

5. Ocak. 1971

Referans: Sosyal Psikoloji notları

TOPLUM PSIKOLOJİSİ ve PROPAGANDA

Yalnız ekonomik kalkınma reçeteleri yetersiz.
Kalkınma yalnız ekonomik bir süreç değildir. Modernleşme, kültür, sosyolojik konularda önemlidir.

Kültürel değişimlik, davranış değişikliği önemlidir.
Kültürün özüne miledilmelidir.

Toplumi örgütlü, ortak amaçlı ve birlikte yaşayan insan grubu.

Sosyal yapı, kurumlardan oluşur. Kurumlar statülere dayanır. Statü insanlar arası seviye farkıdır.

Statü $\left\{ \begin{array}{l} \text{değden} \\ \text{doğrudan kazanılan. (kast)} \end{array} \right.$

Kültür: Bir toplumun yarattığı değerler bütünüdür.

Uygartlık: Evrensel dir.

Kültür $\left\{ \begin{array}{l} \text{inançlar} \\ \text{değerler} \\ \text{normlar} \end{array} \right.$

Toplumu oluştirmek için bireyden başlamak gerekir.

Kültür, kurumlaşmış davranışlar yaratır.

Kültürel değişim nasıl gerçekleştirilir?

Kitle muhtemel. Kitle eylemi gerekli.
Algılandaki köklü dönüşüm gerekli.

Yenilikler ve etkenleri:

Yeniliğin uyandırıcı

" engelliyicisi

Toplumun yapısıyla değişimlik arasındaki ilişkiler.

Az gelişmiş toplumlar kadere cidir. Toplum kışkırcıdır. inanç sistemleri, savunma mekanizması olarak ve mutluluk veren sistemlerdir. Kurulu düzene direnişine karşı çıkıyorlar. İnsanlar düzene uyum içindedirler. Bunları devrimin en büyük engelleyicisidir.

Marks: Büyük dönüşümler, bu durumda, ancak çok büyük krizlerden sonra gerçekleşebilir. Kitle hareketleri ancak böyle gerçekleşir.

Değişimin özellikleri:

Değişimlik jüdüleri : Dinsel, psikolojik, ekonomik, kültürel.

Önce bir mit yaratılmalı, bir ihtiyaç yaratılmalı.

[Malların pazardan çekilip, sonra daha pahalı satmak, "Bana bir harf öğretken kölesi olunum" (dinsel temelli)]

Bizim yapacağımız ^{toplumu}, ihtiyaçların bilincine getirmek.

MDD suni ihtiyaç yaratmaya çalışır. (Çelişkiyi artırarak)

Uygunluğun sağlanması : Yenilik, toplumun yapısıyla tam uyuma içindeyse gerçekleştirilemez. (Domuz eti gemenin tehinde konuşmak)

Tav zamanı: Yeniliğin ön koşulları hazırlanmalı ve somut örnekler verilmeli. (Az-çok) sonuç alıcı eylem yapılmalı. Önce potansiyel yaratmalı.

Yeniliğin başlama zamanı: Harman zamanı köylüyü toplantıya çağırmak yanlıştır. Ramazanda kölele ağız yapmaya kalkmamalıdır.

Sosyal Algilama:

Algılama: Bir duygunun anlam kazanması.

Gerçekler az alternatiflerle ortaya konmalı. Fazla alternatif zararlı. Minimum seçme hakkı vermek.

Seçilen terimler, anlatılan kişi ya da toplumun gelişmiş yapısında iz bırakan terimler olmalıdır.

Algılama çeşitleri

Kişilerin algılama şekilleri iyi bilinmeli.

a) Sevici algılama: Kişi sorunu kendi ihtiyaçlarına ve ilgisine göre algılar. (Köylüye lüks tüketim anlamından bahsetmek yanlıştır.)

b) Önceden aşina olmak: Birsey benzer durumları algıladıktan, geliştirdiği değer yargılarından geniş ölçüde yararlanır. İyi miteba bırakmak.

c) Davranışların güçlendirilmesi (pekiştirilmesi)

✓ Kişi mükafatlandırıldığı davranışları tekrarlar.

✓ Cezalandırıldığı davranışları tekrarlamaz.

Kısıtlı Gerçek problem bilimsel altında; savunma mekanizmalarını kullanıyor.

Örneklemler, aynı kişiler tarafından, baştan sona gerçekleştirilmelidir. Hatta sonradan, davranış tekrarları, örneği tekrarlanır. (Doopenetki kurumu)

Fiziki durum, dünya görüşlerini etkiler.

PROPAGANDA

Kişilerin değer hükümleri 6 grupta toplanır:

- ① Teorik değer hükümleri
- ② Ekonomik "
- ③ Estetik "
- ④ Toplumsal "
- ⑤ Politik "
- ⑥ Din "

Bu türü üç şekilde algılanır: (Propagandacı)

- ① Fiziksel görünüm
 - ② İfade ve hareketler
 - ③ Sözlü davranışlar.
- } Normları sağlamak gerekir.

- Köye gidenler ne tulum, ne de ispanyol paça giyilmemeli.

Yabancı kelimeler, soyut, uzun, monoton kumpaz hatalı.

Somutluk, açıklık gerekir. Espri yerinde kullanılmalı.

Konu ile mizahlar paralel olmalı.

Karşıdaki toplumun psikolojisini iyi kavramak.

Önce güven ve sergi yaratmalı.

Propagandacı güvenverici, kişisel çıkar için konuşmayan biri olmalı.

Seçim zamanı propaganda (işler) yapılır. Propaganda periyodik olmalı.

Propagandacı, uzman olduğun itibarını vermemeli.

İktidara propagandasız gelinemez.

- ① Propaganda, kamyonun ve toplumun güdümünü eller altında bulundurmak için yapılan çalışmalarlardır.
- ② Belirli bir düşünceyi insan topluluklarının içinde yaygınlaştırmaya çalışmaktır.

Bireylerin, istemedikleri veya zorunlu olmadığı bir hareketi, kendi istekleriyle yapmasını sağlanarak.

ÖZELLİKLERİ

- ① Hedefedilen kitleye göre propaganda.
- ① Ya yalnız kendi fikrimizi söyleriz (tek taraflı)
- ② " Karşı tarafın tezini cürretip, kendi fikrimizi söyleriz. (Çift taraflı)

Parlamentoda çift taraflı propaganda yapılır.

- ① Öğrenim seviyesi yükseldikçe,
- ② Zeka " " , (kitlenin verdiği tepkiye göre)
- ③ Dinleyici karşı fikirde ise, önce fikir cürretilmeli.
- ④ Daha sonra karşı fikre sahip olan konuşmacılar konuşacaksa,
- ⑤ Karşı tez dinleyicilerce iyi biliniyorsa,
- ⑥ Konu açıkça, karmaşık değilse,

ÇİFT TARAFLI PROPAGANDA YAPILIR.

Aksi şartlarda TEK TARAFLI PROPAGANDA.

Seçimlerde radyo konuşmaları ÇİFT TARAFLI olmalı.

② Propaganda yaratabilecek olan Atmosfer:

Mantıpa ~~mi~~ ?
Duygulara ~~mi~~ ?

Zeka ve öğrenim seviyesi arttıkça mantık,
" " " " düşünmeye duyar.

③ Sonuçta Senteze Varma

- ① Gecresik kumbarada konuşmacı senteze varmalı
- ② Açık " " sentezi topluma
bırakılmalı.

Kendine güvenen kişiler az etkilenir.

Etkilenme: a) Kızıl
b) Duruma bağlı
c) Tutuma bağlı

Propagandacı kitle hakkında ayrıntılı bilgiye
sahip olmalıdır.

Propagandanın yararındığı unsurlar:

- 1) Söz
- 2) Yarı
- 3) Resim

Propaganda ile reklam benzer. Reklam
yöntemlerinden yararlanılabilir.

Kitleye karşı oluşturulan tutumlar gereklidir.
Gazete, broşür. Duvargazeteleri, afişler, bildiriler.
Radyo, T.V. (inandırıcı etkisi var.)

~~Radyo~~ Şarkı, şiir, roman, tiyatro, resim
sinema.

Teknik ve Kurallar :

Prop. kurallarla sınırlandırılmaz.

Etkili prop. iyi bir bakalemandır, Yeri ve zamanı yoktur. Çerçeye göre şekil alır.

Kısa ve özlü, büyük sözler " Kardeşimin yanına gitmek isteyenler arkandan gelsinler "

El bildirimleri çok önemli

① Basitleştirme ve tek düşman kuralı :

Maddileştirme önemli. (Manifesto, insan hakları beyannamesi). Churchill'in V si, Ötek Çekiç,

Simgesel yaklaşımlar gerebli. (Sitalı Bırak kampanyası)

Sürekli hücum. (tek hedefe)

Kitlelerin umudunu tek kişide somutlaştırmak. Karşıya tek kişi almak, onu yutup sonra başka birini hedef almak.

Büyük grupları hedef almamak.

② Olayları abartma ve değıştirme kuralı :

En alt düzeydeki insan düşünülecek propagandalar yapılmalı.

Kesin vaatlerle kendini sınırlanmamak gerekir.

③ Propagandayı düzenleme kuralı :

Temel konuyu, değışik bağlamlarda sunmak. Durmadan, aynı konuyu, değışik sunuşlarla vermek.

Her propagandaya değışmez bir kalıbı her defada dinleyicilerin kafasına naksetmek.

Her kültüre göre ayrı propaganda.

(İktidardayken) gapikash sepihliklerin sok fesmi yaratmaması için önce söyletiyle bir olayı beklenen duruma getirmek.

4) Aktarma: kuralı

Önce kitleyle aynı konuda olduğun itibaini ver. Önce duyguya itab et, sonra fikrini bu duyguya bağla.

Dinleyicide düşünme gereği, izniti, merak uyandır.

5) Öybirliği ve yayılma kuralı:

Grup ruhu ve birlik olma itibai vermeli. İnancı kadrolar güven verir, yayındır.

Kelâbelik olduğun izlenimini ver.

"Biz ODTÜ, H.T. öğrencileri olarak diyoruz ki"

Siyasi partiler "halkın adına" konuşurlar.

Gösterilen ilpidir kiziler bile katılırlar. (Kitle ruhu) Grev, miting, boykot.

Gösterilerde tek renk hakim olmalı, tek sembol empoze edilmeli.

Logo, amblem vb. etkili.

Kilnen potansiyeli, pekiştirilmezse, söner. Devamlı faaliyet gerekir.

Karşı propaganda:

- ① Hasmın propaganda bencliğini elde etmek.
- ② Zayıf noktalarına hücum etmek.
- ③ Güçlü hasma cepheden karşıraz etmemek.
- ④ Hasma hücum et ve onu bitirilt.
- ⑤ Karşı propagandayı kendi kendisiyle çelişkiye düşürmek.
- ⑥ Hasmi güçlü duruma sokmak
- ⑦ Kurvet gösterisi yap.

Başkalarının yanında özeleştiri yapmak.