

Beynimiz nasıl yönlendiriliyor?

Ne yapacağımız , ne istediğimiz ; sürekli olarak başka kişiler tarafından bize dayatılır.Çünkü bizler bu tür bir yönlendirmeye yatkınızdır.

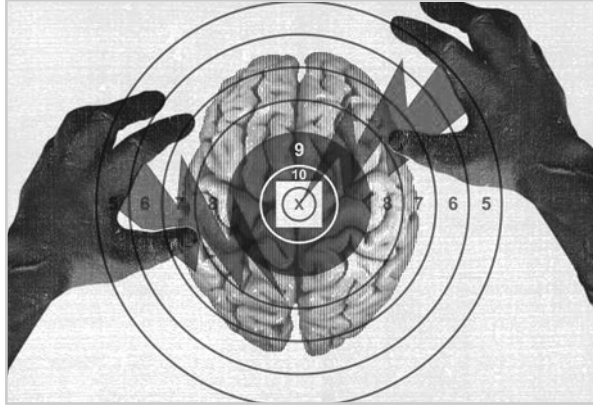
Çok basit kurallar ve insanlarla yüzyüze geldiğimizde, hergün birçok karar vermek durumunda kalıyoruz. Kapının zili çaldığında bebek çığlık atar. Hergün çevremizde birileri , sürekli şekilde bizleri kandırmak , inandırmak için çaba harcıyor.

Birçok insan , belkide günde 20-30 kez karar verme,takdir etme , değer biçme durumuyla karşılaşılıyor. Psikologlar bu durumu araştırdılar ve bu nun günde en az 400 kere yaşandığını saptadılar.Bu öyle korkunç bir boyuttaki, artık alarm zilini çalmak gerekiyor.

Araştırma sonuçları, kandırma girişimlerinin çoğuna kulak asmadığımızı da göstermektedir. İnsanlar ve onların ilettiği mesajlar, bilinçdışıımıza etkide bulunarak, bizi yönlendirebiliyor. Hergün çoğunluğumuz bu koşullar içine yargılarımız ve korkularımızla yeniden,yeniden doğuyoruz. Ve evin eşliğindeki biri, bağıra bağıra konuşursa ; derin uykudan sıçrayarak uyanırız.. Beyin araştırmaları gösteriyor ki, bunu bir başkasına da yapabilir uyarlayabiliriz..Bebek çığlığı, beyin kabuğundaki bir bölüm olan *Normabewachungen* tepki verir vermez, *Amgdela* daki, korku ve duygu merkezlerindeki aktiviteler de yükselir. Ağlama bir yangın alarmı gibi etki yapar. Karmaşık durumlarda her seferinde refleks yeterli olmayabilir.Bir yabancıyla karşılaştığımızda, ya da arabayla bir kavşakta karşı caddeye geçtiğimiz sırada, birkaç saniye içinde karar verilmelidir.Ek olarak çevremizi gözletiriz, ayağımızı gazdan çekip fren hazırlığı yaparız vb.önceden herhangi bir bilgimiz olmaksızında hemen bir şema yapar otomatik olarak (Autopilotta) karar verir uygularız. Kafa yormak yerine,çok basit bir kurala dönüş yapıyoruz. Örneğin , "**Pahalı şeyler çok iyidir** " gibi.

Kaliforniya Teknoloji Enstitüsü'nden araştırmacılar, orta düzeyde bir şarap üzerine bir test gerçekleştirdiler. Aynı kalitedeki şarabın bir şişesinin üzerine 10 dolarlık bir etiket diğer bir şişeye de 90 dolarlık bir etiket yapıştırdılar. Hangi şarabın tadı sizce en iyisidir? diye sordular . Sonuç açıktır ki , "pahalı olan" olarak çıktı. Bern Üniversitesi'nde Marketing Profösörü olan, **Messner** ve bayan arakadaşı, Michaela Wanke, birlikte "Böyle davranışlar bizleri çokça rahatlatabiliyor" diyor ve acı ve hüznü durumumuzu , nasıl bir tür seçimde bulunarak tatmin ederek yatıştırdığımız (atlattığımız) konusunda, yeni bir araştırmaya işaret ettiler. Seçim sırasında konu dışına çıkıldığında , çikolatalı bir şekerlemenin en iyisi olduğunun test edildiğini, bu tür durumlarda yeterince düşünemediğimizi gösterdiler. Fakat yanlışlarımız ve kararlarımızda da otomatik pilota sahibiz. Amerikalı psikologlar, entellektüel olarak seçtikleri bir kız çocuğuna , bir matematik problemini çözmesini rica ettiler. Bir grup öğrenciye, onun alt tabakalardan geldiğini, diğer grup öğrenciye de kibar ve nazik koşullardan geldiğini (yetiştirdiğini) açıklamışlardı. İkinci grup, yani onun zengin koşullardan geldiği söylenmiş olan grup; daha yüksek bir oranla, kızı, zeki (*entellektüel*) buldu. Basmakalıp şeyler, önyargılar;efsaneler yükleye rek, kendi kendimizi dolduruyoruz.

Bir kariyer derecelendirme testinde, kara amerikalılar beyazlardan başlayarak daha kötü olarak sınıflara ayrıldı. Ama onların etnik köken



bilgileri verilmediği zaman, bu araştırma sonucu dengeli olarak çıkmaktaydı.

1978 başlarında Guyana'nın Dschungel bölgesinde,900 tarikat üyesi intihar etmişti. Yıllardan sonra onların, tarikat başkanı **Jim Jones** tarafından , beyin yıkamaya tabii tutuldukları ortaya çıkmıştı. Böyle bir şey nasıl mümkün oldu? İnsan bir sürü hayvanıdır . Ve sosyal itiş kalıplara,ağır bir şekilde direnebilir. Yıllar önce amerikalı psikolog **Solomon Ash**, bunun nasıl sağma bir tez olduğunu göstermişti. Basit bir ödevde , hatların uzunluğunun dengelenmesi istendi. Deneklerin dörtte üçü, - *bu arada tüm grup üyelerine yanlış çözüm inatla öğretildiği için* - çok açık olan çözümü, yanlış olarak bildirdiler. İngiliz Psikolog **Kevin Duton**, "*Beyin ışıltıları*" adlı kitabında, baştan çıkarıcı hile ve aldatmaların gerisindekileri hissetti, çözümlendi. Kevin bu konuda , üç saçıyağı saptadı:

- 1) **Dikkati, bağlamak,**
- 2) **Beklentiler uyandırmak, ve**
- 3) **Yakınlık kurmak .**

Kim devletin üniformasını giymiş, kapı önünde duran nazik ve kompliman yapan bir adama güvenmemelik edebilir? Şaşırtıcı manevralar, klasik bir dolandırıcı dümenidir.Çünkü insan beyini ,aynı anda iki ayrı nesneyi hazmetmek için çaba harcamaktadır.

Baştan çıkarıcı olanı takdir etmek , beğenmek ..

Reklam, ona , ya da şuna karşı olma mesajı verir. "Ürün belli bir gereksinimi tatmin etmek için , bize önemli olan bir nitelik vaadediyorsa, biz o ürünü seçiyoruz." diyor , Messner. Bu çoğunlukla toplumsal bir gereksinimdir. Parfüm, cinsel çekicilik vaadeder.Deri kremi de güzellik. Politikacılar da derin gereksinimleri ele alırlar. Zürih'te Politik Felsefeci olan **George Kohler**, bunu bir gruba ait olma duygusuyla açıklıyor. Baştan çıkarma yetisine sahip olmak, insanı aldatmaya teşvik eder.İnsan kendini önemli sayılanlara ait olarak hissetmek isterse, o düşük düzeyde olsa da bir ayartıcı, baştan çıkarıcıdır. Ama sosyal normlar arasında etki altında kaldığımızdan dolayı da özellikle bu etkenin rolü düşük olmaktadır..

Amerikalı psikoloji ve Marketing profesörü **Robert Cialdini**'nin efasnevi deneyi ünlüdür. O, yoldan geçenleri,'suçlu gençlerle birlikte bir hayvanat bahçesi ziyaretine", ikna etmek istedi.Hemen herkes bu istemi reddetti.İkinci deneyişte Cialdini, köylülere ilk olarak, "*Haftada iki saat , gönüllü olarak bir cezaevinde çalışıp çalışmayacaklarını*" sordu. Kimse bunu da istemedi. Cialdini daha sonra tekrardan," *Bir hayvanat*

bahçesi ziyareti yerine suçlu çocuklarla birlikte olup olamayacaklarını" sordu. Gerçektende, ilk denemeden üç kat daha fazla kişi, istemi olumlu olarak cevapladı. Çünkü onlar kendilerini, bunu yapmaya yükümlü (sorumlu) olarak hissettiler.. Mizah, karşı tarafla duygusal bir yakınlık kurar. Şaşırtıcı dönüşler, beynimize, sempati ve yakınlık yaratan davranışları üreten mutluluk hormonlarını; salgılatır.Bu şaşırtıcı değildir.Şimdi mizah üzerine iki reklam kurmaya çalışalım. Hangi dilenci daha fazla toplayacak?Bir panoda,"*Aç ve çatısız (evsizim).Lütfen yardım edermisiniz?*" Diğer tabelada ise," *Ne yalan söyleyeyim?Ben bira istiyorum.*" yazmakta .Kuşkusuz (*şaşırtıcı olan ve mizahi olan*) ikincisi, daha çok ilgi çeker ve para toplar..

Bir mahkeme salonunda ,sayısız soruşturma belgeleri karşısında,dolaylı inkara yönelik show yapan , farklı sosyal kökene ve kötü koşullara sahip olduğunu, bu nedenle suça yöneldiğini söyleyip,günah çıkararak birisi; orta düzeyde bir ceza alır.

Bern Üniversitesi'nde psikoloji profesörü **Margrit Oswald**; "*Yasaların uygulanmadığı böylece bir soruşturmada, verilen son kararın , yasal düzene ve etik kurallara da aykırılık taşıdığı*" söyledi.

Hakim kendini yönlendirmeye (maniplasyona) terk ediyor..

Wurzburg ve Köln'den psikologlar, deneyimi olmayan hakimlerin bundan bağışık olduğunu kanıtladılar..Onlar bir ırza tecavüz olayı üzerinde çalıştıkları sırada, hakimleri gazetecilerle biraraya getirmek zorundaydılar. Bir gruba , "üç yıllık bir cezanın , yüksekmi az mı olduğunu" nu, diğer bir gruba da , " Bir yıllık bir cezanın yüksek mi az mı olduğunu" nu, sordular.İlk grup tecavüzcüye 33 ay, ikinci grup ise, 25 aylık hapis cezasını öngördü.

Mümkün peşin hükümleri, çarpık yargıları aşma şansı vardır.İyi ki, daha önceden öğretilmiş ,eğitilmiş bir kanaati, ikinci aşamada bilinçli düşünüp taşınma süreci izliyor.. dışarıdan bir yardım alındığında , bir talep üzerine veya karşılıklı bir grup tartışmasında , kendi yargılarımızı bu süreçte oluşturarak, daha rasyonel kararlar verebiliriz. Fakat manüple edilmiş beyin, bazen iyi ve yararlı sonuçlarda verebiliyor..Biz başka insanların durumlarını değiştirmek için, onlara bir şey yaptırabilir - ve hatta kendi kendimize psikoterapi yapabiliriz-Messner," *Narkoz halinde ,uykudayken bile,süreci sona erdirmeyi başlatmamız mümkün*" dedi.

Bir anti-Aids kampanyayı başarmak için üretilen, şöminesi önünde bir ayı kürkü olan bir aşkyuvası, ya da dağınık bir yatakla , " Machs mit " sloganı; yeni cinsel eyleminizde - prezarvatif kullanma fikrini - işaret eder . Doğru durumda,aşk oyunlarının ortasında, doğru yere yerleştirilmiş sizin kulak vereceğiniz her örnek, anıları çağrıştırarak size yardım eder..

Kaynak: *Wie Verführer unser Gehirn manipulieren?* / **Beate Kittl -TagesWoche 46**

