

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

PSİKO-LOJİK!

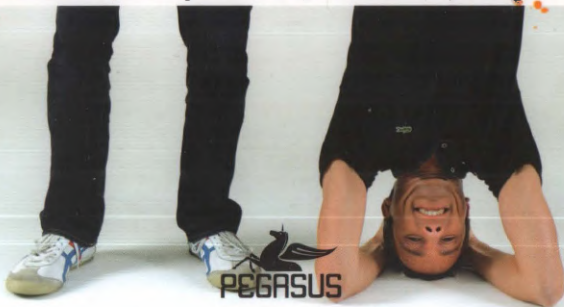
**Dr. Volker Kitz
Dr. Manuel Tusch**



**DR. Volker
KITZ & DR. Manuel
TUSCH**

PSİKO- LOJİK!

Günlük Hayatta İşinize Yarayacak **Psikolojik Bilgiler**



Pegasus Yayınları: 2122

Psiko-Lojik!

Dr. Volker Kitz & Dr. Manuel Tusch
Özgün Adı: Psycho? Logisch! - Nützliche Erkenntnisse der
Alltagspsychologie

Yayın Koordinatörü: Yusuf Tan
Editör: Rumeysa Nur Ercan
Düzeltili: Halûk Kürşad Kopuzlu
Sayfa Tasarımı: Ezgi Gültekin
Kapak Uygulama: Fatma Can

Baskı-Cilt: Alioğlu Matbaacılık

Sertifika No: 11946
Orta Mah. Fatin Rüştü Sok. No: 1/3-A
Bayrampaşa/İstanbul
Tel: 0212 612 95 59

1. Baskı: İstanbul, Temmuz 2019
ISBN: 978-605-299-729-1

Türkçe Yayın Hakları © PEGASUS YAYINLARI, 2019
Copyright © Dr. Volker Kitz, Dr. Manuel Tusch, 2011
© Verlagsgruppe Random House GmbH'nin bünyesindeki
Wilhelm Heyne Verlag, München, 2011
Cartoons: © Rabe/vermittelt durch toonpool.com, Berlin

Tüm hakları saklıdır. Bu kitapta yer alan fotoğraf/resim ve metinler
Pegasus Yayıncılık Tic. San. Ltd. Şti.'den izin alınmadan fotokopi dâhil,
optik, elektronik ya da mekanik herhangi bir yolla kopyalanamaz,
çoğaltılamaz, basılamaz, yayımlanamaz.

Yayıncı Sertifika No: 12177

Pegasus Yayıncılık Tic. San. Ltd. Şti.
Gümüşsuyu Mah. Osmanlı Sk. Alara Han
No: 11/9 Taksim / İSTANBUL
Tel: 0212 244 23 50 (pbx) Faks: 0212 244 23 46
www.pegasusyayinlari.com / info@pegasusyayinlari.com



pegasusyayinlari



pegasusyayinevi



pegasusyayinlari



Pegasus Yayınları

Dr. Volker Kitz & Dr. Manuel Tusch

Psiko-Lojik!

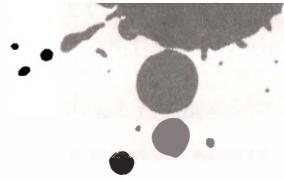
Günlük Hayatta İşinize
Yarayacak Psikolojik Bilgiler

Almancadan çeviren:

Yonca Kocadağ

PEGASUS YAYINLARI

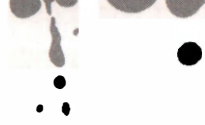
İÇİNDEKİLER



Önyargılar söz	9
Suyu nasıl şaraba dönüştürürsünüz?	13
Güzel şeylere neden sıklıkla ara vermek zorundasınız?	20
“Aptal” mı, yoksa “şansız” mı? - Kendimizi ve dünyanın geri kalanını nasıl görüyoruz?	25
Arzu inlemeye ya da acıya nasıl dönüşür?	30
Sizi kaç milyon avro mutlu eder?	35
Kadınlar nasıl sulu göz, erkekler nasıl duygu yoksunu olur?	40
İlk gülen, iyi güler	46
Düşünce gücüyle dünyevi işleri yönetirsiniz	51
Cinsel hayatınızı (ve diğer şeyleri) tekrar nasıl ilginç hale getirirsiniz?	57
İlişkiler neden başarısızlıkla sonuçlanıyor?	62
Dünyayı neden güzelleştiriyoruz?	66



• Para dünyayı bozar!.....	225
Büyük ihtimalle dünya görüşünüz yok	231
Dünya ansızın durduğunda siz neredeydiniz?	
Emin misiniz?	237
Kadınlar neden park edemez, erkekler neden dinlemez?	243
“Hayatım, konuşmamız lazım!” - Kadınlar neden erkeklerin sadece tek bir şey istediğini düşünür?	250
Evlilikte sorunlara yol açan bityeniği nedir?.....	254
Asansör ile kanguru kavgasının birbiriyle ne alakası var?	257
Tahmin ettiğiniz kadar utanç duyuyor musunuz?	261
Çikolata etkisi hayatınız hakkında ne diyor?.....	266
Emansipasyon: Kadınlar erkeklerden daha iyi mi?	270
En iyisini sona sakladık: Bilinçaltımız.....	275
Siz bize ne söylemek istersiniz?	277
İndeks	279
Yazarlar Hakkında	285



Genelde bir psikoloğun tatsız bir hikâyesi olur. Zor bir çocukluk geçirmiştir ve boyu kısadır.

Hayatını *derin bir gözyaşı vadisinde ilerlemek* diye tarif eder. Kendisi acı çektiği için başkalarına yardım etme ve kendisinden esirgenen şeyleri verme arzusu hisseder.

Otuz beş ara yıldan¹ sonra (son derece kısıtlı öğrenci kontenjanı yüzünden!) nihayet dünyanın öbür ucundaki bir üniversiteyi kazanır. Sıklıkla Bielefeld'e ya da Tübingen'e kaydolar. Orada beş kişinin kaldığı ve kapıların altından “Dün akşam yemekte söylediğin şey beni derinden etkiledi!” yazan kâğıtların atıldığı paylaşımlı bir evde yaşar.

Uğruna deli gibi çabaladığı eğitimi kendisi için terapi olur. Bu özellikle amfi derslerinde yapılan tartışmalarda kurulan “Benim terapistim bir zamanlar bana şöyle demişti...” ve “Hayır, benim terapistimin fikrine göre...” gibi cümlelerde kendini gösterir. Genel olarak

1 Lise bitiminden üniversiteye yazılana kadar geçen süre. (yay. n.)



- * bir psikolog için tartişmalar 6nemlidir. 6nk6 birçok konu “açıklığa kavuşturulmalıdır”.

Y6z yirmi d6nem 6niversite eğitimi ve tecr6beden sonra psikolog aslında hiçbir şey yapamaz. Tartışamaz bile!

Bunun faklı nedenleri vardır: Ya kendi travmasını 6zmeye uğraşmıştır ya da çılgın istatistik profes6r6 sayılar konusunda ona sert davranmıştır. Bu, psikoloğu şaşırtmış ve kendine olan g6venini kaybetmesine yol açmıştır 6nk6 kimse ona daha 6nce psikolojinin b6y6k bir b6l6m6n6n matematikten oluştuğunu s6ylememiştir. Bunun haksızlık olduğunu d6ř6nm6ř ve ara yılda geçirdiği o g6zel anları 6zlemiştir.

(Bu arada çok ciddiylim ve bana g6venebilirsiniz: Neredeyse her durumu ispatlamak için ona karşılık gelecek bir 6rneği incelemek psikolojinin *gizli hilesidir*. Birkaç sayıyla gerçeklik değişir. Yani eğer bu kitapta verilen bilgiler hoşunuza gitmezse, o halde bu alanın literat6r6n6 uzun s6re didik didik etmeniz gerekir veya bizzat deneyimlemek zorunda kalırsınız ve neredeyse her şeyin aksini “kanıtlarsınız”.)

Belki de ara yılı ocuk doğurmadan atlatamayan çiçeği burnunda anne 6ęrenciler, oraya toplanmış ekibin 6n6nde bebeklerini emzirdikleri için psikoloğun dikkati dağılmıştır. Amfideki aile odaklı s6reler, psikoloğu hayattaki her şeyin erken çocukluk deneyimleriyle açıklanabileceğine inandırmıştır. Buna ek olarak emziren anneler, yavrularının anne s6t6yle birlikte insan ruhunun

derinliklerini de emdiklerine emin olurlar (En azından derste köpekler yoktur çünkü onlar hemen yan taraftaki pedagogların amfisinde toplanırlar).

Kısacası, mezuniyetinin değeri aşağı yukarı bir pal-yaçoluk diplomasıyla eş değerdir ve bu yüzden lisans öğreniminden sonra eğitime acımasız miktarlarda para harcamak zorundadır: terapi, konsültasyon, gözetim veya koçluk. Mutsuzluğunun devam etmesine yol açan bu eğitime hayatı boyunca yatırım yapar.

Yani psikoloji geniş bir alan ve sizi bir psikolog kol-tuğunun her iki tarafından da uzak tutmak için bu kitabı yazdık.

Çünkü psikoloji çok ilginç ve pratik!

Esas soru şu: Nasıl işlev görüyoruz? Zamanımızı birçok şeyle geçiriyoruz ama bizimle bu kadar bağlantılı olan bir soruyu kendimize nadiren soruyoruz. Ayrıca psikoloji bize çevremizdeki insanların nasıl işlev gördüğünü açıklar ki bunu da kendi lehimize kullanabiliriz. Çünkü elimizde kullanma kılavuzu olduğunda, birlikte yaşadığımız insanlar çok daha iyi yol arkadaşları haline gelir.

Birkaç psikoloji hilesiyle günlük hayatımızı daha iyi ve güzel şekillendirebiliriz. Avantajlarınızı en üst düzeye çıkarmak veya herkes için daha iyi bir dünya yaratmak için bu hileleri kullanabilirsiniz. Tamamen size kalmış, ikisi de mümkün. Çünkü kendisinin ve etrafındakilerin nasıl işlev gördüğünü bilen bir insan, en azından günlük

- yaşantısının kontrolünü eline almış demektir. Bu kitapta bu konuyla ilgili çok daha fazla bilgi edineceksiniz.

Bu sayede her partide sohbete katılabileceksiniz! Mutfaklar mutfak psikologlarıyla dolacak! Bu kitap, günlük yaşamın psiko-ormanlarında yolunuzu bulmanıza yardım edecek. Ayrıca psikoloji dilini anlamayı öğrenecek ve sohbetlere katılacaksınız. Size dünyayı anlatacak ve hayatın içindeki her durumda size yardımcı olacak. Çünkü hedeflerinize daha kolay ulaşabilmek için psikolojiyle ilgili her bilgiyi günlük hayatta kullanabilir ve böylece kendinize olduğu kadar başkalarına da yol gösterebilirsiniz.

Anlayacağınız, böyle bir konudan bahsetmemiz harika bir şey...

Kendinizi daha iyi tanımanıza yardımcı olacak yararlı bilgileri okur ve sindirirken keyif almanızı dileriz.

Dr. Volker Kitz & Dr. Manuel Tusch
Münih/Köln, 2011 yazı

SUYU NASIL ŞARABA DÖNÜŞTÜRÜRSÜNÜZ?



**"Yeniden çerçeveleme" oldukça etkili
bir psikoterapi yöntemidir ve günlük
yaşamda daha rahat olmanıza yardım edebilir.**

Önemli bir güne başlamak üzereydiniz. Ama geceleyin alarm bozulmuş! Bu yüzden çok geç kaldınız ve daha da kötüsü yanlış bir hareketle ayağınızı incittiniz. Önce banyoda ayak başparmağınızı çarptınız. Sonra kahve makinesi isyan etti. Telaşla dışarıya çıktınız, o anda ayakkabı bağınız, hatta o da yetmezmiş gibi paltonuzun düğmesi koptu. Yürürken çılgın bir bisiklet sürücüsünden kaçtınız, bu esnada bir su birikintisine savrulan evrak çantanızı almak için ihtiyacınız olan üç nefeslik zaman diliminin ardından beklediğiniz otobüsün arkasından el salladınız. Binaya vardınız ama ofise çıkacağınız asansör bozuk! On altıncı kattaki yönetim kurulu toplantısına ulaştığı-

nızda koltuk altlarınızda kocaman ter lekeleri olduğunu fark ettiniz.

Benzer "maceralar" tüm gün boyunca tekrarlanıp durdu.

Son olarak buluştuğunuz kişi de size bir bahane uydurdu:

"Bak, beni incitmenden korkuyorum."

Yorgunluktan bitmiş bir halde başınızı yastığınıza gömdü-

ğünüzde, yumruk büyüklüğünde simsiyah bir örümceğin

ağını sizin yuvanıza ördüğünü fark ettiniz.

Böyle bir gün hakkında ne düşünüyorsunuz?

Doğruyu söylemek gerekirse, orta seviyeli ve sıradan ölümlülerin neredeyse hepsi çoktan düşünmeyi bırakırdı. Belki de şöyle bir sonuca varırdı: "Berbat bir gün!"

Peki, bu her şeyi düzeltip o berbat günü kurtarır mı?

Elbette insanın kendine ait hislerini, hatta kötü olanları da ciddiye alması önemli! "Psiko-hijyen"le ilgili daha fazla bilgiyi 193. sayfadaki bölümde bulabilirsiniz.

Ancak prensipte, daha sonra ayrıntılı olarak bahse-deceğimiz "kendi kendini gerçekleştiren kehanet" adı verilen ek olumsuz düşüncelerle bir kısır döngüye gireriz (51. sayfaya bakınız). Her şey gitgide kötüleşir.

Ama telaşlanmayın, şimdi size kozmik saçmalıklardan bahsedip, "Olumlu düşünün, her şey iyi olacak!" demeyeceğiz. Psikoterapide denenmiş ve oldukça etkili bir teknikle başlayacağız. Bu teknikle hokus pokus

yapmadan ve transandantal aydınlanma zorunluluğu hissetmeden her gün pratik yapabilirsiniz.

Aşağıdaki süreç hakkında ne düşünüyorsunuz?

Önünüzde önemli bir gün vardı. Ne büyük şans ki alarmınız çalmadı ve size bir süre daha yumuşacık yatağınızda yatma olanağı tanıdı. Banyoda ayak başparmağınızı çarptığınızda ve iki büklüm olduğunuzda, kaybettiğinizi sandığınız elli avroluk banknotu kirli sepetinin altında buldunuz. (Harika!) Kahve makinesinin bozulması da Tanrı'nın bir hediyesiydi çünkü kafein daha çok gerilmenize sebep olurdu (Böyle bir durumda papatya çayı için). Kopan ayakkabı bağı size, internette deri ürünleri satan mağazaya ait bir indirim kuponunuz olduğunu ve süresinin bir sonraki hafta biteceğini hatırlattı. Düğmenizin kopması (tesadüf diye bir şey yoktur) büyük bir tutkunun başlaması anlamına geliyor (bir sonraki salı günü terzide hayatınızın aşkıyla karşılaşacağınızı henüz bilmiyorsunuz). Otobüs durağının önünde bisikletten kaçtığınızda, "Vay be, sandığımdan daha fitim!" diye düşündünüz ve reflekslerinizin iyi olmasına sevindiniz. Neyse ki eski evrak çantasından kurtuldunuz, nihayet yenisini alma vakti geldi. Bu arada internet mağazasının kuponunu nereye harcayacağınızı buldunuz bile. "Otobüs kaçtıysa ne olmuş yani? Bir sonrakini beklerken toplantıya hazırlanabilirim." Ofise çıkan merdivenleri sabah sporu, terlemenizi de sağlam kondisyonunuzun göstergesi olarak lehinize çevirdiniz. Akşamki rande-

- vunuz başarısız geçince içten içe rahatladınız. Çünkü eğer akşam böyle başlarsa sorun çıkması kaçınılmazdır (Ayrıca bir sonraki hafta terzide gerçekleşecek karşılaşma için ortada hiçbir engel kalmadı). Bu arada örümcekler Çin inancına göre uğur getirdiği ve böylesine olaylarla dolu bir günün ardından hâlâ size eşlik edecek bir varlık olduğu için şükran duydunuz.

Evet, kulağa nasıl geldi?

Aslında hem farklı değil hem de çok ama çok farklı.

Geçirdiğiniz güne ait ikinci hikâye, birincinin yeniden çerçevelenmiş versiyonudur. Psikoloji dilinde buna “amuda kalkma metodu” (kapak fotoğrafında niye öyle poz verdik sanıyorsunuz?) ya da bilimsel adıyla “yeniden çerçeveleme” diyoruz. Bu teknik esas olarak aile terapilerinden gelmektedir: Olaylara farklı bir anlam, farklı bir ruh katarız. Çerçeve metaforu, sadece bir çerçevenin bir sanat eserini beğenip beğenmediğimize dair belirleyici unsur olduğunu ortaya koyar. Bugüne kadar kullandığımız eski çerçeveyi bir kenara koyarsak, yeni bakış açıları ediniriz. Bu yeni bakış açıları günlük yaşamımızda gerçekleşen durumlarla, olaylarla ve zorluklarla daha kolay başa çıkmamızı sağlar. Negatif olarak algılanan bir davranışı bir cümleyle yeniden çerçeveleyelim: “Sevgilim bana karşı çok kontrolcü” cümlesi, “Sevgilim için çok önemliyim” haline gelsin. Bu durumu hangi açıdan gördüğünüz, uyumlu bir ilişki isteyip istemediğinizi ya da hayatınızı insanlarla kavga ederek boşa harcayıp

harcamayacağınızı gösterir. Bu arada ikinci bakış açısı, kesinlikle hayatınızı sevgilinizin belirlemesine izin vermeniz anlamına gelmiyor, bu sadece kendi algınızda yapacağınız bir değişiklik. Kulağa her ne kadar kolay gelse de “yeniden çerçeveleme” tekniği terapilerde her gün harikalar yaratıyor.

Yeniden çerçeveleme, yaşadığımız faktörler konusunda herhangi bir değişiklik yapamayacağımızda ve düşüncelerimiz gelişimimizi sürekli engellediğinde bize yardımcı olur. “Anın içinde olmak” ve “yaşamın akıp gitmesine izin vermek” arasındaki farktır.

Önemli olan bu tekniği bilinçli ve hedefe yönelik kullanmamızdır. Bu, her zaman her şeyi iyiye yormak anlamına gelmiyor (merak etmeyin, bu fenomenden de 66. sayfada ayrıntılı olarak bahsedeceğiz).



Dediğimiz gibi, öncelikle bilinçli bir şekilde algılamalı ve olumsuz duygulara da izin verip kucak açmalıyız çünkü onlar da hayatlarımızın bize ait birer parçasıdır. Sonra onları yeniden çerçeveleyip değiştirebiliriz. Önemli olan altın ölçüdür: Ufak tefek şeylere sinirlenmeden önce değişime yatırım yapmak çok daha sağlıklı olabilir. Şayet belli bir olay karşısında kontrolümüzü kaybedecek olursak, öncelikle o duygulara izin vermek, ardından onları analiz etmek çok önemli olabilir. Yeniden çerçeveleme daha sonra devreye girer.

Yeniden çerçeveleme, nörolingüistik programlamada da (NLP) kanıtlanmış bir yöntemdir. NLP, kendi davranışlarımızı belirli düşünce ve iletişim kalıplarıyla güzel ve başarılı yollara yönlendirmeyi hedeflemektedir.

Aşağıdaki örneği deneyin:

Birincisi, kendinizi hayal kırıklığına uğrattığınızı düşündüğünüz bir dahaki sefere, “Bunu yapamıyorum!” cümlesi yerine beş harf daha ekleyin ve kendinize şöyle söyleyin: “Bunu *henüz* yapamıyorum.” Küçük bir kelime eklediniz ama etkisi büyük oldu.

İkincisi, artık dünyayı anlamakta zorluk çekiyorsanız, bir şeye ya da birine kıızıyorsanız, belli bir şeyi anlamıyorsanız kendinize şöyle sorun: “Bu bana ne anlatmak istiyor?”, “Bu neyin hayrına olabilir?”, “Bu, hayatım ve benim için nasıl bir fırsat?” Bu soruları sormak bile yeniden çerçevelemeye önyak olur. Bu cümlelerin etkisinden ilham alın.

Vereceğimiz son örnek olan “Bundan nasıl bir ders çıkarabilirim?” sorusu şunu göstermektedir: Koçluk yaptığımız merkeze, kariyerini geliştirmek isteyen ve sürekli reddedilen, akıllı ve iddialı bir kurumsal danışman geliyor. Her şeyden önce bu gerçekten de tatsız bir durum. Yeniden çerçeveleme yöntemiyle sorununu şu şekilde ele alıyor: “Hayatımın bu aşaması benim eğitim alanım ve reddedilmeyle başa çıkmayı öğrenebilir, aynı zamanda kendime olan güvenimi koruyabilirim.”

Eğer tüm bunlarla başa çıkmak için son bir argümana daha ihtiyacınız varsa, o zaman filozof Epiktetos’un dediği gibi yapın çünkü kendisi, MS 50-130 yıllarında bunu nasıl yapacağını biliyordu: “Bizi huzursuz eden olaylar değil, o olaylarla ilgili görüşlerimizdir.”

Bandler, R. & Grinder, J. (2005), *Reframing: Ein ökologischer Ansatz in der Psychotherapie (NLP)*, Paderborn: Junfermann.

Conoley, C. W. & Garber, R. A. (1985), “Effects of Reframing and Self-Control Directives on Loneliness, Depression, and Controllability”, *Journal of Counseling Psychology*, 32 (1), 139-142.

O'Connor, J. (2014), *NLP Çalışma Kitabı*, çev. Savaş Şenel, Arıtan Yayınevi.

Robbins, M. S., Alexander, J. F., Newell, R. M. & Turner, C. W. (1996), “The Immediate Effect of Reframing on Client Attitude in Family Therapy”, *Journal of Family Psychology*, 10, 28-24.

GÜZEL ŞEYLERE NEDEN SIKLIKLA ARA VERMEK ZORUNDASINIZ?

"Alışkanlık" hayatınızı daha
keyifli kılar, tabii eğer
doğru şekilde kullanırsanız.

Vergi iadesi, bahar temizliği, patron için
can sıkıcı bir iş yapmak, seks (eğer kötüyse)...
Bu can sıkıcı aktivitelerden en az birine kendi tecrübe-
lerinizden aşinasınızdır. Hayatımızın buna benzer nahoş
aşamaları esnasında dikkatimizi dağıtan şeylerle nasıl başa
çıkabiliriz? Bizi ve dikkatimizi dağıtan herkese teşekkür
ederek! Bunak büyük teyzenizden telefon mu geldi? Yer
silme kovanını bir süre elinizden bırakmanızı sağladığı için
telefonu sevinçle açın. Viagra'yı tanıtan bir e-posta mı
aldınız? Vergi kayıtlarından birkaç dakika uzaklaşabilmek
için içeriğini dikkatle okuyabilirsiniz! Temizlik yaparken

tesadüfen elinize geçen ve sekiz yıldır okumak istediğiniz kitaba başlamanızın tam zamanı olabilir...

Şimdi size keyif verecek aktiviteleri düşünün: Mükemmel bir yemek, lüks bir köpük banyosu, heyecanlı bir futbol maçı, seks (eğer iyiye). Bu aktivitelerde her türlü kesintiden ve bu kesintilere sebep olan herkesten nefret ederiz. En sevdiğimiz film reklamlar yüzünden aniden bölündüğünde de yayıncıyı, reklam endüstrisini ve tüm kötü dünyayı lanetleriz. Çünkü güzel aktivitelerin kesintiye uğraması mutluluğumuzu bozarken, can sıkıcı aktivitelerin bölünmesi neşemizi artırır, en azından böyle olduğuna inanırız.

Peki, bu doğru mu?

Gerçekte bunun tam tersi olur. Nedenine bir göz gezdirelim.

Öncelikle henüz ana rahminde huzur içinde büyüdüğümüz zamanlarda bile kendini gösteren bir etkiyi inceleyelim: İlginç bir deneyde, henüz doğmamış bebeklere belirli uyaranlar verilir, mesela yüksek sesli araba kornası gibi. Çocukların ana rahmindeki tepkileri ölçülür. Başlangıçta oldukça sert tepkiler verirler. Ama uyarılar sıklaşmaya başlayınca tepkileri zayıflar. Ana rahminde gösterilen bu tepkiye psikolojide “alışkanlık” diyoruz. Almancası: Alışkanlığın felç edici gücü! Her

- şey zamanla sıkıcı ve çoğu zaman çok hızlı olur. Bu lanetli alışkanlık, ana rahminde bile bizimledir ve me-zara kadar bize eşlik eder.

Alışkanlık, bir açıdan öğrenmemiz için önemli bir ön koşuldur. Diğer açıdan, her şeyin zaman içinde çekiciliğini kaybetmesine sebep olur. İster reklam metni yazalım, ister ameliyat masasında insanların hayatını kurtaralım, ister televizyon sunucusu ya da Formula 1 pilotu olalım, isterse de evli olalım, çok para kazanalım, harika bir evimiz ya da arabamız olsun, hiç ama hiç fark etmez... Her şeye alışırız ve o ilk heyecanımızı yitiririz.

Alışkanlığın kendisini değiştiremeyiz ama alışkanlıklarımızı hayatımızda daha iyi planlayabilir ve kendimiz için kullanabiliriz. İnsanların birçoğu alışkanlığın gücünü ne yazık ki hafife alıyor veya tamamen görmezden geliyor. Buna karşın bu gücü bilinçli bir şekilde kullananlar hayatlarını daha keyifli hale getirebilirler. Çünkü alışkanlık etkisi, elbette tatsız şeyler için de geçerli: Bu tatsızlıkları ne kadar çok yaparsak, hoş olmayan uyarıcı etkilerini de bir o kadar kaybederler.

Akıllı olanlar, özellikle güzel aktivitelerin daha sık kesintiye uğramasına izin verirler! Çünkü her kesinti, alışkanlık etkisini azaltır ve biz keyif aldığımız aktiviteye, kesinti öncesinde olduğundan çok daha mutlu bir şekilde döneriz.

Buna inanmıyor musunuz? Belki aşağıdaki deney sizi ikna eder. Bir çalışmada, iki ayrı gruba beğendikleri bir film izlettirilir. Bir grupta film reklamlarla kesintiye uğratılır, diğer grupta hiç kesinti olmaz. Sonra insanlara filmi beğenip beğenmedikleri sorulur. Sonuç: Film reklamlarla bölünerek seyredenler, reklamları rahatsız edici bulmalarına rağmen daha mutlu bir izleme deneyimi yaşamıştır.

Bu bütün güzel anlar için geçerlidir: Her yeni başlangıçta, yani her kesintiden sonra keyif artar. Yine bu nedenle tüm yıllık iznini bir seferde kullanmak aptalca olacaktır. Çünkü alışkanlığın gücü, başlangıçta çok güzel olan tatilin sonradan sıkıcı bir hal almasını sağlar.



- Bu nedenle en akıllıca olanı, küçük parçalara bölerek birçok kez tatile yeniden başlamaktır.

Bunun tam tersi can sıkıcı aktiviteler için de geçerlidir: Can sıkıcı aktiviteye her başladığımızda öfkemiz büyür. Her kesinti alışkanlık etkisini azaltır ve aktiviteye döndüğümüzde bize daha fazla acı çektirir. Bu tip aktiviteler yaparken mümkün olduğunca bölünmemek suretiyle alışkanlığın gücünü kendi lehimize kullanabiliriz. Böyle bir durumda meseleler zamanla daha az can sıkıcı gelir.

Nelson, L. D., Meyvis, T. & Galak, J. (2009), "Enhancing the Television-Viewing Experience through Commercial Interruptions", *Journal of Consumer Research*, 36, 160-172.

Peiper, A. (1925), "Sinnesempfindungen des Kindes vor seiner Geburt", *Monatsschrift für Kinderheilkunde*, 29, 237-241.

“APTAL” MI, YOKSA “ŞANSSIZ” MI? - KENDİMİZİ VE DÜNYANIN GERİ KALANINI NASIL GÖRÜYORUZ?

Nedensellik atfetme kalıpları,
kendinizi ve diğer insanları daha
iyi anlamanıza yardımcı olur.

Doğum gününüzü kutlayacaksınız, eğlenceli
bir barda coşkulu bir parti veriyorsunuz. Yaklaşık
seksen kişi davet ettiniz ve neredeyse hepsi geldi.
Gece yarısına doğru bakışlarınızı insanların üstünde
gezdiriyorsunuz. Birden aklınızdan, “En iyi arkadaşım
Tina nerede?” diye geçiyor. “Onu bütün akşam gör-
medim!” Cep telefonunuza bakıyorsunuz, arama yok.
“Biraz gecikeceğim,” gibi bir kısa mesaj da yok. Üstelik
bu durum, hayatınızda bir kez 29 + X olacağınız bir
akşamda gerçekleşiyor...

Ne düşünürsünüz?

- ☐ Aptal! 29 + X partime bile zamanında gelemiyor! Her zaman aylaklık ediyor.
- ☐ Kesinlikle önemli bir şey olmuştur, bu yüzden erken gelememiştir.

“Aptal” seçeneğini sorun etmeyin. Bu cevabı vermiş olmanız çok normal, çoğu insan böyle bir durumda aynı şekilde düşünür ve gecikmeye geciken kişinin sebep olduğunu varsayar: “Yola çok geç çıkmış.”

Etrafımızda gerçekleşen olayları açıklama biçimimize, belli olaylara belli nedenler yüklememize psikolojide “atfetme” veya “nedensellik yükleme” diyoruz. Bunu içsel ve dışsal neden atfetme şeklinde ikiye ayırıyoruz. İçsel neden atfetmede, sebebi ilgili kişide arıyoruz. Dışsal neden atfetmede ise sebebi dış faktörlerde arıyoruz. Yukarıdaki örnekte ilk cevap içsel, ikincisi ise dışsal neden atfetmedir.

Peki, bu ikisinden hangisini yaptığımızı nasıl anlarız? Çalışmalar açık ve net bir favorimiz olduğunu gösteriyor. Temel olarak daha çok içsel neden atfetmeye meyilliyiz, belli olaylara ilgili kişilerin sebep olduğunu düşünüyoruz. Dışsal neden atfetme (“Belki şu anda su borusu patlamıştır veya başka sorunları vardır.”) yerine

içsel neden atfetmeye (“Aptal, yine hangi ayakkabıyı giyeceğine karar veremedi.”) başvuruyoruz.

Bu eğilim, sosyal psikolog Lee Ross tarafından “temel atfetme hatası” olarak adlandırılmıştır.

Neden “hata” deniyor peki? Bu ön yargılı bir eğilimdir ve biz gerçeklik konusunda ön yargılıyızdır çünkü çılgınca bir şüphe içinde olduğumuzda gerçeğin ne olduğunu henüz bilmiyoruzdur. Yukarıda örneklenen durumda, tam olarak ne olduğunu, neden arkadaşımızın gelmediğini bilemeyiz. Belki su borusu patladı. Belki de erkek arkadaşı beklenmedik bir şekilde ondan ayrıldı ya da trafik kazası geçirdi ve o an hastanede. Veya Las Vegas’ta evlendi. Ya da başka bir şey oldu. Dış faktörlere bağlı olarak gerçekleşmiş sayısız olasılık olabilir. Buna rağmen malum gecikmenin sebebinin ilgili kişi olduğunu düşünürüz.

Çılgınca olan ise şudur: Birinin belli bir olay üzerinde pek bir etkisi olmayacağını bilsek de olayın nedenini o kişiye atfetmeye meylederiz. Bir deneyde iki ayrı grup, belirli bir konu hakkında net bir durumu anlatan bir konuşmacıyı dinler. Daha sonra birinci deney grubuna konuşmacının söz konusu konuşmayı bizzat hazırladığı söylenir. İkinci gruba da konuşmacının metninin başkaları tarafından hazırlandığı söylenir. Sonra tüm dinleyicilere, bu konuşmanın konuşan kişinin fikrini ne derece yansıttığı sorulur. Tabii ki ilk gruptaki çoğu kişi, konuşmacının kendi görüşlerini yansıttığını düşünür,

- ne de olsa konuşmayı kendi hazırlamıştır. Ama herkese konuşmasının içeriğini kendisinin seçmediği söylenmiş olmasına rağmen ikinci grupta da çoğu kişi konuşmacının ikna edici anlattığını düşünür.

“Temel atfetme hatası” ağırlıklı olarak Batı kültürlerinde olur. Batı kültürleri bireyseldir: Burada bağımsız ve kendi kendine yetebilen insanlar söz konusudur (kişinin kendisini bağımsız olarak algılaması anlayışı). Buna karşın Doğu kültürlerindeki insanlar, kendilerini ve başkalarını (herkesin birbirine bağlı olduğu) toplumun bir parçası olarak görmeye meyillidir (kişinin kendisini bağımlı olarak algılaması anlayışı). Bu sebeple, mesela Japonya’daki insanlar, nedenleri kişilerde aramak yerine durumsal olarak algırlar. Yukarıda anlatılan örnekte Japonya’da kutlama yapan bir kadın söz konusu olsaydı, büyük bir ihtimalle ikinci cevabı tercih ederdi.

“Temel atfetme hatası” her gün büyük çaplı yanlış anlaşılmalara, haksızlıklara, öfke ve çatışmalara yol açar. Bu yüzden dışsal faktörlerin neden olduğu bazı durumlarda ön yargılı davranıp karşınızdaki kişiyi suçlamadığınızdan emin olun. İçsel neden atfetme eğilimimizi sorgulamayı öğrendikçe (“Herhangi bir dışsal faktör böyle bir davranışa yol açmış olabilir mi?”) haksızlık yapmaktan ve çatışmalara girmekten kaçınmış oluruz.

Ross, L. (1977), "The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process", yeraldığı eser: (Ed.) Berkowitz, L., *Advances in Experimental Social Psychology*, New York: Academic Press.

ARZU İNLEMeye YA DA ACIYA NASIL DÖNÜŞÜR?

"Çağrışım" yapma çalışmaları
ufkunuzu genişletebilir.

Cuma akşamı. Sevgilinizle birlikte iki kişilik koltuğa oturmuş televizyon seyrediyorsunuz. Seyrettiğiniz program uzadıkça uzadığından başka şeylerle ilgilenmeye başlıyorsunuz, hem de gayet bedensel şeylerle. Birden duvarın diğer tarafında yaşayan otuz yaşındaki komşunuzun evinden bir inleme sesi yükseliyor. Ne düşünürsünüz?

- ☐ Bu derece kireçlenme gerçekten zor olmalı. Hele de bu kadar genç yaşta!
- ☐ Bu ayın faturaları geldi mi yani? Ne çabuk!
- ☐ Seks yaparken biraz daha sessiz olamaz mı?

Böyle bir durumda birçok insanın aklından öncelikle üçüncü şık geçer. Komşunun o anda feci coştüğünü

düşünürüz. Oysaki bu tarz bir sese yukarıdaki üç şık birden, hatta çok daha fazlası uygun olabilir. Neden seks olduğunu varsayarız?

Bu noktada bir çeşit “şema” kullanırız. Şemayı içine bir şeyler koyduğumuz “çekmece” olarak en iyi şekilde ifade edebiliriz. Bir durumla ilgili, hayatımız boyunca benimseyeceğimiz belirli bir genel bilgiye sahip oluruz. Bir şema bize (edindiğimiz bilgileri her seferinde yeniden “öğrenmemize” gerek kalmadan) içinde bulunduğumuz durumların üstesinden hızla gelmemiz konusunda yardımcı olur.

Diyelim ki tabağımızda bir elma var, onunla ne yapacağımız bellidir. Oysa birinin, meyveyi işaret edip size şöyle sorduğunu hayal edin: *Bu yenir mi? Bu nasıl yenir? Kabuklu mu, kabuksuz mu? Bunu nasıl soyarız, nasıl keseriz? İçinde dikkat etmemiz gereken bir çekirdeği var mı?* Hâlbuki elma dendiğinde biz şu şemayı çağırırız: “Elmayı ye!” Bunun için ne yapmamız gerektiğini de tam olarak biliriz.

Ancak bir şema, sadece tekrarlanan ve bildiğimiz bir durumu bir kez daha tanımamıza yardımcı olmaz. Şemaları, eksik bilgileri tamamlamak için de kullanırız. Örneğin, şemaya karşılık gelecek şekilde hafızamızdaki bazı boşlukları detaylarla doldururuz. Bu yüzden mahkemede birçok tanığın ifadesi geçersiz sayılır. Özellikle en efsanevi olan trafik kazalarında, deyim yerindeyse “gürültü tanığı” şöyle der: “Tam arkamda bir gürültü

- duydum. O an arkamı döndüm ve kırmızı arabanın mavi arabaya çarptığını gördüm!” Elbette gürültüyü duyduktan *sonra* arkasını dönmüş biri kazayı görmüş olamaz! Ancak gürültü tanığı kazaya tanık olduğuna kesinlikle emindir. Bu ne demektir? İki arabanın çarpıştığı bir kazayı gördüğümüzde (kaza olduktan sonra), bizde kazanın nasıl olduğuna dair bir şemayı çağırıştırır. Şema hafızamızdaki eksik bilgileri tamamlar.

Şemaların yardımıyla belirsiz bilgileri de düzenleriz, tıpkı başlangıçta verilen örnekte olduğu gibi. Peki, birçok şık uyduğu takdirde hangisini seçeriz? Genellikle en kolay ulaşılabilir olanını seçeriz çünkü çok kısa bir süre öncesine kadar en aktif olanı odur. Bu yüzden bir cinayet filmi seyrederken her gıcırta bir hırsızın sebep olduğunu düşünürüz ve şayet o anda cinsellikle ilgili bir şeylerle meşgulsek, komşudan gelen inleme sesini cinsel bir aktiviteye bağlarız.

Mizah psikolojisi de aynı şekilde çalışır. Bir komedyen, söylediği bir şeyi veya bir durumu, zihnimizde var olan ama geri planda kalmış bir şemayla ilişkilendirir. Seyirci öncelikle en yakındaki şemayı düşünür (inleme = seks örneğinde olduğu gibi) ve mümkün olmakla birlikte erişilebilirliği daha zor olan başka bir yorumla (inleme = faturalar) şaşırtılır.

Şemaların aktivite edilmesi “çağırışım” adı verilen bir yöntemle bilinir. Çağırışım şemayı daha kolay erişilebilir hale getiren süreçtir. Bunun klasik bir örneği 1970'lere

dayanır: Deneklere “Donald” adlı biri tarif edilir. Tarif şu şekilde muğlak ifadeler içerir: “Biri kapıyı çalar ama Donald onun içeriye girmesine izin vermez.” Deneklere gözlerinin önüne getirilecek kelimeleri ezberlemeleri çünkü bunun aynı zamanda bir hafıza testi olduğu söylenir. Bir gruba “girişimci, öz güvenli” kelimeleri, bir diğer gruba “kibirli, itici” kelimeleri gösterilir. Sonrasında denekler Donald’ı olumlu ya da olumsuz bir kişi olarak değerlendirirler. İki grup da Donald hakkında aynı metni okumasına rağmen öncesinde olumlu kelimeleri ezberleyen grup onu olumlu, diğer grup ise olumsuz olarak değerlendirir.

Günlük hayatta yapılan yaygın bir test belki size de uygulanmıştır. Size hızlıca birkaç soru sorulur:

Kar ne renk? Beyaz.

Bulutlar ne renk? Beyaz.

Karşıdaki duvar ne renk? Beyaz.

Sonra da, “İnek ne içer?” diye sorulur ve birçok insan, “Süt!” diye cevap verir.

Sorular “çağrışım yaptırır”, şemayı aktif hale getirir ve bu şemadan yola çıkarak beynimiz aslında “su” cevabını vermemiz gerekirken bize beyaz bir sıvıyı düşündürür.

İlginç olan ise çağrışımın, insanlar kelimeleri bilinçli bir şekilde algılamadığında da çalışmasıdır. Az önce verdiğimiz örnekte deneklerden kelimeleri daha önceden ezberlemeleri istenmez ama kelimeler hızlı bir şekilde, sanki bir sinema perdesine yansıtılır gibi gözlerinin önüne

- getirilir, bu sebeple onları bilinçli bir şekilde deşifre edemezler, bu da deneyin sonucunu değiştirmez.

Yani çağrışım, belli bir tutum içinde olmamızı ve başkalarının da belli bir tutum içinde olmasını sağlamanın en mükemmel yoludur. Eğer can sıkıcı meslekttaşınızla ilişkinizi iyileştirmek istiyorsanız, çalışma gününe başlamadan önce kendinize “hoş, eğlenceli, ilginç, kibar” gibi kelimelerle telkinde bulunun. Eğer meslekttaşınızın sizi sempatik bulmasını istiyorsanız, onun bu kelimeleri sarf etmesini sağlamalısınız, mesela düzeltilerini yapmasını rica edeceğiniz bir mektup taslağı yazabilirsiniz.

Bazı çalışmalar, önceden “düşünceli” ya da “adil” gibi çağrışım yapacak kelimelerin verildiği bir oyunda, deneklerin daha iş birlikçi davrandıklarını göstermiştir.

Patronunuzla önemli bir görüşme yapacaksanız, sanki tesadüfen başka birinden bahsediyormuş gibi yapın ve bu yolla patronunuza mümkün olduğunca olumlu ifadeler kullanarak çağrışım yapmasını sağlayın. Otomatik olarak size çok daha olumlu davranacaktır.

Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., Lee-Chai, A. Y., Barndollar, K. & Troetschel, R. (2001), “The automated will: Nonconscious activation and pursuit of behavioral goals”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 1014-1027.

Higgins, E. T., Rholes, W. S. & Jones, C. R. (1977), “Category Accessibility and Impression Formation”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 141-154.

SİZİ KAÇ MİLYON AVRO MUTLU EDER?



••• Sosyal kıyaslama sizi talihsizliğe nasıl
•• iter ve buna engel olmak için neler
yapabilirsiniz?

Patronunuzun ofisindesiniz. Nihayet cesaret ettiniz. Karınız sizi aylardır sıkıştırıyor: "Bugün ona sordun, değil mi?" Yatağınızın başucunda içine notlar yazdığınız *Die erfolgreiche Gehaltsverhandlung* (Başarılı Maaş Görüşmesi) gibi kitaplar var. Çarşamba günü sorulması gerektiğini öğrendiniz, pazartesi çok yoğun olur, cuma hafta sonu atmosferi ve ciddi pazarlıklar için uygun değil. Artık isteğinizi dile getirdiniz ve az sonra patronunuzun itirazlarına karşılık olarak ne söyleyeceğinizi düşünmeye başladınız bile. "Maaş görüşmeleri danışmanı"nın kendisine verdiği bilgiye dayanarak, "Ne yazık ki maaş düzenlemesine göre elim kolum bağlı," diyecek...

Ama gerçekte, "Hay hay, ne kadar olmasını istiyorsunuz?" diye soruyor.

Şaşıyorsunuz! Bunun üzerine bir cesaret, "Ayda on bin avro!" diyorsunuz.

Ayda on bin avro! Bu şimdiye kadar kazandığınızın neredeyse üç katı. Evinizin taksitini rahatlıkla ödeyebilir, arada sırada çocuklarınıza güzel bir şeyler alabilirsiniz.

Bu miktar sizi nihayet tatmin edecek...

Peki, buna gerçekten inanıyor musunuz?

Diyelim ki bu masalsı görüşme gerçekleşecek ve siz de eski maaşınızın üç katını alacaksınız: Bir yıl içinde maaşınıza tekrar zam isteyeceğiniz konusunda iddiaya girelim mi?

Bir deneyde insanlara şöyle bir soru sorarlar: A dünyasında mı, yoksa B dünyasında mı yaşamak isterdiniz? A dünyasında yılda elli bin avro, B dünyasında beş yüz bin avro kazanacaksınız. Karar vermesi kolay. Ama mesele şu ki A dünyasında maaş ortalaması kırk bin avro, B dünyasında ise bir milyon avro! Soru sorulan insanlar sizce ne kadar açgözlü? Birçok insan için hak edilen parayı kazanmanın bir önemi yok. A dünyasında kazanacakları elli bin avro seçeneğini tercih ediyorlar. Önemli olan, diğer insanlardan daha fazla para kazanmaları.

Bir başka ilginç deneyse bu bulguyu nörobilimsel olarak da ispatlamaktadır: Katılımcılar bilgisayarın başına oturtulur ve verilen görevleri yerine getirmeleri istenir. Doğru yaptıklarında para kazanacaklardır. Katılımcılar bu esnada ilginç bir avantaja sahiptir. Hemen yanlarındaki kişilerin kaç para kazandıklarını görebilirler. (Evde de öyle olmasını isterdiniz, değil mi?) Deney esnasında beyinlerinin ödül merkezindeki aktivite ölçülür. Sonuç: Elbette insanlar para kazandıklarında seviniyorlar. Ama yanlarındaki kişiden daha çok kazandıklarında sevinçleri maksimum düzeye çıkıyor.

Biz buna “sosyal karşılaştırma teorisi” diyoruz. Bu teoriye göre, kendimizi diğerleriyle kıyasladığımız anda her türlü güzel olay karşısında mutsuz oluyoruz çünkü birileri mutlaka bizden daha fazlasına sahip oluyor.

“Sosyal karşılaştırma” Leon Festinger’ın geliştirdiği bir teoridir. Festinger’a göre, her insan kendisini başkalarıyla kıyaslayarak kendisiyle ilgili bilgi sahibi olur ve bu yüzden bunu sürekli yaparız.

Üç olasılık vardır: Birincisi, kendimizi bize benzeyen insanlarla kıyaslarız. Gerçi bu biraz sıkıcı bir durum ama bize kendimizle, durumumuzla ve bize dair olasılıklarla ilgili gerçekçi bir resim verecektir.

İkincisi, kendimizi bizden daha kötü durumda olan insanlarla, mesela daha az para kazanan veya daha sağlıksız bir yaşam sürenlerle kıyaslayabiliriz. Kıyaslama, ne kadar iyi olduğumuzun ve ne kadar harika

- bir yaşam sürdüğümüzün göstergesidir, yani kendimize olan öz saygımızı artırır.

Üçüncüsü, kendimizi daha üst seviyedekilerle, bazı noktalarda bizden üstün olanlarla kıyaslayabiliriz. Bu bir yandan gelişme duygumuzu tetikler, diğer yandan da nasıl biri olmadığımızı ve nelere sahip olmadığımızı gösterir ki bu da bizi mutsuz eder.

Bu maaş artışınız sizin için ne anlama geliyor? Düşünün: Dünyada diğer insanlardan daha fazla para kazanan kaç kişi vardır? Doğru, sadece bir tane! Bu tek kişi siz olmadığınız sürece asla yetinmeyeceksiniz. Bu bilimsel olarak kanıtlanmıştır. En iyisi, bir maaş değişikliğinin hayatımızın üzerinde fantastik etkiler yaratacağına inanmamak. O zaman patronunuzun size maaş danışmanı gibi davranıp, “Hayır!” demesinin de bir önemi kalmaz.

Diğer iki sosyal karşılaştırmayı da daha sık düşünmelisiniz. Kendimizi bizden daha iyi durumdakilerle kıyaslamak bizi mutsuz ediyorsa, kendimizi bizden daha kötü durumdakilerle kıyaslayarak moralimizi yükseltebiliriz. Hepsi bu kadar da değil: Kendimizi bizden daha kötü durumdakilerle kıyaslamak genellikle hayatımızdaki güzellikleri ve armağanları görmemizi, karşılığında da şükran duymamızı sağlar. Yakın çevrenizde kendinizi kıyaslayacağınız, sizden daha kötü durumda birini bulamıyorsanız televizyonda haberleri izleyin.

Festinger, L. (1954), "A Theory of Social Comparison Processes", *Human Relations*, 7, 117-140.

Fliessbach, K., Weber, B., Trautner, P., Dohmen, T., Sunde, U., Elger, C. E. & Falk, A. (2007), "Social Comparison Affects Reward- Related Brain Activity in the Human Ventral Striatum", *Science*, 318, 1305-1308.

KADINLAR NASIL SULU GÖZ, ERKEKLER NASIL DUYGU YOKSUNU OLUR?

Gerçekçilik size tatmin edici bir
birliktelik sunar.

Elinizi kalbinize koyun ve dürüst olun: Ne kadar
gerçekçisiniz?

(Erkekler, size söylüyoruz: Kalbiniz sol göğsünüzün altında,
yani başka koşullar altında ilginizi çekmeyen bir bölgede.)
Sizce içinizle, ruh halinizle, duygularınızla iletişim ne
kadar güçlü?

Vereceğiniz doğru cevap sadece cinsiyetinizle değil,
yaşınızla da alakalı olabilir: Yaşlandıkça kendimize
yabancılaşırız, kendimizden uzaklaşırız. Küçük birer

çocukken duygularımızı çok iyi biliriz ama zaman geçtikçe duygularımızı gitgide kaybederiz.

Örneğin bir adama, “Bu durumda ne hissediyorsunuz?” diye sorduğunuzda, cevabı genellikle, “Şey, karım şunu bunu yapıyor,” olur (çift terapistleri buna tanıklık eder).

Bu örnek, gerçek duygular ile “sözde duygular” arasındaki farkı özetler: Biz yetişkinler, günlük hayatımızda genellikle sözde duygularla tartışmaya meylederiz. Popüler örneklerden bazıları şunlardır: “Beni dinlemediğini hissediyorum!”, “Yanlış anlaşılmış gibi hissediyorum!”, “Kendimi baskı altında hissediyorum!”, “Beni ciddiye almadığını hissediyorum!”

Sorun nerededir?

Gerçi “hissetmek” ve “his” terimlerini kullanırız ama bunlar sadece kamuflej içindir çünkü gerçekte başkaları hakkındaki düşüncelerimizi, yargılarımızı ifade ederiz. Örneğin, “Beni sevmediğini hissediyorum,” dediğimde (içten içe) şunu düşünüyordumdur: “Beni sevmiyorsun!” Bu da içimde (kalp ve midede) derin bir hareketliliğe, gerçek bir duyguya neden olur. Şimdi kendinizi biraz zorlayın: *Böyle bir durumda kalbimde ne hissederdim?* Tam olarak şöyle olurdu: Üzgün olurdunuz, güçsüz ve depresyonda hissederdiniz.

İşte bunlar “gerçek duygular”. Konuyu toparlayacak olursak: Bir his sadece içimizdeki bir duygu olabilir.



- Başkasının yaptığı ya da daha da kötüsü, başkasının yaptığını sandığımız bir şey değil.

Gerçek duygulardan bahsetmenin bazı avantajları vardır: Eğer duygu benim içimdeyse, o zaman onun sorumluluğunu alabilir ve duygu dünyamı etkileyebilirim. Ayrıca kimse duygularımı elimden alamaz. Meslektaşına, “Beni anlamadığını hissediyorum,” dediğimde bana şöyle karşılık verebilir: “Seni gayet iyi anlıyorum!” Buna karşın, “Hayal kırıklığına uğradım!” dediğimde bana nasıl bir cevap verir? Ayağını yere vurup burnundan soluyarak, “Bu doğru değil, hayal kırıklığına uğramadın!” mı der? Odaklandığımız şey gerçek duygularımızsa, o zaman onları pekâlâ ifade edebiliriz.



Eğer günlük hayatınızda gerçek duygular ile sözde duygular arasındaki farkı görmek istiyorsanız, sözde duyguların en güzel örneklerinden birini aklınıza kazıyın: “Duvarla konuşuyormuş gibi hissediyorum!” Beton duvarın benim iç dünyamla ne ilgisi var? Bu nasıl bir duygu olabilir?

Gerçek olumlu duygu örnekleri şunlardır: denge, sükûnet, rahatlık, mutluluk, canlılık, heyecan, coşku, aşk, özgürlük, minnettarlık, iyimserlik, heves. Gerçek olumsuz duygu örnekleri şunlardır: yalnızlık, kıskançlık, açlık, bitkinlik, uyuşukluk, tereddüt, depresiflik, sağırılık, çaresizlik, kararsızlık, korku, hüsrân, endişe, gerginlik.

Bu bizi bir sonraki noktaya götürür: “Pozitif” duygulara karşı “negatif” duygular nasıl sınıflandırılır? Çok basit: Kalıplar günlük yaşantımızla baş etmemizi sağlar ve daha önceki konularda şemalardan bahsetmiştik (25 ve 30. sayfalardaki bölümlere bakınız). “İyi” ve “kötü” duyguların sınıflandırılması da ne yazık ki oldukça problemlidir. Çocukluğumuza bir göz atalım: Çocuk düşer, canı acır ve ağlar, peki annesi genellikle nasıl tepki verir? Onu yerden kaldırıp, “Acımadı ki!”, “Yok, yok, bir şey olmadı!” veya “Geçti geçti!” gibi şeyler söyler. Peki, çocuğa ne olur? Aklı ile kalbi arasında bir çeşit çelişki yaşar: “Çok acıyor!” (gerçek duygu) ve “Acımadı ki!” (duygu etiketi). İşte o anda çocuk, kendine yabancılaşma yolunda ilk adımı atmış olur.

Teselli etme eğilimi iyi niyetli bir yaklaşım tarzıdır (94. sayfada bu konudan daha fazla bahsedeceğiz). Ancak pek işe yaramaz, hatta zarar verir: Niyet (yardım) ve etki (gelişimsel bozukluk) birbirinden çok farklıdır ancak verilecek tavsiye her iki açıdan önemlidir.

Hayatımızın başından itibaren, “sahip olmamız ve olmamamız gereken” duygularımız olduğunu öğreniriz. Çünkü sağduyumuza dayanarak söz konusu hissi, onu yaşama olasılığıyla bir tutarız. Örneğin, toplumumuzda öfke olumsuz bir duygu olarak kabul edilir çünkü doğrudan “birinin kafatasını patlatmakla” bir tutulur.

Bu çok ilkel bir düşüncedir ve birçok durumda, duygularımızı hissetmeye cesaret edemememize neden olur. Öfke kimseye zarar vermeyen, sadece midemizin guruldamasına sebep olan bir şey de olabilir. Önemli olan, öncelikle tüm duygularımızı hissetmemiz, tanımamız, kişiliğimizin bir parçası olarak görmemiz ve onlara kucak açmamızdır. Çünkü onları bastırırsak, bilincimiz dışında çalışmayı sürdürür ve bizi hasta edebilirler (193. sayfadaki bölümde bu konudan daha detaylı olarak bahsedeceğiz). İkinci adımda, “Kendimi ne açıdan daha iyi hissetmek isterim ya da nasıl daha iyi hissederim?” veya “Bu durumda nasıl davranmalıyım?” diye düşünebiliriz ve bunun üzerinde çalışabiliriz. Çünkü artık kendi duygularımızdan sorumlu olduğumuzun ve bu sayede duygu dünyamızı kontrol edebileceğimizin farkındayızdır.

Kadınların sulu göz, erkeklerin de duygu yoksunu olması bu yolla kolaylıkla ve etkili bir biçimde engellenmiş olur. Eğer başvurduğumuz şemaları bir kenara koyarsak, duygulara olan erişimimizi güçlendirirsek, “iyi” ve “kötü” diye değerlendirme yaparken daha temkinli davranırsak, hepimiz istediğimiz gibi olma ve istediğimiz şekilde hissetme şansına sahip oluruz. O zaman çocuklarımız, “Seni gidi sulu göz!” ya da “Senin gibi güçlü birinin canı yanmaz!” gibi sözlere maruz kalmaz, modası geçmiş rol modellerine ve değer yargılarına uymak zorunda olmaz. Kendi yarattığımız kehanetlerden vazgeçer, hiç olmadığımız biri gibi davranmaktan ve belki de toplumun bize dayattığı kişi olmaktan imtina ederiz.

Sözün özü: Kendiniz olun, gerçek duygularınızı hissedin.

Bırakın herkes kendisi olsun ve gerçek duygularını hissetsin. (Sonuçta hiçbir kadın duygusuz bir erkek istemez, değil mi?)

Holler, I. (2010), *Trainingsbuch Gewaltfreie Kommunikation* (4. ve 5. bölümler), Paderborn: Junfermann.
Rosenberg, M. B. (2019), *Şiddetsiz İletişim: Bir Yaşam Dili* (5. ve 6. bölümler), çev. Gizem Alav, Remzi Kitabevi.

İLK GÜLEN, İYİ GÜLER

Nörofizyolojik "yüzsüz geri bildirim
hipotezi" hayatınızı nasıl daha
neşeli kılar?

Bir önceki bölümde ele aldığımız duygularla ilgili yeni bilgileri aşağıdaki durumlarda ele alın:

- ☐ Sınavınız berbat geçiyor.
- ☐ İş görüşmeniz kötü gidiyor.
- ☐ Hayat arkadaşınız size yalan söylüyor.
- ☐ Çocuğunuz sizin kötü bir ebeveyn olduğunuzu düşünüyor.

Bu durum sizde hangi duyguyu uyandırıyor? En iyisi bir an için aynaya bakın: Kendinizi berbat ve depresyonda hissediyorsunuz, suratınız asık, başınız eğik... Doğal bir tepki. Size neden özellikle böyle durumlarda aynadaki kötü aksinize gülümseyerek bakmanızın önemli olduğunu anlatacağız.

Daha önce de belirttiğimiz gibi, insanın kendi iç dünyasına iyi bir erişim sağlaması, kendisini ve duygularını ciddiye alması, karşısındaki kişilerin de duygularına saygı duyması, kendi ruh sağlığı açısından son derece önemlidir (bir önceki bölüme bakınız).

Eğer bunu yeterince başarabiliyorsak, artık algılarımız ve istediğimiz koşullar üzerinde aktif bir şekilde çalışmaya başlayarak ikinci adımı atabiliriz. Bunun için de ilk iş olarak batıl inançlarımızı temizlemeliyiz: Son gülen, iyi güler!

Ancak son gülen kısa sevinçler yaşar. Sevinç, yaşamımızı değerli kılar ve biraz sonra bize nasıl yardımcı olacağını göreceğiz.

Hayat hep nasılsa öyledir. Birlikte yaşadığımız diğer insanlar kendileri gibidir. Onları kafanıza göre değiştirmeniz ne yazık ki kolay değil. Patronunuzu en son ne zaman değiştirebildiniz? Ya da üvey annenizi? Çocuklarınızı? Bu yüzden en iyisi biz kendimize, düşüncelerimize ve duygularımıza odaklanalım. Çünkü eğer biz kendimizi içsel olarak değiştirebilirsek, bu en azından dış dünyamızın ve çevremizde bizimle birlikte yaşayan insanların değişmesi konusunda teşvik edici olur.

Siz de bazen sabahları yataktan iyi hissederek kalkmak istemiyor musunuz? İşinizi sevmek istemiyor musunuz? Toplantıya girdiğinizde kendinizi şanslı hissetmek istemiyor musunuz? Eve geldiğinizde yüzleri mutlulukla ışıldayan insanlar görmek istemiyor musunuz? Çevreniz-

- deki insanların sizi içten bir şekilde sevmesini, onlarla samimi ve mutlu ilişkileriniz olsun istemiyor musunuz? Herkes tarafından saygı görmek istemiyor musunuz?

Kader karşınıza tolerans gösteremeyeceğiniz şeyler çıkardığında bu tür düşünceler size biraz saçma gelebilir. Ama şunu unutmayın: Aslında buna hakkınız var.

Sevinç güzel bir ruh hali ve rahatlatıcı bir duygudur, sevinçli hissettiğimiz anda tüm zihinsel ihtiyaçlarımız tatmin olur. Bu hoş bir duruma, mesela bir olaya, bir insana veya bir anıya verdiğimiz spontane ve doğal bir tepkidir.

Kahkaha da yine genellikle sevinç ve mutluluk belirtisidir. Etkisini özellikle toplum içerisinde ikiye katlar. Tıp, kahkahayı tedavi desteği olarak görmektedir. Evet, gülmek sağlıklıdır! Bilimsel araştırmalar, kahkahanın birçok hastalığın iyileşme sürecini desteklediğini kanıtıyor. Artan mutluluk sayesinde stres azalır, hormon salınımı bağışıklık sistemini güçlendirir ve hastalıkları önler. Ayrıca kahkaha atmak kardiyovasküler sistemi, diyaframı, ses tellerini, yüz ve karın kaslarını harekete geçirir. Ayrıca kan basıncı ile kandaki oksijen seviyesinin artmasına ve alt karın bölgesine bir tür içsel masaj yapılmasına yol açar. Kahkaha, acı hissinin bile önemli ölçüde azalmasını sağlar.

Tüm bu bulgular, 1960’larda tanınmış psikolog Silvan Tomkins tarafından geliştirilen “yüzselsel geri bildirim hipotezi”nde mevcuttur. Bu hipoteze göre, duygusal

deneyimlerimiz yüz ifadelerimize bağlıdır. Bu nedenle duygularımızı yüz ifadelerimizle etkileyebilir ve kontrol edebiliriz: Sadece iyi hissettiğimiz için gülmeyiz, aynı zamanda gülerek kendimizi gerçekten çok daha iyi hissedebiliriz.

Bunun için birinin şaka yapması da gerekmez. Çünkü yüz ifadelerimiz doğrudan duygusal merkezimizle ilişkilidir: Ruh halimizi değiştirmek için sadece mekanik bir şekilde dudak kenarlarımızı havaya kaldırmamız yeterli (gözlerimizin gülmesine bile gerek yok, bu yaşlanma karşıtı bir gülüştür). Beynimiz hemen güzel duygular hissetmemizi sağlamaya başlar. Bu etki deneylerle kanıtlanmıştır ve gerçekten de sonuçları çarpıcıdır! Bu deneyler sayesinde her gün kendi mutluluğumuza nasıl katkıda bulunabileceğimize dair çok basit ve aynı zamanda son derece etkili bir başlangıç noktası bulmuş olduk. Bunu hemen bugün deneyebilirsiniz. Tebessüm edin. Etrafta mutlu bir yüz ifadesiyle gezin. İçinizde neler olup bittiğini hissedin. Hoş bir sürprizle karşılaşacaksınız.

Bir şey daha: Bu yeni tutumunuzun çevrenizdeki diğer insanlarla ilişkinizi nasıl şekillendirdiğini gözlemleyin. Bildiğiniz üzere gülmek ve sevinç bulaşıcıdır. “Ne ekersen onu biçersin” sözünde olduğu gibi... Yani bu atasözünün haklılık payı var (neden böyle olduğunu bir sonraki bölümde anlayacaksınız). Karşınızdaki kişi ister meslektaşınız isterse de patronunuz, hayat arkadaşınız, kız arkadaşınız, komşunuz olsun, gülümsediğinizi

- anlar, farkında olmadan sizin hoş ve dengeli bir insan olduğunuzu, karşılaşmanızın keyifli ve tatmin edici bir seyir içinde geçeceğini düşünür. Bu beklenti karşınızdaki insanın tutumunu değiştirir. Peki samimi, nazik, kibar ve saygılı olmanın kime faydası olur? Tabii ki size!

Bunu, “Kahkahasız geçen bir gün, boşa geçmiş bir gündür,” diyen Charlie Chaplin’den daha iyi kim bilebilir?

Strack, F., Martin, L. & Stepper, S. (1988), “Inhibiting and facilitating conditions of the human smile: A nonobtrusive test of the facial feedback hypothesis”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 768-777.

Tomkins, S. (1962), *Affect, imagery, consciousness: The positive affects*, New York: Springer.

DÜŞÜNCE GÜCÜYLE DÜNYEVİ İŞLERİ YÖNETİRSİNİZ

"Kendi kendini gerçekleştiren kehanet" günlük hayatınıza daha fazla güç katar.

Bir zamanlar, hastalıklardan çok korkan bir adam varmış. Günün birinde kendisini o kadar kötü hissetmiş ki çoktan öldüğünü düşünerek korkmaya başlamış. Perişan bir halde karısına koşmuş. Karısı onun ellerini tutmuş, sadece gülmüş ve sevgi dolu gözlerle, "Ellerin hâlâ sıcak olduğuna göre ölmüş olamazsın," demiş. Noel'den birkaç gün önce adam bir çam ağacı kesmek için ormana gitmiş. Alnında biriken teri sildiğinde tüm bedeni ürpermiş çünkü elleri buz gibiymiş. Korkuyla işini bırakıp, "Neden ağaç kesmeye çalışıyorum ki? Ben çoktan ölmüşüm!" diye düşünmeye başlamış. Üzüntü içinde karlara yatmış. Sonra da, "Neyse ki çoktan ölmüşüm, yoksa bu soğukta donardım," diye düşünmüş.

Şimdi sizden düşüncelerinizle dünyada olup bitenleri ne kadar etkilediğinizi düşünmenizi istiyoruz...

Mutlaka daha önce “kendi kendini gerçekleştiren kehanet”le ilgili bir şeyler duymuşsunuzdur. Kendi kendini gerçekleştiren kehanet, bir tahmindir. Dolayısıyla bazı durumların sonuçlarıdır.

Örneğin, bir deneyde rastgele seçilmiş öğrencilerden oluşan bir grup oluşturulsa ve bu öğrencilere okulun en iyileri oldukları söylene, eğitim döneminin sonunda zekâ katsayılarının ölçülebilir derecede arttığını görürüz. Çok iyi oldukları söylenmeyen bir diğer grupta ise hiçbir değişiklik olmaz. Bu etki ilk olarak Amerikalı psikolog Robert Rosenthal tarafından kanıtlandı, bu yüzden de “Rosenthal etkisi” olarak biliniyor.

Kendi kendini gerçekleştiren kehanet nasıl çalışır? Bunun cevabını “bilişsel uyumsuzluk” kuramında bulabiliriz (66. sayfada bu konudan ayrıntılı olarak bahsedeceğiz). Öğrenciler daha çalışkan ve özenli davranırlar, onlara atfedilen itibara otomatik olarak uyarlar.



Çoğu zaman bir kehanetin bize açık bir şekilde söylenmesi gerekmez. Bir klişeden yola çıkarız ve sonra bu klişenin gerçekleştiğinden emin oluruz. Bu yüzden de genellemeye meyilliyiz. Bu sayede günlük hayatımızı kolaylaştırırız çünkü bazı durumlarda artık dikkatli olmak zorunda kalmaz, kalıplaşmış düşüncelerimize dayanarak bilinçsizce sonuç çıkarabiliriz (30. sayfaya bakınız). Örneğin, bilimsel araştırmalar, fiziksel olarak çekici bulduğumuz kişilere “arkadaş canlısı” ve “nazik” gibi olumlu psikolojik nitelikler yüklemeye meyilli olduğumuzu göstermiştir. Bu bağlamda, “halo etkisi” oldukça önemlidir (111. sayfaya bakınız).

Eğer trende çekici ve iyi giyimli genç bir kadınla tanışırsanız, daha siz farkında olmadan bir klişe ortaya

- çıkar. Karşınızdaki kadının kibar ve asil biri olduğunu bildiğinizden, siz de buna uygun, yani kibar ve asil bir şekilde davranırsınız. Konuşmanın sonunda belli bir sonuca varırsınız: Trendeki bu tanışma gerçekten de kibar ve asil bir şekilde gerçekleşmiştir. Klişe düşüncelerin bir sonucu olarak buna uygun davranışlar gösterdiğinizden karşınızdaki kişi de buna uygun tepkiler vermiştir. Bu durum da nihayetinde kehaneti kanıtlamış olur.

Burç yorumları da kendi kendini gerçekleştiren kehanetleri haklı çıkabilir. Örneğin burç yorumu bize, “Önümüzdeki hafta kaza geçireceksiniz!” derse, o zaman büyük bir olasılıkla duyduğumuz korku ve endişe yüzünden o kadar dalgın ve kontrolsüz davranırız ki sonunda ya tökezleriz ya da bir yere çarparız.

Dedikodu kazanı da (olumlu ya da olumsuz) benzer şekilde çalışabilir: Biri yanlış bir tahminde bulunup bunu yayarsa, mesela, “ABC önümüzdeki hafta iflas edecek!” derse, o zamana kadar sapasağlam ayakta duran ABC bankasının iflas etmesi söz konusu olabilir çünkü alacaklılar olası bir iflası duyup önlem olarak tüm fonlarını geri çekebilirler.

Kendi kendini gerçekleştiren kehanetle yakından ilişkili olan bir başka şey de plasebo etkisidir: Farmakolojik ajan içermeyen bir ilacın etkisi tamamen psikolojiktir.

Bütün bu örnekler düşüncelerimizin muazzam gücü konusunda bizi bilgilendirir. Peki, hayatımızdaki kontrolsüzlüklere rağmen kontrol olanaklarımız olmalı mı? (138. sayfaya bakınız.)

Eğer negatif şeyler yapabiliyorsak, pozitif şeyleri açığa çıkararak benliğimizi aktif olarak şekillendirmemiz de mümkündür. Bunu iç huzurumuz ve mutluluğumuz için kullanabiliriz: Bizzat deneyebilirsiniz. Her sabah, güne başlamadan önce şunlara benzer cümleler kurun: “Bugün sadece iyi insanlarla karşılaşacağım!”, “Bugün çok başarılı bir gün olacak!” veya “Tüm kalbimle mutluyum!”

Kendi kendini gerçekleştiren kehaneti diğer insanlar için de kullanabilirsiniz. Daha önce bahsettiğimiz öğrencilerle ilgili deneyi anımsayın: Birinin belli bir özelliğini kullanmasını istiyorsanız, ona sadece bu özelliği için övgüler yağdırın, gerçek duruma adapte olacaktır. Övgüyü alan kişi, bu pozitif özelliğiyle ilgili kendisiyle o kadar gurur duyacaktır ki gelecekte de bu övgüye layık olabilmek için çok dikkatli davranacaktır. Aksi takdirde kendinde hiç hoş olmayan bir bilişsel uyumsuzluk görecektir (66. sayfaya bakınız). İş arkadaşınızın müşterilere daha nazik davranmasını mı istiyorsunuz? O halde sadece şöyle söyleyin: “Bayan Bilmem Kim, müşterilere bu kadar hassas davranmanıza hayranım. Bunu sizden daha iyi yapan biri yoktur!”

Bazı şeylerin değişeceği konusunda iddiaya var mısınız?

Biggs, M. (2009), "Self-fulfilling Prophecies", yer aldığı eser: (Ed.) Bearman, P. & Hedström, P., *The Oxford Handbook of Analytical Sociology* (13. bölüm), Oxford: University Press.

Ferraro, F. & Sutton, J. (2005), "Economics Language and Assumptions: How Theories can become Self-Fulfilling", *Academy of Management Review*, 30, 8-24.

ÇİNSEL HAYATINIZI (VE DİĞER ŞEYLERİ) TEKRAR NASIL İLGİNÇ HALE GETİRİRSİNİZ?

"Algı kategorizasyonu"yla hayatınız daha heyecan verici bir hal alır.

Şu anda eşinizle ne sıklıkla seks yapıyorsunuz?

- ☐ Ne yazık ki saatte bir kez, ne de olsa arada yemek yememiz ve çalışmamız lazım.
- ☐ Haftada bir kez.
- ☐ Seks mi? O da ne? Wikipedia'dan bakmam lazım.
- ☐ Hayat arkadaşım yok ama seks hayatım muhteşem, sorduğunuz için teşekkürler.

Birbirinizi iki yıldır tanıyorsanız ve hâlâ ilk cevabı verebiliyorsanız lütfen bize başvurun, sürekli yeni araştırma katılımcıları arıyoruz. Ama birçoğunuz daha alt

- sıralardaki cevapları tercih edecektir ve birbirinizi ne kadar çok tanıyorsanız cevaplardan o kadar aşağıda olanı seçersiniz. Tabii bir noktada bunu yapmanızın nedeni, günün birinde bütün arkadaş çevrenizin hayat arkadaşınıza gıptayla bakmasına ve onunla yatmak istemesine yol açmamak da olabilir. Ancak biz yatak odamızda yan yana uzanıp *ALDI* broşürlerine göz atmayı daha heyecan verici buluruz.

Peki, bu trajik duruma nasıl geliriz ve bunu nasıl değiştirebiliriz?

Her şeyden önce tüm insanların yaşlandıkça çekiciliğini yitirdiğine dair nahoş gerçeğe dikkat çekmek zorundayız. Üzgünüz, bunu biz bile değiştiremeyiz. Bu özellikle uzun ilişkilerde önemlidir (şehirliler için “uzun süredir” ifadesi “yirmi yıldır” demektir, yirmi saat değil).

Ancak ilişkilerde cinsel çekiciliğin zaman içinde azalmasının asıl nedeni, alışkanlıktır. Alışkanlığın felç edici gücüdür! Daha önce bu konuya değinmiştik (20. sayfaya bakınız). Ne yazık ki bu güç yirmi yıldan sonra değil, daha ilk seks deneyiminden itibaren devreye girer. Bu yüzden de hayat arkadaşımız o andan itibaren, onunla yatağa girmemiş insanlar için bize olduğundan daha çekici gelir. Ne yazık ki durum böyledir ve gitgide kötüleşir. Malum aktivite her tekrarlanışında bizim için daha az ilginç hale gelir.

Peki, bu aktivite ne zaman “tekrarlanır”?

Bilimin bu konuyla ilgili şaşırtıcı bir cevabı var: Birbirine benzer faaliyetleri ne sıklıkta tekrarlanan faaliyetler olarak gördüğümüz bize, daha doğrusu zihnimizde oluşturduğumuz kategorilere bağlıdır.

Bu konuyla ilgili ilginç bir deneyden bahsedelim: İnsanlardan farklı lezzetteki şekerlemeleri denemeleri istenir. Bir bilgisayar ekranındaki sayaç, her bir katılımcının kaç tane şekerleme yediğini gösterir. Bu arada iki grup vardır. Bir gruptakilere aroması belirtilmeden eşit miktarda şekerleme verilir. Diğer gruptaki bilgisayar sayacı, yenen şekerlemelerin aromalarına (kirazlı, portakallı, kivili) göre yapılan değerlendirmeleri gösterir. Katılımcılar bütün şekerlemeleri değerlendirmelidir. Sonuç: Şekerlemelerin aroma kategorilerini gören ve tek tek değerlendiren denekler, şekerlemeleri aromasını bilmeden yiyip topluca değerlendiren deneklerden çok daha fazla keyif almıştır.

Hâlbuki herkesin tükettiği şekerleme türleri ve aromaları aynıdır. Bir sayaç, nasıl böyle bir fark yaratabilir?

Farklı kategorilerdeki şekerlemeleri deneyenler, bireysel zevkler arasındaki farklılıklara odaklanır ve bu şekilde daha az tekrar duygusu yaşar. Buna karşın, diğer gruptaki denekler şekerlemeleri hızlıca tadarlar çünkü bilgisayar tüm şekerlemeleri aynı aroma kategorisinde gösterir. Dolayısıyla onlar için her bir şekerlemeyi emmek sadece bir tekrardır, bu alışkanlık duygusu da kendilerini mutlu hissetmemelerine sebep olur.

Bu, günlük (cinsel) yaşamımız ve bizim için ne anlama geliyor? Ayrıntılara dikkat ederek ve alt kategoriler oluşturarak alışkanlık etkisini azaltabiliriz. Yani her yakınlaşmayı “seks” olarak sınıflandırmaz ve alt kategoriler oluşturursak, cinsel yaşantımız daha taze kalır. Örneğin, “kahvaltı öncesi şipşak”, “tele-seks”, “küvette aşk”, “günaydın öpücüğü”, “iyi geceler öpücüğü” gibi.

Seks için uygulananlar, diğer her şey için de uygulanabilir: Diyelim ki haftada üç kez spor yapmaya niyetlendiniz. Ancak sıkıldığınız için bunu başaramıyorsunuz ve her haftanın başlangıcında yaptığınız ilk antrenmandan sonra, “Bu hafta spor yapmış oldum!” diye düşünüyorsunuz. Alt kategoriler oluşturun! Pazartesi “yüzmeye” gidin. Çarşambaları “ağırlık antrenmanı” yapın. Cuma günleri “koşuya çıkın”. Eğer bahçe işleri sizi sıkıyorsa, takviminize kesinlikle “15.00-18.00 saatleri arası bahçe düzenlemesi” diye yazmayın. Bunun yerine plan yapın: “15.00-16.00 arası gülleri budama”, “16.00-16.30 arası çim biçme” ve “16.30-18.00 arası bahçe ürünleri satan markette bahar çiçekleri seçme”. Şimdi hayatınıza heyecan katmış oldunuz. Bu etki deneylerle defalarca kanıtlanmıştır.

Bir aktiviteyi sizin için daha az ilginç hale mi getirmek istiyorsunuz? O zaman tam tersini yapmak yardımcı olacaktır. Daha kaba kategoriler oluşturun! Örneğin, amacınız daha az yemekse şöyle düşünmeyin: “Az önce

öğle yemeğinde hindi biftek yedim, şimdi de bir kalıp çikolata yiyeceğim!” Kendinize şöyle söyleyin: “Az önce yemek yedim. Şimdi tekrar bir şeyler yemeyeceğim! Bu son derece can sıkıcı olur!”

Redden, J. P. (2008), “Reducing Satiation: The Role of Categorization Level”, *Journal of Consumer Research*, 34, 624-634.

İLİŞKİLER NEDEN BAŞARISIZLIKLA SONUÇLANIYOR?

Birlikteliğinizi sağlamlaştırmak için psikoterapide geçen "aktif dinleme"yi nasıl kullanabilirsiniz?

Keyfinizi kaçırmaya çalışmıyoruz (daha önemli bir amacımız var): Biriyle (mesela hayat arkadaşınız, aileniz, meslektaşınız veya arkadaşınızla) yaptığınız son tartışmayı anımsayın.

- ❑ Ne istiyordunuz? Ne düşünüyordunuz? Sizin için önemli olan şey neydi?
- ❑ Karşınızdaki kişi ne istiyordu? O ne düşünüyordu? Onun için önemli olan şey neydi?

İlk şıkkın sorularının cevabını net olarak biliyorsunuz, değil mi?

Peki, ya ikinci şıkkın? O noktada işiniz zorlaşıyor! Neden zorlaşıyor ve niye bu hiç işinize yaramıyor?

Birçok insan, tartışmadan sonra karşısındaki kişinin tam olarak ne istediğini pek hatırlamıyor. Bunu tartışma esnasında sık sık karşımızdakine söylüyoruz: “Ne istiyorsun, anlamıyorum!” Belki şimdi kendinize, “Bunun nesi kötü?” diye soruyorsunuzdur. Ne de olsa kendi durumumuzu kabul ettirmeye çalışıyoruz, karşımızdaki kişinin durumundan bahsetmek istemiyoruz.

Ama bu çok kötü bir şey! Birçok evlilik bu noktada başarısızlığa uğrar, iş yerinde çalışma arkadaşlarımızla aramızdaki iş birliği de aynı şekilde. Neticede iş yerinde (fonksiyonel anlamda) birçok minik “evlilik” veya “ilişki” söz konusudur: patronumuzla, meslektaşlarımızla, sürekli müşterilerimizle... Bu ilişkilerin birçoğu (ne yazık ki) bayağılıklarla başarısızlığa uğrar.

Bu elbette trajik bir durum! Ancak aynı zamanda birkaç basit kuralı izleyerek başarısızlığa karşı önlem almak gibi büyük bir avantajımız da var. Aradaki bağlantılara bir göz atalım.

Başlangıç için “idam cezası testi” adında küçük bir test yapalım: İnsanların neden idam cezasını desteklediklerini yüzde yüz anladığımızı iddia ediyoruz! Siz ne düşünüyorsunuz sevgili okurlar: Prensipte idam cezası nedir?

Bu soruyu etkinliklerimizde sorduğumuzda “tekrarlama riskini azaltma”, “maliyet tasarrufu” veya “caydırıcılık” gibi argümanlarla karşılaşırız. Biz kendi aramızda ise belki de korkunç bir olay neticesinde kendisine oldukça

- yakın birini kaybetmiş ve duygusal bir travma yaşamış bir kişi hayal ederiz. Bu noktada, o kişinin derin bir içsel tatmin peşinde olmasını kesinlikle anlayabiliriz.

Birbirimizi henüz şahsen tanımıyor olabiliriz ama belki diğer kitaplarımızı okumuş ve bizim hakkımızda bir fikir edinmişsinizdir. Sizce idam cezasını (Volker Kitz ve Manuel Tusch olarak) yüzde kaç onaylıyoruz ve destekliyoruz? Hemen cevap verelim: Hiçbir şekilde onaylamıyor ve desteklemiyoruz! Yüzde sıfır. Kesinlikle ölüm cezasına karşıyız.

Bununla birlikte oldukça önemli bir nokta netleşiyor: İnsanlar, başkalarının idam cezasını neden desteklediklerini yüzde yüz anlıyorlar ama yüzde sıfır destekliyorlar. Âdeta zihinde uygulanan bir otosansür olması gibi.

Ne yazık ki bu basit ve temel bilgi işe yaramıyor. Bizim her iki bağlamda en önemli yanlış algımız, gündelik farkındalığımızda dinlemeyi ve onaylamayı, anlamayı ve hemfikir olmayı eş değer kabul etmemiz. Bu, empatiyi zorlaştıran bir durumdur (184. sayfaya bakınız), karşımızdaki insanı gerçekten ve samimiyetle nadiren dinlememize sebep olur. Korku yüzünden hemen katılım gösteririz. Çünkü bu bakış açımızdan vazgeçmemiz, bir şeyleri yutmamız, taviz vermemiz anlamına gelir. Bir şeyler kaybederiz. Bu da canımızı acıtır.

Tamamen yanlış!

Eğer dinlemenin son derece masum (evet, hatta yararlı) bir süreç olduğunu kavrarsak, o zaman karşımızdaki

insanı tanımak, ona yaklaşmak ve onunla ilişki kurmak çok daha kolay olur.

Dolayısıyla ister evde ister iş yerinde ister yolda olsun, bir sonraki tartışmanızda dinlemek ve onaylamak, anlamak ve hemfikir olmak arasındaki farkı düşünün, zihindeki otosansür konusunu anımsayın. Karşınızdaki kişinin argümanlarını anlamaya, onun açısından düşünmeye ve hissetmeye çalışın. Sonra kendi argümanınızı ortaya koyabilirsiniz. Bunun ardından çatışma devam ederse, bununla ilgili çözümleri ve kendiniz için olduğu kadar karşınızdaki kişi için de bunu nasıl faydalı hale getireceğinizi daha sonra öğrenebilirsiniz (177. sayfaya bakınız).

Bay, R. H. (2010), *Erfolgreiche Gespräche durch aktives Zuhören* (1, 3, 5 ve 6. bölümler), Renningen: Expert Verlag.

DÜNYAYI NEDEN GÜZELLEŞTİRİYORUZ?

Bilişsel bilimin "bilişsel uyumsuzluk"
teorisiyle, fazla zorlanmadan çok şey
başarabilirsiniz.

Kendinize bir çift ayakkabı aldınız. Patronla yaşadığınız soruna şöyle bir hayal kırıklığı eklendi: Hızla bir mağazaya girdiniz, yaptığınız hesabın ne kadar berbat olduğunu düşünmediniz bile. Evde, her zaman öyle olmasını arzu etmenize rağmen ayaklarınızın otuz sekiz numaraya sığmadığını fark ettiniz. Üstelik mağazada kalan tek çift buydu. Ayakkabı sıkmaya başladı ancak tedbir olarak mağazadan çıktıktan sonra fişi hemen çöp kutusuna atmıştınız. Çünkü hiçbir ipucunun size maaşınızın yarısını değersiz bir şeye verdiğinizi hatırlatmasını istemiyordunuz.

Peki, bu durumda iç dünyanızda neler olur?

- ❑ Lanet olsun, hep böyle sorumsuzca davranmak zorunda mıyım? Ayakkabıların bana olmayacağını bilmem lazımdı! Yeni bir şey değil ki bu, otuz yedi yıldır böyle! Peki, fişi atmak gibi bir aptallığı nasıl yapabildim? Şimdi gidip değiştiremiyorum bile!
- ❑ Eminim böyle uzun bir günün sonunda ayaklarım şişmiştir, özellikle bugün çok ayakta kaldım. Yarın kesin ayaklarıma olur. Ayrıca böyle bir çift ayakkabıyı hep istemişimdir, sırf bu yüzden bile değdi.

Bilimsel çalışmalar, çoğu insanın ikinci cevabı seçtiğini göstermektedir. Nasıl olur da kendimizi kandırırız ve dünyayı zevk aldığımız şeylerle güzel kılmaya çalışırız? Nasıl olur da Bayan Schneider kocasını hâlâ çekici bulur? Otuz sekiz yıl önce evlendiklerinden bu yana adam üç kat daha kilolu olmasına ve sırtında, saçlarından daha fazla kıl olmasına rağmen! Nasıl olur da saçlarımızı yolmalarına ve işkence yarışmasında bir numaraya oturmalarına rağmen çocuklarımızı bu kadar çok severiz? Nasıl olur da deliler hastanesine benzeyen firmamızda her şey burnumuzdan gelmişken, her gün bir kez daha patronumuza ve iş arkadaşlarımıza katlanabiliriz?

Hemen açıklayalım: Müthiş bir zihinsel mekanizma, her şeyi pembe gözlüklerle görmemize yardımcı olur

- ve ayakta kalmamızı sağlar. 1957 yılında Amerikalı psikolog Leon Festinger tarafından keşfedilmiştir. Adı “bilişsel uyumsuzluk” olan bu teori “zihinsel uyumsuzluk”la ilgilidir. Bu teori, uyumsuz bilişselliğin (düşünceler, görüşler ve arzuların) bir iç çatışma yarattığını savunuyor. Tipik uyumsuzluklar, yeni fikirler mevcut görüşlerle çeliştiği zaman veya yeni bilgiler zaten verilmiş olan bir kararı yanlış olarak lanse ettiğinde ortaya çıkar. Zihinsel uyum istediğimizden, hoş olmayan haberleri görmezden gelir veya yeni ve güzel düşünceler geliştiririz.

Bir örnek vermek gerekirse: Sigarayı bile isteye içeriz. Sağlığımıza zarar verdiğini ve çevremizdeki insanları rahatsız ettiğini biliriz. Bu muhalif düşünceler uyumsuzluk yaratır. Peki, zihinsel uyumu nasıl oluşturabiliriz? Tabii ki sigara içmeyi bırakabiliriz. Belki kişisel deneyimleriniz sayesinde bunun hiç de kolay olmadığını biliyorsunuzdur. Peki, başka ne gibi seçeneklerimiz olabilir? Sigara içmekle ilgili uyumlu düşünceler geliştirebiliriz, mesela “Sigara içmek rahatlatıyor!” veya “90 yaşına gelmiş olmasına rağmen hâlâ sigara içen insanlar tanıyorum!” gibi. Bu argümanlar şiddetli bir uyumsuzluğa neden olur: Sigara içmeye devam edebiliriz, kendimizle ve tüm dünyayla uyum içerisindeyiz.

Aşağıdaki deney, bu uyumsuzluğu azaltan mekanizmayı gayet net bir şekilde göstermektedir: İki gruba

ayrılan katılımcılar, cinsellik konulu bir sohbete davet edilir. Her bir denek önce bir çeşit “giriş sınavı”na tabi tutulur. Gruplardan birinde bu sınav zordur: Katılımcılar, deneyi yürüten kişiye ahlaksız şeyler okuyacaktır ancak bunu hiç duraksamadan ve kızarıp bozarmadan yapacaktır. Buna karşın ikinci grubun sınavı kolaydır: Katılımcılar masum kelimeler söyleyecektir. Sonunda da her iki grup hoparlör üzerinden cinsellik konulu bir tartışmaya katılacaktır. Bu tartışma kasıtlı olarak son derece sıkıcı ve ilgi çekmeyecek, neredeyse zaman kaybı olacak şekilde yapılmıştır. Daha sonra tartışma katılımcılar tarafından değerlendirilecektir. Sizce hangi grup tartışmayı daha kötü değerlendirmiştir?

Sağduyu hemen şöyle der: Zor bir sınava tabi tutulanlar, boş yere zaman kaybettikleri için sinirlenecek ve bu tartışmayı kötü değerlendirecektir.

Oysa durum tam tersidir: Zor bir sınava tabi tutulanlar zihinlerinde güçlü bir uyumsuzluğa sahiptir. Bildikleri şey şudur: “Zor bir sınav atlattım ve can sıkıcı bir tartışmayla cezalandırıldım!” Sınavı geri alamazlar ancak tartışma her zaman tekrar değerlendirilebilir. Bu sebeple içten içe, “Sınav gerçekten zordu ama heyecan verici ve ilgi çekici bir tartışmayla bu gerginliğimi telafi ettiler!” diye düşünürler. Böylelikle tekrar zihinsel uyumu yakalamış olurlar.

Diğer yandan daha kolay bir sınava tabi tutulanlar hiçbir uyumsuzluk hissetmezler. Bildikleri şey şudur: “Çok fazla yatırım yapmadım, karşılığında pek bir şey almadım, sorun yok!”

Bu fenomene teknik dilde “çabanın gerekçesi” diyoruz. Bir şeye ne kadar çok yatırım yaparsak, o nesneye olan takdirimiz o denli gelişir. Günlük dilde “çabanın gerekçesi”, “bedeli olmayan şey değersizdir” ifadesiyle bilinir.

Bu fenomen, çok iyi bir final notuyla veya birçok ara yıl geçirdikten sonra üniversiteye girme hakkı kazanılan sınırlı öğrenci kontenjanı çalışmalarında da gözlemlenebilir. Notun ne kadar iyi olacağı sadece arz ve talebe bağlıdır, yani üniversitedeki boş yer başına kaç başvuru yapılacağına. Talep ne kadar büyükse, eleme o kadar fazla ve not o kadar iyi olmalıdır ancak bunun için öğrenimin zor olmasına ve mezun olabilmek için hep çok iyi not almaya ihtiyacımız yoktur (elbette yoktur). Buna rağmen bu katı kriterlerden sonra üniversitede bir yer edinenler, öğrenimlerinin özellikle zor olduğunu düşünürler.

Ailemizde de genellikle bilişsel uyumsuzluğu azaltarak “çabayı” haklı çıkarırız, özellikle hayat arkadaşlarımız ve çocuklar bizden oldukça önemli yatırımlar talep ederler. Bayan Schneider’a boşanmaktansa fikrini değiştirmek daha kolay gelir: “Bir fasulye sırığıyla ne yapayım? Kamburgalarında biraz et olması çok daha iyi, en azından

ele geliyor!” diye düşünür ve dünya yine normale döner. “Bizim ufaklıklar... çooooook tatlılar!” diye ikna ederiz kendimizi. Bu, sizi evlat edinme kurumuna gitmekten kurtarır. Aynısı patronumuz ve iş arkadaşlarımız için de geçerlidir.

Peki, biz size ne öneriyoruz sevgili okurlar? Burada okuduklarınızı hemen unutun. Bu bilgiler tehlikelidir ve dünya görüşünüzü sarsabilir! Aksi takdirde bir psikoloğa umduğunuzdan çok daha çabuk gidersiniz...



NOT: 231. sayfada bu konuda daha fazla bilgi bulabilirsiniz.

- Aronson, E. & Mills, J. (1959), "The effect of severity of initiation on liking for a group", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 177-181.
- Egan, L. C., Santos, L. R. & Bloom, P. (2007), "The Origins of Cognitive Dissonance. Evidence From Children and Monkeys", *Psychological Science*, 18, 978-983.
- Festinger, L., Irle, M. & Möntmann, V. (1978), *Theorie der kognitiven Dissonanz*, Bern: Huber.

YİYEREK NASIL KİLO VERİRSİNİZ VE UÇAK KAZASINDAN NASIL SAĞ KURTULURSUNUZ?

Hafıza psikolojisi sayesinde
hayal gücüyle başarıyı
programlayabilirsiniz.

Badem ezmeli, fıındıklı ve bir kısmı taze kremalı çikolata, kafeteryadaki kasanın yanındaki camekândan bize lezzetli görüntüsüyle gülümsüyor. Ofisimize çoktan geri dönmüş olsak da zihnimizin içindeki görüntüsü gülümsemeye devam ediyor. O kadar lezzetli görünüyor ki ağızımız sulanıyor, sonunda pes edip tekrar hızla kafeteryaya geri dönüyoruz. Saat üç olmak üzere, neyse ki hâlâ açık. Rahatlamış bir şekilde iki paket badem ezmeli, fıındıklı ve bir kısmı taze kremalı çikolatayı kasa görevlisine doğru itiyoruz. Ne de olsa katettiğimiz yola değmeli.

Ancak bu dünde kaldı. Bugün aynı şey olmamalı! "Sakin aklınıza yemek yemeyi getirmeyin!" diye bir cümle okuduk leylak renkli kapağı olan ve üstünde, "Bikini giymeye uygun bir vücut için on ipucu! Bu sefer başaracaksınız!" diye yazan dergide. Tabii ki öyle bir vücut istiyoruz. Hem de tam zamanında.

O halde kesinlikle çikolatayı düşünmüyoruz, dikkatimizi gerçeklere, tatlıdan çok uzağa veriyoruz: örneğin, komşunun temizlenmesi gereken kedi tuvaletine veya büyü-kannemizin ayağındaki çıbana.

(Sevgili erkekler, eğer bu hikâye size tanıdık gelmiyorsa "badem ezmeli, fındıklı ve bir kısmı taze kremalı çikolata" yerine "üç kat tereyağlı sekiz yüz gram T-Bone Steak" ve "bikini giymeye uygun bir vücut" yerine "baklava karın" ifadelerini koyabilirsiniz.)

Ancak erkekler için olduğu kadar kadınlar için de geçerli olan şey şudur: Eğer daha az yemek istiyorsak, güzel yemekleri daha *çok* düşünmeliyiz, daha az değil.

Öncelikle şu doğrudur: Güzel yemek iştah açar. Güzel bir yemeğin nasıl görüldüğünü, koktuğunu, önümüze servis edilmesini, tabakta duruşunu hayal edin. Sonrasında gerçekten ağızımız sulanır ve yeme isteğimiz artar.

Ancak bu noktada durmaz, yemeği düşünmeye tam anlamıyla devam edersek, tüm renkleriyle, kokularıyla

ve aromalarıyla hissederseniz, badem ezmesi, fıındıklı ve bir kısmı taze kremalı çikolatayı (ya da üç kat tereyağlı sekiz yüz gram T-Bone Steak'i) ağızımıza atışımızı, iğnediğimizi, yuttuğumuzu, tadını ıkardığımızı hayal edersek iştahımızı tekrar dizginleyebiliriz.

Bunu yaparsanız gerçekten daha az yersiniz! Bu deneyssel olarak da kanıtlanmıştır: Katılımcılardan oluşan ilk gruptan otuz adet çikolatalı şekerleme yediklerini hayal etmeleri istenir. Başka bir deney grubu sadece üç adet çikolatalı şekerleme yediğini hayal eder. nc grup, herhangi bir gıda maddesiyle ilgili olmayan bambaşka bir şey düşünür. Sonra tüm katılımcılara, istedikleri kadar yiyebilecekleri çikolatalı şekerlemelerden verilir. Sonuç: Otuz adet çikolatalı şekerleme yediğini hayal eden biri, gerçek şekerlemelerin yarısını bırakır.  şekerleme yediğini hayal edenden daha az ve çikolatalı şekerleme yediğini dşnmeyenden çok daha az yemiştir. nemli olan, deneklerin en ince ayrıntısına kadar şekerlemeleri nasıl yediklerini hayal etmeleridir, sadece önlerinde durduklarını değil. Bu davranıştan 20. sayfada bahsetmiştik. Bu davranış, yemek söz konusu olduğunda da ilk lokmanın en güzeli olmasına ve onu takip eden lokmaların çekiciliğini kaybetmesine yol açar. Deneyin bize gösterdiği şey şudur: Sadece bir şey yapmış olma fikri bile (gerçekçi olmak kaydıyla) bir alışkanlık etkisine sahiptir. Eğer bir şeyi sık sık düşünürsek, henüz



onu yapmadan çekiciliğini yitirmeye başlar. Bu bilgi ışığında çok güzel bir beslenme programı oluşturulabilir.

Bu bilgi, aynı zamanda yeme alışkanlıklarını değiştirmek istemeyen kişilere de yardımcı olur. Alışkanlığın, bir şeyleri öğrenmemiz açısından önemli bir ön koşul olduğunu söylemiştik. Eğer düşünce yoluyla (sık sık ve doğru bir şekilde düşünerek) alışkanlık etkisi yaratabilirsek belirli bir davranışı öğrenebiliriz. Örneğin, bir sınava girmeden önce sınav yerini ziyaret etmeniz, orada oturmanız ve sınava girdiğinizi düşünmeniz size çok faydası olacaktır. Bunu sık sık yapan bir kişi, sınava uygun bir durumda olmasa bile gerçek sınavda tecrübeli biri kadar başarılı olacaktır.

Uçak kazasından sonra hayatta kalanlarla konuştuğumuzda ortaya çıkan şey şudur: Bu insanlar daha önce (nedense) tekrar tekrar nasıl bir uçak kazası geçirebileceklerini, nasıl tepki vereceklerini, kendilerini nasıl koruyacaklarını ve uçağı nasıl terk edeceklerini düşünmüşlerdir. Bir sonraki uçuşunuzda, her zamanki gibi sinirle gazetenizi okurken ve mürettebat size bilmem kaçınıcı kez oksijen maskenizi nasıl takacağınızı anlatırken bunu bir düşünün. Bir parça zihinsel egzersiz belki de hayatınızı kurtarabilir.

Morewedge, C. K., Huh, Y. E. & Vosgerau, J. (2010), "Thought for Food: Imagined Consumption Reduces Actual Consumption", *Science*, 330, 1530-1533.



SEÇİM SİZİN: YA SONSUZA DEK GENÇ KALIN YA DA EVLİLİĞİNİZİ KURTARIN

Tam anlamıyla kendiniz olabilmeniz için gelişim psikolojisindeki "egosantrizm"le nasıl başa çıkabilirsiniz?

Huzursuz bir gece geçirdiğinizi düşünün: Kötü bir uyku çektiniz, bir taraftan diğer tarafa yuvarlandınız ve aşırı terlediniz. Sabah bir uyandınız ki boğazınız normalden üç kat daha büyük. Güç bela seçebildiğiniz ayaklarınız da çorba kâsesi büyüklüğünde mavi ve yeşil lekelerle dolu!

Hemen aile doktorunuzu arıyorsunuz. Umutsuzca araya alınabilmeyi umuyorsunuz. Hattın diğer ucundaki görevli size, "Bugün dolu, maalesef mümkün değil," diyor. Nasıl tepki verirsiniz?

- ❑ "Umarım veba olursun!"
- ❑ "Anlıyorum ama sadece üç dakika sürecek!"
- ❑ "Neyse, belki de o kadar kötü bir şey yoktur. On dört gün beklerim, düzelmezse tekrar ararım."

Birçok insan ikinci cevabı seçer: "Anlıyorum ama sadece üç dakika sürecek!"

Tam da bu yüzden birçok evliliğin başarısızlıkla sonuçlandığını biliyor musunuz?

(Bu arada doğru cevap, "Özel sigortam var," olurdu.)

Ne? Nasıl yani? İkinci cevap neden bu kadar trajik?

Çok basit: Bu "egosantrik" bir argümandır.

Egosantrizm, yani benmerkezcilik ünlü gelişim psikolojisi araştırmacısı Jean Piaget tarafından incelenen gelişim psikolojisiyle ilgili bir fenomendir. Olumsuz etkileri olan egoizmle karıştırılmamalıdır. Bu noktada mesele, hem duygusal hem de zihinsel açıdan başka bir bakış açısı edinmekte, başka bir tutum sergilemekte yetersiz kalma durumudur. Piaget bu fenomeni "Üç Dağ Dene-yi"yle çok küçük yaşlarda çocuklar üzerinde araştırma yaparak keşfetmiştir:

Çocuklara bir manzara modeli gösterip, "Ne görüyorsunuz?" diye sormuştur. Çocuklar, "Solda büyük bir dağ, ortada orta boyutlarda bir dağ ve sağda küçük bir dağ var!" demiştir. Piaget şöyle devam etmiştir: "Güzel, şimdi

- soldaki büyük dağa tırmandığınızı düşünün, zihninizde en tepeye tırmandığınızda ve aşağıya baktığınızda ne görüyorsunuz?” Çocuklar şöyle cevap vermiştir: “Solda büyük bir dağ, ortada ortalama bir dağ ve sağda küçük bir dağ var!” Yani zihinlerinde başka bir perspektif yaratma konusunda yetersiz olduklarını görmüştür (o yaşlarda zaten öyle olurlar). Aslında cevapları şöyle olmalıdır: “Aşağıda iki tane küçük dağ görüyorum.”

Muhtemelen siz artık küçük bir çocuk değilsiniz, ne de olsa böyle bir metni okuyabiliyorsunuz. Yine de küçük bir çocuk gibi egosantrik olmanız mümkün. Özellikle de birçok insan gibi bölüm başındaki testte iki numaralı cevabı seçtiyseniz!

Kendinizi zihinsel ve duygusal olarak aile hekiminizin yerine koyun, sonra duruma onun açısından bakın: Sadece bu sabah zavallı, boğazı şişmiş, ayakları leke leke olmuş ve umutsuzluğa kapılmış daha başka on beş hasta telefon açmış ve araya alınmak istemişti. Şimdi de bekleme odası ağzına kadar doluydu.

Sizin bakış açınızla üç dakika. On beş kere üç eşittir kırk beş dakika: doktorun böyle bir durumda gecikmesine sebep olan süre.

İşte bu egosantrizm, yani benmerkezciliktir: Ben her şeyi kendi bakış açıma göre değerlendiririm!

Benmerkezciliğin tersi ise “empati”dir. Diğerleri gibi düşünme ve hissetme konusundan (184. sayfada) ayrıntılı olarak bahsedeceğiz.

Şimdi yine evlilik meselesine geri dönelim: Birçok evlilik karşılıklı olarak empati kurulmadığı için başarısızlığa uğruyor. Her zaman olaylara benmerkezci bir şekilde kendi bakış açımızla bakmaya meylediyoruz ve karşımızdaki insanın farklı bir bakış açısına sahip olabileceğini de göz ardı ediyoruz. Tıpkı bizim kendimizi (kendi bakış açımıza göre) haklı bulmamız gibi, karşımızdaki de kendisini (kendi bakış açısına göre) haklı görüyor. Sonuç: Dinlemiyoruz, anlamıyoruz, yanlış anlamalar söz konusu oluyor. Sonunda da aradaki aşk ölüyor.

Tek avantajı şu: Ruhsal anlamda sonsuza kadar genç kalırız, tıpkı çok küçük bir çocuk gibi. Eğer evliliğinizi kurtarmak istiyorsanız, o zaman benmerkezciliğin üstesinden gelmeye ve zaman zaman kendinizi karşınızdaki insanın yerine koymaya çalışın. Bu, perspektif oluşturma, karşındakinin yerine düşünme ve hissetme adına çok şey ifade etmektedir. Karşınızdaki kişinin, hayat arkadaşınızın yeni ve farklı bakış açısını öğrenmiş olursunuz. O zaman nasıl düşündüğünü, ne demek istediğini çok daha iyi anlarsınız. Bakış açısını anlamanın size zarar vermediğini çünkü kabul etmekle uzaktan yakından alakası olmadığını, daha önce zihindeki otosansürden bahsettiğimiz bölümden biliyoruz (62. sayfaya bakınız). Çoğu zaman, problem veya çatışmaya neden olan şeyin kişisel bir özellik olmadığı görülmüştür. Bütün bunlara

- yol açan sadece empati eksikliğinden kaynaklanan bir yanlış anlamadır.

Anlattıklarımızı deneyin ve kendinizi başkasının yerine koyduğunuzu düşünün, gerçekten mucizevi bir etkisi oluyor!

(Ayrıca iyi bir evlilik de insanın genç kalmasını sağlar.)

Borke, H. (1971), "Interpersonal perception of young children: Egocentrism or empathy?", *Developmental Psychology*, 5, 263-269.

Piaget, J. (2016), *Çocuğun Gözüyle Dünya*, çev. İsmail Yerguz, Dost Kitabevi.

“NEYSE Kİ BAŞKALARI GİBİ DEĞİLİZ!” - YOKSA ÖYLE MİYİZ?

Daha gerçekçi bir algıya ulaşmak
için “üstünlük yanılsaması” yöntemini
kullanın.

Arkadaşlarınızın partisinden döndükten sonra
evde, hafif çakırkeyif bir halde sevgilinizle yatakta ya-
tılıyorsunuz.

“Silke’nin, sevgilisi Bernd’i içmemesi için nasıl azarladığını
gördün mü? Bir keresinde de bir kadının poposuna ga-
yet dikkatli bir şekilde bakarken eliyle gözlerini kapattı.”

“Evet, Mark ve Franca da farklı değildi. Kadın onu alda-
tıyor ve zavallı adam hiçbir şeyin farkında değil. Zaten
normalde de pek konuştukları söylenemez.”

“Ah, öyle olmadığımız için o kadar mutluyum ki,” diye
fısıldıyorsunuz ve örnek bir çift olmanın rahatlığıyla uyu-
yorsunuz.

Bilmediğiniz şey şu: Silke ve Bernd de aynı saatlerde yatakta yan yana yatıyorlar ve aynı şekilde sizin hakkınızda konuşuyorlar. Mark ile Franca da aynı şekilde! Çünkü temelde her çift kendi algısına göre dünyanın en iyi çifti olduğunu düşünür. Sevgiliniz olmasa bile buna dair bilimsel kanıtları okuyabilirsiniz.

Tanrım, başkalarının ne kadar berbat ilişkileri var! Üstelik farkında bile değiller!” Bilimsel araştırmalarda birçok çiftin ilişkilerinin, bildikleri diğer ilişkilere nazaran çok daha iyi olduğunu düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Bu “üstünlük yanılsaması”nın güzel bir örneğidir. Üstünlük yanılsaması yaşamın her alanında görülebilir. Bu, hepimizde var olan bir ön yargıyı tanımlar ki bu ön yargı da bizi, güçlü yanlarımızı diğer insanlarla abartılı bir şekilde kıyaslamaya ve zayıf yanlarımızı küçümsemeye yöneltir. Hem de ölçüyü kaçırarak! Sonuç: Kendi algımızda her zaman ortalamanın üzerinde zeki, çekici, yetenekli ve popülerizdir.

Bu fenomenin ayrıca “Wobegon Gölü Etkisi” diye sevimli bir takma adı da vardır. Wobegon Gölü, yazar ve radyo programcısı Garrison Keillor’ın hikâyelerinde kullandığı kurgusal bir şehirdir: Wobegon Gölü’nde tüm kadınlar güçlü, tüm erkekler güzel ve tüm çocuklar ortalamanın üstündedir.

Şöyle bir formülü vardır: ne kadar kötü, o kadar iyi. Bir kişinin IQ'su ne kadar düşükse ya da belirli bir yeteneği ne kadar zayıfsa, zekâsını ve aynı zamanda yeteneğini olduğundan daha fazla görme eğilimindedir. Özellikle en aptal insanlar kendilerini çok zeki zannederler ve en kötü sürücüler kendilerini bir sonraki Formula 1 yarışında görürler. Öğrencilerden kendilerini değerlendirmelerini istesenz, birçoğu ortalamanın çok üzerinde olduklarını düşünürler. Aynı şey profesörler için de geçerlidir. Neden kitapların sürekli toplumun ne kadar aptal olduğunu anlatmaya çalıştığını sanıyorsunuz? Çünkü herkes izleniminin onaylandığını düşünüyor: Benim dışımda herkes aptal!

Üstünlük yanılsaması, günlük hayatın hemen hemen her alanında görülebilir. Diğer yandan, özellikle zor ya da sıra dışı görevlerde, yani günlük hayatta daha az rastlanılan şeylerde durum bundan farklıdır. Etki bu noktada tersine dönebilir ve biz de yeteneklerimizi hafife almaya meylederiz. Yani düşündüğünüzden daha kötü araba sürebilirsiniz ama belki bir uzay gemisini daha iyi kullanabilirsiniz.

Üstünlük yanılsamasına başlangıçta hepimiz başvurabiliriz. Bu, adına “öz saygıyla ilgili bozulmalar” diyebileceğimiz bir etkidir. Kendimizi daha iyi hissetmek ve bunu korumak için pozitif bir öz imaj oluşturmamıza yardımcı olur. Öz saygı, sizi olağanüstü başarılarla

- da yönlendirebilir ve bunun olmasını sağlayan “kendi kendini gerçekleştiren kehanet”tir.

Ancak üstünlük yanılsaması büyük hasarlara da sebep olabilir. Araba sürmekten bahsettiğimizde bu muhtemelen sizin de aklınıza gelmiş olmalı. Kazaların birçoğu, her sürücünün kendisini üstün, durumu kontrol altında tutabilen çok iyi bir şoför olduğunu düşündüğü için gerçekleşir. Bu, riskli sollamalara ve hızlı araba kullanmaya ya da kış lastikleri olmadan buzlanmış yolda araba sürmeye yol açar. Ama aynı zamanda bisikletçilerin ve yayaların, kırmızı ışığı görmezden gelmesine sebep olur (“Devletin yerli yersiz patronluk taslamasından başka bir şey değil, arabaların gelip gelmediğini görebiliyorum!”). Sadece Almanya’da her gün sokaklarda bir düzine insan



ölüyor. Bunların içinden intihar edenleri çıkarırsak, diğer kurbanlar ölümlerinden kısa bir süre öncesine kadar her şeyin kontrolleri altına olduğuna emindi.

Aynı şekilde her gün insanlar öldürülüyor, üstelik herkes böyle bir suça ağır cezalar verildiğini biliyor. İnsanlar buna rağmen neden öldürülüyor? (Veya neden başka bir suç işliyorlar?) Çünkü herkes eylem anında şöyle düşünür: Ben yakalanmam! Yani üstünlük yanılsaması cezanın caydırıcı etkisini sorgular.

Üstünlük yanılsaması, ister ekonomi ister siyaset alanında olsun, bir kurumdaki uygun olmayan adayların neden zirveyi zorlayabildiklerini de açıklar. Bu fenomen, finansal piyasalarda dönen büyük miktardaki paraların, verilen birtakım kararlarla çarçur edilmesine sebep olur. Genelde açgözlülüğün piyasaları mahvettiği söylenir ama aslında buna daha çok aşırı öz güven sebep olur.

Üstünlük yanılsaması, çoğu şirketin maaş yapısını bir devlet sırrı gibi saklamasına neden olur. Maaş yapısı adilse, şeffaf olmak aslında zarar vermekten çok fayda sağlar. On yaşında olduğunuzu ve ikiz kardeşinizin size, “Babam bana cep harçlığı veriyor ama ne kadar verdiğini söyleyemem,” dediğini düşünün. Ortada adil bir durum olduğunu söyleyebilir misiniz? Sırların olduğu yerde haksızlığın kokusunu alırız. Bu yüzden bazı şirketler maaş yapılarını veya en azından belirli maaş aralıklarını ifşa etmeyi denediler. Sonuç: Nere-

- deyse tüm çalışanlar skalanın en üstünde yer almaya başladı. Becerilerini, başarılarını ve sahip oldukları tüm değerleri ortalamanın üzerine taşıdılar. Ortalama ya da daha altında olmayı kim ister ki? Kimse “normal” bir maaş istemediğinden, şirketler maaş bilgilerinin gizli kalmasını tercih ediyor.

Mahkemede de fazlaca zaman ve para kaybı olur çünkü hepimiz kendimizi abartılı gösteririz. Birçok süreçte hukuki konular başından itibaren oldukça nettir, ciddi avukatlar müvekkillerinin umutsuz bir süreç yaşamasını engellemeye çalışır. Ama çok az müvekkil bundan etkilenir. Konuyla ilgili pek bir şey bilmemelerine rağmen haklı olduklarına o kadar emindirler ki hiçbir şeyin ve hiç kimsenin onları durduramayacağını zannederler.

Yani eğer kendimize zaman zaman, “Acaba şu anda üstünlük yanılsaması içinde olabilir miyim?” diye sorsak, insanların hayatını kurtarabilir ve cüzdanımızı koruyabiliriz. Ancak diğer insanların davranışlarını da daha iyi anlayabilir ve kendilerini her konuda ortalamanın üstünde gördüklerini tahmin edebiliriz.

Eğer, “Kesinlikle aşırı öz güven sıkıntısı çekmiyorum!” diyorsanız, o zaman sizi “kör nokta yanılgısı”yla tanıştırmak isteriz. Sayısız deney bize kendi üstünlük yanılsamalarımızı tanımakta ve dengelemekte güçlük çektiğimizi gösterir. Bu nedenle bize inanın çünkü ak-

lımız başına gelene kadar biz de çok hata yaptık ve hepimiz bundan nasibimizi aldık.

Buunk, B. P. (2001), "Perceived superiority of one's own relationship and perceived prevalence of happy and unhappy relationships", *British Journal of Social Psychology*, 40, 565-574.

Ehrlinger, J., Johnson, K., Banner, M., Dunning, D. & Kruger, J. (2008), "Why the unskilled are unaware: Further explorations of (absent) self-insight among the incompetent", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 105, 98-121.

DÜŞENE ACIYIP ÇUKURUN DİBİNİ BİZZAT BOYLAMAMAK

... Müdahaleci merhamet psikolojisi sayesinde
nasıl hayat kurtarırsınız?

Düşünün ki seyahate çıkmışsınız, olağanüstü
güzellikteki bir ormanda geziyorsunuz. İh-
tişamlı bir doğal güzelliğe sahip ve size
büyüleyici bir manzara sunuyor.

Birden uzakta bir ağlama sesi duyuyorsunuz. Duruyorsu-
nuz, biraz korktunuz. Ağlama sesi güçleniyor. Dikkatlice
sesin geldiği yöne doğru gidiyorsunuz. Son anda birden
duruyorsunuz: Ucuz kurtuldunuz, az kalsın derin bir
çukura düşecektiniz!

Şimdi ağlama sesinin nereden geldiğini de anlıyorsu-
nuz. Çukurun dibinde bir çocuk oturuyor, kollarıyla ve
bacaklarıyla debelenerek yardım istiyor.

Ne yaparsınız?

- ❑ Çocuğu cesaretlendirmeye çalışırsınız ve sabretmesini söylersiniz. En yakın yerleşim yerine koşar, uzun bir merdiven alıp çukura geri dönersiniz. Size şükran dolu gözlerle bakan çocuğu çukurdan kurtarır ve mutluktan havalara uçan ebeveynlerine teslim edersiniz.
- ❑ Çocuğu görürsünüz ve hissettiğiniz ilk dürtüyle çukura atlarsınız. Çocukla birlikte o andan itibaren çukurun dibinde, birinin tesadüfen oradan geçmesini ve yanında bir merdiven olmasını beklersiniz.
- ❑ Hiçbir şey fark etmemiş gibi yapar ve ufaktan kaçarsınız. Belki de ürkek bir şekilde ılık çalarsınız...

Makul oranda “normal” olan her insan “merdiven vesiyonu”nu tercih edecektir. İkinci versiyon (“çukura atlamak”) çok az insana mantıklı gelir, üçüncü versiyon (“kaçmak”) ise sorumsuzluktur. Her şey çok net olduğunda daha kolay karar verimiz.

Ancak günlük hayatımızdaki çukurlar ve merdivenler sık sık gizlidir ve bizi kandırır. Bu yüzden gündelik hayatta genellikle ikinci seçeneği tercih eder ve çukura atlarız. Bazıları üçüncü seçeneği de tercih edebilir çünkü birinci seçeneği (merdiven almak) ikinci seçenекle karıştırır ve kendisini incitmekten korkar.

Birinin arkasından çukura atlamak, o kişiye acımanın sembolüdür. Birine acımak, acıyı çekene ve acısına ortak

- olmak, onun acısını kendi acısı olarak görmek anlamına gelir. Bu noktada sorun şudur: Acı çeken, kendisini iyi hissetmeyen kişi mantıklı çözümler geliştirebilecek durumda değildir. Yoksa siz daha önce gözyaşlarına boğulmuş bir haldeyken merdiven bulmayı başarabildiniz mi? Yardıma ihtiyacı olan kişi muhtemelen başka bir hasar daha almıştır ve desteğe muhtaçtır.

Acıma ve merhamet birbirinden farklıdır. Merhamet, acı çeken kişinin acılarını algılamak, hissetmek, onunla ilgili bir fikre sahip olmak, diğerinin nasıl hissedebileceğini bilmek anlamına gelir. Sonrasında yardım etmek adına motive ve yeterince güçlü olmak için kendisi ile sıkıntı içinde olan kişi arasındaki farkı görmelidir.

Birçok insan acıma ve merhamet duyma arasındaki farkı bilmez. Acıyla ve sefaletle karşılaşmaktan korkarlar çünkü karşılarındaki kişinin acısına ortak olup çukura atlamak zorunda kalmanın endişesini taşırlar. Onlar için bu senaryodan kaçmak daha kolaydır, böylelikle kötü hislere maruz kalmazlar. Birçok durumda vicdan azabı çekmek, karşıımızdaki insanın umutsuzluğuna ortak olmaktan çok daha kolaydır. Bu noktada yapmak istediğimiz şey yargılamak değil, sadece aydınlatmaktır. Hem merhamet duygusu hem de kaçış eğilimi oldukça normaldir ve insan olmanın birer parçasıdır. Bilgisizlikten. Çünkü dünya meselelerine dair egosantrik bir bakış açımız var ve bu nedenle başkalarının da bizim gibi hissettiklerini varsayıyoruz. En nihayetinde de (bi-

linçsizce) karşımızdaki insanın duygularını üstlenmemiz gerektiği sonucunu çıkarıyoruz.

Aslında herkes kendi duygularını yaşayabilir. Merhametli davranabilir ve kendisine de merhamet gösterilebilir. Eğer gerçekten ve kalpten empati kurarsak iki misli iyilik yaparız: İlk olarak çukurdan kurtuluruz. İkinci olarak diğer kişiye çukurdan kurtulması konusunda yardımcı olabiliriz. Kazan-kazan yaklaşımı.

Finke, J. (2004), *Empathie und Interaktion*, Stuttgart: Thieme.

NEDEN TAVSİYELER YUMRUK GİBİDİR?

"Ters tepen formatlar"dan kurtulup kendinize ve başkalarına daha faydalı olabilirsiniz.

Diyelim ki ilişkinizde veya meslektaşınızla aranızda bir sorun, bir çatışma var. Bu konuyla ilgili kendinizi iyi hissetmiyorsunuz, ne yapacağınızı bilmiyorsunuz ve çaresizsiniz.

Akşam çok güvendiğiniz yakın bir arkadaşınızla buluşuyorsunuz ve sorununuzu onunla paylaşıyorsunuz. Bu arkadaşınızın binbir tane çözüm bulmak gibi bir yeteneği var. Hemen ağzındaki baklayı çıkarıyor: "Daha önce XY'yi denedin mi?", "Bir zamanlar ben de aynı durumdayken bana ABC yardım etmiştil!", "Senin yerinde olsam..." Bu fikirlerin hepsi kendi içinde altın değerinde ancak garip bir şekilde siz bu konuşmadan sonra kendinizi daha kötü hissediyorsunuz. Nedenini açıklamamızı ister misiniz?

Tavsiyeler genelde yüksek bir motivasyon ve sadece iyi niyetli bir şekilde gelir. Ne yazık ki niyet ve etki arasında küçük ama ince bir fark vardır: Bazı şeyler iyi niyetle yapılmış olabilir ama aynı zamanda zarar verebilir (40. sayfaya bakınız).

Bu banal görünen ve çok fazla önem teşkil etmeyen bilgiler, günlük yaşamda pek dikkate alınmaz: örneğin, ilişki ya da işle ilgili sorunlar yaşayan arkadaşlarımıza ipuçları verdiğimizde. Bu ipuçları içinde bulunduğumuz durumlarda bize çok fayda sağlamış olabilir. Ama en yakın kız arkadaşımıza hiçbir faydası olmaz. Çünkü o bambaşka bir insandır, bizden farklıdır.

Biz buna psikolojide klasik bir “projeksiyon” fenomeni deriz: Düşüncelerimizi, yaşam tarzımızı ve çözümlerimizi karşımızdaki insanlara yansıtırız. Sigmund Freud da bunu, “Projeksiyon, kendi isteklerimizi ve davranışlarımızı başkalarına yansıtmaktır,” diye tanımlamıştır.

Bu çok insani bir şey! Sadece alternatif olarak nasıl tepki vereceğimizi bilmiyoruz ve mutlaka iyi bir şey yapmak istiyoruz. Bunun yardımı olur ama ne yazık ki tam olarak değil. Aksine başkalarına tavsiyede bulunarak onlara zarar veririz, onları yaralarız. Çünkü herkes kendi yaşamının uzmanı olarak gerçekliğe dair görüşünü oluşturur. Bize verilen tavsiyeler ise karşımızdaki insanın kendi gerçekliğinden gelir. Her iki gerçeklik yapısının birbiriyle yüzde yüz örtüşme olasılığı sıfırdır. Bu nedenle verilen tavsiye, her zaman dolaylı olarak

- şunu ifade eder: “Senin oluşturduğun gerçeklik doğru değil!”, “Benim algım seninkinden daha iyi!”, “Dünya görüşünü değiştir!”

Dolaylı olarak bu mesajları aldığımızda, asıl sorunu muza bir başkası daha eklenir. Bilinçli ya da bilinçsiz olarak, “Of, bu beni zaten hiç anlamıyor!” diye düşünür, karşımızdaki kişi bizimle aynı dünya görüşünü paylaşmadığı için kendimizi yalnız hissederiz.

Tipik bir tavsiye vakası da benmerkezcı bakış açımızla bir başkasına neyin iyi geleceğini bildiğimizi sanmaktır (78. sayfaya bakınız). Yanlış! Tavsiyeler her zaman yumruk niteliğindedir! Bu yüzden hiçbir kıymeti yoktur. Sonuçta kim yumruk yemek ister ki?

Birisine gerçekten yardım etmek istiyorsanız, onu dinleyin! Karşınızdaki insanı, kaygılarını, oluşturduğu gerçekliği anlamaya çalışın. Bu pek kolay değildir çünkü farkında olmadan anlamayı ve kabul etmeyi birbiriyle karıştırırız. Bundan da “kendi dünya görüşümüzden bir başkasının iyiliği için vazgeçmek zorunda olduğumuz” sonucunu çıkarırız, bu da birden başka bir sorunu beraberinde getirir. Defalarca söz ettiğimiz zihindeki otosansür sayesinde bunun doğru olmadığını biliyoruz. Karşınızdaki insana, “Senin bakış açına güveniyorum, ne demek istediğini anlıyorum!” sinyali verin. Ona bu şekilde destek verdikten sonra olası çözümleri ele almak ve değerlendirmek isteyip istemediğini sorabilirsiniz. Unutmayın, bu ikinci adım olmalı. Böyle yaptığınızda

karşınızdaki kişinin kendine has yaşantısını ve içeriğini, mutluluk yapısını kendi uzmanlık alanına bırakırsınız.

Sonuç olarak, eğer size bir tavsiyede bulunmamız gerekirse: Asla tavsiyede bulunmayın!

Deimann, P. & Kastner-Koller, U. (1992), "Was machen Klienten mit Ratschlägen? Eine Studie zur Compliance in der Erziehungsberatung", *Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie*, 41, 46-52.

Linden, M. (2005), "Prinzipien der Psychotherapie", *Medizinische Therapie*, 15, 1317-1322.

Rogers, C. R. (2018), *Kişi Olmaya Dair*, çev. Aysun Babacan, Okuyan Us Yayınları.

BAŞARILI BİR YAŞAMIN SIRRI, MANTIK HATALARIDIR

"Çapa etkisi"yle kendiniz için her zaman en iyisini elde edersiniz.

Maaş görüşmelerinden daha fazla zamlarla çıkmak mı istiyorsunuz? Beşinci bölümdeki "sosyal karşılaştırma" konusunu okuduktan sonra caymadınız mı? O zaman bu bölümü okumaya mutlaka devam edin!

Karmaşık bir durumu veya bir şeyi değerlendirdiğimizde veya bir konuya herhangi bir değer biçtiğimizde, beynimiz onu karşılaştıracak bir başka değer arar.

Kulağa ilk etapta mantıklı geliyor.

Ancak eğer sevgili beynimiz herhangi bir bilgi veya sayıya ulaşamazsa, o zaman zihinsel bir kısayol atar: Bilinçsizce durumun sadece bir kısmını ele alır ya da daha kötüsü, tamamen keyfî değerlere yönelir. Belir-

siz durumlarda, tamamen keyfi olarak “apa atmaya” yöneliriz.

Bu yüzden de ona teknik dilde “apa etkisi” diyoruz. Bu apa etkisini Kahneman ve Tversky adlı psikologlar, 1974 yılında, günümüzde ünlü olan deneyleriyle bilimsel olarak kanıtladılar: Deney katılımcılarına, BM’deki Afrika  lkelerinin sayısı soruldu. Bu esnada deneyi yürüten kişinin sıfır ile yüz arasında sayılar etrafında bir arkı d nd r   n  izlediler. Sonuç son derece  a ırtıcıydı: Yüksek sayılara yüksek, düşük sayılara düşük tahminler yapıldı. Katılımcılar arktaki sayıların sadece şans eseri geldiklerini bilmelerine rağmen cevaplarının dayanağı olarak gördüler.

Bir başka deney, “Studio 97” adlı restoranın müşterilerinin, “Studio 17” adlı bir diğer restoranın müşterilerine oranla daha fazla para harcadığını gösterdi.

Hatta isimlerinde rakam olmayan restoranlar bile çapa etkisini kullanıyor. Muhtemelen kendi deneyimlerinizden de biliyorsunuzdur: Bir menüyü açarsınız, aperitif listesini gözden geçirirsiniz ve neredeyse baygınlık geçirirsiniz. Sa  tarafta sadece iki basamaklı rakamlar görürsünüz, hem hiç de küçük meblağlar değildir. Üstelik bu sadece aperitiftir. Ama ana yemeğe geldi inizde, “apa” etkisini gösterir: Elbette burada fiyatlar daha da berbattır ama fark etmezsiniz çünkü fiyat seviyesine alı mı sınsızdır. Bu durumda çapa etkisini şöyle açıklayabiliriz: Bu, daha

- önceki başlıklarda gördüğümüz gibi yıldırım hızıyla etki eden alışkanlığın gücüdür.

Karmaşıklıkla başa çıkarken, çapa etkisi ilk başta mantıklı görünebilir ama ikinci bakışta, ne yazık ki çarpıklıklara ve sonrasında da tamamen akıl dışı ve hatalı kararlar verilmesine neden olmaktadır. Bu da yine insana fayda sağlayan bir durum değildir.

Artık çapa etkisinin özellikle “cahilleri” veya toy kişileri etkilediği konusunda kendimizi ikna edebilirdik. Ancak 1987 yılında Northcraft ve Neal adlı araştırmacılar bu etkinin ne kadar güçlü olduğunu, hatta uzmanları bile bizzat köşeye sıkıştırdığını kanıtladı: Öğrenciler ve gayrimenkul danışmanlarından oluşan iki grup, emlak fiyatlarını tahmin edecekti. Verilen bilgi broşürlerindeki liste fiyatları farklılık gösteriyordu. Ortaya çıkan sonuç şuydu: Hem öğrencilerin hem de uzmanların kararları güçlü bir şekilde çapa atılan fiyatlardan etkilenmişti.

Eğer başarısız olacağınızı bilerseniz bile bu etkiden kurtulamıyorsanız, en azından onu nasıl kullanabileceğinizi öğrenebilirsiniz.

Genel olarak konuşmak gerekirse, bireysel olarak algılanan kâr ya da zarar durumu çoğu zaman ilk teklife bağlıdır. Ortaya konulan ilk rakam süreci büyük ölçüde etkiler. Bu somut olarak sizin için şu anlama gelir: Örneğin, mahkemeden bir tazminat miktarı isteyeceksiniz, o zaman mümkün olduğunca büyük bir miktar belirtin. Bu miktar size çapa olarak hizmet edecektir. Daha çok

isteyen, genelde daha fazlasını alır (tabii davayı kaybederse yüksek maliyetler ödemesi de gerekebilir).

Aynı şekilde görüşmelerde ve müzakerelerde ilk miktarı yüksek koyarak daha iyi sonuçlar elde edebilirsiniz. Bu öyle bir miktardır ki abartılı derecede lehinizdir. Bir sonraki maaş görüşmelerinde denemeye değer...

Rahatsızlık veren alışkanlıkları ortadan kaldırmak, daha sağlıklı bir hayat yaşamak, öz güvenimizi güçlendirmek, kısacası tüm hayatımızı optimize etmek için çapa etkisine, yani "kullanılabilirlik hatası"na başvurabiliriz. Çünkü eğer bu kadar kolay etkilenebiliyor ve hataya sürüklenbiliyorsak, o zaman bunu avantaja çeviriyoruz... Bunun nasıl olabileceğini bir sonraki bölümde öğrenebilirsiniz.

Critcher, C. R. & Gilovich, T. (2008), "Incidental environmental anchors", *Journal of Behavioral Decision Making*, 21, 241-251.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1972), "Subjective probability: a judgement of representativeness", *Cognitive Psychology*, 3, 430-454.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1973), "On the psychology of prediction", *Psychological Review*, 80, 237-251.

Northcraft, G. B. & Neale, M. A. (1987), "Experts, amateurs, and real estate: An anchoring-and-adjustment perspective on property pricing decisions", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, 84-97.

UÇAĞA BİNMEK NADİREN ÖLÜMLE SONUÇLANSA DA NEDEN ÇOĞUNLUKLA KORKUTUCU GELİR?

Bilişsel bilimde bahsi geçen
"kullanılabilirlik hatası"yla öz
güveninizi nasıl güçlendirirsiniz?

Uçarken nispeten daha az insan hayatını kaybediyor, mesela Almanya'da yıllardır kimse büyük yolcu uçaklarında hayatını kaybetmedi. Öte yandan siz bu bölümü okurken Almanya'da neredeyse üç kişi kardiyovasküler hastalıklar yüzünden hayatını kaybedecek. Örneğin, kalp krizi riski, sigara içenlerde önemli ölçüde artar. O halde neden bir sürü insan sigara içmekten çok uçağa binmekten korkuyor?

Uçmanın istatistiksel açıdan oldukça güvenli olduğu bilinir. Uçak, insanların akıllarında “en güvenli ulaşım aracı” olarak yer edinmeyi başardı. Aynı zamanda son yıllarda tüm insanlara sigara içmenin ne kadar zararlı olduğunu anlatmak için hiçbir masraftan kaçınılmadı. Bu artık sigara paketlerinde bile yazıyor: “Sigara içmek öldürür” ifadesi bunların birçoğundan biri.

Çoğumuz bunu zaten biliyoruz. Buna rağmen uçmak sıklıkla sigara içmekten daha tehlikeli geliyor.

Neden?

Bu noktada “kullanılabilirlik hatası” olarak adlandırılan bir durumun kurbanı oluruz. Sıklıkla herhangi bir istatistiği bilmeden kararlar alırız. Ya da bir istatistiği biliriz ama bunu rasyonel olarak kullanmak istemeyiz ya da kullanmayız. Sonra istatistiksel verilerimizle bellek gücümüzün yerini değiştirip bir “kullanılabilirlik sezgisi” oluştururuz. Dünyada belli bir şeyin ne sıklıkla gerçekleştiğini, bu olayın hafızamızda ne kadar kullanılabilir olduğuna göre değerlendiririz. Çok basit: Kolaylıkla hatırladığımız şeylerin, güçlkle hatırlayabildiklerimizden daha olası olduğunu düşünürüz. Bu yüzden mesela oyuncular, birçok oyun makinesinin bulunduğu büyük kumar salonlarında, küçük salonlara nazaran daha fazla harcama yapmaya meyleder. Birçok makinenin bulunduğu salonlarda gözle görülür bir kazanç sağlanabildiği için oyuncular fark etmeden kendilerinin kazanma olasılıklarının da yüksek olduğunu düşünürler.

Bir uçak kazasının fotoğraflarını neredeyse hemen herkes hemen hatırlar. Uçak kazaları televizyonda verilir, oradaki hareketli görüntüler hafızamıza kazınır. Ayrıca uçak kazaları çok duygusal sahnelerdir ve duygular bizim hatırlama yetimizi daha da güçlendirir (bununla ilgili daha fazla bilgi için 237. sayfaya bakınız). Normalde insanların kalp krizinden öldüğünü daha nadiren görürüz. Böyle bir durum her birkaç dakikada bir olmasına rağmen neredeyse hiç haberimiz olmaz ve bu kareleri herhangi bir yerde izlemeyiz. Bu yaygın ölüm sebebi, bu kadar sık olmasına rağmen küçük bir basın açıklaması olarak bile verilmez.

Bu yüzden hafızamızdaki “uçak kazası” olayı, “kalp krizi” olayından çok daha kolay kullanılabilir durumdadır. Bir tür “otomatik düşünce” aracılığıyla, uçak kazasında ölmenin, sigara içerek ölmekten daha olası olduğu sonucuna varırız. Bütün o istatistiksel saçmalıklara inandığımız söylense bile genelde inançlarımıza sadık kalırız. Bu etki deneysel olarak kanıtlanmıştır ve “sürdürme etkisi” olarak bilinir.

Bu, doktor veya kurtarma ekibinden olmayan “normal” insanlar için geçerlidir. Çalışmalar, sigara içen hastaları tedavi eden doktorların daha az sigara içtiklerini göstermektedir. Sigara içen kişiye dair zihinlerinde yer eden görüntüler, *onlar* için uçak kazası görüntülerine oranla çok daha kolay ulaşılabilir durumdadır.

Bize önemli bir ayrıntıyı gösteren bir deneye bakalım: Deney katılımcılarından emin oldukları bir olayı hatırlamaları istenir. Bir grup altı, diğer grup ise on iki olay yazacaktır. Daha sonra katılımcılara kendilerinden ne kadar emin oldukları sorulur. Sizce hangi grup kendinden daha emindir? Altı olay yazanlar mı, yoksa on iki olay yazanlar mı? Her ne kadar kendilerine güvenmeleri için ellerinde daha fazla kanıtları olsa da on iki örnek veren deneklerin öz güveni daha azdır. Neden mi? Çok daha fazla örnek bulmaları gerektiği için hatırlamak onlara zor gelir. Buna karşın daha az örnek bulması gereken grup, anılarına daha çabuk ulaşır ve örnekleri daha çabuk toplar. Bu deney bize, karar aşamasında bir şeyi ne kadar *çok* hatırladığımızın değil, bir şeyi ne kadar *kolay* hatırladığımızın önemli olduğunu gösteriyor.

Günlük hayatımızda tüm bunların ne anlamı var?

Özetle: Hafızanızdaki kareler gelecekte sizi yanıltacak olursa kullanılabilirlik hatasını hatırlayın. Bazen bir istatistiğe bakmak veya bizzat bir istatistik oluşturmak çok daha iyidir.

Kullanılabilirlik hatasından somut olarak aşağıdaki bilgileri elde edebiliriz:

Birincisi: Eğer kısa bir süre önce cinayetle ilgili bir yazı okuduysak, sanki sadece bir yazı okumamışız gibi birilerinin bizi öldürme ihtimalinin yüksek olduğunu düşünmeye başlarız. Aynısı hastalıklar, ayrılıklar ve işsizlik için de geçerlidir. Bu yüzden kötü haberlerden

- uzak durun, öncelikle bu dünyadaki güzel şeylerle ilgilenin. Bu, iyiliğe olan inancınızı güçlendirir ve daha iyi hissetmenize yardımcı olur.

İkincisi ve tam tersi: Akciğer kanseri olan hastalarla sık sık ilgilenen doktorlar, akciğer kanseri hastalarıyla nadiren ilgilenen doktorlardan daha az sigara içer. Eğer rahatsız edici bir alışkanlıktan kurtulmak istiyorsanız, o zaman bu alışkanlığın sonuçlarıyla görsel olarak sık sık yüz yüze gelmeye çalışın. Örneğin, kilo vermek istiyorsanız, aşırı kilolu bir kişinin fotoğrafını buzdolabınızın kapağına yapıştırın.

Üçüncüsü, mutluluğunu düşünenler için: Önemli olaylardan önce (sınavlar, randevular, önemli günler) geçmişteki başarılarınızı gözünüzün önüne getirin. Bu, başarının daha olası ve daha güvenli olmasını sağlar. Kendi kendini gerçekleştiren kehanet sayesinde de sık sık başarıya ulaşırsınız.

Schwarz, N., Bless, H., Strack, F., Klumpp, G., Rittenauer-Schatka, H. & Simons, A. (1991), "Ease of retrieval as information: Another look at the availability heuristic", *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 195-202.

ERKEN KALKAN NEDEN YOL ALIR?



Yükselmek için "öncelik-sonralık etkisi"nden faydalanın.

Diyelim ki çalıştığınız şirkette yükselilebileceğiniz şahane bir pozisyon olduğu açıklandı.

Siz ve birkaç meslektaşınız başvurdunuz. Müdürünüz, müdürünüzün müdürü ve müdürünüzün müdürünün müdüründen oluşan bir seçim komitesi var. Olası randevu saatlerinden size en çok uyanı tercih edeceksiniz. Hangi seçeneği tercih ederdiniz?

- ☐ Başta herkes çok ciddi ve gergin olacaktır, öğlen veya akşam daha uygun olur.
- ☐ Öğlen herkes sadece yemeği düşünür, o halde sabah ya da akşam daha iyi olur.
- ☐ Akşam kesinlikle herkes çok yorgun olur, o zaman sabah ya da öğlen daha iyi olur.

Karar vermesi zor! Yoksa değil mi?

Böyle bir karar verirken iki altın yol vardır ancak fazlaca övülen “orta yol” bu sefer seçenekler arasında değil.

Birinci olası seçenek: Seçim komitesinin sizinle yaptığı konuşmayı hatırlamasını istiyorsanız, o zaman en erken randevuyu, tercihen ilkini seçin. Çünkü psikolojide “öncelik etkisi” olarak adlandırılan ilginç bir fenomen vardır. Bu fenomenin dayanak noktası şudur: Hafızamız, ilk önce gelen bilgiyi sonra gelenden daha iyi hatırlar. Çünkü hafızada depolamayı etkileyecek veya bozabilecek, ondan önce gelmiş başka hiçbir bilgi yoktur.

Örneğin, söylentiler ve ön yargılar (243. sayfaya bakınız) öncelik etkisiyle çok iyi çalışır: Eğer herhangi birinden yeni komşumuzun “ahmağın teki” olduğunu duyduysak, pazar günleri kayınvalidemiz misafirliğe gelmeden önce komşumuzun bizim için tatlı yapmasının veya tatilde kedimize göz kulak olmasının, yani aslında son derece iyi ve faydalı biri olduğunu kanıtlamasının ne bize ne de ona bir faydası dokunur. Davranışlarını taktik veya yalakalık olarak yorumlarız çünkü edindiğimiz ilk bilgiler diğer bilgilere nazaran “ön yargısız” olarak kaydedilmiştir ama sonra yeni, çelişkili bilgilerin hafızamıza kazınması engellenir. Çünkü kaydedilmiş bilgiler de biz insanlar gibidir: Bize benzeyen şeyler en sevdiklerimizdir. Bunu, geçerli olan ve kelimenin tam anlamıyla hafızamıza kazınan ilk izlenimden biliyoruz

(ayrıntılar için 111. sayfadaki “halo etkisi”ne bakabilirsiniz).

Ancak eğer sabahları kalkmakta zorlanan biriyseniz ve müdürünüzün gözüne yarı mahmur ve işe yaramaz biri gibi görünmekten korkuyorsanız o zaman ikinci bir seçeneğiniz daha var: öncelik etkisinin tam tersi olan “sonralık etkisi”. Buna göre, son gelen bilgilerin şiddeti ağırdır. Daha kolay hatırlanırlar çünkü henüz yazılmamışlardır. Yani patronunuzun yorgun olma ihtimaline rağmen en son randevuyu tercih edebilirsiniz.

Sonralık etkisi, satış psikolojisinde de popüler bir hiledir. Gelin son alışverişlerinizi gözden geçirin: Yoğun bir şekilde sorgulamanıza rağmen hâlâ üç kat pahalı olan ruju alıp almamak konusunda yüzde yüz emin değilseniz, satış görevlisi nasıl davranır? Normalde şöyle şeyler söyler: “Elbette biraz pahalı ama on kat daha uzun süre kullanırsınız!” ya da “Biraz daha pahalısını alarak çevreyi falan filan maddelerinden koruyabilirsiniz!” Yani son bir bilgi vererek, beyninizde ağır basmasını sağlar ve sonunda büyük ihtimalle sizi ikna eder. Teknik dilde buna “yedek argüman” deriz.

Ayrıca her iki etki birbirini çok iyi tamamlayabilir ve biz buna “öncelik-sonralık etkisi” deriz: Hem ilk hem de son izlenimi siz bırakırsanız, etkilerden en iyi şekilde yararlanmış olursunuz. Belki ilk randevuyu kapmayı başarırsınız ve görüşme maratonundan sonra seçim komitesini “tesadüfen” koridorda yakalayıp bu hoş sohbet

- için teşekkür eder ve onlara güzel bir akşam dilersiniz. Başlangıçta ve sonda iyi bir etki uyandırırırsanız grup sohbetlerine damganızı vurursunuz.

Böylece “geç kalkan”ın hakkı da bilimsel olarak korunmuş oldu!

Anderson, N. H. & Barrios, A. A. (1961), "Primacy effects in personality impression formation", *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 346-350.

Baddeley, A. D. & Hitch, G. (1993), "The recency effect: implicit learning with explicit retrieval?", *Memory & Cognition*, 21, 146-155.

“HALO ETKİSİ”YLE ETKİLEYEBİLİR YA DA ETKİLENEBİLİRSİNİZ

Bu sosyal psikoloji hilesi sizi daha
sempatik kılar.

Kocanızla güzel bir restoranda, mum ışığında
akşam yemeği yiyorsunuz. Yemek güzel, müzik
hoş, sohbet şahane: Her şey mükemmel.
Şey, yani neredeyse her şey!
Elbette çekici sarışın garsonun, kocanızın av kriterlerine
tam anlamıyla uyduğu gözünüzden kaçmadı. Daha ilk
andan itibaren garsonu kesmeye başlamıştı.
Ama akşamın ilerleyen saatlerinde rahatladınız. Çünkü
görünüşe göre garson kız, kelimenin tam anlamıyla
ahmağın teki: Önce bir siparişi karıştırdı. Sonra şarabı
yanlış tarafta servis etti. Son olarak da masaları top-
larken tüm ekibin gözlerinin önünde tabaklardan birini
yere düşürdü.

"Utanç verici, utanç!" diye düşünüyorsunuz. "Bu benim dişime göre bir rakip bile değil. Evet, kocam sarışın seviyor ama aptal değil."

Hesap geliyor. Gözünüzün ucuyla kocanızın bu güzel kadına esaslı bir bahşış verdiğini görüyorsunuz.

"Bu neredeyse yüzde otuzuydu!" diye mırıldanıyorsunuz.

"Bahşışın biraz da hizmetle doğru orantılı olduğunu düşünmüyor musun?"

"Evet, bence de öyle!" diyor kocanız hayret verici bir şekilde. "Zaten her şeyi çok iyi yaptı."

Belki bu hikâye size hiç yabancı gelmemiştir çünkü her zaman farkındaydınız: Bir yemek sadece lezzetli olmakla kalmamalı, aynı zamanda güzel de görünmeli. Bu sadece yemek için geçerli değil: Ofiste, okulda, süpermarkette, her yerde geçerli. Farkında olmadan çekici insanların bizi parmaklarında oynatmasına izin veriyoruz.

Bu sadece öylesine bir izlenim değildir, bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Teknik açıdan buna "halo etkisi" deriz: çekici kadın "Bayan Halo" bunu keşfettiği için değil, Yunancada "halo" avlu anlamına geldiği için. Bu yüzden de bu fenomeni şöyle açıklıyoruz: Bir kişinin belirli bir özelliği ve algısı, diğer özelliklerini öylesine gölgeler ki resmin tamamını bozar. Bu genellikle görü-

nüfle alakalıdır ancak aynı zamanda farklı bir nitelik de olabilir, mesela birinin çok kibar veya ünlü bir ailenin oğlu olması gibi. Elbette halo etkisi, karşınızdaki kişi için o “parlak” nitelik özellikle önemliyse daha da güçlü bir şekilde kendini gösterir.

Birileri bizim bakış açımıza göre pozitif bir nitelik taşıyorsa, ona başka pozitif özellikler de yükleriz: zekâ, çalışkanlık, azim, sosyal beceri ve müzikal yetenek gibi. Eğer biri negatif bir nitelik taşıyorsa, ona ceza verircesine bir sürü başka negatif özellik yükleriz.

Örneğin, birçok personel, kendilerine çekici gelen başvuruları tercih ettiklerini onaylamışlardır. Çok çekici bir meslektaşımızın “fikirlerinin” ekip toplantısında, özellikle de müdürümüz tarafından beğenildiğine hangimiz şahit olmadık ki? Daha önce on kişi aynı şeyi söylemiş olabilir ama bir güzellik ağzını açtığında aynı fikirler birden müthiş ve tamamen yeni gelir. On erkekten dokuzu, görünüşün kariyer açısından önemli olduğunu söylemektedir. Bu durumda estetik cerrahinin, kariyer yatırımının bir parçası olduğu net olarak ortaya konmuş oluyor. New Yorklu bir estetik cerrah “Job Fighter Package”ı (İş Avcısı Paketi) başlattı ve Almanya’da yapılan bir uygulamanın reklamı şöyle diyor: “Güzel insanların, güzellik açısından dezavantajlı durumda olan insanlara kıyasla daha kolay kariyer yaptıkları bilimsel olarak kanıtlanmıştır!”

Bu üzücü olsun ya da olmasın, haklılar. Bu yüzden de “halo etkisi” sıklıkla deneylerle kanıtlanmıştır: Thorndike ve Allport adlı Amerikalı psikologlar, Birinci Dünya Savaşı’nda görevli subayların, emirlerinde çalışan çekici ve dürüst askerlere her anlamda güven duyduklarını keşfetmiştir.

Günümüzde yapılan maaş anketleri, çekici erkeklerin, doğaları gereği dezavantajlı olan meslektaşlarına oranla yüzde on beş daha fazla kazandıklarını gösteriyor. Bilimsel bir obezite indeksi, obezitenin maaş oranını olumsuz etkilediğini öne sürüyor ve aynı şey kısa boy için de geçerli. İlginç bir deneyde, katılımcılar hayalî bir adayın yeterliliğini değerlendirirler. Önerine adayın fotoğrafı öz geçmişi konur, bir grubun elindeki öz geçmişte çekici bir insanın fotoğrafı, diğer grubun elindeki aynı öz geçmişte ise daha az çekici birinin fotoğrafı vardır. Fotoğrafı güzel olan kişi başvuruda daha başarılı olur.

Bazı insanlar, doğumdan hemen sonra halo etkisinden faydalanır: Güzel bebekler hastanede daha fazla dikkat çeker, daha iyi bakılır ve bu nedenle daha hızlı büyürler.

Halo etkisi günlük hayatımız için ne anlama geliyor? Eğer elimizden geldiğince adil olmak istiyorsak, her zaman bu etkinin bilincinde olmalıyız. Ona teslim olmak zorunda değiliz, insanlar hakkında fikir yürütürken somut nesnel ölçütleri kıyaslayarak bu etkiye karşı tedbir alabiliriz.

Ancak bazen daha güzel olanları tercih etmek isteriz çünkü çevremizi görsel olarak zenginleştirirler. Bu yadsınamaz ama bunun farkında olabiliriz.

Halo etkisinden faydalanmak istiyorsak, doğanın bizi bir manken gibi donatmış olması durumunda bıçak altına yatmamız gerekmez. Halo etkisinin mümkün olan tüm özelliklerle çalıştığını unutmayın, elbette değerlendirilen kişinin kendisi için önemli olan özellikleri söz konusu değilse. Yani eğer müdürünüz hafızası güçlü olan insanlardan hoşlanıyorsa, o zaman onu birkaç hafıza performansı ile etkileyin. O zaman size başka becerileriniz konusunda da güvenecektir. Karşınızdaki kişinin bir başvuru görüşmesinde sporla ilgili faaliyetleri takdir ettiğini biliyorsanız, o zaman ona gençken kazandığınız ödüllerden bahsedin. Bazıları buna dalkavukluk diyebilir, biz buna bilime dayalı dalkavukluk diyoruz.

Averett, S. & Korenman, S. (1996), "The Economic Reality of the Beauty Myth", *Journal of Human Resources*, 31, 304-330.

Badr, L. K. & Abdallah, B. (2001), "Physical attractiveness of premature infants affects outcome at discharge from the NICU", *Infant Behavior and Development*, 24, 129-133.

Hamermesh, D. S. & Biddle, J. E. (1994), "Beauty and the Labor Market", *American Economic Review*, 84, 1174-1194.

Thorndike, E. L. (1920), "A constant error on psychological rating", *Journal of Applied Psychology*, 4, 25-29.

KÜVET Mİ, SİLAH DOLABI MI? - STRESE NASIL TEPKİ VERİRİZ?

- ~.~.~. 1. Stres araştırmalarında elde edilen en son bulgular, yaşamanızın kritik anlarında size yardımcı olur.

Saat 15.30, patronunuzun ofisindeyiz. Gergin bir şekilde yeni tüylü halısının üzerinde volta atıyor. "Geçen hafta yaptığınızı kimse duymamalı! Projede sunduğunuz rakamlar tamamen yanlış...

Görünüşe göre sabahları saat ondan önce işe gelmek gibi bir niyetiniz de yok! İnsanları idare edebildiğiniz için şükretmeli! Paçalarının biraz tutuşması gerektiğini düşünüyorum! İşte, elimde sizin için bir şey var..."

Önünüzdeki masaya hızla bir yığın dosya iniyor, bu esnada patronunuz dengesini kaybediyor ama son anda masasına tutunarak toparlanıyor.

"Bu yarın sabaha kadar bitecek, anlaşıldı mı? Şimdi çıkın dışarı!"

Derin bir nefes alıyorsunuz ama işte yine koridordasınız ve patronunuz kapıyı ardınızdan çarpıyor.

Hâlbuki söylenecek bir sürü şey vardı! O yanlış rakamların sadece sizin yüzünüzden değil, koca bir bölüm yüzünden olduğu... Bu sabah yine metronun bozulduğu ve kollarınızın arasındaki işin yarın sabaha kadar asla bitmeyeceği... O halde aşağıdaki iki cümle açısından 1 ile 6 arasında bir tercih yapın: Hangi oran size daha uygun?

"Ofisime giderim, silah dolabımı açarım, tüfeğimi alırım ve patronumun ofisine geri dönerim..."

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

5 ☐

6 ☐

"Ofisime giderim, köpüklü bir banyo için küveti doldururum, bir kadeh Prosecco'yla içine yatarım ve birkaç tane kız arkadaşımı da yanıma çağırırım..."

Büyük bir ihtimalle ne 1 numarayı ne de 6'yı seçtiniz çünkü eğer normal şartlarda yaşıyorsanız ofisinizde

- bir silah dolabınız ya da küvetiniz yoktur. Aranızdaki kadınlardan bazıları ilk tepki için “tipik erkek kafası” diye düşünürken, erkekler de ikinci tepki için “tipik kadın kafası” diye düşünmüş olabilir. Büyük bir ihtimalle bir erkek olarak gerçekten de 2. ya da 3. şıkkı ve bir kadın olarak daha çok 4. veya 5. şıkkı işaretlediniz. (İstisnalar kaideyi bozmaz, sizde farklı olduysa hemen heyecanlanmayın. Heyecanla nasıl başa çıkabileceğinizi öğrenmek için okumaya devam edin.)

Her şey sadece klişeden mi ibaret? Hayır, konumuz için bilimsel tarafı! Son yıllarda erkeklerin ve kadınların strese oldukça farklı tepkiler gösterdikleri bilimsel olarak kabul edilmiştir.

Burada bahsettiğimiz şey de tam olarak bu: Strese tepki vermek! Stres olduğumuzda her şeyi söyleyebiliriz. Peki, stres gerçekte tam olarak ne anlama gelir? “Stres” kelimesi aslında sadece fizikte bir materyalin üzerindeki baskıyı tarif etmek için kullanılıyordu. Ancak Dr. Hans Selye yirminci yüzyılın başında bu terimi psikolojiye taşıdı. Stres, vücudumuzun belirli tetikleyicilere verdiği tepkidir, bunlara stresörler denir. Stresörler bizim dengeimizi kaybetmemize neden olur. Bizden “uyum tepkisi” talep ederler.

Bu stresörler dışarıdan gelebilir, yani dışsal olabilir: zaten acelemiz varken mutfak zemininde oluşan kahve birikintisi gibi. Paydos etmeden kısa bir süre önce patronumuzun bize verdiği görev gibi. Caddede ansızın bizi

fren yapmaya mecbur bırakan ahmak gibi! Eşimizin ailesinin hafta sonu, hem şaşırtıcı bir şekilde hem de hiç de uygun olmayan bir zamanda gelecek olmaları gibi.

Stresörler iç dünyamızda da ortaya çıkabilir, özellikle de kendimizi belli hedefler yüzünden baskı altına aldığımızda. Örneğin, şehir maratonunda ilk on arasında yer almak, bu yıl terfi etmek ya da on (belki de sadece iki) kilo vermek gibi. Korkular da içsel stresörler olabilir: örneğin, bir gece kulübünde eski eşimizle karşılaşmaktan ya da iş yerindeki meslektaşımızla yaşadığımız mace-ranın ortaya çıkmasından korkmak gibi.

Gerekli uyumun kaynaklarımızı (zaman, para, güç veya var olan beceriler gibi) aşmasıyla stresi daha çok hissederiz. Farklı insanlar farklı kaynaklara sahip oldukları için birinde çok fazla strese neden olan bir olay, başka birini rahatsız etmez. Eğer stresörü kontrol edemeyeceğimiz izlenimine kapılırsak, stresimiz özellikle güçlenecektir. Yani eğer patronumuz bizi sadece fazla çalıştırmakla kalmayıp aynı zamanda bize haksızlık ederse ve biz kendimizi savunamazsak nabzımız çok daha hızlı atar.

Teknik dilde “adaptasyon” olarak bilinen stresör uyumu, üç aşamada gerçekleşir: Vücudumuz ilk olarak bir alarm reaksiyonu gösterir. Bu, stresörün gelişimi konusunda tetikte ve duyarlı olmamızı sağlayan heyecan durumudur. Bu esnada mesela kalp atış ve solunum hızı artar, lenf bezleri şişer. Hormon seviyeleri de artar. Stresör

- devam ederse vücudumuz ikinci aşamaya geçer: direnç gösterme! Strese karşı koymak için kaynakları seferber ederiz. Ancak stres yine de devam ederse, bir süre sonra yorulur, bitap düşer ve uzun vadede hastalanırız.

Uzun zamandan beri insanlar ve hayvanlar üzerinde stres araştırmaları yapılmaktadır ve kısa bir süre önce akut strese karşı evrensel bir cevap bulunduğu varsayılmaktadır: savaş ya da kaç. *Köpekler ve insanlar ya stresle doğrudan savaşır ya da kaçarlar*, diye düşünülmüştür. Buna her parkta şahit olabilirsiniz, genelde köpeklerde ve bazen de insanlarda...

On yıl kadar önce bu araştırmada temel olarak hayvanlarda (ve insanlarda) erkeklerin davranışlarının değerlendirildiği görülmüştür. Bir araştırmada ise kadınlarda, “endişe ve yardım isteme” şeklinde tarif edilen bambaşka kalıplara rastlanmıştır. Erkekler agresifleşirken kadınlar stresli durumlarda güçlü bir şekilde yavruları için endişelenir ve yakın çevresiyle iletişim kurar.

Bu kalıplar insanlığın ilk çağına kadar uzanır: O zaman tek başına ava çıkan erkek kendisine saldıranla savaşabilir ya da ondan kaçabilirdi, bu esnada kadın yavrularına göz kulak olurdu ve erkekle aynı olanaklara sahip değildi (hele ki çocuklarıyla asla). Kadın için yavrusunu korumak ve acil bir durumda kendisine yardımcı olabilecek diğer kadınlarla iletişim kurmak daha iyiydi.

Güzel bir banyoyu veya sağlam bir çatışmayı engelleyen bir durum yok. Ama baştaki örnekte görüldüğü

gibi modern dünyada bu iki seçeneğin hiçbirisi saf haliyle akut stresi ideal bir şekilde çözemez (bazılarınız şu anda buna karşı çıksa bile). Her ikisinin de haklı tarafları var. Çalışmalar her zaman, iyi bir sosyal çevreye sahip olduğumuzda stresli durumlar konusunda daha iyi desteklendiğimizi göstermektedir. İnsanlar, özellikle sağlam sosyal ağlara sahip olduklarında hastalıkları daha iyi atlatabilirler. Ayrıca bu, kontrolü yeniden kazanmaya, yani mücadele etmeye de yardımcı olur. Bunu silah dolabı olmadan da halledebiliriz; özellikle de erkekler, rutin çalışma hayatında her gün cephaneliklerini tekrar test etmekten gerçekten keyif alırlar...

Peki bu, günlük hayatta bize nasıl yardımcı olur? Birincisi, stresli bir durumda nasıl tepki verebileceklerini tahmin edebilirsek etrafımızdaki insanlarla daha kolay başa çıkabiliriz. İkincisi, yaşayacağımız bir sonraki stresli durumda kendimizle ilgili bir şeyler öğrenebiliriz. Doğanın bize verdiği iki yaklaşımı bilinçli bir şekilde birleştirebiliriz: korumaya alma ve mücadele. O halde verilen örnek için en iyi çözüm şu şekilde görünecektir: önce ev, sonra köpüklü banyo, arkadaşlarla telefonda sohbet ve bir gece bu konunun üstüne yatmak. Ertesi sabah da daha sakin ve objektif bir şekilde patrona fikrini bildirmek.

- Krohne, H. W. & Slangen, K. E. (2005), "Influence of Social Support on Adaptation to Surgery", *Health Psychology*, 24, 101-105.
- Selye, H. (1956), *Stress beherrscht unser Leben*, Düsseldorf: Econ.
- Taylor, S. E., Klein, L. C., Lewis, B. P., Gruenewald, T. L., Gurung, R. A. & Updegraff, J. A. (2000), "Biobehavioral Responses to Stress in Females: Tend-and-Befriend, Not Fight-or-Flight", *Psychological Review*, 107, 411-429.

EVİMİZDEKİ ÇİÇEKLER (BAZEN) MUTLU EDER



- Öz yeterlilik deneyimleri mutluluğun anahtarıdır,
• hatta çok küçük şeyler olsalar bile.

Bir önceki bölümde örnek verdiğimiz berbat iş günüyle devam edelim: Patronunuz yine yaptığınız işle uğraşıp duruyor, size can sıkıcı bir proje verdi ve bunlar yetmezmiş gibi en önemli müşterilerinizden biri sizi şikâyet etmiş.

Akşam yorgun argın kanepenizde otururken ne düşünüyorsunuz?

- ❑ Patron bana gıcık oluyor. İş arkadaşımı tercih ettiği açıkça ortada, sanırım bu halo etkisi yüzünden olmalı.
- ❑ Bugün dolunay vardı, o yüzden kötü geçti. Son zamanlarda her şey bana karşı gibi. Ne yaparsam yapayım kimsenin gözüne giremiyorum.



❑ Gerçekten benim suçumdu. Ama yarın yeni bir gün, bazı şeyleri değiştirebilirim ve değiştirmeliyim.

Son cevabı seçmek biraz sancılı olmuş olabilir: Akşam kanepenize uzanmışsınız ve işi berbat etmenizden tamamen siz sorumlusunuz. Bu oldukça can sıkıcı olabilir. Diğer taraftan, birkaç yıl daha uzun yaşama şansına sahipsiniz ve eğer ilk iki cevaptan birini işaretlemiş olsaydınız bu kadar mutlu olmayacaktınız.

Bir insanın hayatından ne kadar memnun olduğu, “kontrol odağı”nın ne kadar güçlü olduğuna bağlıdır. Bakış açısı şudur: “Hayatımda olup bitenlerin kontrolü benim elimde.” 25. sayfada başlayan bölümde, kültürümüzde genellikle belirli olaylardan çoğunlukla kişileri sorumlu tuttuğumuzu ve “dışsal koşullar”ın daha az etkisi olduğunu varsaydığımızı görmüştük. Buradaki asıl soru, hayatınızdaki olayları kontrol eden kişinin bizzat kendiniz olduğunu, çevrenizdeki insanlar olmadığını bilip bilmediğinizdir.

İnsanların mutsuz hissetmesinin birçok nedeni olabilir. Ancak hemen hemen hepsinde bir şey gözlemlenir: Bir ya da birçok alanda hayatları üzerindeki kontrolü kaybetmişlerdir. Tanıdık geldi mi? Kendinizi güçsüz ve çaresiz mi hissediyorsunuz? Sadece bir kukla gibi olduğunuzu, kontrol edildiğinizi mi düşünüyorsunuz? Kendinizle olan

bağınızı mı kaybettiniz? Bu sadece sizi mutsuz etmekle kalmaz, aynı zamanda hasta da olursunuz! Kalp krizi ve depresyon süreklilik arz eden “kendini yönetememe” durumlarında görülen sonuçlardır.

İyi haber şu: Adı “öz yeterlilik deneyimi” olan karşıt bir kavramla bunu değiştirebilirsiniz. Deneyimin özeti şudur: “Hayatımı şekillendirebilirim! Her şeyi tek başıma değiştirebilirim!”

Bunun, dergilerde okuduğumuz hayati değişikliklerle alakası yoktur. (Bu insanlar radikal kararlarla hayatlarını değiştirmişlerdir. Örneğin, Sylvia [42]: Başarılı bir iş kadınıyken, Afrika’da azla yetinen bir rahibe oldu. Stefan [38]: Kendinden emin bir müzmin bekârken, kamu hizmetinde çalışan bir aile babası oldu.) Küçük değişiklikler bile hayatınıza kontrolü ve memnuniyeti geri getirmek için yeterlidir.

Bu değişikliklerin ne kadar küçük olabileceğini, bakımevlerinde yapılan ilginç bir deney göstermiştir. Oradaki insanlar genelde kendi kendilerine karar verememekten şikâyetçidirler. Bu yüzden bakımevindeki insanlara odalarında bir saksı çiçeği isteyip istemeyeceklerine kendilerinin karar verebileceği ve aynı zamanda bitkinin bakımından sadece kendilerinin sorumlu olacakları söylenir. Bir diğer gruba da saksı çiçekleri “sipariş” edilir ve bitkilerin bakımından huzurevi personelinin sorumlu olacağı, kendilerinin bir şey yapmasına gerek olmadığı söylenir.

Sonra deney katılımcılarına hayatlarından ne kadar memnun oldukları sorulur. İşte etkileyici sonuç: Bir bitki konusunda kendi kendine karar verebilecek olan grup diğerine oranla çok daha memnundur. İşte asıl inanılmaz olanı: Bir buçuk yıl sonra kendilerine bizzat karar alma olanağı verilen gruptaki ölüm oranı yüzde on beş, diğer grupta ise yüzde otuzdur, yani iki kat daha yüksektir!

Bu yüzden size bir tavsiyemiz var: Düzeni daha sık bozun! Rutini ve kuralları bozun, özellikle de laf olsun diye konmuşlarsa! Küçük küçük başlayın, yoksa başarısız olursunuz. Her gün boynunuza atılan kemendi çözün ve hayatınızın küçük bir bölümünün kontrolünü elinize alın.

Örneğin, ekip toplantısında en ilginç konuları sürekli meslektaşlarınız üstleniyorsa, bir kez de siz, “Bunu ben yapmak isterim!” deyin. Patronunuz işi üstlenmenize memnun olacaktır. Kız arkadaşınız sorunlarını konuşmak istediği için günde dört saatinizi çalışıyorsa ona, “Artık kendime bir saat vakit ayırmak istiyorum!” deyin.

Bunun dışında umutsuz görünen vakalar da vardır: Bir şeyleri değiştirmeyi bin kez denemişsinizdir ama bir türlü başaramamışsınızdır. “Olmuyor işte!” diye düşünüyoruz ama ya mümkün olsaydı? Diyelim ki her sabah zorla yataktan kalkıyorsunuz çünkü herkes saat 07.30’da ofiste olmak zorunda, üstelik o saatte hiçbir şey yapılmamasına rağmen. Oysa siz sabah bir saat daha uyumayı ve akşam bir saat daha uzun çalışmayı tercih ederdiniz.

Patronunuza defalarca sordunuz ve defalarca “hayır” cevabı aldınız. Bu tarz vakaların yüzde doksan beşinde işe yarayan bir hile var: Bunu sadece bir haftalığına denemeyi rica edin. Edindiğimiz tecrübeler, hiç kimsenin bir haftalık deneme süresini reddetmediğini gösteriyor.

Bu küçük şeylerle dünyayı değiştirmeyeceksiniz. Zaten mesele bu değil. Mesele, akşam yatağa yattığınızda hayatınızı az da olsa kontrol altına alabildiğiniz için hissedeceğiniz mutluluk ve ömrünüze eklenecek birkaç yıl...

Bandura, A. (1997), *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, New York: Freeman.

Langer, E. & Rodin, J. (1976), “The effects of choice and enhanced personal responsibility for the aged: A field experiment in an institutional setting”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 134, 191-198.

SORUNLARA TEŞEKKÜR BORÇLUYUM

Bilinçaltınız ve içinizdeki kötü ses neden birlik olur ve siz her ikisinin üstesinden nasıl gelebilirsiniz?

Yine sigarayı bırakmaya çalıştınız ama sonra tekrar mı başladınız? Yeni yılda bazı kararlar aldınız ve yine mi yapamadınız? Komşunuzla bitmek bilmeyen savaşınıza bir son vermek istediniz ve yine mi başaramadınız? Tüm bunları yapmak için bu kadar hevesli olmanıza rağmen içinizdeki kötü ses neden bu kadar güçlü ve ona nasıl direnebilirsiniz?

Neden kendimizi kötü hissetmemize rağmen sıklıkla talihsiz koşullarımıza, üzerimizdeki baskılara ve yorucu çatışmalarımıza tutunmaya devam ediyoruz?

Cevabı çok basit. Çünkü bize güven veriyor!

“Bu mümkün olabilir mi?” diye düşünüyorsunuz belki şu anda. Çünkü aslında baskılar bizi kısıtlıyor ve bizi bağımlı kılarak mutsuz olmamıza sebep oluyor.

Bu bir yandan can sıkıcı ve acı verici, diğer yandan hayatımıza güzel bir yapı kazandırıyor. Şimdiye kadar gördüğümüz kadarıyla beynimiz kontrolü çok seviyor ve kontrolü kaybetmeye dayanamıyor! Bu sebeple ona kontrol olanağı sağlayan veya öyleymiş gibi yapıp onu aldatan her şeye sıkıca tutunuyor, böylelikle ister baskılardan oluşsun ister sorunlardan, her türlü yapı işine geliyor. Bu yapı da bize bir “kontrol yanılsaması” kazandırıyor. Kontrol yanılsaması, üzerinde çalıştığımız mutlu “öz yeterlilik deneyimleri”yle yakından ilişkili (bir önceki bölüme bakınız).

İzin verin bu bağlamda size birkaç şey anlatalım. Kendimize itiraf etmekten hoşlanmadığımız şey, dünyanın geri kalanıyla kıyaslandığımızda büyük bir değirmenin küçük çarkları gibi olduğumuzdur. Bazen kendi başımıza döneriz, çoğu zaman başkalarıyla dönmeye mecbur oluruz. Elbette gelecekte bizi neyin beklediğini bilmek isteriz çünkü böylece kendimizi ona göre ayarlayabiliriz. Ama eninde sonunda sanki her şey kontrolümüz altındaymış gibi davranıp kendimizi kandırırız. Neticede kendimize karşı tamamen dürüst olursak, hayatlarımız aniden değişebilir. Kaderin darbesine katlanırsınız ve şansınız yakalabilirsiniz. Tüm bunlar, aktif olarak hedeflediklerimizi işin içine katmadan olur. Tabii ki sağlıklı bir yaşam

- tarzını koruyabiliriz. Bu, belirli yaşam koşullarını ortaya çıkarma olasılığımızı artırır veya azaltır. Ancak son söz her zaman tek bir şeyindir. İster bunun adı Tanrı, Allah, kader, tesadüf isterse de Nirvana olsun... Bu elbette ki işe yaradığı sürece son derece pratik ve zevklidir. Eğer hayatımızda bir şeyler bizi zorlamaya başlarsa, birden bununla başa çıkmakta zorlanırız.

Bu anlatılanlar içinizde ortaya çıkabilecek belirli eğilimlere karşı sizi duyarlılaştırmak için tasarlanmıştır. Çünkü bünyemizde hâlâ çok güçlü bir rakibimiz vardır: bilinçaltımız. İçimizdeki o kötü ses! Bilinçaltımızın belirsizliğe ve güvensizliğe tahammülü yoktur.

Eğer alışkanlıklar, baskılar, sorunlar veya çatışmalarla mücadele ediyorsak, bilinçaltımız bize çoğu zaman meydan okur. Bunu (sözde) faydalı bir yapıyı kaybetme korkusuyla yapar. Çünkü hayatımızda olup biten her şey hesaplanamaz ve neredeyse hiç kontrol edilemez olsa da hayatımızın büyük, sabit ve korunaklı tek bir yapısı vardır: Bu ne zaman, nerede, nasıl, kiminle olursa olsun sorunlar, baskılar, iç ve dış çatışmalardır! Hiçbir şey bilmesek de sorunlar, baskılar ve çatışmalar sayesinde nasıl biri olduğumuzu, neyin yanlış ve neyin doğru olduğunu, ne yaptığımızı ya da nelere izin verdiğimizi, kimin ne zaman bir şeyleri mahvettiğini, hangi sorunların farkında olduğumuzu, kesinlikle istemediğimiz şeyleri, neyin olduğu gibi kalacağını her zaman ve kelimenin tam anlamıyla biliriz. Bu yüzden de yaşamlarımızın

kontrolünün elimizde olduğuna inanırız ve bilinçaltımız bu yanılsamayla kendini iyi hisseder.

Aslında şu ana kadar her şey olduğu gibi kaldığı için minnettar olmalıyız. Gerçi bu bizi zaman zaman rahatsız eder ve ızdırap çekmemize neden olur ama bu sayede belli bir güven, kontrol duygusu ve (sözde) öz yeterlilik deneyimi kazandırır.



Tüm bunları duymak belki de sizi içinde bulduğunuz hayal dünyasından koparmış olabilir. Bu yüzden size nasıl öz yeterlilik sahibi olabileceğinizi anlatacağız: Yol, direncin olduğu yerdedir!

Kulağa şiir gibi gelen bu söz, günlük hayatımızda somut olarak uygulanabilir: Örneğin, “Sigara içmek o

- kadar da kötü bir şey değil, sigara içen ve doksan küsur yaşında olan insanlar tanıyorum!” ya da “Kurallar çiğnenmek içindir!” veya “Bana ne, ilk adımı komşular atsın!” diye düşünüyorsanız, o halde büyük bir olasılıkla bir savunma ve direnç mekanizması geliştirmiş durumdasınız.

O zaman bilinçaltınızı aldatın. Birincisi: Kendinize, “Her şeyin daha kötüye gitmesi için daha ne olması lazım?” diye sorun ve gözünüzün önüne içinde bulunduğunuz durumu en göz kamaştırıcı renklerle anlatan kareyi getirin: sigara içmiş bir ciğer, komşunun baltasının başınıza saplanmış hali... Sonra hemen ikinci soruyu sorun: “Bu kadar kötüye gitmesini mi istiyorum?” Cevabınız hemen, “Hayır!” olacak. Bir “bedel kıyaslaması” yapın. Hangi bedel daha yüksek: Her şeyin böyle devam etmesine ve duvara toslamasına izin vermek mi, yoksa daimî başarıyı hedefleyen bir süreci ümit etmek mi?

Bu şekilde bir şeyler yapmak ve bir şeyleri değiştirmek için motivasyonunuzu artırırsınız.

İkincisi: Eğer öyle olmasaydı o bizim bilinçaltımız olmazdı çünkü bilincimizin altında olmazdı ve bilinçli olarak bilinçaltımızı kandırmamız mümkün. Onu kendi kendine telkinle kandırabilirsiniz. Örneğin, “Özgür iradem kullanacağım ve bundan sonra sigara içmeden yaşayacağım!” cümlesini sürekli tekrarlayın. Bu noktada hedefinizi yansıtan net ve pozitif bir ifade bulmanız son derece önemlidir.

Bu noktada bilinçaltımızın bir değişim sürecine adapte olmasını sağlarız. Çünkü bilinçaltında baskı, sorun ve çatışma durumlarında kullanılabilecek birçok fikir ve çözüm seçeneği bulunmaktadır. Bu fikirler yavaş yavaş serbest kalır ve bilince nakledilir. Bu şekilde olumlu düşünmek işe yarar ve her şey yoluna girer!

Freud, S. (1960), *Das Unbewusste: Schriften zur Psychoanalyse*, Frankfurt/M.: Fischer.

Kitz, V. & Tusch, M. (2011), *Ich will so werden, wie ich bin - Für SelberLeber*, Frankfurt/M.: Campus.

Murphy, J. (2009), *Bilinçaltının Gücü* (2. ve 3. bölümler), çev. Aslı Şimşek, Koridor Yayıncılık.

ÖMRÜNÜZÜ UZATABİLMEK İÇİN ÖLMEDEN ÖNCE NE YAPABİLİRSİNİZ?

Dinlerarası psikolojinin doktrinleriyle
sağlığını koruyabilirsiniz.

İster inanın ister inanmayın, dindar insanlar
daha uzun yaşarlar. Bunu sayısız çalışma
kanıtlamıştır.

Peki, siz aşağıdaki nedenlerden hangisini se-
çerdiniz?

- ☐ Şaşırlacak bir şey yok, sonuçta bir sürü din net bir şekilde isteğe bağlı olarak "ölümden sonra yaşam" paketi sunuyor.
- ☐ Dinler insanlara kurallar koyar ve sağlığa zararlı olan bazı şeyleri yasaklar.
- ☐ Dinler, insanların hayatlarını kontrol etmeleri için özel bir kontrol sağlar.

Hiç şüphe yok ki dinlerin karanlık tarafları var, binlerce yıl boyunca din adı altında birçok insan ezildi, hatta öldürüldü. İnsanlar dinleri her zaman eleştirdiler, bugün de eleştirmeye devam ediyorlar. Eleştirilerin bazılarını kabul etmemek de mümkün değil. Ancak dinlerin neden yüz biniyıldan fazla bir süredir ayakta kaldığını düşündünüz mü? Hiç şüphe yok ki insanlık için bir faydaları olmalı, aksi takdirde çok önce evrimin kurbanı olurlardı.

Gerçekten de onlarca yıl boyunca yapılan çalışmalar, dinî inançlar ile yaşam süreleri arasında pozitif bir ilişki olduğunu gösteriyor ve kastedilen, bazı dinlerin bize vadettiği gibi ölümden sonraki sonsuz yaşam değil, cenaze töreninden önceki yaşamdır. Dindar bir yaşamın ölüm oranını yüzde otuz oranında azalttığı söyleniyor. Aynı zamanda görünüşe göre din bizi daha mutlu ve sağlıklı kılıyor. Bu ilişkilerin makul bir açıklamasını yapmak çok uzun zamandır mümkün değildi.

Son araştırmalar bu bulgunun otokontrolle ilişkili olabileceğini düşündürüyor. Daha önceki bir bölümde (123. sayfaya bakınız) hayatını kontrolü altında tutabilen kişinin daha mutlu ve sağlıklı olduğunu görmüştük.

Peki, bize belirli değerleri ve davranış kurallarını dayatan dinler, bize nasıl otokontrol kazandırabilir?

Elbette burada bahsedilen şey, insanların günlük dinî davranışlarıdır, radikal grupların yıkıcı şiddet eylemleri

- değil. İnsanların dinlerinde normalde silah ya da şiddet yoktur, değerlerine saygı duyulması için fiziksel anlamda kimseyi zorlamazlar. Örneğin, papa sırf Katolik olduğumuz için bize kendisinin bizzat düğün günümüzde çıkaracağı bir bekâret kemeri takmıyor. “Evlenmeden önce cinsel ilişki yok!” kuralına uyup uymamak sadece bize bağlı.

Ancak kendimizi dinimizin hedefleriyle özdeşleştirsek, o zaman bu hedefler kelimenin tam anlamıyla bizim için “kutsal” olacaktır. Dinlere gizemli anlamlar yükleniyor ve dinler üstümüze çöken ataletin üstesinden gelebilmemiz için çok özel bir güç geliştiriyorlar. Örneğin, yatalak komşumuza alışveriş konusunda daha çok yardım etmemizin nedeni yeni yılda üstlendiğimiz bir iyi niyet göstergesi midir, yoksa dinî değerlere yüklediğimiz bir anlam mıdır? İkisinin arasında fark vardır. Mistik değerleri koruyabilmek için daha büyük bir güç geliştirir ve sonunda daha başarılı oluruz. Bu da bize, bizi mutlu ve sağlıklı kılan iyi bir kontrol deneyimi sunar, aynı zamanda hayatımızın diğer alanlarına da hâkim olma arzusu verir.

Elbette bu “hile”yi dindar olmayan insanlar da kullanabilir: Hedeflerinize daha yüksek değerler yükleyin: mesela daha iyi bir hayırsever, çevreci, hayvansever olarak sağlığa ya da topluma daha çok katkı sağlamak gibi. Vücudunuz size daha güçlü bir otokontrol hissiyle

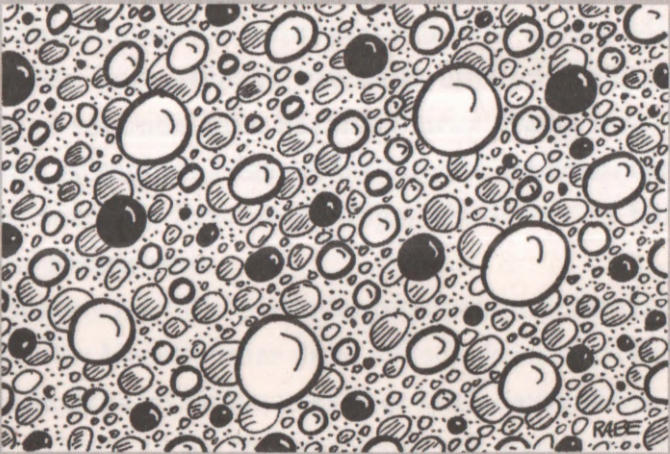
teşekkür edecektir. Ölümden önce yaşayacağınız daha uzun bir ömür de cabası.

McCullough, M. E. & Willoughby, B. L. B., (2009),
"Religion, Self-Regulation, and Self-Control: Associations,
Explanations, and Implications", *Psychological Bulletin*, 135,
69-93.

**“BELLİ Kİ SANA İLGİ DUYMUYOR!”
HER ŞEY İÇİN BİR AÇIKLAMAMIZ
VAR!**

Kontrol yanılışmaları size yardımcı olabilir,
yine de kendinizi onlara karşı korumalısınız.

Aşağıdaki görsele bakın. Ne görüyorsunuz?



Noktalardaki figürleri fark ettiniz mi? Hayvanlar mı var? Ağaçlar mı? Hiçbir şey yok mu? Cevabınız şu anki durumunuz hakkında çok şey söyleyebilir. Birazdan daha fazlasını anlatacağız.

Ama öncelikle ünlü bir televizyon dizisini inceleyelim. *Sex and the City* dizisinde, günümüzde efsane olmuş şu diyalogu anımsıyor musunuz: “Belli ki sana ilgi duymuyor!” Karakterlerden bir tanesi, kısa süre önce tanıştığı adamın kendisini hâlâ neden aramadığını merak ediyor. Olası tüm nedenleri sorguluyor, ta ki biri ona, “Belli ki sana ilgi duymuyor!” diyene kadar. Bu sahne büyük bir hızla kült statüsüne ulaştı, hatta bunun üzerine bir



- kitap yazıldı ve bu isimle bir film çekildi.² Her şekilde ana konumuz şu: Tüm saçmalıklarına rağmen dünyayı nasıl açıklarız?

Daha önceki bölümlerde belirttiğimiz gibi: Hayatının kontrolünü eline alan insanlar mutlu ve sağlıklıdır. Kontrol eksikliği olanlar ise mutsuz ve sağlıksızdır. Kontrol deneyiminin de değişik aşamaları vardır: Eğer sadece anlamakla kalmıyor, aynı zamanda aktif olarak etki edebiliyorsak en büyük kontrole sahip oluruz (örneğin, bir telefonun nasıl çalıştığını, tanıdıklarımıza ait numaraların olduğunu ve bizzat telefon görüşmesi yapabileceğimizi biliriz). Bunun dışında aslında doğrudan etkileyemediğimiz ama en azından açıklayabileceğimiz olaylar var. Sırf bu “açıklama gücü” bile bize belli bir kontrol hissi verir, eğer nedeni ve etkiyi bilirsek, bu “bir etkiyi tahmin edebileceğimiz ve nedeni değiştirerek, en azından teorik olarak o durumu değiştirebileceğimiz” anlamına gelir.

En kötüsü ikisinin de olmamasıdır: Bir olayın üzerinde etkimizin olmaması ve o olayı açıklayamıyor olmamız! Böyle bir durumun ardından kaotik bir tesadüfe veya açıklanamaz bir duruma teslim olmuş ve kontrolümüzü tamamen kaybetmiş gibi hissederiz. Aynısı, elimizde bir açıklama olması (Bana ilgi duymuyor!) ama bizim

2 Filmin orijinal adı: *He's Just Not That Into You*. Türkçe uyarlaması daha farklı yapılmıştır: *Erkekler Ne Söyler Kadınlar Ne Anlar*. (yay. n.)

onu bir türlü kabul edemediğimiz durumda da geçerlidir. Neticede böyle bir durumda da olup bitenle ilgili açıklama eksiktir.

Bu acizlik o kadar dayanılmazdır ki beynimiz buna izin vermez. Çaresizce kontrolü tekrar ele geçirmeye çalışır ve bunu yapabilmenin ilk yolu da bir açıklama bulmaktır.

Yapılan çalışmalara göre, kendi üzerimizdeki kontrolümüzü ne kadar kaybedersek, çevremizdeki her şeyle ilgili açıklamaları da o denli güçlü hayal ediyoruz. Bu noktada yukarıda gördüğünüz noktalarla ilgili yorumunuz devreye giriyor. Bir deneyde iki grup insana aynı soru sorulur: “Bu görselde ne görüyorsunuz?” Ayrıca her iki gruba öncesinde farklı zihinsel egzersizler yaptırılır: Birinci gruptaki insanlardan, hayatlarında başa çıkamadıkları bir durumu düşünmeleri istenir. Diğer gruptaki insanlardan ise kontrolleri altında olan rahat bir durumu düşünmeleri istenir.

Bu farklı düşüncelerin, insanların görselde gördükleri şey üzerinde güçlü bir etkisi vardır. Rahat bir durumu düşünen grup, “Bu görselde herhangi bir şey yok,” diye düşünür. Buna karşın çaresiz kaldıkları bir durumu düşünen grup, bu görselde birçok desen ve düzen görür: hayvanlar, figürler, kelimeler. Her iki gruba karmakarışık borsa verileri sunulmuş olsa da bir grup kendi içindeki eğilimlerini ve düzenini görecektir. Diğer grup ise sadece kaotik veri dağarcıkları görecektir.

Sonuç: Eğer kendimizi çaresiz hissederseniz, olası sorunlar için önceden endişelenmeye başlarız ve bir bulmacanın parçalarını rastgele bir araya getirircesine kendimize açıklamalar uydururuz. Ancak hayatımızın kontrolünü genel anlamda ne kadar ele geçirirsek, bazı şeylerin henüz belli bir altyapıya sahip olmayan bir kaostan ibaret olduğunu kabul edebilecek durumda oluruz.

Gerçek şu ki bölümün başındaki görselde herhangi bir düzen ya da figür yok. Sadece kaotik noktalardan ibaret. Eğer siz de böyle gördüyseniz, o zaman hayatınızın üzerinde iyi bir kontrole sahipsiniz demektir. Görsele ne kadar düzen yüklediyseniz, olası kontrol ihtiyacınız o oranda güçlüdür ve şu anda hayatınızda bu kontrolden yoksun olabilirsiniz.

Örneğin, batıl inançlar kendimizi çaresiz hissettiğimiz zaman beynimizin bir şeyleri açıklamak için başvurduğu bir yöntemdir. Komplo teorileri de kontrol ihtiyacımızdan kaynaklanır. Örneğin, Batı dünyası 11 Eylül 2001’de New York’taki Dünya Ticaret Merkezi’ne yapılan saldırılardan sonra kendisini nadiren bu kadar çaresiz hissetmiş ve nadiren bu kadar çok komplo teorisi üretmiştir. Bir sürü internet sayfası açıldı, hatta olası tüm açıklamaları içeren filmler çekildi. Örneğin, kuleleri Amerikan gizli servisinin havaya uçurduğu tezi hâlâ savunuluyor.

Borsada da “açıklama yoluyla kontrol etme”ye duyulan ihtiyaç azap verici olabilir: Durum çaresizleştikçe,

yatırımcılar da fiyat akışında gerçekte olmayan örnekler ve düzen kalıpları görmektedir. Her şeyi kontrol altına aldıklarına o kadar ikna olurlar ki kendilerini (ve başkalarını) yıkıma uğratmaya devam ederler.

Hepimiz baca temizleyicisinin uğur, kara kedinin ise uğursuzluk getirmediğini biliyoruz. Ama bazen mantıklı gibi görünen açıklamaların bir “baca temizleyicisi” (iyi şans işareti) olduğu yönünde kendimizi kandırıp kandırmadığımızı kontrol etmekte fayda vardır. Belki de kabul etmek istemediğimiz bir açıklaması vardır. Belki de hiçbir açıklaması yoktur. Bu “batıl inançlar”ın hiçbir açıklaması olmadığını kabullenmek, onları bilinçli olarak kendi hallerine bırakmak ve bu duruma katlanmak da çok iyi bir egzersizdir.

Whitson, J. A. & Galinsky, A. D. (2008), “Lacking Control Increases Illusory Pattern Perception”, *Science*, 322, 115-117.

KİMSE SİZİ İSTEMESE BİLE NASIL EVLENEBİLİRSİNİZ?

Reklam psikolojisindeki
"yapay kıtlık"³ sayesinde
kendinizi daha iyi pazarlayabilirsiniz.

En iyi kız arkadaşınız, yeni biriyle birlikte olduğundan beri diğer erkekler tarafından aşırı ilgi görüyor. Daha önce hiç kimsenin ilgisini çekmezken şimdi iltifatlar alıyor, davetlere çağırılıyor ve arzuaniyor. Tüm bunlar birkaç yaş olgunlaştığı ve parmağında bir yüzük olduğu için mi? Doğa kanunlarına rağmen değerini bu kadar yükseltmesi nasıl mümkün olabilir? Bir mucize mi oldu? Bu haksızlık değil mi? Bu tarz mucizelerin kendi yaşantınızda da gerçekleşmesini nasıl sağlayabilirsiniz?

-
- 3 Yapay kıtlık, geniş pazarlama koşullarında yeterli kapasite olmasına rağmen sırf talep yaratmak için kasıtlı olarak bir şeyin kullanılabilirliğini sınırlamaktır. (ç. n.)

Bu mucize, reklam psikolojisinde kullanılan oldukça ucuz birkaç hileyle açıklanabilir: Kız arkadaşınız yapay kıtlık taktiğini kullanıyor.

Pazarlık pozisyonunuzu güçlendirmek ve “fiyatınızı” artırmak istiyorsanız “yapay kıtlık” stratejisini her zaman kullanabilirsiniz. Pazarımız, arz ve talep yasasını uygular. Fiyat, bu iki ölçüt arasındaki ilişkiyi yansıtır.

Gündelik yaşantımızda şöyle bir inancı benimsemiş durumdayız: Bir malın fiyatı, o malın değerini ifade eder, dolayısıyla ne kadar pahalıysa o kadar iyidir. Bu aynı zamanda yüksek fiyatlı ürünlerin ağır bir tarafı olduğunu kanıtlar çünkü ciddi anlamda talep görmekte ve sadece sınırlı sayıda sunulmaktadırlar.

Yapay kıtlıkta kullandığımız mantık tam olarak budur. Söz konusu ne olursa olsun, verdiğimiz hizmetin, performansımızın, ürünümüzün kullanılabilirliğini sınırlıyoruz. Bu şekilde fiyatı yükseltiyoruz. Örneğin, Porsche, 911 Speedster modelini kısa sürede iki yüz bin avronun üzerinde satmak istiyorsa, o zaman otomobil üreticisinin sadece üç yüz elli altı adetle sınırlı özel bir üretim yapması gerekiyor. Evet, arabaların neredeyse hepsi sunum yapıldığı gün satılıyor.

Elbette tüm bunlar mütevazı boyutlarda hareket ettiğimizde de işe yarar: Neden bazı teklifler sınırlı sayıdadır? Neden bazı indirimler kısa sürelidir ve “istisnai” olarak kısa bir süreliğine uzatılır? Teknoloji marketlerindeki indirimli fiyatları ve bankaların sınırlı faiz hareketlerini

- düşünün... Bir fiyatın şu günden şu güne kadar (bir saniye bile fazla olmamak kaydıyla) belli bir oranda kalacağına dair gerçek ve mantıklı bir açıklama olabileceğine inanıyor musunuz?

Yapay kıtlık (psikolojik açıdan) bir ürünün çekiciliğini veya hizmet performansını neden artırıyor? Bu etkiyi çabanın gerekçesi ve uyumsuzluk teorisi açıklar: Eğer bir şey için daha fazla efor sarf etmem, daha fazla çalışmam gerekirse, sonrasında çok daha fazla takdir görmek isterim. Kötü düşünebilirim: “Bunun için çok çaba sarf ettim ama aslında değmezmiş!” Öz değer açısından bizzat kendimi aldatmam ve ikna etmem çok önemli: “Bunun için çok çaba sarf ettim ve bu olağanüstü cılgınlığa değer!”

Ayrıca birey olarak algılanmaya şiddetle ihtiyaç duyarız, yani diğer insanlardan farklı olmak, benzersiz olmak isteriz. Peki, bunu nasıl başarırız? Her erkekte ve her kadında olmayan şeyler satın alırız.

Peki, bu bize ne öğretir?

Birincisi: İndirimlere dikkat! Gerçekten satın almaya değip değmeyeceğini kontrol edin. Bazen çok daha az paraya çok daha iyisini satın alabilirsiniz.

İkincisi ve daha önemlisi: Eğer henüz bekârsanız ve bir ilişki arayışı içindeyseniz, o zaman bunu açıkça göstermeyin. Potansiyel kurbanlarınıza, nadiren bulunan ve zor elde edilen biriymişsiniz gibi davranın. Ancak bunun kendinizi nadiren göstermekle hiçbir ilgisi yok. “Maruz

kalma etkisi” ile (bir sonraki bölümde daha ayrıntılı bir şekilde bahsedilecektir) bunu daha iyi anlayacaksınız. Sizi fethetmek kolay olmamalı! Bırakın karşınızdaki debelensin dursun. Siz ender bulunan, değerli birisiniz (Bu arada elbette kibar olun). Hızla, kendini size adayan, minnettar ve gururlu bir aday bulacaksınız.



Mayer, H. O. (2005), *Einführung in die Wahrnehmungs-, Lern- und Werbe-Psychologie* (5. bölüm). München: Oldenbourg.

BİNİNCİ BAKIŞTA AŞK: HOLLYWOOD'DAN HAYATA DAİR BİLGİLER

"Salt maruz kalma etkisi"⁴yle
eşinizi hayat boyu kendinize
bağlayabilir ve patronunuzun
gözüne girebilirsiniz.

Romantik bir Hollywood komedisi, ilk sahne: Kadın ve erkek kahramanlar tesadüfen karşılaşırlar. Belki adam pastanede şemsiyesini unutmuştur ve kadın onun arkasından seslenir. İkisi de birbirlerini ne çok kötü bulurlar ne de muhteşem. İlk bakışta aşk söz konusu bile değildir, ikisi de karşılaşmayı anında unuturlar. Yine de siz izleyici olarak onların evleneceklerini bilirsiniz! Sonra ikisi ertesi gün tesadüfen öğlen yemeğinde birbirlerini uzaktan görürler. Sonra bu sık sık olmaya başlar

4 Salt maruz kalma etkisi, ilk başta sevilmeyen bir şeyi maruz kaldıkça sevmeye başlama durumu. (ç. n.)

çünkü adam, kadının çalıştığı sokakta işe girmiştir. Akşamı sürekli parkta karşılaşırlar çünkü ikisi de işten sonra köpeklerini orada gezdiriyordur.

Sonuçta âşık olurlar ve evlenirler. Hâlbuki daha önce birbirlerinin umurlarında değildiler.

Fantastik Hollywood! Şimdi gerçeği inceleyelim.

Başta birbirleriyle ilgilenmeyen insanlar ansızın birbirinden hoşlanmaya başlayabilir mi? Sırf birbirlerini birkaç kez uzaktan uzağa gördükleri için? Bunun sebebi Hollywood mu?

Hayır, bu etki bilimsel olarak kanıtlandı. Biz buna “salt maruz kalma etkisi” diyoruz. Sıklıkla gördüğümüz insanlardan (ya da şeylerden) gitgide daha çok hoşlanırsınız. Tamamen otomatik! Bir insanı ister kasten ister tesadüfen ne kadar sık görürsek o kadar sempatik ve çekici buluruz. Tek şart, ilk karşılaşmada olumsuz bir şey hissetmemektir ki böyle bir durumda ilgili kişi bizim için gitgide daha antipatik olur. Ama eğer ilk karşılaşma en azından nötrse, o kişi için hissettiğimiz her türlü çekim artar.

Bu, seminer odası deneyi tarafından kanıtlanmıştır: Derse katılanlar arasına bazı insanlar yerleştirilir ve bunlar tuzaktır. Tuzaklar kimseyle konuşmazlar, derse katılmazlar, sadece oturup sonra giderler. Değişik tuzak-

- lar, farklı derslere sıfır ile on beş kez arasında çeşitlilik gösteren sıklıkta katılırlar. Ardından gerçek öğrencilere tuzak kişilerin fotoğrafları gösterilir ve bu insanları ne kadar sempatik, ne kadar çekici buldukları sorulur. Sonuç: Tuzak kişiler ne sıklıkta katılım gösterdilerse diğerlerine o oranda sempatik ve çekici görünmüşlerdir. Kimseyle tek kelime konuşmamış olmalarına rağmen!

“Salt maruz kalma etkisi”, “yakınlık etkisi”ne dayanır: Yakınıımızdaki kişiler büyük bir ihtimalle arkadaşımız olur. Bu sebeple başka bir kıtadaki biriyle değil de yaşadığımız şehirden biriyle arkadaş olmamız pek şaşırtıcı olmasa gerek. Ancak yakınlık etkisi yaşadığınız apartmanın katında, hatta bizzat kendi koridorunuzda etki eder: Öğrenci konutlarında yapılan çalışmalar, apartman sakinlerinin komşularıyla yakın arkadaş olduklarını göstermiştir. Diğer koridordaki sakinlerle ise neredeyse hiçbir ilişki içerisinde değildirler, üstelik koridorun diğer tarafı birkaç metre ötede olmasına, orada da ilginç, sempatik insanlar yaşamasına ve birkaç metrelik uzaklıktaki insanlarla da kolaylıkla arkadaşlık kurulabilecek olmasına rağmen. Yakınlık etkisi her ne kadar kulağa sıradan gelse de gücü son derece şaşırtıcıdır.

Peki, bu neden böyledir? Sebebiyle 30. sayfada başlayan bölümde tanışmıştık. Zihinlerimizde, tekrarlanan durumlarla başa çıkmamıza yardımcı olacak şemalar geliştiririz. Belli bir şema ne kadar aktif olursa, beynimizdeki “işlemsel akıcılık” o kadar artar. Bir olayı

ne kadar kolay işleyebilirsek ondan o kadar hoşlanırsınız. Beynimiz az iş yapmayı sever.

Salt maruz kalma etkisi sadece bir insanla karşılaştığımızda olmaz. Durumlar, kelimeler ve konular için de geçerlidir.

Örneğin, radyoda birkaç dakika içinde aynı markaya ait iki kısa reklam duyduğumuzda, pazarlama stratejisi tam olarak bu etkiye odaklanmış olur. Markayı her yerde sıklıkla duymamızı ve etkilenmemizi sağlayan büyük bir pazarlama bütçesi vardır ama çoğunlukla bunu fark etmeyiz ve buna inanmak istemeyiz.

Gerçekler bile tekrarlar nedeniyle göreceli bir hal alır: Defalarca duyduğumuz açıklamaların gerçek olduğunu düşünürüz. Sohbet programlarında konuklar karşılıklı olarak birbirlerine şu cümleyi ne sıklıkla kurarlar: “İddialarınız, onları sık sık söyleyince gerçek olmuyor!” Ancak bu cümlenin yanlış olduğu kanıtlanmıştır: Yapılan çalışmalarda, “gerçeklik etkisi” açık bir şekilde gösterilmiştir. Bu sebeple sürekli aynı şeyleri anlatanların can sıkıcı olduğunu düşünürüz ama bir süre sonra söylediklerine gerçekten inanırız.

Peki, bu bilgilerle ne yapabiliriz?

Birincisi: İlk görüşte aşka çok fazla güvenmeyin! Bir sürü insan hayatları boyunca randevulaşır ve boş yere ilk görüşte aşkı bulmayı umut eder. Şayet ilk bakışta antipati hissetmezseniz, birkaç kez daha bakabilir ve durumun nasıl gelişeceğini takip edebilirsiniz.

- Her hâlükârda buluştuğunuz kişiden zaman içerisinde hoşlanmaya başlayacaksınız. Sonunda erotik bir ilişki mi yaşayacağınız, yoksa sadece arkadaş mı olacağınız, tamamen karşınızdaki kişiyi fiziksel anlamda çekici bulup bulmayacağınızla alakalıdır. Çünkü fiziksel çekim başarılı bir ilişki için ön koşuldur, bu “salt maruz kalma etkisi”nin bile (ne yazık ki) halledemeyeceği bir durumdur. Bu bölümdeki bilgileri yapay kıtlık etkisiyle de birleştirin (önceki bölüme bakınız): Kendinizi sık sık gösterin ama elde edilmesi kolay biri olmayın!

İkincisi: Kendinizi birine sevdirmek mi istiyorsunuz? Sıklıkla yakınında olarak sizi daha çok görmesini sağlayın. Örneğin, patronunuz sizi seviyorsa, kariyerinizde önemli ölçüde yükselebilirsiniz. Bu, belki de sizi hiç tanımayan ama yükselmenizle birlikte size birkaç şey söylemek isteyecek olan müdürünüzün patronu için daha çok geçerlidir. Onunla sık sık karşılaşarak gözünde sempati puanları toplamaya başlayabilirsiniz: örneğin, sabahları tesadüfen koridorda ya da düzenli olarak kantin kuyruğunda. O an geldiğinde müdürünüzün patronu sizi içten bir şekilde sevecektir, onunla bizzat tanıştırılmamış olmanıza rağmen.

Üçüncüsü: Eğer bir “gerçeği” satın almak istiyorsanız, onu tıpkı bir mantra gibi tekrarlayın. “Taşı delen suyun gücü değil, damlaların sürekliliğidir,” diye bir atasözü vardır ve şaşırtıcı derecede doğrudur.

Son olarak dördüncüsü: Başkalarının sizi bu tarz ucuz hilelerle manipüle etmesine izin vermeyin.

Graziano, W. G., Jensen-Campbell, L. A., Shebilske, L. J. & Lundgren, S. R. (1993), "Social influence, sex differences and judgements of beauty: Putting the interpersonal back into interpersonal attraction", *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 522-531.

Hasher, L., Goldstein, D. & Toppino, T. (1977), "Frequency and the conference of referential validity", *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16, 107-112.

Moreland, R. L. & Beach, S. R. (1992), "Exposure effects in the classroom: The development of affinity among students", *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, 255-276.

Moreland, R. L. & Zajonc, R. B. (1982), "Exposure effects in person perception: Familiarity, similarity, and attraction", *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, 395-415.

ZIT KUTUPLAR BİRBİRİNİ ÇEKER Mİ, İTER Mİ?

Benzerlik ilkesi, iyi bir yaşam için
size yardımcı olur.

En iyi kız arkadaşınızla bir İtalyan restoranında öğle yemeği yiyorsunuz. Yeni heyecanından bahsediyor: Aşırı yakışıklı biri, şaşırtıcı değil çünkü Brezilyalı! Ritme ve müziğe doğuştan yeteneği var, grubuyla birlikte bütün dünyayı dolaşıyor. Salata ve makarna yerken heyecan ve mutlulukla, "En fazla iki yılda bir oturduğu yeri değiştiriyor!" diyor kız arkadaşınız. "Yoksa sıkılıyor. Çok heyecanlı, öyle değil mi?"

Kız arkadaşınız ise kırsal alanda, dar bir çevrede büyümüş ve hâlâ orada yaşıyor. Sırf bir bankanın İK departmanında çalıştığı için her gün şehre gidip geliyor. Saat 16.00'da paydos yapıyor ve eve gidip kanepesi ile iki kedisine kavuşacağı için mutlu oluyor.

Ona ne dersiniz?

- ❑ "Seni şanslı şey! Ne kadar da heyecan verici bir adam. Hayatında ihtiyacın olan şey tam da bu. Onunla otuz yıl geçersen canın sıkılmaz. Her zaman söylerim: Zıt kutuplar birbirini çeker!"
- ❑ "Umutsuz vaka! Sana hiç uygun değil. Boş yere, 'Davul bile dengi dengine!' dememişler."
- ❑ "Sadece tek gecelik bir ilişki için mükemmel bir av!"

Evet, bu hiç de hoş bir durum değil: Halk ilk bakışta tamamen birbiriyle çelişen iki şey söyler. İçinde zıtlıklar barındıran hikâyelere inanmayı severiz: Örneğin, bizden çok farklı olan ve birdenbire ortaya çıkan, hayatımızı zenginleştiren, bize yeni dünyalar gösteren hayalî prenslere. İki kişinin birbirini tamamladığı ilişkilere de bayılırız. Öte yandan hiç kimse tam olarak kendisi gibi bir sevgili istemez. "Sıkıcı," der çoğu. "Kendimle birlikte olmak istemiyorum ki!"

Uzun bir ilişki için en iyi olan hangisidir? Bilimin cevabı nettir: İki insan birbirine ne kadar benzerse birlikte olma olasılıkları o kadar fazladır. Ne kadar benzemezse ayrılma olasılıkları o kadar yüksektir. O halde aynı olmak net olarak 1/0 önde.

Bu tüm özellikler için geçerlidir: köken, yaş, eğitim, meslek, hobiler, siyasi bakış açıları, karakter, iletişim tarzı.

“Benzerlik ilkesi”, “tamamlayıcılık prensibi”ni her açıdan delik deşik eder. Hepimiz heyecan verici “diğer yarımızı” ararız ama bir düşünün: Ayrılma sebebi olarak, “Biz birbirimize çok benziyorduk!” diyen bir çift tanıdınız mı? Gördünüz mü? “Birbirimizden çok farklıyız!” cümlesini duyarız genelde.

İlişkileri yerle bir ettiği söylenen “ağzı açık diş macunu” efsanesi de gerçekte hiçbir zaman sorun olmaz. Ancak eşlerin farklı düzen anlayışları olduğunda sorun haline gelir: Birini rahatsız eder, diğerini etmez. Eğer her ikisinin düzen ve düzensizlik anlayışı aynıysa, herhangi bir diş macunu yüzünden sıkıntı çıkmaz. İster açık olsun isterse de CIA tarafından mühürlensin.

Sayısız çalışmanın ortaya koyduğu net sonuca göre, iki partner birbirine çok benzemeli! En çok umut vadeden de insanın kendi klonuyla birlikte olması. Sizce de öyle değil mi? Çalışmalar, bize çok benzeyen kişileri fiziksel olarak çekici bulduğumuzu gösteriyor: Bir yüzün (proporsiyon, elmacık kemiklerinin ve çenenin şekli gibi) özellikleri karşı cinse yönelmemizi sağlıyor. Deney katılımcılarından, birçok fotoğraf arasından en çekici olanları seçmeleri istendiğinde, bilmeden kendilerine benzeyenleri seçerler. Bu “sosyal türdeşlik” (*social homophily*) olarak adlandırılıyor. Bu ifadenin eşcinsellikle (*homophilia*) hiçbir ilgisi yoktur ama genel anlamda bize benzeyen insanların bizi çektiği anlamına gelir. O

halde eşlerin genellikle birbirlerine benzedikleri bilimsel olarak doğrulanabilir.



Benzerlik ilkesi elbette sadece aşk ilişkileri için geçerli değildir. Arkadaşlar, meslektaşlar, komşular ve diğer insanlarla, onlara benzediğimiz oranda iyi anlarız. Bize çok daha sempatik gelirler.

Bir önceki bölümde bu konuya bir açıklama getirmiştik: “salt maruz kalma etkisi”. Bu etki, bize sık sık sunulan şeylere sempati duymamızı sağlar. Peki, her gün en çok kiminle yüzleşiriz? Her gün aynada kimi görürüz? Evet, kendimizi! Bu sebeple bize benzeyen her şeyi düşünsel anlamda çok daha iyi irdeleyebiliriz.

- Zihnimiz çok fazla çalışmaktan kaçındığı için tanıdığı şeyleri çok sever. Tanıdığımız biriyle ilişki içinde olmak, yabancı biriyle olmaktan çok daha kolaydır. Ayrıca bize benzeyen insanlar tarafından sevildiğimizi ve onaylandığımızı düşünürüz, bu da bitmek tükenmek bilmeyen aşk ve kabul görme duygumuzu tatmin eder.

Peki, “zıt kutuplar birbirini çeker” ifadesi tamamen yanlış mıdır? Eğer sadece bir macera, bir kaçamak peşindeyseniz değildir. Bu bilimsel olarak kanıtlanmış bir istisnadır: Eğer kısa süreli bir macera istiyorsak, o zaman gerçekten bizden çok farklı birini ararız ve onunla en büyük tatmini yaşarız.

Bu bilgiye dayanarak yukarıdaki örnek için tek bir doğru cevap verebilirsiniz. Mevcut ilişkinizin bir macera mı, yoksa ömür boyu sürececek bir durum mu olduğundan emin değilseniz, o zaman birbirinize ne kadar benzediğinize bir bakın.

Ama daha önce de belirttiğimiz gibi, benzerlik ilkesi sadece aşk ilişkilerine yardımcı olmaz. Örneğin, bir işe mi başvurdunuz ya da yeni bir ev mi alacaksınız? Karşınızdaki kişi sizi ne kadar sempatik bulursa şansınız o oranda yükselir. Yani ne kadar ortak noktanız olduğuna bağlıdır!

Bu yüzden iş görüşmenizi mümkün olduğunca yaş, köken, eğitim, aile durumu ve hobiler açısından size benzeyen biriyle yapmaya çalışın. Görüşeceğiniz kişinin özelliklerini önceden araştırın ve görüşme esnasında

benzerliklerden bahsedin: “Yanılmıyorsam ikimiz de eskiden futbol oynamışız!”, “Ben de sizin gibi Güney Afrika hayranıyım!” gibi.

Bunlar, tüm beyanlardan çok daha etkili olacaktır.

Amodio, D. M. & Showers, C. J. (2005), “Similarity breeds liking revisited: The moderating role of commitment”,

Journal of Social and Personal Relationships, 22, 817-836.

Hinsz, V. B. (1989), “Facial Resemblance in Engaged and Married Couples”, *Journal of Social and Personal Relationships*, 6, 223-229.

McPherson, M., Smith-Lovin, J. & Cook, J. M. (2001), “Birds of a feather: Homophily in Social Networks”, *Annual Review of Sociology*, 27, 415-444.

AİLE KUTLAMALARINDA NEDEN BAŞINDAN İTİBAREN RAHAT BİR ATMOSFER OLMALI?

Sosyal araştırmalarda geçen "denge teorisi" aile içindeki huzuru sağlayacaktır.

Arkadaşlarınız ve aileniz için bir kutlama organize ediyorsunuz, diyelim ki bu ortalama bir düğün. Mutlusunuz, bu güzel bir fırsat, güzel bir kutlama olacak. Herkesi tekrar bir arada görmek güzel olacak.

Harika!

Bir dakika: Kız kardeşiniz yengenizle hiç geçinmiyordu, değil mi? Sınıf arkadaşınız Peter'ın da onunla arası ne zamandan beri bozuktur... Ya karşılaşırlarsa? Peki, kim kiminle oturacak? Aslında siz ikisini de seviyorsunuz. Belki de Peter o zaman biraz abartmıştır. Biraz düşündüğünüzde yengenizin de pek masum

olmadığına kanaat getiriyorsunuz. Aslında yengeniz tam bir entrikacı!

Sevdiğimiz insanlar işte böyle büyük bir hızla gözümüzden düşebilir! Peki, bu durum nasıl açıklanır?

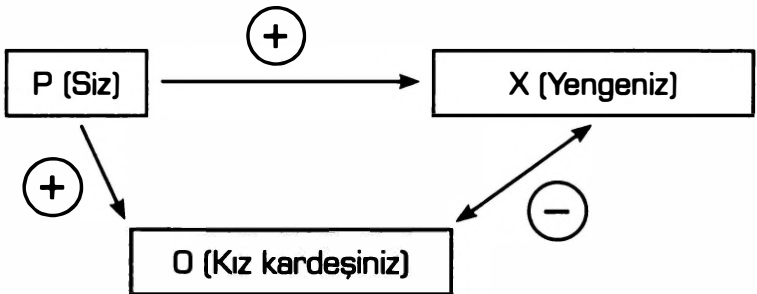
Bizi sosyal psikolojideki “denge teorisi” bilgilendiriyor. Bu bir tutum teorisidir: Görüşlerimizi ve tutumlarımızı nasıl ve niye oluşturduğumuzu, değiştirdiğimizi ve uyumlu hale getirdiğimizi anlatır.

En basit haliyle üç kişiyi ele alalım: Bu üç kişi bir ilişki üçgenindedir, tıpkı az önce verdiğimiz örnekte olduğu gibi üçgen siz, kız kardeşiniz ve yengenizden oluşmaktadır. Her üçünün de kendi zihinsel tutumları vardır ve bu tutumlar dengeli olma eğilimindedir. Denge bozulursa ne olur (insan etkileşimleri söz konusuysen böyle şeyler olabilir)? Kendimizi huzursuz hissederiz ve arada tekrar uyum yaratmak için fırsat kollarız. Ancak insanları ve fikirlerini değiştirmek neredeyse imkânsız olduğundan, daha az direnç gerektiren bir yol seçip kendimizi değiştiririz! Kendi içsel dengemizi oluştururuz, bunu yapmaya meylettiğimize “bilişsel uyumsuzluk”tan bahsettiğimiz bölümde değinmiştik (66. sayfaya bakınız).

Bunun nasıl işlediğini, 1946 yılında POX modelini geliştirmiş olan ünlü psikolog Fritz Heider açıklıyor:

- “P” bizi (*person*), “O” diğer kişiyi (*other*), “X” ise herhangi bir unsuru (x unsuru), mesela bir televizyon dizisini, bir mobilyayı veya sadece üçüncü bir kişiyi ifade ediyor.

Ne yazık ki (bazen de iyi ki) zihinlerimizde dönenleri izlememiz, kafalarımızın içine bakmamız imkânsız. Bu yüzden psikoloji görünmez düşünce süreçlerini ve duyguları modellemek için sıklıkla karşılaştırma yapmayı seçer. Örneğin, beyin genellikle bir bilgisayar ve işlem süreçleriyle eş değer görülür. Heider kişilerarası ilişki için geliştirdiği modelde matematiğin temel kuralını aktarmıştır: “Eksi kere Eksi eşittir Artı.” Kurama göre, tutumların sonucu pozitif olduğunda üçgen dengelenmiş olur. Şemalara bakalım:

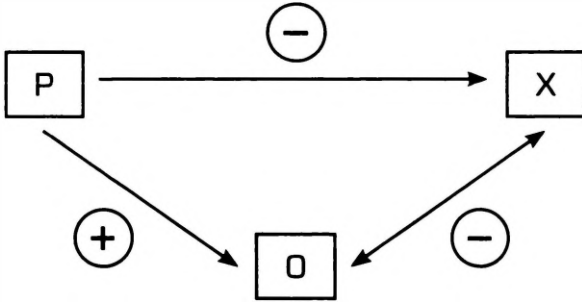


Artı kere Artı kere Eksi eşittir Eksi:

Üçgen dengesizdir.

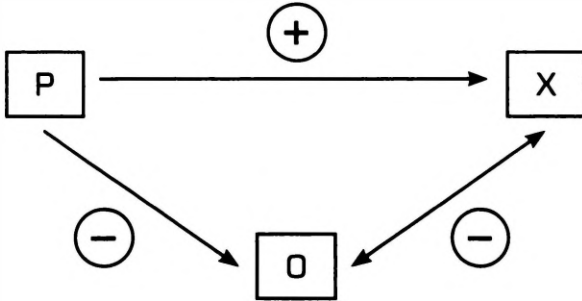
Bu hiç hoş değildir. “P”, yani sizin için uyum ve denge söz konusu olması için iki olası çözüm vardır:

1. Çözüm:



Artı kere Eksi kere Eksi eşittir Artı:
Üçgen dengelidir.

2. Çözüm:



Eksi kere Artı kere Eksi eşittir Artı:
Üçgen dengelidir.

1. Çözüm: Kız kardeşinizin sizi ikna etmesine izin veriyorsunuz ve siz de yengenizin aptal olduğunu düşünüyorsunuz.

2. Çözüm: Gerçek pisliğin kız kardeşiniz olduğunu anlıyor ve yengenize karşı pozitif tutumunuzu koruyorsunuz.

Dünyayı tekrar rayına oturtmak hiç de o kadar kolay değildir. Üstelik bu örnek, bu üçgen için yapılmış en basit versiyondur. Bu formülü inatçı akraba ilişkileri ve dedikoducu arkadaş ortamlarında uygularken size iyi şanslar dileriz... Çünkü insan bu tip anlarda başını sadece düğün pastasının içine gömmek ister.

Heider, F. (1958), *The Psychology of Interpersonal Relations*, New York: Wiley.

GÖZE GÖZ, BUSEYE BUSE

Karşılıklı sevgiyle yeni arkadaşlıklar
edebilirsiniz.

Firmanızda yeni biri işe girdi. Birbirinizden bu kadar farklı olamazdınız: O cuma akşamları klasik müzik konserine gidiyor, siz arkadaşlarınızla futbol oynuyorsunuz. O aktif bir çevreci, sizse "çevreci çatlaklara hadlerini bildirmek" için kasıtlı olarak çöpe cam şişe ve kâğıt atıyorsunuz. O bir aile babası, çalışma masasını aile fotoğraflarıyla donatıyor. Siz bekâr biri olarak özgürlüğünüzün tadını çıkarıyorsunuz. O alkol karşıtı, sizse işten sonra bir biranın şart olduğunu düşünen birisiniz. Yeni iş arkadaşınızdan hoşlandınız mı? Sıkı dostlarınızın arasına giremeyecek gibi görünüyor...

Şimdi tesadüfen kafeteryada sizinle ilgili olumlu şeyler söylediğini duyuyorsunuz: Rahat olunuza, iş konusun-

daki organizasyonunuza hayran. Genel anlamda sizden hoşlanıyor, fikrini ortak arkadaşınızla paylaşmış. Şimdi onun hakkında ne düşünüyorsunuz?

- ☐ Hım... Aslında fena biri değil. Belki bir gün birlikte yasemin çayı içmeye gideriz.
- ☐ Kendini ne sanıyor, nasıl olur da benim hakkımda böyle konuşur? Bunu belki çevreci arkadaşlarına yapabilir. Artık ona selam bile vermeyeceğim!

154. sayfadaki bölümde, bize benzeyen insanlardan hoşlandığımızı tespit etmiştik. Farklılıklar ne kadar büyük olursa isteksizlik de o kadar büyük olur. Bu durumu yaratan benzerlik ilkesidir, tam da bu yüzden bizden oldukça farklı olan yeni meslektaşımızı reddetmek zorunda kalırız.

Ayrıca benzerlik ilkesinden daha fazla etki eden başka bir ilke daha vardır: “karşılıklı sevgi”. Karşılıklı sevgi ilkesine göre, bir insanı, bizi sevdiğini hissettiğimiz oranda sempatik buluruz. Bu, o insan bize hiç benzemese ve normalde onu reddedecek bile olsak geçerlidir. Karşılıklı sevgi ilkesi, benzerlik ilkesini aşar. Sevilme ihtiyacımız o kadar güçlüdür ki bir insanın bizden hoşlandığını öğrendiğimiz anda diğer tüm ilkeleri bir kenara atarız ve o insanı hemen sevgiyle ödüllendiririz.

Karşılıklı sevgi aşağıdaki gibi gösterilebilir: Deney katılımcısından kişilik testi yapması istenir ve ona sonucun diğer kişiden oldukça farklı olduğu söylenir. “Diğer kişi” de tuzak olarak belirlenen kişidir. Tuzak kişi mola verildiği bir anda, seçilmiş birkaç denekle birlikte bir odada oturur ve sohbet eder. Bu esnada karşısındaki insanların gözlerinin içine bakar, öne doğru eğilir ve onlarla ilgilenerek karşısındaki insanlardan hoşlandığı sinyali verir. Diğer gruptaki katılımcılar, tuzak kişiyi sadece yanından geçerken kısa bir an görürler.

Sonra tüm katılımcılara tuzak kişiyi ne kadar sempatik buldukları sorulur. Tuzak kişinin ilgi gösterdiği insanlar onu gerçekten de çekici bulurlar. Oysa onlar da tıpkı diğer grup gibi, kişilik testi esnasında tuzak kişiyle aralarında hiçbir benzerlik olmadığını düşünmüşlerdir.

Bir başka deneyde iki katılımcının buluşması sağlanır. Birine önceden, “Buluşacağın kişi senden hoşlanıyor!” ya da “Buluşacağın kişi senden hoşlanmıyor!” denir. Karşısındaki kişinin kendisinden hoşlandığını düşünen kişi daha dostane ve içten davranır. Karşısındaki kişinin kendisinden hoşlanmadığını düşünen kişi soğuk ve itici davranır. Öncesinde kendisine hiçbir şey söylenmeyen diğer kişi ise bu davranışa karşın, ne kadar çok sevildiğini düşünür ve aynı şekilde karşılık verir ya da bunun tam tersi. Sonucunda oldukça değişik sohbet atmosferleri oluşur...

Bu, günlük yaşamda trajik olabilir: Genelde herhangi bir dedikodu duyduğumuz veya bir durumu yanlış yorumladığımız için birinin bizi sevmediğini düşünürüz. Klasikler arasında girenlerden biri selam vermeyi unutmaktır: Süpermarkette bir tanıdığımıza rastlarız, bize hemen selam vermez. “Beni pek sevmiyor!” diye düşünürüz. “O zaman ben de onu sevmiyorum!” Böylelikle ona selam vermeyiz, hatta göz göze gelmekten kaçınırız. Bu arada diğer kişi büyük ihtimalle çabuk davranmamıştır. Belki o an aklı başka yerdedir, belki miyoptur ve bizi sadece yarım dakika sonra tanımıştır. Şimdi durumu telafi etmek ve selam vermek ister ama fırsat olmaz çünkü biz onunla göz göze gelmekten kaçınırız. “Benden pek hoşlanmıyor!” diye düşünmeye başlar. “O zaman ben de ondan hoşlanmıyorum!” der içinden. Böylece çok feci bir kısır döngü başlamış olur ki bu 51. sayfada başlayan bölümde bahsettiğimiz kendi kendini gerçekleştiren kehanete dair son derece açıklayıcı bir örnektir.

Başka bir insanın bizi sevip sevmemesi bizim için önemliyse, söylentilere veya belirsiz olaylara güvenip düşüncesizce hareket etmemeliyiz. Karşınızdaki insana, size ilgisini göstermesi için ikinci bir şans vermeyi deneyin. Siz olumlu bir ruh hali yaratmak istiyorsanız, diğer kişiye ilgili davranarak olumlu sinyal göndermeniz yeterli olacaktır. En etkili yol “aynı telden çalmak”tır:

Karşınızdaki insana sadece ortak tanıdığınız birinin ismini zikredin: “Şu kişiyi gerçekten çok severim.”

Diğer insanlar arasında da bu şekilde barış ve neşe atmosferi yaratabilirsiniz. Eğer ofisinizdeki iki meslektaşınız anlaşamıyorsa, onlara birbirlerinden bağımsız olarak, “Aslında Bilmem Kim seni seviyor, bir defasında bana öyle söylemişti...” gibi bir şey söyleyebilirsiniz. Bu küçük hile mucizeler yaratır ve böyle bir yalana her zaman izin vardır çünkü iyi şeylere hizmet eder.

Bu arada bu bölümün başında ikinci cevabı seçtiyseniz, o zaman sizinle bir şey daha paylaşmamıza izin verin: Bir nebze de olsa öz saygınız için bir şeyler yapabilirsiniz. Çünkü karşılıklı sevgi, öz saygılarını yitirmiş insanlarda işe yaramaz. Onlar deneme yapmak için kendilerini öven ve seven değil, eleştiren kişileri tercih ederler. Çünkü eleştirilerle, kendi (olumsuz) imajlarının onaylandığını hissederler. Bu yüzden de kendilerini eleştirenleri çok severler.

- Curtis, R. C. & Miller, K. (1986), "Believing another likes or dislikes you: Behaviors making the beliefs come true", *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 284-290.
- Gold, J. A., Ryckman, R. M. & Mosley, N. R. (1984), "Romantic mood induction and attraction to a dissimilar other: Is love blind?", *Personality and Social Psychology*, 10, 358-368.
- Swann, W. B., Stein-Seroussi, A. & McNulty, S E. (1992), "Outcasts in a White-Lie Society: The Enigmatic Worlds of People With Negative Self-Conceptions", *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 618-324.

GÖZLERİNİZ FAL TAŞI GİBİ AÇILACAK



Çekicilikle ilgili araştırmalar
güzemık ipuçları verir.

Bir hayvanat bahçesinde gezdiğimizi hayal edelim.
Hangi hayvanların güzel ve "tatlı" olduğunu, han-
gilerine dokunmak isteyeceğinizi ya da hangilerini
eve götürebileceğinizi düşünürdünüz?

- ☐ Küçük bir kutup ayısı
- ☐ Flamingo
- ☐ Elektrikli yılan balığı
- ☐ Dağ sıçanı
- ☐ Fok balığı
- ☐ Tarantula
- ☐ Kunduz

Zavallı elektrikli yılan balığı... İddiaya gireriz hiçbiriniz onu evine almak istememişsinizdir. Ama küçük bir kutup ayısı için kavga bile çıkarırdınız! Birçok hayvanat bahçesinde hayvanlara sponsor olmak için başvurabilirsiniz: Hayvanın bakımı için para ödersiniz ve adınız o hayvanın çitine asılır. Bir fırsatınız olursa sponsorlara bir göz atın: Bazı hayvanlarda aşırı bir sponsor kalabalığı var, bazıları ise umutsuzca sponsor bekliyor. Elektrikli yılan balığı elektrik üretme avantajına sahiptir, bu nedenle benzerlik ilkesinden faydalanır: Enerji tedarikçileri ondan hoşlanır ve bazen ona sponsor olurlar. Diğer hayvanlar için durum daha kötüdür...

Neden küçük bir kutup ayısını küçük bir örümcekten daha çok severiz? Her ikisi de eşit oranda saygıyı ve sevgiyi hak eden varlıklar. Özel bir karaktere ve takdire şayan “içsel değerler”e sahip olmaları yüzünden olamaz çünkü genelde bu hayvanları yakından tanımayız...

Geriye tek bir şey kalıyor: dış görünüş! Başka varlıklardan hoşlanıp hoşlanmadığımızı, büyük ölçüde onu görsel olarak çekici bulup bulmadığımız belirler. Güzellik hayatımızı belirler! Bunu Oscar Wilde’ın, *Dorian Gray’in Portresi* adlı romanında söylediği gibi açıkça kabul edemiyoruz: “Sadece sıg insanlar, dış görünüşe bakarak yargıda bulunmazlar!”

Bu sadece hayvanlar için değil, insanlar için de geçerlidir. Halo etkisi bize güzel insanların genelde daha rahat bir hayata sahip olduklarını göstermişti, hem de doğdukları

andan itibaren (111. sayfaya bakınız). Gerçekte olmasa bile onların her türlü olumlu özelliğe sahip olduklarına inanılır. İlk randevunun ateşli bir geceden mi ibaret olduğu, yoksa bir aşk ilişkisine mi dönüşeceği tamamen kendimizi fiziksel olarak çekici bulup bulmadığımıza bağlıdır. Eğer bu temel gereksinim yerine getirilmezse, maalesef 148. sayfadaki bölümde öğrendiğimiz “salt maruz kalma etkisi” de pek işe yaramaz.

Güzellik çok önemli olduğu için Q10, hyalüronik asit, botoks, hatta neşter bile son derece revaçta: İnsanlar eskiden beri güzel olmak için para harcarlar. Neredeyse hiçbir şeyden, güzel olmamaktan korktuğumuz kadar korkmayız.

Neyse ki güzellik öznel bir şey, değil mi? Halk ağzında, “Güzellik bakanın gözündedir!” diye bir söz vardır, ayrıca “zevkler ve renkler tartışılmaz”.

Yani her şey bakış açısına mı bağlı? Hepsi saçmalık!

Hayvanlar örneğinde gördüğümüz gibi kitlelerin güzellik anlayışı oldukça tekdüzedir. Çekicilikle ilgili araştırmalar sebebiyle psikologların da aklına yıllardır bir soru takılmıştır: Bir insanı ne zaman güzel buluruz ve neden? Bir araştırma sayesinde 1980’li yıllardan bu yana, geniş bir kapsama sahip “değerleyici güvenebilirliği” yöntemini biliyoruz. Bu şu anlama gelir: İnsanlar güzelliği büyük ölçüde aynı standartlara göre yargırlar. Yani özel zevkle bir alakası yoktur!

Buna istinaden yapılmış basit bir deneyde kadınlara ve erkeklere başka insanlara aitellişer fotoğraf gösterilir ve güzellik puanları vermeleri istenir. Sonra tüm yüzler şekillerine, orantılarına ve karakteristik özelliklerine göre incelenir. Sonuçlar nettir: Erkeklere kadın yüzlerinde çekici gelen özellikler çocuksu ifadeler ve olgunluk çizgilerinden oluşan bir karışımdır. Çocuksu ifadeler arasında büyük gözler, küçük burun, küçük bir çene vardır. Beğendikleri olgunluk çizgileri ise çıkık elmacık kemikleri ve çökük yanaklardır.

Kadınlara da erkeklerin yüzlerinde çekici gelen özellikler, tıpkı erkeklerde olduğu gibi aynı şekilde çocuksu ifadeler ve olgunluk çizgilerinden oluşan bir karışımdır: büyük gözler ve çökük yanaklar. Farklı olarak değişik ve dikkat çekici bir çene!

Belirtilen özelliklere göre size güzel gelen hayvanları bir düşünün! Gördüğünüz gibi kriterler insanlar ve hayvanlar için aynı ölçüde geçerlidir.

Bu durum farklı kültürlerde de geçerlidir, deneyde farklı ülkelere ait insanların da fotoğrafları vardır. Diğer kültürlerdeki araştırmalarda da düzenli olarak aynı sonuçlara ulaşılır. Aslında daha önceleri öyle olduğu sanılsa da Avrupalılar Asyalılardan farklı bir güzellik anlayışına sahip değildir.

Bu sebeple her iki cinsiyet için güzellik anlayışı adına kültürel sınırlar ötesinde genel bir tarif vardır: çıkık elmacık kemikleri. Onlara (eğer size bahşedilmedilerse)

bir ameliyat sonucunda da sahip olabilirsiniz, tıpkı küçük bir burna ve çeneye (erkeklerde dikkat çekici bir çeneye) sahip olunabileceği gibi.

Ancak her zaman ve her yerde geçerli olan mucizevi silah büyük gözlerdir! Herkes “büyük gözler”le birdenbire çok daha çekici biri haline gelebilir. Üstelik bunun için neşter altına yatmak gerekmez: Biraz daha fazla uyuyabilirsiniz. Etrafınıza yorgun gözlerle bakarsanız pek çekici görünmezsiniz. “Güzellik uykusu” henüz çok kısa bir süre önce deneysel olarak kanıtlanmıştır. Ancak başka bir açıdan bakarsak herkes bilinçli bir şekilde gözlerini biraz daha açabilir. Bu tamamen antrenman ve alışkanlık meselesidir (bir şeye ne kadar çabuk alıştığımızı da 20. sayfada görmüştük). Çekici olmak istediğiniz her an gözlerinizi açın. Bunu fotoğraflarla deneyebilirsiniz: Bir sonraki partide birileri fotoğraf çektiğinde gözlerinizi kocaman açın. Bunu yaparken kendinizi aptal gibi hissedebilirsiniz ama sonucunu göreceksiniz ve memnun olacaksınız. Gelecekte de dünyaya daha açık gözlerle bakacaksınız...

Axelsson, J., Sundelin, T., Ingre, M., Van Someren, E. J. W., Olsson, A. & Lekander, M. (2010), “Beauty sleep: experimental study on the perceived health and attractiveness of sleep deprived people”, British Medical

- Journal, DOI: 10.1136/bmj.c6614 (www.bmj.com/content/341/bmj.c6614).

Cunningham, M. R. (1986), "Measuring the Physical in Physical Attractiveness: Quasi-Experiments on the Sociobiology of Female Facial Beauty", *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 925-935.

Cunningham, M. R., Barbee, A. P. & Pike, C. L. (1990), "What do women want? Facialmetric assesment on multiple motives in the perception of male facial physical attractiveness", *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 61-72.

Graziano, W. G., Jensen-Campbell, L. A., Shebilske, L. J. & Lundgren, S. R. (1993), "Social influence, sex differences and judgements of beauty: Putting the interpersonal back into interpersonal attraction", *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 522-531.

ANLAŞMAZLIKLARA SOLUDUĞUMUZ HAVA KADAR MUHTACIZ

Uygulamalı psikoloji aracılığıyla kazan-kazan
çözümler bulacaksınız.

İki kız kardeş bir portakal için kavga ederler.
Uzlaşmak zorundadırlar. Siz hangi çözümü öne-
rirsiniz?

Bir sürü çözüm düşünülebilir: Portakalı kızlardan
birine verirsiniz, başka zaman ise diğerine. Ya da tam
tersi. Ya da portakalı ortadan böler ve iki kız kardeşe
bire bir yarısını verirsiniz.

Üç çözüm de adildir.

Üç çözüm de vasattır.

Size anlaşmalardan her iki tarafın da en iyi şekilde
çıkarmayı sağlayacağı bir yol göstereceğiz. Size neden anlaş-
mazlığın başımıza gelen en iyi şey olduğunu ispatlayacağız!

Öncelikle anlaşmazlık nedir?

Genel anlamda anlaşmazlık, farklı hedeflere sahip bir sistemdir: Hedeflerden birine ulaşmak, eş zamanlı olarak diğer hedefe ulaşmayı engeller.

Örneğin, ebeveynler pazar günü yürüyüş yapmak, çocuklar ise televizyon izlemek ister. Sistem ailedir, farklı hedefler ise “yürüyüş yapmak” ve “televizyon izlemek”tir. İkisi aynı anda uygulanamaz.

Bir başka örnek: İçinizdeki “eğlence bakanı” haftanın dört günü izinli olmak, içinizdeki “maliye bakanı” ise haftada altmış saat çalışmak ister. Farklı ruhlarınızla bile bir sistemsiniz. Hedefler “haftada dört gün izin” ve “haftada altmış saat iş” şeklindedir. İkisi aynı anda uygulanamaz.

Bu noktada şöyle bir şey fark ederiz: İster dış ister iç anlaşmazlık olsun, anlaşmazlıklar başlangıçta tamamen nötr ve zararsızdır. Bu sadece dinamik bir stres durumudur. Ne çok ne de az. Anlaşmazlıklara karşı hissettiğimiz korku, bilincimizin anlaşmazlığı “kavga”yla eş değer tutmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca kavga, anlaşmazlığın yükselmiş şeklidir, dolayısıyla dilsel anlamda olumsuzluk yüklüdür. Ünlü anlaşmazlık araştırmacısı Friedrich Glasl, anlaşmazlığın tırmanışının dokuz aşamasını birbirinden ayırıyor ve “sertleşme” ile “uçurum” arasında değişiklik gösterdiğini belirtiyor. Anlaşmazlıkların ne kadar yükseğe tırmandığı, çatışmalarımızla nasıl mücadele ettiğimize bağlıdır.

Bu çerçevede şunu söyleyecek kadar ileriye gidebiliriz: Bir anlaşmazlık pozitif bir durum bile olabilir çünkü gerilim ve dinamik neye yol açar? Hareket, değişim ve gelişime. Bunlar evrimin ve devrimin motorlarıdır.



Gelin yukarıdaki aile örneğini çözümlemeye çalışalım. Normalde bu gibi durumlarda hepimiz kendi bakış açımız ve hedeflerimiz için iyi argümanlar toplarız: “Temiz havada hareket etmezseniz hasta olursunuz!”, “Her zaman sizin istediklerinizi yapmak zorundayız!” ya da “Haydi ama! Bize bugün *Susam Sokağı*’nı izleyebileceğimizi söylemişsiniz!” Böylelikle karşılıklı atışırlar ve sonunda

- bir taraf kazanır, diğer taraf kaybeder. Pazar günü her türlü mahvolur ve her iki taraf kendini kötü hisseder.

Peki, anlaşmazlıklar gelişim için nasıl bir itici güç olur?

Çözüm, mevcut durumdan ve arzudan kopmak ve bu arzunun ardındaki ihtiyacı araştırmaktır. Temel ihtiyaçlar, aslında anlaşmazlık yaratmayacak şekilde de karşılanabilir. Bu yüzden verdiğimiz örneğin arka planına bir göz atalım ve temel ilgi alanlarını ve ihtiyaçları inceleyelim: Belki ebeveynler iş yerlerinde yorucu bir hafta geçirmişlerdi ve bir pazar yürüyüşüyle rahatlayacaklarını düşünmüşlerdi. Belki çocuklar okulda zorlu bir hafta geçirmişlerdi ve televizyon izleyerek rahatlayacaklarını düşünmüşlerdi.

Evet, böyle bir şey olabilir mi? Hedefler yüzeysel olarak uyumsuz da olsa bir şey nettir: Daha derinlerdeki katmanları dikkate almaya başladığımızda ortaya benzerlikler ve uzlaşmalara açılan yollar çıkar.

Bu ilke anlaşmazlıklarda ara buluculuğu da kullanmaktadır. Benzerlikleri görmek, olası ve uzlaşmacı bir çözüm için motivasyon sağlar: Öğlen karı koca yürüyüşe çıkarlar, akşamüstü hep birlikte sinemaya giderler. Daha da iyisi, hep birlikte sinemaya yürüyerek giderler. Bu çözümle herkes mutlu olur! Başlangıçta tatsız olan anlaşmazlık, ilgi alanına ve ihtiyaçlara yönelik yaklaşımlarla çözülebilir. Dinamik gerilim hali ilgili kişilere hareket, değişim ve gelişim anlamında ivme kazandırır ve bu olmadan ilerleyemezler.

İşte bu duruma “kazan-kazan” denir çünkü sonunda sadece kazananlar olur.

Başlangıçtaki portakal örneğine geri dönelim. Eğer iki kız kardeşle konuşmuş olsaydınız, ihtiyaç alanlarını öğrenmiş olacaktınız: Biri kek pişirmek istiyor ve kabuğuna ihtiyacı var, diğeri suyunu sıkmak istiyor ve meyvenin etli kısmına ihtiyacı var. Bu “kazan-kazan”dır ve her ikisi de istedikleri kısmın tamamını elde etmiş olurlar. Bu birçok durumda mümkündür ve bu ilke bizim burada izlediğimiz yaklaşımdır.

“Eğlence” ve “maliye” bakanları arasındaki içsel anlaşmazlık da benzer bir sonuç verir. Biri özgürlük ister, diğeri güven. Bu ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak bir sürü çözüm düşünülebilir: Biri tatili hak etmek için canla başla çalışmak, terfi etmek için iş yerinde özel çaba harcamak ve böylelikle özgürlüğün tadını çıkarmak ister, diğeri de sırf rahatlamak ve bu sayede sağlıklı kalmak için o özgürlüğü elde etmek ister (ki bu da güven sağlar).

Aşağıdakileri deneyin. Bir dahaki sefere bir anlaşmazlığa lanet etmeden önce bir an için durun ve geçmişte size avantaj sağlamış olan anlaşmazlıkların sayısını gözünüzün önüne getirin. Yılda en az bir kez olduğunu hatırlayacaksınız. Bu, her anlaşmazlık söz konusu olduğunda arka plana bakmanız için sizi motive edecektir, böylelikle anlaşmazlık içinde olduğunuz kişiyle veya farklı ruh hallerinizle birlikte bir “kazan-kazan” durumu oluşturabilirsiniz.

Ayrıca gerçekleşmemiş tüm isteklerinizi unutmalısınız. İstekler önemsizdir! Birçok insan isteklerine aşırı derecede odaklanır ve gerçekleşmediklerinde mutsuz olur. Hâlbuki istekler değil, onların ardındaki ihtiyaçlar önemlidir. Bir dilek çok farklı ihtiyaçlardan kaynaklanabilir ve her türlü ihtiyaç farklı yollarla karşılanabilir.

Bir örnek verelim: Milyonlarca insan bir yetenek yarışması kazanmayı ve ünlü olmayı hayal eder ve bu arzuları gerçekleşmediğinde üzülür. Bu isteğin ardında çok farklı ihtiyaçlar olabilir. Belki sadece müziği seviyordur. Bu ihtiyacı farklı bir şekilde karşılayabilir: Bir enstrüman çalmayı öğrenebilir, bir orkestrada çalabilir, müzik sektöründe başka bir iş bulabilir... Ya da alkış, tanınmayı seviyordur. Bu ihtiyacı da en az on farklı şekilde karşılayabilir: belki spor faaliyetleriyle, gönüllü işlerle, meslekî başarılarla, ailesiyle iyi bir şekilde ilgilenerek... Veya onun için önemli olan paradır. O zaman da bu ihtiyacı karşılayacak (genelde de çok daha gerçekçi) birçok farklı olasılık vardır: Parayı “Almanya Süperstarını Arıyor” veya “Kim Milyoner Olmak İster” gibi programlarda aramaktansa kazançlı işler bulabilir, şans oyunu oynayabilir, zengin biriyle evlenebilir...

Bu şekilde “istekler” sonunda gerçekleşir.

Glasl, F. (2004), *Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater* (2. bblüm), Stuttgart: Freies Geistesleben.

Kitz, V. & Tusch, M. (2011), *Ich will so werden, wie ich bin - Für SelberLeber*. Frankfurt/M.: Campus.

Tusch, M. (2011), *Ein Tusch für alle Fälle. Schulungs-DVD für Mediation*, Offenbach: Gabal.

İYİ GÜNDE Mİ, KÖTÜ GÜNDE Mİ? YARDIM ALMANIN EN KOLAY YOLU NEDİR?

Duygu psikolojisi, "empati-özgecilik hipotezi" ve "negatif durumdan kurtulma modeli" aracılığıyla birlikte yaşadığınız insanların size nasıl destek verdiğini anlatır.

Diyelim ki yeni bir araba satın aldınız ve limiti biraz aştınız. Akşamları sık sık bir şeyler içmeye gittiğiniz komşunuzdan biraz para isteyeceksiniz.

Hangi üç durumda böyle bir ricada bulunursunuz?

- ☐ Baba olduğunda
- ☐ Karısı onu terk ettiğinde
- ☐ Gayet normal bir günde, normal bir ruh hali içindeyken

Bir sürü insan doğal olarak üçüncü şıkkı tercih eder. Bu şıkta, komşu en rahat olduğu ve dalgın olmadığı bir süreçte gibidir. Ama yine de böyle son derece normal bir günde size yardım etmesi pek olası değildir.

Çalışmalar, ilk olarak insanların iyi bir ruh halinde olduklarında yardım etmeyi sevdiklerini gösteriyor. Bu şaşırtıcı değil, herkes iyi bir ruh halinde olduğunda, insanlara karşı daha olumlu ve açık görüşlü, cömert ve yardımsever olduğunu fark etmiştir. Eğer sabahları uykumuzu almış ve keyifli bir şekilde bir şarkı mırıldanarak ofise geliyorsak, iş arkadaşımızın geçmesi için kapıyı tutarız.

Şaşırtıcı olan ise küçücük etkilerin ne kadar güçlü olduğudur: Bir deneyde, kamuya açık bir telefona on sent saklanır ve biri onu bulana kadar beklenir. Sonra tuzak olarak seçilen birinin, parayı bulan kişinin önünde çantasını düşürmesi istenir ve bir sürü kâğıt yere dağılır. Parayı bulan deneklerin on altısından on dördü, yere dağılan kâğıtları toplarken tuzak kişiye yardım eder. Bu oran yüzde seksen sekizdir. Karşılaştırma yapmak için daha önce on sent bulamayan insanların ne kadar yardımsever oldukları test edilir. Bu noktada yirmi beş kişiden sadece biri yardımcı olur ve bu oran yüzde dörde karşılık gelir. İnsanların yardımseverlikleri, sırf on sent buldukları için yirmi kat fazladır. Diğer küçük şeylerin de benzer etkileri vardır: Güzel kokular ya da müzikler insanları daha yardımsever yapar.

Yani komşunuzun (yakın zamanda baba olmayacaksa bile) size yardım edebileceği, ortalamanın üstünde bir ruh halini yakalama şansınız hiç de fena değildir. Artık küçük şeylerin yeterli olabileceğini bildiğinizden, kolaylıkla yardım alabilirsiniz...

Şimdi biraz daha şaşırtıcı bir bilgi verelim: İnsanlar özellikle kötü hissettiklerinde çok daha yardımseverdir! Farklı durumlarda farklı mekanizmalar etki ediyormuş gibi görünmektedir. Eğer herhangi bir durum için kendimizi suçlu hissediyorsak, o zaman suçluluk duygumuzu telafi etmek için iyi şeyler yapmaya çalışırız. İyi eylemler zihnimizdeki kötü düşünceleri ve dolayısıyla vicdanımızı etkisiz hale getirir. Örneğin, günah çıkarmaya giden insanlar, günah çıkarmadan önce, günah çıkardıktan sonrasına oranla daha fazla bağışta bulunurlar çünkü günah çıkardıktan sonra zaten kefaretlerini ödemiş olurlar.

Başka bir durumda ise acı çeken birini gördüğümüzde bizzat acı çekeriz. Örneğin, birisinin gözümüzün önünde dövülmesi bizim için rahatsız edici bir durumdur. Bu empatiyle ilgilidir (90. sayfaya bakınız). Kendimizi dövülen kişinin yerine koyarız ve onunla birlikte acı çekeriz. Yani polisi aradığımızda ya da bizzat müdahale ettiğimizde kendi ruh halimizi de düzeltiriz.

Netice ile kendi kötü ruh halimizle yardım etmemiz arasında gerçek bir bağın olmadığı durumlar vardır.

Ayrıca deneyler genel olarak insanların mutsuz bir ruh haline girdiklerinde daha yardımsever olduklarını göstermektedir. Bu gibi durumlar nasıl açıklanır? Diğer insanların kaderin sillesiyle karşı karşıya olması bizi hassaslaştırır çünkü belki o esnada biz de aynı durumdayızdır. “Çağrışım” (30. sayfaya bakınız) ve “benzerlik ilkesi” (154. sayfaya bakınız), diğer insanların ihtiyaçlarıyla daha çok ilgilenmemizi ve onlara sempati duymamızı sağlar.

Ancak “negatif durumdan kurtulma modeli” daha da ileriye gider: Eğer kendimizi kötü hissediyorsak, sistematik olarak kendimizi daha iyi hissetmek için fırsatlar ararız. Bunlardan biri, başka insanlara yardım etmek olabilir. İyi şeyler yaptığımızda kendi duygu dengemizi iyileştiririz.

Peki, sürekli kendimizi düşünerek mi yardım ederiz? Bilim bu soru yüzünden uzun zamandır tartışma içinde. “Empati-özgecilik hipotezi”, biriyle empati kurduğumuz zaman kesinlikle daha özgeci, daha fedakâr olduğumuzu varsayar. Ancak acıma duygusunun kendi menfaatimizle ne kadar yakından bağlantılı olabileceğini daha önce gördük. Sonuç itibarıyla insanların neden yardım ettiğinin bir önemi yok, önemli olan yardım ediyor olması ve en çok nasıl yardım alacağını bilmesidir. Siz de artık bunu biliyorsunuz.

- Cialdini, R. B., Darby, B. L. & Vincent, J. E. (1973), "Transgression and altruism: A case for hedonism", *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 502-516.
- Isen, A. M. & Levin, P. F. (1972), "Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness", *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 384-388.
- McMillen, D. L., Sanders, D. Y. & Solomon, G. S. (1977), "Self-esteem, Attentiveness, and Helping Behavior", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3, 257-261.
- North, A. C., Tarrant, M. & Hargreaves, J. (2004), "The Effects of Music on Helping Behavior", *Environment and Behavior*, 36, 266- 275.

CEZAYI ÖDÜLE ÇEVİRMEMELİSİNİZ

"Koşullanma"yla uzun vadede
istediğiniz her şeyi elde edebilirsiniz.

Buluşacağınız kişi yine geç mi geldi? Çocuklar yasaklamanıza rağmen yine gizlice bilgisayarla mı oynuyorlar? İş arkadaşlarınız yine işlerini zamanında teslim etmiyor mu?

Peki, siz ne yapıyorsunuz? Kibar biri olduğunuz ve iyi yetiştirildiğiniz için üç olaydan ikisini görmezden geliyorsunuz. Sırf bu talihsiz duruma bir son verebilmek için üçüncü kez gerçekleşen suç, herhangi bir ceza vermeden, kibar ve uygun bir şekilde dile getiriyorsunuz. Peki, sonra ne oluyor? Tam tersi: Randevulaştığınız kişiler daha sık geç geliyor, çocuklar daha da küstahlaşıyor, iş arkadaşlarınız neredeyse hiçbir şey yapmıyor...

Acaba ters tepip her şeyi daha da kötü yapan sizin davranışlarınız olabilir mi?

Cevap “öğrenme psikolojisi”nde yatıyor. Gelin birlikte “koşullanma” terimini keşfedelim: Eğer bir köpek sahibine patisini verirse ve sahibi bu davranışı bir ödülle pekiştirirse, o zaman dört ayaklı dostumuz patisini sık sık vermeye devam eder. Yani patisini vermesinin bir sebebi vardır! Ama sahibi bunu yaptığı için yine de mutlu olur. Bu arada eğer günün birinde ödül verilmezse bu davranış da devre dışı kalır. Yani köpek hiç de aptal değildir! Bu kaybolmaya ya da devre dışı olmaya teknik dilde “sönme” denir.

Peki, ödül olmadan pati vermesi için köpeğin davranışını “sönme”ye karşı daha dirençli hale nasıl getiririz?

Psikolojideki şaşırtıcı bir hileye başvururuz: Aralıklarla güçlendiririz, yani düzensiz bir şekilde.

Eğer köpek sahibine düzenli olarak pati veriyorsa ama sadece ara sıra ödüllendiriliyorsa, o zaman köpeğin davranışının “sönme” süresi uzar. Çünkü uzun tüylü dostumuz sonuna kadar güzel bir şeyler alacağı umudunu taşır. Sonuçta köpeğin öğrendiği budur: Pati verme eylemlerinde sadece ara sıra ödül almıştır, aralarda ödül molaları vardır. Köpek ödül alamadığı aşamaları, sadece uzun molalar olarak değerlendirir ve pati vermeye devam eder.

Bu sizin için ne anlama gelir?

Bir numaralı bilgi: Eğer birinin sizin için bir şey yapmasını istiyorsanız, aralıklı, yani düzensiz pekiştirmelere başvurmanızı öneririz. Bu yöntemle istediğiniz

davranışın daha uzun sürmesini sağlarsınız. Bu durumdan uzun süre faydalanabilirsiniz, hem de karşınızdaki insanı övmeyi, ödüllendirmeyi, davranışını pekiştirmeyi uzun süre önce bırakmanıza rağmen!

Ama hayattaki her şeyde olduğu gibi aralıklı pekiştirmenin de aydınlık tarafı olduğu kadar karanlık tarafı da vardır. Bu da bizi iki numaralı bilgiye götürür: Düzensiz ceza, aralıklı pekiştirmeye aynıdır! Şayet randevulaştığınız insanlara, çocuklarınıza, iş arkadaşlarınıza, onları kibarca uyararak çekidüzen verebileceğinizi sanıyorsanız aşırı yanılıyorsunuz. İki üç olayın cezasız kalması karşınızdaki insan tarafından bilinçsizce ödül olarak algılanır. Bu da istenmeyen davranışların (geç gelmek, televizyon, işleri bitirmemek gibi) daha sık ortaya çıkmasına ve bir süre sonra sönmeye karşı direnç göstermesine sebep olur. Yani yok olmaz.

Peki, bu bize ne öğretir? Eğer ceza varsa bu doğrudur! Temkinli ödüllendirin ama sürekli cezalandırın. Bunun dışındakiler sadece boş laftan ibaret olmakla kalmaz, aynı zamanda durumu kötüleştirir. Öyle olsaydı her türlü kusuru öncesinde vereceğiniz bir çikolatayla ödüllendirirdiniz.

Halk ağzında popüler bir söz vardır: Kötülük cezasız kalmaz! Öğrenme psikolojisi ise bunu bilimsel olarak kanıtlıyor: Aralıklı olarak ceza vermek, etkili bir ödül gibidir. Bunu köpeğe sakın söylemeyin!

RABE



Lefrancois, G. R. (2003), *Psychologie des Lernens* (2-4. bölümler), Berlin: Springer.

Margraf, J. & Schneider, S. (2009), *Lehrbuch der Verhaltenstherapie: Grundlagen, Diagnostik, Verfahren, Rahmenbedingungen* (s. 101-113), Berlin: Springer.

RUHSAL UÇURUMLARIMIZIN BİZE KARŞI DEĞİL, BİZİM İÇİN ÇALIŞMASINI NASIL SAĞLARIZ?

Uygulamalı psikolojide bahsi geçen "psiko-hijyen"le hayatınız birdenbire kolaylaşır ve güzelleşir.

Bahar temizliği... Derleriz, toplarız, temizleriz ve cilalarız: Her yer mis gibi kokar.

Her şeyin tertemiz, pirüpak olması ve hijyenik kokması ne hoş bir duygudur. Ancak ilk bakışta pılı pırtı olduğunu anladığımız şeyleri, bir türlü bir daha görmemek üzere atamayız. Bazılarına hâlâ ihtiyacımız olduğunu düşünerek, istediğimizde ortaya çıkarabilmek için kutular içinde bir depoya ya da kilere kaldırırız. Evimizde bunu az çok yapabiliyoruz. Peki, içimizdeki hijyen ne durumda? Orayı temizlemeye pek cesaret edemiyoruz. Gelin "psiko-hijyen"i birlikte ele alalım.

Psiko-hijyen, aslında bilim dünyasında onlarca yıldır bilinen bir kavram. Onunla ruhsal sağlığımızın önemini tanımlıyoruz. Psiko-hijyen, psikolojik rahatsızlıkları ve stresi bireysel tedbirler olarak engeller. Bu tedbirler oldukça farklı olabilir. Size günlük yaşamda bize iyi gelecek ve bizi zihinsel olarak sağlıklı kılacak önemli bir olasılıktan bahsedeceğiz.

Hepimiz zaman zaman güçlü duygular hissediyoruz, kötü tecrübeler ediniyoruz, yaralanıyoruz, kayıplarımız oluyor ve yas tutuyoruz. Onlarla bağlantılı olan içerikler (düşünceler ve duygular) nahoş ve tehditkâr olduğu için onları sıklıkla bilinçli algımızda reddederek kendimize yardım ederiz. Ayrıca psikolojide, temel savunma mekanizmalarından biri olan baskıdan bahsederiz.

Bu bir yandan kulağa faydalı geliyor (ne de olsa üzerimizdeki yüklerden kurtuluyoruz), diğer yandan bunun tam tersi de olabilir çünkü bastırılmış bilinç içerikleri, farkında olmasak da çalışmaya devam eder ve bizi etkilemek için kendilerine başka yollar ararlar. Sonra bizi derinden etkiler, fiziksel olarak hasta ederler. Bu psikosomatik yakınmaların bilinen örnekleri egzama, gastrointestinal sorunlar, yeme bozuklukları, kronik yorgunluk, yüksek tansiyon, astım ve bazı kanser türleridir.

Sonra aylarca, hatta yıllarca psikoloğa gider ve dikkatli bir şekilde bastırdığımız bilinç içeriklerini düzgün bir şekilde işlemek için su yüzüne çıkarmak zorunda kalırız. Güncel çalışmalar, Almanya'da yaşayan yetiş-

kinlerin yüzde yirmi beşinin en az bir kere veya sürekli anksiyete, depresyon ve psikosomatik hastalıklar gibi zihinsel ve psikolojik şikâyetleri olduğunu gösteriyor. Bu oran yükselmeye devam ediyor!

Bu kadar ileriye gitmemesi için mutlaka psiko-hijyenimize özen göstermeliyiz. Şimdi size özel bir psiko-hijyen biçiminden, baskı mekanizmasını yapıcı olarak nasıl kullanacağınızdan, bilincin nahoş içeriklerini (düşünceleri ve duyguları) bastırmamanız, aksine onları ciddiye alıp takdir etmeniz gerektiğinden bahsedeceğiz. Ayrıca, inandığınız şeye bağlı olarak daha yüksek bir otorite için bir isim bulmanızı isteyeceğiz: Tanrı, gök, kader, tesadüf, hiçlik gibi.

Aşağıdaki basit egzersizle ruhunuzu istediğiniz zaman tekrar tekrar “temizleyebilirsiniz”:

1. Adım: Zihinsel ve duygusal olarak size yük olan durumun içine girin. Durumu inceleyin, ilgili kişilere bakın, duygularınızı hissedin. Dikkatli olun ve odaklanın.

2. Adım: Duygularınızı açıkça dile getirin ve binçli bir şekilde: “Ben ____!” deyin (boşluğa duyguyu yerleştirin, mesela “korkuyorum, üzgünüm, öfkeliyim, çaresizim, yalnızım veya ümitsizim”, o an ne hissediyorsanız onu yazın).

3. Adım: Kendinize şunu söyleyin: “Evet, bu benim ____.” (Korkum, öfkem... Buraya yukarıda ifade ettiğiniz duyguyu yerleştirin.)

“Benim ____ hissetmeye hakkım var. ____ kişiliğimin en doğal ve en değerli parçası.”

4. Adım: Zihninizde duygularınızla ilgili bir çeşit “film” çekin ve zihinsel olarak onu bir video kasete ya da DVD’ye kaydedin. Yine zihninizde o video kaseti veya DVD’yi güvenli bir yere kilitleyin, mesela sadece sizin açabileceğiniz bir dolaba ya da çekmeceye.

5. Adım: Bu noktada birkaç seçenek var: Artık her an, istediğinizde, uygun olduğunuzda duygularınızla ilgilenebilir veya onlarla tartışabilirsiniz. Bu amaçla filminizi gizlediğiniz yerden çıkarıp duygu sekanslarınızı izleyebilirsiniz. İsteddiğiniz zaman filminizi durdurabilir veya kapatabilirsiniz. Kasetinizi ya da DVD’nizi istediğiniz zaman yine kilit altına alabilirsiniz. Kontrol sizde!

Bir diğer seçenek şöyle söylemenizdir: “Ben ____ (duygu), ____ benim kişiliğimin bir parçası ve artık ____ sorumluluğunu daha yüksek bir otoriteye veriyorum, bu yüksek otorite onunla başa çıkacaktır!” Kaseti ya da DVD’yi zihninizde bir rokete dönüştürün, ateşleyin ve onu uzaklara, en güzeli de başka bir gezegene gönderin. Bu yolla duygularınızın sorumluluğunu vermiş, yani iade etmiş olursunuz.

Bütün bunların anlamı nedir?

Birincisi: Duygularınızın sizin birer parçanız olduğunu algılar ve takdir edersiniz. Bu düşündüğünüz kadar kolay değildir çünkü aslında bazı düşüncelere ve duygulara izin vermemeye veya onları bastırmaya

çalışırız. Bu şekilde kendimizi bölmüş oluruz. Duygularımızdan utanç duyduğumuz anlar hiç de az değildir çünkü daha çocukken, mesela nefretin veya öfkenin bize iyi gelmediğini öğreniriz. Bu, bazı insanların duygularına erişmekte zorlanmasının temel sebebidir: İnsanlar bazı şeyleri, kötü ve nahoş oldukları için hissetmemeyi öğrenirler. Hâlbuki öfke ve nefret, kişiliğimizin son derece doğal ve meşru bileşenleridir. Onları bastırmak, uzun vadede farkına varılamayan acılara ve hastalıklara sebep olabilir. Yani her şeye izin vermek ve kabul etmek önemli ama yaşamak şart değil. Bu ilk adım olabilir. Meslektaşım beni bir kez daha kızdırdığında öfkelenmem meşru ve normaldir. Ama bu onu dövmeye hakkım olduğu anlamına gelmez. Günlük hayatımızda ikisini birbiriyle sık sık karıştırırız. Bazı duyguları yaşamamanın bazı sonuçları olduğundan ya da olacağından (örneğin, dayak atma durumunda hukuki sonuçlar gibi) onları ciddiye almayı ve kabul etmeyi kendimize yasaklarız. Ölümcül bir hata! Bu, kendimizi iç zenginliğimizden mahrum bırakmamıza yol açar. Bunlar ilk üç adımdı.

Sonraki iki adım (4 ve 5), mesela şiddetli travmalarda başarılı bir şekilde kullanılan, çok yararlı terapötik müdahalelerdir. Bir travmada düşünceleriniz ve hisleriniz öylesine güçlüdür ki kişiliğinize hükmeder. Normal bir yaşam sürmek artık mümkün değildir çünkü düşünceler ve duygular üzerindeki kontrol yitirilmiştir.

Hedeflerimize ulaşmak amacıyla, zihnimizi ve duygularımızı kontrol altına almak için bu tekniği, kontrollü baskının bu zararsız biçimini kullanabiliriz. Düşüncelerimizi ve duygularımızı algılar ve ciddiye alırsız, onları kişiliğimizin bir parçası olarak görürüz. Ama onlarla ne zaman ilgileneneceğimize ve ilgilenmeyeceğimize kendimiz karar veririz.

Aradaki fark budur ve bu çok daha sağlıklıdır.



Düşüncelerimiz ve duygularımız her zaman her duruma uygun düşmez. Bu yüzden anlaşmazlığı daha sonraya ertelemeyi öğrenebiliriz, böylece o zamana kadar iyi ilerleyebiliriz ve içsel kargaşalarımızın kurbanı olmayız. Düşüncelerimizi ve duygularımızı yeterince ele

aldığımızda, onları geldikleri yere geri gönderebiliriz. Böylelikle kontrolü tekrar ele geçiririz. Görünüşe göre kontrol her zaman bizim en büyük meselemiz...

Fischer, G. & Riedesser, P. (2009), *Lehrbuch der Psychotraumatologie* (4. bölüm), Stuttgart: UTB.

Resick, P. (2003), *Stress und Trauma: Grundlagen der Psychotraumatologie* (7. bölüm), Bern: Huber.

GEREKTEĞİNDE NE KADAR BİREYSEL OLABİLİYORUZ?

Sosyal psikolojideki "konformite" sayesinde her zaman iyi bir izlenim uyandırabilirsiniz ancak bazen kendi fikirlerinizi yitirirsiniz.

Ofiste ekip toplantısı var. İş arkadaşınız yeni pazarlama konseptini tanıtıyor.

"Bu hiçbir işe yaramaz," diye düşünüyorsunuz içinizden ve eleştirdiğiniz bazı noktaları not ediyorsunuz.

"Diğerleri ne düşünüyor?" diye soruyor müdürünüz. İş arkadaşlarınızdan biri cevap veriyor: "Harika!" Aynı ofiste çalıştığınız mesai arkadaşınız da aynı fikirde. Altı kişi daha hemfikir. Hepsi heyecanlı.

Şimdi sıra sizde. Siz ne diyorsunuz?

Kendi fikrinizi söylemek ve nahoş bir gerçeği dile getirmek için güzel bir fırsat, değil mi? Hepimiz içten içe benzersiz ve uyumsuz olmak isteriz. Elbette birçoğunuz, herkes kendisinden farklı düşünse de kendi fikrinin arkasında duracağını söyleyecektir.

Ancak anlatılan durumun içindeyse genelde farklı davranırız. Daha önce yapılmış tüm araştırmalar da aynı şeyi öngörüyor. Çoğu insan sadece gerçekten durumu deneyimlediğinde uyumlu davranır, en nihayetinde de önerilen şeyi beğenir ve eleştirdikleri şeyleri çöpe atar.

Bu nasıl olur?

Bilimde bu fenomeni “konformite” olarak adlandırırız ve bu terim, kendimizi bir gruba uyumlu hale getirmeye meylediğimizi ifade eder.

Psikolojik olarak konformitenin iki nedeni vardır: “enformatif etki” ve “normatif etki”. Biz buna “ödünç almak” ve “boyun eğmek diyoruz: Bizler bilgileri insanlardan ya ödünç alıyoruz ya da başkalarının kararlarına boyun eğiyoruz.

İlk konu ödünç almak: Genelde bir durumla ilgili hemen karar veremeyiz çünkü yeterince bilgi sahibi değilizdir ve bilgi birçok anlama gelebilir. Sonra etrafımıza bakarız, çevremizdeki insanlar nasıl davranıyor diye. Bilgiyi onlardan ödünç alırız ve enformatif bir şekilde etkileniriz.

Klasik bir deneyde, katılımcılara karanlık bir odada bir ışık noktası gösterilir. Bu konuda bilinmesi gereken

- bir husus vardır: Eğer insan gözü karanlık bir odada bir ışık noktası görürse yanılır. Bazen sabit durmasına rağmen o ışık noktasının hareket ettiğini zannederiz. Farklı insanlar farklı hareketleri görürler çünkü her göz böyle bir durumda farklı tepkiler verir. Buna “otokinetik etki” denir. Katılımcılar bu şekilde bilginin net olmadığı, herkesin farklı şeyler gördüğü bir durumla karşı karşıya kalır.

Sonra katılımcılara ışık noktasının ne kadar güçlü hareket ettiği sorulur. Katılımcılar yalnızken sorulduğunda tamamen değişik değerler söylerler: beş santimetre, yarım metre, o anda ne algıladılarsa. Ancak aynı soru bir gruba sorulduğunda katılımcılar birden aynı sonuca varırlar. Örneğin, eğer başlangıçta grupta söylenen, noktanın yaklaşık on santimetre hareket ettiğiyse bunu kabul ederler (“çapa etkisi”nden bahsettiğimiz bölüm için 98. sayfaya bakınız). Yani kendi algımızdaki belirsizliği diğer insanlardan gelen bilgilere dayanarak dengeleriz.

Sırf bu yüzden bile sık sık uyumlu davranırız. Yani daha önceki örnekte, herkes o kadar övgü yağdırırken, iş arkadaşımızın pazarlama konseptinin gerçekten kötü olduğu konusunda belirsizlik yaşarız ve bunu yaşadığımız an başkalarından bilgi ödünç alırız. Onlar, “Süper!” diyor. Biz de sonuçta diğerlerinin doğru bilgiye sahip olduklarına ikna oluruz ve kendi düşüncemizi onlarınkine uyumlu hale getiririz.

İkinci konu boyun eğmek: Elbette tamamen emin olduğumuz durumlar da vardır. O zaman başkalarının bilgisine ihtiyacımız olmaz. Yani düşüncelerimizi değiştirmeyiz, onların düşüncelerinin tam tersi yönünde karar veririz çünkü diğerleri de bu şekilde karar verir. Işık noktasıyla ilgili deney, optik yanılsama gerçekleşmeyecek şekilde değiştirilebilir, böylece herkes objektif olarak aynı şeyi görür. Örneğin, insanlara iki çizgi gösterir ve hangisinin daha uzun olduğu sorulur. Objektif olarak tek doğru cevap vardır ve deneklere yalnızken sorulduğunda hemen hemen hepsi doğru cevap verir. Sonra grup içinde sorulur. Başlangıçta iki tuzak kişi yanlış cevap verir. Deneklerin büyük bir çoğunluğu, doğrusunu bilmelerine rağmen yanlış cevap verir.

Bunu neden yaparız? Aptal durumuna düşmek istemeyiz. Diğerlerinden farklı karar verdiğimizde bizi daha az seveceklerini, hatta rezil olacağımızı düşünürüz. Benzerlik ilkesini hatırlayın, diğerleri bizi aramızda benzerlikler olduğu zaman sever ve biz sevilme isteriz! Beynimizdeki bazı bölgelerin, bir gruba karşı “isyankâr” davrandığımızda kötü hisler üretmek için aktif hale geldiği kanıtlanmıştır. Bu, çevremizdeki insanları hiç tanımasak ve muhtemelen bir daha hiç görmeyecek olsak bile geçerlidir. O insanların da bizi sevmesini isteriz ve onlara zıt bir tutum sergilemek canımızı acıtır. Bu fenomeni grup baskısı adı altında hepimiz biliriz ama

- sadece çok azımız, grup baskısının yaşamlarımızın üzerindeki büyük etkisini bilir.

Karşımızdakilere, özellikle uzman ya da otorite olduklarında çok daha güçlü bir biçimde yöneliriz. Bunda da şaşırılacak bir taraf yoktur. Yine de ünlü psikolog Stanley Milgram'ın şimdilerde oldukça ünlü olan deneyleri 1960'larda dünyayı şoke etmişti. Daha önce hiç kimse, sıradan insanların inançlarından vazgeçip kendilerini otorite sayılan birine teslim edebileceklerini düşünmemişti. Denekler, cezanın öğrenmeyle nasıl bir ilişki içinde olduğunu araştırmak için tuzak olarak getirilen kişiye elektrik akımı verecektir. Elektriğin şiddeti sürekli artırılır, ta ki dört yüz voltun üstüne çıkana kadar. Tuzak kişi bağırır, protesto eder ve sonunda tepki vermemeye başlar, yine de bazı katılımcılar, deneyi yöneten kişi artmasını istediği sürece itaatkâr bir şekilde elektriğin şiddetini yükseltmeye devam eder. Sorumluluğu korkutucu bir biçimde otoriteye bırakırlar.

Tabii ki uyumlu olmak her zaman kötü bir şey değildir. Sağımıza solumuza baktığımızda sıklıkla doğru bilgileri elde ederiz. Eğer herkes, her zaman ve sürekli fikirleriyle insanlara karşı gelecek olsa toplumda bir arada yaşayamaz, hatta asla birlikte çalışamaz hale gelirdik. Ama bunu bilinçli bir şekilde yapmalıyız. Bir dahakine kendinize şunu sorun: Bu ben miyim, yoksa şu anda enformatif ya da normatif bir etki mi söz konusu?

Asch, S. (1951), "Opinions and social pressure", *Scientific American*, 193, 31-35.

Berns, G. S., Chappelow, J., Zink, C. F., Pagnoni, G., Martin-Skurski, M. E. & Richards, J. (2005), "Neurobiological Correlates of Social Conformity and Independence During Mental Rotation", *Biological Psychiatry*, 58, 245-253.

Milgram, S. (2015), *Deney*, çev. Melis Ölçüm, Kafekültür Yayıncılık.

Rohrer, J. H., Baron, S. H., Hoffman, E. L. & Swander, D. V. (1954), "The stability of autokinetic judgments", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49, 595-597.

NEREDE SALDIRIYA UĞRAMALISINIZ?

"Seyirci etkisi"ni alt etmenin yolu!

Diyelim ki biri ansızın kalp krizi geçiriyor. Sizce hangi durumda hayatta kalma şansı daha yüksektir?

- ☐ Akşam ofiste fazla mesai yapıyordur ve yan odada çalışan kadın hariç herkes gitmiştir. Ancak kadın hamiledir ve bu sebeple koşamaz, ilk yardım müdahalesini de kesinlikle yapamaz.
- ☐ Metroda, etrafta otuz kişi oturuyordur, hepsinin elinde cep telefonu vardır ve hepsi fit bir vücuda sahiptir.

Birçok insan, acil bir durum olduğunda, içgüdüsel olarak etraflarında çok sayıda insan olmasını ister. Hiç kimse böyle bir durumda sadece tek bir kişiye bağlı olmak istemez. Ne kadar çok insan olursa birinin yar-

dım etmesi ve etmek istemesi o oranda fazla olur diye düşünürüz genelde.

Aslında acil bir durumda çevremizde olabildiğince az insan olması daha iyidir (en az bir kişi olduğu sürece sorun yok): Bu, hayatta kalma şansımızı önemli ölçüde artırır. Bu üzücü etkiyi gazetelerde düzenli olarak okuyabiliriz. Örneğin, insanlar halka açık yerlerde saldırıya uğrar ama birinin yardım etmesi belli bir süre alır. Genelde de kimse yardım etmez. Sonra tüm ülkede büyük bir şok yaşanır. “Bu nasıl olur?” diye sorar herkes. “Korkak bencillerle dolu bir ülkede mi yaşıyoruz? Hepimiz sadece seyirci miyiz? Kelimenin tam anlamıyla çaresiz miyiz?”

Bunun bilimsel açıklaması biraz daha zordur.

Birçok insanın yardım etmektense seyirci kalması, psikolojide “seyirci etkisi” olarak çok iyi bir şekilde araştırılmıştır. Bazıları buna “Genovese sendromu” da demektedir. Amerikalı Kitty Genovese, 1960’lı yıllarda New York’ta vahşice saldırıya uğramış ve öldürülmüştür. Saldırı yarım saatten fazla sürmüştür ve soruşturmalar sonucunda olayı en az otuz sekiz kişinin seyrettiği veya duyduğu ortaya çıkmıştır. Ama hiçbiri yardım etmemiştir.

Bu tarz vakalarda nasıl bir grup dinamiği oluşmaktadır?

Burada öncelikle iki fenomen etki eder: daha önce de bahsettiğimiz enformatif ve normatif etki (201. sayfaya bakınız)!

Eğer bir durumu değerlendirmek için belirsizlik hissediyorsak, o zaman etrafımızdaki diğer insanlara yöneliriz ve onlardan bilgiyi “ödünç” alırız. Özellikle acil durumlarda neredeyse her zaman belirsizlik içinde oluruz çünkü başımıza her gün gelmez. Antrenmanlı değilizdir. Kendimize şu soruları sorarız: “Burada ne oluyor? Tehlikeli bir durum mu, yoksa öyle mi görünüyor? Ne yapmalıyım?” Ayrıca acil durumlarda zaman kısıtlıdır, bu da uzun uzadıya düşünmeyip etrafımızdaki insanlara yönelmek için başka bir nedendir.

Örneğin, duman deneyi adlı çalışmada, deney katılımcıları bir odada otururlar ve ansızın odaya beyaz bir duman verilir. Birçoğu, eğer orada yalnız oturuyorsa hızla odayı terk eder. Ancak odaya orada sakince oturan tuzak kişiler konduğunda diğer katılımcılar da oturmaya devam eder. Üstelik dumandan neredeyse birbirlerini göremeyecek hale gelene kadar. Uçakta birden bir duman kokusu hissedildiğinde birbirimize bakarız ve diğerlerinin nasıl tepki verdiğini kontrol ederiz. “Eğer onlar sakın bir şekilde oturuyorlarsa o zaman kötü bir şey olmaz,” diye düşünürüz.

Ama bu ölümcül olabilir! Çünkü diğerleri de çoğunlukla bir şey bilmezler. Nasıl bilsinler ki? Herkes birbirine çaresiz gözlerle bakar ve birbirinin bakışını şöyle yorumlar: “Oldukça sakın ve rahat görünüyorlar, o zaman o kadar da kötü bir şey yoktur.” Biz bu etkiye “çoğulcu cehalet” diyoruz: Eğer kimse heyecanlanmazsa

biz de heyecanlanmayız. Bir de “uzman” insanlar ortaya çıkıp özel bilgiler verdiklerinde tamamen güvenli tarafta olduğumuzu düşünürüz. Onlara özellikle çok güveniriz ancak aniden ortaya çıkan kriz durumlarında uzmanlar da en az bizim kadar az şey bilirler. Sadece diğerleri kadar öz güvenli davranırlar (çünkü burada “üstünlük yanılması” etki eder, 83. sayfaya bakınız).

Tatil yerlerinde trajik kazalar olduğunu sürekli duyuyoruz. Paslanmaya yüz tutmuş bir gemi açık denizde batar veya oldukça sarhoş bir sürücü turistlerle dolu bir otobüsle ağaca çarpar. Ardından televizyon muhabirleri kendilerine, “Tanrı aşkına, bir insan o şeye nasıl biner ki zaten?” diye sorarlar. Cevap: Çünkü diğerleri de binmiştir. Sakin kalmışlardır, herkes kendi adına karar vermiştir: Tehlike yok!

11 Eylül 2001’de New York’ta ilk uçak Dünya Ticaret Merkezi’ne çarptığında, binada herkesin ofisinde kalması, sakın olması ve kurtarma ekibini beklemesi anons edildi. Orada acil durumlar için genel talimat böyledir ve “uzmanlar” bu talimatı bu önemli durumda da bir kez daha güçlendirdi. Bazı ofis çalışanları içgüdülerine göre hareket ettiler ve merdivenlerden aşağıya koştular ama yine yukarıdaki ofislerine gönderildiler. Onlar da talimata uydular.

Ofisinde kalan kimse felaketten sağ kurtulamadı.

Hayatta kalanlar kendi algılarına ve tahminlerine güvenen insanlardı.

Ancak seyirci etkisine geri dönelim ve şu soruyu soralım: Önemli bir duruma seyirci olanlar neden nadiren yardım ederler? Eğer biri metroda dayak yiyorsa, durum başlangıçta belirsizdir. Büyük bir olasılıkla arkadaşlar birbirleriyle kötü bir şekilde şakalaşıyorlardır, belki suçlu az sonra duracaktır veya kurban kendini savunabilecek kadar güçlüdür. Bir süre sonra bilginin netleşeceği an gelir: Birileri tehlikededir ve yardıma ihtiyacı vardır. Belki de yardım çağrısında bulunuyordur. Yine de insanlar sanki hiçbir şey yokmuş gibi davranır.

Biz bu fenomene “sorumluluğun yayılması” diyoruz. Durumu doğru değerlendiresek bile çevremizdeki insanların fazlalığına göre yardım etmek için pek sorumluluğumuz olmadığını düşünürüz. Bu, deney katılımcılarının önce yalnız, sonra da grup içinde test edildikleri, sahte acil durumların yaratıldığı deneylerle kanıtlanmıştır.

Bundan ne öğreniriz?

Birincisi: İçgüdülerimiz kriz durumunda hayatımızı kurtarabilir. Emin değilseniz kendinize, “Eğer burada kimse olmasaydı ne yapardım?” diye sorun. Diğerlerinin, muhtemelen sizin bildiğinizden daha fazlasını bilmediğini hatırlayın ve çaresizken içgüdülerinizi dinleyin. Bu bir olay olmadan ve durumun ne kadar tehlikeli olabileceğini tahmin etmeden önce de geçerlidir.

İkincisi: Bizzat siz kurbandsanız ve yardıma ihtiyacınız varsa akıllı davranıp “çoğulcu cesareti” kullanabilirsiniz. Net olarak şöyle söyleyin: “Yardıma ihtiyacım var.”

Sonra “sorumluluğun yayılması” fenomenini kullanarak belli bir kişiyle konuşun: “Siz, gri kravatlı beyefendi, lütfen polisi arayın.”

Üçüncüsü: Bir olaya denk geldiğinizde “seyirci etkisi”ni hatırlayıp birinin hayatını kurtarın. İlginç bir deney sonucu daha var: Seyirci etkisini daha önce duyan ve bu sorunun bilincinde olan insanlar daha çok yardım ederler. Bu yüzden bu bilgileri başkalarına da anlatın.

Beaman, A. L., Barnes, P. J., Klentz, B. & McQuirk, B. (1978), “Increasing Helping Rates Through Information Dissemination: Teaching Pays”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, 406-411.

Darley, J. M. & Latané, B. (1970), *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?*, New York: Appleton-Century Crofts.

Darley, J. M. & Latané, B. (1968), “Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, 377-383.

NEDEN YAPMAMIZ GEREKENLERİ YAPMIYOR, İSTEDİKLERİMİZİ ELDE EDEMİYORUZ?

Tutum araştırmalarındaki bazı püf noktalarını kullanarak "reaktans" fenomeninden faydalanabilirsiniz.

Bir zamanlar, cennette: Her şeyden bolca vardır. Cennet bir tembellik diyarıdır. Her şey, kelimenin tam anlamıyla Âdem ve Havva'nın ağızına verilir. Isırmaları yeterlidir. Ama yine de o yasak elmadadır gözleri. Diğerleri, izin verilen her şey o elmaya kıyasla hiç ilgi çekici gelmez. Bir zamanlar, biz çok küçükken: Çikolata, elbette her zaman çok lezzetlidir ve iyi hissettirir. Ama özellikle onu yememize izin verilmediğinde çok daha lezzetli ve özeldir. Bu durumda onu daha çok isteriz. O zaman çılgınlar gibi mücadele ederiz, onu bize vermek istemeyen, en azından istediğimiz kadar vermeyen annemize var gücümüzle karşı geliriz.

Bugün, artık olgun insanlarız: Öpüşmek elbette güzeldir ve iyi hissettirir. Ancak özellikle yabancılarla öpüşmek, yasak olmasına rağmen çok daha güzel ve özeldir. Bu durumda bunu daha çok isteriz ve umulmadık stratejiler geliştiririz. Neden bu dünyadaki "yasak meyveler" bize her zaman son derece çekici gelir?

Âdem'in, Havva'nın davranışlarına ve bizim davranışlarımıza teknik dilde "reaktans" denir. Reaktans (tepkisellik) kuramı, 1960'lı yıllarda birçok psikologun yanı sıra psikolog Jack Brehm tarafından şekillendirilmiştir: Reaktans bir baskının sonucudur, iç veya dış kısıtlamalara karşı bir isyandır: Örneğin, birisi bizden bir şeyi zorla almak istediğinde, bizi tehdit ettiğinde, bize bir şeyi yasakladığında ortaya çıkar. Bizim genel anlamda meydan okuyan davranışlarımız, istenmeyen ya da yasaklanmış eylemleri sürdürecektir, hatta gerçekleştirecek olduğumuz anlamına gelir. Çünkü bu şekilde özgürlüğümüzü geri almak isteriz.

Reaktans kuramı birçok ilginç deneyde kanıtlanmıştır. Örneğin, çocuklar kesintiye uğrayan ve daha sonra sonuna kadar izleyebilecekleri söylenen bir film yerine kesintiye uğrayan ve devamını izleyemeyecekleri söylenen bir filmi daha iyi değerlendirirler.

Mark Twain'in ünlü romanında komik bir örnek vardır: Çok yönlü biri olan Tom Sawyer, teyzesi Polly'nin bitmek bilmeyen disiplin kurallarının baskısı altındadır. Bir gün bahçe çitini boyarken arkadaşı Ben gelir ve onunla dalga geçer. Tom, işini büyük bir heyecanla yapıyormuş gibi davranır, sanki o an bundan daha güzel bir şey yoktur. Ben şaşırır ve yardım edip edemeyeceğini sorar. Tom üzgün olduğunu, Ben'in o kadar becerikli olmadığını düşündüğünü, teyzesinin de bu konuda titiz davrandığını söyler. Ben ısrar etmeye devam eder, hatta Tom'a bir hediye verir. Nihayetinde Tom, arkadaşını normal şartlarda asla hoşuna gitmeyecek bir eylemi yapmaya yönlendirmiştir. Çünkü eylem çok zor ulaşılır ve dolayısıyla son derece çekici bir hal almıştır.

Böylelikle, "Asıl şimdi kesinlikle çikolata istiyorum," reaksiyonunun açıklamasının yanı sıra yepyeni bir alan ortaya çıkıyor: Diğer insanların sizin istediklerinizi yapmalarını sağlayın!



Sizin için önemli bir şey söz konusuysa ve karşınızdaki kişi size küçücük bir şans bile vermek istemiyorsa, o zaman iki seçeneğiniz vardır: Kendi kendini gerçekleştiren kehaneti kullanabilir ve kendisini geliştirmesi için en başından itibaren ilgili kişiyi “övebilirsiniz”. İkinci seçenek olarak Tom Sawyer ve arkadaşı Ben gibi yapabilirsiniz: Terapötik bağlamda da büyük bir hizmet sağlayan “paradoksal müdahale”yi kullanmanız mümkün. Örneğin, annenize şöyle bir sinyal gönderebilirsiniz (elbette çaktırmadan): “Çikolata o kadar da lezzetli değil!” veya “Lütfen bana fazla çikolata verme!” Anneniz birden özgürlüğünün ve eylem alanlarının kısıtlandığını

- hissedecek ve reaktans fenomeni yüzünden kesinlikle daha fazla çikolata vermek isteyecektir.

Brehm, J. W. (1966), *Theory of psychological reactance*, New York: Academic Press.

Mischel, W. & Masters, J. C. (1966), "Effects of probability of reward attainment on responses to frustration", *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 390-396.

NEDEN ÇÖPE ATTIĞINIZ KÂĞITLAR KOMŞUNUZUN ARABASINDAN DAHA DEĞERLİ OLABİLİR?

"Sahiplik etkisi" ticarete başarılı
olmanıza yardım eder.

Hafta sonu: Keyifle bitpazarında geziyorsunuz. Bir sürü ıvır zıvırın satıldığı bir tezgâhın önünde duruyorsunuz ve elinize üç yıl öncesine ait bir çizgi roman alıyorsunuz. Sayfaları karıştırıyorsunuz, tebessüm ediyorsunuz, kendinizi okumaya kaptırıyorsunuz, çizgi romanı almak istiyorsunuz. Bilindik bir serinin, okunmuş ve yıpranmış bir kitapçığı bu. Etiketdeki orijinal fiyatı üç buçuk avro. "Otuz sentten fazla etmez," diye düşünüyorsunuz. "Bugün bir delilik yap ve bu eski çizgi romanı al!" Satıcı kadına, "Bunun için ne kadar istiyorsunuz?" diye keyifle soruyorsunuz. "On sekiz avro," diye cevap veriyor size.

İkiniz de birbirinizin gözlerinin içine bakıyorsunuz, sonra burada dile getiremeyeceğimiz, içinde "sen aklını kaybetmişsin" ve "pis cimri" gibi ifadelerin geçtiği kısa bir "konuşma" gerçekleşiyor.

Başınızı sağa sola sallayarak çekip gidiyorsunuz. Satıcı kadın da başını sallayarak arkanızdan bakıyor.

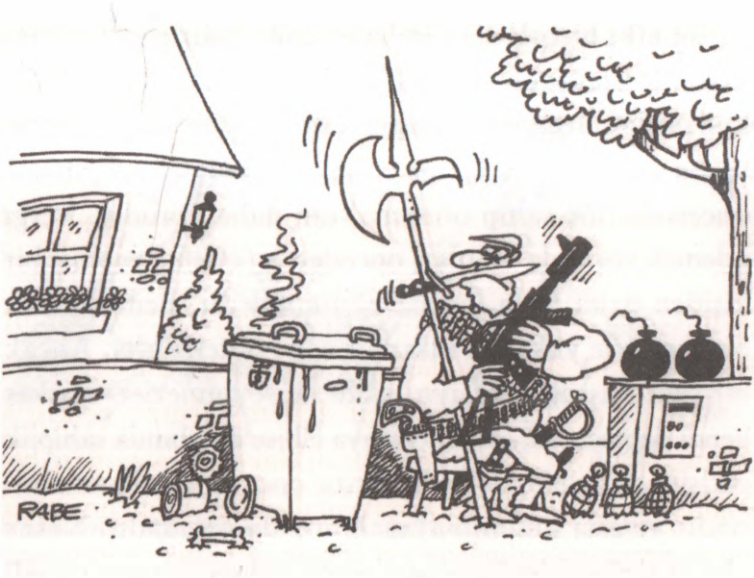
Bu küçük "düşünce ayrılığı" nasıl oluyor? Elbette bir satıcı fiyatları her zaman yüksek tutmak, alıcı da her zaman aşağıya çekmek ister. Bu normal ama bu aynı zamanda taktik. Gerçekte her iki taraf da ürünün aslında daha fazla ya da daha az edeceğini bilir.

Ancak bu, yukarıda tarif edilen durumu açıklığa kavuşturmuyor. Sıradan pazarlıklar hiçbir zaman bu kadar büyük değer farklılıklarına ve hepsinden önemlisi böyle dramatik sahnelere yol açmaz. Bilindik "taktikler" söz konusu olduğunda her iki taraf da fantastik fiyatlar söylediklerini bilirler. Bu tür sahneler, fiyatın iki taraf açısından da fantastik olmadığı bilindiği zaman ortaya çıkar: Her iki taraf, gerçekte o ürünün bahsedilen fiyata degeceğini bilir.

Böylelikle örneği verilen türden bir çizgi romanın değeri oldukça objektif belirlenebilir: Yaklaşık iki avro olduğunu varsayalım. Bir taraf onun on sekiz avro de-

ğerinde olduğunu düşünürken, diğeri nasıl olur da ona otuz sentlik bir değer biçer?

Bu noktada devreye “sahiplik etkisi” girer. Birazdan göreceğimiz üzere bu etki sadece bitpazarında geçerli değildir...



Sahiplik etkisi, sahip olduğumuz eşyanın başkasının sahip olduğu aynı eşyadan daha değerli olduğunu düşünmemizi sağlar. Ünlü bir deneyde katılımcılar iki gruba ayrılır. Bir gruptaki katılımcıların her birinin eline birer fincan verilir. Diğer gruba fincanlar sadece gösterilir. Sonra katılımcılara fincanlar için kaç para talep edecekleri ya da onlara ne kadar ödeyecekleri

- sorulur. Elinde fincan olmayanlar ortalama iki buçuk doları uygun bulur. Buna karşın fincanları elinde tutanlar, satış fiyatının yedi dolar, yani iki katından fazla olduğunu düşünür. Diğer deneyler, sahiplik etkisinin ikiye bir oranında bir etkiye sahip olduğunu doğrulamaktadır.

Bu etki birçok alanda hayatımızı belirler: Örneğin, ticaretle uğraşanlar bu etkiyi potansiyel müşteriler için kullanırlar, ürünlerini müşterilerine test amaçlı iki haftalığına verirler, ürünü iade etmek zorunda olmak, ürüne öncesinde hiç sahip olmamaktan daha kötüdür. Vergi ödemek zorunda olanlar, önceden ön ödeme yapmış bir kişiden daha fazla kaçma eğilimindedir. Benzin fiyatı bir sent bile yükselse insanlar aşırı öfkelenirler. Ancak bir sent düştüğünde aynı şiddette sevinmezler. Herkes kendi deposunda, kilerinde veya elbise dolabında sahiplik etkisini gözlemleyebilir: Yıllardır onca şeyi kullanmamışsındır ve asla kullanmayacağımız da ortadadır. Nesne olarak değersizlerdir ama yine de onları atmayız çünkü değerli olduklarını düşünürüz.

Bu arada sahiplik etkisi nörolojik olarak da kanıtlanmıştır: Herhangi bir şeyden ayrılan insanların beyinleri incelenmiş ve acının işlendiği yerde, yani serebral korteksin bir kısmında bulunan insulada aktivasyon görülmüştür. İnsanlar bir eşyayı sattıklarında ve karşılığında bir şey aldıklarında, dolayısıyla ellerinden bir şey zorla alınmadığında bile bu aktivasyon görülür. Yani ekonomik

yaklaşımlardan tamamen bağımsız olarak bir şeyden ayrılmak insana acı verir.

Aşk ilişkilerinde bile sahiplik etkisi görülür...



Kahneman, D., Knetsch, J. L. & Thaler, R. H. (1990), "Experimental Test of the endowment effect and the Coase Theorem", *Journal of Political Economy*, 98, 1325-1348.
Kuhnen, C. M. & Knutson, B. (2005), "The Neural Basis of Financial Risk Taking", *Neuron*, 47, 763-770.

BAY “NEYDİ YAŞUNUN ADI”

Yaratıcı problem çözme teknikleriyle
devrim yaratan icatlar yapabilirsiniz.

Sabah saatleri, işe gitmek üzere yola konulmuşuz, tanıdık bir yüzle karşılaşıyoruz, selamlaşıyoruz: “Merhaba Bay... Şey...” *Bir dakika bu şeydeki adam değil miydi? Lanet olsun, adı neydi? Meier, Mahler, Müller, M’li bir şeydi...* Ancak ne kadar düşünsek de isim aklımıza gelmiyor.

Akşama doğru isim birden aklımıza geliveriyor: “Hamal, tabii ya... Pazarlama departmanındaki iş arkadaşımızın adı buydu!”

Bu sadece kişi isimleri için geçerli değildir. “Zihinsel tıkanıklık”, bir şeyi hatırlamamızı veya bilgiyi yeni ve anlamlı bir şekilde birleştirmemizi engeller: kavramlar, olaylar, durumlar, veriler...

Psikoloji dersinden bulmaca kitaplarına sıçrama yapmış, yaratıcı problem çözme araştırmasına ait bir deneye bakalım: Katılımcılardan oluşan iki gruba,

Bir küçük mum

Kibritle dolu bir kibrit kutusu

Bir raptiye

Mumu duvara, göz hizasına monte etme görevi verilir.

İki grup arasındaki fark şudur: Birinci grup önceden kibritlerle mumları yakacaktır, ikinci grup yakmayacaktır.

Çözümü ilk hangi grup bulacak dersiniz?

İkinci grup bulur: Kibrit kutusunu raptiyeyle duvara sabitlemler ve onu mumun konulacağı kaide olarak kullanırlar. Buna karşın birinci grup, nafile bir çabayla mumu duvara raptiyeyle sabitlemeye çalışır.

Bu sonuçlar nasıl açıklanır?

Kibrit kutusu birinci grupta zihinsel bir engel yaratır, psikolojide buna “işlevsel sabitlik” diyoruz: Onlar için kutu eşittir kaptır. Buna karşın ikinci grup kibrit kutusunu bir kaideye dönüştürür. İşin sırrı yaratıcılıktır: bir nesneye, aslında onun için düşünülmemiş bir fonksiyon yükleme yeteneği.

Bay Hamal’a geri dönelim: Hafızamız düşünme “bas-kısı” yüzünden tamamen ismin başındaki M harfinde tıkanıp kalmıştır (Meier, Mahler, Müller). Bu yüzden M harfinin üçüncü sırada olma olasılığı daha az gelir. Bu tıkanıklık etkisi, bilinçsiz bir şekilde problem çözme sürecinin bilinçli kısmını etkiler. Bilimsel deneyler, bu

- tür tıkanıklıkların, bazen bir hafta sonra çözülebildiğini göstermektedir.

Yani tıkanıp kaldığımızda yaratıcı molalar vermemiz doğru olur. Bu sayede bu unutkanlık biçimi bir tür üretkenlik yaratır. Hoş olan tarafı ise bunun, tıkanıklığın üstesinden gelmenin en pasif yolu olmasıdır. Bunu yaparken çaba sarf etmemize bile gerek yoktur, sadece biraz sabırlı olmaya ihtiyacımız vardır.

Kültür ve araştırma alanındaki en önemli şahsiyetler olan Berthold Brecht, Charlie Chaplin, Albert Einstein ve daha pek çoğu, başyapıtlarını yaratıcı bir unutkanlık aşamasından sonra yaratmıştır.

Duncker, K. (1945), *On problem solving: Psychological Monographs*, 58, 1-110.

Hussy, W. (1998), *Denken und Problemlösen*, Stuttgart: Kohlhammer.

Schneider, W. (2003), *Die Enzyklopädie der Faulheit: Ein Anleitungsbuch*, Frankfurt/M.: Eichborn.

PARA DÜNYAYI BOZAR!

"Fazladan gerekçelendirme etkisi"ni kullanarak kendinize ve diğer insanlara "içsel motivasyon" kazandırabilirsiniz.

Diyelim ki apartmanınızda pek yürüyemeyen yaşlıca bir kadın yaşıyor. Komşularından biri olan genç bir öğrenci, haftada bir gün onun için alışveriş yapıyor. Görünüşe göre bir komşu olarak yardım etmek ve yaşlı kadınla biraz sohbet etmek hoşuna gidiyor.

Diyelim ki bu yaşlı kadın zengin. Apartman koridorunda karşılaştığınızda size bir soru soruyor: "Bu genç adam bana çok yardım ediyor ve öğrenci olduğu için parası yok. Ona her seferinde yirmi avro vereyim mi? O zaman ikimiz de kârlı çıkmış oluruz."

Siz ne önerirsiniz?

İlk bakışta olay apaçık ortadadır: Paraya ihtiyacı olan biri, birine yardım ediyor. Yardım edilen kişinin de verecek parası var. Her iki taraf da bu işten fayda sağlayabilir, değil mi?

Ancak mesele o kadar da basit değil. Öğrenci bu iş için para almaya başladığında hevesi kaçabilir ve yaşlı kadın kendisine alışveriş için yeni bir yardımcı bulmak zorunda kalabilir.

Bu, size anlamsız gelebilir ama bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Öğrenci “aşırı gerekçelendirme etkisi” altında olabilir. Bu etki söz konusuysen, dışsal uyaranların iç motivasyonu zayıflatabileceği, hatta motivasyona zarar verebileceği saptanmıştır.

Motivasyon olarak tanımladığımız şey, genelde hedeflere ulaşmak ve belirli şeyleri yapmak için hissettiğimiz dürtüdür. Motivasyonları da prensipte “içsel” ve “dışsal” olarak birbirinden ayırırız.

İçsel motivasyon bizim içimizden gelir: Bir şeyi sevdiğimiz, ilginç veya mantıklı bulduğumuz için yaparız. Bu elbette hem bizim için hem de başkaları için en ideal durumdur. İşimizi yapmaya tamamen kararlıyızdır ve yaptığımız işten faydalanan herkes, ister işverenimiz olsun isterse de örnekteki yaşlı kadın olsun, çok şanslıdır. Diğerleri yaptığımız her şeyi çok iyi yaptığımızdan emin olabilirler.

Dışsal motivasyon ise dışarıdan gelir: Aslında kendi kararımızla yapmayacağımız bir şey yaparız. Bunu ya ödüllendirilmek ya da ceza almamak için yaparız.

İçsel ve dışsal motivasyonlar birlikte de etki edebilir: Kişi karşılığında para kazanacak olmasına rağmen işe isteyerek gidebilir. Ancak içsel motivasyon oranı ne kadar yüksekse ilgili kişiler o denli başarılı olurlar. En önemlisi de dışsal ödül yok olduğunda yaptıkları şeyi yapmaya büyük ihtimalle devam ederler.

Bu noktada “aşırı gerekçelendirme etkisi” devreye girer: Eğer bugüne kadar isteyerek ve severek yaptığımız bir şey için birden karşılık alırsak, zihnimiz bunu yeni bir eylem olarak değerlendirir. Kendine, “Eğer bir karşılık alacaksam bu işi o kadar da sevdiğimi söyleyemem!” der. Bu, diğer pek çok şeyin yanı sıra daha önce bahsettiğimiz “bilişsel uyumsuzluk”la da ilgilidir (66. sayfaya bakınız).

Bu süreç nasıl işler? Dünyaya geldikten hemen sonra bize ezberletilen şeyler vardır: Yapmayı istemediğimiz ve hoşlanmadığımız şeyleri yaptığımız takdirde ödül alacağımız söylenir. Odamızı toplarsak televizyon seyretmemize izin verilir, tuhaf bir tadı olan ıspanak yemeğini yersek dışarıda oyun oynamaya çıkabiliriz ve eğer ev ödevlerimizi bitirirsek bir dondurma veya bir parça çikolata yiyebiliriz. Bu böyle devam eder ve birçoğumuz yükselen maaşımızı “tazminat” ya da “sus parası” gibi görmeye meylederiz. Ancak televizyon veya

- bilgisayar oynamak ya da internette dolaşmak gibi hoş şeyler için ödüllendirilmeyiz. “Ödül” ve “nahoş eylem” arasındaki bağlantı böylelikle bilinçaltımıza kök salmış olur.

Bu yüzden dışarıdan gelen bir ödül kendi durumumuzu değerlendirmemizi engeller: Yapılacak eylemle ilgili hevesimizi kaybederiz. Zamanla, yapacağımız işten keyif almaktansa sadece ödülü almaya odaklanırız. Sonuç: Ödül günün birinde yok olduğunda eylem durdurulur. Örneğin, bir deneyde çocuklara matematikle ilgili öğretici bir oyun verilir, çocuklar başta çok eğlenirler. Sonra bir gün oyunla ilgilendikleri için ödüllendirilirler. Sonunda ödül verme eylemi durdurulur ve çocukların matematik oyununa ilgileri olup olmadığı gözlemlenir. Sonuç: İlgileri, ilk baştakine oranla büyük ölçüde azalmıştır.

İş dünyası her zaman bu ikilemle mücadele etmiştir: Hedef belirlemeleri, ikramiyeler ve maaş artışları, performans artışı adına dış teşvik olarak görülür. İçsel olarak motive olmuş bir iş arkadaşınızın işini ne kadar iyi yaptığını anımsayın. Öte yandan işverenine bu kadar yararlı olan insanlar az para mı kazanacaklar? Bu haksızlık olur. Bu ikilem bugüne kadar çözülememiştir. İş dünyası da tedbir olarak dış teşviklerle hareket etmeye devam eder.



Peki, insanları teşvik etmek için dışarıdan gelecek bir ödül tamamen uygunsuz mudur? Hayır! Bildiğiniz gibi dışarıdan gelen ödüller hiç beklenmedik güçleri ortaya çıkarır. Çocukluğumuzdaki örneklerde gördüğümüz gibi, dış teşvikler odamızı toplamamızı ve ıspanak yememizi sağlıyordu. Dışsal motivasyon, içsel motivasyonun olmadığı yerde mükemmel bir şekilde çalışır. Yani gerçekten nahoş olduğunu düşündüğümüz şeylerde. Eğer ödül prensibinin iş dünyasında bir bütün olarak iyi işlediğini düşünürsek, insanların genel olarak yaptıkları işten pek zevk almayacakları sonucuna varabiliriz...



O halde dışarıdan gelen ödüller söz konusu olduğunda (hem alırken hem de verirken) dikkatli olun. Belki de sizin ya da diğer insanların ulaşabileceği en büyük ödül, insanın kendi inisiyatifiyle bir şeyler yapma şansıdır.

Deci, E. L. (1971), "Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation", *Journal of Personality and Social Psychology*, 18, 105-115.

Fehr, E. & Falk, A. (2002), "Psychological foundations of incentives", *European Economic Review*, 46, 687-724.

Greene, D., Sternberg, B. & Lepper, M. R. (1976), "Overjustification in a token economy", *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 1219-1234.

BÜYÜK İHTİMALLE DÜNYA GÖRÜŞÜNÜZ YOK

Değişim körlüğü, çevresel algımızı
sorgular.

Bu resmi, bir sonraki sayfadaki resimle karşılaştırın.





Dikkatinizi çeken bir şey var mı?

Şu kadarını söyleyelim: Resimler farklı. Eğer aradaki farkı henüz görmediyseniz, tekrar karşılaştırabilirsiniz.

Göremediyseniz tekrar karşılaştırın.

Hâlâ görmediniz mi? Küçük bir ipucu: Aradaki fark küçük değil! Devasa! Bu, içinde fark olarak küçücük bir yaprağın ya da bir kaşın eksik olduğu resimlerden değil. Kocaman bir ağaç eksik!

Neden iki resmi karşılaştırmak için bir sayfa çevirmemiz gerektiğinde böyle büyük bir farkı görmekte zorlanırsınız?

Bu fenomene “değişim körlüğü” diyoruz. Bir karedeki büyük değişiklikleri, dikkatimiz sadece kısacık bir an bile dağılsa algılamayız. Bu örnekte dikkat dağıtıcı unsur, sayfayı çevirmektir. Bu etki, mesela monitörde veya perdede dalgalanan bir görüntü gördüğümüzde de oluşabilir. Farkına bile varmayız! Küçük göz hareketleri bile dikkatimizin dağılmasına sebep olur.

Ayrıca devasa değişiklikleri bile fark etmeyebiliriz: Örneğin, bir deneyde seyirciler, filmin bir sahnesinde iki insanın kafalarının değiştiğini bile fark etmiyor, bu esnada seyircilerin gözlerinin bir an için başka bir yere kayması sağlanıyor.

Konuştüğümüz kişi değiştiğinde de fark etmeyebiliyoruz: Deney ekibine ait bir eleman sokaktan geçen birine yol tarifi soruyor. Başka bir kişi tesadüf eseri kocaman bir paketle aralarından geçiyor, bu esnada deney elemanının yerine görünüşü tamamen farklı olan başka biri geçiyor. İnanılır gibi değil ama gerçek: Bazı yayalar karşılarında başka biri olduğunu fark etmiyor çünkü bir an için de olsa dikkatleri, aralarından geçen bir paket yüzünden dağılıyor. Televizyon programlarında kamera şakası yapanlar ve

- sihirbazlar da düzenli olarak “değişim körlüğü” etkisini kullanıyorlar.

Değişim körlüğü, dikkatiniz dağıldığında ama değişim yavaş ve gizli bir şekilde gerçekleştiğinde de ortaya çıkar. Bu yüzden deney katılımcıları ekrandaki bir ağacın ya da bir binanın renginin gitgide değiştiğini fark etmezler.



Değişim körlüğü sadece etkisi yüzünden şaşırtmaz, olası durumlar kelimenin tam anlamıyla dünya görüşümüzden şüphelenmemize sebep olur. Uzun bir süre boyunca çevremizdeki dünyanın görüntüsünü

zihnimize istikrarlı bir görsel olarak kaydettiğimiz düşünülüyordu. Ancak bir fotoğraf karesinde en çarpıcı değişiklikleri bile fark edemiyorsak, bu şu anlama gelir: Zihnimize, çevremizle ilgili hiçbir kareyi kaydetmiyoruz! Beynimiz, fotoğraf karelerini dikkatimiz dağıldığı an siliyor, tıpkı bilgisayarımıza reset attığımız ve başlangıç noktasına geri döndüğümüz gibi. Üstelik bunu sadece bir göz kırpma süresi içinde yapıyor. Bu da çevremizi sürekli algılamadığımız, her an yeni bir fotoğraf karesi yakalamamız gerektiği anlamına geliyor. Görünüşe göre değişim körlüğü, sadece kısa süreli görsel izlenimi etkiliyor çünkü durumları ve eylem yapılarını “şemalar” olarak gayet iyi kaydediyoruz. Sahne olarak algıladığımız birbirine bağlı görseller, aksi takdirde sadece koca bir yanılsamadan ibaret olurdu.

Grimes, J. (1996), "On the failure to detect changes in scenes across saccades", yer aldığı eser: Ed. Akins, K., *Perception* (Vancouver Studies in Cognitive Science serisi), 2, 89-110, New York: Oxford University Press.

Levin, D. T. & Simons, D. J. (1997), "Failure to detect changes to attended objects in motion pictures", *Psychonomic Bulletin and Review*, 4, 501-506.

- O'Regan, J. K. & Noe, A. (2001), "A sensorimotor account of vision and visual consciousness", *Behavioral and Brain Sciences*, 24, 939-1031.

Simons, D. J. & Levin, D. T. (1998), "Failure to detect changes to people during a real-world interaction", *Psychonomic Bulletin and Review*, 5, 644-649.

DÜNYA ANSIZIN DURDUĞUNDA SİZ NEREDEYDİNİZ? EMİN MİSİNİZ?

Bellek araştırmalarında adı geçen “flaş bellek”le neler öğrenebiliriz?

John Lennon, 1980 - Challenger, 1986 - Duvarın Yıkılışı, 1989 - 11 Eylül 2001 - Fukushima 2011...

Bunları sanki dün olmuş gibi hatırlıyorsunuz:

Kelimenin tam anlamıyla dünyayı sallayan olayları tam olarak nerede ve nasıl öğrendiğinizi, o haberleri size kimin verdiğini, o sırada ne yaptığınızı...

Peki, sizin hafıza performansınız nasıl?

“Flaş bellek anıları”nın en şaşırtıcı özelliği tarihsel olaylar olmasıdır: Zihinlerimizde, tam olarak ne olduğuna ve bunu tam olarak nasıl öğrendiğimize dair çok karmaşık, canlı ve ayrıntılı görüntüler vardır. Bu fenomen 1977’den beri, bir sürü araştırmacının yanı

- sıra Brown ve Kulik adlı Amerikalı ünlü psikologlar tarafından, 1963'te Kennedy'nin öldürülmesinin anısına bağlı olarak araştırılmaya başladı.

Flaş bellek anılarının iki kez kaydedildiği bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Bir yandan olayın kendisi, “olgusal bilgi” olarak kaydedilirken, diğer yandan “otobiyografik bilgi” olarak adlandırılan durumlar kaydedilmektedir. Söz konusu durumlar duygusal olduğu için hafızamız bize ekstra bir hizmet sunar: belirli bir depolama şekli ve özel bir bilgi alımı.

Bilimsel uzlaşmaya tam da bu noktada varılamaz çünkü sık sık gözlemlenen hafıza hataları ve hafıza kayıpları, uzmanların tartışmalarını tekrar alevlendirmektedir. Örneğin, eski ABD Başkanı George W. Bush, 11 Eylül 2001'de İkiz Kuleler'in çöküşüyle ilgili bazı televizyon görüntülerini “hatırladığını” söylemektedir ancak söylenen zamanda bu görüntüler henüz yayınlanmamıştır (ki bu elbette spekülasyona açıktır).

Bilim, prensipte anıların doğruluğunun olaydan sonraki ilk üç ay içinde azaldığını ve yaklaşık on iki ay sonra yok olduğunu varsayar.

Ayrıca son araştırmalar insanlar arasında çok büyük bellek farklılıkları olduğunu göstermektedir. Bu, tetikleyici olayın duygusal anlamda ne kadar pozitif veya negatif yüklü olduğuyla alakalıdır. Örneğin, 1989'da duvarın yıkılışıyla ilgili pozitif yüklü olanlar, koşullar,

görüntüler ve ruh hallerini daha fazla anımsamaktadır. Duvarın yıkılmasına karşı negatif yüklü olanlar, verileri ve olguları daha fazla hatırlamaktadır.

Bu farklı işleme ve yeniden üretme nitelikleri nasıl oluşur?

Mutlu olaylarla ilgili herhangi bir problemi çözmek zorunda kalmayız, bu yüzden beynimiz kendini (gereksiz) veriler, detaylar ve bilgilerle yormaz.

Olumsuz olaylarda ise tüm ayrıntılara dikkat eder, her açıdan analiz ve sistematize etmek için elimizden geleni yaparız. Çünkü olumsuz deneyimleri gelecekte de kaçınmak istediğimiz ve bu yüzden tanımak istediğimiz bir tehlike olarak algılarız. Bu, tarih öncesi zamana kadar dayanır: Avda bir kılıç dişli kaplanla karşılaşanlar, her şeyi en ince ayrıntısına kadar ezberlemesi gerektiğini ve gelecekte koca bir yay çizerek o tehlikeli bölgenin uzağından yürümesi gerektiğini çok iyi bilirler. Aynı zamanda kendi kapasitenizi sürdürebilmek için koşulları ve onunla bağlantılı olan aşırı korku duygusunu yoğun olarak kullanmamanız faydalı olur. Çünkü böyle bir durumda kesinlikle gerekli olabilir. Tersine döndürme sorununu psikolojik açıdan travmatize olmuş insanlardan biliyoruz: Tetikleyici olayların, uzun bir süre geçtikten sonra bile yoğun bir duygusallıkla hatırlanması, insanın sadece çalışma yetisini değil, tüm yaşam kalitesini negatif etkiler.

Buna karşın, güzel duygular kaydederek, olumlu bir tutum geliştirmemizi ve öz saygımızın artmasını sağlarız. Çok güzel oldukları için bu anları duygusal olarak hatırlamayı severiz. Ayrıca onları başkalarına da aktarırız ve bu esnada farkında olmadan o “anı”lara ait başka ayrıntılar anlatırız.

Yani söz konusu ayırt etmek olduğunda beynimiz zekice davranır: “Bilgileri mi, yoksa duyguları mı anımsamalıyım?” Akıllı beyinde, egzotik bir isme sahip olan amigdala bölgesi bu ayırmadan sorumludur. Amigdala olası tehlikeleri analiz eder ve olayları duygusal anlamda zenginleştirir.



Bu da tam olarak hafızada istenmeyen görüntülere ve aldatıcı durumlara neden olur: Veri kapsamına ve ilgili görüntülerin akışına bağlı olarak, geçmişe baktığımızda bazen kimin, ne zaman, neyi, nasıl gördüğü ve nasıl yaşadığıyla ilgili net bir şey hatırlamayız ve bu yüzden orijinal anılar bozular. Kesin bir şey bilmeyiz.

Ama anıları daha sonra gördüğü resimlerle karışmış olan George W. Bush'un hatırladığı aldatıcı görüntüler için en azından birtakım belirsiz açıklamalarımız var. Bazı komplo teorisyenlerinin kuşkulandığı gibi saldırıda herhangi bir parmağı olmadığına dair belli belirsiz bir umudumuz da var!

Bohn, A. & Berntsen, D. (2007), "Pleasantness Bias in Flashbulb Memories: Positive and negative Flashbulb Memories of the Fall of the Berlin Wall", *Memory and Cognition*, 35, 565-577.

Brown, R., & Kulik, J. (1977), "Flashbulb memories", *Cognition*, 5, 73-99.

Greenberg, D. L. (2004), "President Bush's False 'Flashbulb' Memory of 9/11/01", *Applied Cognitive Psychology*, 17, 363-370.

Hamann, S. B., Ely, T. D., Grafton, S. T. & Kilts, C. D. (1999), "Amygdala activity related to enhanced memory for pleasant and aversive stimuli", *Nature Neuroscience*, 2, 289-293.

- McCloskey, M., Wible, C. G. & Cohen, N. J. (1988), "Is There a Special Flashbulb-Memory Mechanism?", *Journal of Experimental Psychology*, 117, 171-181.
- Neisser, U., Winograd, E., Bergman, E. T., Schreiber, C. A., Palmer, S. E. & Weldon, M. S. (1996), *Remembering the earthquake: direct experience vs. hearing the news*, *Memory*, 4, 337-357.

KADINLAR NEDEN PARK EDEMEZ, ERKEKLER NEDEN DİNLEMEZ?



Ön yargılar davranışınızı nasıl etkiler?

Siz ön yargıları nasıl etkilersiniz?

Bir iş arkadaşınızla ya da bir arkadaşınızla bir tur "ön yargı bingosü" oynayın. Aşağıda birkaç ortak toplumsal ön yargı göreceksiniz. Her seferinde iki tanesini "doğru" toplumsal gruba atayın. Satırları ilk dolduran kazanır. Haydi bakalım! İşte kavramlar:

"duygusal", "tembel", "hayalperest", "gözünü iktidar hırsı bürümüş", "agresif", "dışa dönük", "analitik", "az eğitilmiş"
İşte gruplar:

Erkekler:

Kadınlar:

Politikacılar:

İşsizler:

Şimdi de başka bir soruyu cevaplayın:

• Sizin ön yargılarınız var mı?

Var olduğuna eminiz! Çok az sayıda insan, ortak sosyal ön yargıları “doğru” grupla ilişkilendirmekte sorun yaşar. Ama aynı insanların çoğunluğu, kendi ön yargılarını kararlı bir şekilde reddeder.

Peki, bu aslında ne anlama geliyor: Ön yargılara “sahip olmalı” mı yoksa “olmamalı” mı? Nasıl oluşurlar, nasıl yok olurlar?

Çoğu insanın yukarıda bahsedilen ön yargıları bildiği gerçeği, ön yargıların en azından akıllarında olduğunun göstergesidir. “Hiç ön yargım yok!” diyen bir kişi, “Zihnimde herhangi bir ön yargı yok!” diyemez. Hemen hemen hepimizin zihninde toplumsal ön yargılar vardır.

Peki, bunlar zihnimize nasıl girer?

Bazı araştırmacılar bazı temel tutumların doğuştan geldiğini varsayar.

Bu varsayım ispatlanmamıştır ancak ön yargıları inanılmaz bir hızla çevremizden “öğrendiğimiz” açıktır.

Küçük çocuklar bile buna çok yatkındır: Klasik bir deneyde, efsanevi Amerikalı öğretmen Jane Elliot üçüncü sınıfa giden çocukları iki gruba ayırır: Birinde mavi gözlü çocuklar, diğesinde kahverengi gözlü çocuklar vardır. Öğretmen her iki gruba mavi gözlü olanların üstün olduğunu söyler. Etkisi: Çocuklar tutumlarını radikal bir şekilde değiştirirler. Mavi gözlü olanlar, kahverengi gözlü olanlardan hızla uzaklaşırlar, onlarla dalga geçerler ve kendilerinden daha aşağı oldukları için onları cezalandırmak isterler. Kahverengi gözlülerin okuldaki başarıları gerçekten azalır. Öğretmen bir sonraki gün, artık kahverengi gözlülerin daha iyi olduklarını söyler. Her şey ansızın tersine döner, artık mavi gözlülere zorbalık edilmeye başlar.

Deney, birileri bize, “Bunlar kötü!” dediğinde, başkalarına hızla düşmanca davranabildiğimizi gösteriyor. Kendilerine ön yargılı davranılan grup da aniden kendileri hakkında farklı düşünmeye başlıyor.

Bunun sonucunda ilgili grup, yapılmış olan ön yargıya kayacağından korkmaya başlıyor. Sonunda bu korku sıklıkla ön yargının kendisini tasdik etmesine yol açıyor. Bu noktada “kendi kendini gerçekleştiren kehanet”le karşılaşırız. Bir sürü kadının karşısında koca bir

- dilim pastayı güzel bir şekilde kesmek zorunda kalan (ki yapılabilir) her erkek ve bir grup erkeğin gözleri önünde arabasını park etmek zorunda kalan (ki aslında bu da yapılabilir) her kadın bu fenomeni bilir.

Yani ön yargılar yıkıcı bir etkiye sahip olabilir ve hemen hemen hepimizin zihninde vardır çünkü görünüşe göre oraya kolayca yerleşirler. Zihnimizdeki ön yargılar bir şemadır, bunun nasıl olduğunu 51. sayfadaki bölümden biliyoruz: Bir şema kolayca aktive olur ve bilinçsizce hareket eder.

Ön yargıyla ilgili konu da o kadar basittir: Bir deneyde, katılımcılar öyle durumlara sokulur ki aralarına “tesadüfen” karışmış olan tuzak katılımcı, onların çevresindeki insanlar hakkında ön yargılı imalarda bulunur. Bu bile katılımcıların daha sonra ilgili grubu gerçekten kötü değerlendirmeleri için yeterlidir. Bir şema bu kadar kolay aktivite olur ve bir ön yargı bu yolla içimize çöreklenir (30. sayfaya bakınız).

Öyleyse ön yargımız yok derken ne demek istiyoruz? Bir şema aktive olduğunda otomatik olarak düşünürüz. Eğer ön yargılı olmak istemiyorsak, otomatik düşünceyi bu noktada kesmek ve bilinçli düşünceyi devreye sokmak gerekir. Aktive olmuş bir şemayı, sadece bilinçli düşünerek baskılayabilirsiniz.

Ancak bilinçli düşünme enerji ve konsantrasyon gerektirir. Örneğin, stresli olduğumuz zaman bilinçli düşünce her zaman devreye girmez. Ön yargılar dik-

katimiz dağınıkken, hüsrana uğramışken, gerginken tahmin edemeyeceğimiz bir hızla ortaya çıkar. Sayısız çalışma bunu kanıtlamaktadır: Birden beyaz öğrenciler siyah öğrencileri incitmeye başlar, erkekler kadın iş arkadaşlarını azarlar ve heteroseksüeller homoseksüel komşularına hakaret eder. Üstelik bunlar, sakın bir anlarında sorduğunuzda, aslında hiçbir ön yargıya sahip olmayan insanlardır.

Ayrıca zihinsel işletim sistemimiz genelde ekonomiktir. Bilinçli düşünceden kaçmak ve otomatik olarak çalışmamak için sürekli nedenler arar. Eğer ortaya bir ön yargı şeması çıkarsa, o zaman bilişsel ve zihinsel işletim sistemimiz öncelikle kendine şunu sorar: Bunu baskılamalı mıyım veya otomatik sürecin başlamasına izin vermek için iyi bir nedenim var mı? Ön yargıyı gerektirecek küçük bir gerekçe dahi bulursak, onu bastırmamız için bir neden kalmaz! O zaman fazla enerji harcamamıza gerek kalmadan ve vicdanımız rahat bir şekilde şemaya izin veririz. Örneğin, bugün ofiste terbiyesiz bir iş arkadaşımıza kızdıysak, “Erkekler agresif maçolardır!” diye düşünmemizi gerektiren bir gerekçemiz vardır. Artık bu düşünceyi baskılamamıza gerek yoktur. Bu şekilde bilişsel enerjimizden tasarruf etmiş olduk.

Ön yargıların üstesinden gelebilir miyiz? Evet. Denenmiş bir yöntem vardır: Bu, birbirine bağı olan ve ortak bir hedef için çalışan gruplar arasında yoğun ve özel bir iletişim şeklidir. Bu yöntem okullarda, ünlü

- Amerikalı sosyal psikolog Elliot Aronson tarafından icat edilen Jigsaw, yani ayrılıp birleşme tekniği olarak bilinir: Konu başlığı farklı gruplara dağıtılır ve görevin çözülmesi için her grup bir başka gruptan konunun bir bölümünü anlatmasını ister. Gruba ait yapboz parçaları ne kadar iç içe geçerse ön yargılar o denli kaybolur.

Okul örneğinin dışında bu konuyla ilgili ne öğrenmiş oluyoruz? “Ön yargım yok!” cümlesini kullanırken dikkatli olmalıyız ve bunun yerine hepimizin birçok ön yargısı olduğunu bilmeliyiz çünkü en azından zihnimizde bulunuyorlar! Böylelikle dikkatli olabilir ve bu ön yargıların ortaya çıkmamasını sağlayabiliriz. Sonuçta hepimiz Jigsaw tekniğini kullanabiliriz ve toplumumuzun bir araya getirilmiş bir yapboz olması için uğraşabiliriz.

Aronson, E. & Bridgeman, D. (1979), "Jigsaw groups and the desegregated classroom: In pursuit of common goals", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 438-446.

Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2018), *Sosyal Psikoloji* (13. bölüm), çev. Okhan Gündüz, Kaknüs Yayınları.

Aronson, J., Lustina, M. J., Good, C. & Keough, K. (1999), "When White Men Can't Do Math: Necessary and Sufficient Factors in Stereotype Threat", *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 29-46.

Devine, P. G. (1989), "Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components", *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.

Greenberg, J & Pyszczynski, T. A. (1985), "The Effect of an Overheard Slur on Evaluations of the Target: How to Spread a Social Disease", *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 61-72.

Rogers, R. W. & Prentice-Dunn, S. (1981), "Deindividuation and anger-mediated interracial aggression: Unmasking regressive racism", *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 63-71.

“HAYATIM, KONUŞMAMIZ LAZIM!” :- KADINLAR NEDEN ERKEKLERİN SADECE TEK BİR ŞEY İSTEDİĞİNİ DÜŞÜNÜR?

Başarılı bir birliktelik için iletişim psikolojisine ait alıcı-verici modelini nasıl kullanabilirsiniz?



Peki, sizin evinizde durum nasıl?

Erkek ve kadın arasındaki iletişim meselesi yanlış anlaşılmalara dolu bir hikâyedir, genellikle de sonuçları ciddi olur. Eğer nedenini anlamak istiyorsak, “iletişim dörtgeni” ya da “dört kulak” modelini incelemekte fayda var. Bu model, bu tür durumları açıklığa kavuşturmak için ünlü iletişim ve çatışma araştırmacısı Friedemann Schulz von Thun tarafından geliştirilmiştir. Ünlü araştırmacı, verilen her mesajın dört şekilde yorumlandığını varsayar: konu, kendini bildirme, ilişki ve sesleniş.

Konuyu netleştirmek için bir senaryoyu ele alalım: Kadın ve erkek yatakta yatarlar, kadın erkeğin kolunu okşar, erkek de, “Hayatım, başım ağrıyor,” der.

Kadın, adamın söylediğinden ne anlar?

Konu düzeyinde, bilgiler netleşir: “Karnım ağrımıyor, sırtım da ağrımıyor... Başım ağrıyor.”

Kendini bildirme düzeyinde, konuşan kişinin ne demek istediği anlaşılmaya çalışılır: “Beni rahat bırak!” veya “Lütfen beni rahatlat!”

İlişki düzeyinde, birbirlerine olan bağın kalitesiyle ilgili açıklamalar yapılır, örneğin: “Sanırım evliliğimiz kötüye gidiyor...”

Sesleniş düzeyinde, kişi kendi durumuyla ilgili bilgi verir: “Şu anda kendimi iyi hissetmiyorum.”

Aslında çok karmaşık değil. Ancak bu dört nokta teoride basit olsa da pratikte sorun yaratabilir. Çünkü ortada sadece dört mesajı “ağız” yoluyla ileten bir verici yoktur. Bunun dışında bu dört mesajı “kulakla” din-

- leme fırsatına sahip olan bir alıcı da vardır. Kısacası: Bir kanalda yayınlanan şey, sıklıkla bir başka kanalda algılanır. Bu, bu süreçlerin çoğunun bilinçsizce çalışmasından kaynaklanır: Genellikle ne söylediğimizin ya da neyi dinlediğimizin farkında olmayız.

Eğer bu berbat duruma olumlu açıdan bakmak isterseniz ki “yeniden çerçeveleme” konusunu daha önce anlatmıştık (13. sayfaya bakınız), o zaman ilişkilerimizdeki bu yorum çeşitliliği oldukça hassas, yanıltıcı ve gergin durumlara yol açabilir. Bu da aynı zamanda durumu heyecan verici kılar.

Görünüşe göre ağız-kulak sorunu sadece kadın-erkek ilişkisi için geçerli değil, birçok durumda kadınlar ilişki düzeyinde, erkekler konu düzeyinde olmalarına rağmen. Bunun tam tersinin de olabileceğini, bölümün başındaki illüstrasyon da göstermektedir: Ev sahibi konu düzeyinde su veya kakaolu süt değil, kahve veya çay teklif ediyor. Misafir bu teklifi ilişki düzeyinde, “Sizi sıcak buluyorum!” olarak algılıyor ve konu düzeyinde iletişim kurarak bir şey içmek istemediğini, vücut sıvısı alışverişinde bulunmak istediğini ima ediyor.

İletişim bu kadar kolay olabilir.

Not: Şüphe duyulan durumlarda, “Kahve mi, çay mı? Tam olarak ne demek istediniz?” gibi sorular kendini gösterebilir.

Schulz von Thun, F. (2008), *Miteinander reden: 1* (Kısım A), Berlin: Rowohlt.

Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (2011), *Menschliche Kommunikation: Formen Störungen Paradoxien* (3. bölüm), Bern: Huber.

EVLİLİKTE SORUNLARA YOL AÇAN BİTYENİĞİ NEDİR?

Çift terapisi ve cinsel terapi birlikteliğinizi
tekrar zirveye taşır.

Eğer oldukça uzun bir ilişki yaşadıysanız ya da hâlâ yaşıyorsanız, aşağıda belirtilen gelişmelere aşinasınızdır: Belli bir noktadan sonra ilişki iyi gitmemeye başlar, önce ilişki bazında, kısa süre sonra da yatakta.

Sonra her şey üst üste gelir, kadının görevlerini yerine getirmediği ve erkeğin sürekli talepkâr olduğu noktada da ilişki durma noktasına ulaşır. Artık her şey kökendeki ikilem etrafında döner durur.

Evlilik en kötü durumda aşağıdaki gibi bir raporla son bulur: On üç yıl sonra yatak birlikteliği tam bir hayal kırıklığına dönüşür. Erkek boşanma kâğıdını uzatır. Evlilik kurumu, yatak birlikteliğinin sona ermesi ve “büyük zihinsel işkence” çekmesi neticesinde erkeğin hayatının zindan olduğu gerekçesiyle iptal edilir. Yüksek mahkeme 2007’de böyle karar vermiştir, en azından Hindistan’ın başkenti Yeni Delhi’de.

Tabii ki bu tür nahoş gelişmeleri hepimiz önlemek isteriz ve nasıl yapacağımızı bildiğimizde bu hiç de zor olmaz. Bu sefil durumun sorumlusu, maalesef sıklıkla yanlış anlaşılan oldukça basit bir mekanizmadır.

Birincisi: Bir kadın ancak temelde duygusal bir yakınlık mevcutsa fiziksel yakınlığa izin verir ve bunun tadını çıkarır. Eğer iki kişi arasında negatif bir durum söz konusuysa, bir çatışma ya da bir kavga varsa o zaman ikili ilişkiler ve duygusal durum tekrar ahenk kazanana kadar her şey ortaya dökülmeli ve çözülmelidir. Bu durumu erkekler iyi bilirler: Bazı geceler konuşulur, konuşulur, konuşulur... ta ki arzu yok olana kadar.

İkincisi: Erkeklerde tam tersi olur. Fiziksel anlamda yakınlık sağlayabildiği zaman duygusal düzeyde çözüm üretebilme yetisine sahiptir. İlişki hakkında konuşabilmek, ikili ilişkilerde yakınlık sağlayabilmek için cinsel yakınlığa ihtiyacı vardır.

Bu kısır döngü, eğer ilişkideki taraflardan biri bu mekanizmayı anlamıyorsa ve çift birlikte aynı yöne

- doğru gitmeyi başaramıyorsa ilişkiyi uçuruma doğru götürebilir.

Tüm bunlara yeni çatışma anlayışınızla yaklaşabilirsiniz (177. sayfaya bakınız). Şu durumda çatışma başlar: Adam ister, kadın istemez! Ancak ihtiyaç seviyesinin derinliklerinde durum oldukça farklı ve daha uzlaştırıcı görünür: Her iki taraf da yakınlık ister; erkek fiziksel, kadın da zihinsel anlamda. Tüm tutarsızlıklara rağmen kullanılabilir ortak bir zemin vardır çünkü her ikisi de tatmin olma fırsatına sahip. Soru şu: “Kim pes edecek? Erkek mi zeki, kadın mı?” Hangisi bunu iddia edecektir? Genelde ikisi de öyle olduğunu iddia edecektir veya dönüşümlü olarak böyle olduklarını düşüneceklerdir! Bugün öncelikle konuşulsun, sonra bedensel iletişime geçilsin. Yarın uzlaşma seksi yapılsın ve akşam, sabaha dek sürecek bir konuşma gerçekleştirilsin.

Bu kadar bilgiyle “bityeniği”ni halledecek bir yol bulacağınız kesindir.

Clement, U. (2007), “Erotische Entwicklung in langjährigen Partnerschaften”, yer aldığı eser: (Ed.) Willi, J. & Limacher, B., *Wenn die Liebe schwindet: Möglichkeiten und Grenzen der Paartherapie*, Stuttgart: Klett-Cotta.

Clement, U. (2006), *Guter Sex trotz Liebe: Wege aus der verkehrsberuhigten Zone*, Berlin: Ullstein.

Willi, J. (2002), *Psychologie der Liebe* (6. bölüm), Stuttgart: Klett-Cotta.

ASANSÖR İLE KANGURU KAVGASININ BİRBİRİYLE NE ALAKASI VAR?

Hayvan araştırmalarında bahsi geçen “çevresel algının senkronizasyonu”ndan günlük hayatta nasıl faydalanabilirsiniz?

Fıt, asansörün kapası kapanır. Trink, gidilecek kat seçilir ve yolculuk başlar. Dar ve havasızdır.

Tek sıra halinde, tıpkı askerler gibi dururuz, bakışlarımız kapıdadır. İnsanların başının arkasına, başının arkasına, sonra yine başının arkasına bakarız...

Nasıl olur da asansördeki bu oyun her asansörde, dünyanın her yerinde, her saatte ve tamamen farklı insanlarla aynı şekilde tekrarlanır?

Bu konu asansörün dışındaki yaşamda bize ne öğretir?

Bu soruya bir cevap bulmak için insanların ve hayvanların davranışlarını karşılaştıran etoloji üzerinde çalışıyoruz: Avustralya’da kanguruların birdenbire görkemli kavgalara tutuşup birbirlerini yumrukladıklarını izlemek mümkün. Bir süre sonra sanki hiçbir şey olmamış ve “sihirli bir el dokunmuş” gibi sakinleşip aynı yöne bakarlar.

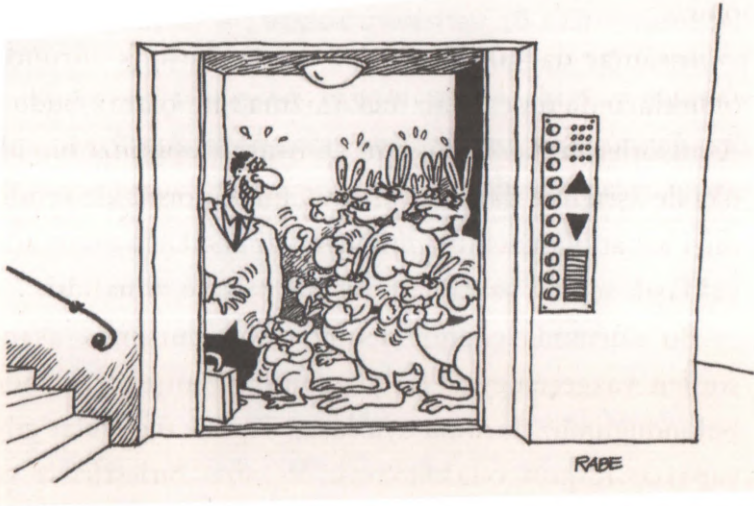
Hayvan psikologları bu sevimli davranışa bir açıklama getirirler: Kangurular çevreye ilişkin algılarını senkronize ederek sakinleşirler ve karşılıklı olarak sosyal algılarını kapatırlar. Yan yana dururlar, bir yöne bakarlar, birbirlerini görmezler, böylece artık birbirlerine kızmak zorunda kalmazlar ve barış ortamı tekrar sağlanmış olur...

İnsanlar dar alanlarda bir arada durmak zorunda olduklarında da çalışan mekanizma tam olarak budur. Asansörler de kendi mesafe ve uyaran eşiğinizi büyük ölçüde aştığınız dar alanlardır. Çünkü normalde kendimizi rahat hissedebilmemiz için yabancılarla aramızda yaklaşık seksen santimetrelilik bir mesafe olmalıdır.

Bu durumda çözüm nedir? Çoğu durumda asansörden vazgeçemeyiz, bu yüzden davranışımızı içinde bulunduğumuz duruma uyarlarız. Tıpkı kangurular gibi yaparız: Kapıya odaklanarak algımızı birleştiririz ve iletişim içine girmektense, dikkatimizi topluca kafaların arka kısmına veririz. Bu şekilde aynı ortamda olduğu-

muz kişilere herhangi bir uyarı göndermez, onlardan herhangi bir uyarı almayız. Kızmak için herhangi bir nedenimiz yoktur.

Test edin ve sağlamasını yapın: İçinde bulunduğunuz toplumdan farklı davranış ve doğru yüzlerine bakın. Tepkilere dikkat edin ve atmosferin nasıl değiştiğini hissedin. (Küçük bir ipucu: Eğer ne olacağı belirsiz bir durum söz konusu olursa yüzünüze ürkek bir tebessüm yayılsın, üst çenenizi rahat bırakın. Kendinizi savunduğunuzu ifade edecek bir özür ve samimi tavırla ortamı rahatlatın. Genç primatlar nasıl yapılacağını bize gösteriyorlar...)



“Birbiriyle çatışmamak için başka bir şeye odaklanma” ilkesi asansörün dışında ve göz teması olmadan da çalışır. Mesela düşman grupların dikkatlerini ortak bir dış hedefe yönlendirdiğimizde uzlaşabileceklerini 243. sayfada gördük. Bu şekilde ilgili kişiler “uyaran eşiği”ni geçip geçmedikleriyle ve bu nedenle tartışmaları gerekip gerekmediğiyle pek ilgilenmezler. Ayrıca benzerlik ilkesi de etki eder: Benzerlikler bizi diğer insanlara karşı daha sempatik kılar. Bu hep birlikte bir asansör kapısına bakmak da ortak başka bir hedefe odaklanmak da olabilir. Bu tarz küçük numaralar hararetli bir durumu sakinleştirmeye yardım edebilir.

Kappeler, P. (2008), *Verhaltensbiologie* (14 ve 15. bölümler), Berlin: Springer.

Wehnelt, S. & Beyer, P.-K. (2002), *Ethologie in der Praxis: Eine Anleitung zur angewandten Ethologie im Zoo* (2.3.2. bölüm), Fürth: Filander.

TAHMIN ETTİĞİNİZ KADAR UTANÇ DUYUYOR MUSUNUZ?



Kişilik psikolojisindeki "sahne ışığı etkisi", onunla tanıştığınızda hayatınızı kolaylaştırır.

En iyi arkadaşınızın partisindesiniz. Yanınızdaki gruba, "Bize içecek bir şeyler alacağım!" diyorsunuz. Birkaç dakika sonra eliniz kolunuz dolu bir halde geri dönüyorsunuz, elinizde iki kadeh Prosecco, iki bira ve sanatsal bir şekilde sol kolunuzun altına sıkıştırdığınız bir kadeh beyaz şarap var. Ne büyük şansızlık ki yere düşmüş olan servis peçetesini görmüyorsunuz. Önce zarif ve yavaşça ancak sonra durdurulamaz bir şekilde kayıyorsunuz. Düşerken zarafetinizi kaybediyorsunuz ve son anda masanın kenarına tutunmayı başarıyorsunuz. İçecekler şangırtılar eşliğinde yere düşüyor.

Ne düşünüyorsunuz?

☐ "Bir şey mi oldu?"

☐ "Yerin dibine girdim şu an! Bir daha bu insanların karşısına çıkamam!"

☐ "Ne önemi var! Beş dakika sonra kimse hatırlamayacak."

Eğer rahat insanlardan biriyseniz sadece, "Bir şey mi oldu?" diye düşünmekle kalmayacak, bunu aynı zamanda etrafınızdaki insanlara da soracaksınız. Ancak çoğu insan böyle bir durumda "yerin dibine girdiğini" düşünme eğilimindedir.

Şimdi gerçekten ilginç bir soru geliyor: Diğerleri durumu nasıl görüyor? Onlar da bir daha kimsenin yüzüne bakamayacağını mı düşünüyor? Bilim, çevredeki insanların çoğunun olayı sadece bir an için algıladığını ve bu esnada hiçbir şey düşünmediğini öne sürüyor.

Çünkü genelde diğer insanların üzerimize yönelttikleri dikkati abartırız, hem de dramatik bir şekilde. Bilimde bunu "sahne ışığı etkisi" olarak biliriz ve *normalden çok daha güçlü* bir ışığın altında durduğumuza inanırız.

Sahne ışığı etkisi defalarca etkileyici bir şekilde kanıtlanmıştır: Örneğin, öğrencilerden kendilerinin de "utanç" duydukları bir tişört giymeleri istenir çünkü

üzerinde tüm öğrenci çevresinde “utanç verici” olarak nitelendiren bir müzisyenin resmi vardır (yapılan deneydeki müzisyen Barry Manilow’dur). Ardından öğrencilere kaç kişinin bu “utanç verici” tişörtü fark ettiği sorulur. Dışarıdaki insanlara da tişörtü fark edip etmedikleri sorularak ortaya çıkan veriler karşılaştırılır. Sonuç: Tişörtü hatırlayanların sayısı, tişörtü giyenlerin tahmin ettikleri sayının yarısı kadardır. Diğer ekipler de benzer sonuçlara ulaşmıştır. Aynı şekilde panel konuşmacıları da yaptıkları kötü bir konuşmayı, diğer panel katılımcılarının kesinlikle fark ettiğini düşünür.



Sahne ışığı etkisi, daha önce tanıştığımız egosantrizmle alakalıdır. Yaptığımız her şeyi çok güçlü bir şekilde algılarız ve bunun neticesinde diğer insanların da bizi aynı şekilde büyük bir dikkatle izlediklerini düşünürüz. Bu esnada (sıklıkla yaptığımız gibi) bakış açımızı değiştirmeyi ve bir dakikalığına bile olsa diğer kişinin rolüne büründüğümüzü zihnimizde canlandırmayı unuturuz. Eğer bunu yapabilirsek, bazı şeyler netleşir: Diğer insanlar da tıpkı bizim gibi dikkatlice inceliyorlar ancak bizi değil, kendilerini! Çünkü kendi egosantrizmleriyle savaşıyorlar. Bu yüzden sadece partilerde değil, hayatımızın her alanında zihnimizde birbirimizle ilgili endişe verici bir soruyla dolanıyoruz: “Diğerleri benim hakkımda ne düşünüyor?” Hâlbuki diğerleri de sadece, “Diğerleri benim hakkımda ne düşünüyor?” diye düşünüyor.

Ancak “sahne ışığı etkisi” sadece utanç verici durumlarda etki etmez. Güzel anlarımızda da diğerlerinin bizi daha güçlü algıladıklarını düşünürüz: Bir sohbette zekice bir şey söylediğimizde, evimizdeyken çöpü aşağıya indirdiğimizde veya iş yerinde bir projeye katkıda bulunduğumuzda. Böyle durumlarda da sahne ışığı etkisinin gerçekte olduğundan çok daha güçlü olduğunu düşünürüz. Daha sonra performansımızın sınırlı algılandığını veya hiç algılanmadığını fark ettiğimizde hayal kırıklığına uğrarız. Özellikle (evde ve) iş yerinde hayal kırıklığına uğramak kolaydır: “Kimse ne yaptığının farkında değil!”

İnsanların bizimle tahminimizden daha az ilgilendiğini düşünmek hem acı vericidir hem de özgürleştiricidir. Eğer sahne ışığı etkisini biliyorsanız ve onu sık sık düşünmeye başlarsanız size iki şekilde yardımcı olur: Birincisi, artık herhangi bir şey size neredeyse hiç utanç verici gelmez çünkü diğer insanlar kendileriyle o kadar çok meşgullerdir ki yaşadığınız utanç verici durumu fark etmezler. İkincisi, artık tüm dünyanın büyülenmiş bir şekilde başarılarınızı en ön sıradan izlemelerini beklemeyeceksiniz. Bu da sizi tıpkı tüm gerçekçi beklentiler gibi hayal kırıklığına karşı koruyacak.

Gilovich, T., Medvec, V. H. & Savitsky, K. (2000), "The spotlight effect in social judgement: An egocentric bias in estimates of the salience of one's own actions and appearance", *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 211-222.

ÇİKOLATA ETKİSİ HAYATINIZ HAKKINDA NE DİYOR?

Sonradan öğrenilebilen "dürtü kontrolü" sizi başarıya götürür.

Diyelim ki biri önünüze bir parça çikolata koydu ve bir seçim yapmanızı istedi: Ya şimdi önünüzdeki bir parça çikolatayı alırsınız ya da yarına kadar bekler ve bunun karşılığında iki parça çikolata alırsınız. Kararınız ne olur?

(Erkekler çikolata yerine T-Bone Steak koyabilirler.)

Önemsiz bir çocuk oyunu gibi görünen şeyler, hayatınız hakkında size tahmininizden çok daha fazlasını anlatabilir, hem de bugüne kadarki hayatınız ve geleceğiniz hakkında...

Çünkü çikolatayla ilgili sorumuz, psikolog Walter Mischel'in 1960'larda çocuklarla yaptığı ünlü bir deneyin

bir benzeridir. Psikolog, önlerine bir paket marşmelov koyar ve seçim yapmalarını ister: Ya paketten bir adet marşmelov alacaklardır ya da birkaç dakika bekleyip iki tane alacaklardır. Bazı çocuklar hemen birer tane marşmelov alır. Bazıları ise o anki duruma direnerek ikinci marşmelovu almak için büyük bir çaba sarf ederler. Gözlerini kaçıırırlar, kapatırlar ya da dikkatlerini başka yöne verirler.

O ana kadar çok da olağanüstü bir şey olmamıştır: Çocuklar doğal olarak farklı tepkiler vermişlerdir.

Şaşırtıcı olan on dört yıl sonra ortaya çıkar. Mischel o deneyde kullandığı çocukları bir kez daha arar. Genç yetişkinler olarak ne kadar başarılı ve mutlu olduklarını inceler. Net sonuç şöyledir: İkinci marşmelovu almak için bekleyen çocuklar tüm eğitim hayatı boyunca daha başarılı olmuştur, stresle daha fazla mücadele edebiliyordur ve genel anlamda daha öz güvenli, sosyal ve dengelidir. Marşmelovu hemen yiyenler ise bugün daha başarısızdır: Etraflarındaki insanlar onları daha çok sinirli ve kıskanç olarak tarif eder.

Güçlü bir arzuyu hemen tatmin etmekten kaçınma becerisi “hazı geciktirme” veya “dürtü kontrolü” olarak adlandırılır. Meşhur Mischel deneyi bize dürtülerimizi kontrol altında tuttuğumuzda ve ödülleri erteleyebildiğimizde, mesleki ve sosyal hayatımızda başarılı olma olasılığımızın daha yüksek olduğunu açıkça göstermektedir. Bu kadar kolay.

Sadece mesleki değil, özel hayatımızda da bir sürü engelle mücadele ediyoruz. İnsanlar her zaman kollarını açıp bizi beklemiyor ve istediklerimizi bize hemen vermiyor. Düzenli olarak reddediliyoruz. Başarıyı yakalayan kişi, genelde tekrar tekrar deneyen oluyor. Bu da istediğimiz şeyi hemen almadığımızda, içine gireceğimiz duygusal durumla başa çıkma mücadelesinden daha kolaydır. Bu tip aksiliklerde daha az zorlananlar, sadece azmetmekle kalmıyor, aynı zamanda daha iyi bir ruh hali içerisinde ve daha mutlu oluyor, hem de tüm aksiliklere rağmen. Biz buna “hayal kırıklığı toleransı” diyoruz. Bu beceri, çocuklara marşmelov sorusunu sorarak erkenden test ediliyor.

Peki, çocukken hemen marşmelova saldıran (ya da saldıracak olan) herkes için çok mu geç kalınmış oluyor? Neyse ki hayır! Dürtü kontrolü egzersizle geliştirilebiliyor. Dikkat edin: Yeni bir çift ayakkabı veya yeni bir cep telefonu almak istiyorsanız bunu mutlaka hemen bugün mü yapmanız lazım? Yoksa şehre ineceğiniz bir dahaki sefere almak üzere alışveriş listesine mi yazarsınız? Sevgilinizi öpmek istediğinizde, size o an meşgul olduğu için, “Hayatım şimdi değil,” derse, gecenin kalan kısmını çıldırmış bir halde mi geçirirsiniz? Yoksa kendinize, “Daha sonraki öpücük yine şahane olacak ve muhtemelen o zaman bir öpücükten daha fazlası olacak,” mı dersiniz?



Eğer ilk cevap alternatiflerini vermeye meyilliyseniz, kendinize bir iyilik yapın ve sabrınızı biraz daha geliştirin. Çünkü mesele hiçbir zaman bir öpücük veya cep telefonu değildir: Mesele hayatınızdaki en önemli becerilerden biridir. Eğer sizin de çocuklarınız varsa, her isteklerini yerine getirmeyerek hayatları için iyi bir yatırım yapın.

Mischel, W. & Ayduk, O. (2004), "Willpower in a cognitive-affective processing system: The dynamics of delay of gratification", yer aldığı eser: (Ed.) Baumeister, R. F. & Vohs, K. D., *Handbook of self-regulation: Research, Theory, and Applications*, 99-129, New York: Guilford.

EMANSİPASYON: KADINLAR ERKEKLERDEN DAHA İYİ Mİ?

Çoklu görevler ne zaman
etkili ve sağlıklıdır
(hepsinden önemlisi, ne
zaman etkili ve sağlıklı değildir)?

Fikrinizi soralım: Kim daha iyi ütü yapar, telefonla
konuşur, çay demler, haberleri izler, kitap okur,
banyo yapar... hem de aynı anda?

- ☐ Biz erkekler
- ☐ Biz kadınlar

Çoklu görev becerisi birçok şeyi aynı anda yapabileme becerisidir, hem de başarılı bir şekilde. Şimdiye kadar bu beceri kadınlara aitti: Bilim, uzun bir süredir kadınların erkeklere oranla daha fazla çoklu görev becerisine sahip olduğunu düşünüyordu. Örneğin, aile

içinde futbola meraklı kadınlar ve erkekler incelendiğinde, televizyonda verilen maç esnasında erkeklerin o ana kadar yaptıkları işi kestikleri ve dinledikleri, kadınların da aynı şekilde dikkatli bir şekilde dinledikleri ama aynı zamanda o ana kadar yaptıkları işi sürdürdükleri gözlemlenmiştir.

Buraya kadar güzel.

Bugüne kadar aşağıdaki açıklamalar yapılmıştır:

Birincisi, kadınlar beyinlerinin iki yarısı arasında hızlıca geçiş yapabilirler. Bu yaklaşımı destekleyen şey, az sayıda çoklu görev becerisine sahip erkeklerin yarısından fazlasının iki elini de kullanabilmesi, yani hem sağ hem de sol elle yazabilmesi ve başka şeyler de yapabilmesidir. Çünkü çift el kullanımı da beynin iki yarısı arasında bağlantı gerektirmektedir.

İkincisi, kadınlar hayatlarının çok erken dönemlerinde birkaç görevi aynı anda yapmaya başlarlar: örneğin, çocuklarıyla ilgilenmek ve aynı zamanda diğer faaliyetleri halletmek gibi.

Üçüncüsü, bir beceri onu yaparken geliştirilir. Kadınların erkeklere nazaran daha fazla çoklu görev becerisine sahip oldukları bilindiği için kişisel ilişkilerinde birçok şeyle aynı anda meşgul olmaları kadınların kaba davranışları olarak görülmemektedir. Çoklu görev becerileri için (kendi kendini gerçekleştiren kehanet mantığıyla) pratik yapmalı, bir daha pratik yapmalı ve sonra yine pratik yapmalısınız, ta ki günün birinde bu konuda

ustalaşana kadar. Sadece bir şeyi tek bir zaman diliminde yapabilen erkeklerde durum farklıdır. Onlar, mesela internette gezerken veya bıyıklarını düzeltirken telefon konuşmasına odaklanamadıkları için aşırı saygısız olarak değerlendirilirler.

Bu artık geçmişte kaldı, güncel bir araştırma bütün bu ön yargıları temizledi. İş ve Sağlık Enstitüsü tarafından yapılan bir çalışmada, aşağıdaki iki görev sunuldu: Bir sürüş simülasyonunda sinyaller kullanılarak şerit değiştirilecekti. Buna ek olarak, bir ofis çalışması simüle edildi: Ekranda birbiri ardına görünen kelimelerdeki yazım hataları bulunacaktı.

İlk turda her iki görev tamamlandı. İkinci turda ek bir görev vardı: Deney katılımcıları araba sürerken cep telefonlarıyla bir numarayı arayacak ve bir adres okuyacaklardı. Bilgisayar ekranında kelime hatalarını ararken, kulaklarındaki kulaklığa söylenen metni dinleyecek ve içeriğini akıllarında tutacaklardı. Bu esnada birbirine bağlı değişkenler olan performans, öznel deneyim ve fiziksel tepkiler kaydedilecekti.

Sonuç: Bugüne kadar kadınların birçok görevi aynı anda yapabildiğini kabul eden tez yanıltıcıdır. Erkekler ve kadınlar, çoklu görev koşulları altında başlangıçta başarıyla tamamladıkları görevleri daha kötü yapmaktadır ve ek görev verildiğinde çok daha gergindirler. Yani birçok işi aynı anda yapan kişi, ister kadın olsun ister erkek, kötü performans sergiler, gerginliği ve kaza

riski artar. Her şeyi aynı anda halletmek isteyen kişi, her şeyi sırayla yaptığında harcayacağı zamandan daha fazlasına ihtiyaç duyar.



Ancak çoklu görevin nasıl etki ettiği temelde görevin türüne de bağlıdır. Eğer bir işe aşınaysak o zaman onu sorunsuz halledebiliriz, aynı anda başka işlerle de meşgul olabiliriz. Kahvaltı etmek ve gazete okumak kolaydır, kütvette oturmak ve aynı anda şampanya yudumlamak da aynı şekilde. Buna karşın araba sürmek, telefonla konuşmak, navigasyona dikkat etmek ve ruj tazelemek daha zor ve tehlikelidir...

- Paridon, H. (2010), "Irrglaube Multitasking," *Arbeit und Gesundheit*, 10, 12-13.

Sayer, L. C. (2007), "Gender Differences in the Relationship between Long Employee Hours and Multitasking", *yer aldiğ*
eser: (Ed.) Rubin, B. A., *Workplace Temporalities (Research in the Sociology of Work, Volume 17)*, 403-435. Bingley: Emerald.

Wasson, C. (2004), "Multitasking during virtual meetings", *Human Resource Planning*, 27, 47-60.

EN İYİSİNİ SONA SAKLADIK: BİLİNÇALTIMIZ

Psikanalizin gizli silahı,
gelecekte her zaman
nasıl haklı olacağınızı anlatıyor.

Psikologların ölümcül argümanı bilinç-
altıdır...

...çünkü bilinçaltı bilimsel incelemelerin ötesindedir. Varlığı şimdiye kadar hiç kanıtlanmamıştır. Bu, psikologları pek rahatsız etmiyor çünkü oldukça pratik bir tez. Eğer hasta, terapistinin cesurca yaptığı yorumlardan hoşnut değilse, terapist, “Bilinçaltınızın terapiden memnun olduğunu biliyorum, sadece farkında değilsiniz,” diye karşılık verebilir. Bu konuda haklıdır ve her zaman da haklı olacaktır.



Peki, bu bize ne öğretir?

Birincisi: Eğer herhangi bir tartışmada sıkışırsanız, tartışma içinde olduğunuz kişinin bilinçaltına herhangi bir şey yükleyin ve onun size aksini ispatlamasına izin verin.

İkincisi: Psikologlara dikkat edin.

Bumke, O. (1926), *Das Unterbewusstsein: Eine Kritik*, Berlin: Springer.

Grünbaum, A. (1984), *The Foundations of Psychoanalysis: A Philosophical Critique*, Berkeley: California Press.

SİZ BİZE NE SÖYLEMEK İSTERSİNİZ?



Sevgili okurlar,

Fark ettiğiniz üzere psikoloji gerçekten de her geçen gün gelişmekte olan son derece heyecan verici ve faydalı bir alandır.

Bu yüzden size soruyoruz:

Başka hangi konuları merak ediyorsunuz?

Hangi konu hakkında daha fazla bilgi edinmek istersiniz?

Bize anlatacak hikâyeleriniz var mı?

Sizi bize katılmaya davet ediyoruz. Bize e-posta gönderebilirsiniz:

mail@kitz-tusch.com

Teşekkür ederiz, en içten saygılarımızla!

www.kitz-tusch.com

www.volkerkitz.com

www.manueltusch.de

www.ifap-koeln.de





Not: Eğer daha derine inmek isterseniz, okunması kolay iki kitap önerebiliriz:

Zimbardo, P. G. & Gerrig, R. J. (2016), *Psikoloji ve Yaşam*, çev. Gamze Sart, Nobel Yayın Dağıtım.

Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2018), *Sosyal Psikoloji*, çev. Okhan Gündüz, Kaknüs Yayınları.

İNDEKS

A

acil durumlar 208, 209,
210

acıma 92, 187

adaptasyon 119

alışkanlığın gücü 22, 23,
24, 100

alışkanlık 20, 21, 22, 24,
59, 60, 75, 76, 175

amuda kalkma metodu 16

arzu 66, 255

aşırı gerekçelendirme 226,
227

atfetme 25, 26, 27, 28

azim 113

B

batıl inançlar 47, 142, 143

belirsiz bilgiler 32

benzerlik ilkesi 154, 156,
157, 158, 166, 172, 187,
260

bilinçaltı 130, 131, 132,
275

bilişsel uyumsuzluk 55,
66, 68, 70, 161, 227

boyun eğmek 201, 203

Brown 238, 241

C

Charlie Chaplin 50, 224

Ç

çabanın gerekçesi 70, 146

çağırışım 30, 32, 33, 34,
187

çapa etkisi 98, 99, 100, 202

çaresizlik 43

çatışma 65, 68, 94, 133,
251, 255, 256

çekicilik 171, 173

- çevresel algının senkronizasyonu 257
- çoğulcu cehalet 208
- çoklu görev 270, 271, 272

D

- değişim körlüğü 231, 233, 234, 235
- denge teorisi 160, 161
- dışsal motivasyon 227, 229
- dışsal neden atfetme 26
- dürtü kontrolü 266, 267, 268

E

- egoizm 79
- egosantrik 79, 80, 92
- egosantrizm 78, 79, 80, 264
- Elliot Aronson 248
- empati 64, 80, 81, 82, 93, 184, 187
- empati-özgecilik 184
- enformatif etki 201
- evlilik 63, 81, 82

F

- flaş bellek anıları 237, 238
- Friedemann Schulz von Thun 251
- Friedrich Glasl 178
- Fritz Heider 161

G

- Garrison Keillor 84
- Genovese sendromu 207
- George W. Bush 238, 241
- gerçek duygular 41, 43
- grup baskısı 203
- gürültü tanığı 31, 32
- güzellik 113, 171, 173, 174

H

- halo etkisi 6, 114, 172
- Hans Selye 118
- hayal kırıklığı toleransı 268
- hazzı geciktirme 267

İ

- işsel motivasyon 225, 227
- iletişim 18, 120, 155, 247, 250, 251, 252, 258

iletişim dörtgeni 251
ilişki düzeyi 251, 252
isteksizlik 166

J

Jack Brehm 213
Jane Elliot 245
Jean Piaget 79

K

Kahneman 99, 101, 221
karşılıklı sevgi 166, 167,
169
kendi kendine yetebilme 28
kendi kendini gerçekleştiren
kehanet 168
kendine yabancılaşma 40
kendini bildirme düzeyi 251
Kitty Genovese 207
komplo teorisi 142
kontrol yanılsaması 129
korku 43, 54, 178, 239,
245
koşullanma 189, 190
Kulik 238, 241
kullanılabilirlik hatası 101,
102, 103

L

Lee Ross 27
Leon Festinger 37, 68

M

Mark Twain 214
meditasyon 285
merhamet 90, 92, 93
mizah 32
müdahaleci merhamet 90
mutluluk 43, 48, 97, 127

N

Neale 101
nedensellik yükleme 26
nefret 21, 197
negatif durumdan kurtulma
modeli 187
normatif etki 201, 207
Northcraft 100, 101

O

Oscar Wilde 172
otokinetik etki 202
otokontrol 135, 136
otomatik düşünce 104, 246

Ö

ödül 37, 190, 191, 227,
228, 229, 230
ödünç almak 201
öfke 28, 44, 197
öncelik etkisi 108
ön yargı 84, 108, 243, 244,
246, 247, 248
öz güven 87, 88
öz yeterlilik deneyimleri
129

P

paradoksal müdahale 215
perspektif 80, 81
POX modeli 161
psiko-hijyen 14, 193, 194,
195
psikosomatik hastalıklar
195
psikosomatik yakınmalar
194

R

reaktans 212, 213, 216
Robert Rosenthal 52

Rosenthal etkisi 52

S

sahiplik etkisi 217, 219,
220, 221
sahne ışığı etkisi 261,
262, 264
sertleşme 178
sevinç 47, 48, 49
seyirci etkisi 206, 207, 211
Sigmund Freud 95
Silvan Tomkins 48
sönme 190
sonralık etkisi 107, 109
sosyal karşılaştırma 37,
38, 98
sosyal türdeşlik 156
sözde duygular 41, 43
Stanley Milgram 204
stres 48, 116, 118, 119,
120, 178
stresörler 118, 119
süpervizyon 285

Ş

şema 31, 32, 150, 246

T

tamamlayıcılık prensibi 156
tartışma 63, 69, 187, 276
temel atfetme hatası 27
tepkisellik 213
teselli etme eğilimi 44
Thorndike 114, 115
Tversky 99, 101

U

uçurum 178
uyumsuzluk teorisi 146

Ü

Üç Dağ Deneyi 79

W

Walter Mischel 266
Wobegon Gölü Etkisi 84

Y

yabancılaşma 43
yakınlık etkisi 150
yapay kıtlık 144, 145, 152
yeniden çerçeveleme 13,
16, 17, 18, 19, 252
yüzsöl geri bildirim hipotezi
46, 48

Z

zihinsel uyumsuzluk 68



Dr. Volker Kitz çoksatan birkaç kurgu dışı kitabın yazarıdır. Köln ve New York'ta hukuk ve psikoloji okumuştur. Ardından bilim insanı, televizyon muhabiri, senaryo yazarı ve lobici olarak çeşitli işlerde deneyim kazanmıştır. Hep başkalarının delireceğini düşünmüş ama bunu bazen bizzat yaşayabileceğinin de farkına varmıştır. Buna rağmen avukat ve yaşam koçu olarak ülke çapında hizmet vermekte ve esasen Münih'te yaşamaktadır.

Dr. Manuel Tusch, Köln ve Amsterdam'da psikoloji ve yetişkin eğitimi okumuştur. Köln'de psikoloji alanında çalışmıştır, Uygulamalı Psikoloji Enstitüsü'nün başkanıdır ve birkaç üniversitede ders vermektedir. Psikolojide ilgilendiği temel alanlar yaşam koçluğu, meditasyon, süpervizyon ve konuşma terapisi. Kendi nevrozundan yola çıkıp kendine bir meslek edinmiştir ve günümüzde çok başarılı bir şekilde çalışmalarına devam etmektedir.

İNSAN PSİKOLOJİSİNE DAİR İPUÇLARIYLA HAYAT DENEN BULMACAYI ÇÖZÜN!

Elinizde bir kullanma kılavuzu olsa hayatınız, insanlarla ilişkileriniz veya başarı düzeyiniz çok daha farklı olurdu, değil mi? Yıllardır tartışılan ve hâlâ bir şekilde gizemini koruyan kadın erkek ilişkileri gibi pek çok mesele sizin için çocuk oyuncağı haline gelirdi. Bütün insanların hayatları boyunca en az bir kere kafa yordığı sorulara mantıklı cevaplar bulabilirdiniz belki de. En önemlisi de hayatınızın iplerini elinize alır ve oyunu tersine çevirirdiniz!

İşte insan psikolojisini nüktedan bir dille açıklayan, hayata çok daha farklı bir perspektiften bakmanızı sağlayan bu rehberde yanıt arayacağınız sorulardan bazıları:

- Ömrünüzü uzatabilmek için ne yapabilirsiniz?
- Zam almayı nasıl garantilersiniz ve sizi ne kadar para mutlu eder?
- Yiyerek nasıl kilo verirsiniz?
- Uçak kazasından nasıl sağ kurtulursunuz?
- Evlilikte sorunlara yol açan şey nedir?
- Zıt kutuplar gerçekten birbirini çeker mi?

Bu keyifli kitapta günlük hayatınıza fayda sağlayabilecek psikolojik bilgileri öğrenebilir ve hayat boyu sorulan klasik sorulara ilginç cevaplar bulabilirsiniz.



www.pegasusyayinlari.com

ISBN: 978-605-277-729-1



9 786052 997291

Fotoğraf © Mareike
Foeking