kendi aralarında kaynaşması ve bu durumun insanın algı sınırlarını genişlettiğini ileri süren McLuhan'ın (McLuhan, M., 1965: 247) televizyon teorisinin merkezinde, medyatik aracın iletildiği mesaj ile kendisi arasında nasıl bir ilişki kurulabileceği sorusu bulunmaktadır.

Bu soru bütün sanat dalları ve ifade araçları açısından ele alınması gereken temel bir sorundur. Zira her araç, kendi özellikleri çerçevesinde sınırlıdır ve bu sınır, o aracın ifade imkânlarını belirler. İfade imkânının sınırlı olması, bizi sadece hakikate veya gerçeğin gerçekliğine ulaştırması değil, aynı zamanda paradoksal bir biçimde, araya girerek, aracılık yaparak sahip olduğu imkânlar muvacehesinde sınırlaması, çoğu zaman farklı bir boyutta da olsa uzaklaştırması anlamına gelmektedir.

McLuhan meseleyi bu şekilde ele almak ve sorunsallaştırmak yerine, araçların sahip oldukları ifade biçimlerinin mesajı ve içeriğini de belirlediğini düşünmektedir. Bu mesajın taşındığı dili görmezlikten gelen ve asıl sorun olarak irdelemekten kaçınan indirgemeci mantıkla mesajın araçla özdeşleştirilmesi belki de McLuhan'ın televizyon teorisinin en zayıf yanını oluşturmaktadır. Fakat yine de, McLuhan'ın medya teorisine temel teşkil eden bu ana fikri, mesajın, anlamı taşıyan dil değil de, medyanın ifade biçimlerinin yol açtığı değişiklikler bakımından araçla özdeşleştirilmesi biçiminde anlaşıldığında yeniden geçerlilik kazanmaktadır. Bu bağlamda düşünüldüğünde McLuhan'ın daha çok, okumaya, yazılı eserlere dayalı kültürün yerine, imaja dayalı algı ve düşüncenin biçimlendirdiği görsel kültürün ikame edilmeye başlandığı gerçeğini vurgulamak istediği anlaşılmaktadır. İnsanın algı yapısındaki ve düşünce tarzlarındaki bu gelişmenin sosyo-kültürel anlamda köklü değişimlere yol açacağı muhakkaktır. Bu durum, medya aracının temel, yani evrensel mesajıdır. Medyanın bu temel mesajının sayısız yan etkilerinin, aracın taşıdığı çok çeşitli yöresel mesajlarının olduğunu görmek ve ayrıca değerlendirmek gerekmektedir. Zira “mesaj, aracın kendisidir” düşüncesini mutlak doğru olarak kabul etmek ve televizyonun taşıdığı diğer sayısız yan etkileri görmezden gelmek eksiklik olacaktır. Konuya işte bu açıdan yaklaşan Eslin, McLuhan'ın “mesaj, aracın kendisidir” (McLuhan, M., 1965: 7-22) biçiminde ifade edilen ana fikrine şu açılımı getirmektedir:

“Bütün iletişim araçlarının faaliyetinde daima bir mesaj taşıyıcıları hiyerarşisi vardır. Söz gelişi, telgrafta tel veya dalga boyu, Mors alfabesi (veya kullanılabilir başka bir alfabe), mesajı taşıyan dil, bunlardan sonra mesajın açık anlamı gelir. Üstelik iletişimin sembolik anlamı ve duygusal etkisini de içine alan çok sayıda üstü örtülü mesajlar vardır.

Televizyondaki mesajların ve mesaj taşıyıcıların hiyerarşisi de benzer bir tahlili gerektirmektedir. Bir uçta televizyonun en genel yönü yani iletişim sürecinin yapısı bulunmaktadır. Ki McLuhan bu yönle ilgilenmektedir. O'na göre ana mesaj şudur: Zaman ve mekân kalkmakta, her şeyimizle aynı olayda hazır olabilmekteyiz; gözlerimiz ve kulaklarımız güçlerini sınırsızca genişletmiş durumdadır; dünyayı daha farklı görme ve yeni bir tarzda düşünme durumundayız. Diğer uçta ise, karşımıza, sözgelisi bir haber programında veya bir reklâmda ifade edilen, belli bir konuya özgü malumat çıkıyor, mesela belli bir marka arabanın artık daha düşük fiyatlarla satın alınabileceğinin açıklanması gibi. En genel ve en özel mesajlar ile mesaj taşıyıcılar arasında ise son derece önemli bir ara iletişim seviyesi, yani mesajın taşındığı 'dil' bulunmaktadır (burada 'dil' kelimesi, modern dilbilimcilerin kullandığı anlamda, parole'ye zıt langue anlamında kullanılmaktadır), daha açık bir ifadeyle o dilin mahiyeti, yapısı ve grameri." (Esslin, 2001: 16)

#### **4. Tele-vizyonun tekno-lojiği**

McLuhan, her hangi bir medyatik aracın biçimsel bakış açılarının, medya aracılığıyla sunulan içeriğin ön şartını oluşturmaları sebebiyle, içeriğe odaklanmış değerlendirmelerden daha genel geçer ve önemli olduğu düşüncesinden hareket etmektedir. Bu bağlamda, McLuhan'a göre, televizyon görüntüsünün karakteristik özellikleri, bütün içeriklerinde, haberler, diziler veya şovlarda aynıdır.

Televizyon görüntüsünün "verileri görsel anlamda fakir denecek kadar azdır. [...] O bir fotoğraf resmi değildir. Bilakis o sürekli olarak kendi muayene sistemiyle nesnelerin konturlarını yoklamaktadır. Böylece oluşan plastik profil ışığın kendisinden geçmesiyle oluşmaktadır, ışığın kendisini aydınlatmasıyla değil. Bu tür bir resim, normal bir resimden daha çok heykel veya ikonun vasıflarına sahiptir." (McLuhan, 1965 : 313) Daha açık bir ifadeyle söylemek gerekirse, McLuhan'a göre televizyon görüntüleri, asla dış gerçekliğin bir kopyası değil, bilakis sembolleştirilmesidir.

McLuhan için televizyon görüntüsü, yassı ve sığ, bir heykelin etkisine benzer üçüncü boyut yanılması oluşturma kabiliyetine sahip iki boyutlu bir mozaiktir. Bu biçim verilebilirlik özelliğine bir de televizyon görüntüsü estetiğinin veri fakirliği eklenmektedir:

"Televizyonun büyük ölçekli çekim görüntüsü, ancak film perdesindeki orta ölçekli çekim görüntüsünün küçük bir parçası kadar enformasyon aktarmaktadır. Program içeriklerini eleştirenler, televizyon görüntüsünün bu merkezi açısını ve görünümünü dikkate almadıkları için, televizyonun vahşi etkilerinden bahsedip duruyorlar." (McLuhan, 1965 : 314)

McLuhan, etki yoğunluğunun az olmasını görüntülerin ayrıntılarının fazla olmamasına bağladığı için, televizyonun zorbaca etkileri olduğu yargısını reddediyor. Bu bağlamda McLuhan, her türlü medyanın, filmin, televizyonun ve fotoğrafın kendine göre farklı etkisi olduğunu düşünüyor:

"Filme şok tesiri uyandırmak için kullanılan büyük ölçekli çekimler, televizyonda pek alışılmış bir şeydir. Televizyon ekranı büyüklüğünde parlak bir fotoğrafta bir düzine yüz en küçük ayrıntılarına varıncaya kadar gösterilebilirken, aynı yüzler televizyon ekranında sadece bulanık bir toplam intiba uyandırıyorlar." (McLuhan, 1965 : 317)

McLuhan'ın medya teorisinin bir başka karakteristik özelliği de, serin ve sıcak medyalar olarak ayrım yapmasıdır. Sinema filmi McLuhan için sıcak, televizyon ise serin bir medyumdur. Sinema filminin sıcak bir medyum olmasının sebebi, seyirciyi büyük ölçekli çekimler ve ayrıntılı tasvirleri sayesinde oldukça yoğun biçimde kendi büyümesine çekmesi, fakat aynı zamanda algı mekanizmasının pasifleştirmesidir. Buna karşın, görüntüsünün veri fakiri olması dolayısıyla seyircinin aktif katılımını zorunlu kılan televizyon serin medyum olarak adlandırılmaktadır.

Televizyon görüntüsünün dokunma duyusuna hitap eden ve gravür tarzındaki yapısı alıcının belirli bir algılama şemasına uygun düşmektedir: Sinemaya gidenlerin aksine televizyon seyircisi görüntülerin kabulüne şartlanmaktadır. Kısaca McLuhan, film resimlerinin yüksek estetik yoğunluğunu dikkate almamakta, yalnızca biçimsel yoğunluğu, daha doğrusu televizyonun gerekli kıldığı algı yoğunluğunu önemsemektedir.

Sonuç itibariyle McLuhan'ı ilgilendiren, ekranda gösterilen aksiyon veya hadiseler değil, bilakis televizyonun seyircide meydana getirdiği algı hareketidir: Sinema seyircinin katılımı filmi sessizce seyretme biçimindedir. Oysa televizyon seyircisi, içerik yoğunluğunun az olması dolayısıyla televizyon görüntüsünü belirli bir biçimde tamamlamaya ve sonuçlandırmaya, bir başka deyişle resmi tamamlayıp parantezini kapatmaya davet edilir. Bu resmi tamamlayıp parantezi kapatma işlevi, televizyonun kendine özgü bir medyum olarak, program içeriklerinden bağımsız biçimde algılayıcısını gerçekleştirmeye zorunlu kıldığı bilişsel bir operasyondur:

“Televizyon görüntüsü bizden her an ağ gözündeki boşlukları duyuların pek zahmetli kinetik ve dokunmaya benzer katılımıyla doldurup ‘kapatmamızı’ talep etmektedir. Çünkü dokunma, derinin nesneyle izole edilmiş bir ilişkisinden ziyade, duyuların takas oyunudur.” (McLuhan, 1965: 314)

Televizyon görüntülerinin plastik ve mozaikle benzeştirilmesi, televizyonun sadece görsel değil, aynı zamanda dokunma duyusuna hitap eden ve bütün duyuları takas oyununun içine çeken bir medyum olarak anlaşılmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, McLuhan'ın televizyon teorisini öncelikle serin, merkezi sinir sistemimizin dokunma duyusuna hitap eder tarzda genişleten bir medyum olarak formüle etmek mümkün gözükmemektedir. (McLuhan, 1965: 22-32)

Tıpkı Walter Benjamin'in reklamı, dokunma duyusuna hitap eden, bir sıçramayla ulaşılabilecek yakınlığın estetize edilmesi olarak vasıflandırması gibi, (Bolz, 1990: 95) McLuhan da televizyonda, seyirciyi duyuşsal anlamda etkin kılan bir medyum görmektedir. Televizyonun seyirciyi pasifleştirdiğini öne süren genel kabulün aksine O, dil, el yazısı ve televizyon gibi serin medyaların alıcısı, sinema filmi ve radyo gibi sıcak medyalara nispetle daha fazla meşgul ettiğini düşünmektedir:

“Geleneksel literatürde fazlasıyla kullanılmış ve ritüelleşmiş olan televizyonun pasif seyirci için bir tecrübe formu olduğu görüşü gerçeğe uyuşmamaktadır. Televizyon her şeyden önce birlikte biçimlendirme tepkisini talep eden bir medyumdur.” (McLuhan, 1965: 336)



### **5. Sonuç ve değerlendirme**

Sonuç itibarıyla McLuhan'ın televizyon teorisinde medyum ve alıcı (algılayıcı) yapısal bir bütünlük oluşturmaktadır. Bu süreçte televizyon, ideolojik değerler yüklenen program içeriklerinden de önce, teknik düzeneği sayesinde alıcının algısını biçimlendirmektedir. Bu bağlamda McLuhan'ın televizyon teorisinin, biçimselci yaklaşımları dolayısıyla medya tekniğine öncelik tanıyan ve içeriği belirleyici bir önem atfeden modeller arasında değerlendirilmesi gerekmektedir.

Geriye doğru bakıldığında McLuhan'ın günümüzün, insan ve makine arasındaki karşılıklı etkileşimin en yeni teknolojik formlarının irdelenmesi bağlamında televizyon seyircisinin aktüel durumunu inceleyen teorilerine öncülük ettiği görülmektedir. Hatta McLuhan kendi biçimselci yaklaşımı doğrultusunda belirli, seyirciyi katılıma davet eden ve çekiciliğini artırmak için televizyona özgü efektler kullanan kimi şov ve canlı spor yayımları gibi programların seyirci üzerindeki etkisi bakımından incelenmesine önem atfetmiştir.

McLuhan'ın kitabını yayımladığı 1964 yılından günümüze değin geçen sürede televizyonda yayımlanan programlar ve seyircinin görme alışkanlıkları büyük ölçüde değişmiş bulunmaktadır. Günümüzde seyirci örneğin televizyonu dikkatlice bakmaksızın veya çok hızlı kanal değiştirerek kullanmakta ve programlar arasında gezinmektedir. Seyirci bütün bu hızlı gezinmeye rağmen yine de televizyona bakmakta, programların ana mesajlarını yakalamakta ve programların görüntü estetiği hakkında kanaat oluşturmaktadır. (Hickethier, 1992: 63f-69f)

Televizyonda 9:16 resim formatının yaygınlaşması veya yayın kalitesinin HD-TV ile artması ile birlikte mümkün gözüken yeni görüntü içerikleri, resim yerleştirme ve gösterim biçimlerine seyircinin nasıl bir tepki göstereceğini tespit edebilmek için beklemek gerekmektedir. Yüksek çözünürlü HD-TV sayesinde algının aktarılan medyatik gerçeklikle çok daha dolaysız biçimde buluşması ve bunun algıyı önceki dönemlere göre çok daha farklı biçimde dönüştüreceği düşünülmektedir. (Ludes, 1994: 9) Fakat McLuhan bu muhtemel değişikliklere hazır gözükmemektedir. Örneğin eğer televizyondaki görüntü formatı sinema filmi formatı yönünde gelişecek ve değişecek olursa, McLuhan'ın teorisi gereği, serin medya sıcak medyaya dönüşmüş ve özel alanda kullanılmış olacaktır. Bir başka deyişle televizyon böylece, McLuhan tarafından tespit edilen karakteristik özelliğini yitirmiş olacaktır: "Eğer, teknik televizyon görüntüsünün karakteristiğini film görüntüsüne taşıdığına, her şeyin bir gün değişip değişmeyeceği sorulacak olursa", McLuhan'ın buna cevabı, "daha iyi hale getirilmiş bir televizyon artık televizyon değildir" olacaktır. (McLuhan, 1965: 313)

Fakat yine de McLuhan'ın, her ne kadar 69'lı yıllarda güncel olsa da, öncü medya olarak belirlediği televizyonun eski medyaların algılanışı üzerine yaptığı tahminler bakımından bir vizyoner olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim McLuhan, Amerikan geçliği üzerinde yaptığı gözlemlerde, görsel medyadan yazılı medyaya geçişte kullanım alışkanlıkları tarafından üretilen etkileri ve sonuçlarını tespit etmiştir. McLuhan'ın tespitlerine göre, algıları 30'lu ve 40'lı yıllarda çizgi

roman, 50'li yıllardan itibaren televizyon tarafından biçimlenen Amerikan gençliği, yazılı metinlerle karşılaştığında zorluk çekmektedir:

“Çocuklarımız, duyularına hitap eden televizyon görüntüsünün kalitesini kitap sayfalarına aktarmaya çalışıyorlar. Çocuklar, televizyondan aldıkları, oldukça gelişmiş bir kabiliyet ile tecrübeleri iç dünyalarında biçimlendirmeleri gerektiğine dair emirleri uygulamak istiyorlar. Sabitleşiyor ve saplanıp kalıyorlar, yavaşlıyor ve bütün kişilikleriyle birlikte derinlere dalıyorlar. Bunu onlar çizgi romanın serin ikonlarından öğendiler.

Televizyon bu süreci daha da ilerletiyor. Tek tip şemaları ve hızlı doğrusal hareketleriyle, ansızın yazılı metnin sıcak medyasının karşısına çıkarılıyorlar. Bütün kişiliklerini seferber ederek okumaya çalışıyorlar, ama boşuna. Bütün duyularıyla baskıyı karşılıyorlar, fakat basılı metin onları reddediyor.”(McLuhan, 1965: 308)

Kitap, McLuhan'ın yorulmaksızın sürekli tekrar ettiği gibi, medyatik anlamda tek biçimli, sürekli ve tekrara dayalıyken, buna karşın televizyon görüntüsü mozaik biçimli, süresiz, simetrik ve doğrusal olmayan bir medyadır. Televizyon icat edildiğinde, duyuların ihtisaslaşmasını ve ayrışımını öngören alfabetik bir kültürle karşılaşmıştı. Televizyonun sentetik etkisi algıyı tedrici olarak zıt yönde biçimlendirmiştir: Yazılı metin için algının tek bir duyunun ihtisaslaşması gerekirken, televizyon için işitme ve görme duyusunun eşzamanlılığı söz konusudur. Ayrıca dokunma, koku ve tat alma duyuları da resimler ve sesler üzerinden güçlü biçimde uyarılmakta, böylece televizyon daha zengin duylulara sahip medyum olarak kitabın karşısına geçmektedir.

Her iki medya da kendine özgü bir algılama biçimi üretmektedir: “Dünyanın televizyon çocuğu mozaik resmin nüfuzu altında alfabetik geleneğe karşı yönelmiş olan bir ruh ile yüzleşmektedir.” (McLuhan, 1965: 334) Bu tezleri ampirik anlamda sınama imkanına sahip olmaksızın şu şekilde tespit etmek mümkün gözükmektedir:

- a) Medya ile algı arasında sıkı bir ilişki vardır.
- b) Egemen medya diğer medyaların algılanış biçimine etkimektedir.
- c) Bütün bu etkiler bilinç-dışı alanda cereyan etmektedir.

McLuhan böylece algıyı yorumlamak suretiyle ulaştığı yargılarıyla geleneksel enformasyon teorilerinin kabul ettiği yayıncı-alcı ikiliğine veda etmiştir. Bunun yerine McLuhan televizyon yayıncılığında karşılıklı bir etkiyi düşünmektedir: “Televizyon seyrederken seyirci ekranla özdeşleşir. Seyirciye ışık dalgalarıyla ateş edilmektedir, tıpkı James Joyce'un ‘hafif (ışık) süvarilerinin saldırısı’ şeklinde ifade ettiği sözünde olduğu gibi.” (McLuhan, 1965: 334)

Günümüzde insanların günlerini bilgisayar başında ve sonra boş kalan vakitlerini televizyon karşısında geçirdikleri düşünülürse, telematik insanın mecazi anlamda ekrana dönüştüğünü söylemek pek abartılı gözükmemektedir.

Televizyon görüntüsünün bilinç-dışına etkisi bağlamında McLuhan, bunun engellenip engellenemeyeceği, bu tesire karşı bağımsızlığın kazanılıp kazanılmayacağına-

cağı sorusunu yöneltmektedir. Mevcut haliyle devam ettiği sürece, seyircinin kendisini televizyon tarafından sunulan tecrübe formlarına uydurmak zorunda kalacağını öngören McLuhan, televizyona karşı durabilmek için, panzehir görevi üstlenebilecek başka bir medyaya, örneğin yazılı metinlere geçmeyi tavsiye etmektedir. (McLuhan, 1965: 329)

Medyayı termik açıdan sınıflandıran McLuhan, veri fakirliği ve yakın çekimlerin seyircinin duyularının karşılıklı etkileşimini artırdığını ve aynı nispette seyircinin televizyonun içine çekildiğini, fakat 60'lı yıllarda Amerikalı televizyon seyircisinin televizyondan soğuduğunu söylemektedir. McLuhan aşırı radikal politikaların ekran için uygun olmadığını, serin bir medya olan televizyonun bu duruma ayak uydurmadığını söylemektedir. McLuhan'a göre bu durumun kurbanları daha çok, sıcak bir medya olan sinema filmi alanında kariyer yapmış olan klasik büyük şöhretler olmaktadır. Zira televizyon, sinema filminin sunduğu gerekli mesafe ve parlaklığı tahrip etmektedir. McLuhan'a göre televizyon yalnızca seyircinin zorunlu kılındığı süreci tamamlama ve parantezi kapama etkinliği sayesinde ancak mahremiyet kazanmaktadır (McLuhan, 1965: 308-316):

“Joanne Woodward'a bir şöyleşide, sinema filmi oyuncusu ile televizyon oyuncusu arasındaki farkın ne olduğu soruldu. Joanne soruyu şöyle cevapladı: ‘Sinema filmlerinde oynarken, insanların, işte Joanne Woodward geliyor, değişlerini duyardım. Şimdi ise insanlar, bak biri geliyor, evet onu tanıyorum, diyorlar. [...] Erkek ve bayan film şöhretleri, tıpkı bütün şöhretler gibi, televizyonun rağbet görmeye başlamasından beri, kendilerini biraz daha mütevazı bir konumda kabul etmeye eğilim gösteriyorlar.’” (McLuhan, 1965: 317,318)

Egemen bir medya olarak televizyon, tarihi süreç içinde bu tezleri geçersiz kılacak biçimde gelişmiş ve değişmiş bulunmaktadır. Televizyonun sinema filmi üzerine kurduğu üstünlük, televizyon için de filmler üretilmesine yol açtı, böylece şöhretlerin her iki medyada da çalışması mümkün oldu. Belirli bir tipi somutlaştıran ve McLuhan'a göre televizyonda yerini bulamayan oyuncular, daha sonra yaklaşık 40 yıllık bir süre içinde üretilen sayısız, seyirciyi mıknatıs gibi kendine çeken TV-dizilerinde kendilerini ispatlama imkânı buldular. Fakat, McLuhan'ın da belirttiği gibi, televizyonun egemen bir medya olarak film alanında 10 yıl gibi bir süre zarfında dalgalanmaya sebep olduğu bilinmektedir.

Televizyonun her şeyi düzleştiren etkisi, McLuhan'a göre, aynı zamanda toplumsal düzeyde de gerçekleşmiştir. Amerikan toplumunda zenginliğin teşhir edilmesi, televizyonla birlikte itibar kaybetmeye başladı. Zira televizyon sayesinde Amerikan toplumu 50'li yıllardan itibaren küçük arabalardan, küçük cep kitaplarından hoşlanmaya başladı; lüks ve zengin olanın özenilecek bir değer taşıdığına dair yargı zayıfladı, küçük ve basit olanın sevimli olabileceğini gösteren yaşama biçimleri yaygınlaştı. (McLuhan, 1965: 323)

Medyanın farkları eşitleme ve standardize etme işlevi genel olarak sosyologlar ve medya teorisyenleri tarafından eleştirilirken McLuhan hadiseye teknik açıdan bakmakta ve bunun serin bir medya olan televizyonun aşırılıklara uygun olmayan

teknik yapısından ileri gelen bir durum olduğunu düşünmektedir. O'na göre televizyon köktencilğe uygun olmayan bir medyum iken, radyo imkânları nispetinde daha çok histerik bir medyumdur.

Özellikle bu televizyonun serin bir medya olması dolayısıyla köktencilğe uygun olmadığı yönündeki tespit, gerçekten de Nazi Almanya'sında, toplumu yönlendirme aracı olarak McLuhan'ın tabiriyle serin bir medya olan televizyon yerine, daha çok sıcak bir medya olan film ve radyonun histerik propaganda amaçları için kullanılmasını hatırlatmaktadır. Bu bağlamda televizyonun politik anlamda heyecandan çok kanıksamaya yol açtığını ve toplumsal anlamda düzlemci bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkün gözükmektedir. (McLuhan, 1965: 297-307)

McLuhan'ın görüşleri doğrultusunda sonuç itibarıyla söylemek gerekirse, televizyon aracılığıyla aktarılan algılama tarzı kuşatıcı ve duygusallaştırıcı olmasına rağmen kışkırtıcı, kamçılayıcı ve aşırı düzeyde uyarıcı değildir.

Televizyonun, program içeriklerinin dışında belirli bir algı şeması üretmesi, aynı zamanda kullanıcıların zaman ve mekân duygusunu etkilediği anlamına gelmektedir. Aşırı düzeyde televizyon bağımlılığında kaynaklanabilecek kolektif bilinç biçimlerinin ve tavırlarının bu bağlamda analiz edilmesi gerekmektedir. Nitekim televizyon seyircisi özellikle canlı yayınlarda diğer seyircilerle birlikte eş zamanlı olarak aynı mekanda bulunuyormuş duygusuna kapılmakta ve McLuhan'ın tabiriyle "global köy"de hep birlikte anlık tecrübeler edinmektedir. Bu durum seyircinin herkesle aynı anda ve aynı mekânda bulunduğu hayalini ifade eden "sanki" duygusunu pekiştirmekte ve nihayet gerçek ile gerçek-dışı arasındaki sınırı saydamlaştırmaktadır.

Bu durum esasen insanın zaman ve mekân algısı için, günümüzde elektronik köy olarak adlandırılan ve yayımcı, alıcı ve katılımcı için işlevsellik içeren bilgisayar ağının gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır. Fakat bu, bilgisayar ağıyla birlikte eş zamanlılık ve "sanki" duygusuna bağlı olarak her şeyi kapsayan 'şimdi' algısının daha da güçlenmesi dolayısıyla tarih duygusunun zayıflaması anlamına gelmektedir:

"On yıldan beri televizyon seyreden genç kitleler, geleneksel sivilizasyonun perspektifsel uzak hedeflerinin yabancılaştığı kadar aynı zamanda önemini yitirdiği ve içeriğinin boşaltıldığı evrensel asimilasyonun baskısını tecrübe ediyorlar. Bu genç insanlarda televizyonun mozaik görüntüsü dolayısıyla topyekûn asimilasyon her şeyi kapsayan bir şimdilik olarak gerçekleşiyor. Gençlerde gözlenen tavır ve davranış değişikliğinin sebebi asla program içerikleri değildir. Programlar yüksek kültürel değerler içerseler de durum değişmeyecektir. [...] Televizyon çocuğu (televizyonun mozaik görüntü dünyasına) sadece katılmak istiyor, gelecekte bir iş üzerine ihtisas yapmak istemiyor. Televizyon çocuğu ait olduğu topluma dair sorumluluklar üstlenmek istiyor." (McLuhan, 1965: 335)

McLuhan'ın televizyon teorisinin merkezinde tecrübe formu olarak medya tekniği bulunmaktadır. McLuhan'ın medya teorisi insan-makine bağlantısına

odaklanmaktadır. McLuhan bu odağı daha sonra kendini modada ve dizayn alanında kabul ettiren, sadece görsel bir ağ oluşturmakla kalmayan aynı zamanda kültürel anlamda biçimlenmiş bir dünya olarak görsel bir çevre oluşturan belirli görsel yüzeylere ve tercihlere doğru genişletmektedir.

Konuya ilişkin olarak McLuhan, insanın, vücudun sınırlarının genişlemesi olarak gördüğü teknolojiyi kullanımında, psikolojik olarak etkilendiği ve değişikliğe maruz kaldığını, bunun üzerine teknolojiyi değiştirmek ve dönüştürmek için yeni yollar aradığını söylemektedir. Böylelikle makine dünyasının seks organları haline gelen insanın onu daha üretken ve çeşitli kılmak için uğraştığını söyleyen McLuhan'a göre makine dünyası, insanın bu aşkına, onun arzu ve isteklerini genişleterek ve ona zenginlik sunarak karşılık vermektedir. İşte bu araştırma ödülleriinden biri de, McLuhan'a göre, insanın otomobille olan seks bağlantısının açığa çıkmasıdır. (McLuhan, 1965: 46)

McLuhan'a göre televizyon serin bir medyum olarak dokunma duyusuna hitap etmektedir ve bu özelliği ile dokunulabilir deri ve yüzey kültürünün gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Her şeyin aynı deri yüzeyinde sergilenmesinin farklılıkları ortadan kalkmasına yol açtığını, elektrik teknolojisinin bireyselleliği tamamen yok edeceğini, ortak hareket ve bir birine bağımlı olmayı zorunlu kılacağını düşünen McLuhan, (McLuhan, 1962: 1) televizyonun hayatımıza girmesiyle birlikte, insanlar arasındaki farklılık probleminin görsel bir çözümlemesinin gerçekleştiğini, daha önce toplumdan dışlanan etnik gurupların, kadınların, farklı cinsiyetlerin ve giyim tarzlarının entegrasyonuna katkı sağladığını ileri sürmektedir. Özellikle 20. yüzyılın psikanalitik değerlerinin program içeriklerinde kullanılmasıyla birlikte, cinsel entegrasyon meydana gelmiş, fakat bu aynı zamanda cinsiyetlerin tektipleşmesine yol açmıştır. Televizyonun bu tektipleştirici entegrasyonu sayesinde, özellikle kadınlar erkek dünyasının parçalara bölünmüş vatandaşları haline gelmişlerdir. (McLuhan, 1965: 316) Bütün bu özellikleriyle televizyonda sergilenen resimler, bütün yönleriyle tecrübeye dahil olma tutkusunu beslemekte, bedensel refah saplantısı oluşturmaktadır. Merkezi sinir sistemimizin televizyon görüntüleri olarak genişlemesi, giyim, saç tuvaleti, yürüyüş biçimi, jest ve mimikler ve genel olarak davranış biçimlerine dair kurulan hayaller üzerine kurulan güce egemen olmaktadır. (McLuhan, 1965: 328) Televizyonun icadından hemen sonra, özellikle 1960'lı yıllardan itibaren kadınlar, eski giyim alışkanlıklarını terk etmeye ve daha çok sembolik, dokunabilirlik duygusunu veren görselliği benimsemeye başladılar. Giyimden esasen beden dış yüzeyinin bir genişlemesi olduğu kabul edildi. Yine aynı şekilde kadınların saç tuvaletleri de soyut görsellikten ziyade ikonik ve duyulara hitap eder tarzda değişti. Kadın, belki de ilk defa, dokunulabilir ve idare edilebilir kişi haline gelmeye başladı. Televizyon çağının insanları, derilerinin hisarını kendine ait bir mekân ve dünya olarak algılamaya başladılar. Televizyonla birlikte striptizin heyecan verici özelliği kayboldu. Çıplaklık, kendini sese dayalı değerlerin geçerli olduğu pek soyut olmayan toplumlardan boşayan görsel kültürün heyecan verici ahlaksızlığı haline geldi. (McLuhan, 1965: 120-121)

McLuhan'ın televizyon teorisini, televizyonun algı üzerindeki düzenleyici ve biçimleyici etkisi bağlamında şu şekilde özetlemek mümkün gözükmektedir:

- 1- Program ve içerik tahlilleri medyanın sahip olduğu sihir gücü hakkında hiçbir ipucu vermemektedir. (McLuhan, 1965: 26)
- 2- Yazılı metnin doğrusallığı televizyon görüntüsünün bilişsel tamamlama ve parantezi kapama eylemini talep eden mozaik formuyla karşı karşıya gelmektedir.
- 3- Perspektifsel bakışın ve doğrusal kavramanın tecrübesi olarak bakış açısı veya konum, parçalanmış gözün sinopsisi tarafından telafi edilmektedir. (McLuhan, 1965 : 213)
- 4- Televizyon görüntüsünün mozaik formu, bakışın sabit ve mesafeli duruşuna müsaade etmemekte, bilakis bakışın sürekli katılımını ve hareketliliğini talep etmektedir. (McLuhan, 1965 : 249)

Her ne kadar McLuhan, televizyon ile seyirci arasında mesafenin olmamasını, seyircinin televizyonun mozaik görüntüsüne katılması ve aktif biçimde eyleme geçmesi olarak değerlendiriyorsa da, bu mesafesizliğin seyircinin eleştiri kabiliyetini zayıflattığı ve giderek yok ettiği gerçeğini de dikkate almak gerekmektedir.

Klasik endüstriyel mekanik çağdan elektronik çağa geçtiğimizi ifade eden McLuhan'a göre bu yeni süreci otomatikleşme olarak adlandırmak mümkün gözükmektedir. McLuhan'a göre otomatikleşme, operasyonların ayrışması ve parçalanmanın (fragmentasyonun) mekanik ilkelerinin bir genişlemesi değildir. Otomatikleşme daha çok mekanik dünyanın elektriğin anlık karakteri tarafından işgal edilmesidir. Otomatikleşme aynı zamanda bir düşünme ve eylem biçimidir. İşlem ve operasyonların ani eşzamanlılığı operasyonları doğrusal bir akış içinde tesis etmenin eski mekanik modellerini geçersiz kıldı. İçinde bulunduğumuz elektronik çağda montaj yönteminin, elektronik hızlanmanın ve eşzamanlaşmanın tek yönlü akışın önüne geçtiği gözlenmektedir. Bu bağlamda televizyon da, daha önceki araçları kombine eden ve karşılıklı ilişkiler tarafından meydana getirilen anlık bilgilenme süreçlerinin merkezi sinir sisteminde tesis edildiğini gösteren bir medyumdur. (McLuhan, 1965 : 349) Günümüzün elektroniği ve otomatikleştirme süreci herkesi devasa büyüklükteki global çevreye sanki küçük bir köymüşçesine uyum sağlamayı zorunlu kılmaktadır. (McLuhan, 1968 : 11)

McLuhan'ın 1970'li yıllarda toplumsal ve ideolojik eleştirilerin gölgesinde kalarak unutulmaya başlamış olan televizyon teorisi günümüzde internet teknolojisinin gelişmesi ve bilgisayar teknolojisinin çeşitli medya dalları arasında etkileşimi sağlayan bir araç olarak televizyonla kaynaşmasından sonra yeniden önem kazanmaktadır. Kendisinden sonra televizyon hakkında yeni teoriler geliştiren Joshua Meyrowitz ve Raymond Williams gibi isimler O'ndan etkilenmiş gözükmektedirler. Özellikle Raymond Williams için McLuhan, yalnızca edebiyat, dilbilim, psikoloji ve antropoloji gibi değişik alanlarda eleştiri teorileri değil, bilhassa medya ile ilgili olarak diğer dallardan ayrıştırıcı bir teori geliştirdiği için özel önem ifade etmektedir.

## **KAYNAKÇA**

- Barthes, R., (1988), aktaran Flitterman-Lewis, S., *Psychoanalysis, Film and Television*, editör: Allen, C. R., Channels of Discourse, London, Methuen Young Books.
- Bolz, N., (1990), *Theorie der Neuen Medien*, München, Raben Verlag
- Esslin, M., (2001), *Televizyon Çağı*, İstanbul, Pınar Yayınları.
- Elsner, M. ve Müller, T., (1988), *Der angewachsene Fernseher*, in: Gumbrecht, H.U. ve Pfeiffer, K.L., *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt, Suhrkamp Verlag
- Gerbner, G., <http://www.asc.upenn.edu/news/gerbnerBio.asp/19.05.2008>
- Hickethier, K., (1992), *Fernsehen: Wahrnehmungswelt*, Frankfurt a. M./Berlin, Peter Lang Verlag
- Jäckel, M., (2005), *Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung*, 3., überarb. und erweit. Auflage, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- Ludes, P., (1994), *Erlebniskluft und Lebenshilfe, Arbeitshefte Bildschirmmedien 44*, Siegen, Universität Siegen
- McLuhan, M., (1965), *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York/London, McGraw-Hill Paperback
- McLuhan, M., (1962), *The Gutenberg Galaxy*. London, Routledge & Kegan Paul
- McLuhan, M., ve Fiore, Q., (1967): *The Medium is the Massage*. New York, Bantam
- McLuhan, M., ve Fiore, Q., (1968): *War and Peace in the Global Village*. New York, Bantam
- Wiener, R., (1968), *Kybernetik*, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt.