

Kitap Eleştirisi: Berger, Jonah (2016). *Invisible Influence: The Hidden Forces That Shape Behavior*. New York, USA: Simon and Schuster, ISBN: 978-1-4767-5969-2, 264 ss.¹



Volkan DOĞAN²

Two roads diverged in a wood, and I—
I took the one less traveled by,
And that has made all the difference.

Robert Frost

Yazar bu kitap kapsamında temel olarak, insanın etrafındaki bireylerden ve içinde bulunduğu sosyal koşullardan kararlarında oldukça etkilendiği mesajını iletmektedir. Üstelik insan davranışı üzerinde kayda değer ölçüde etkiye sahip bu unsurların karar vericiler olan bireyler tarafından, çoğu zaman, fark edilemediği de vurgulanmaktadır. Nitekim yazar bu doğrultuda ilgili unsurları örtük (invisible) unsurlar olarak ifade etmektedir. Kitabın genelinde insanın bir sosyal varlık, hatta sosyal hayvan, olduğu varsayımı kabullenilmektedir. Bu varsayım ile tutarlı olarak, birey davranışını tamamen bireyin kontrolü altında bir eylem olarak teorize etmenin yersizliğine yapılan vurgu oldukça hissedilir düzeydedir.

¹ Berger, Jonah (2018). *Gizli İkna: İnsan Davranışını Şekillendiren Hayalet Etkiler*. İstanbul: Mediacat Yayıncılık.

² **Sorumlu Yazar:** Arş. Gör. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, vodogan@ogu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5440-9440>

Bir birey neden herhangi bir davranışı gerçekleştirir? Bu davranışın öncülleri nelerdir? Özellikle hangi koşullar altında birey ilgili davranışı sergiler? soruları aslında davranışsal ve sosyal bilimlerde uzun süredir araştırmacıların hevesli şekilde cevabını bulmaya çalıştığı sorulardır. Bu amaca yönelik olarak ekonomi (Simon, 1959), psikoloji (Bandura, 1977) ve sosyal psikoloji (Ajzen ve Fishbein, 1977) alanından farklı modeller ve teoriler geliştirildiği bilinmektedir. Üstelik yakın geçmişte Nobel Ekonomi Ödülü'nü kazanan Daniel Kahneman ve Richard Thaler'in kurucuları olarak görülen davranışsal ekonomi (behavioral economics) alanının, birey davranışı ile karar verme sürecine ilişkin tutarsızlıklara açıklama sunduğu kaçınılmazdır. Yazar bu kitap kapsamında her ne kadar davranışsal ekonomi kapsamındaki tartışmalara ve sosyal psikoloji alanında geliştirilen teorilere yeterince değinirse de farklı kesimlerden okuyucuların kolaylıkla bilgi edinebileceği bir kaynak sağlamayı başarmış gözükmektedir.

Daha önce değinildiği üzere, bu kitabın temel mesajı, insanın bir sosyal varlık olarak davranışlarında ve kararlarında içinde bulunduğu gizli sosyal unsurlardan oldukça etkilendiği üzerinedir. Yazar bu mesajını ikna edici düzeyde sunabilmek için tartışmasını beş argüman üzerinden organize etmektedir. Her bir bölümde bir argümana odaklanılan bu kitap kapsamında ilk argüman, insanların etrafındaki kimselerin davranışlarını örnek alarak taklit ettiği argümanıdır.

'Monkey See, Monkey Do' başlığına sahip ilk bölüm kapsamında, bireylerin içinde buldukları sosyal ortamda diğer kimselerin davranışlarını norm olarak kabullenme ve taklit etme eğilimine odaklanılmaktadır. Diğer kimselerin davranışları ışığında kendi davranışlarını şekillendiren birey, bu stratejik eğilimi aracılığıyla kendini güvende hissetmektedir. Özellikle belirli bir sosyal ortamda yerleşik normlar belirsiz olduğu durumda bu taklit etme eğiliminin yüksek olduğu da yazar tarafından tartışılmaktadır. Yazar tarafından, hayvanlar üzerinde gerçekleştirilen deneyler neticesinde bile bu taklit etme eğiliminin varlığının ortaya konulmuş olduğu belirtilmekle birlikte, diğer kimselere davranışlar aracılığıyla benzemeye çalışma eğiliminin ardındaki teorik gerekçeler yeterince

tartışılmamıştır. Bu noktada bireyin benliğini (self) kurgulama sürecini açıklamaya yönelik olarak açıklamalar sunan ‘Benliğin Kurgulanması Teorisi’ne (Self-construal Theory; Markus ve Kitayama, 1991) değinmek yazarın argümanını zenginleştirebilir. Bu teoriye göre birey kendi benliğini kurgularken bağımsız türde (independent self) veya bağımlı türde (interdependent self) bir benlik kurgulaması deneyimleyebilir. Benliğin bağımsız şekilde kurgulanması durumunda, birey kendini etrafındaki kimselerden farklı ve ayrı bir sosyal varlık olarak konumlandırmaktadır. Bu noktada otonomi, bireysel başarılar ve kişisel tercihlerin önemi benliğini bağımsız olarak kurgulayan kimselerde yüksektir (Triandis, 1995). Üstelik benliğin bağımsız olarak kurgulanmasının özellikle Batılı ve bireyci toplumlarda yaygın olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır (Escalas ve Bettman, 2005). Öte yandan benliğin bağımlı şekilde kurgulandığı durumda, birey kendini içinde bulunduğu sosyal topluluğun bir parçası olarak konumlandırmaktadır (Markus ve Kitayama, 1991). Nitekim bağımsız benliğe sahip kimseler için kültürler, pratikler, aile ve sosyal grupları bir arada tutan unsur olarak önem taşımaktadır. Diğer kimseler ile harmoni içinde bulunmak, bir anlamda, benliğini bağımsız olarak kurgulayan kimseler için önem arz etmektedir (Markus ve Kitayama, 2010). Bu tür kimselerin ise Doğulu ve toplulukçu toplumlarda yaygın olduğu bilinmektedir (Triandis, 1995). Benliğin kurgulanması teorisi perspektifinden yazarın ilk bölümde ele aldığı taklit etme eğilimi konusu ele alınacak olursa, özellikle bu içsel eğilimin toplulukçu toplumlarda daha yaygın olduğu savunulabilir. Ancak toplumsal dinamiklerden bağımsız olarak, insanoğlunun ait olma ihtiyacı (need to belong) içinde olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır (Baumeister ve Leary, 1995).

‘A Horse of a Different Color’ başlığına sahip ikinci bölüm kapsamında ise yazar, bireylerin diğer kimselerden farklı olma ihtiyacını (need for uniqueness; Tian vd., 2001) ele almaktadır. Yazar, farklı olma ihtiyacını, ait olma ihtiyacının tam zıttında konumlandırmadığı anlaşılmaktadır. İkinci bölüm içinde dikotomik bir söylem yürütmek yerine farklı olma ihtiyacını, ait olma ihtiyacının haricinde bir eğilim olarak tartışmaktadır. Daha önce değinilen ‘Benliğin Kurgulanması Teorisi’ne

(Self-construal Theory; Markus ve Kitayama, 1991) değinmeyen yazarın bu yaklaşımının hedef okuyucu kitlesi tercihinden kaynaklandığı düşünölmektedir. Ancak ikinci bölüm içinde çevresel faktörlerin bireyin davranışlarını oldukça etkilediğı Batılı toplumlardan örnekler eşliğinde detaylandırılmıştır. Özellikle Birleşik Devletler ‘deki fırsat ortamı vurgusu eşliğinde bireylerin neden diğer kimselerden farklı olmaya çalıştıkları açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaca yönelik olarak rekabet toplumu yönünde evrilen toplumsal değışimler üzerinde durulmuştur. Tüketici davranışı ve tüketici psikolojisi alanlarında yayınlanmış bazı akademik araştırma makalelerine değinilerek giyilen kıyafet, sahip olunan araba ve kullanılan aksesuarlar vasıtasıyla tüketicilerin farklı olma çabaları resmedilmiştir. Farklı olma dürtüsü konusu ele alınırken yazarın şu vurgusu dikkat çekmektedir: *“If everyone were identical, it would be hard to have any sense of self. Where would that self start and others end? (sayfa 80)”* Bu vurgu aracılığıyla benliğin sınırlarının belirlenebilmesi için bireylerin farklı olmaya yönelik ihtiyaçları ön plana çıkarılmaya çalışılmaktadır. Ancak bu noktada, topluluğun harmonik bir parçası olarak bireyin benliğinin kurgulandığı senaryo kısmen göz ardı edilmektedir. Benliğini bağımlı olarak kurgulayan bir Hindistanlı yetişkin için benliğin sınırlarını çizmek yerine bir grubun sınırları içinde benliğin var olması daha ön plandadır. Bu senaryoda, yazarın vurgusunun geçerliliğı tehdit altındadır. Dolayısıyla benliğin nasıl kurgulandığının bir sınırlılık olduğu vurgusunu yazarın yapması, ikinci bölümü daha güçlü kılabilirdi.

Yazar, ilk iki bölümde tartıştığı iki farklı eğilimi ‘Not If They’re Doing It’ ve ‘Similar but Different’ başlıklı üçüncü ile dördüncü bölüm kapsamında harmanlamaya çalışmaktadır. Bir diğer ifadeyle, üçüncü bölüm içinde bireyin diğer kimseleri taklit etme eğilimi ile diğer kimselerde farklı olma arzusu doğrultusunda bir denge arayışında olduğu vurgusu yapılmaktadır. Nitekim bu denge arayışını ‘optimal farklılık’ (optimal distinctiveness) olarak ifade etmektedir. Bu noktada yazarın, sosyal psikoloji literatüründe önemli bir yere sahip olan ‘Optimal Farklılık Teori’sine (Optimal Distinctiveness Theory; Brewer, 1991) değinmemiş olması şaşırtıcıdır. Nitekim Marilynn B. Brewer tarafından geliştirilen

bu teori kapsamında bireyin ne çok farklı ne de çok sıradan bir kimlik arayışında olup, makul bir denge noktasında benlik inşa etme eğilimine sahip olduğu savunulmaktadır. Benzer savunma bu kitabın yazarı Jonah Berger tarafından da gerçekleştirilmekte olup ilgili teoriye değinilmemiş olmasının sebebinin yazarın hedef okuyucu kitlesi ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Üçüncü ve dördüncü bölüm başlıkları altında, sahip olunan kıyafetler ve otomobiller aracılığıyla bireylerin etraflarındaki kimselere kim olduklarına ve kim olmadıklarına dair mesaj gönderdikleri vurgusu yoğun şekilde yapılmaktadır. Aslında yazar bu vurgusu aracılığıyla, tüketim tercihinin, benliğin konumlandırılacağı en uygun nokta arayışında bir araç olduğunu benimsediğini hissettirmektedir. Ancak eş anlamlı gelişen farklı olma ve benzer olma güdülerinin bir içsel çatışmaya yol açma potansiyeli yazar tarafından tartışılmamıştır.

‘Come On Baby, Light My Fire’ başlıklı beşinci bölüm kapsamında ise yazar, içinde bulunulan sosyal koşulların bireyin sadece davranışını değil aynı zamanda motivasyonunu da şekillendirdiğini vurgulamaktadır. Saygın sosyal psikoloji profesörü Bob Zajonc’un hamamböcekleri üzerinde uyguladığı deneye (Zajonc vd., 1969) değinen yazar, etrafımızda diğer kimselerin motivasyonumuzu olumlu veya olumsuz yönde değiştirebileceğine değinmektedir. Yerine getirilmesi kolay görevleri başkalarının gözü önünde gerçekleştirmek süreci kolaylaştırırken, aynı durum yerine getirilmesi zor görevlerde tam tersine dönüşmektedir. Ayrıca etraftaki diğer kimselerin davranışlarını ışığında kanıksanan sosyal normların çoğu zaman bireylerin yaşamını kolaylaştırdığı da yazar tarafından savunulan bir diğer husustur. Bu noktada davranışsal kısayolların (heuristics) faydalarına odaklanan yazarın tek taraflı bir çerçeveden konuyu ele alması dikkat çekicidir. Daniel Kahneman ve Amos Tversky tarafından gerçekleştirilen deneyler neticesinde davranışsal kısayolların çok sayıda olumsuz sonuçları ortaya konulmuştur (Tversky ve Kahneman, 1974). Bu kaynaklar beraberinde davranışsal kısayolların tartışılmamış olması, kitabın bir zayıflığı olarak değerlendirilebilir. Öte yandan davranışların yanı sıra motivasyonların da içinde bulunulan sosyal faktörlerden etkilendiği savunulurken, motivasyonların davranışa kolaylıkla

dönüştüğü ve kolaylıkla dönüşmediği koşullar yazar tarafından gözden kaçırılmıştır. Oysa motivasyondan davranışa geçiş sürecini temsil eden ‘Planlı Davranış Teorisi’ (Theory of Planned Behavior; Ajzen, 1991) beraberinde motivasyonların şekillenişini tartışmak daha güçlü bir argümanlaştırma sağlayabilirdi.

Yazar beşinci bölüm sonrasında kısa bir sonuç başlığı kaleme almıştır. Bu bölüm altında kitabı boyunca savunduğu temel argüman ve beş tartışma noktasını tekrar ifade etmiştir. Hatırlanacağı üzere, kitabın temel olarak, bireylerin davranışlarının etraflarındaki sosyal unsurlar tarafından şekillendiğini savunmaktadır. Çoğu zaman bu unsurların ki bunlara diğer kimseler dâhil, birey tarafından fark edilmediği de vurgulanmaktadır. Yazar, bu yüzden görünmez etki (invisible influence) terimini kullanmaktadır. Yazar temel argümanını beş tartışma noktası kapsamında geliştirmektedir. Bu noktalar; bireylerin etraflarındaki kimseleri taklit etme eğiliminde oldukları (Bölüm 1), bireylerin diğer kimselerden farklı olma arzusuna sahip oldukları (Bölüm 2), benzer veya farklı olma dürtüsünün içinde bulunulan sosyal ortam bağlamında şekillendiği (Bölüm 3), benzer ve farklı olma dürtüleri doğrultusunda bir dengeye ulaşılmaya çalışıldığı (Bölüm 4) ve sadece davranışın değil motivasyonunda içinde bulunulan sosyal faktörler doğrultusunda şekillendiği (Bölüm 5) şeklindedir.

Bu noktaya kadar Jonah Berger tarafından yayınlanan *‘Invisible influence: The hidden forces that shape behavior’* başlıklı kitap betimsel düzeyde incelenmeye gayret edilmiştir. Bir araştırmacı ve okuyucu olarak bu kitaba ilişkin kişisel görüşlerimi de bu yazının geriye kalan kısmında paylaşmaya çalışacağım.

Jonah Berger tarafından kaleme alınmış olan insan davranışının örtük sosyal faktörler tarafından şekillenmesine odaklanan bu kitabın içeriğine odaklanıldığında, çok kısa ve öz şekilde verilebilecek mesajların hikayeleştirilmiş ve gerçek hayattan örneklerle beslenmiş olarak uzun şekilde ifade edildiğini düşünüyorum. Bu noktada akademik arkaplana sahip bir araştırmacının bu kitabı okurken sabırsızlık çekme veya detaylar içinde boğulma riski ile karşı karşıya kalabileceği fikrindeyim. Üstelik daha önce değinildiği üzere, bazı noktalarda yazarın tek taraflı bir bakış açısı

takınıp alternatif açıklamaları kısmen göz ardı ettiğini, sosyal psikoloji literatürünü takip eden araştırmacılar fark edebilirler. Detaylandırmak gerekirse; davranışsal kısayolların (heuristics) büyük ölçüde olumlu sonuçlarına odaklanılırken olumsuz sonuçlarına yeterince değinilmediği, optimal farklılık vurgusunda bulunurken ‘Optimal Farklılık Teori’sine (Optimal Distinctiveness Theory; Brewer, 1991) yer verilmediği, bireylerin diğerleri ile benzer olma veya diğerlerinden farklı olma eğilimleri tartışmasında ‘Benliğin Kurgulanması Teorisi’ne (Self-construal Theory; Markus ve Kitayama, 1991) vurgu yapılmaması dikkat çeken göz ardı edilmiş noktalar olarak dikkatimi çekmiştir. Ancak bu zayıflıkların, Jonah Berger’in hedef okuyucu kitlesinin araştırmacılar olmamasından kaynaklanmış olabileceğini düşünüyorum. Öte yandan verilmek istenen mesajların olması gerekenden daha uzatılarak iletildiği izlenimine kitabı detaylıca incelerken kapılmış olduğumu söylemeliyim. Ancak bu uzatılmaların genellikle gündelik yaşamdan dikkat çekici örneklerden dolayı oluşması, genel okuyucu kitlesini kitabı okumaya teşvik etmesi açısından bir avantaj olduğunu da kabullenmem gerektiğinin farkındayım. Bu açıdan kitabın yazım dilini Malcolm Gladwell (2006)’in ‘*The tipping point: How little things can make a big difference*’ başlıklı kitabının yazım dili ile benzer buluyorum. İlgili benzerlikten yola çıkarak Jonah Berger’in bu kitabı ile büyük bir okuyucu kitlesine ulaşabileceğini varsayıyorum. Sahip olduğum araştırma merkezli (yanlı) bakış açısının farkında biri olarak bu kitaba yöneltmiş olduğum bazı eleştirilerin yersiz olduğunun da bilincindeyim.

Toparlamak gerekirse, davranışlarımız acaba daha çok sahip olduğumuz genler (nature) doğrultusunda mı yoksa içinde bulunduğumuz koşullar (nurture) doğrultusunda mı şekilleniyor? sorusu ile ilgilenen okuyucular için bu kitabın ilgi çekici olabileceği kanısındayım. Bu kitap içinde sıkça yer alan insanoğlunun bir sosyal varlık olduğu vurgusunu daha iyi kavrayabilmek adına ise önceden Roy. F. Baumeister (2005) tarafından yayınlanmış olan ‘*The cultural animal: Human nature, meaning, and social life*’ başlıklı kitabı okumuş olmanın fayda sağlayacağını düşünüyorum.

Kaynakça

- Ajzen, Icek ve Martin Fishbein (1977), "Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research", *Psychological Bulletin*, 84(5), 888-918.
- Ajzen, Icek (1991), "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bandura, Albert (1977), "Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change", *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Baumeister, Roy ve Mark R. Leary (1995), "The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation", *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Baumeister, Roy F. (2005), *The Cultural Animal: Human Nature, Meaning, and Social Life*, Oxford: Oxford University Press.
- Brewer, Marilynn B. (1991), "The social self: On being the same and different at the same time", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 475-482.
- Escalas, Jennifer E. ve James R. Bettman (2005), "Self-construal, reference groups, and brand meaning", *Journal of Consumer Research*, 32(3), 378-389.
- Gladwell, Malcolm (2006), *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. New York: Brown Press.
- Markus, Hazel R. ve Shinobu Kitayama (1991), "Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation", *Psychological Review*, 98(2), 224-253.
- Markus, Hazel R. ve Shinobu Kitayama (2010), "Cultures and selves: A cycle of mutual constitution", *Perspectives on Psychological Science*, 5(4), 420-430.
- Simon, Herbert A. (1959), "Theories of decision-making in economics and behavioral science", *The American Economic Review*, 49(3), 253-283.

Tian, Kelley T., William O. Bearden ve Gary L. Hunter (2001), "Consumers' need for uniqueness: Scale development and validation", *Journal of Consumer Research*, 28(1), 50-66.

Triandis, Harry (1995), *Individualism and Collectivism*, Coulter: Westview Press.

Tversky, Amos ve Daniel Kahneman (1974), "Judgment under uncertainty: Heuristics and biases", *Science*, 185(4157), 1124-1131.

Zajonc, Robert B., Alex Heingartner ve Ebbinghaus M. Herman (1969), "Social enhancement and impairment of performance in the cockroach", *Journal of Personality and Social Psychology*, 13(2), 83-92.

