

**Prof.
Richard Wiseman**



SANIYE

**Azıcık Düşünün,
Çok Şeyi Değiştirin**

"Sıradan kişisel gelişim formüllerinden -basit anekdotlardan, basmakalıp sözlerden, zirveye ulaşma vaatlerinden- yorulduysanız, Richard Wiseman'ın 59 Saniye kitabı size tıpkı bir doktorun reçetesi gibi gelecek."

The Wall Street Journal



"Kişisel gelişimin yanlış yönlendiren mitleri üzerine bilimsel olarak kanıtlanmış tavsiyelerin bir zafarı. İddialı, moral verici ve geç kalmış bir kitap." Derren Brown

Psikoloji profesörü Richard Wiseman kişisel gelişim endüstrisi tarafından dayatılan günümüzün modern mitlerinin kirliliği çamaşırlarını ortaya seriyor ve insanların aylar değil, dakikalar içinde amaç ve tutkularında başarılı olmalarına yardım edecek yeni bir yaklaşım sunuyor. Wiseman ruhsal durumdan belleğe, iknadan sürüncemede bırakmaya ve dirençli olmaktan ilişkilere kadar pek çok konuda hızlı değişimin bu yeni bilimini destekleyen araştırmaların ana hatlarını çiziyor ve bu hızlı ve ilginç tekniklerin gündelik hayatla nasıl uyumlu hale getirilebileceğini tanımlıyor.

"Bu bir kişisel gelişim kitabı fakat bir farkla: Neredeyse her şey çok detaylı bir şekilde gözden geçirilmiş ve sıklıkla büyüleyici bir araştırmacının ürünü. 59 Saniye sizin daha mutlu olmanızı, iş görüşmelerinde daha iyi performans sergilemenizi, işleri daha az sürüncemede bırakmanızı, ilişkilerinizi geliştirmenizi, stres seviyelerinizi azaltmanızı ve daha iyi birer ebeveyn olmanızı sağlayacak."

New Scientist

"Richard Wiseman insanların aylar değil, dakikalar içinde amaç ve tutkularını gerçekleştirmelerine yardımcı olacak hızlı ve alışılmadık teknikler sunmaktadır."

Mail on Sunday

"Niha yet doğru dürüst araştırmalara dayalı bir kişisel gelişim rehberi. İş başından aşkın, meraklı, zeki insanlar için mükemmel bir kitap."

Simon Singh



Kapak Tasarımı:
Root Creations

www.pegasusyayinlari.com

ISBN: 978-605-5360-93-1



PROF. RICHARD WISEMAN

59 SANİYE

Azıcık düşünün, çok şeyi değiştirin



İngilizceden Çeviren:
HANDE ÖLÇEROĞLU



PEGASUS YAYINLARI

Richard Wiseman, Psikolojinin Toplumsal Anlaşımı üzerine İngiltere'nin yetiştirmiş olduğu tek profesördür. Wiseman; aldatmaca, şans, mizah ve doğaüstü olaylar da dâhil olmak üzere pek çok olağandışı alanda yaptığı araştırmalarla uluslararası üne sahiptir. Araştırmaları basında sık sık yer almaktadır ve bunlar tüm dünyada 150'den fazla televizyon programında yayınlanmıştır.

ZM

Duzenleme
Ny.Ozlem

Teşekkür

Pek çok insanın yardımı ve desteği olmadan bu kitabı yazmam mümkün olamazdı. Öncelikle, edebiyat temsilcim Patrick Walsh, editörler Richard Milner ve Jon Butler ve yayıncılık gurusu Dusty Miller'a müthiş tavsiyeleri ve yönlendirmeleri için teşekkürler. Kitabın her aşamasında sağladıkları sezgisel geribildirimler için Clive Jeffries ve Emma Greening'e, her konuda oynadığı kilit rol-den ötürü Portia Smith'e, onca ünlü kişinin parmak uzunluklarını ölçtükleri için Jim Underdown ve Spencer Marks'a, soyadlarının psikolojisini keşfetmedeki yardımlarından ötürü Roger Highfield'a, romantizm üzerine derin yorumlarından dolayı Rachael Armstrong'a ve çekicilik ile spor arasındaki ilişkiyi incelemedeki desteği için de Sam Murphy'e teşekkürler. Son olarak, gerekenden çok daha fazla sorumluluk üstlenmekten hiç kaçınmayan, harikulade insan Caroline Watt'a sonsuz teşekkürler. Ve size teşekkür ederim.

İçindekiler

Giriş

Kişisel gelişim konusunda Sophie'nin sorusu ve hızlı bir değişim elde etme olasılığı.

11

MUTLULUK

Olumlu düşünmek çoğu zaman neden yeterli değildir, mutluluğa giden gerçek yolda kalem kullanmayı, düzenli olarak günlük tutmayı, küçük jestler ve memnuniyetle dolu bir tutum geliştirmeyi öğrenmenin faydaları.

17

İKNA ETME

Ödüllendirme sistemi neden işe yaramaz, mükemmel bir mülakat yapmanın, hatalar yaparak sosyal hayatınızı geliştirmenin, cüzdanınızı bir daha hiç kaybetmemenin ve insanları kolaylıkla ikna etmenin yolları.

47

MOTİVASYON

Hayallerinizi gözünüzde canlandırmanın karanlık yönü, harika bir plan sayesinde istediğiniz her şeye ulaşmanın, sürüncemede bırakmaların üstesinden gelmenin ve karşıt görüşlerden (çift düşünme kavramı) faydalanmanın yolları.

87

YARATICILIK

Beyin fırtınası efsanesinin çürütülmesi, içinizdeki Leonardo ile modern bir sanat eserine bakarak, iş üzerinde bir süre düşünerek ya da masanıza bir bitki koyarak temas kurmanın yolları.

115

ÇEKİM GÜCÜ

Neden elde edilmesi zor kişiyi oynamamanız gerekir ve gerçek baştan çıkarma sanatında en basit dokunuşların, lunapark trenlerinin ve plastik Noel ağaçlarının rolü.

143

STRES

Neden tekmeler savurup bağırıp çağırmanıza gerek yoktur ve üzüntünüzü saniyeler içinde azaltmanın, dört ayaklı dostunuzun gücünden yararlanmanın ve tansiyonunuzu düşüncelerinizle düşürmenin yolları.

173

İLİŞKİLER

“Aktif dinleme” tehlikeleri, Velcro (cırt cırt bant) çiftleri nasıl bir arada tutabilir, sözler neden eylemlerden daha önemlidir ve tek bir fotoğraf bile nasıl fark yaratabilir

197

KARAR ALMA

İki kafa bir kafadan neden daha iyi değildir, aldığınız bir karardan asla pişman olmamanın, gizli ikna edicilerden korunmanın ve size yalan söylendiğini anlamamanın yolları.

225

EBEVEYNLIK

Mozart miti, bebeğiniz için en doğru ismi seçmenin, sadece üç tane lokum kullanarak bir çocuğun kaderi hakkında kehanette bulunmanın ve genç zihinleri etkili bir şekilde övmenin yolları.

257

KİŞİLİK

Yazıbilimine neden güvenmemelisiniz, kişilerin parmakları, evcil hayvanları ve yatma saatlerine bakarak karakterleriyle ilgili sihirli bir kavrayış elde etmenin yolları.

283

SONUÇ

Sophie'nin yanıtı: 59 saniyede 10 teknik.

309

Notlar 315

Giriş

Kişisel gelişim konusunda Sophie'nin sorusu ve hızlı bir değişim elde etme olasılığı.

Hayatınızın önemli bir yönünü daha iyi bir duruma mı getirmek istiyorsunuz? Mesela kilo vermek, kendinize uygun bir eş bulmak, hayallerinizdeki işe kavuşmak ya da sadece daha mutlu olmak gibi? Şu basit egzersizi bir deneyin:

Gözlerinizi kapayın ve yeni sizi hayal edin. O daracık kot pantolonun size ne kadar yakışacağını, Brad Pitt ya da Angelina Jolie ile çıktığınızı, şirket merdiveninin en tepesinde lüks bir deri koltukta oturduğunuzu veya Karayip Denizi'nin ılık dalgaları nazikçe ayaklarınıza dokunurken "piña colada" nızı yudumladığınızı düşünün.

İyi haber şu ki, bu tür egzersizler "kişisel gelişim" sektöründe uzun yıllardır tavsiye edilmektedir. Kötü haber ise, günümüzde pek çok araştırmamanın buna benzer egzersizlerin en iyi ihtimalle etkisiz, en kötü ihtimalle de zararlı olduğunu göstermesidir.⁽¹⁾ Mükemmel bir durumda olduğunuzu hayal etmek size kendinizi daha iyi hissettirse de böyle bir zihinsel kaçışla fazlaca meşgul olmak, başarıya giden o engebeli yolda karşılaşılabileceğiniz zorluklara karşı sizi hazırlıksız bırakma yan etkisine neden olabilir. Üstelik başarısızlığa karşı direnç göstermek yerine ilk engelde sendeleme olasılığınızı da artırır. Dünyada cenneti yaşayabileceğinize dair hayaller âlemine dalmak sizi gülümsetse de rüyalarınızı gerçeğe dönüştürmede pek bir fayda sağlamayacaktır.

Diğer araştırmalar da hayatınızı güzelleştirme iddiası taşıyan çoğu popüler kişisel gelişim tekniği için aynı durumun geçerli

olduğunu öne sürer. Olumsuz düşüncelerini bastırarak “mutlu olduğunu düşünmeye zorlamak” kişinin onu mutsuz eden şeyler üzerine takıntı geliştirmesine neden olabilir. Grup olarak beyin fırtınası yapmak, bireysel çalışmaya kıyasla daha az ve üstelik özgün olmayan fikirler üretebilir. Yastıkları yumruklamak ya da çığlık çığlığa bağırarak öfke ve stres düzeylerinizi azaltmak yerine daha da artırabilir.

Bir de şu kötü şöhretli “Yale Hedef Çalışması”ndan söz etmeliyiz. Kimi yazarlara göre, 1953 yılında bir grup araştırmacı Yale’in o yılki mezunlarından hayatta ulaşmak istedikleri belirli hedefleri yazmalarını istemiştir. Yirmi yıl sonra araştırmacılar, belirli hedefleri olan yüzde 3’lük kesimin geriye kalan yüzde 97’lik kesimin sahip olduğundan daha fazla kişisel refaha kavuştuğunu ortaya koymuştur. Bu harika bir hikâyedir ve hedef belirlemenin gücünü göstermek üzere kişisel gelişim kitaplarında ve seminerlerinde sıkça kullanılır. Öte yandan, yalnızca küçük bir sorun vardır: Anlaşılan o ki, bu deney hiç yapılmamıştır. 2007 yılında, *Fast Company* dergisi yazarlarından Lawrence Tabak, bu çalışma üzerine bir yazı kaleme almak istemiştir. Tabak, çalışmaya atıfta bulunan yazarlarla, Yale Üniversitesi 1953 mezunları sekreteriyle ve çalışmanın gerçekten yapıp yapılmadığını bulmaya çalışan diğer araştırmacılarla temas kurmuştur.⁽²⁾ Ancak hiç kimse çalışmanın gerçekten yapılmış olduğuna dair herhangi bir kanıt ortaya koyamadığından, Tabak bunun bir şehir efsanesinden ibaret olduğu sonucuna varmıştır. Meğer kişisel gelişim guruları doğruluğundan emin olmadıkları bir çalışmadan yıllardır memnuniyetle yararlanmaktaymışlar.

Hem insanların geneli hem de iş dünyası modern çağın bu zihinsel efsanelerine aldandığından, hedeflerine ulaşma olasılıklarını azaltmış olabilirler. Daha da kötüsü, bu tür başarısızlıklar insanlara hayatlarının kontrolünün kendi ellerinde olmadığını hissettirmektedir. Bu gerçekten büyük bir talihsizliktir, nitekim algılanan kontrolün azıcık bir kaybı bile kişilerin özsaygısı, mut-

luluğu ve ömür süresi üzerinde önemli etkilere sahiptir. Harvard Üniversitesi'nde Ellen Langer tarafından yürütülmüş olan klasik bir çalışmada, bir huzurevinde yaşayan yaşlıların yarısına birer ev bitkisi verilmiş ve ona bakmaları istenmiştir. Yaşlıların diğer yarısına da aynı bitkiden verilmiş ama bitkiye görevlilerin bakacağı söylenmiştir.⁽³⁾ Altı ay sonra, hayatlarındaki bu denli küçük bir kontrol bile kendilerinden esirgenen grup giderek daha mutsuz, sağlıksız ve hareketsiz olmuştur. Daha da üzücü olan, kontrolü ellerinde tutmalarına izin verilen yüzde 15'lik kesime kıyasla saksı bitkilerine bakmayan sakinlerin yüzde 30'unun hayatını kaybetmiş olmasıdır. Eğitim, meslek hayatı, sağlık, ilişkiler ve diyet yapma da dâhil olmak üzere pek çok alanda benzer sonuçlar elde edilmiştir. Mesaj gayet açık ve nettir: Hayatlarının kontrolünün ellerinde olmadığını hisseden kişiler, kontrolün ellerinde olduğunu düşünenlere kıyasla daha başarısız, üstelik psikolojik ve fizyolojik yönden de daha sağlıksız olmaktadır.

Birkaç yıl önce, Sophie isimli bir arkadaşımınla öğle yemeği yiyordum. Sophie otuzlu yaşlarında, zeki, başarılı bir kadındır ve yönetim danışmanlığı alanında faaliyet gösteren bir firmada yetki sahibi olduğu bir pozisyonda çalışmaktadır. Yemekte, Sophie bana mutluluğu artırmak üzerine şu meşhur kitaplardan birini aldığını söyledi ve benim konu hakkında ne düşündüğümü sordu. Ona, pazarlanmakta olan bazı tekniklerin bilimselliğiyle ilgili ciddi çekincelerim olduğunu ve değişime olan yaklaşımda herhangi bir hatanın bile ne denli mühim psikolojik zararlara neden olabileceğini açıkladım. Sophie endişeli görünüyordu ve sonra akademik psikolojinin kişilerin hayatlarını daha iyiye doğru yöneltme yolları üzerine daha bilimsel temelli teknikler üretip üretmediğini sordu. Bunun üzerine, bazı oldukça karmaşık akademik çalışmaların mutluluk üzerine değerlendirmelerini anlatmaya koyuldum. Yaklaşık on beş dakika sonra Sophie beni durdurdu. Bana kibarca tüm bunları ilginç bulduğunu ama meşgul bir insan

olduğundan dolayı uygulaması bu kadar uzun sürmeyecek etkili bir tavsiyede bulunup bulunamayacağımı merak ettiğini söyledi. Ona ne kadar zamanımız kaldığını sordum. Sophie saatine baktı ve gülümseyerek “Yaklaşık bir dakika” diye cevap verdi.

Sophie’nin yorumu durup düşünmeme neden oldu. Çoğu insan kişisel gelişim ve ilerleme konularına ilgi duyar, çünkü bunlar aracılığıyla hayatındaki çeşitli meseleler üzerine hızlı ve kolay çözümlere ulaşabilir. Ne yazık ki, akademik psikoloji çalışmalarının çoğu ya bu meselelere hitap edememekte ya da çok daha zaman alıcı ve karmaşık yanıtlar sunmaktadır (tıpkı Woody Allen’ın “Uykucu” adlı filminde Allen’ın canlandırdığı karakterin 200 yıl uyuduktan sonra uyanıp iç çekerek eğer bunca zamanı terapide geçirmiş olsaydı neredeyse iyileşmiş olacağını söylemesi gibi). Bunun üzerine, akademik dergilerde deneylerle desteklenen ama aynı zamanda çabucak uygulanabilen, gizli kalmış ipucu ve tekniklerin olup olmadığını merak etmeye başladım.

Birkaç aylık bir süre içinde, psikolojinin pek çok farklı alanından araştırmalar içeren sayısız dergiyi dikkatle inceledim. Çalışmaları gözden geçirdikçe, farklı alanlardan araştırmacıların, insanların hedeflerine aylar değil dakikalar içinde ulaşmasına yardımcı olacak teknikler geliştirdiklerini gördüm ve önümde umut vadeden bir yol belirmeye başladı. Davranışsal bilimlerin farklı alanlarından özenle seçtiğim yüzlerce çalışmayı bir araya getirdim. Ruhsal durumdan belleğe ikna kabiliyetinden işleri sürüncemede bırakmaya, dirençli olmaktan ilişkilere, hepsi birlikte hızlı bir değişim elde etmekle ilgili yeni bir bilimi temsil etmektedirler.

Eğitimlerde zaman doldurmak için anlatılan çok eski bir hikâye vardır. Bir adam bozulan buhar kazanını tamir etmeye çalışmaktadır. Aylarca uğraşır durur fakat kazanı hiçbir şekilde onaramaz. Nihayet pes eder ve işin uzmanını çağırmaya karar verir. Mühendis gelir, kazanın yan tarafına hafifçe vurur ve yeniden çalışmasını sağlar. Mühendis işinin karşılığı olan ücreti istediğinde ise, adam

ona çok daha azını vermesi gerektiğini, çünkü tamiratın birkaç saniyeden fazla sürmediğini söyler. Mühendis, istediği ücretin kazana vurmakla harcadığı zamanın değil, tam olarak nereye vurması gerektiğini öğrenmesi için emek verdiği onca yıllık deneyimin karşılığı olduğunu söyler. Kazana vurarak onu tamir eden mühendis gibi, bu kitapta açıklanan teknikler, etkili değişimin mutlaka uzun zaman alması gerekmediğini göstermektedir. Tam tersi, gereken süre bir dakikadan az bile olabilir. Yeter ki tam olarak nereye vurulması gerektiği bilinsin...

1. MUTLULUK

Olumlu düşünmek çoğu zaman neden yeterli değildir, mutluluğa giden gerçek yolda kalem kullanmayı, düzenli olarak günlük tutmayı, küçük jestler ve memnuniyetle dolu bir tutum geliştirmeyi öğrenmenin faydaları.

Mutlu olmak neden önemlidir? Elbette, her şeyden önce tanımı itibariyle kendinizi daha iyi hissedeceğiniz için. Öte yandan, esasında bundan daha fazlası mevcuttur. Mutluluk sadece hayattan daha fazla keyif almanızı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda hem kişisel hem de profesyonel hayatınızda ne denli başarılı olduğunuzu da etkiler.

Birkaç yıl önce, California Üniversitesi'nden Sonja Lyubomirsky ve meslektaşları, bir grup seçilmiş insanı çeşitli yollarla neşelendirmeye çalışmış ve ardından bu neşenin etkilerini gözlemlemiştir.⁽¹⁾ Katılımcıların kendilerini mutlu hissetmeleri için pek çok yöntem denenmiştir: Mis gibi kokan taze çiçekler koklatmak, olumlu ifadeler okutmak ("Ben gerçekten iyi bir insanım" gibi), çikolatalı kek yedirmek, dans ettirmek ya da komik bir film izletmek gibi. Bazen, uzmanlar hileye de başvurarak katılımcılara zekâ testinden yüksek puan aldıklarını söylemiş veya yolda yürürken "tesadüfen" para bulmalarını sağlamışlardır. Kullanılan yöntem ne olursa olsun, genel sonuç aynı olmuştur: Mutluluk, başarının bir sonucu değildir. Esasen başarılı olmayı mümkün kılan şeydir.

İki yüz elli binden fazla katılımcıdan elde edilen veriyi tarayan Lyubomirsky, mutlu olmanın etkileyici faydalarını keşfetmiştir. Mutluluk insanları daha sosyal ve fedakâr kılmakta, kendilerini ve diğer insanları daha çok sevmelerini sağlamakta, çatışmaları çözme yeteneklerini artırmakta ve bağışıklık sistemlerini güçlendirmektedir. Yani, uzun vadede insanların daha tatmin edici ve

başarılı ilişkileri, doyurucu meslekleri ve daha uzun ve sağlıklı hayatları olmaktadır.

Mutluluğun duygusal ve somut faydaları göz önüne alındığında, herkesin pastadan bir dilim almak istemesine şaşmamak gerekir. Peki, ama yüzünüzde kalıcı bir gülümseme oluşturmanın en etkili yolu nedir? Çoğu insana bu soruyu sorduğunuzda, muhtemelen üç kelimelik bir yanıt alırsınız: Daha çok para. Sayısız araştırmada, mutlu olmak için “mutlaka sahip olunması gerekenler” listesinin üst sırasında daha kalm bir cüzdan ihtiyacı yer almaktadır.⁽²⁾ Ne var ki, mutluluğu satın almak gerçekten mümkün müdür? Yoksa mali istekler kişiyi daha da umutsuzluğa mı düşürmektedir?

Yanıtın bir kısmı, 1970’lerde Northwestern Üniversitesi’nden Philip Brickman ve meslektaşları tarafından yürütülmüş olan önemli bir çalışmanın sonuçlarında yatmaktadır.⁽³⁾ Brickman, insanların maddi hayalleri gerçek olduğunda mutluluklarına ne olduğunu keşfetmek istemiştir. Talih kuşu gerçekten uzun süreli bir gülümseme sağlamakta mıdır, yoksa servete sahip olmak alışıldık bir hâl olmaya başladıkça başlardaki o heyecan çabucak sönmeye mi yüz tutmaktadır? Brickman, Illinois Devlet Piyangosu’ndan yüksek miktarda ödül kazanmış olan bir grup insanla irtibat kurmuştur. Bu kişilerin birkaçı, milyon dolarlık büyük ikramiyeyi kazanmıştır. Brickman, kontrol grubu olarak da Illinois telefon rehberinden tesadüfî isimler seçmiştir. Tüm katılımcılardan, o an ne kadar mutlu olduklarını ve gelecekte ne kadar mutlu olmayı beklediklerini derecelendirmeleri istenmiştir. Buna ek olarak, kişilere arkadaşlarıyla sohbet etmek, komik bir fıkra dinlemek ya da bir iltifat kabul etmek gibi hayatın gündelik zevklerinden ne denli keyif aldıkları sorulmuştur. Sonuçlar, mutluluk ve para arasındaki ilişki üzerine çarpıcı noktalar ortaya koymaktadır.

Genel kanının aksine, piyangodan ikramiye kazananlar kontrol grubundakilere kıyasla ne daha çok ne de daha az mutlu çıkmışlardır. Gelecekte ne kadar mutlu olmayı bekledikleri açısından da

gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Esasen, aralarında tek bir fark vardır: Piyangoyu kazananlarla karşılaştırıldığında, kontrol grubundaki kişiler hayatın basit zevklerinden daha fazla keyif almaktadırlar.

Piyangodan ikramiye kazanmak maddi güvence elde etmenin nadir rastlanan bir yolu olduğundan, psikologlar refahları için çalışan kişiler içinde aylık kazanç ile mutluluk arasındaki ilişkiyi de incelemişlerdir.

Bu çalışmanın bir bölümü, insanların ne kadar mutlu olduklarını derecelendirdikleri (genellikle, çok mutsuzdan çok mutluya giden 10 puanlık standart bir ölçek kullanılmıştır) ve ardından ülkelerin ortalama mutluluk değerlerinin gayri safi milli hâsıla (GSMH) ile karşılaştırıldığı geniş çaplı uluslararası anketleri kapsamaktadır.⁽⁴⁾ Sonuçlara göre, çok fakir ülkelerde insanlar daha zengin ülkelerde yaşayanlar kadar mutlu olmasalar da bir ülke göreceli olarak daha makul bir GSMH'ye sahip olduğunda bu ilişki ortadan kalkmaktadır. Maaş ve mutluluk arasındaki olası bağı inceleyen çalışmalar da aynı türde bir düzen bulmuştur. Yani, insanlar hayattaki zorunlu ihtiyaçlarını karşılayabildikleri sürece maaştaki bir artış çok daha mutlu bir hayatları olacağı anlamına gelmemektedir.

Peki, neden böyle oluyor? Sebebin bir kısmı, sahip olduklarımıza çok çabuk alışıyor olmamızdan kaynaklanıyor. Yeni bir araba ya da daha büyük bir ev satın almak kısa süreli bir mutluluk yüklemesi yapsa da buna çabucak alışıyoruz ve neşe düzeyimiz hemen satın almadan önceki duruma dönüyor. Psikolog David Myers'ın ifade etmiş olduğu gibi: "Daha da fazla şöhret ve servete uyum sağlayabilme kapasitemiz sayesinde, dünün lüksleri günümüzün gereklilikleri ve yarının hatıraları olabilir."⁽⁵⁾ Madem para mutluluğu satın alamıyor, yüzünüze uzun süreli bir gülümseme kondurmanın en iyi yolu nedir?

Kötü haber şu ki, araştırmalar genel mutluluk anlayışınızın yüzde 50'sinin genetik olarak belirlenmiş olduğunu, yani değiştirilemeyeceğini göstermektedir.⁽⁶⁾ Daha iyi haber ise, yüzde 10'luk bir bölümün değiştirilmesi zor olan genel koşullara (eğitim düzeyi, maaş ve evli ya da bekâr oluşunuz gibi) bağlı olduğudur. En iyi haber de geriye kalan yüzde 40'luk kesimin günlük davranışlarınızdan ve kendiniz ve diğer insanlar hakkındaki düşünce şeklinizden edinildiğidir. Biraz bilgi sayesinde bu değerler hızla değiştirilebilir ve sadece birkaç saniyede sizi çok daha mutlu kılabilir.

Bazı kişisel gelişim kitapları ve derslerinde sunulan tavsiyelerin çoğunun bilimsel araştırma sonuçlarıyla çelişmesi büyük bir sorundur. Örneğin, olumlu düşünmenin gücünü ele alalım. Mutluluğa giden yol gerçekten insanların olumsuz düşünceleri zihinlerinden atabilmelerine mi dayanıyor? Doğrusu, araştırmalara göre, düşünceleri bu şekilde bastırmak acıyı azaltmaktan ziyade artırmaktadır.

1980'lerin ortasında, Harvard Üniversitesi psikologlarından Daniel Wegner, Dostoyevski'nin *Yaz İzlenimleri Üzerine Kış Notları* adlı eserinde muğlak ama bir o kadar ilgi çekici bir ifade fark etti: "Kendinizi bir kutup ayısı düşünmemeye zorladığınızda, o lanet şeyin her dakika aklınıza geldiğini göreceksiniz." Wegner, bunun doğru olup olmadığını keşfetmek üzere basit bir deney yapmaya karar verdi. Bir grup gönüllü, tek başlarına ayrı ayrı odalara oturtuldu ve onlara Dostoyevski'nin kutup ayısı HARİÇ her şeyi düşünebilecekleri söylendi. Ayı ne zaman akıllarına gelse önlerindeki zili çalmaları gerekiyordu. Deney başlar başlamaz zillerin oluşturduğu kakofoni Dostoyevski'nin haklı olduğuna işaret etti: Belirli düşünceleri bastırmaya teşebbüs etmek, kişilerin tam da kaçınmaya çalıştıkları konuya odaklanmalarına neden olmaktadır.

New York'taki Hamilton Üniversitesi'nden Jennifer Borton ve Elizabeth Casey tarafından yürütülmüş olan bir çalışma, bu durumun gerçek hayatta nasıl işlev gösterdiğini ortaya koymuş

ve insanların ruhsal hâli ve özsaygısı üzerinde ne denli önemli bir etkisi olduğunu gözler önüne sermiştir.⁽⁷⁾ Borton ve Casey, bir grup insandan kendileriyle ilgili en üzücü düşünceyi tarif etmelerini istemiştir. Sonra, grubun yarısına gelecek on bir gün boyunca bu düşünceyi zihinlerinden uzak tutmaya çalışmaları söylenmiştir. Katılımcıların geri kalanı hayatlarına normal bir şekilde devam edebilecektir. Her günün sonunda, herkes kendi üzücü düşüncesi üzerine ne derece yoğunlaştığını, ruhsal hâlini, endişe düzeylerini ve özsaygısını derecelendirmiştir. Olumsuz düşünceler bastırılmaya çalışılınca daha da fazla düşünüldükleri açısından sonuçlar Wegner'in "kutup ayısı" deneyinden elde ettikleriyle kavramsal yönden benzerdir. Hayatlarına normal bir şekilde devam edenlerle kıyaslandığında, baskıcı grup kendisini daha endişeli, karamsar ve düşük özsaygılı olarak değerlendirmiştir. Yirmi yıldan fazla süren araştırmalarda, bu çelişkili fenomenin günlük hayatın pek çok alanında gerçekleştiği gösterilmiştir. Diyet yapanlardan çikolatayı düşünmemelerini istemenin onu daha çok tüketmelerine neden olması ve halktan hükümete ahmakları seçmemesini istemenin de George Bush'a oy verilmesine yol açması gibi.⁽⁸⁾

Peki, düşünceleri bastırmak çözüm yolu değilse başka ne yapabilirsiniz? Bir olasılık, dikkatinizi dağıtmanızdır: Ailenizle zaman geçirmek, bir partiye gitmek, işinizle daha çok ilgilemek ya da yeni bir hobi edinmek gibi. Bu teknik, etkili kısa süreli yararlar sağlasa da kişiye uzun süreli bir memnuniyet kazandırmaz. Böyle bir hoşnutluk elde etmek için kalem kullanmayı, düzenli olarak günlük tutmayı, küçük jestler ve minnettarlıkla dolu bir tutum geliştirmeyi öğrenmeniz gerekir.

Mükemmel Bir Günlük Yaratmak

Hepimiz hayatımız boyunca hoş olmayan ve sarsıcı olaylar yaşayacağız: Uzun süreli bir ilişkinin sona ermesi, sevdiğimiz birinin ölümü, işten çıkartılma veya gerçekten kötü bir günde üçü bir arada... Hem sağduyu hem de çoğu psikoterapi türü, ilerlemenin en iyi yolunun acınızı diğer insanlarla paylaşmak olduğu konusunda hemfikirdir. Bu “Derdini söylemeyen derman bulamaz” yaklaşımını benimseyen insanlar, duyguların açığa vurulmasının rahatlatıcı olduğunu ve olumsuz düşüncelerin boşaltılmasını sağlayarak kişinin ilerlemesini sağladığına inanırlar. Bu fikir kulağa son derece hoş gelmekte ve müthiş rağbet görmektedir. Anket sonuçları da insanların yüzde 90’ının başlarından geçen kötü bir olayla ilgili bir başkasıyla konuşmanın acılarını hafifletmeye yardımcı olduğunu düşünmektedir.⁽⁹⁾ Peki, bu gerçekten doğru mudur?

Bunu araştırmak üzere, Belçika’daki Louvain Üniversitesi’nden Emmanuelle Zech ve Bernard Rime ilginç ve önemli bir çalışma yürütmüşlerdir.⁽¹⁰⁾ Bir grup katılımcıdan geçmişte başlarından geçmiş olan olumsuz bir deneyimi seçmeleri istenmiştir. Çalışmayı mümkün olduğunca gerçekçi kılmak amacıyla katılımcılara treni kaçırmış veya park yeri bulamamış olmak gibi önemsiz olayları değil de “hâlâ unutamadıkları ve üzerinde hâlâ konuşmaya ihtiyaç duydukları, hayatlarındaki en olumsuz ve en üzücü duygusal tecrübeyi” düşünmeleri söylenmiştir. Ölümünden boşanmaya, hastalıktan tacize oldukça ciddi sorunlar ortaya çıkmıştır. Sonra, katılımcıların bir kısmı olay hakkında destekleyici bir uzmanla uzun bir sohbet etmiştir. Diğer kısmın ise çok daha günlük bir olayla ilgili konuşması istenmiştir. Bir hafta geçince ve ardından da iki ay sonra, tüm katılımcılar laboratuvara geri dönmüş ve duygusal sağlıklarını ölçen çeşitli soru formları doldurmuşlardır.

Yaşadıkları sarsıcı olay hakkında konuşarak zaman geçiren katılımcılar sohbetin kendilerine çok iyi geldiğini ifade etmişlerdir. Öte yandan, soru formları hiç de öyle söylememektedir. Gerçekte, sohbetin herhangi bir anlamlı etkisi olmamıştır. Katılımcılar, olumsuz duygusal deneyimlerin paylaşılmasının faydalı olduğunu düşünse de sıra olayla baş etmeye geldiğinde herhangi bir günlük durum hakkında da sohbet etmiş olabilirlerdi.

Öyleyse, olumsuz tecrübelerimizle ilgili sempatik ama eğitimsiz bir kişiyle konuşmak zaman kaybından başka bir şey değilse geçmişin acılarını hafifletmek için başka ne yapılabilir? Bu bölümün başında görmüş olduğumuz gibi, olumsuz düşünceleri bastırmaya çalışmak da en az bunun kadar kötüdür.⁽¹¹⁾ Esasen, çözüm yollarından biri “anlamlı yazı yazma” olabilir.

Çeşitli çalışmalarda, başlarından sarsıcı bir olay geçmiş katılımcılardan olay hakkında en derin duygu ve düşüncelerini günlük tutarmışçasına yazmaları için her gün birkaç dakika ayırmaları istenmiştir.⁽¹²⁾ Örneğin, bir çalışmada, işten çıkartılmış olan katılımcılara kişisel ve profesyonel hayatlarını nasıl etkilediği de dâhil olmak üzere iş kayıplarıyla ilgili duygu ve düşüncelerini yansıtmaları söylenmiştir.⁽¹³⁾ Bu tip egzersizler oldukça hızlı ve basit olsalar da sonuçları katılımcıların psikolojik ve fiziksel sağlıklarında anlamlı bir düzelme olduğunu, sağlık sorunlarının azaldığını, özsaygı ve mutluluklarının da arttığını göstermiştir. Bu sonuçlar, psikologları bir muamma ile karşı karşıya bırakmıştır: Sarsıcı bir deneyim hakkında konuşmanın neredeyse hiçbir etkisi yokken, yazmanın nasıl bu kadar anlamlı yararları olabilir?

Psikolojik açıdan bakıldığında, konuşma ve yazma birbirinden çok farklıdır. Konuşma çoğu zaman belirli bir yapıdan mahrumdur, düzensizdir, hatta karmaşıktır. Bunun tam tersi olarak, yazarken bir hikâye akışı yaratılmalı, insanların olan bitenden anlam çıkartabilmeleri ve bir çözüme doğru ilerleyebilmeleri için anlamlı bir yapı oluşturulmalıdır. Kısaca, konuşma olaya daha da karmaşık

bir durum katabilirken, yazma daha sistemli ve çözüm odaklı bir yaklaşım kazandırabilir.

Hayatlarında gerçek bir travma yaşayacak kadar şansız olan kişiler için bu son derece yardımcı bir yöntemdir. Peki, aynı şey günlük mutluluğumuzu artırmada da kullanılabilir mi? Birbirinden farklı ama yine de birbiriyle ilişkili olan üç farklı araştırma grubu durumun gerçekten böyle olduğuna işaret etmektedir.

Memnuniyetle Dolu bir Tutum

Öncelikle, memnuniyet psikolojisi üzerine yapılan araştırmaları ele alalım. Bir bireye sabit bir ses, görüntü ya da koku sunduğunuzda çok tuhaf bir şey olur: Kişi, bu yeni şeye giderek alışmaya başlar, ta ki bu yenilik farkındalığından kaybolana kadar. Örneğin, fırından taze çıkmış ekmek kokusuyla dolu bir odaya girdiğinizde, bu hoş kokuyu hemen algılersınız. Fakat odada birkaç dakika geçirdikten sonra kokuyu duymamaya başlersınız. Hatta kokuyu yeniden almanızın tek yolu odadan dışarı çıkıp sonra yeniden içeri girmektir. Bu kavramın aynısı hayatlarımızın pek çok alanında geçerlidir ve buna mutluluk da dâhildir. Hepimizin mutluluk duyabileceğimiz şeyler vardır: Sevgi dolu eşlerimiz, sağlığımız, harika çocuklarımız, tatmin edici işlerimiz, yakın arkadaşlarımız, ilginç hobilerimiz, ilgili anne babalarımız, başımızı sokacak bir çatımız, temiz içme suyumuz, imzalı bir Billy Joel albümümüz ya da karnımızı doyuracak yiyeceğimiz... Diğer yandan, zaman geçtikçe, tıpkı taze ekmek kokusunda olduğu gibi sahip olduklarımıza alışırız ve bu muhteşem değerler zihinlerimizden silinir gider. Eski bir deyimın söylediğı gibi, bir şeyin değerini onu kaybedene dek anlayamayız.

Psikolog Robert Emmons ve Michael McCullough, ekmek kokulu odadan çıkma ve sonra odaya yeniden girmenin kavramsal

dengine maruz kaldıklarında insanların mutluluk düzeylerine ne olacağını merak etmişlerdir. Araştırmacılar, kişilerin hayatlarında daimi olarak sahip oldukları iyi şeyleri onlara hatırlatmanın etkisini keşfetmek istemişlerdir.⁽¹⁴⁾ Üç farklı gruptan her hafta oturup bir şeyler yazmaları istenmiştir. İlk grup memnuniyet duyduğu, ikinci grup rahatsız olduğu beş şeyi sıralamış, son grup ise önceki hafta yaşadığı beş olayı kaleme almıştır. Herkes kâğıda bir şeyler karalamıştır: “Memnuniyet” grubu, bir yaz akşamı günbatımını seyretmekten arkadaşlarının yardımseverliğine kadar güzel şeylerden bahsetmiş; “rahatsız” grup vergilerden çocuklarının kavgalarına kadar çeşitli olumsuzlukları sıralamış; “olay” grubu da kahvaltıyı hazırlamaktan arabayla işe gitmeye kadar günlük faaliyetlerini anlatmıştır. Sonuçlar şaşırtıcıdır. “Rahatsız” ya da “olay” gruplarındakilere kıyasla memnuniyetlerini ifade eden kişiler daha mutlu, gelecekle ilgili daha umutlu, fiziksel yönden daha sağlıklı bulunmuş, üstelik daha da fazla egzersiz yaptıkları ortaya konmuştur.

İçinizdeki Mükemmel Siz

Daha mutlu bir hayatı kucaklamak üzere bir şeyler yazarken, memnuniyetlerinizi ifade etmek buzdağının sadece görünen kısmıdır. İçinizdeki mükemmel benliğinizle temas kurma mefhumu da bu anlamda büyük önem taşır. Giriş bölümünde, gözünüzde güzel bir gelecek canlandırmanın hedeflerinize ulaşma olasılığınızı artırma ihtimali olmadığından bahsetmiştim. Öte yandan, diğer bazı çalışmalar bu tür egzersizlerin yüzünüze bir gülümseme kondurabileceğini öne sürmektedir. Southern Methodist Üniversitesi’nden Laura King tarafından yürütülmüş olan klasik bir çalışmada, katılımcılara ilerleyen dört gün boyunca ideal geleceklerini tarif etmek için her gün belirli bir zaman ayırmaları söylenmiştir. Gerçekçi olmaları.

fakat hayatlarının son derece yolunda gittiğini ve hedeflerine ulaştıklarını hayal etmeleri istenmiştir. Diğer bir gruba, başlarından geçen sarsıcı bir olayı düşünmeleri, üçüncü bir gruba ise o gün için planlarını yazmaları söylenmiştir. Sonuçlar, olası mutlu geleceklerini tarif eden kişilerin diğer gruplardakilere kıyasla çok daha mutlu olduklarını göstermiştir.⁽¹⁵⁾ Takip eden bir çalışmada, King ve meslektaşı deneyi tekrarlamış ve bu sefer katılımcılardan hayatlarındaki en muhteşem deneyimi anlatmaları istenmiştir.⁽¹⁶⁾ Üç ay sonra yapılan değerlendirmeler, kontrol grubuna kıyasla yoğun mutluluk hissettikleri bir anı paylaşan kişilerin anlamlı olarak daha mutlu olduklarını ortaya koymuştur.

Sevgi Üzerine Yazmak

Son olarak, bir grup araştırma “sevgi üzerine yazma” fikrini incelemiştir. Sevgi dolu bir ilişki yaşıyor olmanın hem fiziksel hem de psikolojik sağlık için iyi olduğunu hemen herkes bilir. Peki, ama bu faydalar sevgi görüyor olmanın mı, sevgi gösteriyor olmanın mı, yoksa ikisinin mi sonucudur? Bunu bulmak üzere, Arizona Eyalet Üniversitesi’nden Kory Floyd ve meslektaşları, bir grup gönüllüden sevdikleri bir kişiyi düşünmelerini ve bu kişinin kendileri için neden bu kadar önemli olduğunu 20 dakika boyunca tarif etmelerini istemiştir. Kontrol olarak, bir başka gruba önceki hafta başlarından geçen bir olayı yazmaları söylenmiştir. Her grup bu yazma egzersizini beş hafta boyunca üç kez tekrar etmiştir. Bir kez daha, bu basit uygulama bile anlamlı bir etki sağlayarak sevgi üzerine yazmak için sadece birkaç dakika harcayanların mutluluklarında bir artış, streslerinde azalma ve kolesterol düzeylerinde de anlamlı bir düşüş olduğunu açığa çıkarmıştır.⁽¹⁷⁾

Kısaca, günlük mutluluğumuzu artırmak üzere hızlı bir çözüme ihtiyaç duyduğumuzda, belirli yazı yazma türleri şaşırtıcı derecede

28 • 59 SANİYE

abuk ve etkili yararlar sağlamaktadır. Memnuniyet ifade etmenin, mutlu bir gelecek hayal etmenin ve sevgi üzerine yazmanın ie yaradığı bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Bunun için gerekenler sadece bir kalem, kâğıt ve biraz da zamanınızdır.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Etkili yazı yazma tekniklerini hayatınıza dâhil etmenize yardımcı olmak üzere, biraz tuhaf görünebilecek bir günlük yapısı oluşturdum. Geçmişin kaydını tutmak yerine, bu günlük daha mutlu bir gelecek yaratmanıza yardım edecek konular hakkında yazmanız için sizi yönlendirecek. Günlük, haftanın beş günü doldurulmalıdır. Her bir başlığın doldurulması sadece birkaç dakikanızı alacaktır. Günlüğü bir hafta boyunca tutun. Araştırmalara göre, ruhsal durumunuz ve mutluluk düzeyinizdeki farkı hemen göreceksiniz. Üstelik bu değişimler aylarca sürebilir.⁽¹⁸⁾ Etkilerin azalmaya başladığını hissettiğinizde, tek yapmanız gereken egzersizi yinelemektir.

Pazartesi: Minnet

Hayatınızda minnet duyabileceğiniz pek çok şey vardır. Yakın arkadaşlara sahip olmak, sevgi dolu bir ilişki yaşıyor olmak, destekleyici bir ailenin ferdi olmak, sağlıklı olmak, başınızı sokacak bir eve sahip olmak veya karnınızı doyurabilmek bunlardan bazılarıdır. Diğer taraftan sevdiğiniz bir işiniz veya geçmişe dair güzel hatıralarınız olabilir ya da harika bir kahve içmiş olmak, bir yabancının size gülümsemesi, eve geldiğinizde köpeğinizin sizi karşılaması, çok lezzetli bir yemek yemek veya parktaki çiçekleri koklamak gibi yakın zamanda hoş bir olay da yaşamış olabilirsiniz. Yaşadığınız son haftayı şöyle bir gözden geçirin ve aşağıya bunlara benzer üç şey yazın.

1.....

2.....

3.....

Salı: Müthiş Zamanlar

Hayatınız boyunca yaşadığınız en harika deneyimlerden birini düşünün. Kendinizi aniden çok iyi hissettiğiniz, âşık olduğunuz, mükemmel bir müzik eseri dinlediğiniz, inanılmaz bir gösteri izlediğiniz ya da arkadaşlarınızla fevkalade güzel vakit geçirdiğiniz bir ânı gözünüzde yeniden canlandırın. Her seferde yalnız tek bir deneyim seçin ve yeniden o âna geri döndüğünüzü hayal edin. Kendinizi nasıl hissettiğinizi ve çevrenizde olup bitenleri hatırlayın. Şimdi, bu deneyimin ve nasıl hissettiğinizin bir tanımını yazmak üzere birkaç dakikanızı ayırın. İmlâ veya dilbilgisi kuralları konusunda endişelenmeyin. Sadece düşüncelerinizi kâğıda dökün.

Çarşamba: Masal Gibi Bir Gelecek

Şimdi gelecekteki hayatınızla ilgili yazmaya sıra geldi. Her şeyin olabildiğince yolunda gittiğini hayal edin. Gerçekçi olun, ama çok çalıştığınızı ve hedeflerinize ulaştığınızı düşünün. Gerçekten olmak istediğiniz kişi olmayı başardığınızı, kişisel ve profesyonel hayatınızın tam hayallerinizdeki gibi olduğunu farz edin. Tüm bunlar hedeflerinize ulaşmanıza yardımcı olmasa da yüzünüze bir gülümseme konduracaktır.

Perşembe: Sevgili . . .

Hayatınızda sizin için büyük önem taşıyan birini düşünün. Bu kişi eşiniz, yakın bir arkadaşınız veya ailenizden biri olabilir. Ona sizin için ne kadar önemli olduğunu söyleyebileceğiniz tek bir fırsatınız olduğunu hayal edin. Şimdi bu kişiye kısa bir mektup yazın. Kalbinizde ne kadar büyük bir yere sahip olduğunu ve hayatınıza kattığı olumlu etkileri anlatın.

Cuma: Durumun Gözden Geçirilmesi

Son yedi gününüzü şöyle bir gözden geçirin ve iyi giden üç şeyi not edin. Bunlar, park yeri bulmuş olmak gibi sıradan şeyler olabileceği kadar, yeni bir iş teklifi almak gibi daha önemli olaylar da olabilir.

Satın Almanın Gücü

Durup dururken, zihninizde aniden iki kelime belirir: “Perakende satış” ve “terapi.” Saniyeler sonra, bir bakarsınız ki en yakın ayakkabı mağazasına veya alet edevat dükkânına doğru yola koyulmuşsunuzdur ve satın alacaklarınızın sizi daha mutlu kılacağından eminsinizdir. Peki, gerçekten öyle midir? Yeni bir çift ayakkabı ya da son teknoloji ürünü bir müzik setini aldıktan sonra kendinizi gerçekten iyi hissedecek misiniz? Eğer öyleyse sizce bu neşenizin ömrü ne kadar olacak? Yapılan son araştırmaların sonuçları, bu sorulara son derece açık ve tutarlı yanıtlar sağlamaktadır. Üstelik bundan da önemlisi, yüzünüze bir gülümseme kondurabilmek üzere paranızı harcamanın en akıllıca yolunu da ortaya koymaktadır.

Psikolog Leaf Van Boven ve Thomas Gilovich tarafından yürütülen çalışma, mutluluğu satın almaya teşebbüs ettiğinizde paranızı eşyaya mı (son moda bir elbise ya da cep telefonu gibi) yoksa deneyimlere mi (yemeğe çıkmak, konser bileti almak veya tatile gitmek gibi) harcamanızın daha etkili olduğunu incelemiştir. İki uzmanın yapmış olduğu ulusal bir çalışmada, insanlardan mutluluklarını artırmak niyetiyle satın aldıkları bir nesneyi veya deneyimi düşünmeleri ve bu alışverişlerin kendilerini ne kadar keyiflendirdiğini derecelendirmeleri istenmiştir. Bir başka deneyde, araştırmacılar katılımcıları rastgele iki gruba bölerek bir gruba yakın zamanda satın aldıkları bir nesneyi düşünmelerini, diğer gruba da deneyimsel bir alımlarını (tatil gibi) tarif etmelerini söylemişlerdir. Gruplar daha sonra mevcut ruhsal durumlarını biri -4’ten (kötü) +4’e (iyi), diğeri -4’ten (üzgün) +4’e (mutlu) değişen iki ölçekte değerlendirmişlerdir. İki çalışmadan elde edilen sonuçlar, söz konusu kısa ve uzun vadeli mutluluk olduğunda, deneyim

satın almanın ürün satın almadan daha etkili bir mutluluk kaynağı olduğunu açıkça ifade etmiştir.⁽¹⁹⁾

Neden? Deneyim hafızamız zaman içinde kolaylıkla tahrif olur (berbat uçak yolculuğunuzu unutup da kumsalda dinlendiğiniz o keyifli anları hatırlamanız gibi). Öte yandan, sahip olduğumuz eşya eskidiği ve modası geçtiği için cazibesini kaybeder. Ayrıca, deneyimler kişiye mutluluk katan en etkin davranışlardan birini de tetiklerler: Diğer insanlarla zaman geçirmeyi. Sosyalleşme deneyimin kendisinin bir parçası da olabilir veya yaşadıklarınızı diğer insanlara anlatırken de gerçekleşebilir. Bunun tam tersi olarak, son moda ya da en pahalı bir ürünü satın almak kimi zaman sahip olduklarınızdan dolayı sizi kıskanan arkadaşlarınızdan veya ailenizden uzaklaşmanıza neden olabilir.

Diğer yandan, mutluluğu satın almaya çalışırken ürünleri değil de deneyimleri tercih etmek hikâyenin sadece bir kısmıdır. Kısa bir soru formu doldurmanın zamanı geldi.⁽²⁰⁾ Aşağıdaki on ifadeyi okuyun ve sonra sizi nitelendirme derecesine göre değerlendirin. Cümleler üzerinde uzun uzun düşünmeyin, içtenlikle yanıt verin ve göz ucuyla cevaplara bakmayın.

Derecelendirme

1 = kesinlikle katılmıyorum ile 5 = kesinlikle katılıyorum arası

- | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| 1 | Pahalı arabaları veya evleri olan insanlardan etkileniyorum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Hayatta ne kadar başarılı olduğumu sahip olduğum şeyler üzerinden değerlendirme eğilimindeyim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Aslında gerçekten ihtiyacım olmayan şeyleri satın almayı severim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Pahalı nesnelerle kuşatılmayı severim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Daha fazla lüks eşyaya sahip olsaydım hayatımın daha iyi olacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- 6 Bazı lüks eşyaları satın almaya gücümün yetmemesi 1 2 3 4 5
bazen beni rahatsız ediyor.
- 7 Pahalı eşya satın almak bana kendimi iyi hissettiriyor. 1 2 3 4 5
- 8 Maddi şeylere arkadaşlarım ve ailemden daha fazla 1 2 3 4 5
önem veriyor gibiyim.
- 9 Markalı ürünlere çok daha fazla para ödemeye hazırım. 1 2 3 4 5
- 10 Diğer insanların etkileyici bulduğu nesnelere sahip 1 2 3 4 5
olmaktan keyif alıyorum.

Şimdi puanlarınızı toplayın. 10 ila 20 arası düşük, 21 ila 39 arası orta, 40 ila 50 arası yüksek puan aldığınızı gösterir.

Peki, bu tam olarak ne anlama gelmektedir? Bu soru formunun maddiyata verdiğiniz önemi ölçmek üzere tasarlandığını öğrenmek sizi şaşırtmasa gerek. Yüksek puan alan kişilerin yeni bir şeylere sahip olmaya, bu nesneleri çoğu zaman mutluluklarının kaynağı olarak görmeye ve kendileri ve diğer insanların başarılarını sahip olduklarına göre değerlendirmeye eğilimli oldukları aşikârdır. Diğer yandan, düşük puan alanlar için deneyimler ve ilişkiler mal mülkten daha önemlidir. Çoğu testte olduğu gibi, orta puan alanlar kimsenin ilgisini çekmeyenlerdir.

Araştırmacılar, insanların bu tür soru formlarından aldıkları puanlar ile mutluluk arasındaki bağı incelemek için büyük zaman harcamışlardır.⁽²¹⁾ Bulgular, tutarlı olduğu kadar endişelendiricidir de: Yüksek puanlar, mutsuz ve hayattan memnuniyetsiz olma hisleriyle ilişkili görünmektedir. Doğal olarak, bu durum her materyalist için geçerli değildir; yani, yüksek puan almış olsanız bile mutlu olabilen azınlıktan biri olabilirsiniz (Diğer yandan, böyle bir karara varmadan önce, testlerden ne zaman olumsuz sonuçlar alsak, o kurala tabi olmayan bir istisna olduğumuz konusunda

kendimizi ikna etmede gayet başarılı olduğumuzun araştırmalarca açıkta ortaya konduğunu da unutmayın.)

Öyleyse bu genel eğilimin açıklaması nedir? Yanıtın, sürekli olarak her şeyin son modeline sahip olma arzusunun mali sonuçlarında saklı olduğunu düşünebilirsiniz. Ancak sorun, para harcamanın kendisinden kaynaklanmaz. Burada, paradan kimin fayda sağladığı önem taşır.

Materyalistler çoğu zaman bir açıdan benmerkezcidirler. Çalışmalara göre, hayali olarak kendilerine 20.000 pound verilen materyalistler, diğer insanlar için harcayacaklarından üç katını kendileri için harcamaktadırlar. Benzer şekilde, belirli ifadelerle (“Evimde misafir ağırlamaktan hoşlanıyorum”, “Arkadaşlarıma sık sık bir şeyler ödünç veririm” gibi) diğer insanlarla ilgilenme derecelerini değerlendirmelerini istediğinizde, genellikle çok daha benmerkezci yanıtlar verirler. British Columbia Üniversitesi’nden Elizabeth Dunn’ın yürütmüş olduğu çalışmanın gösterdiği gibi, bu durumun insanların mutluluğu üzerinde zararlı etkileri olabilir.

Dunn ve meslektaşları, maaş, harcamalar ve mutluluk arasındaki ilişki üzerine çeşitli çalışmalar yapmışlardır. Ulusal boyutta yapılan bir ankette, katılımcılardan mutluluklarını değerlendirmeleri, maaşlarını belirtmeleri ve kendilerine aldıkları hediyeler, diğer insanlara aldıkları hediyeler ve yaptıkları bağışlar ile ilgili detaylı bilgi vermeleri istenmiştir. Bir diğer çalışmada, Dunn, çalışanların 3000 ila 8000 dolar arasında prim almadan önce ve aldıktan sonraki mutluluklarını ve harcama eğilimlerini ölçmüştür. Sonuçlar yine aynı düzene işaret etmiştir. Maaşlarının daha büyük bir yüzdesini diğer insanlar için harcayanlar, kendileri için harcayanlardan çok daha mutlu çıkmışlardır.⁽²²⁾

Elbette, şüpheli bir materyalist, araştırmacılar tarafından nedenselliğin yönünün yanlış tayin edildiğini, kişiyi mutlu eden şeyin diğer insanlar için para harcamak olmadığını, daha ziyade mutlu insanların diğer insanlar için daha çok harcadığını öne sü-

rebilir. Bu ilginç bir noktadır ve Dunn ve meslektaşlarının yaptığı zekice bir deneyde ele alınmıştır. Basit ama yenilikçi bir çalışmada, katılımcılara içinde ya 5 ya da 20 dolar olan birer zarf verilmiş ve o akşam saat beşe kadar parayı harcamaları istenmiştir. Katılımcılar rastgele iki gruba ayrılmıştır. Bir gruba parayı kendileri için harcamaları (kendilerine şımartıcı bir hediye almak gibi), diğer gruba bu umulmadık nakdi bir başkası için harcamaları (bir arkadaşlarına ya da aile üyelerine hediye almak gibi) söylenmiştir. “Mutlu insanlar diğer insanlar için daha çok para harcar” ifadesi böylece çürütülmüştür. Nitekim arkadaşlarına veya ailelerine bir şeyler alan katılımcılar, kendilerine lüks şeyler alanlardan çok daha mutlu olmuşlardır.

Peki, neden böyledir? Görünüşe göre, cevap beynimizin derinliklerinde yatmaktadır. Oregon Üniversitesi’nden nöroekonomist William Harbaugh ve meslektaşları, katılımcılara 100 dolarlık sanal bir banka hesabı açtırmış ve sonra onlardan beyin tarayıcısına girmelerini istemiştir. Katılımcılar önce paralarının bir kısmının zorunlu vergiler aracılığıyla muhtaçlara verildiğini görmüştür. Ardından, geriye kalan miktarın bir bölümünü hayır kurumlarına mı bağışlayacakları yoksa kendilerine mi saklayacakları konusunda karar vermeleri istenmiştir. Tarama sonuçları, katılımcılar paralarının bir kısmının muhtaçlara gittiğini gördüklerinde beyinlerinin derinliklerindeki iki bölgenin –kaudat nükleus ve nükleus akumbens– aktif hâle geldiğini ortaya koymuştur. Paralarını gönüllü olarak bağışladıklarında ise bu bölgelerde daha da yoğun bir faaliyet gözlenmiştir.⁽²³⁾ Beynin bu iki bölgesi, lezzetli bir yiyecek yediğimiz veya değer gördüğümüz zamanlardaki gibi en temel ihtiyaçlarımız karşılandığında da harekete geçmektedir. Bu durum, insanlara yardımcı olmak ile mutluluk arasında beynin temelli doğrudan bir bağ olduğuna işaret eder. Yani, bilimsel açıdan baktığınızda da bir şeyler satın almanın size gerçekten iyi gelmesini istiyorsanız diğer insanlara yardımcı olarak kendinize

de yardım edebilirsiniz. Bu sayede, beyninizde doğrudan oluşan tepki size kendinizi daha mutlu hissettirecektir.

Doğal olarak, bağış yapabilecek kadar paranız olmadığını söyleyebilirsiniz. Öte yandan, yine de yapabileceğiniz bir şeyler vardır. Birkaç yıl önce, mutluluk araştırmacısı Sonja Lyubomirsky ve meslektaşları, bir grup katılımcıdan altı hafta boyunca haftada beş kez maddi olmayan nezaket davranışı göstermelerini istemiştir. Bunlar bir teşekkür notu yazmak, kan vermek ya da bir arkadaşına yardımcı olmak gibi basit şeylerdir. Katılımcıların bazıları her gün bir nezakette bulunurken, diğerleri beşini birden aynı gün içerisinde yapmıştır. Nazik davranışlarını günlere bölenlerin mutluluğunda küçük bir artış görülürken, hepsini aynı gün yapanların mutluluğu yüzde 40 oranında artış göstermiştir.⁽²⁴⁾

Materyalizmin Kökenleri

İnsanları ne materyalist yapar? Bir şeylere sahip olma arzusu kişiliklerinin, çocukluk deneyimlerinin mi yoksa genel olarak başlarından geçen olayların mı bir sonucudur? Psikolog Lan Nguyen Chaplin ve Deborah Roedder John tarafından yürütülmüş olan çalışmalara göre, materyalizm erken çocuklukta ortaya çıkmaya başlar ve temelde düşük özsaygı ile güç kazanır.⁽²⁵⁾

İki bölümden oluşan bir çalışmada, yaşları sekiz ila on sekiz arasında değişen çocuklara standart bir özsaygı testi yaptırılmıştır (değerlendirme ifadeleri, “Dış görünümümden memnunum” gibi cümlelerden oluşmaktadır). Sonra, çocuklara beş farklı konu üzerine resimlerle dolu panolar gösterilmiştir. Resimler kamping ve kaykay yapmak gibi hobiler; rugby ve voleybol gibi sporlar; yeni bir çift ayakkabı veya bilgisayar gibi maddi şeyler; arkadaşlar ve öğretmenler; sınavlardan iyi not almak ya da bir müzik aleti çalmayı öğrenmek gibi başarılarla ilgili görsellerden oluşmaktadır. Çocuklardan panolara bakmaları ve görselleri kullanarak “Beni Mutlu Eden Şeyler” konulu bir kolaj yapmaları istenmiştir. Bu eğlenceli ödev sayesinde, araştırmacılar her çocuğun panodan aldığı maddesel şeylerin yüzdesine bağlı olarak materyalizm düzeyini hesaplayabilmiştir. Sonuçlar, özsaygı ve materyalizm arasında kuvvetli bir bağ olduğunu göstermiştir. Özsaygısı düşük olan çocukların arkadaşlarından çok daha materyalist olduğu anlaşılmıştır.

Peki, nedensellik ilişkisi diğer yönlü olabilir mi? Materyalizm düşük özsaygıya yol açıyor olabilir mi? Bu olasılığı test etmek üzere, araştırmacılar bir grup çocuktan kâğıt tabaklar üzerine birbirleri hakkında güzel şeyler yazmalarını istemiş ve sonra her çocuğa kendisiyle ilgili övgü dolu şeyler yazan tabağı vermiştir. “Benimle ilgili güzel şeyler” tabağı çocukların özsaygısını anlamlı olarak artırmış ve daha da önemlisi, “Beni Mutlu Eden Şeyler” kolajını yaparken

kullandıkları maddesel görüntülerin sayısını yarıya indirmiştir. Bu sonuçlar, düşük özsaygının materyalist eğilimlere neden olduğuyla ve bu tür eğilimlerin çok küçük bir yaşta kök salmaya başladığıyla ilgili tutarlı iki kanıt niteliği taşımaktadır. Bu çalışma ayrıca, insanlar için azıcık bir para harcamak ya da küçücük nezaket davranışlarında bulunmakta olduğu gibi, kişilerin düşünce ve davranış biçimini değiştirmek için sadece birkaç saniyenin ve kâğıttan bir tabağın yeterli olduğunu ortaya koymaktadır.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Eşya Değil, Deneyim Satın Alın. Mutluluğu satın mı almak istiyorsunuz? Öyleyse zar zor kazandığınız paranızı deneyimlere harcayın. Yemek yeme için dışarı çıkın. Konsere, sinemaya ya da tiyatroya gidin. Tatile gidin. Dans etmeyi öğrenin. Paintball oynamaya gidin. Bungee jumping yapın. Size diğer insanlarla bir şeyler paylaşma fırsatı verecek şeyler yapmaya çalışın ve sonra bunu daha da çok insana anlatın. Söz konusu mutluluk olduğunda, paranızın gerçek karşılığını deneyimlerin vereceğini unutmayın.

Vermek Almaktan İyidir. Uzun vadeli mutluluk, coşkulu bir müzik eşliğinde bir ortamda dans etmek veya çığlık çığlığa bağırarak bungee jumping yapmaktan ibaret değildir. İnsanlara kendileri için mi yoksa başkaları için mi para harcadıklarında mutlu olacaklarını sorduğunuzda, büyük çoğunluk "kendisini" tercih edecektir. Öte yandan, bilim bunun tam tersini söylemektedir: İnsanlar kendilerinden ziyade başkaları için bir şeyler yaptıklarında çok daha mutlu olmaktadır. İyi haber şu ki, bağışlar, arkadaşlar, aile ya da meslektaşlarınız için maaşınızın öyle büyük bir kısmını ayırmanız da gerekmez. En küçük bir hediye bile, şaşırtıcı büyüklükte ve uzun vadeli bir mutluluk yaratabilir. Başka insanlar için harcayacağınız az miktarda para yapacağınız en iyi yatırımlardan biri olabilir. Zor koşullar altında kazandığınız paranızın tek bir kuruşunu dahi bu şekilde harcayamayacak durumdaysanız aynı gün içinde maddi olmayan beş nezaket davranışında bulunmanın da mutluluğunuzu büyük oranda artıracığını unutmayın.

Mutluluk Bir KalemDir

İnsanlar belirli duygu ve düşünceleri deneyimlediklerinde oldukça öngörülebilir şekillerde davranırlar. Üzgün olduklarında ağlar, mutlu olduklarında güler, aynı fikirde olduklarında başlarını sallarlar. Bunlar hiç de şaşırtıcı değildir; öte yandan, proprioseptif psikoloji adlı bir araştırma dalına göre, aynı süreç tersine de işler. İnsanların belirli şekillerde davranmasını sağladığınızda, belirli duygu ve düşüncelerin deneyimini yaşamalarına neden olursunuz. Bu fikir başlangıçta tartışmalara yol açsa da bir dizi deney sayesinde kabullenilmiştir.⁽²⁶⁾

Günümüzde klasikleşmiş bir çalışmada, iki grup katılımcıdan birtakım sayıları toplamaları istenmiştir. Görev sırasında, bir gruba alınlarını büzüştürmeleri (araştırmacıların deyiimiyle korrugator kaslarını kasmaları), diğer gruba da hafifçe sırtıtmaları (zigomatik kaslarını genişletmeleri) söylenmiştir. Bu basit yüz hareketleri katılımcıların toplama işlemini zor ya da kolay bulma derecelerini şaşırtıcı şekilde etkilemiştir. Nitekim alınını büzüştürenler, sırtıtanlardan çok daha zorlandıklarını kabul etmişlerdir.

Farklı bir çalışmada, katılımcılardan büyük bir bilgisayar ekranında hareket eden çeşitli ürünlere odaklanmaları ve sonra nesnelerin kendilerine çekici gelip gelmediğini belirtmeleri istenmiştir. Bazı nesneler yukarıdan aşağıya harekete ederken (katılımcıların seyrederken başlarını yukarı aşağı sallamaları gerekmiştir), diğerleri yatay bir şekilde hareket etmiştir (başların bir yandan diğer yana çevrilmesi gerekmiştir). Katılımcılar “evet” ve “hayır” hareketlerinin kararlarında kilit bir rol oynadığının farkında olmadan yukarıdan aşağıya hareket eden ürünleri tercih etmişlerdir.⁽²⁷⁾

Tam olarak aynı fikir mutluluk için de geçerlidir. İnsanlar mutlu olduklarında gülümserler, ama gülümsedikleri için de kendilerini daha mutlu hissederler. Bu etki, kişiler gülümsemelerinin farkında olsun ya da olmasın işe yarar. 1980’lerde, Fritz Strack ve meslektaşları, iki grup katılımcıya Gary Larson’un *Far Side* karikatürlerini ne kadar komik bulduklarını değerlendirmelerini ve şu tuhaf koşullar altında kendilerini ne derece mutlu hissettiklerini ifade etmelerini söylemiştir: Bir gruptan dişleri arasında bir kalem tutmaları ama dudaklarını kaleme değdirmemeleri istenmiştir. Diğer grup ise kalemi dişleriyle değil, dudaklarıyla tutmuştur. “Sadece dişlerini kullananlar” farkında olmadan yüzlerinin alt kısmında bir gülümseme ifadesi oluşturmuş, “sadece dudaklarını kullananlar” ise somurtkan bir ifadeye bürünmüştür. Sonuçlar, katılımcıların yüz ifadeleriyle ilişkili duyguyu deneyimlediklerini göstermiştir. Yüzlerini zoraki de olsa gülümsetenler, somurtanlara kıyasla kendilerini daha mutlu hissetmiş ve karikatürleri de daha komik bulmuştur.⁽²⁸⁾ Diğer çalışmalar, mutluluktaki bu artışın kişiler gülümsemeyi keser kesmez sona ermediğini de ortaya koymuştur. Mutluluk duygusu var olmaya devam ederek insanlarla daha olumlu tarzda iletişim kurmayı ve hayattaki mutlulukları daha çok hatırlamayı sağlamak gibi pek çok davranışsal etkide bulunmuştur.⁽²⁹⁾

Bu çalışmalardan elde edilen mesaj gayet açıktır: Neşelenmek istiyorsanız mutluymuşsunuz gibi davranın.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Gülümseyin. Günlük hayatınıza kolaylıkla dâhil edebileceğiniz pek çok mutluluk davranışı vardır. Her şeyden önemlisi, daha fazla gülümsemektir. Gülümsemeniz, göz açıp kapayıncaya kadar sona eren ve hissedilmeyen bir gülümseme olmamalıdır. Araştırmalara göre, en az 15 ila 30 saniye sürmelidir. İfadenizi mümkün olduğunca inandırıcı kılmak için yüzünüzde gerçek bir gülümseme oluşturacak bir şey hayal etmeye çalışın. Sevdiğiniz bir arkadaşınızla karşılaşmışsınız, komik bir espri dinlemişsiniz ya da kayınvalidenizin hafta sonu yanınıza gelmeyeceğini öğrenmişsiniz gibi... Size düzenli olarak gülümsemeyi hatırlatacak bir sinyal oluşturmayı da düşünebilirsiniz. Saat, bilgisayar veya telefonunuzu her saat başı sizi uyarması için ayarlayabilir ya da telefonunuzun çalması gibi daha rastgele bir işaret de kullanabilirsiniz.

Dik Durun. Duruşunuz da en az bunun kadar önemlidir. Colorado Üniversitesi'nde Tomi-Ann Roberts tarafından yürütülmüş olan bir çalışmada, rastgele iki gruba ayrıldıktan sonra katılımcılara sandalyelerinde 3 dakika boyunca dik ya da aşağıya kaymış bir şekilde oturmaları söylenmiştir. Ardından, herkes bir matematik sınavına tabi tutulmuş ve sonra da ruhsal durumlarını değerlendirilmiştir. Dik oturanlar çökmün bir şekilde oturanlardan çok daha mutlu çıkmış ve matematik sınavından daha yüksek puan almışlardır. İlginç bir şekilde, bu sonuç bayan katılımcıların çoğu için geçerli olmamıştır. Bu durum, Roberts'a dik oturma ve göğüslerini dışa çıkarmanın bayanları utandırmış olabileceğini düşündürmüştür.⁽³⁰⁾

Mutluymuş Gibi Davranın. Bielefeld Üniversitesi'nden Peter Borkenau ve diğer pek çok araştırmacı tarafından yapılan çalışmalarda, mutlu

insanların mutsuz insanlardan çok daha farklı hareket ettikleri ortaya konmuştur.⁽³¹⁾ Bu bilgiyi, mutluymuş gibi davranarak mutluluk duygunuzu artırmada kullanabilirsiniz. Daha rahat bir tarzda, kollarınızı biraz daha sallayarak ve adımlarınızı gevşeterek yürümeye çalışın. Ayrıca sohbetler esnasında daha etkileyici el hareketleri yapmayı, karşı taraf konuşurken başınızla onaylamayı, daha renkli giysiler giymeyi, olumlu yüklem taşıyan cümleleri (özellikle “severim,” “hoşlanırım” ve “bayılırım” gibi) daha sık kurmayı, kendinize daha az atıfta bulunmayı (“bana,” “kendime” ve “ben” gibi kelimeler kullanmamayı), daha çeşitli ses tonlarıyla ve biraz daha hızlı konuşmayı ve daha kuvvetli el sıkışmayı deneyebilirsiniz. Bu davranışları günlük hayatınıza dâhil etmeniz, mutluluğunuzu artırmanıza yardımcı olacaktır.

Çaba Sarf Etmek

Araştırmacı Kenneth Sheldon ve Sonja Lyubomirsky'ye göre, mutluluk kolay elde edilebilen bir şey değildir.⁽³²⁾ İkili yapmış oldukları deneylere yakın zamanda hayatlarında iki farklı türde değişim yaşamış olan katılımcıları dâhil etmişlerdir. “Koşullara bağlı değişim” olarak adlandırılan ilk tür, ev değiştirmek, maaş artışı almak veya yeni bir araba satın almak gibi koşullardaki göreceli önemli değişimleri kapsamaktadır. “Maksatlı değişim” olarak adlandırılan ikinci tür, bir hedefin peşinden koşmak veya bir faaliyete başlamak gibi çaba gerektiren değişimleri içermektedir. Bunlara örnek olarak yeni bir kulüp üyesi olmak, yeni bir hobiye ya da kariyere başlamak verilebilir. İki grup katılımcıdan birkaç hafta boyunca mutluluk düzeylerini değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar tutarlı bir şekilde göstermiştir ki, her iki gruptakiler de mutluluklarında ani bir artış yaşamış olsa da koşullara bağlı değişim yaşayanlar başlangıçtaki düzeylerine hızla geri dönmüş, maksatlı değişim yaşayanlar ise çok daha uzun bir süre daha mutlu kalmışlardır. Peki, neden?

Sheldon ve Lyubomirsky'ye göre, bunun sebebi “hedonistçe alışkanlık” denen bir olgudan kaynaklanmaktadır. Şüphesiz, insanlar olumlu anlamda herhangi bir yeni deneyimden büyük keyif alırlar. Öte yandan, aynı harika deneyimi defalarca yaşattığınızda kişi bu yeni neşe kaynağına hızla alışarak ondan keyif alma noktasından uzaklaşır. Ne yazık ki, koşullara bağlı değişimler çoğu zaman hedonistçe alışkanlıklar üretirler. Yeni bir evin, maaş artışının veya yeni bir arabanın sağladığı o ilk heyecan müthiş olsa da bu tür değişimlerle gelen olumlu duyguların geldiği gibi gitmesi bir olur ve bu neşe durumu çabucak söner. Diğer taraftan, maksatlı değişimler sürekli değişen bir psikolojik görüntü yaratarak hedonistçe alışkanlığın önünü keser. Bu ister yeni bir hobiye başlamak,

bir organizasyona katılmak, yeni bir projeye adım atmak, yeni insanlarla tanışmak isterse yeni bir beceri edinmek olsun, beyin alışkanlık gelişimini önleyen ve daimi olarak değişen olumlu deneyimlerle meşgul olduğundan, mutluluk da daha uzun süreli olacaktır.

Yani, mutluluğu üst düzeye çıkarmak için koşullara bağlı değişimleri değil, maksatlı değişimleri tercih edin. Yeni bir hobiye başlamak, önemli bir projeye adım atmak veya daha önce denemediğiniz yeni bir sporu denemek için çaba sarf edin. Kişiliğiniz, değer yargılarınız ve yeteneklerinizle uyumlu faaliyetler seçin. Bu sayede, şu anda yapmaktan keyif aldığınız şeyler üzerine düşünebilir, bu faaliyeti böylesine zevkli kılan temel öğeleri belirleyebilir ve bunları içeren başka faaliyetler de deneyebilirsiniz. Mesela, yağlıboya resim yapmaktan hoşlanıyorsanız biraz da suluboya resim yapmayı deneyin. Tenis oynamayı seviyorsanız badminton veya squash oynamayı düşünün. Sudokuda iyiyseniz çapraz bulmacalara da bir el atın. Ne yapmaya karar vererseniz verin, yaptığınız şeyi ve onu yapma zamanınızı değiştirmek üzere çaba göstererek hedonistçe alışkanlık edinimine mani olmaya çalışın. Bu, kulağa zor gelebilir, fakat araştırmalara göre söz konusu mutluluk olduğunda tüm çabalarınıza değecektir.

2. İKNA ETME

Ödüllendirme sistemi neden işe yaramaz, mükemmel bir mülâkat yapmanın, hatalar yaparak sosyal hayatınızı geliştirmenin, cüzdanınızı bir daha hiç kaybetmemenin ve insanları kolaylıkla ikna etmenin yolları.

Bir çocuğu ödevini yapmaya, bir çalışanı işyerinde daha iyi bir performans sergilemeye veya insanları çevre konusunda daha duyarlı olmaya nasıl ikna edersiniz? Genel kanı, en etkili yolun kişilerin ağzına bir parmak bal çalmak olduğudur. Peki, bu gerçekten teşvik edici bir şey mi, yoksa bir söylenti midir?

Klasik bir çalışmada, Stanford’lu psikolog Mark Lepper ve meslektaşları, iki grup ilköğretim çocuğundan resim çizmelerini istemişlerdir.⁽¹⁾ Boya ve kâğıtlarla oynamaya başlamadan önce, bir gruba resim çizdikleri için kendilerine süslü bir “takım oyuncusu” madalyası verileceği söylenmiş, diğer gruba ise herhangi bir ödül vaadinde bulunulmamıştır. Birkaç hafta sonra araştırmacılar geri gelerek yeniden resim kâğıdı ve boyalarını vermiş ve çocukların bunlarla ne kadar zaman geçirdiklerini ölçmüştür. Şaşırtıcı bir şekilde, ilk seferde madalya alan çocuklar diğer gruba kıyasla çok daha kısa bir süre resim çizmişlerdir.

Bunun sebebi nedir? Lepper’a göre, madalya verilen çocuklar şu şekilde düşünmüş olabilir: “Yetişkinler genellikle yapmaktan hoşlanmayacağım bir şey yapmamı istedikleri zaman bana ödül veriyorlar. Madem şimdi resim çizdiğim için bana madalya verecekler, öyleyse resim çizmeyi sevmemeliyim.” Bu etki pek çok deneyle doğrulanmıştır ve sonuç gayet açık ve nettir: Çocuklara hoşlandıkları bir aktivite yaptırdıktan sonra onları ödüllendirirseniz ödül, aldıkları keyfi azaltmakta ve çocukların şevkini kırmaktadır. Böyle yaparak birkaç saniye içinde oyunu işe çevirmiş olursunuz.

Bu durumun insanların sadece hoşlandığı aktiviteler için geçerli olduğu, esasen ödülün sevmedikleri şeyleri yapmak konusunda kişileri teşvik ettiği öne sürülebilir. Bu teoriyi test etmek

üzere, birkaç yıl önce, iki grup katılımcıdan Londra parkında çöp toplamalarını istediğim bir deney gerçekleştirdim.⁽²⁾ Katılımcılara parkları temiz tutmaları için insanları ikna etmenin en etkili yolunun araştırıldığı bir deneye dâhil oldukları söylendi. Bir gruba ayırdıkları zamandan ötürü cömertçe bir ödeme yapılırken, diğerlerine küçük bir miktar para verildi. Son derece yorucu bir saatin ardından, herkes geçirdiği bu zamandan ne kadar keyif aldığını değerlendirdi. Daha fazla para alanların daha az alanlara kıyasla daha olumlu duygular hissetmiş olabileceğini düşünebilirsiniz.

Oysa sonuç tamamen tersini gösterdi. Cömertçe ödeme alan grubun ortalama iyi vakit geçirme derecesi 10 üzerinden 2 iken, mütevazı ödeme alan grubunki 8,5 idi. Görünüşe göre, daha çok para alanlar şöyle düşünmüştü: “İnsanlar genellikle yapmaktan hoşlanmayacağım şeyler karşılığında bana para verirler. Bu iş için bana yüksek miktarda para verildiğine göre parkı temizlemeyi sevmemeliyim.” Buna karşın, daha az para alanlar şöyle düşünmüştü: “Yapmaktan hoşlanacağım bir şey karşılığında bana çok para verilmesine gerek yok. Parkı temizleme karşılığında bana çok az bir ödeme yapıldı, demek ki bu işten zevk almış olmalıyım.” Bu çalışmanın sonuçlarına göre, lüzumsuz ödüllerin kişilerin görevlere olan tavırları üzerinde zararlı etkileri olabilmektedir.

Bu bulgular farklı çalışmalar ile pek çok kez doğrulanmıştır. Ödül ya da görev ne olursa olsun, ağızlarına bir parmak bal çalınanlar, herhangi bir şey almayı beklemeyenler kadar iyi performans göstermemektedirler.⁽³⁾ Bazı çalışmalar iyi ödüllerin performansta kısa süreli bir artış sağladığını gösterse de bu tür ödüllendirmeler uzun vadede istenen davranışın kazanılmasına mani olmaktan başka bir işe yaramamaktadır.

Görmüş olduğumuz üzere, insanların ödül vaadiyle motive edilmesi etkili bir yöntem değildir. Öyleyse en iyi teşvik unsuru nedir? İnsanları keyif aldıkları bir şeyi daha fazla yapmaları konusunda harekete geçirmek için aktiviteyi tamamladıktan sonra

onlara zaman zaman küçük bir “sürpriz” ödül sunabilir veya yaptıkları işin olumlu yönlerini övebilirsiniz. Söz konusu yapmaktan hoşlanmadıkları bir şey olduğunda, başlangıçta gerçekçi ama aşırı olmayan bir ödül, ardından da onları aktiviteyi sürdürmeye yönlendirecek teşvik edici yorumlar (keşke parkları temiz tutma konusunda herkes senin kadar hassas olsa, gibi) etkili olabilir.

Öte yandan, kişileri bir şeylere daha çabuk ikna etmek için övgülerden, mütevazı ödüllerden ve süslü yorumlardan farklı yollar da mevcuttur. Karşı tarafı hızla ve etkin bir şekilde ikna etmek amacıyla iş anlaşmalarında ilk adımı atmayı, acil durumlarda grup psikolojisini anlamayı veya yardıma ihtiyacınız olduğunda vermenin almaktan neden daha iyi olduğunu düşünebilirsiniz.

Mükemmel Bir Mülâkat Yapmak

İş mülâkatma giden bir adamla ilgili anlatılan eski ve komik bir hikâye vardır. Görüşmede adama “Bu iş için sorumluluk sahibi birine ihtiyacımız var” denir. Adam bir süre düşünür ve şöyle cevap verir: “Aradığınız eleman benim. Son işimde pek çok şey kötü gidiyordu ve herkes bundan benim sorumlu olduğumu söylüyordu.” Ne yazık ki, iş mülâkatlarında bu tür korkunç cevaplara sıkça rastlanır, ama yardım hemen yanı başınızdadır. Son otuz yıldan beri, psikologlar görüşmecileri etkileyen başlıca faktörleri araştırmaktadırlar. Çalışmalardan elde edilen sonuçlar, hayalinizdeki işe kavuşma ihtimalinizi büyük oranda artıracak hızlı ve etkili teknikler içermektedir.

Herhangi bir işverene bir iş için neden başka birini değil de belirli bir adayı seçtiğini sorduğunuzda, o işe uygun en iyi niteliklere ve kişisel becerilere sahip kişiyi seçtiğini söyleyecektir. İşe alım sürecini mümkün olduğunca mantıklı ve adil kılmak adına, başarılı adayda aranan temel becerilerin bir listesi çıkarılır, adayların özgeçmişi bu beceriler doğrultusunda incelenir ve sonra kişi hakkında daha fazla bilgi edinmek üzere yüz yüze mülâkatlar yapılır. Öte yandan, Washington Üniversitesi’nden Chad Higgins ve Florida Üniversitesi’nden Timothy Judge’ın yapmış olduğu araştırmalara göre, görüşmeciler nasıl karar verdikleriyle ilgili çoğu zaman kendilerini kandırmakta, gerçekte bilinçaltıları gizemli ve kuvvetli bir güç tarafından yönlendirilmektedir.⁽⁴⁾

Higgins ve Judge, üniversiteden sonra ilk işlerine girmeye çalışan yüzün üzerinde öğrenciyi takibe almışlardır. Çalışmanın başında, araştırmacılar her öğrencinin özgeçmişini incelemiş ve

görüşmecilerin başarılı ve başarısız adayları ayırmada kilit rol oynadığını öne sürdükleri iki temel faktörü ölçmüşlerdir: Nitelikler ve iş tecrübeleri. Gittikleri her iş görüşmesinden sonra, öğrenciler nasıl davrandıklarıyla ilgili –örneğin, olumlu yönlerinden yeterince bahsedip bahsetmedikleri, firmanın yaptıklarına ilgi gösterip göstermedikleri veya görüşmecilere nasıl bir kişi aradıklarını sorup sormadıkları ile ilgili– standart bir soru formu doldurmuşlardır. Araştırmacılar görüşmecilerle de temasa geçerek adayın performansı, firmaya uyum sağlayıp sağlayamayacağı, iş için gerekli becerilere sahip olup olmadığı ve her şeyden önemlisi, adaya iş teklifi yapılıp yapılmayacağı gibi çeşitli konularda geribildirim vermelerini rica etmişlerdir.

Elde ettikleri verileri inceleyen araştırmacılar, görüşmecilerin bir iş için neden belirli bir adayı seçtikleri konusundaki bazı söylenceleri çürüterek şaşırtıcı bir gerçeği keşfetmişlerdir. Seçilme ihtimali niteliklere mi dayanmaktadır? Yoksa iş tecrübelerine mi? Yanıt, hiçbiridir. Tek bir önemli faktör söz konusudur: Adayın canayakın görünüp görünmediği. Kendilerini sevdirmeyi başaran adaylara iş teklifi yapılma olasılığı daha yüksektir. Adaylar başarıya giden yolda cazibelerini çeşitli şekillerde kullanmışlardır. Bazısı, işle alakası olmayan ama adayın ve görüşmecinin ilgisini çeken konularda sohbet ederken, diğerleri gülümsemek ve göz temasını korumak için özel bir gayret göstermiştir. Bu olumluluk bombardımanı amacına ulaşmış ve böyle hoş ve sosyal yönden becerikli adayların iş ortamlarına uyum sağlayacaklarına görüşmecileri ikna etmiştir. Dolayısıyla iş teklifi onlara yapılmıştır.

Higgins ve Judge'ın çalışması, hayallerinizdeki işe kavuşmak için hoş bir kişilik sergilemenin niteliklerinizden ve iş tecrübelerinizden daha çok önem taşıdığını göstermektedir. Bununla beraber, hakkınızda toplam on iki cinayet iddiası ve iki de şirket dolandırıcılığı mahkûmiyetiniz varsa kendinizi ancak bir yere kadar sevdirebileceğinizi de bilmelisiniz. Öyleyse özgeçmişinizin

daha az etkileyici kısımlarıyla baş etmenizin en iyi yolu nedir? Zayıf noktalardan mülâkatın başlarında mı bahsetmelisiniz, yoksa etkili bir ilk izlenim yaratmayı umarak olası sorunları sona mı saklamalısınız?

Duke Üniversitesi'nden psikolog Edward Jones ve Eric Gordon'un 1970'lerin başlarında yürütmüş olduğu klasik bir çalışma, bu mesele üzerine yoğunlaşmıştır.⁽⁵⁾ Deneyde, katılımcılara (rol icabı) kendi hayatını anlatan bir adamın teyp kaydı dinletilmiş ve kulağa ne derece hoş bir insan olarak geldiğini değerlendirmeleri söylenmiştir. Mülâkat sırasında, adam ilkokulun bir dönemini tamamlayamadığını çünkü kopya çekerken yakalandığını ve okuldan atıldığını ifade etmiştir. Katılımcıların yarısı bu kötü sürprizi görüşmenin başında, diğer yarısı ise sonlarına doğru duysunlar diye araştırmacılar kayıtları oynamışlardır. Katılımcıların adamı ne kadar sevdiğinde bu fark önemli rol oynamıştır. Kopya olayından kasetin başlarında bahsedildiğinde, sonlarına doğru bahsedilmesine nazaran adam çok daha fazla sevilmiştir. Yapılan benzeri araştırmalar farklı şartlarda da tam olarak aynı etkinin elde edildiğini doğrulamıştır. Örneğin, avukatlar iddialarının zayıf bir tarafını mahkemenin başlarında sunduklarında davaları daha da güçlü bir hâl almıştır.⁽⁶⁾

Görünüşe göre, zayıf yönleri başlangıçta ifade etmek bir dürüstlük işareti olarak görülmektedir. Bu dersi Bill Clinton gibi pek çok politikacının öğrenmesi gerekmektedir. Görüşmeciler karşılarındaki kişinin olası zorluklarla baştan karşılaşmayı göze alacak kadar güçlü karakterli ve dürüst olduğuna ve dolayısıyla kendilerini aldatmayacağına inanmaktadırlar.

Peki, aynı şey özgeçmişinizin daha olumlu kısımları için de söylenebilir mi? Aslında, hayır. Aynı çalışmanın başka bir bölümünde, katılımcılara atlanan okul dönemiyle ilgili teybin başında ya da sonlarında olumlu bir neden dinletilmiştir ("Saygın bir burs kazandım ve tüm Avrupa'da araştırma yaptım" gibi). Şimdi etki

tersine dönmüş, burstan sonra bahsettiğinde adam çok daha fazla sevilmiştir. Anlaşılan o ki, söz konusu geçmişinizin olumlu yönleri olduğunda dürüstlükten ziyade alçakgönüllülük daha kritiktir. Güçlü taraflarınızı ortaya çıkarmayı ertelemeniz bunların kendiliğinden su yüzüne çıkacağına inancınızı göstermekte, başlarda ifade etmeniz ise kendini beğenmişlik olarak algılanmaktadır.

Artık, kendinizi sevdirmeye becerilerinizle, zayıf yönlerinizi başlarda ve güçlü yönlerinizi de sonlarda ifade etmeniz gerektiği bilgisiyle mülâkatlara hazırsınız. Tüm bunlar başarıya ulaşmanızı garantileyecek midir? Maalesef, hayır. Bütün iyi niyetimize ve onca hazırlığımıza rağmen hepimiz hata yaparız. Belki bir bardak suyu kazara kucağınıza dökerek, istemeden de olsa görüşmeciyi hor göreceksiniz veya şüpheli olduğu kadar acemice bir yanıt vereceksiniz. Karşınıza çıkabilecek bunlara benzer zor durumlarla da baş edebilmelisiniz. Bu konuyla ilgili Cornell Üniversitesi'nden Thomas Gilovich ve meslektaşları, katılımcılara Barry Manilow tişörtleri giydirdikleri bir dizi çalışma yapmışlardır.⁽⁷⁾

Tipik bir çalışmada, Gilovich, beş katılımcının laboratuvarına aynı anda gelmesini ayarlamıştır. Herkes bir odaya alınmış, masanın aynı tarafına oturtulmuş ve her birine doldurmaları için birer soru formu verilmiştir. Grup formları doldurmaya başladığında, bir başka katılımcının 5 dakika sonra gelmesinin planlandığından habersizdir. Sonradan gelen kişi odaya girmeden önce kapıda karşılanmış ve ona üzerinde Barry Manilow'un büyük bir resmi olan bir tişört giydirilmiştir. Neden Manilow mu? Çalışma, utangaçlık psikolojisi hakkındaydı ve daha önce dikkatle yapılmış olan testlere göre Cornell öğrencilerinin büyük çoğunluğu Barry Manilow tişörtü içinde görülmektense ölmeyi tercih ederdi. Tişörtü giyer giymez sonradan gelen katılımcı odaya alınmış ve karşısında sıra halinde oturmuş, kendisine bakan öğrenci arkadaşlarını görmüştür. Biraz sonra, araştırmacılardan biri katılımcıya bir süre dışarıda

beklemesinin daha iyi olacağını söylemiş ve onu derhal odadan dışarı çıkarmıştır.

Sonra, iki şey olmuştur. Odadaki herkese sonradan gelen katılımcının tişörtünde ne resmi olduğunu fark edip etmediği sorulmuştur. Sonradan gelenden de utandırıcı resmi fark eden öğrenci yüzdesini tahmin etmesi istenmiştir. Bir dizi deneyden elde edilen sonuçlara göre, odadakilerin ortalama yüzde 20'si Barry'i fark etmiştir. Öte yandan, geç gelenler çok daha göze batıklarından o kadar emindirler ki, grubun yaklaşık yüzde 50'sinin tişörtü fark etmiş olduğunu tahmin etmişlerdir. Kısaca, sonradan gelenler utandırıcı karşılaşmalarının yarattığı etkiyi gözlerinde fazlaca büyütmüşlerdir.

“Sahne ışığı etkisi” olarak bilinen bu önyargıya pek çok farklı ortamda rastlanır. Saçlarının kötü olduğu veya bir grup tartışmasında iyi performans sergileyemedikleri bir günü değerlendirirken, kendilerini mahcup hissedenler hatalarının olduğundan çok daha fark edilir olduğundan emindirler. Peki, ama neden? Görünüşe göre, dış görünümümüz ve davranışlarımıza diğer insanlardan çok daha fazla odaklanmakta ve dolayısıyla etkilerini gözümüzde büyötmekteyiz. Sonuç olarak, bir mülâkatta utandırıcı bir hata yapacak olursanız Manilow tişörtü içindeki adamı düşünün ve onun muhtemelen kendisini sizden çok daha kötü hissetmiş olduğunu hatırlayın.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Harika bir mülâkat geçirmek için aşağıdaki üç kolay adımla şansınızı artırabilirsiniz.

İlk olarak, canayakın olmak akademik başarı ve iş tecrübelerinden daha önemli olduğundan...

- başvurduğunuz kurumla ilgili gerçekten hoşunuza giden bir şey bulun ve konu hakkında düşüncelerinizi söyleyin
- görüşmeyi yapan kişiye samimi bir iltifatta bulunmaktan çekinmeyin
- sizin ve görüşmecinin ilginç bulduğunuz, işle ilgisi olmayan bir konuda sohbet edin
- ilgili olun; nasıl bir eleman aradıklarını ve pozisyonun kurumun genel yapısı içinde nasıl bir yeri olduğunu sorun
- pozisyona ve kuruma hevesli duygular besleyin
- gülümseyin ve görüşmecilerle göz temasını koruyun

İkincisi, zayıf yönlerinizi ifade etmek için mülâkatın sonunu beklemeyin. Bunun yerine, görüşmenin başlarında bunları sohbete katarak güvenilirliğinizi artırın. Söz konusu olumlu özellikleriniz olduğunda ise, alçakgönüllülüğün yaşamsal olduğunu ve bunları son ana kadar açığa çıkarmamanız gerektiğini unutmayın.

Son olarak, önemli gibi görünen bir hata yaptığınızda, aşırı tepki göstermeyin. Muhtemelen diğer insanlar bunu tahmin ettiğiniz kadar fark etmemişlerdir bile. Üstelik vereceğiniz aşırı bir tepki veya özür dilemeniz dikkatleri olaya daha da çok çekebilir. Durumu uygun şekilde ele alın ve hiçbir şey olmamış gibi devam edin.

İkna Etmenin 4 Hızlı Yolu

Orta Yolu Tercih Edin. Bir toplantıda iyi bir ilk izlenim uyandırma şansınızı artırmak istiyorsanız masanın ortalarında bir yere oturun. Psikolog Priya Raghubir ve Ana Valenzuela, “En Zayıf Halka” yarışmasının bölümlerini incelemişlerdir.⁽⁸⁾ Programda, yarışmacılar yarım daire şeklinde durmakta ve her turda biri diğerleri tarafından elenmektedir. Yarım dairenin orta yerlerinde duran yarışmacılar son tura ortalama yüzde 42 oranında ulaşmış ve yarışmayı yüzde 45 oranında kazanmıştır. Daha kenar konumlarda duranlar son tura sadece yüzde 17 oranında ulaşmış ve yarışmayı da yüzde 10 oranında kazanmıştır. Başka bir deneyde, katılımcılara bir işyeri stajyerliği için beş adayın grup olarak fotoğrafı gösterilmiş ve hangi adayın seçilmesi gerektiğiyle ilgili fikirleri sorulmuştur. Grubun ortasındaki adaylar kenarlarda oturanlardan daha sık seçilmişlerdir. Araştırmacılara göre, bir gruba bakarken insanlar temel bir göz kararı hesabı yaparak şu sonuca ulaşmaktadırlar: Önemli insanlar ortada oturur. Bu olgu “sahne ortası etkisi” olarak adlandırılmaktadır.

S.A.D.E. Yeni bir proje, kampanya veya ürün için isim ararken mümkün olduğunca basit adlar kullanmaya özen gösterin. Princeton Üniversitesi’nden Adam Alter ve Daniel Oppenheimer, borsadaki şirketlerin varlıklarını incelemiş ve “Flinks A.Ş.” gibi basit ve kolay hatırlanan isimleri olanların “Sagxter A.Ş.” gibi daha tuhaf isimleri olanlara kıyasla hisse değerlerinin daha fazla olduğunu bulmuşlardır.⁽⁹⁾ İleriki araştırmalar, bu etkinin büyük şirketlerin daha basit isimleri olmasıyla değil, insanların hatırlanması kolay ve telâffuzu rahat kelimelere doğal bir çekim duymalarıyla alâkalı olduğunu göstermiştir.

Dil Kullanımınıza Dikkat Edin. Daha zeki ve bilgili görünmek uğruna bir rapor veya mektupta hangimiz tuhaf ve karmaşık kelimeler kullanmaya teşebbüs etmemişizdir ki? Daniel Oppenheimer tarafından yürütülmüş olan diğer araştırmalara göre, eşanlamlılar sözlüğü kullanma arzusu istenen etkinin tam tersine neden olabilir.

⁽¹⁰⁾ Beş çalışmadan oluşan bir seride, Oppenheimer çeşitli metinlerde (iş başvuruları, akademik makaleler ve Dekart tercümeleri de dâhil) kullanılan kelimelerin karmaşıklığını sistematik olarak incelemiştir. Sonra, insanlardan bu örnekleri okumalarını ve onları yazdığı iddia edilen kişilerin zekâlarını değerlendirmelerini istemiştir. Sade dil kullanımı çok daha yüksek zekâ değerlendirmeleri ile sonuçlanarak gereksiz karmaşık dil kullanımının kötü bir izlenim yarattığını ortaya koymuştur. “Gerekliliğe Bakmaksızın Âlimane Konuşma Dili Kullanımının Sonuçları: Gereksiz Yere Uzun Kelime Kullanımı ile İlgili Sorunlar” adlı bir makalesinde bulgularını tanımlayan Oppenheimer, okunması zor yazı tipine sahip metinlerin de insanların yazarın zekâsıyla ilgili daha düşük değerlendirmede bulunmasına yol açtığını ifade etmiştir. Buna göre, sadece el yazınızı düzelterek ve dilinizi basitleştirerek insanların sizi daha zeki bulmalarını sağlayabilirsiniz.

İyilikler, Gülünç Durumlar ve Dedikodu

Sempatik olmak önemlidir. Gallup kuruluğu, 1960'tan beri Amerikan Başkan adayı olmuş kişilerin meselelere olan etkileri, parti bağlantıları ve sempatiklikleri üzerine yoğunlaşarak toplumsal algılanışlarını incelemiştir.⁽¹¹⁾ Bu faktörlere bakıldığında, seçmen sadece sempati elde eden adayı tutarlı bir şekilde benimsemiştir. Benzer olarak, Toronto Üniversitesi'nden Philip Noll'un ilişkiler üzerine yapmış olduğu araştırmada, canayakın insanların boşanma ihtimalinin yüzde 50 oranında daha az olduğu ortaya konmuştur. Sempatik olma hayatınızı bile kurtarabilir; nitekim diğerk çalışmalar, doktorların sempatik buldukları hastaları daha yakın takipte tuttuklarına işaret etmektedir.

Peki, sempatik olma liginde üst sıralarda yer almanızı sağlayacak en etkili yol nedir? Kişisel gelişim gurusu Dale Carnegie'in doğru bir şekilde belirttiğı üzere, popüleritenizi artırmanın yollarından biri diğerk insanlarla gerçekten ilgilendiğınızı göstermenizdir. Carnegie'ye göre, insanlar çevrelerindeki kişilere iki ay boyunca gerçek bir ilgi gösterdiklerinde, iki yıl boyunca kendilerine ilgi duyulması için çabalamalarına kıyasla çok daha fazla arkadaş kazanabilirler. Diğerk yazarların önermiş olduğu hızlı ve kolay yöntemler arasında samimi iltifatlarda bulunmak, kişilerin beden diline ve konuşma tarzına uyum göstermek, mütevazı görünmek ve zaman, kaynak ve beceriler konusunda cömert davranmak sayılabilir. Bu tür sağduyu teknikleri şüphesiz işe yarar. Bununla beraber, araştırmalara göre, arkadaş edinmenize ve insanları etkilemenize yardımcı olabilecek, incelik gerektiren başka fikirler de mevcuttur. Bunun için Benjamin Franklin'den küçük bir öğüt almak, yapılan hataları fırsata dönüştürme yeteneğı sergilemek ve dedikodunun gücünü anlamak yeterlidir.

On sekizinci yüzyılda, Amerikalı bilim adamı ve siyasetçi Benjamin Franklin, Pennsylvania eyalet meclisinin ikna edilmesi güç ve inatçı bir üyesinin işbirliğini kazanmak istedi. Adama yalvarmak yerine, Franklin tamamen farklı bir yol izlemeye karar verdi. Adamın kütüphanesinde nadir bulunan ilginç bir kitabın nüshası olduğunu biliyordu ve adama kitabı birkaç günlüğüne ödünç alıp alamayacağını sordu. Adam bunu kabul etti ve Franklin'in ifadesiyle "Bir sonraki görüşmemizde benimle konuştu (ki daha önce bunu hiç yapmamıştı), üstelik büyük bir kibarlıkla ve takip eden dönemde her konuda beni desteklemekten kaçınmadı." Franklin, kitap ödünç alma tekniğinin başarısını basit bir kurala dayandırmaktaydı: "Size bir kez iyilik yapan, onu bir daha hiç zorlamanıza gerek kalmadan bir kez daha yapmaya hazır olacaktır." Başka bir deyişle, bir kişinin sizi sevme olasılığını artırmak için size bir iyilik yapmasını sağlayın. Yüz yıl sonra, Rus roman yazarı Leo Tolstoy da aynı fikri şu cümlelerle dile getirdi: "İnsanları bize yaptıkları iyiliklerden dolayı değil, biz onlara iyilik yaptığımızda daha çok severiz."

1960'lı yıllarda, psikologlar Jon Jecker ve David Landy, bu 200 yıllık tekniğin yirminci yüzyılda hâlâ işe yarayıp yaramadığını keşfetmeye karar vermişlerdir.⁽¹²⁾ Bir deneyde, katılımcılara bir miktar para kazandırılmıştır. Laboratuvarından ayrılmalılarının ardından, bir araştırmacı bazı katılımcıları yakalamış ve para sıkıntısı çektiğini söyleyerek onlara parayı geri verip veremeyeceklerini sormuştur. Bölüm sekreterliği yapan ikinci bir araştırmacı ise diğer katılımcılara giderek aynı talepte bulunmuş, ama bu sefer psikoloji bölümünün deneyin masraflarını karşıladığını ve bölümün para sıkıntısı çektiğini söylemiştir. Daha sonra, katılımcıların hepsinden her bir araştırmacıyı ne kadar sevdiklerini değerlendirmeleri istenmiştir. Franklin ve Tolstoy'un onca yıl önce öngörmüş olduğu gibi, katılımcılar kişisel olarak yardım ettiklerini düşündükleri araştırmacıyı daha çok sevmişlerdir.

Kulağa tuhaf gelse de "Franklin etkisi" denen bu ilginç olgu teorik açıdan doğrudur. Çoğu zaman, insanların davranışları duygu ve düşüncelerinden kaynaklanır. Mutlu olduklarında gülümserler, çekici buldukları birinin gözlerine sevdâyla bakarlar. Öte yandan, bunun tam tersi de geçerli olabilir. İnsanların gülümsemesini sağladığınızda kendilerini daha mutlu hissetmelerini de sağlarsınız. Birinin gözlerinin içine özlemle bakmalarını söylediğinizde, bir bakarsınız o kişiyi çekici bulmaya başlarlar. Bu kuralın aynısı iyilikler için de geçerlidir. Özetle, insanları sizi sevmeye teşvik etmek için onlardan yardım isteyin.

•

Sempatik olmaya götüren tek şaşırtıcı yol Franklin etkisi değildir. John F. Kennedy'nin Amerika'nın en popüler başkanlarından biri olmasına yardımcı olan bir başka teknik de mevcuttur.

1961 yılında, Kennedy Küba'daki Domuzlar Körfezi'ne askerî çıkarma yapılmasını emretmiştir. Operasyon tam bir fiyaskoyla sonuçlanmıştır ve tarihçiler bu kararı hâlâ büyük bir askerî hata olarak kabul etmektedir. Diğer yandan, başarısız işgalin ardından yapılan ulusal bir anket, feci kararına rağmen halkın Kennedy'yi sevdiğini göstermiştir. Bu beklenmedik sonuçtan iki faktör sorumlu olabilir. Kennedy, operasyonun başarısızlığıyla ilgili çeşitli bahaneler öne sürmemiş, tam tersine, derhal tüm sorumluluğu üstlenmiştir. Ayrıca, o âna kadar Kennedy bir kahraman –hata yapması mümkün olmayan canayakın, yakışıklı ve güçlü bir adam– olarak görüldüğünden, Domuzlar Körfezi felâketi onun daha da insanî ve sempatik görülmesini sağlamıştır.

California Üniversitesi'nden Elliot Aronson ve meslektaşları, meseleyi deneysel bir yaklaşımla ele almak ve birkaç hata yapmanın popülarite açısından gerçekten iyi olup olmadığını keşfetmek

istemmiştir.⁽¹³⁾ Çalışmalarının bir bölümünde, katılımcılara iki teyp kaydından biri dinletilmiştir. İki teypte de bir öğrencinin bir bilgi yarışmasındaki ses kayıtları yer almakta ve bunu özgeçmişinden bahsettiği kısa bir konuşma takip etmektedir. Öğrenci yarışmada çok iyi bir performans sergileyerek soruların yüzde 90'ından fazlasını doğru yanıtlamış, ardından da mütevazı bir şekilde bunun hayatında elde ettiği en büyük başarı olduğunu kabul etmiştir. Öte yandan, kayıtlardan birinde sonlara doğru öğrenci bir bardak kahveyi üzerine dökerek yeni takım elbisesini berbat etmiştir. Tüm katılımcılardan öğrenciyi ne derece sempatik buldukları değerlendirilmeleri istenmiştir. Tıpkı Kennedy'nin Domuzlar Körfezi işgalinde olduğu gibi, öğrencinin kahveyi döktüğü teybi dinleyen katılımcılar onu çok daha sevimli bulmuşlardır.

“Gülünç durum etkisi” olarak adlandırılan bu tuhaf olgu, başkanlar için ya da teyp kayıtlarında işe yarıyor olabilir. Peki, ama başka durumlarda da aynı etkiyi sağlamakta mıdır? Bunu belirlemek üzere, Aronson'un yapmış olduğu deneyin yeni bir versiyonunu bu sefer bir alışveriş merkezinde gerçekleştirmeye karar verdim.⁽¹⁴⁾

Çalışma, günlük hayatın psikolojisini inceleyen bir televizyon programının bir parçasıydı. Kalabalık bir insan grubu topladık ve onlara iki kursiyerin yeni bir sıkacak ile nasıl meyve suyu yapacaklarını seyredeceklerini söyledik. İlk kursiyer, “mükemmel” kişi rolündeki Sara idi. Sara önceki geceyi sıkacağı kullanmaya hâkim olmak ve etkileyici bir konuşma yapmak üzere ayakta geçirmişti. Meyveler sıkacağa kondu, kapak kapandı, sıkacak çalıştı ve sonuç olarak mükemmel içecek elde edildi. Kalabalık, Sara'yı hak ettiği şekilde güçlü bir alkışla ödüllendirdi ve merakla ikinci kursiyeri beklemeye başladı. “Hiç de mükemmel olmayan” kişi rolündeki Emma sahnedeki yerini aldı. Meyveler sıkacağa kondu, kapak kapandı, sıkacak çalıştı, kapak yerinden çıktı ve Emma baştan aşağı meyve suyu içinde kaldı. Sıkacağın içinde kaldığı kadarıyla

meyve suyunu bardağa koyan Emma, kalabalıktan sempatik bir alkış kopardı.

Deneyin ilk bölümünün tamamlanmasının ardından, sıra sempatik olma meselesini incelemeye gelmişti. Seyircilere iki gösteri hakkındaki görüşlerini sorduk. Hangisi onları daha çok etkilemişti? İlk gösteriyi mi yoksa ikincisini mi seyrettikten sonra meyve suyu sıkacağı almaya niyetlenmişlerdi? Ve hepsinden önemlisi, Sara'yı mı yoksa Emma'yı mı daha çok sevmişlerdi? Seyirciler Sara'nın gösterisini daha profesyonel ve ikna edici bulmuş olsalar da sempatiklik açısından Emma bir numaraydı. Neden bu şekilde düşündükleri sorulduğunda, insanlar Sara'nın kusursuz performansı ile kendilerini özdeşleştirmekte zorlandıklarını, Emma'nın daha insanî görüntüsünü ise sıcak bulduklarını söylediler. Bu, mükemmel bir deney olmasa da (örneğin, Emma ve Sara ikiz değildi, dolayısıyla dış görünüşleri kalabalığın kararını etkilemiş olabilir) zaman zaman hata yapmanın sosyal hayatınız açısından iyi olabileceğine dair destek sağlamaktadır.

Sempatikliğe götüren üçüncü ve son enteresan yol, gayet insanî bir özellik olan dedikodu yapma ihtiyacım içermektedir. Çoğu insan arkadaşları ya da meslektaşları hakkında tuhaf haberleri kulaktan kulağa aktarmayı sever. Peki ama bu şekilde bir davranış sergilemek kendileri için iyi midir? Newark'taki Ohio Üniversitesi'nden John Skowronski ve meslektaşları, olumsuz dedikodu yaymanın kötü yönlerini araştırmışlardır.⁽¹⁵⁾ Katılımcılara, üçüncü bir kişi (aktörün bir arkadaşı veya tanıdığı) hakkında konuşan aktörlerin videoteypleri izletilmiştir. Aktörün arkadaşıyla ilgili yorumlarından bazıları son derece olumsuzdur: "Hayvanlardan nefret ediyor. Bugün yolda yürürken karşısına yavru bir köpek çıktı ve yolundan çekilsin diye onu tekmeledi" gibi. Sonra, katılımcılardan konuşmacının kişiliğini değerlendirmeleri istenmiştir. Garip bir şekilde, videoteypteki kişi başka birini eleştirmiş olsa da katılımcılar bahsedilen olumsuz özellikleri konuşmacıya atfetmişlerdir. "Anlık

özelliğ transferi” olarak adlandırılan bu etki, dedikodu yapmanın olumlu ve olumsuz yönlerini ortaya koymaktadır. Başka biri hakkında dedikodu yaptığınızda, dinleyiciler bilinçaltlarından sizi tarif ettiğiniz özelliklerle ilişkilendirerek o özelliklerin size “transfer” edilmesine yol açar. Yani, arkadaşlarınız ve meslektaşlarınızla ilgili olumlu ve hoş şeyler söylediğinizde siz de sevimli bir insan olarak görünürsünüz. Tam tersi, başarısızlıkları ve hataları üzerine konuştuğunuzda, tüm bu olumsuz nitelikler ve yetersizlikler bilinçsizce de olsa sizinle özdeşleştirilecektir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Kişisel gelişim guruları, daha fazla empati göstererek, mütevazı ve cömert olarak sempatikliğinizi artırabileceğinizi ifade etmektedirler. Muhtemelen haklılar da. Öte yandan, daha fazla popülerite için yararlanabileceğiniz üç şaşırtıcı faktör daha mevcuttur.

Franklin Etkisi. İnsanlar sizin için bir iyilik yaptıklarında sizi daha çok severler. Diğer yandan, bu etkinin bazı sınırları vardır ve kişilerin isteksizce yapacağı veya daha da kötüsü reddedeceği büyük ricalardan ziyade, küçük iyiliklerde işe yarama ihtimali daha yüksektir.

Gülünç Durum Etkisi. Zaman zaman hata yapmanız, sempatikliğinizi artırabilir. Bununla beraber, şunu unutmayın ki, bu etki sadece fazla kusursuz görölme tehlikesiyle karşı karşıya kaldığınızda işe yarar. Aranson deneyinin başka bir bölümünde, araştırmacılar kulağa daha normal gelen bir öğrencinin iki ses kaydını yapmışlardır. Öğrenci, yarışmada yüzde 30 oranında başarılı olmuş ve sonra da birkaç vasat başarısından bahsetmiştir. Bu koşullar altında, kucağına kahve dökmesi sempatiklik sıralamasında alt sıralara düşmesine neden olmuştur, çünkü başarısızın teki olarak algılanmıştır.

Dedikodu. Şunu bilin ki, diğer insanlar hakkında nasıl konuşursanız söyledikleriniz dönüp dolaşıp sizi bulacak ve sizin kişiliğinizin bir parçası olarak görülecektir.

İkna Etmenin Hızlı Yolları

Olayı Kişiselleştirin. 1987 yılında, Teksas'ta bir kuyunun içine düşen bebeğin kurtarılması için tam 350.000 pound toplanmıştı. 2002'de ise Pasifik Okyanusu'nda bir gemide mahsur kalan köpek için 24.000 pound bağış yapılmıştı. Bunların aksine, yardım kuruluşları Amerika'da her yıl açlıktan kaynaklanan 15 milyon ölümü veya trafik kazalarında 10.000 çocuğun ölümünü önlemeye yardımcı olmak için sürekli para toplamaya çalışmaktadır. Peki, bu farkın nedeni nedir? Yakın zamanlı bir çalışmada, araştırmacılar deneyde yer almaları karşılığında katılımcılara bir ödeme yapmış ve sonra paralarının bir kısmını Çocukları Kurtarın projesine bağışlama teklifinde bulunmuşlardır. Bağışta bulunmadan önce, katılımcıların yarısına Zambiya'da açlıktan ölmek üzere olan milyonlarca insanla ilgili istatistikler, diğer yarısına ise yedi yaşındaki Afrikalı bir kızın vaziyeti gösterilmiştir.⁽¹⁶⁾ Küçük kızın hikâyesini görenler, istatistikleri görenlere kıyasla iki kat daha fazla bağış yapmışlardır. Kulağa ne kadar mantıksız gelse de insanlar kitlelerden ziyade bireylerden daha fazla etkileniyor gözükmektedir.

“Evet, evet, evet.” *Dost Kazanma ve İnsanları Etkileme Sanatı* adlı kitabında, Dale Carnegie, kişinin bir dizi ifadeye “evet” demesini sağlamanın gelecekte de sizinle aynı fikri paylaşma olasılığını artıracaklarını öne sürer. Yeni ufuklar açan bu kitabın yayınlanmasının ardından geçen 50 yıl boyunca yapılan araştırmalar, olumlu ifadelerin önemini desteklemiştir. 1980'li yıllarda, Southern Methodist Üniversitesi'nden psikolog Daniel Howard'ın yapmış olduğu bir çalışmada, araştırmacılar rastgele seçtikleri kişileri telefonla arayarak Açlığı Giderme Komitesi'nden bir temsilcinin

evlerini ziyaret ederek yardım amaçlı bisküvi satıp satamayacağını sormuştur.⁽¹⁷⁾ Araştırmacıların yarısı konuşmalarına olumlu bir yanıt alabilecekleri basit bir soruyla başlamışlardır: “Bu akşam nasılsınız, efendim?” gibi. Beklendiği üzere, insanların çoğu olumlu cevaplar vermiştir (“Harika,” “İyiyim, teşekkürler” gibi). Bundan da önemlisi, bu davranışın bisküvi satıcısının evlerine gelmesine izin verip vermemelerinde önemli bir etkisi olmasıdır. “Nasılsınız?” sorusu sorulanların yüzde 32’si teklifi kabul ederken, bu şekilde soru sorulmayan kontrol grubundakilerin yüzde 18’i kabul etmiştir. Buradan çıkarılacak sonuç, insanların olumlu bir şey söylemelerinin ardından sizinle aynı fikri paylaşma ihtimallerinin arttığıdır.

Kalbe giden yol mideden geçer. 1930’lu yıllarda yapılmış olan bir dizi çalışmada, psikolog Gregory Razran, insanların yemek yedikleri sırada tanıştıkları yeni insanlara, nesnelere ya da duydukları ifadelere daha sıcak baktıklarını keşfetmiştir.⁽¹⁸⁾ Bu etki, güzel yiyeceklerin insanları mutlu bir ruh hâline sokarak daha hızlı ve atılgan kararlar almalarını sağlamasından kaynaklanıyor olabilir.⁽¹⁹⁾ Yakın zamanlı çalışmalar, kısa süre önce kafeinli içecek tüketmiş olan kişilerin tartışmalı konularda konuşmaya daha meyilli olduklarını göstermiştir.⁽²⁰⁾ Kısaca, şunu bilin ki, bedavaymış gibi görünen hiçbir öğle yemeği veya kahve aslında bedava değildir.

Boş Yere Zaman Kaybetme, İkna Et Kafiyeyle. Alman filozof Friedrich Nietzsche, “Şen Bilim” adlı önemli yapıtında, kafiyeli şiirin ilkel zihne çekici geldiğini, çünkü sihirli yan anlamları varmış gibi görüldüğünü ve tanrılarla doğrudan konuşmanın bir yolunu simgelediğini öne sürmüştür. Bu düşünce tüm dünyada kabul görmüş olmasa da yakın zamanlı araştırmalar

kafiyelerin şaşırtıcı derecede etkili olabildiğini göstermektedir. Psikolog Matthew McGlone ve Jessica Tofighbakhsh (kolaysa bu soyadına uygun bir kafiye bulun), insanlara bazı kafiyeli deyişler (“Dost sanma şanlı vaktinde dost olanı, dost bil zor anında elinden tutanı” gibi) ve bunların kafiyesiz eşanlamlarını göstermişlerdir. Sonra, okuyuculardan bu deyişlerin hangilerinin durumu en iyi tanımladığını değerlendirmelerini istemişlerdir.⁽²¹⁾ Kafiyeli olanlar, kafiyesiz olanlara göre çok daha etkili bulunmuştur. Yazarlar bu sonucu kafiyeli ifadelerin daha hatırdı kalıcı, sevimli ve tekrar edilmesi kolay oluşuna bağlamışlardır. Bu etki reklamcılıkta sıkça kullanılmaktadır (“Sek süt içsek büyüsek,” “Şok daha ucuzu yok” gibi). Hatta O. J. Simpson’un avukatı Johnnie Cochran müvekkilini şu anlama gelen meşhur kafiyeli cümlesiyle savunmuştur: “Uymadıysa eldiven kurtulsun Simpson hapisten.”[Ç.N. Yazar burada kafiyeli deyişlere yer vermiştir. Bunlar Türkçeye çevrildiğinde kafiyeli olmayacağı ve yazarın ne demek istediği tam olarak anlaşılamayacağı için yazarın örneği yerine Türkçede kullanılan kafiyeli deyişlere yer verilmiştir].

Tek Yumurta İkizi. Araştırmalara göre, insanları ikna etmede benzerlikler de önemli rol oynamaktadır. Örneğin, Sam Houston Eyalet Üniversitesi’nden Randy Garner’ın yapmış olduğu çalışmada, insanlara posta yoluyla anket formu gönderilmiş, zarfların bazısında anketi hazırlayanın adının alıcının adıyla aynı, bazısında farklı olması ayarlanmıştır.⁽²²⁾ Yani, bir durumda örneğin Fred Smith isimli bir alıcı Fred Jones isimli bir araştırmacının, diğer durumda ise Julie Green isimli bir alıcı Amanda White isimli bir araştırmacının hazırladığı anketi alacaktır. Bu son derece basit yönlendirme bile cevap oranını etkilemiş, araştırmacıyla adaş olanlar anketi yüzde 56 oranında, adaş olmayanlar ise sadece yüzde 30 oranında doldurup geri göndermişlerdir. Diğer çalışmalar da insanların kendileri gibi görünen kişileri destekleme ve onlarla

aynı fikirde olma olasılıklarının yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bir çalışmada, 6000'den fazla Amerikalı seçmen önce kendi kişiliğini, sonra da John Kerry ve George W. Bush'un kişiliklerini algılayış şeklini değerlendirmiştir.⁽²³⁾ Seçmenler, Kerry'nin yeni fikir ve kavramlara Bush'tan daha açık olduğunu, ama Bush'un da Kerry'den daha vefalı ve samimi olduğunu ifade etmişlerdir. Öte yandan, aynı kişilik özellikleri seçmenler arasında da belirlenmiş, Kerry'ye oy verenler kendilerini Bush'a oy verenlerden daha açık fikirli bulurken, Bush'un destekleyicileri de kendilerini Kerry'ye oy verenlerden daha güvenilir olarak tanımlamışlardır. Benzerliğin giyim kuşam, konuşma tarzı, özgeçmiş, yaş, din, siyaset, içki ve sigara içme alışkanlıkları, yiyecek tercihleri, fikirler, kişilik veya beden dili ile ilgili olması fark etmez; kendimiz gibi insanları sever ve onları diğerlerine kıyasla çok daha ikna edici buluruz.

Kaplumbağanızdan Bahsetmeyi Unutmayın. Söz konusu insanları ikna etmek olduğunda, esprituellik de önemlidir. Karen O'Quin ve Joel Aronoff tarafından yürütülmüş olan bir çalışmada, katılımcılardan bir sanat eserinin fiyatı üzerine satıcıyla pazarlık etmeleri istenmiştir.⁽²⁴⁾ Pazarlığın sonlarına doğru, satıcı son teklifini şu iki şekilden birinde yapmıştır: Ya son fiyatın 6000 dolar olduğunu söylemiş ya da yine 6000 dolarda ısrarcı olmakla beraber işe biraz da esprili katmıştır ("Son teklifim 6000 dolar, ama üstüne bir de kaplumbağamı verebilirim"). Birkaç saniyelik bu esprili tavır büyük bir etki göstererek katılımcıların fiyata çok daha sıcak bakmalarını sağlamıştır. Bu etki, cinsiyet ayrımı gözetmeksizin kadınlarda da erkeklerde de işe yaramıştır. Üstelik satıcının önerdiği son fiyat katılımcının teklif ettiği ilk fiyatın ne kadar üzerinde olursa olsun... Görünüşe göre, esprili yaklaşım katılımcının neşelenmesini ve daha verici olmasını sağlamıştır. Öyleyse bir dahaki sefer istediğiniz şeyi almaya çalışırken kaplumbağanızdan bahsetmeyi unutmayın.

Birlikten Neden Her Zaman Kuvvet Doğmaz ve Böyle Anlarda Ne Yapılabilir?

13 Mart 1964'te, Kitty Genovese adlı genç bir kadın New York'un Queens ilçesindeki evine giderken tesadüfen acımasız bir saldırının kurbanı oldu. Arabasını evinin 30 metre yakınına park etmiş olmasına rağmen, evine yürümesi gereken o kısa mesafede tanımadığı bir adamın saldırısına uğradı ve defalarca bıçaklandı. Kadın yine de imdat diye çığlık atmayı başararak evine doğru ilerlemeye çalıştı. Ancak maalesef saldırgan onu yakaladı ve ölümcül bir dizi bıçak darbesiyle kadının canını aldı.

27 Mart'ta, *New York Times* gazetesi saldırıya geniş yer vererek olayı gören ya da duyan pek çok "eğitimli ve kanunlara saygılı vatandaş" olduğunu, ama hiç kimsenin saldırı sırasında polisi aramadığını yazmıştır. Olaydan sorumlu dedektifin, bu kadar çok şahidin neden hiçbir şey yapma zahmetinde bulunmadığını anlayamadığı rapor edilmiştir. Hikâye hemen diğer yayın organlarınca da ele alınmış ve çoğu gazeteci Genovese'in komşularının olayı umursamadığı ve duruma karışmak istemediği sonucuna varmıştır. Vakayı, modern Amerikan toplumunun yolunu nasıl kaybetmiş olduğuna dair lanet bir kanıt olarak görmüşlerdir. Bu trajik hikâye pek çok kişinin ilgisini çekerek çeşitli kitaplara, filmlere ve şarkılara konu olmuş ve hatta "Kitty Genovese'in Çığlıkları" isimli müzikal bir dramın da esin kaynağı olmuştur.⁽²⁵⁾

Görgü tanıklarının müdahale etmemesi, o dönemde New York'ta çalışmakta olan iki sosyal psikoloğun da dikkatini çekmiştir. Bibb Latané ve John Darley, görünen duyarsızlığın empati eksikliğinden kaynaklandığından şüpheliydi. İki araştırmacı, tanıkların polisi

aramak yerine sırtlarını dönmelerine neden olmuş olabilecek diğer faktörleri araştırmaya koyuldular. Şahit sayısının çok fazla olmasının önemli rol oynamış olabileceğini düşünen araştırmacılar, son otuz yıl içinde yayınlanmış olan hemen her psikoloji ders kitabında yer verilen bir dizi dâhice deney yaptılar.⁽²⁶⁾

İlk çalışmalarında, Latané ve Darley, bir öğrenciye New York sokaklarında sara nöbeti geçiriyor taklidi yaptırmış ve yoldan geçenlerin durup yardım edip etmediklerini gözlemlemişlerdir. Yardımcı olup olunmamasında tanık sayısının etkisini araştırdıklarından, sahte nöbet deneyini farklı sayılarda insanın şahit olacağı şekilde pek çok kez tekrarlamışlardır. Sonuçlar gayet net olduğu kadar şaşırtıcıdır da: Görgü tanıklarının sayısı arttıkça herhangi birinin yardımcı olma olasılığı azalmıştır. Öğrenci nöbeti bir kişinin gözü önünde geçirdiğinde yüzde 85 oranında yardım görürken, beş kişi eşliğinde yüzde 30 oranında yardım görmüştür. Tanık sayısının yarattığı etki, küçümsenmeyecek kadar anlamlıdır.

Bir başka çalışmada, araştırmacılar sokaklardan uzaklaşarak dikkatlerini bir bekleme odasında oturan insanlara yöneltmişlerdir.⁽²⁷⁾ Acil durum olarak bu sefer sara nöbeti taklidi kullanılmamış, bunun yerine bekleme odasının kapısının altından içeriye duman verilerek sanki binada yangın çıkmış gibi bir izlenim uyandırılmak istenmiştir. Sonuçlar yine göstermiştir ki, bekleyenlerin sayısı arttıkça herhangi birinin alarmı çalma olasılığı azalmaktadır. Odada tek başına oturanların yüzde 75'i duman sızıntısını bildirirken, odada üç kişi olduğunda bu oran yüzde 38'e düşmüştür. Konuyla ilgili yapılmış olan diğer çalışmalar da yardım ihtiyacı ister büyük ister küçük olsun, aynı etkiyi ortaya koymuştur. Örneğin, başka bir deneyde, araştırmacılar toplam 1497 asansör yolculuğunda 145 oyuncuya cebinden bozuk para veya kalem düşürmesini söylemişlerdir. Toplamda, 4813 kişi onlarla aynı asansörü paylaşmıştır. Asansörde araştırmacıya sadece bir kişi eşlik ettiğinde, araştırmacının düşürdüğü para ve kalem diğer kişi tarafından olayların

yüzde 40'ında yerden alınırken, asansörü altı kişi paylaştığında yardımcı olunma oranı yüzde 20'ye düşmüştür.⁽²⁸⁾

Kaza yapmış bir motosikletçiye yardım etmekten kan vermeye, mağazada hırsızlık yapan birini bildirmekten acil bir durum karşısında telefon etmeye kadar aynı durumun geçerli olduğu görülmüştür. Anlaşılan o ki, Kitty Genovese olayında görgü tanıkları duyarsız ya da bencil değildi; sadece sayıları fazlaydı.

Peki, odadaki kişi sayısı arttıkça insanlara yardımcı olma dürtüsü nasıl azalmaktadır? Sokakta yürüyen bir adamın aniden yere düşmesi gibi çok sık karşılaşmadığımız bir durumla yüz yüze geldiğimizde, ne olup bittiğiyle ilgili karar vermemiz gerekir. Çoğu zaman birkaç seçenek vardır: Belki gerçekten acil bir durum söz konusudur, örneğin adam sara nöbeti geçiriyordur; belki adamın sadece ayağı takılmıştır; belki bir sosyal psikoloji deneyinin parçası olarak adam rol yapmaktadır; belki gizli kamera şakası çekilmektedir; belki de sokak göstericisi olan adam şovuna başlamak üzeredir... Onca farklı olasılığa rağmen bir karar vermek zorundayızdır. Peki, ama bunu nasıl yapabiliriz? Bunun bir yolu, çevremizdekilerin olay karşısında nasıl davrandığına bakmaktır. Yardıma mı koşmaktadırlar yoksa kendi işlerine bakmaya devam mı etmektedirler? Ambulans mı çağırmaktadırlar yoksa arkadaşlarıyla sohbet mi etmektedirler? Maalesef, çoğu insan kalabalıkta dikkat çekmek istemediğinden, aradığı işaretleri bulmak için diğer insanlara bakar ve sonuçta grup olarak "Önemli bir durum yok, işimize bakalım" kararı alınabilir. İkincisi, yardıma ihtiyaç olduğu açık ve net bir şekilde gözükse de sorumluluk alma meselesi insanlara mani olur. Çoğu günlük olayda, kesin bir emir komuta zinciri yoktur. Yardım etmek size mi düşer, yoksa bu işi orada duran adama mı bırakmalısınız (ona değil, onun arkasındakine)? Gruptaki herkes böyle düşündüğünden, sonuç olarak kimse yardım etmeyi seçmeyebilir.

Tek başınıza olduğunuzda ise durum çok farklı bir hâl alır. Aniden, tüm yükü kendi omuzlarınızda taşımaya başlarsınız. Yere düşen adam ya gerçekten yardıma ihtiyaç duyuyorsa? Ya binada gerçekten yangın çıktıysa? Ya asansördeki o kadın düşürdüğü kalem can sıkıcı bir toplantıda ısırmak için arayıp da bulamazsa? Olaya sırtını dönüp uzaklaşan kişi olmaya hazır mısınız? Bu koşullar altında, çoğu insan gerçekten bir sorun olup olmadığını öğrenmeye ve eğer varsa yardımcı olmaya çalışacaktır.

Latané ve Darley'in "seyirci etkisi" olarak adlandırılan bu çığır açan çalışmalarının başlangıç noktası, Kitty Genovese'in trajik bir şekilde öldürülmesine şahit olan ama bu konuda bir şey yapmayan 38 görgü tanığının davranış tarzı olmuştur. İlginç bir şekilde, yakın zamanlı çalışmalar, cinayetin orijinal medya haberlerinde öne sürülen duyarsızlığın abartılmış olabileceğini göstermektedir. Hatta olaya müdahil olan avukatlardan biri, 38 değil, sadece 6 gerçek görgü tanığı olduğunu, hiçbirinin Genovese'in bıçaklandığını gördüğünün rapor edilmediğini ve içlerinden birinin olay meydana geldiği sırada polise haber verilmiş olduğunu iddia ettiğini söylemiştir.⁽²⁹⁾ Öte yandan, o gece gösterilmiş olan tepkiler bir yana, cinayetin medya haberlerini takip eden deneyler, yardıma ihtiyaç duyduğunuz bir an çevrenizde birçok insan olmasının yardım göreceğinizi garantilemeyeceğini ortaya koymaktadır.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Seyirci etkisinin verdiği mesaj nettir: Yardıma ihtiyacı olan bir kişinin çevresinde ne kadar çok insan varsa herhangi birinin yardım etme olasılığı da o kadar düşer.

Peki, sokakta yardıma ihtiyacınız olduğunda yardım görebilme şansınızı artırmak için ne yapabilirsiniz? İkna uzmanı Robert Cialdini'ye göre, çözüm yolu, kalabalığın içinden sempatik bir yüz seçip ona ne olup bittiğini ve ne yapması gerektiğini net bir şekilde anlatmaktır. Örneğin, kalp krizi geçiriyor olduğunuzu düşündüğünüzü ve ambulans çağırması gerektiğini veya diyabetik olduğunuzu ve bir an önce şeker almanız gerektiğini söyleyebilirsiniz. Kısaca, sorunun temelini oluşturan sorumluluk dağılımını kolaylaştırarak kalabalıktaki meçhul seyirciyi insanlık vazifesini yapacak birine dönüştürecek herhangi bir şey yapabilirsiniz.

Sorumluluk dağılımını kolaylaştırma anlayışına sahip olmanız, farklı durumlarda da insanları ikna etmenize yardımcı olabilir. Örneğin, e-posta aracılığıyla insanlardan yardım isterken mesajınızı bir grup insana kopyalayıp göndermeyin. İnsanlar bir e-postanın pek çok kişiye gönderilmiş olduğunu gördüklerinde, aynı dağılım etkisi doğacak ve yanıt verme sorumluluğunu herkes birbirinin üzerine atacaktır.⁽³⁰⁾ Kişilerin yardımcı olma olasılığını artırmak için mesajı her bireye ayrı ayrı gönderin.

Her Peni Yardımcı Olacaktır

Mükemmel bir bağış kutusu hazırlayarak iyi amaçlar uğruna bağışlanacak para miktarını artırmak mümkün müdür? Yanıtı bulmak üzere, Borders kitapevleriyle işbirliği yaptım ve tüm İngiltere’de bir hafta süren gizli bir çalışma yürüttüm. Katılımcı mağazalara dört bağış kutusu gönderildi. Kutuların şekli ve büyüklüğü aynıydı ve hepsinin üzerinde aynı hayır kurumunun reklamı vardı: Ulusal Okuryazarlık Fonu. Fakat her birinin üzerinde yazan mesaj farklıydı ve psikologlar mesajların toplanacak para miktarı üzerinde etkisi olacağını düşünüyordu. Mesajlar şunlardı: “Cömert bağışlarınızı bekliyoruz”, “Her peni yardımcı olacaktır”, “Her pound yardımcı olacaktır” ve “Bağışınız fark yaratacaktır.” Mağaza yöneticilerine her kutuyu rastgele seçtikleri kasaların yanına koymaları ve her kutuda biriken parayı izlemeleri söylendi.

Farklı mesajlar kutularda biriken bağış miktarlarını etkiledi mi? Evet. Deneyin sonunda, dört kutuda çok farklı miktarlarda para vardı. En fazla para biriken, “Her peni yardımcı olacaktır” kutusuydu. Bu kutudaki para, yapılan tüm bağışların yüzde 62’sini oluşturmaktaydı. Buna karşın, “Her pound yardımcı olacaktır” kutusu yüzde 17’lik bir oranla son sırada yer aldı. Mesajdaki tek kelimelik bir değişiklik nasıl olmuştu da böyle büyük bir etki yaratmıştı? Arizona Eyalet Üniversitesi’nden psikolog Robert Cialdini’nin yapmış olduğu çalışmalara göre, çoğu insan bağış kutusuna çok küçük bir miktar para koymanın kendisini kötü göstereceğini düşündüğünden, genellikle hiçbir şey vermeden yoluna devam etmektedir.⁽³¹⁾ “Her peni yardımcı olacaktır” ifadesi, en ufak bir bağışı bile teşvik etmektedir. “Her pound yardımcı olacaktır” sözü ise tam tersi etkiyi yaratır: Daha az miktarda bağış

yapacak kişiler bağışlarının kıymetsiz görüneceğini düşünerek hiçbir şey vermezler.

Deneyin bir başka bölümünde, kutuların renklerini değiştirdik ve belki bir tür acillik hissi yaydığından kırmızının en etkili renk olduğunu gördük. İlginç bir şekilde, bağış miktarları ülkenin farklı bölgelerine göre de değişiklik gösterdi. Rakamlar, müşteri sayılarındaki farklılara göre düzeltilindiğinde, Londra müşterilerinin en cömert tavrı sergileyerek en düşük bağışın toplandığı Birmingham'dan yirmi kat daha fazla bağışta bulunduğunu ortaya koydu.

Bütün bu sonuçlar göstermektedir ki, bağış kutuları kırmızıya boyanıp üzerlerine "Her peni yardımcı olacaktır" yazıldıktan sonra, Birmingham hariç herhangi bir yere konduğunda yüzde 200 daha fazla etkili olabilirler.

İnsanlara Yardımcı Olmanın Önemi Üzerine

İncil'e göre, vermek almaktan iyidir. Her ne kadar İncil'de belirtildiği şekliyle olmasa da bu kavram ikna etme psikolojisi üzerine yapılan araştırmalarca da desteklenmektedir.

1970 yılının Aralık ayında, psikolog Philip Kunz ve Michael Woolcott belki de bugüne dek yapılmış olan en basit sosyal psikoloji deneyini gerçekleştirdi.⁽³²⁾ Birkaç hafta süresince posta yoluyla insanlara Noel tebrik kartı gönderdiler. Ancak arkadaş, aile ya da meslektaşlarına değil, telefon rehberinden rastgele seçtikleri kişilere gönderim yaptılar. İki cesur araştırmacı, karşılıklılık durumunun psikolojisi ile ilgilenmekte ve hiç tanımadığı birinden tebrik kartı almanın insanları geri kart göndermeye ikna edip etmeyeceğini merak etmekteydi. Bu sorunun cevabı evet idi, nitekim Kunz ve Woolcott rastgele gönderim yaptıkları kişilerin çoğundan kart aldı.

Karşılıklılık ilkesi, ikna etme bilimiyle uğraşan kişilerce incelenmiştir. Pek tabii, yukarıdaki deneyin amacı yabancıları Noel kartı göndermeye ikna etmek değil, aynı tekniğin insan davranışının daha önemli yönlerini etkileyip etkilemeyeceğini keşfetmektir.

1970'li yıllarda, psikolog Dennis Regan, estetik ve sanat üzerine yapacağı bir deney için gönüllüler toplamıştı. Katılımcılar teker teker bir sergiye gelecek ve orada başka bir katılımcı tarafından karşılanacaktı. Birlikte, sergilenen tabloların değerlendirmesini yapacaklardı.⁽³³⁾ Bir sosyal psikoloji deneyinde yer alıp da bir başka katılımcıyla tanışacağınız söylendiğinde, bu yeni kişinin araştırmacı adına çalışıyor olacağını tahmin etmeniz pek de zor olmasa gerek. Regan'ın çalışmasında da durum böyleydi. Muhabire detaylı talimatlar verilmişti. Galeride gerçek katılımcılarla karşılaştığında

aniden susayacak ve ücretsiz içecek masasına yönelecekti. Susuzluğunu giderdikten sonra, kimi zaman eli boş dönecek, kimi zaman da gerçek katılımcıya bir kutu kola getirecekti.

Bir psikoloji deneyine gönüllü olarak katıldığınızda, diğer “katılımcı” size bir şekilde yardımcı olursa onun da sizden her an bir iyilik yapmanızı isteyeceğine bahse girebilirsiniz. Regan, bu konuda da geleneği bozmadı. Tüm tabloların değerlendirilmesi bittikten sonra, muhbir gerçek katılımcıya dönerek çekiliş kuponu sattığını, elinde çok az kaldığını, her birinin 25 sent olduğunu ve geriye kalan biletleri sattığı takdirde 50 dolarlık bir ödül kazanacağını söyler. “Ufacık bir desteğiniz bile yardımcı olacaktır” diye de ekler. Muhbirin getirdiği kola bedava olmuş olsa da katılımcının davranışını büyük oranda etkilemiş, kola getirilenler getirilmeyenlere kıyasla iki kat daha fazla kupon satın almıştır.

Konuyla ilgili diğer çalışmalar da yapılan iyiliklerin nasıl anında bir karşılık verme arzusu doğurduğunu göstermiştir. Bir başka sade ve etkili deneyde, psikolog David Strohmetz ve meslektaşları, garsonlara hesapları şeker eşliğinde veya şekersiz götürmelerini söyleyerek bunun bahşişler üzerindeki etkisini incelemiştir.⁽³⁴⁾ Kontrol grubundaki yemek yiyen kişilere hesapları şekersiz, diğer gruba ise tek bir şeker eşliğinde götürülmüştür. Kontrol grubuna kıyasla, bu basit nezaket davranışı bahşişlerde yüzde 3'lük bir artış sağlamıştır. İkiser şeker verilen üçüncü bir grup müşteri ise, kontrol grubuna kıyasla yüzde 14 daha fazla bahşiş vermiştir. Hiç de fena değil. Ama asıl ilginç numara şimdi geliyor. Dördüncü ve son gruba garsonlar hesabı tek bir şeker eşliğinde götürmüş, ama tam masadan uzaklaşacaklarken ceplerinden biraz daha şeker çıkartıp müşterilere ikinciyi ikram etmişlerdir. Kişi başına düşen şeker sayısı açısından herkes üçüncü gruptakiler kadar şeker almış olsa da psikolojik açıdan bakıldığında son olay çok ama çok farklıdır. Garson göstermek zorunda olmadığı ekstra bir nezaket göstermiş ve sırf bu yüzden bahşişleri yüzde 23 oranında artmıştır.

Peki, bu tür küçük iyilikler nasıl bu kadar büyük sonuçlar sağlamaktadır?

Sosyologlara göre, herhangi bir toplumun iyiliği için kesinlikle gerekli olan birkaç kural vardır. Bu kurallar hemen her kültürde mevcuttur ve toplumsal hayatın sorunsuzca işlemesine yardımcı olur. Bunlar içinde belki de en çok bilinenler arasında, “Zevk uğruna başka insanları öldürmeyin” ve “Yakın aile üyelerinizle ve hayvanlarla cinsel ilişkide bulunmayın” kurallarını sayabiliriz. Çok küçük bir azınlık bu kurallara uymakta zorluk çekse de bu iki kuralın toplumu bir arada tutmaya neden yardımcı olduğu aşikârdır. Diğer yandan, daha bilinçdışı bir düzlemde işlev gösteren, fakat toplumsal huzur adına eşit derecede önemli olan başka kurallar da mevcuttur. Yapılan iyiliklere karşılık verme kavramı bunlar içinde belki de en önemlisidir.

Toplumun bir arada kalabilmesi için insanların birlikte çalışması ve birbirlerine yardımcı olması gerekir. Öte yandan, bazı insanlar her zaman aldıklarından fazlasını verirler. Öyleyse kime yardımcı olup olmayacağınızı nasıl bileceksiniz? Bu karmaşık kararı almanın püf noktası şaşırtıcı derecede basittir: Size yardımcı olmuş olan kişilere yardım edin. Başka bir deyişle, siz benim sırtımı kollayın, ben de sizinkini kollayayım... Bu şekilde, iki tarafın da işine gelen bir durum söz konusudur ve herkes hâlimden memnundur. Eğer herkes kendisine yapılan her iyiliğe bu kadar çabuk ve eşitlikçi bir yaklaşımla karşılık verseydi ikna etme psikolojisi üzerine çalışan bilim adamlarını cezbeden hiçbir mevzu kalmazdı. Bir araştırmacı bakış açısıyla baktığımda, sırt kollama meselesinin bundan biraz daha karmaşık olması beni memnun ediyor. Sizin sırtınızı kollarsam bunun anlamı sizi sevdiğim ve size güvendiğimdir; üstelik zamanı geldiğinde sizin yardımınızı hak edecek iyi bir insan olduğumdur. Bu faktörler bir araya gelerek insanları aldıklarından çok daha fazlasını vermeye iten kuvvetli bir güç oluşturmaktadır. Sanat galerisi deneyinde her ne kadar kutu kola ücretsiz olmuş olsa da

insanları ellerini cüzdanlarına götürerek çekiliş kuponu almaya ikna etmiştir. Restoran deneyinde, ekstra şeker sadece birkaç peni değerinde olmasına rağmen insanların çok daha yüksek miktarlarda bahşış bırakmasını sağlamıştır.

Bize yardımcı olan insanları sever, sevdiğimiz insanlara yardımcı oluruz. Diğer yandan, söz konusu iyilik yapmak olduğunda, küçücük şeylerin bile bir kişiyi sevmemizi sağlaması ve karşılığında bizde çok daha fazlasını yapma isteği doğurması ilginçtir. Görünüşe göre, kendinize yardımcı olmak istiyorsanız önce başkalarına yardımcı olmanız gerekmektedir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Pek çok araştırmaya göre, bir insana iyilik yapmak, onda karşılık olarak çok daha fazlasını yapma isteği uyandırmaktadır. Peki, bunun anlamı bütün iyiliklerin aşırı verici ve yardımsever davranışlarla mı karşılık göreceğidir? Diğer bazı araştırmalar, iyilikleri daha etkili kılan bazı hassas faktörler olduğunu ortaya koymuştur.

İyilikler, birbirini çok iyi tanımayan insanlar arasında ve küçük ama incelikli olduklarında en etkilidirler. İnsanlar bir başkasına yardımcı olmak adına fazla bir çabaya girdiğinde, alıcı bunun altında kalmaması gerektiğine dair rahatsız edici bir baskı hissedebilir. Bir bakıma, kişi başlangıçta çok verici olarak karşısındakini zor bir konuma sokabilir; nitekim karşılıklılığın kuralına göre onun daha fazlasını yapması gerekecektir. Alıcı kendisine yardım edilmesinin sebebinin tek başına başarılı olacağına inanılmaması olduğunu düşünebilir⁽³⁵⁾ ya da iyiliğin altında gizli bir maksat arayabilir.⁽³⁶⁾ Bu nedenle, özsaygısı azalabilir. Buna mani olmak için motivasyonda bulunmak önemlidir. Sonuç olarak, ikna tekniğinizden maksimum fayda görebilmek için iyiliklerinizi yabancılara saklamayı, önemli olanın düşünmek olduğunu ve yapacağınız iyiliğin içten gözükmesi gerektiğini unutmayın.

İyiliğinizin karşılığında göreceğiniz iyiliğin derecesi, kültürel faktörlere göre de değişebilir. Michael Morris ve meslektaşlarının yapmış olduğu bir çalışmada, farklı ülkelerden insanlara yardım isteyen bir iş arkadaşlarına destek olup olmamalarını etkileyen faktörler sorulmuştur.⁽³⁷⁾ Amerikalıların karşılıklılık kuralından son derece etkilendiği ("Bu kişi geçmişte bana yardım etmiş miydi?"), Almanların yardımlarının şirket kurallarıyla çatışıp çatışmayacağı konusunda endişelendiği, İspanyolla-

rın arkadaşlığın temel kurallarına göre davrandığı ve Çinlilerin yardım isteyen kişinin mevkisine göre karar verdiği görülmüştür.

Son olarak, yatırımınızdan maksimum geri dönüş sağlamak için karşınızdaki kişiden bir an önce bir iyilik yapmasını isteyin. Stanford Üniversitesi'nden Francis Flynn'ın, büyük bir Amerikan havayolu şirketinin müşteri hizmetleri departmanında çalışan kişilere uyguladığı anket sonuçları, yapılan iyiliğin hemen karşılık görmesinin en güçlü etkiyi uyandırdığını göstermiştir.⁽³⁸⁾ Görünüşe göre, araya fazla zaman koyacak olursanız insanlar ya yaptığınız iyiliği unutacak ya da o dönemde aslında hiç de yardıma ihtiyaçları olmadığına kendilerini ikna edeceklerdir.

Cüzdanınızı Bir Daha Hiç Kaybetmeyin

Birkaç hafta önce cüzdanımı kaybettim. Önce panikledim, sonra sakinleştım ve sırayla önceki yaptıklarımı hatırlamaya çalıştım ama cüzdanı yine bulamadım, yine panikledim ve ardından sakinleştım ve nihayet kredi kartlarımı iptal ettirmeye başladım. Maalesef, cüzdanımı bir daha hiç görmedim. Yine de olaya olumlu tarafından bakacak olursak artık eskisinden çok daha güzel, yepyeni bir cüzdanım var. Yeni cüzdanımın ve benim yollarımızın ayrılmasını hiç istemem. Ancak olur da bu cüzdanı da kaybedecek olursam cüzdanın bir şekilde bana geri getirilme ihtimalini nasıl artırabileceğimi düşünmeden de edemedim.

Gördüm ki, kişiyi kayıp bir cüzdanı sahibine götürmeye ikna etmenin yolları üzerine kafa yoran ilk insan ben değışmişim. 1960'ların sonları ve 70'lerin başlarında, yardım etmenin psikolojisiyle ilgilenen araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda işlek caddelere gizlice pek çok sayıda cüzdan bırakmışlar ve sonra geri getirilme oranlarını gözlemlemişlerdir. Yollara cüzdan bırakma deneylerine en fazla zaman ayıran kişi muhtemelen Columbia Üniversitesi'nden Harvey Hornstein'dır.

Hornstein, cüzdanların geri getirilme oranlarını etkileyen bazı faktörleri incelemek için uzun yıllar sistematik çalışmalar yapmıştır. Örneğin, bir çalışmada, bir cüzdanın olumsuzdan ziyade olumlu hisler yaymasının geri getirilme olasılığını artırıp artırmadığını araştırmıştır.⁽³⁹⁾ Hornstein'in çoğu çalışması gibi, bu çalışma da pek sık karşılaşılmayan bir senaryoya sahiptir. Nitekim cüzdanın bir değil, iki kez kaybedilmiş olduğu izlenimi verilmek istenmiştir. Bu senaryoya göre, gerçek sahibi cüzdanı kaybetmiş, sonra biri onu bulmuş, içine küçük bir not iliştiirmiş ve sahibine göndermek üzere bir zarfa yerleştirmiştir. Öte yandan, postaneye giderken

iyi niyetli kişi istemeden zarfı sokakta düşürmüş, böylece cüzdan ikinci kez kaybolmuştur. Hornstein'ın deneyine bilmeden dâhil olanlar, açık bir zarfın içinde üzerine bir not ilâştirilmiş bir cüzdanla karşılaşmış ve cüzdanı ilk sahibine gönderip göndermeme konusunda karar vermeleri gerekmiştir. Cüzdandaki notların yansı kulağa son derece olumlu gelirken ("Size yardımcı olabildiğim için çok memnunuz" gibi), diğerleri çok daha olumsuzdur ("Cüzdanınızı göndermek zorunda kalmak hiç hoşuma gitmedi, umarım bu zahmetimi takdir edersiniz" gibi). Notlarda yazılanlar insanların davranışlarını büyük oranda etkilemiş, olumlu notlu cüzdanların yüzde 40'ı, olumsuzların ise sadece yüzde 12'si geri gönderilmiştir.

Her ne kadar Hornstein'ın bulguları ilginç olsa da cüzdanımın içinde kulağa hoş gelen bir notu sürekli taşıyabileceğimi gözümde canlandıramadım. Maalesef, aynı durum cüzdan kaybolmaları üzerine yapılmış olan çoğu akademik çalışma için de geçerlidir: Teorik açıdan mantıklı olsalar da pek uygulanabilir oldukları söylenemez. Bunun üzerine, soğukkanlı bir şekilde arkadaşlarıma danışarak cüzdanımın içine ne koyabileceğime dair fikirlerini aldım. Bir bebek veya köpek fotoğrafı gibi ya da cüzdan sahibinin iyi biri olduğuna işaret edecek çeşitli önerilerle karşılaştım. Hangi önerinin daha etkili olduğunu bulmak için Hornstein-benzeri bir çalışma gerçekleştirmeye karar verdim.

Tam 240 tane cüzdan satın aldım ve hepsinin içini aynı şeylerle doldurdum: Çekiliş kuponları, indirim broşürleri ve sahte üyelik kartları gibi... Sonra, seksen cüzdanın içine şu dört fotoğraftan birini yerleştirdim: Gülen bir bebek, şirin bir yavru köpek, mutlu bir aile veya mutlu bir yaşlı çift. Diğer seksen cüzdanın içine cüzdan sahibinin yakın zamanda yüklü bir bağış yapmış olduğunu gösteren bir kart koydum. Son seksen cüzdan ise kontrol grubu niteliğinde olduğundan onlara herhangi bir ekstra belirteç koymadım. İlk yüz altmış cüzdandaki ekstra nesneleri, cüzdan açılır açılmaz kolaylıkla görülecek şeffaf gözlere yerleştirdim. Ardından,

ben ve çalışma arkadaşlarım tüm cüzdanları rastgele sıraladık ve birkaç haftalık bir süre zarfında Edinburgh'un işlek ama postanelerden, çöp kutularından ve çeşitli pislikten uzak bölgelerine gizlice bıraktık.

Bir hafta içinde cüzdanların yüzde 52'si geri gönderilmiş ve net bir düzen ortaya çıkmıştı. Kontrol grubundaki cüzdanların sadece yüzde 6'sı ve içinde bağış kartı olanların yüzde 8'i geri gönderilmişti. Yaşlı çift, şirin köpek ve mutlu aile fotoğrafları olanlar daha etkileyici bir oranda geri gönderilmişti: Sırasıyla yüzde 11, yüzde 19 ve yüzde 21. Öte yandan, kazanan cüzdanlar yüzde 35'lik geri gönderilme oranıyla içinde gülen bebek fotoğrafı olanlardı.

Bebek fotoğrafı neden bu kadar iyi sonuç vermişti? Bunun cevabı, evrimsel geçmişimizin derinliklerinde yatmaktadır. Oxford Üniversitesi'nden beyin tarama uzmanları, kısa süre önce yapmış oldukları bir çalışmada, insanlara bebek veya yetişkin yüzü fotoğrafı gösterildiğinde beyinlerinde ne gibi değişiklikler olduğunu araştırmışlardır.⁽⁴⁰⁾ Fotoğrafların hepsi çekicilik açısından uyumlusalar da yetişkin değil de bebek yüzü gördükten sonra beynin gözlerin tam arkasında kalan kısmında (tıbbi terimlerle "medial orbitofrontal korteks" olarak adlandırılır) saniyenin yedide birinde aktivite gerçekleşmiştir. Yanıt, bilinçli olarak kontrol edilemeyecek kadar hızlıdır. Üstelik beynin bu bölgesi insanların kocaman bir çikolata veya piyangodan para çıkması gibi güzel bir şeyle ödüllendirildiği anlarla ilişkilidir. Çoğu bilim adamı, bu "bebek" bağlantısının binlerce yıl içinde evrimleşerek insanların hassas ve savunmasız bebeklere karşı olumlu duygular beslemelerini ve dolayısıyla onlara yardımcı olmalarını sağladığını düşünmektedir. Diğer araştırmalara göre, bu ilgili tavır sadece bebeklere yardımcı olunmasını sağlamakla kalmayacak, muhtaç durumda olan herkese destek olunması ihtimalini de artıracaktır. Bu açıdan bakıldığında, içinde bebek fotoğrafı olan cüzdanları açan katılımcılar, kocaman gözler, geniş bir alın ve düğme burundan oluşan bu yüze beyin-

lerinin otomatik bir şekilde yanıt vermesini engelleyememiştir. Bir saniyeden kısa bir zaman içinde, derinden gelen evrimsel bir mekanizma onları hızla içlerindeki ebeveynle temasa geçirmiş, daha mutlu ve daha ilgili kılmış ve böylece cüzdanı geri gönderme olasılıklarını artırmıştır.

Durumun açıklaması ne olursa olsun, verdiği mesaj açık ve nettir: Cüzdanınız kaybolacak olursa size geri gönderilme ihtimalini artırmak için bulabileceğiniz en sevimli ve en mutlu bebeğin fotoğrafını çekin ve cüzdanınızın kolayca görünen bir kısmına yerleştirin.

3. MOTİVASYON

Hayallerinizi gözünüzde canlandırmanın karanlık yönü, harika bir plan sayesinde istediğiniz her şeye ulaşmanın, sürüncemede bırakmanın üstesinden gelmenin ve karşıt görüşlerden (çiftdüşünme kavramı) faydalanmanın yolları.

Geçtiğimiz kırk yıl boyunca pek çok kitap, ses kaydı ve eğitim kursu insanlara anlık mutluluklar peşinde koşmanın tehlikelerini anlatmaya ve kişilerin uzun vadeli hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmaya çalışmıştır. Paranızı ödedikten sonra, hayallerinizi gözünüzde canlandırmaktan kendi değerinizin farkına varmaya, odaklanmaktan akışa uyum sağlamaya kadar size farklı teknikler sunulur. Ancak ortada bir sorun vardır: Çeşitli bilimsel çalışmalara göre, bu egzersizlerin çoğu işe yaramamaktadır. Örneğin, kitabın başlarında tarif etmiş olduğum basit gözünüzde canlandırma egzersizini ele alalım. Hatırlayacağınız üzere, sizden gözlerinizi kapatmanız ve yeni sizi hayal etmeniz istenmişti: O daracık kot pantolonun içinde kendinizi ne kadar iyi hissedeceğinizi, şirket merdiveninin en tepesinde koca bir ofiste oturduğunuzu veya Karayipler'in ılık kumu ayak parmaklarınızın arasından kayıp giderken kokteyli-nizi yudumladığınızı düşlemek gibi. Bu tür egzersizler, insanların kilo vermesine, sigarayı bırakmasına, ruh eşlerini bulmasına ve kariyerinde başarıyı elde etmesine yardımcı olacağı iddialarıyla kişisel gelişim sektöründe yıllardır pazarlanmaktadır. Maalesef, artık araştırmaların çoğu bu tekniklerin size kendinizi iyi hissettirmesine rağmen en iyi ihtimalle etkisiz olduklarını göstermektedir.

California Üniversitesi'nden Lien Pham ve Shelley Taylor tarafından yürütülmüş olan bir çalışmada, bir grup öğrenciden birkaç gün sonra gerçekleşecek önemli bir sınavdan yüksek puan aldıklarını her gün kısa bir süre boyunca gözlerinde canlandırmaları istenmiştir.⁽¹⁾ Öğrencilere, zihinlerinde o anın net bir görüntüsünü

oluşturmaları ve kendilerini ne kadar müthiş hissedeceklerini hayal etmeleri söylenmiştir. Çalışmaya bir kontrol grubu da dâhil edilmiş ama bu gruba günlük hayatlarına olduğu gibi devam etmeleri söylenmiş, onlardan sınavlarda başarılı olduklarını hayal etmeleri istenmemiştir. Araştırmacılar, her iki grup öğrenciden her gün kaç saat ders çalıştıklarını not etmelerini istemiş ve sonra nihai sınav puanlarını gözlemlemişlerdir. Hayal kurma egzersizi sadece birkaç dakika sürmüş olmasına rağmen, öğrencilerin davranışlarına büyük oranda etki ederek daha az ders çalışmalarına ve sınavdan daha düşük not almalarına neden olmuştur. Egzersiz onlara kendilerini daha iyi hissettirmiş olsa da hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmamıştır.

Pennsylvania Üniversitesi'nden Gabriele Oettingen ve Thomas Wadden'ın yapmış olduğu bir başka deneyde, kilo verme programına dâhil olan bir grup obez kadın takip edilmiştir.⁽²⁾ Çalışmada, kadınlardan yemekle ilişkili çeşitli senaryolar içinde nasıl davranmış göstereceklerini hayal etmeleri istenmiştir. Bir arkadaşlarının evine gittiklerinde kendilerine enfes bir pizza ikram edilmesi gibi... Alınan yanıtlar, çok olumludan ("Yaramazlık yapmaz, bütün kek ve dondurmalarından uzak dururdum" gibi) çok olumsuz ("Dürüst olayım, hem kendi payımı hem de bir başkasının payını yedim" gibi) sınıflandırılmıştır. Kadınlar bir yıl boyunca takip edilmiş, alınan sonuçlar olumlu fantezileri olan kadınların olumsuzlardan ortalama 12 kilo daha az verdiğini ortaya koymuştur.

Oettingen'in çalışması, aynı etkilerin pek çok farklı durum için de geçerli olduğunu göstermiştir. Bir başka çalışmasına, bir sınıf arkadaşına gizliden gizliye âşık olduğunu kabul eden bir grup öğrenci dâhil edilmiştir. Öğrencilerden farklı senaryolarda neler olacağını hayal etmeleri istenmiştir. Örneğin, derse erken geldikleri bir gün masalarına oturduklarında kapının açılıp gözbebeklerinin sınıftan içeri girmesi gibi... En sadık Mills & Boon okurunun bile yüzünün kızarmasına neden olacak hayallerden

(“Gözlerimiz birleşir ve o an ikimiz de anlarız ki hayatta yalnız bir kez yaşanacak türden bir aşka yelken açmak üzereyiz” gibi) daha olumsuz senaryolara kadar (“Onun da benim de hayatlarımızda kimse yok. Bana döner, gülümser ve nasıl olduğumu sorar. O an, hâlâ tam olarak anlayamadığım bir sebepten ötürü ona zaten bir erkek arkadaşım olduğunu söylerim” gibi) bu kez de fantezilerin derecesi değerlendirilmiştir. Beş ay sonra, olumlu fantezileri olan öğrencilerin diğerlerine kıyasla hoşlandıkları kişiye açılma veya onlarla bir ilişki yaşamaya dair adım atma ihtimallerinin daha düşük olduğu görülmüştür.⁽³⁾

Bu etkinin aynısı, meslek hayatındaki başarılar için de söz konusudur. Oettingen, bu kez de son sınıftaki öğrencilerinden üniversiteden mezun olduktan sonra rüyalarındaki işe kavuşmayı ne sıklıkta hayal ettiklerini not etmelerini istemiştir. İki yıllık bir izlem sonucunda, başarıları hakkında sık sık hayal kuranların diğer arkadaşlarına kıyasla daha az iş başvurusunda bulunduğu, daha az sayıda iş teklifi aldığı ve daha az maaşları olduğu anlaşılmıştır.

Hedeflerinize ulaştığınızı hayal etmeniz nasıl olur da sizin için bu kadar kötü olabilir? Araştırmacılar, hayatlarının harika olacağını hayal edenlerin bu engebeli yolda sık sık karşılaşacakları zorluklara karşı yeterince hazır olmadıklarını veya bir kaçış psikolojisi içinde olduklarını ve dolayısıyla hedeflerine ulaşmak için gereken çabayı sarf etmediklerini iddia etmektedirler. Her iki koşulda da araştırmacının vermek istediği mesaj açık ve nettir: Mükemmel bir hayata sahip olacağınıza dair hayaller kurmak size kendinizi daha iyi hissettirse de rüyalarınızın gerçeğe dönüşmesine yardımcı olmayacaktır.

Neyse ki, motivasyon üzerine yapılmış olan diğer araştırmaların sonuçları bu kadar iç karartıcı değildir. Pek çok çalışma, bazı tekniklerin insanların hayatında kalıcı ve olumlu değişimler yaratmaya yardımcı olduğunu göstermektedir. Kilo vermekten sigarayı bırakmaya, meslek değiştirmekten ruh eşinizi bulmaya kadar çeşitli

konularda yardımcı olabilecek hızlı ve zahmetsiz çeşitli teknikler vardır. İşin sırrı harika bir plan yapmakta, sürüncemede bırakma ve karşıt görüşlerin üstesinden nasıl gelineceğini bilmektedir.

Mükemmel Bir Plan Yapın

Önemli bir hedefinize ulaşmaya çalıştığınız bir dönemi hatırlayın. Kilo vermeye çalışmak, yeni bir işe girmek için çabalamak, bir sınavı kazanmak için emek vermek veya mühim bir mülâkata hazırlanmak gibi... Ne tür teknikler kullanmıştınız? Lütfen, aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra, tekniğin size uygun gelip gelmemesine bağlı olarak yanındaki “Evet” veya “Hayır” kutucuğunu işaretleyin. İfadeler üzerinde uzun uzadıya düşünmeyin ve mümkün olduğunca dürüst yanıtlar vermeye çalışın.

		Evet	Hayır
	Hayatımın önemli bir alanında değişiklik yapmaya teşebbüs ettiğimde:		
1	her şeyi adım adım planlarım.	☐	☐
2	hedeflerine ulaşmayı başarmış, hayran olduğum birine (ünlü bir rol model veya büyük bir lider gibi) odaklanarak kendimi motive etmeye çalışırım.	☐	☐
3	çevremdeki insanlara hedeflerimden bahsederim.	☐	☐
4	hedefime ulaşamadığım takdirde olacak kötü şeyleri düşünürüm.	☐	☐
5	hedefime ulaştığım takdirde olacak iyi şeyleri düşünürüm.	☐	☐
6	beni zora sokacak düşünceleri bastırmaya çalışırım (sağlıksız yiyecekler yemek veya sigara içmekle ilgili düşünmemek gibi).	☐	☐
7	hedefime doğru yol aldıkça kendimi ödüllendiririm.	☐	☐
8	iradenin gücüne inanırım.	☐	☐
9	ilerlememin kaydını tutarım (bir günlük veya tabloda, vs.)	☐	☐

10 hedefime ulaştığımda hayatımın ne kadar harika bir hâl
alacağına dair hayaller kurarım. □ □

Şimdi, iki tür puan hesaplaması yapmanız gerekiyor. 1, 3, 5, 7 ve 9. sorulara her “evet” cevabınız için 1 puan vererek A Puanınızı hesaplayın. 2, 4, 6, 8 ve 10. sorulara her “hayır” cevabınız için de 1 puan vererek B Puanınızı hesap edin. Son olarak, A ve B puanlarınızı toplayın ve 0 ile 10 arasında bir sayı elde edin.

•

Birkaç yıl önce, motivasyon psikolojisi üzerine büyük ölçekli iki bilimsel çalışma yürüttüm. Proje; kilo vermek, yeni beceriler edinmek, yeni bir ilişkiye başlamak, sigarayı bırakmak, yeni bir kariyere yelken açmak ve sosyal açıdan daha sempatik görünmek gibi farklı konulardaki hedeflerine ulaşmaya çalışan, farklı ülkelerden 5000 katılımcının takip edilmesi üzerine kuruluydu. Bir grup altı ay, diğer grup ise bir yıl boyunca izlendi. Projenin başlarında, katılımcıların büyük çoğunluğu başarılı olacağından emindi. Kendilerine verilen sürenin sonunda, herkesten hedefine ulaşmak için kullandığı teknikleri tanımlaması ve başarı düzeyini bildirmesi istendi. Projenin sonunda, katılımcıların sadece yüzde 10’u hedefine başarıyla ulaşmıştı.

Yukarıdaki soru formu, katılımcıların en sık kullanmış olduğu on tekniği içermektedir. Kimileri kulağa mantıklı gelmekte, kimilerine ise kişisel gelişim kitaplarında sıkça rastlanmaktadır. Diğer yandan, teknikler güvenilir gibi gözükse de verilerimize göre, bu yöntemlerin yarısı başarılı olma ihtimalinizi anlamlı olarak artırabilirken, diğer yarısı etkisiz kalacaktır. Öyleyse soru şudur: Hangisi hangisidir?

Deneyimizde, çift rakamlı ifadeleri uygun bulan katılımcıların hedeflerine genel olarak ulaşamadığı görülmüştür. Yani, örneğin ünlü bir rol modeli kendine örnek alanlar, Elle Macpherson veya Richard Branson'un bir resmini buzdolabı kapaklarına yapıştırarak giysi bedenlerini küçültememiş veya iş hayatında hedeflerine ulaşamamışlardır. Benzer şekilde, irade gücüne güvenenler, kremalı keklerin ve çikolatalı dondurmaların zihinlerindeki görüntülerini bastıranlar, hedeflerine ulaşamadıkları takdirde olacak kötü şeylere odaklananlar veya hayal kuranlar da zamanlarını boşa harcamışlardır. Tüm bu teknikler, insanların kendi hayatlarının kontrolünü ellerine almalarını önleyen çok daha çarpıcı motivasyon efsanelerini de içermektedir.

Soru formundaki tek rakamlı teknikleri kullanan kişilerden elde ettiğimiz verileri incelediğimizde ise bambaşka bir hikâye ortaya çıkmıştır. Bu beş yöntemin her biri insanların hedeflerine başarıyla ulaşma ihtimalini anlamlı bir şekilde artırmıştır. Şimdi sırayla her birini gözden geçirelim.

İlk olarak, çalışmamızda başarılı olan katılımcıların bir planı vardı. Yazar Zig Ziglar'ın bir zamanlar ifade etmiş olduğu gibi, insanlar etrafta avare avare gezinirken kendilerini bir anda Everest Tepesi'nin zirvesinde bulamazlar. Benzer şekilde, hayatlarını amaçsız bir şekilde sürdürenlerin aniden yeni bir işe başlama veya önemli oranda kilo verme olasılıkları düşüktür. Başarılı katılımcılar, başlıca hedeflerini bir dizi alt hedefe bölmüşler ve böylece adım adım ilerleyecekleri bir süreç yaratarak hayatta büyük bir değişime doğru ilerlerken ortaya çıkabilen korku ve duraksama hissine de mani olmuşlardır. Alt hedefler elle tutulur, ölçülebilir ve zaman tabanlı olduğunda, planlar çok daha güçlü bir hâl almıştır. Hedefleri yeni bir iş bulmak olan başarılı ve başarısız katılımcılar arasındaki fark, başarılı olanların ilk hafta özgeçmişlerini nasıl yeniden yazacaklarını hızla tarif etmeleri, sonra da altı ay boyunca iki haftada bir yeni bir iş başvurusunda bulunmalarıdır. Keza,

katılımcıların çoğu hayattan daha fazla zevk almayı amaçladığını söylemiş olsa da haftanın iki gecesini arkadaşlarıyla geçirmeyi ve her yıl yeni bir ülkeye gitmeyi planlayanlar yine başarılı olanlar olmuştur.

İkincisi, başarılı katılımcılar hedeflerini arkadaşları, aileleri veya meslektaşlarıyla paylaşmaya daha meyilliydiler. Hedeflerinizi kendinize saklamanız başarısızlık korkusunu hafifletiyor gibi gözükse de hayatınızı değiştirmeyi ihmal etmenizi ve eski alışkanlıklarınıza dönmenizi de kolaylaştırır. Bu durum, psikolojinin bazı temel bulgularıyla da örtüşmektedir. İnsanlar topluma açıldıklarında görüşlerine ve vaatlerine genellikle daha sıkı sarılırlar. Klasik bir çalışmada, öğrencilerden kâğıt üzerine çizilmiş bazı çizgilerin uzunluğunu tahmin etmeleri ve yorumlarını açıkça ifade etmeleri (bir kâğıda yazıp, imzalayıp, sonra da araştırmacıya vermeleri) veya kendilerine saklamaları istenmiştir.⁽⁴⁾ Katılımcılara tahminlerinin yanlış olabileceği söylendiğinde, yorumlarını paylaşanlar paylaşmayanlara kıyasla fikirlerine çok daha fazla sahip çıkmışlardır. Diğer araştırmalar da hedeflerini toplumla paylaştıklarında insanların onlara ulaşmak konusunda o kadar şevkli olduklarını göstermektedir.⁽⁵⁾ Planlarınızı insanlarla paylaşmanız onlara ulaşmanıza yardımcı olur; nitekim aile ve arkadaşlar zor zamanlarda ihtiyaç duyacağınız desteği vermek üzere orada olacaklardır. Hatta bazı araştırmalara göre, yanınızda arkadaşlarınız olduğunda hayat size daha kolay görünebilir. Plymouth Üniversitesi'nden Simone Schnall'ın yürütmüş olduğu bir dizi çalışmada, bir tepenin eteğine götürülen katılımcılardan tepenin ne kadar dik olduğunu ve ona tırmanmanın ne denli zor olabileceğini tahmin etmeleri istenmiştir.⁽⁶⁾ Katılımcıların tahminleri, yanlarında bir arkadaşları olduğunda yalnız oldukları zamana kıyasla yüzde 15 oranında daha düşük olmuştur. Üstelik tepeye bakarken bir arkadaşlarını düşünmeleri bile tepenin çok daha aşılabilir görünmesini sağlamıştır.

Üçüncüsü, hayatlarında kalıcı değişiklikler elde edip bunları korumayı başaranlar, kendilerine bu hedeflerine ulaşmakla ilgili kazanımlarını sık sık hatırlatmışlardır. Mükemmel bir hâle kavuştuklarını hayal etmekten ziyade, amaçlarına ulaştıkları an yaşamlarının hangi yönlerden daha iyi olacağına dair tarafsız bir liste tutmuşlardır. Aksine, başarısız katılımcılar hedefe ulaşmanın mevcut durumlarını nasıl daha da kötüleştireceği üzerine odaklanmışlardır. Örneğin, yeni bir iş edinmenin faydalarını sıralamaları istendiğinde, başarılı katılımcılar daha tatmin edici ve daha iyi para kazandıkları bir işten söz ederken, başarısız olanlar kendilerini kapana kısılmış ve mutsuz hissettirecek olumsuz bir duruma konsantre olmaya meyilli olabilirler. Söz konusu kilo vermek olduğunda, başarılı bir katılımcı bir beden küçüldüğünde ne kadar iyi görüneceği ve hissedeceğiyle ilgili yorumda bulunurken, başarısız olan kilo verememenin dış görünümü hakkında kendisini kötü hissetmeye devam etmesi anlamına geldiğinden bahsedebilir. İlk teknik katılımcıları daha olumlu bir geleceğe yönelmeleri konusunda teşvik ederken, ikincisi mutsuz edici olay ve deneyimlere odaklanarak onların şevklerini kırmaktadır.

Dördüncü olarak, ödül meselesi gelmektedir. Planlarının bir parçası olarak, başarılı katılımcılar her bir alt hedefe ulaşmanın karşılığında kendilerini ödüllendirmişlerdir. Ödül çoğu zaman küçük ve hedefin kendisiyle çelişmeyen bir şeydir (sağlıklı yemek yenen bir haftanın sonunda çikolata âlemi yapmak değil) fakat yine de katılımcılara iple çekecekleri bir şey vermiş ve bir tür başarı hissi sağlamıştır.

Son olarak, başarılı katılımcılar planlarını, ilerlemelerini, göcekleri faydaları ve ödülleri yazarak ifade ederek onları mümkün olduğunca somut bir hâle getirmişlerdir. Bunun için çoğu kendi el yazısıyla günlük tutmuş, bazıları bilgisayar kullanmış, birkaçı ise buzdolaplarının kapağını veya panolarını grafik ve resimlerle donatmıştır. İster elle ister klavyede yazmak veya resim çizmek, başarılı olma ihtimallerini artırmıştır.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Hedeflerinize ulaşabilmeniz için size yardımcı olabilecek dört temel teknik vardır. Bunlar doğru planı yapmak, hedefinizden arkadaşlarınıza ve ailenize bahsetmek, hedefinizin yararları üzerine odaklanmak ve her ilerleyişinizde kendinizi ödüllendirmektir. Bu teknikleri hayatınıza daha kolay dahil edebilmeniz amacıyla, yaşamınızda herhangi bir değişim yaratmaya teşebbüs ettiğinizde kullanabileceğiniz eşsiz bir motivasyon günlüğü oluşturdum.

1 Nihai Hedefiniz Nedir?

Nihai hedefim ...

2 Adım Adım Planlayın

Nihai hedefinizi, en fazla 5 daha küçük adıma bölün. Her adım somut, ölçülebilir ve zaman tabanlı bir hedefle ilişkili olmalıdır. Her birine nasıl ulaşabileceğinizi ve ulaştığınızda kendinizi nasıl ödüllendireceğinizi düşünün. Ödüller hoşunuza giden herhangi bir şey olabilir; biraz şekerleme, yeni ayakkabı ve kıyafetler, teknolojik bir ürün, bir kitap, dışarıda yenen bir yemek veya bir masaj gibi...

Adım 1

İlk alt hedefim ...

Bu hedefe ulaşabileceğimi düşünüyorum, çünkü ...

Bu alt hedefe ulaşmak için yapacaklarım ...

Şu tarihe kadar bu hedefe ulaşmış olacağım ...

Bunu başarmam karşılığında ödülüm ...

Adım 2

İkinci alt hedefim . . .

Bu hedefe ulaşabileceğimi düşünüyorum, çünkü . . .

Bu alt hedefe ulaşmak için yapacaklarım . . .

Şu tarihe kadar bu hedefe ulaşmış olacağım . . .

Bunu başarmam karşılığında ödülüm . . .

Adım 3

Üçüncü alt hedefim . . .

Bu hedefe ulaşabileceğimi düşünüyorum, çünkü . . .

Bu alt hedefe ulaşmak için yapacaklarım . . .

Şu tarihe kadar bu hedefe ulaşmış olacağım . . .

Bunu başarmam karşılığında ödülüm . . .

Adım 4

Dördüncü alt hedefim . . .

Bu hedefe ulaşabileceğimi düşünüyorum, çünkü . . .

Bu alt hedefe ulaşmak için yapacaklarım . . .

Şu tarihe kadar bu hedefe ulaşmış olacağım . . .

Bunu başarmam karşılığında ödülüm . . .

Adım 5

Beşinci alt hedefim . . .

Bu hedefe ulaşabileceğimi düşünüyorum, çünkü . . .

Bu alt hedefe ulaşmak için yapacaklarım . . .

Şu tarihe kadar bu hedefe ulaşmış olacağım . . .

Bunu başarmam karşılığında ödülüm . . .

3 Nihai Hedefinize Ulaşmanızın Faydaları Nelerdir?

Hayatın sizin ve çevrenizdekiler için ne kadar iyi olacağına odaklanarak hedefinize ulaşmanın üç önemli faydasını sıralayın. Mevcut durumunuzun olumsuz yönlerinden kaçınmak yerine, arzu ettiğiniz gelecekle ilgili olumlu sonuçlarına odaklanın.

Fayda 1: _____

Fayda 2: _____

Fayda 3: _____

4 İnsanlarla Paylaşın

Hedefinizden ve alt hedeflerinizden kimlere bahsedeceksiniz? Belki arkadaşlarınıza, ailenize veya meslektaşlarınıza... Bunu bir blogda tartışabilir veya evinizin ya da ofisinizin görünür bir yerinde sergileyebilir misiniz?

İnsanlarla şu şekilde paylaşacağım: _____

Sürüncemede Bırakma Hastalığı ve Zeigarnik Etkisi

Araştırmalara göre, insanların yüzde 24'ü kendini "kronik erteleyici" olarak tanımlamaktadır. Bu oranın sadece soru formunu zamanında tamamlamayı başaran kişilere dayandırılabilceği düşünüldüğünde, problemin boyutunu tam olarak yansıttığı düşünülemez. Gerçek oran ne olursa olsun, erteleme hastalığı ciddi bir sorun olarak insanların faturalarını zamanında ödemesine, projelerini teslim tarihine yetiştirmesine ve önemli sınav veya mülâkatlara düzgün hazırlanmasına mani olduğu aşikârdır. Erteleme hastalığı, şaşırtıcı derecede karmaşık bir olgudur. Başarısızlık korkusu, mükemmeliyetçilik, düşük özdenetim düzeyi, projeleri küçük parçalara bölmekten ziyade bir bütün olarak görme eğilimi, sıkılğan bir yapıya sahip olmak, hayatın önemsiz görünen görevlerle ilgili endişe duyulamayacak kadar kısa olduğu düşüncesi ve bir şeyleri yapmanın ne kadar süreceğini kestirme yeteneksizliğinden kaynaklanabilir.

Öte yandan, bu sorun, bir grup garsonun izlendiği tesadüfi bir gözlemde ilk kez ortaya çıkarılan bir teknik sayesinde aşılabilir. Bilim söylencelerine göre, 1920'li yıllarda, Rusya'da psikoloji mezunu olan Bluma Zeigarnik adlı bir bilim kadını, bir kafede oturmuş, hocası ve öğrenci arkadaşlarıyla çay içmekteydi. Psikoloji eğitiminin doğası gereği, öğrenciler oturdukları yerden garsonların ve müşterilerin nasıl davrandıklarını seyrederek tesadüfen ilginç bir olguyu fark ettiler. Bir müşteri hesabı istediğinde, garsonlar sipariş edilmiş olan yiyecekleri kolaylıkla hatırlayabiliyordu. Ancak müşteri parayı ödedikten bir iki dakika sonra hesabı sorguladığında, garsonlar siparişle ilgili bir şey hatırlamakta zorlanıyorlardı. Görünüşe göre, hesabın ödenmiş olması garsonun zihninde bir tür kapanma hissi yaratarak siparişi hafızasından silmekteydi.

Konuya ilgi duymaya başlayan Zeigarnik, kafasındaki bir fikri test etmek üzere laboratuvara döndü. Katılımcılardan bir dizi basit ödevi (rafları düzenlemek veya bir kutuya oyuncakları

yerleştirmek gibi) yerine getirmelerini istedi, fakat bazı katılımcıları henüz işleri bitmeden durdurdu. Deneyin sonunda, katılımcılara tüm ödevleri tarif etmeleri söylendi. Garsonları gözlemlediğinde fark etmiş olduğu gibi, Zeigarnik bitirilmemiş görevlerin insanların zihninde çakılı kaldığını ve dolayısıyla hatırlanmalarının çok daha kolay olduğunu gördü.⁽⁷⁾ Zeigarnik'e göre, herhangi bir aktiviteye başlamak, zihnin bir tür ruhsal endişe yaşamasına neden olmaktadır. Aktivite sona erdiğinde, zihin bilinçdışı bir şekilde rahatlamakta ve her şeyi unutmaktadır. Ancak aktivitenin tamamlanması bir şekilde engellendiğinde, başlanan görev bitirilene kadar endişeli zihin dırdır etmeye devam etmektedir.

Peki, bunun erteleme hastalığıyla ne ilgisi var? Erteleyiciler belirli faaliyetlere başlamayı çoğu zaman geciktirirler, çünkü önlerindeki işin büyüklüğü onları boğar. Öte yandan, görev üzerinde "sadece birkaç dakika" çalışmaya bir şekilde ikna edilirlse veya kendilerini ikna ederlerse genellikle işin tamamlanması yönünde içsel bir dürtü duyarlar. Araştırmalar, "sadece birkaç dakika kuralının" erteleme hastalığını yenmenin son derece etkili bir yolu olduğunu ve insanların en çetin görevleri bile bitirmelerine yardımcı olabileceğini göstermektedir.⁽⁸⁾ Bu, aynı zamanda Zeigarnik'in çalışmasının mükemmel bir uygulamasıdır: Görev üzerinde birkaç dakika çalışmak bile öyle endişeli bir beyin yaratır ki, iş tamamlanana dek rahata ermek mümkün değildir.

Zeigarnik'in bitirilmemiş görevler psikolojisi üzerine çalışması, etkileyici araştırmalarının sadece bir örneğidir. Bir başka çalışmasında, histeri nedeniyle felç olmuş hastalara hareket kabiliyetlerini kazandırmak amacıyla askerî üniforma giyen birini aniden odaya sokarak hastaya ayağa kalkmasını emrettirmiştir. Maalesef, bu çalışmanın sonuçları zamanın sisleri içinde kaybolmuştur. Üstelik bir Rus biyografi yazarının kısa zaman önce belirtmiş olduğu gibi, bu çalışmayı günümüzde tekrarlamak mümkün değildir; nitekim Rusya'da askerî veya siyasî kişiliklere karşı aynı hürmetkâr tavrı sergileyebilecek birini bulmak artık olasılık dışıdır.⁽⁹⁾

Karşıt Görüşler – Çiftdüşünme Kavramı

Bu bölümün başında, Pennsylvania Üniversitesi'nden Gabriele Oettingen'in yapmış olduğu araştırmalarda, kendinizi önemli bir hedefinize ulaşmış hâlde hayal etmenizin olumsuz etkilerinin nasıl gösterildiğini açıklamıştım. Yine Oettingen'in yürütmüş olduğu diğer çalışmalar, bu tür fantezileri etkin bir araç hâline getirmenin hiç de zor olmadığını öne sürmektedir. Bunun için gereken tek şey, Orwell'e özgü "çiftdüşünme" kavramından yararlanmaktır.

Bin Dokuz Yüz Seksen Dört adlı kitabında, George Orwell, çiftdüşünme kavramını ortaya koymuş, bunu kişinin iki zıt kavramı aynı anda düşünebilmesi ve kabul edebilmesi olarak tanımlamıştır. Orwell'in romanında, bu teknik totaliter bir devlet tarafından tarihi sürekli yeniden yazmada ve böylece kitleleri kontrol etmede kullanılmıştır. Öte yandan, yakın zamanlı araştırmalar, aynı fikirten daha üretici bir şekilde faydalanılabileceğini de göstermiştir. Örneğin, insanların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak gibi... Oettingen'a göre, zihnin en etkili hâllerinden biri, kişilerin hedeflerine ulaşmakla ilgili iyimser, ama karşılaşılabilecekleri zorluklara karşı da gerçekçi olabildikleri zamanlardır. Bu konuyu araştırmak üzere, Oettingen, insanların her iki tür düşünceyi de zihinlerinde tutmalarını gerektirecek alışılmadık bir süreç geliştirmiş, sonra da bunun etkinliğini değerlendirmek üzere bir dizi çalışma yürütmüştür.

Süreç gayet basittir. Katılımcılardan kilo vermek, yeni bir beceri edinmek veya içkiyi azaltmak gibi ulaşmak istedikleri bir hedefi düşünmeleri istenmiştir. Sonra, birkaç dakika boyunca hedeflerine ulaştıklarını hayal etmeleri ve bu başarının getireceği en önemli

iki yararı not etmeleri rica edilmiştir. Bunun ardından, hedeflerine ulaşmaları durumunda karşılaşılabilecekleri engel ve sorunları yansıtmaları ve en önemli iki meseleyi yazmaları istenmiştir. Şimdi sıra çiftdüşünmededir. Katılımcılar önce ilk yararı ele alarak bunun yaşamlarını nasıl daha keyifli kılacağı üzerinde durmuşlardır. Bunun hemen sonrasında, böyle bir başarının getireceği en büyük engeli düşünmüş ve bu zorlukla karşılaşılırsa ne yapacaklarına odaklanmışlardır. Ardından, aynı süreci hedeflerine ulaşmanın ikinci faydası ve olası ikinci sorunu için de tekrarlamışlardır.

Çeşitli deneylerde, Oettingen, bu işlemin her iki dünyayı da en iyi şekilde yansıttığını keşfetmiştir. Katılımcılar, düzeltmek istedikleri mevcut bir ilişkilerine odaklandığında, çiftdüşünme yönteminden yararlananların sadece hayal kuranlardan veya olumsuzluklar üzerinde düşünenlerden daha başarılı olduklarını görmüştür.⁽¹⁰⁾ Romantizm mevzusu üzerinde biraz daha duran Oettingen, çiftdüşünme sürecini gizli bir plâtonik aşkları olan öğrencilere de uygulatmıştır. Hayal-gerçek tekniğini uygulayanlar, sevdikleriyle ilgili sadece hayal kuranlardan veya duygularını ifşa etmenin olumsuzlukları üzerine odaklananlardan çok daha başarılı olmuşlardır.⁽¹¹⁾ Diğer bazı çalışmalar, çiftdüşünmenin iş ortamında da etkili olduğunu ortaya koymuş, çalışanları eğitimlere daha fazla katılmaya, görevlerini daha etkin bir şekilde yerine getirmeye ve zamanı kullanma becerilerini geliştirmeye teşvik ettiği anlaşılmıştır.⁽¹²⁾

Araştırmalar, hayalde canlandırmanın motive etme amacıyla da kullanılabileceğini göstermektedir. İşin sırrı, başarının getireceği yararların, karşılaşılabilecek sorunlarla gerçekçi bir biçimde dönüşümlü olarak ele alınmasıdır. Yani, çiftdüşünmedir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Aşağıdaki egzersiz, çift düşünme tekniğine dayanmaktadır. Kişiyi hedeflerine ulaşmak ve zorluklar karşısında azimli olmakla ilgili motive etmede kullanılabilir.

1. Hedefiniz Nedir?

.....

2. Olası Yararları ve Zorlukları

a) Hedefinize ulaşmanız durumunda hayatınızın hangi önemli açıdan iyileşeceğini anlatan bir kelime yazın.

.....

b) Hedefinize ulaşmanız yolunda önemli bir engel teşkil edebilecek bir şeyi anlatan bir kelime yazın.

.....

c) Hedefinize ulaşmanız durumunda hayatınızın hangi başka açıdan iyileşeceğini anlatan bir kelime yazın.

.....

d) Hedefinize ulaşmanız yolunda önemli bir engel teşkil edebilecek başka bir şeyi anlatan bir kelime yazın.

.....

3. Detaylandırma

Ayrı bir kâğıt üzerinde yukarıdaki yanıtlarınızı daha da detaylandırın.

- a sorusuna vermiş olduğunuz cevabı detaylandırın. Bu başarının getireceği tüm yararları hayal edin.

- b sorusuna vermiş olduğunuz cevabı detaylandırın. Bu engelin başarıya nasıl mani olabileceğini ve onunla baş edebilmek için atmanız gereken adımları hayal edin.
- c sorusuna vermiş olduğunuz cevabı detaylandırın. Bu başarının getireceği tüm yararları hayal edin.
- d sorusuna vermiş olduğunuz cevabı detaylandırın. Bu engelin başarıya nasıl mani olabileceğini ve onunla baş edebilmek için atmanız gereken adımları hayal edin.

Düzenleme
Ny.Ozlem

Diyet Yapma ve İçkiyi Azaltma

Anketlere göre, insanların çoğu hayatlarının bir noktasında diyet yapmaya veya içkiyi azaltmaya teşebbüs etmektedirler. Öte yandan, aynı anketler büyük çoğunluğun bu konuda başarılı olmadığını ve başarısızlığını motivasyon eksikliğine bağladığını göstermektedir. Sorunun bir kısmı şudur ki, insanlar başlarken ve dururken içgüdülerini dinlememekte, bunun yerine bilmeden pek çok faktörden etkilenmektedirler. Cornell Üniversitesi'nden Brian Wansink, akademik kariyerini bu şaşırtıcı faktörlerin bazılarını anlamaya adanmıştır. Bilim adamının elde ettiği sonuçlar, yemek masasını çevreleyen oldukça fazla mantıksızlık olduğunu ortaya koymaktadır.

Bir çalışmada, Wansink ve meslektaşları, insanların yemek yemeye devam edip etmeme kararlarının, "Yemeğimi bitirdim mi?" gibi son derece basit bir soruyla bilinçdışı bir şekilde belirlendiğini iddia etmişlerdir.⁽¹³⁾ Bunu araştırmak üzere, Wansink, özel bir çorba kâsesi tasarlamış ve kâseye sürekli çorba doldurabileceği gizli bir tüp yerleştirmiştir. Katılımcı gruplar bir masanın etrafında oturmuş, 20 dakika boyunca sohbet etmiş ve çorbalarını içmiş, sonra da çorba hakkındaki görüşlerini uzmanlara bildirmişlerdir. Katılımcıların yarısı, hiç haberleri yokken "dipsiz bir kâsedен" diğerleri ise normal kâselerden çorba içmişlerdir.

Dikkate değer bir biçimde, dipsiz kâsesi olanlar, olmayanlara kıyasla yüzde 75 daha fazla çorba içmişlerdir. Buna ek olarak, daha çok çorba içenler ne kadar içtiklerinin farkında olmamışlar ve normal bir porsiyon içenlerden daha aç olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Öte yandan, tüketimi etkileyen gizli faktörlerin birkaçını anlayarak yemek yememizi ve içki içmemizi azaltacak hızlı ama etkili teknikler elde edebileceğimizi bilmek biraz teselli kaynağı olabilir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Yavaş Yemenin Gücü. Bazı araştırmalar, daha yavaş yemek yemenin insanların daha az yemek yemesini sağladığını göstermektedir. Nitekim bunun beyni daha çok yediğimiz konusunda kandırmaya yaradığı ve bedene yiyeceği sindirmesi için ekstra zaman kazandırdığı düşünülmektedir.⁽¹⁴⁾ Pennington BioMedical Araştırma Merkezinden Corby Martin ve meslektaşlarının yapmış olduğu bir çalışmada, aşırı kilolu katılımcılar öğle yemeklerini üç farklı hızda yemişlerdir: Normal hızlarında, normal hızlarından daha yavaş ve başlangıçta normal hızlarında, sonra ise normal hızlarından daha yavaş.⁽¹⁵⁾ Daha yavaş yemek yemek, kadınlarda değil de erkeklerde daha az yeme ile sonuçlanmıştır. Öte yandan, yemeye normal bir hızda başlayıp da sonra yavaşladıklarında, erkekler de kadınlar da iştahlarında daha da çok azalma olduğunu görmüşlerdir. Normal-yavaş kombinasyonu, tüm yemeği yavaş yemekten daha etkili bulunmuş, doyumluk hissetmenin sırrının yemeğe normal hızınızda başlayıp sonra her lokmanızın tadını çıkartarak temponuzu yavaşlatmak olduğunu ortaya koymuştur.

Benimki Uzun ve İnce Olsun. Cornell Üniversitesi'nden Brian Wansink ve Koert van Ittersum, öğrencilerden içi dolu bir şişeden bardağa bir tek viski koymalarını istemiştir.⁽¹⁶⁾ Kısa ve geniş bardak verilenlerin, daha uzun ve dar bardak verilenlere kıyasla ortalama yüzde 30 daha fazla içki koydukları görülmüştür. Görünüşe göre, insanlar bardaktaki sıvının miktarının belirteci olarak sıvının derinliğini dikkate almakta, bir bardağın diğeriinden çok daha geniş olduğunu fark etmemektedirler. Araştırmacılar deneyi deneyimli barmenlerle tekrarladıklarında, onların da kısa ve geniş bardaklara yüzde 20 daha çok içki koydukları anlaşılmıştır. Kısaca, içkiyi azaltmak istiyorsanız kısa ve geniş bardaklardan uzak durun, bunun yerine uzun ve dar olanları tercih edin.

Gözden Uzak, Gönülden Irak. Araştırmalara göre, yiyeceği veya içeceği sadece gözden uzak bir yere veya birkaç metre öteye koymak bile tüketimi büyük oranda etkileyebilir. Bir dizi çalışmada, uzmanlar içi çikolata dolu kâseleri bir ofisin belirli noktalarına yerleştirmişler ve hangi kâsedden kaç tane çikolata yendiğini saymışlardır.⁽¹⁷⁾ Bir seferinde, kâseyi çalışanların masalarına koymakla iki metre öteye koymayı karşılaştırmışlardır. Bir diğerinde, çikolataları ya şeffaf ya da şeffaf olmayan kaplara koymuşlardır. Çikolataların masalara konması, çalışanların günde ortalama 6 adet daha fazla çikolata yemesiyle, şeffaf kaptakilerin de diğerlerine kıyasla yüzde 46 daha hızlı tüketilmesiyle sonuçlanmıştır. Benzer bir durum, evdeki yiyecekler için de geçerlidir. Bir başka çalışmada ("Stoklanmış Ürünler Ne Zaman Daha Çabuk Tüketilir? Tüketim Sıklığı ve Miktarı Üzerinde Kullanılabilirlik – Göze Çarpmanın Etkisi" adlı makalede ele alınmıştır) araştırmacılar insanların evlerinde ya büyük ya da ortalama miktarlarda hazır yiyecek stoklaması yapmışlar ve çok fazla stok yapılan evlerde yiyeceğin iki katı hızda yendiğini keşfetmişlerdir.⁽¹⁸⁾ Tüketiminizi azaltmak için cezbedici yiyecekleri el altında bulundurmamaya, bunun yerine dolapların en tepelerine veya diplerine koymaya dikkat edin.

Odaklanın, Odaklanın, Odaklanın. Yemek yerken dikkatleri dağıldığında ve dolayısıyla yemekleriyle ilgilenmediklerinde, insanlar çok daha fazla yemektirler. Bir deneyde, sinemaya gidenlerin filme harcadıkları dikkat, tükettikleri patlamış mısır miktarıyla ilişkili bulunmuştur. Filme kendini daha çok kaptıranlar, çok daha fazla mısır yemiştirler.⁽¹⁹⁾ Bir başka deneyde, öğle tatillerinde bir dedektiflik hikâyesi dinleyenler, sessiz bir şekilde oturanlardan % 15 daha çok yemek yemiştirler.⁽²⁰⁾ Yemek yerken televizyon seyretmek, dergi okumak ve bazen sohbet etmek bile insanları daha fazla tüketime teşvik etmektedir.

Büyük Çanak Çömleklerden Sakının. Yediğiniz miktar, kaplarınızın ve kaşıklarınızın büyüklüğünden etkilenmekte midir? Birkaç yıl önce,

Brian Wansink, bir grup arkadaşını partye davet etmiş ve gizli bir deney yapmıştır.⁽²¹⁾ Her misafire rastgele ya 48 ya 96 santilitrelik bir çanak, ayrıca ya 5 ya da 8 santilitrelik bir kaşık verilmiştir. Sonra, masaya dondurma getirilmiş ve herkes kabını doldurmaya başlamıştır. Ama gruptakiler ilk lokmalarını ağızlarına atmadan önce araştırmacılar kapları kaçıırarak tartmıştır. Sonuçlar, büyük kaşık ve çanak verilenlerin diğerlerine kıyasla ortalama yüzde 14 ve yüzde 31 daha fazla dondurma aldıklarını göstermiştir. Pennsylvania Üniversitesi'nden Andrew Geier ve meslektaşları, bu etkinin dondurma ve partilerle sınırlı olmadığını ortaya koymuşlardır.⁽²²⁾ Çalışmalarında, bir kâse M & M çikolatasını içinde kaşığıyla beraber bir apartmanın girişindeki masaya koymuş ve üzerine "Dilediğiniz kadar alabilirsiniz. Lütfen kaşıkla alınız" yazmışlardır. Bazı günler, uzmanlar kâsenin yanında standart bir çorba kaşığı, diğer günler daha büyük bir kepçe koymuşlardır. Bulgulara göre, kepçeyi kullananlar neredeyse iki kat daha fazla M&M almışlardır. Çanak çömleklerinizi daha küçük ebatlarda seçerek tüketiminizi azaltabilirsiniz.

Yiyecek Günlüğü Tutun. Kaiser Permanente'ın Sağlık Araştırmaları Merkezi'nde yürütülen araştırmalar, yediklerinizi not etmenin kilo vermenize yardımcı olabileceğini göstermektedir.⁽²³⁾ Çalışma sırasında, yediklerinin günlük kaydını tutan katılımcılar, tutmayanlara kıyasla iki kat daha fazla kilo vermişlerdir. Bu yararı görmek için illâ Samuel Pepys gibi günlük tutmanıza da gerek yoktur. Yediklerinizi bir not kâğıdına yazmak veya kendinize e-posta olarak göndermek bile aynı etkiyi yaratabilir. Teoriye göre, gün içinde neler yediğinizi takip etmek, eski alışkanlıklarınızdan vazgeçerek daha az tüketmenize yardımcı olabilir.

Pişmanlık ve Yansıma. Vücudunuzdan memnun olmadığınız hâlde spor salonuna gidecek motivasyona sahip değil misiniz? Öyleyse pişmanlık ve yansılardan kaçınmanın gücünden yararlanmayı deneyin. Charles Abraham ve Paschal Sheeran tarafından yürütülen araştırmalarda, spor salonuna gitmediğiniz için ne kadar pişman olacağınızı

sadece birkaç dakika düşünmenin, sizi oturduğunuz yerden kaldırarak egzersiz bisikletinin tepesine çıkarabileceği gösterilmiştir.⁽²⁴⁾ Bunu başardığınızda da şu boydan boya aynaları görmezden gelmeye çalışın. McMaster Üniversitesi'nden Kathleen Martin Ginis ve meslektaşlarının yapmış olduğu diğer çalışmalarda, katılımcılar ayna ve duvar önünde pedal çevirmişlerdir. Sonuçlar, aynada sürekli kendini görenlerin duvar önünde spor yapanlara kıyasla daha keyifsiz bir ruh hâline girdiklerini ve daha çok yorulduklarını ortaya koymuştur. Araştırmacılara göre, aynalar yüzünden insanlar pek de hoşnut olmadıkları vücutlarına daha çok odaklanmakta ve bu da yarardan çok zarar getirmektedir.⁽²⁵⁾

Daha Fazla Enerji Harcayın. Günlük rutinlerinizde küçük değişiklikler yaparak nasıl daha fazla kalori harcayabileceğinizi düşünün. Örneğin, toz alırken sprey yerine cilâ kullanabilir (ovarken çok daha fazla enerji harcarsınız), merdivenlerden daha çok inip çıkabilir (asansör kullanmayarak veya temizlik yaparken alt kata ve üst kata sık sık inip çıkarak) veya yürürken ya da çimleri biçerken tempolu müzik dinleyebilirsiniz.

Ayna, Ayna, Mutfak Duvarında. Iowa Eyalet Üniversitesi'nden Stacey Sentyrz ve Brad Bushman tarafından yürütülmüş olan çalışmalar, mutfağınıza bir ayna koymanın aldığınız kalorileri kısmanıza yardımcı olabileceğini ileri sürmektedir.⁽²⁶⁾ Çalışmalarda, katılımcılara sağlıklı ve sağlıksız yiyecek yeme şansı tanınmıştır. Süpermarkette yapılan bir çalışmada, yaklaşık 1000 müşteriye tam yağlı ve yağsız iki çeşit yeni margarini deneme seçeneği sunulmuştur. Zamanın yarısında, tezgâhların ardına bir ayna stratejik olarak konumlandırılmış ve katılımcıların kendilerini görmesi sağlanmıştır. Zamanın diğer yarısında ise ayna kaldırılmıştır. Aynanın varlığı, tam yağlı margarinin deneme oranını yüzde 32 azaltmıştır. Araştırmacılar, kendi yansımanızı görmenin vücudunuzun farkına varmanızı sağladığını iddia etmektedirler.

Diyet Paketlerindeki Gizli Tuzak. Süpermarket rafları, içinde çeşitli tatlı ve tuzlu ürünler olan ve açlığını yatıştırarak daha az yemenizi sağladığını iddia eden küçük porsiyonlu “diyet paketleriyle” dolup taşar. Peki, ama bu tür paketler satın almak tüketiminizi azaltmaya gerçekten yardımcı olmakta mıdır? Bunu belirlemek üzere, Hollanda’daki Tilburg Üniversitesi’nden araştırmacılar katılımcılara ya büyük boy iki paket cips ya da dokuz tane diyet paketi vermiş ve televizyon seyretmelerini söylemiştir.⁽²⁷⁾ Kendilerine ikram edilenleri yemeye başlamadan önce, bir ayna önünde tartılarak hepsinde bir “diyet zihniyeti” oluşturulmuştur. Sonuçlar, diyet paketi verilen katılımcıların büyük boy cips paketi verilenlere kıyasla iki kat daha fazla yediklerini göstermiştir. Araştırmacılara göre, diyet paketi verilenler kendilerini kontrol etmeleri gerektiğini hissetmemiş ve bu yüzden daha çok yemiştirler.

Kendi Methiyenizi Yazmanın Yararları

Charles Dickens'ın "Bir Noel Ezgisi" adlı eserinde, Ebenezer Scrooge üç hayalet tarafından ziyaret edilir. Geçmiş Noellerin hayaleti ve Günümüz Noel'inin hayaleti, Scrooge'a bencilliği yüzünden hayatında nasıl yapayalnız ve acınacak hâlde kaldığını gösterirler. Ancak Gelecek Noellerin hayaleti onu bakımsız ve unutulmuş mezarına götürdüğünde, Scrooge nihayet kişiliğini değiştirir ve çok daha verici ve şefkatli bir insan olur. Dickens, burada hayata uzun vadeli bir bakış açısıyla bakmanın ve ölümden sonra yaşam düşüncesinin etkisini ele almıştır. Bununla beraber, aynı konu üzerine çalışan çok sayıda psikologun bulguları, Scrooge'un kurgusal dönüşümünün gerçek hayatta da gerçekleşebileceğini öne sürmektedir.

Bir çalışmada, yolda yürüyen insanlardan o güne dek yapmış oldukları yardımlar içinde en sevdiklerini on puanlık bir ölçek üzerinden değerlendirmeleri istenmiştir ("Yardımları topluma nasıl bir fayda sağlamıştır?", "Sizce toplumun bu yardıma ne kadar ihtiyacı vardır?" ve "Bu yardım size kişisel olarak ne kadar çekici gelmektedir?").⁽²⁸⁾ Bazı katılımcılar bir cenaze evinin önünden yürürken, bazıları ise herhangi bir binanın önünden geçerken durdurulmuştur. Araştırmacılar, cenaze evinin önünde insanlarla konuşurken kendilerini öyle bir konumlandırmışlardır ki, katılımcılar "Morg" yazan koca bir tabelayla karşı karşıya kalmışlardır. Sonuçlar, Scrooge benzeri bir etki göstererek, kendi ölümleriyle yüz yüze gelenlerin herhangi bir bina önünde konuşulan kişilere kıyasla çok daha iyimser olduklarını ortaya koymuştur.

Michigan Üniversitesi'nden Christopher Peterson'a göre, insanları ölümlerinden sonra nasıl hatırlanmak istediklerini düşünmeye sevk etmenin çeşitli motivasyon sağlayıcı yararları mevcut-

tur.⁽²⁹⁾ Bunlar arasında uzun vadeli hedefleriyle özdeşleşmelerine yardımcı olması ve bu hedeflerini gerçeğe dönüştürmeyle ilgili ilerlemelerini değerlendirmelerini sağlaması sayılabilir. Kısaca, sözü daha fazla uzatmayalım ve sizin kendi Gelecek Noeller hayatınızı davet edelim.

Kendi cenazenizde, yakın bir arkadaşınızın sizin için yazmış olduğu methiyeyi okuduğunu hayal edin. Şimdi, onun yerine methiyeyi kendiniz yazın. Sizinle ilgili gerçekten ne söylemelerini isterdiniz? Fazla mütevazı olmaya çalışmayın, ama gerçekçi olun. Kişiliğinizi, başarılarınızı, güçlü olduğunuz yönleri, aile hayatınızı, meslekî başarılarınızı ve diğer insanlara olan davranışlarınızı nasıl tarif etmelerini arzu ederdiniz? Bitirdikten sonra, ideal benliğiniz üzerine yazmış olduğunuz methiyenizi uzun uzun ve dürüst bir yaklaşımla okuyun. Mevcut hayat tarzınız ve davranışlarınız yorumlarla örtüşüyor mu, yoksa daha yapmanız gereken bir şeyler var mı?

4. YARATICILIK

Beyin fırtınası efsanesinin ürütölmesi, içinizdeki Leonardo ile modern bir sanat eserine bakarak, iş üzerinde bir süre düşünerek ya da masanıza bir bitki koyarak temas kurmanın yolları.

1940'lı yılların başlarında, reklam sektöründe yöneticilik yapan Alex Osborn, bir grup insanı bir odaya koyup bir dizi basit kurallara uymalarını sağlayarak yaratıcılığın artırılabilceğini öne sürmüştür. Mümkün olduğunca çok fikir üretmek, çılgın ve abartılı fikirleri teşvik etmek ve kimsenin birbirinin yorumlarını eleştirmemesi ve değerlendirmemesi gibi noktalara dikkat edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu yaklaşımı işletmelere pazarlarken, Osborn, “ortalama bir insanın bir grupta birlikte çalışırken tek başına olduğundan iki kat daha fazla fikir ürettiğini” iddia etmiş ve sonra bu yeni düşüncesiyle dünyayı hızla fethetmiştir.⁽¹⁾ Yıllardır, tüm dünyada kurumlar sorunların üstesinden gelmede çalışanlarını bu yaklaşımı kullanmak konusunda teşvik etmektedirler.

Araştırmacılar, grup hâlinde beyin fırtınası yapmanın etkinliğini test etmek üzere büyük sıkıntılara girmişlerdir. Tipik bir deneyde, katılımcılar grup olarak gelirler. Yarısı, “grup hâlinde çalışmak” üzere rastgele seçilir ve bir odaya yerleştirilir. Standart beyin fırtınası kuralları açıklanır ve ardından belirli bir sorunu (yeni bir reklam kampanyası tasarlamak ya da trafik sıkışmalarını önlemenin yollarını bulmak gibi) çözmek üzere fikir üretmeleri söylenir. Katılımcıların diğer yarısı ayrı odalarda teker teker oturur, onlara da aynı talimat ve görevler verilir ve yalnız başlarına fikir üretmeleri söylenir. Ardından, araştırmacılar farklı koşullarda üretilen fikir miktarını sayar ve vasıflarını değerlendirirler. Peki, bu tür çalışmalar grup hâlinde beyin fırtınası yapmanın bireysel çalışmadan daha etkili olduğunu göstermekte midir? Çoğu bilim

adamı, bu konuda son derece şüphelidir. Canterbury'deki Kent Üniversitesi'nden Brian Mullen ve meslektaşları, grup hâlinde beyin fırtınasının etkinliğini test eden yirmi çalışmayı incelemiş ve deneylerin çoğunda tek başlarına çalışan katılımcıların grup hâlinde çalışanlardan daha fazla ve daha kaliteli fikirler ürettiklerini keşfetmişlerdir.⁽²⁾

Diğer bazı araştırmalar, grup hâlinde beyin fırtınasının “sosyal aylaklaşma” olarak adlandırılan bir olgu nedeniyle de başarısızlığa uğrayabileceğini göstermektedir. 1880’li yılların sonlarında, Max Ringelmann adlı bir Fransız ziraat mühendisi, işçilerin mümkün olduğunca etkin bir şekilde çalışmalarını sağlamakla ilgileniyordu.⁽³⁾ Yüzlerce deneyden sonra, yüz yıl sürecek bir psikolojik araştırmayı başlatacak olan bir etkiyi tesadüfen fark etmişti. Çalışmalarının birinde, katılımcılardan bir ipi çekerek giderek artan ağırlıkta yükleri kaldırmalarını istedi. Ringelmann, doğal olarak, grup hâlinde çalışanların tek başlarına olanlardan daha çok çalışacağını varsaymıştı. Fakat sonuçlar tam tersi bir düzen ortaya koymuştu. Tek başına çalıştığında, her işçi yaklaşık 85 kilo kaldırırken, grup olarak çalıştıklarında her biri sadece 65 kilo kaldırabilmişti. Diğer araştırmalar, bu olgunun tıpkı İkna Etme bölümünde bahsettiğimiz “seyirci etkisi gibi” sorumluluk dağılımından kaynaklandığını göstermiştir.⁽⁴⁾ İnsanlar tek başlarına çalıştıklarında, başarı ya da başarısızlıkları tamamen kendi yetenekleri ve çabalarına bağlıdır. Başarılı olurlarsa bunun şerefi sadece kendilerine aittir. Başarısız olurlarsa da kendileri mahcup olurlar. Öte yandan, olaya başka insanlar dâhil olduğunda kimse o kadar da çok çabalamaz, çünkü herkes grup başarılı olursa kişisel övgü almayacağını, ama başarısız olursa diğer katılımcıları suçlayabileceğini bilir.

Araştırmalar, bu olgunun pek çok farklı durum için de geçerli olduğunu göstermektedir. İnsanlardan çıkartabildikleri kadar gürültü çıkartmalarını istediğinizde, tek başlarıyken grup hâlinde yapacaklarından çok daha fazla gürültü yaparlar. Sayıları art arda

birbiriyle toplamalarını istediğinizde, olaya ne kadar çok kişi dahil olursa çalışma oranı da o kadar düşer. Fikir üretmelerini istediğinizde, insanlar kalabalıktan uzakken çok daha yaratıcı olurlar. Amerika, Hindistan, Tayland ve Japonya'da ve dünyanın diğer pek çok ülkesinde gerçekleştirilen çalışmalar, bunun evrensel bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Kısaca, çok sayıda araştırma, yaklaşık yetmiş yıldır grup hâlinde beyin fırtınası yaptıran yöneticilerin yaratıcılığı harekete geçirmediğini, tam tersine istemeden de olsa söndürdüğünü ileri sürmektedir. İnsanlar bir arada çalışırken güzel fikirler üretmek için gereken zamanı ve enerjiyi harcamak konusunda hiç de hevesli olmamakta, diğer yandan, tek başlarınayken çok daha verimli sonuçlar almaktadırlar.

Peki, söz konusu yaratıcılık olduğunda, olay sadece yalnız çalışmaktan mı ibarettir? Hayır. Hatta diğer bazı araştırmalar, içinizdeki Leonardo ile temas kurabilmeniz için çeşitli hızlı ve güçlü teknikler olduğunu göstermektedir. Bunun için yapmanız gerekenler doğru türde modern bir sanat eserini seyretmek, iş üzerinde bir süre düşünmek ya da bir süre hiçbir şey yapmamak veya masanıza bir bitki koymak olabilir.

Yaratıcılığı Test Etmek

Psikologlar, yaratıcılığı test etmek üzere pek çok olağandışı ve harika yöntemler geliştirmişlerdir. Örneğin, insanlara bir tuğla vermiş ve birkaç dakika içinde tuğla için mümkün olduğunca çok kullanım alanı yaratmalarını söylemişlerdir. Bir kalem ve kareli kâğıt vermiş ve her kareden farklı bir obje oluşturmalarını istemişlerdir (bir televizyon, akvaryum veya kitap gibi). Her iki durumda da yanıtların sayısını saymışlar ve tüm yanıtları özgünlük açısından birbiriyle karşılaştırmışlardır. Araştırmacılar, görsel ve sözel yönden düşündürücü çeşitli problemlerden de sıklıkla yararlanmaktadırlar. Siz de yaratıcılığınızı test etmek için aşağıdaki soruları cevaplamayı deneyebilirsiniz. [Ç. N. Birinci ve üçüncü sorunun çözümleri İngilizcenin yapısına ilişkindir].

1) Aşağıdaki denklemin doğru olabilmesi için tek bir çizgi ekleyebilir misiniz? (Sadece tek bir kural var: Çizgiyi, eşittir işaretinin üzerine “≠” şeklinde koyarak onu “eşit değil” hâline getirmek yasak.)

$$10 \ 10 \ II = 10.50$$

2) Joanna ve Jackie, aynı yılın aynı ayının aynı gününde doğmuşlardır. Anne ve babaları aynıdır, ama ikiz değillerdir. Bu nasıl mümkün olabilir?

3) Bir adam aynı şehirden yirmi farklı kadınla evlenmiştir. Hepsî hâlâ hayattadır ve hiçbirini boşamamıştır. Çokeşlilik kanuna aykırıdır ama adam bir şekilde bu kanunu çiğnememiştir. Bu nasıl mümkün olabilir?

4) Adamın biri bir antikacıya gider ve güzel bir bronz sikkeyi satmak istediğini söyler. Sikkenin bir yüzünde bir Roma imparatorunun başının harika bir resmi vardır. Diğer yüzü ise İ.Ö. 500 tarihini göstermektedir. Antikacı, sikkenin İ.Ö. 500 tarihine ait olmadığını hemen anlar. Nasıl?

Cevaplar

1) Bu tamamen saatle ilgilidir. İkinci "I"nın üzerine kısa bir çizgi ekleyerek "Io" rakamını "TO" kelimesine çevirmiş olursunuz.* Bu sayede denklem on bire on var şeklinde okunur ki, bu da on elliyle aynı şeydir.

Io TO II = 10.50

[*Ç. N. İngilizcede "TO" kelimesi bu şekilde kullanıldığında. Saat dilinde "a/e . . . var" anlamını taşır]

2) Joanna ve Jackie, üçüz kardeşlerden ikisidirler.

3) Adam bir rahiptir ve dolayısıyla evlilik törenleri yönetmiştir.**

[**Ç. N. İngilizcede "evlenmek" ve "evlendirmek" fiili aynı kelime (marry) ile ifade edilmektedir. Yani soruda kelime oyunu yapılmaktadır].

İ.Ö. 500 yılı, İsa'nın doğumundan öncedir. Dolayısıyla o zamana ait bir sikkenin üzerinde İ.Ö. kısaltması da olmayacaktır.

İçinizdeki Sessiz Adama Kulak Verin

Sürrealist Salvador Dali, tabloları için fikir üretmek amacıyla bazen oldukça garip bir teknik kullanırdı. Bir kanepeye uzanır, yere bir bardak koyar, sonra bardağın kenarına bir kaşığın ucunu dayar ve eliyle de kaşığın diğer ucunu hafifçe tutardı. Uykuya dalmaya başladığı esnada, Dali doğal olarak elini gevşetir ve kaşığı düşürürdü. Kaşığın bardağın içine düşerken çıkardığı ses onu uyandırır, Dali de yarı uykulu yarı bilinçli zihninde belirmeye başlayan acayip görüntülerin hemen eskizini çizerdi. Sanatçının fikirlerinin çoğunun uygulama açısından mantığa ters olduğu göz önüne alındığında (istakoz telefonunu hatırlayın), bu tekniğin herkes için uygun olduğunu söyleyemeyiz. Ama yine de bilinçaltının güçlü bir yaratıcı düşünce dinamosu olduğu gerçeğini de yadsıyamayız.

Nitekim çeşitli çalışmalar, söz konusu dünyaya yenilikçi bir bakış açısıyla bakmak olduğunda, bilinçaltınızda tahmininizden çok daha fazla şey olup bittiğini ileri sürmektedir. Bunu göstermek üzere gerçekleştirilen basit bir deneyde, Texas A&M Üniversitesi'nden Stephen Smith, gönüllülere bazı yaygın ifadelerin sorulduğu resimli kelime bulmacaları vermiş ve bulabildikleri kadar ifade bulmalarını söylemiştir.⁽⁵⁾ Yani, örneğin, aşağıdaki kelimelerin oluşturacağı ifadeyi bulmalarını istemiştir.

SEN SADECE BEN

Yanıt, "sadece seninle benim aramızda"dır. Genel bir fikir edinmiş olduğunuza göre, şunları çözmeyi deneyebilirsiniz:

- 1) SATIŞ SATIŞ SATIŞ SATIŞ (SALE SALE SALE SALE)

2) STAND (DURMAK)

I (BEN)

3) BRO KEN (KIRIK)

Cevaplar: 1) “for sale” [(Ç.N.: İngilizcede “sale” kelimesi satış demektir. Dört tane “sale” kelimesi yan yana geldiğinde, İngilizcede bir kelime oyunu yapılarak “four” (dört) yerine “for” denirse “for sale” ifadesi elde edilir ki, bunun anlamı “indirimdir.”); 2) “I understand” (Ç.N.: “I” yani ben kelimesi, “stand” yani durmak kelimesinin altındadır. İngilizcede altında kelimesinin karşılığı “under” kelimesidir. Ben – altında – durmak = I – under – stand = “I understand.” Bu ifadenin anlamı “Anlıyorumdur.”); 3) “broken in half” (Ç.N.: İngilizcede “broken” kelimesi kırık demektir. Kelime ortadan iki bölündüğüne göre, anlamı “broken in half,” yani ortadan ikiye bölünmüş olur.) Smith’in deneyinde, herhangi bir bulmaca çözülemediğinde gönüllülere 15 dakika boyunca rahatlamaları, sonra yeniden çözmeyi denemeleri söylenmiştir. Bulmacaların üçte birinden fazlası ikinci teşebbüste çözülmüştür. Rahatlama sırasında, katılımcılar bulmacalar üzerinde bilinçli bir biçimde kafa yormuş olmasalar da bilinçaltılarındaki düşünceler sayesinde yeni ve yardımcı bakış açılarına kavuşmuşlardır.

Yakın zamanlı araştırmalar, herhangi bir sorundan 15 dakika boyunca uzak kalmaya bile gerek olmadığını göstermektedir. Bunun yerine, birkaç dakika içinde de aynı sonuçların alınması mümkündür. Amsterdam Üniversitesi’nden psikolog Ap Dijksterhuis ve Teun Meurs, yaratıcılık ve bilinçaltıyla ilgili ilginç ve şaşırtıcı bir dizi deney gerçekleştirmişlerdir.⁽⁶⁾ Bilinçdışı zihin ve yaratıcılığın doğası üzerine bu iki bilim adamının fikirlerini anlamak son derece kolaydır. Bir odanın içinde iki adam hayal edin. Biri oldukça yaratıcı, ama bir o kadar da çekingendir. Diğeri zekidir, o kadar yaratıcı değildir, ama çok daha otoriterdir. Şimdi, bu iki adamdan yeni bir çikolatalı gofret markasının reklam kampanyası için fikir üretmelerini istediğinizi düşünün. Doğal olarak, kendini

göstermeyi seven ama çok da yaratıcı olmayan adam sohbeti yönlendirir. Daha sessiz kalan ortağının katkıda bulunmasına izin vermez ve üretilen fikirler iyi olsa da yenilikçi sayılmazlar.

Şimdi, biraz daha farklı bir senaryo hayal edelim. Yine, aynı iki adamdan kampanya için fikir üretmelerini istersiniz. Ama bu sefer otoriter adama bir film seyrettirerek onun dikkatini dağıtırsınız. Bu koşullar altında, sessiz adam sesini duyurma fırsatı bulur ve böylece siz de çok daha farklı ve yaratıcı fikirler elde etmiş olursunuz. Zihniniz ve yaratıcılık arasındaki ilişki açısından bu son derece güzel bir benzetmedir. Sessiz adam, bilinçdışı zihninizi temsil eder. Harika fikirler üretebilecek bir potansiyele sahiptir, fakat onu duymak çoğu zaman zordur. Otoriter adam ise bilinçli zihninizi simgeler; zekidir, o kadar yenilikçi değildir ama uzaklaştırılması da zordur.

Ap Dijksterhuis, insanların bilinçli zihinlerinin dikkati dağıtıldığı takdirde daha yaratıcı olup olmayacaklarını bulmak üzere bir dizi deney yapmıştır. En meşhur deneyinde, gönüllülerden pasta (makarna) kelimesi için yeni ve yaratıcı isimler bulmaları istenmiştir. Onlara yardımcı olmak amacıyla, bilim adamları, sonu “i” harfiyle biten ve tipik makarna isimlerini çağrıştıran beş yeni kelime sunmuşlardır. Bunun ardından, gönüllülerden bazısına fikirlerini sıralamadan önce düşünmeleri için 3 dakika verilmiştir. “Odadaki iki adam” benzetmesinde olduğu gibi, bu katılımcılar da kafalarının içindeki yaratıcı adamın değil, otoriter adamın yorumlarını dinlemişlerdir. Diğer bir grup gönüllüden ise makarnayı unutmaları ve zihinlerini meşgul edecek şu aktivitede bulunmaları istenmiştir: Bilgisayar ekranında hareket eden bir nokta her renk değiştirdiğinde bir düğmeye basacaklardır. Odadaki iki adam benzetmesi açısından, bu görevin amacı otoriter adamın dikkatini dağıtarak sessiz adamın sesini duyurmasına fırsat tanımadır. Katılımcıların, sadece bu zor ve dikkat gerek-

tiren düğmeye basma görevini tamamladıktan sonra ürettikleri makarna isimlerini söylemelerine izin verilmiştir.

Araştırmacılar, gönüllülerin önermiş olduğu makarna isimlerini “yaratıcı” veya “yaratıcı değil” olarak sınıflandırabilmek için basit, makul ve dâhice bir yol geliştirmişlerdir. Tüm önerileri incelemişler, sonu “i” harfiyle biten ve bitmeyen isimleri saymışlardır. Deneyin başında sunulmuş olan beş örnek “i” harfiyle bitmiş olduğundan, “i” harfiyle biten önerilerin insanların kalabalığı takip ettiğini ve yaratıcı olmadığını gösterdiğine, başka bir harfle bitenlerin ise daha yaratıcı olduğuna karar vermişlerdir.

Sonuçlar kayda değerdir. Makarna ismi üretme görevi üzerine bilinçli bir şekilde düşünen katılımcılar, bilgisayar ekranındaki noktayı kovalayanlara kıyasla daha fazla “i” harfiyle biten isim üretmişlerdir. Buna karşın, daha orijinal makarna isimleri incelendiğinde, nokta kovalayan gönüllülerin diğer gruplardakilere kıyasla iki kat daha fazla öneride bulundukları görülmüştür. Bu deneyle, otoriter adamın dikkati dağıtıldığında, sessiz ve yaratıcı adamın sesinin duyulabileceği bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Tıpkı “Odadaki İki Adam” teorisinde olduğu gibi...

Bu şaşırtıcı bulgular, yaratıcılık ve bilinçaltının ilişkisi üzerine ışık tutmuştur. “Noktayı takip eden” katılımcılar, tüm dikkat ve zihinsel eforlarının bilgisayar ekranında hareket eden bir noktaya odaklandığını hissetmişlerdir. Oysa bilinçdışı zihinleri sorun üzerinde çalışmaya devam etmiştir. Bundan daha da önemlisi, bilinçli zihinlerinden çok daha farklı ve yenilikçi bir şekilde düşünmeyi sağlamıştır. Yeni bağlantılar kurmuştur. Gerçekten özgün fikirler yaratmıştır.

Yaratıcılık üzerine kaleme alınmış metinlerin çoğu, rahatlamanın önemini vurgular. İnsanlara sakin olmalarını ve zihinlerindeki düşünceleri boşaltmalarını söyler. Hollandalı araştırmacıların elde ettiği sonuçlar ise bunun tam tersini önermektedir. Gerçek yaratıcılık, bilinçli zihninizi sadece birkaç dakika meşgul etmekle ortaya

çıkabilir. Bilinçli zihninizin bilinçaltınızdaki mühim ve yenilikçi düşüncelere müdahale etmesini önleyebilir. Herkes daha yaratıcı olabilir; önemli olan, kafanızın içindeki otoriter adamı oyalayıp sessiz adama sesini yükseltme fırsatını vermektir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Bir soruna yaratıcı bir çözüm yolu bulmak istediğinizde, aşağıdaki tekniği deneyin ve aklınıza neler geldiğine bir bakın. Eğer kelime arama bulmacası hoşunuza gitmezse daha zor bir çapraz bulmaca, sudoku veya bilinçli zihninizi tam anlamıyla oyalayabilecek başka bir şey üzerine kafa yorun.

A Çözmeye çalıştığınız sorun nedir?

B Aşağıdaki on kelimeyi bulmacanın içinde bulmaya çalışın. [Ç.N.: Bulmaca, İngilizce kelimelere göre hazırlanmıştır.] Kelimeler yatay, dikey veya çapraz olabilir; düz veya tersten yazılmış olabilir ve belirli noktalarda kesişebilir.

SIXTY (ALTMİŞ)

SECONDS (SANİYE)

CREATIVITY (YARATICILIK)

BOOST (ARTIRMAK)

QUICK (HIZLI)

RAPID (ÇABUK)

THINK (DÜŞÜNMEK)

CHANGE (DEĞİŞTİRMEK)

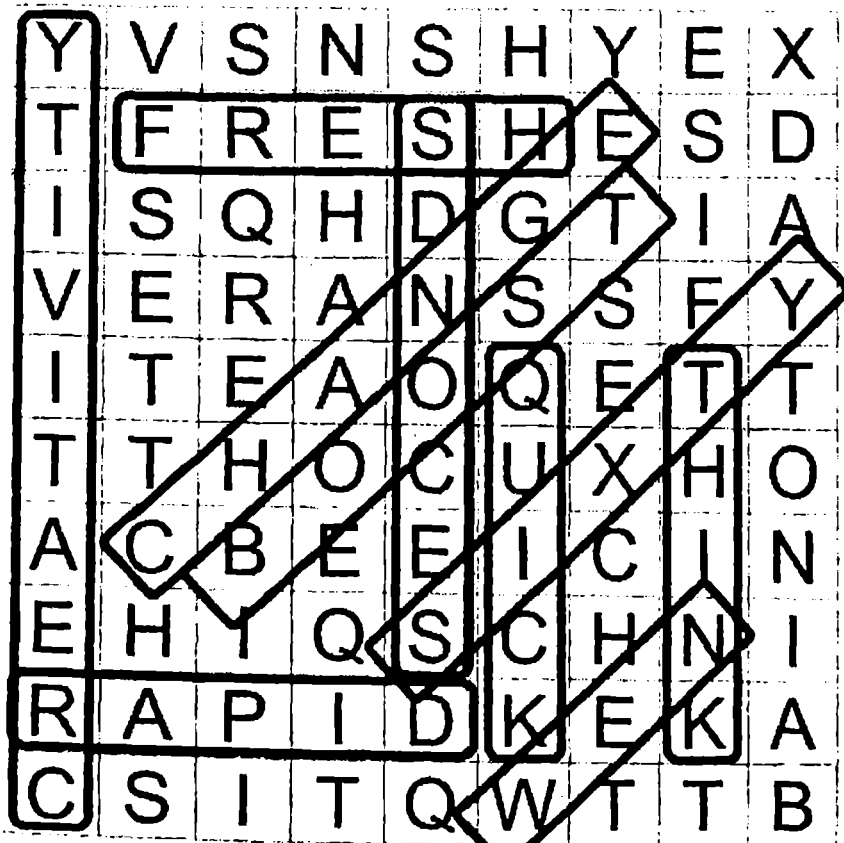
NEW (YENİ)

FRESH (TAZE)

Yanıtlar bir sonraki sayfadadır.



C Şimdi, çok fazla düşünmeden, sorununuzla ilgili aklınıza gelen düşünceleri ve olası çözüm yollarını aşağıya yazın.



İçinizdeki Gorille Temas Kurun

Birkaç yıl önce, yaratıcılık üzerine kaleme aldığım “Did You Spot the Gorilla” (Gorili Fark Ettiniz mi?) adlı bir kitabım yayınlandı. Kitapta, insanların daha esnek ve olağandışı şekillerde düşünüp davranabilmelerine yardımcı olacak dört teknikten söz ettim. Aşağıda, bu tekniklerin özetlerini ve uygulanmalarını kolaylaştıracak çeşitli egzersizleri bulabilirsiniz.

Hazırlama. Önce, sorununuz üzerinde hararetle çalışarak zihninizi hazırlayın, ama sonra tamamen farklı bir şey yaparak her şeyden uzaklaşın. Bu uzaklaşma döneminde, zihninizi yeni ve farklı fikirlerle besleyin; örneğin, müzeye ya da sanat galerisine gidin, dergi ve gazeteleri karıştırın, tren veya arabayla kısa bir yolculuk yapın ya da internette gezinin. Fakat kendinizi çok da zorlamayın. Sadece yeni düşünce ve deneyimlere yoğunlaşın; bağlantı kurma ve tesadüfi gibi görünen olaylar yaratma işini beyninize bırakın.

Bakış Açısı. Bakış açınızı değiştirmeniz, yeni çözüm yolları üretmenize yardımcı olur. Soruna bir çocuğun, ahmağın, arkadaşın, sanatçının veya muhasebecinin nasıl yaklaşacağını hayal etmeye çalışın. Ayrıca, “...’ya benzer” kuralını uygulayarak iki benzer durum düşünün (örneğin, “dükkânıma daha fazla müşteri çekmeye çalışmak, etrafında kalabalık oluşturmaya çalışan bir sokak göstericisinin yaptığına benzer” gibi). Bu şekillerde düşündüğünüzde, sorun çözülmekte midir ve eğer öyleyse bu fikri nasıl uygulamaya koyabilirsiniz? Son olarak, o ana dek aklınıza gelen tüm çözüm yollarının tam tersini yaptığınızı farz edin.

Eğlenin. Olayları fazla ciddiye aldığınızda, beyniniz zorlanmaya başlar. Bu anlarda, biraz eğlenerek yaratıcılığınıza ivme kazandırın. On beş dakikalık bir ara verin, komik bir film seyredin, bir sonraki toplantınıza veya telefon konuşmanıza “peynir” ve “tart” kelimelerini dâhil edin ya da bir iş arkadaşınızın fotoğrafı üzerinde dijital ortamda oynayarak onu bir baykuşa benzetin.

Algılayın. Etrafınızdaki dünya fazla aşına bir hâl almaya başladığında, beyniniz otomatik pilota geçerek gözünüzün önündeki şeyi görmemeye başlar. Böyle zamanlarda, dünyayla ilgili daha meraklı olmaya başlayarak zihninizi yeniden manüel kullanıma getirin. Örneğin, her hafta kendinize ilginç bir soru sorun. Filler aralarındaki yüzlerce kilometreye rağmen nasıl iletişim kurarlar? İnsanlar neden gülerler? Muz neden sarıdır? Soruların olası cevaplarını bulmak için biraz zaman ve enerji harcayın.

Doğa Çağırıyor

1948 yılında, İsviçre’de, George deMestral ormanda yürüyüşe çıkar. Eve döndüğünde, giysilerinin minik dulavrat otlarıyla kaplı olduğunu görür. Onları teker teker ayıklamaya çalışırken, deMestral, bitkinin giysilerine neden yapışıp kaldığını çözmeye karar verir. İncelemelerinin sonucunda, dulavrat otunun ufak kancalarla kaplı olduğunu ve bunlar sayesinde kumaştaki düğümlere kolayca tutunduğunu görür. Bu basit kavramdan etkilenen deMestral, aynı fikirden yola çıkarak farklı yüzeyleri birbirine tutturmayı dener ve bunun sonucunda da “Velcro”(cırt cırt bant) icat edilmiş olur.

DeMestral’ın hikâyesine, yaratıcılığın altında yatan en önemli kurallardan birinin kanıtı olarak sık sık atıfta bulunulur. Bu kural şudur: Bir durumda uygulanan fikir veya teknik, başka bir durum için de geçerli olabilir. Bu prensip, meşhur yenilikçi düşünce örneklerinde de sıkça karşımıza çıkar. Örneğin, Frank Lloyd Wright’in dua ederken ellerinin aldığı şekilden ilham alarak yeni bir kilise çatısı tasarlaması gibi... Öte yandan, bu durumda gizli ama bir o kadar önemli diğer bazı faktörler de rol oynamış olabilir.

Doğal çevrenin insanların düşünce ve davranışları üzerindeki etkilerini inceleyen pek çok araştırma yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, küçük bir çalılık bile dünyayı daha güzel kılmada önemli etkiye sahiptir. Örneğin, hastanede yatan ve pencerelerinden dışarıdaki ağaçları görebilen hastaların iyileşme oranı anlamlı olarak artmakta,⁽⁷⁾ hücrelerinden çiftlik alanı veya orman gören mahkûmların diğerlerine kıyasla daha az tıbbî sorunu olduğu görülmektedir.⁽⁸⁾ Söz konusu etkiler, sadece mahkûmlar ve hastalar ile de sınırlı değildir; tam tersi, hepimizin hayatına tesir etmektedirler. Diğer bazı araştırmalar, yeşillik ve suç arasındaki ilişki üzerine odaklanmıştır. Bir tanesinde, araştırmacılar dikkatlerini

Chicago'daki büyük bir kimsesizler yurduna çevirmiştir.⁽⁹⁾ Kimsesizler yurdunu ilginç kılan iki özelliği vardır. Birincisi, bazı bölümlerde oldukça fazla çalılık ve ağaç varken, diğer bölümlerin sadece beton-dan ibaret olmasıdır. İkincisi, yurttan kalanlar bölümlere rastgele yerleştirilerek yeşil ve yeşil olmayan bölümlerde kalanların suç oranlarındaki herhangi bir farklılığın aylık gelir, geçmiş deneyimler ya da diğer faktörlere bağlanması engellenmiştir. Çalışmada etkileyici sonuçlar elde edilmiştir. Yurdun yeşillikli alanlarında kalanlar, betondan başka bir şey olmayan alanlarında kalanlara kıyasla yüzde 48 oranında daha az mala karşı suçla ve yüzde 52 oranında daha az şiddet suçuyla ilişkilendirilmiştir. Araştırmacılar, yeşilliğin insanlara daha iyimser bir ruhsal durum kazandırarak suç işleme olasılıklarını azalttığını öne sürmüşlerdir.

Yeşilliğin antisosyal davranışları azalttığı gibi, insanları daha yaratıcı kıldığı da düşünülmektedir. Japon psikolog Seiji Shibata ve Naoto Suzuki'nin gerçekleştirmiş olduğu bir dizi çalışmada, katılımcılara kontrol altında tutulan ofis ortamlarında çeşitli yaratıcılık egzersizleri yaptırılmıştır. Bir çalışmada, bazı ofislerde katılımcının önüne veya yanına bir saksı bitkisi yerleştirilmiş, diğerleri ise herhangi bir yeşillikten mahrum edilmiştir. Bir başka çalışmada, araştırmacılar bitkinin yerine benzer ebatlarda dergileri üst üste koymanın etkisini karşılaştırmıştır. Her defasında, araştırmacılar saksı bitkisinin varlığının insanların yaratıcılığını artırdığını keşfetmişlerdir. Bu suni çalışmalardan elde edilen sonuçlar, daha gerçekçi ortamlarda da kendini göstermektedir. Texas A&M Üniversitesi'nden Robert Ulrich'in yürütmüş olduğu, işyerinde yaratıcılık konulu sekiz aylık bir çalışmada, ofiste çiçek veya bitki olmasının erkek çalışanların bayan meslektaşlarına kıyasla yüzde 15 oranında daha fazla fikir üretmesini ve sorunlara daha esnek çözümler bulmasını sağladığı ortaya konmuştur. Bir başka çalışmada, araştırmacılar, yeşillik barındıran bahçelerde oyun oynayan çocukların daha çorak alanlarda oynayanlara kıyasla daha fazla

yaratıcılık gerektiren oyunla zaman geçirdiğini keşfetmişlerdir.⁽¹⁰⁾ Doğadan küçücük bir parça nasıl bu kadar etkili olabilmektedir?

Bazı teorisyenlere göre, bu sorunun cevabı binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Evrim psikologları, davranışı insanların nesiller boyunca ilerlemesi ve hayatta kalmasını sağlaması açısından açıklarlar. Onlara göre, sağlıklı ağaç ve bitkilerle karşılaşmak, çok eski zamanlara ait bir sükûnet duygusunu uyandırmaktadır. Bu duygu, yakınlarda yiyecek olduğu ve bir sonraki yemek için artık endişelenmek gerekmediği duygusudur. Böyle hoş hisler insanları daha yardımcı, mutlu ve yaratıcı kılmaktadır.

Peki, ormanda yapacağınız bir yürüyüş veya doğru konumlandırılmış bir saksı bitkisi, yaratıcılık kanallarınızı açmak için yeterli midir? Rochester Üniversitesi'nden Andrew Elliot ve meslektaşları, yapmış oldukları olağandışı bir çalışmada, yaratıcılık ve renklerin bilinçaltı etkisi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.⁽¹¹⁾ Araştırmacılar, kırmızı renginin tehlike ve hata ile ilişkilendirilmesi gibi (kırmızı trafik lambalarını ve öğretmenlerin kırmızı kalemelerini düşünün), yeşil renginin de olumluluk ve rahatlamayla ilişkilendirildiğini (yeşil trafik lambalarını ve doğayı düşünün) düşünmüşlerdir. Çalışma, bu renklerin yaratıcılığı gizleyeceğini mi, yoksa açığa mı çıkaracağını açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcılara, içinde standart çevrik kelime bulmacaları olan ve her bir sayfanın köşesine katılımcının kod numarasının ya kırmızı ya da yeşil kalemle yazılmış olduğu birer kitapçık verilmiştir. Katılımcılardan her sayfadaki kod numarasının doğru olup olmadığını kontrol etmeleri ve sonra da kelimeleri çözmeye başlamaları istenmiştir. İlginç bir şekilde, herkes sayıları sadece birkaç saniye görmüş olmasına rağmen, kırmızı kalemle yazılmış olan sayılara bakanlar, yeşil kalemle yazılmış olanlara bakanlara kıyasla bulmacaların sadece üçte birini çözebilmişlerdir. Yani, bilimsel kanıtlara göre, yaratıcılığınızı artırmak için en etkili yollardan biri yeşili tercih etmektir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Yaratıcı düşüncelerinizi tetiklemek için odanıza bitki ve çiçek koyun ve eğer mümkünse pencerenizin betona ve demire değil, ağaçlara ve çimene bakmasını sağlayın. Bunların yerini çeşitli görsellerle doldurmaya çalışmayın. Bir şelale resmi yaratıcılığa yardımcı olmaz; doğal manzaralar gösteren yüksek çözünürlüklü ekranlar bile insanlara kendilerini rahatlamış hissettiremez.⁽¹²⁾ Çalıştığınız mekâna doğadan bir parça taşımanız hiçbir şekilde mümkün değilse molalarınızda en yakın yeşil alana koşun. Ayrıca, yaratıcı ve yenilikçi düşünceyi teşvik edecek odaları tasarlarken kırmızıdan kaçının ve yeşili tercih edin. Meslektaşlarınızın yaratıcılığını artırmak için dünyalarına bol bol yeşil renk katın (yeşil dosya kapları, yeşil sandalyeler vs. kullanarak ve hatta sık sık yeşil giyerek).

Müzikli Sandalye Kapmaca

Grup dinamikleri ve yaratıcılık üzerine iki farklı düşünce okulu vardır. Biri, takım üyelerinin değişmemesi gerektiğini, çünkü birbirini tanıyan kişilerin birlikte daha rahat olduğunu ve bu sayede yaratıcılığın işareti olan ilginç ve olağandışı fikirler üretmede daha başarılı olduklarını öne sürer. Diğer okul ise, grup üyelerini sürekli değiştirerek yeni düşünce düzenleri oluşturmanın daha etkili olduğuna inanır.

Hangi yöntemin daha başarılı olduğunu bulmak üzere, California Üniversitesi'nden Charlan Nemeth ve Margaret Ormiston, gayet açıklayıcı bir çalışma yürütmüşlerdir.⁽¹³⁾ Deneyin ilk bölümünde, gruplardan gerçek sorunları çözecek yeni yollar düşünmeleri istenmiştir; San Francisco körfezinde turizmi artırmak gibi... Sonra, grupların yarısındaki üyeler sabit tutulmuş, diğer yarısındakiler ise sürekli değiştirilerek hep yeni takımlar elde edilmiştir. Sabit kalanlar kendi gruplarını sürekli değişenlere kıyasla daha samimi ve yaratıcı olarak değerlendirmişlerdir. Öte yandan, yaratıcılık açısından sonuçlar bunun tam tersini göstermiştir. Nitekim değişen takım üyeleri olan gruplar çok daha fazla fikir üretmiş ve sonraki değerlendirmelerde bu fikirlerin daha yaratıcı olduğu ortaya konmuştur.

Diğer çalışmalar, tek bir yeni üyenin bile fark yaratabileceğini göstermektedir. Hoon-Seok Choi ve Leigh Thompson tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, üç kişilik gruplardan önce karton bir kutu için mümkün olduğunca fazla kullanım alanı düşünmeleri istenmiştir.⁽¹⁴⁾ Sonra, araştırmacılar, grupların yarısının üyelerini sabit tutmuş, diğer yarısında ise sadece bir kişiyi bir başkasıyla değiştirmişlerdir. Karton kutu için kullanım alanı bulma görevini tekrar etmeleri istendiğinde, yeni bir üye edinen grupların

kutu için çok daha fazla yaratıcı kullanım alanları geliştirdiği fark edilmiştir. Detaylı incelemeler, yeni gelen kişinin asıl iki takım üyesinin yaratıcılığını artırdığını göstermiştir.

Sonuç olarak, söz konusu grup yaratıcılığı olduğunda, mesaj gayet açıktır: Müzikli sandalye kapmaca oyunu oynayın. Bir grup geçmişte başarılı bir çalışma sergilemiş olsa da yine de üyeleri mümkün olduğunca sık değiştirerek yeni ve heyecan verici düşünceler geliştirilme olasılığını artırın.

Küçüğün Gücü

Küçük işaretlerin insanların düşünme tarzı üzerinde büyük etkileri olabilir mi? Hollanda'daki Nijmegen Üniversitesi'nden Ap Dijksterhuis ve Ad van Knippenberg'in yürütmüş olduğu çalışmada, katılımcılar ya tipik bir futbol holiganını ya da tipik bir profesörü tarif eden birkaç cümle yazmışlardır.⁽¹⁵⁾ Bunun ardından, katılımcılara bir dizi genel kültür sorusu sorulduğunda, tipik bir futbol holiganını düşünenlerin soruların yüzde 46'sına doğru cevap verdiği, tipik bir profesörü düşünenlerin ise soruların yüzde 60'ını doğru yanıtladığı fark edilmiştir. Diğer bazı çalışmalar, benzer "hazırlama" etkilerinin pek çok farklı durum için de geçerli olduğunu göstermiştir. Örneğin, dolar sembolleriyle dolu duvar kâğıdı olan bir bilgisayarın önüne oturtulduklarında, insanlar daha bencilce ve soğuk davranmakta, hayır kurumlarına daha az para vermekte ve diğer insanlardan daha uzak oturmaktadırlar.⁽¹⁶⁾ Buzlu kahve verilen katılımcılar, kahveyi kendilerine ikram eden görüşmeciyi bilmeden de olsa soğuk ve daha az sevimli olarak değerlendirmektedirler.⁽¹⁷⁾ Havaya çok hafif bir temizlik malzemesi kokusu yaydığınızda, insanlar çok daha detaylı temizlik yapmaktadırlar.⁽¹⁸⁾ Toplantı sırasında masaya bir evrak çantası koyduğunuzda, insanlar aniden daha rekabetçi bir tavra bürünmektedirler.⁽¹⁹⁾ Sonuç olarak, kanıtlara göre, küçücük şeylerin büyük etkileri mevcuttur.

Hazırlama, kişileri çabucak daha yaratıcı kılabilir de. Almanya'daki Uluslararası Bremen Üniversitesi'nden psikolog Jens Förster'in yürütmüş olduğu bir çalışmada, bir kısım katılımcıdan tipik bir punkçunun davranışları, hayat tarzı ve görünümünü hakkında birkaç cümle yazmaları (punkçu kavramı özellikle seçilmiştir, çünkü araştırmacılara göre, "anarşik ve radikal" bir imajı vardır), diğerlerinden ise aynısını tipik bir mühendis ("muhafazakâr ve man-

tıklı”) için yapmaları istenmiştir.⁽²⁰⁾ Ardından, herkese standart bir yaratıcılık testi verilmiştir. Sonuçlar, punkçu hakkında birkaç saniye düşünenlerin mühendis üzerine düşünenlerden çok daha yaratıcı olduklarını göstermiştir. Katılımcılar farkında olmasalar da birkaç hızlı ve basit düşünce sayesinde yaratıcılık yetenekleri büyük oranda artmıştır. İlginç bir şekilde, bu etki sadece punkçular ve mühendisler gibi genel kalıplaşmış örneklerle mahsustur. İnsanlardan birkaç dakika boyunca Leonardo da Vinci gibi meşhur bir figürü düşünmelerini istediğinizde, yaratıcılıkları artmaktan ziyade büyük ihtimalle azalacaktır.⁽²¹⁾ Görünüşe göre, fazla yüksek bir ölçü çizgisi belirlendiğinde, insanlar bilinçdışı bir şekilde kendi ortalama yeteneklerini bir dâhininkiyile karşılaştıracak ve bunun ardından da şevkleri kırılacak ve denemeyi bırakacaklardır.

2005 yılında, Förster, anlık değişim üzerinde önemli etkileri olan yeni bir yaratıcılığa hazırlama deneyi yapmıştır. Förster, geleneklere aykırılık hissi uyandırmak üzere tasarlanmış modern bir sanat eserine bakmanın bile izleyicilerin yaratıcılığını artıracaklarını öne sürmüştür. Bu düşüncesini sınamak için, özel olarak hazırlanmış iki tablonun önüne oturttuğu katılımcılara standart bir yaratıcılık testi (bir tuğla için mümkün olduğunca fazla kullanım alanı düşünmek) yaptırmıştır. İki resim de yaklaşık bir metre-kare ebadındadır ve neredeyse birbirinin aynısıdır. Tablolarda, açık yeşil bir fon üzerinde on iki büyük artı işareti resmedilmiştir. Birinde, tüm artılar koyu yeşil; diğesinde ise on biri koyu yeşil, biri sarıdır. Araştırmacılar, bilinçdışı zihninin bu tek sarı artıyı daha muhafazakâr ve geleneksel olan yeşil kuzenlerinden bir ayrılma olarak algılayacağını öngörmüş ve bunun daha radikal ve yaratıcı düşünmeyi teşvik edeceğini iddia etmiştir. Sonuçlar şaşırtıcı olmuştur. Katılımcılar tabloyu bilinçli bir şekilde fark etmiş olmasalar da “yaratıcı” resmin önünde oturtulanlar, tuğla için çok daha fazla kullanım alanı üretmişlerdir. Üstelik bir grup uzman bu yanıtların çok daha yaratıcı olduğu hükmüne de varmıştır.

Buradaki mesaj son derece açıktır: Bir grubu veya bireyi yaratıcı düşünmeye hızla teşvik etmek istiyorsanız görsel hazırlamanın gücünden yararlanmalısınız.

Öte yandan, diğer araştırmalar, hızlı bir yaratıcılık becerisi kazanmak için olağandışı bir sanat eserinin önünde oturmanın yeterli olmadığını ortaya koymaktadır. Bedeninizi nasıl kullandığınız da bu anlamda oldukça önemlidir. Endişe ve yaratıcılık arasında kuvvetli bir bağ vardır. İnsanlar endişeli olduklarında, önlerindeki göreve gereğinden fazla odaklanır, riskten kaçır, alışılmış rutinlerin dışına çıkmaz ve dünyayı pek de yaratıcı olmayan gözlerle görürler. Tam tersi, bir durum karşısında kendilerini rahat hissettiklerinde, yeni ve farklı düşünce ve davranış şekilleri keşfetmeye daha açıktırlar, daha büyük resmi görürler, risk alırlar ve daha yaratıcı düşünürler ve davranırlar.

Bu bağlantının ışığı altında, teoride, insanları daha rahat hissettirdiğinizde yaratıcılıklarının da artması gerekir. Gönüllüler eşliğinde, araştırmacılar uzun rahatlama egzersizleri yapmak, komedi filmi seyretmek ve Vivaldi'nin Dört Mevsim eserini dinlemek gibi çeşitli endişe azaltıcı yöntemleri test etmişlerdir. Sonuçlar, insanların bulundukları ortamda kendilerini rahat hissettiklerinde daha yaratıcı ve ilginç fikirler ürettiklerini ortaya koymuştur. Fakat bu etkinin elde edilmesi için uygulanan teknikler biraz zaman alıcı olmuştur. Hızlılık mühim bir nokta olduğundan, birkaç yıl önce, psikolog Ronald Friedman ve Jens Förster, insanların hızla rahatlamaını sağlayan alışılmadık bir teknik geliştirmişlerdir. Üstelik tekniklerinin ödüllendirici bir yan etkisi, yaratıcılığı da artırması olmuştur.⁽²²⁾

Bir nesneden hoşlandığınızda, bazen onu kendinize doğru çekersiniz. Benzer şekilde, bir şeyden hoşlanmadığınızda onu kendinizden uzaklaştırırsınız. Bu basit çekme-itme davranışını doğumunuzdan itibaren sergilemekte ve gün içinde de muhtemelen sık sık tekrarlamaktasınız. Bunun sonucunda, çekme davranışı

olumlu, itme davranışı ise daha olumsuz hislerle bağdaştırıldığı için beyninizde bu anlamda kuvvetli ilişkilendirmeler yer etmiş olacaktır. Friedman ve Förster, insanların bu davranışları kısa bir süre için bile olsa sergilemelerinin onlarla ilişkili duyguları tetikleyip tetiklemeyeceğini ve dolayısıyla insanların yaratıcı düşüncelerini etkileyip etkilemeyeceğini merak etmişlerdir.

Araştırmacılar, gönüllülerden bir masaya oturmalarını ve standart yaratıcılık ödevleri (sıradan nesneler için mümkün olduğunca çok kullanım alanı geliştirmek veya klasik “çok yönlü düşünme” bulmacaları çözmek gibi) yapmalarını istemişlerdir. Katılımcıların yarısına, sağ elleriyle masayı hafifçe alttan kendilerine doğru çekmeleri söylenmiş, böylece beyinlerine ortamlarını sevmiş olduklarına dair belli belirsiz bir sinyal gönderilmiştir. Diğer katılımcılara ise sağ elleriyle masayı üstten itmeleri söylenmiş, bu sayede kendilerini tehdit altında hissetmeleri sağlanmıştır. Bu itme ve çekmeler masayı hareket ettirmeyecek kadar hafiftir ve gönüllülerin hiçbiri masayı itmesi veya çekmesinin yaratıcılığı üzerinde bir etkisi olabileceğini bilmemektedir. Bir elleriyle masayı nazikçe iterken veya çekerken, diğer elleriyle de yaratıcılık ödevini yapmışlardır. Friedman ve Förster, sıradan nesneler için yaratıcı fikirler geliştirmede ya da “İşte bu!” dedirtecek şeyler üretmede, çekenlerin itenlerden çok daha yüksek puan aldıklarını bulmuşlardır.

Bu teknik gayet basit, alışılmadık ama etkilidir. Üstelik bedeninizin beyindeki yaratıcılık üzerindeki tuhaf etkilerini ortaya koyan tek araştırma da değildir. Rochester Üniversitesi'nden Ron Friedman ve Andrew Elliot'un yapmış olduğu deneyde, kollarını önlerinde kavuşturmuş veya bacaklarının üzerine koymuş katılımcılardan çevrik kelime bulmacası çözmeleri istenmiştir.⁽²³⁾ İtme ve çekmenin bilinçdışı bir şekilde sevmeye ve sevmemeyle ilişkilendirilmesi gibi, kolların kavuşturulması da sıklıkla dik kafalılık ve direnmeyle bağdaştırılmaktadır. Bu basit beden dili, katılımcıların

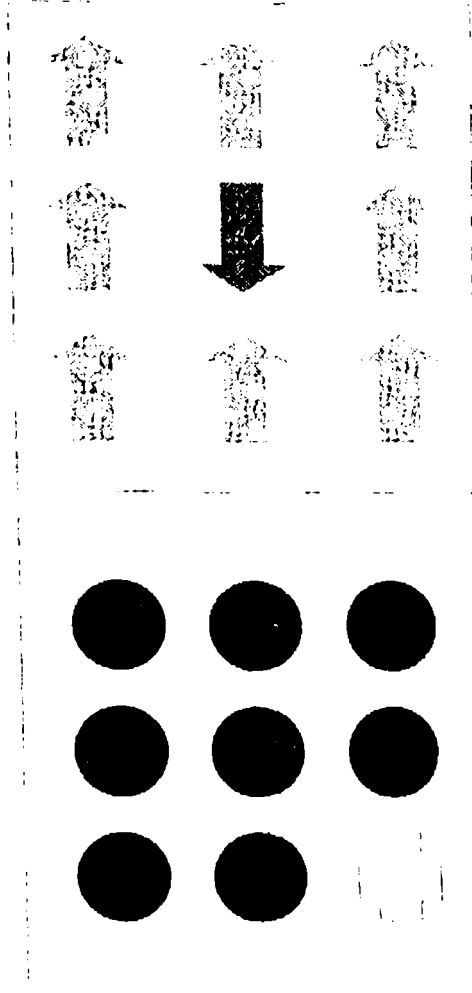
bulmacayı çözmek için daha fazla zaman ayırmalarını sağlamış mıdır? Evet. Kollarını kavuşturan katılımcılar, bacaklarının üzerine koyanlardan neredeyse iki kat daha uzun süre bulmacayı çözmekle uğraşmışlardır. Bundan da önemlisi, bu sayede daha fazla sayıda bulmaca çözmüşlerdir.

Diğer bazı çalışmalar, farklı bir tartışma konusu olan yatarak veya oturarak çalışma meselesine de bilimsel açıklama getirmektedir. Avustralya Ulusal Üniversitesi'nden Darren Lipnicki ve Don Byrne tarafından yürütülmüş olan bir deneyde, katılımcılardan ayakta durarak ve bir kanepede uzanarak çevrik kelimelerden oluşan bir dizi bulmaca çözmeleri istenmiştir.⁽²⁴⁾ Bulmacalar, kolaydan zora gidecek şekilde hazırlanmıştır. İlginç bir şekilde, ayakta duran katılımcılar bulmacaları yatanlara kıyasla yüzde 10 daha hızlı çözererek verilen sürede daha yüksek bir puan elde etmişlerdir. Peki, bu farka yol açan nedir?

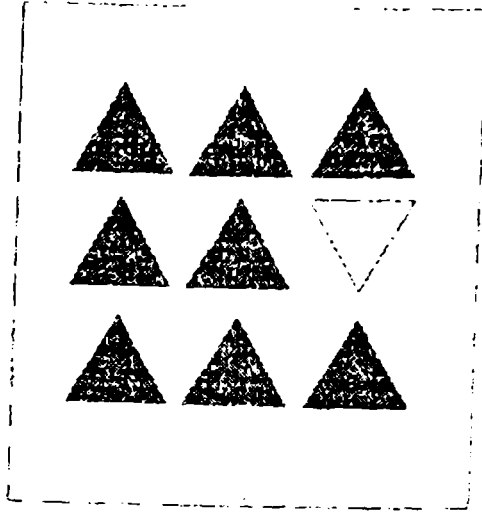
Lipnicki ve Byrne'a göre, bu sorunun cevabı, beynin "locus coeruleus" olarak adlandırılan küçük bir bölümüyle ilişkili olabilir. Bu bölüm harekete geçtiğinde, düşünce vasıtasıyla noradrenalin denen bir stres hormonu üretilir, bunun sonucunda nabızla beraber vücuttaki kan dolaşımı artar ve enerji boşaltımı tetiklenir. Ayağa kalktığınız zaman, yerçekimi nedeniyle kan üst bedenden aşağıya çekilir. Bunu takiben, locus coeruleus'ta aktivite artar. Oysa yatarken bu aktivite azalır. Bazı araştırmacılar, noradrenalinin, çevrik kelime bulmacası çözmek için gereken yaratıcılık ve esneklik gibi beynin çeşitli düşünme türleri üzerine yeteneğini artırdığını da düşünmektedir. Görünen o ki, omurgayı dik veya yatay konumda tutmak, bedeninizde dolaşan kimyasalları oldukça etkilemekte ve beyninizin farklı şekillerde işlev göstermesine neden olmaktadır. Buna, yaratıcı düşünce de dâhildir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Hazırlama. Zihninizi yaratıcı düşünmeye hazırlamak için birkaç dakikanızı tipik bir müzisyeni veya ressamı tarif etmeye ayırın. Bu kişinin davranışlarını, hayat tarzını ve görünümünü tanımlayın. Veya bunun yerine, Förster'in yaratıcılık ve şekiller düzeni üzerine yapmış olduğu çalışmaya dayanarak özgün fikirler üretirken aşağıdaki tasarımlardan yararlanın. Bu çizimler, modern sanat eserleri hâline getirilerek toplantı salonlarının duvarlarına asılabilir. Hatta bilgisayara duvar kâğıdı olarak yüklenebilir ya da bloknotlarda belli belirsiz bir fon olarak da kullanılabilir. Bu seçeneklerden hangisini tercih ederseniz edin, yaratıcılığı geliştirmek hiç bu kadar çabuk ve kolay olmamıştır.



Beden Dili. Bir dahaki sefere bir toplantıda yaratıcı olmaya çalışırken öne doğru eğilin ve masayı hafifçe kendinize doğru çekin. Toplantı sertleşirse başarısızlık durumunda direnmenize yardımcı olması amacıyla kollarınızı kavuşturun ve bu da işe yaramazsa bir kanepeye uzanın. Olur da herhangi biri sizi tembellikle suçlarsa locus coeruleus'unuzu katı düşüncelerin stresinden kurtarmaya çalıştığınızı sakın bir şekilde anlatın.



5. ÇEKİM GÜCÜ

Neden elde edilmesi zor kişiyi oynamamanız gerekir ve gerçek baştan çıkarma sanatında en basit dokunuşların, lunapark trenlerinin ve plastik Noel ağaçlarının rolü.

Size içinde on tane kurabiye olan bir kavanoz uzatıldığını, bir tanesinin tadına bakarak lezzetini değerlendirmeniz söylendiğini farz edin. Şimdi, aynı değerlendirmeyi içinde sadece iki tane kurabiye olan bir kavanozdan yapmanız istendiğini düşünün. Kavanozdaki kurabiye sayısının kararınızı etkilemeyeceğini düşünüyor olabilirsiniz, ama yanılıyorsunuz. Hilo'daki Hawaii Üniversitesi'nden psikolog Stephen Worchel tarafından yürütülmüş olan çalışmaya göre, kişi, neredeyse boş sayılabilecek bir kavanozdan aldığı kurabiyeyi dolu bir kavanozdan aldığından çok daha lezzetli bulmaktadır.⁽¹⁾

Peki, bunun sebebi nedir? Bir nesneyi arzulama ve önemseme düzeyimiz, kısmen de olsa onu ne kadar kolay elde edebileceğimize bağlıdır. Kurabiyeyle dolu bir kavanozun içindekilerin miktarca fazlasıyla yeterli olduğu bellidir. Buna karşın, boş sayılabilecek bir kavanoz, kurabiyelerin sınırlı ve dolayısıyla daha cazip olduğuna işaret eder. Worchel'in deneyinde, bu basit fikir katılımcıların kurabiyelerin bulunabilirliğini ve lezzetini algılayışlarını bilinçdışı bir şekilde etkilemiştir.

Bu etki, koleksiyoncuların sınırlı baskılara neden milyonlar ödediğini, insanların yasaklı kitap ya da filmlere neden ilgi duyduğunu ve satıcıların stokların tükenmekte olduğu taktiğini neden sıkça kullandığını açıklamaktadır. Peki, aynı durum ilişkiler içinde geçerli midir? Olası bir partnerin ilgisini çekmeye çalışırken peşinden koşmak mı, yoksa oralı değilmiş gibi gözükmek mi daha iyidir?

Bu soru, büyük düşünürlerin bile zihnini meşgul etmiştir. Klasik Yunan filozofu Sokrat, hayat kadını Thodota'ya erkekleri cezpt etme üzerine tavsiyede bulunurken, “Kaçan kovalanır” hipotezini şu cümleleriyle desteklemiştir:

Onlar senden bir iyilik yapmanı isteyene kadar onlar için hiçbir şey yapma. Unutma ki, en leziz yemek bile arzu edilmeden önce ikram edilirse beğenilmez; hatta doymuş olanlara mide bulandırıcı gelir. Lâkin aç bir adam en kötü yemeği bile hoş karşılar.

Birkaç yüz yıl sonra, Romalı usta şair Ovid, konuyla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

Seni aptal. Sevgilini onun hatırına korumaya gerek duymuyorsan bile benim hatırıma koru ki, onu daha fazla arzulayabileyim. Kimse kolay olanın peşinden koşmaz, çekici şeyler yasak olanlardır... Boynuzlu bir adamın karısını sevmek, kumsaldan kova kova kum çalmakla aynıdır.

Sokrat ve Ovid'in bu bilgece sözlerine, çağımızda ilişkiler üzerine yazılmış olan çoğu kitapta sık sık rastlayabiliriz. Tüm zamanlar boyunca, insanlara olası âşıklarına karşı ilgisiz durmaları ve onları peşlerinden koşturmaları önerilmiştir. Peki, elde edilmesi zor oynamak gerçekten işe yaramakta mıdır?

Bunu keşfetmek üzere, Hawaii Üniversitesi'nden Elaine Hatfield ve meslektaşları, bir dizi şaşırtıcı çalışma yapmışlardır.⁽²⁾ Bunların ilkinde, öğrencilere 13-19 yaş arası çiftlerin fotoğrafları ve kısa özgeçmişleri gösterilmiş; ardından gençlerin her birini ne kadar çekici bulduklarını değerlendirmeleri söylenmiştir. Özgeçmişler, gençlerin bazısının partnerlerine sadece birkaç görüşmeden sonra (“elde edilmesi kolay” olarak düşünün), bazısının ise çok daha

uzun sürede (“elde edilmesi zor” olarak düşünün) âşık olduğunu gösterecek şekilde hazırlanmıştır. Araştırmacıların beklediğinin aksine, öğrenciler, partnerleriyle tanıştıktan kısa süre sonra ona ilan-ı aşk eden gençlere daha yüksek puan vererek, deyim yerindeyse “Âşık olanı herkes sever” fikrine varmalarına neden olmuştur. Bunun üzerine, gözüpek araştırmacılar, biraz daha gerçekçi ikinci bir çalışma yapmaya karar vermişlerdir.

Bu sefer, araştırma grubu, sevgili bulma ajansına kaydolmuş bir grup kadından yardım istemiştir. Kadınlara, randevu için her arandıklarında karşılarındaki adama iki şekilde cevap vermeleri söylenmiştir. Aramaların yarısında, görüşme teklifini hemen kabul etmişler (“elde edilmesi kolay”), diğer yarısında ise evet demeden önce tam 3 saniye duraksamışlardır (“elde edilmesi zor”). Bunun ardından, arama yapan tüm erkeklere bir deneye dahil oldukları (yani, kızın “numara yaptığım”) açıklanmış ve buluşmalarını değerlendirmeleri söylenmiştir. Araştırmacılar bir kez daha görmüştür ki, elde edilmesi zoru oynamak değerlendirmeleri etkilememiştir. Bunun üzerine, araştırmacılar, 3 saniyelik duraksamanın belirsiz olmuş olabileceğini düşünerek olayları daha net bir hâle getirmeye karar vermişlerdir. Bir başka çalışmada, sevgili bulma ajansından kadınlar, herhangi bir buluşma teklifini ya çabucak kabul etmiş (“elde edilmesi kolay”) ya da duraksamış ve sayısız teklif aldıklarını söyleyerek isteksizce bir kahve içmeye razı olmuşlardır (“elde edilmesi zor”). Bu defa sonuçlar, elde edilmesi zor tavrının hiçbir etkisi olmadığını kesin bir şekilde ortaya koymuştur.

İyice ümitsizliğe kapılan araştırmacılar, ilişkiler dünyasında işler zora girdiğinde çoğu insanın yaptığı şeyi yapmışlardır: Hayat kadınlarından medet ummuşlardır.

Önemli ama az bilinen bir sosyal psikoloji deneyinde, araştırmacılar, bir grup hayat kadınından müşterileriyle iki şekilde sohbet etmelerini istemişlerdir. Müşterilerine içki koyarken ya hiçbir şey söylememiş (“elde edilmesi kolay”) ya da yakında üniversiteye

başlayacaklarını ve sadece en sevdikleri müşterileriyle görüşeceklerini söylemişlerdir (“elde edilmesi zor”). Bunun ardından, araştırma ekibi, gizlice her müşterinin bir sonraki ay boyunca hayat kadınıyla kaç kez temas kurduğunu gözlemlemiş ve elde edilmesi zoru oynayan hayat kadını ile geri dönüş oranı arasında yine herhangi bir ilişki bulamamıştır.

Elde edilmesi zoru oynamanın etkisinin neden bir söylentiden ibaret olduğunu kanıtlamak üzere, Hatfield ve meslektaşları, bir grup erkeğe, ilişki yaşamaya istekli biriyle mi, yoksa peşinden koşturmayı seven biriyle mi görüşmeyi tercih edecekleri sorulmuştur. Çoğu katılımcı, iki seçeneğin de kendine göre avantaj ve dezavantajları olduğunu söylemiştir. Katılımcılara göre, kolay kadınlarla birlikte olmak rahatlatıcı ve eğlenceli olabilirken, toplum içinde bir utanç sebebi de olabilir. Buna karşın, elde edilmesi zor kadınlar ego için harikayken, çoğu mesafeli, soğuk ve kişiyi arkadaşlarının önünde küçük düşürmeye meyilli olabiliyordur. Katılımcılarla yapılan görüşmelerin ardından, araştırmacılar, en iyi stratejinin olası sevgiliye genellikle elde edilmesi zor olduğunuzu (yani, sahip olunmaya değer sınırlı bir kaynak olduğunuzu), ama ona karşı istisnai bir tavır sergilediğinizi hissettirmek olduğunu öne sürmüşlerdir. Araştırmacılar, bu düşüncelerini yukarıdaki tekniklerin aynılarını (hayat kadını deneyi hariç) uygulayarak test etmiş ve fikirlerini destekleyen çok sayıda kanıt elde etmişlerdir.

Öte yandan, bir sevgili adayını etkilemek, sadece “Ben seçiciyimdir ve seni seçtim” izlenimi yaratabilmek meselesi değildir. Nitekim ilişkilerin psikolojisi üzerine yapılan araştırmalar, birine duyduğunuz ilgiyi karşılıklı bir ilişki hâline getirebilecek hızlı ama etkili çeşitli yöntemler olduğunu açığa çıkarmıştır. İhtiyacınız olan şeyler basit bir dokunuş, lunaparkta geçireceğiniz bir akşamüstü ve insanlara pizzayı en çok neli sevdiklerini sorma cesaretine sahip olmaktır.

Dokunmanın Gücü

Fransız psikolog Nicolas Guéguen, kariyerini günlük hayatın ilginç yönlerini araştırmaya adanmıştır. Bunlar içinde belki en dikkat çekenini, kadın göğsü üzerine yaptığı çalışmalardır. Kadın göğsünün erkek beyni üzerindeki etkisi, yıllardır psikologların ilgisini çekmiş ve erkeklerin büyük göğüslü kadınları çekici bulduğu bir dizi çalışmayla bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Her ne kadar etkileyici olsa da bu çalışmanın önemli bir kusuru vardır. Çalışmanın çoğu, suni bir ortam olan laboratuvar sınırları içinde yapılmıştır. Erkek katılımcılara, farklı göğüs ölçülerinde kadınların fotoğrafları gösterilmiş ve en çekici bulduklarını seçmeleri söylenmiştir. Bunun sonucunda, akademik bir konferansta ne zaman bu çalışmadan bahsedilse bilim adamları şu soruyu sormaktan kendilerini alamamışlardır: “Peki, ama erkeklerin büyük göğüslü kadınları tercih ettiği fikri gerçek hayatta da geçerli midir?”

Şimdi söz Nicolas Guéguen’de.

Guéguen, göğüs ölçüsü ve erkek davranışını daha gerçekçi ortamlarda inceleyen iki yeni araştırma yapmaya karar vermiştir. Bilim adamının, “Kadın Göğüs Ölçüsü ve Erkeğin Kur Yapma Talebi” adlı makalesinde ele almış olduğu ilk çalışmada, göğüs ölçüsü sistematik bir şekilde değiştirilen genç bir kadına bir gece kulübünde erkeklerin kaç kez yaklaşma teşebbüsünde bulunduğu incelenmiştir.(3) Kadından (deney raporuna göre, bu kadın özellikle seçilmiştir çünkü göğüs ölçüsü 75 C’dir ve bu ölçü erkek öğrencilerce ortalama çekicilikte değerlendirilmiştir) bir saat boyunca gece kulübünde oturması ve hevesle dans pistine doğru bakması istenmiştir. Bu arada, bir araştırmacı gizlice kadını dansa kaldıran erkekleri saymıştır. On iki hafta boyunca, araştırmacılar lateks destek kullanarak kadının göğüs ölçününü 80 ve 85 C

arasında değiştirmişlerdir. Sonuçlar hiç de şaşırtıcı olmamıştır. Destek kullanmadığı zamanlarda, kadına bir gece boyunca on üç kez yaklaşılmıştır. Göğüsleri 80 C'ye çıkartıldığında 19 kez, 85 C'ye çıkartıldığında ise tam 44 kez yaklaşılmıştır.

Pek tabii, bu çalışmada araştırmacıların durumu kendi lehlerine çevirmiş olduğu iddia edilebilir. Ne de olsa gece kulübündeki çoğu erkeğin amacı bir kadınla tanışmaktır ve herhangi bir girişimde bulunmadan önce ortamdaki kadınları inceleme fırsatları olmuştur. Peki, bu faktörler ortadan kaldırıldığında ne olur? Ya şartlar çok daha az cinsellik içerse ve erkeklerin karar vermek için sadece birkaç saniyesi olsa? Bunu belirlemek üzere, Guéguen, “Göğüs Ölçüsü ve Otostopçuluk” adlı bir deney daha yapmıştır.(4) Bu sefer, göğüs ölçüsü yine değiştirilen kadından işlek bir yolun kenarında durması ve otostop yapması istenmiştir. Bu esnada, iki araştırmacı yolun karşı tarafında bir arabada gizlice oturmuş ve kadını arabasına almayı teklif eden erkek ve bayan sürücüleri saymışlardır. Yüz araba geçtikten sonra, denek otostopçu göğüs ölçüsünü değiştirmek için lateksleri ya eklemiş ya da çıkartmıştır. 426 bayan sürücünden elde edilen sonuçlar, göğüs ölçüsünün durup durmamalarında herhangi bir etkisi olmadığını; ölçü ister 75 ister 80 ya da 85 olsun, yüzde 9'unun otostopçuyu almak için durduğunu göstermiştir. Buna karşın, 774 erkek sürücünden alınan sonuçlar tamamen farklıdır. Lateks destek kullanmadığı anlarda otostopçuyu almak için yüzde 15'i, 80 C olduğunda yüzde 18'i, 85 C olduğunda ise yüzde 24'ü durmuştur. Bunun üzerine, araştırmacılar, açıkça cinsellik içermeyen koşullarda bile göğüs ölçüsünün erkek zihninde önemli bir yeri olduğu sonucuna varmışlardır.

Guéguen'in çalışmalarının bir başka yönü de dokunmanın gücüne odaklanmasıdır.(5) Pek çok çalışmada, kişinin üst koluna bir iki saniye dokunmanın size yardımcı olup olmaması üzerinde şaşırtıcı derecede önemli bir etkisi olduğu ortaya konmuştur. Bir deneyde, Amerikalı araştırmacılar yolda yürüyen insanlardan 10 sent

istemişlerdir. Konuştukları kişinin kolunun üst kısmına kısacık bir dokunuşları parayı alma olasılıklarını yüzde 20 artırmıştır. Benzer çalışmalar, aynı belli belirsiz dokunuşun insanların herhangi bir konuda imza verme, garsonlara bahşiş bırakma, marketlerdeki lezzet testlerine katılma (ve sonrasında da ürünü alma), barda daha fazla içme ve daha çok hayır işi yapma ihtimallerini de artırdığını göstermiştir. Peki, bu dokunuş, kur yaparken sonuca ulaşmanızda da size yardımcı olabilir mi?

Bunu keşfetmek için, Guéguen, yirmi yaşındaki bir erkekten üç haftalık bir dönem boyunca bir gece kulübünde 120 kadına yaklaşmasını istemiştir. Yüz yirmi kadında da aynı istikrarın sağlanması için yakınlaşmalar özenle kontrol altında tutulmuştur. Her biri, slow bir parça eşliğinde gerçekleşmiş ve adam kadına yaklaşarak “Merhaba, adım Antoine. Dans etmek ister misiniz?” diye sormuştur. Yakınlaşmaların yarısında, adam kadının kolunun üst kısmına hafifçe dokunmuş, geri kalanında ise ellerini kendine saklamıştır. Kadın teklifi reddederse adam, “Yazık, belki bir başka sefere” diyerek şansını iki üç metre ileride duran bir başka kadınla denemiştir. Kadın teklifi kabul ederse adam ona bir deneye dahil olduğunu açıklamış ve çalışmayla ilgili detaylar içeren dokümanlar vermiştir. Kim demiş romantizm öldü diye?

Guéguen’in yapmış olduğu ikinci bir çalışmada, her üç araştırmacıdan biri yolda yürüyen kadınlara yaklaşarak onlardan telefon numaralarını almaya çalışmıştır.⁽⁶⁾ Araştırmacıların üçü de yakışıklıdır, nitekim çalışma hakkındaki rapora göre, “test öncesi değerlendirmeler, yolda yürüyen genç kadınlardan telefon numarası alabilmenin zor olduğunu göstermiştir” (Memur Bey, doğru söylüyorum. Gerçekten bilimsel bir deney yapmaya çalışıyoruz). Araştırmacılar toplam 240 kadına yaklaşmış, çok hoş göründüklerini söylemiş, günün ilerleyen saatlerinde bir şeyler içmeyi teklif etmiş ve onlardan telefon numaralarını istemiştir. Daha önceki deneyde olduğu gibi, araştırmacılar, yakınlaşmaların yarısında

kararlaştırılan cümleleri söylerken kadının koluna hafifçe dokunmuştur. Sonra, 10 saniye beklemleri, gülümsemeleri ve kadına bakmaları söylenmiştir. Kadın bu nazik teklifi reddederse yürüyüp gitmesine izin verilmiştir. Kabul ederse araştırmacı, kadına her şeyin bir deneyden ibaret olduğunu açıklamış, ilgili dokümanları vermiş ve kararlaştırılan son cümleyi söylemiştir: “Zamanınızı aldığım için özür dilerim. Katılımınız için teşekkürler. Belki bir başka yer ve zamanda görüşürüz. İyi günler.”

İki deneyden de elde edilen sonuçlar etkileyici olmuştur. Gece kulübünde, kollarına dokunulmayan kadınlar teklifi yüzde 43 oranında kabul ederken, kollarına kısacık da olsa dokunulanlar yüzde 65 oranında kabul etmiştir. Yolda yürüyen kadınlarla araştırma yapan ekip, herhangi bir fiziksel temasta bulunmadıkları kadınların yüzde 10’undan, kollarına dokunduklarının ise yüzde 20’sinden telefon numarası almayı başarabilmiştir. Her iki durumda da kısacık bir dokunma bile başarı oranını anlamlı olarak artırmıştır.

Bu tarz bir dokunma, flört ederken neden önemlidir? Çoğu psikologa göre, cevabın cinsellik ve mevki ile ilişkisi vardır. Çoğu araştırma, şaşırtıcı olmayan bir şekilde göstermiştir ki, kadınlar yüksek mevkilli erkekleri düşük mevkililerden daha çekici bulmaktadır. Evrimsel açıdan bakıldığında, bu adamlar ideal eşi simgeler, çünkü çiftin kendisine ve olası çocuklarına bakabilecek güçtedirler. Peki, ama bir kadın nasıl olur da bir yabancının mevkisinin ne olduğunu neredeyse tanıır tanışmaz anlayabilir?

Cevabın bir kısmı, dokunmayla ilişkilidir. Nazik bir dokunuşun, yüksek mevki işareti olarak algılandığını gösteren çok sayıda kanıt vardır.⁽⁷⁾ Örneğin, insanlara bir kişinin diğerine dokunduğu çeşitli fotoğraflar gösterildiğinde, “dokunan” “dokunulandan” daha baskın olarak değerlendirilmiştir. Bu durum, özellikle erkeklerin kadınların kollarının üst kısmına dokunduğu anlar için geçerlidir. Çoğu kadın bu dokunuşu bilinçli bir şekilde fark etmese de bilin-

çatları onlara potansiyel sevgilileriyle ilgili daha olumlu şeyler düşündürmektedir.

Kadınlar çoğu zaman erkekleri sığ olmakla ve bir çift büyük göğüsten kolayca etkilenmekle suçlar. Guéguen'in otostopçuluk ve lateks desteklerle macerası, bunun gerçekten doğru olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan, kadınların baştan çıkarılması üzerine yaptığı çalışmalar, kadınların da romantik kararlar alırken yüksek mevkie işaret eden fiziksel faktörlerden etkilenebildiğini göstermektedir. Belki de buradan almamız gereken gerçek ders, kabul etmek istemesek de hepimizin sandığımızdan biraz daha sığ olduğumuzdur.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Birinin size herhangi bir konuda yardımcı olmasını istiyorsanız üst koluna hafifçe dokunmayı deneyin. Dokunuş kısa, sadece kolun üst kısmıyla sınırlı ve bir iltifat ya da ricayla eşzamanlı olduğunda, bir kadının bir erkeği çekici bulma olasılığını da artırır. Öte yandan, çok da dikkatli olmalısınız, çünkü bu davranış yanlış anlaşılmaya son derece müsaittir. Dokunma, güçlü bir sosyal sinyaldir; dokunacağınız alandaki birkaç santimlik fark, karşınızdakinin sizi kahve içmeye davet etmesini sağlayabileceği gibi polisi aramasına da neden olabilir.

Sevme Tarzınızı Değerlendirin

Otuz yıldan fazla süren psikolojik araştırmalar, çoğu insanın romantik ilişkisinde farklı “sevme tarzlarından” birini benimsediğini ortaya koymuştur. Bu tarz, kişinin yaşamı boyunca pek değişim göstermez ve ilişkilerinin gidişatında temel bir rol oynar. Aşağıdaki soru formu, başlıca üç sevme tarzından hangisine yakın olduğunuzu belirlemenize yardımcı olacaktır.⁽⁸⁾

Aşağıdaki dokuz ifadeyi okuyun ve sizi tanımlama derecesine göre değerlendirin. İfadelerden bazıları belirli bir ilişkiye atıfta bulunurken, diğerleri genel anlamda düşüncelerinizle ilgilidir. Mümkünse soruları cevaplarırken mevcut partnerinizi düşünün. Eğer şu an bir ilişki yaşamıyorsanız son partnerinizi düşünerek cevap verin. Bugüne dek hiç ilişki yaşamadıysanız düşünce ve davranışlarınızla uyumlu olacağını düşündüğünüz şekilde cevaplayın. İfadeler üzerinde çok fazla düşünmeyin ve dürüstçe cevap verin.

Derecelendirme

1 = kesinlikle katılmıyorum ile 5 = kesinlikle katılıyorum arası

- | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| 1 | Partnerime onunla neredeyse tanışır tanışmaz tutuldum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | İlişkiler söz konusu olduğunda, belirli yapıda insanları çekici bulurum ve mevcut parterim kafamdaki bu yapıya uyuyor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Partnerim ve ben birbirimiz için yaratıldığımızı düşünüyoruz. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Güçlü arkadaşlıklardan doğan aşk ilişkileri benim için daha önemlidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Tam olarak ne zaman âşık olduğumu söyleyemem; ama uzunca bir süre aldığını söyleyebilirim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Aşk, gizemli bir his değildir; ilgi duyma ve arkadaşlığın uçlardaki hâlidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- 7 Partnerim yaptığım bazı şeyleri bilse pek memnun 1 2 3 4 5
olmazdı.
- 8 Sahada farklı partnerlerle oynama fikri hoşuma gidiyor. 1 2 3 4 5
- 9 Hüsrarla sonuçlanan aşk ilişkilerinden sonra genellikle 1 2 3 4 5
gayet kolay toparlanırım.

Puanlama: Bu soru formu, başlıca üç sevmeye tarzına yatkınlığınızı ölçmek üzere tasarlanmıştır. Yunanlı meşhur filozof Platon'un ilk kez ortaya attığı kavramlardan esinlenen psikologlar, sonuçları "Eros" (Yunancada "arzu"), "Ludus" ("oyun oynamayı seven") ve "Storge" ("sevgi") isimleri altında sınıflandırmışlardır. Her sevmeye tarzına ait skorunuzu hesaplamak için aşağıdaki ifadelerin puanlarını bir arada toplayın.

1, 2 ve 3. ifade = Eros

4, 5 ve 6. ifade = Storge

7, 8 ve 9. ifade = Ludus

Üç puan içinde en yüksek olanı başlıca sevmeye tarzınızdır.

Eros. Bu âşıkların partnerlerinde aradıkları fiziksel ve psikolojik özellikler kesin ve nettir. Uygun bir eşle karşılaştıklarında, genellikle ilk görüşte âşık olurlar ve her şey yolunda giderse duygusal açıdan yoğun bir ilişki yaşarlar. İlişkileri çoğunlukla birkaç yıl sürer, nitekim hayatlarının aşkı zamanla değişmeye başlayıp da kafalarındaki kesin kriterlere artık uymadığında aşkları sönmeye başlar. Bu olduğunda, tutkulu Eros âşığı, mükemmel ruh eşini bulmak üzere yeni arayışlara girer. Dışadönük ve verici olan bu âşıklar, ilişkilerinde kendilerini güvende hissederler ve duygusal olarak diğer insanlara yakınlaşmaya açıktırlar. İlişkilerinin ilk aşamalarında gözleri partnerlerinden başkasını görmez.

Storge. Bu âşıklar için güven duygusu tutkudan daha önemlidir. Zihinlerinde mükemmel bir partner ideali yaratmak yerine, arkadaşlarından biriyle paylaştığı sevginin zamanla derin bir bağlılık

ve aşka dönüşmesini umut ederler. Bir kere bağlandıklarında, son derece sadık ve destekleyicidirler. Tüm yaşamları boyunca bir ya da iki kez uzun süreli romantik ilişki yaşarlar. Genellikle büyük bir ailede yetişmişlerdir ve desteğe ihtiyaç duyduklarında güvенеbilecekleri birileri olması fikri onları rahatlatır.

Ludus. Bu âşıkların zihinlerinde ideal bir tip yoktur; bunun yerine, karşılarına çıkan fırsatları değerlendirmeyi tercih ederler. Yeniliğe ve heyecana açtırlar. Bağlılık duygusundan hoşlanmazlar ve kısa süreli bir ilişkiden diğerine geçip dururlar. “Her çiçekten bal alır” deyiimiyle özdeşleşen bu âşıklar, kovalamanın yarattığı gerilimden büyük zevk alır. Sadakat ve bağlılık, onların ilgi alanının dışında. Diğer insanlara kıyasla daha benmerkezci olduklarından, çevrelerindeki insanların duygularına sempatiyle yaklaşmaları güçtür. Risk almayı severler ve sevmeye tarzlarını çoğu zaman terk edilme korkuları yönlendirir. Bu korkuyu taşımamak için kimseyle fazla yakınlaşmazlar.

Araştırmalara göre, psikolojik benzerlik, ilişkide uzun vadeli mutluluğun bir işaretidir. Dolayısıyla, aynı sevmeye tarzına sahip olan çiftlerin birlikte kalma şansları diğerlerine oranla daha yüksektir.

Hızlı Flört Bilimi

Hızlı flört, karmaşık bir şey değildir. Hiç tanımadığınız kişilerle yüz yüze tanıştığınız bir organizasyondur. Her karşılaşma birkaç dakika sürer ve bu esnada “flörtünüzü” yeniden görmek isteyip istemediğinize karar vermeniz gerekir. Yahudi bekârlara partner bulmaları konusunda yardımcı olmak üzere Amerikalı bir haham tarafından 1990’larda icat edilen sistem, bir ülkeden diğerine hızla yayılarak günümüzün en popüler tanışma şekillerinden biri hâline gelmiştir. Peki, olası aşkınızı etkilemeniz gereken bu hayatî birkaç dakikayı değerlendirmenin en etkili yolu nedir? Üstü kapalı bir şekilde Ferrari’nizden bahsetmek mi? Ruhunuzu tüm çıplaklığıyla gözler önüne serip en iyisini ummak mı? Karşılıklı çekimin gizemleri üzerine yapılmış olan son araştırmalara göre, işin sırrı pizza malzemeleri, yansıtma, oranlı bahisten kaçınma ve alçakgönüllülükle ilgilidir.

Birkaç yıl önce, Edinburgh Uluslararası Bilim Festivali için psikolog meslektaşlarım James Houran ve Caroline Watt ile hızlı flört esnasında kullanılabilecek en iyi sohbet cümleleri üzerine bir inceleme yaptık. Elli bekâr erkek ile elli bekâr kadını bir araya getirdik, rastgele ikili gruplara ayırdık ve çiftlerden üç dakika boyunca sohbet etmelerini istedik. Sonra, birbirlerini etkilemek için kullandıkları ifadeleri not etmelerini, olası sevgililerini ne kadar çekici bulduklarını değerlendirmelerini ve ardından şanslarını bir başkasıyla denemelerini istedik. En etkili flört cümlelerini belirlemek amacıyla karşı tarafın en hoşuna giden sohbetlerle hiç hoşuna gitmeyenleri karşılaştırdık.

Gece boyunca az sayıda sevgili adayı bulabilenler, genellikle “Buraya çok sık mı geliyorsun?” gibi klişe cümleler kurmuş ya da “Bilgisayar üzerine doktora yaptım” gibi ifadelerle karşısındaki

etkilemeye çalışmıştır. Baştan çıkarma konusunda daha yetenekli olanlar ise, karşılarındakini kendisi hakkında eğlenceli ve sıradışı bir şekilde konuşmaya yönlendirmiştir. Erkeklerin kurduğu cümleler içinde en beğenileni, “Sizin Yıldızlarınız’da [Amerika’da bir pop idol yarışması, ç. n.] kim olmak isterdin?”; kadınların kurdukları içinde en beğenilen ise, “Pizza malzemesi olsaydın ne olurdun?” olmuştur. Bu tip ifadelerin başarılı olmasının nedeni, hızlı flört organizasyonlarında insanların kendilerini çoğu zaman “Bugün Aslında Düdü” adlı filmde olduğu gibi aynı sohbetlerle kapana kısılmış hissetmeleridir. İnsanların kendileriyle ilgili yaratıcı, komik ve olağandışı bir şekilde konuşmasını sağlamak, bir tür yakınlık ve çekim hissi uyandırmaktadır.

Buna ek olarak, bir de şu mesele vardır: Tıpkı maymunun karşısındaki kişinin taklidini yapması gibi, insanların da bilinçdışı bir şekilde diğer insanları taklit etme eğilimine sahip olduğu araştırmalarda gösterilmiştir. Farkında olmadan, karşılaştığımız insanların yüz ifadesi, duruşu ve konuşma tarzını kopyalarız. Çoğu psikolog, bu tür taklitlerin insanların aynı şekilde düşünmesi ve hissetmesini sağlayarak iletişimi kolaylaştırdığına inanmaktadır. Öte yandan, karşıımızdaki kendi davranışlarımızı yansıtm derecesinin, onun hakkındaki hislerimiz üzerinde şaşırtıcı büyüklükte bir etkisi de mevcuttur.

Bu etkinin gücü, Nijmegen Üniversitesi’nden Hollandalı psikolog Rick van Baaren ve meslektaşları tarafından yürütölmüş olan basit ama önemli bir çalışmada net bir şekilde gösterilmiştir.⁽⁹⁾ Araştırma ekibi, küçük bir restorana giderek bir garsondan kendilerine yardımcı olmasını istemiştir. Müşterileri masalarına yönlendirdikten sonra, garsona iki şekilde sipariş alması söylenmiştir. Müşterilerin yarısının siparişini alırken onları kibarca dinleyip, “elbette,” “hemen geliyor, efendim” gibi olumlu ifadeler kullanmış, diğer yarısının ise verdiği siparişi tekrar ederek onaylatmıştır. Si-

parişleri tekrar etmenin bırakılan bahşişler üzerinde büyük etkisi olduğu fark edilmiştir.

Kendi kelimelerinin tekrar edildiğini duyanlar, “kıbar ve olumlu” tavırla yaklaşılan gruba kıyasla yüzde 70 daha fazla bahşiş bırakmışlardır. Konuyla ilgili yapılan diğer çalışmalar, taklitçiliğin sadece daha çok bahşiş bırakılmasını sağlamaktan ibaret olmadığını göstermiştir. Aynı araştırma ekibince gerçekleştirilen bir diğer çalışma, taklidin karşımızdakini ne kadar çekici bulduğumuz üzerinde de etkisi olduğunu ortaya koymuştur.⁽¹⁰⁾ Bu deneyde, kendini piyasa araştırmacısı olarak tanıtan bir ekip üyesi, yolda yürüyen insanları durdurup onlara bir anket yapıp yapamayacağını sormuştur. Araştırmacı, karşısındaki kişi soruları cevaplarken kimilerinin duruşunu ve mimiklerini fazla dikkat çekmeyecek şekilde taklit etmiş, diğerlerinde ise normal davranmıştır. Yansımaya maruz kalan ilk grup, kendi davranışlarının taklit edildiğinin farkında olmamasına rağmen, araştırmacıyla çok daha yakın bir duygusal bağ hissettiğini ifade etmiştir. Buradan çıkarılması gereken ders şudur: Karşınızdaki kişiyi aranızda doğru bir kimya olduğu yönünde ikna etmek istiyorsanız onun hareketlerini yansıtın. O öne eğildiğinde, siz de eğilin; bacak bacak üstüne attığında, siz de atın ve ellerinizi onunkiler gibi konumlandırın. O, bunun farkında olmasa da bu küçük ama önemli hareketler ilgi duyduğunuz kişinin kendisini ne denli benzersiz bulduğunuz hissetmesine yardımcı olacaktır. Fransızların deyiimiyle, *je ne sais quoi* [Fr. bir kişiyi ya da olayı farklı kılan özellikler].

Peki, başarılı bir hızlı flörtün sırrı, pizza malzemeleri ve yansıtmadan mı ibarettir? Hayır. Diğer bazı araştırmalara göre, seçici olmak da mühim bir etkendir. Birkaç yıl önce, Northwestern Üniversitesi’nden Paul Eastwick ve meslektaşları, 150’den fazla öğrenciyi dahil ettikleri bir dizi deneysel hızlı flört seansı gerçekleştirmişlerdir.⁽¹¹⁾ Her buluşmanın ardından, öğrenciler partnerlerini ne derece çekici bulduklarını değerlendirmişlerdir. Sonuç-

lar, görüştüğü adayların çoğunu çekici bulduğunu belirtenlerin, diğerleri tarafından çekici bulunmadığını ortaya koymuştur. Bu bulgunun, gerçekten çirkin insanlardan oluşan küçük bir grubun şansını artırmak için tanıştığı herkesi olumlu değerlendirmesinden kaynaklandığını düşünebilirsiniz. Öncelikle, bu kadar yargılayıcı olduğunuza inanamıyorum ve ikincisi, elde edilen veriler yanlış olduğunuza göstermektedir. Araştırmacılar, bir grup insandan tüm katılımcıları çekiciliklerine göre değerlendirmesini rica etmiş, çekici ve çekici olmayan herkes için aynı düzen ortaya çıkmıştır. Görünüşe göre, orantısız bahsin hızlı flörtteki muadili, katılımcılar tarafından hemen hissedilmekte ve son derece itici bulunmaktadır. Genel olarak, çok kişiyi sevmek, insanların da sizi seveceği anlamına gelebilir. Daha romantik bir bağlamda ise, olası sevgililer kendilerini özel hissetmek arzusundadır ve aynı anda birden fazla kişiyle flört etmenin peşinde olanları hemen algılarlar.

Son olarak, erkeklere bir uyarıda bulunmak istiyorum: “Gerçek olamayacak kadar harika” tuzağına düşmekten kaçın. Central Lancashire Üniversitesi’nden psikolog Simon Chu ve meslektaşları, bir grup kadından 60 erkeğin fotoğrafına ve kısa özgeçmişine bakmasını, ardından her birinin olası uzun vadeli bir partner olarak çekiciliğini değerlendirmesini istemiştir.⁽¹²⁾ Özgeçmişlerde, erkeklerin sözde meslekleri sistematik olarak çeşitlendirilmiştir: Kimi yüksek (“şirket müdürü”), kimi orta (“seyahat acentecisi”), kimi düşük (“garson”) mevkide konumlandırılmıştır. Genel olarak, yakışıklı erkekler diğerlerinden daha çekici bulunmuştur. Benzer şekilde, yüksek mevkili işi olanlar, daha az maaşı olanlardan daha arzu edilir olmuştur. Bunlarda şaşırtıcı herhangi bir durum yoktur. Öte yandan, yüksek mevkili işi olan yakışıklı erkeklerin uzun vadeli partnerler olarak çok çekici bulunmaması ilginç bir bulgudur. Chu ve meslektaşları, bunun sebebinin bu tür erkeklerin çoğu kadın tarafından hoş bulunacağına ve dolayısıyla sadık olmama ihtimallerinin daha yüksek olduğuna inanılması olduğu

sonucuna varmışlardır. Yani, eğer yakışıklıysanız, iyi bir işiniz, şişkin bir banka hesabınız ve rahat bir yaşam tarzınız varsa ve uzun süreli bir partner arayışı içindeyseniz en azından bazı niteliklerinizi kendinize saklamanızı tavsiye ederiz.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Hızlı flörtte, karşınızdakini etkilemek için sadece birkaç dakikanız vardır. Elinizdeki bu kısa zamanı en iyi şekilde değerlendirmek için karşınızdaki kişinin kendisi hakkında yaratıcı, eğlenceli ve olağandışı bir şekilde konuşmasını sağlayacak cümleler kurmaya çalışın. Fazla abartıya kaçmadan, oturuş şeklini, ellerini kullanış tarzını, konuşma biçimini ve yüz ifadelerini taklit edin. Orantısız bahisten kaçın. Mümkün olduğunca fazla sayıda buluşma elde etmek ümidiyle tanıştığınız her kişi için, “Evet, sizinle bir kez daha görüşmek isterim” yorumunda bulunmayın. Bunun yerine, aranızda gerçek bir kimya olduğunu hissettiğiniz bir ya da iki kişiye odaklanın. Son olarak, eğer yakışıklı ve son derece başarılı bir erkekseniz unutmayın ki, çoğu kadın için görünümünüz ve mevkiiniz, “gerçek olamayacak kadar harika” kategorisine düşmenize neden olabilir. Bunu önlemek için yüzünüze makyajla bir iki çizik attırmak yerine, başarılarınızı önemsememeye çalışın. Bu kategorinin dışında kalan erkekler için ise, bu teori reddedilmeyle baş etmenin müthiş bir yolu olabilir: Arka arkaya pek çok kadın tarafından reddediliyorsanız çok yakışıklı ve başarılı olduğunuza kendi iyiliğiniz için inanmaya başlayabilirsiniz!

Seks ve Spor

Kadınları etkilemeye çalışırken, çoğu erkek kendisini ilgili ve fedakâr göstermeye çabalar. Öte yandan, araştırmalar erkeklerin bu konuda yanıldığını göstermektedir.⁽¹³⁾ Kadınlara kısa ve uzun vadeli partnerlerinde en çekici buldukları nitelikler sorulduğunda, çoğu nezakete üst sıralarda yer vermiş olsa da mertlik her zaman daha üstlerde yer almıştır. Görünen o ki, söz konusu aşk olduğunda, kadınlar için cesaret ve risk alma isteği, nezaket ve fedakârlıktan daha önemlidir. Yani, erkekler kadınları etkilemek amacıyla yaptıkları hayır işlerinden bahsetmek yerine, paraşütçülükten ne kadar keyif aldıklarından, inandıklarını savunmanın ve yüreğin götürdüğü yere gitmenin öneminden söz edebilirler.

Bu etki, spor ve çekicilik arasındaki ilişkiyi keşfetmek üzere spor eğitmeni Sam Murphy ile yaptığımız online bir ankette ortaya çıkmıştır. Erkekler, futbol oynayan veya dağcılık yapan kadınlardan mı hoşlanır? Kadınlar, vücut geliştirmeye ilgilenen erkeklerden veya yoga fanatiklerinden mi daha çok etkilenir? Altı binin üzerinde insan, karşı cinsi daha çekici kıldığını düşündüğü spor aktivitelerini belirtmiştir. Sonuçlara göre, kadınlar yüzde 57'lik bir oranla dağcılığı çekici bularak kadın bakış açısına göre en seksi spor olarak değerlendirmişlerdir. Bunu, çok yakın bir oranla ekstrem sporlar (yüzde 56), futbol (yüzde 52) ve doğa yürüyüşü (yüzde 51) izlemiştir. Listenin sonunda yüzde 13 ve yüzde 9 ile sırasıyla golf ve aerobik gelmiştir. Buna karşın, erkekler en çok aerobik (yüzde 70) ve yoga (yüzde 65) yapan ve spor salonuna giden (yüzde 64) kadınları çekici bulmuşlardır. Onların listesinin sonunda golf (yüzde 18) ve vücut geliştirme (yüzde 5) gelmiştir.

Kadınların tercihleri, çekici buldukları psikolojik nitelikleri yansıtır görünmektedir; cesaret ve zorluklarla mücadele etme isteği gibi... Erkekler ise fiziksel yönden fit olan, ama fazla güçlü olup da egolarına meydan okumayacak kadınların peşindedir. Görünüşe göre, kimse golfçuları çekici bulmamaktadır.

Mükemmel Bir İlk Randevu Planlayın

1975 yılında, Senatör William Proxmire, kendi düşüncesine göre ABD hükümetinin halkın parasını anlamsız nedenler uğruna israf ettiği olaylara dikkat çektiği “Altın Post” ödülünü yaratmıştır. Proxmire, ilk ödülünü, insanların neden âşık olduğu üzerine bir çalışmayı destekleyen Ulusal Bilim Vakfı’na vermiştir. Ödülü verirkenki ifadeleri şunlardır: “İnanıyorum ki, 200 milyon Amerikalı hayatta bazı şeylerin gizemini korumasını tercih edecektir ve nedenini bilmek istemeyeceğimiz şeylerin başında, bir erkeğin neden bir kadına âşık olduğu ve tam tersi gelir.” Neyse ki, Proxmire’in bu düşüncesi pek taraftar bulmamış ve yıllar içinde psikologlar aşkın ve çekim duygusunun pek çok yönünü araştırmışlardır. Bu ilginç araştırmaların bazısı, son derece önem taşıyan o ilk karşılaşmanın ardında gizlenen psikolojiyi incelemiştir.

İlk randevular biraz ustalık ister. Romantik bir buluşma için en iyi mekân neresidir? Nelerden konuşmalısınız? Baştan itibaren hevesli gözükme mi, yoksa elde edilmesi zoru oynamak mı iyidir? Merak etmeyin, yardım yanı başınızda. Son otuz yıl boyunca, araştırmacılar bu sorular üzerinde çalışmış ve Eros’un okunun hedefini bulmasma yardımcı olacak hızlı ve kolay teknikler ortaya koymuşlardır.

İlk olarak, olası partnerinizi nereye götürmeniz gerektiği meselesini ele alalım. Sakin bir restoranın veya kırlarda yapacağınız bir yürüyüşün iyi birer fikir olduğunu düşünebilirsiniz. Öte yandan, psikolog Donald Dutton ve Arthur Aron tarafından yürütülen araştırmalara göre, böyle ortamlar pek isabetli tercihler olmayabilir.⁽¹⁴⁾ Çalışmalarından önce yapmış oldukları çeşitli deneyler, şairlerin yıllardan beri bildiği şu durumu doğrulamıştır: İnsanlar birini çekici bulduklarında, kalpleri daha hızlı atmaya

başlar. Dutton ve Aron, bunun tam tersinin de geçerli olabileceğini düşünmüştür. Başka bir deyimle, kalbi hızlı atan insanların karşılarındakini çekici bulma ihtimali de artabilir.

Bunun doğru olup olmadığını belirlemek üzere, araştırma ekibi, bir bayanın İngiliz Columbia'sındaki Capilano Nehri üzerinden geçen iki farklı köprü üzerinde erkeklere yaklaştığı bir deney gerçekleştirmişlerdir. Köprülerden biri, kayaların 60 metre kadar yukarısında güvenilmez bir şekilde rüzgârda sallanırken, diğeri çok daha alçak ve sabittir. Erkeklere birkaç basit anket sorusu yönelten kadın, çalışması hakkında daha fazla bilgi almak isterler düşüncesiyle telefon numarasını vermeyi teklif etmiştir. Tehlikeli yaya köprüsünden geçenlerin nabızları, alçak köprüden geçenlerinkinden daha yüksektir. Genç kadın kendilerine yaklaştığında, yükselen nabızlarını bilinçdışı bir şekilde köprüden ziyade kadına atfetmişler ve onu çekici bulduklarıyla ilgili kendilerini kandırmışlardır. Dolayısıyla onu arama ihtimalleri de artmıştır.

Elbette, köprü üzerindeki iki yabancı arasında bu etkiyi elde etmek ayrı bir şeydir. Peki, ama bu durum daha gerçekçi bir ortamdaki gerçek çiftler için de geçerli olabilir mi? Birkaç yıl önce, Texas Üniversitesi'nden psikolog Cindy Meston ve Penny Frohlich, bunu keşfetmeye karar vererek Teksas'taki temalı lunaparklardan ikisini ziyaret etmişlerdir. Elllerinde not kâğıtları ve ortalama hoşlukta erkek ve kadınların fotoğraflarıyla hız trenlerinin önünde beklemişlerdir. Hız trenine binmeden önce veya bindikten sonra, romantik ilişki yaşayan çiftlerden sevgililerini ve fotoğraftaki kişileri ne derece çekici bulduklarını 1 ila 7 arasında bir puanla değerlendirmelerini istemişlerdir. Uzmanlar, hız trenine binenlerin kalp atışlarının, binmeye hazırlananlardan daha hızlı olacağını ve "hızlı nabız = kişiyi çekici bul" teorisine göre, daha yüksek değerlendirmelerde bulunacaklarını öngörmüşlerdir.

Bulgularını, "İlk Görüşte Aşk" adlı makalelerinde tanımlayan araştırmacılar, tahminlerinin sadece bir kısmının doğrulandığını

ifade etmişlerdir.⁽¹⁵⁾ Hız trenine bindikten sonra fotoğrafları değerlendirenler, resimleri, sırada bekleyenlere kıyasla çok daha çekici bulmuşlardır. Öte yandan, kişilerin birbirini değerlendirmesi söz konusu olduğunda, bambaşka bir düzen ortaya çıkmıştır. Nitekim çiftler birbirlerini hız trenine bindikten sonra daha az çekici bulmuşlardır. Neden böyle bir sonuç çıktığını yorumlayan araştırmacılar, bu değerlendirmelerin partnerlerinin beklenenden daha düşük bir çekicilik puanı aldığını öğrenmelerinden kaynaklanan mahcubiyetten etkilenmiş olabileceğini düşünmüşlerdir (“Bana 1 puan verirken tam olarak ne demek istedin?”). Araştırmacılar, hız trenine bindikten sonra terleyen, saçları dağınık ve gergin yüz ifadeleri olan kişilerin partnerlerine daha az çekici görünebileceği ihtimalini de ele almışlardır. Diğer yandan, heyecanlı bir film seyreden çiftlerde kıyaslanabilir bir etki oluşup oluşmadığını inceleyen benzer bir çalışma, bu teoriyi destekleyen daha kesin kanıtlar ortaya koymuştur. Çalışmada, araştırmacılar, sinemada farklı türlerde filmlerden çıkan çiftleri gizlice gözlemlemiş ve gerilim türü filmlerden çıkanların daha çok el ele tutuştuğunu ve birbirine dokunduğunu fark etmişlerdir.⁽¹⁶⁾

Pek tabii, mükemmel bir randevuda sadece kalp atışlarınızın hızlanması yeterli değildir. Neyi, ne zaman söyleyeceğiniz meselesi de büyük önem taşır.

Birkaç yıl önce, psikolog Arthur Aron (köprü deneyini yapanlardan biridir) ve meslektaşları, insanların belirli konularda sohbet etmelerini sağlayarak birbirlerini çekici bulma olasılıklarının artırılıp artırılamayacağını incelemişlerdir.⁽¹⁷⁾ Pek tabii, çiftler birbirini daha iyi tanıdıkça, kişisel konuları paylaşma ihtimalleri de artar. Aron ve ekibi, bunun tam tersinin de geçerli olup olmadığını merak etmişlerdir. Başka bir deyimle, acaba karşınızdakine kişisel meselelerinizden bahsederseniz kendinizi o kişiye daha da yakın hisseder misiniz? Çalışmaya, birbirini tanımayan kişilerden oluşturulan çiftler dâhil edilmiş ve çiftlerden hayatlarındaki özel

mevzular hakkında sohbet etmeleri istenmiştir. Birbirlerine önceden hazırlanmış bir dizi soruyu soracak olan her çifte “Paylaşma Oyunu”nu oynamaları için 45 dakika verilmiştir. Sorular, bir akşam yemeğinde sohbetin başında sorulan türden normal açılışlarla başlamış (“Tarihî bir karakterle tanışabilme fırsatın olsaydı kimle tanışmak isterdin?”), sonra hemen yakın arkadaş konumuna geçilmiş (“Nasıl ve ne zaman öleceğinle ilgili bir hissiyatın var mı?”), son olarak da “birbirini tanımaya çalışan taze çift” sorularına sıra gelmiştir (“En son ne zaman birinin önünde ağladın?”).

Aron, herhangi bir konuda sohbet etmenin de yakınlaşmayı hızlandırabileceğini bildiğinden, birbirini tanımayan çiftlerden oluşan başka bir gruptan sıradan meseleler üzerine soru-cevap şeklinde konuşmalarını istemiştir (“Plastik Noel ağaçlarının avantaj ve dezavantajları nelerdir?”, “Dijital saatleri mi, yoksa akrep ve yelkovanı olan saatleri mi tercih edersin?”). Seansların sonunda, her çifte birbirini ne kadar çekici bulduğu sorulmuştur. Çok da şaşırtıcı olmayacak şekilde, Noel ağaçları ve saatler hakkında konuşan çiftler, aralarında herhangi bir etkileşim oluştuğunu hissetmemişlerdir. Buna karşın, Paylaşma Oyununu oynayanlar, kurulması genellikle aylar veya yıllar alan bir tür yakınlık geliştirmişlerdir. Hatta çalışmanın sonunda araştırmacılar bazı katılımcıların birbirine telefon numaralarını verdiklerini fark etmişlerdir.

Özet olarak, o çok önemli ilk randevunuzda, sevgili adayınızı ürkütücü bir yere götürün ve samimi konularda sohbet etmekten çekinmeyin. Sağduyu sevgilinizin sizi biraz tuhaf bulacağını söylese de bilimsel verilere göre karşı konulmaz olacaksınız.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Hızlı Çarp, Ey Sakin Kalbim. Buluşmanızın iyi geçme olasılığını artırmak için kalp atışlarını hızlandıracak bir faaliyet seçmeye çalışın. Yavaş ilerleyen klasik müzik konserleri ve kır yürüyüşlerinden kaçın. Bunlar yerine, gerilim filmi seyretmeyi, lunaparka gitmeyi veya bisiklete binmeyi tercih edin. Teoriye göre, sevgiliniz bu anlarda hızlanan kalp atışlarını yaptığı faaliyetten ziyade size atfederek sizin özel biri olduğunuza kendi kendini inandıracaktır.

Paylaşma Oyunu. Paylaşma Oyunu’nu oynarken adım adım ilerlemek gerekir. Öte yandan, araştırmalara göre, her yeni safha makul olduğu sürece kendinizle ilgili kişisel meselelerden bahsetmeniz ve sevgilinizi de aynısını yapmaya teşvik etmeniz, aranızda bir yakınlık hissinin oluşumunu hızlandırabilir. Aşağıda, Aron’un Paylaşma Oyunu’ndan alınmış ve süreci hızlandırmanıza yardımcı olacak on soru bulabilirsiniz.

- 1 Harika bir akşam yemeğine ev sahipliği yaptığınızı farz edin. Bugüne kadar yaşamış olan herkesi davet edebilirsiniz. Kimleri çağırırdınız?
- 2 En son ne zaman kendi kendinize konuştunuz?
- 3 Kendinizi şanslı gördüğünüz iki konu nedir?
- 4 Her zaman yapmayı hayal ettiğiniz bir şeyi söyleyin ve onu neden hâlâ yapmadığınızı anlatın.
- 5 Evinizde yangın çıktığını düşünün. Sadece bir nesneyi kurtarabilirsiniz? Neyi kurtarırdınız?
- 6 Hayatınızdaki en mutlu günlerinden birini anlatın.

- 7** Sevgilinle yakın arkadaş olacağınızı farz edin. Onun seninle ilgili bilmesi gereken en önemli şey nedir?
- 8** Sevgiline onun hakkında gerçekten hoşuna giden iki şey söyleyin.
- 9** Hayatınızdaki en utanç verici anlardan birini anlatın.
- 10** Kişisel bir sorunundan bahsedin ve onunla başa çıkabilmek konusunda sevgilinin tavsiyesini isteyin.

Flört Etmekle İlgili 6 Hızlı İpucu

Şanınızı Başkaları Yansıtsın. Araştırmalar, kadınların bir erkeği çekici bulma düzeyinin başka bir kadının ona gülümsediğini ve onunla iyi vakit geçirdiğini görünce arttığını gösterir.⁽¹⁸⁾ Yani, barda veya partilerde kadınları etkilemek istiyorsanız iyi bir bayan arkadaşınızdan şakalarınıza kahkahayla gülmesini ve sonra da sessizce ortadan kaybolmasını rica edebilirsiniz. Elbette, arkadaşınıza bunun aranızda kalacağına dair söz verdirmeyi de unutmayın.

Gözleriniz Midenizden Büyüktür. Çoğu evrim psikologu, aç erkeklerin daha iri kadınlara ilgi duyduğunu, çünkü vücut ölçülerinin yiyeceğin yakın olduğu işaretini verdiğini öne sürmektedir. Bu fikri test etmek üzere, araştırmacılar, üniversite yemekhanesine giren ya da yemekhaneden çıkan erkek öğrencilerden, farklı vücut ölçüleri olan kadınların boydan çekilmiş fotoğraflarına göre çekiciliklerini değerlendirmelerini istemişlerdir.⁽¹⁹⁾ Aç öğrenciler, kilolu kadınları daha arzu edilir bulmuştur. Yani, eğer kadınsanız, “balıketliyseniz” ve bir erkeğe ilgi duyuyorsanız onunla yemekten sonra değil, yemekten önce bir şeyler içmeyi teklif edin. Ya da yemekten bir iki saat önce buluşup sonra da onu sadece salata yemeye ikna edin.

Önce Ayrı Fikirlerde Olun, Sonra Aynı Fikri Paylaşın. Karşınızdakini sürekli onaylama hâlinin kişinin kalbine giden etkili bir yol olduğunu düşünüyor olabilirsiniz. Öte yandan, araştırmalara göre, bu doğru olmayabilir. Nitekim buluşmanın başında ilgisiz görünüp de sonlarına doğru daha olumlu olmaya başlayan kişilerin daha çekici bulunduğu anlaşılmıştır.⁽²⁰⁾ Yani, buluşmanızın başından itibaren gülücükler dağıtmak yerine, ilk bir saat boyunca biraz mesafeli davranın ve eve dönüş zamanı yaklaştıkça daha

sempatik bir tavra bürünün. Ayrıca, her ikinizin de hoşlandığı şeyler hakkında sohbet etmek yerine, ikinizin de sevmediği konular üzerine konuşun. “Olumsuzluk Aracılığıyla Kişilikler Arası Kimya Oluşumu: Diğer İnsanların Olumsuz Yönlerini Paylaşmakla Kurulan Bağ” adlı bilimsel makalede, araştırmacılar, insanların hoşlanmadıkları konular üzerinde karşılarındakiyle hemfikir olduklarında, onlara karşı kendilerini daha yakın hissetmeye meyilli olduklarını ortaya koymuşlardır.⁽²¹⁾

Gerçek Bir Gülümsemenin Taklidini Yapın. Yüz yıl kadar önce, bilim adamları, gerçek ve sahte gülümsemelerde ağzın iki yanının yukarı doğru çekildiğini, ama sadece gerçek bir gülümsemenin gözlerin kenarlarını kırıştırdığını keşfetmişlerdir. Daha yakın zamanlı araştırmalar, gülümsemenin bilimsel açıklamasını keşfetmeye başlamıştır. Hangi işaretlerin gülümsemenin flörtle ilişkilendirilmesini sağladığı da bu araştırmalara dahildir. İlk çalışmaların sonuçlarına göre, yüzün tamamına yayılması daha uzun süren (yarım saniyeden fazla) ve özellikle de başın hafifçe partnere doğru eğildiği gülümsemeler daha çekici bulunmaktadır.⁽²²⁾

Aşk mı Şehvet mi? Gian Gonzaga ve meslektaşları, ilk buluşmaları hakkında konuşan çiftleri videoya almış ve sonra onlardan sohbetin daha çok aşkla mı yoksa şehvetle mi ilişkilendirilebileceğini değerlendirmelerini istemiştir.⁽²³⁾ Sohbetin daha çok aşkın güzelliği ile ilgili olduğuna karar veren çiftlerin, teypte birbirlerine doğru eğildikleri, başlarını onaylar şekilde salladıkları ve gülümsedikleri görülmüştür. Şehvetle ilgili olduğunu düşünenler ise, dillerini daha çok dışarı çıkarmışlar ve dudaklarını yalamışlardır. Özetle, sevgilinizin aklından neler geçtiğini merak ediyorsanız bu temel sinyallere dikkat edin. Karşınızdakinin başını sallaması ve gülümsemesi sizden hoşlandığı ve belki de size âşık olduğunu gösterirken, sık sık dudaklarını yalaması şanslı gecenizde olduğunuz anlamına gelebilir.

Önceki Partnerler. Bu konu, her ilişkinin hassas noktasıdır. Aranız gayet iyiiken, bir anda eski ilişkiler meselesi çirkin yüzünü gösteriverir. Bir anda, zihninizden onlarca soru geçmeye başlar: Seçiciymiş gibi davranmak ve sadece bir veya iki cinsel partneriniz olduğunu söylemek mi daha iyidir? Yoksa daha deneyimli gözükmek için pek çok sevgiliniz olduğunu söylemek mi? Arizona Eyalet Üniversitesi'nden Doug Kendrick'in yürütmüş olduğu çalışmaya göre, her şey bir denge meselesidir.⁽²⁴⁾ Kendrick, üniversite öğrencilerine farklı sayılarda partnerleri olan kişilerin profillerini sunmuş ve ardından onlardan her birinin çekiciliğini değerlendirmelerini istemiştir. Sonuçlar, kadınlar için bir erkeğin önceki partner sayısının sıfır ila iki arasında olması onu çekici kılarken, ikiden fazlası hoş karşılanmamıştır. Buna karşın, erkekler, önceki partner sayısı sıfır ila dört arasında artan kadınları daha çekici bulmuş, ama bundan fazlasından hoşlanmamışlardır.

6. STRES

Neden tekmeler savurup bağıırıp çağırmanıza gerek yoktur ve üzüntünüzü saniyeler içinde azaltmanın, dört ayaklı dostunuzun gücünden yararlanmanın ve tansiyonunuzu düşüncelerinizle düşürmenin yolları.

Ünlü psikanalist Sigmund Freud, ruhun başlıca üç bölümden oluştuğuna inanmaktaydı: İd, ego ve süperegö. İd, zihninizin dürtü ve içgüdülerle tetiklenen hayvanî yönünü temsil eder. Süperegö, ahlâksal kavramları simgelerken; ego, birbirini iten bu iki güç arasında var olmaya çalışır. Çoğu zaman, bu üç kısım birbiriyle gayet güzel anlaşır ve her şey yolundadır. Ancak bazen, büyük bir anlaşmazlık patlak verir ve hayatın kendisinde de çoğunlukla olduğu gibi, her şey seks ve şiddet meselesi olup çıkar.

Freud'un burada ne demek istediğini daha iyi kavrayabilmek için azgın bir genci (id olarak düşünebilirsiniz), bir rahibi (süperegö) ve bir muhasebeciyi (ego) pornografik bir dergiyle beraber bir odaya kilitlediğinizizi hayal edin. Hayvanî yönünüzü simgeleyen genç, dergiyi kapmaya çalışır; rahip ise bu ahlâkdışı nesneden kurtulmak için onu yırtmak ister. Muhasebeci ise, ikisinin bir şekilde orta yolda buluşmasını sağlayacak bir yol bulmak zorundadır. En sonunda, üçü de sakinleşir, sorunu tartışır ve en iyisinin dergiyi yok saymak olduğuna karar verirler. Bu şekilde, gencin fotoğraflara bakma dürtüsünün önüne geçilmiş olur ve rahibin de ona ahlâk dersi vermesine gerek kalmaz. Bu makul uzlaşmadan memnun olan üçlü, dergiyi halının altına saklayarak unutmaya çalışır. Maalesef, bunu yapması söylemesi kadar kolay değildir. Günler geçtikçe gençte dergiye bakma isteği uyanır ve halıyı her kaldırışında rahibin azarını işitir. Nihayet, gerilim giderek artar ve herkes daha da asabilesir.

Freud'a göre, içimizdeki gencin ve rahibin mücadelesi hayatlarımızı büyük oranda etkilemektedir. Biri, yapmak istediğimiz

şeyi; diğeri ise, yapmamız gereken şeyi temsil eder. Genç, evlilik dışı bir ilişki yaşamak ister; rahip ise evlilik yemininin önemine işaret eder. Genç, kendisini sinirlendiren adama bir yumruk atmak ister; rahip ise onu bağışlamasını telkin eder. Genç, yasadışı bir işe bulaşmak ister; rahip ise kanunlara saygılı bir vatandaş olmanın önemini vurgular. Çoğu zaman, bu sorunlar yokmuş gibi davranarak onları bilinçaltımızın derinliklerine itmeye çalışırız. Öte yandan, bunları pornografik dergi misali halının altında tutmaya çalışmanın yol açtığı zihinsel stres sonuçta bizi giderek daha yorgun, gergin ve asabi yapar.

Çoğu psikolog, en iyi çözüm yolunun bu bastırılmış duyguları güvenli ve sosyal yönden kabul edilir bir şekilde serbest bırakmak olduğunu öne sürmüştür. Yastıkları yumruklayın. Bağırıp çığlık atın. Adımlarınızı yere kuvvetle basın. İçinizdeki genç, kapınızı çalmadan önce sakinleşmenizi ne sağlayacaksa onu yapın. Yıllar içinde, bu sınırları boşaltmaya yönelik yaklaşım öfke yönetiminde büyük kabul görmüştür. Peki, ama Freud haklı mıydı?

Yıllardan beri, psikologlar, insanları stres altına sokup sonra da bağırıp çağırarak bundan kurtulmaya teşvik etmenin etkilerini incelemişlerdir. Birkaç yıl önce, Iowa Eyalet Üniversitesi'nden Brad Bushman, 600 öğrenciye kürtaajla ilgili görüşlerini kompozisyon hâlinde yazdırdığı bir deney gerçekleştirmiştir.⁽¹⁾ Biten kompozisyonlar alınarak değerlendirme için sözde başka bir öğrenciye verilmiştir. Oysa gerçekte tüm yazılar araştırmacılarca değerlendirilmiş, hepsine kötü not verilmiş ve kâğıtların üzerine "Bu, okuduğum en berbat kompozisyonlardan biri" yazılmıştır. Doğal olarak, öğrenciler yazılarının değerlendirilme biçiminden rahatsız olmuş ve hayalî arkadaşlarına kızmışlardır.

Bu olayın ardından, bazı öğrencilere agresif duygularını sistemlerinden atma fırsatı sunulmuştur. Her birine birer boks eldiveni verilmiş, kompozisyonlarını değerlendiren sözde kişinin fotoğrafı gösterilmiş ve 30 kiloluk bir kum torbasını yumruklarken

bu kişiyi düşünmeleri söylenmiştir. Yumruklama sırasında öğrenciler yalnız bırakılmış olmalarına rağmen, araştırmacılar dahili iletişim sistemi sayesinde torbaya kaç kez vurulduğunu gizlice saymışlardır. Buna karşın, geri kalan öğrencilere boks eldiveni ya da kum torbası verilmemiş, bunun yerine 2 dakika boyunca sessiz bir odada oturmaları sağlanmıştır.

Daha sonra, tüm öğrenciler kendilerini ne kadar sinirli ve üzgün hissettiklerini ölçen standart bir ruhsal durum formu doldurmuşlardır. Son olarak, çiftler arasında çeşitli oyunlar oynanmış ve kazanan kaybeden için bilgisayardan bir patlama efekti seçmiştir. Her efektin ne kadar süreceğine ve şiddetine kazanan karar vermiş, bu esnada da bilgisayar tercihleri kaydetmiştir.

Peki, sonuçta, torbayı yumruklayanlar mı, yoksa odada sessizce oturanlar mı kendilerini daha az sinirli hissetmiştir? “Boksçular” daha şiddetli patlamalar mı seçmiştir?

Boks eldivenlerini kuşananlar ve tüm güçleriyle yumruk atanlar sonrasında kendilerini çok daha sinirli hissetmişler; oyunlarda kaybeden arkadaşları için de daha şiddetli patlamalar seçmişlerdir. Sonuçlar, iki grubun nihai ruhsal durumu ve patlama tercihi arasında büyük farklar olduğunu göstermiştir. Üstelik bu bulgular başka deneylerce de kanıtlanmıştır. Sinirin açığa vurulması, ateşi söndürmemektedir. Hatta Brad Bushman’ın makalesindeki yorumlarına göre, böyle yapılarak ateşe körükle gidilmektedir.

Peki, ama yumruk atmak veya bağırıp çağırmak stres ve üzüntü duygularını gidermeye yardımcı olmuyorsa ne olabilir? Hayata dair daha rahat bir bakış açısı edinebilmek için neler yapılabilir? Öfke yönetimi kursları veya saatler boyu derin meditasyon yapmak bir çare midir? Esasen, bazı basit ve hızlı çözüm yolları mevcuttur: Hiçbir şey yapmayarak da kazanımlar elde etme ve dört ayaklı bir dostunuzun olumlu gücünden yararlanma yeteneğini geliştirme gibi...

Faydaların Peşinde

Herkes hayatının bir kesiminde olumsuz olaylar yaşayacaktır. Belki bir hastalık kapacaksınız, uzun süreli bir ilişkiniz bitecek, sevgilinizin sizi aldattığını öğreneceksiniz ya da yakın bir arkadaşınız sizinle ilgili dedikodu yayacak. Doğal olarak, bu tür olaylar genellikle insanların kendilerini endişeli, üzgün ve moralsiz hissetmelerine neden olur. İnsanlar çoğu zaman geçmişini düşünerek bazı şeylerin farklı olmuş olmasını diler. Sıkıntılarından başka bir insan sorumluysa intikam almak isteyebilirler. Çoğunlukla, böyle deneyimler sinirlilik, ümitsizlik ve asabiyet hislerine yol açar. Boks eldivenleri kuşanıp bir kum torbası yumruklamanın işleri daha da kötüleştireceği göz önüne alındığında, bunun gibi duygularla baş etmenin en iyi yolu nedir?

Bu yollardan biri, sinirli olmakla bağdaşmayacak bir tarzda davranış sergilemektir. Komik bir film seyretmek, bir partiye gitmek, yavru bir köpekle oynamak ya da zor bir çapraz bulmacaya kafa yormak gibi. Bunlar haricinde, egzersiz yaparak, sanatla uğraşarak veya arkadaşlarınız ya da ailenizle bir akşam geçirerek de dikkatinizi dağıtabilirsiniz. Öte yandan, bu tür davranışlar göreceli olarak daha küçük sıkıntıların neden olduğu stresi azaltmaya yardımcı olsa da uzun süreli üzüntülerin daha ciddi sebeplerine kalıcı bir çözüm yolu sağlamayacaktır. Yine de daha etkili bir yöntem için bir terapistle uzun seanslar geçirmeniz veya çevrenizdekilerle sorunlarınız üzerine saatlerce konuşmanız gerekmez. Tam tersi, aylara değil, sadece dakikalara ihtiyacınız vardır; üstelik bu yöntemin yangında her şeyini kaybeden, bir yakını ölen, kalp krizi geçiren, bir felâketin kurbanı olan veya romatoid artrit teşhisi konan insanlarda bile etkili olduğu gösterilmiştir.⁽²⁾ Buna, “fayda bulma” yöntemi denir.

Miami Üniversitesi'nden Michael McCullough ve meslektaşları tarafından yürütülmüş olan bir araştırma, sürecin nasıl işlediğini net bir şekilde ortaya koymaktadır.⁽³⁾ Çalışmada, 300'den fazla üniversite öğrencisinden birinin kendilerini üzdüğü ya da kırdığı bir olayı seçmeleri istenmiştir. İhanetten aşağılanmaya, reddedilmekten terk edilmeye, öğrenciler kendilerini yiyip bitiren bir sorunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların üçte birine olayı birkaç dakika boyunca detaylı bir şekilde anlatmaları, o esnada ne kadar sinirlendiklerine ve yaşadıklarının hayatlarını ne yönde olumsuz etkilediğine odaklanmaları söylenmiştir. İkinci bir gruba da aynısı yaptırılmış, ancak onlardan bu tecrübeden edindikleri faydalara konsantre olmaları istenmiştir; örneğin, daha güçlü ve bilgili biri olmak gibi. Son gruba ise, ertesi günle ilgili planlarını anlatmaları söylenmiştir.

Çalışmanın sonunda, herkes kendisini üzen ya da kıran kişiye yönelik duygu ve düşüncelerini ölçen bir soru formu doldurmuştur. Sonuçlar, görünüşte acı veren bir deneyimden elde edilen faydalara odaklanmanın, katılımcıların olayın neden olduğu asabiyet ve üzüntüyle baş etmelerine yardımcı olduğunu göstermiştir. Kendilerini üzen kişiye karşı daha affedici bir tavır içine girmiş ve ondan intikam alma veya uzak durma ihtimalleri azalmıştır.

Hayatımızdaki olumsuz olayların sağladığı faydaları bulmaya çalışmak düşüncelilik gibi görünebilir. Öte yandan, bu faydaların gerçek olabileceğini gösteren bazı kanıtlar mevcuttur. Örneğin minnettarlık, umutlu ve nazik olmak, liderlik ve takım çalışmasına yatkınlık gibi olumlu kişilik özelliklerinin 11 Eylül olaylarından sonra Amerikalılarda artış gösterdiği araştırmalarca ortaya konmuştur.⁽⁴⁾ Buna ek olarak, ciddi bir fiziksel hastalığa sahip olmak cesaret, merak, adalet, espri anlayışı ve güzelliklerin takdir edilmesi duygularında artışla ilişkilendirilmiştir.⁽⁵⁾

Öfke yönetimi söz konusu olduğunda, boks eldivenlerini kuşanıp yastık yumruklamak, asabiyet hislerini azaltmaktan çok artıracaktır. Bunun yerine, sinirinizin altında yatan görünüşte olumsuz olaylardan edindiğiniz faydalara odaklanarak bu tür duygularınızı büyük oranda azaltmanız mümkündür.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Sizi sinirlendirme olasılığı olan bir olay yaşadığınızda, acınızı hafifletmek ve yolunuza devam edebilmek için aşağıdaki egzersizi yapmayı deneyin.

Size zarar verdiğini düşündüğünüz olayın olumlu yönlerine odaklanmak için birkaç dakikanızı ayırın. Örneğin, bu olay sayesinde:

- daha da mı güçlendiniz veya sahip olduğunuzun farkında olmadığınız kişisel kuvvetlerinizi mi fark ettiniz?
- hayatınızdaki güzelliklerin kıymetini mi anladınız?
- daha bilge bir insan mı oldunuz ya da önemli ilişkilerinizi mi güçlendirdiniz?
- duygularınızı daha iyi ifade etme becerisi mi kazandınız veya kötü bir ilişkiyi sonlandıracak özgüven ve cesarete mi kavuştunuz?
- daha şefkatli ve bağışlayıcı biri mi oldunuz?
- sizi üzen biriyle ilişkinizi mi sağlamlaştırdınız?

Bu olaydan edindiğiniz faydaları ve tüm olan biten sonucunda hayatınızın nasıl daha iyi bir hâl aldığını yazıyla ifade edin. Hiçbir şeyi saklamayın ve mümkün olduğunca dürüst olun.

Düzenleme
Ny.Ozlem

Stresin Üstesinden Gelmek İçin 4 x 15 Saniyelik Yol

Bir tehlike sezdiğinizde, kaçmak ya da yere daha sağlam basmak üzere hazırlanırken vücudunuz tetikte olma durumuna geçer. Maalesef, modern hayatın stresi, bu sistemi sürekli bir şekilde tetiklemektedir. İster arabayı park edecek yer bulamamak isterse de çocuklarla tartışmaktan dolayı, çoğu insan “savaş veya kaç” noktasına düzenli olarak ulaşır. Az miktarda stres kimi insanların görevlerine daha sıkı sarılmasını sağlarken, daimi sorunlar stres düzeyini füze gibi fırlatarak yüksek tansiyon, konsantrasyon güçlükleri, endişe, kilo alma ve bağışıklık sisteminin zayıflaması gibi sorunlara yol açar. Öte yandan, tansiyonunuzu dünyaya geri indirmenin çeşitli hızlı ve kolay yolları mevcuttur.

Diğer İnsanlar İçin Dua Ederek Kendinize Yardımcı Olun. Michigan Üniversitesi'nden Neal Krause tarafından yürütülen araştırmalar, başka insanlar için dua etmenin kişinin sağlığına iyi gelebildiğini göstermektedir.⁽⁶⁾ Binin üzerinde kişiyle dualarının içeriği, mali durumları ve sağlıkları üzerine görüşmeler yapan Krause ve ekibi, diğer insanlar için dua etmenin kişinin mali sıkıntı ve gerilimlerini azaltmaya ve sağlığını iyileştirmeye yardımcı olabildiğini ortaya koymuştur. İlginç bir şekilde, yeni bir araba ya da ev gibi maddi şeyler için dua etmenin bu tür bir koruma etkisi sağlamadığı görülmüştür.

Klasikleri İnceleyin. California Üniversitesi'nden Sky Chafin ve meslektaşları, stresli bir olayın ardından hangi müziğin tansiyonu düşürdüğü üzerine bir çalışma yapmışlardır.⁽⁷⁾ Deneyde, gergin bir ruh hâline girmeleri için katılımcılardan 2397'den 13'er 13'er

geriye saymaları söylenmiştir. İşi daha da zorlaştırmak amacıyla her 30 saniyede bir, araştırmacı katılımcıya olumsuz geribildirimler vermiştir (“Çok ağır ilerliyorsun, hızlan biraz” gibi). Sayı sayma işleminin ardından, katılımcıların bazıları kendilerine gelmeleri için sessiz bir ortamda yalnız bırakılmış, diğerlerine ise ya klasik müzik (Pachelbel’den Kanon veya Vivaldi’den Dört Mevsim: “İlkbahar”) ya caz (Miles Davis’ten “Flamenco Sketches”) ya da pop müzik (Sarah McLachlan’dan “Angel” veya Dave Matthews Band’dan “Crash Into Me”) dinletilmiştir. Tansiyon ölçümü sonuçlarına göre, pop ya da caz dinlemek, tamamen sessiz kalmakla aynı iyileştirici etkiye sahiptir. Buna karşın, Pachelbel ve Vivaldi dinletilen katılımcılar çok daha hızlı rahatlamış, tansiyonları da normal düzeyine daha kısa sürede düşmüştür.

Güneşin Gücünden Yararlanın. Virginia Enstitüsü Psikiyatrik ve Davranışsal Genetik Kurumu’ndan Matthew Keller ve meslektaşları, güneş ve duygular arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.⁽⁸⁾ Araştırma ekibi, yüksek ısı ve barometrik basınçla belirlenen sıcak havanın insanları daha iyi bir ruh hâline soktuğunu ve hafızalarını artırdığını keşfetmiştir. Ancak bu etkinin kendini gösterebilmesi için kişinin açık havada 30 dakikadan fazla zaman geçirmesi gerekmektedir. Nitekim güneşte yarım saatten daha az zaman geçirenlerin ruhsal durumlarının normale nazaran daha zayıf olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, araştırmacılar, güzel havalarda insanların kapalı yerlerde olmaktan hoşlanmadığını öngörmüşlerdir.

İçinizdeki Palyaçoyu Harekete Geçirin. Siz gülerseniz tüm dünya da sizinle birlikte güler; ağlarsanız kalp krizi geçirme olasılığınızı artırabilirsiniz. Gülme ve rahatlama üzerine yapılan araştırmalardan elde edilen genel sonuçlar bunu göstermektedir. Stresle başa çıkarken espritüel bir yaklaşım sergileyen insanların bağışıklık

sistemlerinin daha sağlıklı olduğu, kalp krizi ve inme geçirme olasılıklarının yüzde 40 daha az olduğu, diş operasyonları sırasında daha az ağrı hissettiği ve ortalama 4,5 yıl daha uzun yaşadığı görülmüştür.⁽⁹⁾ 2005 yılında, Maryland Üniversitesi'nden Michael Miller ve meslektaşları, katılımcılara onları endişelendirecek (Er Ryan'ı Kurtarmak filminin ilk 30 dakikası) ya da güldürecek (Harry Sarry ile Tanışınca filmindeki "orgazm" sahnesi gibi) filmler seyrettirmişlerdir. Stresi tetikleyen film izleyen katılımcıların kan dolaşımı yüzde 35 oranında azalırken, eğlenceli film izleyenlerinki yüzde 22 oranında artmıştır. Bu sonuçlara dayanarak, uzmanlar insanlara her gün en az 15 dakika gülmelerini tavsiye etmektedir.

Düşünceli Patiler

Bir köpeğin kendinizi iyi hissetmenizi sağlayacak pek çok özelliği vardır. Örneğin, köpeği doğrayıp yahnisini yapabilirsiniz. Peki, bu yemeği yemek size kendinizi iyi mi hissettirir yoksa suçlu mu? Bunu bulmak üzere, üniversite araştırmacıları... Şaka yapıyorum! Bildiğim kadarıyla, köpek yahnisi yemenin psikolojik etkileri üzerine herhangi bir araştırma yapılmamıştır. Öte yandan, dört ayaklı arkadaşınızdan fayda görebileceğiniz pek çok konu bilimsel olarak ele alınmıştır.

Bu alanda en çok bilinen araştırmalardan birini, Maryland Üniversitesi'nden Erika Friedmann ve meslektaşları yürütmüştür. Çalışmada, köpek sahibi olmakla kardiyovasküler işlev arasındaki olası ilişki incelenmiştir.⁽¹⁰⁾ Kalp krizi geçirmiş hastaların iyileşme hızlarının dikkatle izlenmesinin ardından, Friedmann, köpek sahibi olmayanlara kıyasla köpeği olanların on iki ay sonra hayatta kalma olasılıklarının neredeyse dokuz kat daha fazla olduğunu keşfetmiştir. Bu anlamlı sonuç, bilim adamlarını köpek sahibi olmanın diğer olası faydalarını araştırmaya itmiştir. Çalışmalar sonucunda, köpekleri olanların günlük stresle daha iyi baş ettiği, hayata dair daha rahat bir bakış açısına sahip olduğu, özsaygılarının yüksek olduğu ve depresyon tanısı alma ihtimallerinin daha düşük olduğu gösterilmiştir.⁽¹¹⁾

Yukarıda bahsedilen yararların önemi hafife alınmamalıdır. Bir çalışmada, köpek sahiplerinden stresli iki görevi (dört basamaklı bir sayıdan geriye üçer üçer sayarken tek ellerini buzlu su içinde tutmak) yanlarında ya eşleri ya da köpekleri varken yerine getirmeleri istenmiş ve bu sırada tansiyon ve nabızları ölçülmüştür.⁽¹²⁾ Yanlarında eşleri değil de köpekleri varken nabızları ve tansiyonları daha düşük bulunan katılımcılar, görevlerini de daha az hatayla

tamamlamışlardır. Böylece, sağlığını için köpeğinizin eşinizden daha iyi olduğu bilimsel olarak da kanıtlanmıştır.

İlginç bir şekilde, aynı durumun kediler için de geçerli olduğu söylenemez. Bazı çalışmalarda, kediyle yaşamının olumsuz ruh hâllerini hafifletmeye yardımcı olduğu gösterilmiş olsa da kedinin köpeğe nazaran size kendinizi gerçekten iyi hissettirme olasılığı daha düşüktür.⁽¹³⁾ Üstelik kedi sahiplerinin kalp krizinden sonraki on iki ay içinde ölme ihtimallerinin daha yüksek olduğu da iddia edilmiştir.⁽¹⁴⁾

Her ne kadar umut vadeden olsalar da bu çalışmalarla ilgili büyük bir sorun vardır. Köpek sahibi olmak, daha rahat tavırlar sergilemekle ve daha sağlıklı bir kardiyovasküler sistemle ilişkiliyse de bunları sağlayan köpek sahibi olmanın kendisi olmayabilir. Yani, köpek sahibi olan insanların belirli tipte kişilikleri olabilir ve daha uzun ve daha az stresli hayatlar sürmelerini sağlayan da işte bu kişilik yapısı olabilir.

Bağıntıyı nedensellikten ayırmak amacıyla, Buffalo'daki New York State Üniversitesi'nden Karen Allen, son derece ihtiyaç duyulan bir çalışma gerçekleştirmiştir.⁽¹⁵⁾ Çalışmada, yüksek tansiyon sorunu olan borsacılar rastgele iki gruba ayrılmış ve gruplardan birindekilere bakmaları için birer köpek verilmiştir. Ardından, sonraki altı ay boyunca her iki gruptakilerin de tansiyonları izlenmiştir. Sonuçlar, köpeği olan borsacıların kontrol grubundakilere kıyasla çok daha rahatlamış olduklarını göstermiştir. Hatta zihinsel stresin etkilerini hafifletmek söz konusu olduğunda, köpekler yüksek tansiyon tedavisinde kullanılan çoğu bilinen ilaçtan daha etkili olmuşlardır. Daha da önemlisi, borsacılar “köpekli” ve “köpeksiz” gruplara rastgele ayrıldıklarından gruplar arası kişilik farkı mevcut değildir; dolayısıyla kişilik faktörü sonuçları etkilememiştir. İlginç bir şekilde, kendilerini daha az stresli hissetmeye ek olarak, inatçı borsacılar hayvanlarına duygusal yönden de bağlanmış ve çalışmanın sonunda hiçbiri yeni arkadaşını geri vermek istememiştir.

Köpek sahibi olmanın sizin için neden iyi olabileceğini ortaya koyan çeşitli teoriler öne sürülmüştür. Örneğin, günlük yürüyüşlerin fiziksel ve psikolojik sağlığınıza faydaları üzerinde durulmuştur. Köpeklerin “yargılamayan arkadaşlar” oldukları, en derin düşünceleri sabırla dinledikleri ve sırlarınızı başkalarıyla asla paylaşmadıkları düşüncesi savunulmuştur. Bu şekilde bakıldığında, köpekler işine bağlı bir terapist gibidirler; tüylü kulakları, ıslak burunları ve daha düşük ücretleri olan... Farklı bir teoriye göre, bir köpeğe sadece dokunmanın veya sarılmanın bile sakinleştirici ve faydalı bir etkisi olduğu iddia edilmiş, buna kanıt olarak da bir hemşirenin hastanın elini tutmasının dahi hastanın nabzını yavaşlatması gösterilmiştir.⁽¹⁶⁾

Bunlarla beraber, çoğu araştırmacı, en önemli faktörlerden birinin köpek sahibi olmanın sosyal faydaları olduğu konusunda hemfikirdir. Parkta köpeklerini dolaştıran insanları izlediğinizde, insanoğlunun en sadık dostunun yabancı insanların birbirleriyle nasıl konuşmalarını sağladığına şahit olursunuz (“Aman, ne kadar da tatlı”, “Cinsi ne”, “Kaç yaşında”, “Tüh, neye basmışım, bunu o mu yaptı” gibi...). Çok sayıda araştırma, diğer insanlarla zaman geçirmenin büyük bir mutluluk ve sağlık kaynağı olduğunu göstermiş; köpeklerin bilmeden de olsa insanları bir araya getirme yeteneğinin sahiplerinin sağlığını korumada önemli rol oynadığını kanıtlamıştır.

Peki, köpekler bu tür paylaşımlar yaratmada ne derece başarılıdır ve insanlarla diyalog kurmayı sağlayan en iyi köpekler hangileridir? Bunu araştırmak üzere, Queen’s Üniversitesi Belfast’tan hayvan psikologu Deborah Wells’in yapmış olduğu deneyde, bir araştırmacı birkaç öğle tatilini aynı yol üzerinde farklı köpekler gezdirerek geçirmiştir.⁽¹⁷⁾ Her yürüyüş, araştırmacının karşı istikametinden 300 kişi gelip geçtikten sonra sona ermiştir. Araştırmacının birkaç adım gerisinden yürüyen başka bir uzman, yoldan geçenlerin araştırmacıya bakıp bakmadıklarını, gülümseyip gülümsemediklerini

ve onunla konuşmak için durup durmadığını gizlice not etmiştir. Yürüyüşlerin üçünde, araştırmacı sarı renkli bir Labrador yavrusu, yetişkin bir Labrador veya yetişkin bir Rottweiler ile dolaşmıştır. Kontrol deneyi olarak, diğer üç gün boyunca ya yalnız yürümüş ya kucığında 50 cm büyüklüğünde kahverengi bir oyuncak ayı (dikkat çeken kocaman gözleri, kısa kol ve bacakları ve geniş bir alını olduğu için özellikle seçilmiştir) ya da bir avizeağacı taşımıştır.

Yoldan gelip geçen 1800 kişi ve 211 sohbetten elde edilen sonuçlar, oyuncak ayının ve bitkinin çok dikkat çektiğini, ama gülümsemeye pek neden olmadığını ve neredeyse hiç sohbet ortamı doğurmadığını göstermiştir. Buna karşın, köpekler insanların bakmasını, gülümsemesini ve konuşmasını sağlamıştır. Rottweiler çok düşük bir konuşma oranıyla ilişkilendirilmiştir. Bunun sebebi, muhtemelen, insanların bu cinsi saldırganlıkla bağdaştırması ve gırtlaklarını koruma dürtüsüdür. Diğer yandan, araştırmacı, yetişkin veya yavru Labrador ile dolaştığında, her 10 kişiden biri onunla sohbet etmek üzere durmuştur.

İnsanların hayvan sahipleriyle konuşmaya meyilli olduğunu gösteren tek çalışma bu değildir. Örneğin, daha önce yapılan bir çalışmada, parkta bankta oturan bir bayanın yanında bir tavşan ya da kaplumbağa olduğunda gelen geçenlerden daha çok ilgi gördüğü; tek başına oturup balon patlattığında veya pilli portatif televizyonunu seyrettiğinde ise daha az dikkat çektiği bulunmuştur.⁽¹⁸⁾

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Bu araştırmadan çıkarılacak iki temel ders vardır. Birincisi, köpek sahibi olmak günlük hayatın stres ve gerilimini hafifletmeye yardımcı olmaktadır. Bunu, kısmen de olsa sosyal iletişimi teşvik ederek sağlamaktadır. İkincisi, bu tür karşılaşma olasılıklarını artırmak için bir Rottweiler, oyuncak ayı, avizeağacı, pilli televizyon veya balonlu sakız yerine Labrador cinsi bir köpeği tercih edin.

Öte yandan, yaşam tarzınız köpek sahibi olmak için elverişli değilse dört ayaklı bir dosttan yarar görmek için yapabileceğiniz iki şey daha vardır.

Robot Köpek. Gerçek bir köpek yerine, robotunu almayı düşünebilirsiniz. Saint Louis Üniversitesi Tıp Fakültesi'nden Marian Banks ve meslektaşları tarafından yürütülen yakın zamanlı bir araştırmada, hastanede uzun süre bakım gören hastaların yalnızlıkları üzerinde robot ve gerçek köpeklerin etkisi incelenmiştir.⁽¹⁹⁾ Araştırma ekibi, her hafta hastaneye ya gerçek bir köpek ya da Sony AIBO götürmüş, her ziyarette hastalarla yaklaşık 30 dakika geçirmiştir. Sekiz haftalık süre boyunca, hastalar her iki tür köpek de aynı güçte duygusal bağ geliştirmiş ve her ikisi de yalnızlık hislerini aynı ölçüde hafifletmeye yardımcı olmuştur.

Köpek Kanalını İzleyin. Deborah Wells, yapmış olduğu yenilikçi bir çalışmada, bir hayvanın sadece videosunu izlemenin gerçekten onunla birlikte olduğunda ortaya çıkan sakinleştirici ve iyileştirici etkilerin aynısını sağlayıp sağlamadığını incelemiştir.⁽²⁰⁾ Üç kısa videokaseti hazırlamış (bitkilerle dolu bir akvaryum içinde yüzen on balık, kafesin içinde on muhabbet kuşu ve ağaçlarda oturan on maymun) ve videoları seyretmeden önce ve seyrettikten sonra katılımcıların

tansiyonlarını ölçmüştür. Kontrol grubu olarak, bir grup insana bilinen bir televizyon dizisinin videosu izletilmiş, diğer bir gruptan ise boş bir televizyon ekranına bakmaları istenmiştir. Çalışma sonunda başlıca iki şey ortaya çıkmıştır. Birincisi, dizi film seyretmekle boş bir televizyon ekranına bakmanın psikolojik açıdan neredeyse hiçbir farkı olmadığı bulunmuştur. İkincisi, iki kontrol grubuna kıyasla, hayvan videolarının üçü de katılımcıların kendilerini çok daha rahatlamış hissetmelerini sağlamıştır. Sonuç olarak, nabzınızı ve tansiyonunuzu bir dakikadan kısa bir süre içerisinde düşürmek istiyorsanız şirin bir hayvan videosu seyretmeyi deneyebilirsiniz.

Tansiyonunuzu Hiçbir Şey Yapmayarak Düşürün

Birkaç yıl önce, bir televizyon programının parçası olarak, alkol tüketiminin psikolojisi üzerine olağandışı bir deney gerçekleştirdim. Çalışmada, bir grup öğrenciden gece bir barda sevgilileriyle zaman geçirmeleri istendi. Öğrencileri deneye katılmaya ikna etmek hiç de zor olmadı, çünkü içkiler ücretsizdi. Olayın onlar için tek olumsuz yönü, gece boyunca birkaç kısa teste cevap vermeleri gerekmesiydi. Deney gecesi, herkes bara geldikten sonra ilk test turu başladı. Her öğrenciye sayılardan oluşan bir liste verildi ve mümkün olduğunca fazla sayıyı aklında tutması, yere çizilmiş bir çizgi üzerinde yürümesi ve bir tepki-zaman testinin parçası olarak işaret ve başparmağıyla bir cetvel tutup sonra parmaklarını açması ve cetvel yere düşmeye başladığı an onu yakalaması söylendi.

İlk testlerin tamamlanmasının ardından, gecenin hoş kısmı olan içki içmeye sıra geldi. Her öğrenci rastgele bir şekilde mavi veya kırmızı gruba dahil edildi, hepsine uygun renkte yaka kartı verildi ve ücretsiz içki barının tadını çıkarmaları söylendi. Sadece tek bir kural vardı: Herkes bara gittiğinde sadece kendi içkisini sipariş edebilecek, arkadaşları için içki alamayacaktı. Gece boyunca, katılımcıların sohbetlerini bol bol keserek onları yine test yapmaya çağırdık ve ilk yapılan hafıza, denge ve tepki testlerini tekrarlattık.

Damarlarında dolaşan alkol miktarı arttıkça, öğrenciler çok daha gürültücü, neşeli ve cilveli olmaya başladılar. Nitekim test sonuçları da bu değişimi tarafsız bir biçimde ölçmüş; gecenin sonunda katılımcılar tek haneliden büyük sayıları hatırlamakta zorlanmış, yere çizilmiş olan çizgiyi dahi bulamamış ve cetvel yere düştükten 60 saniye sonra parmaklarını kapayabilmişlerdir. TAMAM, espri olsun diye biraz abarttığımın farkındayım, ama ne

demek istediğimi anlamışsınızdır. Öte yandan, en şaşırtıcı sonuç, kırmızı ve mavi yaka kartı takanların puanlarındaki benzerliktir; çünkü iki grup da bilinçli bir şekilde aldatılmıştır.

Her iki gruptakiler de sayıları hafızalarında tutamamış, çizgi üzerinde dengede durmakta büyük zorluk çekmiş ve cetveli parmaklarının arasından düşürüp durmuşlardır.

Ancak mavi gruptaki öğrencilerin bilmediği, tüm gece boyunca bir damla dahi alkol almamış olduklarıydı. Deney başlamadan önce, barın yarısını gizlice alkolsüz içeceklerle doldurmuştuk. Ama bu içecekler de tıpkı alkollü gibi görünüyor, kokuyor ve tat veriyordu. Bar personeline her öğrencinin yaka kartına bakması ve kırmızı gruptakilere gerçekten alkollü, mavi gruptakilere ise alkolsüz içecek vermesi tembih edilmişti. Ağzlarına bir yudum alkol almamış olmalarına rağmen, mavi gruptakiler de içkiyi fazla kaçıranların gösterdiği semptomların aynısını gösterdiler. Rol mü yapıyorlardı? Hayır. Kendi kendilerini alkol tükettiklerine ikna etmişler ve bu düşünce beyinlerini ve vücutlarını da ikna etmeye ve “sarhoş” bir şekilde düşünüp davranmaya yeterli olmuştu. Gece sonunda, gerçeği açıkladık. Yaşadıklarına güldüler, hemen ayıldılar ve barı terk ederken hem kendilerine gelmiş hem de iyi vakit geçirmişlerdi.

Bu basit deney, plasebonun gücünü göstermektedir. Katılımcılarımız sarhoş olduklarına inanmış ve bu inançları doğrultusunda düşünüp davranmışlardır. Aynı etki, tıbbi deneylerde de ortaya çıkmaktadır: Zehirli sarmaşık sandıkları bir bitkiye maruz kalan insanlarda gerçek döküntüler görülmüş, kafeinsiz kahve verilenler daha uyanık olmuş, dizlerinden gerçekten ameliyat olduğunu sanan hastalar “iyileşen” tendonlarının artık ağrımadığını ifade etmişlerdir. Hatta gerçek ilaçlarla ilaç görünümlü hapların etkilerini karşılaştıran deneyler, ilaçların yüzde 60 ila 90’ının etkinliğinin bir dereceye kadar plasebo etkisine bağlı olduğunu ortaya koymuştur.⁽²¹⁾

Egzersiz yapmak, tansiyonu düşürmenin etkili yollarından biridir. Peki, ama bu ilişkiyi günlük hayatımızda ne kadar aklımızda tutuyoruz? Harvard Üniversitesi'nden Alia Crum ve Ellen Langer'in yapmış olduğu çığır açan bir çalışmaya, yedi farklı otelden seçilen seksenin üzerinde oda hizmetlisi dahil edilmiştir.(22) Araştırmacılar, hizmetlilerin fiziksel açıdan son derece faal olduklarını biliyorlardı. Onlar her gün oda başına yaklaşık 25 dakika sürecek şekilde ortalama on beş oda temizliyorlar, spor salonuna hiç aksatmadan gidenlerin bile zorlanacağı ağırlıkların ve tırmanmaların üstesinden geliyorlardı. Öte yandan, Crum ve Langer, her ne kadar faal bir hayat sürdürüyor olsalar da hizmetlilerin bunun farkında olmayabileceğini düşünerek, mesleklerinin fiziksel açıdan kendileri için ne kadar yararlı olduğunu öğrendiklerinde ne olacağını öğrenmeye karar vermişlerdi? Hizmetliler fiziksel olarak zinde olduklarına inandıklarında ve bu inançları sayesinde kiloları ve tansiyonlarında anlamlı değişiklikler olacak mıydı?

Araştırma ekibi, farklı otellerdeki hizmetlileri iki koşuldan birine rastgele bir şekilde tayin etmişlerdir. Bir gruba, egzersizin faydaları anlatılmış ve gün içinde yaktıkları kalori miktarı söylenmiştir. Araştırmacılar, hizmetlilere 15 dakika süren çarşaf değiştirmenin 40 kalori, aynı sürede elektrik süpürgesiyle süpürmenin 50 kalori ve 25 dakika boyunca banyoyu ovmanın 60 kalori harcatığı bilgisini vermiştir. Bu bilginin akıllarında yer etmesi için gruptakilere önemli ayrıntıların yazılı olduğu broşürler verilmiş ve personel odasındaki mantar panoya aynı bilgileri içeren bir poster asılmıştır. Kontrol grubundaki hizmetlilere de egzersizin faydalarıyla ilgili genel bilgi verilmiş, ama ne kadar kalori yaktıkları söylenmemiştir. Daha sonra, tüm katılımcılar iş dışında ne kadar egzersiz yaptıkları, diyetleri, içki ve sigara alışkanlıklarıyla ilgili bir anket doldurmuş ve bir dizi sağlık testinden geçmişlerdir.

Bir ay sonra, araştırmacılar geri gelmiştir. Otel yöneticileri, "Vay canına, işinde ne kadar çok egzersiz yapıyorsun" grubundaki

hizmetlilerle kontrol grubundakilerin iş yükünün sabit kaldığını onaylamışlardır. Bunun ardından, araştırmacılar herkesten aynı anketleri yeniden doldurmalarını ve sağlık testlerinden geçmelerini istemiş, sonra da elde ettikleri verileri incelemeye koyulmuşlardır. İki grup da iş dışında ekstra egzersiz yapmamış; yeme, içme ve sigara alışkanlıklarında değişiklik olmamıştır. Sonuç olarak, hizmetlilerin hayat tarzında bir grubun diğerinden daha zinde olduğunu gösteren herhangi bir değişiklik fark edilmemiştir.

Sıra, sağlık testlerinin incelenmesine gelmiştir. İlginç bir şekilde, gün içinde ne kadar kalori harcadığını öğrenmiş olanların anlamlı miktarda kilo kaybı olmuş, vücut kitle indeksleri ve bel-kalça oranları azalmış ve tansiyonları düşmüştür. Kontrol grubundakiler ise, benzer gelişmeler sergilememiştir.

Peki, bu olumlu sağlık gelişmelerine neden olan şey nedir? Crum ve Langer, her şeyin plasebonun gücüne bağlı olduğuna inanmaktadır. Araştırmacılar, katılımcılara gün içinde yapmış oldukları egzersiz miktarını hatırlatarak onların kendileri hakkındaki düşüncelerini değiştirmişlerdir. Bedenleri de bu inançları gerçek yapmak üzere yanıt vermiştir. İnsanların sarhoş olduklarını düşündüklerinde dillerinin sürçmesi ve hasta olduklarını sandıklarında vücutlarında döküntü olması gibi, gün içinde yaptığınız egzersizleri sadece düşünmeniz bile sizi daha sağlıklı kılabilir.

Bu gizemli etkinin açıklaması ne olursa olsun, söz konusu sağlığını daha iyi bir seviyeye getirmek olduğunda, gereken çabayı zaten gösteriyor olabilirsiniz. Tek mesele, bunun farkına varmanızdır.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Crum ve Langer'in araştırması tartışmalı olsa da eğer doğruysa gün içinde yaptığınız yağ yakıcı aktivitelerin farkında olmanız sizin için iyi olabilir. Tabloda, ortalama kiloda bir insanın (daha yüksek veya düşük kilolu kişiler orantısal olarak daha çok veya daha az kalori harcarlar) çeşitli günlük aktiviteler sırasında yaktığı ortalama kalori miktarları verilmiştir. Tabloyu kullanarak her gün yaktığınız kalori miktarını hesaplayın.

Hayatınızın her günü yapmakta olduğunuz "görünmez" egzersizleri size hatırlatması için tabloyu göz önünde bir yerde bulundurun. Teoriye göre, bu sayede hiçbir şey yapmayarak stres düzeyinizin düştüğünü göreceksiniz.

STRES

Aktivite		A	B	C	D
		Dakikada yakılan kalori	Bu aktiviteyi normalde her hafta yapıyor musunuz?	Eğer öyleyse her hafta ortalama kaç dakika?	Yakılan toplam kalori miktarı (A sütunu x C sütunu)
Normal yürüyüş	3				
Tempolu yürüyüş	6				
Pedal çevirme	5				
Hafif ev işi	4				
Ütü	3				
Bulaşık	3				
Çimleri biçmek	5.5				
Arabayı yıkamak	5.5				
Yerleri paspaslamak	5.5				
Bahçeyle uğraşmak	5				
Kitap okumak	1.5				
Alışveriş yapmak	3				
Masa başında oturmak	1.5				
TV seyretmek	1.5				
Cinsel ilişki	2				
Araba kullanmak	1.5				
Uyumak	1				
Telefonla konuşmak	1				
Yemek yemek	0.5				
Duş almak	5				
Ayakta durmak	1.5				
Merdivenlerden inip çıkmak	8				
Çocuklarla oynamak	4				
TOPLAM					

7. İLİŞKİLER

"Aktif dinleme" tehlikeleri, Velcro (cırt cırt bant) çiftleri nasıl bir arada tutabilir, sözler neden eylemlerden neden daha önemlidir ve tek bir fotoğraf bile nasıl fark yaratabilir

Kimi uzmanlara göre, başarılı evlilik ilişkilerinin temelinde “aktif dinleme” denen bir etkileşim şekli yatmaktadır. Bu iletişim tarzında, partnerler birbirlerinin söylediklerini farklı kelimeler kullanarak yinelerler ve karşılıklı empati oluşturmaya çalışırlar. Örneğin, danışmanlık seansındaki bir kadının kocasına çok kızdığını anlattığını, çünkü adamın eve hep sarhoş ve buram buram alkol kokarak geldiğini ve geç saatlere kadar televizyon başında oturduğunu farz edin. Aktif dinlemenin ilkelerine göre, adam, karısının endişelerini kendi cümleleriyle aktarır ve sonra da kendisine neden bu kadar sinirlendiğini anlamaya çabalar. Bu sezgisel teknik son derece popülerdir ve “Ne demek istediğini anlıyorum” ifadesinin doğmasına yol açmıştır. Peki, ama aktif dinleme başarılı bir ilişki için gerçekten gerekli midir, yoksa bu da bir başka zihinsel söylenti midir?

1990’lı yıllarda, Washington Üniversitesi’nde psikolog ve “evlilikte istikrar” üzerine dünyaca tanınan bir uzman olan John Gottman ve meslektaşları, bu sorunun cevabını bulmak için uzun süreli ve kapsamlı bir çalışma gerçekleştirmiştir.⁽¹⁾ Deneye, yüzün üzerinde yeni evli çift dahil edilmiş ve çiftlerden bir kameranın önünde oturup çatıştıkları bir konu üzerinde 15 dakika boyunca sohbet etmeleri istenmiştir. Daha sonra, araştırma ekibi çekimin her bir saniyesini ve yapılan yorumları incelemiştir. Sonraki altı yıl boyunca, araştırmacılar çiftlerle temas kurarak hâlâ birlikte olup olmadıklarını ve eğer birlikteyse ilişkilerinde ne derece mutlu olduklarını takip etmişlerdir.

Aktif dinlemenin etkinliğini test etmek üzere, filmde olumsuz bir duygu ya da düşüncesini (“Böyle davranman beni mutsuz ediyor”, “Annem ve babamla konuşma tarzına dayanamıyorum” gibi) ifade eden her kişinin yorumları detaylı olarak ele alınmıştır. Ekip, partnerin bu yorumlara vermiş olduğu cevabı kaydetmiş ve karşıdaki kişinin anlaşıldığını ve onunla empati kurulduğunu gösteren aktif dinlemeye özgü ifade çeşitleri bulmaya çalışmıştır. Birlikte kalan çiftlerle boşanan çiftlerin ve ilişkilerinde mutlu ve mutsuz olanların bu tür ifadeleri kullanma sıklığı karşılaştırılarak, aktif dinlemenin gücünü bilimsel olarak değerlendirilebilmiştir.

Gottman ve ekibi, kendi bulguları karşısında şaşkına dönmüş ve şoke olmuşlardır. Çiftler arasında aktif dinleme çok az kullanılmış ve bu yöntem bir çiftin mutlu kalıp kalmayacağını hiçbir şekilde öngörmemiştir. Sonuçlara göre, aktif dinleme, evlilikte mutlulukla ilişkili görünmemektedir.

Elde ettiği sonuçlardan etkilenen araştırma ekibi, ikinci bir fikir edinmek için dikkatini başka bir dizi videoya vermiştir. Daha önceki bir çalışmada, on üç yıl boyunca çiftlerden oluşan başka bir grubu izlemişler ve videolar üzerinde benzer incelemeler yapmışlardır. Bu çalışmanın verilerinde de benzer bir yapı bulmuşlar; en başarılı, uzun süreli ve mutlu ilişkilerde bile aktif dinlemeyi andıran herhangi bir iletişim şekline rastlamamışlardır.

Gottman’a göre, partneriniz bir sorununu dile getirirken onun yorumlarını kendi kelimelerinizle yenilemeniz ve onunla empati kurmaya çalışmanız, çok az insanın becerebileceği bir ustalık ve “duygusal jimnastik” gerektirmektedir. Ekibin bulguları, aktif dinleme kavramına sıkı sıkıya bağlı olan evlilik danışmanlarınca tartışmalı bulunsa da yapılan diğer bazı araştırmalar da aktif dinlemenin başarılı bir ilişkinin yapıtaşı olduğunu kanıtlayamamıştır.⁽²⁾

Peki, ama partnerinizi dinlemek ve ona cevap vermeye çalışmak ilerlemenin en makul yolu değilse nedir? Gottman çalışması, uzun süreli heteroseksüel birlikteliklerde, çiftlerin çatışma anla-

rında belirli bir davranış düzeni sergilediğini göstermiştir. Kadın, meseleyi gündeme getirir, sorunun analizini yapar ve bazı olası çözüm yolları önerir. Bu düşüncelerin bazılarını kabul edebilen ve dolayısıyla partnerleriyle bir tür güç paylaşımı yaptığını ortaya koyabilen erkeklerin ilişkilerini başarıyla sürdürme ihtimalleri daha yüksektir. Buna karşın, erkeklerin taş duvar kesildiği ve hatta saygısızlık yaptığı ilişkiler muhtemelen sona erecektir.

İlişkileri çıkmaza girdiğinde, birbirlerine yanıt verme şekillerini değiştirmeyi çiftlere öğretmek mümkündür; fakat bu, zaman alıcı ve zor bir yoldur. Öte yandan, öğrenmesi son derece kısa süren ve çiftlerin bir ömür boyu mutlu kalmalarına yardımcı olan çeşitli teknikler mevcuttur. Bunun için aşk mektubu yazabilmeniz, şöminenin üzerine bir fotoğraf yerleştirmeniz ve ilk buluşmanızı hatırlamanız gerekir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

İlişkinizi Değerlendirin

John Gottman tarafından yapılmış olan araştırmalara göre, partnerinizin hayatının en önemsiz görünen ayrıntılarını bilme dereceniz ilişkinizin ne kadar süreceğine işaret edebilir. Aşağıdaki eğlenceli test, partnerinizle birbirinizi ne kadar iyi tanıdığınızı görmenize yardımcı olacaktır. Taraflardan biri soruları yanıtlarken partnerinin de ne cevap vereceğini tahmin eder. Sonra, partneriniz size gerçek cevabını söyler ve siz de her doğru yanıtınız için bir puan alırsınız. Bunun ardından, rolleri değiştirir ve süreci tekrar edersiniz. Sonunda, elde ettiğiniz iki puanı topladığınızda 0 ila 20 arasında bir sonuç elde edersiniz.

Soru

- 1 Genel olarak, partneriniz aşağıdaki film türlerinin hangisinden en fazla keyif alır? Korku, komedi, aksiyon, dram.
- 2 Partnerinizin ilk mesleği neydi?
- 3 Genel olarak, partneriniz aşağıdaki spor türlerinin hangisini televizyonda seyretmekten en çok keyif alır? Bilardo, rugby, boks, atletizm.
- 4 Partneriniz nerede doğmuştur?
- 5 Partneriniz aşağıdaki klasikleşmiş kitaplardan en çok hangisini okumayı tercih eder? Moby Dick, İki Şehrin Hikâyesi, Manzaralı Bir Oda, Frankenstein.
- 6 Partnerinizin yaka ölçüsü (erkek için) veya beden ölçüsü (kadın için) nedir?

- 7** Genel olarak, partneriniz aşağıdaki tatil türlerinden en çok hangisini tercih eder? Plaj, kayak, yürüyüş, şehir.
- 8** Partnerinizin en yakın arkadaşının adı nedir (kendiniz dışında)?
- 9** Partneriniz aşağıdaki dünya liderlerinden en çok hangisiyle tanışmak isterdi? Adolf Hitler, J. F. Kennedy, Mahatma Gandhi, Winston Churchill.
- 10** Partnerinizin gözleri ne renktir?

Bağ Kurmanın Önemi

1980'lerin sonlarında, Massachusetts'teki Clark Üniversitesi'nden araştırmacı James Laird ve meslektaşları, duyu ötesi algılamanın var olup olmadığı üzerine ilginç bir deneye katılmak isteyenlere yönelik bir duyuru yapmıştır.⁽³⁾ Birbirini tanımayan erkek ve kadın katılımcılar, laboratuvara aynı saatte çağrılmış, sonra da alışılmadık bir sürece dahil edilmişlerdir. Araştırmacılar, ikişerli gruplara ayrılan katılımcıların telepati testinden önce bir "uyum sağlama" egzersizi yapmaları gerektiğini söylemiş ve iki katılımcıdan birkaç dakika boyunca birbirinin gözlerine bakması istenmiştir. Sonra ikisi de ayrı odalara alınmış ve birine bir dizi basit resim gösterilirken, diğeri de bu görüntülerin yapısını tahmin etmiştir.

Çalışmanın sonunda, Laird, elde ettiği verilere bakmış ve herhangi bir psişik güce dair kanıt bulamamıştır. Peki, hayal kırıklığına mı uğramıştır? Hiç de değil. Gerçekte, çalışmanın duyu ötesi algılamayla hiçbir ilişkisi yoktur ve sözde telepati testi, araştırmacıların aşkın psikolojisi üzerine çığır açan bir çalışma yapmalarını sağlayan özenle hazırlanmış paravan bir soru formundan ibarettir.

Çoğu insan, âşık olmanın dış görünüm, kişilik, kimya ve şans-tan oluşan çetrefilli bir karışıma dayanan son derece karmaşık bir mesele olduğuna inanır. Öte yandan, Laird farklı düşünmekteydi. Araştırmacı, bu eşsiz ve gizemli hissin görüldüğünden çok daha anlaşılır olup olmadığını ve bu duygunun dikkatle tasarlanmış bir ortamda yapay olarak üretilip üretilmeyeceğini merak etmişti. Hipotezi basitti. Âşık olan çiftlerin birbirlerinin gözlerinin içine bakarak fazlaca zaman geçirdiği günlük hayattan bilinen bir gerçektir. Laird, bunun tam tersinin de geçerli olup olmay-

cağını merak ediyordu. İnsanların birbirlerinin gözlerinin içine bakmalarını sağlayarak aşk hissi uyandırmak mümkün müydü?

Normalde, yabancıların gözlerinin içine bakmak tuhaf ve hatta tecavüzkâr algılandığından, Laird, uzun süreli göz teması sağlayabilmek için suni ama inandırıcı bir neden yaratarak telepati testi hikâyesini tasarlamıştır. Böylece, duyu ötesi algılama deneyine katıldıklarını sanan kişiler birbirlerinin gözlerinin içine baktırılmış ve sanki birbirlerini çekici buluyorlarmış gibi davranmışlardır. Laird, bu sayede aşk ve sevgi duygularının tetiklenebileceğini düşünmüştür.

Sahte telepati çalışmasının ardından, tüm katılımcılardan deneydeki partnerlerine yönelik aşkla ilgili duygularını değerlendirmeleri istenmiştir. Veriler, Laird'in haklı olduğunu ortaya koyarak katılımcıların henüz buldukları ruh eşlerine karşı gerçek ilgi ve sevgi hisleri beslediklerini göstermiştir.

Bu çalışma, sevgi psikolojisi anlayışına yenilikçi bir yaklaşım kazandırmıştır. İnsan davranışına bu açıdan bakıldığında, sadece duygu ve düşüncelerimiz davranışlarımızı etkilememektedir; davranış şeklimiz de duygu ve düşüncelerimiz üzerinde etkiye sahiptir.

Araştırmacıların gönül meselelerini daha iyi anlayabilmelerine yardımcı olan bu yaklaşımı inceleyen tek bilim adamı Laird değildir. Stony Brook'taki New York Eyalet Üniversitesi'nden Arthur Aron ve meslektaşlarının yürütmüş olduğu bir başka çalışma, aynı yaklaşımın çiftleri birbirine yakınlaştırmada kullanılabileceğini öne sürmektedir.⁽⁴⁾ Her romantik ilişkinin başlangıç dönemleri genellikle heyecan doludur. Hayatı yeni bir partnerle yaşamaya başlamak ayrıcalıklı bir keyiftir. Öte yandan, kaydı yirmi yıl ileri sardığınızda, oldukça farklı bir resim karşımıza çıkar. Artık, çift birbirini çok iyi tanımaktadır ve hayatları da rutinleşmiştir. Aynı restoranlar, aynı tatil mekânları ve aynı sohbetler... Aşinalık hissi rahatlatıcı olsa da sıkıcı bir atmosfer yaratarak kalplerin eskiden olduğu gibi atmamasına neden olabilir.

Aron, tıpkı bir başkasının gözlerinin içine bakmanın cazibeyi tetiklemesi gibi, çiftlerin birbirlerine kur yapmalarını sağlamanın ilişkilerindeki romantizm ateşini yeniden alevlendirmeye yardımcı olup olmayacağını merak etmiştir. Yeni ve eğlenceli bir şeyler yaparak evlilik hayatının monotonluğunun kırılması, çiftlerin birbirini daha çekici bulmasını sağlayacak mıdır? İlk çalışması için, Aron, gazeteye ilan vererek “ilişkileri etkileyen faktörleri” inceleyen bir deneye katılmak isteyen çiftlere çağrıda bulunmuştur.

Gönüllüler laboratuvara geldiğinde, her çift ilişkisi hakkında bir soru formu doldurmuş ve iki gruptan birine rastgele bir şekilde tayin edilmiştir. Daha sonra, araştırmacılar masa ve sandalyeleri kaldırmış, yere minderler sermiş ve deneyin sonraki aşamasını başlatmıştır.

Çiftlerin yarısına birer rulo cırt cırt bant verilmiş ve tuhaf bir oyun oynayacakları söylenmiştir. Bu esnada, çiftlerin gözleri parlar ve birbirlerine ne olup bittiğini bilen bir şekilde bakarlarsa araştırmacılar onlardan hemen gitmelerini rica etmiştir. Geriye kalanların sağ el bileği partnerlerinin sol el bileğine, sağ ayak bileği de sol ayak bileğine cırt cırt bantla sabitlenmiştir.

Lionel Richie’nin “Stuck On You” (Sana Tutkunum) adlı parçasını mırıldanma isteğine karşı koyan araştırmacılar, odanın ortasına 1 metre yüksekliğinde köpükten bir engel yerleştirmişler ve her çifte büyük bir yastık vermişlerdir. Çiftlerin ellerinin ve dizlerinin üstünde emekleyerek engeli aşması, odanın öbür tarafına kadar emeklemesi, geri dönmesi, engeli yeniden aşması ve başlangıç pozisyonuna dönmesi gerekmektedir. Olayı biraz daha ilginçleştirmek için, yastığı vücutlarının arasında taşımaları (eller, kollar ya da dişler kullanılmadan) ve turu 60 saniye içinde tamamlamaları söylenmiştir. Kimsenin hayal kırıklığına uğramaması için katılımcılardan kol saatleri alınmış (o karmaşada çizilmelerini istemeyiz bahanesiyle) ve herkes görevi zamanında bitirmiş gibi davranılmıştır.

Diğer gruptaki çiftlerden çok daha sıradan bir şey yapmaları istenmiştir. Partnerlerden biri elleri ve dizleri üzerinde emekleyerek verilen topu odanın ortasında belirlenmiş noktaya yuvarlayacaktır. Diğer partner odanın kenarından onu seyredecek ve top hedefe ulaştığında partneriyle yer değiştirerek bu kez de kendisi topu başlangıç noktasına yuvarlayacaktır.

Araştırmacılar, çiftlerin çoğunun daha önce köpükten bir engel üzerinden emeklemediklerini düşünerek bu deneyimin onlar için yeni, eğlenceli ve biraz da heyecan verici olacağını düşünmüştür. Bu deneyim, çiftler için birlikte bir hedefe ulaşabilmeleri ve birbirlerini yeni ve olağandışı bir bakış açısından görmeleri adına bir fırsat olmuştur. Kavramsal olarak bakıldığında, hayatlarının çok daha heyecanlı olduğu yeni tanıştıkları zamanlardaki gibi bir tecrübe yaşamışlardır. Buna karşın, kontrol grubundakiler çok daha sıradan olan ve ortak çaba gerektirmeyen bir görevi yerine getirmişlerdir.

Deneyin sonunda, tüm çiftler, partnerlerinin kendilerini ne derece “heyecanlandırıldığını” ve “mutlu ettiğini” değerlendiren çeşitli formlar (hiç de romantik bir ismi olmayan “Romantik Aşk Belirtileri Kontrol Listesi” de dahil) doldurmuşlardır. Tahmin edildiği üzere, köpükten devasa engeli fetheden çiftler, birbirlerine karşı, top yuvarlama görevini tamamlayanlardan çok daha sevgi doluydular. Ortaklaşa çaba gerektiren yeni ve eğlenceli bir aktiviteyi birlikte sadece birkaç dakika yapmak mucizeler yaratmış görünüyordu.

İlk çalışmanın sonuçlarından cesaretlenen Aron ve ekibi, deneyi tekrarlamış, ama bu sefer çiftler arasındaki memnuniyeti değerlendirmek için deney sonunda form doldurtmak yerine başka bir ölçüm aracı kullanmışlardır. Bu çalışmanın sonunda, uzmanlar her çifti gelecek tatilleriyle veya evlerinde yapacakları yeniliklerle ilgili sohbet ederlerken filme almıştır. Daha sonra uzmanlar filmleri izleyerek her partnerin bir tür muhalefet sergilediği anları

dikkatle saymışlardır. Cırt cırt bant çiftleri, top yuvarlayanlardan çok daha fazla olumlu yorumda bulunmuşlardır.

Aron'un bulguları, davranışlarımızın nasıl düşünüp hissettiğimiz üzerinde ne denli güçlü bir etkisi olduğunu göstermesi açısından da önemlidir. Yabancı bir insanın gözlerinin içine bakmanın karşılıklı cazibe hislerini tetiklemesi gibi, çiftlerin birbirine kur yaptıkları o ilk heyecanlı zamanları hatırlatan aktivitelerde bulunmaları eski tutkularını alevlendirebilir.

Bu araştırmaya göre, romantizmi canlı tutmak için bir rulo cırt cırt, köpükten büyük bir engel ve açık fikirlilik yeterlidir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Aron'un çalışmaları, uzun süredir bir arada olan çiftlerin birbirlerine daha fazla çekim duyabilmeleri için birlikte yeni, heyecanlı ve bir amaca yönelik aktivitelerde bulunmaları gerektiğini göstermektedir. Bu bulgu, yıllardır süren ilişkilerinde mutluluğu kaybetmeyen çiftlerin, her iki partnerin de dâhil olduğu heyecanlı ve aktif aktivitelerde bulunduklarını ortaya koyan çeşitli anketlerle de desteklenmektedir. Partnerinizle beraber spor yapın, amatör tiyatro oyunlarında oynayın, kayalara tırmanın, yeni yerler görün, yeni bir dans öğrenin ya da tatilde olağandışı yerlere gidin... Unutmayın ki, hayatın köpükten engellerini birlikte aşan çiftler birbirlerine daha da sıkı bağlanacaktır.

Romantizmi Basitleştirin

Kısa bir zaman önce, romantik davranışların psikolojisini inceleyen geniş ölçekli, online bir anket gerçekleştirdim. Yazar Rachael Armstrong ile birlikte pek çok romantik davranışın tanımını içeren bir soru formu oluşturduk. Örneğin, “Ofiste kötü bir günün ardından partneriniz için rahatlatıcı bir banyo hazırlamak”, “Üşüdüğünde ona paltonuzu tutmak” ve “Hafta sonunda onu heyecan verici bir yerlere kaçırmak” gibi... Anketi İngiltere ve Amerika’dan 1500’ün üzerinde insan doldurmuş ve sonuçlar romantizmin altında yatan gizli psikolojiyi ortaya çıkarmaya yardımcı olmuştur. Kadınlar sık sık erkeklerin pek de romantik yaratıklar olmadığından şikâyet eder. Peki, ama anket bu endişeleri doğrulamış mıdır?

Kadınlardan romantik davranışlar listesine göz atmaları ve kendi partnerlerinin her bir davranışı ne kadar sıklıkta yaptığını belirtmeleri istenmiştir. Bulgular son derece iç karartıcıdır. Örneğin, kadınların yüzde 55’i zor bir günün ardından partnerlerinin kendileri için hiç banyo hazırladığını, yüzde 45’i üşüdüğünde kendisine palto tutulmadığını ve yüzde 53’ü de hafta sonu için heyecan verici bir yere kaçırlmadığını ifade etmiştir. Bunlar, erkeklerin romantik olmadığıyla ilgili şikayetleri destekleyen tarafsız kanıtlardır. Öyleyse bu ilgisizliğin nedeni ne olabilir?

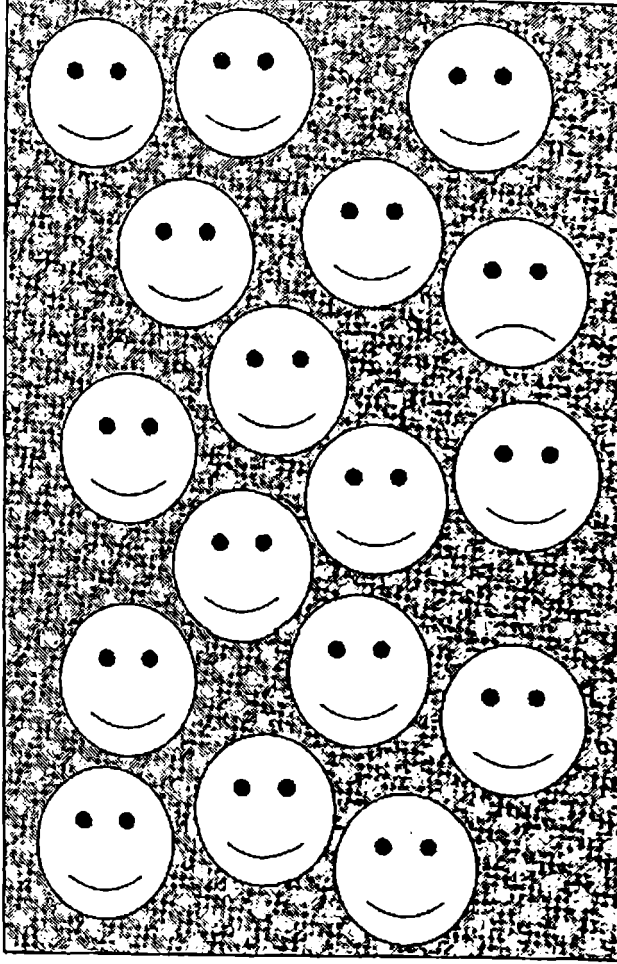
Anketin bir başka bölümünde, erkek katılımcılardan listeye bakmaları ve on puanlık bir ölçek kullanarak bir kadının her bir davranışı ne kadar romantik bulacağını tahmin etmeleri istenmiştir. Buna karşın, kadın katılımcılara aynı ölçeği her davranışı kendilerinin ne denli romantik bulacağını değerlendirmede kullanmaları söylenmiştir. Sonuçlar, erkeklerin en basit bir davranışın bile romantik değerini hafife aldığını ortaya koymuştur.

10 Ona en sevdiği şarkılardan oluşan karışık bir albüm hazırlayın – yüzde 12.

İlginç bir şekilde, bir tür kaçış ya da sürpriz içeren davranışlar listenin üst sıralarında yer almakta, bunları ince düşünceyi yansıtanlar izlemekte, maddi yönü bariz olanlar ise son sıralarda bulunmaktadır. Bilimsel kanıtlara göre, söz konusu romantizm olduğunda, önemli olan düşünmektir.

Bire Beş: Sözcükler Eylemlerden Daha Önemli Olduğunda

Aşağıdaki resimdeki mutsuz yüzü bulmaya çalışın.



Çoğu kişi için, bu işlem gayet basittir; mutsuz yüzü diğerlerinin arasından ayırt etmek çok kolaydır. Araştırmalara göre, kavramsal açıdan bakıldığında, aynı etki günlük hayatımızın pek çok yönüne de tesir etmektedir. Nasıl düşünüp davrandığımız söz konusu olduğunda, olumsuz olaylar ve tecrübeler olumlulardan çok daha fazla dikkatimizi çeker ve etkileri de daha büyüktür.⁽⁵⁾ İnsanlar kötü bir ruhsal durum içindeyken, bir ilişkilerinin sona ermesi veya işten çıkartılmaları gibi yaşamlarındaki diğer olumsuzluklar

akıllarına gelir. Ama neşelendiklerinde de ilk öpüşmelerini ya da en güzel tatillerini hatırlamaya pek hevesli değildirler. Kişinin tek bir yalan dahi söylemesi veya dürüstçe davranmaması itibarını zedeleyebilir ve olumlu bir imaj oluşturmak için harcadığı onca sene boşa gidebilir.

“Dost Kazanma ve İnsanları Etkileme Sanatı” adlı kitabında, Dale Carnegie, aynı kuralın arkadaşlarımıza ve partnerlerimize yaptığımız yorumlar için de geçerli olduğunu öne sürmektedir. Carnegie’ye göre, küçücük bir olumsuz eleştirinin bile ilişkiler üzerinde son derece zarar verici bir etkisi vardır; dolayısıyla, yakınlarımızı ve sevdiklerimizi bol bol övmeliyizdir. Yıllar içinde, pek çok yazar Carnegie’nin düşüncelerinin aynısını yansıtmıştır. Örneğin, Amerikalı mizahçı Helen Rowland, bir keresinde şöyle demiştir: “Bir kadının övgüsü, bir erkeğin başını hafifçe döndürebilir; fakat eleştirisi doğrudan kalbine giderek onu öyle bir sıkar ki, o kalbin kadın için güçlü bir aşk duyması mümkün olamaz.”

Peki, ama bu iddialar modern bilimin bulguları tarafından da desteklenmekte midir?

Daha önce de bahsettiğimiz gibi, psikolog John Gottman, meslek hayatının otuz yılından fazlasını bir çiftin birlikte kalacağına veya ayrılacağına işaret eden temel faktörleri keşfetmeye adanmıştır.⁽⁶⁾ Çalışmalarının çoğu, birbiriyle ilişkileri üzerine sohbet eden çiftlerin yorumlarının incelenmesinden oluşmaktadır. Yıllar içinde, Gottman, özellikle olumlu (aynı fikri paylaşma, anlayış gösterme veya affetme gibi) ve olumsuz (muhalefet, eleştiri veya saygısızlık gibi) yorumların oynadığı rollerle ilgilenmeye başlamıştır. Büyük bir dikkatle bu yorumların kullanılma sıklığını kaydeden ve sonra ilişkinin başarılı mı, başarısız mı olduğunu takip eden Gottman, bir birlikteliği sonlanmaya götüren olumlu ve olumsuz yorumların oranını ortaya koyabilmiştir. Bulgular son derece ilginçtir ve Carnegie’nin düşünceleriyle sıkı sıkıya bağlıdır. Bir ilişkinin başarılı olabilmesi için, olumlu yorumların kullanılma sıklığının

olumsuz yorumları bire beş oranında aşması gerekmektedir. Başka bir deyimle, tek bir eleştirinin neden olduğu zararı gidermek için beş olumlu ifade lâzımdır.

Olumsuzluğun gücünü kanıtlamasının dışında, Gottman'ın çalışmaları, karşıtlığın ve eleştirinin neden bu kadar yıkıcı olduğunu da incelemiştir. İnsanların olumlu ve olumsuz yorumlara verdikleri tepkiler iki farklı düzen ortaya koymuştur. Kişi, olumlu bir ifadede bulunduğunda ("Ne güzel kravat" gibi), partneri de genellikle olumlu bir ifadeyle yanıt vermektedir ("Teşekkürler, senin de elbisen çok hoş" gibi). Öte yandan, bu düzen çok da tutarlı değildir; nitekim art arda olumlu ifadelerin sıralanması ("Ne güzel kravat. Ayrıca gömleğini ve kazağını da çok beğendim" gibi), genellikle tek bir olumlu yanıt bile sağlamamaktadır ("Saat kaç" gibi). Buna karşın, olumsuz yorumlara verilen yanıtlar çok daha öngörülebilirdir; nitekim en küçük bir eleştiri bile ("Bu kravatı takacağından emin misin?" gibi) çığ gibi büyüyen bir olumsuzluk silsilesini tetiklemektedir ("Sen beğenmesen de ben beğendim. Üstelik kravatımla ilgili ne düşündüğün umurumda bile değil. Sanki senin elbisen dünyadaki en güzel elbise mi? Bence o elbiseyle bir bostan korkuluğuna benzemişsin. Bu durumda, ben kaçıyorum" gibi). İlişkiler karşılıklı destek ve uzlaşma ile beslenerek hayatta kalır. Küçük bir limoni yorumun bile sevgi ve özenle tatlandırılması gerekir.

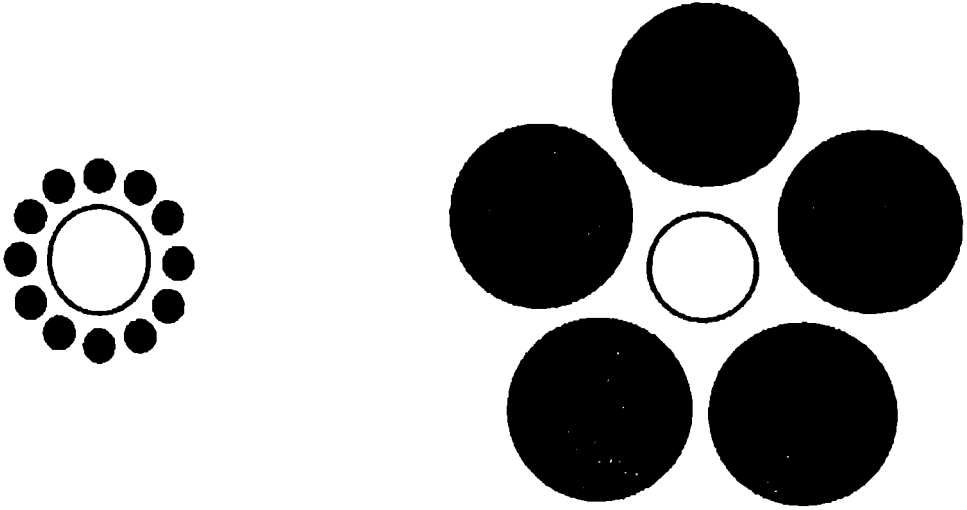
Partnerlerin birbirleriyle konuşurken kullandıkları dili gözlemleyip gerektiğinde yumuşatması, zaman ve emek gerektirir. Diğer yandan, araştırmacılar, ilişkileri iyileştirmede yararlanılabilecek hızlı ama etkili yollar keşfetmişlerdir.

Örneğin, Austin'deki Texas Üniversitesi'nden psikolog Richard Slatcher ve James Pennebaker tarafından yürütülmüş olan çalışmayı ele alalım.(7) Slatcher ve Pennebaker, başlarından sarsıcı bir olay geçen kişilerin duygu ve düşüncelerini yazıya dökmelerinin depresyonu önlemeye ve bağışıklık sistemini güçlendirmeye yara-

dığının önceki araştırmalarca ortaya konduğunu biliyordu. Peki, aynı yöntem, ilişkilerin kalitesini de artırabilir miydi? Bunu bulmak üzere, deneylerine seksenin üzerinde ilişkileri yeni olan çifti dahil etmişler ve her çiftin bir üyesini iki gruptan birine rastgele tayin etmişlerdir. Bir gruptakilerden, art arda üç gün boyunca günde 20 dakika mevcut ilişkileri hakkındaki duygu ve düşüncelerini yazmaları istenmiştir. Diğer gruptakilere ise aynı zamanı o gün neler yaptıklarını yazmaya harcamaları söylenmiştir. Üç ay sonra, araştırmacılar tüm katılımcılarla temas kurarak ilişkilerinin devam edip etmediğini öğrenmiştir. İlginç bir şekilde, taraflardan birinin partneriyle ilgili duygularını yazıya dökmesinin anlamlı etkisi olmuştur: Gün içinde neler yaptıklarını yazanların yüzde 52'sine kıyasla hislerini yazarak ifade edenlerin yüzde 77'si partnerleriyle hâlâ çıkmaktaydı.

Bu büyük farkın ardında yatan gerçeği bulmak amacıyla, araştırmacılar, üç aylık değerlendirme süresi boyunca çiftlerin birbirine gönderdiği mesajları toplayıp incelemişlerdir. Mesajlardaki tüm olumlu ve olumsuz kelimeleri dikkatle saydıklarında, ilişkileri hakkında yazı yazanların mesajlarının, günlük faaliyetleriyle ilgili yazanlardan çok daha fazla olumlu kelime içerdiğini görmüşlerdir. Kısaca, sonuçlar, önemsiz gibi görünen bir yazı yazma işleminin nasıl büyük bir etkisi olabileceğini göstermiştir. Üç gün üst üste, günde 20 dakika ilişkisi hakkında bir şeyler yazması kişinin hem partnerine karşı kullandığı dil üzerinde etkili olmuş hem de birlikteliklerinin devam etme olasılığını artırmıştır.

Konuyla ilgili diğer bazı araştırmalar, ilişkinizin gidişatını iyileştirmek adına üç gün boyunca günde 20 dakika harcamaya dahi gerek olmayabileceğini öne sürmüştür. Aşağıdaki resme bir göz atın.



Sol taraftaki beyaz daire, sağ taraftaki beyaz daireden daha büyük görünmektedir. Esasen, ikisinin de boyutları aynıdır, fakat farklı ebatlarda görünmektedirler çünkü beynimiz dairelerin her birini etrafındakilerle otomatik olarak karşılaştırmaktadır. Soldaki beyaz daire küçük dairelerle çevrelendiğinden, onlara kıyasla daha büyük görünür. Buna karşın, sağdaki daire büyük dairelerle çevrenmiştir ve dolayısıyla daha küçük görünür.

Groningen Üniversitesi'nden Bram Buunk ve meslektaşları, aynı tür "karşılaştırmalı düşünme"nin insanların ilişkilerine bakış açılarını düzeltmede kullanılıp kullanılamayacağını merak etmiştir.⁽⁸⁾ Bu amaçla, Buunk, deneyine uzun süreli bir birliktelik yaşamakta olan bazı gönüllüleri dahil etmiş ve onlardan partnerleriyle ilgili şu iki şekilden birinde düşünmelerini istemiştir. Bir gruba, ilişkilerinin neden güzel olduğuyla ilgili birkaç kelime yazmaları; diğer gruba ise öncelikle kendilerinininki kadar iyi olmayan diğer ilişkileri düşünmeleri, sonra da kendi ilişkilerinin neden daha iyi olduğunu yazmaları söylenmiştir. Kavramsal açıdan, ikinci grubun görevi, soldaki dairelerin durumuna benzemektedir. Tahmin edileceği üzere, kendi ilişkilerini zihinsel olarak daha küçük dai-

relerle çevreleyen katılımcılar partnerleri hakkında daha olumlu duygular hissetmişlerdir.

Son olarak, psikolog Sandra Murray ve John Holmes tarafından yürütülen çalışma, tek bir kelimenin bile büyük fark yaratabileceğini ortaya koymaktadır.⁽⁹⁾ Bu araştırmada, katılımcılara partnerlerinin en olumlu ve en olumsuz yönleri sorulmuştur. Bunun ardından, araştırma ekibi katılımcıları bir yıl boyunca izlemiş ve bu dönem boyunca hangi ilişkilerin devam edip etmediğini gözlemlemiştir. Daha sonra, başarılı ve başarısız ilişkilerdeki kişilerin ilk görüşmeler sırasında kullanmış oldukları farklı dil yapılarını incelemişlerdir. En önemli farkın tek bir kelime üzerine odaklandığını görmüşlerdir. Bu kelime “ama”dır. Partnerlerinin olumsuz yönlerinden bahsederken, ilişkilerini başarıyla sürdürenler, herhangi bir eleştirilerini bile bir şekilde hafifletmeye çalışmışlardır. Örneğin, kocası tembeldir, ama bu durum onları çok güldürmektedir. Karısı mutfakta çok kötüdür, ama bu sayede dışarıda sık sık yemek yemekteirler. Kocası içedönüktür, ama sevgisini farklı şekillerde ifade eder. Karısı bazen düşüncesizdir, ama bunun nedeni çok zor bir çocukluk geçirmiş olmasıdır... Görüldüğü üzere, tek bir kelime bile partnerlerin sözde kusurlarının olumsuz etkisini azaltmaya yardımcı olmakta ve ilişkiyi dengede tutmaktadır.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Aşağıda verilen üç günlük görev, ilişkiniz hakkında bir şeyler yazmanın çeşitli fiziksel ve psikolojik faydaları olduğunu gösteren deneylerde kullanılanlara benzemektedir ve ilişkinizin daha uzun süreli olmasını sağlayabilir.

GÜN 1

İçinde bulunduğunuz romantik ilişkiyle ilgili en derin duygularınızı yazmak için 10 dakikanızı ayırın. Duygu ve düşüncelerinizi keşfetmekten çekinmeyin.

GÜN 2

Sizinkinden daha kötü bulduğunuz bir ilişki yaşamakta olan birini düşünün. Kendi ilişkinizin neden daha güzel olduğunu anlatan üç önemli neden yazın.

1.....

2.....

3.....

GÜN 3

Partnerinizin önemli bir olumlu yönünü yazın ve bu özelliğinin sizin için neden mühim olduğunu ifade edin.

Şimdi de partnerinizin hatalı bulduğunuz bir yönünü yazın (kişiliği, alışkanlıkları veya davranışlarıyla ilgili) ve bu kusuru telafi edecek ya da şirin gösterecek bir neden belirtin.

Odadan İpucu Edinin

Hiç tanımadığınız bir insanın oturma odasına girdiğinizi farz edin. Bu kişi hakkında hiçbir şey bilmiyorsunuz ve etrafa şöyle bir göz gezdirip karakteriyle ilgili fikir edinmeniz gerekiyor. Duvarlardaki resimlere ve şöminenin üstündeki fotoğraflara bir bakın. Kitapların ve CD'lerin odaya nasıl konmuş olduğunu inceleyin. Bunlar size ne anlatıyor? Sizce burada yaşayan kişi dışadönük müdür yoksa içedönük müdür? Asabi mi yoksa rahat mıdır? Bir ilişki içerisinde mi ve eğer öyleyse partneriyle gerçekten mutlu mu? Pekâlâ, artık ayrılma zamanı geldi. Hayalî ev sahibi gelmek üzere ve sizi içeride yakalamasını istemeyiz.

Kısa bir süre önce, psikologlar, kişinin evine ve ofisine bakarak karakteri ve ilişkileri hakkında fikir edinilip edinilemeyeceğiyle ilgilenmeye başlamışlardır. Örneğin, birkaç yıl önce, Austin'deki Texas Üniversitesi'nden Sam Gosling, gönüllülerden standart kişilik testleri doldurmalarını istemiş, sonra da bu kişilerin yaşadığı ve çalıştığı yerlere uzmanlar göndererek mekânların özelliklerini dikkatle kaydettirmiştir.⁽¹⁰⁾ Odalar dağınık mı, yoksa derli toplu mudur? Duvarlarda ne tür resimler vardır? Saksı bitkileri var mıdır ve varsa kaç tanedir? Araştırma sonuçları, örneğin, yaratıcı insanların yatak odalarında diğer insanlara kıyasla daha çok kitap ve dergi olmadığını, fakat okudukları konuların daha fazla çeşitlilikte olduğunu göstermiştir. Benzer şekilde, söz konusu işyerleri olduğunda, dışadönük kişilerin ofisleri içedönük meslektaşlarından daha sıcak ve samimi bulunmuştur. Dolayısıyla, Gosling, insanların yaşadıkları ve çalıştıkları ortamların karakterlerinin pek çok yönünü yansıttığı sonucuna varmıştır.

Diğer bazı çalışmalar, kişinin bulunduğu mekânlara bakarak ilişkileri hakkında ne söylenebileceğini araştırmıştır. Şimdi sıra

yeni bir egzersize geldi. Bu egzersiz, şu anda bir ilişki içinde olanlar içindir; yani eğer yalnızsanız sizin işinize yaramaz. Bunun için üzgünüm. Egzersizin olumlu yönü ise, son derece hızlı olması ve sonuçlar için fazla beklemenizi gerektirmemesidir.

Öncelikle, misafirlerinizi evinizin hangi odasında ağırlamayı tercih ettiğinize karar verin. Şimdi, bu odanın ortasında oturup etrafınıza baktığınızı hayal edin (pek tabii, gerçekten odadaysanız hayal etmenize gerek yok). Bir kâğıda odadaki en sevdiğiniz nesnelerin listesini yapın. Posterler, tablolar, masalar, sandalyeler, biblolar, saksı bitkileri, oyuncaklar ve araç gereçler gibi... Size çekici gelen herhangi bir şeyi kaydedebilirsiniz. Daha sonra, listedeki her bir nesneyi nasıl edindiğinizi düşünün. Nesneyi partneriniz aldıysa veya birlikte aldıysanız yanına bir doğrulama işareti koyun. En az beş nesne belirlemiş ve dolayısıyla sıfır ila beş arasında doğrulama işareti elde etmiş olmalısınız.

Doğrulama işaretlerinin sayısı ilişkiniz hakkında ne söylemektedir? Claremont Graduate Üniversitesi'nden psikolog Andrew Lohmann ve meslektaşlarına göre, çok fazla şey söyler.⁽¹¹⁾ Lohmann, araştırmasına yüzün üzerinde çifti dahil etmiş, onlardan “odadaki nesneleri işaretleme” görevini yerine getirmelerini ve kendilerini partnerlerine ne kadar yakın hissettiklerini değerlendirmelerini istemiştir. Sonuçlar, doğrulama işaretleri ne kadar fazlaysa ilişkinin de o kadar samimi ve sağlıklı olduğuna, ilişkinin uzun vadeli görüldüğüne ve sürmesi için zaman ve emek harcamaya istekli olduğuna işaret etmiştir. Yani, bir dahaki sefere bir arkadaşınızın evine gittiğinizde, ona odadaki bazı öne çıkan nesneleri nasıl edindiğini sorabilirsiniz—ilişkisi hakkında tahmin ettiğinden çok daha fazlasını söyleyecektir.

Kişiyi ilişkisini hatırlatan nesnelerin varlığı, mutlu hatıraları canlandırabilir ve kişinin kendisini iyi hissetmesini sağlayabilir. Ya da ilişkisinin duygusal veya eğlenceli bir anını hatırlatabilir. Öte yandan, yakın zamanlı bazı araştırmalara göre, bundan daha

fazlasını da sağlıyor olabilir. Florida Eyalet Üniversitesi'nden Jon Maner ve meslektaşları, aşkın gücünü keşfetmek amacıyla gerçekleştirdikleri dâhiyane bir çalışmaya, uzun süreli bir ilişki içinde olan yüzden fazla öğrenciyi dahil etmiş ve onlara karşı cinse ait fotoğraflar göstererek içlerinde fiziksel olarak en çekici bulduklarını seçmelerini söylemişlerdir.⁽¹²⁾ Bunun ardından, bir gruptan partnerleri için güçlü aşk duyguları besledikleri bir an hakkında bir yazı yazmaları, kontrol grubundan ise istedikleri herhangi bir konuyla ilgili bir şeyler yazmaları istenmiştir.

Yazılarını yazarlarken, öğrencilere az önce çekici buldukları kişinin fotoğrafını unutmaları söylenmiştir. Ayrıca, fotoğraf akıllarına gelecek olursa kâğıtlarının kenarına bir doğrulama işareti koymaları bildirilmiştir. İnsanlardan bir şeyi düşünmemelerini istemek, genellikle tam tersi etki yaparak o şeye daha da odaklanılmasına yarar. Sayfa başına ortalama dört doğrulama işareti koyan kontrol grubu için bu kesinlikle geçerlidir. Öte yandan, aşklarıyla ilgili yazı yazanlar fotoğrafı zihinlerinden çok daha kolay uzaklaştırmış ve her iki sayfa başına yalnızca bir doğrulama işareti koymuşlardır.

Deneyin ilerleyen bölümlerinde, herkesten seçtiği fotoğrafla ilgili mümkün olduğunca fazla şeyi hatırlaması istenmiştir. "Aşk" grubunda olanlar, kişinin elbisesinin rengi veya fotoğrafın çekildiği yer gibi daha genel özellikleri hatırlamış; fotoğraftaki kişinin cezbedici gözleri ya da harika bir gülümsemesi olduğu gibi fiziksel çekicilikle ilişkili nitelikleri unutmuştur. Âşık olan öğrenciler, kontrol grubundakilere kıyasla çekicilik niteliklerinin yaklaşık üçte ikisini hatırlamışlardır.

Bu bulgular, partnerinize hissettiğiniz aşkla ilgili sadece birkaç dakika düşünmenizin bile, karşı cinsten çekici kişilere duyacağınız ilgiyi büyük oranda azaltacağını göstermektedir. Araştırma ekibine göre, bu mekanizma, çiftleri bir arada tutmaya yardımcı olmak için binlerce yıl içinde evrimleşen bir sistem olabilir. Ayrıca, size

partnerinizi hatırlatan herhangi bir nesnenin önemli psikolojik etkileri de vardır. Fotoğraflardan alyansa ya da yurt dışındaki o keyifli gezi sırasında almış olduğunuz kolyeye kadar, hepsi partnerinizi rakiplerine tercih etmenizi sağlar.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Yaşadığınız veya çalıştığınız ortamlara size partnerinizi hatırlatacak nesneler yerleştirmeniz ilişkiniz için iyi olacaktır. Bu nesne bir yüzük, kûpe veya kolye olabilir. Ya da partnerinizin size hediye etmiş olduğu herhangi bir şey olabilir. Cüzdanınızın görünen bir köşesine ikinizin birlikte çekilmiş bir fotoğrafını da koyabilirsiniz. Her ne olursa olsun, unutmayın ki bu nesneler sadece aşkınızın bir kanıtı olmakla kalmaz, aynı zamanda önemli bir psikolojik etki de gösterirler. Hem mutlu anıları ve olumlu düşünceleri canlı tutar hem de karşı cinsi çekici bulmayı daha az çekici kılan evrimsel bir mekanizmayı harekete geçirirler.

8. KARAR ALMA

İki kafa bir kafadan neden daha iyi değildir, aldığınız bir karardan asla pişman olmamanın, gizli ikna edicilerden korunmanın ve size yalan söylendiğini anlamanın yolları.

İnsanlar işyerinde önemli bir karar almak istediklerinde, meseleyi bir grup bilgili ve makul meslektaşlarıyla tartışmaya açarlar. Görünüşte, bu gayet mantıklı bir plandır. Ne de olsa, karar alırken farklı geçmişleri, tecrübeleri ve uzmanlıkları olan kişilere danışmanın daha doğru ve dengeli bir bakış açısı edinmeye yardımcı olacağını hayal etmek zor değildir. Peki, ama birkaç kafa tek kafadan gerçekten daha mı iyidir? Psikologlar bu konu üzerine yüzlerce deney gerçekleştirmişlerdir. Elde edilen bulgular ise grup istişarelerinin en sıkı taraftarlarını bile şaşırtacak türdendir.

Bu çalışmalar içinde belki de en bilineni, MIT mezunu James Stoner tarafından 1960'lı yılların başlarında gerçekleştirilmiştir. Stoner, araştırmasında, risk alma konusunu ele almıştır.⁽¹⁾ O güne dek yapılan araştırma sonuçlarının bazı insanların hayatı sınırlarda yaşamayı tercih ettiğini, bazılarının ise risklerden kaçındığını göstermesi sürpriz değildir. Öte yandan, Stoner, insanların daha riskli (veya daha az riskli) kararları bir gruba dahilken mi almaya meyilli olduklarını merak etmiştir. Bunu keşfetmek üzere, basit ama zekice bir deney geliştirmiştir.

Stoner çalışmasının ilk kısmında katılımcılardan bir yaşam koçunun rolünü üstlenmelerini istemiştir. Katılımcılara, kişinin bir ikilemle karşı karşıya kaldığı çeşitli senaryolar sunulmuş ve çıkış yolu olarak verilen seçeneklerden en iyisini seçmeleri söylenmiştir. Stoner, bu seçenekleri öyle bir tasarlamıştır ki, her biri farklı bir risk düzeyini temsil etmektedir. Örneğin, bir senaryo, hayatını basit gerilim romanları yazarak kazanan Helen isimli bir yazar hakkındadır. Helen'in aklına yeni bir roman fikri gelmiş, fakat

bu fikrin peşinden gidebilmesi için ucuz gerilim romanlarını bir kenara bırakıp gelirinde bir düşüşü göze alması gerekmiştir. İşin olumlu yönü, roman sayesinde büyük bir çıkış yakalayıp çok fazla para kazanabilecek olmasıdır. Olumsuz yönü ise, romanın hiç satmayarak Helen'in zamanını ve emeklerini boşa çıkartabileceğidir. Katılımcılardan, Helen'in ikilemi hakkında düşünmeleri ve basit gerilim romanlarından kazandığı düzenli gelirden vazgeçmeden önce yeni romanın başarılı olacağından ne kadar emin olması gerektiğini belirtmeleri istenmiştir.

İhtiyatlı bir katılımcı, Helen'in bu işe kalkışmadan önce yüzde 100 emin olması gerektiğini söyleyebilir. Risk almaya daha ılımlı yaklaşan biri ise, yüzde 10'luk bir başarı ihtimalinin bile yeterli olduğunu ifade edebilir.

Stoner, katılımcıları beşer kişiden oluşan küçük gruplara bölmüştür. Gruplara senaryoları tartışmaları ve fikir birliğine varmaları söylenmiştir. Sonuçlar, grupça alınan kararların bireysel alınan kararlardan çok daha riskli olduğunu açıkça göstermiştir. Gruplar, Helen'in her şeyi bırakarak yeni romanı üzerinde çalışmasını önerirken, bireyler gerilim romanı yazmaya devam etmesi konusunda ısrarcı olmuştur. Konu üzerine yapılan yüzlerce farklı çalışmaya göre, bu etki kişinin tek başına karar almasından ziyade kutuplaşmayla ilgilidir. Stoner'in klasik çalışmalarında, çeşitli faktörler grubun daha riskli kararlar almasına neden olmuş, fakat diğer deneylerde gruplar bireylerden daha tutucu bulunmuştur. Kısaca, bir gruba dahil olmak kişilerin fikirlerini abartarak tek başlarına alacaklarından daha uç kararlar almalarına yol açmaktadır. Gruptaki bireylerin başlangıçtaki eğilimlerine bağlı olarak, nihai karar ya son derece riskli ya da tutucu olmaktadır.

Bu ilginç olgu pek çok farklı durumda ortaya çıkmaktadır ve sonuçları çoğu zaman endişe vericidir. Örneğin, ırksal meselelerde önyargılı bir grup insanı bir araya getirdiğinizde, konu üzerine çok daha uç kararlar alabilirler.⁽²⁾ Zayıf projelere yatırım yapmaya açık

olan işadamlarını topladığınızda, paralarını çarçur etmeye daha da meyilli olurlar.⁽³⁾ Saldırgan gençler birlikte vakit geçirdiklerinde, çetenin şiddet dolu davranışlar gösterme olasılığı artar. Dini ve siyasi yönden güçlü ideolojileri olan insanlar bir araya geldiğinde, çok daha uç ve çoğu zaman öfkeli bakış açıları geliştirirler. Bu etki, internette bile kendini gösterir; nitekim tartışma gruplarına ve sohbet odalarına katılan bireyler normalde ifade edeceklerinden çok daha uç fikirler dile getirirler.

Peki, ama bu garip ama bir o kadar tutarlı olguya ne neden olmaktadır? Kendi tavır ve düşüncelerinizi paylaşan insanlarla bir araya gelmek, mevcut inançlarınızı çeşitli şekillerde güçlendirir. Yeni iddialar duyar ve kendinizi daha önce pek de düşünmediğiniz bir fikri açıkça dile getirirken bulursunuz. Belki de o güne kadar bazı düşüncelerinizi kendinize sakladınız, çünkü bunların tuhaf, aşırı veya sosyal yönden kabul edilemez olduğuna inanıyordunuz. Öte yandan, sizinle benzer düşünen insanlarla çevrelendiğinizde, bu gizli fikirler bir şekilde su yüzüne çıkarak karşınızdakileri de kendi aşırı hislerini sizinle paylaşmaya teşvik eder.

“Grup düşüncesi”nden kaynaklanan ve bir araya gelen bireylerin kalplerini ve zihinlerini etkileyebilen tek olgu kutuplaşma değildir.⁽⁴⁾ Diğer çalışmalar, bireylere kıyasla grupların daha dogmatik olduğunu, mantıksız hareketleri haklı çıkardığını, kendi davranışlarını son derece ahlâklı bulduğunu ve gruba dahil olmayanlar hakkında basmakalıp görüşler paylaştığını göstermiştir. Buna ek olarak, grup tartışmalarını iradesi güçlü kişiler yönettiğinde, diğerlerini boyun eğmeye ve fikirlerini kendine saklamaya zorlayabilir, hatta ağızbirliğine varıldığına dair bir yanılsama yaratabilir.

İki kafa, bir kafadan her zaman daha iyi değildir. Elli yıldan uzun süredir yapılan araştırmalar, insanlar grup hâlinde karar almaya çalışırken ortaya mantıksız düşünceler çıkabildiğini, bu-

nun da fikirlerde kutuplaşmaya ve önyargılı bakış açılarına yol açabildiğini öne sürmektedir.

Peki, bir karar vermeye çalışırken grup olarak davranmak en iyi çözüm yolu değilse ne yapmamız gerekir? Araştırmalara göre, işin püf noktası, olayı net bir şekilde görmemize mani olan çeşitli hata ve tuzaklardan kaçınabilmektir. Zor olan, makul kararlar almanın altında yatan tekniklerin çoğunun olasılık ve mantığın çok iyi kavranmış olmasını gerektirmesidir. Diğer yandan, bu tekniklerin bazıları birkaç dakika içinde öğrenilebilir. Örneğin, satıcıların insanları etkilemek için kullandığı numaralardan sakınmanın, birinin size yalan söyleyip söylemediğini anlamanın ve aldığınız bir karardan asla pişman olmamanın yollarını ele alalım.

Kapıyı Aralayın ya da Kapının Yüzünüze Kapanmasını Sağlayın

Konuya bir soru ile giriş yapalım: Size iki iş teklifinde bulunduğunu farz edin. Çalışma saatleri, sorumluluklar, işin konumu ve kariyer olasılıkları açısından A İşi ile B İşi birbiriyle tamamen aynıdır. İki pozisyon arasındaki tek fark, sizin maaşınız ile müstakbel iş arkadaşlarınızın maaşı arasındaki eşitsizliktir. A İşinde, sizin yıllık geliriniz 50.000 pound, iş arkadaşlarınızın 30.000 pound olacaktır. B İşinde, siz 60.000 pound, iş arkadaşlarınız 80.000 pound kazanacaktır. A İşi mi, yoksa B İşi mi size daha çekici gelir? Anketler, insanların çoğunun A İşini tercih ettiğini göstermektedir.⁽⁵⁾

Salt mali açıdan bakıldığında, bu karar tamamen mantıksızdır, çünkü B İşi 10.000 pound daha fazla kazandırmaktadır. Öte yandan, insan doğası üzerine yapılan bilimsel araştırmaların bize söylediği en önemli şey, bizim hiç de mantıklı yaratıklar olmadığımızdır. Biz insanlar, kendimizi nasıl hissettiğimiz, kendimizi nasıl gördüğümüz ve diğer insanlara nasıl göründüğümüz gibi pek çok faktörden kolaylıkla etkilenen sosyal hayvanlarız. B İşi A İşinden daha fazla kazandırmasına rağmen, A İşinde iş arkadaşlarımızdan 20.000 pound daha fazla kazanınca, bu maaş farkından kaynaklanan üstünlük hissi B İşinin kazandıracığı ekstra paranın yerini fazlasıyla doldurmaktadır.

Bu belli belirsiz ve çoğu zaman bilinçdışı etki, bir şeyler satın alırkenki davranışlarımızı da etkileyebilir.

Büyük bir markette, bir pazarlamacıyı satış yapmaya çalışırken ilk seyredişim hâlâ dün gibi aklımdadır. Sekiz yaşımdaydım ve

ailemle beraber Londra'daydık. Markette dolaşırken, mutfak bıçakları teknolojisindeki gelişmeleri göstermek üzere sattığı bıçaklarla şov yapan bir adamın gösterisi beni büyüledi. Bu harika ürün, bir bıçaktan beklediğiniz tüm özelliklere fazlasıyla sahipti, üstelik pek de ihtiyacınız olmayan başka şeyler de yapabiliyordu; boş bir kola kutusunu ortadan ikiye kesmek gibi... Gösterinin sonunda, şirin adam bıçağın satış fiyatının 10 pound olduğunu söyledi.

Sonra aniden tuhaf bir şey oldu. Gözlerimizin önünde adam birdenbire büyük bir indirim yapmaya başladı. Bıçağın fiyatım önce 8, sonra da 5 pounda indirdi. Ve sonra, bizim harika bir kalabalık olduğumuzu söyleyerek bıçağı bize 3 pounddan vereceğini söyledi. Biz tam talih kuşu başımıza kondu diye sevinirken havai fişek gösterisinin sonuna saklanan en güzel fişekler gibi, gerçek patlamalar başladı. Adam bize aynı bıçaktan bir tane daha ücretsiz verecek, yanında birkaç tane küçük bıçak daha olacak ve hepsini piyasada tek başına 10 pounda satılan deri bir çanta içinde takdim edecekti. Bu şaşırtıcı derecede cömert teklifler kalabalığı iyice şaşırtıp keyiflendirmişti. Daha da önemlisi, annem ve babam da dahil olmak üzere insanların çoğu mağazaya girerken hiç de öyle bir niyetleri olmamasına rağmen bıçak satın almaya ikna olmuştu. Bu, hepimiz için büyük bir dersti. Eve gittiğimizde bıçakla boş bir kola kutusunu kesmeye kalkıştığım da bıçağın sapı elimde kalıvermişti.

Ailem ve ben, araştırmacıların “hepsi bu değil” tekniği olarak adlandırdığı bir yöntemle kandırılmıştık. Bu teknikte, satıcı hiç duraksamadan pazarlığı alıcı lehine çeviriyormuş gibi yapıp sonunda karşı konulamayacak bir teklif sunar. Küçük bir ekstra üründe yapılan ufak bir indirim bile etkisini gösterir. Bir çalışmada, insanların yüzde 40'ı ufak bir kek ve iki kurabiye için 75 sent ödemiş, fakat kekin tek başına fiyatının 75 sent olduğu ve iki kurabiyenin “bedava” olduğu söylendiğinde bu oran yüzde 73'e çıkmıştır.⁽⁶⁾

İkna etmede sıkça kullanılan bu yöntemleri incelemek dışında, psikologlar daha olağandışı ama yine de son derece etkili teknikleri de ele almışlardır. Örneğin, “merak uyandırma” adlı bir yöntemde, garip bir istek insanların dikkatini daha çok çekerek boyun eğme olasılıklarını artırmaktadır. California Üniversitesi’nden Michael Santos ve meslektaşları tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, bir dilenci (aslında bir araştırmacı) yoldan geçenlerden tam 37 sent istemiştir.⁽⁷⁾ Bu tuhaf istek karşısında, çok daha fazla sayıda insan para vermiştir.

Yukarıdaki yöntemle ilişkili olarak bir de “rahatsız et sonra da düzelt” tekniği vardır. Bu yöntemde, kişiyi otomatik pilottan sarsıp çıkarmak için önce şaşırtır, sonra da normal bir istekte bulunursunuz. Bir dizi çalışmada, araştırmacılar kapı kapı dolaşarak hayır için defter satmışlardır.⁽⁸⁾ Bir grup araştırmacıya, “Defterler 3 dolar. Sudan ucuz” demeleri, diğer gruba ise “Defterler 300 peni, yani 3 dolar. Sudan ucuz” demeleri söylenmiştir. Bu garip ve şaşırtıcı değişim satışları neredeyse iki katına çıkartmıştır.

Öte yandan, çabuk ama etkili yöntemler üzerine yapılan araştırmaların çoğu, iki temel prensibe odaklanmıştır: Kapıyı aralamayı ve kapının yüzünüze kapanmasını sağlamak.

1960’lı yılların başında, Stanford Üniversitesi’nden psikolog Jonathan Freedman ve Scott Fraser, ikna etme sanatı üzerine çığır açan bir deney yürütmüşlerdir.⁽⁹⁾ Araştırma ekibi, rehberden rastgele seçtikleri 150’den fazla kadına telefon açmış ve California Tüketiciler Grubu’ndan aradıklarını söylemiştir. Telefondaki uzman kadınlara “The Guide” adlı bir yayın için bir anket yaptığını, konunun evdeki araç gereçlerin kullanımı hakkında olduğunu ve ankete katılmak isteyip istemeyeceklerini sormuştur. Rakiplerinden farklı olarak, The Guide gerçekten işin özüne inmeyi istemektedir. Bu nedenle, araştırmacı, altı adamdan oluşan bir ekibin evlerine gidip birkaç saat dolaplarında ne var ne yoksa incelemelerinin mümkün olup olmayacağını da sormuştur. İnceleme son derece

detaylı yapılacaktır: Bulabildikleri her tür sabun, temizlik malzemesi ve çamaşır suyunu sınıflandıracaklardır. Doğal olarak, bu adli tarzda aramayı kadınların çeyreğinden azı kabul etmiştir. Diğer yandan, bu, deneyin sadece bir kısmıdır. Diğer bir grup kadın da benzer bir şekilde telefonla aranmış, fakat evlerine girmek için izin istemek yerine, araştırmacı onlara evde kullandıkları çeşitli malzemelerle ilgili telefonda küçük bir anket yapıp yapamayacaklarını sormuştur. Neredeyse herkes bunu kabul etmiştir. Lâkin üç gün sonra kadınlara ikinci bir telefon daha açılmış ve altı adamın dolaplarını inceleyip inceleyemeyeceği sorulmuştur. Bu koşullar altında, kadınların yarısından fazlası teklifi kabul etmiştir.

Takip eden bir deneyde, aynı ekip, insanların evlerinin ön bahçesine üzerinde “Dikkatli Otomobil Kullanın” yazan kocaman bir levha yerleştirmeye onları ikna edip edemeyeceklerini keşfetmek istemiştir. Levha, yoldan geçen araçların hız yapmaması için özel olarak tasarlanmış olmasına rağmen, neredeyse hiç kimse teklifi kabul etmemiştir. Bunun üzerine, araştırmacılar ikinci bir grup ev sahibine bahçelerine sadece sekiz santimetrekare ebadında bir levha koymayı kabul edip etmeyeceklerini sormuştur. Bu teklifi neredeyse herkes kabul etmiştir. İki hafta sonra, araştırmacılar geri gelerek küçük levhanın yerine büyüğünü yerleştirmelerinde bir mani olup olmadığını sorduğunda, şaşırtıcı bir şekilde ev sahiplerinin yüzde 76’si teklifi kabul etmiştir.

Bu deneyler, “kapıyı aralama” tekniğinin gücünü göstermektedir. İnsanlar küçük bir isteği yerine getirmeye bir kez razı olduktan sonra, daha büyük bir ricayı kabul etme olasılıkları da artmaktadır.

Kırk yıldan uzun süredir yapılan araştırmalar, bu tekniğin pek çok farklı durumda da işe yaradığını ortaya koymuştur.⁽¹⁰⁾ İnsanları hayır kurumlarına küçük bağışlar yapmaya ikna ettiğinizde, bunu büyük bağışlar izler. İşyerindeki personeli çalışma koşullarındaki bazı küçük değişikliklere razı ettiğinizde, büyük değişiklikler daha kolay kabul edilir. Normal ampullerin düşük

enerji harcayanlarla değiştirilmesini sağladığınızda, enerjinin çok daha etkin kullanıldığı yaşam tarzı değişikliklerinin benimsenme ihtimali artar.

Son olarak, araştırmacılar, kapıyı aralayamadıkları durumlarda, kapının yüzlerine kapanmasını sağlamaktadırlar. Kapıyı aralama tekniği, karşıdaki kişiyi duruma yavaş yavaş alıştırmakla ilgiliyken, bu yeni teknik ölçüyü aşan bir istekle başlar, kesin bir “hayır” cevabı alınmasıyla devam eder, sonra da kişinin daha ılımlı bir teklifi kabul etmesinin sağlanmasıyla son bulur. Arizona Eyalet Üniversitesi’nden Robert Cialdini ve meslektaşları, bu yöntem üzerine yapılmış olan en iyi bilinen çalışmayı gerçekleştirmiştir.⁽¹¹⁾ Bu klasik çalışmada, Bölge Gençlik Danışmanlık Programı üyesiymiş gibi davranan bir araştırma ekibi, öğrencilere bir grup hükümlü çocuğu hayvanat bahçesine götürmek isteyip istemeyeceklerini sormuştur. Hayvanlarla geçirilecek bir günü öğrencilerin yüzde 20’sinden azının kabul etmesi onları şaşırtmamıştır.

Bunun üzerine, araştırma ekibi farklı bir taktik uygulamaya karar vermiştir. Bu sefer, başka bir grup öğrenciden çok daha büyük bir istekte bulunularak onlara iki yıl boyunca haftada iki saatlerini hükümlü çocuklara danışmanlık yapmaya ayırıp ayırmayacakları sorulmuştur. Bu kez de istekleri büyük oranda reddedilmiştir. Öte yandan, bir kere reddedildikten sonra, araştırma ekibi çok daha mütevazı bir teklifle geri gelmiştir. Evet, doğru tahmin ettiniz. Hükümlü çocukları hayvanat bahçesine götürme önerisine bu sefer çok daha sıcak bakan öğrencilerin yarısından fazlası teklifi kabul etmiştir.

Fransız araştırmacıların gerçekleştirmiş olduğu bir başka deneyde, bir kadın restoranda yanına para almadığını fark etmiş numarası yaparak diğer müşterilerden hesabı ödemeye yardımcı olmalarını rica etmiştir.⁽¹²⁾ Hesap için müşterilerden birkaç frank istediğinde, restorandakilerin sadece yüzde 10’u elini cebine götürmüştür. Diğer yandan, önce hesabın tamamını ödemelerini

rica edip, sonra bundan vazgeçerek birkaç frank istediğinde ise müşterilerin yüzde 75'i parayı vermeyi kabul etmiştir. Bu teknik de pek çok farklı durumda etkilidir. Bir evin fiyatı üzerine pazarlık etmekten çalışma saatleri konusunda uzlaşmaya, maaşta anlaşmaktan kredi limitlerinde fikir birliğine varmaya kadar, bu teknik sayesinde satıcı taraf pazarlığı daha yüksekten başlatabilir.

Karşınızdakini bir konuda ikna etmeye çalışırken tüm mesele kapıyı aralamak, sonra kapının yüzünüze kapanmasını sağlamak, insanları beklenmedik bir istekle şaşırtmak ve hiç bitmeyecekmiş gibi görünen bir pazarlığa girişmekle ilgilidir. Daha da önemlisi, araştırmalar bu tekniklerin tam olarak 47 saniyede öğrenilebileceğini göstermektedir. Aslında, en fazla 30 saniyede... Ve buna daha küçük bıçaklardan oluşan ücretsiz bir set de dahil!

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Biz insanlar, sandığımız kadar mantıklı yaratıklar değilizdir; nitekim çeşitli hızlı ve etkili tekniklerle kolayca ikna edilebiliriz. Size para harcatmak için “hepsi bu değil” yöntemini kullanan ve üst üste indirim yaparak pazarlık etmeye çalışan kişilere dikkat edin. Benzer şekilde, küçük ricalarla başlayıp sonra isteklerini giderek büyütenlerden ve büyük ricalarla başlayıp sonra da isteklerini daha “makul” bir hâle çevirenlerden de sakının. Pek tabii, bu teknikleri diğer insanları etkilemede siz de kullanabilirsiniz. Fakat Obi-Wan Kenobi’nin bir zamanlar söylemiş olduğu gibi, elde ettiğiniz bu yeni gücün iradesi zayıf olanlar üzerinde kuvvetli bir etkisi olabileceğinden, gücünüzü iyi amaçlar uğruna kullandığınızdan emin olun.

Aldığınız Kararlardan Bir Daha Hiç Pişman Olmayın

Az önem taşıyan bir karar alırken durumun hem avantaj hem de dezavantajlarını değerlendirmenin faydasını görmüşümdür. Öte yandan, önemli bir mesele söz konusu olduğunda, karar bilinç-dışından, içimizdeki bir yerlerden gelmelidir...

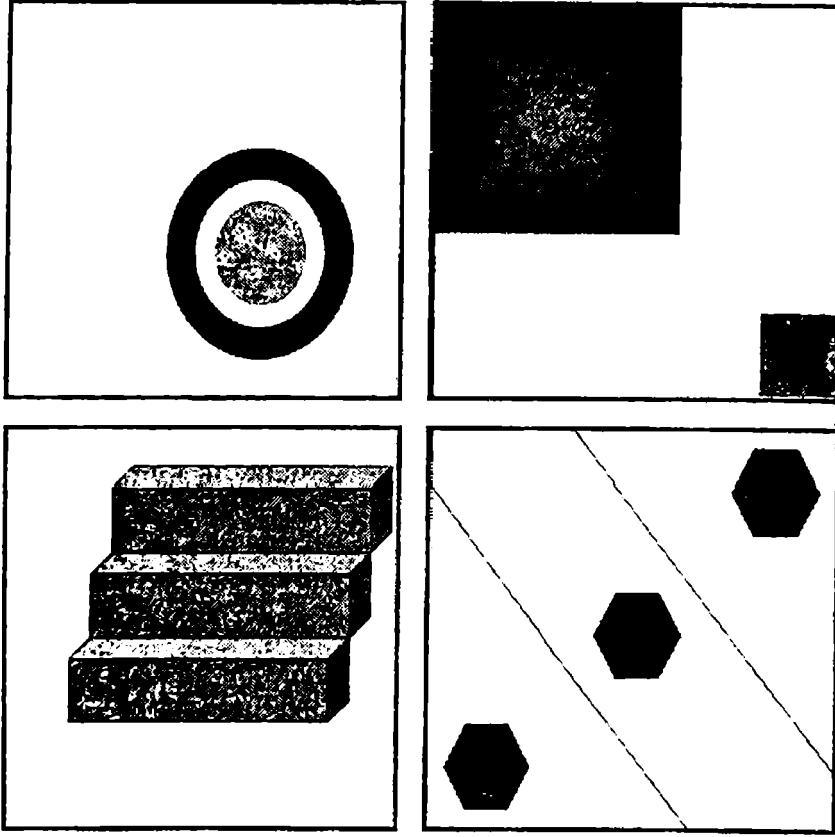
Sigmund Freud

Patronunuzun size ofisinin biraz kültürden yoksun gözüktüğünü söylediğini ve duvarları canlandırmak amacıyla sizden kendisi adına pahalı görünen bir modern tablo almanızı rica ettiğini farz edin. Ceketinizi üzerinize geçirip yakınlardaki bir sanat galerisine gittiğinizde, stoklarda sadece dört resim kalmış olduğunu öğrendiniz.

Hangi resmi alacağınıza nasıl karar verirsiniz? Seçeneklerden biri, her eserin olumlu ve olumsuz yönlerini patronunuzun kişiliği, şirket imajı ve ofisin mevcut dekoru açısından ele almaktır. Diğer bir seçenek, içgüdülerinize güvenerek size doğru gelen resmi seçmektir. Veya bunlar yerine, yapılan son araştırmalara göre daha makul bir karar almanızı sağlayacak farklı bir tekniğe güvenmektir.

Birkaç yıl önce, psikolog Ap Dijksterhuis ve Zeger van Olden, benzer bir resim seçme sürecini kullanarak önemli bir deney gerçekleştirmişlerdir.⁽¹³⁾ Çalışmalarında, katılımcılardan laboratuvara gelmeleri, beş resme bakmaları ve en çok sevdikleri resmi seçmek için üç teknikten birini kullanmaları istenmiştir. Bir gruba resimleri bir buçuk dakika kadar incelemeleri, her birini neden sevip sevmedikleriyle ilgili birkaç temel sebebi sıralamaları, düşüncelerini dikkatle analiz etmeleri ve kazanan resmi seçmeleri

söylenmiştir. İkinci bir grup, beş resme sadece baktıktan sonra içlerinde en sevdiklerini seçmişlerdir. Üçüncü gruptakilere ise resimler hızlıca gösterilmiş, sonra beş dakika boyunca zor birkaç çevrik kelime bulmacası çözdürülmüş, resimler hızlıca ikinci bir kez daha gösterilmiş ve sonra tercihlerini yapmaları söylenmiştir. Kararlarını verdikten sonra, tüm katılımcılar beş resmi ne kadar sevdiklerini derecelendirmişlerdir.



Herkes tercihini yaptıktan ve derecelendirmesini bitirdikten sonra, araştırmacılar kendilerinden beklenmeyen bir cömertlik sergileyerek katılımcılara seçmiş oldukları resmi deneyde yer almalarına karşılık bir hediye olarak sunmuştur. Nihayet, tam herkes resmini kolunun altına sıkıştırıp laboratuvarından ayrılırken, araştırmacı, verilerle ilgili bir sorun olması ve çalışmayı yeniden yapmaları gerekmesi durumunda kendilerine ulaşabilmek için telefon numaralarını bırakmalarının iyi olacağını söylemiştir.

Bir gün bilimsel bir çalışmaya katılırsanız ve bir araştırmacı verilerde bir hata olması durumunda size ulaşabilmek için telefon numaranızı isterse bunun bir sebebi var demektir. Büyük ihtimalle, bunun anlamı deneyin henüz bitmediği ve gelecekte bir gün konuyla ilgili size telefon edileceğidir. Bu telefon görüşmesi farklı şekillere bürünebilir. Telefonunuz bir gece yarısı çalabilir ve bir pazar araştırmacısı sabun üzerine bir ankete katılmayı isteyip istemediğinizi sorabilir. Alternatif olarak, sözde uzun zamandır görüşmediğiniz bir arkadaşınız arayarak sizinle buluşmak isteyebilir. Veya burada olduğu gibi, araştırma ekibinden bir kişi hâlinizi hatırlarını sorarak resimden memnun kalıp kalmadığınızı öğrenmek isteyebilir.

Deneyden yaklaşık bir ay sonra, araştırmacılar katılımcılara telefon ederek resimlerini sevip sevmediklerini ve onu kaç avroya satmayı düşüneceklerini sormuştur. Laboratuvarda en sevdikleri resmi seçtikleri esnada her resmin avantaj ve dezavantajlarını dikkate almaları söylenen katılımcılar, o an doğru tercihi yaptıklarından emindiler. Resimleri görür görmez kararlarını verenlerden veya önce bulmaca çözüp sonra karar verenlerden çok daha fazla kendilerine güvenmekteydiler. Oysa dört hafta sonra çok daha farklı bir görüntü ortaya çıkmıştı. Önce bulmaca çözüp sonra resimlerini seçen katılımcılar tercihlerinden en fazla memnun olanlardı ve değer verdikleri resim için en fazla ücreti onlar talep etmişti.

Bu tür çalışmalarda yapılan tercihlerin, insanların gerçek hayatta yapmaları gereken karmaşık tercihlere benzemediğini öne sürebilirsiniz. Esasen, araştırmacılar aynı ilginç etkiyi defalarca yineledikleri farklı deneylerde sürekli elde etmişlerdir.(14) Söz konusu ister hangi evi kiralamak, ister hangi arabayı almak, isterse de hangi hisselerle yatırım yapmak olsun, seçenekler kendilerine sunulduktan sonra zor bir zihinsel aktiviteyle meşgul olan kişiler diğer insanlara kıyasla daha doğru kararlar almaktadır.

Öyleyse neden böyle olmaktadır? Dijksterhuis ve van Olden, bunun bilinçdışı zihninin gücünü kullanmakla ilgili olduğunu düşünmektedir. Birbirinden sadece bir veya iki yönden farklı seçenekler arasından birinin tercih edilmesi gerektiğinde, bilinçli zihniniz durumu makul ve mantıklı bir tarzda değerlendirerek en iyi yolun hangisi olduğuna karar vermede gayet başarılıdır. Öte yandan, aynı anda çok az sayıda ayrıntıyla baş edebilir ve işler biraz karmaşılaştığında bu hiç de iyi değildir. Bu nedenle, bilinçli zihin olaya bir bütün olarak bakmak yerine en görünür unsurlara odaklanarak büyük resmi gözden kaçırabilir. Buna karşın, bilinçdışı zihniniz, hayatımızı çoğu açıdan işgal eden karmaşık kararlarla başa çıkmada çok daha yetkindir. Zaman tanındığı takdirde, yavaş yavaş tüm faktörleri inceleyerek sonunda daha dengeli bir karara varmamızı sağlar. Dijksterhuis ve van Olden, bu etkiyi Bilinçdışı Düşünce Teorisi olarak adlandırmakta ve karmaşık kararlar almada bir ortak payda olarak değerlendirmektedir. Bir mesele üzerine gereğinden fazla düşünmek, çoğu yönden, hiç düşünmeden karar vermek kadar kötüdür. Bunun yerine, neye karar verilmesi gerektiği bilinmeli ve sonra da iş bilinçdışı zihne bırakılmalıdır. Peki, bilinçdışı zihninin bir sorun üzerine çalışması nasıl sağlanabilir? Yaratıcılığı artırma bölümünde görmüş olduğumuz gibi, tekniklerden biri, bilinçli zihni bulmaca çözmek veya üçer üçer geriye saymak gibi zor bir görevle meşgul etmektir.

Önemli bir karar almadan önce bulmaca çözmek, elbette, kararınızdan pişman olmamanızı garantileyen tek yol değildir. Hatta diğer araştırmalara göre, yaptığınız hiçbir şeyden pişman olmama olasılığınızı artıracak çok daha hızlı bir yöntem mevcuttur.

Cornell Üniversitesi'nden Thomas Gilovich, on yıldan uzun bir süredir pişman olma psikolojisi üzerine çalışmaktadır. Bulguları son derece şaşırtıcıdır.(15) Çalışmalarının çoğunda, katılımcılardan hayatlarını şöyle bir gözden geçirip en büyük pişmanlıklarını ifade etmelerini istemiştir. Katılımcıların yüzde 75'i yapmadığı

bir şeyden dolayı pişmanlık duymaktadır. Pişmanlıklar listesinin ilk üç sırasında okulda yeterince çalışkan bir öğrenci olmamak, büyük bir fırsattan yararlanmamak ve aile ve arkadaşlarla yeteri kadar zaman geçirmemek gelmektedir. Buna karşın, katılımcıların sadece yüzde 25'i yaptığı bir şeyden dolayı pişmandır. Kötü bir kariyer tercihi yapmak, sevmediği biriyle evlenmek veya yanlış zamanda çocuk sahibi olmak gibi...

Sorunun bir kısmı, meydana gelen bir şeyin olumsuz sonuçlarını görmenin daha kolay olmasından kaynaklanmaktadır. Kariyerinizle ilgili yanlış bir karar almış olduğunuzdan, şimdi sevmediğiniz bir iş yapmak zorundasınızdır. Çok genç yaşta çocuk sahibi olmuş ve arkadaşlarınızla yeteri kadar eğlenememişsinizdir. Yanlış insanla evlenmişsiniz ve onunla sürekli kavga etmektesinizdir. Almış olduğumuz kararların olumsuz sonuçlarını bildiğimiz zaman, pişman olma olasılığımız son derece fazla olmasına rağmen, sınırsız değildir. Öte yandan, olmamış şeyler söz konusu olduğunda, durum tamamen farklıdır. Bir anda, olası olumlu sonuçlar gözümüze sınırsız görünür. O iş teklifini kabul etmiş olsaydınız, hayatınızın aşkına çıkma teklif etseydiniz veya okulda daha çok ders çalışsaydınız ne olurdu? Bu koşullar altında, olumlu sonuçları hayal etmede sizi sınırlayan tek şey hayal gücünüz olur.

Gilovich'in şaşırtıcı çalışmaları, on yedinci yüzyılda yaşamış olan Amerikalı şair John Greenleaf Whittier'in şu sözlerine bilimsel kanıt sağlar niteliktedir: "Dilin veya kalemin ifade edebileceği en acı kelimeler içinde, en acısı şudur: Olabilirdi."

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Çevrik Kelime Bulmacaları ve Bilinçdışı Zihin. Çok karışık olmayan kararlar alırken, bilinçli zihninizin durumun avantaj ve dezavantajlarını makul ve mantıklı bir şekilde değerlendirmesine olanak tanıyın. Diğer yandan, daha karmaşık kararlar için bilinçli zihninizi dinlenmeye çekerek bilinçdışı zihninizin çalışmasına izin verin. Aşağıdaki egzersiz, Dijksterhuis ve van Olden'in araştırmalarına dayanmaktadır ve karar alma sürecine yardımcı olması amacıyla tasarlanmıştır.

A Almanız gereken kararlar nelerdir?

B Aşağıdaki çevrik kelime bulmacalarından 5 dakika içinde yapabildiğiniz kadar çok yapın. Takıldığınız yerlerde çok fazla düşünmeden bir sonrakine geçin.

[Ç.N.: Bulmacadaki çevrik kelimeler İngilizceye göre hazırlanmıştır].

Çevrik kelime	İpucu	Cevabınız
1 Open change	Avrupa'da bir şehir	
2 A motto	Çok kullanılan bir sebze	
3 Past eight	İtalya'da çok meşhurdur	
4 Noon leap	Avrupalı bir general	
5 Ring late	Üç kenar	
6 Lithe cats	Pist ve saha	
7 Did train	Gözde tatil adalarından	
8 Eat	... saati	
9 Loaded inn	Çiçek	

10 Cool cheat	Çoğu kadın için elmastan daha kıymetli
11 Neat grain	Güney Amerika'da bir ülke
12 Lob aloft	Aynı sayıda iki grupta oynanan oyun
13 Groan	Kiliselerde bulunur
14 Cried	Alkollü bir içki
15 Cheap	Yumuşak bir meyve

C Şimdi, sorun üzerine çok fazla düşünmeden kararınızı buraya yazın...

Çevrik kelime bulmacasının cevapları

1 Copenhagen 2 Tomato 3 Spaghetti 4 Napoleon 5 Triangle 6 Athletics 7 Trinidad 8 Tea 9 Dandelion 10 Chocolate 11 Argentina 12 Football 13 Organ 14 Cider 15 Peach

Pişmanlığa Set Çekin. Araştırmalar, insanların hayatlarına şöyle bir göz gezdirdiğinde, en çok yapmadıkları şeylerden dolayı pişmanlık duyduklarını göstermektedir. Öte yandan, bunu bir kez anladığınızda, pişmanlık hislerinizi önlemeye yardımcı olacak çeşitli hızlı ve etkili teknikler mevcuttur.

Öncelikle, pişmanlığa en başından mani olabilmek için fırsatlara karşı "yapıcı" bir tutum içinde olmak önemlidir. Yazar Max Lucado'nun bir zamanlar söylemiş olduğu gibi, "Çaba gösterin. Zaman harcayın. O mektubu yazın. O özrü dileyin. O yolculuğa çıkın. O hediye satın alın. Bunları yapın. Yakalanan fırsatlar mutluluk verir. İhmal edilenler ise pişmanlık..." İkinci olarak, yapmadığınız bir şeyden dolayı pişmanlık duyuyorsanız durumu telafi etmek adına yapabileceğiniz bir şey olup olmadığına bakın. O mektubu yazın, o telefon görüşmesini yapın, ailenizle daha çok zaman geçirin, bozulan ilişkileri onarın, yeniden

üniversiteye girin ve hayalinizdeki notları alın. Pişmanlığınızı sizi uyan-
dıran bir alarmmış gibi görün ve kendinizi motive etmede kullanın.
Son olarak, eğer olayları yoluna koymak adına yapılabilecek hiçbir şey
yoksa zihninizi meşgul eden “. . . yapsaydım şunlar olabilirdi” düşün-
celerine hayalî bir set çekin. Olmuş olabilecek olumlu şeyler üzerinde
düşünüp durmak yerine, mevcut durumunuzla ilgili üç olumlu noktayı
ve yapmadığınıza pişman olduğunuz şeyi yapmış olmanız durumunda
olabilecek üç olumsuz sonucu düşünmeye çalışın.

En İyiyi İsteyenlerden mi Yoksa Azla Yetinenlerden misiniz?

Aşağıdaki on ifadeyi okuyun ve sonra sizi nitelendirme derecesine göre değerlendirin.⁽¹⁶⁾ Cümleler üzerinde uzun uzun düşünmeyin ve dürüstçe cevap verin.

Derecelendirme

1 = kesinlikle katılmıyorum ile 5 = kesinlikle katılıyorum arası

- 1 Televizyon seyrederken tek bir programı 1 2 3 4 5
seyretmek yerine kanaldan kanala gezerim.
- 2 Alışverişe çıkmak benim için zordur, çünkü tam 1 2 3 4 5
olarak istediğim bir şeyi bulana kadar hiçbir şey
satın almam.
- 3 Video / DVD kiralama dükkânında çok uzun 1 2 3 4 5
zaman geçiririm, çünkü hangisini seçsem diye
pek çok film üzerinde uzun uzadıya düşünürüm.
- 4 Zaman zaman, hayatta kaçırmış olduğum 1 2 3 4 5
fırsatları düşünürüm.
- 5 Bir karar almadan önce, tüm seçenekleri 1 2 3 4 5
değerlendirmek isterim.
- 6 Geri dönüşü olmayan kararlar almayı sevmem. 1 2 3 4 5
- 7 Bir karar aldıktan sonra, başka bir karar 1 2 3 4 5
almış olsaydım neler olmuş olabileceğini
sık sık düşünürüm.
- 8 İkinci en iyiyi yetinmek benim için zordur. 1 2 3 4 5
- 9 İnternetteyken, bir sayfadan diğerine 1 2 3 4 5
çabucak geçer dururum.
- 10 Sahip olduklarımdan nadiren mutluluk 1 2 3 4 5
duyarım, çünkü her zaman daha iyisini hayal ederim.

Puanınızı hesaplamak için, her bir ifadeye vermiş olduğunuz değerleri toplayın. 10 ila 20 arası düşük, 21 ila 39 arası orta, 40 ila 50 arası yüksek puandır.

Araştırmalar, insanların hayatlarının pek çok yönüne iki temel stratejiden birini kullanarak yaklaştığını göstermektedir: Ya en iyiyi isteyerek ya da azla yetinerek. En iyiyi istemeye aşırı derecede meyilli olanlar, en iyi tercihi yaptıklarından emin olmak için olası tüm seçenekleri sürekli kontrol ederler. Buna karşın, azla yetinmeye aşırı derecede meyilli olanlar için ise, ihtiyaçlarını karşılayan herhangi bir şeyi bulmuş olmak yeterlidir. Bunun sonucunda, en iyiyi isteyenler daha fazla şey elde etse de ne istediklerini bulmaları daha uzun sürer ve diğer seçenekleri seçmeleri durumunda olmuş olabilecek şeyleri düşünmekten pek mutlu olamazlar.

Örneğin, iş arama sürecini inceleyen bir çalışmada, araştırmacılar on bir üniversiteden 500'ün üzerinde öğrenciyi en iyiyi isteyenler veya azla yetinenler olarak sınıflandırmışlardır.⁽¹⁷⁾ Deneyin sonunda, en iyiyi isteyenlerin maaşları, azla yetinenlerden ortalama yüzde 20 daha yüksek olmasına rağmen, işleriyle ilgili memnuniyet dereceleri daha düşük bulunmuş; pişmanlık, kötümserlik, endişe ve depresyona daha yatkın oldukları görülmüştür.

En iyiyi isteyenlerdenseniz ve tam istediğiniz ürünü bulmak için gereğinden fazla zaman harcıyorsanız belirli faaliyetler için ayırdığınız kaynakları sınırlandırmayı (arkadaşınıza uygun bir doğum günü kartı seçmek için kendinize yalnız 30 dakika vermek gibi) veya bazı kararlarınızı geri döndürülemez hâle getirmeyi (fişleri atmak gibi) düşünebilirsiniz.⁽¹⁸⁾

Eski bir deyişe göre, mutluluk istediklerinize sahip olmak değil, sahip olduklarınızı istemektir. Görünen o ki, en iyiyi isteyenler istediklerini elde ettiklerinde bile, elde ettiklerini her zaman istiyor olmayabilirler.

İnsanların Gerçeği Ama Sadece Gerçeği Söylediğinden Emin Olmanın Yolları

Sizce, insanlar yalan söylerken nasıl davranışlar sergilerler? Aşağıdaki davranış listesine bir göz atın ve her ifadenin karşısındaki “Doğru” veya “Yanlış” kutucuğunu işaretleyin.

<i>İnsanlar yalan söylediklerinde . . .</i>	<i>Doğru</i>	<i>Yanlış</i>
göz temasından kaçınırlar	☐	☐
daha çok gülümserler	☐	☐
oturdıkları yerde kımıldanıp dururlar		
veya ayakta iseler sağa sola sallanırlar	☐	☐
elleri ve yüzleri terler	☐	☐
elleriyle ağızlarını örterler	☐	☐
sorulara uzun ve dolambaçlı cevaplar verirler	☐	☐
dağınık ve karmaşık cevaplar verirler	☐	☐
başları ile daha çok onaylarlar	☐	☐
daha çok mimik yaparlar	☐	☐
burunları uzar	☐	☐

Doğruyu söylemek söz konusu olduğunda, insanlar şaşırtıcı bir biçimde tasarruflu davranırlar. Daily Telegraph ile gerçekleştirmiş olduğumuz bir ankette, katılımcıların dörtte biri son 24 saat içinde yalan söylemiş olduğunu öne sürmüştür. Diğer çalışmalar, insanların yüzde 90'ının karşı cinsle buluşmalarında yalan söylediğini ve nüfusun yüzde 40'ının arkadaşlarına yalan

söylemekten memnun olduğunu göstermektedir. Aldatmacalar işyerlerinde de büyük bir sorun teşkil etmektedir; nitekim anketler insanların yüzde 80'inin iş görüşmesi sırasında yalan söylediğini ve çalışanların neredeyse yüzde 50'sinin patronlarına en az bir kez büyük bir yalan söylediğini ortaya koymaktadır.⁽¹⁹⁾

Yalan söylemenin yaygınlığı göz önüne alındığında, yalancıları ortaya çıkarmak amacıyla pek çok tekniğin geliştirilmiş olmasına şaşmamak gerekir. Örneğin, antik çağlarda son derece sık kullanılan bir yöntem olan sıcak ocak süngüsü sınavı vardı. Dünyada cehennemi yaşamak olarak nitelendirilebilecek bu işlemde, bir ocak süngüsü ateşe tutulur, iyice kızdıktan sonra da suçlanan kişiye üç kez yalatılırdı. Masumların dillerinde yanmayı önleyecek kadar salya olduğuna inanılır, suçluların ise dilleri daha kuru olacağından dilin süngüye yapışacağı düşünülürdü.

Tarih kitaplarına göre, benzer ama bu denli vahşi olmayan bir yöntem İspanyol Engizisyonu sırasında da kullanılmıştı. Burada, suçlanan kişiye arpa ekmeği ve peynir yedirilir ve bu esnada çevredekiler eğer kişi yalan söylediyse yediklerini yutmasına izin vermemesi için Cebrail'e dua ederlerdi. Bildiğim kadarıyla, bu yöntemlerin hiçbiri bilimsel sınamaya tabi olmamıştır; ne de olsa katılımcılardan ve Cebrail'den bilgilendirilmiş rıza almak biraz zordur! Öte yandan, eğer bu tür bilimsel çalışmalar yapılabilmiş olsaydı elde edilen bulgular yalan söylemekle ilgili en çok benimsenen teorilerden biri olan Endişe Hipotezini desteklerdi.

Bu düşünceye göre, insanlar yalan söylediklerinde çok gergin olduklarından, endişeyle ilişkili çeşitli semptomlar gösterirler; ağızlarının kuruyarak dillerinin ocak süngüsüne yapışması veya arpa ekmeğini yutmada zorlanmaları gibi... Bu fikir akla yatkın gözükse de teoriyi doğrulayabilecek kanıt elde etmek hiç de kolay olmamıştır. Nitekim bazı çalışmalar, yalancıların doğru söyleyenlerden daha gergin olmayabileceğini göstermiştir. Örneğin, Southampton Üniversitesi'nden Richard Gramzow ve meslektaş-

larının kısa zaman önce gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada, öğrenciler önce nabızlarını ölçen bir makineye bağlanmış, sonra da son zamanlarda oldukları sınavlarla ilgili performansları üzerine onlara sorular sorulmuştur.⁽²⁰⁾ Öğrenciler yıllar içinde almış oldukları notları değerlendirmiş ve kendi becerilerini sınıf arkadaşlarınıninkile karşılaştırmıştır. Öğrencilerin bilmediği şey, görüşmeden sonra uzmanların onların gerçek sınav sonuçlarını edineceği ve böylece hangi öğrencilerin doğru söyleyip hangilerinin abarttığını belirleyebilecek olmalarıdır. İlginç bir şekilde, sonuçlar öğrencilerin neredeyse yarısının akademik başarısını abarttığını göstermiştir. Daha da ilginç, nabız verileri, notlarını olduğundan yüksek söyleyenlerin dürüst arkadaşlarına kıyasla daha gergin olmadığını ortaya koymuştur. Hatta abartanlar biraz daha rahat bulunmuşlardır.

Yüksek teknolojiye sahip endişe ölçücü araçlarla yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlar karmaşıktır. Öte yandan, bu durum, yalan söyleyen insanların oldukça gergin olduğu düşüncesinin kabul görmesine mani olmamıştır. Yalancıları terli avuç içleri ve hızla atan nabızları ile gösteren sayısız film ve televizyon programından etkilenen insanlar, hilekârlığın en iyi işaretlerinin artan endişe ile ilişkili olanlar olduğuna inanmaktadır.

Araştırma ekipleri, yalan ve doğru söyleyen kişilerin filmlerini saatler boyunca dikkatle karşılaştırmış; her bir gülümsemeyi, göz kırpmayı ve mimiği kaydetmiştir. Çekimlerin her bir dakikasının incelenmesi yaklaşık bir saat sürmüştür, fakat elde edilen veriler araştırmacıların yalan ve doğru ile ilişkili davranışları karşılaştırmasını sağlayarak en ufak bir farkı bile ortaya koymalarına olanak tanımıştır. Bulgular şaşırtıcıdır. Gerçekten.

Bu bölümün başında verdiğimiz soru formuna bir göz atın. "Doğru" kutucuğunu kaç kere işaretlemişsiniz? Formda listelenmiş olan tüm davranışlar, insanların gergin olduklarında yaptıkları şeylerdir. Göz temasından kaçınmak, oturdukları yerde kımıldama-

nıp durmak, terlemek ve kelimeleri gevelemek gibi... Yalan ve doğru söyleyen kişilerin davranışlarını kaydetmek için saatlerini harcayan araştırmacılara göre, bu listedeki maddelerden hiçbirisi yalan söylemekle kesin olarak ilişkilendirilememektedir. Hatta yalan söyleyenler de tıpkı doğru söyleyenler gibi gözünüzün içine bakabilir, el mimiklerini dingin bir şekilde kullanabilir ve yerlerinde sakince oturabilir.

Yine de çoğu insan bu zihinsel efsanelere inandığından, bir kişinin yalan söyleyip söylemediğine karar vermede son derece başarısızdır. İnsanlara yalan ve doğru söyleyen kişilerin video-teyplerini izleterek yalancı olanı bulmalarını söylediğinizde, çoğu karar vermekte zorlanır. Yetişkin insanlara gerçek ve hayalî bir olayı anlatan çocukların filmlerini izlettiğinizde, yine hangisinin doğru söylediğini bilemezler.⁽²¹⁾ Bir tanıdığınızdan uzun süredir birlikte olduğu sevgilisini çekici bir kişinin fotoğrafını çekici bulmadığına ikna etmesini istediğinizde, şaşırtıcı bir şekilde başarılı olduğunu görürsünüz.⁽²²⁾ Avukatlar, polis memurları, psikologlar ve sosyal görevliler bile yalan söylendiğini istikrarlı bir şekilde belirleyememektedir.⁽²³⁾

Peki, bir yalancıyı gerçekten ne ele verir? Yalan söylemek insanı her zaman strese sokmasa da kişinin zihnini zorlar. Yalan söylerken diğer insanların zaten bildiği veya öğrenebileceği şeyler düşünülmeli, makul olunmalı ve söylenenler önceki söylenenlere uymalıdır. Bu nedenle, yalancılar bir mesele üzerine kafa yormakla bağdaşan tavırlar sergilerler. Örneğin, kol ve bacaklarını pek hareket ettirmezler, daha az mimik yaparlar, aynı cümleleri tekrar ederler, daha kısa ve az detaylı cevaplar verirler, cevap vermeden önce daha uzun düşünür, duraksar ve tereddüt ederler. Bunlara ek olarak, yalancıların kişisel olmayan bir dil kullanarak kendilerini yalandan uzaklaştırdıklarına dair kanıtlar da mevcuttur. Yani, yalancılar “ben”, “bana” ve “benim” gibi kelimeleri daha az kullanır ve insanlardan isimlerinden ziyade “o” veya “onun”

gibi kelimelerle bahsederler. Son olarak, yalancılar soruları tam olarak yanıtlamayarak bunun yerine konuyu değiştirmeyi veya soruya soruyla yanıt vermeyi tercih ederler.

Size yalan söylenip söylenmediğini anlamak için gerginlik ve endişe belirtilerine dikkat etmeyi bırakın. şunları unutmayın: Yalancılar konuşurken sebepsiz yere fazlaca düşünürler, kişisel olmayan bir dil kullanırlar ve siyasetçileri ya da ikinci el araba satıcılarını bile mahcup edecek türden kaçamak cevaplar verirler.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Beden Dili. Size yalan söylenip söylenmediğine doğru bir şekilde karar verebilmek için Endişe Hipoteziyle ilişkili davranış söylentilerini bir kenara bırakın ve kişinin düşünürken zorlandığını gösteren işaretlere dikkat edin. Yalancıların avuçlarının terlediği, kıpır kıpır olduğu ve göz temasından kaçındığı fikirlerini unutun. Bunun yerine, karşınızdaki kişinin aniden durağanlaşıp jest ve mimiklerinin azalıp azalmadığına bakın. Ayrıca, dinlemeyi de öğrenin. Verilen cevaplardaki detaylarda bir azalma, duraksamalarda bir artış, “bana”, “benim”, “ben” gibi kelimelerin kullanımından kaçınma ama “o”, “ona” gibi kelimelerin kullanımında bir artış olup olmadığına dikkat edin. Karşınızdaki kişi aniden kaçamak yanıtlar vermeye başlarsa net bir cevap almak için ona baskı yapın.⁽²⁴⁾

Olası yön değişimlerini saptamanıza yardımcı olması amacıyla, iletişime araştırmacıların “dürüst başlangıç noktası” dediği seviyeden başlamaya çalışın. Yanıltıcı cevaplara yol açabilecek sorular sormadan önce, kişinin dürüstçe cevaplama ihtimali yüksek olan sorularla başlayın. Bu soruları yanıtlarken karşınızdaki kişinin doğru söylerken beden dilinin nasıl olduğuna ve kullandığı kelimelere dikkat edin. Sonra, sıra aldatıcı sorulara geldiğinde, davranışlarında bir değişiklik olup olmadığını gözlemleyin.

Ayrıca, unutmayın ki bu işaretler mutlaka yalan söylendiğinin bir garantisi olamaz. Söz konusu yalan söylemek olduğunda, hiçbir şey o kadar kesin değildir. Bu sinyaller belki de sadece bir şeylerin ters gittiğinin bir işaretidir ve meseleyi biraz kurcalamanız gerektiği anlamına gelebilir.

Bana E-posta Gönder. Cornell Üniversitesi’nden iletişim uzmanı Jeff Hancock ve meslektaşları, öğrencilerden bir hafta boyunca yapmış

oldukları tüm yüz yüze sohbetleri, telefon konuşmalarını, mesaj ve e-posta gönderimlerini not etmelerini ve hangilerinin yalan içerdiğini belirtmelerini istemiştir.⁽²⁵⁾ Sonuçlar, insanların e-postaların yüzde 14'ü, mesajların yüzde 21'i, yüz yüze sohbetlerin yüzde 27'si ve telefon görüşmelerinin yüzde 37'sinde yalan söylediğini göstermiştir. Hancock'a göre, insanlar e-postalarda yalan söylemekten çekinmektedir, çünkü bunlar kaydedilmektedir ve başlarına iş açabilir. Dolayısıyla, karşınızdaki kişinin size yalan söyleme olasılığını azaltmak için ondan size e-posta göndermesini isteyin.

Bir Şeyin Ne Kadar Süreceğine Karar Vermek

Wilfrid Laurier Üniversitesi'nden Roger Buehler, zaman yönetimi üzerine yapmış olduğu mühim bir çalışmada, öğrencilere önemli bir dönem ödevini ne zaman bitirmeyi planladıklarını sormuştur.⁽²⁶⁾ Öğrenciler, teslim tarihinden ortalama 10 gün önce ödevlerini teslim etmiş olacaklarını ifade etmişlerdir. Oysa fazla iyimser düşünmüşler ve ödevlerini teslim tarihinden ancak bir gün önce verebilmişlerdir. Planlama Hatası olarak bilinen bu etki, ödevlerini zamanında bitirmeye çalışan öğrencilerle sınırlı değildir. Araştırmalar, insanların bir projenin alacağı süreyi hafife almaya son derece meyilli olduklarını ve özellikle grup hâlinde çalışan kişilerin gerçekdışı beklentileri olabildiğini göstermektedir.⁽²⁷⁾ İnsanlar gerçekçi olmaya çalıştıklarında bile, her şeyin planlandığı gibi gideceğini farz etmekte, beklenmeyen gecikmeleri ve öngörülemeyen sorunları dikkate almamaktadır.

Öte yandan, Buehler'in çalışması, bu sorunun üstesinden gelebilecek hızlı ve etkili bir yol da öne sürmektedir. Nitekim öğrencilerden benzer ödevleri geçmişte ne kadar sürede bitirdiklerini düşünmeleri istendiğinde, gelecek teslim tarihlerine yetişip yetişememekle ilgili yanıtları çok daha doğru olmuştur. Görünüşe göre, bir projeyi bitirmek için gereken zamanı doğru bir şekilde hesaplayabilmek amacıyla, geçmişte benzer işlerin ne kadar sürmüş olduğuna bakmak gerekmektedir.

Bu yöntem işe yaramazsa Urbana-Champaign'deki Illinois Üniversitesi'nden Justin Kruger ve Matt Evans tarafından araştırılan bir tekniğe de başvurabilirsiniz.⁽²⁸⁾ Çalışmada, katılımcılar, karşı cinsle bir randevuya hazırlanmak gibi göreceli olarak karmaşık

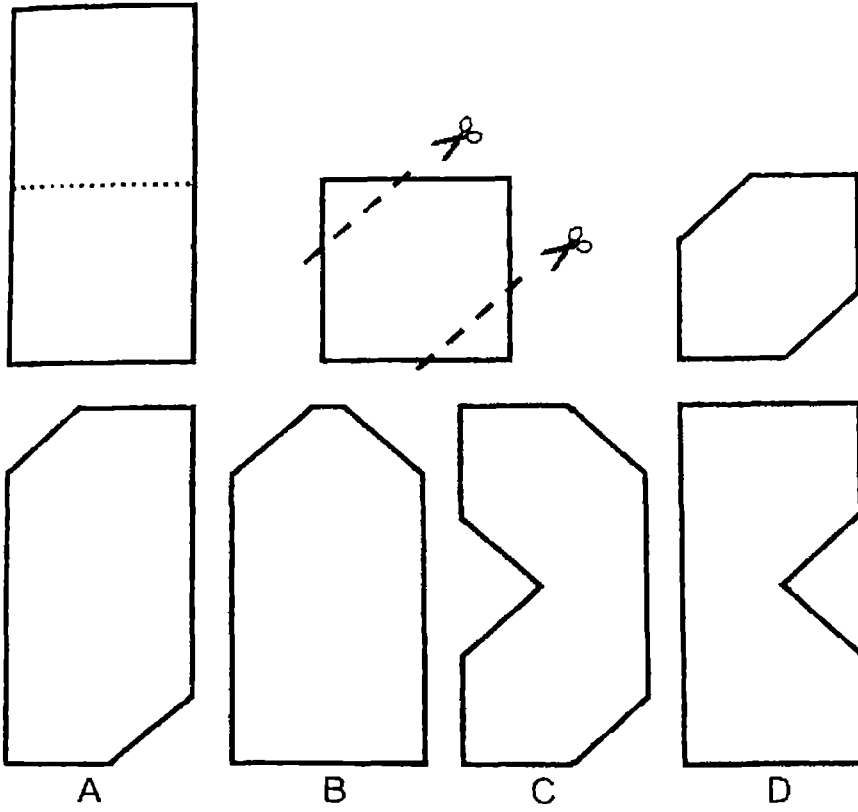
sayılabilecek bir faaliyeti ne kadar sürede tamamlayacaklarını tahmin etmişlerdir. Bir gruptan tahminlerini yapmaları istenmiş, diğer gruba ise karar vermeden önce faaliyeti bölümlere ayırmaları (duş alma, giyinme, panik yapma gibi) söylenmiştir. Yapacaklarını zihinsel olarak bölümlere ayıranlar diğer katılımcılardan çok daha doğru tahminlerde bulunmuşlardır. Yani, bir şeyi yapmanın gerçekten ne kadar süreceğini bulmak için zamanlama tahmininde bulunmadan önce tüm adımları teker teker ele alın.

9. EBEVEYNLİK

Mozart miti, bebeğiniz için en doğru ismi seçmenin, sadece üç tane lokum kullanarak bir çocuğun kaderi hakkında kehanette bulunmanın ve genç zihinleri etkili bir şekilde övmenin yolları.

Wolfgang Amadeus Mozart, 1756 yılında doğmuş, dünyanın en güzel klasik eserlerinden bazılarını bestelemiş ve 1791 yılında, muhtemelen akut romatizmal ateş nedeniyle vefat etmiştir. O bir dâhi olarak anılmaktadır. Kimi insanlar Mozart'ın müziğinin beyinde diğer bestelerin ulaşamadığı yerlere ulaşarak dinleyiciyi daha zeki kıldığına inanmaktadır. Üstüne üstlük, bu etkinin genç zihinler üzerinde daha da güç kazandığını, özellikle bebeklere her gün belli bir dozda Mozart dinletilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Bu düşünce geniş kitlelerce kabul görmüş olmasına rağmen, Mozart'ın sihriyle gençlerin beyin gücünü artırmak gerçekten mümkün müdür?

1993 yılında, California Üniversitesi'nden araştırmacı Frances Rauscher ve meslektaşlarının yayınlamış olduğu bilimsel bir makale dünyayı altüst etmiştir.⁽¹⁾ Araştırmacılar, çalışmalarına dahil ettikleri 36 üniversite öğrencisini rastgele bir şekilde üç gruptan birine yerleştirmiş ve her gruba 10 dakikalık farklı egzersizler yaptırmışlardır. Bir gruba Mozart'ın İki Piyano için D Majör Sonatı, ikinci gruba standart bir rahatlama müziği dinletilmiş, üçüncü grup ise tam bir sessizlik içinde oturtulmuştur. Egzersizden sonra, herkese zekânın tek bir yönünü ölçmek için tasarlanmış olan standart bir test yaptırılmıştır. Testte, uzamsal bilgiyi zihinsel olarak kullanabilme yeteneği ölçülmüştür (yan sayfadaki resme bakınız). Sonuçlara göre, Mozart dinleyenler rahatlama müziği dinleyenlerden veya sessizlik içinde oturanlardan çok daha yüksek puanlar almışlardır. Yazarlar, bu etkinin geçici olduğunu ve ortalama 10 ila 15 dakika sürdüğünü de kaydetmiştir.



Zekâ testlerinde, uzamsal bilgiyi zihinsel olarak kullanabilme yeteneğini ölçmede yararlanılan unsurlardan biri. Üstteki sırada, ikiye katlandıktan sonra iki kenarından kesilen bir kâğıt parçası gösterilmektedir. Katılımcılardan, alt sıradaki şekillere bakmaları ve kâğıt açıldığında ortaya çıkacak şekli bulmaları istenmektedir.

İki yıl sonra, aynı araştırma ekibi daha fazla sayıda öğrenciyi dahil ettikleri ve birkaç gün boyunca devam eden ikinci bir takip çalışması yapmışlardır.⁽²⁾ Öğrenciler yine rastgele bir şekilde üç gruptan birine yerleştirilmiştir. Deneyin ilk bölümünde, bir grup Mozart dinlemiş, diğer bir grup sessizlik içerisinde oturmuş ve üçüncü grup ise Philip Glass'ın bir albümünü ("Music In Changing Parts") dinlemiştir. Sonuçlar yine büyük farklar göstermiş, Mozart dinleyenler, zihinsel kâğıt katlama testinde diğer iki gruptan üstün gelmiştir. İlerleyen günlerde, Philip Glass albümü yerine sesli bir hikâye teybi ve konsantrasyon müziği konmuştur. Bu sefer, Mozart grubu ile sessizlik içinde oturanlar grubu neredeyse aynı sonuçları

elde etmiş, hikâye veya konsantrasyon müziği dinleyenler üçüncü sırada gelmiştir. Kanıtlar, Mozart'ın müziğinin zekânın bir yönü üzerinde küçük ve kısa süreli bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Kısa süre sonra, gazeteciler bu bulguları yayınlamaya başlamıştır. *New York Times* müzik eleştirmeni Alex Ross, Mozart'ın Beethoven'den daha iyi bir bestekâr olduğunun bilimsel olarak kanıtlanmış olduğunu öne sürmüştür (eminim bunu söylerken dilini sıkıca yanağına yapıştırmıştır). Öte yandan, bazı yazarlar sonuçları giderek abartmaya başlamış ve sadece birkaç dakika Mozart dinlemenin bile zekâ düzeyinde uzun vadeli bir artış sağladığını iddia etmiştir.

Bu fikir alev gibi hızla yayılmış ve 1990'ların ikinci yarısında orijinal araştırmadan çok farklı bir hâle bürünmüştür. O zamana dek, Mozart'ın müziğinin bebek zekâsı üzerindeki etkisini inceleyen tek bir çalışma bile yapılmamış olmasına rağmen, ses getirecek bir manşetin peşinde olan gazeteciler, bebeklerin Mozart dinledikten sonra daha zeki olduklarını kaleme almışlardır. Üstelik bu makaleler özensiz gazeteciliğin istisnai örnekleri de değildir. 1990'lı yılların sonlarına doğru yayınlanan haberlerin yaklaşık yüzde 40'ı, bebeklere yönelik bu sözde yarardan bahsetmiştir.⁽³⁾ “Mozart etkisinin” popüler medya tarafından sürekli gündemde tutulması, sosyal politika üzerinde bile etkili olmuştur. Nitekim 1998'de, Georgia eyaleti, yeni doğan bebekleri olan annelere ücretsiz klasik müzik CD'si dağıtmış; Florida eyaleti de devlet anaokullarında her gün klasik müzik çalınmasıyla ilgili kanun tasarısı çıkarmıştır.

Sözde Mozart etkisi bir şehir efsanesi hâline gelmiş ve nüfusun büyük bir çoğunluğu Mozart dinlemenin zekânın her yönünü geliştireceğine, etkisinin uzun vadeli olduğuna ve bundan bebeklerin de fayda göreceğine inanmaya başlamıştır. 1990'lı yıllardan yirmi birinci yüzyıla geçildiği sıralarda, durum giderek daha da kötüleşmiştir. Önce, Harvard Üniversitesi'nden Christopher Chabris, Rauscher'in orijinal sonuçlarını yinelemeye teşebbüs eden tüm

çalışmaların bulgularını bir araya getirmiş ve eğer bu etki mevcutsa bile gücünün çok daha az olduğu sonucuna varmıştır.⁽⁴⁾ Bunun ardından, diğer çalışmalar da bu etki mevcut olsa bile gücünün Mozart'ın İki Piyano için D Majör Sonatının özel nitelikleriyle bir ilgisi olmadığını; bu tür klasik müziğin genel olarak ürettiği mutluluk duygusuyla ilişkilendirilebileceğini iddia etmiştir. Örneğin, bir çalışmada, araştırmacılar Mozart'ın müziğinin etkisini çok daha hüzünlü bir eserinkiyle (Albinoni'nin Organ ve Yaylılar için G minör Adagiosu) karşılaştırdığında, Mozart'ın müziğinin diğerinden yine daha etkili olduğuna dair kanıtlar elde etmişlerdir.⁽⁵⁾ Öte yandan, araştırma ekibi, müziğin katılımcıları ne kadar mutlu ettiği ve heyecanlandığı üzerine bir kontrol deneyi yaptığında, sözde Mozart etkisi aniden ortadan kaybolmuştur. Bir başka çalışmada, psikologlar, Mozart dinlemekle Stephen King'in kısa hikâyelerinden biri olan "Merdivenin Son Basamağı"nı teypten dinlemenin etkisini karşılaştırmışlardır.⁽⁶⁾ Katılımcılar King yerine Mozart'ı tercih ettiğinde, zihinsel beceri testindeki performansları piyano müziği dinledikten sonra gösterdiklerinden daha başarılı olmuştur. Diğer yandan, Mozart yerine King'i seçtiklerinde, hikâyeyi dinledikten sonra daha iyi sonuçlar elde etmişlerdir.

Sözde Mozart etkisine dair bu inanç, tamamen bir zihin efsanesinden ibarettir. Mozart'ın piyano müziğinin bebeklere dinletilmesinin zekâları üzerinde uzun vadeli veya anlamlı bir etkisi olduğunu gösteren neredeyse hiç ikna edici bilimsel kanıt yoktur. Peki, bu koşullar altında, çocukların zekâsını artırmada müzikten yararlanmanın hiçbir yolu olmadığı sonucuna varmak mümkün müdür? Esasen, hayır. Hatta müziğin faydaları bilimsel olarak kanıtlanmıştır; ama bunun için gereken, Mozart CD'lerini bir kenara kaldırıp daha uygulamacı bir tavra bürünmektir.

Bazı araştırmalar, müzik dersi alan çocukların sınıf arkadaşlarına kıyasla daha zeki olduğunu göstermiştir. Öte yandan, burada bağıntıyı nedensellikten ayırmak güçtür. Nitekim müzik dersleri

kişiyi daha zeki kılabilir veya daha zeki ya da ayrıcalıklı çocuklar müzik dersini seçmeye daha meyilli olabilir. Birkaç yıl önce, psikolog Glenn Schellenberg, bu meseleyi çözüme kavuşturmak için bir çalışma yapmaya karar vermiştir.⁽⁷⁾

Schellenberg, altı yaşındaki çocuklara ücretsiz sanat dersi fırsatı sunulduğuna dair yerel bir gazeteye ilan vermiştir. İlan 140'tan fazla çocuğun anne babası cevap vermiş ve her biri rastgele bir şekilde dört gruptan birine dahil edilmiştir. Üç gruba birkaç ay boyunca Toronto'daki Kraliyet Konservatuvarı'nda ders verilmiş, dördüncü grup ise kontrol grubu olarak çalışma bitene kadar ders görmemiştir. Derslere katılanların üçte birine org, diğer üçte birine ses eğitimi, son üçte birine ise tiyatro dersi verilmiştir. Derslerden önce ve sonra, tüm çocuklara standart bir zekâ testi yaptırılmıştır.

Sonuçlar, org ve ses eğitimi alan çocukların IQ seviyelerinde açık ilerlemeler gösterirken, tiyatro eğitimi alanların kontrol grubundan farklı olmadığını ortaya koymuştur. Peki, ama neden böyle olmuştur? Schellenberg'e göre, müzik öğrenmek çocukların öz disiplinini ve düşünme şeklini geliştiren çeşitli temel beceriler gerektirmektedir. Uzun süreli konsantrasyon, pratik ve ezber yapma gibi...

Bu durumun açıklaması ne olursa olsun, çocuğunuzun beyin gücünü artırmaya yardımcı olmanız söz konusu olduğunda, Mozart CD'sini oynatıcıdan çıkartıp çocuğunuzun müzik kabiliyetini ortaya çıkarmasına olanak tanımanızın zamanı gelmiş demektir.

İsim Oyunu Oynamak

Anne babalar, bebeklerine hangi ismi vereceklerine karar vermede çoğu zaman zorlanırlar çünkü çocuklarının tüm hayatını bu kararın sonuçları doğrultusunda yaşayacağını bilirler. Araştırmalar, anne babaların bu endişelerinde haklı olduğunu göstermektedir. Nitekim pek çok çalışma, insanların isimlerinin tuhaf ve bazen de kuvvetli bir etkisi olabildiğini ortaya koymaktadır.

Örneğin, bir önceki kitabım “Quirkology”de, insanların yaşamayı seçtiği yer söz konusu olduğunda, Florence isimli pek çok kişinin Florida’da, George’ların Georgia’da, Kenneth’lerin Kentucky’da ve Virgil’lerin Virginia’da yaşamayı tercih ettiğinden bahsetmiştim. ^(B) Ayrıca, araştırmalar, çoğu evli çiftin orijinal soyadlarının tesadüfi olamayacak şekilde aynı harfleri içerdiğini ortaya koymuştur. İnsanların siyasî görüşleri bile bir nebze isimleri doğrultusunda şekillenebilmektedir. 2000 yılı başkanlık kampanyası üzerine yapılan araştırmalar, soyadları “B” harfiyle başlayan kişilerin Bush kampanyasına katkıda bulunmaya daha meyilli olduklarına; soyadları “G” harfiyle başlayanların ise Gore kampanyasını daha çok desteklediklerine işaret etmiştir.

O zamandan bu yana, soyadlarımızın hayatımızı etkileyebildiği diğer konular üzerine çeşitli çalışmalar yürüttüm. O dönemde *Daily Telegraph* gazetesinin bilim editörlüğünü yapmakta olan Roger Highfield ile birlikte, soyadlarının başharfi alfabenin başlarında yer alan kişilerin sonlarında yer alanlara göre hayatta daha başarılı olup olmadıklarını keşfetmek üzere araştırmalar yaptık. Yani, acaba dünya üzerindeki Abbot ve Adam’lar, Young ve York’lardan daha mı başarılıydılar?

Üstelik böyle bir ilişki kurmamızı haklı gösterecek makul nedenler de mevcuttu. 2006 yılında, Amerikalı ekonomistler Liran Einav ve Leeat Yariv, Amerikan üniversitelerindeki ekonomi bölümlerinde çalışan akademisyenlerin soyadlarını incelemiş ve soyadının başharfi alfabede başlarda gelenlerin en çok rağbet gören bölümlerde çalışma, Ekonometri Derneği üyesi olma ve Nobel Ödülü kazanma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır.⁽⁹⁾ Şaşırtıcı bulgularını *Journal of Economic Perspectives*'de yayınlayan araştırmacılar, bu “alfabetik ayrımcılığın” akademik makalelerde yazar isimlerinin alfabetik olarak listelenmesi sonucunda soyadlarının başharfi alfabenin başlarında olan akademisyenlerin sonlarında olan meslektaşlarından daha çok göze çarpmalarından kaynaklanabileceğini iddia etmişlerdir.

Aynı türde bir etkinin ekonomi bilimi dünyasının dışında da geçerli olup olmadığını merak ettim. Ne de olsa bir okul kaydı, iş görüşmesi ya da sınavda, adaylar genellikle soyadlarının alfabedeki konumuna göre sıralanmaktadırlar. Biz insanlar da çoğu zaman bir listenin üst sıralarındakileri kazananlarla, alt sıralarmdakileri ise kaybedenlerle ilişkilendirdiğimizden, acaba tüm bu ufak olaylar birikerek uzun süreli bir etki yaratmakta mıdır?

Bu konu üzerine gerçekleştirdiğim deneye dâhil olan herkes cinsiyetini, yaşını ve soyadını bildirmiş; ayrıca hayatının çeşitli yönlerinde ne derece başarılı olduğunu değerlendirmiştir. Sonuçlar, soyadlarının başharfi alfabenin başlarında gelenlerin diğerlerine kıyasla kendilerini daha başarılı bulduklarını göstermiştir. Bu etki, özellikle meslek hayatındaki başarıda su yüzüne çıkarak alfabetik ayrımcılığın iş ortamında da mevcut olduğuna işaret etmiştir.

Peki, söz konusu garip etkiden ne sorumlu olabilir? Verilerde göze çarpan bir düzen önemli bir ipucu teşkil etmektedir. Nitekim soyadı etkisi yaş arttıkça önem kazanmakta, yani bu etki çocukluk deneyimlerinden kaynaklanmayarak bunun yerine yıllar geçtikçe yavaş yavaş artmaktadır. Görünüşe göre, alfabe liginin üst ya da

alt sıralarında olmaya sürekli bir şekilde maruz kalmak yavaş yavaş insanların kendilerine olan bakış açılarını değiştirmektedir. Öyleyse soyadlarının başharfi alfabenin sonlarında yer alan kişiler bu sonuçlardan endişelenmeliler midir? Soyadı Wiseman olan ve alfabetik listelerin sonlarında yer almaya alışkın biri olarak, bu etkinin teorik olarak şaşırtıcı olmasına rağmen uygulanabilirlik açısından pek önem arz etmemesi beni rahatlatmıyor değildir.

Yeni doğan bebeklerine koyabilecekleri isimleri liste hâline getiren, ailelerinden ve dostlarından fikir alan anne babaların bazıları karar verirken yine de zorlanır. Geleneksel mi, yoksa modern bir isim mi koymak daha iyidir? Çocuğa bir ünlünün ismini vermek doğru bir fikir midir? Dilimizin alışkın olduğu bir isim mi, yoksa diğerleri arasından sıyrılan bir isim vermek mi daha önemlidir? Bu sorularınız için psikoloji size yardım eli uzatabilir.

Önceki araştırmalar, isimleri olumlu çağrışımlarda bulunan kişilerin hayatta genellikle daha başarılı olduklarını göstermiştir. Örneğin, daha sempatik kabul edilen isimleri [mesela, “Rose” (Gül) gibi] olan öğrencilere öğretmenler sınavlarda daha yüksek puan vermeye meyillidirler.⁽¹⁰⁾ Buna karşın, istenmeyen çağrışımlarda bulunan isimleri olan üniversite öğrencileri sosyal açıdan büyük yalnızlık çekmekte; soyadları olumsuz hisler uyandıranlar [“Short” (Kısa), “Little” (Küçük) veya “Bent” (Eğri) gibi] ise aşağılık kompleksinden daha fazla muzdarip olabilmektedirler.⁽¹¹⁾

Yirmi birinci yüzyılda özellikle hangi isimlerin başarılı ve çekici bulunduğunu keşfetmek üzere Edinburgh Uluslararası Bilim Festivali ile ortaklaşa bir çalışma gerçekleştirdik. Çalışmada, 6000’in üzerinde insan İngiltere’de en popüler isimleri başarılı ve çekici bulup bulmadıklarını internet üzerinden belirtmişlerdir. Sonuç olarak, son derece kuvvetli eğilimler ortaya çıkmıştır. Kraliyeti çağrıştıran geleneksel isimler (James ve Elizabeth gibi) oldukça başarılı ve akıllı kabul edilmektedir. Buna karşın, en çekici bayan isimlerinin yumuşak sesli ve “i” sesiyle bitenler (Lucy ve

Sophie gibi); en seksi erkek isimlerinin ise kısa ve kulağa haşın gelenler (Jack ve Ryan gibi) olduğu görülmüştür. Spektrumun diğer ucunda, Lisa ve Brian en az başarılı; Ann ve George ise en az çekici bulunmuştur.

Bir de isim ve soyadların başharfleri meselesi vardır. Quirkology adlı kitabımda da ifade etmiş olduğum gibi, California Üniversitesi'nden Nicholas Christenfeld ve meslektaşları tarafından gerçekleştirilen araştırmada, kişinin isim ve soyadının başharflerinin bir ölüm kalım meselesi olabileceği iddia edilmiştir.⁽¹²⁾ California'da hayatını kaybetmiş olan milyonlarca insanın ölüm belgesini içeren veritabanının incelenmesinin ardından, isim ve soyadlarının başharfleri olumlu kelimeler çağrıştıran [ACE (as), HUG (sarılmak) ve JOY (neşe) gibi] erkeklerin ortalamanın dört buçuk yıl üzerinde yaşadığı keşfedilmiştir. Buna karşın, olumsuz kelimeler çağrıştıranların [PIG (domuz), BUM (otlakçı) ve DIE (ölmek) gibi] üç yıl daha kısa yaşadığı fark edilmiştir. İsim ve soyadlarının başharfleri olumlu kelimeler çağrıştıran kadınların üç yıl daha uzun yaşadığı görülmüş, olumsuz kelimeler çağrıştıranlarda ise ayırt edici bir fark bulunmamıştır.

2007 yılında, Leif Nelson ve Joseph Simmons'un yürütmüş olduğu araştırmaya göre, bu etkiler isim ve soyadlarının başharfleri tesadüfen olumlu ya da olumsuz kelimeler çağrıştıran göreceli az sayıdaki insanla sınırlı değildir.⁽¹³⁾ Çalışmada, başharf temelli olumluluk ve olumsuzluğun küçücük bir işaretinin bile insanların hayatı üzerinde önemli bir etkisi olabildiği öne sürülmüştür.

Belirli durumlarda, tek bir harf bile başarı ve başarısızlıkla ilişkilendirilir. Bunlar içinde belki de ilk akla geleni, sınav puanlandırma sistemidir. Çoğu sınav türünde, başarılı olanlar A ve B ile nitelendirilirken, daha başarısız olanlar C ve D alırlar. Nelson ve Simmons, isim ve soyadlarının başharfi en yüksek iki notla örtüşen kişilerin sınavlarda başarılı olmaya bilinçdışı bir şekilde motive olup olmadıklarını; diğer yandan isimleri C veya D ile başlayanların

yüksek not almak için yeterince çabalayıp çabalamadığını merak etmişlerdir. Bu cesur hipotezin doğru olup olmadığını bulmak üzere, araştırmacılar, büyük bir Amerikan Üniversitesi'nden öğrencilerin 15 yıllık not ortalamalarını incelemişlerdir. İlginç bir şekilde, sonuçlar, isim veya soyadları A ya da B ile başlayan öğrencilerin C ya da D ile başlayanlardan anlamlı olarak daha yüksek ortalamalara sahip olduklarını göstermiştir.

Konu üzerine yapmış oldukları ilk çalışmanın sonuçlarıyla heyecanlanan Nelson ve Simmons, dikkatlerini bu etkinin insanların hayatı üzerindeki rolüne çevirmişlerdir. İsimleri A ya da B ile başlayan öğrenciler C ya da D ile başlayanlardan daha yüksek sınav notları alıyorsa ilk grubun daha iyi yüksekokullara girerek daha başarılı kariyerleri olabileceğini düşünmüşlerdir. Bu hipotezlerini test etmek için öğrencilerin isim ve soyadlarının başharflerini ve girdikleri yüksekokulu içeren büyük ve araştırılabilir bir veritabanına ihtiyaç duymuşlardır. Uzun süren bir arayışın ardından, mükemmel bir kaynak olan Amerikan Barolar Birliğinin online veritabanını bulmuşlardır. Araştırma ekibi, 170 hukuk fakültesinin her birinde, isim ve soyadları ilgili harflerle başlayan kişilerin sayı bilgisini online olarak tarayabilen bir bilgisayar programı geliştirmişlerdir. U.S. News and World Report'tan aldıkları bilgiyle okulların kalitesini belirleyen ve bunu neredeyse 400.000 avukatın verisiyle karşılaştıran Nelson ve Simmons, sonuca ulaşmışlardır. Nitekim hukuk fakültelerinin kalitesi düştükçe isim ve soyadları A ya da B ile başlayan avukat sayısı da azalmıştır. Araştırmacıların makalelerinin sonunda da ifade etmiş oldukları gibi, "Görünen o ki, Adlai ve Bill gibi isimleri olan kişiler, Chester ve Dwight gibi isimleri olanlardan daha iyi hukuk fakültelerine gitmektedirler."

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Araştırmalar, soyadlarının başharfl alfabenin başlarında gelen kişilerin sonlarında gelenlerden daha başarılı olabildiklerini göstermektedir. Doğal olarak, başarılı bir soyadı seçmek mümkün değildir; mahkemeyle soyadınızı değiştirmediğiniz veya bayansanız soyadının ilk harfi alfabenin başlarında yer alan bir adamla evlenmediğiniz sürece... Öte yandan, çocuğunuzun adını koyarken size yardımcı olabilecek diğer bazı araştırmalar mevcuttur. Örneğin, kraliyetle ilişkilendirilen geleneksel isimler daha başarılı ve akıllı görülmektedir. Son olarak, ad ve soyadların ilk harflerinin gücü de hafife alınmamalıdır. Çocuğunuzun ad ve soyadının ilk harflerinin olumsuz bir kelimeyi çağrıştırmamasına dikkat edin. Ayrıca, sınavlarda daha başarılı olabilmesi için çocuğuna C veya D harfinden ziyade A veya B harfiyle başlayan bir isim koymaya çalışın.

Yeter ki Övün!

İyi anne baba olmakla ilgili kaleme alınmış olan neredeyse her kitap övgünün gücünü destekler. Hatta bazı kişisel gelişim guruları çocuğunuz için yapabileceğiniz en iyi şeyin onu sürekli övmeniz ve çocuğunuzun özsaygısının oluşumuna yardımcı olmanız olduğunu iddia eder. Bir sınavdan geçen çocuğunuza ne kadar akıllı olduğunu söyleyin. Güzel bir resim çizdiğinde sanatsal yeteneğinden dolayı onu tebrik edin. Maçta gol attığında veya bir yarışı kazandığında atletik kabiliyetini kutlayın. Bu yaklaşıma göre, küçücük bir başarı üzerine bile odaklanıldığında, olumsuzluğa izin verilmemelidir.

Fikir kulağa son derece cazip gelmektedir. Küçüklerimize sürekli ne kadar harika olduklarını söyleyelim ki, büyüdüklerinde kendine güvenli ve mutlu insanlar olsunlar. Buraya kadar her şey yolunda. Öte yandan, insan ruhu üzerine bu ütöpik bakış açısıyla ilgili bir sorun vardır; çünkü araştırmalara göre, bir çocuğa akıllı ve yetenekli olduğunu söylemek korkunç bir şeydir.

1990'lı yıllarında sonlarında, Columbia Üniversitesi'nden Claudia Mueller ve Carol Dweck, övgü psikolojisi üzerine geniş ölçekli bir araştırma programı yürütmüştür.⁽¹⁴⁾ Deneylere, farklı etnik ve sosyoekonomik geçmişi olan 10 ila 12 yaş arasında 400'ün üzerinde çocuk dahil edilmiştir. Tipik bir çalışmada sunulan zekâ testinde, çocuklardan şekil dizilerine bakmaları ve sadece mantıklarına dayanarak her dizide gelmesi gereken bir sonraki şekli bulmaları istenmiştir. Testin ardından, araştırmacılar sonuçları hesaplamış, ama her çocuğa yanlış geribildirimde bulunulmuştur. Her birine gayet başarılı olduğu ve soruların yüzde 80'ini doğru cevapladığı ifade edilmiştir.

Bu geribildirime ek olarak, bir grup çocuğa bu kadar çok zekâ bulmacasını çözebildiğine göre çok akıllı olduğu söylenmiş; diğer bir grup ise tam bir sessizlikle karşılanmıştır. Övgünün olumlu gücünü destekleyen kişisel gelişim gurularına göre, bir çocuğun yeteneğini birkaç saniye boyunca övmenin bile büyük etkisi olabilmektedir. Sonuçlar, guruların haklı olduğunu göstermiştir, ama tam olarak bekledikleri şekilde değil...

Deneyin bir sonraki safhasında, araştırmacılar çocuklara iki görevden birini seçmelerini söylemişlerdir. Görevlerden birinin oldukça zor olduğu ve başarılı olamayabilecekleri, ama öyle olsa bile yine de zorluklardan bir şeyler öğrenebilecekleri ifade edilmiştir. Buna karşın, diğer görev daha kolaydır ve başarılı olma ihtimalleri yüksek olsa da kendilerine az şey katacaktır. Hiç övgü almamış çocukların yüzde 45'ine kıyasla akıllı oldukları övgüsünü almış olanların yaklaşık yüzde 65'i kolay görevi seçmiştir. Akıllı oldukları söylenen çocuklar kendilerini zorlayacak durumlardan kaçınmaya daha meyilli davranarak kolay olanın peşinden gitmiştir. Ebeveynlikte “yeter ki övün” yaklaşımı için bu hiç de iyi haber değildir. Üstelik daha da kötüsü vardır.

Deneyin bir sonraki aşamasında, araştırmacılar çocuklara biraz daha bulmaca vermişlerdir. Bu sefer, bulmacalar ilk verilenlerden çok daha zordur, dolayısıyla çocukların çoğu pek başarılı olamamıştır. Daha sonra, çocuklara bulmacalardan ne kadar keyif aldıkları ve evde de sorular üzerinde çalışmaya devam edip etmeyecekleri sorulmuştur. Verilen cevaplarda, gruplar arasında dramatik farklar göze çarpmıştır. Zekâlarını öven tek bir cümle söylenen çocuklar zor bulmacalardan sınıf arkadaşlarına kıyasla daha az hoşlanmış ve bu çocukların boş zamanlarında bulmacalar üzerinde çalışma olasılıkları daha düşük bulunmuştur.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde, övgü taraftarlarını bekleyen daha da kötü haberler vardır. Zor bulmacalarla mücadelelerinin ardından, çocuklardan son bir bulmaca testi daha

yapmaları istenmiştir. Bu bulmacalar, çocuklara ilk verilenler kadar kolaydır. Deneyin başında iki grup çocuk da aşağı yukarı aynı puanları almış olmasına rağmen, son testteki performansları çok farklı olmuştur. Sonuçların, çoğu kişisel gelişim gurusunun tahmin edeceğinin tam tersi olduğu fark edilmiştir. Nitekim akıllı oldukları söylenen çocuklar diğerlerinden çok daha düşük puanlar almışlardır.

Peki, övülmenin neden beklenenin aksine ve ters tepen sonuçları olmaktadır? Mueller ve Dweck'e göre, bunda birkaç faktör söz konusudur. Akıllı olduğunu söylemek bir çocuğa kendini iyi hissettirebilir, ama bu aynı zamanda bir başarısızlık korkusunu da tetikleyerek çocuğun imajını zedelemekten korkmasına ve zorlanma ihtimali olan durumlardan kaçınmasına da neden olabilir. Buna ek olarak, bir çocuğa akıllı olduğunu söylemek, başarılı olmak için daha fazla çalışmasına gerek olmadığı anlamına da gelebilir. Bu nedenle, çocuk gereken çabayı göstermede isteksiz davranarak muhtemelen başarısızlığa uğrar. Maalesef, üst üste düşük puanlar alan çocuğun motivasyonu giderek çöker ve ümitsizlik duygusu artar. Ne de olsa düşük puanlar, söylendiği kadar akıllı olmadığına işaret etmektedir ve çocuğa göre bu konuda yapılabilecek hiçbir şey yoktur. Kötü sonuçların psikolojik etkisi hafife alınmamalıdır. Mueller ve Dweck çalışmasının bir noktasında, bütün çocuklardan sınıf arkadaşlarına zor bulmacalardan kaç puan aldıklarını söylemelerini istemiştir. Övgü almamış olan çocukların yüzde 10'una kıyasla övgü almış olanların neredeyse yüzde 40'ı notları konusunda yalan söylemiştir.

Öyleyse bunun anlamı bütün övgülerin kötü olduğu mudur? Buraya kadar, Mueller ve Dweck deneyine dahil olan üç çocuk grubunun ikisinden elde edilen sonuçları inceledik. Oysa bir de üçüncü grup vardır. "Aferin, bulmaca testinde yüzde 80'lik bir başarı sergiledin" geribildirimini alan üçüncü gruba da tek bir övgü cümlesi söylenmiştir. Fakat bu sefer, araştırmacılar yeteneği değil

çabayı övmüş, çocuklara böyle yüksek bir puan alabilmek için gerçekten çok çabalamış olmaları gerektiği yorumunda bulunmuştur. Bu çocuklar, diğer iki gruptakilerden çok farklı davranmışlardır. Zor veya kolay bir görev seçmek söz konusu olduğunda, bu çocukların sadece yüzde 10'u kolay olanı tercih etmiştir. Akıllı oldukları söylenen ya da hiç övgü almamış olan çocuklara kıyasla “çok çaba göstermiş olmalısın” grubundaki çocuklar zor bulmacalardan çok daha keyif almış ve boş zamanlarında bulmacalar üzerinde çalışmaya devam edeceklerini ifade etmişlerdir. Son olarak, deneyin sonunda, bir dizi kolay bulmaca çözmeleri istendiğinde de ilk seferkinden çok daha fazla soru çözmüşlerdir.

Sonuçlar, çabadan dolayı övülmenin yetenekten dolayı övülme-
mekten çok farklı olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Mueller ve Dweck'e göre, çabaları için övülen çocuklar, sonuçları ne olursa olsun yeni bir şeyi denemek üzere teşvik edilmiş, dolayısıyla herhangi bir başarısızlık korkusunu aşmışlardır. Sonuç olarak, yeni bir şeyler öğrenme olasılığı düşük not alma korkusunun önüne geçmiş ve çocuklar kolay olandan ziyade zor görevi seçmişlerdir. Ayrıca, bu çocuklar gelecek testlerde daha fazla çaba göstermeye daha isteklidirler ve bu yüzden başarılı olma ihtimalleri de daha yüksektir. Gelecekte başarısızlığa uğrasalar bile, düşük notlarını yeterince çabalamamış olmakla ilişkilendirebileceklerdir. Bu sayede, kötü notların yeterince kabiliyetli olmamaktan kaynaklandığına inanıldığında ortaya çıkan ümitsizlik hissini de önlenmiş olacaktırlar.

Mueller ve Dweck çalışması ortaöğrenim okullarında gerçekleştirilmiş olsa da diğer araştırmalar daha küçük çocuklarda ve gençlerde de aynı türde bulgulara ulaşmıştır.⁽¹⁵⁾ Hepsi de tüm övgülerin eşit olmadığı sonucuna varmıştır. Bazı övgülerin çocuğun motivasyonu üzerinde yıkıcı etkileri olabilirken, diğer övgü türleri onu elinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik edebilir. Çocuğa akıllı veya yetenekli olduğunu söylemek psikolojik sağlık açısından

da iyi değildir; çünkü çocuğu kendini zorlayacak durumlardan kaçınmaya, yeterince çabalamamaya ve işler zorlaştığında hemen moralsizleşmeye iter. Buna karşın, çabanın övülmesi insanları zorlanmaya, çok çalışmaya ve zorluklar karşısında direnmeye teşvik eder.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Çocukların yeteneklerini överek onlara kendilerini iyi hissettirmeye çalışma tuzağına düşmek son derece kolaydır. Öte yandan, araştırmalar bu tür iltifatların zararlı etkileri olabildiğini; çocuğun çabası, konsantrasyonu ve organizasyon becerilerini övmenin daha iyi bir fikir olduğunu ortaya koymaktadır. Yani, örneğin, kızınız bir sınavdan iyi bir not aldığı anda, ne kadar çok çalışmış olduğu, ders tekrarlarını ne kadar düzenli yaptığı ve baskı altında ne kadar başarılı bir performans sergilediği üzerine yorum yapın. Benzer şekilde, oğlunuz okul futbol takımına kabul edildiğinde, ne kadar sıkı antrenman yapmış olduğunu ve takım çalışmasına yatkınlığını övün. Bu tür bir övgü çabayı, dirençliliği ve başarısızlık karşısında pes etmemeyi teşvik eder. Daha fazla odaklanmaya yardımcı olmak için çocuğun kullanmış olduğu teknik ve stratejilerle ilgili yansıtıcı sorular sorun ("Bu işin en çok hangi kısımlarını sevdin?" veya "Karşına çıkan sorunlarla nasıl başa çıktın?" gibi) ve her övgüyü mümkün olduğunca belirli kılmaya çalışın ("Futbolda iyisin," demek yerine "Bugün iyi futbol oynadın" demek gibi).⁽¹⁶⁾

Öz Disiplinin Gizli Bilimi

Bu bölüme basit bir düşünce deneyiyle başlayalım. Kaliteli bir kafede, bir saat kadar zaman geçirmeye karar verdiğinizizi farz edin. Yerinize oturduğunuzda, size cezp edici kekler ve hamur işleri içeren bir menü sunulur. Porsiyonlar çok küçüktür, ama kalite mükemmeldir. Zihin gözünüzle menüye göz gezdirin ve en sevdiğiniz yiyeceği seçin. Harika bir peynirli kek, muhteşem bir kremalı pasta veya lezzetli bir tart gibi... Daha sonra, siparişinizi verdiğinizizi ve garsonun rüyalarınızdaki tatlıdan küçücük ama mükemmel bir porsiyon getirdiğini hayal edin. Şu anda tatlının tam önünüzde durduğunu ve ağzınızı sulandırdığını düşünün. Sonra, tam yemeye başlamak üzereyken garson size kafede o gün özel bir uygulama olduğunu anlatır. Tatlınızın tek bir porsiyonunu şimdi yiyebileceğinizi veya yarım saat bekledikten sonra aynı fiyata iki porsiyon birden yiyebileceğinizi söyler. Ne yapardınız? Bekleyip daha fazlasını mı alırdınız, yoksa garsonun size bu teklifi yapmasına fırsat vermeden tatlıyı silip süpürmüş mü olurdunuz?

1960'lı yılların sonlarında, Stanford Üniversitesi'nden psikolog Walter Mischel, yukarıdaki senaryonun gerçek hayattaki hâlini içeren şaşırtıcı bir deney gerçekleştirmiştir.⁽¹⁷⁾ Mischel ve ekibi, yanlarına koca birer torba şekerleme ve zil alarak yerel bir okula gitmiş ve dört yaşındaki çocukları bir ikilemle karşı karşıya bırakmıştır. Bir uzman çocukları teker teker bir odaya davet ederek üzerinde tek bir şekerleme, bir zil ve sonra iki tane daha şekerleme olan bir masaya yönlendirmiştir. Her çocuğa uzmanın odadan birkaç dakikalığına ayrılacağı, ama eğer çocuk bu sırada masadaki şekerlerden uzak durmayı başarabilirse uzman geri döndüğünde iki şekerlemeyi yiyebileceği söylenmiştir. Uzman, çocuğa

istediği herhangi bir an zili çalabileceğini ve o zaman odaya geri döneceğini ama eğer zili çalarsa sadece tek bir şekerleme yiyebileceği de ifade etmiştir.

Her çocuk, az önce hayalini kurmuş olduğunuz şatafatlı tatlı ikileminin daha mütevazı bir hâliyle karşı karşıya bırakılmıştır. Zili erken çal ve tek bir şekerleme ye veya biraz bekle ve iki katı ödül kazan... Bu aldatıcı ve basit test, her çocuğun öz disiplin düzeyinin tam olarak ölçülebilmesini sağlamıştır. Çocukların yaklaşık üçte biri tek şekerlemeyi hemen yemiş, diğer üçte biri zili çalmamak konusunda biraz daha sabırlı davranabilmiş, geriye kalan üçte biri ise uzmanın geri dönmesini bekleyerek iki şekerlemenin birden tadını çıkarmıştır.

Diğer yandan, Mischel'in ilgilendiği tek şey şekerlerin cazibesine kapılmaya direnebilen çocukların yüzdesini bulmak değildi. Biraz bekleyip iki şekerlemeyi yemeye hak kazanan çocuklar gibi, Mischel de uzun vadede etkileyici bulgulara ulaşmanın peşindeydi. On yıl sonra, Mischel deneyine dahil ettiği çocukların mümkün olduğunca çoğunun anne babasını arayarak artık delikanlı olan çocuklarının durumunu sormuştur. Hayatla nasıl baş etmekteydiler? Geleceklerini planlıyorlar mıydı? İşler zorlaştığında pes etme eğilimleri var mıydı? Yıllar önce, üç şekerleme ve bir zille geçirilmiş olan birkaç dakikanın şaşırtıcı derecede öngörücü olduğu ortaya çıkmıştı. Nitekim iki şekerlemeyi yiyebilmek için uzmanın geri dönmesini bekleyen çocuklar kendi kendilerini motive edebilen, düzenli, zorluklarla başa çıkabilen ve başarısızlık karşısında direnç gösterebilen yetişkinler olmuşlardı. Buna karşın, tek şekerlemeyi anında kapanlar dikkati dağınık, daha az motivasyonlu ve düzensiz bireyler olup çıkmışlardı.

Anlık memnuniyetleri erteleyerek uzun vadeli başarıya odaklanabilme yeteneği, mühim hedeflere ulaşabilmek için hayati önem taşır. Örneğin, araştırmalar, öğrencilerin gelecekteki akademik başarılarını öngörmede öz disiplin düzeylerinin zekâ testlerinden

daha etkili olduğunu göstermektedir.⁽¹⁸⁾ Sınıf ortamı dışında da diyet yapıp da o ağız sulandıran bir dilim keke karşı gelebilenler daha hızlı kilo vermekte, derslerini düzenli tekrar etme zorluğuna katlanan öğrenciler sınavlarda daha yüksek not almakta ve müsabakalara saatlerce antrenman yaparak hazırlanan sporcular daha fazla madalya kazanmaktadır. Mischel'in elde ettiği sonuçlar, bu yeteneğin çok küçük yaşta oluşmaya başladığını ve hiç değişmeden yetişkinliğe ulaştığını ortaya koymaktadır. Bulguları, çocukların büyük bir yüzdesinin birkaç dakika sabredip iki şekerlemeyi yemek yerine birini hemen mideye indirmeyi tercih ettiğini ve sonra da hayatları boyunca hedeflerine ulaşmada zorlandıklarını da gözler önüne sermiştir.

Diyelim ki, şekerlemeyi anında kapacak yapıda bir çocuğunuz var. Sizce çocuğunuzun dürtülerini kontrol etmesine ve terbiyeli davranmasına yardımcı olmanın en iyi yolu nedir? İyi polisi oynamak mı ("Tatlı bir çocuk olup bilgisayarda sadece 30 dakika oynar mısın?), yoksa daha tehditkâr bir yaklaşım benimsemek mi? ("Bilgisayarın başından hemen şimdi kalkmazsan o optik fare birazdan senin USB girişinden girecek!") 1960'lı yıllarında ortalarında, Stanford Üniversitesi'nden Jonathan Freedman, bu mesele üzerine bir deney gerçekleştirmiş ve şaşırtıcı sonuçlara ulaşmıştır.⁽¹⁹⁾ Çalışmasına, California'daki yerel iki okuldan birine devam etmekte olan yedi ila on yaşları arasında yaklaşık kırk erkek çocuğu dahil etmiştir. Bir odaya teker teker davet edilen çocuklardan beş oyuncaktan her birini ne kadar sevdiklerini o ("çok ama çok kötü bir oyuncak) ila 100 ("çok ama çok iyi bir oyuncak) arasından bir sayıyla değerlendirmeleri istenmiştir. Oyuncakların dördü oldukça sıradandır; ucuz, plastik bir denizaltı; çocuk için beysbol eldiveni; oyuncak bir traktör ve oyuncak Dick Tracy silahı. Buna karşın, beşinci oyuncak çok daha pahalı ve heyecan vericidir: 1960'lı yılların teknolojisinin doruklarını yansıtan uzaktan kumandalı bir robot.

Değerlendirmelerin tamamlanmasının ardından, araştırmacı halletmesi gereken bir işi olduğunu ve beş dakikalığına odadan ayrılması gerektiğini söylemiştir. Çocuğa robot haricindeki diğer dört oyuncakla oynayabileceğini belirtmiştir. Çocukların yarısına söz dinlemezlerse kötü şeyler olacağını açıkça ifade etmiş (“Robotla oynarsan çok sinirleneceğim ve bu konuda bir şey yapmam gerekecek”), diğer yarısına ise daha yumuşak bir yaklaşım sergilemiştir (“Robotla oynama. Robotla oynaman yanlış”). Daha sonra, araştırmacı odadan ayrılarak çocuğu “gel de benimle oyna” diyen cezp edici robotla baş başa bırakmıştır. Yaklaşık 5 dakika sonra, araştırmacı geri dönmüş, çocuğa teşekkür etmiş ve gidebileceğini söylemiştir.

Çocuklar şeytana uymuşlar mıdır? Bunu belirlemek üzere, araştırmacılar robotun içine yerinden oynatılıp oynatılmadığını gösteren gizli bir araç yerleştirmişlerdir. Veriler, çocuklardan sadece ikisinin kendilerini kontrol ederek robotla oynamamayı başardığını ortaya koymuştur. Bu çocuklardan ilki, robotla oynamaması konusunda sert talimatlar verilen gruptan, ikincisi ise daha yumuşak yaklaşılana gruptan çıkmıştır. Böylece, araştırmacı odada yokken her iki yaklaşımın da eşit derecede etkisiz olduğu anlaşılmıştır.

Diğer yandan, Freedman, kısa vadede herhangi bir fark görmeyi beklemiyor; uzun vadede ortaya çıkabilecek farklarla ilgileniyordu. Nitekim yaklaşık altı hafta sonra, bir bayan araştırmacıyı aynı çocuklarla farklı bir deney gerçekleştirmesi için yeniden okullara göndermiştir. Bir odaya alınan her çocuktan resim çizmesi istenmiştir. Odanın bir köşesine önceki deneyde kullanılmış olan oyuncaklar konmuş ve çocuğa resmini bitirdikten sonra oyuncaklardan herhangi biriyle oynayabileceği söylenmiştir. Bu sefer, oyuncaklardan biriyle oynanmaması konusunda herhangi bir kısıtlama getirilmemiştir. İki grup arasında büyük bir fark ortaya çıkmıştır. Önceki deneydeki “Robotla oynarsan çok sinirleneceğim ve bu konuda bir şey yapmam gerekecek” grubundakilerin yüzde

77'si, "yumuşak bir yaklaşım sergilenen" gruptakilerin ise yüzde 33'ü robotla oynamıştır. Araştırmacının birkaç hafta önce vermiş olduğu talimatlardaki bu farklılığın çocukların takip eden davranışları üzerinde büyük bir etkisi olmuş ve yumuşak ifadelere daha çok itaat edildiği fark edilmiştir.

Peki, ama bu büyük farkın sebebi nedir? Bunun çeşitli olası açıklamaları vardır. Kimi araştırmacılara göre, mesele insanların tehditlerle ilgili düşünce tarzıdır. Normalde, insanlar yapmak istedikleri bir şeyi bir başkası yapmamalarını istediğinde tehdit edilirler. Bir şeyi ne kadar çok yapmak isterlerse onu yapmalarına mani olmak için o kadar büyük bir tehdit gerekir. Bu yaklaşıma göre, güçlü tehditlere maruz kalan çocuklar bilinçaltılarından şu şekilde düşünmüş olabilirler: "Vay canına, insanlar benim gerçekten yapmak istediğim bir şeyi yapmamı istemediklerinde böyle büyük tehditlerde bulunurlar; öyleyse robotla oynamayı gerçekten istiyor olmalıyım." Aynı mantığa göre, çocuklardan robotla oynamamaları yumuşak ifadelerle istendiğinde, çocuklar bu oyuncakla gerçekten oynamak istemediklerine ikna olmuş olabilirler.

Diğer bazı araştırmacılar ise, tehdidin robotu yasak meyve konumuna getirdiğini ve içimizdeki yasak olan bir şeyi yapma dürtüsünü alevlendirdiğini iddia etmektedir. Her ne kadar akademik çevreler bu eğilimin meraktan mı, inatçılıktan mı, yoksa asilikten mi kaynaklandığı konusunda hemfikir olmasalar da herkes bu etkinin son derece güçlü olduğuna inanmaktadır. Gençlerin sigara ve alkol tüketimini ya da hızlı araba kullanmasını yasaklamanın geri tepmesinin nedeni de budur.⁽²⁰⁾

Öz disiplinin gizli biliminde, bazı çocuklar dürtülerini kontrol etmekle ilgili doğuştan gelen bir yeteneğe sahipken, diğerleri anlık memnuniyetlere karşı direnç göstermede oldukça zorlanır. Daha sonra iki tane şekerleme yiyebilecekken bir tanesini hemen mideye indiren çocuklarda öz disiplin geliştirmeye çahşırken unutmayın ki, ne kadar küçük tehditte bulunursanız o kadar büyük bir etki elde edersiniz.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Şekerleme Testi. Şekerleme testini kendi çocuklarınız veya arkadaşlarınız üzerinde gerçekleştirmek gayet kolaydır. Onlara sevdikleri bir yiyeceğin küçük bir porsiyonunu hemen veya daha büyük bir porsiyonunu 10 dakika bekledikten sonra yiyebileceklerini söyleyin. Bu hızlı ve eğlenceli testi yaparken kobay farelerinizin test boyunca yiyeceğin küçük ve büyük porsiyonlarını görmelerini sağlayın. Mischel'in araştırmaları, deneyin etkili olabilmesi için insanların en sevdikleri yiyeceğin görüntüsüyle baştan çıkarılmaları gerektiğini göstermektedir!

Başlar ve Ayak Parmakları. Şekerleme Testi dürtüsellliği ölçerken, diğer araştırmacılar çocukların akıllarına gelen ilk şeyi yapmak yerine talimatları dinlemeleri, dikkatlerini vermeleri ve kendilerinden bekleneni yapmaları için ihtiyaç duydukları öz disipline odaklanmışlardır. Oregon Eyalet Üniversitesi'nden Megan McClelland ve meslektaşları tarafından gerçekleştirilen bu çalışmaların bazılarında, dört ila beş yaşlarında yüzlerce çocuğa "Baştan Ayak Parmaklarına" adlı bir oyun oynatılmıştır.⁽²¹⁾ Oyun sırasında, araştırmacı "Başınıza dokunun" veya "Ayak parmaklarınıza dokunun" cümlelerini kurar. "Başınıza dokunun" cümlesini duyduklarında çocukların ayak parmaklarına dokunmaları; "Ayak parmaklarınıza dokunun" cümlesini duyduklarında ise başlarına dokunmaları gerekmektedir. Araştırmalar, küçük çocukların bu oyundan elde ettikleri puanların okuma ve matematik yeteneklerini öngördüğünü iddia etmektedir. Oyunu oynamak için kuralları çocuğunuza anlatın ve birkaç deneme yapmasına izin verin. Sonra, rastgele bir şekilde "Başına dokun" veya "Ayak parmaklarına dokun" cümlelerini söyleyin. Çocuğunuz duraksamadan doğru yanıt verdiğiğinde 2 puan, yanlış yanıt verecekken son anda kendini toparladığında 1 puan ve yanlış yanıt verdiğiğinde de 0 puan verin. İki cümleden birini toplam

on kere söyleyin ve çocuğunuzun nasıl bir puan elde ettiğine bakın. Ortalama olarak, üç yaşındaki çocuklar 3 puan; dört yaşındakiler 10 puan ve beş yaşındakiler de 14 puan alırlar. Eğer çocuğunuz bu aralıkta bir puan elde etmezse panik yapmayın! Çocukların farklı aralıklarda puanlar elde etmeleri gayet normaldir. Ama düşük bir puan çocuğunuzun aşağıdaki bazı oyunlardan fayda görebileceğine işaret edebilir.

Odaklanmaya Odaklanmak. Araştırmalar, belirli türlerde oyunlar oynamanın çocuklara dikkatlerini odaklamayı, talimatlara uymayı ve öz denetimi geliştirmeyi öğretebileceğini göstermektedir.⁽²²⁾ “Don Oyunu”nda, çocuğunuza müzik eşliğinde dans etmesini ve müzik durduğunda donup kalmasını söyleyin. Oyunun ilk bölümünde, çocuğunuz ağır şarkılarda yavaş, tempolu şarkılarda hızlı dans etmelidir. Bu safhada beceri kazandıktan sonra, çocuğunuzdan tam tersini yapmasını isteyin. Benzer bir egzersiz olan “Orkestrayı Yönetme” oyununda, çocuğunuza herhangi bir müzik enstrümanı verin ve müziğini sözde bir orkestra değneğiyle yönetin. Oyunun ilk kısmında, değneği salladığınızda çocuğunuz enstrümanı çalmalı, yere indirdiğinizde durmalıdır. Sonra, siz değneği hızlı bir şekilde sallarken o da müziği hızlı çalmalı, yavaş sallarken de yavaş çalmalıdır. Son olarak, çocuğunuz bunun tam tersini yapmalıdır. Bu egzersizlere ek olarak, öz disiplinin çocuklarca anlaşılması, değerinin bilinmesi ve geliştirilmesine yardımcı olan çeşitli başka teknikler de mevcuttur. Örneğin, çocuğunuzdan ismini baskın olmayan eliyle yazmasını, yılın aylarını veya haftanın günlerini tersine saymasını veya 30 saniye içinde belirli bir kategoriden sayabildiği kadar nesne (örneğin, sebzeler, evcil hayvanlar, ülkeler gibi) adlandırmasını isteyebilirsiniz. Ayrıca, çocuğunuzun bir şeye fazlaca konsantre olduğunu gördüğünüzde, ne kadar süredir konsantre olduğunu düşündüğünü (bir şeye odaklanıldığında zamanın daha hızlı akıp gittiğini belirterek) veya biri onu rahatsız ettiğinde nasıl hissettiğini sorarak (biri onu rahatsız etse bile göreve yeniden odaklanabilme yeteneğinin önemini hatırlatarak) onu kendi davranışını yansıtmaya teşvik edebilirsiniz.

Tehditlerden Kaçınmak. Tehditler kısa vadede işe yararken, uzun vadede tam tersi etkide bulunabilir. Belirli bir şeyi yapması durumunda meydana gelecek kötü şeyleri çocuğunuza sıralamanız, o aktiviteyi çocuğunuz için daha çekici kılabilir. Bunun yerine, oyuncak robot deneyinde kullanılan “yumuşak yaklaşımı” deneyebilirsiniz. Çocuğunuza bir şeyi yapmasını istemediğinizi söyleyin ve konuyu orada kapatın. Çocuğunuz neden kendisine mani olduğunuzu sorarsa olası nedenleri kendisinin bulmasını isteyin.

10. KİŞİLİK

Yazıbilimine'neden güvenmemelisiniz, kişilerin parmaklarına, evcil hayvanlarına ve yatma saatlerine bakarak karakterleriyle ilgili sihirli bir kavrayış elde etmenin yolları.

2005 yılında, dünya liderleri İsviçre’de düzenlenen büyük bir ekonomi forumu için bir araya gelerek dünya gezegenini bekleyen bazı önemli sorunları tartışmışlardır. Yoksulluktan özelleştirmeye, kapitalizmden iklim değişikliğine, hiçbir şey liderlerin kartal gözlelerinden ve güçlü zihinlerinden kaçmamıştır. Öte yandan, çok sayıda mesele olmasına rağmen, medyada yer alan haberlerin çoğu, basın toplantısı katılımcılarından birinin salonda unutmuş olduğu bir kâğıt parçasına odaklanmıştır.

Gazeteler, Tony Blair’in toplantı sırasında almış olduğu notları ve çizdiği karalamaları içeren bir kâğıdı ele geçirmeyi başarmıştı. Çeşitli yazıbilim uzmanlarından, o dönemde İngiltere’nin başbakan yardımcısı olan Blair’in el yazısına ve çizdiği şekillere dayanarak psikolojik değerlendirmesini yapmasını istemişlerdi. Derhal bu zorlu görev üzerine çalışmaya başlayan uzmanlar, Blair’in birbirinden kopuk harflerinin, sağa eğimli yazısının ve “D” harflerini yazış şeklinin “sezgi gücünün iş başında olduğunu” gösterdiğini; Blair’in karmaşık bir dünyada kontrolünü yitirmemeye çalıştığını, en iyiyi uman bir hayalperest olduğunu, görevleri tamamlamada zorlandığını ve bilinçdışı bir şekilde siyasi kariyerinin sona ermesini istediğini ifade etmişlerdir.

Bahsedilen zaman diliminde, Blair yaklaşmakta olan seçimler de dahil birçok siyasi sorunla ve skandalla baş etmeye çalışıyordu. Dolayısıyla yukarıdaki gözlemler Blair’in kişiliğini doğru bir şekilde yansıtıyor gözükmekteydi. Diğer yandan, birkaç gün sonra, hiçbir şeyin görüldüğü gibi olmadığı ortaya çıkmıştı. Nitekim Downing Caddesi, kâğıdın Blair’e ait olmadığını açıklamıştı. Görünen o ki,

yazı ve karalamaların sahibi toplantı katılımcılarından Bill Gates'e aitti; yani Microsoft'un kurucusu olan dünyanın en başarılı işadamlarından birine...

Yazıbilimi taraftarlarına göre, Blair-Gates karışıklığı ufak bir yanlışlıktan ibaretti ve genel olarak bir kişinin el yazısı kişiliği, zekâsı, sağlığı ve hatta suça eğilimi konusunda şaşırtıcı derecede doğru öngörülerde bulunabilirdi.⁽¹⁾ Bu iddialar çoğu firmanın personel departmanınca da ciddiye alınmakta; anketler İngiliz ve Amerikan işletmelerinin yüzde 5 ila 10'unun işe alım süreçlerinde uygun olmayan adayları elemek için yazıbiliminden yararlandıklarını göstermektedir.

Peki, bunda gerçekten bir doğruluk payı var mıdır, yoksa yazıbilimi de bir başka zihin efsanesi midir? Araştırmacı Geoffrey Dean, zamanının büyük bir kısmını bu konuyu incelemeye adanmış, yazıbilimi üzerine yüzlerce bilimsel çalışmayı toplayarak bu eski sanat türünün taraftarlarının iddialarını araştırmada kullanmıştır. Sonuçlar ürperticidir.

Bir incelemesinde, Dean, iş ortamında yazı bilimini ele almış olan on altı bilimsel makalenin bulgularını karşılaştırmıştır. Yazıbilimcilerin personel performansları üzerine öngörülerini süpervizörlerin iş eğitimi sırasındaki başarı değerlendirmeleriyle mukayese etmiştir. Sonuçlar, yazıbilimcilerin tahminleriyle işteki başarı ölçümleri arasında küçük bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Hatta yazıbilimcilerin yorumları, konu üzerine hiçbir bilgisi olmayan, farklı mesleklerden oluşan bir kontrol grubununki ile aynı tutarlılıkta bulunmuştur.

Bir başka analizinde, Dean, bir kişinin karakterinin yazıbilimcilerin girişimleriyle mi, yoksa bilimsel olarak doğrulanmış kişilik testlerinde elde ettiği puanlarla mı daha doğru belirlenebileceğini karşılaştıran araştırmacıların çalışmalarını ele almıştır. Dean, bilimsel dergi makalelerini toplamış (bu sefer elli altı tanesini) ve sonuçlarını incelemiştir. Yazıbilimcilerin isabetliliği

zayıf bulunmakla kalmamış; el yazısından kişilik değerlendirmesi yapmak üzerine hiçbir eğitimi ya da geçmiş olmaya n kişilerden oluşan kontrol grubundakiler de sözde uzmanlar kadar doğru puanlamalar yapmıştır.

İnsanların kişiliklerini yazıbilimine dayanarak tahmin etmek söz konusu olduğunda, veriler gayet açıktır. Blair-Gates karışıklığı küçük bir yanlışlıktan ibaret değildir; tam tersi, yazıbilimini araştıran bilimsel çalışmaların bulgularının sembolüdür. Yazıbilimi taraftarlarının iddialarının aksine, araştırmalar yazıbiliminin kişilik üzerine doğru ve güvenilir bir öngörü sağlamadığını ve personel performansının değerlendirilmesinde kullanılmaması gerektiğini öne sürmektedir.

Öyleyse bir insanın el yazısına bakarak kişilik yapısıyla ilgili tahminde bulunamayacaksa bunu başarmanın başka bir yolu var mıdır? Bu sorunun cevabı, Büyük Beşli olarak bilinen bir kavramı, on sekizinci yüzyılın kadın avcısı Giacomo Casanova'yı ve araba yapıştırma larını içermektedir.

Büyük Beşli

Dünyanın en büyük düşünürleri, insan kişiliğinin karmaşıklığını anlamaya çalışmıştır. Freud insanların en fazla zevk edindikleri bedensel kanala dayanarak en iyi sınıflandırılacaklarına inanmış; Victoria döneminde yaşamış asi bilim adamı Francis Galton kafatasındaki yumruları incelemiş; Jung kişiliğin doğum anında yıldızların konumuna bakarak belirlenebileceğini düşünmüştü.

Freud, Galton ve Jung, rüyaları veya kafatası şekillerini keşfetmeye çalışarak ya da ilham için gökyüzüne bakarak zamanlarını boşa harcarken, diğer bilim adamları daha makul ve nihayetinde daha verimli olan bir yaklaşım izlemişlerdir.⁽²⁾ Bu araştırmacılar, insan ruhunun gizli yapısının dilin içinde saklı olduğuna inanmaktaydılar. İnsanların kendilerini ve diğer insanları tarif etmede kullandıkları kelimelerin kişiliğin temel boyutlarını yansıttığını öne sürdüler. Eğer bu doğruysa bir kişiyi tanımlamada kullanılabilecek tüm kelimelerin dikkatle toplanıp harmanlanmasıyla bu temel yapı keşfedilebilecektir.

1930'lu yıllarda, bir grup kararlı araştırmacı bu girişimi başlatarak büyük bir sözlüğü sayfa sayfa incelemiş ve kişiliği tanımlamada kullanılabilecek her kelimayı kaydetmiştir. “İlginç”ten “iğrenç”e, “sevecen”den “saldırgan”a, araştırma ekibi 18.000’den fazla kelimedenden oluşan bir liste yapmıştır. Sonra, listeyi bir kez daha elden geçirip göreceli olarak daha sabit ve merkezî özellikleri tanımlayan 4000 kelime belirlemiştir. 1940’lı yıllarda, bir başka araştırmacı grubu çalışmayı devam ettirerek bu kısaltılmış listeyi yaklaşık 200 kelimeye indiren bilgisayar tabanlı bir incelemeye tabi

tutmuştur. Sonraki kırk yıl boyuca, binlerce insandan kendisini ve diğer insanları bu sıfatların çeşitli altkümeleriyle değerlendirmeleri istenmiştir. Araştırmacılar, insanların birbirinden farklılaştığı temel boyutları belirleyebilmek amacıyla verileri analiz etmek için giderek daha da karmaşıklaşan istatistiksel tekniklerden yararlanmışlardır. 1990'lı yılların başlarında, pek çok farklı ülkede ve kültürde yürütülmekte olan büyük ölçekli çalışmaların kişiliğin beş temel boyutu olduğunu doğrulamasıyla nihayet fikir birliğine varılmıştır.⁽³⁾

Bu faktörler bir arada kişilik araştırmalarının kutsal kâsesini simgelemekte ve topluca Büyük Beşli olarak adlandırılmaktadır. Bu beş boyut yıllar içinde farklı etiketler almış olsa da genel olarak “Açıklık,” “İnsaflılık,” “Dışadönüklük,” “Uzlaşılabilirlik” ve “Nevrozluluk” olarak isimlendirilmiştir. Her boyut yüksekten alçağa inen bir ölçekle ölçülmekte ve herkesin ölçekte bulunduğu yer beş üzerinden bir puanla tanımlanabilmektedir. Diğer araştırmalar, boyutların genler ve çocukluk deneyimlerinin bir kombinasyonu ile belirlendiğini göstermiş ve kişinin hayatı boyunca değişmeden kalarak ilişkileri, işyerindeki performansı, hobileri, tüketim tercihleri, dini ve siyasi görüşleri, yaratıcılığı, espri anlayışı ve sağlığı da dahil olmak üzere davranışlarının neredeyse her yönünü etkilediğini ortaya koymuştur.

Peki, bu beş boyutun özünde ne yatmaktadır ve her birinden yüksek ya da düşük puan almak ne anlama gelir?

“Açıklık,” kişinin yeni, ilginç ve olağandışı deneyimleri ne derece aradığını ve takdir ettiğini simgeler. Yüksek puan alanlar meraklı ve geniş fikirlidirler. Çabuk sıkılırsalar da belirsizliklere katlanmada iyidirler ve durumlara ya da sorunlara farklı açılardan bakmada yeteneklidirler. Yaratıcı, özgün, akıllı, komik ve alışılmışın dışındadırlar. İçsel hayatları zengindir, yeni fikirleri severler, rüyalarını çoğu zaman hatırlarlar ve iyi hipnoz konusu olurlar. Buna karşın, düşük puan alanlar daha gelenekseldir, ayakları yere

basar ve olayların daha uygulanabilir yönüne odaklanırlar. Aşına oldukları yerlerde bulunmayı ve bildikleri yemekleri yemeyi tercih ederler. Sorunları adım adım çözmeye meyillidirler.

“İnsaflılık,” hedeflere ulaşmak için uygulanan organizasyon, inatçılık ve öz disiplin derecesini yansıtır. Yüksek puan alanlar çok düzenli, güvenilir, çalışkan ve dayanıklıdır; uzun vadeli başarı uğruna kısa vadeli ödüllere vazgeçebilirler. İş ortamında başarılıdırlar, Yeni Yıl hedeflerine ulaşmaya çalışırlar ve dakiktirler. Genel olarak diğer insanlardan daha uzun yaşarlar; çünkü dikkatsizce araç kullanmak gibi riskli davranışlardan kaçınırlar, egzersiz yapmaya daha meyillidirler, daha düzenli beslenirler ve sağlık kontrollerini düzenli bir şekilde yaptırırlar. Düşük puan alanlar pek güvenilir değildir, uysaldır ve hazzıdır. Motive edilmeleri zordur ve dikkatleri kolayca dağılır; öte yandan, değişen koşullar karşısında oldukça esnek davranabilirler.

“Dışadönüklük,” dış dünyadan ve diğer insanlardan gelen uyarılara duyulan ihtiyacı temsil eder. Bu boyutta yüksek puan alanlar eğlenceli, dürtülerine göre hareket eden, iyimser ve mutludurlar; insanlarla birlikte olmaktan keyif alırlar, geniş bir arkadaş ve tanıdık çevresine sahiptirler. Yönetilmekten ziyade yönetmeyi tercih ederler, açık seçik esprilerden hoşlanırlar, daha fazla alkol tüketirler, aynı anda birden fazla görevi yerine getirebilirler, anlık memnuniyetler peşindedirler, diğer insanlardan daha çok cinsel partnere sahiptirler ve partnerlerini daha fazla aldatırlar. Düşük puan alanlar çok daha makul, kontrollü ve ağırbaşlıdırlar. Sosyal hayatları göreceli olarak az sayıda yakın arkadaş etrafında döner ve gece dışarı çıkmaktansa evde iyi bir kitap okumayı tercih ederler. Acıya karşı daha hassastırlar, tek bir göreve odaklanmada başarılıdırlar, kelime oyunları gibi daha entelektüel esprilerden keyif alırlar ve dikkatlerinin çok az dağılacağı kapalı ofislerde çalışmayı severler.

“Uzlaşılabilirlik,” kişinin diğer insanlarla ne derece ilgilendiğini gösterir. Yüksek puan alanlar güvenilir, fedakâr, nazik, şefkatli ve her şeyden önemlisi sevimlidir. Daha az boşanırlar, iş görüşmelerinde daha çok tercih edilen elemanlar olurlar ve daha çok terfi ederler. Düşük puan alanlar çok daha saldırgandır; düşmanca ve işbirliğinden uzak davranırlar. Olaylara kendi bakış açılarından bakarlar, diğer insanların duygu ve düşünceleriyle pek ilgilenmezler, inatçılık gerektiren durumlarda daha iyi performans gösterirler ve kimse onları kolay kolay kendi çıkarı için kullanamaz.

Beşinci ve son boyut olan “nevrozluluk,” kişinin duygusal açıdan istikrarlı olma derecesini ve stresli durumlarla baş edip edemediğini yansıtır. Yüksek puan alanlar endişeye çok daha açıktır, düşük özsaygıya sahiptirler, kendileri için gerçekçi olmayan hedefler belirlerler ve üzüntü, husumet ve kıskançlık gibi olumsuz duyguları daha çok barındırırlar. Sevmeye olan ihtiyaçları düşük özsaygıyla birleşince ilişkileri fazla sahiplenici ve bağımlı olabilir. Düşük puan alanlar sakin, rahat, başarısızlık karşısında dirençli ve duygusal açıdan güvenlidirler. Hayattaki olumsuz olaylara karşı soğukkanlıdırlar, kendilerinin ve diğer insanların endişelerini azaltmak için espritüel bir yaklaşım sergileyebilirler, talihsizliklerle çok iyi baş ederler ve hatta bazen stresten beslenirler.

Günümüzde, çoğu psikolog insan kişiliğinin görünen karmaşıklığının bir yanılsama olduğuna inanmaktadır. Gerçekte, insanlar sadece beş temel boyutta birbirlerinden farklılaşırlar. Bu boyutları anladığınızda, davranış ve düşünceleriniz hakkında önemli bir kavrayışa ulaşabilirsiniz. Benzer şekilde, çevrenizdeki insanların kişilik yapısını hızla kavrayabilmeniz, davranışlarını anlamanızı ve onlarla en iyi nasıl iletişim kurabileceğinizi görmenizi sağlayabilir. Modern çağ araştırmaları Freud, Galton ve Jung’un yanıldığını öne sürmekte; kişiliği anlamanın sırrının dilimizin ve hayatımızın derinliklerine işlemiş olan beş temel faktörde gizlendiğini söylemektedir.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Psikologlar, insanların Büyük Beşli boyutlarının her birine verdiği cevapları dikkatle ölçebilmek amacıyla çeşitli soru formları oluşturmuşlardır. Maalesef, bu formların çok sayıda sorusu mevcuttur ve doldurulmaları uzun sürmektedir. Öte yandan, bazı araştırmacılar, sizin bu beş boyutun her birindeki konumunuzu keşfetmenize yardımcı olacak daha hızlı ve kolay bir uyarlama geliştirmişlerdir.⁽⁴⁾ Bu yeni model mükemmel bir tanımlama sağlamasa da kişiliğinizi oluşturan temel kuvvetler hakkında fikir edinmenize yarayabilir.

Formu doldururken, her ifadenin sizi ne derece doğru tanımladığını açıklamak amacıyla aşağıdaki değerlendirme ölçeğini kullanın. Kendinizi gelecekte olmayı umduğunuz şekilde değil, şimdi olduğunuz gibi anlatın. Kendinizi aynı cinsiyetten ve yaklaşık aynı yaşlarda insanlarla mukayese ederek mümkün olduğunca dürüst bir şekilde değerlendirin. Bu aşamada, her kutunun sağ üst köşesindeki sayıyı görmezden gelin.

Puanlama

5. ("mükemmel fikirleri olan") ve 10. ("soyut fikirleri anlamada zorlanan") ifadede işaretlediğiniz kutuların sağ üst köşesindeki sayılara bakın. Bu iki sayıyı toplayarak Açıklık boyutundaki puanınızı elde edin. Puanınız 10 veya 10'un altındaysa düşük puan aldığınızı, 10'un üstündeyse yüksek puan aldığınızı kabul edin. Puanlarınızı tablonun arkasındaki sayfaya yazın: Çizginin üzerine toplam puanınızı yazın ve Düşük veya Yüksek puan kutusunu işaretleyin.

Kendimi ... biri olarak görüyorum	Şiddetle karşı çıkıyorum	Kısmen karşı çıkıyorum	Biraz karşı çıkıyorum	Ne katılıyorum ne karşı çıkıyorum	Biraz katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Şiddetle katılıyorum
1 partilerin vazgeçilmezi olan	1	2	3	4	5	6	7
2 diğer insanlar için az endişe duyan	7	6	5	4	3	2	1
3 her şeye hazırlıklı olan	1	2	3	4	5	6	7
4 kolayca strese giren	1	2	3	4	5	6	7
5 mükemmel fikirleri olan	1	2	3	4	5	6	7
6 pek konuşmayan	7	6	5	4	3	2	1
7 diğer insanlarla ilgili	1	2	3	4	5	6	7
8 eşyayı yerlerine koymayı sık sık unutan	7	6	5	4	3	2	1
9 çoğu zaman rahat olan	7	6	5	4	3	2	1
10 soyut fikirleri anlamada zorlanan	7	6	5	4	3	2	1

Açıklık

5. ve 10. ifadelerin toplamı: ____

☐ Düşük (10 ve altı) ☐ Yüksek (10'un üzeri)

Şimdi, aynı işlemi kalan dört boyut için de tekrar edin:

İnsafllık

3. ve 8. ifadelerin toplamı: ____

☐ Düşük (11 ve altı) ☐ Yüksek (11'in üzeri)

Dışadönüklük

1. ve 6. ifadelerin toplamı: ____

☐ Düşük (9 ve altı) ☐ Yüksek (9'un üzeri)

Uzlaşılabilirlik

2. ve 7. ifadelerin toplamı: ____

☐ Düşük (10 ve altı) ☐ Yüksek (10'un üzeri)

Nevrozluluk

4. ve 9. ifadelerin toplamı: ____

☐ Düşük (9 ve altı) ☐ Yüksek (9'un üzeri)

Puanlarınıza Bağlı Olarak Hızlı Bir Analiz ve Birkaç Pratik İpucu

Açıklık. Yüksek puan alanların hayal gücü ve yaratıcılığı zengindir, fakat her şeyden çabucak sıkılma eğilimleri vardır ve zihinlerini sürekli olarak yeni fikir ve deneyimlerle beslemeleri gerekir. Düşük puan alanlar yere daha sağlam basarlar, mevcut bir düşünceyi gerçeğe dö-

nüştürme fırsatı ararlar, radikal değişimlerden ziyade adım adım ilerler ve kurallara uyarlar.

İnsafllık. Yüksek puan alanlar kurallara uymayı severler, düzenli ve sorumluluk sahibidirler. Her şeyin bir yeri olduğu ve her şeyin yerinde olduğu düzenli ve öngörülebilir ortamlarda daha iyi performans gösterirler. Düşük puan alanlar daha kaygısızdır, hayattan keyif almayı bilirler; ama öz disiplin söz konusu olduğunda yardıma ihtiyaç duyabilirler.

Dışadönüklük. Yüksek puan alanlar diğer insanların varlığından enerji alır, partileri sever ve sopadan ziyade havuçla motive olurlar. Buna karşın, düşük puan alanlar yalnız olabildikleri ve sessiz ortamlarda çalışmaktan daha keyif alırlar, sabahları daha canlıdırlar ve ödül vaa- dinden ziyade ceza korkusuyla daha çok motive olurlar.

Uzlaşılabilirlik. Yüksek puan alanlar güvenilir, dost canlısı ve işbir- liğine yatkındırlar. Fakat bu verici yapılarından diğer insanların fay- dalanmaması için dikkatli olmaları gerekir. Düşük puan alanlar daha atılgan ve rekabetçidirler; zorlandıkları ve düşüncelerini doğrudan ifade edebildikleri durumlarda kendilerini gösterirler.

Nevrozluluk. Yüksek puan alanlar güvensizliğe ve duygusal sıkıntıya açıktırlar; kendilerini üzen durumlardan kaçınmaya çalışırlar çünkü bu olumsuz duyguların geçmesi biraz zaman alır. Düşük puan alanlar daha rahat, daha az duygusal ve sıkıntıya daha az açıktırlar. Diğer insana- rın stresli bulunduğu durumlarda onlar daha iyi performans sergilerler.

Büyük Beşlinin Ardında

Araştırmalar, kişiliğin temel boyutlarındaki farklılıklardan beyin fonksiyonu ve yetiştirilmedeki farklılıkların sorumlu olabileceğini öne sürmektedir.

Örneğin, dışadönüklük ve beyin aktivasyonu arasında bir ilişki mevcuttur. Bir insanın kafatasını açıp da içine baktığınızda, beyin zarını oluşturan kıvrımlı doku kütesini görürsünüz. Bu büyük et parçası, bir beynin ağırlığının yaklaşık yüzde 80'ini oluşturur ve 100 milyar nöron barındırır. Her beyinzarının önceden ayarlanmış farklı bir uyarılma düzeyi vardır; tıpkı televizyonu açtığınızda sesin önceden ayarlanmış olması gibi. Beyin taramaları, dışadönüklükte düşük puan alan kişilerin önceden ayarlanmış uyarılma düzeylerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Bunun sonucunda, bu kişiler zaten tetikte olan beyinlerini daha fazla uyaracak durumlardan kaçınırlar ve sessiz ve öngörülebilir faaliyetler içindeyken kendilerini daha rahat hissederler. Bunun tam tersi, yüksek dışadönüklük için geçerlidir. Onların beyinleri çok daha düşük bir önceden ayarlanmış uyarılma düzeyine sahiptir, dolayısıyla sürekli bir stimülasyona gereksinim duyarlar. Bu nedenle, diğer insanlarla bir arada olmanın, risk almanın ve dürtüsel davranışların sağladığı daimi stimülasyon onlara iyi gelir.

Diğer çalışmalar, kişilik ve yetiştirilme arasındaki ilişkiye daha çok odaklanmıştır. Örneğin, California Üniversitesi'nden psikolog Frank Sulloway, açıklık düzeylerinin bir nebze de olsa kişinin en büyük çocuk ya da en küçük çocuk olmasına bağlı olarak önceden belirlendiğine inanmaktadır.⁽⁵⁾ Sulloway'in teorisine göre, küçük çocuklar ağabey veya ablalarının beceri ve yeteneklerini henüz geliştirmediklerinden, anne babalarının sevgi ve ilgisini çekmek için yeni yollar keşfederler. Bu da onları daha açık, yaratıcı, ge-

leneksel olmayan, maceraperest ve isyankâr insanlar yapar. Teorisini test etmek üzere, Sulloway, hayatın farklı kulvarlarında meşhur olmuş 6000'den fazla kişinin özgeçmişini incelemiş ve elde ettiği sonuçların şaşırtıcı olduğunu iddia etmiştir. Amerikan başkanlarının büyük çoğunluğunun (Jimmy Carter, George W. Bush ve Bill Clinton gibi) ailenin doğan ilk çocuğu olduğunu; öte yandan Jefferson, Marks ve Castro gibi devrim liderlerinin ailenin sonradan doğan küçük çocuğu olduğunu ifade etmiştir. Benzer şekilde, bilim söz konusu olduğunda, ilk doğanlar bilimin önde gelenleriyken, Darwin ve Kopernik gibi sonradan doğanlar, radikal ve yeni fikirler öne sürenlerdir. Eğer bu teori doğruysa çocukluk deneyimlerindeki göze çarpmayan farklılıkların kişilik üzerinde nasıl dramatik bir etkisi olabileceğini gösteren çarpıcı bir örnektir.

dikkat çekerek bunun anatomik açıdan hatalı olduğunu, çünkü erkeklerin yüzük parmaklarının işaret parmaklarından daha uzun olduğunu ifade etmiştir. Mengs, kendi işaret parmağının yüzük parmağından uzun olduğunu söyleyerek tablosunu savunmuştur. Bunun üzerine, Kazanova iddiasına bağlı kalmayı sürdürerek kendi yüzük parmağının işaret parmağından uzun olduğunu göstermiş, bunun çoğu erkekte böyle olduğunu ifade etmiş ve dolayısıyla kendi ellerinin “Âdem’in soyundan gelen tüm çocukları” gibi olduğunu öne sürmüştür. Buna gücenen Mengs, “Öyleyse ben kimin soyundan geliyor olabilirim?” diye sorduğunda, Kazanova “Hiçbir fikrim yok; ama benim türümden olmadığın kesin” diye cevap vermiştir. Kavga giderek büyümüş, nihayet kimin haklı olduğunu ortaya çıkarmak için 100 tabancasına iddiaya girerek ressamın hizmetkârlarını huzurlarına çağırmışlardır. Ellerin hızla tetkik edilmesinin ardından Kazanova’nın haklı olduğu anlaşılmış, Mengs ise bir konuda eşsiz olduğunu görmenin sevinciyle kendini avutmaya çalışmıştır.

Central Lancashire Üniversitesi’nden evrim psikologu Profesör John Manning, profesyonel hayatının çoğunu Kazanova tarafından ifade edilmiş olan parmak uzunluklarındaki farka adanmıştır ve bu meselenin insan ruhu üzerine şaşırtıcı ve önemli bir kavrayış sağladığını öne sürmektedir.⁽⁷⁾ Manning ve meslektaşları, insanların işaret ve yüzük parmaklarını ölçmekte, ilkinin uzunluğunu ikinciye bölerek “2D:4D” (ikinci parmak: dördüncü parmak) oranını elde etmektedir. Yüzük ve işaret parmakları tam olarak aynı uzunluktaysa 2D:4D oranı 1,00 olacaktır. Eğer yüzük parmağı işaret parmağından uzunsa bu oran 1,00’den az; eğer işaret parmağı yüzük parmağından uzunsa 1,00’den fazla olacaktır.

Araştırmalar, Kazanova’nın belirtmiş olduğu parmak uzunluğu düzeninin kadınlardan ziyade erkeklerle ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Nitekim erkeklerin ortalama 2D:4D oranı 0,98 iken, kadınları 1,00 civarındadır. Kısaca, erkeklerin yüzük parmakları

işaret parmaklarından genellikle daha uzun; kadınlarmkiler ise çoğunlukla aynı boydadır.

Peki, neden böyledir? Manning'e göre, bunun açıklaması kişinin hayatının en başına uzanmaktadır ve rahimdeki testosteron düzeyleriyle yakından ilişkilidir. Gelişiminin ilk birkaç haftası boyunca, her fetüsün erkek ya da dişi olma yeteneği vardır. Yaklaşık altı haftadan sonra, rahimdeki testosteron düzeyi değişir ve yüksek miktarda hormona maruz kalan fetüsler erkek, daha az miktarda hormona maruz kalanlar dişi olur. Manning, testosteronun kişinin işaret ve yüzük parmaklarının uzunluğunun belirlenmesinde önemli rolü olduğunu; yüksek düzeyde hormonun göreceli olarak daha uzun bir yüzük parmağıyla sonuçlandığını iddia etmektedir. Manning'in teorisi doğruysa kişinin 2D:4D oranı rahimde maruz kaldığı testosteron miktarıyla ilişkilidir ve o kişinin erkeklik ya da dişilikle ilişkilendirilen psikolojik ve fiziksel özelliklere sahip olma derecesine işaret etmelidir. Bu teoriye göre, düşük 2D:4D oranı olan kişiler diğer insanlara oranla daha fazla erkeksi özellik sergileyecek; yüksek 2D:4D oranı olanlar ise dişi yönleriyle daha fazla temasta olacaktır.

Bu son derece tartışmalı bir fikirdir ve pek çok eleştiri okunu üzerine çekmiştir.⁽⁸⁾ Öte yandan, fikrin taraftarları, fiziksel güç ve spordaki başarıyı inceleyen çalışmalar da dahil olmak üzere günümüzde çok sayıda araştırmanın teoriyi desteklediğini ileri sürmektedir. Bir çalışmada, parmak uzunlukları ölçülen bir grup erkekte omuz presi, ayakta baş üzerinden pres ve yatarak pres gibi çeşitli ağırlık kaldırma testlerini tamamlamaları istenmiştir.

⁽⁹⁾ Sonuçlar, beklenen ilişkiyi ortaya koymuştur. Düşük 2D:4D oranları olan erkekler yüksek oranları olanlardan daha fazla ağırlık kaldırabilmiştir. Aradaki farklar önemsenmeyecek boyutta değildir. Örneğin, baş üzerinden preste 2D:4D oranları 0,91 olanlar 1,00 üzerinde olanlardan 11 kilo daha fazla kaldırmıştır. Bir başka çalışmada, araştırmacılar dikkatlerini öğrenci koşuculara yönlen-

dirmiş ve 100 metre, 800 metre ve 1500 metreyi tamamlama süresinin 2D:4D oranlarıyla bağlantılı olduğunu; daha hızlı koşucuların daha düşük oranları olduğunu bulmuştur.⁽¹⁰⁾ Bir diğer mühim deneyde, Manning ve ekibi, İngiltere'deki en meşhur ve en yetenekli bazı futbolcuların parmak uzunluklarını ölçmeyi başarmıştır.⁽¹¹⁾ İngiltere Lig Şampiyonluğunun 100. yılının kutlamaları sırasında, araştırmacılar 300 futbolcunun elinin fotokopisini çekmiş ve parmak uzunluklarını futbol sahasına adımını atmamış olan 500 erkekte oluşan bir kontrol grubuyla karşılaştırmıştır. Futbolcuların 2D:4D oranları kontrol grubundakilerden anlamlı olarak daha düşük bulunmuştur. Oyuncular içindeki farklı gruplar arasında da büyük farklar ortaya çıkmış, yüksek performanslı lig efsaneleri ile (Kenny Dalglish, Trevor Francis ve Paul Gascoigne de dahil) uluslararası düzeyde oynamış olanların daha da düşük oranlara sahip olduğu görülmüştür.

Diğer çalışmalar, 2D:4D etkisinin belirli psikolojik özelliklere de erişebildiğini ileri sürmektedir. Çok sayıda araştırma, uzamsal bilginin zihinsel yönlendirilmesi üzerine testlerde erkeklerin kadınlardan genellikle daha iyi performans sergilediğini göstermiştir (kadınların yol bulmaya çalışırken haritayı çevirmeyi sevmeleri bundan kaynaklanıyor olsa gerek!). Bu bulguyla doğru orantılı olarak, Manning, düşük 2D:4D oranları olan erkeklerin (yani, teorisine göre, daha “erkeksi” beyinleri olanların) bu görevlerde diğer insanlara kıyasla daha başarılı olduklarına inanmaktadır.⁽¹²⁾ Benzer şekilde, kişilik söz konusu olduğunda, düşük 2D:4D oranları olan kadınların daha atılgan ve risksever olmak gibi daha erkeksi özellikler sergilediğini gösteren diğer çalışmalara da atıfta bulunmaktadır.⁽¹³⁾

Manning'e göre, bu etki müzik kabiliyetine bile uzanmaktadır. Kadınlardan neredeyse 10 kat daha fazla sayıda profesyonel erkek müzisyen olduğunu belirten Manning, müzik yeteneğinin erkeksi bir beyinle daha ilişkili olduğunu, dolayısıyla yüksek kabiliyetli

müziyenlerin düşük 2D:4D oranları olması gerektiğini iddia etmiştir. Bu düşüncesini test etmek üzere, İngiltere'nin meşhur bir senfoni orkestrasındaki 44 erkek üyenin parmak oranını ölçmüştür. Orkestra hiyerarşik bir yapıya sahiptir ve daha yetenekli müziyenlere daha kilit pozisyonlar verilmiştir. Manning, bu kilit pozisyonlarda görev alan kişilerin arkadaşlarına kıyasla çok daha düşük 2D:4D oranları olduğunu keşfetmiştir.⁽¹⁴⁾

Kendinizle ve diğer insanlarla ilgili gizemli bir içgörüye sahip olmak için geleneksel el falcılığını unutun ve dikkatinizi işaret ve yüzük parmağının uzunluğuna verin.

59 SANİYE VEYA DAHA KISA SÜREDE

Kimi araştırmacılar, işaret ve yüzük parmağınızın uzunluğunun psikolojik ve fiziksel yeteneklerinizle ilgili öngöründe bulunulmasını sağladığına inanmaktadır. Kendinizi çabucak değerlendirebilmeniz için sağ avuç içinizi kendinize çevirin ve işaret parmağınızla yüzük parmağınızın uzunluğuna dikkat edin. İşaret parmağınızın avucunuzla birleştiği yere bakın. Orada bazı çizgiler göreceksiniz. Cetvelin sıfır noktasını bu çizgilerin alt ortasına yerleştirin ve parmağınızın boyunu (tırnağınızın değil) milimetre olarak ölçün. Şimdi, aynı işlemi yüzük parmağınız için de tekrarlayın. 2D:4D oranınızı bulmak için işaret parmağınızın uzunluğunu yüzük parmağınızın uzunluğuna bölün.

Araştırmalar, erkekler için ortalama oranın 0,98 olduğunu; 0,94 civarında bir oranın özellikle daha erkeksi kabul edildiğini; 1,00'lık bir oranın ise daha dişil görüldüğünü ortaya koymaktadır. Kadınlar için ortalama oran 1,0 civarındadır ve 0,98 civarında bir oran daha erkeksi, 1,02'lik bir oran ise daha dişildir.

Meşhur Parmaklar

2D:4D oranının spor ve müzikte başarıyı öngördüğünü iddia eden araştırmalara ilk rastladığımda, aynı etkinin farklı mesleklerde ün kazanmış kişiler arasında da ortaya çıkıp çıkmayacağını merak ettim. Öte yandan, zengin ve ünlü insanların parmaklarını ölçmek sorun yaratacağından, bu fikrimi “muhtemelen hiç gerçekleştiremeyeceğim projeler” rafına kaldırdım. Sonra, yaklaşık bir sene önce, televizyonda Amerika’da yapılan bir seyahat belgeselini seyrederken aklıma aniden bir fikir geldi. Sahnelerden biri Los Angeles’te çekilmişti ve Hollywood Caddesi’nde yürüyen insanlarla yapılmış olan ayaküstü sohbetlerden oluşuyordu. Arka planda, dünyaca meşhur Grauman Çin Tiyatrosu görünüyordu ve bir anda bende jeton düştü.

1920’li yıllardan beri, tiyatronun avlusundaki beton bloklara dünyanın en meşhur insanların imzaları, ayak izleri ve el izleri yerleştiriliyordu. Acaba, bu kalıplardan parmak uzunlukları doğru bir şekilde ölçülüp şov camiasında bilinen isimlerin 2D:4D oranlarına ulaşmak mümkün olabilir miydi? Zihnim ardı ardına sorular üretmeye başladı? Başrollerde oynayan aktörlerin yüksek testosteron düzeyleri ve dolayısıyla düşük 2D:4D oranları olacak mıydı? Peki ya komedyenler? Onların başarısı yakışıklılıktan ziyade konuşma becerileri ve yaratıcılıklarına atfediliyorsa bu durum 2D:4D oranlarına da yansiyacak mıydı?

Fakat sorun şuydu ki, ben Londra’daydım, kalıplar ise Los Angeles’teydi. Birkaç bin millik bir mesafenin araştırmalarıma mani olmasına izin vermeyeceğimden, Jim Underdown adlı bir meslektaşım ile temas kurdum. Jim, şu anda Araştırma Merkezi (Centre for Inquiry - sözde normalüstü olguların şüphesi ve bilimsel olarak araştırılmasını destekleyen bir Amerikan kurumu)

için çalışmaktadır ve eski bir stand-up komedyenidir. Kurumun Los Angeles'teki kolunun başkanlığını yapmaktadır ve sözde UFO görüntülerinin incelenmesi ya da psişik güçleri olduğunu iddia eden kişilerin test edilmesi gibi pek çok tuhaf proje ile ilgilenmektedir.

Jim'e bir e-posta gönderdim ve bana yardımcı olup olamayacağını sordum. Daha spesifik olarak, acaba bir meslektaşının (2D:4D teorisini bilmeyen) dijital bir pergelle mümkün olduğunca fazla sayıda beton el izini ölçmesini sağlayıp sağlayamayacağını sordum. Jim teklifimi kabul etti. Birkaç hafta sonra, pergelleri satın aldığını, Spencer Marks adlı bir başka araştırmacıyla çalıştığını, su birikintilerinden ve güvenlik görevlilerinden kaçınarak en meşhur otuz yedi erkek başrol oyuncusunun ve dokuz komedyenin başlangıç verilerini toplamayı başardığını ifade ettiği bir e-posta gönderdi.

Aktörlerin listesi, film endüstrisinin Kim Kimdir'i gibiydi. Paul Newman, Bruce Willis, Johnny Depp, John Travolta, Warren Beatty ve Jack Nicholson gibi isimler içeriyordu. Önceki çalışmalar, erkeklerin ortalama 2D:4D oranının 0,98 civarında olduğunu göstermişti. Aktörlerin sol ve sağ ellerinin ortalama oranı 0,96'ydı; yani oyuncular testosteronla doluydular. Komedyenler listesi de aynı derecede etkiliydi ve George Burns, Peter Sellers, Bob Hope ve Robin Williams gibi dünyanın en komik insanlarından oluşuyordu. Bu grubun sağ el 2D:4D oranı ise ortalama 1,01 bulundu.

Konu üzerine çalışmalar hâlâ başlangıç aşamasında olsa da ilk sonuçlar şaşırtıcı olduğu kadar ümit vaat edicidir. Eğer bu olgu doğruysa bir kişinin o sihirli X faktörüne sahip olup olmadığını anlamak için ellerine bakmak yeterli olabilecektir.

60 Saniye veya Daha Kısa Sürede Bir İnsanın Kişiliğiyle İlgili Öngörüde Bulunmak için İpuçları

İnsanlara Evcil Hayvanlarıyla İlgili Sorular Sorun. Birkaç yıl önce, evcil hayvan sahipleriyle hayvanları arasındaki olası ilişkiyi inceleyen geniş ölçekli, online bir çalışma yürüttüm. İki binin üzerinde hayvan sahibi kendi kişiliğini ve evcil hayvanının kişiliğini çeşitli faktörlere (toplumsallık, duygusal istikrar ve espri anlayışı gibi) dayanarak değerlendirdi. Buna ek olarak, hayvanlarıyla ne kadar süredir birlikte olduklarını da belirttiler. Sonuçta, balık sahiplerinin en mutlu, köpek sahiplerinin en eğlenceli, kedi sahiplerinin en güvenilir ve duygusal yönden hassas ve sürüngen sahiplerinin en bağımsız oldukları görüldü. Tuhaf bir şekilde, sonuçlar evcil hayvanların espri anlayışlarının değerlendirilmesinde de anlamlı farklar olduğunu ortaya koydu. Sahiplerine göre, balıkların yüzde 57'si, kedilerin yüzde 48'i, atların yüzde 42'si, kuşların yüzde 38'i ve sürüngenlerin yüzde 0'ına kıyasla köpeklerin yüzde 62'sinin iyi bir espri anlayışı mevcuttur.

Bulgular, evcil hayvan sahiplerinin ve hayvanlarının kişiliği arasında önemli benzerlikler olduğunu da göstermiştir. İlginç bir şekilde, bu benzerlik zaman içinde artarak hayvanların yavaş yavaş sahiplerinin kişiliğine büründüğü (veya tam tersi) fikrini desteklemektedir. Yıllardır, evcil hayvan sahipleri hayvanlarının eşsiz bir kişiliğe sahip olduğunu iddia etmektedir. Elde ettiğim sonuçlar, sadece bu iddiaların haklı olabileceğini ortaya koymakla kalmayıp insanların evcil hayvanlarının kendilerinin bir yansıması olabileceğini de gözler önüne sermiştir. Yani, köpeği olan biriyle tanışırsanız ve bu kişinin karakteriyle ilgili birkaç saniye içinde

doğru bir fikir edinmek isterseniz ondan köpek dostunun kişiliğini tarif etmesini isteyebilirsiniz.

Tampon Çıkartmaları. William Szlemko ve meslektaşları, arabasını tampon veya cam çıkartmalarıyla kişiselleştiren insanların dışarıya kuvvetli aitlik sinyalleri gönderiyor olabileceğini öne sürmüş ve bu şoförlerin trafikte sinirlenme olasılıklarının daha fazla olup olmadığını merak etmişlerdir.⁽¹⁵⁾ Bunu araştırmak üzere, yüzlerce katılımcıdan araçlarında kaç tane tampon ve cam çıkartması olduğunu belirtmeleri ve ne derece sinirli araba kullandıklarını değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar, daha fazla çıkartması olan şoförlerin daha agresif araç kullandığını, öndeki aracın dibinden daha fazla gittiğini ve daha sık kaza yaptıklarını göstermiştir. Kısaca, yolda giderken önünüzdeki aracın çıkartmalarla kaplı olduğunu fark ederseniz takip mesafenizi biraz artırmanızı tavsiye ederiz.

İşin Sırrı Başparmaklarda. Beynin iki genel biçimde çalıştığı düşünülebilir. Birinde (“sağ beyinli” olarak adlandırılır), daha sezgisel, görsel ve yaratıcıdır. Diğerinde (“sol beyinli” olarak adlandırılır), daha mantıklı, dizisel ve dil temellidir. Bu durum, tıpkı kafanızın içinde aynı anda bir sanatçı ile muhasebeci olması gibidir. Hepimiz iki biçimde de işlev gösteririz, fakat her birimiz genellikle birine daha meyilliyizdir. Sağ elini baskın olarak kullanan kişiler şu hızlı testi deneyerek sağ beyin mi yoksa sol beyin ağırlıklı mı olduklarını keşfedebilirler: İki elinizi birbirine kenetleyin ve başparmaklarınızı birbirinin üstüne koyun. Sağ başparmağını sol başparmağının üstüne koyan kişiler sol beyin ağırlıklıdır; yani daha sözel ve analitiktirler.⁽¹⁶⁾ Sol başparmağını sağ başparmağının üstüne koyanlar ise sağ beyin ağırlıklıdır ve görsel, yaratıcı ve sezgisel işlerle ön plana çıkarlar.

Sabah mı Akşam mı? Kendinizi zorlamak zorunda olmanız ve günün istediğiniz saatinde yataktan kalkabilecek olsanız hangi saati tercih ederdiniz? Saat 7, 8, 9 ve 10'u mu? Peki, ya günün sonunda istediğiniz saatte yatabilme özgürlüğüne sahip olsaydınız kaçta yatardınız? Onda, gece yarısında veya sabah 1'de mi? Bu iki soruya cevap verme şekliniz sabahçı mı (erken yatıp erken kalkan), yoksa akşamcı bir tip mi (geç yatıp geç kalkan) olduğunuzu gösterir. Yakın zamanlı araştırmalar, cevabınızın kişiliğiniz ve düşünce tarzınızla ilgili de çok şeyi açığa çıkardığını öne sürmektedir.⁽¹⁷⁾ Üç yüz elliden fazla kişinin yanıtlamış olduğu anket sonuçları, sabahçı tiplerin soyut düşünceden ziyade somut bilgileri daha çekici bulduğunu ve sezgiden çok mantığa güvendiklerini ortaya koymuştur. Bu kişiler daha içekapanıktırlar, öz disipline sahiptirler ve diğer insanlar üzerinde iyi bir izlenim yaratmak isterler. Buna karşın, akşamcı tipler hayata dair çok daha yaratıcı bir bakış açısına sahiptir, risk almaya daha heveslidir, daha bağımsızdır ve biraz acelecidir.

•

SONUÇ

Sophie'nin cevabı: 59 saniyede 10 teknik.

Kitabın başında, arkadaşım Sophie ile bir öğle yemeğine çıktığımdan bahsetmiştim. Sohbetimiz esnasında, Sophie mutluluğu artırmak üzerine bir kitap satın aldığından söz etmiş, ben ise “kişisel gelişim endüstrisi”ne büyük bir şüpheyile yaklaştığımı ifade etmiştim. Mutlulukla ilgili yapılmış olan uzun akademik çalışmaları anlatmaya başladığımda, Sophie beni kibarca durdurarak bu kitabı yazmama neden olan belki de en önemli şu soruyu ortaya atmıştı: İnsanların hayatlarını bir dakikadan kısa bir sürede daha iyi hâle getirmelerine yardımcı olacak bilimsel temelli teknikler var mıdır? Bunun cevabını o sırada bilmiyordum, fakat Sophie’nin sorusunun bende merak uyandırdığı kesindi. Sayısız bilimsel dergide yayınlanmış olan binlerce çalışmayı inceledikten sonra, farklı alanlarda yapılmış olan davranışsal araştırmaların gerçekten de bu tür teknikler geliştirmiş olduğunu fark ettim.

Sophie, keşke bana ilk sorduğunda biliyor olsaydım dediğim en ilginç çalışmaların on tanesini aşağıda bulabilirsiniz. Formda olduğum bir gün, hepsini bir dakikadan az bir sürede açıklayabileceğimi düşünüyorum.

Memnuniyetle dolu bir tutum geliştirin

İnsanların hayatta minnettar oldukları üç şeyi saymalarını veya son bir hafta içinde gerçekten iyi giden üç olayı hatırlamalarını sağlamak, mutluluk düzeylerini yaklaşık bir ay boyunca anlamlı olarak artırabilir. Böylece, bu kişiler gelecekle ilgili daha iyimser olabilir ve fiziksel sağlıklarını da daha iyi düzeye getirebilirler.

Cüzdanınıza bir bebek fotoğrafı koyun

Cüzdanınıza gülümseyen bir bebeğin fotoğrafını koymanız, cüzdanınızın kaybolması durumunda geri getirilme ihtimalini yüzde 30 artırabilir. Bebeğin kocaman gözleri ve düğme burnu insanların daha şefkatli olmalarını sağlayan derin bir evrimsel mekanizmayı tetikleyerek cüzdanınızı geri getirme olasılıklarını artırır.

Mutfağınıza ayna asın

Farklı yiyecek seçenekleri sunulan insanların önüne birer ayna yerleştirmek, sağlıksız gıda tüketimlerini yüzde 32 oranında azaltmaktadır. İnsanlar kendi yansımalarını gördüklerinde vücutlarının farkına daha çok varırlar ve sağlıklı şeyler yemeye daha meyilli olurlar.

Ofisinize bir saksı bitkisi alın

Ofiste bitki olması, erkek çalışanlarca üretilen yaratıcı fikirleri yüzde 15 oranında artırmakta; bayan çalışanların da sorunlara daha özgün çözümler bulmalarına yardımcı olmaktadır. Bitkiler stresi azaltıp olumlu bir ruh hâlini tetikleyerek yaratıcılığı da artırır.

İnsanların kollarının üst kısmına hafifçe dokunun

Karşınızdaki kişinin kolunun üst kısmına hafifçe dokunmanız, istediğiniz şeyi kabul etme olasılığını artırır; nitekim dokunma bilinçaltında yüksek mevki işareti olarak algılanmaktadır. Flört üzerine yapılan bir çalışmada, dokunma, gece kulübünde dans teklifini kabul eden kişi sayısını yüzde 20; yolda yürürken telefon numarasını bir yabancıya verenleri ise yüzde 10 oranında artırmıştır.

İlişkiniz üzerine yazı yazın

İlişkileriyle ilgili en derin duygu ve düşüncelerini her hafta kâğıda döken partnerlerin birlikte kalma olasılığı yüzde 20'inin üzerinde artar. Bu tür "anlatımsal yazılar" partnerlerin birbiriyle konuşur-

ken daha olumlu bir dil kullanmalarını sağlamakta, böylece daha sağlıklı ve mutlu bir ilişkinin öndü açılmaktadır.

Olası yalancılarla baş etmek için gözlerinizi kapatın ve onlardan size e-posta göndermelerini isteyin

Yalan söylendiğine dair en güvenilir işaretler insanların kullandığı kelimelerde saklıdır. Nitekim yalancılar detay vermekten kaçınır, konuşurken daha çok duraksar ve "hann," "benim" ve "ben" gibi kelimelerle kendilerine atıfta bulunmazlar. Ayrıca, insanların e-postada yalan söyleme olasılıkları telefon konuşmasına kıyasla yüzde 20 daha azdır; ne de olsa kelimeleri kaydedilmektedir ve sonradan başlarına bela olabilir.

Çocukların yeteneklerinden ziyade çabalarını övün

Çocuğun yeteneğinden ziyade çabasını övmek ("Aferin, çok çalışmış olmalısın" gibi), onları sonuçlar ne olursa olsun çabalamaya teşvik eder ve başarısızlık korkusunun da önüne geçer. Böylece, çocuklar zorlu sorunlarla başa çıkmaya daha istekli olur, bu sorunlardan daha çok keyif alır ve boş zamanlarında bunlar üzerine kafa yoralar.

Kendinizi hedeflerinizi başarmış olarak değil, hedefleriniz üzerine çalışırken hayal edin

Hedeflerine ulaşmak için gerekli adımları attıklarını hayal eden kişilerin başarılı olma ihtimalleri, sadece rüyalarının gerçek olduğu fantezisini kuranlardan daha fazladır. Bunun için etkili tekniklerden biri, üçüncü bir kişinin bakış açısına bürünmektir: Kendilerini başkalarının gördüğü şekilde tahayyül eden insanlar, kendi bakış açılarıyla görenlerden yaklaşık yüzde 20 oranında daha başarılı olmaktadır.

Cenazenizde okunacak methiyeyi düşünün

Yakın bir arkadaşınızın cenazenizde sizinle ilgili yazmış olduğu methiyeyi okuduğunu hayal etmeniz, uzun vadeli planlarınızı belirlemenize ve bu hedefleri gerçeğe dönüştürmeye ne kadar yaklaştığınızı görmenize yardımcı olabilir.



Notlar

Giriş

- 1 Bu çalışma, bu kitabın Motivasyon bölümünde açıklanmıştır.
- 2 L. Tabuk (2007). 'If Your Goal is Success, Don't Consult the Gurus'. *Fast Company*, 18 Aralık.
- 3 J. Rodin ve J. E. Langer (1997). 'Long-term Effects of a Control-Relevant Intervention with the Institutionalized Aged'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 (12), sayfa 897-902.

MUTLULUK

- 1 S. Lyubomirsky, L. A. King ve E. Diener (2005). 'The Benefits of Frequent Positive Affect: Does Happiness Lead to Success?' *Psychological Bulletin*, 131, sayfa 803-55.
- 2 Bakınız, örneğin, D. G. Myers (2000). 'The Funds, Friends, and Faith of Happy People'. *American Psychologist*, 55, sayfa 56-67.
- 3 P. Brickman, D. Coates ve R. Janoff-Bulman (1978). 'Lottery Winners and Accident Victims: Is Happiness Relative?' *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, sayfa 917-27.
- 4 D. G. Myers (2007). Ülkelerin ortalama mutluluk değerlerinin gayri safi milli hâsıllarıyla (GSMH) karşılaştırıldığı çalışma, Dünya Bankası ve Dünya Değerleri Anketi'nin "mutluluk" ve "hayattan memnun olma" ölçeklerinden elde edilen verilen incelenmesini içermektedir.
- 5 Adı geçen eser.
- 6 S. Lyubomirsky, K. M. Sheldon ve D. Schkade (2005). 'Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change'. *Review of General Psychology*, 9, sayfa 111-31. Mutluluğun genetik bileşenin belirlenmesi için tek ve çift yumurta ikizlerinden ne kadar

mutlu olduklarını derecelendirmeleri istenmiştir. Tek yumurta ikizleri aynı genetik yapıya sahipken, çift yumurta ikizleri öyle değildir; dolayısıyla iki gruptan elde edilen sonuçların dikkatle incelenmesi sayesinde mutluluğun genetik temeli hesaplanabilir.

- 7 J. L. S. Bortón ve E. C. Casey (2006). 'Suppression of Negative Self-Referential Thoughts: A Field Study'. *Self and Identity*, 5, sayfa 230-46.
- 8 Bu çalışmanın bir özeti için bakınız D. M. Wegner (1989). *White Bears and Other Unwanted Thoughts: Suppression, Obsession, and the Psychology of Mental Control*. New York: Viking.
Çikolata çalışması için bakınız J. A. K. Erskine (2007). 'Resistance Can Be Futile: Investigating Behavioural Rebound'. *Appetite*, 50, sayfa 415-21.
George Bush hakkındaki bulguyu ben uydurdum.
- 9 E. Zech (1999). 'Is it Really Helpful to Verbalize One's Emotions?'. *Gedraf en Gezondheid*, 27, sayfa 42-7.
- 10 E. Zech ve B. Rimé (2005). 'Is Talking About an Emotional Experience Helpful? Effects on Emotional Recovery and Perceived Benefits'. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 12, sayfa 270-87.
- 11 S. Lyubomirsky ve C. Tkach (2003). 'The Consequences of Dysphoric Rumination'. C. Papageorgiou ve A. Wells (eds), *Rumination: Nature, Theory, and Treatment of Negative Thinking in Depression*, sayfa 21-41. Chichester, İngiltere: John Wiley & Sons.
- 12 Bu çalışmanın bir özeti için bakınız S. J. Lepore ve J. M. Smyth (eds). *The Writing Cure: How Expressive Writing Promotes Health and Emotional Well-Being*. Washington, DC: American Psychological Association.
- 13 S. Spera, E. Buhrfeind ve J. W. Pennebaker (1994). 'Expressive Writing and Coping with Job Loss'. *Academy of Management Journal*, 3, sayfa 722-33.

- 14 R. A. Emmons ve M. E. McCullough (2003). 'Counting Blessings Versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-Being in Daily Life', *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, sayfa 377-89.
- 15 L. A. King (2001). 'The Health Benefits of Writing About Life Goals'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, sayfa 798-807.
- 16 C. M. Burton ve L. A. King (2004). 'The Health Benefits of Writing About Intensely Positive Experiences'. *Journal of Research in Personality*, 38, sayfa 150-63.
- 17 K. Floyd, A. C. Mikkelsen, C. Hesse ve P. M. Pauley (2007). 'Affectionate Writing Reduces Total Cholesterol: Two Randomized, Controlled Trials'. *Human Communication Research*, 33, sayfa 119-42.
- 18 M. E. P. Seligman, T. Steen, N. Park ve C. Peterson (2005). 'Positive Psychology Progress: Empirical Validation of Interventions'. *American Psychologist*, 60, sayfa 410-21.
- 19 L. Van Boven ve T. Gilovich (2003). 'To Do or to Have: That Is the Question'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, sayfa 1193-202.
- 20 Bu soru formu, şu çalışmaya dayanmaktadır: M. L. Richins ve S. Dawson (1992). 'A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation'. *Journal of Consumer Research*, 19 (3), sayfa 303-16.
- 21 Adı geçen eser.
- 22 E. W. Dunn, L. Aknin ve M. I. Norton (2008). 'Spending Money on Others Promotes Happiness'. *Science*, 319, sayfa 1687-88.
- 23 B. T. Harbaugh, U. Mayr ve D. Burghart (2007). 'Neural Responses to Taxation and Voluntary Giving Reveal Motives for Charitable Donations'. *Science*, 316 (5831), sayfa 1622-5

- 24 S. Lyubomirsky, K. M. Sheldon ve D. Schkade (2005). 'Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change'. *Review of General Psychology*, 9, sayfa 111-31.
- 25 L. N. Chaplin ve D. R. John (2007). 'Growing up in a Material World: Age Differences in Materialism in Children and Adolescents'. *Journal of Consumer Research*, 34 (4), sayfa 480-94.
- 26 Bu çalışmanın bir özeti için bakınız J. D. Laird (2007). *Feelings: The Perception of Self*. New York: Oxford University Press.
- 27 J. Forster (2004). 'How Body Feedback Influences Consumer's Evaluation of Products'. *Journal of Consumer Psychology*, 14, sayfa 415-25.
- 28 F. Strack, L. L. Martin ve S. Stepper (1988). 'Inhibiting and Facilitating Conditions of the Human Smile: A Nonobstrusive Test of the Facial Feedback Hypothesis'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, sayfa 768-77.
- 29 S. Schnall ve J. D. Laird (2003). 'Keep Smiling: Enduring Effects of Facial Expressions and Postures on Emotional Experience'. *Cognition and Emotion*, 17, sayfa 787-97.
- 30 T. A. Roberts ve Y. Arefi-Afsha (2007). 'Not All Who Stand -Tall Are Proud: Gender Differences in the Proprioceptive Effects of Upright Posture'. *Cognition and Emotion*, 21, sayfa 714-27.
- 31 Bu çalışmanın harika bir özeti için bakınız S. Gosling (2008). *Snoop: What Your Stuff Says About You*. London: Profile Books. Bu bölümde sunulan bulgular, dışadönük kişilerce sergilenen hareket, davranış ve özelliklere dayandırılmıştır ve dışadönüklük ile mutluluk arasında güçlü bir bağ olduğunu gösteren diğer araştırmalarla da desteklenmektedir.
- 32 K. M. Sheldon ve S. Lyubomirsky (2007). 'Is it Possible to Become Happier? (And if so, How?)'. *Social and Personality Psychology Compass*, 1, sayfa 129-45.

Ve ayrıca K. M. Sheldon ve S. Lyubomirsky (2006). 'Achieving Sustainable Happiness: Change Your Actions, Not Your Circumstances'. *Journal of Happiness Studies*, 7, sayfa 55-86.

İKNA ETME

- 1 M. R. Lepper, D. Greene ve R. E. Nisbett (1973). 'Undermining Children's Intrinsic Interest With Extrinsic Reward: A Test of the "Overjustification" Hypothesis'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, sayfa 129-37.
- 2 Bu deney, *The People Watchers* adlı BBC televizyon programının bir parçası olarak yürütülmüştür. İnsanların iki zıt düşünceye aynı anda sahip olduklarında hissettikleri rahatsız edici duyguyu tanımlayan "kognitif uyumsuzluk" terimi üzerine yapılmış olan benzer çalışmalara dayanmaktadır.
- 3 Bu çalışmanın bir özeti için bakınız A. Kohn (1993). *Punished by Rewards: The Trouble With Gold Stars, Incentive Plans, A's, Praise and Other Bribes*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- 4 C. A. Higgins ve T. A. Judge (2004). 'The Effect of Applicant Influence Tactics on Recruiter Perceptions of Fit and Hiring Recommendations: A Field Study'. *Journal of Applied Psychology*, 89, sayfa 622-32.
- 5 E. Jones ve E. Gordon (1972). 'Timing of Self-Disclosure and its Effects on Personal Attraction'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, sayfa 358-65.
- 6 K. D. Williams, M. J. Bourgeois ve R. T. Croyle (1993). 'The Effects of Stealing Thunder in Criminal and Civil Trials'. *Law and Human Behavior*, 17, sayfa 597-609.
- 7 T. Gilovich, V. H. Medvec ve K. Savitsky (2000). 'The Spotlight Effect in Social Judgment: An Egocentric Bias in Estimates of the Salience of One's Own Actions and Appearance'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, sayfa 211-22.

- 8 P. Raghubi: ve A. Valenzuela (2006). 'Centre-of-Inattention: Position Biases in Decision-Making'. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 99, sayfa 66-80.
- 9 A. Alter ve D. M. Oppenheimer (2006). 'Predicting Short-Term Stock Fluctuations by Using Processing Fluency'. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 103, sayfa 9369-72.
- 10 D. M. Oppenheimer (2005). 'Consequences of Erudite Vernacular Utilized Irrespective of Necessity: Problems With Using Long Words Needlessly'. *Journal of Applied Cognitive Psychology*, 20, sayfa 139-56.
- 11 Siyasette, ilişkilerde, sağlıkta ve işyerinde sempatikliğin etkisini inceleyen araştırmanın bir özeti için bakınız T. Sanders (2005). *The Likeability Factor*, New York: Crown Publishers.
- 12 J. Jecker ve D. Landy (1969). 'Liking a Person as Function of Doing Him a Favor'. *Human Relations*, 22, sayfa 371-78.
- 13 E. Aronson, B. Willerman ve J. Floyd (1966). 'The Effect of a Pratfall on Increasing Interpersonal Attractiveness'. *Psychonomic Science*, 4, sayfa 227-8.
- 14 Bu çalışma, *The People Watchers* adlı BBC televizyon programının bir parçası olarak yürütülmüştür.
- 15 J. J. Skowronski, D. E. Carlston, L. Mae ve M. T. Crawford (1998). 'Spontaneous Trait Transference: Communicators Take on the Qualities they Describe in Others'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, sayfa 837-48.
- 16 D. A. Small, G. Loewenstein ve P. Slovic (2007). 'Sympathy and Callousness: The Impact of Deliberative Thought on Donations to Identifiable and Statistical Victims'. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 102, sayfa 143-53.
- 17 D. J. Howard (1990). 'The Influence of Verbal Responses to Common Greetings on Compliance Behavior: The Foot-in-the-Mouth Effect'. *Journal of Applied Social Psychology*, 20, sayfa 1185-96.

- 18 Bakınız, örneğin, G. H. S. Razran (1940). 'Conditional Response Changes in Rating and Appraising Sociopolitical Slogans'. *Psychological Bulletin*, 37, sayfa 481.
- 19 G. V. Bodenhausen (1993). 'Emotions, Arousal, and Stereotypic Judgments: A Heuristic Model of Affect and Stereotyping', in D. M. Mackie and D. L. Hamilton (eds), *Affect, Cognition, and Stereotyping*, sayfa 13-37. San Diego, CA: Academic Press.
- 20 P. Y. Martin, J. Laing, R. Martin ve M. Mitchell (2005). 'Caffeine, Cognition, and Persuasion: Evidence for Caffeine Increasing the Systematic Processing of Persuasive Messages'. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, sayfa 160-182.
- 21 M. S. McGlone ve J. Tofigbakhsh (2000). 'Birds of a Feather Flock Conjointly: Rhyme as Reason in Aphorisms'. *Psychological Science*, 11, sayfa 424-8.
- 22 Şu çalışmada açıklanmıştır: R. Garner (2005). 'Post-It Note Persuasion: A Sticky Influence'. *Journal of Consumer Psychology*, 15, sayfa 230-7.
- 23 G. V. Caprara, M. Vecchione, C. Barbaranelli ve R. C. Fraley (2007). 'When Likeness Goes With Liking: The Case of Political Preference'. *Political Psychology*, 28, sayfa 609-32.
- 24 K. O'Quin and J. Aronoff (1981). 'Humor As a Technique of Social Influence'. *Social Psychology Quarterly*, 44, sayfa 349-57.
- 25 Olayın meydana geldiği koşullar ve medyada olayla ilgili yer alan haberlerin güvenilirlikten ne kadar uzak olduğu hakkında detaylı bilgiye www.kewgardenshistory.com/kitty_genovese-001.html adresinden ulaşabilirsiniz.
- 26 Bu çalışmanın bir özeti için bakınız B. Latane ve S. Nida (1981). 'Ten Years of Research on Group Size and Helping'. *Psychological Bulletin*, 89 (2), sayfa 308-24.

- 27 B. Latane ve J. M. Darley (1968). 'Group Inhibition of Bystander Intervention in Emergencies'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, sayfa 215-21.
- 28 B. Latane ve J. M. Dabbs (1975). 'Sex, Group Size and Helping in Three Cities'. *Sociometry*, 38, sayfa 180-94.
- 29 R. Manning, M. Levine ve A. Collins (2007). 'The Kitty Geriovese Murder and the Social Psychology of Helping: the Parable of the 38 Witnesses'. *American Psychologist*, 62 (6), sayfa 555-62.
- 30 N. J. Goldstein, S. J. Martin ve R. B. Cialdini (2007). *Yes! 50 Secrets From the Science of Persuasion*. London: Profile Books.
- 31 R. B. Cialdini ve D. A. Schroeder (1976). 'Increasing Compliance by Legitimizing Paltry Contributions: When Even a Penny Helps'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, sayfa 599-604.
- 32 P. R. Kunz ve M. Woolcott (1976). 'Season's Greetings: From My Status to Yours'. *Social Science Research*, 5, sayfa 269-78.
- 33 D. T. Regan (1971). 'Effects of a Favor and Liking on Compliance'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, sayfa 627-39.
- 34 D. B. Strohmetz, B. Rind, R. Fisher ve M. Lynn (2002). 'Sweetening the Till: The Use of Candy to Increase Restaurant Tipping'. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, sayfa 300-9.
- 35 M. E. Schneider, B. Major, R. Luhtanen ve J. Crocker (1996). 'When Help Hurts: Social Stigma and the Costs of Assumptive Help'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, sayfa 201-9.
- 36 R. Goei, A. J. Roberto, G. Meyer ve K. E. Carlyle (2007). 'The Effects of Favor and Apology on Compliance'. *Communication Research*, 34, sayfa 575-95.
- 37 M. W. Morris, J. Podolny ve S. Ariel (2001). 'Culture, Norms, and Obligations: Cross-National Differences in Patterns of Interpersonal Norms and Felt Obligations Toward Co-Workers' in W.

- Wosinska, R. B. Cialdini, D. W Barrett and J. Reykowski (eds), *The Practice of Social Influence in Multiple Cultures*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, sayfa 97-123.
- 38 F. J. Flynn (2003). 'What Have You Done For Me Lately? Temporal Changes in Subjective Favor Evaluations'. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 91 (1), sayfa 38-50.
- 39 H. A. Hornstein, E. Fisch ve M. Holmes (1968). 'Influence of a Model's Feeling About His Behavior and His Relevance As a Comparison on Other Observers' Helping Behavior'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, 3, sayfa 222-6.
- 40 M. L. Kringelbach, A. Lehtonen, S. Squire, A. G. Harvey, M. G. Craske ve ark. (2008). 'A Specific and Rapid Neural Signature for Parental Instinct'. *PLoS ONE*, 3(2): e1664 doi:10.1371/journal.pone.0001664.

MOTİVASYON

- 1 L. B. Pham ve S. E. Taylor (1999). 'From Thought to Action: Effects of Process- Versus Outcome-Based Mental Simulations on Performance'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, sayfa 250-60.
- 2 G. Oettingen ve T. A. Wadden (1991). 'Expectation, Fantasy, and Weight Loss: Is the Impact of Positive Thinking Always Positive?'. *Cognitive Therapy and Research*, 15, sayfa 167-75.
- 3 G. Oettingen ve D. Mayer, D. (2002). 'The Motivating Function of Thinking About the Future: Expectations Versus Fantasies'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, sayfa 1198-212.
- 4 M. Deutsch ve H. B. Gerard (1955). 'A Study of Normative and Information Social Influences Upon Individual Judgement'. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, sayfa 629-36.
- 5 S. C. Hayes, I. Rosenfarb, E. Wolfert, E. Munt, Z. Korn ve R. D. Zettle (1985). 'Self-Reinforcement Effects: An Artifact of Social

- Setting?’ *Journal of Applied Behavior Analysis*, 18 (3), sayfa 201-14.
- 6 S. Schnall, K. D. Harber, J. K. Stefanucci ve D. R. Proffitt (2008). ‘Social Support and the Perception of Geographical Slant’. *Journal of Experimental Social Psychology*, baskıda.
 - 7 B. V. Zeigarnik (1927). ‘Über das Behalten von erledigten und unerledigten Handlungen’ (‘The Retention of Completed and Uncompleted Activities’). *Psychologische Forschung*, 9, sayfa 1-85.
 - 8 B. A. Fritzsche, B. R. Young ve K. C. Hickson (2003). ‘Individual Differences in Academic Procrastination Tendency and Writing Success’. *Personality and Individuality Differences*, 35 (7), sayfa 1549-57.
 - 9 A. V. Zeigarnik (2007). ‘Bluma Zeigarnik: A Memoir’. *Gestalt Theory*, 29 (3), sayfa 256-68.
 - 10 G. Oettingen, H. Pak ve K. Schnetter (2001). ‘Self-Regulation of Goal Setting: Turning Free Fantasies About the Future into Binding Goals’. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, sayfa 736-53.
 - 11 G. Oettingen (2000). ‘Expectancy Effects on Behavior Depend on Self-Regulatory Thought’. *Social Cognition*, 18, sayfa 101-29.
 - 12 G. Oettingen ve P. M. Gollwitzer (2002). ‘Self-Regulation of Goal Pursuit: Turning Hope Thoughts into Behavior’. *Psychological Inquiry*, 13, sayfa 304-7.
 - 13 B. Wansink, J. E. Painter ve J. North (2005). ‘Bottomless Bowls: Why Visual Cues of Portion Size May Influence Intake’. *Obesity Research*, 13 (1), sayfa 93-100.
 - 14 Bakınız, örneğin, R. B. Stuart (1967). ‘Behavioral Control of Overeating’. *Behavior Research and Therapy*, 5, sayfa 357-65.
 - 15 C. K. Martin, S. D. Anton, H. Walden, C. Arnett, F. L. Greenway ve D. A. Williamson (2007). ‘Slower Eating Rate Reduces the Food Intake of Men, but Not Women: Implications for Behaviour-

- ral Weight Control'. *Behaviour Research and Therapy*, 45, sayfa 2349-59.
- 16 B. Wansink ve K. van Ittersum (2005). 'Shape of Glass and Amount of Alcohol Poured: Comparative Study of the Effect of Practice and Concentration'. *British Medical Journal*, 331, sayfa 1512-14.
 - 17 J. E. Painter, B. Wansink ve J. B. Hieggelke (2002). 'How Visibility and Convenience influence Candy Consumption'. *Appetite*, 38 (3) sayfa 237-8.

B. Wansink, J. E. Painter ve Y. K. Lee (2006). 'The Office Candy Dish: Proximity's Influence on Estimated and Actual Candy Consumption'. *International Journal of Obesity*, 30 (5), sayfa 871-5.
 - 18 P. Chandon ve B. Wansink (2002). 'When are Stockpiled Products Consumed Faster? A Convenience-Salience Framework of Post-purchase Consumption Incidence and Quantity'. *Journal of Marketing Research*, 39 (3), sayfa 321-35.
 - 19 B. Wansink ve S. Park (2001). 'At the Movies: How External Cues and Perceived Taste Impact Consumption Volume'. *Food Quality and Preference*, 12 (1), sayfa 69-74.
 - 20 F. Bellisle ve A. M. Dalix (2001). 'Cognitive Restraint Can Be Offset by Distraction, Leading to Increased Meal Intake in Women'. *American Journal of Clinical Nutrition*, 74, sayfa 197-200.
 - 21 B. Wansink, K. van Ittersum ve J. E. Painter (2006). 'Ice Cream Illusions: Bowl Size, Spoon Size, and Self-Served Portion Sizes'. *American Journal of Preventive Medicine*, 31 (3), sayfa 240-3.
 - 22 A. B. Geier, P. Rozin ve G. Doros (2006). 'Unit Bias. A New Heuristic that Helps Explain the Effect of Portion Size on Food Intake'. *Psychological Science*, 17, sayfa 521-5.
 - 23 J. F. Hollis, C. M. Gullion, V. J. Stevens ve ark. (2008). 'Weight Loss During the Intensive Intervention Phase of the Weight-Loss

- Maintenance Trial'. *American Journal of Preventative Medicine*, 35, sayfa 118-26.
- 24 C. Abraham ve P. Sheeran (2004). 'Deciding to Exercise: The Role of Anticipated Regret'. *British Journal of Health Psychology*, 9, sayfa 269-78.
 - 25 K. A. Martin Ginis, S. M. Burke ve L. Gauvin (2007). 'Exercising With Others Exacerbates the Negative Effects of Mirrored Environments on Sedentary Women's Feeling States'. *Psychology and Health*, 22, sayfa 945-62.
 - 26 S. M. Sentyrz ve B. J. Bushman (1998). 'Mirror, Mirror on the Wall, Who's the Thinnest One of All? Effects of Self-Awareness on Consumption of Fatty, Reduced-Fat, and Fat-Free Products'. *Journal of Applied Psychology*, 83, sayfa 944-9.
 - 27 R. Coelho do Vale, R. Pieters ve M. Zeelenberg (2008). 'Flying Under the Radar: Perverse Package Size Effects on Consumption Self-Regulation'. *Journal of Consumer Research*, 35, 3, sayfa 380-90.
 - 28 E. Jonas, J. Schimel ve J. Greenberg (2002). 'The Scrooge Effect: Evidence that Mortality Salience Increases Prosocial Attitudes and Behavior'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, sayfa 1342-53.
 - 29 C. Peterson (2006). *A Primer in Positive Psychology*, Oxford: Oxford University Press.

YARATICILIK

- 1 A. F. Osborn (1957). *Applied Imagination*, New York: Scribner.
- 2 B. Mullen, C. Johnson ve E. Salas (1991). 'Productivity Loss in Brainstorming Groups: A Meta-Analytic Integration'. *Basic and Applied Social Psychology*, 12, sayfa 3-23.

- 3 M. Ringelmann (1913). 'Recherches sur les moteurs animes: Travail de l'homme'. *Annales de l'Institut National Argonomique*, 12, sayfa 1-40.
- 4 S. J. Karau ve K. D. Williams (1993). 'Social Loafing: A Meta-Analytic Review and Theoretical Integration'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, sayfa 681-706.
- 5 S. M. Smith (2002). 'Getting Into and Out of Mental Ruts: A Theory of Fixation, Incubation and Insight' in R. J. Sternberg and J. E. Davidson (eds), *The Nature of Insight*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press, sayfa 229-51.
- 6 A. Dijksterhuis ve T. Meurs (2006). 'Where Creativity Resides: The Generative Power of Unconscious Thought'. *Consciousness and Cognition*, 15, sayfa 135-46.
- 7 R. S. Ulrich (1984). 'View Through a Window May Influence Recovery From Surgery'. *Science*, 224, sayfa 420-1.
- 8 E. O. Moore (1982). 'A Prison Environment's Effect on Health Care Service Demands'. *Journal of Environmental Systems*, 11 (1), sayfa 17-34.
- 9 F. E. Kuo ve W. C. Sullivan (2001). 'Environment and Crime in the Inner City: Does Vegetation Reduce Crime?' *Environment and Behavior*, 33, sayfa 343-65.
- 10 A. F. Taylor, A. Wiley, F. E. Kuo ve W. C. Sullivan (1998). 'Growing Up in the Inner City: Green Spaces As Places to Grow'. *Environment and Behavior*, 30, sayfa 3-27.
- 11 A. J. Elliot, M. A. Maier, A. C. Moller, R. Friedman ve J. Memhardt (2007). 'Color and Psychological Functioning: The Effect of Red on Performance in Achievement Contexts'. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136, sayfa 154-68.
- 12 P. Kahnjr, B. Friedman, B. Gill, J. Hagman, R. Severson, N. Freier, E. Feldman, S. Carrere ve A. Stolyar (2008). 'A Plasma Display Window: The Shifting Baseline Problem in a Technological

- Mediated Natural World'. *Journal of Environmental Psychology*, 28, sayfa 192-9.
- 13 C. J. Nemeth ve M. Ormiston (2007). 'Creative Idea Generation: Harmony Versus Stimulation'. *European Journal of Social Psychology*, 37 (3), sayfa 524-35.
 - 14 H. K. Choi ve L. Thompson (2005). 'Old Wine in a New Bottle: Impact of Membership Change on- Group Creativity'. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 98, sayfa 121-32.
 - 15 A. Dijksterhuis ve A. van Knippenberg (1998). 'The Relation Between Perception and Behavior, or How to Win a Game of Trivial Pursuit'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74 (4), sayfa 865-77.
 - 16 K. D. Vohs, N. L. Mead ve M. R. Goode (2006). The Psychological Consequences of Money'. *Science*, 314, sayfa 1154-6.
 - 17 Şu çalışmada atıfta bulunulmuştur: B. Carey (2007). 'Who's Minding the Mind?' *New York Times*, 31 Temmuz.
 - 18 R. W. Holland, M. Hendriks ve H. Aarts (2006). 'Smells Like Clean Spirit: Nonconscious Effects of Scent on Cognition and Behavior.' *Psychological Science*, 16 (9), 689-93.
 - 19 A. C. Kay, S. C. Wheeler, J. A. Bargh ve L. Ross (2004). 'Material Priming: The Influence of Mundane Physical Objects on Situational Construal and Competitive Behavioral Choice'. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 95, sayfa 83-96.
 - 20 J. Forster, R. Friedman, E. M. Butterbach ve K. Sassenberg (2005). 'Automatic Effects of Deviancy Cues on Creative Cognition'. *European Journal of Social Psychology*, 35, sayfa 345-59.
 - 21 A. Dijksterhuis, R. Spears, T. Postmes, D. A. Stapel, W. Koomen, A. van Knippenberg ve D. Scheepers (1998). 'Seeing One Thing and Doing Another: Contrast Effects in Automatic Behavior'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, sayfa 862-71.

- 22 R. Friedman ve J. Forster (2002). 'The Influence of Approach and Avoidance Motor Actions on Creative Cognition'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, sayfa 41-55.
- 23 R. Friedman ve A. J. Elliot (2008). 'The Effect of Arm Crossing on Persistence and Performance'. *European Journal of Social Psychology*, 38, sayfa 449-61.
- 24 D. M. Lipnicki ve D. G. Byrne (2005). 'Thinking on Your Back: Solving Anagrams Faster When Supine Than When Standing'. *Cognitive Brain Research*, 24, sayfa 719-22.

ÇEKİM GÜCÜ

- 1 S. Worchel, J. Lee ve A. Adewole (1975). 'Effects of Supply and Demand on Ratings of Object Value'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, sayfa 906-14.
- 2 E. Hatfield, G. W. Walster, J. Piliavin ve L. Schmidt (1973). 'Playing Hard to Get: Understanding an Elusive Phenomenon', *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, sayfa 113-21.
- 3 N. Gueguen (2007). 'Woman's Bust Size and Men's Courtship Solicitation'. *Body Image*, 4, sayfa 386-90.
- 4 N. Gueguen (2007). 'Bust Size and Hitchhiking: A Field Study'. *Perceptual and Motor Skills*, 105, sayfa 1294-8.
- 5 N. Gueguen (2007). 'The Effect of a Man's Touch on Woman's Compliance to a Request in a Courtship Context'. *Social Influence*, 2, sayfa 81-97.
- 6 Aynı eserde.
- 7 B. Major ve R. Heslin (1982). 'Perceptions of Cross-Sex and Same-Sex Nonreciprocal Touch: It Is Better to Give Than Receive'. *Journal of Nonverbal Behavior*, 6, sayfa 148-62.

- D. L. Summerhayes ve R. W. Suchner (1978). 'Power Implications of Touch in Male-Female Relationships'. *Sex Roles*, 4, sayfa 103-10.
- 8 Şu çalışmaya dayandırılmıştır: C. Hendrick ve S. S. Hendrick (1986). 'A Theory and Method of Love'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, sayfa 392-402.
- 9 R. van Baaren, R. Holland, B. Steenaert ve A. van Knippenberg (2003). 'Mimicry for Money: Behavioral Consequences of Imitation'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, sayfa 393-98.
- 10 A. Dijksterhuis, P. K. Smith, R. B. van Baaren ve D. H. Wigboldus (2005) çalışmasında bildirilmiştir. 'The Unconscious Consumer: Effects of Environment on Consumer Behavior.' *Journal of Consumer Psychology*, 15, sayfa 193-202.
- 11 P. W. Eastwick, E. J. Finkel, D. Mochon ve D. Ariely (2007). 'Selective Versus Unselective Romantic Desire: Not All Reciprocity Is Created Equal'. *Psychological Science*, 18, sayfa 317-19.
- 12 S. Chu, R. Hardaker ve J. E. Lycett (2007). 'Too Good to Be "True"? The Handicap of High Socio-Economic Status in Attractive Males'. *Personality and Individual Differences*, 42, sayfa 1291-1300.
- 13 S. Kelly ve R. Dunbar (2001). 'Who Dares Wins: Heroism Versus Altruism in Female Mate Choice'. *Human Nature*, 12, sayfa 89-105.
- 14 D. G. Dutton ve A. P. Aron (1974). 'Some Evidence for Heightened Sexual Attraction Under Conditions of High Anxiety'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, sayfa 510-17.
- 15 C. M. Meston ve P. F. Frohlich (2003). 'Love at First Fright: Partner Salience Moderates Roller-Coaster-Induced Excitation Transfer.' *Archives of Sexual Behavior*, 32, sayfa 537-44.

- 16 B. Cohen, G. Waugh ve K. Place (1989). 'At the Movies: An Unobtrusive Study of Arousal-Attraction'. *Journal of Social Psychology*, 129, sayfa 691-3.
- 17 A. Aron, E. Melinat, E. N. Aron, R. Vallone ve R. Bator (1997). 'The Experimental Generation of Interpersonal Closeness: A Procedure and Some Preliminary Findings.' *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, sayfa 363-77.
- 18 B. C. Jones, L. M. DeBruine, A. C. Little, R. P. Burriss ve D. R. Feinburg (2007). 'Social Transmission of Face Preferences Among Humans'. *Proceedings of the Royal Society of London B*, 274 (1611), sayfa 899-903.
- 19 V. Swami ve M. J. Tovee (2005). 'Does Hunger Influence Judgments of Female Physical Attractiveness'. *British Journal of Psychology*, 97 (3), sayfa 353-63.
- 20 E. Aronson (1999). *The Social Animal* (8. baskı), New York: Worth Publishers.

E. Aronson ve D. Linder (1965). 'Gain and Loss of Esteem as Determinants of Interpersonal Attractiveness'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, sayfa 156-71.
- 21 J. K. Bosson, A. B. Johnson, K. Niederhoffer ve W. B. Swann Jr (2006). 'Interpersonal Chemistry Through Negativity: Bonding by Sharing Negative Attitudes About Others.' *Personal Relationships*, 13, sayfa 135-50.
- 22 E. Krumhuber, A. S. R. Manstead ve A. Kappas (2007). 'Temporal Aspects of Facial Displays in Person and Expression Perception. The Effects of Smile Dynamics, Head-Tilt and Gender'. *Journal of Nonverbal Behavior*, 31, sayfa 39-56.
- 23 G. C. Gonzaga, R. A. Turner, D. Keltner, B. C. Campos ve M. Altemus (2006). 'Romantic Love and Sexual Desire in Close Bonds'. *Emotion*, 6, sayfa 163-79.

- 24 D. T. Kenrick, J. M. Sundie, L. D. Nicastle ve G. O. Stone (2001). 'Can One Ever Be Too Wealthy or Too Chaste? Searching for Non-linearities in Mate Judgment'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, sayfa 462-71.

STRES

- 1 B. J. Bushman (2002). 'Does Venting Anger Feed or Extinguish the Flame? Catharsis, Rumination, Distraction, Anger, and Aggressive Responding'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, sayfa 724-31.
- 2 H. Tennen ve G. Affleck (2001). 'Benefit-Finding and Benefit-Reminding' in C. R. Snyder and S. J. Lopez (eds), *Handbook of Positive Psychology*, Oxford: Oxford University Press, sayfa 584-97.
- 3 M. E. McCullough, L. M. Root ve A. D. Cohen (2006). 'Writing About the Benefits of an Interpersonal Transgression Facilitates Forgiveness'. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 74, sayfa 887-97.
- 4 C. Peterson ve M. E. P. Seligman (2003). 'Character Strengths Before and After September 11'. *Psychological Science*, 14, sayfa 381-4.
- 5 C. Peterson, N. Park ve M. E. P. Seligman (2006). 'Greater Strengths of Character and Recovery from Illness'. *Journal of Positive Psychology*, 1, sayfa 17-26.
- 6 N. Krause (2003). 'Praying for Others, Financial Strain, and Physical Health Status in Late Life'. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 42, sayfa 377-91.
- 7 S. Chafin, M. Roy, W. Gerin ve N. Christenfeld (2004). 'Music Can Facilitate Blood Pressure Recovery from Stress'. *British Journal of Health Psychology*, 9, sayfa 393-403.

- § M. C. Keller, B. L. Fredrickson, O. Ybarra, S. Cote, K. Johnson, J. Mikels, A. Conway ve T. Wager (2005). 'A Warm Heart and a Clear Head. The Contingent Effects of Weather on Mood and Cognition'. *Psychological Science*, 16, sayfa 724-31.
- 9 H. M. Lefcourt (2005). 'Humor' in C. R. Snyder and S. J. Lopez (eds), *Handbook of Positive Psychology*, Oxford: Oxford University Press, sayfa 619-31.
- 10 E. Friedmann ve S. A. Thomas (1995). 'Pet Ownership, Social Support, and One-Year Survival After Acute Myocardial Infarction in the Cardiac Arrhythmia Suppression Trial (CAST)'. *American Journal of Cardiology*, 76, sayfa 1213-17.
- 11 D. L. Wells (2007). 'Domestic Dogs and Human Health: An Overview'. *British Journal of Health Psychology*, 12, sayfa 145-56.
- 12 K. Allen, J. Blascovich ve W. B. Mendes (2002). 'Cardiovascular Reactivity and the Presence of Pets, Friends, and Spouses: The Truth About Cats and Dogs'. *Psychosomatic Medicine*, 64 (5), sayfa 727-39.
- 13 Bakınız, örneğin, D. C. Turner, G. Rieger ve I. Gyax (2003). 'Spouses and Cats and Their Effects on Human Mood'. *Anthrozoos*, 16, sayfa 213-28.
- 14 E. Friedmann ve S. A. Thomas, belirtilen eserde.
- 15 K. Allen, B. Shykoff ve J. Izzo (2001). 'Pet Ownership, but not ACE Inhibitor Therapy, Blunts Home Blood Pressure Responses to Mental Stress'. *Hypertension*, 38, sayfa 815-20.
- 16 Bakınız, örneğin, J. J. Lynch, S. A. Thomas, M. E. Mills ve ark. (1974). 'The Effects of Human Contact on Cardiac Arrhythmia in Coronary Care Patients'. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 158, sayfa 88-98.
- 17 D. L. Wells (2004). 'The Facilitation of Social Interactions by Domestic Dogs'. *Anthrozoos*, 17 (4), sayfa 340-352.

- 18 S. J. Hunt, L. A. Hart ve R. Gomulkiewicz (1992). 'Role of Small Animals in Social Interactions Between Strangers'. *Journal of Social Psychology*, 132, sayfa 245-56.
- 19 M. R. Banks, L. M. Willoughby ve W. A. Banks (2008). 'Animal-Assisted Therapy and Loneliness in Nursing Homes: Use of Robotic Versus Living Dogs'. *Journal of the American Medical Directors Association*, 9, sayfa 173-7.
- 20 D. Wells (2005). 'The Effect of Videotapes of Animals on Cardiovascular Responses to Stress'. *Stress and Health*, 21, sayfa 209-13.
- 21 A. J. Crum ve E. J. Langer (2007) çalışmasında yer almıştır. 'Mind-Set Matters. Exercise and the Placebo Effect'. *Psychological Science*, 18, sayfa 165-71.
- 22 Adı geçen eser.

İLİŞKİLER

- 1 J. M. Gottman, J. A. Coan, S. Carrere ve C. Swanson (1998). 'Predicting Marital Happiness and Stability from Newlywed Interactions'. *Journal of Marriage and the Family*, 60, sayfa 5-22.
- 2 Bakınız, örneğin, K. Hahlweg, L. Schindler, D. Revensdorf ve J. C. Brengelmann (1984). 'The Munich Marital Therapy Study' in K. Hahlweg and N. S. Jacobson (eds), *Marital Interaction: Analysis and Modification*, New York: The Guilford Press.

N. S. Jacobson, K. B. Schmaling ve A. Holtzworth-Monroe (1987). 'Component Analysis of Behavioral Marital Therapy: 2-Year Follow-up and Prediction of Relapse'. *Journal of Marital and Family Therapy*, 13, sayfa 187-195.
- 3 J. Kellerman, J. Lewis ve J. D. Laird (1989). 'Looking and Loving: The Effects of Mutual Gaze on Feelings of Romantic Love'. *Journal of Research in Personality*, 23, sayfa 145-61.

4. A. Aron, C. C. Norman, E. N. Axon, C. McKenna ve R. Heyman (2000). 'Couples' Shared Participation in Novel and Arousing Activities and Experienced Relationship Quality'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, sayfa 273-83.
5. R. F. Baumeister, E. Bratslavsky, C. Finkenauer ve K. D. Vohs (2001). 'Bad Is Stronger Than Good'. *Review of General Psychology*, 5, sayfa 323-70.
6. J. Gottman (1984). *Why Marriages Succeed or Fail*, New York: Simon and Schuster.
7. R. B. Slatcher ve J. W. Pennebaker (2006). 'How Do I Love Thee? Let Me Count the Words. The Social Effects of Expressive Writing'. *Psychological Science*, 17, sayfa 660-4.
8. B. P. Buunk, F. L. Oldersma ve C. K. W. de Dreu (2001). 'Enhancing Satisfaction Through Downward Comparison: The Role of Relational Discontent and Individual Differences in Social Comparison Orientation'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, sayfa 452-67.
9. S. L. Murray ve J. G. Holmes (1999). 'The (Mental) Ties-that Bind: Cognitive Structures that Predict Relationship Resilience'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, sayfa 1228-44.
10. S. D. Gosling, S. J. Ko, T. Mannarelli ve M. E. Morris (2002). 'A Room with a Cue: Judgments of Personality Based on Offices and Bedrooms'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, sayfa 379-98.
11. A. Lohmann, B. Ximena, X. B. Arriga ve W. Goodfriend (2003). 'Close Relationships and Placemaking. Do Objects in a Couple's Home Reflect Couplehood?' *Personal Relationships*, 10, sayfa 437-49.
12. J. K. Maner, D. A. Rouby ve G. Gonzaga (2008). 'Automatic Inattention to Attractive Alternatives: The Evolved Psychology of Relationship Maintenance'. *Evolution and Human Behavior*, 29, sayfa 343-349.

KARAR ALMA

- 1 J. A. F. Stoner (1961). 'A Comparison of Individual and Group Decisions Involving Risk.' Yayınlanmamış master tezi, Massachusetts Institute of Technology.
- 2 D. G. Myers ve G. D. Bishop (1971). 'Enhancement of Dominant Attitudes in Group Discussion'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 20, sayfa 386-91.
- 3 G. Whyte (1993). 'Escalating Commitment in Individual and Group Decision-Making: A Prospect Theory Approach'. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 54, sayfa 430-55.
- 4 Bu paragrafta bahsedilen çalışmanın çoğu şu çalışmada özetlenmiştir:
I. Janis (1982). *Groupthink*, 2. baskı, Boston: Houghton-Mifflin.
- 5 S. J. Solnick ve D. Hemenway (1998). 'Is More Always Better? A Survey on Positional Concerns'. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 37, sayfa 373-83.
- 6 J. M. Burger (1986). 'Increasing Compliance by Improving the Deal: The That's Not All Technique'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, sayfa 277-83.
- 7 M. Santos, C. Leve ve A. Pratkanis (1994). 'Hey, Buddy, Can You Spare Seventeen Cents? Mindful Persuasion and the Pique Technique'. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, sayfa 755-64.
- 8 B. P. Davis ve E. S. Knowles (1999). 'A Disrupt-Then-Reframe Technique of Social Influence'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76 (2), sayfa 192-9.
- 9 J. Freedman ve S. Fraser (1966). 'Compliance Without Pressure: The Foot-in-the-Door Technique'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, sayfa 195-202.

- 10 A. L. Beaman, C. M. Cole, B. Klentz ve N. M. Steblay (1983). 'Fifteen Years of the Foot-in-the-Door Research: A Meta-Analysis'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9, sayfa 181-96.
- 11 R. Cialdini, J. Vincent, S. Lewis, J. Catalan, D. Wheeler ve B. Darby (1975). 'Reciprocal Concessions Procedure for Inducing Compliance: The Door-in-the-Face Technique'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, sayfa 206-15.
- 12 A. Pascual ve N. Gueguen (2006). 'Door-in-the-Face Technique and Behavioral Compliance: An Evaluation in a Field Setting'. *Psychological Reports*, 103, sayfa 974-8.
- 13 A. Dijksterhuis ve Z. van Olden (2006). 'On the Benefits of Thinking Unconsciously: Unconscious Thought Increases Post-Choice Satisfaction.' *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, sayfa 627-31.
- 14 Bakınız, örneğin, T. Betsch, H. Plessner, C. Schwierer ve R. Giiitig (2001). 'I Like it but I Don't Know Why: A Value-Account Approach to Implicit Attitude Formation'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, sayfa 242-53 ve A. Dijksterhuis, M. W. Bos, L. F. Nordgren ve R. B. van Baaren (2006). 'On Making the Right Choice: The Deliberation-Without-Attention Effect'. *Science*, 311, sayfa 1005-7.
- 15 Bakınız, örneğin, T. Gilovich ve V. H. Medvec (1995). 'The Experience of Regret: What, When, and Why'. *Psychological Review*, 102, sayfa 379-95 ve T. Gilovich ve V. H. Medvec (1994). 'The Temporal Pattern to the Experience of Regret'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, sayfa 357-65.
- 16 Şu çalışmaya dayandırılmıştır: B. Schwartz, A. Ward, J. Monterosso, S. Lyubomirsky, K. White ve D. R. Lehman (2002). 'Maximizing Versus Satisficing: Happiness is a Matter of Choice'. *Personality and Social Psychology*, 83 (5), sayfa 1178-97.

- 17 S. S. Iyengar, R. E. Wells ve B. Schwartz (2006). 'Doing Better but Feeling Worse. Looking for the Best Job Undermines Satisfaction'. *Psychological Science*, 17, sayfa 143-9.
- 18 C. Peterson (2006). *A Primer In Positive Psychology*, Oxford: Oxford University Press, sayfa 191.
- 19 Kaynaklar: R. Highfield (25 March 1994). 'How Age Affects the Way We Lie'. *Daily Telegraph*, 26; A. Vrij (2000). *Detecting Lies and Deceit*, Chichester: John Wiley and Sons; anket, Royal and Sun Alliance Sigorta Firması tarafından yürütülmüştür (2007).
- 20 R. H. Gramzow, G. Willard ve W. B. Mendes (2008). 'Big Tales and Cool Heads: Academic Exaggeration Is Related to Cardiac Vagal Reactivity'. *Emotion*, 8, sayfa 138-44.
- 21 L. A. Stromwall, P. A. Granhag ve S. Landstrom (2007). 'Children's Prepared and Unprepared Lies: Can Adults See Through Their Strategies?'. *Applied Cognitive Psychology*, 21, sayfa 457-71.
- 22 B. M. DePaulo ve W. L. Morris (2004) çalışmasında adı geçmiştir. 'Discerning Lies from Truths: Behavioural Cues to Deception and the Indirect Pathway of Intuition' in P. A. Granhag and L. A. Stromwall (eds), *The Detection of Deception in Forensic Contexts*, Cambridge: Cambridge University Press, sayfa 15-40.
- 23 P. Ekman ve M. O'Sullivan (1991). 'Who Can Catch a Liar?'. *American Psychologist*, 46 (9), sayfa 913-20.
- 24 A. Vrij (2004). 'Why Professionals Fail to Catch Liars and How They Can Improve'. *Legal and Criminological Psychology*, 9, sayfa 159-83.
- 25 J. T. Hancock, J. Thom-Santelli ve T. Ritchie (2004). 'Deception and Design: The Impact of Communication Technologies on Lying Behavior'. *Proceedings, Conference on Computer Human Interaction*, 6, sayfa 130-6.

- 26 R. Buehler, D. Griffin ve M. Ross (2002). 'Inside the Planning Fallacy: The Causes and Consequences of Optimistic Time Predictions' in T. Gilovich, D. Griffin and D. Kahneman (eds), *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*. Cambridge: Cambridge University Press, sayfa 250-70.
- 27 R. Buehler, D. Messervey ve D. Griffin (2005). 'Collaborative Planning and Prediction: Does Group Discussion Affect Optimistic Biases in Time Estimation'. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 97, sayfa 47-63.
- 28 J. Kruger ve M. Evans (2004). 'If You Don't Want to Be Late, Enumerate: Unpacking Reduces the Planning Fallacy'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, sayfa 586-98.

EBEVEYNLIK

- 1 F. H. Rauscher, G. L. Shaw ve K. N. Ky (1993). 'Music and Spatial Task Performance.' *Nature*, 365, sayfa 611.
- 2 F. H. Rauscher, G. L. Shaw ve K.N. Ky (1995). 'Listening to Mozart Enhances Spatial-Temporal Reasoning: Towards a Neurophysiological Basis.' *Neuroscience Letters*, 185, sayfa 44-7.
- 3 A. Bangerter ve C. Heath (2004). 'The Mozart Effect: Tracking the Evolution of a Scientific Legend'. *British Journal of Social Psychology*, 43, sayfa 605-23.
- 4 C. F. Chabris (1999). 'Prelude or Requiem for the "Mozart Effect"?' *Nature*, 400, sayfa 827.
- 5 W. F. Thompson, E. G. Schellenberg ve G. Husain (2001). 'Arousal, Mood, and the Mozart Effect'. *Psychological Science*, -12, sayfa 248-51.
- 6 K. M. Nantais ve E. G. Schellenberg (1999). 'The Mozart Effect: An Artifact of Preference?' *Psychological Science*, 10, sayfa 370-3.
- 7 E. G. Scheilenberg (2004). 'Music Lessons Enhance IQ'. *Psychological Science*, 15, sayfa 511-14.

- 8 B. W. Pelham, M. C. Mirenberg ve J. K. Jones (2002). 'Why Susie Sells Seashells by the Seashore: Implicit Egotism and Major Life Decisions'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, sayfa 469-87.
- 9 L. Einav ve L. Yariv (2006). 'What's in a Surname? The Effects of Surname Initials on Academic Success'. *Journal of Economic Perspectives*, 20 (1), sayfa 175-88.
- 10 H. Harari ve J. W. McDavid (1973). 'Name Stereotypes and Teachers' Expectations.' *Journal of Educational Psychology*, 65, sayfa 222-5.
- 11 W. F. Murphy (1957). 'A Note on the Significance of Names. *Psychoanalytical Quarterly*, 26, sayfa 91-106.
- 12 N. Christenfeld, D. P. Phillips ve L. M. Glynn (1999). 'What's in a Name: Mortality and the Power of Symbols.' *Journal of Psychosomatic Research*, 47 (3), sayfa 241-54.
- 13 L. D. Nelson ve J. P. Simmons (2007). 'Moniker Maladies. When Names Sabotage Success'. *Psychological Science*, 18, sayfa 1106-11.
- 14 C. M. Mueller ve C. S. Dweck (1998). 'Praise for intelligence Can Undermine Children's Motivation and Performance.' *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, sayfa 33-52.
- 15 Bu çalışmanın kısa bir özeti için bakınız, C. S. Dweck (1999). 'Caution-Praise Can Be Dangerous.' *American Educator*, 23, sayfa 4-9.
- 16 A. Cimpian, H.-M. C. Arce, E. M. Markman ve C. S. Dweck (2007). 'Subtle Linguistic Cues Affect Children's Motivation.' *Psychological Science*, 18, sayfa 314-16.
- 17 Y. Shoda, W. Mischel ve P. K. Peake (1990). 'Predicting Adolescent Cognitive and Self-Regulatory Competencies from Preschool Delay of Gratification.' *Developmental Psychology*, 26 (6), sayfa 978-86.

- 18 A. L. Duckworth ve M. E. P. Seligman (2005). 'Self-Discipline Outdoes IQ in Predicting Academic Performance of Adolescents.' *Psychological Science*, 16, sayfa 939-44.
- 19 J. L. Freedman (1965). 'Long-Term Behavioral Effects of Cognitive Dissonance'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, sayfa 145-55.
- 20 D. Filley (1999). 'Forbidden Fruit: When Prohibition Increases the Harm it Is Supposed to Reduce.' *Independent Review*, 3, sayfa 441-51.
- 21 Bakınız, örneğin, C. E. Cameron Ponitz, M. M. McClelland, C. M. Connor, A. M. Jewkes, C. L. Farris ve F. J. Morrison (2008). 'Touch Your Toes! Developing a Direct Measure of Behavioral Regulation in Early Childhood'. *Early Childhood Research Quarterly*, 23, sayfa 141-58.
- M. M. McClelland, C. E. Cameron, C. M. Connor, C. L. Farris, A. M. Jewkes ve F. J. Morrison (2007). 'Links Between Behavioral Regulation and Preschoolers' Literacy, Vocabulary, and Math Skills.' *Developmental Psychology*, 43, sayfa 947-59.
- 22 S. Tominey ve M. M. McClelland (April 2008). "And When They Woke Up, They Were Monkeys!" Using Classroom Games 'to Promote Preschoolers' Self-Regulation and School Readiness.' İki yılda bir yapılan İnsan Gelişimi Konferansı'nda poster olarak sunulmuştur, Indianapolis.

KİŞİLİK

- 1 B. L. Beyerstein (2007). 'Graphology - A Total Write-Off in S. D. Sala (ed.), *Tall Tales About the Mind and Brain: Separating Fact From Fiction*, Oxford: Oxford University Press, sayfa 233-270.
- 2 Bu yaklaşımın kişiliğe bakış açısı hakkında bir özet için bakınız, G. Matthews, I. J. Deary ve M. C. Whiteman (2003). *Personality, Traits*, 2. baskı. Cambridge: Cambridge University Press.

- 3 L. R. Goldberg (1993). 'The Structure of Phenotypic Personality Traits'. *American Psychologist*, 48, sayfa 26-34.
- 4 Bu çalışmayla ilgili daha fazla bilgi için bakınız, <http://ipip.ori.org/>.
- 5 F. J. Sulloway (1996). *Born to Rebel: Birth Order, Family Dynamics, and Creative Lives*, New York: Pantheon.
- Öte yandan, bu çalışmanın bir kısmı soru işaretlerine maruz kalmıştır. Bakınız, örneğin: T. Jefferson, J. H. Herbst ve R. R. McCrae (1998). 'Associations between birth order and personality traits: Evidence from self-reports and observer ratings.' *Journal of Research in Personality*, 32, sayfa 498-509.
- 6 G. Casanova (1997). *History of My Life: Giacomo Casanova, Chevalier de Seingalt*, vol. 11, çev. Willard R. Trask. Baltimore, Maryland: The John Hopkins University Press.
- 7 Bu çalışmanın harika bir özeti için bakınız, J. Manning (2008). *The Finger Book: Sex, Behaviour and Disease Revealed in the Fingers*, London: Faber and Faber.
- 8 Bakınız, örneğin, D. A. Putz, S. J. C. Gaulin, R. J. Sporter ve D. H. McBurnley (2004). 'Sex Hormones and Finger Length: What Does 2D:4D Indicate?' *Evolution and Human Behavior*, 25, sayfa 182-99.
- 9 J. T. Manning ve D. Sturt (2004). '2nd to 4th Digit Ratio and Strength in Men.' Unpublished study, cited in Manning's *The Finger Book*, belirtilen eserde.
- 10 J. T. Manning, P. Bundred ve R. Taylor (2003). 'The Ratio of the 2nd to 4th Digit Length: A Prenatal Correlate of Ability at Sport.' *Kinanthropometry*, 8; sayfa 165-74.
- 11 J. T. Manning ve R. P. Taylor (2001). '2nd to 4th Digit Ratio and Male Ability in Sport: Implications for Sexual Selection in Humans.' *Evolution and Human Behavior*, 22, sayfa 61-9.
- 12 Adı geçen eser.

- 13 B. Fink, J. T. Manning ve N. Neave (2004). 'Second to Fourth Digit Ratio and the "Big Five" Personality Factors.' *Personality and Individual Differences*, 37, sayfa 495-503.

E. J. Austin, J. T. Manning, K. McInroy ve E. Mathews (2002). 'A Preliminary Investigation of the Association Between Personality, Cognitive Ability and Digit Ratio.' *Personality and Individual Differences*, 33, sayfa 1115-24.

G. D. Wilson (1983). 'Finger-Length as an Index of Assertiveness in Women.' *Personality and Individual Differences*, 4, sayfa 111-12.
- 14 V. Sluming ve J. Manning (2000). 'Second to Fourth Digit Ratio in Elite Musicians: Evidence for Musical Ability as an Honest Signal of Male Fitness.' *Evolution and Human Behaviour*, 21, sayfa 1-9.
- 15 W. J. Szlemko, J. A. Benfield, P. A. Bell, J. L. Deffenbacher ve L. Troup (2008). 'Territorial Markings as a Predictor of Driver Aggression and Road Rage.' *Journal of Applied Social Psychology*, 38 (6), sayfa 1664-88.
- 16 Y. Ida (1987). 'The Manner of Hand Clasping and the Individual Differences in Hemispheric Asymmetries'. *Japanese Journal of Psychology*, 58, sayfa 318-21.

Y. Ida (1988). 'The Manner of Clasping the Hands and Individual Differences in Perceptual Asymmetries and Cognitive Modes'. *Psychologia*, 31, sayfa 128-35.

C. Mohr, G. Thut, T. Landis ve P. Brugger (2003). 'Hands, Arms and Minds: Interactions between Posture and Thought'. *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology*, 25, sayfa 1000-1010.
- 17 J. F. Diaz-Morales (2007). 'Morning and Evening Types: Exploring Their Personality Styles'. *Personality and Individual Differences*, 43, sayfa 769-78.