

Davranış Bilimleri

Editörler

Prof. Dr. Ali ŞİMŞEK
Öğr. Gör. Ömer EROĞLU

Davranış Bilimleri

Editörler

Prof. Dr. Ali ŞİMŞEK
Öğr. Gör. Ömer EROĞLU

Yazarlar

Yrd. Doç. Dr. Filiz YAYLACI
Yrd. Doç. Dr. İlke YÜKSEL
Öğr. Gör. Ömer EROĞLU
Dr. Eylem ŞİMŞEK
Yrd. Doç. Dr. Hakan UŞAKLI
Doç. Dr. Ferit ÖLÇER
Prof. Dr. Mehmet Durdu KARSLI
Doç. Dr. Özkan YILDIZ
Araş. Gör. Ayşen UTANIR
Yrd. Doç. Dr. Yücel KARADAŞ
Yrd. Doç. Dr. Cahit ASLAN
Yrd. Doç. Dr. Hülya YÜKSEL

EĞİTİM YAYINEVİ

DAVRANIŞ BİLİMLERİ

Editörler: Prof. Dr. Ali ŞİMŞEK - Öğr. Gör. Ömer EROĞLU

Copyright © Bu kitabın Türkiye’deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi’ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

Kitapta yer alan bölümlerin tüm sorumluluğu yazarlarına aittir.

Eğitim Yayınevi® Eğitim Kitabevi’nin Tescilli Markasıdır.

Dizgi & Sayfa Tasarımı
Prof. Dr. Ali ŞİMŞEK

Kapak Tasarımı
Erdoğan DİZDAR

BASKI VE CİLT

Dizgi Ofset
Matbaacılar Sitesi 10451. Sk No: 4
TEL: 0332 342 07 42
Karatay / KONYA

T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
YAYINCI SERTİFİKA NO: 14824

Eylül - 2013
ISBN: 978-605-5176-30-3

EĞİTİM KİTABEVİ
www.egitimyayinevi.com
Rampalı İş Merkezi Kat: 1 No: 121
Tel&Faks: (0332) 351 92 85 Meram/KONYA
egitimkitabeviyay@hotmail.com

İnternette sipariş için
www.kitapmatik.com.tr

Bölüm 14

Toplumsal Etki ve Uyma

Yrd. Doç. Dr. Hülya YÜKSEL
Dumlupınar Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi

Bu bölümde aşağıdaki yeterlikleri kazanmanız beklenmektedir:

- Toplumsal etki kavramını tanımlayabilme;
- Toplumsal etki türlerini örneklerle açıklayabilme;
- Uyma davranışının nedenlerini tartışabilme;
- Uyma davranışının türlerini belirtebilme;
- Uyma ile ilgili araştırmaları değerlendirebilme;
- Otoriteye itaat kavramını tanımlayabilme;
- İtaat davranışının temel nedenlerini tartışabilme;
- Azınlık etkisinin oluşumunu açıklayabilme.

Toplumsal Etki

İnsan toplumsal bir varlıktır. İnsan ve toplum arasındaki ilişki dinamik bir ilişkidir: İnsan hem içinde yaşadığı toplumdan etkilenir hem de üyesi olduğu toplumu etkiler. Bireyin davranışının başka birey ya da gruplar tarafından nasıl etkilendiği, birçok disiplini ilgilendiren önemli bir konudur. İnsanlar çeşitli yöntemler kullanarak birbirlerinin davranışlarını değiştirmeye çalışırlar. Bu nedenle toplumsal etki, sosyal psikolojinin önemli çalışma konularındandır. **Toplumsal etki**; bir kişinin inançlarında, tutumlarında, davranışlarında ve duygularında, başka bir kişi ya da kişiler tarafından meydana getirilen bir değişme olarak tanımlanmaktadır (Bilgin, 2006, s.93).

Toplumsal etki konusunun sosyal psikolojinin temel araştırma alanlarından olmasının nedenlerinden biri olarak İkinci Dünya Savaşından sonra oluşan iki kutuplu dünya düzeninde politikacıların, çoğunluğun kararını sürekli kılmayı önemsemeleri olduğu söylenmektedir. Burada hedef, farklı düşüncelerin, var olan sistemi sorgulaması ve tehdit oluşturmasının önüne geçilmesiydi. Bu hedefi gerçekleştirmek için, çoğunluğun etkisinin hangi koşullar ve mekanizmalarla oluştuğunu anlamak önemliydi. 1960'lı yılların sonuna kadar özellikle Amerikalı sosyal psikologlar bu konulara çok kafa yormuşlar ve çoğunluğun etkisini ortaya koymak için birçok deneysel çalışma yapmışlardır.

Ancak 1960'lı yıllarda burjuva aile değerleri, mevcuttaki politik, ekonomik ve toplumsal yapılar gibi çoğunluğun görüşlerini sorgulayan öğrenci hareketleri, Vietnam savaşı karşıtları, Çiçek Çocuklar ve feminist hareket toplumsal değişimin motor gücü olmaya başladı, (Arkonaç, 2001, s.207; Touraine, 1979). “Başka bir dünya mümkün” mesajları altında, sosyal psikologlar farklı bir olguyla karşı karşıya olduklarını anladılar. Bu farklı olgu, azınlıkta kalan görüş ve düşüncelerin de çoğunluğu etkileyebildiği gerçeğiydi (Arkonaç, 2001, s.207). Bu etki, azınlığın etkisi olarak adlandırılmıştır. **Azınlık etkisi**, grup üyelerinin konu üzerinde ciddi olarak düşünmelerini ve bilgileri daha düzenli olarak ele almalarını sağlar. Çoğunluk etkisi ise grup görüşlerine üzerinde daha az düşünülmüş bir uyum olarak algılanır. Başka bir deyişle, **çoğunluk etkisi** açık davranışlarda değişikliğe neden olsa bile, özel içsel tutumlarda mutlaka değişikliğe yol açmaz. Azınlık etkilerinin tutum değişikliğiyle ve insanların görüşlerinde değişmeyle sonuçlanma olasılığı daha yüksektir (Forgas & Williams, 1981).

Bireyin annesinden ayrı bir varlık olduğunu algılamasından itibaren başlayan **toplumsallaşma** süreci, bireye toplum tarafından kabul gören ve görmeyen davranışları öğreterek, uyma davranışını içselleştirmesini sağlar. Toplumsal kuralların öğrenilmesi ve uyma davranışıyla ilgili olarak şu örneğin sıklıkla verildiğini duyarız: “Avrupa'da yaşayan vatandaşımız orada trafik kurallarına uyuyor, yerlere çöp atmıyor ama Kapıkule'den girer girmez trafik kurallarını ihlal etmeye, yerlere tükürmeye, çöp atmaya başlıyor. Niye burada böyle yapıyorsun diye sorulduğunda, herkes böyle yapıyor diyor”. Örnekte görüldüğü gibi uyma davranışı öteki

insanların davranışlarından etkilenmekte, insanlar içinde buldukları toplumsal ortamın koşullarına göre tutum ve davranış modelleri geliştirmektedirler.

İnsanlar içinde yaşadığı topluluk ve grupların görüşlerinden ne derecede etkilenirler? Çoğunluğun görüşü insanların fikirlerini değiştirmede gerçekten etkili midir? Bu tür sorular sosyal psikologların ilgisini çeken konular olmuştur ve bu tür sorulara yanıt arayan birçok araştırma yapılagelmiştir. Genel anlamda toplumsal etki insanların farklı açılardan birbirini etkilemesi olarak tanımlanır. Toplumsal etki; tutum, inanç, duygu ve davranışların başkalarının görüşleri ya da yalnızca varlıklarıyla değişebilmesini içerir. Latané'in (1981) geliştirdiği toplumsal etki kuramına göre kişileri etkileyen toplumsal değişkenler üç temel etmen çerçevesinde gerçekleşir (Latane, 1981). Bu etmenler şunlardır:

Toplumsal etmenin etkilediği insan sayısı: Bireyi etkileyen kişi sayısı arttıkça, bu kişilerin birey üzerindeki etkisi azalır. Örneğin, bir odayı yalnızca bir ampul aydınlatırken yeni bir ampul daha eklenirse bu hemen fark edilir. Ancak on dört ampul olan bir odaya ekleyeceğimiz on beşinci ampulün ışığı aynı etkiyi yapmayacaktır. Latané, bunun insanlar için de doğru olduğunu ifade eder. Yani bireylerin öteki insanlar üzerindeki toplumsal etkisine baktığımızda ikinci kişinin birinci kişiden daha az etkiye sahip olduğunu görürüz. Popüler, çekici bir sinema yıldızının sürekli olarak duyduğu "çok çekicisiniz" yorumu artık onun üzerinde herhangi bir etkiye sahip değildir çünkü defalarca birçok kişiden duymuştur.

Toplumsal etmenin gücü: Kişilerin statüleri, uzman konumunda olmaları ve toplumsal hiyerarşi içindeki güçleri toplumsal etkinin gücünü belirler. Örneğin, genel olarak baktığımızda bir polisin toplumsal etkisi bir postacıdan daha fazla olacaktır. Uzman bir doktorun bizden sigarayı bırakmamızı istemesiyle aynı şeyi bizden eşimizin istemesinin etkisi farklı olacaktır. Toplumsal etmenin gücü açısından sosyal bilimlerde birçok kişi tarafından tartışılan sosyal sermaye kavramı da ele alınabilir. Sosyal sermayeyi toplumda hiyerarşik yapılanma ile ilişkili olarak açıklayan Bourdieu, toplumsal etki konusunda da açıklayıcı olabilecek bir sosyal sermaye tanımı yapmıştır. **Sosyal sermaye;** bireyin, içinde yer aldığı toplumsal çevrenin sağladığı ilişkiler sayesinde elde ettiği kazançları ifade eden bir kavramdır (Bourdieu, 1986). Dolayısıyla, sosyal sermaye toplumsal ilişkilere egemendir ve toplumsal etkiyi de belirler. Toplumun başat sınıfı içinde yer alanların sosyal sermayesi ile orta sınıf ve alt sınıfların sosyal sermayeleri elbette eşit değildir. Toplumda sosyal sermaye açısından daha üst konumda olan bireylerin sosyal sermaye açısından güçsüz olan bireylerden daha etkili olacağı açıktır.

Toplumsal etmenin kişinin yaşamında zaman ve mekân açısından yakın olması: Zaman ve mekân açısından bize yakın olan kişilerin toplumsal etkisi anında hissedilir. "Gözden irak olan gönülden de irak olur" atasözü de bunu doğrular niteliktedir. Göze yakın olanın toplumsal etkisi ile gözden irak olanın toplumsal etkisinin aynı olması olanaklı değildir. Dünyaca ünlü bir mobilya zincirinin yiyecek reyonunda satılan lazanyaların içinde domuz eti olduğunu

öğrenmek çok büyük bir infial yaratır. Ancak aynı mobilya zincirinin Uzakdoğu'da çocuk işçi çalıştıran firmalara üretim yaptırdığını öğrenmek aynı etkiyi yapmaz. Zaman ve mekân açısından yakın olma konusunda önemli olan şudur: Öteki bireyler bize fiziksel olarak yakınsa tutum ve davranışlarımızı etkileme olasılıkları, bizi bir monitörden izleyenlere göre daha yüksektir. İtaat deneylerinde katılımcılar, araştırmacı çalışmayla ilgili isteklerini kendileriyle aynı odada iken verdiğinde daha yüksek oranda itaat ederken, araştırmacı telefonda bildirdiğinde daha az itaat etmişlerdir.

Burada sözü edilen toplumsal etkiler fiziksel etkilere benzer bir şekilde etkinlik gösterir. Örneğin, bir yüzeye düşen ışık miktarı yalnızca kaç tane ampulün yandığına değil, aynı zamanda ampullerin gücüne ve yüzeye ne kadar yakın olduklarına da bağlıdır. Toplumsal etki kuramı, itaat davranışını yukarıda saydığımız etmenlerle açıklamakta ancak itaat etmeme durumunu açıklama da yetersiz kalmaktadır. Araştırmalar aynı toplumsal öğenin etkilediği insan sayısı arttığında, her kişinin üzerine düşen toplumsal etkinin azaldığını ve sonuçta bireylerin bu etkiye karşı direncinin arttığını göstermiştir. Eğer bir grup içinde az sayıda insan bile otoritenin ahlaka aykırı ya da insanın insanca yaşamasına engel olan emirlerini sorgulamaya başlarsa, bu küçük grubun ötekileri de etkileyip toplumsal güç ve otoriteye karşı başkaldırma olasılıkları artabilir. Bu nedendir ki, otoriter olarak nitelenen toplumlarda muhalif sesler kısa süre içinde susturulma yolunda baskılanırlar. Gruplar aynı zamanda linç, isyan ve savaşlar gibi yıkıcı eylemler içinde de bulunabilirler. Başka bir deyişle, grupların yapıcı ya da yıkıcı eylem oluşturma potansiyelleri vardır ve gücü de buradan gelmektedir.

Latané, kuramını geliştirerek **dinamik toplumsal etkiler** kuramından söz etmeye başlamıştır. Buna göre, insanlar arasındaki gündelik yaşam pratikleri bağlamında yüz yüze iletişim, onların toplumsal düşüncelerinde dinamik etkilere neden olmaktadır. Latané'ın bu konuda yaptığı araştırmalar, fiziksel olarak birbirine yakın olan ve sürekli iletişim içinde bulunan insanların, uzaklarda olan ve daha az görüştükları insanlara göre giderek tutum ve inançlar yönünden birbirine benzemeye başladıklarını göstermiştir. Esas itibarıyla, bu insanların birbiri üzerindeki toplumsal etkileri onların benzerliklerini arttırmıştır. Bu durumda "üzüm üzümüne baka baka kararır" diyen atasözümüz dinamik toplumsal etkiden söz eder gibidir. Fiziksel olarak birbirine yakın ve sürekli iletişimde olan insanların dinamik toplumsal etki sürecinde olmaları sonucunda birbirine benzeyen toplumsal kümeler oluşmaktadır. Bu durum, bir ülke içinde meydana gelen bölgesel farkları açıklayabildiği gibi, azınlık görüşlerinin de bir kültür içinde nasıl var olmaya devam ettiğini ve zamanla çoğunluğun görüşünün bir toplumda egemen olmaya başladığını açıklar. Dinamik toplumsal etkiler çerçevesinde insanlar genelde toplumsal kümeler şeklinde örgütlenirler ve benzer tutumlar, değerler ve dünya görüşlerini ortak bir biçimde pekiştirirler (Franzo, 2003, s.314).

Bazen insanlar yalnızca görünüşte ötekilerin davranışlarından etkilenirken bazen de gerçekten ötekilerin inançlarını içselleştirerek görüşlerini değiştirirler. Bu anlamda Herbert Kelman (1958) toplumsal etkinin üç farklı düzeyinden söz eder (Lippa, 1990, s.523):

- Kişiler gerçekte görüşlerini değiştirmeden yalnızca kamusal alanda ötekilerin istek ve emirlerine ödüllendirilmek ya da cezadan kaçınmak için uyarlar;
- Başkaları gibi davranırız çünkü onları çekici buluruz, onları çekici bulduğumuz sürece de bu etki devam eder;
- Eğer mantıklı bir şekilde onların geçerli kanıtları ve düşünceleri tarafından ikna edilirse başkaları gibi davranır ve düşünebiliriz.

Esas itibariyle Kelman'a göre kamusal alanda boyun eğme daha yüzeysel ve geçici bir toplumsal etki yaratırken, akılcı biçimde ikna etme daha derin ve kalıcıdır. Bireyler her zaman toplumsal etkilerin altında mı davranışlarını şekillendirirler yoksa bu etkilere karşı direnebilirler mi? George Orwell 1984 isimli romanında başka sorular gibi bu sorunun da yanıtını aramıştır. Romanın kahramanı toplumsal baskılara ilişkin düşüncelerini şöyle ifade eder: "Yapamayacakları tek şey bu. Sizi istedikleri her şeyi söylemeye razı edebilirler ama bu söylediklerine inanmanızı sağlayamazlar. İçinize giremezler." (Orwell, 1977, s.167).

Toplumsal Etkinin Gücü ve Kaynakları

İnsanlar birbirlerini farklı yollardan etkileyebilirler. Bunları açıklayan bir model Raven ve arkadaşlarınınca geliştirilmiştir. Bu modelde etki gücünün altı kaynağı olarak ödüller, zorlama, uzmanlık, bilgi, referans ve yasal yetke saptanmıştır (Taylor, Letitia, & Sears, 2007, s.224).

Ödül Gücü

Gücün bu kaynağı bir başka kişi için olumlu çıktılar sağlayabilmektir. Ödüller maddi ya da manevi olabilir. Uyuma davranışının gerçekleşmesi için ödül aracılığıyla birey üzerinde baskı oluşturulabilir. Çocuklarının derslerinde başarılı olmasını isteyen anne-baba, sınıfı iyi bir ortalama not ile geçtiğinde bir bisiklet ya da bilgisayar alacağına ilişkin söz vermesi, ödüllerin sıklıkla kullanılan örneklerinden biridir. Çalışma yaşamında da ödüller çok kullanılan bir araçtır. Daha çok prim alacağını bildiğinde, bir pazarlamacının performansını arttırmak için daha çok çalışması da benzer bir durumu ifade eder. Kültürümüzde yer alan "marifet iltifata tabidir" özdeyişi, ödülün öneminin halk dilinde ifade edilmiş şeklidir.

Zorlayıcı Güç

Ceza ya da zorlama gücü, ödül gücünde olduğu gibi, maddi ya da maddi olmayan bir takım sonuçlara bağlıdır. Burada istenen davranış yapılmadığında ceza verme ya da bu yönde

tehditte bulunma söz konusudur. Sigara içmesinin ailesinin çok istediği telefonu almasını engelleyeceğini bilen bir çocuk bu davranıştan vazgeçebilir. Cezalar istenen davranışın pekiştirilmesinde kullanılabilir. Ancak cezaların aşırı ve gereksiz kullanımı, cezanın istenen davranış pekiştirmedeki etkisini azaltabilir. Sürekli cezalandırılan çocuklarda, istenen davranışın pekiştirilmesi pek olanaklı olmamakta hatta tam tersi istenmeyen davranışın devamına neden olmaktadır.

Uzmanlık Gücü

Teknoloji çağının temel anlayışı olan “bilgi güctür” sözünü son yıllarda sıklıkla duymaktayız. Bilginin güç olabilmesi için elbette bu bilginin gerçek sahiplerinin uzman kişiler olduğu varsayılmaktadır. Bilgi uzman bir kaynaktan geldiğinde daha etkili olmaktadır. . Burada hedef kişiler etkide bulunan kişinin uzmanlık ve bilgi birikiminin kendilerinkinden fazla olduğuna inanırlar. Bochner ve Insko (1966) uzman gücün etkisini ölçmek için bir çalışma yapmıştır. Çalışmada katılımcılara günde sekiz saatten çok daha az uykunun yeterli olacağı bilgisi Nobel ödüllü saygın bir fizyolog tarafından verilince, katılımcıların bunu kolayca benimsedikleri görülmüştür (aktaran Hogg ve Vaughan, 2007, s.273).

Bilgi Gücü

Bilgi sahibi olma, güç sahibi olma olarak değerlendirildiğinde bilgi sahibinin ötekileri etkileme gücü önem kazanmaktadır. Bilgi etkileme gücüne sahiptir ve uzmanlıkla yakından ilişkilidir. Bilgiyi etkin bir şekilde kullanan bireyler öteki kişiler üzerinde önemli bir etkiye sahip olur. Bilginin etkili olabilmesi için verilen bilginin normatif beklentilerle tutarlı olması gerekir. Ayrıca, bilgiye gereksinim, uymayı güdüleyebilir. Çevremizdeki insanları bazı bilgiler vererek ya da mantıksal tartışmalarla etkilemeye çalışırız (Taylor, Letitia ve Sears, 2007, s.226). Örneğin, bir yakınımıza “eğer diş çürüklerini tedavi ettirmezsen kalp hastalığına bile yakalanabilirsin” diyerek onu dişlerini tedavi ettirmeye ikna etmeye çalışabiliriz.

Referans Gücü

Burada etki kaynağı ile özdeşleşme, referans alma ya da bu kaynağın çekiciliğine kapılma söz konusudur. İnsanlar genelde hayranlık duydukları birine benzemek isterler. Reklamlarda toplumca kabul görmüş beğeni toplayan kişilerin kullanılması bu gücün etkisi ile ilgilidir. Genç bir ressamın ünlü bir ressamın stiline özenip onu taklit etmeye çalışması ya da bir sigara markasının reklamını yapan güzel ve çekici bir kadından etkilenip sigara içmemiz özdeşleşmeye örnek gösterilebilir. Referans gücünde tartışılacak bir başka kavram da karizma olabilir. Sosyolog Weber’in karizma üzerine çözümlenmeleri son derece açıklayıcıdır

(Weber, 2006). Toplumsal değişme konusunda karizmatik liderlerin rolü son derece merkezidir. Bu noktada toplumu çekip götürme kapasitesi olarak karizma, toplumsal etki konusunda karşımıza çıkabilmektedir.

Yasal Güç

Herkesçe tanınan bir yetki ve otoriteye sahip bir kişi ötekileri etkileme gücüne sahiptir. Gücünü meşru otoriteden alan kişiler, toplumdaki öteki bireylerin kendisine itaat etmesini sağlayabilir. Yasal otoriteden kaynaklanan güç, her ne kadar ötekileri etkileme gücüne işaret etse de, sınırlı bir alanı kapsar. Üniversitedeki bir öğretim üyesi öğrencilerinin üzerinde yasal bir güce sahiptir ancak bu güç öğrencilerin özel yaşamlarını düzenlemeyi kapsamaz (Barlı, 2007, s.39).

Uyma

Bizden istenen ve beklenen şekilde davranmaya ya da başkalarının davranışlarını izleyip ona göre davranmaya **uyma** adı verilir (Taylor, Letitia ve Sears, 2007, s.212). Başka bir deyişle, uyma davranışı, kişinin kendi görüşünü grubun görüşü doğrultusunda değiştirmesidir. Grup içinde doğrudan baskının olmadığı bir durumda, üyelerin kararları bir noktada birleşmekte ve birbirlerine daha çok benzemektedir. Toplumsal etkiye ilişkin yapılan gözlemlerde, kişilerin grubun içindeyken kokular ve ağırlıklar gibi konular hakkında daha ılımlı kararlar verdikleri gözlemlenmiştir (Hoog ve Vaughan, 2007, s.279).

Sosyal psikoloji alanında toplumsal etkileri ve bunun sonucunda oluşan toplumsal normlara uymayı araştıran farklı çalışmalar vardır. Bunlardan biri Muzaffer Sherif'in çalışmasıdır. Sherif, grupların bireyin davranışını nasıl etkilediğini ve grup normlarının nasıl oluştuğunu ortaya koymaya çalışmıştır. Klasik niteliğindeki başka bir çalışma ise, Solomon Asch tarafından yapılan bireylerin toplumsal norma nasıl uyduklarını inceleyen uyma deneyidir. Toplumsal etkinin ve buna bağlı olarak uyma davranışının varabileceği yeri göstermesi açısından Stanley Milgram'ın itaat deneyi de sosyal psikolojide önemli bir yer tutar.

Uyma genelde yaşamda kalma yani var olma çabasında öne çıkan bir davranıştır. İnsan doğada yalnız yaşayan bir varlık olmadığı gibi, içgüdüleriyle yaşamda kalmaya çalışan bir varlık da değildir. İnsan her zaman bir grubun üyesi olarak var olur, yani kendini ancak ötekiler aracılığı ile var eder. Bu, kendini ancak topluluk içinde var etme durumu, toplumsal yaşam içinde insanların birbiriyle anlaşmasını zorunlu kılar. Bunun yanında, başkalarının davranışları, belirli bir durumda en uygun davranışın ne olduğu konusunda bize bilgi verebilir. "El elin aynasıdır" atasözünden hareketle, aslında söz konusu olan insanın kendini ötekilerine bakarak görmesi durumudur. Toplumsallaşma ve sosyal öğrenme süreçleriyle nerede ve nasıl

davranmamız gerektiğini topluluk üyelerinden öğreniriz. Yaşamında ilk kez uçağa binecek bir kişinin davranışları, bu başkalarına bakarak öğrenme durumunu gözler önüne seren güzel bir örnektir. Uçağa binme sürecinde yapılması gereken her şeyi tek tek sormayacağına göre, kişi ötekilere bakarak ne yapması gerektiğini anlar ve uygulamaya geçer.

Günlük davranışlarımızın azımsanmayacak bir kısmı kurumsal, örgütsel ya da fiziksel bir **otoriteye itaat** davranışdır. Yani davranışlarımız her zaman belirli bir şekilde davranmamızı ya da ve başka bir şekilde davranmamamızı gerektiren bir takım dış talep, emir ve zorlamalara bağlıdır (Bilgin, 2006, s.122). Çoğu zaman bu zorlayıcı gücün ayırında olmadan günlük yaşantımızı sürdürürüz. Herkes tarafından kabul edilmiş olan normlara aykırı davrandığımızda, yasalara aykırı hiçbir şey yapmasak bile bu zorlayıcı güçlerin etkisini başkalarının rahatsız edici ve yargılayıcı bakışlarıyla hissedebiliriz. Burada sözünü ettiğimiz şeyi deneyimlemek için bir gün yalnız ya da bir arkadaşınızla halk otobüsünde seyahat ederken şarkı söylemeye başlayabilirsiniz ya da banka kuyruğuna sırtınız dönük bir şekilde girmeyi deneyebilirsiniz. Bu tarz bir deneyimi yaşarsanız, bunu sınıf arkadaşlarınızla paylaşmak, toplumsal etkilerin, normların ve uyma davranışının yaşamımızdaki güçlü etkilerini kavramanız açısından yararlı olabilir. Bu konuda etnometodoloji konusunda çalışmalarıyla tanınan Garfinkel de son derece çarpıcı veriler sunmaktadır (Poloma, 1993).

Sherif'in Grup Normunun Oluşması Deneyi

Sherif grup içinde bireylerin bir noktada birleşme etkisini grup normlarının gelişimine bağlamıştır. Buna göre insanlar bilgi, tutum, inanç ve davranışlarının doğru ve uygun olduğundan emin olma gereksinimindedirler. Bu anlamda, bireyler kendilerine olası davranış yelpazesi oluştururlarken başkalarının davranışlarını **referans çerçevesi** olarak alırlar. Bu toplumsal karşılaştırma bağlamı içinde genelde uç konumlardan çok orta konumların daha doğru olduğu kabul edilmektedir. Sherif bunun, toplumsal normların kökenini ve grup üyelerinin bir noktada birleşmelerini açıkladığı kanısındadır (Hoog ve Vaughan, 2007, s. 279). Bu düşüncesini test etmek için Sherif (1936), klasik kabul edilen deneyinde "otokinetik etki" denilen bir görsel algı yanılmasından yararlanarak, grup normlarının nasıl oluştuğunu ve normlara uyma davranışını incelemiştir.

Otokinetik etki ile sözü edilen, tamamen karanlık bir ortamda bakılan tek ışık noktasının gerçekte hareketsiz olmasına karşın, hareket ediyormuş gibi görünmesidir (Taylor, Letitia ve Sears, 2007, s.213). Sherif, karanlık bir odada önce yalnız oturduğu deneklerinden bir ışık noktasına bakmalarını ister. Onlara ışığın hareket ettiğini ve ışığın ne kadar hareket ettiğini tahmin etmeleri gerektiğini söyler. Deneklere her seferinde ışığın yerinin değiştiği söylenerek her seferinde ne kadar değiştiğini tahmin etmeleri istenir. Işık sürekli ve değişik hızlarda hareket eder görüldüğü için, denekler ışığın ne kadar hareket ettiğini tahmin etmekte çok zorlanmışlardır. Deneklerin bazıları ışığın 3-5 cm arasında hareket ettiğini söylerken, bazıları

daha geniş bir uzaklıkta hareket ettiğini tahmin etmişlerdir. Örneğin, deneklerden biri ilk gösterişte 1 cm; üçüncüde 11 cm ve onuncu gösteriliştikten sonra 7 cm dolayında bir uzunluğu ifade etmiş ve daha sonraki tahminleri 6-8 cm arasında kalmıştır (Kağıtçıbaşı, 1985, s.54). Burada gözlemlenen, fiziksel gerçeğin belirsiz olduğu durumlarda, kişilerin kendilerince bir referans noktası oluşturup buna göre tahminde bulduklarıdır.

Sherif, deneyin ikinci aşamasında, iki ya da üç kişilik grupları bir araya getirmiş ve bu deneklerden sırasıyla tahminlerini yüksek sesle ifade etmelerini istemiştir. İlk başta katılımcılar birbirinden farklı tahminlerde bulunmuşlardır. Ancak katılımcılar birbirlerinin verdikleri yanıtları duyduklarıca, verdikleri yanıtların da giderek birbirine benzediği görülmüştür. Uzaklığı ölçmek için herhangi bir nesnel ölçme aracından yoksun olan denekler, başkalarının tahminlerini referans olarak kullanmışlardır. Denekler kendi başlarına geliştirdikleri özel yargı standardını, grup içindeyken ortak bir standarda göre değiştirmekte, bir anlamda öznel gerçekleri yerine grubun geliştirdiği toplumsal gerçek geçmektedir. Böylece, Sherif, bir grup normunun ya da standardının nasıl doğduğunu bu deney aracılığıyla göstermiştir. Burada bireyin kendi düşüncelerini, grup normuna göre değiştirdiği görülmüştür.

Aynı deneklerin tekrar tek başlarına tahminde bulunmaları istendiğinde, tek başlarına geliştirdikleri standardı kullanmak yerine, halâ grup standardına göre tahminlerde bulunmaya devam ettikleri gözlenmiştir. Bireylerin tek başına olduklarında da grup standardını kullanmaları, kişilerin grup standardının doğru olduğuna gerçekten inandıklarını, yani benimseme nedeniyle uyma davranışı gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Ergenlerin davranışlarında da benzer bir şekilde gerek kıyafet, beslenme, gerek sigara içme gibi davranışlar konusunda bu tür grup standartlarının oluştuğunu söyleyebiliriz.

Asch'ın Çizgi Deneyi

Asch'ın deneyi, toplumsal çevrenin, bireyin fikir yürütme ve karar alma süreçlerine etkisini incelemiştir. Sherif'in deneyinde de görüldüğü gibi, araştırmalar bir kişi ya da gruba verilen görev ne kadar belirsiz ve zor olursa, uyma davranışının da o kadar arttığını göstermiştir. Bu nedenle Asch, uyarıcının açık olduğu durumlarda benzer bir uyma olup olmadığını incelemiştir. Deney, bir deneğin bir grup sahte denek içine konulması ve tüm gruba yanıtı basit sorular sorulmasına dayanır. Deneyde, beş deneğe, üzerinde bir siyah çizgi bulunan bir kart ile üç çizgi bulunan ikinci bir kart gösterilmiştir. Deneklerin birinci karttaki çizginin ikinci karttaki hangi çizgiye eşit olduğunu söylemesi istenmiştir. Denekler sırasıyla yargılarını belirtir ve sıra en sondaki gerçek deneğe gelir; dolayısıyla gerçek denek sahte deneklerin yanıtlarını duymaktadır. Başlangıçtaki birkaç soruya sahte denekler doğru yanıt verir ve gerçek deneğin sahte deneklerin yargısına güvenmesi sağlanır. Deneyin ikinci aşamasında araştırmacı ile işbirliği yapan dört denek bile bile birinci karttaki çizgi ile eşleşmeyen ikinci karttaki bir çizgiyi seçerler. Sıra gerçek deneğe geldiğinde, öteki dört deneğin yanıtlarının

yanlış olduğunu bile bile aynı yanlış yanıtı verir. Bu araştırma 123 denekle yürütülmüştür. Deney grubundaki gerçek deneklerin yalnızca % 25'i doğru yanıt verirken, kontrol grubundaki deneklerin % 95'i doğru yanıtı verir. Deneye katılan üniversite öğrencilerinin ise % 35'inin yanlış yanıtı katıldığı gözlemlenmiştir.

Deneyden sonra konuşulan denekler aslında doğru yanıtı bildikleri halde gruba uyduklarını ifade etmişlerdir. Deneklere niçin bile bile yanlış yanıt verdikleri sorulduğunda, deneklerin bir kısmı öteki bütün deneklerin hemfikir olması sonucunda kendi yargılarıyla ilgili şüpheye düştüklerini dile getirmişlerdir. Deneklerin öteki bir kısmı ise grup algısının yanlış olduğunu bildiği halde dışta kalmamak ve ötekilerin yargılamalarına maruz kalmamak için grupla aynı kararı verdiğini ifade etmiştir (Arkonaç, 2001, s.213).

Buradan anlaşılması gereken, aslında grup baskısı olmasa deneklerin doğru yanıtı verebilecek olmalarıdır. Grup baskısını hisseden denekler doğru yanıtı bildikleri halde gruba uymayı tercih etmektedirler. Görüldüğü gibi, uyarının açıkça belirgin olduğu durumlarda bile, insanlar başkaları tarafından onaylanmama korkusuyla uyma davranışı göstermektedirler. Burada deneklerin “bir şeye çoğunluk inanıyorsa doğrudur” şeklindeki fikrinden hareketle, karar alırken kendi fikirlerinden emin olmak yerine, kolayca kaçıp çoğunluğa uydukları görülmektedir. Yani insanlar bazen bir şeye tam olarak inanmasalar ya da yanlış olduğunu bilseler bile çoğunluğa uyarlar. Reginald Rose tarafından 1954 yılında yazılan ve filmi de çekilen 12 Öfkeli Adam, bu eğilimi inceler ve eleştirir. Başka bir deyişle, toplumda geniş kitleler tarafından kabul görmüş bir düşünce yanlış bile olsa, bu düşünceyi sorgulayabilmek birçok birey açısından cesaret gerektirir.

Asch, katılımcıların grup tarafından onaylanıp onaylanmama kaygısının etkisini test etmek için başka bir deney daha tasarlamıştır. Daha önceki deney düzeninde kendisi ile işbirliği yapan ve oybirliğiyle yanlış yanıt veren katılımcılar ile gerçek denekler yanıtlarını sesli bir biçimde ifade etmişlerdir. Yeni deney düzeninde, yanlış yanıt veren çoğunluk üyeleri yanıtlarını açık açık bildirirken, aralarındaki tek gerçek katılımcıdan yanıtını bir kâğıda yazması istenmiştir. Yanıtın gizlilik içinde verildiği bu durumda grubun verdiği yanlış yanıtı uyma davranışı %12,5'e düşmüştür (Hoog ve Vaughan, 2007, s.283). Yani grup baskısı ve grup tarafından onaylanmama kaygısı azaldığında uyma davranışı da azalmaktadır. Bu nedenle, siyasal tercihler gibi bir konuda karar verirken grubun etkisini azaltmak için oylamalar gizlilik esasıyla yapılır. Yine örneğin TBMM'de partilerin kendi gruplarını uyma davranışına zorlamak için bazı oylamaların açık oylama gibi usullerle yapıldığına tanıklık etmekteyiz.

İnsanlar Niçin Uyma Davranışı Gösterirler?

Sosyal psikologlar uyma davranışına etki eden grup karakteristiklerini ve uyma davranışını etkileyen görev ve durumları incelemişlerdir. Bilgiye dayalı toplumsal etki (doğru olma isteği)

ve kurala dayalı (normatif) toplumsal etkinin artmasıyla birlikte uyma davranışının da arttığı görülmüştür (Gilovich, Keltner ve Nisbett, 2006, s.222).

Bilgiye Dayalı Toplumsal Etki

Bilgiye dayalı etki (doğru olma isteği) ile sözü edilen, grubun doğruluğuna olan güvenin artmasıyla birlikte uyma davranışının arttığıdır. Bu etki, bireyler doğru bilgi edinmek amacıyla grubun görüşlerini kabul ettikleri ya da grubun görüşlerine uyduklarında oluşur. Sosyal psikologlara göre, özellikle nasıl davranmamız gerektiğinden emin olmadığımız durumlarda, davranışlarımızı kendi dışımızdaki insanları ya da grupları gözleyerek oluştururuz. Bu durumda davranışın nedeni ödül beklentisi ya da cezadan kaçınma yerine bilinmeyen konu hakkında doğru bilgiye ulaşma çabasıdır. Başka bir deyişle, doğru harekette bulunmayı istediğimizde ve başkalarının bizden daha iyi bildiğini varsaydığımızda bu etki ortaya çıkar. Kendilerine verilen görev ne kadar zor ve belirsiz olursa, insanların uyma davranışları da o derece artar.

Araştırmalar, bir konu hakkında bilgimizin ve kendimize güvenimizin azalmasıyla uyma olasılığımızın da arttığını göstermiştir. Örneğin, Sherif'in otokinetik deneyinde gerçeklik belirsizdi ve denekler bu belirsizliği çözebilmek için deneydeki öteki kişilerin tahminlerini kullanmıştı. Bu etkiye "bilgisel toplumsal etki" denilmektedir. Bu da bireylerin yapılandırılmamış, belirsiz uyarılarla karşılaştıklarında başkalarının davranışlarını ve yorumlarını bilgi kaynağı olarak kullandıklarını gösterir. Toplumsal varlıklar olarak insanlar, çevreye uyum sağlama sürecinde öteki insanların da kendileri gibi düşündüğünden emin olmak isterler. Bu amaçla da kendi yargılarını karşılaştırabilecekleri belirli bir kıyas noktası ararlar. İnsanlar yargılarını değerlendirebilecekleri nesnel ölçütlerin olmadığı belirsizliğin fazla olduğu durumlarda kendi algılarının yanında başkalarının algılarına başvurarak kendi yargılarını grup yargısı yönünde değiştirebilirler. Grup baskısı olmadan bireylerin gönüllü olarak uyma davranışı göstermesi bilgiye dayalı toplumsal etkinin bir sonucudur (Arkonacı, 2001, s.218).

Kurala Dayalı Toplumsal Etki

Toplumsal onay arzusu, uyma davranışı için oldukça önemli bir nedendir. Onaylanma arzusu, toplum tarafından kabul edilme ya da gruptaki konumumuzu koruma amacıyla davranışımızı grup norm ya da standartlarıyla uyuşacak biçimde değiştirdiğimizde ortaya çıkar. **Kurala dayalı toplumsal etki** (sevilme isteği ya da ters düşme korkusu), toplumun bireylerinin uyum içinde yaşamasına katkıda bulunur. İnsanların en temel gereksinimlerinden biri, başkaları tarafından sevilme ve onaylanma gereksinimidir. Bu gereksinimin karşılanması zorunludur. Kişi; alay edilmekten, gülünç duruma düşürülmekten ya da reddedilmekten kaçınmak ister

(Taylor, Letitia ve Sears, 2007, s.217). Asch deneyinde katılımcıların grubun görüşüne uyması, hem başkalarınca onaylanma arzusuna hem de başkaları tarafından alay edilmeden kaçınma isteğine örnektir. Başka bir deyişle, denekler çizgilerden hangisinin daha uzun olduğunu kendi başlarına kaldıklarında değerlendirebiliyordu ama gruptan ayrı düşmek istemedikleri için yanlış olduğunu düşündükleri yanıtı uymak durumunda kalmışlardı.

Uyma Davranışına Etki Eden Etmenler

Grup Büyüklüğü

Grubun büyüklüğü arttıkça uyma davranışı artar. Daha çok kişinin aynı görüşe uyması o görüşe katılma olasılığını arttırır. Bu, hem bilgisel hem de kuralsal toplumsal etki açısından beklenen bir şeydir. Toplumsal gerçekliğin açık olmadığı durumlarda bireyler çevrelerindeki insanların görüşlerine daha kolay uyum sağlayabilir. Asch'ın deneyinde tek kişilik bir öteki grubu uyma davranışında hiç bir etki yapmazken üç ya da dört işbirlikçinin olduğu ortamda deneklerin grup normuna uyma oranları %33'e çıkmıştır. Ancak üç dört kişiden sonra uyma davranışı aynı düzeyde olmuştur. Özellikle laboratuvar ortamında, kişinin çevresindekilere güveni fazla ve fiziksel gerçek de belirsiz ise uyma davranışı artar.

Ters Düşme Korkusu

Bireyler sevilme, onaylanma ve kabul görmek ister; bu nedenle, kendinden farklı düşünen bir grupla karşılaşan birey, ters düşmek dışarıda kalmak istemediğinden farklı tutum ve davranışlar sergileyebilmektedir (Freedman, Sears ve Carlsmith, 2003, s.460). Schacter'in (1951) çalışmasında denek grubuna üç işbirlikçi denek eklenmiştir. Bu deneklerden biri baştan sona grup görüşlerine uymuş, öteki baştan grubun görüşlerine karşı çıkmakla birlikte sonradan grubun görüşlerine uymuş, üçüncü denek ise baştan sonra gruba karşı çıkmıştır. Grup etkilemeyeceğine karar verdiği üyeyi görmezlikten gelmeye başlamış, onu gruba uyandıran daha az sevmiş ve gruptan atarak reddetme eğilimi göstermiştir. Üyelere iş dağıtıldığında karşı çıkan kişi hiçbir zaman üst konumlara seçilmemiş tersine en kötü işler ona verilmiştir (Freedman, 2003, s.461). Grubun kendisiyle karşı düşene gösterdiği bu tepki gruba karşı düşme korkusunu haklı çıkarmaktadır.

Grupta Sözbirliği

Asch'ın deneyinde uymaya yol açan en önemli etki grup görüşündeki sözbirliğidir. Grupta sözbirliği yoksa uyma oranı çarpıcı bir şekilde düşer. Asch koşullarında bir kişi bile gerçek denek ile aynı görüşü bildirdiğinde uyma davranışı %5'e düşmüştür. Çoğunluktan ayrı

düştüğünü açığa vuran birinin varlığı, bu kişinin konumu ne olursa olsun, bireyin kendi düşüncesini ifade edebilmesini kolaylaştırmaktadır. Gruptaki herhangi bir uyuşmazlık, bireyin bağımsız kalmasını kolaylaştırmaktadır. Bu, bir kişinin bağımsızlığını koruması için ne yapması gerektiği konusunda açık bir ileti sunmaktadır. Eğer uyma yönünde baskı altına alınacağınızı düşünüyorsanız yanınızda sizin gibi düşünen birini bulundurmaya ihmal etmeyin (Gilovich, Keltner ve Nisbett, 2006, s.223).

Grubun Uzmanlık Derecesi

Grubun uzmanlık derecesi ve statüsü uyma davranışına etki eden önemli etmenlerdendir. Uzmanların etkisi bilimsel toplumsal etki olarak değerlendirilir. Buna göre, uzmanların görüşleri genelde doğrudur ve daha çok ciddiye alınır. Statüden kaynaklanan etki ise normatif toplumsal etki olarak değerlendirilir. Yüksek statüdeki birinin davranışını onaylamaması, görüşlerini dikkate almayacağımız birinin onaylamamasından çok daha etkilidir. Siz Asch'in deneyindeki katılımcılardan birisi olsaydınız ve diyelim ki öteki üyeler savaş uçağı pilotu olsaydı büyük olasılıkla onların görüşlerine büyük önem atfederdiniz. Alternatif bir şekilde, öteki katılımcılar kalın camlı gözlükler takıyor olsalardı, onların görüşlerini ciddiye alma olasılığınız büyük olasılıkla daha düşük olurdu.

Milgram'ın itaat deneyinde de statü ve saygınlığın etkisi görülmüştür. Milgram, ilk otoriteye itaat deneyini Amerika'nın saygın üniversitelerinden Yale Üniversitesinde gerçekleştirmiştir. Daha sonra aynı deneyi Yale yerine eski bir binada yapmış ve deneklere araştırmanın özel bir şirket adına yapıldığını söylemiştir. Yale Üniversitesi'nin bilimsel saygınlığı kalkınca ilk deneyde %65 olan itaat oranı deneyin sonunda %48'e düşmüştür (Güney, 2000, s.81).

Kültürlerarası Farklılık

Genel olarak Batı kültürleri bireyci Doğu kültürleri de toplulukçu olarak adlandırılır. Buna göre, bireyin bağımsızlığına vurgu yapan kültürlerden çok bağlılığını vurgulayan kültürlerden gelenlerin, uyma davranışı gösterme olasılıklarının daha yüksek olduğu ifade edilir. Örneğin, Norveçliler ve Fransızlar arasında yapılan doğrudan bir karşılaştırma (Milgram, 1961) Norveçlilerin Fransızlardan daha fazla uyma davranışı gösterdiğini ortaya koymuştur. Bunun nedeninin, Fransız toplumundaki bireysellik üzerindeki vurgu ve Norveç toplumunda görülen güçlü grupla özdeşleşme eğilimi olduğu düşünülmektedir (Freedman, Sears ve Carlsmith, 2003, s.475). Japonya'da yapılan bazı çalışmalarda Japon deneklerin Asch'in yaptığı türden bir deneyde hiç tanımadıkları kimselerin algılarına pek uymadıkları gözlenmiştir. Buna karşın, Japonların arkadaş ve tanıdıklarının görüşlerine daha fazla uyma davranışı gösterdiği görülmüştür (Sakallı, 2001, s.45). Asch'in deneyi 133 farklı çalışma aracılığıyla 17 ülkede

uygulanmış ve uyma davranışının birbirine bağımlı kültürleri olan ülkelerde, bireyin bağımsızlığını vurgulayan kültürlere göre fazla olduğu görülmüştür.

Cinsiyet Farklılıkları

Toplumsal etki ile ilgili yapılan ilk araştırmalar, kadınların uyum göstermeye erkeklerden biraz daha fazla eğilimli olduklarını göstermişse de, son yıllarda yapılan araştırmalar, bu konuda çok az bir cinsiyet farkı olduğunu ortaya koymuştur. Daha önce yapılan deneylerde kadınların daha çok uyma eğilimi göstermelerinin nedeninin, bu deneylerde kadınlara uzman olmadıkları ya da kendi yargılarına güvenmedikleri erkekçe malzemelerin kullanılması olduğu anlaşılmıştır. Kadınlar arabalar, spor ve politika gibi konularda daha çok uyma davranışı gösterirken, erkekler de çocuk bakımı, moda, parfüm, yemek pişirme gibi konularda daha çok uyma davranışı sergileyebilirler.

Uyma davranışlarında cinsiyet farklarının ortaya çıktığı durumlar, genellikle insanların başkalarıyla aynı fikirde olmadıklarını yüz yüze etkileşim içinde belirtmeleri durumlarıdır. Ayrıca, başkalarının kendini izlediğini bilen kadınlar, aynı durumda bulunan erkeklere oranla daha fazla uyum davranışı göstermişlerdir. Bu durum biyolojik nedenlerden çok kadın ve erkeğin toplumsal cinsiyet rolleriyle ve toplumsal beklentileriyle açıklanmaktadır.

Bireyin Kendine Güveni

Bireyin kendi yeteneğine olan güveni arttıkça uyma davranışı azalır. Ancak, üzerinde yargıya varılacak konu ne kadar zor ise, bireyin kendine olan güveni de o oranda azalır. Bunun sonucunda başkalarının yargılarına uyma eğilimi artar. Bir kişiye yaşadığı ülkenin başkenti sorulduğunda yanıt konusunda kendine güveni tamdır. Çevresindeki öteki kişiler başka bir yanıt verse bile, onların düşüncesinden çok kendi düşüncesine güvenir. Ancak aynı kişiye Myanmar'ın başkentini sorduğumuzda bir fikri olsa bile doğru yanıtta emin olmayabilir. Bu durumda dört başka kişi onun aklından geçenden başka bir yanıt verirse onların yanıtına güvenme ve uyma eğilimi daha fazladır. Bir araştırmada deneklere verdikleri yanıtlardan ne kadar emin oldukları sorulmuştur. Deneklerin yanıtından emin oldukları sorularda çoğunluğun görüşüne uyma oranı %15; yanıtlarından orta derecede emin olduklarında uyma oranı %24; yanıtlarından pek emin olmadıklarında uyma oranı %36 bulunmuştur.

Hawthorne Etkisi

Harvard Üniversitesi'nde çalışan Elton Mayo yönetimindeki araştırmacıların Hawthorne kasabesindeki Western Elektrik fabrikasında iş koşullarının üretimde verimlilik üzerindeki

etkisini araştırmak üzere yaptıkları çalışma sırasında bu etkinin varlığı saptanmıştır. İnsanların bir şeyi yapmalarını sağlamanın yollarından biri, onları mutlu etmek ve ilgi göstermektir. Böylece bireyler araştırmacıya karşı kendilerini borçlu hissetmekte ve ona yardım etmek istemektedirler. Bunun sonucunda da yaptıkları işte daha iyi bir performans ya da başarı sergilemektedirler.

Hawthorne fabrikasında bir yıl süren deneyde işleri telefon parçalarını birleştirmek olan kadınların iş koşullarında yapılan değişikliklerin verimliliklerine ne kadar etki ettiğine bakılmıştır. İş koşullarında sırasıyla şöyle değişiklikler yapılmıştır: nce cret ödeme yöntemleri değiştirilmiştir. Daha önce ücretler, çalışan yüz kişinin çıkardığı işe göre belirlenirken, deney sırasında bu kadınların çıkardığı işe göre belirlenmiştir. Daha sonra gün içinde beşer dakikalık dinlenme araları verilmiştir. Ardından da bu aralar onar dakikaya çıkarılmıştır. İzleyen haftalarda aralar günde altı kez beşer dakika olarak verilmiştir. Deneyin bir sonraki aşamasında çalışma saati yarım saat önce bitmiştir. Deneyin bundan sonraki döneminde işçilere öğlen yemeği verilmiştir. Ardından beş günlük bir iş haftası belirlenmiştir. En sonunda da tümüyle başlangıçtaki normal iş koşullarına dönülmüştür (Freedman, Sears ve Carlsmith, 2003, s.482).

Araştırmacılar deney sonunda uygulanan farklı deney koşullarındaki verimlilik miktarlarını karşılaştırmışlar ve her deneysel dönemin koşullara bağlı olmaksızın bir önceki döneme göre daha fazla üretimle sonuçlandığını görmüşlerdir. Burada kadın işçilerin özel ilgi gördüklerini hissetmeleri ve bundan duydukları memnuniyet sonucunda, değerlendirilen şeyin üretim hızları olduğunu bildikleri için değiştirilen her koşulda daha çok çalışarak retilimi arttırdıkları saptanmıştır. Ancak daha sonra bu konuda yapılan araştırmalar, verimlilik üzerinde başka etmenlerin de rol oynadığını ortaya koymuştur.

Otoriteye İtaat

Toplumsal grupta insanların yasal yetkeden gelen emirlere itaat etmesi önemlidir. İnsanlar yasal yetkeye sahip olan bireylerin isteklerde bulunmaya hakkı olduğuna inanırlar. İnsanların ne zaman ve niçin otoriteye itaat ettiklerini ortaya çıkarmak için, Stanley Milgram'ın Yale niversitesi'nde yaptığı deneyler psikoloji alanında çok ses getirmiştir (Gilovich, Keltner ve Nisbett, 2006, s.230). Milgram, uyum konusunda çalışmalar yapan Asch'in deneylerinden etkilenmiş ve bireylerin hissettikleri baskı sonucu davranışlarını nereye kadar gtrebileceklerini araştırmıştır. Bu amaçla kurduğu deney düzeneğinde insanların toplumsal etkiye ne dereceye kadar boyun eğebileceğini incelemeye çalışmıştır.

Milgram, deneklerine cezanın öğrenme üzerindeki etkisini araştırdığını söyler. Deneye katılanlar 20-50 yaş arasında olup çeşitli meslek gruplarından gelmektedirler (Arkonaç, 2001, s.243). Deneye katılmaları için deneklere ödeme yapılmıştır. Deneklerden ğrenci rolünde

olan kişi Milgram ile anlaşmalı bir şekilde çalışmakta olan orta yaşlarda bir erkektir. İki kâğıtta da öğretmen yazan bir kura sonucunda hep aynı kişi öğrenci rolünü oynar. Öğretmen rolünde olan gerçek denekten istenen, bir takım sözcük çiftlerini okumak ve bunları öğrencinin hatırlayıp hatırlamadığını kontrol etmektir. Denekten, ayrıca, sözcükleri öğretmeye çalıştığı öğrenciye her yanılışında bağılı olduğu sandalyedeki elektrotlar aracılığıyla kolundan elektrik şoku vermesi istenmiştir. Deneyin başında gerçek deneğe Milgram elektrik şoklarının şiddetini göstermek için 45-voltluk düşük dozdaki bir şiddeti hissetmesi sağlanmıştır. Aslında, Milgram'la işbirliği içinde olan öğrenci rolündeki deneye elektrik şoku verilmemektedir. Öğrenci rolündeki deneğin görevi elektrik şokunun şiddeti arttıkça acı içinde bağırmaması ve deneyin sona ermesi için yalvarmasıdır. Hatta öğrenci rolündeki denek, deney başlamadan önce kalp rahatsızlığı olduğunu da ifade etmiştir. Deney boyunca öğrenci hatalar yaptıkça her hatada öğretmenin şoku arttırması istenmektedir (Silah, 2000, s.190). İlk yanılıştan sonra öğretmen 15-voltluk bir şok uygulamıştır. Şoklar her hatadan sonra 15-voltluk bir şekilde artmaktadır ve 450-volta kadar ulaşmaktadır. Denekler şokları verme konusunda gönülsüz davranınca deneyi yöneten kişi "lütfen devam edin," "deney devam etmenizi gerektiriyor," "devam etmeniz kesinlikle gerekli başka seçeneğiniz yok" gibi ifadeler kullanmıştır.

Milgram, ayrıca fiziksel yakınlığın itaate olan etkisini dört farklı deney koşulunda ölçmüştür. Birinci koşulda, kurban bitişik odaya konmuş, öğrenci 300 voltluk şokta duvarı yumruklamaya başlamış 300 volttan sonra ise herhangi bir tepki vermemiştir. İkinci koşulda, kurbanın sesi gelmekte, bırakılması için yalvarmakta, 315 volttan sonra ise sesi gelmemektedir. Üçüncü koşulda, kurban ve denek aynı odada birbirine dokunabilecek yakınlıkta bulunmaktadır. Öğrenci (kurban) yine sesli bir şekilde tepkisini göstermektedir. Dördüncü koşulda ise, kurbanın şoku alması için deneğin kurbanın kolunu metal plakanın üzerine koydurması gerekmektedir. Deney düzeneninde öğrencinin (kurban) varlığı daha çok hissedilir hale geldiğinde ve kurbanla temas arttığında öğretmenin şokları vermesi giderek zorlaşmıştır. Böylece itaat de giderek azalmıştır. Bu dört koşulda deneklerin deneyi 450 volta kadar sürdürme oranları sırasıyla şöyle olmuştur: %65, %63, %40 ve %30. Burada fiziksel ve görsel temasın önemi ortaya çıkmıştır. Acı çeken insanların acısına birebir ortak olduğunda emirlere itaat etme azalmaktadır.

Öteki insanlardan ne kadar uzaklaşırsak, onlara zarar vermemizin de o kadar kolaylaştığı bu deney sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu durum bize "göz görmeyince gönül katlanır" atasözünü hatırlatmaktadır. Günümüzde savaş teknolojisi yüz yüze mücadeleden çok füzeler ve bombalar aracılığıyla çok uzak mesafedeki insanlara zarar verilebilmektedir. Bu bombaları atanlar için karşı tarafa verilen zarar, saldıran açısından soyut düzeyde kalmaktadır. Böylece, öteki insanlara zarar vermenin kolaylaştığı söylenebilir.

İtaati etkileyen öteki önemli bir kavram da kontroldür. Milgram, deneklerin itaat davranışı üzerinde farklı düzeylerdeki kontrolün etkisini ölçmüştür. Deneyin ilk şeklinde deneyi yöneten kişi denekle aynı odada bulunmaktadır. Deneğin ikinci şeklinde, deneyi yöneten kişi

deneğe yapması gerekenleri söyleyip odadan ayrılmıştır. Daha sonra emirlerini telefon aracılığıyla deneğe iletmiştir. Deneycinin emirleri telefonda verdiği durumda, itaat oranının ilk deney düzeneğindeki %65'den %25'e kadar düştüğü görülmüştür (Arkonaç, 2001, s.244).

Araştırmaya katılan 40 denekten 26'sının suçsuz bir insana, emre itaat gereği karşı tarafa acı verdiğini bile elektrik şoku vermeye devam etmesi bu kişilerin sadist bireyler olmalarıyla açıklanabilir. Ancak, araştırma farklı ülkelerde ve kültürlerde bine yakın denek üzerinde uygulanmış ve deneyin sonuna kadar devam edip 450 voltluk şoku deneklerin %50'sinden fazlası vermiştir. Kadın ve erkekler arasında ve meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir. Bu bulgular, Latané'nin yukarıda açıkladığımız ilkeleri çerçevesinde kolayca açıklanabilir. Denek üzerinde araştırmacının etkisi güçlüdür çünkü araştırmacı saygın bir üniversitede profesördür. Profesör deney sırasında aynı mekândadır ve sürekli deneğe baskı yaparak kuralların aynen uygulanmasını istemektedir. Bir üçüncü etmen de, araştırmacının, sonuçtan kendisinin sorumlu olacağını söylemesi, böylece deneğin sorumluluk duygusundan kurtulmasıdır (Cüceloğlu, 2004, s.536).

Milgram'ın deneylerinin ışığında, nüfusun büyük gruplarının otoriteden gelen emre neden itaat ettikleri Avrupa'da yaşanan Yahudi soykırımı ve Bosna'da Müslümanlara Sırlar tarafından uygulanan canice soykırım örneğinde anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu konudaki iki yaklaşımdan biri, bu tür insanlık suçlarını işleyenlerin sıra dışı şekilde sadist, çaresiz ve benmerkezci insanlar olduklarıdır. Öteki açıklama ise, bu acımasız suçları işleyen insanların aramızda yaşayan normal insanlar olduğu ve gerekli koşullar yaratıldığında herkesin bu suçları işleyebileceğidir. "Kötülüğün Sıradanlığı" kitabında Hannah Arendt (2009), Yahudi soykırımının gerçek mimarı olarak sunulan Adolf Eichmann'ın sadist bir canavardan çok, dehşet verici bir biçimde normal bir insan olduğuna dikkat çekerken, özellikle düşünme ve muhakeme yetisinin kaybolmasıyla birlikte kötülüğün nasıl sıradanlaştığını vurgular (Arendt, 2012).

Daha sonra yapılan çalışmalarda farklı meslek gruplarından insanlara deneycinin emirlerine kaç kişinin uyacağı sorulmuştur. Bu kişilerin hepsi, itaat oranının düşük olacağını ve en fazla 130 voltluk bir şokun uygulanacağını tahmin etmişlerdir. Bu oran, gerçek deneklerin uyguladığı orandan çok düşüktür (Arkonaç, 2001, s.247). Milgram'ın deneylerine ilişkin olarak vurgulanması gereken önemli nokta, deneklerin itirazsız itaat etmedikleridir. Deneklerin çoğu deney boyunca öğrencinin acı çektiği ve devam etmek istemediğini deneyciye ifade etmiştir. Ama bu uymama davranışı kararsız ve etkisiz kalmıştır. Yani burada "yıkıcı bir uyumdan" çok, başarısız olmuş uymama girişimleri söz konusudur. Bu tutum ve davranışlarımız arasındaki tutarsızlığa benzemektedir. Hepimizin iyi şeyleri yapmaya niyetlenip bunu yapamadığı durumlar olmuştur (Gilovich, Keltner ve Nisbett, 2006, s.236). Başkalarının ve bizim ne yapacağımız konusunda düşündüklerimiz ile gerçekte yaptığımız arasındaki farkın nedeni, ortamdaki kaynaklanan etmenlerin göz ardı edilmesi olabilir. Otorite-emir-itaat ortamının,

itaat eden üzerindeki etkisini göz önünde bulundurmadan, itaat etmemeliydi diye suçu kişilik özelliklerine atfedebiliriz.

Tarihsel süreçte oldukça farklı nitelik ve boyutlar kazanan otoriteye itaat davranışının çeşitli dinamikleri vardır. Bunlar arasında meşrulaştırma özellikle önemlidir.

Toplumların hiyerarşik yapısı içinde insanlar üst konumlarda bulunanların emirlerine neden uymaktadırlar? Milgram deneyinde denekler devam etmemeleri gerektiğini bildikleri halde bunu başaramamışlardır. Bu anlamda belki de kendi streslerini azaltmak için davranışlarını meşrulaştırma yoluna gitmiş olabilirler. Bunun yollarından biri, sorumluluğun deneyi yapan kişide olduğu kendilerinin yalnızca emirlere uydukları olabilir. Nazi subaylarının emriyle Yahudi katliamına hizmet edenler de benzer açıklamaları ileri sürmüşlerdir. Milgram'ın deneklerinin itaat etmeleri karşısındaki otoritenin yasal bir otorite olması ile ilintilidir. Ayrıca deneyler Yale Üniversitesi gibi saygın ve kabul görmüş bir kurumda yapılmıştır. Aynı deney Yale Üniversitesi dışında daha az bilimsellik taşıyan bir yerde tekrarlandığı zaman itaat oranının daha düşük olduğu görülmüştür.

Milgram'ın deneklerinin neden itaat ettiklerini anlamak için öteki bir açıklama ise, deneklerin adım adım 450 volta ulaşmasıdır. Deneklerden deneyin en başında 450 voltu vermeleri istenmemiştir. Denekler alıştıra alıştıra 450 voltluk şoka ulaşmışlardır. Deneyin başında, öğrencinin ilk hatasında 15 voltluk şokla başlayıp her hatada 15 volt arttırarak 450 volta ulaşmışlardır. Davranışlarımız genelde kendi momentumlarını oluşturur ve işin nerede sonlanacağını kestirmemiz güçtür. Nazi Almanya'sında da Alman vatandaşlarından durduk yerde birdenbire çingeneleri, Yahudileri, homoseksüelleri ve komünistleri ölüm kamplarına göndermek için destek istenmemiştir. Bunun yerine, bu grupların hakları yavaş yavaş ellerinden alınmıştır. Öncelikle iş yerleri üstünde kısıtlamalara gidilmiş, ardından seyahat özgürlükleri kısıtlanmış, onun arkasından vatandaşlık hakları sınırlandırılmış ve en sonunda ölüm kamplarına gönderilmişlerdir. İşin en başında ölüm kamplarına gönderilselerdi daha çok kişi bu duruma karşı çıkabilirdi.

Kabul Davranışı

Uyma davranışı ile benzerliği olan öteki bir davranış da "kabul" olarak adlandırılır. Bu etki türünde, bireyleri doğrudan etkileme çabası görülmektedir. İnsanlara bir şeyi yaptırmak istemenin farklı yolları vardır. Buna göre bireyler farklı toplumsal koşullarda korkutma, sevgi, borçlandırma, bireyin kendisi hakkında olumlu ya da olumsuz hisler uyandırma yoluyla kabulü sağlamaya çalışır (Sakallı, 2000, s.50). Bu toplumsal etki türünde, bireyleri doğrudan etkilemek için, bazı stratejilerin varlığından söz edilir. Başkalarının bir isteğe uymalarını sağlama yolları olarak adlandırabileceğimiz bu stratejiler aşağıda ele alınmıştır.

Önce Küçük Sonra Büyük Rica Tekniği

Bu tekniğe “azıcıkta bir şey çıkmaz” tekniği de denilmektedir. Diyelim ki, bir arkadaşınız yazıcınızdan bir sayfa basmak istedi. Bu küçük bir rica ve siz bu ricayı yerine getirmekten memnundunuz. Ertesi gün arkadaşınız 100 sayfalık projesini sizin yazıcınızdan çıkarmayı isteyince büyük olasılıkla bu istediği de geri çeviremeyeceksiniz. Bu teknik, satış elemanları tarafından da kullanılan bir tekniktir. Önce küçük bir ricada bulunup ardından daha büyük bir istek de bulunulduğunda insanların bu isteğe uymalarını sağlamak kolaylaşır (Feldman, 2003, s.407).

Bu yargıyı desteklemek için Freedman ve Fraser (1966) bir çalışma yapmıştır. Çalışmalarının ilk aşamasında, insanların kapılarını çalıp trafik kurallarına uyma ve güvenli araç kullanma konusunda farkındalığı arttırmak üzere bir çalışma yaptıklarını ve bu nedenle imza topladıklarını söylemişlerdir (küçük rica). Birkaç hafta sonra deneyin ikinci aşamasında, imza vermeyi kabul eden kişilerin kapılarını çalıp evlerinin bahçesine büyük ve çirkin bir “Dikkatli araba kullanın” levhasını koymalarını istemişlerdir (büyük rica). İlk isteğe evet diyen insanların %50’sinin bu isteğe de evet dediği görülmüştür. Bu deneklerle karşılaştırılmak için oluşturulan kontrol grubunda olan deneklerden ise imza istenmemiştir. Yani ilk aşamada küçük rica talebi olmamıştır. Bu kişilerden direk olarak evlerinin bahçesine aynı büyük ve çirkin “Dikkatli araba kullanın” levhasını koymaları istenmiştir. Bu grupta yer alan deneklerin yalnızca %17’sinin bahçelerine bu tabelayı koymayı kabul ettiği görülmüştür (Feldman, 2003, s.407).

Toplumsal yaşamın her alanında bu tekniğin sıkça kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, büyük marketlerde insanlardan satışa sunulan bazı ürünleri tatmaları istenir ve kabul edip tadanlardan da bu ürünü almaları istenir (Sakallı, 2001, s.54). Kozmetik ürünlerin satıldığı bir mağazada müşterileri önce makyaj yapmaya ikna eden ve makyajın ardından da müşterilerin makyajda kullanılan ürünleri satın almalarını isteyen bir güzellik uzmanı da aslında bu tekniği kullanmaktadır. Kültürümüzde bu teknik “elini veren kolunu kaptırır” özdeyişiyle çarpıcı biçimde ifade edilmiştir.

Peki, bu strateji neden etkilidir? Bir konuda taahhütte bulunma, bireylerin belirli ricalara uymalarını arttırır. Bireyler tutum ve davranışlarında tutarlı olmak isterler çünkü bu toplum tarafından büyük ölçüde onaylanan bir davranıştır. Davranışlarında tutarlılık sergileyen bireyler, karşılaştıkları yeni durumları daha çabuk ve kolay değerlendirebilirler. Tutarlılık toplumsal etkinin oluşmasında önemli bir olgudur (Sakallı, 2001, s.53). Başka bir deyişle, önce küçük bir isteğe uyan insanlar kendilerini bu fikre bulaşmış ya da bağlanmış hissettikleri için küçükten sonra gelen büyük isteğe de uyuyor olabilirler.

Toplumsal Etiketlendirme

Bireyin davranışını adlandırma etkisi, “azıcıkta bir şey çıkmaz” etkisinin kendini algılama açıklamasıyla yakından ilişkilidir. Yani bireylerin kendileri hakkındaki algılarını sözel bir ad vererek pekiştirirseniz, bu onları söz konusu etikete uygun davranmaya eğilimli kılacaktır (Freedman, Sears ve Carlsmith, 2003, s.488). Robert Kraut (1973) toplumsal etiketlemenin, bireyin kişisel algısını ve kendi davranışının sonuçları üzerindeki algısını etkilediği hipotezini test etmiştir (Kraut, 1973). Bu çalışmada herhangi bir yardım kuruluşuna para bağışlayanlar ‘yardımsever’ olarak etiketlenilmişler ya da herhangi bir etiket verilmemiştir. Yardımda bulunmayanlar ise ‘merhametsiz’ olarak etiketlenilmişler ya da herhangi bir etiket verilmemiştir. Aynı kişilerden daha sonra başka bir hayır kurumuna yardım etmeleri istenmiştir. Kontrol gruplarıyla karşılaştırılınca daha önce yardımsever olarak adlandırılan deneklerin, merhametsiz olarak adlandırılanlardan daha fazla bağış yaptığı görülmüştür.

Etiketlerin kişinin kendilik algısını etkilediğine ilişkin başka bir çalışmada ise, bireylerden toplulukları için bir besin kooperatifi kurmaları istenmiştir. Çalışmaya katılanlar topluma yararlı işlerle ilgilenenler ve ilgilenmeyenler olarak etiketlenmişlerdir. Bu çalışmada da, kişilere belli etiketler yüklemenin, uyma davranışını arttırdığı görülmüştür. Buna ek olarak olumsuz etiketler vermenin olumlu olanlardan daha fazla uymaya yol açtığı ortaya çıkmıştır. Buna göre, bireyler kendilerine atfedilen etiketin haksız olduğunu göstermek için daha fazla uyma davranışı göstermiştir.

Önce Büyük Sonra Küçük Rica Tekniği

“Ay iste yıldız razı ol” şeklinde de ifade edilen bu teknikte önce kişinin ret edeceği tahmin edilen çok büyük bir istekte bulunulur ve kişi reddettiğinde, hemen arkasından daha küçük bir istekte bulunulur. Bir çalışmada katılımcıların bir bölümünden, bir yardım derneğinde günde iki saat yardım etmeleri istenmiştir (büyük istek). Bu büyük isteği reddetmelerinin ardından ayda iki saat zaman ayırıp ayıramayacakları sorulmuştur. Katılımcıların öteki bölümünden yalnızca ayda iki saat zaman ayırmaları istenmiştir (küçük istek). Son grupta ise katılımcıların büyük ve küçük istek arasından seçim yapması istenmiştir. İlk gruptaki katılımcıların, yani önce büyük istek ve sonra küçük istekte bulunulanların %50’sinin küçük isteğe uyduğu görülmüştür. Yalnızca küçük istek koşulunda katılımcıların %17’si bu isteğe uyarken, iki seçenektan birini seçtikleri durumda katılımcıların %25’i küçük isteğe uymuştur (Taylor, Letitia ve Sears, 2007, s.230).

Bu tekniğin kullanımına günlük yaşamda sıkça rastlarız. Maaşına %50 zam isteyen bir çalışan, büyük olasılıkla esas hedefi olan %30 zammın kabul edilebilir bir talep olarak algılanmasını sağlayacaktır. Başlangıçta ne kadar büyük bir şey isterseniz sonunda elde edeceğinizde büyük

olacaktır. Önce büyük istekle başlayıp sonra küçük isteğe razı olduğunuzda, karşınızdaki kişi sizin uzlaştığınızı düşünmekte ve ikinci istek görece daha küçük görünmektedir.

Zor Tarafını Sonraya Sakla Tekniği

Bu aslında “düşük fiyat” tekniğidir. Bu teknik, önce küçük sonra büyük rica tekniğine benzer fakat bu tekniğin farkı, davranıştan çok sözlü bir kabul vardır. Bu tekniğin etkinliğini ölçmek için Cialdini ve arkadaşları (1978) şöyle bir deney yapmıştır. Bu deneyde öğrencilere telefon edilip bir deneye katılmaları istenmiştir. Öğrencilere, önce bir deney yapıldığı ve katılıp katılmayacakları sorulmuştur. Katılmaya razı olunca; öğrencilere deneyin sabah saat yedide olduğu söylenmiş ve bu saatin uygun olup olmadığı sorulmuştur. “Evet” yanıtı gelirse, istek daha da arttırılarak, deneyin yalnızca Çarşamba ve Cuma günleri yapıldığı söylenmiştir. Kontrol grubunda ise bu isteklerin hepsi bir anda sıralanmıştır. Sonuçlar göstermiştir ki, gitgide artan ricalar tekniği kullanıldığında, deneklerin %56’sı deneye katılmayı kabul ederken kontrol grubundaki deneklerin ise yalnızca %27’si deneye katılmayı kabul etmiştir (aktaran: Sakallı, 2001, s.57).

Bu teknik, özellikle satıcılar tarafından kullanılmaktadır. Müşteriyi mağazaya çekmek için önce ucuz bir fiyat önerilmekte ve müşteri almaya karar verdiğinde bazı özelliklerin ek fiyata tabii olduğu söylenmektedir. Çoğu zaman da müşteri almaya karar verdiği için yükselmesine karşın fiyatı kabul etmektedir. Amerika’da tüketiciyi korumak için bazı sektörlerde bu tekniği yasaklayan yasalar çıkarılmıştır (Gilovich, Keltner ve Nisbett, 2006, s.244; Sakallı, 2001, s.57; Taylor, Letitia ve Sears, 2007, s.230).

Satışı Tatlandırma Tekniği

“Hepsi bu kadar değil” esasından hareket edilen bu teknikte önce bir teklifte bulunup hemen arkasından isteği daha kabul edilebilir gösterecek ek bir kazançtan bahsedilip önerinin kabul edilme olasılığı arttırılır. Bu yaklaşım, daha çok satıcılar tarafından bir satış taktiği olarak kullanılır. Diyelim ki, bir mağazada dolaşıyorsunuz satış elemanı size bir elbise gösteriyor ve bu elbisenin fiyatının 80 TL olduğunu ama şu anda satın alırsanız 70 TL’ye indiğini söylüyor. Bu indrimi duyduğunuzda elbiseyi satın alma olasılığınız elbisenin fiyatının zaten 70 TL olduğu duruma göre artar (Feldman, 2003, s.409).

Diyelim ki, bir elektronik mağazasında istediğiniz LCD televizyona bakıyorsunuz. Fiyatını sorduğunuzda 1800 TL olduğu söyleniyor. Siz daha yanıt vermeden satış elemanı size yanında bir de DVD oynatıcısı hediyesi var dediğinde bunu mağazanın ya da satış elemanının bir hediyesi olarak algılayıp siz de bu jeste karşılık olarak kendinizi televizyonu satın almak zorunda hissedebilirsiniz (Gilovich, Keltner ve Nisbett, 2006, s.244). Böyle durumlarda

kendimizi bazen aslında istemediğimiz ya da gereksinimimiz olmayan şeyleri satın almış bulabiliriz. Bu tarz toplumsal etki tekniklerine direnebilmek için yapılan teklifin gerçek anlamda bir indirim olup olmadığının kontrol edilmesi ve son kararın acele bir şekilde verilmemesi önerilmektedir. Burada dikkat çekilmesi gereken nokta, sosyal psikoloji çalışmalarında incelenen bu tekniklerin bazı durumlarda insanların zihinlerini, algılarını ve gereksinimlerini kontrol edip yönlendirmek için de kullanılabilirdiğini göstermektedir.

Bu tekniğin etkisini ortaya koymak için Burger (1986) bir çalışma yürütmüştür. Santa Clara Üniversitesi kampüsünde Psikoloji bölümü öğrencilerinin düzenlediği kermeste küçük kek kalıplarında satılan kekleri almak isteyen kişilere keklerin ve yanında verilecek iki kurabiye'nin 75 kuruş olduğu söylenmiştir. Bu durumda fiyat soranların %40'ı kek satın almıştır. Hepsisi bu kadar değil koşulunda ise, fiyat soranlara keklerin tanesinin 75 kuruş olduğu söylendikten hemen sonra, kekin yanında iki de kurabiye'nin hediye verileceği söylenmiştir. Bu durumda satış oranlarının ilk koşula göre neredeyse ikiye (%73) katlandığı görülmüştür (Burger, 1986).

Azınlık Etkisi ve Toplumsal Değişme

Genelde toplumsal etkiden her söz edildiğinde, çoğunluğun azınlık üzerindeki etkisi tartışılmaktadır. Ancak azınlığın görüşlerinin çoğunluğu etkilediği durumlar da söz konusudur. Azınlığın görüşlerinin tutarlı olduğu durumlarda çoğunluğun görüşlerini etkilediği araştırmalarla ortaya çıkmıştır (Hogg ve Vaughan, 2007, s.290). Moscovici ve arkadaşlarının 1969 yılında yaptıkları deneyde bu etki gösterilmiştir. Altı kişilik gruplardan oluşan deneklere renk körlüğü testinden geçtikten sonra hepsi mavi renkte olan yalnızca tonları değişen 36 saydam gösterilmiştir. Denekler yüksek sesle gösterilen saydamın rengini söylemektedir. Araştırmacı ile işbirliği içinde olan iki denek tutarlı olma deney koşulunda her denemede slaytların yeşil olduğunu söylemişlerdir. Bu ortamda gerçek deneklerin %32'si en az bir defa yeşil yanıtını vermiştir. İşbirlikçi denekler tutarsız davrandığı durumda ise slaydın 24 kez yeşil ve 12 kez mavi olduğunu söylemişlerdir. Bu durumda gerçek deneklerin yalnızca %1'i saydamın yeşil renkli olduğunu ifade etmiştir. İşbirlikçi deneklerin olmadığı kontrol grubunda ise gerçek denekler hiçbir şekilde yeşil yanıtı vermemiştir (aktaran: Arkonaç, 2001).

Moscovici'ye (1976) göre, azınlığın çoğunluğu etkilemesi olasıdır çünkü hiçbir grup tam anlamıyla türdeş (homojen) değildir. Azınlığın çoğunluk üzerindeki etki yayabilme yeteneğini belirleyen öge tutarlılıktır. Toplumun çoğunluktan farklı düşünen üyeleri bu davranış, tutum ya da görüşlerinde ikna edici bir tarzda tutarlı bir duruş sergilerlerse toplum içinde potansiyel bölünmeler ortaya çıkar (aktaran: Arkonaç, 2001, s.228).

Asch'in deneyinde deneklerin %35'i çoğunluğun görüşüne uyarken; Moscovici'nin deneyinde deneklerin %8'i azınlığın görüşüne uymuştur. Azınlığın etkisi görece düşük olmakla birlikte,

bu sonucun, kendisinin iki katı bir çoğunluğa karşı çıkan bir azınlık tarafından elde edildiğini unutmamak gerekir.

Toplumsal Etki Araştırmalarında Etik Sorunlar

Bilimsel araştırmalarda etik kurallara uyulması günümüzde önemli tartışma konularından birisidir. Buna göre, yapılacak araştırmalarda katılımcıların herhangi bir şekilde zarar görmemesi, yanıltılmaması ve deneklerin istedikleri zaman deneyi terk edebilmesi önemli bir konudur. Sosyal psikoloji alanında yapılan çalışmalarda etik sorunu sıklıkla gündeme gelmektedir. Özellikle Milgram'ın itaat konusunu inceleyen deneyi, katılımcıları deneyin gerçek amaçlarıyla ilgili olarak bilgilendirmediği için birçok açıdan tartışmalıdır. Milgram, deneyinden sonra 1.000'den fazla katılımcıyla psikiyatristler aracılığıyla yaptığı görüşmeler sonucunda deneklerde herhangi bir psikopatolojiyle karşılaşmadığını ve katılımcıların %84'ünün deneye katılmaktan pişman olmadıklarını belirtmiştir.

Ancak katılımcıları bilimsel bir amaç için bile olsa stres altında bırakmakla ilgili olarak üç etik sorun söz konusudur (Arkonaç, 2001, s.249; Hogg ve Vaughan, 2007, s.278): (a) Bu araştırma katılımcıların maruz kaldığı stres ortamını meşrulaştıracak kadar önemli midir? Bu konuda nesnel bir şekilde karar vermek zordur. (b) Katılımcılar istedikleri anda deneye katılmaktan vazgeçme konusunda serbest bırakılmış mıdır? Milgram deneyinde katılımcılara deneyi istedikleri zaman terk edebileceklerini söyleyerek önemli bir etik kuralı ihlal etmiştir çünkü araştırmanın amaçlarına ulaşabilmesi için katılımcıları devam etmeye ikna etmek gerekiyordu. (c) Katılımcılar deneye özgür iradeleriyle gönüllü olarak mı katılmaktadır? Milgram deneyinde katılımcılar eksiksiz olarak bilgilendirilmemişlerdi yani deneyin gerçek niteliğini bilmeden deneye katılmayı kabul etmişlerdir.

Bu ve benzeri bazı noktalar sosyal psikoloji deneylerinde deneklerin aldatılması sorununu gündeme getirmiştir. Milgram'ın deneyinde deneklerin aldatılmasının nedenlerinden biri, onları pek de hoş olmayan bu deneye katılmaya ikna etmektir. Öteki neden ise, deneklere araştırmanın gerçek amacı ve hipotezleri söylendiği takdirde deneyin yapılmasının olanaklı olmamasıdır.

Bu gibi tartışmalı deneylerden sonra sosyal psikolojide deneysel araştırma yapanların uyması gereken belli başlı etik kurallar belirlenmiştir. Bu kurallardan bazılarına göre: (a) Katılımcılara araştırmayla ilgili olarak eksiksiz bilgi verilmeli ve gönüllü bir şekilde katılmaları sağlanmalıdır. (b) Katılımcılara araştırmanın herhangi bir noktasında istedikleri takdirde maddi ya da manevi hiçbir bedel ödemedi ya da olumsuzluk yaşamadan çekilebilecekleri söylenmelidir. (c) Başlangıçta tam olmasa bile, katılımcıların tümü araştırmanın sonunda doğru bir biçimde bilgilendirilmelidir.

Çoktan Seçmeli Sorular

- 1. Asch'in grup baskısının etkisini ortaya koymaya çalıştığı deneyinde bireylerin başkalarının görüşlerine hangi durumlarda uyduğu ortaya çıkmıştır?**
 - A) Yalnızca uyarıcının belirsiz olması durumunda
 - B) Başkalarının görüşlerinin yanlış olduğunu düşündüklerinde bile
 - C) Yalnızca karar vermelerine yarayacak temel bir ölçütün ellerinde olmaması durumunda
 - D) Yalnızca ötekilerin doğru yanıtı bildikleri yönünde bir izlenimleri olduğunda
 - E) Başkalarının ne düşündüğünü tam anlamadıklarında
- 2. Asch'in grup baskısı deneyinde, grup normuna uymayan bir kişinin bile öteki deneklerin uyma davranışını önemli bir miktarda azalttığı görülmüştür. Bu sonuç daha sonra yapılacak hangi araştırmaların öncüsü niteliğindedir?**
 - A) Referans gruplar
 - B) Otoriteye itaat
 - C) Azınlık etkisi
 - D) Uyma
 - E) Kabul
- 3. "Tutarlı görünmek insanlar için önemlidir". Bu olgu aşağıdaki durumlardan hangisinde ifade edilmiştir?**
 - A) Eğer birey küçük bir ricayı kabul ederse, devamında gelen büyük ricayı reddetme hakkına sahiptir.
 - B) Ricada bulunan kişi büyük ricadan vazgeçip daha küçük bir ricada bulunursa kişiler bu ikinci ricayı kabul etmek zorunda hissedebilirler.
 - C) Eğer birey büyük bir ricayı reddedip arkasından gelen küçük ricayı da reddederse bunun kendisini kötü göstereceğini düşünebilir.
 - D) Ricada bulunanlar bize isteklerini alıştırarak söylerler
 - E) Eğer birey küçük bir ricayı kabul ederse arkasından gelen büyük ricayı da kabul etmek zorunda hissedebilir.
- 4. Milgram'ın otoriteye itaat deneyinde deneklerin otoriteye itaatleri hangi durumda azalmıştır?**
 - A) Kurbanı fiziksel olarak yakın olduklarında
 - B) Emir telefonda verildiğinde
 - C) Deney saygın bir üniversite de yapıldığında
 - D) Hem kurbanı fiziksel yakınlık hem de telefonla emir söz konusu olduğunda
 - E) Deney eski ama sade bir binada yapıldığında

5. **Milgram'ın deneyinde deneklerin % kaç ı otoriteye deneyin sonuna kadar itaat ederek 450 voltluk şoku vermiştir?**
- A) %5
 - B) %20
 - C) %35
 - D) %45
 - E) %65
6. **Zor tarafını sonraya sakla tekniği (düşük fiyat tekniği) için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?**
- A) Test edilmemiştir
 - B) Araştırmalarla işe yaradığı tespit edilmiştir
 - C) Araştırmalar işe yaramadığını göstermiştir
 - D) İşe yarayıp yaramadığına dair çelişkili bulgular vardır
 - E) Günlük yaşamda karşılaştığımız bir teknik değildir
7. **Doğru harekette bulunmayı istediğimizde ve başkalarının bizden daha iyi bildiğini varsaydığımızda hangi etki ortaya çıkar?**
- A) Normatif etki
 - B) Kabul
 - C) Bilgisel etki
 - D) Otokinetik etki
 - E) İtaat
8. **Aşağıda tarif edilen kişilerden hangisi daha kolay ikna edilebilir?**
- A) Kötü ruh halinde olanlar
 - B) Kendine güveni orta dereceli olanlar
 - C) Kendine güveni az olan kişiler
 - D) Kendine güveni yüksek olanlar
 - E) Yaşlı insanlar
9. **Aşağıdakilerden hangisi uyma davranışı üzerinde etki eden etmenlerden değildir?**
- A) İçinde bulunulan durum
 - B) Özgüven
 - C) Kültürel birikim
 - D) Yüksek motivasyon
 - E) Kendine güven

10. Komşunun oğlu evinizi boyama karşılığında sizden 1000 TL ister. Sizden hayır yanıtı alınca 30 TL'ye bahçenizi temizlemeyi önerir. Burada uygulanan taktik aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Önce büyük sonra küçük rica tekniği
- B) Önce küçük sonra büyük rica tekniği
- C) Satışı tatlandırma tekniği
- D) Gitgide artan ricalar tekniği
- E) Şansını zorlama

11. Toplumsal etki kuramına göre aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A) Yüksek statüde birinden gelen isteğe düşük statüde birinden gelen isteğe göre daha çok kişi uyacaktır
- B) Bir kişi beş kişiden oluşan bir gruptan daha çok etkiye sahiptir
- C) Beş kişiyi etkilemek bir kişiyi etkilemekten daha zordur
- D) Otoritenin yasal bir gücünün olmasının bir önemi yoktur
- E) Otorite figürüne uzak ya da yakın olmanın bir anlamı yoktur

12. _____ kaygımız normatif etkiye neden olurken, _____ isteğimiz bilgisel etkiye neden olur. Cümledeki boşluklara aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- A) Doğru olma; toplumsal imaj
- B) Doğru olma; statü kazanma
- C) Toplumsal roller; otorite figürleri
- D) Doğru olma; toplumsal imaj
- E) Toplumsal imaj; doğru olma

13. Elbise giymeyi hiç sevmediğiniz halde kuzeninizin düğünü için elbise giymeye karar veriyorsunuz. Burada bahsedilen durum aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Mutlak itaat
- B) Bilgisel etki
- C) İtaat
- D) Uyma
- E) Azınlık etkisi

14. Milgram'ın otoriteye itaat deneyi ile ilgili olarak aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A) Deneklere şokları uygulayan kişi olarak kurbanın esenliğinden sorumlu oldukları söylendi
- B) Kurban acı çektiğine dair işaretleri vermeye başladığında araştırmacı denekleri deneye devam etmeye zorladı
- C) Gerçekte kurbanı güçlü elektrik şoku verildi
- D) Deney Yale Üniversitesi yerine başka bir binada yapıldığında aynı sonuçlar elde edildi
- E) Deneklerin hiçbiri 450 voltluk şoka ulaşamadı

15. Eğer odanızı yalnızca annenizin emri üzerine temizlediyseniz, davranışınız aşağıdakilerden hangisi ile adlandırılır?
- A) Uyma
 - B) Kabul
 - C) İtaat
 - D) Bilgisel uyma
 - E) Azınlık etkisi
16. Aşağıdakilerden hangisi Sherif deneyinin özelliği değildir?
- A) Fiziksel gerçek kesin ve nettir
 - B) Önceden olmayan bir grup normunun oluşumu söz konusudur
 - C) Denekler grubun kararına doğru olduğunu düşündüğü için uyar
 - D) Denekler gerçeği tanımlamak için grup kararına muhtaçtır
 - E) Fiziksel gerçek belirsizdir
17. Aşağıdakilerden hangisi bir grup normu olamaz?
- A) Benzer şekilde giyinme
 - B) Saçları aynı biçimde kestirme
 - C) Vücudun aynı bölgelerine piercing yaptıрма
 - D) Düşüncede özgürlük tanıma
 - E) Ortak eylemde bulunma
18. Sherif'in yaptığı araştırmaların sonuçlarına göre aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
- A) Gruplardaki deneklerin yanıtları, grubun dağılmasıyla grup değerlerinden farklılaştı
 - B) Denekler, durağan ışık noktasını hareketli olarak algıladı
 - C) Deneklere göre ışıklar farklı yönlerde doğru hareket ediyordu
 - D) Denek grupları, tahminlerini karşılıklı paylaşımlarının sonucunda, yanıtlar benzer oldu
 - E) Deneklere göre ışıklar farklı hızlarda hareket ediyordu
19. Önce karşı tarafın ilgisini uygun bir fiyat teklifi ya da öneri ile çekip ön anlaşmadan sonra daha önceden gizlenen ek bedellerle fiyatın yükseltildiği tekniğe ne ad verilir?
- A) Satışı tatlandırma tekniği
 - B) Zor tarafını sonraya sakla tekniği
 - C) Azıcaktan bir şey çıkmaz tekniği
 - D) Önce büyük sonra küçük rica tekniği
 - E) Önce küçük sonra büyük rica tekniği

20. Aşağıdakilerden hangisi insanları etkileme yollarından biri değildir?

- A) Zorlama
- B) Ödül
- C) Uzmanlık
- D) Referans
- E) Bireycilik

Yanıt Anahtarı

1. B	2. C	3. E	4. D	5. E	6. B	7. C	8. C	9. D	10. A
11. A	12. E	13. D	14. B	15. C	16. A	17. D	18. A	19. B	20. E

Kaynaklar

- Arendt, H. (2912). *Kötülüğün sıradanlığı: Adolf Eichmann Kudüs'te* (Çev. Ö. Çelik). İstanbul: Metis.
- Arkonaç, S. (2001). *Sosyal psikoloji* (2. baskı). İstanbul: Alfa.
- Barlı, Ö. (2007). *Davranış bilimleri*. Ankara: Bizim Büro.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal psikolojiye giriş*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for sociology of education* (pp.241-258). New York: Greenwood.
- Burger, J. M. (1986). Increasing compliance by improving the deal: The that's all technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 277-283.
- Cüceloğlu, D. (2004). *İnsan ve davranışı: Psikolojinin temel kavramları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Feldman, R. S. (2003). *Social psychology* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Forgas, J. P. & Williams, K. D. (2001). *Social influence: Direct and indirect processes*. Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Franzoi, S. L. (2003). *Social psychology* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Freedman J.L., Sears, D.O. & Carlsmith J. M. (2003). *Sosyal psikoloji* (Çev. A. Dönmez). Ankara: İmge.
- Gilovich, T., Keltner, D., & Nisbett, R. E. (2006). *Social psychology*. New York: W. W. Norton & Company.
- Güney, S. (2000). *Davranış bilimleri*. Ankara: Nobel.
- Hogg, M. A. & Vaughan, G. M. (2007). *Sosyal psikoloji* (Çev. İ. Yıldız ve A.Gelmez). Ankara: Ütopya.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1985). *İnsan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş*. İstanbul: Beta.
- Kraut, R. (1973). Effects of social labeling on giving to charity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 551-562.
- Latane, B. & Nida, S. (1981). Ten years of research on group size and helping. *Psychological Bulletin*, 89, 307-324.
- Lippa, R. A. (1990). *Introduction to social psychology*. California: Wadsworth.
- Poloma, M. M. (1993). *Çağdaş sosyoloji kuramları* (Çev. H. Erbaş). İstanbul: Gündoğan.
- Sakallı, N. (2001). *Sosyal etkiler: Kim kimi nasıl etkiler?* Ankara: İmge.
- Silah, M. (2000). *Sosyal psikoloji (Davranış bilimi)*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Taylor, S. E., Letitia A. P., & Sears, D. O. (2007). *Sosyal psikoloji* (Çev. A. Dönmez). Ankara: İmge.

Touraine, A. (1979). *The May movement : Revolt and reform: May 1968--The student rebellion and workers' strikes--the birth of a social movement*. New York: Irvington.

Weber, M (2006). *Sosyoloji yazıları* (Çev. T. Parla). İstanbul: İletişim.

Yüksel, Ö. (2006). *Davranış bilimleri*. Ankara: Gazi Kitabevi.