



# **Davranış Deęiřtirmenin Psikolojisi: Su Tasarrufunda “Bilişsel çelişki”nin Gücü**

Dickerson, Thibodeau, Aronson ve Miller’in (1992) klasik saha deneyi üzerine stratejik bir vaka analizi.

# Sadece bilgi veren kampanyalar nadiren uzun vadeli davranış değişikliği yaratır.



**Politika yapıcılar** genellikle insanlara ne yapmaları gerektiğini söyleyen broőürler, tabelalar ve reklamlar kullanır. Ancak bu mantığa dayalı, dışarıdan gelen mesajların etkililiği őüphelidir. Hatta araőtırmalara göre, fazla baskıcı mesajlar insanları kızdırarak ters tepki (*backlash*) yaratabilir ve inadına daha uzun duş almalarına sebep olabilir.

# İnsanların bir amaca inanması, o amaca uygun davranacakları anlamına gelmez.



**Tutumlar ve eylemler arasındaki bu büyük uçurum (Attitude-Behavior Gap), insan doğasının temel bir parçasıdır. Geleneksel kampanyalar bu boşluğa düşer.**

# Çözüm: Davranışlarımız benlik algımızla çeliştiğinde ortaya çıkan psikolojik sürtünme.



Festinger ve Aronson'un teorisine göre; kendimizi iyi, ahlaklı ve tutarlı bireyler olarak görürüz. Bu benlik algısına ters düşen bir eylemde bulunduğumuzda açlık veya susuzluk kadar rahatsız edici bir dürtü hissederiz: **Bilişsel Çelişki** (Cognitive Dissonance).

**Sonuç:** Bu rahatsızlığı gidermenin en etkili yolu, davranışımızı inancımıza uyduracak şekilde **kendi kendimizi ikna etmektir.**

# “İkiyüzlülük” (Hypocrisy) Paradigması

## [ 1. Savunuculuk / Taahhüt ]

Kişiye doğru davranışı savunan bir eylem yaptır (örn: başkalarına tavsiye verir).

[ + ]

## [ 2. Farkındalık / Mindfulness ]

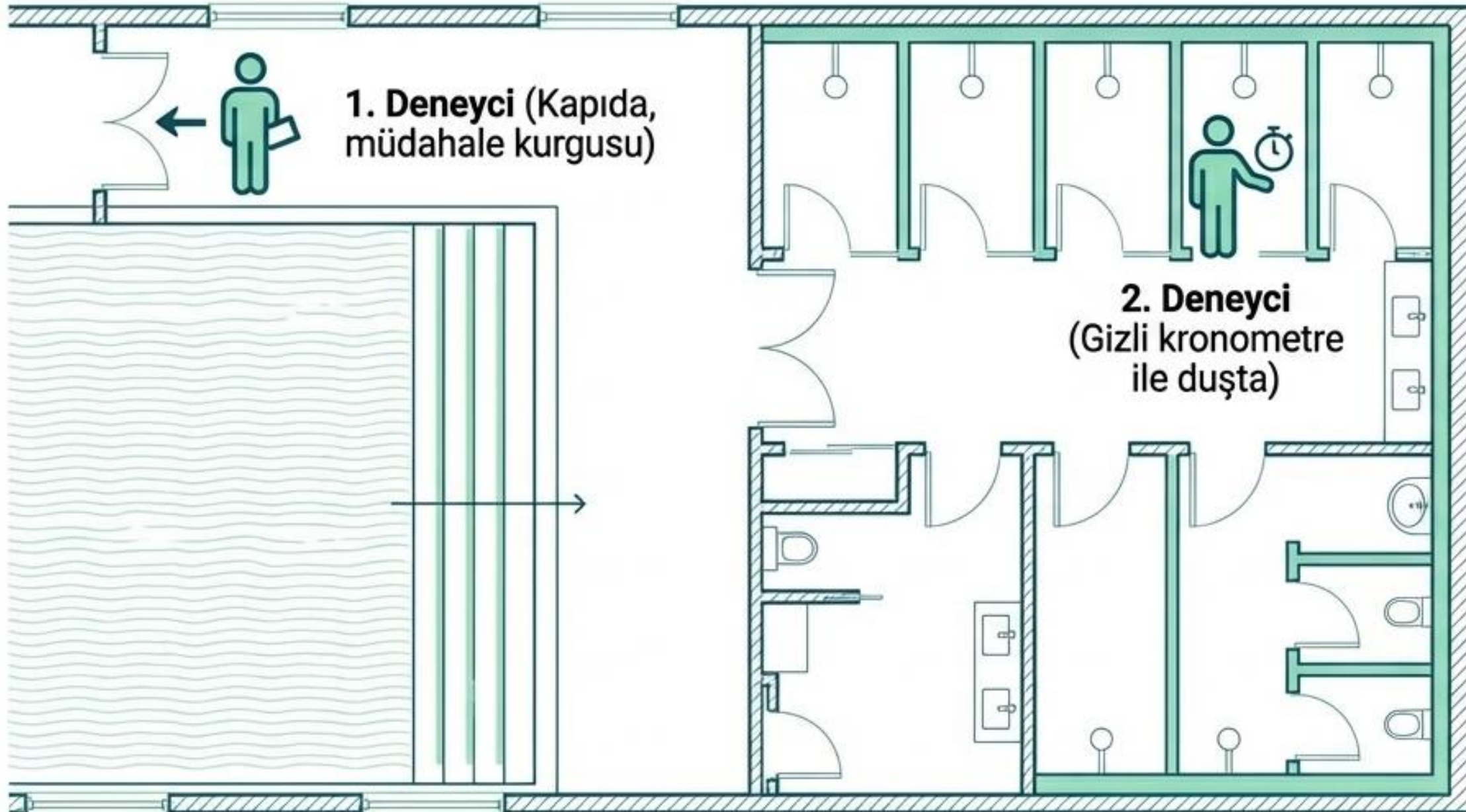
Kişiye geçmişteki kendi israf ve hatalarını hatırlat.

[ = ]

## [ 3. İkiyüzlülük Hissi ]

‘Başkasına öğüt veriyorum ama kendim uygulamıyorum’ düşüncesi güçlü bir çelişki yaratır. Benlik algısını korumak için kişi acilen doğru davranışı sergilemek zorunda hisseder.

# Saha Deneyi: Yüzücüler, gizli bir kronometre ve su tasarrufu.



## Bağlam:

California Üniversitesi'nde (UCSC) ciddi bir kuraklık dönemi. Kampüste sürekli 'Daha Kısa Duş Al' afişleri asılı.

## Kurulum:

Havuzdan çıkan 80 kadın yüzücü üzerinde gerçekleştirilen saha deneyi.

# Deneysel Tasarım: Dört Farklı Müdahale Grubu



# Görünmez Ölçüm: Gerçek davranış değişikliğini nasıl yakalarız?

## 1. Toplam Duş Süresi (Saniye)

Suyun açık kaldığı toplam zaman. En net ve zorlu su tasarrufu metriği.

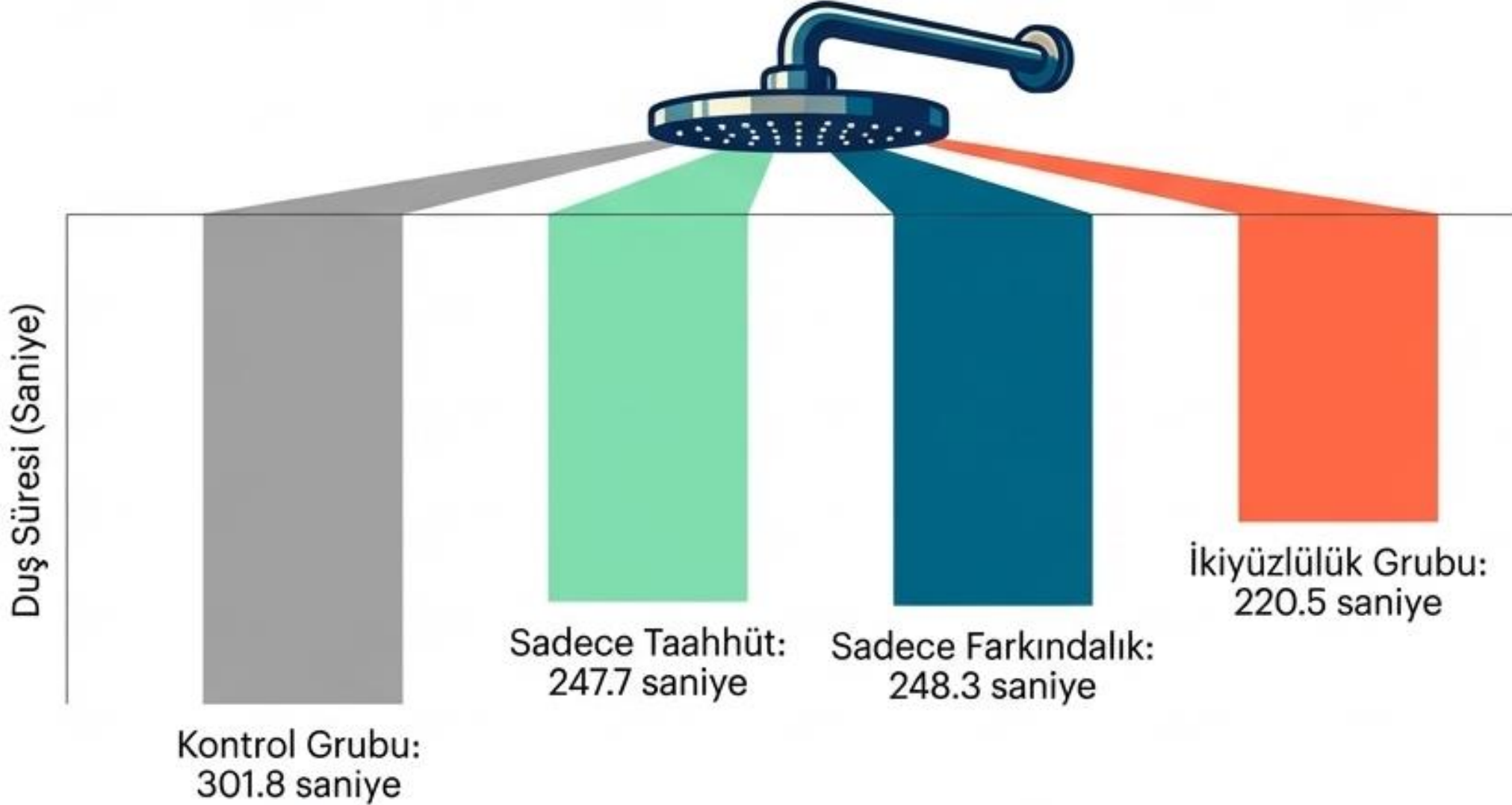


## 2. Suyu Kapatma Davranışı (Evet/Hayır)

Sabunlanırken veya şampuanlanırken suyun kapatılıp kapatılmadığı. Daha basit, 'ilk adım' niteliğinde bir tasarruf hamlesi.

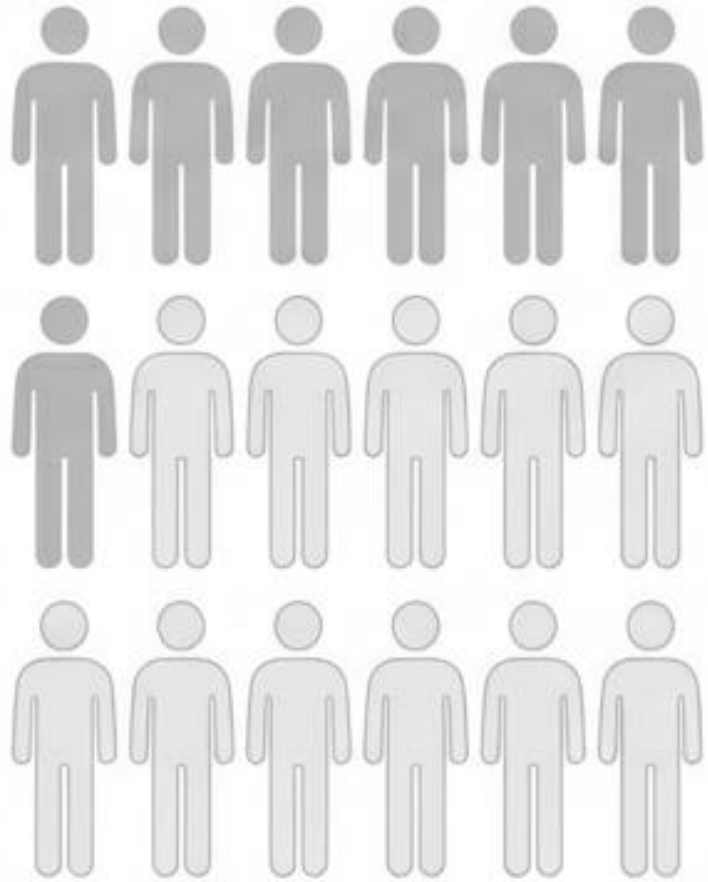
İçerideki gizli deneyci, anketlere veya söylenenlere değil, sadece bu iki somut fiziksel eyleme odaklandı.

# Sonuç: Yüksek çelişki yaşayanlar duş sürelerini radikal şekilde kısalttı.

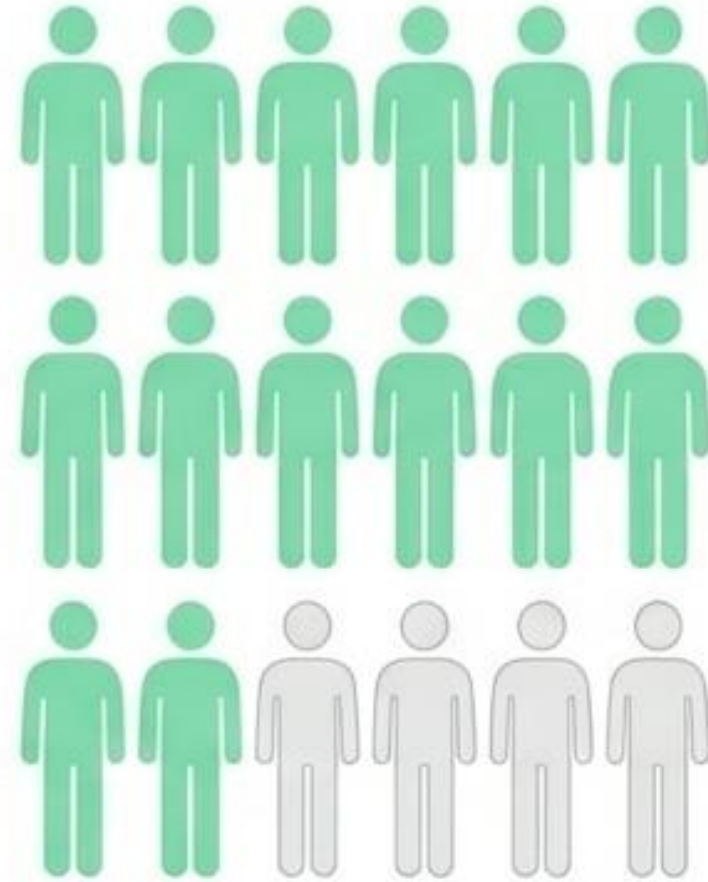


**Analiz:** Başkalarına vaaz verip kendi hatalarıyla yüzleştirilen grup, hiçbir şey yapılmayan gruba kıyasla yaklaşık 1.5 dakika daha az su harcadı.

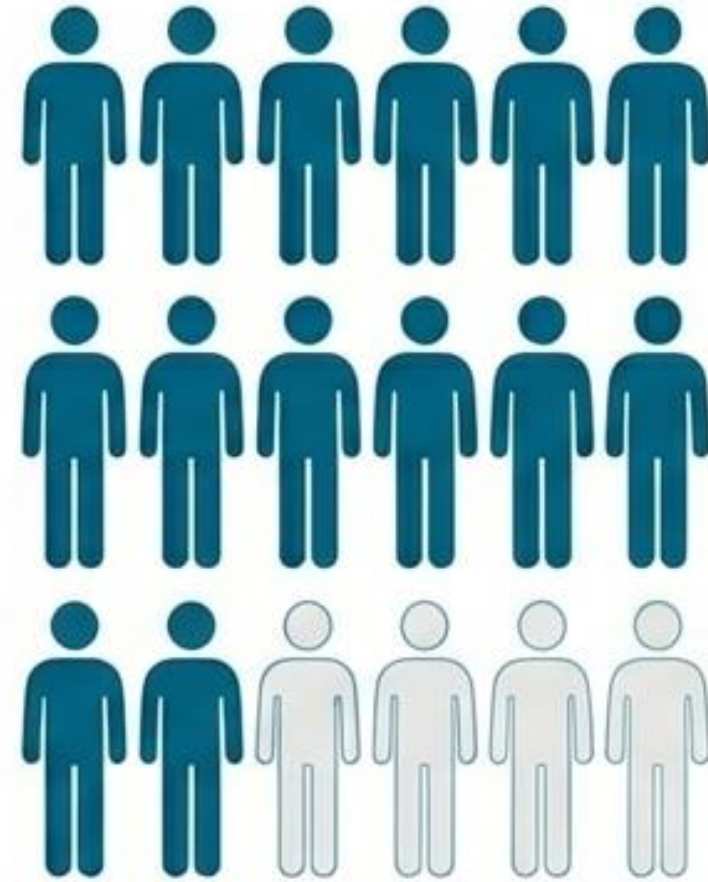
# Kolay 'İlk Adım': Suyu kapatmak çelişkiyi tam olarak çözmeye yetmedi.



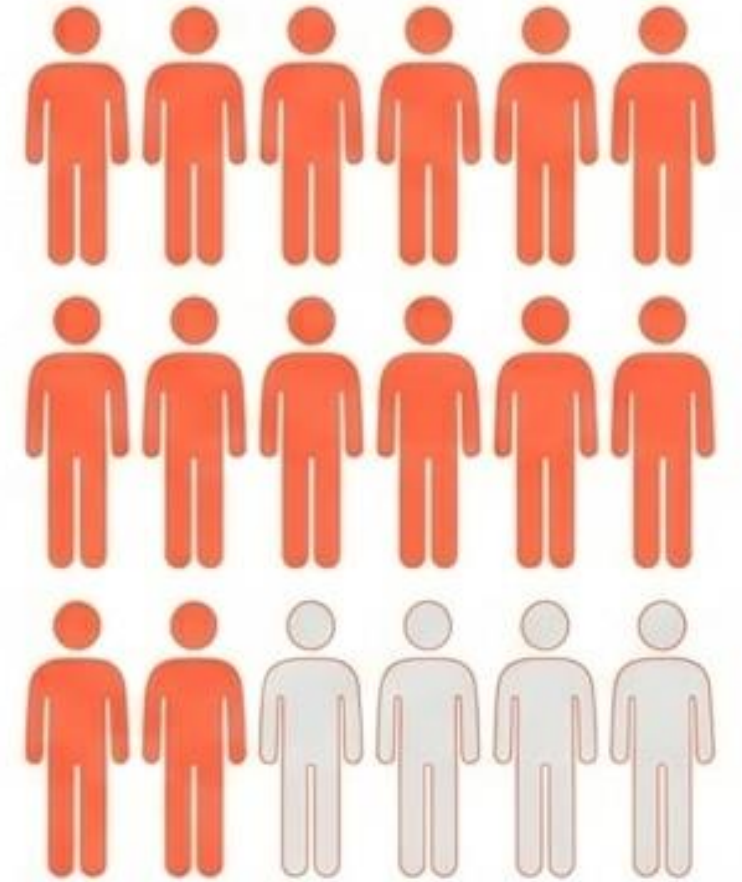
Kontrol Grubu: 7/20



Sadece Taahhüt: 14/20



Sadece Farkındalık: 14/20



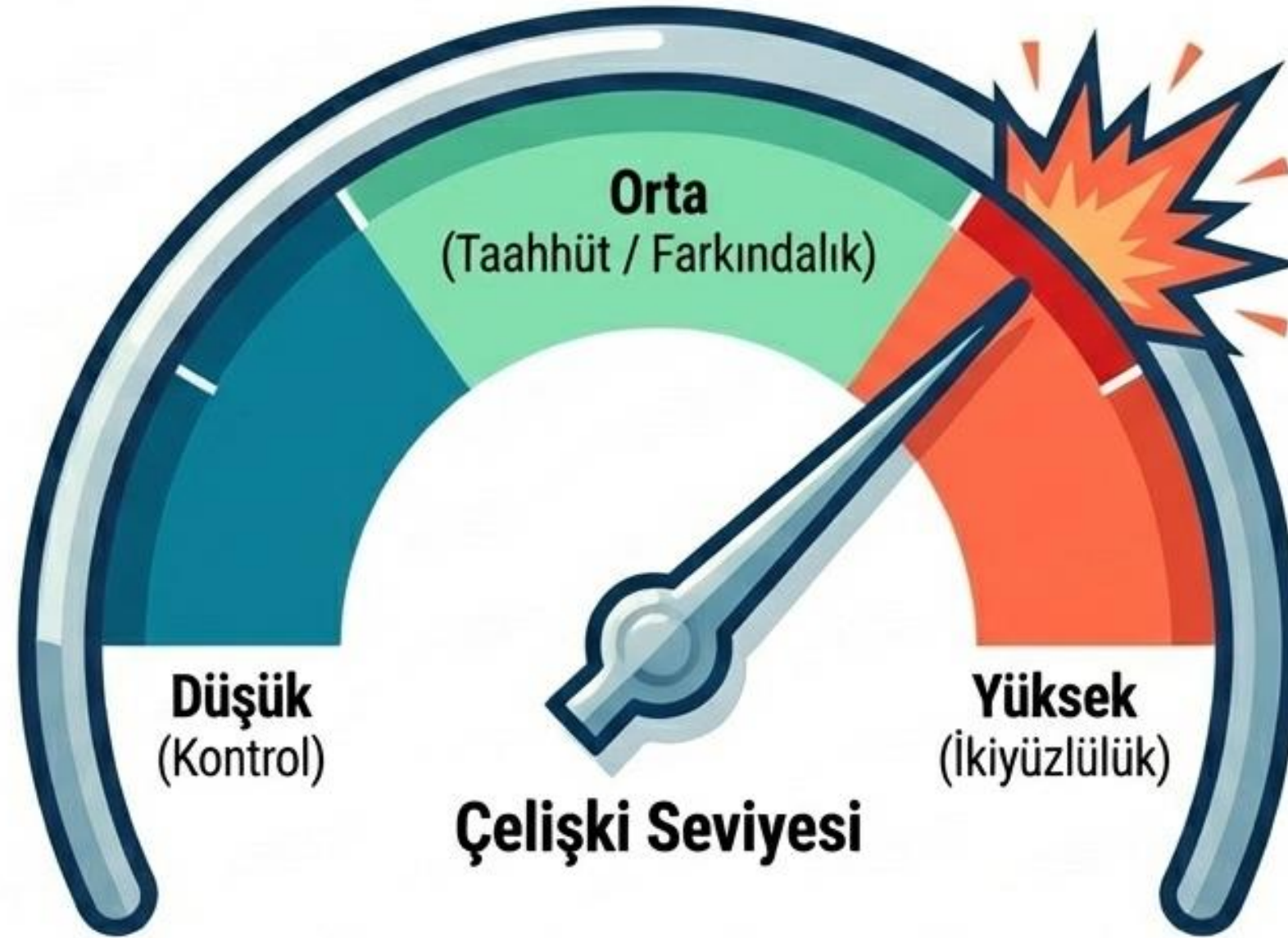
İkiyüzlülük: 14/20

**İçgörü:** Taahhüt ve Farkındalık grupları, sabunlanırken suyu kapatmak gibi net ve kolay bir ilk adım atarak kendilerini rahatlatılar ama duş sürelerini ikiyüzlülük grubu kadar radikal şekilde azaltmadılar.

# Neden Sadece 'İkiyüzlülük' Grubu Gerçekten Tasarruf Etti?

Sadece farkındalık anketi çözmek veya sadece tavsiye vermek **orta düzeyde bir çelişki yaratır.**

Bu rahatsızlık, "sabunlanırken suyu kapatmak" gibi kolay bir eylemle giderilebilir.



Ancak hem tavsiye verip hem **kendi hatanı itiraf etmek yüksek düzeyde psikolojik basınç yaratır.** Kişinin benlik algısını korumak için, zorlu bir **fedakarlık** olan **duş süresini gerçekten gerçekten kısaltma eylemine geçmesi kaçınılmaz olmuştur.**

# Yaklaşımların Çarpışması: Dışarıdan Bilgi vs. İçeriden Kendini İkna

Bilgi Odaklı Kampanyalar	Bilişsel Çelişki (İkiyüzlülük)
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Kaynak:</b> Dışsal (Tabela, Reklam)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Kaynak:</b> İçsel (Kendi benlik algısı)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Mekanizma:</b> Rasyonel ikna veya korku</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Mekanizma:</b> Öz-ikna (Self-persuasion)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Etki Süresi:</b> Kısa vadeli (Tabela oradayken çalışır)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Etki Süresi:</b> Derin ve kalıcı (Uzun vadeli tutarlılık ihtiyacı)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Yan Etki:</b> Yüksek direnç ve ters tepme (Sabotaj) riski</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Yan Etki:</b> Hedef zaten o değeri savunduğu için direnç düşüktür.</li></ul>

# Mit Avcısı: Sadece konuyu hatırlatmak (Priming) eyleme geçmek için yeterli mi?

## İddia:

Belki de İkiyüzlülük grubunun duşu kısaltmasının tek nedeni, onlara su tasarrufunun iki kez hatırlatılmış (prime edilmiş) olmasıdır.

## Gerçek:

Hayır. Her gruba su tasarrufu hatırlatıldı ve duşta zaten kocaman uyarı tabelaları asılıydı. Ancak, yeni bir bilgi olmamasına rağmen sadece 'söylediğini yapmayan biri' olma hissi (çelişki uyarılması) davranışı radikal şekilde değiştirdi. Tavrın zihinde ne kadar taze olduğuyla açıklanamaz.

# Yöneticiler İçin Başucu Kitabı: Kalıcı Etki İçin 3 Adım

1



## Hedefi Doğru Seçin

Bilişsel çelişki, insanların zaten teorikte desteklediği (geri dönüşüm, iş güvenliği, su tasarrufu gibi) 'iyi' konularda çalışır. Zıt görüşlü insanları ikna etmek için değil, inananları eyleme geçirmek için kullanın.

2



## Kitleyi Savunucu Yapın

İnsanlara dışarıdan mesaj vermek yerine, onları o değerın sözcüsü haline getirin. Onlardan başkalarına tavsiye vermelerini veya taahhüt imzalamalarını isteyin.

3



## Yapıcı Çelişki Yaratın

Onlara geçmişteki eylemsizliklerini nezaketle hatırlatın (Farkındalık). İkiyüzlü hissetmenin yarattığı sürtünmeyi kullanarak eylemi tetikleyin.

**İnsanlara dođruyu söylemek  
tutumlarını değiştirebilir. Ancak  
dünyayı değiştiren şey, onları  
kendi inançlarıyla  
yüzleřtirme cesaretidir.**

Bilişsel çelişki üzerine kurulan stratejiler, davranışları  
dışarıdan dikte etmez, içeriden uyandırır.