

## RÜYALARINIZA REKLAM İSTER MİSİNİZ?

**Yrd. Doç. Dr. Nurdoğan RİGEL**  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
İletişim Fakültesi

Büyükşehirde yaşayan bir kişi bir gün içinde çevresinde ortalama 7 bin reklam mesajına maruz kalıyor. Bu profesyonel mesajlar her tür medyadan, insana çözümlenmesi ve istenilen tüketim davranışına geçmesi için sunuluyor.

Bir süre sonra beynimiz, tasarımlanmış mesaj sağanağı arasından gerçek, doğal mesajı bulmak için çırpınır hale geliyor. Ya da bu çözümlmelerden yorulan kişi kendini yaşam biçimine, değerlerine ve ekonomik durumuna uygun mal ve hizmet tüketimine, bir diğer deyişle aldanımına bırakıyor.

“İletişim çevredir” düşüncesinden yola çıkan reklamcılar, duyularımızla algı alanımıza girecek her yere mesajlarını dağıtıyorlar. Bunu yapabildikleri bir günlük zaman 16-18 saat arasında sınırlanıyor. Atıl kalan 8-10 saatlik süre içinde tüketim eylemine yönlendirilecek kitle uykuda.

Şimdiye kadar reklamlar hep bizlere rüyalar, rüya gibi yaşamlar sundu. Ya tersi olursa, rüyalarımıza reklam almaya başlarsak ne olur? Hiç düşündünüz mü? Fransız yazar Henri Frederic Blanc bunu bizler adına düşüncümüş ve “Uyku İmparatorluğu”nu yazmış. (1)

Eserde Dr. Cavalcanti, yaşamını uykusuzluk çekenlere adanmış bir bilimadamı, üretim ve tüketim çılgınlığına, doğanın, beyinlerin ve ruhların kirlenmesine karşı bir panzehir olarak yarattığı uyku ve düşleri savunuyor. Uyku haplarıyla insanlara verilen yapay uykuya ise “Yalnızlığı, gerginliği, çirkinliği, çevre kirliliğini hap yardımıyla yok etmek olanaksızdır” diyerek karşı çıkıyor.

Bir gün, Çinli antikacının dükkanından satın aldığı “Uyku Partisi” adlı plağı dinlerken yakaladığı ritim ile kucağında uyuklayan kedisinin mırıltularının verdiği ilhamla, “mırıldanma uykuya hazırlıktır. Her ritim yatıştırıcıdır, yalnızca ses yoğunluğu sinirsel uyarı yaratır. Kulağıyla değil, vücudu ile işittiği için kediye mırıldanması ninni gibi gelir. Uyutucu bir etki yaratmak için ritim kulağa yönelmeden beyin tarafından algılanmalıdır” diyerek uyku makinasını gerçekleştirmeye koyuluyor.

Sonunda yapımını gerçekleştirdiği makinasının patent hakkını da bir uyku hapları üreticisine satıyor. Artık zengindir. Her mucidin aynı zamanda icadının ilk sömürgecisi olduğu gerçeğinden hareketle; makinasının getireceği gelirle, yaşamının geri kalanını para sıkıntısı olamadan geçirecektir.

Taa ki meslektaşlarından biri icad eden sömüren ikilemini Dr. Cavalcanti'nin yüzüne haykırınca kadar. Uyku bilimciyi icadını yok etmeye kadar götüren ise üretici firmanın “Reklamlı Düşler” fikri oluyor. Bu çılgınca düşünce şöyle gerekçelendiriliyor:

“Tüketicilere nitelikli bir uyku veriyorsa, bu makinanın içine reklam koymanın kötü bir yönü yoktur. Bütün geceyi uykusuzlukla geçirmektense, birkaç reklamlı düş içeren uyku daha iyidir! Gelecek yeni bir uyku ister! Yararlı bir uyku! Genç ve canlı bir uyku! Hergün yaşadığımız uyku, çağdaş yaşama artık ayak uydurmuyor, milyonlarca yıldan bu yana gelişmedi; bu eskimiş, artık kullanılmayan, tümüyle modası geçmiş bir uykudur! Bilgisayarlar ve füzeler çağında hala mağara adamları gibi uyuyoruz. İnsanlar yataklarında birşey üretmedikleri gibi tüketmiyorlar da. Uyku onları birer ekonomik sakat yapıp çıkıyor. Uyumak onları canının istediği gibi toplumun dışına atıyor. Bunu kabul edemeyiz, uyumayı yenileştirmemiz gerekir. Günümüzde uykunun sağlığı kötü gidiyorsa, bu para kazanmadığı içindir. Ancak düşteki reklam sayesinde bu yakında değişecektir. Uyku dilimleri satın alarak düşe yatırım yapan sanayiciler, insanların iyi uyumalarından kazançlı çıkacaklar. Uyku verimli bir ürün olacak ve ekonomik çarkın içinde yer alacak”. (2)

Blanc'ın bu eseri ilk anda Huxley'nin bilim kurgu romanı “Cesur Yeni Dünya”yı anımsatıyor. Huxley, söz konusu eserinde uykuda öğrenme metodunu anlatıyor. “Yastıkların altındaki cihazlarla uyuyan çocuklara verilen mesajlar, uyanmadan 40-50 kere tekrarlatılıyor. Bu tekrarlar, otuz ay süreyle haftada üç kereden yüzyirmi kere yineleniyor. Mesajlardaki sözcüklere akıl karıştırılmaz. Bu işlem, sonunda çocuğun zihni bu düşüncelerle ve düşünceler de çocuğun zihniyle bir oluncaya kadar sürer. Sadece çocuğun zihni değil,

yetişkin kinsenin de bütün yaşamı boyunca, yargılanan, isteyen ve karar veren zihni bu düşüncelerden yapılmıştır. Ama bütün bu düşünceler bizim düşüncelerimizdir". (3)

Huxley'in Cesur Yeni Dünya'sı bilim ile tekniği kendi amaçlarına uydurmuş zorba bir yönetimin, yığınları köleleştirmek, bütün bireysel ayrılıkları törpülemek için uyguladığı yöntemler üzerine omurgalandırılmıştır. Bu temellendirmelerden birinde kullanılan yöntemde, ünlü Avusturyalı romancı Mario Simmel'in\* deyimıyla, "Rüyaları Çalmak"tır. (4)

Blanc'ın romanında ise Dr. Cavalcanti'nin icadı olan uyku makinasına bağlanacak, özel frekansa ayarlı bir radyo, insanları tatlı düşlere daldırma için tasarlanmış reklam spotları yayınlayacaktı. Söz gelimi plajdan gelen ve tatil çağrışımı yapan seslerle herhangi bir ürünün birkaç kez yinelenen adı biraraya gelebilecekti. (5)

Böylece uyku, "Tüketim Köleleri"ni bağlayan pranga zincirlerinin halkası olarak kullanılacak hale getiriyor ve tüketim kölelerinin artık hiçbir şeye inandırmayan ancak kendilerini taparcasına seven, ne olursa olsun satın alarak kendi içlerindeki hiçliği doldurma çabasındaki dünyalarına hizmete hazırlanıyordu. (6)

Uykumuza teknoloji ile reklam olarak tüketim çılgınlığını körükleme düşüncesini eserlerine aktaran Blanc ve Huxley, acaba olabilir mi? kuşkusunu da bize hediye ediyorlar!

"Uyuma dış dünyadan gönüllüce ayrılmadır" diyen rüyaların ve psikanalizin babası Sigmund Freud'a burada kulak vermek gerekiyor:

"Rüya bizim sık sık kaçındığımız eylemin yerine geçer. İşte bundan dolayı, Platon'un şu 'İyiler, başkalarının gerçekten yaptığını rüyada görmekte yetinirler' formülü pek yüce ve pek kusursuzdur. Rüya bizi, uykumuzu bozmak için ziyaret etmez, aksine, onu korumak için gelir; onun var olmayana gösteren hayalleri sayesinde basıç altındaki ruh gerilimleri boyanır. O şekilde ki, sabahleyin dinçleşmiş olan vücut, boğulan bir ruh yerine temizlenmiş ve hafiflemiş bir ruh bulur." (7)

Freud, rüyaların ruhun beden üzerindeki basıncını azaltıcı etkisini böyle açıklıyor. "Uyku araştırmaları 1930'larda başladı ve bu alanda oldukça hassas ölçme aletleri geliştirildi. Uyku halinde merkezi sinir sisteminin fa-

aliyetleri EEG'ye yansıtılmaktadır. (Elektroansefalogram: sinir sistemindeki faaliyetten doğan beyindeki elektriksel akım hareketlerini kaydeden alet) Uyuyan bir kişiden alınan EEG kayıtları aynı kişinin uyanık halde iken gözlenen EEG frekansı ve genişliği açısından farklılık göstermektedir. Beyin dalgaları incelendiğinde uykunun 5 safhayı kapsadığı görülür. Hızlı göz hareketlerinin ortaya çıktığı safhaya Rem adı verilir. Diğer safhalar ise NREM ve REM'siz uyku safhaları olarak adlandırılır. REM safhasında uyandırılanlar genellikle rüyalarını anlatırlar. Bu safhada uyku diğerlerine göre daha hafif olmakla birlikte kişinin uyandırılması zordur. Beyin REM uykusu safhasında çok faaldir. Beynin bazı bölgelerinde nöral faaliyet seviyeleri bu safhada uyanık halden çok yüksek seviyelere çıkar. Bu sebeple Rem faal uyku olarak adlandırılır.” (8)

Psikolojideki uyku ile ilgili bu veriler de, REM safhasında beyne verilecek tasarımılanmış mesajların Blanc'ın romanını gerçek hale getirileceğinin sinyallerini veriyor.

İşte bu noktada dikkat! İletişim tekniklerine, özellikle de ikna edici iletişim tekniklerine, her geçen gün yenileri ekleniyor. Burada üzerinde özellikle durmamız gereken nokta, mucid-sömürgeci mekanizmasından kaçabilmektir. Buluş yapmanın, bazen büyücü çıraklığı ile eş anlamlı olacağını us'tan uzak tutmamalı. Dr. Cavalcanti ile insanlara ve denize meydan okuduktan sonra Amerika'yı keşfeden Kolomb'u yeniden düşünelim. “Kristof Kolomb yeryüzü cennetini bulduğunu sandı. Aldanmıyordu. Orası yeryüzü cennetiydi. Ancak oraya şeytanın elçisi olarak çıktığını bilmiyordu.” (9)

### **YARARLANILAN KAYNAKLAR**

- (1) Henri Frederic Blanc, Uyku İmparatorluğu, Can Yayınları, İstanbul, 1994.
- (2) Blanc, A.g.e, sy 123
- (3) Aldous Huxley, Cesur Yeni Dünya, Güneş Yayınları, İstanbul, 1989, sy 28-29
- \* Avusturyalı romancı-psikolog Mario Simmel, eserlerinde hastalarının sorunlarını isim, yer ve zaman değişimleri yaparak okuyucuya sunar. Roman anlatımı içinde çözüm önerileri getirir.
- (4) Mario Simmel, Çalınmış Rüyalar, Altın Kitaplar, İstanbul, 1975.
- (5) Blanc, A.g.e, sy 123
- (6) Blanc, A.g.e, sy 138
- (7) Stefan Zweig, Sigmund Freud, Cinselliğin Yeryüzü, Broy Yayınları, İstanbul, 1991, sy 69
- (8) Sibel Arkonaç, Psikoloji, Alfa Yayınları, İstanbul, 1993, sy 107-108
- (9) Blanc, A.g.e, sy 149.