

BİLİNÇALTI HÜKÜMDARLIĞI

Bugün dünyada medya savaşlarının neden bu kadar önemli hale geldiği ve milyon dolarların sahip olamayacağı kadar kıymetlendiği gerçeği, bilinçaltının farkına varıldıkça anlaşılmaya başlandı.

Bilinçaltımızı, hedefi doğrultusunda yönlendirmeyi başaranlar kazanırken, bu gerçeği görmezden gelenler istismar edilmeye ve sömürülmeye devam ediliyor. Birey olarak her ne kadar teknoloji ile toplumdaki soyutlanmış gibi görünsek de kitlesel hareketler karşısında farkında olmadan ona verilen mesajları uygulamaya koyuyoruz. Tek başına karar vermemiz gereken durumlarda bile kitlesel iletişim metotlarını layığı ile kullanan kişilerce yönetiliyor.

Reklam dünyasında 1940 lı yılların sonunda, izleyicinin bilinçaltını etkilemeyi amaçlayan gözle algılanamayacak kadar kısa süreli görüntülerin film içine yerleştirilerek, “patlamış mısır ye ve kola iç” telkiniyle satışların bir anda artırılması, reklamcıların başlattığı bu serüveni günümüzde bilinçaltımızı kontrol altına almayı amaçlayan insanlarca kullanılmaktadır. İşte bu nedenle en azından bu ayrımı yapabilecek düzeyde bir farkındalığa ihtiyaç duymaktayız. Artık savaşlar topla tüfekte kazanılmıyor, cümlesinin doğruluğu kadar nükleer gücünde kendini yavaş yavaş basitleştireceğini yakın zamanda göreceğiz. Çözümün içimizdeki doğrularla sağlanacağı fikrine ulaşmak, kim tarafından başarılırsa, insanlık tarihi kazanan olarak sadece ondan bahsedecektir.

Siz eğer kitlelere ateş etmeden onları öldürmeden düşüncelerinizi kabul ettirebiliyorsanız gerçek bir lidersizdir.

İçinde bulunduğumuz bu gergin süreçte, kimileri hala ne istediklerini açıklıkla ortaya koymadan bir şiddet yaratmaya çalışırken, kimileride bu şiddeti besleyen davranışlar içine giriyorsa bu yapıların bilgisizlik plansızlıkla açıklanması kadar yanlış bir saptama olamaz. Ülkemizde özellikle 90 lı yıllarda başlayan tüketen toplum tanımlamasının bir gerçeği olarak, yatak odalarımıza kadar giren o beyaz camı tıpkı bir silah gibi kullananları fark edemiyoruz. Dost meclislerinin bile vazgeçilmeyecek baş konduğu haline getirdiğimiz bu beyaz cam artık ailemizin bir üyesi oldu. Peki biz aileye yeni katılan bu üye hakkında yeterince bilgi sahibi miyiz?

Subliminal yani bilinçaltı ile algılanan mesajlarla, kendimizi en güvende hissettiğimiz evimizde, çizgili pijamalarımızla oturduğumuz o rahat koltuklarda, girdiğimiz transla sorgulamadan ve düşünmeden çoğu zamanda fark etmeden söylediği her bilgiyi kabullendiğimiz bu üye ile ilişkilerimiz olması gerektiği gibi mi?

Düşünsenize hepimizin tüm hücrelerine kadar işleyen kovboy filmleriyle başladı her şey. Sonra orda kafa derisi yüzen Kızılderililer... Atı, sigarası ve hep sonunda güneşin battığı yöne doğru giden bir kovboyla çizgi film dünyasına girdik. Sarışın bebekler vardı o filmlerde ve hastalık derecesinde tükettiğimiz içecekler.

Kızılderililerin, topraklarını ellerinden almak isteyen beyaz adamlara karşı savaşını, biz kafa derisi yüzen kötü adamlar algısıyla tanımlamıştık.

En asi ve özgürlüğümüze düşkün olduğumuz ergenliğimiz, bölüm sonunun mesajı içinde güneşin battığı yöne doğru atıyla giden ve ağzında sigarası düşmeyen kovboyla şekillendiriliyordu.

Dallas ile güç para ve aşk denklemini çözmeye çalıştığımız yıllarda çok yabancı gelen şeyler, bugün ulaşabilmek için birbirimizi ezdiğimiz duygulara dönüşüverdi.

Kendimizi bulabileceğimiz hiçbir şey yoktu. Aslında bir süre sonra bizde artık kendimizi aramaz olduk gördüklerimizde. Onlar gibi olmamız gerekliliği bilinçaltımıza yükleniyordu. Bize ait bilgi ve belgelerin bulunduğu, sadece iznimizle kullanılması gereken kilit altındaki kısmımızı yani bilinçaltımızı bizden habersiz açıp kurcalayan birilerine bu cesareti ve özgürlüğü hiç sorgulamadan veriğimiz ve bizi bu işgalden koruması gereken bir organizasyonumuzun olmayışı bizi biz yapan özelliklerden uzaklaştırdı. Tahammülsüzlüğümüz, birbirimize güvensizliğimiz, daha kötüsü kendimize olan inancımız sarsılarak toplumsal uyku halimiz sadece verilen komutları alan ve hayata geçiren insanlara dönüşmemize neden olurken, bugün için şikayet ettiğimiz şeyler yarın kabullendiğimiz gerçeklere dönüşüverdi.

Hatırlayın hep duyduğumuz bir cümle vardı eskiden, bizim zamanımızda böyle miydi efendim... Kaçımız bu cümleyi son yıllarda kullandık, kaçımız yaşadığımız o yılları hatırlıyoruz. Her şeyin yavaş yavaş üzeri örtülüyor ve yeni bir düşünce sistemi ile hayat felsefemiz değiştiriliyor.

Duyduğuma değil gördüğüme inanırım sözünün bile tartışıldığı bu milenyum çağında, teknolojinin bir kanser hücresi gibi bizi ele geçirmesi, gördüklerimizin her zaman gerçek olup olmadığını ortaya koymuyor mu?

Biliyoruz ki göz aldığı bütün veriyi beyne gönderir. Tıpkı bir bilgisayar gibi çalışan sistemimiz bu verileri alırken yorum yapmadan tıpkı bir kamera gibi kaydeder. İşte bu kayıtlarla bir sonraki adımımızı atmamızı sağlar. Örneğin izlediğimiz reklamda bize sunulan nesneyi, teknik özellikleri değil, saniyeler içinde bize sunulan mesajlarla beğenerek alırız.

İzlerken gözümüzün seçemediği bu mesajla bilinçaltımız kodlanır ve markete gittiğimizde o markanın olduğu raflara yöneliriz.

Birkaç yıldır çıkan, “Bu programda sanal reklam bulunmaktadır” uyarıları bu reklam şeklinin yeni keşfedilmesinden değil, tüketici derneklerinin ısrarlı takipleri sonucu olmuştur. Otuz yıl önce İngiltere ve Amerika başta olmak üzere dünyada 70’e yakın ülkede insanlar bilinçaltlarına ulaşarak başkalaştırılmasınlar diye korumaya alınmaları bizim bu konuda aslında ne kadar geç kaldığımızın da göstergesi. Bir programın daha fazla seyredilmesini sağlayabilmek bir malı daha çok satabilmek ya da bir fikri fark ettirmeden aktarabilmek için kullanılan bu bilinçaltı kurcalama yöntemine karşı uyanık olmalıyız.

Bu yöntemi kullanarak zihnimize onun izni olmadan nasıl düşüneceğini, nasıl hareket edeceğini, nasıl kararlar alması gerektiğini öğretenlere karşı dikkatli olmak içinde bulunduğumuz bu trans halinden kurtulmamızla mümkün olacaktır. Derneğimizin düzenlediği seminerlerde, anlattıklarımız ve karşılaştığımız sorular sonrasında, bu uyku halimizin ne yazık ki yaşla ya da entelektüel seviye ile bir değişkenlik göstermediği gerçeğidir. Daha önce izleyerek fark edemediklerini gösterdiğimizde, taşıdıkları şaşkın bakışlar bugün neden bu haldeyiz anlatıyor.

Subliminal terör, maalesef çizgi filmlerde, şarkılarda, reklamlarda, filmlerde ve politika da dahil olmak üzere her alanda kullanılıyor.

Gelecekte aynı sırada üniversitelerde yan yana gelecek olan çocuklarımıza sevgiyi kardeşliği öğütlediğini zannettiğimiz çizgi filmler içine konulan pornografik görüntüler, şiddet sahneleri bilinçaltlarına, ince ince bu yöntemle işleniyor. İnsan gelişimi için en önemli yaş olan 0-7 yaş arasında bu görüntüler bilinçaltında hedeflenen düşünce şekline dönüştürülüyor. Malum kola markasının dünyada ve ülkemizde bu denli bağımlı yaratmasının altında yatan gerçeği düşünün. Dünyada reklama en fazla bütçe ayıran markadır, her reklamıyla markasını gündemde tutar. “Ben zaten yeterince satıyorum, reklam için bu kadar para harcamama gerek yok” diye düşünmez. Her dönem size ulaşmaya çalışır ve bunu yıllardır başarmıştır. Galatasaray futbol takımının Fenerbahçe stadında kaybetme geleneğine bakın. İstatistik biliminin bile açıklayamadığı bu sonuç bilinçaltı algılamasının ne denli önemli olduğunu gözler önüne seriyor. Sadece renkleri düşündüğünüzde bile aslında Galatasaraylı futbolcuların maça geride başladığını gösteriyor. Bilinen gerçek kırmızı renk canlandıran ve harekete geçiren, sarı ve mavi(lacivert) renk ise rehavete getirici özellik taşır. Maça hazır olmayan psikolojileri ile sahaya çıkan futbolcular seyirci ve diğer etkenlerin altında ezilerek mağlubiyete normalleştirdikleri için kaybederler. Çünkü onlar aslında kazanacaklarına inanmamaktadırlar. Telkin budur.

Sonuç olarak gördüklerimiz bize aslında görmediğimiz bir mesajla sunulabilir. Sunulan mesajın hayatınızı düşünce sisteminizi etkileyerek sizi mekanikleştirmemesi için, içinde bulunduğunuz bu derin uyku halinizden uyanmaya çalışın. Bilinçaltınızı, başkalarının istediği doğrularla değil, sizin doğrularınızla doldurma yöntem ve tekniklerini öğrenerek, sağlıklı nesiller oluşturma çabamıza destek olun.

Dr. Gökhan ÜRKMEZ