

# ARKA PLAN DEĞİŞİKLİKLERİNİN SALT MARUZ BIRAKMA ETKİSİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ<sup>1</sup>

Arif Erdem KÖROĞLU<sup>2</sup>

Uğur CEBECİ<sup>3</sup>

## Özet

İnsanların yeni bir uyarana bir veya birkaç defa maruz bırakılmalarının, o uyarana yönelik olumlu değerlendirmelerini arttırdığını gösteren çok sayıda olgu mevcuttur. Salt maruz bırakma etkisi olarak adlandırılan bu etkinin hangi koşullarda gözlemlendiği halen araştırılmaktadır. Bu çalışmanın amacı görsel uyaranların arka planı değiştiğinde salt maruz bırakma etkisinin bu değişiklikten etkilenip etkilenmeyeceğini araştırmaktır. 40 üniversite öğrencisinin katıldığı bu çalışmada katılımcılar (22 Kadın, 18 Erkek) deney ve kontrol gruplarına seçkisiz olarak atanmıştır. Çalışma maruz bırakma ve değerlendirme aşaması olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Maruz bırakma aşamasında 15 birleştirilmiş hayvan ve manzara fotoğrafı, değerlendirme aşamasında maruz bırakma aşamasında sunulan fotoğraflardan rastgele seçilen 5 fotoğraf (A durumu), maruz bırakma aşamasında sunulan 5 hayvan fotoğrafı arka plansız (B durumu), daha önce sunulan 5 hayvan ile birleştirilmiş 5 yeni manzara fotoğrafı (C durumu) ve maruz bırakma aşamasında sunulan 5 manzara fotoğrafı ile birleştirilmiş yeni 5 hayvan fotoğrafı (D durumu), bunlara ek olarak doğal ortamında çekilmiş 10 adet yeni hayvan fotoğrafı (doldurucu) sunulmuştur. Katılımcılardan, sunumdan hemen sonra 7'li likert tipi ölçek üzerinden ilgili sorulara yanıt vermeleri istenmiştir. Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak Mann Whitney U Testi, Kruskal Wallis Testi ve Pearson Korelasyon Analizi ile analiz edilmiştir. Mann Whitney U Testi sonucu A durumunda, deney grubunun beğenme puan ortalamasının kontrol grubunun beğenme puan ortalamasından anlamlı kabul edilebilecek bir düzeyde yüksek olduğunu gösterirken ( $Z=-1,928$ ,  $p=.054$ ), B, C ve D durumlarında anlamlı bir fark bulgulanmamıştır. Bu durum salt maruz bırakma etkisinin gerçekleştiğini ancak arka plan değişikliğinden olumsuz olarak etkilendiğini göstermiştir.

**Anahtar kelimeler:** Salt maruz bırakma etkisi, arka plan değişikliği, tanıma

**Jel Kodları:** M39, Y90, Z00

## THE EFFECT OF BACKGROUND CHANGES ON THE MERE EXPOSURE EFFECT

### Abstract

The purpose of this study is to investigate whether when a visual stimuli's background is changed, mere exposure effect is also affected by the change or not. The Participants have been assigned randomly to experiment and control groups in the experiment which 40 university students attended. The experiment consisted of two phases which are exposure and rating. In the exposure phase, 15 combined animals-scenery photographs, in the rating phase, 5 photographs chosen from the photographs presented previously in exposure phase (case A), 5 animal photographs chosen from the previously presented photographs in exposure phase without scenery (case B), 5 new scenery photographs combined with previously presented animal photos (case C) and 5 new animal photographs combined with previously presented scenery photos in exposure phase (case D) with the addition of 10 new animal photos taken in natural environment (filler) has been submitted to the attendants. After the exposure phase, participants were asked to answer related questions on seven likert scale. Dataset has been analyzed with Mann Whitney U test, Kruskal Wallis test and Pearson Correlation test by using SPSS program. Although the outcomes of Mann Whitney U Test shows that in case A, the average of liking

<sup>1</sup> Bu çalışma Doç. Dr. Aydan Aydın danışmanlığında, İstanbul Üniversitesi Psikoloji bölümünde verilen Öğrenme Psikolojisinde Araştırmalar dersi kapsamında dönem projesi olarak, 2019 Bahar döneminde yürütülmüştür.

<sup>2</sup> Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, [ariferdemkoroglu@gmail.com](mailto:ariferdemkoroglu@gmail.com), +905447485687

<sup>3</sup> Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, [ugur.cebeci@ogr.iu.edu.tr](mailto:ugur.cebeci@ogr.iu.edu.tr), +905317076690

points of experiment group is quite higher than the average of liking points of control group ( $Z=-1,928$ ,  $p=.054$ ). There is no significant difference found in the case B, C, and D. Thus, results show that the mere exposure effect has occurred, but has been affected negatively from background changes.

**Key words:** the mere exposure effect, background change, recognition

**Jel Classification:** M39, Y90, Z00

## GİRİŞ

İnsanların yeni bir uyarana tekrarlı olarak maruz bırakılmaları o uyarana yönelik olumlu değerlendirmelerini arttıracığı olgusu salt maruz bırakma etkisi olarak tanımlanmaktadır (Zajonc, 1968). Bu olguya göre yeni bir uyarana bir veya birden fazla defa maruz kalmak, o uyarandan hoşlanmamıza ve o uyarana, maruz kalınmayan diğer uyarılara göre daha fazla tercih etmemize sebep olmaktadır. Örneğin tekrarlı olarak bir reklam ürününün fotoğrafını görmek o ürünü tercih etmeyi ve o ürüne yönelik olumlu tutumları arttırabilir.

Uyarın tipi, uyarının karmaşıklığı, uyarana maruz kalma süresi, sunum sıklığı, uyarana tanıma, uyarana maruz kalma ve uyarana değerlendirme arasında geçen süre gibi pek çok faktör bu olgu üzerinde birtakım etkilere sahiptir (Bornstein, 1989). Günlük deneyimlerimizde bilinçli olarak algılanamayacak süreçler de bizim davranışlarımızı ve tercihlerimizi etkileyebilir. Yapılan çalışmalar salt maruz bırakma etkisinin uyarana tanımadan ve hatırlamadan bağımsız olarak da görülebileceğini göstermektedir (Moreland ve Zajonc, 1977; Kunst-Wilson ve Zajonc, 1980; Ishii, 2005; Ishii, 2011). Literatür incelendiğinde bu etkinin ortaya çıkma nedenlerini açıklayan birçok kuram olduğu görülmektedir.

Nitekim algısal akıcılık hipotezine göre bir uyarana algılamının kolaylaşması o uyarana beğenmeyi arttırabilir. Salt maruz bırakma etkisinde, uyarınların tekrarlı olarak sunumu algısal akıcılığı yani uyarının daha kolay algılanmasını sağlayacağından maruz kalınan uyarana sevmenin ve onu tercih etmenin artacağı öngörülmüştür. Yapılan bir çalışmada farklı türde görsel uyarınların kolay algılanmasına yönelik farklı manipülasyon yöntemleri uygulanmış ve elde edilen bulgular bu görsel uyarınlara yönelik beğenme tepkilerinin arttığını göstermiştir (Reber, Winkielman ve Schwarz, 1998). Literatür incelendiğinde, tekrarlı olarak sunulan uyarının bir kısmının -örneğin bir fotoğrafın merkezinin- daha önce sunulan bir uyarınla özdeş olmasına rağmen uyarının diğer bir kısmı -örneğin arka planı- yeni olduğunda, maruz bırakma ile geliştirilen olumlu değerlendirmelerin arka planı değişen uyarana genelleştirilip genelleştirilemeyeceğini içeren çok az çalışmaya rastlanmaktadır (Ishii, 2011). Örneğin katılımcılara sunulan bir kedi fotoğrafının olumluluk değerlendirmesi, kedi bir otoyolda ya da bir bahçede sunulduğunda farklılaşacak mıdır? İşlem akıcılığı hipotezi düşünüldüğünde (akt. Ishii, 2011) tekrarlı maruz bırakma aracılığıyla geliştirilen olumlu değerlendirmelerin ne ölçüde genelleştirilebileceği daha önce kısmen sunulan uyarının, mevcut uyarana benzer veya ondan farklı olarak algılanma derecesine bağlı olabilir. Bundan dolayı bir uyarana daha önce sunulan uyarınlardan farklı olarak algılamak, salt maruz bırakma etkisiyle geliştirilen olumlu değerlendirmelerin genelleştirilememesi ile sonuçlanabilir.

Ishii'nin (2011) yaptığı çalışmada maruz bırakma aşamasında katılımcılara manzara fotoğrafı ile birleştirilmiş hayvan fotoğrafları sunulmuştur. Değerlendirme aşamasında, maruz bırakma aşamasında sunulan hayvan fotoğraflarının bir kısmının arka planları yeni manzara fotoğrafları ile birleştirilirken bir kısmının arka planı boş bırakılmıştır. Katılımcılardan maruz bırakma aşamasında sunulan fotoğraflar ile yeni manzara fotoğraflarıyla birleştirilmiş hayvan fotoğraflarını ne derece beğendiklerini likert tipi bir ölçek ile belirtmeleri istenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına bakıldığında maruz bırakma aşamasında sunulan hayvan fotoğrafları yeni manzara fotoğraflarıyla birleştirildiğinde salt maruz bırakma etkisi gözlenmemiştir.

Bu çalışma, Ishii'nin (2011) gerçekleştirdiği çalışmanın ülkemizdeki üniversite öğrencilerinden oluşan bir örnekleme ile tekrar edilmesini amaçlamaktadır. Ishii'nin (2011) çalışmasının tekrar edilebilirliğini sınamak amacıyla verilen bilgiler doğrultusunda bu çalışmada belirli bir figürün belirli

bir arka planda sunulmasına bağlı olarak tespit edilecek salt maruz bırakma etkisinin farklı arka plan-figür kombinasyonlarına genellenip genellenemeyeceği incelenmiştir.

## 1. YÖNTEM

### 1.1. Ön Çalışma

#### 1.1.1. Katılımcılar

Deneyde kullanılacak uyaranları belirlemek için ön çalışmaya, çalışmaya katılmayı kabul eden ve İstanbul Üniversitesinde (İÜ) öğrenim gören 10 lisans öğrencisi (8 erkek, 2 kadın) katılmıştır.

#### 1.1.2. Materyal

Çalışmada 50 hayvan fotoğrafı ve 50 manzara fotoğrafı kullanılmıştır. Çalışmadaki hayvan fotoğrafları çeşitli internet uzantılarında telif hakkı olmayan içeriklerden alınmış olup manzara fotoğrafları ise Ishii'nin (2011) çalışmasında kullanılan fotoğraflardan oluşmaktadır. Manzara fotoğrafları Ishii'den gerekli izinler alınarak kullanılmıştır.

#### 1.1.3 İşlem

Gönüllü onam formunu okuyup deneye katılmayı kabul eden her bir katılımcı İÜ Edebiyat Fakültesi bilgisayar ders laboratuvarına davet edilmiştir. Katılımcılar bireysel olarak bir bilgisayarın önüne oturtulmuş ve katılımcılara Powerpoint programı ile oluşturulmuş sunumlar gösterilmiştir. Hayvan ve manzara fotoğrafları 5 dakikalık ayrı ayrı oturumlarda 2 saniye süre ve 2'şer saniye aralıkla sunulmuştur. Katılımcıların yarısı önce hayvan sonra manzara, diğer yarısı önce manzara sonra hayvan fotoğraflarına maruz bırakılmıştır. Daha sonra değerlendirme aşamasında her bir fotoğraf 2 saniye tekrar sunulmuş ve ardından beğenme, karşılaşma sıklığı soruları yöneltilmiştir. Katılımcılar likert tipi ölçek üzerinden bu soruları yanıtlamışlardır [Bu fotoğrafı ne kadar beğendiniz? (1=Hiç Beğenmedim, 7=Çok Beğendim) / Bu fotoğrafla günlük hayatta ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz? (1=Hiçbir zaman, 7=Her zaman)]. Katılımcıların yanıtlarına göre nötr değerlendirilen ve en az sıklıkla karşılaşılan fotoğraflar 20 manzara ve 20 hayvan fotoğrafı deneyde kullanılmak üzere seçilmiştir.

## 1.2. Deney

Deney, maruz bırakma aşaması ve değerlendirme aşaması olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır.

### 1.2.1. Katılımcılar

Deney için çalışmaya İstanbul Üniversitesinde öğrenim gören 38 lisans öğrencisi (22 kadın, 16 erkek) 1 ön lisans öğrencisi (erkek) 1 yüksek lisans öğrencisi (erkek) katılmıştır (bkz. Tablo 1). Çalışmaya katılım tamamen gönüllük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmayı kabul ettiğini gönüllü onam formu üzerinden beyan eden katılımcılardan deney ve kontrol grubu olmak üzere iki grup oluşturulmuştur. Katılımcılar gruplara her bir grupta 20 kişi olacak şekilde seçkisiz olarak atanmıştır.

**Tablo 1:** Katılımcıların Yaş Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Yüzde Sıklık Dağılımları

Cinsiyet	N	Ort.	SS	F (%)
Kadın	22	21,13	4,46	55
Erkek	18	21,11	2,27	45

### 1.2.2. Materyal

Ön çalışmada kullanılan 50 manzara ve 50 hayvan fotoğrafı arasından nadir görülen ve nötr puanlanan 20 hayvan ve 20 manzara fotoğrafı seçilmiştir. Seçilen 20 hayvan ve 20 manzara fotoğrafı arasından rastgele seçilen 15 hayvan ve 15 manzara fotoğrafı birleştirilip deney grubu için maruz bırakma aşamasında kullanılmıştır. Kontrol grubu için maruz bırakma aşamasında 15 inşaat malzemesi fotoğrafı kullanılmıştır. Değerlendirme aşamasında ise maruz bırakma aşamasında sunulan fotoğraflardan rastgele seçilen 5 fotoğraf (A durumu), maruz bırakma aşamasında sunulan 5 hayvan fotoğrafı arka plansız (B durumu), maruz bırakma aşamasında sunulan 5 hayvan fotoğrafı ile birleştirilmiş 5 yeni manzara fotoğrafı (C durumu) ve maruz bırakma aşamasında sunulan 5 manzara fotoğrafı ile birleştirilmiş yeni 5 hayvan fotoğrafı (D durumu), bunlara ek olarak da doğal ortamında çekilmiş 10 adet yeni hayvan fotoğrafı (doldurucu) olmak üzere toplam 30 fotoğraf kullanılmıştır (bkz. Şekil 1).



1. Aşama: Maruz Bırakma (5 kez)



A



B



C



D

2. Aşama: Değerlendirme: beğenme ve tanıma

Şekil 1: Değerlendirme aşamasında kullanılan materyaller

### 1.2.3. İşlem

Ön çalışma sonucunda belirlenen 20 manzara ve 20 hayvan fotoğrafı arasından rastgele seçilen 15 hayvan ve 15 manzara fotoğrafı birleştirilmiştir. Maruz bırakma aşamasında deney grubundaki katılımcılara 15 birleştirilmiş fotoğrafların her biri, 2 saniye süre ve 2 saniye aralıklarla 5'er defa sunulmuştur. Toplamda 75 maruz bırakma denemesi gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada kontrol grubuna deneyle ilgisi olmayan 15 inşaat malzemesi fotoğrafı her biri 2 saniye gösterilmek üzere 2 saniye aralıklarla 5'er defa sunulmuştur. Maruz bırakma aşamasının süresi deney ve kontrol grubu için eşittir.

Değerlendirme aşamasında katılımcılara kendilerine sunulan fotoğrafları 7'li likert tipi ölçek üzerinden ne derece beğendikleri (1= Hiç Beğenmedim, 4= Ne beğendim ne beğenmedim, 7= Çok Beğendim) sorulmuştur. İkinci olarak ise katılımcılara bu fotoğraflara daha önce maruz bırakılıp bırakılmadıklarına yönelik tanımlarını ölçmek amacıyla 7'li likert tipi ölçek ile "Bu fotoğrafı tanıdığınıza ne kadar eminsiniz?" sorusu (1= Hiç emin değilim, 4= Kararsızım, 7= Çok eminim) yöneltilmiştir. Katılımcılar değerlendirme aşamasında tanıma sorusunu cevaplarırken şu soruları yöneltmişlerdir: "Ben bazı hayvanları daha önce gördüm ama arkadaki manzarası farklıydı aynı şekilde bazı manzara fotoğraflarını daha önce gördüm ancak önündeki hayvan farklıydı. O halde nasıl cevaplamalıyım bu soruyu?". Katılımcıların yönelttiği bu soruya araştırmacılar tarafından şu cevaplar verilmiştir: "Bu fotoğrafı size öncesinde gösterilen fotoğraflar içerisinde birebir olarak görüp tanıdığınıza ne derece emin olup olmadığınıza ölçmekteyiz.". Doldurucu fotoğraflar analize dahil

edilmeyip değerlendirme aşamasında toplam 20 fotoğrafın puanları analiz edilmiştir. Beğenme ve tanıma soruları için 20 fotoğraftan alınabilecek maksimum puan 140 iken minimum puan 20'dir. Oluşturulan 4 durumda ise her bir durumdan alınabilecek maksimum puan 35 iken minimum puan 5'tir.

## 2. ANALİZ

Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak Mann Whitney U Testi, Kruskal Wallis ve Pearson Korelasyon analizi ile analiz edilmiştir.

## 3. BULGULAR

Bu çalışmanın amacı belirli bir figürün arka planı değiştiğinde salt maruz bırakma etkisinin bu değişiklikten etkilenip etkilenmeyeceğini incelemek ve uyarıyı beğenme ile tanıma arasında bir ilişki olup olmadığını araştırmaktır. Anlamlılık değerinin .05 alındığı bu araştırmada analizler beğenme ve tanıma puanları için ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir.

### 3.1. Beğenme Puanları Analizi

Salt maruz bırakma etkisinin gerçekleşip gerçekleşmediği Mann Whitney U testi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları, A durumu için deney grubunun beğenme puan ortalamasının kontrol grubunun beğenme puan ortalamasından anlamlı kabul edilebilecek bir düzeyde yüksek olduğunu göstermiştir ( $Z=-1,928$ ,  $p=.054$ ). Bu sonuç A durumu için salt maruz bırakma etkisinin gerçekleştiğini göstermektedir ancak anlamlılık düzeyi marjinal düzeydedir. Buna ek olarak deney ve kontrol gruplarının B, C ve D durumlarındaki beğenme puan ortalamaları Mann Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Bulgular anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir ( $Z_B<-.705$ ;  $Z_C<-1,164$ ;  $Z_D<-1,711$ ). Bu bulgu, salt maruz bırakma etkisinin uyarı (figür ya da arka plan) değişikliğinden olumsuz etkilendiğine işaret etmektedir (bkz. Tablo2).

**Tablo 2.** Deney ve Kontrol Gruplarının Beğenme ve Tanıma Puan Ortalamaları ve Standart Sapmaları

Uyarı Türü	Beğenme				Tanıma			
	Deney		Kontrol		Deney		Kontrol	
	Ort.	SS	Ort.	SS	Ort.	SS	Ort.	SS
A. Orijinal fotoğraf	16,50	5,39	13,85	4,05	32,50	3,39	11,85	9,71
B. Arka plansız eski hayvan	18,10	6,95	16,05	6,31	25,60	10,27	11,60	9,37
C. Eski hayvan yeni manzara	17,95	6,80	15,20	7,41	12,15	7,79	12,75	10,63
D. Yeni hayvan eski manzara	18,50	4,90	15,60	8,12	19	9,03	10,80	7,60

Arka plan değişikliği durumları arasındaki puan ortalama farklarına Mann Whitney U Testi ile bakıldığında, A durumu ile B durumu arasındaki farkın, A durumu ile C durumu arasındaki farkın ve A durumu ile D durumu arasındaki farkın deney ve kontrol grupları arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı bulgulanmıştır. Buna ek olarak Kruskal Wallis Testi ile analiz edilerek A, B, C ve D durumlarındaki beğenme puanları her bir grup için ayrı ayrı kendi içinde karşılaştırıldığında anlamlı fark bulgulanmamıştır.

### 3.2. Tanıma Puanları Analizi

Mann Whitney U testi ile gerçekleştirilen analiz sonuçları deney grubunun tanıma puan ortalamalarının, kontrol grubunun tanıma puan ortalamalarından A durumu ( $Z= -5,048$ ,  $p<.001$ ), B

durumu ( $Z = -3,816, p < .001$ ) ve D durumu için ( $Z = -2,773, p < .01$ ) anlamlı olarak yüksek olduğunu ancak C durumu için deney ve kontrol grupları arasında anlamlı bir fark olmadığını göstermiştir. Tanıma puanları Kruskal Wallis Testi ile grup içi karşılaştırıldığında deney grubunun tanıma puan ortalamalarının 4 durum için anlamlı derecede farklılaştığı bulunmuştur ( $X^2_{(3)} = 24, 274, p < .001$ ;  $A > B, A > C, A > D, B > C, B > D, D > C$ ). Ayrıca deney grubunda A durumu için tanıma puan ortalamaları ile beğenme puan ortalamaları arasında bir korelasyon olup olmadığı incelenmiş ve Pearson Korelasyon analizi sonucunda beğenme ve tanıma arasında herhangi bir ilişki olmadığı bulgulanmıştır.

Tüm bu bulgulara ek olarak katılımcılara deney sonunda çalışmayla ilgili önerileri sorulmuş ve çalışma boyunca sıkılıp sıkılmadıklarını beyan etmeleri istenmiştir. Katılımcıların %75'i ( $N=30$ ) çalışma esnasında sıkıldıklarını bildirmişlerdir.

## SONUÇ

Bu çalışmanın amacı belirli bir figürün belirli bir arka planda sunulmasına bağlı olarak elde edilecek salt maruz bırakma etkisinin farklı figür-arka plan kombinasyonlarına genellenip genellenemeyeceğini incelemektir. Bulgular A durumu için deney grubunun puan ortalamasının kontrol grubunun puan ortalamasından anlamlı derece yüksek olduğunu göstermiştir. Bu durum salt maruz bırakma etkisinin gerçekleştiğini göstermektedir. Ancak salt maruz bırakma etkisi yalnızca maruz kalma aşamasında kullanılan, değiştirilmemiş fotoğraflarda gözlenmiştir (A durumu). Diğer durumlarda (B, C ve D) salt maruz bırakma etkisi gözlenmemiştir. Bu durum salt maruz bırakma etkisinin uyarıcı (arka plan ya da figür) değişikliğinden olumsuz olarak etkilendiğine işaret etmektedir. Uyarıcının merkezinde yer alan hayvan figürü özellikle yeni bir manzara fotoğrafıyla birleştirilip sunulduğunda salt maruz bırakma etkisinin gözlenmesi güçleşmektedir. Deney ve kontrol gruplarının tanıma puan ortalamaları incelendiğinde, C durumunda anlamlı bir farklılık elde edilmemesi salt maruz bırakma etkisindeki bozulmanın merkezdeki hayvan figürüne nispeten arka plan değişikliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Buna ek olarak bulgular uyarıcı beğenme ile uyarıcı tanıma arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermiştir. Uyarıcı tanıma açısından arka plan değişikliği önemlidir.

Çalışmanın sonuçları incelendiğinde tekrarlı olarak maruz bırakma ile tespit edilen salt maruz bırakma etkisinin benzer uyaranlara genellenemediği görülmüştür. Bu sonuçlar Ishii'nin (2011) bulgularıyla kısmen örtüşmektedir. Ishii'nin (2011) yaptığı çalışmada maruz bırakma aşamasında sunulan hayvan fotoğrafları, değerlendirme aşamasında arka plansız olarak sunulduğunda da salt maruz bırakma etkisi gerçekleşmiştir. Ancak bu çalışmada yalnızca maruz bırakma aşamasındaki hayvan ve manzara fotoğrafları birebir aynı olarak sunulduğunda salt maruz bırakma etkisi gözlenmiştir. Bu sonuçlar salt maruz bırakma etkisinin ilişkisiz uyaranlara da genellenebileceğini bildiren Monahan ve arkadaşlarının (2000) çalışmasının bulgularıyla örtüşmemektedir (akt. Ishii, 2011).

Deney ve kontrol grubunda toplam 40 kişinin yer aldığı bu çalışmada katılımcılara deneyin içeriği ve yürütülmesi ile ilgili sorular yöneltilmiş ve deney boyunca sıkılıp sıkılmadıklarını belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların %75'ideney esnasında sıkıldıklarını beyan etmişlerdir. Buna ek olarak bazı katılımcılar sözel olarak, maruz bırakma aşamasındaki fotoğrafların çok fazla tekrar ettiğini, farklı hayvanların gösterilmediğini belirtmiştir. Benzer şekilde katılımcılar hayvan-manzara kombinasyonlarını oluşturan kolajların, birleştirilmiş fotoğraf olduğunun çok belli olduğunu ve fotoğrafların hoşlarına gitmediklerini beyan etmiştir. Bu geri bildirimlerden hareketle, maruz bırakma aşamasındaki tekrarlayan fotoğraf sunumlarının ve farklılaşmayan fotoğraf serisinin katılımcıları bunaltmış olabileceği ve bu durumun değerlendirme aşamasında bir karıştırıcı değişken oluşturarak sonuca etki etmiş olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda benzer çalışmalar yürütülürken maruz bırakma aşamasındaki sunum ve tekrar süresinin kısa tutulması önerilmektedir.

## KAYNAKLAR

Aydın, A. (2019). Öğrenme Psikolojisinde Araştırmalar Ders Notları: Öğrenme Psikolojisi Alanında Bir Proje Hazırlama ve Yürütme, yayınlanmamış ders notları, İÜ Psikoloji böl, İstanbul.

- Bornstein, R. F. (1989). Exposure And Affect: Overview And Meta-Analysis Of Research, 1968- 1987. *Psychological Bulletin*, 106(2), 265-289.
- Ishii, K. (2005). Does Mere Exposure Enhance Positive Evaluation, Independent Of Stimulus Recognition?. A Replication Study In Japan And The USA. *Japanese Psychological Research*, 47(4), 280-285.
- Ishii, K. (2011). Changes In Background Impair Fluency-Triggered Positive Affect: A Cross -Cultural Test Using A Mere Exposure Paradigm. *Perceptual and Motor Skills*, 112(2), 393-400.
- Kunst-Wilson, W. R. ve Zajonc, R. B. (1980). Affective Discrimination Of Stimuli That Cannot Be Recognized. *Science*, 207(4430), 557-558.
- Moreland, R. L. ve Zajonc, R. B. (1977). Is Stimulus Recognition A Necessary Condition For The Occurrence Of Exposure Effects?, *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(4), 191-199.
- Reber, R., Winkielman, P. Ve Schwarz, N. (1998). Effects Of Perceptual Fluency On Affective Judgments. *Psychological Science*, 9(1), 45-48.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal Effects Of Mere Exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monographs*, 9(2, Pt. 2), 1-27.