

BAŞKALARININ AKLI-Tali SHAROT

Önsöz

Bu kitap her şeyden önce sizi siz yapan şeyin beyniniz olduğu varsayımına dayanıyor. Zihninizden geçen her düşünce, deneyimlediğiniz her duygu, verdiğiniz her kararın beyninizin içinde ateşlenen nöronların bir çıktısı olduğundan yola çıkıyor. Ne var ki ensenizin hemen üzerinde yer alan bu biricik organ tamamıyla size ait değildir; mirastır. Zira kodları milyonlarca yıl içinde tekrar tekrar yazılmış ve zaman zaman elden geçirilmiştir.

İnsanlar bilgi yaymaya ve fikirlerini paylaşmaya bayılırlar. İnternete bakarsanız ne demek istediğimi hemen anlarsınız: Her gün 4 milyon blog yazısı yazılırken 80 milyon Instagram fotoğrafı yayınlanıyor ve 616 milyon tweet siber uzaydaki yerini alıyor (ki bu da her saniye 7.130 tweet atıldığı anlamına geliyor). Her bir tweetin, blog yazısının ya da fotoğrafın ardında sizin gibi, benim gibi bir insan var. Bir düşünün: Niçin her gün milyonlarca insan, milyonlarca kıymetli anını bilgi paylaşmaya ayırıyor?

Görünen o ki bilgimizi başkalarına ulaştırabilmek, içsel bir ödüle karşılık geliyor. Harvard Üniversitesinde yapılan bir çalışma, insanların düşüncelerini başkalarına yayabilmek adına para kaybetmeyi bile göze aldıklarını gösterdi. Üstelik bu düşünceler zamanla elde edilmiş, önemli ya da değerli buldukları düşünceler değil, Barack Obama'nın kış sporlarını sevip sevmediği ya da kahvenin çaydan daha iyi olup olmadığı gibi sıradan konularda, öylesine fikirlendi. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen beyin tarama sonuçlarına göre kişiler "bilgeliklerini" diğerleriyle paylaştıklarında beyinlerindeki ödül merkezi güçlü bir şekilde harekete geçiyordu. Yani düşüncelerimizi paylaştığımızda bir tür haz yaşıyoruz ve bu haz bizi iletişim kurmaya teşvik ediyor. Beynimizin hoş bir özelliği bu. Zira bu sayede bir bilgiye, deneyime ya da fikre ilk sahip olan kişi bunu kendine saklamıyor ve bizler, toplum olarak, pek çok zihnin ürününden faydalanıyoruz.

Elbette toplumun faydalanması için sadece paylaşmak yeterli değildir. Aynı zamanda bir etki yaratmak, Steve Jobs'un tabiriyle “*evrende bir iz bırakmak*” gerekir. Fikir ve bilgilerimizi her paylaştığımızda başkaları üzerinde bir tesiri olsun isteriz. Arzu ettiğimiz değişim küçük veya büyük olabilir; fark etmez. Toplumsal bir dava için insanlığın farkındalığını artırmak ya da bir ürünün satışlarını yükseltmek istiyor olabiliriz.

Sorun hedefte değil, bu hedefe ulaşmak için içine girdiğimiz yaklaşımdadır. Bu yaklaşım başlı başına bizim zihnimizin bir ürünüdür. Bir etki yaratmak istediğimizde her şeyden önce kendimizden yola çıkarız.

Kendimizi ikna edecek şeyleri, kafa yapımızı, arzularımızı, hedeflerimizi temel alırız.

Ama davranışlarını ve inançlarını değiştirmek istediğimiz kişi bambaşka biriye önce onun kafasının içinde olanı anlamak ve onun beyninin işleyişine uygun bir yaklaşım geliştirmemiz gerekir.

Kanıtlar İnançları Değiştirir mi?

“Bu dünyada ÖLÜM ve VERGİLER hariç hiçbir şeyin mutlak olduğu söylenemez.” Benjamin Franklin

Araştırmalar uzun süren evliliklerin ardındaki gücün tutku ya da arkadaşlıktan ziyade, benzerlikler olduğunu defalarca göstermiştir. Yaygın inancın aksine zıt kutuplar birbirini çekmez, çektigindeyse birliktelik uzun sürmez.

Pek çok çift, ne kadar uyumlu olurlarsa olsunlar bir ya da birkaç konuda yıllar boyunca tartışabilirler. Çocuk sahibi olup olunmayacağı, olunacaksa kaç tane olunacağı, iş ve eğlence arasında nasıl denge kurulacağı ya da evcil hayvan olarak bir hamster mi yoksa bir kertenkele mi besleneceği gibi.

İçgüdülerimiz bizlere, tartışırken ya da fikir belirtirken bizi doğrulayıp karşı tarafın yanlış düşündüğünü gösteren delilleri cephane olarak kullanmamızı söyler. Argümanlarımızı, bizlere son derece ikna edici geldikleri için son derece mantıklı bir hale getirip olgularla destekleriz. Eşinizle yaşadığınız son tartışmayı ya da gecenin sonunda memleket kurtarmaya dönüşmüş son içki muhabbetinizi düşünün: Karşınızdakilerin inançlarını biraz olsun değiştirmeyi başardınız mı? *“Son derece iyi düşünülmüş”* argümanlarınıza ve verdiğiniz özenli araştırma örneklerine dikkat ettiler mi? Hafızanız güçlüyse olguların, gerçeklerin ya da mantığın tartışmanızda elinizi güçlendiren araçlar olmadığını hatırlıyor olmalısınız. Zira söz konusu tartışmaksa bize nasıl davranacağımızı söyleyen içgüdülerimiz hatalıdır.

Beyniniz, çoğu insanınki gibi, bilgiden haz duymaya programlanmıştır. Bu durum böyle beyinler için içinde bulunduğumuz dijital çağı adeta bir bayrama çevirmiştir.

Tarım çağı besine erişimi kolaylaştırırken, Sanayi Devrimi hayat kalitemizi ciddi oranda artırmıştı. Ancak bu dönemlerden hiçbiri bilgi çağının getirdiği bu uyarımı sağlayamamıştı. Bu çağda insan beyni, dönme dolabından atlıkarıncasına, üstelik tamamen keyfine göre tasarlanmış kendi lunaparkını inşa etti adeta.

Şu sayıları bir düşünün: Dünya çapında 3 milyar internet kullanıcısı var ve her gün 2,5 milyar gigabayt boyutunda veri üretiyor. Günde 4 milyar Google araması yapılıyor ve 10 milyar YouTube videosu izleniyor.

Bu manzaraya bakıldığında, söz konusu birilerinin inançlarını değiştirmek olduğunda dijital devrimin işe yaraması gerekirmiş gibi görünüyor. Madem insanlar bilgiyi seviyorlar, o halde inanç ve eylemlerini etkilemede onlara veriler derleyip sunmaktan daha iyi yol ne olabilir?

Parmaklarımızın ucundaki “büyük veriler” ve elimizin altındaki güçlü bilgisayarlarla analizler yapar, bilgilerimizi artırırız ve ulaştığımız gerçekleri bir bir, tane tane ortaya koyarız. Tereyağından kıl çeker gibi, değil mi!

Özenle topladığınız verilerle düşünerek ulaştığınız sonuçları birbirine bağlayıp etkilemek istediğiniz kişiye sunmaya kalkışana kadar öyle. o anda iş, fikir değiştirmeye geldiğinde, verilerin genelde yetmediğini kavrayıverirsiniz.

Bir bilişsel sinirbilimci olarak işimi psikoloji ve sinirbiliminin keşiştiği bir alanda yaparım ve pek çok bilim insanı gibi verileri severim. Kimi değerli taş, nadir bir pul, ayakkabı, klasik araba ya da kurşun asker biriktirir. Bense veri biriktiririm.

Bunca veri, bunca analiz aracı ve böylesine güçlü bilgisayarlar son dönemlerin ürünüdür; oysa etkilemeye çalıştığımız beyinler milyonlarca yılda pişmiştir. Yani bizler verileri seviyor ve beyinlerimizin işleyişinin verilere dayandığını öne sürüyor olsak da gerçek bundan epey farklıdır. Bilgiyi ve mantığı ön sıralara koyan yaklaşımlar, sizi ve beni insan yapan şeyi, güdülerimizden, korkularımızdan, ümitlerimizden ve arzularımızdan oluşan özü yeteri kadar dikkate almaz. Bu yok sayış ciddi bir problem teşkil eder, verilerin güçlü fikirler karşısında sınırlı bir etkiye sahip olması gibi hayret verici bir sonucu doğurur. Yıllar içinde inşa edilmiş inançlar, bilimsel gerçekler karşısında bile son derece dirençli olabilir.

İnsanlar, bir konuda sağladığınız yeni bilgi önceki inançlarınızı teyit ediyorsa hemen kabul etme eğiliminde olurken (bunlara *mevcut inançlar* diyoruz) aksi yöndeki delilleri eleştirel bir gözle ele alıyorlar.

Aslında fikirleriyle çelişen bilgilerin sunulması, insanların mevcut fikirlerine daha çok sarılmasına yol açabilmektedir. Bu duruma “*bumerang etkisi*” denir.

Neden Böyleyiz? Niçin beynimiz mükemmelen geçerli olan ama mevcut dünya görüşümüzle uyuşmayan bilgileri dikkate almayacak şekilde evrimleşti?

Yargıya varırken yanlışla düşmemize neden olan bir mühendislik hatası varmış gibi görünüyor. Öyleyse niçin insan evrimi sürecinde bu arıza düzeltilmedi acaba?

Bu budalalığımızın makul bir açıklaması olabilir mi?

Bu sonuçlar size şaşırtıcı gelebilir çünkü bugüne dek pek çok çalışma insanların yanıldıklarını anladığı zamanlarda beyinlerinin "hata sinyali" olarak adlandırılan geniş çaplı bir tepki ürettiğini göstermişti. Ancak bu çalışma bize çoktan bağlandığımız inançlar ya da eylemler söz konusu olduğunda beynimizin "yanılmış olabileceğimizi" gösteren delillere karşı bir "görmezden gelme" durumuna geçtiğini gösterdi. Sonuçta -beynimize göre-yeni bir delil güvenilmez ve geçersizse ona dikkat harcamaya değmez.

Peki, madem öyle, inançları değiştirmek için ne yapılabilir? Elbette hiçbirimizin görüşleri sabit kalmıyor ve değişiyor. O halde bu değişimi nasıl gerçekleştirebiliriz?

Hiçbir inanç ayakta tek başına kalamaz. Mutlaka başka bir inançlar ve dürtüler ağıyla sarmalanır. Birinin olaylara nasıl baktığını dikkate almak, onun ikna olabileceği argümanları bulabilmemizi sağlar. Aksi takdirde, "O neyle ikna olur?" değil, "Biz neyle ikna oluruz?" sorusunun yanıtına göre hareket etmiş oluruz.

İçgüdülerimizi dinleyerek neden bizim daha haklı, onun daha haksız olduğunu gösteren bir çuval delil sunmak, havanda su dövmeye benzer. Muhatabımız böyle durumlarda ya beyninin fişini çeker ya da hemen bulduğu bir karşı delille çürütme çabamızı savuşturur. Değişim yaratmak için tek geçer akçe, ortak motivasyonları keşfetmektir.

Ay'a Gitmeye Nasıl İkna Olduk? (Duygu)

2012 Mart'ında Long Beach'te yıllık TED konferansında "*Sakinler de Kazanır*" isimli kitabın yazarı Susan Cain o günkü konuşmasında dinleyicileri adeta afallatmıştı. Sahiden de Cain'in içine kapanık olanların kuvvetli yanlarından bahsettiği meşhur konuşması o kadar yayıldı ki bu satırları yazdığım sırada toplam izlenme sayısı 13 milyonu aşmıştı. Belki dinleyiciler farkında değildi ama salonda baskın hissiyat, konuşmanın, başarılı olacağını öngören ilginç bir psikolojik olguyla bağlantılıydı.

Terrace Theater'da benle birlikte Cain'i dinleyen 1.300 kişinin, Rice Stadyumu'nda JFK'i dinleyen 35.000 kişinin de beyinlerinde ateşlenen nöronların etkinliğini kaydetmedim. o zamanlar mümkün değildi; şimdi de değil. Ama bu konuda eğitime sahip biri olarak, kaydedebilseydim neyle karşılaşacağımı tahmin edebilirim.

Princeton Üniversitesi'ndeki bir grup araştırmacı bir MRI tarayıcı kullanarak politikacıların nutuklarını dinleyen deneklerin beyin aktivitelerini kaydettiler ve kuvvetli nutukları dinlerken insanların beyinlerinin paralel işlediğini fark ettiler. Aynı konuşmayı dinleyen farklı bireylerin beyin aktiviteleri birlikte artıp birlikte azalıyor, beyinlerinin aynı

bölgeleri aynı zamanda coşup aynı zamanda sessizliğe gömülüyordu. Sanki senkronize olmuş gibiydiler.

Bu bulgular çok şaşırtıcı gelmeyebilir. Başarılı bir hitabet, tanımı gereği tüm insanların dikkatini çekecek ve dinlemelerini sağlayacaktır. Eğer herkes bilinçli olarak aynı monoloğu dinliyorsa dinleyicilerin beyin örüntüleri birbirine benzer olacaktır. Sonuçta herkes konuşma çok sıkıcı olduğu için kendi farklı iç dünyalarına dalıp başka şeyler düşünmüyorsa (dolayısıyla eşgüdüm bozulmuyorsa) böyle olmasını bekleriz. Ancak hikâye bundan ibaret değil.

Buradaki ince ayrıntı, bu eşgüdümün sadece dil ve işitmeye ilgili önemli bölgelerde değil, aynı zamanda bağlantılar kurmayla duygu üretme ve işlemeye ve kendinizi başkasının yerine koymamızı sağlayan empatiyle ilgili bölgelerde de gerçekleşmesiydi.

Kuvvetli nutuklar insanların dikkatini yakalamakla kalmaz ki o bile kendi başına övgüye değer bir özelliktir. Kuvvetli nutuklar, kişilerin kendi karakterlerinden ve geçmiş deneyimlerinden bağımsız olarak dinleyicilerde benzer tepkiler ortaya çıkarır. Başka bir deyişle ister limonlu krep yerken Shakespeare okumayı seven, yirmi dört yaşında liberal bir kadın, ister plajda ağırlık çalışarak kızları etkilemeye çalışan otuz yedi yaşındaki muhafazakâr bir erkek olun, beyniniz bu konuşmaları dinlerken MRI tarayıcı ekranında aynı yaygın sinirsel aktiviteyi yansıtır.

Hem JFK hem Cain milyonların sadece kendilerini dinlemesini sağlamakla kalmamış, aynı zamanda hislerini ve bakış açılarını değiştirmeyi başarıp kalabalıkların davalarına destek vermelerini sağlamışlardı. Peki, hitabet sanatındaki hangi unsur böylesine yaygın bir eşgüdümü mümkün kılıyordu?

Siyasetçiler, sanatçılar ve verecek bir mesajı olan herkes sık sık dinleyicilerin dikkatini yakalayabilmek için duygulardan yararlanmaları tavsiye edilir.

Konuşmaya dokunaklı bir hikâye ya da söylevle başlamanın ilgiyi daha en baştan artıracığı, konuşmanın çok daha etkileyici olmasını sağlayacağı düşünülür. Nitekim duygularımıza daha çok hitap eden filmler, romanlar ve şarkılar diğerlerine göre daha popülerdir.

Bu yüzden duygu uyandırmak, ister bir kişiye bin kişiye hitap ediyor olun, başkalarının sizinle aynı bakış açısını paylaşmalarını ve bu sayede iletmek istediğiniz mesajı doğru algılamalarını sağlar. Birimiz mutlu diğerimiz mutsuzken bir hikâyeyi aynı şekilde değerlendirmemiz pek olası değildir ancak eğer önce ufak bir şakayla sizin de mutlu olmanızı

sağlarsam bunu mümkün kılabilirim. Bu taktiğin güzel yanı, duyguların gerçekten de bulaşıcı olmasıdır.

Sevgiyi Paylaşmak

Olimpiyatları izlemeyi severim. Ama itiraf etmeliyim, atletlerin inanılmaz başarılarına bizzat şahit olmak istediğimden değil. Ne dünyanın en hızlı koşan adamını canlı canlı izleme ne de uzun atlama rekor denemesini kendi gözlerimle görmek gibi bir niyetim var. Olimpiyatların beni derinden etkileyen yanı, varış çizgisini ilk geçen kadın atletin gözlerindeki o saf, katışıksız mutluluğu, podyuma çıkan yüzme şampiyonunun yüzünü ıslatan mutluluk gözyaşlarını, yani duyguların en çıplak, en yalın halini görme fırsatını sunması.

Bu mutluluklar bulaşıcıdır. Böyle yüzler ekranda göründükleri zaman en soğuk, en ilgisiz olanlarımız bile tebessüm eder, kaybettiği ya da kazandığı için ağlayan sporculara bakarken gözlerinin dolmasına engel olamaz.

Birbirimizi etkilemenin en güçlü yollarından biri duygularımızı kullanmaktır. Fikirleri paylaşmak vakit alır ve bilişsel çaba gerektirir. Ancak hisleri özellikle de mutluluğu paylaşmak, anlık ve kolaydır. Hissettikleriniz hızla, otomatik ve hatta genelde bilinçsiz bir şekilde etrafınızdakilere sirayet eder ve onların duyguları da sizi etkiler. İş arkadaşlarınız, aile üyeleriniz, dostlarınız ve hatta tanımadığınız insanlar bile yüz ifadenizdeki, ses tonunuzdaki, duruşunuz ve konuşmanızdaki hali çabucak algırlar. Farkında olmasalar bile, siz mutlu olduğunuzda mutlu, gergin olduğunuzda gergin olma eğilimi gösterirler.

Duygular çevre hakkında önemli bilgiler sunabilecek bir taşıyıcı olduğundan, beyinlerimizin tasarımı, duyguları hızla bir beyinden diğerine iletmeye dönüktür. Mesela bir şeylerden korktuğunuzu algılasam büyük olasılıkla ben de korkarım ve etrafta bir tehlike kaynağı olup olmadığını araştırırım. Bu, hayat kurtaran bir davranıştır çünkü eğer siz korkuyorsanız etrafta gerçekten benim de korkmam gereken bir şey olması kuvvetle muhtemeldir.

Benzer şekilde heyecanlı olduğunuzu tespit edersem ben de heyecanlanabilirim ki bu da beni etrafta bir ödül olup olmadığını kontrol etmeye iter. Bu da yerinde bir stratejidir, zira aynı şekilde sizin heyecanlı olmanız etrafta benim de heyecanlanmamı gerektiren bir şeyler olduğunun bir göstergesidir. Tüm bunlar, daha düşünmemize bile fırsat vermeden, çarçabuk gerçekleşir.

Bebekten anneye de duygular aktarılabilir, Bebek ağladığında ebeveyn acıyı derhal hisseder ve bebeğin sıkıntısını giderecek şekilde yardım etmek üzere harekete geçer.

Peki, bu duygusal aktarım nasıl işliyor? Nasıl oluyor da bir tebessüm benim de mutlu olmamı sağlarken, hiddetli bir davranış bende de kızgınlık yaratabiliyor?

Bunun iki yolu var:

Birincisi, *bilinçsiz taklit*. İnsanların başkalarının hareket, ses ve mimiklerini taklit ettiğini duymuşsunuzdur. Bunu hepimiz, otomatik yaparız. Eğer karşımda kaşlarınızı kaldırırırsanız muhtemelen ben de kaldırırım. Karşımda oflarsanız ben de buna karşılık poflarım. Birisi vücut diliyle stresli olduğunu ele veriyorsa bizim vücudumuz da aynı işaretleri vermeye başlar ve sonucunda bizim stresimiz de artar.

İkinci yol taklide dayanmaz; duygusal uyarana tepki üretmekten ibarettir. Basittir: Korku dolu bir surat bize etrafta korkacak bir şeyler olduğunu anlatır ve biz de bu uyarana, o sırada bizim görmediğimiz bir yerden elinde kocaman baltasıyla gelen bir manyak varmış gibi, korkarak yanıt veririz.

İnternetin Amigdalası

Eğer Twitter müdavimiyseniz dikkat! Twetlemek çoğu zaman gün boyu girişeceğiniz aktiviteler arasında duygularınızı en fazla coşturanlardan biri olacaktır.

Araştırmalar, tweet atmanın nabızı artırdığını, terlemeye neden olduğunu ve gözbebeklerini irileştirdiğini ortaya çıkarmıştır.

Beynin duygusal olarak uyarılmasıyla ilgili göstergeler bakılırsa tweetlemek ve retweetlemek, webde sadece *sörf yapmaya* göre %75 daha etkili. Sadece zaman akışını okumak bile %65 daha fazla duygusal uyarım sağlıyor.

İnsanları Harekete Geçirmek için Korkutmalı mıyız? (Teşvikler)

“*Elini yıka!*” pek çok bar ve restoranın tuvaletinde göreceğiniz uyarı tabelalarından biridir. Peki, çalışanların bu talimata ne kadar uyduklarını hiç merak ettiniz mi? Hastalık Kontrol Önleme Merkezi merak etmiş ve ABD’de yüzlerce lokantayı ziyaret ederek çalışanların hijyen uygulamalarını kaydetmiş. Çalışanların %62 gibi bir çoğunluğu ellerini yıkamıyor.

Yemek sektörü için %38 olan el hijyeni talimatlarına uyum oranı, sağlık sektörü için %37,8’dir. Yani neredeyse eşit. Ellerin yıkamayanlar sadece restoran ya da hastane çalışanları değil, halkın sadece %5’i umumi

tuvaletleri kullandıktan sonra ellerini doğru dürüst (su ve sabun kullanarak 15 saniye boyunca) yıkıyor.

Yap ve Yapma

İnsan beyni, ödülü kayıptan kaçınmakla değil, eyleme geçmekle ilişkilendirecek şekilde gelişmiştir çünkü bu, her zaman olmasa da çoğunlukla en faydalı tepkidir. İyi bir şeyler elde etme olasılığıyla karşılaştığımızda beynimiz hızlı hareket etmemizi sağlayan bir dizi biyolojik olaylar zincirinin fitilini ateşler. Bu beynin "YAP" yanıtıdır ve bu sinyal, orta beyin olarak adlandırdığımız derin bir bölgeden gelir. Sinyal önce yukarıya, beynin merkezinin hemen yanındaki striatuma, oradan da motor yanıtları kontrol eden frontal kortekse hareket eder.

Buna karşılık, kötü bir durum beklediğimizde içgüdümüz geri çekilmektir. Beyin, "YAPMA" yanıtını tetikler ve bu "YAPMA" sinyalleri de yine orta beyinden yola çıkıp striatum aracılığıyla frontal kortekse gelir.

Ne var ki "YAP" sinyallerinin aksine, buradan bir yanıt üretilmesini engeller. Sonuç olarak "iyi" karşısında eyleme geçerken, "kötü" karşısında, eylemsizlik üretiriz.

Eğer birilerinin çabucak harekete geçmesini istiyorsanız acı beklentisine girmelerine neden olan bir cezayla tehdit etmek yerine, haz beklentisi yaratan bir ödül vaadi sunmak daha yerinde olabilir. İster ekibinizi daha çok çalışmalarını ister çocuğunuzu odasını temizlemesi için motive ediyor olun, esas yapmanız gereken şeyin beyinde "YAP" yanıtı üretmek olduğunu unutmayın. Çalışanlarınızın şirket web sitesinde ayın en üretken çalışanı olarak listelenmeyi umması ya da odasını toplayan çocuğunuzun kıyafet yığınları altında sevdiği oyuncaklarını bulmayı ümit etmesi, maaş kesintisi ya da televizyon yasağı gibi faktörlerden çok daha etkili olabilir.

Evrim niçin bizi böyle bir kalakalma tepkisiyle donatmış olabilir? Bu sorunun yanıtını bulabilmek için birincil hedefimizin yırtıcılardan kaçmak olduğu zamanlara dönmemiz gerekiyor.

Atalarımızın bir aslana ya da kaplana öğle yemeği olmamak için başvurabileceği üç seçenek vardı:

1. Elden geldiğinde hızla kaçmak,
2. Var güçleriyle dövüşmek,
3. Ya da tamamen hareketsiz kalmak.

Neden hiç kımıldamayalım peki? Kımıldamazsak tespit edilmeyebiliriz. Hem insanlar hem de diğer hayvanlar göz uçlarıyla bile hareketi algılamakta çok başarılıdırlar; dolayısıyla ölüm tehdidi karşısında hiç kımıldamamak bizi kurtarabilir.

Donakalımın ikinci nedeniyse ölü taklidi yapmaktır. Pek çok etçil hayvan hastalıklardan kaçınmak için leş yemekten imtina eder. Milli park bekçileri kampçılara siyah ayılarla karşılaşmaları halinde ölü taklidi yapmalarını boşuna tavsiye etmiyor. Ölü taklidi yapmak, “dokunulmamak” için uygun bir strateji olabilir ki korkuya tepki olarak sıklıkla “dövüş ya da kaç” stratejisinden önce devreye giren donakalma tepkisini miras alma sebeplerimizden biri de budur.

Uçak kazalarından sağ kurtulanların ifadelerine bakarsanız yolcuların kaçmak yerine koltuklarında korku ve şok içerisinde tamamen donakaldıklarını görürsünüz. Bu davranışa laboratuvar farelerinde de rastlanır. Eğer fareleri belirli bir ses ertesinde elektrik şoku almaya şartlarsanız o sesi her duyduklarında acı çekecekleri beklentisiyle donakaldıklarını görürsünüz. Bu tepki bazen farenin kaçacak yeri varken bile görülür. Donakalma davranışının ardında aynı duyu işlemcisi, yani amigdala başrolde.

Boş Vererek Nasıl Güç Kazanırsınız? (Eylemlilik)

İnsanların büyük bir kısmı yaygın korku fobilerinin onları öldürme potansiyeline karşı kayıtsızdır. Bunlar yerine, en yaygın fobi, örümcek korkusu, yani araknofobidir. Oysa “*bir köpekbalığı saldırısına uğrayıp hayatta kaldıktan sonra kafamıza düşen hindistancevizi yüzünden ölme olasılığımız*” örümcek ısırtığıyla ölme olasılığınızdan daha yüksektir. 319 milyonluk Amerika nüfusu içinde sadece 6 kişi örümcek zehrinden ölür.

Örümcekler, yılanlar ya da yükseklik gibi, bize bir zararı dokunma ihtimali pek olmayan şeylerden korkarız. Bazı insanlar açık alanda kaldıklarında köpek veya yıldırım gördüklerinde resmen panik atak geçirir. Asansörlerden ya da uçakla seyahat etmekten korkanlar da Fobi listesinde ilk ona giren tek mantıklı korku, sekizinci sırada yer alan mikrop, yani enfeksiyon korkusudur (misofobi).

Başlıca Ölüm Nedenleri-Top 10

1. Kalp hastalıkları
2. Kanser
3. Kronik akciğer ve solunum yetmezliği
4. Kazalar (kasıtsız yaralamalar)
5. İnme (serebrovasküler hastalıklar)
6. Alzheimer
7. Diyabet
8. Grip ve pnömoni
9. Böbrek iltihabı (nefrit), nefrotik sendrom, böbrek bozukluğu
10. İntihar

En Yaygın 12 FOBİ

1. Araknofobi: Örümcek korkusu
2. Ofidiyofobi: Yılan korkusu
3. Akrofobi: Yükseklik korkusu
4. Agorafobi: Açık alan ya da kalabalık korkusu
5. Sinofobi: Köpek korkusu
6. Astrafobi: Yıldırım ya da şimşek korkusu
7. Klostrofobi: Kapalı, sıkışık ya da dar alanda kalma korkusu
8. Misofobi: Mikrop korkusu
9. Aerofobi: Uçuş korkusu
10. Tripofobi: Delik korkusu
11. Karsinofobi: Kanser korkusu
12. Tanatofobi: Ölüm korkusu

Korkular ve Gerçekler

İnsanlar, kuşlar gibi kanatlı değildirler, kanatları yoktur. Uçmak üzere evrimleşmemişlerdir. Eğer atalarımız bir sabah uyandıklarında kendilerini gökyüzünde bulsalar tanıyla buluşmak üzere olduklarını düşünürlerdi. Ayakları yere basan atalarımızdan uçuş korkusu miras almayacaktık da ne yapacaktık?

İçimizden bir ses bu teorinin doğru olabileceğini söyler; zira örümcekler, yılanlar, yükseklik, açık alan ve uçmak gibi korkuların hepsi bize, bu şeylerin gerçekten tehlikeli oldukları zamanlardan miras kalmış olabilir.

Açık alanlar mesela, gizlenme imkânı vermediği için yırtıcılara daha kolay yem olmaya elverişli yerlerdir. Dolayısıyla açık alanlardan korkan ve sakınanlar muhtemelen daha fazla hayatta kalma şansına sahipti. Ne var ki bu türden açıklamalar insanlardaki korku duygusunun karmaşıklığını gidermiyor, çünkü bizi dehşete düşüren her şeyin gerçek bir riskle ilgisi olmayabiliyor.

McG, Avustralya'ya uçmayı reddetme gerekçesini açıklarken, *“Gerçekte bu bir kontrol meselesiydi. Ne zaman konfor alanımdan çıksam, ölmek üzere olduğumu hissediyordum,”* demişti,

Uçağa bindiğiniz zaman kaderinizi birkaç saatliğine pilotlara ve uçuş ekibine teslim edersiniz. Uçağın ne yolunu ne de hızını kontrol etme şansınız vardır.

Ağlayan bir çocuk sizi yorduğunda ya da yol arkadaşınızın dirseği sizi rahatsız ettiğinizde *“Müsait bir yerde ineyim ben,”* deme imkânımız yoktur. Size, *“Et mi tavuk mu?”* sorusu dışında bir tercih şansı bırakılmaz.

Üstelik bilginiz de son derece sınırlıdır. Uçaktaki sallantı olağan bir türbülansın eseri mi yoksa yolunda gitmeyen bir şeylerin göstergesi midir? Pilot o sırada uyuklamakta mıdır? Yoksa ayık mıdır? Uçak tam zamanında mı inecek yoksa geç mi kalacaktır? Bunca şeyin kontrolünüzün dışında gerçekleşmesi rahatsız edici bir hissiyata neden olur.

Çoğu insan çevresini kontrol etme kabiliyeti elinden alındığında strese girer ve kaygıya kapılır. İnsanların şoför koltuğunu yolcu koltuğundan daha çok tercih etmesi ya da sıkışık bir trafikte takılıp kalmanın gerginlik yaratması bu sebeptendir.

Kimilerinin başkalarının evlerinde misafirlikten hoşlanmama sebebi, kontrolün sınırlandırılmasıdır. Aynı nedenle fiziksel olarak kısıtlanmak da insanlarda ve hayvanlarda rahatsızlık yaratır.

Kontrol, Sağlık ve Afiyet

Yaşlandıkça hayatımızı ve çevremizi kontrol etme kabiliyetimiz düzenli olarak azalır. Bazılarımız için bu düşüş emeklilikle ve normalde çalışma hayatımızla elde ettiğimiz eylemliliği yitirmeyle başlar. Ardından fiziksel sağlığın bozulmasıyla devam eder. Eylemlilikteki kayıp, kişinin huzurevine yerleşmesiyle zirveye çıkar. Yeni düzende yetişkinlik hayatımız boyunca bizzat bizim verdiğimiz, haftayı nasıl planlayacağımızdan, ne yiyip içeceğimize ve boş zamanlarımızı nasıl geçireceğimize kadar tüm kararlar başkaları tarafından verilir. Artık araba kullanmak, alışverişe gitmek, yemek pişirmek de yoktur. Bu işlerimizi de muhakkak başkaları görecektir. Kalan hayatımız uçakta yolculuk etmek gibidir: Tamam, kuşkusuz uçağın pilotu tamamen iyi niyetlidir ama sonuçta kokpitte oturan kişi biz değilizdir.

Rodin ve Langer'ın çıkış noktası, yaşlıları pilotun hemen arka koltuğuna oturtmaktı: Eğer huzurevi sakinlerine daha çok tercih hakkı, daha fazla sorumluluk ve daha yüksek bir eylemlilik sağlarsak neler olur? Daha mutlu ve sağlıklı olurlar mı? Başka bir deyişle, onların, kontrol duygularını artırarak hayatlarına olumlu bir katkıda bulunmuş olur muyuz?

İki araştırmacı (Rodin ve Lenger) bu soruların yanıtlarını aramak için Connecticut'taki bir huzurevinin kapısını çaldılar ve yönetimin verdiği izinle birlikte deney başlamış oldu.

Rodin ve Langer dört katlı huzurevinin bir katını “*eylemlilik katı*”, bir diğerini de “*eylemsizlik katı*” olarak belirlediler.

Eylemlilik katı sakinleri bir araya getirildi ve çalışanlar onlara artık kendi hayatlarının tüm sorumluluğunu kendilerinin alacağını söyledi: İhtiyaç duydukları her şeyin temin edilmesini sağlayacak ve vakitlerini nasıl geçireceklerini kendileri belirleyeceklerdi.

Ayrıca her birine odalarına koymaları için dolu birer saksı verilmişti ve içindeki bitkinin tüm sorumluluğu da yine onlarda olacaktı.

Öte yandan eylemsizlik katındakiler de benzer şekilde bir araya getirildi fakat diğer grubun aksine, onlara, “Bundan böyle personelimiz sizlere azami özen gösterecek,” dendi. Artık bir dedikleri iki olmayacak, ellerini soğuk sudan sıcak suya sokmayacaklardı. Bu grubun üyelerine de birer bitki verildi ancak onlara bitkilerin bakımını personelin üstleneceği söylendi. Aslında katlar arasında bir fark yoktu: ister birinci ister ikinci grupta olsun, isteyenler dilediklerinde bitkilerini sulayabilir, arkadaşlarıyla arzu ettikleri tüm kararları alabilirlerdi.

Üç hafta sonra Rodin ve Langer son duruma bir göz attıklarında çevreleri üzerinde daha çok kontrol sahibi olmaya teşvik edilenlerin daha mutlu olduklarını ve geçen süre zarfında daha fazla etkinliğe katıldıklarını keşfettiler. Üstelik zihinleri de daha açıldı ve on sekiz ay sonunda eylemlilik katı sakinlerinin, eylemsizlik katındakilere oranla daha sağlıklı oldukları anlaşıldı.

Bu ve bu gibi çalışmalarda beni en çok cezbeden şey, ortaya çıkan sonucun büyüklüğü yanında yapılan müdahalenin basitliği oluyor. İnsanlara küçücük bir sorumluluk verip bir seçim hakları olduğunu hatırlatmak, afiyetlerini birdenbire artırıyor. Hem ev hem de iş hayatınız için buradan çıkarılacak son derece kıymetli dersler var. Eğer bir anne ya da babaysanız çocuğunuza daha çok sorumluluk verebilirsiniz. Eğer bir iş yönetiyorsanız karar alma süreçlerine dahil ederek personelinizin motivasyon ve tatminlerini yükseltebilirsiniz. Ya da partnerinize hayatınızı nasıl sürdüreceğiniz konusunda söz hakkı tanıyarak ilişkinizi daha sağlıklı hale getirebilirsiniz.

İlginç olan, kontrol hissinin sadece bir algı olmasının yetmesidir. İnsanlara emir vermek yerine eylemlilik hissi temin etmek, onları nihai hedeflere yönlendirmede daha başarılıdır.

Bu arada IKEA ETKİSİ denildiğinde, insanların kendilerinin yarattıkları şeylere, başkaları tarafından yapılanlardan daha çok değer atfetmesi olduğunu altını çizelim. Örneğin IKEA'dan aldığınız bir kitaplığı kendiniz kurarsanız başkası tarafından monte edilmiş tıpatıp eşdeğerinden daha kıymetli olduğunu düşünme eğilimi gösterirsiniz. El örgüsü bir atkı, ahşap bir baraka ya da yaprak sarma...Bir şey elinizden çıkmaysa genellikle size daha değerli gelir.

Beyin denen organımızı tanımlarken onun esas işlevini düşünmek olarak ele alırız. Bize göre beyin, hayal kurmak, derinlemesine düşünmek ve fikir üretmek için biyolojik bir karargahtır. Doğru elbette, ancak tüm

bunları gerçekleştirmekle birlikte beynimizin sahip olduğu asıl işlev başkadır.

Beynimiz, bedenimizi, çevremizi çıkarımız için kullanabilsin diye kontrol üzere evrimleşmiştir. Eğer beynimizin bir sloganı olsaydı, “*Çevrene hükmet!*” olurdu. Çevremiz üzerinde kontrol sahibi olmak gelişmemizi ve hayatta kalmamızı sağladığına göre bu ödül-ceza sistemi iyi bir kurgudur.

İnsan Gerçekte Neyi Bilmek İster? (Merak)

İçgüdülerimiz bize, “*Eğer çok önemli bir bilgiye sahipsek diğer insanlar muhakkak onu öğrenmek isteyecektir,*” der. Bu içgüdü yanılıyor. İnsanlar hayatlarını kurtarabilecek bilgilere dahi ilgisiz kalabiliyorken, söyleceklerinizi dinlemelerini varsayamazsınız. İnsanları dinlemeye gerçekte neyin ittiğini bir daha düşünmeli ve mesajımızı ona göre yeniden düzenlemeliyiz çünkü dinlenmek, duyulmak, etki yaratmanın açık arayla en önemli bileşenidir. Peki, o zaman insanlar tam olarak neyi duymak, neyi öğrenmek isterler?

Bilgi elde etmeye dönük güdülerimizle, su, besin ya da çiftleşme fırsatı elde etmeye dönük güdülerimiz aynı sinirsel ilkelerle çalışıyor. Lakin “neden” sorusuna hâlâ bir yanıt vermiş değiliz, Beynimizin kodlanma biçimi, bilgiyle hayati ihtiyaçları neden aynı kefeye koyuyor?

Bu sorunun en basit yanıtı, pek çok durumda bilginin de sağkalımımıza katkıda bulunması. Neticede bir şeylerin bilgisine önceden sahip olmak hayatta kalabilmemiz için daha iyi kararlar vermemizi sağlar. Vahşi doğadaki bir maymun, gezindiği bir alanda iri muzlar bulacağını bilirse orada yeterince uzun süre takılma iradesini gösterir. Ancak arayışının küçük bir muzla sonlanacağını öğrenirse boşuna vakit kaybetmez ve başka bir bölgeyi araştırmağa başlar.

Ne bildiğiniz sadece ne yaptığınıza dair kararınızı değil, aynı zamanda nasıl hissettiğinizi de belirler. Çünkü **BİLGİ, inançlarınızın da ekmek teknesidir.** Neye inandığınızın, ne kadar mutlu olduğunuz üzerinde muazzam bir etkisi vardır.

Dolayısıyla insanların sadece ödül elde etmek ve acıdan kaçınmak için değil, ödül elde edeceklerine ve acıdan kaçınacaklarına inanmak için de motive olduklarını hatırlamak önemlidir. Çünkü inançlar insanları gerçek olaylar kadar mutlu veya mutsuz edebilir. Hepimiz hayatımız boyunca elde ettiğimiz deneyimlerden biliriz ki, **öğrendiklerimiz hislerimizi belirler.** Hatta bizi mutlu edecek şeyleri öğrenmeye, mutsuz olacak şeyleri ise hiç duymamaya çalışır, duygularımızı düzenlemek için bilgiyi bir araç olarak kullanırız. Yaratıcılık ürünü uçuş öncesi

bilgilendirme videolarının insanları daha çok cezbetmesinin bir nedeni de budur.

Son tahlilde, *diğer tüm şartlar eşit olduğunda*, bizi olumlu duygulara itecek bilginin arayışı içinde oluruz. İyi habere ulaşmak ve kötü haberden kaçınmak için elimizden geleni yaparız.

Bazen cehalet sahiden mutluluğun anahtarı olabilir. Sosyal medya üzerinden eski sevgilinizin yeni ve sızsız hayatını takip etmenizi ya da sahip olduğunuz tüm genetik mutasyonlardan haberdar olmanızı pek tavsiye etmem.

Ama 1 numaralı kapının ardında kötü bir şeyler olduğundan şüpheleniyorsanız açıp gerçeği ortaya çıkarmak daha iyi olabilir. Çünkü biz insanlar, zannettiğimizden daha dayanıklıyız. Kapıyı açarak kabullenme, iyileşme ve yeniden inşa etme başlatabiliriz. Kapı kapalı kalırsa süregelen bir huzursuzluk halinde yaşarız.

Bizler meraklı yaratıklarız ve özellikle meraklı olduğumuz konu, kendimizdir. Şahsımız veya yarattığımız şeyler için başkalarının ne düşündüğü hakkında özellikle meraklıyızdır ama hepsini bilmeyi de istemeyiz. Sıklıkla kendimizi olumsuz fikirlerden uzak tutmak ve olumluları aramak üzere kararlar alırız. Yazar oyuncu ve şöhretlerin kendilerini Google'da aramadıklarını, kitapları ya da oynadıkları dizi ve filmler hakkındaki yorumları okumadıklarını duymuşunuzdur. Çalışmalarının övüldüğünü öğrenmek istemedikleri için mi sizce? Uzak ihtimal.

Mesela eserlerini kendi yayımlayıp çoksatanlar listesine girmeyi başaran Paige Weaver... Paige bir defasında, *“Eleştirileri okumamak gibi bir politika belirledim kendime...Promise Darkness [romanı] yayımlandıktan sonraki ilk birkaç gün yazılan tüm eleştirileri okumuştum. İyidiler ama kötülerinin de geleceğini biliyordum ... Ödüm kopuyordu,”* demişti.

Bebekler Neden iPhone Sever?

Korelilerin çocukları bir yaşına girdiğinde yaptıkları geleneksel bir *doljanchi* seremonisinin vardır. Bu seremoninin en ilginç bölümü, kehanet bölümüdür. Hiçbir şeyden haberi olmayan bebek bir dizi eşyanın önüne oturtulup içlerinden bir tanesini seçmeye teşvik edilir.

Korelilere göre seçtiği nesne, bebeğin geleceği hakkında fikir veriyordu. Örneğin muz seçerse hayatta aç kalmayacak, kitabı seçerse yıldız akademide parlayacak, bozuk parayı seçerse zengin, fırçayı seçerse yaratıcı olacak demektir.

Yöntem ilgimi çekti. Aynı akşam ben de Livia'yı (kızımı) bir dizi nesnenin önüne oturttum. Nesnelere arasında bir stetoskop (acaba doktor

mu olacak?), pelüş bir köpek (yoksa veteriner mi?), bir bitki (Greenpeace aktivisti?), bir parça hamur işi (aşçı?) ve bir de renkli bir beyin maketi (yoksa annesi gibi bir sinirbilimci mi?) vardı. Livia her bir nesneyi dikkatle inceledi ve nihayetinde uzanıp masanın köşesinde unuttuğum iPhone'u aldı.

Aslında şaşırılmamalıydım. Cihaz onun için bir takıntı haline gelmişti. Telefonu alabilmek için odanın bir kenarından ötekine yuvarlanarak gitmeyi başarıyordu. Telefonu alır almaz ağzına sokup ısırmağa çalışıyordu. iPhone'u yemeyi başaramamasına rağmen vazgeçmiyordu. Aynı deneyi tekrar gerçekleştirdim ve görünürde yenecek başka şeyler olsa bile her seferinde aldığı şey yine iPhone oldu.

Bunu yapmasının nedeni, telefonun sesli ve ışıklı bir cihaz olması derdim belki ama önüne başka ışıklı, parlak ve müzikli oyuncakları koyduğum zaman da hiç oralı olmuyordu. İsteddiği nesne iPhone'du çünkü doğduğu günden beri anne ve babasının o nesneyle büyük bir ilgiyle oynayıp durduğunu gözlemlemişti. Sadece birkaç aylık olsa da ve tek bir kelime konuşmasa da, bu metal dikdörtgen cisimlerin son derece kıymetli olması gerektiği sonucuna varmıştı.

Livia'nın iPhone hevesi bize beyinlerimizin nasıl çalıştığı hakkında önemli bir şey söylüyor. Etrafımızdakilerden otomatik olarak öğrenmeye ayarlanmış bir eğilimle doğduğumuz fikrini öne sürüyor. Bu eğilim içgüdüseldir, bir reflekstir; sosyal öğrenmeye dönük bir itkidir

İnsan beyni bilgiyi sosyal bağlam içerisinde elde etmek üzere kodlanmıştır. Hangi nesnelerin değerli olduğundan portakalın nasıl soyulacağına kadar hemen her şeyi diğerlerinin davranışlarına bakarak öğreniriz. Genellikle farkında olmadan başkalarının davranışlarını taklit eder, özümser ve sonunda ediniriz. Bu bir avantajdır, zira bu sayede sadece çevremizle olan kendi sınırlı deneyimlerimizden değil, başkalarının deneyimlerinden de birtakım bilgiler ve teknikler edinebiliriz. Bu kabiliyet bizlere, sadece deneyerek ve yanılarak öğrenmekten çok daha fazlasını ve hızlısını sunar.

Bebeğimin telefonlarıyla oynayan ebeveynlerini izleyerek bilgi edindiği gibi, hepimiz doğrudan ya da dolaylı olarak TV'de, sinemada ya da sosyal medyada izlediğimiz insanlardan bir şeyler öğreniriz. Mesela bebeklere Mason adı koymanın ABD'de niçin popüler olduğunun izlerini sürerseniz sonunda *reality show* yıldızları Kourtney Kardashian ve Scott Disick'in oğulları Mason Disick'e ulaşırsınız. İsim popülerlik listesinde yıldan yıla zaten tırmanıyordu ama Disick'in doğumunu müteakip "ilk 100" listesinde otuz dördüncülüğten ikinciliğe fırladı ve beş yıldır dördüncü sıranın altına hiç düşmedi. James Fowler ve Nicholas Christakis'in *Sosyal*

Ağların Şaşırtıcı Gücü adlı kitaplarında gayet güzel açıkladıkları gibi: Bu modadan etkilenmek için illa ki diziyi izliyor olmanız gerekmez çünkü etki, kişiden kişiye yayılır. Elbette buradaki neden-sonuç ilişkisini ispatlayamayız. Mason Disick belki de popüleritenin nedeni değil, yansımasıdır. (Başka bir deyişle anne babası yükselen eğilimden etkilenmiş olabilirler.)

Kendimizi herkesten farklı görmek isteriz ancak-maalesef- etrafımızdakilerin görüşlerini ve tercihlerini kolayca benimseyebiliriz. Dinlediğimiz müzik türü, hangi tür insanlarla arkadaşlık ettiğimiz, ne gibi teknolojik ürünleri kullandığımız ve çocuklarımıza hangi ismi verdiğimiz özgün tercihler gibi görünseler de aslında bağımsızca verdiğimiz kararlar değildir. Bu bir paradokstur aslında.

Bu tür eğilimler genelde zayıflık olarak nitelendirilir, zira başkalarının hedeflerini kendi hedeflerimize yeğlemek bizim için doğru bir karar olmayabilir ve hatta özgürlüğümüzden ya da bağımsızlığımızdan feragat etmek anlamına da gelebilir.

Hatalı Çıkarım

Sosyal öğrenmeyle ilgili sıkıntılardan biri, biz kendimiz için en iyi olanı seçtiğimizde, bizi izleyenleri “kendi iyilerinden” uzaklaştırma olasılığıdır.

Kızım Livia’yı ele alalım. Livia çiğnemek için hamur işini ya da pelüş köpeği seçebilirdi ama yapmadı. Kendi işine yarayıp kendi ihtiyaçlarını karşılayacak şeyi değil, tamamen benim gereksinimlerime uygun bir şeyi, telefonumu seçti. İnsan ister istemez minik kızı bir gün eşini ya da işini seçerken de aynısını yapar ve kendi ihtiyaçlarından ziyade başkasınınkileri dikkate alır diye endişe ediyor.

Binlerce yıl onca avcı toplayıcı atalarımızla ormanda yaşıyor olsaydık durum farklı olurdu. Yiyecek hepimiz için kıt ve çok kıymetli olduğundan, birimizin çok değer verdiği beslenme, ısınma, barınma gibi ihtiyaçları gideren nesnelere, başkaları için de aynı derecede değerli olurdu. Böyle bir durumda diğerlerinin seçtiklerini seçmek, genelde en uygun strateji olarak iş görürdü. Lakin günümüzde işin rengi farklıdır. Kurabiye ve biftek bolluğundan geçilmeyen Batı dünyasında insanların temel ihtiyaçlarının çoğu karşılanmış haldedir. Günümüzde kıymet gören nesnelere hayatta kalma yeteneklerimizi artırdıklarını söyleyemeyiz. Bize göre düzenlenen kişisel dünyalarımızda yaşadığımız çağımızda, benim üzerine titredığım şeyler sizin pek işinize yaramayabilir.

Başkalarının izinden gitmek illa ki zararlı olur diye bir kaide yok; ancak kimi zaman gerçekten de “ölümcül” olabilir.

İlk Kim Atlayacak?

Fikir ve kararlarınız başkaları tarafından izlendiğinde değişiklik yaradırlar. Bir iş teklifini kabul etmek, bir eş adayını reddetmek, bir otele tam puan vermek ya da bir organı kabul etmemek: Hepsi başkalarının algı ve kararlarını değiştirebilir. Ancak bir kararın başkaları üzerinde etkili olup olmayacağını belirleyen bir başka kritik faktör daha vardır: kararın görünür sonuçları.

Ekonomist Christophe Chamley tarafından değinilen Adelie Penguenleri vakasını ele alalım. Adelie'ler Antarktika'da yaşayan küçük penguenlerdir. Siyah bedenleri ve geniş beyaz karınlarıyla katıldığı baloda sendeleyerek yürüyen bir smokinliyi andırırlar. Günlerini kıyılarda geniş gruplar halinde yiyecek aramakla geçirirler. En çok da karides benzeri çok küçük deniz kabukluları olan *krilleri* severler. Ancak buz parçalarıyla kaplı soğuk su tehlikelerle doludur. Mesela aynı bölgede yaşayan leopar fokları ara Öğünlerde penguen yemeye bayılır. Hem penguenlerin hem de leopar foklarının karınları zil çalarken... Bir Adelie'nin ne yapması gerekir?

Penguenlerin bu probleme getirdiği çözüm “*beklemece oynamak*”tır. Penguenler kıyıda beklerler... Beklerler... Beklerler ...Ta ki bir tanesi beklemekten usanıp atlayana (ya da itilip suya düşene) kadar. Bu olduğunda tüm penguenler küçücük boyunlarını iyice gererek olacıkları seyretmeye koyulurlar. Eğer öncü penguen hayatta kalırsa hepsi birden suya atlar. Yem olursa hepsi birden geri dönüp giderler. Tek bir penguenin kaderi diğerleri üzerinde belirleyici bir rol oynar. Bu stratejiye “*öğren ve hayatta kal*” adı verilebilir.

Biz uzun ve iki ayağı üzerinde dikilebilen yaratıklar da aynı şeyleri yaparız. Risk arayan türdeşimizin suya atlayışını izler ve sağ salim dönüp dönmediğine bakarız. Bu hem gerçek anlamıyla (*insanlar tramplenden atlamadan onca başkalarının atlayıp başardıklarını görmek isterler*) hem de mecaz anlamıyla (*bir şirket kurarken, bir kitap yazarken, evlenir, boşanır ya da çocuk yaparken başkalarının aynı şeyi yapıp ne durumda olduklarını inceleriz*) doğrudur. Sadece bir kadeh şarap içeceksek başkalarının ne sipariş ettiğine bakmak yeterlidir ancak bir şişe şarap sipariş edeceksek sadece ne sipariş ettiklerine değil, aynı zamanda bu tercihlerinden memnun olup olmadıklarına bakmak daha akıllıcadır.

Kısaca, insanlar sadece seçimlerimizi değil, bu seçimlerin sonucunda nelerle karşılaştığımızı da gözlerler. Bu nedenle, birini iyi davranışı için ödüllendirmek ya da kötü davranışı için cezalandırmak, sadece ona değil, izleyicilerin tamamına örnek ya da ibret olur.

Peki, insan beyni başkalarının akıbetinden nasıl öğrenebiliyor?

Acaba sinir sistemimizin, kendi deneyimlerimizden öğrenirken aktif olan kısmı mı devrededir, yoksa evrimimiz bu yolda kullanılacak paralel

bir mekanizma mı geliştirmiştir? Kendi yanırlarımızın sonuçlarına yanıt veren nöronlarla başkalarınınkine yanıt verenlerin aynı olmadığını maymunlarla yapılan deneylerden biliyoruz. Bu hücreler beyinde yan yana konuşlansalar da farklı birimleri teşkil ediyorlar. Bu farklılık, kendi hatalarımızı diğerlerininkinden ayırıp aynı zamanda ikisinden de ders almamızı sağladığından faydalıdır.

İş arkadaşlarınızdan biri sunum yaparken ya da bir dostumuzu yemek hazırlarken izlediğimizde, kendimizi sıklıkla onun yerine koyar ve karşılaştırma yaparız. *“Ben olsam bu grafiği pembe çubuklarla hazırlamazdım,”* ya da *“Fettucine Alfredo’ya bu kadar tuz atılmaz, niye bu tuz attı ki?”* şeklinde düşünceler zihnimizden geçip durur. Çoğu zaman "ben olsam" kararları başkalarının kararlarıyla uyumludur. Ancak uymadıklarında frontal lobdaki sinirlerimiz (özellikle dorsolateral prefrontal korteks adını verdiğimiz bölgedekiler) devreye girer. Nöronlar, *"Hey! Burada beklenmedik bir şey var. Derhal dikkate almalıyız!"* demektedirler. Bu sinyal izlediğimiz şeye daha çok dikkat kesilmemize neden olur:

Biri, sizin vereceğinizden farklı bir karar vermiştir ve önünüze, verdiği kararın iyi olup olmadığını gözleme fırsatı çıkmıştır.

Zihin Kuramı

Gördüğümüz gibi, "başkalarından öğrenmek" beynimize bir alışkanlık olarak kodlanmıştır. Doğduğumuz günden itibaren taklit eder, nesnelere başkalarının seçimlerine dayanarak otomatik olarak yeniden değerlendiririz; anılarımız başkalarınınkine uyacak biçimde değişir ve nöronlarımız başkalarının elde ettiği zaferler veya hezimetlere göre kodlamalar yaparlar. Beynimizin bu amaç uğrunda kullandığı, "zihin kuramı" adı verilen bir numarası daha vardır.

Bu cümleleri bir 14 Şubat Sevgililer Günü'nde yazıyorum. İster *“Bugünü çikolatacılar sırf daha çok satış yapmak için uydurmuş”* diye düşünün, ister *“Benim her gün kahrımı çeken sevgiliye onu ne kadar sevdiğimi göstermek için harika bir fırsat”* olarak. İşin gerçeği, bir ilişki içerisindeyseniz Sevgililer Günü hakkında ne düşündüğünüzün bir önemi olmadığını herhalde biliyorsunuzdur. Önemli olan, sevgilinizin ne düşündüğüdür. Ona ne düşündüğünü doğrudan sorabilirsiniz tabii ama muhtemelen kendinizin bulmasını isteyecektir. Yani sevgilinizin mutlu olmasını sağlamanın yolu, onun bu konuda ne düşündüğünü doğru tahmin etmekten geçiyor.

O halde vazifeniz, beklentisini kestirebilmek için kendinizi *"onun yerine koymak"*tır. Buysa özünde **"zihin kuramı"**dır: başkalarının nasıl düşünebileceği üzerine düşünme becerimiz. Dünya üzerinde bunu

gerçekleştirebilen tek tür bizmişiz gibi görünüyor. Müşterimizin, hastamızın, çalışanımızın, patronumuzun ya da sevgilinizin ne düşündüğü üzerine sürekli düşünür ve davranışlarımızı da bunlara göre ayarlarız. Mesela bu kelimeleri yazarken, size en anlamlı gelebilecek kelimeleri kullanabilmek için okuduğunuzda ne düşüneceğinizi düşünüyorum.

Zihin kuramına tutunmak, başkalarıyla ilişki kurmak ve onların sıradaki adımında ne yapacaklarını kestirmek konusunda yararlı olmakla birlikte, insan zihni mükemmel bir çıkarım makinesi olmadığından zaman zaman yanlış sonuçlara ulaşmak kaçınılmazdır. 2008 yılında piyasaların çökmesine neden olan finansal balonu düşünün. Bu tür finansal balonlar insanların gerekçesi olmayan fiyatlarla yüksek hacimde işlem yapmaları sonucunda ortaya çıkar. Balonların oluşması için pek çok neden vardır ama görünüşe göre zihin kuramı olmasaydı balonlar olmayacaktı. Eğer piyasada işlem yapan bir yatırımcıysanız bilgisayarın önünde oturup tango yapar gibi bir inip bir çıkan fiyatları izler ve ne zaman dansa katılıp ne zaman koltuğunuza geri döneceğinize karar vermeye çalışırsınız. Bir ara sayılar yükselir, yükselir, fırındaki bir sufle gibi kabarmaya başlar, “*Ne oluyor?*” diye düşünürsünüz. “*Neden herkes satın almaya başladı? Benim bilmediğim ne biliyorlar?*”

Sinirbilimci Benedetto De Martino, Colin Carmerer ve Caltech'teki meslektaşları, bu tür balonlardan en kolay etkilenen ve fiyatlar yükseldiği zaman alış trendine kapılmaya en müsait olan simsarların bir başka konuda da çok başarılı olduklarını tespit ettiler: İnsanların ruh hallerini sadece gözlerine bakarak anlamak gibi, "zihin kuramı" görevlerinde. Başka bir deyişle, finansal balonlara neden olan ekonomik kararları, büyük olasılıkla Sevgililer Günü'nde partnerine gerçekten istediği hediye almayı başaranlar veriyor. Peki, neden? Balona dalma kararı, bir simsarın başkalarının elinde piyasa hakkında olumlu bilgi bulunduğuna inanmasıyla alınıyor. Simsar, başkalarının ne düşündüğünü düşünüyor ve nihayetinde "bir bildikleri" olduğuna karar verip fiyatlar yüksek bile olsa alım yapmaya yöneliyor.

Tüm bu anlattıklarımın çıkaracağımız iki ders var. **Birincisi**, başkalarının tercih ve eylemlerini kendimize rehber edinirken dikkatli olmanız gerektiği. Çoğu zaman etki bilincimiz dışında gerçekleşir ve tek umudumuz daha fazla farkında olmaktır, öyle ki yaptığımız çıkarımların yanlış olabileceğinin daha fazla bilincinde olmalı, kendi tercihlerimizin yerine başkalarınınkini hiç düşünmeden koymamaya dikkat etmeliyiz.

İkincisi, Mason'dan, Livia'dan, Huold'dan ya da Adelle penguenlerinden öğrenmemiz gereken bir şey varsa o da tek bir bireyin bile fark yaratabileceğidir.

Eşitlik Kestirmesi

Çoğunluğun fikirlerine aşırı güven duymak "en iyi olmaktan uzak" tercihlere, tuhaf inançlara ya da kaçırılmış fırsatlara yol açabilir. Belli bir zaman ve mekânda büyük kalabalıklar tarafından doğru kabul edilen, ancak günümüzde yanlış olduğunu açıkça bildiğimiz pek çok fikir örneği vardır (bir zamanlar kadınların yükseköğrenime elverişli olmadıklarına ya da dünyanın düz olduğuna inanılması gibi).

Ne var ki içsesimiz her zaman bize sürüden ayrılmamızı öğütler. Bu zihinsel bir kestirme, ("höristik") yani karar verirken başvurduğumuz basit, kolay ve çaba gerektirmeyen bir yoldur. Bu kestirmenin bazen yardımını görebiliriz ama bizi yanlış yola da sevk edebilir. Çoğu zaman insanların nitelikleri ve uzmanlıklarını dikkate almadan, her birinin görüşünü eşit ağırlıkta ele alalımız da bir kestirme ürünüdür.

University College London'da grup kararları üzerinde çalışan meslektaşım Bahador Bahrami bu eğilimi "eşitlik önyargısı" olarak adlandırıyor. Bahador ve arkadaşlarının da ortaya koyduğu üzere, sadece ABD ya da Danimarka gibi demokrasinin nesiller boyunca ölçüt olduğu ülkelerde değil, Çin ve Irak gibi ülkelerde de insanlar karar verirken temel bir kurala göre hareket ediyor, çoğunluğun tercihini kabulleniyorlar.

Halbuki pek çok durumda insanlar kabiliyetleri ve bilgileri bakımından denk değildir.

Etkinin Geleceği (Zihniniz Bedenimde)

Teknolojinin ilerlediği ve çevrenin değiştiği son birkaç bin yılda tek bir varlık pek değişiklik göstermedi: Tüm bu teknolojilerin hedefinde yer alan insan beyni. Evrimin ilerleyişi teknolojininkinden yavaştır ve yazılı dilin gelişiminden bu yana insan beyni kayda değer bir değişime uğramamıştır. Elbette ilk insanlarla mukayese edersek özellikle frontal lobumuzda olmak üzere birtakım önemli değişiklikler tespit edebiliriz.

Ancak yine de beyinlerimiz farklı olmaktan ziyade benzer olarak nitelendirilebilir. Atalarımızın inanç ve davranışlarını şekillendiren çoğu arzu, dürtü ve korku, aynı şekilde bugün de bizimkilerini şekillendirir. Bir zihnin diğeri üzerinde yaratacağı etkiye dair temel biyolojik prensipler hâlâ aynıdır.

İki Beyin ve Bir Kablo

Bir ses çıkarır, bir harekette bulunur ya da bir kelime yazarsanız başka beyinler tarafından alınabilecek bir sinyal üretmiş olursunuz. Özünde beyninizi bir başkasınıkiyle ses, görüntü ya da temas aracılığıyla bağlantıya sokarsınız. Dile getirdiğiniz her kelime önce sizin beyninizde bir elektrik sinyali olarak ortaya çıkar ve sonra sese dönüştürülür. Bir başkasının kulağı tarafından duyulan bu ses o kişinin beyninde yeniden

elektrik sinyaline dönüştürülerek bir kelime, bir cümle ya da bir fikir olarak yorumlanır.

İşte size yazılı dil kullanarak ileteceğim bir fikir: Beyinlerimizi çevrede önce bir değişikliğe sebep olmadan da bağlayabilir miyiz? Yani, benim beynimde ortaya çıkan bir elektrik sinyali, herhangi bir yazılı kelimeye ya da sese ihtiyaç duymadan sizinkinde de bir sinyal tetikleyerek davranışınızı ya da düşüncenizi değiştirebilir mi? Eğer yanıt evetse etki dediğimiz şeyin bir beyindeki sinirsel ateşlemenin bir başka beyinde sinirsel ateşleme sağlamasından ibaret olduğu fikri ortaya çıkıyor.

Son birkaç yılda sinirbilimciler birbirine fiziksel olarak bağlanmış iki beyin birbirinin elektrik sinyallerinden “*öğrenebileceğini*” gösterdiler. Bir beyinden diğerine kablo çekerek bilgi aktarmak kulağa bilimkurgu gibi gelse de bu işlem günümüzde, dünya çapında saygın üniversitelerin laboratuvarlarında yapılıyor.

Zihniniz Bedenimde

Kucağıma bir kova buz dökerseniz beynim üşüme hissi üretir. Kalbime bir hançer saplarsanız eğer, sonunda beynim tüm işlevini durdurur. Bunun tersi de geçerlidir: Eğer beynime müdahale ederseniz diğer vücut parçalarımın işlevlerini değiştirebilirsiniz. Hepsini kontrol eden beyindir.

Fakat eğer bacağımı keserseniz geriye kalan özünde hâlâ bedenimdir. Fahri profesörün kalbini bana naklederseniz ben hâlâ ve hâlâ ben olarak kalırım. Göğsümde atan onun kalbi de olsa, hâlâ tercihlerimi somon füme ve krem peynirli kızarmış hamurdan yana kullanır, koşma sevgimi ve insan davranışımı anlama yolundaki tutkumu muhafaza ederim.

Ancak bir şekilde bana profesörün beynini naklederseniz kendimi ekose bir ceket giymiş ve abartılı bir şiveyle İngilizce konuşurken bulurum. Eve gidince çocuklarımı tanımam ve beni neyin ben yaptığı konusunda farklı fikirlerim olur.

Nitekim beyin tümörleri, kafa yaralanmaları ya da bazı kimyasal maddeler kim olduğumuzu kökünden değiştirecek etkilere sahiptirler. Beynimizdeki fiziksel hasarlar düşüncelerimizi, hislerimizi, hatıralarımızı ve kişiliğimizi tamamen değiştirebilir. Örneğin hipokampusumuzun cerrahi olarak çıkarılması halinde hatıralarımıza yenilerini katamayız. Frontal lobumuzdan koca bir demir çubuk geçerse resmen çabuk parlayan ve anti sosyal biri olup çıkarız. Beynimiz zihnimizi yaratır; dolayısıyla **beynimizi değiştirmek, zihnimizi değiştirir.**

Belki bir gün birbirimizin davranış ve düşüncelerini, beyinlerimizin sinirsel aktivitesini doğrudan etkileyerek değiştirebiliriz. Tıpkı beynimdeki

bazı sinir hücrelerinin diğer hücreleri etkileyerek hatıralarımı, değerlerimi ve eylemlerimi değiştirdiği gibi, bir başkası da sinir hücrelerimin ateşlenmesini etkileyerek hatıralarımı, değerlerimi ve eylemlerimi değiştirebilir.

Bugün doğrudan olmasa da dilimiz, ifadelerimiz ve eylemlerimiz aracılığıyla bir başkasının beynine nüfuz edebiliyoruz. Dolayısıyla etki yaratmada ve başkalarını değiştirebilmede sistematik hatalardan uzak durabilmek için beynin ve zihnin işleyişi hakkında daha derin bir anlayış işimize yarayabilir.

Birilerinin ısrarla yanlış düşündüğünü iddia etmekten onları zorla kontrol etmeye çalışmak kadar, içgüdüsel bir biçimde başkalarını etkilemekte işe yarayacağını sandığımız tüm girişimler, beynin ve zihnin işleyişiyle uyumlu olmadıklarından işe yaramıyorlar.

Bir etkileme girişiminin başarılı olması için koşul, beynimizin çalışma biçimini belirleyen çekirdek elemanlarla uyumlu olmasıdır. Bu kitabın amacı, *mevcut inançlar, duygular, teşvikler, eylemlilik, merak, ruh hali ve başkaları* şeklinde sınıflandırabileceğimiz bu çekirdek elemanları ve bunların bizi nasıl etkilediklerini anlatmaktır.

KAYNAKÇA

BAŞKALARININ AKLI-The Influential Mind

Tali SHAROT (*)

Çeviri: Tefvik Uçar

Domingo Yayınları-İlk Baskı: Temmuz 2018(246 Sayfa)

(*) *Tali SHAROT*: Ekonomi ve psikoloji alanında diploma sahibi olup bilişsel sinirbilim doçentidir. *The Optimism Bias* kitabının yazarıdır.