

Yevmiye - 12639

2014-11-23 02:18:14 +0200

İkna ile ilgili bir kitap dinliyorum. Goldstein, Martin ve Cialdini isimli üç yazarı var. Sosyal psikoloji alanında yapılmış çalışmalardan pratik sonuçlar derlemişler.

İnsanların sürü davranışıyla daha etkin kontrol edildiğini söylüyor. Etrafındaki insanların daha çevre dostu davrandığını bilen biri, onlar gibi davranmaya daha istekli oluyormuş. Otellerdeki havluların tekrar kullanılması meselesi örneğini veriyorlar. İnsanlara basit bir *çevre duyarlılığı* mesajı verdiğinizde, pek ciddiye almıyorlarmış, ancak otelde kalanların büyük çoğunluğunun havlularını hemen yıkatmayıp tekrar kullandıklarını öğrendiklerinde, kendileri de böyle davranıyormuş.

Buna ilişkin mesela bir de *milli park* örneği vardı. *Çöp atmayınız* benzeri levhaların pek işe yaramadığını, hatta çöp atımların sayısını artırdığını anlatıyor. (*Eşeğin aklına karpuz kapuğu düşmesi sendromu*) Ancak insanlara, parka gelenlerin çok ufak bir kısmının çöp attığını hatırlattığınızda, kendileri de büyük kısma dahil olmak istiyorlarmış.

Aynı fonksiyonu gören iki mamülden ucuz olanı tercih ettiklerini, ancak bu ikisinden pahalı bir üçüncü seçenek daha olduğunda, ortadakinin daha makbul hale geldiğini anlatıyorlar. Biri 10 lira, biri 15 lira, biri 25 lira olan üç seçenek söz konusuysa, 15 liralığı, ancak sadece 10 ve 15 liralık iki seçenek varsa, 10 liralığı tercih etmesi daha muhtemelmiş insanların.

Promosyon olarak bedava verilen ürünlerin *ucuz* geldiği anlatılıyor. Aynı ürünün *bedava* ve *ücretli* versiyonlarından, ikincisinin daha çok beğenildiğini anlatıyorlar. Bedava verilenin bir kusurundan dolayı satılamadığı için bedava olduğunu düşünüyormuş insanlar.

Bunlar daha önceden bilmediğim şeyler değildi ancak genel olarak ilginç geliyor. Bizde siyasetçisi de, reklamcısı da henüz böyle konularda pek yetenekli değil. Ürün sattığını sanan, satışları düşürüyor olabiliyor ve muhalefet yaptığını sanan hükümetteki partinin reklamını yapabiliyor.

Korkuya dair de, Roosevelt'in *korkmamız gereken tek şey korkunun kendisi* sözüne atıfla, insanların korkuyla ikna olamadıklarını, eğer basit bir çıkış yolu sunulmuyorsa, korkunun insanları felç ettiğini söylüyor kitap. Televizyoda

hastalık ve korku satan doktorların, bir yandan da çareden bahsetmesi lazım mesela, basit ve uygulanabilir çareler. *Yediğimiz her şey bizi kanser ediyor* diye girip, insanı *gidiyim de intihar ediyim bari* haline sokmamaları gerek. Yanına çözüm sunmadığınızda, insanları korkutmanın onlara hiçbir faydası yok.

Bir süre önce *Duolingo* isimli bir siteden bahsetmişim. Ücretsiz dil öğrenilen ve *oyunlaştırma* ile zevkli hale getirilmiş bir dil öğrenme sitesi. Şimdilerde Türkçe'den İngilizce öğrenimini de başlatmışlar. Android ve iPhone için telefon uygulamaları da var, çargahta, bargahta, dergahta ufak ufak dil çalışmak için uygun.