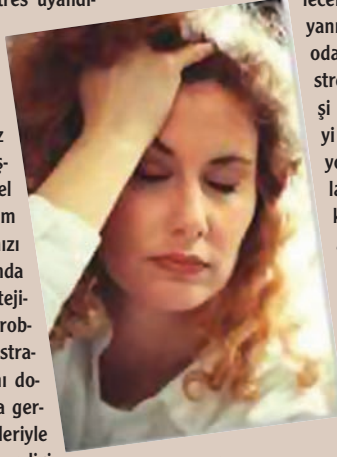


## Stresle Başa Çıkma

Günlük hayat sırasında stres uyandıran pek çok olayla karşılaşıyoruz. Stresle başa çıkma, kendi kaynaklarımızı aşan bu içsel ve dışsal taleplerin üstesinden gelebilmemiz olarak tanımlanıyor. Davranışsal, duygusal ve motivasyonel yanıtlarımızın tümüyle bizim stresle başa çıkma yollarımızı oluşturuyor. Bilimsel yaklaşımda iki farklı "başa çıkma stratejisi"nden bahsediliyor. İlki, "problem odaklı başa çıkma". Bu stratejide insanın stres kaynağını dolaysız, fiziksel davranım ya da gerçekçi sorun çözme aktiviteleriyle yenmeye çalışıyorlar. Tehdit edici unsuru yok etme ya da zayıflatma, kaçma ya da ge-



yor.

Kaynak:

<http://teachpsych.lemoyne.edu/teachpsych/faces/text/Ch01.htm>

lecekteki stresi önleme bu stratejideki yanıtlardan yalnızca birkaçı. "Duygu odaklı başa çıkma" stratejisinde ise stres kaynağı değiştirilmiyor ancak kişi bu stres varlığında kendisini daha iyi hissettirecek aktivitelere yöneliyor. Örneğin, kaygıya karşı ilaç kullanma, rahatlama egzersizleri, psikoterapi bu stratejinin içinde yer alan yöntemler. Uzmanlar, stresle etkili bir şekilde başa çıkabilmek için kişisel kaynakların algılanan sorunla eşleşebilmesi gerektiğini vurguluyor. Bu yüzden de kişi deneyim yoluyla ne kadar çok yöntem geliştirse, stresle başa çıkabilme başarısı da o denli artı-

## Bilgi ve Bellek

"Çalışıyorum ancak yapamıyorum." Çoğu öğrencinin zihnini kurcalayan ve canını sıkan bir cümledir bu. Biliş alanında yapılan çalışmalarda bu konuda öğrencilere yardımcı olabilecek bir takım püf noktalar sunuluyor. Bakalım bu püf noktalar neleri kapsıyormuş:

1.) Özgül Kodlama: "Özgül kodlama" ile kastedilen bilginin öğrenildiği ve geri çağırıldığı bağlamanın aynı olması. Örneğin, açık havada, çimlerde çalışılan bir konunun sınıfta hatırlanması zorlaşabiliyor. Ancak bu bağlam bilginin diğer bilgilerle ilişkisi olarak da düşünülebilir. Hep aynı şekilde öğrenilmiş olan bir bilgi sınavda farklı bir yorumla sorulduğunda yanıt vermek zorlaşabiliyor. İşte bu nedenle de uzmanlar, çalışırken notlarımızı sürekli tekrar düzenlememizi, başlıkların birbirleriyle olan ilişkilerini incelememizi ve yeni bağlantılar bulmaya çalışma-



mızı öneriyor.

2.) Dizisel Konum: Araştırmalar gösteriyor ki, çalışmanın ortasında öğrenilen bilgiler unutulmaya en yakın olanları. Bu nedenle de, okulda ders ortalarında öğrencilerin daha dikkatli olmaları ve ders çalışırken konuları sürekli farklı sıralara koyarak okumaları öneriliyor.

3.) Özümlenerek Tekrar Etme: Kimi zaman ders çalışırken kendimizi konuların arasında kaybolmuş hissedebiliriz. Bu gibi durumlarda, görsel düzenlemeler yapmanın ve şemalarla bilginin bütünü de kavramanın bellek adına yararlı olacağı söyleniyor.

4.) Üst Bellek (Metabellik): Üst bellek üzerine yapılan çalışmalara göre insanlar genellikle neyi bilip bilmediklerine dair güçlü bir iç görüye sahip oluyorlar. Araştırmacılar, özellikle de süreyle sınırlanmış bir sınav sırasında hangi sorulara daha fazla zaman ayırmamız konusunda bu iç görülerin bize rehberlik edebileceğine dikkat çekiyor.

Kaynak: Gericc, R. & Zimbardo P. G. Psychology and Life. (2005) sf.228

## Koşullanma ve Reklâmcılık

Klasik koşullanma deyince hepimizin aklına ilk gelen Ivan Pavlov'un köpeği oluyor. Pavlov'un deneyinde köpek normalde saldı tepkisi göstermediği bir uyarıcı -ki bu bir zil olabilir- yiyecek izlediğinde bu iki uyarıcı arasında bir ilişki kuruyor ve salt bu nötr uyarıcı (zil) sunulduğunda bile tükürük salgılamaya başlıyor. Çünkü yiyecek, hayvanın zile saldı tepkisi verme davranışını öğrenmesinde ödül konumunda sunulmuş oluyor. Peki, yaklaşık bir asır önce Pavlov'a Nobel kazandıran bu klasik koşullanma deneyinin bu gün reklâmlarda da kullanılan bir strateji olduğunu hiç düşünmüş müydünüz? Yanıtınız hayır ise, gelin aradaki bağlantıları beraber kuralım. Reklâmını yaptığımız ürün henüz kimsenin bilmediği ve tanınmayan bir markaya ait olsun. İşte, müşteriye hiçbir tepki uyandırmayan bu ürün bizim nötr uyarıcımız. Bunu çekici ve mümkünse birincil ödüllerle öyle bir ilişkilendirelim ki, müşteriler bizim ürünü mü satın alsınlar. Birincil ödül dediklerimize temel ihtiyaçlar: yemek, su, cinsellik gibi. İşte bu noktada yapılan, ürünün yanına çekici bir kadın ya da erkek resmi koymak oluyor. Bu resimler, bir ödül sıfatı yüklenerek yanlarındaki ürün ile ilişkilendiriliyorlar ve klasik koşullanma yoluyla nötr ürüne tepki davranışının öğrenilmesine yol açıyorlar. Ancak reklâmın etkisini arttıran bir takım unsurlar da göz ardı edilmemeli elbette. Örneğin, böyle bir reklâm stratejisinde ürün sol, ödülse sağ tarafta sunulmalı. Söz konusu tersi olduğunda ödüllü alan organizma takibinde gelen nötr uyarıcıya dikkat verme gereği duymuyor ve aradaki ilişki kurulamadığından öğrenme gerçekleşmiyor. Tabii bu bahsettiğimiz sıralama bizim gibi yazıyı soldan sağa okuyan toplumlara özgü bir kural. Örneğin, yukarıdan aşağıya doğru okuyan toplumlarda ürünün isminin yukarıya, ödüllüne aşağıya konulması gerekiyor. Bugün, ürünlerle yaratılan izlenimlerin dayandığı temel nokta işte bu. Bizim ürünü mü kullanmak ruhu özgür kılar, sizi çekici biri haline getirir ya da mutlu eder" gibi mesajlar oldukça güzel ve mutlu manken figürleriyle ürünlerin ilişkilendirilmesi yoluyla veriliyor.

Kaynak: Gericc, R. & Zimbardo P. G. Psychology and Life. (2005) sf.228

## Ne, Nasıl, Niçin?

### Çocuklarda Nesne Sürekliliği

Nesne sürekliliği, gözden kaybolan nesnelerin halen var olduklarının farkına varabilme bilinci olarak tanımlanıyor. Gelişim psikolojisi alanında önemli çalışmalara imza atanmış olan Jean Piaget çocuklarla yaptığı bir takım deneylerde bu bilincin doğumdan sonra 8 ila 9 ay sonrasında geliştiği sonucuna varmış. Bundan daha küçük bebeklerin anneleri yanlarından uzaklaştığında niçin ağlamadıklarını ise aynı varsayım ile açıklamış. Anneleri gittiğinde, henüz nesne sürekliliği edinmemiş bebeklerin görüş alanından da çıktıklarından bebeklerde ağlama davranışı gibi bir tepkiye rastlanıyor. Yine bu yaş aralığındaki bebeklerin oynadıkları bir top, örneğin koltuğun altına kaçtığında bebekte bu topu arama davranışı da benzer şekilde gözlemleniyor. Ancak son yıllarda yapılan araştırmalar, Piaget'nin bu varsayımının çok da doğru olmadığı yolunda. Çünkü kimi bebekler 8 aydan daha küçük bir yaş aralığında olmalarına rağmen nesne sürekliliği bilincine erişebiliyorlar. Kısacası bu yaşta bebeklerin bellek kapasiteleri, Piaget'nin düşündüğünden daha ileri bir noktaya ulaşmış oluyor.

### Kısa Kısa...

#### Görme Duyusundan Yoksun Biri Rüya Görebilir mi?

Araştırmalar öyle gösteriyor ki, doğuştan görme duyusu olmayan birinin rüyalarında görsel figürler yer almıyor. Bu kişilerin rüyaları görsel nesnelere yerine yürüme duyusu, ya da mutlu olma hissi gibi günlük hayatta deneyimledikleri duygu ve duygulardan oluşuyor. Uzmanlar rüyalarda görsel figürler görebilmek için öncelikle bu deneyimi yaşamış olmak gerektiğini vurguluyor.

