

# Diderot Etkisi Nedir?

Erdal UĞUR,

<https://www.bilgiustam.com/diderot-etkisi-nedir/> (Erişim, 9.11.2018)

Adını transandantal Fransız filozof, devrimci, mütefekkir Denis Diderot'tan (1713-1784) alan bu kavram çağımızın tüketim kültürü içerisinde hayli önemli bir psikolojik gerçeği ifade etmektedir. Diderot etkisi özetle, satın aldığımız her şeyin, bizi yeni aldığımız nesnenin yarattığı tamamlayıcı duygunun etkisiyle yeni bir şey almaya sevk etmesi anlamına geliyor. Alışveriş çılgınlığı, satın alınan eşyaların aidiyet, kimlik ve sosyal sınıf algısı gibi kavramlarla da yakından ilişkili olan bu kavramı ilk olarak Diderot kendisinde gözlemleyerek sonrasında buna dair düşüncelerini “Eski Giyinme Elbisesi İçin Pişmanlıklar” adlı makalesinde kaleme almıştır.

Aydınlanma hareketinin en tanınmış simalarından olan Diderot, ‘Ansiklopedistler’ 18. Yüzyıl aydınları içerisinde çok önemli bir yere sahiptir. Diderot, aydınlanma, demokrasi ve bilimin günümüzdeki haline gelmesinde büyük rol oynayan ve orijinal adı ‘Eyclopedie oule Dictionnaire raisonne des sciences, des arts et des metiers’ (Akla Göre Düzenlenmiş Bilimler, Sanatlar ve Zanaatlar Ansiklopedisi ya da Sözlüğü) olan ansiklopedinin bin kadar maddesini bizzat yazarak insanlık için büyük bir işe imza atmıştır.



Birgün, bir arkadaşı Diderot'a, son derece yeni bir şık ve zarif bir kaftan hediye etmiş( bir başka söylentiye göre kendisinin satın aldığı) Diderot, kaftanını giydikten sonra çalışma odasına geçtiğinde kaftanının zarafeti ve şıklığı karşısında masasındaki aksesuarların sönük kaldığını ve uyumsuzluk yarattığını fark eder. Sonradan bu uyumsuzluğu; her yeni nesnenin kendiyle birlikte gerçek etkisini ve değerini gösterdiğini bir bütün içerisinde anlam ve işlev taşıdığını ifade etmek için ‘ Diderot bütünlüğü’ olarak ifade etmiştir. Masasındaki aksesuarları değiştirdikten sonra, bir gün kitaplığından bir kitap seçmek isteyen Diderot, seçtiği kitabın üzerindeki tozu daha önce kaftanıyla temizlerken şimdi ise bu yeni ve parlak kaftanına kıyamayacağını fark eder ve bir toz bezi almak zorunda olduğunu görür. Çalışmak için masasına oturduğunda şık kaftanı karşısında masasının eskimiş ve eğreti durduğunu fark eder. Canı

sıkılarak ve bütçesini zorlayarak masasını değiştirirken bir zaman sonra bütün çalışma odasını değiştirmek zorunda kaldığını fark eder. Tek bir yeni elbisenin giderek domino etkisiyle kendisini nasıl bir alışveriş girdabı içine çektiğini bu şekilde kaleme alan Diderot nihayetinde yeni kaftanı almakla yaşadığı pişmanlığı da ‘Diderot pişmanlığı’ olarak ifade eder. Diderot’un bu gözlemi, günümüz tüketim bağımlılığı ve tüketici psikolojisine çok çarpıcı bir ışık tutmakta ve önemli bir gerçeği açıklamaktadır. Diderot bütünlüğü ve etkisi daha sonra Alman filozof ve psikologların 1920’lerdeki çalışmalarıyla örtüşen yönler taşımaktadır. Gestalt\*, ilkesine göre bütün, kendisini tek tek oluşturan unsurlardan daha önemlidir. Çoğu zaman parçaları tek tek değil, hepsinin birleşimi olan bir bütün olarak görürüz.

Diderot etkisinin tüketici psikolojisi ve tüketim bağımlılığına dair ortaya çıkardıkları oldukça önemlidir. Bugün hiçbirimiz aldığımız herhangi bir eşyayı beli bir tarz veya konseptin parçası olmadığı sürece kolay kolay giyemez veya satın almayız. İşte buna Diderot bütünlüğü denir. Bu bütünlük her alışverişin birbirini tetiklediğini ifade eden mekanizmayı anlatır. Diderot efekti, harcamaların gereksizliğinden ziyade; yeni bir alışverişin beraberinde bozulan bütünsellik algısı nedeniyle gereksiz harcamalar doğurduğu gerçeğini de ifade eder. Diderot, bu etkiyle bireylerin nasıl bir tüketim uçurumuna sürüklendiğini ifade ederek insanın kendini kontrol ederek yeni bir şeye sahip olmanın anlık ve geçici mutluluğundansa sahip olduklarımızın değerini bilerek daha kalıcı mutluluklara yönelmemizi de salık verir. Bu etkiye dair değerlendirmelerini dile getirdiği yazısının sonunda şunları söyler: “Örneğimin size bir ders vermesine izin verin. Yoksulluğun özgürlükleri vardır; Zenginliğin engelleri var.”

Günümüzde özellikle ABD’de birçok araştırmacı ve kuruluş Diderot etkisinin tuzaklarına düşenler için değişik kurtulma tavsiyelerinde bulunmaktadır. Bunun için aylık sınırlı harcama kotası koymaktan, aile bireylerinin televizyon reklamlarından uzak tutulmasına; alışveriş merkezlerindense parklarda ve arkadaş ortamında gezme tercihlerine kadar değişik listeler bulunabilir.

Diderot’un makalesinde etkileyici bir edebi üslupla aktardığı bu etki, modern tüketim teorileri ve kültürel antropoloji alanlarında birçok çalışmaya da konu olmuştur. Bu konuda en kapsamlı araştırmaları yapan bilim adamlarından biri olan McCracken, Diderot etkisiyle, her ürünün birey ile benimsediği kültürün kodları arasında bir uyumu dayatan güce sahip olduğunu ve bu gücün kişinin satın alma “sahip olma” güdüsünü yönlendirdiğini ifade etmiştir. Bu bakımdan ele alındığında Diderot etkisi, kişinin içinde bulunduğu kültür ve zihniyet kalıplarının şekillendirdiği bir etkileşimle daima bir bütünü elde etme arayışı içerisinde. Bu bütünü sağlama arzusunun gestalt yaklaşımıyla paralel özellikler göstererek neticede sağlanan bütünsellikle daha anlamlı ve değerli bir sonuca ulaşıldığı algısı gerçekleşmiş olur. Bu algı insan psikolojisine tam olarak hâkim oluncaya kadar yaşanan eksiklik ve yoksunluk hissi Diderot etkisi olarak ifade edilebilir. Diderot’un durumunda kaftandaki şıklık ve zarafet, kendisiyle birlikte yer aldığı bütün çevreyi, kendisinin temsil ettiği prestij ve statüyü dengeleyinceye kadar sürekli bir rahatsızlık hissinin kaynağı olmuştur.

Yapılan araştırmalar Diderot etkisinin tüketiciler üzerinde değişik Őekillerde karşımıza çıktığını göstermektedir. Diderot etkisinin sosyal ve kültürel boyutu dikkate alınarak yapılan araştırmalarda bu etkinin tüketicisi üzerinde iki farklı Şekilde etki gösterdiğini ortaya çıkarmaktadır.

Tüketiciler herhangi bir ürün satın aldıklarında, sonrasında bu ürünün karşıladığı bütünü tamamlamak için denge sağlanıncaya kadar yeni satın almalar yapmaktadır. Örneğin yeni bir ev aldığımızda, evle birlikte o evin i dekorasyonundan döşemesine kadar takiben bir dizi satın alma ve değişiklikler yapmamız kaçınılmazdır. Aynı Şekilde yeni bir statüye terfi ettiğimizde de aynı Şekilde yapacağımız satın alma ve değişiklikler de bu statüye uygun denge sağlanıncaya kadar yeni satın alımlar yapmaya devam ederiz.

Bu ikinci boyutu ise tüketicinin yeni satın almalarından olabildiğince kaçındığı boyutudur. Burada tüketicisi, Diderot bütünlüğünü bozacağı endişesiyle yeni satın almalarından uzak durmaya çalışır. Birey bu kaçınmayı , ‘bu bana gitmez, bende iyi durmaz, eğreti olur’ gibi gerekçelendirmelerle dile getirir.

Bazı araştırmacılar Diderot etkisinin demografik ve sosyoekonomik nitelikler dikkate alındığında her daim geçerlilik taşıyamayacağını ifade ederler. Ancak kişilerin sosyoekonomik seviyeleri arttıka ve refah seviyeleri geliştikçe bu etkinin tüketicisi davranışları üzerinde daha fazla kendini gösterdiğini görmekteyiz. Yine Diderot etkisinin sosyoekonomik yansımalarından biri de, tüketicilerin satın alma eylemlerinin niteliği ve buna yükledikleri anlamla ilgilidir. Toplumsal ekonomik hiyerarşi içerisinde daha alt sınıfta yer alan bireyler satın alma davranışıyla, gelecek ideallerine ve beklentilerine ulaşmayı arzularken buna bir tür’ sosyal transfer’ rolü yüklerler. Dolayısıyla tüketicisi davranışları onlar için bir tür sosyal asansör işlevi görür. Daha st seviyede yer alan bireyler için tüketicisi davranışları sosyal transferden çok kendi statülerini sağlamlaştıracak enderlik taşıyan ürünlere yöneliktir. Bu yüzden daha st seviye kesimlerde koleksiyonculuk veya zirve deneyimleri satın almanın daha yaygın olduğu görülür.

***Kaynakça:***

[affordanything.com/2013/04/23/the-diderot-effect/](http://affordanything.com/2013/04/23/the-diderot-effect/)

[jamesclear.com/diderot-effect](http://jamesclear.com/diderot-effect)

[sadehayatim.com/2016/10/diderot-etkisi-diderot-effect.html](http://sadehayatim.com/2016/10/diderot-etkisi-diderot-effect.html)

[thebrandage.com/diderot-etkisi-ve-tuketici-2/](http://thebrandage.com/diderot-etkisi-ve-tuketici-2/)