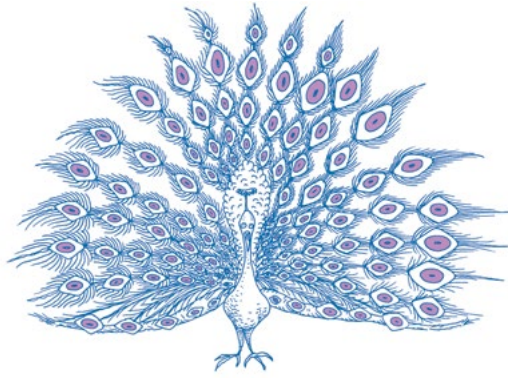


Dikkat! Gözler Üzerinizde





Hanginiz elindeki kiri gizlice bir köşeye silmedi? Hanginiz gecenin karanlığında elindeki çöprü yere atmadı?

Ya da hanginiz evde kimse yokken parmaklarını yalayarak çikolata yemedi?

Bunlardan en az birini yaptıysanız kendinizi yalnız ya da suçlu hissetmenize gerek yok.

Pek çok insan yaşamı boyunca en az bir kez, toplumun onaylamayacağı bir şekilde davranmıştır.

Yukarıda sözü edilen durumlarda bu şekilde davranmanızın ortak bir nedeni var:

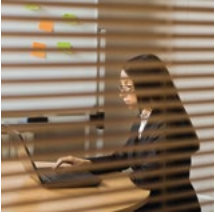
O sırada sizi gören kimsenin olmaması.

Peki çevrenizde sizi izleyen birileri olduğunu düşünseydiniz aynı şekilde davranır mıydınız?

Hepimiz yaşamımızın bazı anlarında başka insanların etkisine maruz kalırız. Bu etki genellikle birilerinin bizi izliyor olduğunu hissettiğimiz zaman ortaya çıkar. Farkında olmasak da izleniyor olma psikolojisinin bizde yarattığı etki tahmin ettiğimizden çok daha güçlüdür. İzlendiğimiz sırada farklı kararlar verebilir, normalde sergileyeceğimiz davranıştan daha farklı bir davranış sergileyebiliriz. Aslında aklımızda yanlış olanı yapmak varken birden fikir değiştirip toplumun bizden beklediği doğru davranış biçimine yönelebiliriz. Tuvaletten çıktıktan sonra çevrede biri olduğunda elini yıkayan insan sayısının, çevrede kimsenin olmadığı durumdakinden yüksek olması da bunun bir sonucu. Üstelik doğru olanı yapmamız için illa ki çevremizde bize bakanların olması gerekmez. Yalnızca bir çift göz fotoğrafı bile bunun için yeterli olabilir.

İngiltere'deki Newcastle Üniversitesi'nden Max Ernest-Jones ve arkadaşlarının birkaç yıl önce yaptığı araştırma, üzerinde bir çift göz fotoğrafı bulunan bir afişin insanların temizlik davranışını nasıl etkilediğini ortaya koydu. Araştırma, üniversitenin merkezinde bulunan, her gün yüzlerce kişinin yemek yediği bir yemekhanede gerçekleştirildi. Bunun için öncelikle dört çeşit afiş hazırlandı. Bunlardan ikisin-

de göz fotoğrafları diğer ikisinde ise çiçek fotoğrafları yer alıyordu. Göz fotoğrafı içeren afişlerden yarısının üzerine insanlardan beklenen davranış biçimine uygun olarak "Lütfen yemeğiniz bittikten sonra tepsilerinizi tepsi raflarına yerleştiriniz. Teşekkür ederiz." mesajı yazıldı. Diğer yarısına ise beklentiyle ilgisi olmayan şu mesaj eklendi: "Lütfen yalnızca bu tesiste satılan yiyecek ve içeceklerden tüketiniz. Teşekkür ederiz." Aynı mesajlar, çiçek fotoğrafları içeren afişlere de eklendi. Bu afişler, belirli günlerde yemekhanenin duvarlarına, göz hizasına gelecek şekilde asıldı. Otuz iki gün boyunca yemeği bittikten sonra yemek tepsisini rafa yerleştiren, diğer bir deyişle ardında çöp bırakmayan insanların kaydı tutuldu ve bu davranışın hangi koşullarda gerçekleştiği gözlemlendi. Araştırma sonucunda, üzerinde göz fotoğrafı bulunan afişlerin asılı olduğu günlerde, diğer günlere oranla iki kat daha fazla insanın tepsisini rafa yerleştirdiği belirlendi. Üstelik afişlerde yer alan mesajların sonuçlar üzerinde belirgin bir fark yaratmadığı tespit edildi. Bu da davranışlar üzerinde etkili olan unsurun mesajda değil göz fotoğrafında saklı olduğunu göstermişti. Bir çift göz fotoğrafı bile insanları izleniyor oldukları yanılsamasına inandırıp insanların yemek artıklarını geride bırakmamaları yönünde bir etki oluşturmuştu.



Peki aynı etki suç oranının azalmasını da sağlayabilir miydi? Bu soruya yanıt iki yıl önce, Daniel Nett- le ve arkadaşlarının yer aldığı başka bir çalışmayla geldi. Yine Newcastle Üniversitesi'nde gerçekleştirilen çalışmada bu kez bir çift göz fotoğrafının bisiklet hırsızlığı üzerinde nasıl bir etkisi olduğu incelendi. Buna göre bisikletlerin park edildiği ve hırsızlığın en yoğun olduğu üç bölgede duvara bir çift göz fotoğrafı ve altına da büyük harflerle "Bisiklet hırsızları, gözümüz üzerinizde" yazılı afişler asıldı. Elde edilen sonuçlar bir önceki çalışmada ortaya çıkan sonucu destekliyordu. Bisiklet hırsızlığı, gözlem yapılan bölgelerde %62 oranında azalmıştı. Tabii hırsızlığın bu sırada farklı bölgelerde aynı oranda artmış olması da çalışmanın bir diğer sonucu. Hırsızlar izlen- diklerini düşündükleri bölgelerde yanlış olanı yap- maktan belirgin olarak kaçınmış, ancak bu yanlış kimsenin olmadığı başka bölgelerde yapmayı sür- dürmüştü. Böylelikle izleniyor olmanın etkisi bir kez daha kanıtlanmış oldu.

Peki ne oluyor da gözler üzerimizdeyken daha doğru bir davranış sergiliyor, olduğumuzdan da- ha iyi görünmek istiyoruz? İnsan beyninin yüzle- ri, özellikle de gözleri tespit etmekte usta bir siste- mi var. Sistemin gözlere verdiği tepki ise tamamen kontrolümüz dışında. Yani istesek de bize bakan bir çift göze kayıtsız kalamıyoruz. Bu özelliğe sahip ol- mamız çok şaşırtıcı değil. Çünkü insanoğlu tarihön- cesi çağlardan itibaren çevrede sessizce dolaşan av-

cılara karşı kendini korumak için tetikte olmak zo- rundaydı. Yani gözünü ona dikmiş bir canlı var- sa hızlı davranıp kaçabilmesi için bu duruma karşı hassas olması son derece doğal. Bunun yanında sos- yal durumlar karşısında nasıl bir tutum sergileyec- ğimiz de başkalarının yüzündeki ve gözlerindeki sosyal bilgiyi kullanma yeteneğimizle ilgili. Küçük- ken misafirliğe gittiğimizde, annemizin tek bir bakı- şıyla aldığımız üç kurabiyeden ikisini tabağa yavaş- ça geri bırakmamız gibi. Böylelikle farkında olma- sak da sonrasında yaşayacağımız zararı en aza indir- miş oluyorduk. Ancak izleniyor olduğumuzda dav- ranışlarımızın değişmesi, cezadan kurtulmanın ya- nında ödüllendirilme isteğiyle de ilişkili. Eğer belirli bir kararın ardından sosyal bir ödüllendirme söz ko- nusuyorsa -ki burada ödül takdir edilmek oluyor- bey- nimizde, duygu durumumuzda ve davranışlarımız- da etkili olan bölgeler aktif hale geliyor. O andan iti- baren eleştirilme kaygısı oluşuyor ve zihnimiz "diğer insanlar kararımı yanlış bulur mu", "kabalık mı et- miş olurum", "hakkımda ne düşünürler" gibi birbi- ri ardına dizilen sorular tarafından işgal ediliyor. Bu da pek çok kararımızı mekanik olarak değil de baş- kalarının ne düşündüğünü önemseyerek veren, hay- li duygusal canlılar olduğumuzun bir kanıtı. Birileri bizi izlerken "en iyi" davranışımızı gösteriyoruz. Bu- rada "en iyi" genellikle çevremizdeki insanların biz- den beklediği en doğru hareket oluyor. Bu da takdir edilmek için doğru olanı yapmak anlamına geliyor.





Araştırmacılar gözler üzerimizdeyken en iyi halimizi göstermemizi, izlenme hali ile “kooperatif davranış” arasında bir bağ olmasına dayandırıyor. Kooperatif davranış en genel anlamda “insanların karşılıklı yarar sağlayan ortak bir amaca yönelik olarak, birlikte hareket etmesi” olarak tanımlanıyor. Burada bireylerin davranışlarının, toplumun yararına olan amaca ne kadar hizmet ettiği önemli oluyor. Buna göre izlenme psikolojisini yaratan, yani ortamda başka insanların varlığını temsil eden gözler, sosyal olmayan davranışları engelliyor ve kamu malına zarar verilmesi, sokakların kirletilmesi gibi sosyal konularda daha duyarlı olmamızı sağlıyor. Ancak göz tespit sistemimizin istemsiz çalışması aynı zamanda kandırılmasının da yolunu açıyor. Bu yüzden bir çift göz fotoğrafı bile sistemin tetiklenmesi ve sosyal davranışımızın değişmesi için yeterli olabiliyor.

İzleniyor olmanın insanlar üzerindeki etkisi pek çok soruyu da akla getiriyor. Günümüzde yalnızca fiziksel olarak değil sanal ortamda, özellikle sosyal medyada sürekli izleniyoruz. Ancak sosyal medyada gönüllü olarak izleniyor, izlenmek için metin ve fotoğraflar paylaşıyoruz. İzleniyor olduğumuzda takdir edilmek bu kadar önemliyse o zaman sosyal medyada çoğu zaman toplumun onaylayacağı, en iyi davranışlarımızı mı sergiliyoruz?

Peki izleniyor olma halinin tüketim alışkanlıkları-mız ya da güvenliğimiz gibi konular üzerinde de bir etkisi var mı? Alışveriş yaparken bizi izleyen satış elemanının bakışları, ne alacağımızı belirlememizde etkili olabilir mi? Ya da arabamıza bir misafir bindiğinde, tek başımızayken olduğumuzdan çok daha dikkatli kullanıyor olabilir miyiz? <<<



Çizimler: Barış Hasırcı

Kaynaklar

- Ernest-Jones, M., Nettle, D., Bateson, M., “Effects of Eye Images on Everyday Cooperative Behavior: A Field Experiment”, *Evolution and Human Behavior*, Cilt 32, s. 172-178, 2011.
- Harris, S. J. ve Munger, K., “Effects Of An Observer On Hand Washing In A Public Restroom”, *Perceptual and Motor Skills*, Cilt 69, Sayı 3, s. 733-734, 1989.
- Nettle, D., Nott, K., Bateson, M., “Cycle Thieves, We Are Watching You”: Impact of a Simple Signage Intervention against Bicycle Theft”, *PLoS ONE*, Cilt 7, Sayı 12, 2012.
- <http://www.scientificamerican.com/article/how-the-illusion-of-being-observed-can-make-you-better-person/>
- <http://www.bbc.com/future/story/20140209-being-watched-why-thats-good>