

**İstihbarat Çalışmaları ve Araştırmaları Dergisi**

**Journal of Intelligence Research and Studies**

**Ocak 2023, Cilt: 2, Sayı: 1, ss.82-108**

**January 2023, Volume: 2, Issue: 1, pp.82-108**

**ISSN 2822-3349 (Basılı/Print)**

**ISSN 2822-3357 (Çevrimiçi/Online)**

---

**Makaleye ait Bilgiler / Article Information**

İnceleme Makalesi / Review Article

Makale Başvuru Tarihi / Application Date : 01 Aralık 2022 / 01 December 2022

Makale Kabul Tarihi / Acceptance Date : 04 Ocak 2023 / 04 January 2023

**Makalenin Başlığı / Article Title**

Psikolojik Harekât İstihbaratında Bir Analiz Yöntemi: Hedef Kitle Analizi

An Analysis Method in Psychological Operations Intelligence: Target Audience Analysis

**Yazar(lar) / Writer(s)**

Ediz EKİNCİ

**Atıf Bilgisi / Citation:**

Ekinci, E. (2023). Psikolojik Harekât İstihbaratında Bir Analiz Yöntemi: Hedef Kitle Analizi, *İstihbarat Çalışmaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(1), ss.82-108, DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/icad.12>

Ekinci, E. (2023). An Analysis Method in Psychological Operations Intelligence: Target Audience Analysis, 2(1), pp.82-108, DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/icad.12>

Terörizm ve Radikalleşme ile Mücadele Araştırma Merkezi Derneği

Research Center for Defense Against Terrorism and Radicalization Association

Adres/Address: Beytepe Mah. Kanuni Sultan Süleyman Bulvarı 5387. Cadde  
No:15A D:58

06800 Çankaya/Ankara

Telefon/Telephone: +90 312 441 11 50

[www.icadergisi.com](http://www.icadergisi.com)

e-posta/e-mail: [editor@icadergisi.com](mailto:editor@icadergisi.com)

## PSİKOLOJİK HAREKÂT İSTİHBARATINDA BİR ANALİZ YÖNTEMİ: HEDEF KİTLE ANALİZİ

Ediz EKİNCİ\*

### ÖZET

Psikolojik harekât, hedef olarak seçilen birey, grup veya topluluğun duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını değiştirmek amacıyla icra edilen faaliyetlerdir. Psikolojik harekâtın temeli ise istihbarattır. Yeterli ve detaylı bir istihbarat olmaksızın psikolojik harekât hedeflerinin tespiti mümkün olmadığı gibi verilen bir vazifenin de planlanıp, icra edilmesi ihtimal dışıdır. Psikolojik harekâtın karar verme sürecinde vazifenin alınmasından emrin verilmesine kadar ki tüm safhalarda psikolojik harekât istihbaratının oransal olarak çok büyük bir bölümü de “hedef kitle analizinden” başka bir şey değildir. Hedef kitle analizi test ve değerlendirme süreci olmaksızın tek başına sınırlı katkılar sağlayabilir. Gerek psikolojik harekât faaliyetlerini başlatmadan evvel hedef kitleye uygun bir kampanyanın düzenlenmesi için, gerekse faaliyetler icra edildikten sonra başarı derecesinin ne olduğu, elde edilen başarıyı takviye, elde edilemeyen hedeflerin başarılabilmesi için gerekli geri besleme bilgilerinin tekrar sürece sokularak işlenmesi ve komutanın emrettiği vazifenin başarılması için yapılması gerekenlerin tümü ancak test ve değerlendirme süreci ile sağlanabilir. Hedef kitle analizi ile test ve değerlendirme süreci birbiri içine girmiş ayrılmaz parçalardır. Birinin çıktısı diğerinin girdisidir. Süreç devam ederken bu girdi işlenerek çıktı olarak yine tekrar ilkinin girdisi haline gelir. Bu inceleme makalesinin amacı psikolojik harekât faaliyetleri kapsamında ihtiyaç duyulan istihbaratın analiz yöntemi olarak hedef kitle analizi yöntemini ayrıntılı şekilde incelemektir.

**Anahtar Kelimeler:** *Psikolojik Harp, Psikolojik Harekât, İstihbarat, Psikolojik Harekât İstihbaratı, Hedef Kitle Analizi.*

### ABSTRACT

## AN ANALYSIS METHOD IN PSYCHOLOGICAL OPERATIONS INTELLIGENCE: TARGET AUDIENCE ANALYSIS

Psychological operations are the activities carried out to change the emotions, thoughts, attitudes and behaviors of the individual, group or populace, selected as the target. The basis of “Psychological Operations” is intelligence. Without adequate and detailed intelligence, it is not possible to determine the psychological operation’s targets and it is not possible for a given mission to be planned and executed. During the psychological operations decision-making process, a proportionally large part of psychological operations intelligence is actually nothing more than “Target Audience Analysis” at all stages - from assuming the task to giving the operation order. Target audience analysis, on the other hand, can only make limited contributions without a testing and evaluation process. Reinforcing the success

\* Terörizm ve Radikalleşme ile Mücadele Araştırma Merkezi Derneği, edizekinci@epenek.com, ORCID: 0000-0002 0470-5257

Makale Başvuru Tarihi / Application Date: 01 Aralık 2022 / 01 December 2022

Makale Kabul Tarihi / Acceptance Date: 04 Ocak 2023 / 04 January 2023

achieved, both in order to organize a campaign suitable for the target audience before starting the psychological operations activities, and what the degree of success is after the activities are carried out. All that needs to be done in order to re-process the necessary feedback information to attain the unachievable targets and to achieve the task ordered by the commander can only be accomplished through testing and evaluation process. Target audience analysis and testing and evaluation process are inseparable parts of each other. The output of one is the input of the other, and while the process continues, this input is processed and is the input of the first one again as an output. The purpose of this review article is to examine the target audience analysis method as the analysis method of intelligence needed within the scope of psychological operations activities.

**Keywords:** *Psychological Warfare, Psychological Operations, Intelligence, Psychological Operations Intelligence, Target Audience Analysis.*

## **GİRİŞ**

Savaş süresince ordunun moralini yüksek tutmak, insan gücünü ve zihnini en iyi şekilde kullanmak için psikoloji bilimine geniş ölçüde yer verilmektedir. Bu kapsamda propaganda da psikoloji biliminden yararlanmaktadır. Yapılan psikolojik araştırmalar kapsamında insanların düşüncelerini etkileyen, morallerini yükselten ya da bozan birçok ilke tespit edilmiştir. Psikolojik harp de bu ilkelerin kullanılmasıyla meydana gelmektedir (Baymur, 1994, s.7). Bu çerçevede ele alındığında psikolojik harp orduların hasımlarını yenebilmesi, savaşları kazanabilmesi için gerekli olan, en az konvansiyonel silah sistemleri kadar önemli araçlardan birisi olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada öncelikle psikolojik harp ve harekât kavramları incelenecek, psikolojik harekâtın istihbarat disiplini ile ilişkisi ele alınacak, psikolojik harekât istihbaratı olarak anılan bu istihbarat türüne ait analiz yöntemi olan hedef kitle analizi kavramı incelenecektir.

## **1. PSİKOLOJİK HARP VE HAREKÂT KAVRAMLARI**

Psikolojik harp, çeşitli nedenlerle sınırdan silahlı saldırıyla harekete geçemeyen düşmanın, diğer araçlarla milli bünyeye, vatan sathına girerek ve yerel personelden istifade ederek, içten bölücü ya da içten yıkıcı metotları kapsayan bir saldırı olarak karşımıza çıkmaktadır (Korkut, 1975, s.1). Başka bir ifadeyle psikolojik harp, nihai zaferin elde edilmesini destekleyecek şekilde düşman, tarafsız ve dost toplulukların düşünceleri, hayat görüşleri, hissiyatlarına tesir etmek için propaganda ve ilgili tedbirlerin planlı şekilde kullanılmasıdır. Psikolojik harp hem savaşta hem barışta, insanların duygu,

düşünce ve davranışlarını değiştirmek maksadıyla bilginin kullanılması olarak tanımlanabilir (Tarhan, 2003, s.21). Özellikle askeri literatürde yer alan psikolojik harp kavramı, hasım ülkeyi içten yıkmaya odaklanan, ister sizi destekleyen isterse desteklemeyen ya da tarafsız düşüncelere sahip bireylerin davranışlarını sizin istediğiniz yönde değiştirme amacı güden faaliyetlerin bütünüdür.

Bu çerçevede psikolojik harp, bir devletin ya da devletler grubunun, diğer devlet ya da devletler grubu üzerinde milli menfaatlerini gerçekleştirmek üzere, o ülkede veya başka ülkelerde seçtiği hedef kitlelerin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını kendi amaçları doğrultusunda değiştirmek için, siyasi, askeri, ekonomik, sosyolojik, ideolojik ve teknolojik alanda yapılan faaliyetlerin tümüne denilmektedir. Psikolojik harp devlet çapında uygulanan bir harp türüdür (Yıldırım, 2007, s.129).

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre psikolojik harp tanımı; “Temeli propagandaya dayanan, karşı düşünceli grupların birbirlerini etkileyebilmek ve kendi düşüncelerini kabul ettirmek için aralarında tehdit, şantaj, yıldırma vb. psikolojik öğelerin kullanıldığı mücadele türü” şeklinde ifade edilmektedir (TDK, 2022).

ABD Kara Kuvvetleri “Psikolojik Hareket Talimnamesi” psikolojik harbi, milli hedeflerin ele geçirilmesinde propaganda ve diğer psikolojik faaliyetlerin yabancı düşman grupların fikir, duygu, tutum ve davranışlarını etkilemek maksadıyla planlı kullanımını şeklinde tanımlamaktadır (FM 3-05-30, Haziran 2000). ABD’de, psikolojik harp kavramı 1942’den itibaren Eisenhower’ın karargahında teşkil ettiği Psikolojik Harp Birimleriyle kullanılır hale gelmiştir. 1960’dan sonra ise hem psikolojik harp hem de propaganda kavramlarının insanların zihinlerinde kötüleyici etkiler yaratması nedeniyle psikolojik harekât ya da psikolojik operasyon kavramları kullanılmaya başlanmıştır (Güler, 2017, s.179).

Kavramları tam olarak yerine oturtabilmek amacıyla, bu aşamada psikolojik harp ve psikolojik harekât kavramlarının incelenmesinde ve aralarındaki farklılıkların ortaya konulmasında fayda görülmektedir. “Psikolojik harp ile psikolojik harekât tanımları genellikle karıştırılmakta ve sıklıkla birbirleri yerine kullanılmaktadır. Bu iki kavram temelde aynı anlamdadır ancak psikolojik harp kavramı psikolojik harekâtı da kapsamakta, içine almaktadır. Psikolojik harp tüm milli güç unsurlarıyla bir devletin diğer devletler üzerinde milli menfaatlerini geliştirmek üzere icra

ettiği faaliyetler iken psikolojik harekât ise milli menfaatlerin gerçekleştirilmesi için milli güç unsurlarından sadece biriyle gerçekleştirilmektedir. Psikolojik harp devlet çapında yürütülürken, psikolojik harekât ise silahlı kuvvetler çapında yürütülür” (Korkut, 1975, s.8). Devlet çapında uygulanması, devletin, milli güç unsurlarının tümünü harekete geçirebilme yetki ve kabiliyetine sahip olmasındandır.

“Psikolojik harekât; savaş ve barış döneminde dost, tarafsız veya düşman hedef toplumların tutum ve davranışlarını etkileyerek, politik ve askeri hedeflerin elde edilmesini desteklemek için siyasi, ekonomik, ideolojik ve askeri faaliyetleri de kapsayacak şekilde planlanarak uygulanan tüm faaliyetlerdir” (Göksu, 2002, s.363). Diğer bir çalışmaya göre; “Psikolojik harekât; örgütlü, amacı sadece gerçek kişiler olan, mal ve cana yönelik şiddetten ziyade onun yarattığı korku psikozuyla propaganda ve ajitasyon yöntemlerini kullanarak zihinlerde, duygularda ve davranışlarda etki yapmaya yönelik bilimsel, sistematik faaliyetler” şeklinde tanımlanabilir (Çeşme, 2005, s.102). Psikolojik harekâtı “silahlı mücadelenin dışında düşman ülkenin moral gücünü çökertmek, milli birliğini bozmak, iç huzurunu kaçırmak, siyasi ve sosyal karışıklığa düşürmek, devlet ve vatandaşlar arasındaki güveni sarsmak, basın veya hedef ülke kamuoyunu tesir altına almak, korku, telaş ve / veya heyecan yaratmak gibi amaçlarla uygulanan yıpratıcı ve yıkıcı faaliyetler” olarak tanımlamak da mümkündür (Gümü, 2000, s.692).

İyiat’a (2013, s.19) göre ise psikolojik harbin bir veya birden fazla alanda uyguladığı psikolojik faaliyete psikolojik harekât adı verilmektedir. Başka bir deyişle psikolojik harekât, devlet seviyesinde uygulanan psikolojik harbin bir bölümünü oluşturur. Yani psikolojik harekât denildiğinde, devlet çapında yürütülen psikolojik harbin, devletin organlarından birisi tarafından yürütülen faaliyetler olduğu anlaşılmalıdır. Bu çalışmada ise psikolojik harekâtın silahlı kuvvetler tarafından yürütülen askeri boyutu ele alınmıştır. Milli güç unsurlarının diğer öğelerinin planlayıp uygulanacağı psikolojik harekât faaliyetlerinde de aynı veya benzer yöntem ve metotlar benimsenirken, farklılık, kullanılan araç ve kaynakların her bir milli güç unsurunun özelliklerine ve karakterine uygun olmasından ileri gelir.

Devlet çapında uygulanan psikolojik harpte hasmın milli güç unsurları hedef alınırken, askeri psikolojik harekâta düşmanın komutanları ve hasım askeri birlikler ile dost birlikler hedef alınır. Ayrıca harekât alanında askerî harekâta etkisi olduğu düşünülen devlet dışı silahlı aktörler gibi diğer

unsurlar da hedef olarak değerlendirilir. Askeri psikolojik harekât, diğer askerî harekât çeşitleriyle müşterek ve koordineli olarak icra edilir. Psikolojik harekâtın başarısı; detaylı, müşterek ve merkezi planlama ile merkezi icraya, etkin bir istihbarata, politika ve askeri faaliyetler arasında uyum sağlanmasına ve çok yönlü, kapsamlı bir hazırlık yapılmasına bağlıdır.

Psikolojik harekât, askerî harekâtın çeşitleri olan kara, deniz, hava, özel kuvvet harekâtı, amfibi harekât, hava indirme harekâtı, hava hücum harekâtı, ateşle taarruz harekâtı ve bilgi harekâtı çeşitlerinden bilgi harekâtı kapsamına giren bir harekât olarak da tasnif edilebilmektedir. Psikolojik harekâtın da içinde yer aldığı bilgi harekâtının kapsamında komuta-kontrol harekâtı, istihbarat, sayısal bilgi harekâtı, basın halkla ilişkiler ve sivil-asker iş birliği faaliyetlerini sinerji yaratacak şekilde birbirleriyle koordineli icra etmek üzere bu faaliyetleri disiplin altına almayı amaçlayan bir yaklaşım bulunmaktadır. Psikolojik harekât, tüm askerî harekât çeşitlerinin içinde kendi fonksiyonunu yerine getiren kendine özgü bir alan olarak nitelendirilmektedir. Bu kapsamda psikolojik harekât, bilginin, insanların fikir, düşünce ve tutumlarını dost kuvvetlerin istekleri doğrultusunda etkilemek maksadıyla kullanılmasıdır (FM 100-6, 2003, ss.2-1,2-24).

Psikolojik harekât planlama ve icracıları, hedef kitle olarak tespit ettikleri, tanımladıkları birey, grup veya topluluğu kendi maksatlarına uygun olarak etkilemek için hedef kitlenin alınan askeri vazifeye doğrudan ilişkisi bulunan özelliklerini öncelikle öğrenmek isterler. Odak noktası dikkat edileceği üzere askerî harekâtın vazifesidir. Vazifenin başarılmasına katkısı olmayacak hususlar inceleme dışında tutulur. Bunun tek nedeni, eldeki zaman, para ve diğer kaynakların getirdiği kısıtlar değil, daha çok vazifeye odaklanılması gereksinimidir. Bir psikolojik harekât kampanyasının hazırlık sürecinde göz önünde bulundurulması gereken en önemli ve kritik husus vazifedir. Psikolojik harekât görevleri açısından bakıldığında vazife hiyerarşik bir komuta zinciri içerisinde hükümetten başlayarak stratejik seviyedeki komutanlığa kadar gelir. Tüm askerî harekât nevelerinde olduğu gibi psikolojik harekâta da askeri hedefler bir stratejik seviyedeki siyasi maksada matuftur. Askerî harekât, siyasi hedeflerin elde edilmesine yönlendirilir. Karar verici veya komutan onayından geçmemiş vazife, vazife olarak değerlendirilemez. Psikolojik harekât, diğer askerî harekât nevelerinden farklı olarak merkezi olarak planlanır ve tek elden icra edilir. Psikolojik harekât planlayıcıları, hedef kitleyi ikna etmek, düşünsel ve duygusal sorgulamalarını etkilemek, yönlendirmek ve psikolojik harekât

kampanyalarını daha etkin hale getirmek için eksiksiz, güncel ve ayrıntılı bilgilere ihtiyaç duyar. Hükümet tarafından verilen direktife bağlı olarak en üst seviyeden en alttaki birliğe kadar kapsamı farklı da olsa bir karar verme süreci başlatılır. Bu karar verme süreci vazifenin alınması, başarının sağlanması için tüm kaynak ve yeteneklerin analitik yöntemlerle ortaya konulması, incelenmesi ve kararın verilmesi, harekât planının hazırlanması ve hedefin ele geçirilmesi ve ondan sonraki evreleri de içine alan devamlı bir süreçtir. Askerî harekâtın maksadı verilen vazifenin başarılmasıdır (FM 3-05.30, 2000, s.7-11).

Yapılan tanımlamalardan yola çıkarak psikolojik harekâtın, hedef birey, grup veya toplulukların- ki bunlar dost, hasım veya tarafsız olabilirler-duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını uygulayanın maksatları doğrultusunda değiştirmek için icra edilen faaliyetlerdir. Hedef, temelde insan olduğuna göre istenilen değişimi sağlayabilmenin yollarını ortaya çıkarabilmek için o insanı oldukça iyi tanımak gerekir. Buradan da psikolojik harekât istihbaratının ilgili alanları ortaya çıkmaktadır. Hedefteki insana istenilen duygu, düşünce ve davranışı kazandırabilmek amacıyla, söz konusu insanı motive eden, harekete geçiren unsurların neler olduğunu ortaya çıkarmak için verinin analitik yöntemler kullanılarak elde edilmesi, tasnifi, analizi ve dağıtımı, psikolojik harekât istihbaratının konusunu teşkil etmektedir. Bu çalışmada askerî harekâtın diğer fonksiyon ve yeteneklerinin ne olduğuna değinmeden, çalışmanın özüne odaklanarak psikolojik harekât istihbaratı ve analiz yöntemleri üzerinden incelenecektir.

## **2. PSİKOLOJİK HAREKÂT İSTİHBARATI**

Psikolojik harekâtın istihbarat gereksinimleri konvansiyonel harekâtın istihbarat gereksiniminden oldukça farklıdır. Konvansiyonel birlikler düşmanın kuvveti, muharebe düzenleri, silah sistemleri, hareket tarzları hakkında istihbarata ihtiyaç duyarken, psikolojik harekât birlikleri düşmanın düşüncesi, tutumları, inançları, hassas tarafları, rasyonel veya irrasyonel davranış kalıpları hakkında bilgiye ihtiyaç duyarlar (Daugherty vd., 1958, s.132). Psikolojik harekâtın başlangıç ve bitiş noktası psikolojik harekât istihbaratıdır. Burada kastedilen husus; psikolojik harekât istihbaratının hedef kitlenin tanımlanması ve özellikleri dikkate alınarak nasıl ikna edileceği sorusuyla başlayıp, hedef kitle ikna oldu mu sorusuyla bitmesidir. Psikolojik harekât karar verme sürecinde vazifenin alınmasından harekât emrinin verilmesine kadar ki tüm safhalarda psikolojik harekât istihbaratının büyük kısmını ise hedef kitle analizi oluşturur.

En basit tanımıyla psikolojik harekât faaliyetlerinde kullanılmak için elde edilen istihbarata psikolojik harekât istihbaratı denir. Başka bir deyişle; bir devletin başka bir devlet üzerindeki milli menfaatlerini tahakkuk ettirmesi amacıyla uyguladığı psikolojik harekât faaliyetlerinde kullanacağı, hasım tarafa yönelik hassasiyetlerin, zafiyetlerin tespiti, tasnifi, yorumlanması ve analizi psikolojik harekât istihbaratı olarak tanımlanmaktadır (Kalelioğlu, 2002, s.100). Tanımdan yola çıkarak psikolojik harekât faaliyetlerine yönelik istihbarat çerçevesinde, düşmanın silah sistemleri, birliklerin tertiplenmesi, imkân ve kabiliyetleri, niyeti, karargahının yeri, lojistik sistemleri gibi askeri bilgilerden ziyade düşmanın düşünce yapısı, hassasiyetleri, zayıf yönleri, sosyal, siyasi, ekonomik ve askeri yapısı hakkında ihtiyaç duyulan bilgilerin toplandığı ve analiz edildiği anlaşılmaktadır. Hedef toplumla ilgili psikolojik harekât istihbaratı hedef kitlenin mevcut duruma karşı tutumu, şikayetleri, etnik yapısı, hayal kırıklıkları, kullanılan lisan, problemleri, milli heyecanı gibi konuları kapsar.

Psikolojik harp istihbaratı, psikolojik harbin koordinesi ve yabancı psikolojik harp etkisinin değerlendirilmesi için yapılan bir istihbarat faaliyetidir. Psikolojik harp istihbaratı genel istihbarattan farklı olarak yabancı insan gruplarının fikir, davranış, heyecan ve temayüllerine ait bilgilere dayanır (Kalelioğlu, 2002, s.102). Bu çerçevede psikolojik harekât istihbaratının ilgi alanının sadece bu harekâtın uygulanacağı toplumla alakalı olmadığı aynı zamanda hasım güçlerin kendi toplumumuz üzerine uyguladığı psikolojik harekâtın etkilerini de belirlemek amacıyla üretilen istihbaratı da kapsamı gerektiği anlaşılmaktadır.

Psikolojik harekâtın planlama ve icrası için gerekli olan veri ve bilgilerin büyük bir çoğunluğu açık kaynaklardan elde edilir. Psikolojik harekât istihbaratı gazete, dergi, akademik yayınlar, incelemeler, kitap, ansiklopedi, radyo, televizyon ve internet yayınları gibi açık kaynaklardan, araştırma ve inceleme raporlarından, düşmandan ele geçirilen belgelerden, resmi evraktan, istihbarat raporlarından, mektup, not defteri gibi kişisel belgelerden, biyografik istihbarat belgelerinden, savaş esirlerinden, mültecilerden, yönetici konumundaki sivillerden, kolluk personelinde elde edilebilmektedir (Kalelioğlu, 2002, s.103). İlâveten psikolojik harekât istihbaratının en önemli kaynağı harekât alanındaki yerel halktır. Halkla yapılacak birebir / yüz yüze görüşmeler, yerel halkın kendi ordusu için düşüncelerini, hassas oldukları konuları, hangi konularda nasıl yaklaşırsa halkın kalbine girilebileceği ve zihinlerinin kazanılabileceğine yönelik



sağlıklı bilgi akışı sağlayacaktır.

Açık kaynaklardan hedef topluma ilişkin; üst düzey askeri ve sivil personelin / bürokratların atamaları, askeri ve sivil teşkilat yapıları ve işleyişleri hakkında bilgiler, devlet yapısının işleyişi, muhalif grupların tepkileri, ortaya çıkan sorunlar, ekonomik durum, ekonomik zorlukların halk üzerindeki etkisi, halkın idareye ve siyasilere karşı tutumu, reaksiyonu, sosyal, demografik ve etnik yapısı, bu yapı içindeki farklılıklar ve problemler gibi konularda değerli ve güncel bilgiler elde edilir. Yayımlanan kitap, araştırma makaleleri, gazete ve dergilerden, hedef toplumun ilgilendiği konular, en son olaylar, kronolojik bir şekilde izlenerek, hedef topluma yönelik yürütülen propaganda faaliyetleri sonucu toplumun tutumundaki değişiklikleri tespit etmek mümkündür. Ayrıca toplumun zayıf tarafları, hassasiyetleri de bu yöntemle ortaya çıkarılabilir. Gazeteler ve dergiler düzenli olarak yayımlandıklarından, olaylardaki ve tutumlardaki değişiklikler bu yayınların takibi sonucu fark edilebilmekte ve propagandaya dahil edilebilmektedir. Bununla beraber psikolojik harekât uzmanı yorumlama ve analiz yaparken, o memleketteki basın hürriyetinin derecesini, hükümetin basın üzerindeki kontrolünü, basının tarafsızlığı gibi basının çalışmasını etkileyen faktörleri göz önünde bulundurur. Ayrıca gazete ve dergilerin dini, ekonomik, siyasal bakımlardan durumları, sempati ve ideolojik gruplar üzerindeki etkileri gibi hususları da bu süreçte dikkate alınmalıdır (Yıldırım, 2007, s.151).

Psikolojik harekât istihbaratının hedefleri;

- İstismarı mümkün olan zafiyetleri ortaya çıkarabilmek,
- Yetki verildiğinde bu bilgilerin toplanmasına yardım etmek ve toplama faaliyetlerini koordine etmek,
- Psikolojik harp faaliyetlerinin etkilerini değerlendirmek,
- Uygulanan psikolojik harp faaliyetlerinin ulaştığı sonuçları tespit etmek,
- Düşmanın zayıf taraflarına ilişkin bilgileri toplamak,
- Propagandayı tam zamanında kullanabilecek durum ve fırsat anlarını tespit etmek,
- Propaganda içeriğinde kullanılmak üzere kıymetlendirilmiş haberleri toplanmak ve elde hazır bulundurmak,
- Düşmana yönelik propaganda faaliyetlerinin etkilerini ölçmek üzere bilgi toplamak,
- Düşmanın tarafımıza yönelttiği propagandanın etkisini ölçmek ve

düşman propagandasını boşa çıkarmak üzere uygun yöntem ve vasıtaları belirlemektir (Yıldırım, 2007, s.151).

Psikolojik harekât istihbaratında ihtiyaç duyulan bilgilerin, istihbaratla görevli kurum, kuruluşlar ve sistemlerden alınması mümkün ise de psikolojik harekâtın kendi doğası gereği bu çalışmaları bizzat psikolojik harekât teşkillerinin eğitilmiş personeli vasıtasıyla hazırlamak da mümkündür. Psikolojik harekât istihbaratının hazırlanması, test ve değerlendirilmesi mutlaka bu konuda eğitim almış psikolojik harekât uzmanları tarafından yapılmalıdır. Ayrıca psikolojik harekât istihbaratı ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda nihai maksadın “Hedef Kitle Analizine” girdi olacak bilgiler ile psikolojik harekât faaliyetleri sonucu elde edilen etkinin ne olduğu hususlarını elde etmek olduğu gözden uzak tutulmamalıdır. Bu bağlamda, istihbarat elde edilirken hedef kitle analizinin bir psikolojik hedefi ve ona bağlı destekleyici psikolojik harekât hedeflerini elde etmek için hedef kitlenin nasıl ikna edileceğini belirlemek olduğu daima hatırlanmalıdır. Bu analiz belirli bir hedef kitleden nasıl belirli bir tepki alınacağını belirlemek için oluşturulan bir faaliyet olacaktır (FM 33-1-1, 2003, s.5-1).

Halkın, yani harekât alanında yer alan insanların, duygu ve düşünceleri, örf ve adetleri, hassas tarafları, hoşlandıkları ve sevdikleri şeyler / davranışlar gibi kritik bilginin temini için psikolojik harekât birliklerince hedef kitle analizi yöntemi tercih edilmektedir.

### **3. PSİKOLOJİK HAREKÂT İSTİHBARATININ TEMELİ: HEDEF KİTLE ANALİZİ**

Devletler arasındaki güç dengesi mücadelesinde tarafların isteklerini birbirine zor kullanarak kabul ettirme aşamasına gelindiğinde, yani silahlı çatışma ortamında dahi hasmın fiziksel olarak imha edilmesi gerekli olmayabilir. Bunun birçok gerekçesi olabilir. Hasmın savaşma azminin kırılması, liderlerine olan güvenin azaltılması, hedef kitlede birlik ve beraberlik hislerinin çökertilmesi veya yok edilmesi, her seviyedeki askeri aldatma planındaki senaryolara inandırılması siyasi ve askeri hedeflerin ele geçirilmesini kolaylaştırır (FM 3-0, 2008, s.7-2).

Bu nedenle, hedef kitlenin duygu ve düşünce yapısını ve buna bağlı olarak tutum ve davranışlarını şekillendirmek, mücadeleye olan arzu ve iradesini zayıflatmak, istediğimiz son duruma ikna etmek için hedef kitleyle ilgili ayrıntılı bilgilere ihtiyaç vardır. Öte yandan, dost hedef kitlenin duygu

ve düşüncelerini takviye etmek, tarafsız kitlelerin desteğini kazanmak da psikolojik harekâtın amaçlarındandır. Psikolojik harekâtın hedef kitle analizinde hedef kitle sınıflandırmasına giren birey, grup ve toplumlarla ilgili bilgiye sahip olmak gerekir (FM 3-13, 2003, s.5-8). Kısacası, psikolojik harekât bilgiyi kullanarak etkiyi sağlama çabasıdır

Hedef Kitle Analizi, bir hedef kitlenin kilit özelliklerinin, sorunlarının ve paradigmalarının, özetle olası hassasiyetlerinin tanımlanmasını kapsar. Hedef Kitlenin algı ve genel endişelerinin anlaşılması ve hedef kitlenin buna bağlı olarak nelerden etkilendiğinin ve nelerle harekete geçirilebileceğinin bilinmesini gerektirir (McElroy, 1990, s.23).

Hedef kitle analizi ise test ve değerlendirme süreci olmaksızın tek başına sınırlı katkılar sağlayabilir. Test ve değerlendirme hem başlangıç hem de de bitiş noktasının kritik aşamasıdır. Gerek psikolojik harekât faaliyetlerini başlatmadan önce hedef kitleye uygun bir kampanyanın planlanabilmesi için, gerekse faaliyetlerin icrası esnasında ve sonrasında başarı derecesinin ne olduğu, elde edilen başarının takviye edilmesi, elde edilemeyen hedeflerin başarılabilmesi için gerekli geri besleme bilgilerinin tekrar sürece sokularak işlenmesi ve nihayetinde vazifenin başarılması için yapılması gerekenlerin tümü test ve değerlendirme süreci ile sağlanabilir. Hedef kitle analizi ile test ve değerlendirme süreci birbiri içine girmiş ayrılmaz parçalardır.

Bununla birlikte psikolojik harekât istihbaratı temel olarak kendi araştırma kaynak, araç ve yöntemlerini kullanmak ister. Psikolojik harekât istihbaratı, istihbarat ürünlerini; planlama ve yönetim, ihtiyaçların tespiti, yöneltme, haberlerin toplanması, istihbaratın meydana getirilmesi, işlem ve yayımlama aşamalarını kullanarak meydana getirdiği istihbarat sürecini takip ederek oluşturur (Katz, 1982, s.122).

#### **4. HEDEF KİTLE ANALİZ SÜRECİ**

Hedef kitle analizi, vazifeden çıkarılan psikolojik harekât hedefini ele geçirmeyi sağlayabilecek hedef kitleyi tespit edebilmek için vazifeye ilgili gereken bilgilerin sistematik incelenmesidir. Hedef kitle analizinin nihai maksadı, vazifeye yönelik olarak tespit edilen psikolojik harekât hedefine ulaşabilmek için, seçilmiş hedef kitlenin nasıl ikna edileceğini belirlemektir. Analizde, ikna edilmek ve tutum ve davranış geliştirmesini istediğimiz hedef kitle ile ilgili vazifenin başarılmasına etkisi olmayacak, bilgi kirliliğine neden olabilecek bilgiye nadiren ihtiyaç duyulur (FM 33-1-1, 2003, s.4-8).

Buradaki temel kriter incelenen hedef kitlenin, vazifenin başarılmasına etkisi olan özelliklerinin araştırılmasıdır. Örneğin, hedef kitlenin mensup olduğu dini inanç sisteminin askerî harekâtın vazifesinin başarılmasında herhangi bir destekleyici veya engelleyici etkisinin olmayacağı tespit edilmişse, hedef kitlenin dini inançlarının teferruatlı incelenmesine gerek olmayabilir. Onun yerine haber toplama ve istihbarat oluşturma sürecine tahsis edilen kaynakların daha verimli ve ekonomik kullanılmasına ağırlık verilebilir. Hedef kitle analizinin özü, hangi ikna mesajına karşı hangi tepkinin alınacağını önceden tespitidir. Bu bilgiler çerçevesinde oluşturulan psikolojik harekât ürünlerinin (görsel, işitsel, görsel ve işitsel medya ürünleri) kullanımıyla amaçlanan tepkinin hedef kitleden alınıp alınmadığının tespiti hem yürütülen askerî harekâtın başarısını hem de hedef kitleden amaçlanmayan veya vazifenin yapılmasını riske atacak, insan yaşamı kaybına neden olacak, uluslararası veya kamuoyunun meşru karşılamayacağı tepkilerin önüne geçilmiş olacaktır (FM 33-1-1, 2003, s.1-3).

Askerî harekâta, vazife ve bu vazifelerden çıkarılan görevleri yerine getirebilmek için askerî birlikler, caydırıcılık ve harekât alanının şekillendirilmesi çalışmalarıyla diğer askerî harekât safhalarını icra ederler. Vazifenin başarılmasında caydırıcılık ve harekât ortamının şekillendirilmesi, silâh sistemleri, teknoloji, C4ISR (komuta-kontrol, muhabere, bilgisayar, istihbarat, gözetleme, keşif kelimelerinin İngilizce kısaltması) üstünlüğü gibi yeteneklerle hasım üzerinde caydırıcılık sağlanırken sahip olunan nitelik üstünlüğünün dost, hasım ve tarafsız hedef kitlelere iletilmesi ve algılatılması görevini de psikolojik harekât unsurları yaparlar. Bu kapsamda, harekât ortamının şekillendirilmesinde elde mevcut tüm yetenekler kendi sorumluluk ve faaliyetlerini icra ederken psikolojik harekât uzmanları yine vazifeye uygun tespit edilmiş dost, hasım ve tarafsız hedef kitlelerin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını şekillendirmeye gayret ederler. Gerek caydırma gerekse harekât ortamının şekillendirilmesinde uygulanacak psikolojik harekât görevlerinin plan ve icrası için hedef kitleye yönelik istihbaratın eksiksiz sağlanması kritik önemi haizdir. Öte yandan vazifenin yerine getirmesi için komutan ve karargahının vazifeyi tahlil etmesinden sonra ortaya koyacakları farklı hareket tarzlarının her birine uygun farklı veya birbiriyle kesişimi olan psikolojik harekât planlaması yapılacağından her bir harekât tarzına göre farklı hedef kitleler ve bunlara yönelik ikna mesajlarının geliştirilmesi gerekeceği için tespit edilen hedef kitlelerin her

biri için farklı bilgi ihtiyaçları ortaya çıkacaktır. Hedef kitle analizi vazifeden vazifeye farklılıklar göstereceği gibi aynı vazifenin diğer hareket tarzları için de farklılıklar gösterecektir. Çünkü itici ve dikte edici unsur psikolojik hedefler ve bunun bileşenleri olan destekleyici psikolojik hedeflerdir.

Bununla birlikte, tümünden gelim yöntemiyle, askeri harekâtın başarılması için alınan vazife, vazifenin icracı komutan tarafından tahlil edilmesi, tahlil edilen vazifeyi başaracak hareket tarzlarının tespiti, bu hareket tarzlarından faydası en çok, mahzuru en az olan hareket tarzının seçilmesi, diğer hareket tarzlarının olasılık planları için göz önünde bulundurulması, komutan tarafından seçilen en çok başarı vadeden hareket tarzının karar olarak kabul edilip icra edilecek harekâtın planlamasına esas olması gibi askeri karar alma sürecinin algoritmasını oluşturan evreler psikolojik harekât planlamacıları ve icracıları için ana mihenk taşlarıdır.

Vazifenin tahlili ve hareket tarzlarının belirlenmesinde psikolojik harekât personeli komutana hangi hareket tarzının psikolojik harekât bakış açısından daha etkili sonuçlar ortaya koyacağı konusunda danışmanlık yaparlar. (FM 33-1-1, 2003, s.4-15).

Psikolojik harekât icracıları ve istihbaratçılar, ana harekât ve vazifeyle bağlarını hiçbir şekilde kopartamazlar, bağın zayıflamasına dahi izin veremezler. Hangi seviyede olursa olsun askerî harekâtın karmaşık doğasının ve komutanın üzerine yüklediği sorumluluk nedeniyle komutan ve karargâhı psikolojik harekât teşkillerine tahsis edecek zamanlarının kısıtlı olması nedeniyle söz konusu sıkı bağı ve bunun gerektirdiği koordinasyon ve senkronizasyonu muhafaza etmek birinci derecede psikolojik harekât personelinin sorumluluğunda olmalıdır. Buradaki bir zafiyet tüm askerî harekâtı başarısızlığa ve uluslararası kamuoyu nezdinde ülkenin haksız duruma düşmesine neden olabilir.

## **5. HEDEF KİTLELERİN SEÇİLMESİ**

Psikolojik harekât faaliyetlerinin temel ilgi alanı toplumlar yani kitlelerdir (Özdağ, 2013, s.208). Burada belirtilen “kitle” kelimesi yığın anlamında olup, Le Bon’a (2017, s.19) göre bir araya gelişleri ister tesadüfi ister başka bir gerekçeyle olsun, fert kimliğinden ayrılarak oldukça başka bir karaktere dönüşen insan topluluğu anlamı taşımaktadır. Bu anlamda yine Le Bon’a göre psikolojik harekât farklı amaçlarla bir araya gelen bu toplulukları hedef alır. Psikolojik harekâtın hedef aldığı bu kitlelerin özelliklerini göz önünde bulundurarak özel bir çalışma sonucu plan yapılır (2017, s.24).

Hedef kitle analizi, vazifeden elde edilen/çıkarılan psikolojik hedefin elde edilmesini sağlayacak hedef kitlenin seçilmesi için psikolojik harekât ile ilgili istihbarat ve bilgilerin detaylı ve sistematik incelenmesi sürecidir (FM 33-1-1, 2003, s.3-16).

Hedef kitle analizinin birinci aşaması hedef kitlenin seçimidir. Hedef kitle, psikolojik hedef ve onu destekleyen alt görevler olarak nitelendirilebilecek destekleyici psikolojik hedeflere göre seçilecek, genel olarak bireyler, gruplar veya toplumlardır. Seçim kriteri, hassasiyet, etkilenme derecesi, etkinlik, kitlenin istenen tepkileri verme yeteneği, kitlenin kitle iletişim araçlarına erişebilirliği gibi faktörlerden oluşur.

Hedef kitle analiz süreci aşağıdaki dört temel soruyu cevaplamaya çalışır:

- İstenen davranışsal ve tutumsal tepkiyi elde etmede hangi hedef kitleler en etkin olabilecektir?

- Hangi ikna mesajları hedef kitleyi psikolojik hedefi elde etmek için etkileyecektir?

- Seçilmiş ikna mesajını en etkili olarak hangi kitle iletişim vasıtası iletecektir?

- Hangi olaylar psikolojik harekât gayretlerinin başarı veya başarısızlığının göstergesi olacaktır? (FM 33-1-1, 2003, s.5-1).

Hedef kitlenin mümkün olduğu kadar açık, net ve belirgin olarak tanımlanması psikolojik harekât gayretlerinin başarısı için önemlidir. Bir psikolojik hedef olarak, hedef kitleden istenilen tepkinin alınabilmesi için, seçilen hedef kitlenin özelliklerinin, ihtiyaçlarının ve hassasiyetlerinin kesişim kümesinin mümkün olduğunca geniş olması arzu edilir. Şayet hedef kitle bu nitelikleri taşıyorsa ya hedef kitle yanlış seçilmiş ya da mevcut psikolojik hedef için uygun olmayan bir hedef kitle alınmıştır. Psikolojik harekât yetenekleri açısından gelişmiş teşkilere ve kaynaklara sahip ülkelerin psikolojik harekât kampanyaları incelendiğinde, bir psikolojik hedefi elde etmek için hedef kitle olma özelliği taşımayan homojen yapılar bulunmaması halinde yıllar süren ve büyük mali kaynaklar harcanarak o psikolojik hedefin ele geçirilmesini sağlayacak hedef kitle inşası operasyonları yapabildikleri görülmektedir.

Bu nedenle hedef kitlenin seçimi psikolojik harekât faaliyetleri açısından kritik önem taşımaktadır. Homojen olmayan hedef kitleler için

yapılacak hedef kitle analizi ve bunun sonucu elde edilecek bilgilerle icra edilecek bir psikolojik harekâtın dost psikolojik hedeflerini elde etmede telafisi zor başarısızlıklara neden olacağı bilinmelidir (FM 33-1-1, 2003, s.5-3).

Psikolojik harekât analizcisi belirli bir hedef kitleyi tanımlamadan önce o hedef kitlenin aşağıdaki karakteristiklere sahip olup olmadığını incelemelidir.

- Hedef kitle benzer koşullara ve benzer hassasiyetlere sahip olmalıdır.
- Hedef kitle belirtilen destekleyici psikolojik harekât hedefine ilişkin olmalıdır.
- Hedef kitle belirtilen destekleyici psikolojik harekât hedefini elde etme kabiliyetini taşımalıdır (FM 33-1-1, 2003, s.5-1).

Hedef kitle analiz sürecinde hedef kitleyi vazifeye yönelik inceleme esnasında psikolojik harekât istihbarat gayretlerinin yoğunlaştırılacağı hususlar ABD Genelkurmay Başkanlığı yayımı olan Müşterek Psikolojik Harekât Doktrinin 'de aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır.

- Hangi hedef kitle grupları vazifenin başarılmasında plan, karar ve harekât etkinliğine tesir edebilir?

- Bu grupların psikolojik harekâta duyarlılığı ya da etkilenme derecesi nedir?

- Hangi grup davranışları vazifenin başarılmasına yardımcı veya zararlı olabilir?

- Grupların hedef, motivasyon ve özellikleri nelerdir?

- Grubun davranışlarını etkileyebilen liderler kimlerdir?

- Yabancı hedef kitlelere ilişkin kritik bilgi unsuruyla bağlantılı gruplar hangileridir?

- Her bir grubun geçmiş bilgileriyle, bizim istediğimiz veya bize zararlı değerlendirmeleri nelerdir? (Joint Publication 3-53, Doctrine for Joint Psychological Operations, 2003, s.46).

Görüldüğü üzere stratejik seviye olan Genelkurmay Başkanlığı/Müşterek komutanlık seviyesinde hedef kitle seçiminde özellikle vazifenin başarılması ile hedef kitle seçimi arasında güçlü bir bağın olması istenmektedir.

Modern psikolojik harekât birçok safhadan oluşan hedef kitle analizini içerir. İlk safha muhtemel hedef kitleleri belirlemektir. Hedef kitle tespit edildiğinde, hassasiyetleri, hedef kitlenin etkilenme derecesi, koşulları, hedef kitlenin etkinliği gibi özellikleri incelenir. Hassasiyetler, hedef kitleyi etki altına alabilecek psikolojik unsurlar olan algılama, motivasyon, stres ve tutumlardır. Hedef kitlenin etkilenme derecesi, hedef kitlenin aldığı mesaja istenen tepkiyi verme derecesidir. Koşullar ise, hedef kitlenin içinde bulunduğu ve onu etkileyen sosyal, ekonomik, politik, askeri ve fiziki unsurlardır. Hedef kitlenin etkinliği, hedef kitlenin psikolojik harekât personelinin beklediği tepkileri verme yeteneğidir (Goldtein ve Findley, 1996, s.51).

- Koşullar: Hedef kitlenin içinde yaşadığı, onu kapsayan, etkileyen ancak hedef kitlenin bunlar üzerinde sınırlı kontrole sahip olduğu faktörlerdir. Hedef kitleyi etkileyen koşullar sınırsızdır ve bunların pek çoğu destekleyici psikolojik harekât hedefleri ile ilişkili de değildir. Hedef kitle analizi süreci boyunca sadece hedef kitleyi etkileyen ve destekleyici psikolojik harekât hedeflerine ilişkin olanlar göz önünde bulundurulur (FM 33-1-1, 2003, s.5-5).

- Zayıf ve Hassas Taraflar: Hedef kitlenin yoksunluğunu gidermek için çaba sarf ettiği, içinde bulunduğu koşulların ortaya çıkardığı ihtiyaçlardır. Psikolojik harekât personeli, psikolojik hedef ve destekleyici psikolojik hedeflerine uygun olarak istismar edecekleri hedef kitlenin zayıf ve hassas taraflarını eksiksiz bir şekilde tanımlamadan istenen tepkiyi almaları çoğu zaman mümkün değildir. Zayıf ve hassas taraflar, ancak takviye ya da istismar edildiklerinde bir anlam taşırlar. Zayıf ve hassas tarafların kahir ekseriyeti ihtiyaçlardan ortaya çıkar. Hedef kitlenin bir ihtiyacı tatmin etmesi, ona olan ihtiyacı azaltması veya ortadan kaldırması onların davranışlarını değiştirmeye yönelik olarak bir motivasyon sağlar. (FM 33-1-1, 2003, s.5-5)

Bir hedef kitlenin ihtiyaçları o Hedef Kitleyi etkileyen koşulların analiz edilmesi sonucu ortaya çıkarılır. Hassasiyetlerin meydana çıkarılmasındaki aşamalar şu şekilde sıralanabilir.

- Hedef kitleyi etkileyen koşulları temel alan ihtiyaçların tanımlanmasıdır.

- İhtiyaçların sınıflandırılması ve önceliklendirilmesidir. Bu basamaktaki hedef hangi ihtiyaçların en önemli olduğuna ve bunlardan



hangisinin psikolojik harekât uzmanları tarafından ilk önce kullanılması gerektiğine karar vermektedir.

- Çatışan ihtiyaçların ve ne tip bir çatışmanın mevcut olduğuna karar vermektedir. Böylece psikolojik harekât analizcisi belirli bir ihtiyaca ve onun ortaya çıkardığı zayıflık ve hassasiyete en iyi nasıl yaklaşacağını analizciye gösteren, hedef kitlenin çatışmayı çözmek için nasıl bir yol takip edeceğini tahmin edebilir.

- İhtiyaçlar ile destekleyici psikolojik harekât hedefi arasındaki ilişkinin ne olduğuna karar vermektedir. Eğer herhangi bir ihtiyaç destekleyici psikolojik harekât hedefi ile ilişkili ise bu ihtiyaç hedef kitle analizindeki yerini korur. Eğer ilişkili değil ise hedef kitle analizinden çıkartılmalıdır (Ekinci, 2005, s.22).

Sonuç olarak her bir ihtiyaç veya hassasiyet gerekli psikolojik harekât faaliyetini belirlemek için incelenir. Yüksek önceliğe sahip ve destekleyici psikolojik harekât hedefi ile kuvvetli bir ilişkisi olan hassasiyetler destekleyici psikolojik harekât hedefini elde etmek üzere hedef kitleyi etkilemek için istismar edilebilir. Tatmin edildiğinde destekleyici psikolojik harekât hedefinin başarılmasını engelleyecek herhangi bir hassasiyet en aza indirgenmelidir. Diğer düşük öncelikli fakat destekleyici psikolojik harekât hedefi ile kuvvetli bir ilişkisi bulunan hassasiyetler artırılabilir ve ondan sonra da istismar edilebilir (Ekinci, 2005, s.22).

### **5.1. Zayıf ve Hassas Tarafların İhtiyaçlar Teorisiyle İlişkisi**

Abraham Maslow'un 1943 yılında yazdığı "İnsan Motivasyonuna Yönelik Bir Teori" başlıklı makalesindeki ihtiyaçlar hiyerarşisi, ihtiyaçların tatmini açıklaması bakımından en çok bilinendir. Maslow, bir piramit kullanarak bireyin bir sonraki sosyal ihtiyaç basamağına çıkmadan önce temel ihtiyaçlarını tatmin etmesi gerektiğini açıklamıştı. Ayrıca her bir bireyin bir sonraki basamaktan önce diğer basamaklardaki ihtiyaçlarını karşılması gerektiğini ileri sürmüştür (Healy, 2016, s.315).

Çok kriterli karar verme üzerine araştırmaları bulunan Milan Zeleny, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini tamamen reddetmemekle birlikte yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Bu yeni bakış açısına göre Maslow'un dogması insan ihtiyaçlarının bir sıra dahilinde, yüksek derecedeki ihtiyaçlarının ancak daha alt seviyedeki ihtiyaçları yeterli bir şekilde tatmin edildiğinde ortaya çıktığını göstermektedir. Buna göre kendini gerçekleştirme insanoğlunun

nihai ve en üst derecedeki ihtiyaç veya arzudur. Bununla birlikte nefes alma, yeme içme gibi yaşamın ön koşullarının en önde gelen ihtiyaç olarak kabul edilmesi ihtiyaçlar piramidinin yükselmesinde gerekli dayanağı sağlamamaktadır. Zeleny'e göre insan ihtiyaçlarının açıkça tanımlanabilir bir hiyerarşisi yoktur. İnsanoğlu geniş kapsamlı istek, hedef, dürtü ve arzularının eş zamanlı olarak giderilmesi ve bu ihtiyaçlarının dengeli ve aynı anda tatmini için çaba sarf eder. Etkileşim içinde olan karmaşık ihtiyaçlar birbirinden oldukça bağımsızdır ve bu ihtiyaçların tüm alt bileşenleri karşılıklı olarak birbiri ile uyumlu ve birbirini tamamlayandır. Böylesine birbirine paralel ve eş zamanlı ortaya çıkan motivasyonlar en alttan en üstte kadar sıralanamayacak kadar karmaşıktır. Yüksek seviyedeki insan ihtiyaçları aslında daha düşük seviyedeki ihtiyaçları da içinde barındırır. Güvenlik ihtiyacının yanında ait olma ihtiyacı da insanları müşterek ve teşkilatlı toplum oluşturma arayışına iter. Fizyolojik ihtiyaçların yanı sıra saygı görme ihtiyacı avlanan insanı daha etkin ve kabiliyetli olmaya motive eder (Zeleny, 1982, s.21).

Kendini gerçekleştirme ihtiyacı aç, emniyetsiz ve sevgisiz ilkel insana Anadolu'nun pek çok yerinde bulunan mağaralarda görmüş olduğumuz mükemmel güzellikteki duvar resimleri yapmaya zorlar. Bu resimler sanatın en mükemmelini yansıtmakta hatta modern zamanın kendini gerçekleştirmiş sanatçıları tarafından sanat yönü onaylanmış ve hatta bazılarının daha da üstün sanat eserleri olduğu kabul edilen bir sanat gücü ve deneyim derinliği yaymaktadır. İlkel zamanlarda icra edilen sanatın maksat ve işlevleri çeşitli olmakla beraber bu sanatsal üstünlük bir şeyler ortaya koyma arzusundan, estetik ihtiyaçların tatmininden ve kendini ifade etme ihtiyacından kaynaklanıyor görünmektedir (Ekinci, 2005, s.14).

Hapishanedeki mahkumlar, çalışma kamplarındaki hükümlüler ya da birincil ihtiyaçlarını karşılamaktan yoksun bırakılan insanların bahçe işleri ile uğraştıkları, çeşitli sanatsal çalışmalar yaptıkları, çizimler, yazım, şiir ve yeni yeteneklerin elde edilmesi faaliyetleri ile uğraştıkları bilinmektedir. Kör, açlıktan perişan ve üşümüş bir şekilde bir kulede müebbet hapse çarptırılmış olan Dalibor isimli bir adam ile ilgili eski bir Çek hikayesi vardır. Bu adam kendi kendine keman çalmayı öğrenmiştir. Yani perişan ve umutsuz bir hayat Dalibor'a keman çaldırmıştır. Kabul etmesi bazen zor, fakat üst seviyelerdeki ihtiyaçlar pek çok durumda öncelik alabilmektedir (Zeleny, 1982, s.20). Pek çok aç ve yalnız insan kendini gerçekleştirme uğruna çaba sarf ederken, karnı tok sırtı pek birçok insan da kendi ilkel ya da

en alt seviyelerdeki ihtiyaçlarına odaklanmış, kendisinden başka bir şey düşünmeyen bencil bir hayat sürebilmektedir.

## **5.2. İhtiyaçları Giderirken Yeni Zayıflık ve Hassasiyetlerin Ortaya Çıkışı: Çatışma**

Hedef kitlenin ihtiyaçlar bağlamında motivasyon unsurlarını tespit ederken eş zamanlı ortaya çıkan ihtiyaçlarının aynı zamanda sürekli bir çatışmayı da ortaya çıkacağını göz önünde bulundurmak gerekir. Buradan yola çıkarak çoklu çatışan amaçlar veya kriterlerden bahsedilebilir. Fakat şu da bilinmelidir ki ihtiyaçların bizzat kendileri çatışma halinde değildir. Tam tersi, elde edilmeye çalışılan amaçlar bunları elde etme yolunda çeşitli nedenlerle çatışma halindedir, çünkü doğal, ekonomik ve sosyal tahditler elde edilmeye çalışılan çok amaçlılığın aynı anda ve tam olarak gerçekleşmesine izin vermez. Bu tahditleri azalttıkça ihtiyaçlarımızın çeşitliliğini artırır ve sonuç olarak tekrar bir çatışma durumu yaratırız. Aslında yaptığımız şey çatışmaların niceliğini arttırmaya çabalamaktan başka bir şey değildir (Tabucanon, 1989, s.7).

İhtiyaçlarımız bizim sahip olduğumuz hareket tarzlarına bağlı olarak değişebilmektedir. Bu ihtiyaçlar ne birincil ne de ikincil türden ihtiyaçlardır. İhtiyaçlar yaşam tarzımıza göre şekil alır ve ne tür hareket tarzları seçeceğimizi belirler. Harekete geçme ihtiyacı zaten kendi içerisinde bizlerin temel motivasyon unsurlarımızdan biridir. Hareketlerimizin tümü amaçlı, ihtiyaç tatmin edici veya hedefe yönelmiş olmayabilir. Psikolojik harekât analizcisi hedef kitle analiz sürecine devam etmek için hedef kitlenin ihtiyaçlarını sınıflandırmalı ve önceliklendirmelidir. Maslow'un teorisi bu sınıflandırmayı yapmak için kullanılan yollardan sadece biridir. Ancak ihtiyaçlarla ilgili olarak kesin bir sınıflandırmanın olmadığı da Tabucanon ve Zeleny'nin açıklamaları göz önüne alınarak düşünülmelidir.

Bununla birlikte Maslow'un sınıflandırması bazı durumlarda kolaylıkla alt parçalara ayrılabilir. Pek çok insan olağan zamanlarda Maslow'un hiyerarşisine göre davranmakla beraber özellikle zihinsel, duygusal ve fiziksel baskı olarak tanımlanabilecek yüksek stres altında iseler davranışlarını önemli ölçüde değiştirebilmektedirler. Örnek olarak bir çatışma esnasındaki askerler yüksek seviyelerdeki strese dayanabilmekte ve birliğin hedeflerini elde geçirmek için kendi temel ihtiyaçlarının üstesinden gelebilmek üzere eğitilmektedirler. Hedef kitle olarak bu tür insanları değerlendirirken eğitim durumu ve seviyesi de göz önüne alınmalıdır.

Belirli psikolojik hedefleri elde etmek üzere bir hedef ülkede farklı hassasiyetler oluşturmaya yönelik olarak çatışmanın tüm boyutları kullanılarak fiziksel, manevi ve bilgiye yönelik yapılan tüm psikolojik harekât kampanyaları sonucu hedef kitlede hassasiyet artırılmaya ve buna bağlı olarak etkilenebilme derecesi yükseltilmeye çalışılırken, arzulananın tam aksi istikametinde bir tepki oluşabilir ve bu daha öncede bahsedildiği gibi harcanan tüm kaynakların boşa akıtılması yanında milli çıkarlara önemli zararlar verebilir. Böyle bir sonuçla karşılaşmamak için hedef kitle analizi sürecinde hassasiyetler ortaya çıkarılırken ya da yeni hassasiyetler oluşturulmaya çalışılırken hedef kitlenin bir ihtiyacına yönelik olarak hassasiyet eğrisinin ve buna göre marjinal hassasiyet ve ortalama hassasiyet eğrilerinin analizinin iyi yapılması gerekir. Bununla uyumlu olarak etkilenebilme derecesi de marjinallik ve ortalama parametreleri kullanılarak analiz edilmelidir (Ekinci, 2005, s.22).

### **5.3. İhtiyaçların Aciliyetinin Motivasyona Etkisi**

Koşullara bağlı olarak ihtiyaçlar ortaya konduğunda bunlar kritik, kısa vadeli ve uzun vadeli olarak sınıflandırılabilir. Farklı kültürler belirli ihtiyaçlar için farklı öncelikler koymuş olabilirler ve psikolojik harekât uzmanları ihtiyaç sınıflandırmasını buna uygun olarak düzenlemek için kendi uzmanlıklarını ortaya koymaları gerek. Genel bir örnek verecek olursak kritik ihtiyaçlar güvenlik ortamının ciddiyetine bağlı olarak genellikle biyolojik veya muhtemelen güvenlik ile ilgili olacaktır. Kısa dönemli ihtiyaçlar genellikle Maslow'un güvenlik ve ait olma ihtiyaçları olarak sunduğu ihtiyaçlara karşılık gelmektedir. Bunlar hayatı devam ettirmek için derhal tatmin edilmesi gerekmeyen ihtiyaçlardır. Zor ekonomik koşullar, yüksek suç oranı, siyasi özgürlüklerin olmayışı, sağlık ile ilgili imkanların hemen hemen hiç olmaması gibi durumlar kısa vadeli ihtiyaçlara örnek olarak verilebilir. Uzun dönemli ihtiyaçlar Maslow'un saygı görme ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları olarak düşünülmüş olduğu ihtiyaçlardır. Buna verilebilecek örnekler ifade özgürlüğünün mümkün olduğu, istikrarlı bir hükümetin, güçlü bir ekonominin, adil bir adalet sisteminin veya girişim özgürlüğünün bulunması olabilir (FM 33-1-1, 2003, s.5-6).

Önceliklendirme, hedef kitlenin ihtiyaçları tatmin edebilmesi için sahip olduğu arzu ve isteğin derecesini yansıtmalıdır. Farklı koşullara göre ihtiyaç giderme özelliğine sahip bir olgu hedef kitle tarafından daha büyük bir gayret ile elde edilmeye çalışılacağından genellikle daha yüksek önceliğe sahip olabilir. İhtiyaçlar önceliklendirildiğinde psikolojik harekât uzmanına

gayretlerinin önceliğine karar vermede yardımcı olacak şekilde kritik, kısa dönemli ve uzun dönemli olarak sınıflandırılmalıdır. Bu noktada psikolojik harekât analizcisi destekleyici psikolojik harekât hedefi ile ilişkili olmayan herhangi bir ihtiyacı dikkate almayacaktır. Analizci kısa vadeli veya uzun vadeli bir ihtiyaçtan önce tatmin edilmesi gereken kritik bir ihtiyacı gözden kaçırabileceği hususunda çok dikkatli olmalıdır. Kritik ihtiyaçlar çoğunlukla tüm destekleyici psikolojik harekât hedefleri ile uyum sağlar. Bir hedef kitlenin bir ihtiyacını karşılamaya çalıştığı pek çok durumda bir çatışma kaçınılmaz olacaktır. Birbiriyle uyuşmayan iki veya daha fazla güdünün bireyi etkilediği anlarda ortaya çıkan bir durumdur. Birey çoğu kez bunlardan hangisini seçeceğine karar veremez ve sıkıntılı bir durum içerisine girer. Bireyi birbirine karşıt iki ayrı veya daha fazla yöne çeken eğilim ve gereksinimler arasındaki sürtüşmeye çatışma adı verilir (FM 33-1-1, 2003, s.5-18).

#### **5.4. Hedef Kitle, İhtiyaçlarına Ait Çatışmayı Nasıl Çözer?**

Karar verme süreci bazı optimizasyon kriterleri altında optimal sonuçlar ortaya çıkaracak şekilde alternatif faaliyet veya hareket tarzları arasından birinin seçilmesi işlemidir. Hedef kitlelerin koşullarından ortaya çıkan ihtiyaçlara bağlı hassasiyetleri ve buna bağlı “etkilenebilme derecesini” bulabilmek ve buna uygun ürünleri geliştirerek hedef kitleyi psikolojik harekât hedeflerini başarmak üzere etkilemek hedef kitlelerin ihtiyaçlarını tatmin için karar verme süreçlerinin çok iyi bilinmesine bağlıdır. Hedef kitlenin ihtiyaçlarını tatmin sürecinde nasıl ve neye göre karar verdikleri hususunda bilgi sahibi olabilmek için “çok kriterli karar verme” konusunda bazı temel bilgilere ihtiyaç vardır. Şimdi sorun, ihtiyaçların tatmini ise bu sorunu tanımlamadan önce mevcut alternatifler ve kriter kümeleri bilinmeli ve ortaya konmalıdır. Ancak bundan sonra seçim süreci başlayabilir (Tabucanon,1989, s.8).

Çok kriterli karar vermeyi karmaşık yapan husus ihtiyaçları tatminde var olan seçim kriterlerinin fazlalığıdır. Tek amaçlı problemlerde çok fazla alternatifler olsa bile çok amaçlı problemlere nazaran bunların çözümü göreceli olarak daha kolaydır. Özellikle hedef kitlenin içinde bulunduğu karmaşık sosyal sistemlerde “çoklu kriter”, “çoklu amaç”, “çoklu özellik” gibi terimler karar durumlarını tanımlamak için kullanılır. Bu terimler genellikle birbiri yerine kullanılmaktadır. Gerçekten de bu terimler için ortak bir tanım bulmak oldukça güçtür. Çok kriterli karar verme; çok amaçlı karar verme veya çok özellikli karar verme model ve teknikleri ile ilgili kabul

edilmiş bir adlandırma olarak ortaya çıkmıştır. Çok amaçlı karar verme metotları çok sayıda alternatif kümesine sahip problemler için kullanılırken, çok özellikli karar verme metotları daha dar kapsamlı alternatifler arasından en iyi olanını seçmek anlamında kullanılır. Bunlardan çok amaçlı karar verme bir optimizasyon tekniğidir; diğer yandan çok özellikli karar verme ise matematiksel programlama teknikleri gerektirmeyen seçenek bulma tekniğidir (Zeleny, 1982, s.26). Örnek olarak, dondurma yemek isteyen bir kişi bu dondurmadan ne kadar ve hangi cinsten satın alacağını düşünmektedir. Bunu yaparken ödeyeceği parayı ve alacağı kaloriyi en aza indirmeye çalışırken bu dondurmadan alacağı hazzı en üstte çıkarmak istemektedir. Bu çok amaçlı bir karar verme işlemidir. Böyle bir sorunla karşı karşıya gelen kişi cüzdanındaki para ve kilo almamayı istemesinden dolayı sahip olduğu kilo sınırlamaları içerisinde yukarıda da görüldüğü gibi üç kriterle fakat neredeyse sınırsız sayıda düşünülebilecek alternatifle yüz yüzedir. Diğer taraftan çok özellikli karar verme kişinin bu dondurmayı dondurma satan ve göreceli daha az sayıda olan alternatif dondurmacılardan hangisinden en iyi temin edilebileceğine karar vermesini sağlayan bir karar verme sürecidir. Bu örnekteki kriterler de kalite, temizlik ve fiyat olabilir.

Çok kriterli karar vermede gerekli koşul birden fazla kriterin bulunmasıdır. Yeter koşul ise kriterlerin çatışıyor olmasıdır. Kısaca şu tanım yapılabilir; bir ihtiyacın tatmini ile ilgili bir sorun söz konusu olduğunda bunu çok kriterli bir problem olarak adlandırmak için en az iki çatışan kriter ve en az iki alternatif çözüm olmalıdır. Eğer bir ihtiyacın tam olarak tatmin edilmesi diğer bir ihtiyacın tam tatminini engelliyorsa kriterlerin çatışma içinde olduğu söylenir. Daha basit bir ifadeyle söylemek gerekirse, bir ihtiyacın tatminindeki artış diğer bir başka ihtiyacın tatmininde azalışa neden oluyorsa ortada “çok ciddi” bir çatışma söz konusudur. Ancak çok kriterli karar vermede kriterlerin “çok ciddi” şekilde çatışması da gerekli değildir; yeter şart kriterler arasında bir çatışmanın var olmasıdır (Zeleny, 1982, s.26).

Çatışma kişisel veya kişiler arası nedenlerle ortaya çıkabilmektedir. Bir otomobil almak isteyen bir şahıs genellikle kendi kişisel tercihlerinden kaynaklanan çatışmalarla yüz yüze gelmektedir. Örnek olarak, ucuz, konforlu, yüksek performanslı ve lüks bir otomobil sahibi olmayı istemektedir. Ama ne yazık ki bütün bu özelliklerin tek bir otomobilde toplanması genellikle mümkün değildir. Benzer bir durum, fakat kişiler arası nedenlerle ortaya çıkan kriterler çatışmasına örnek olarak işe yakın bir evde oturmak isteyen adam ile alışveriş merkezlerine ve çocukların okuluna yakın

bir yerde oturmak isteyen eşi arasındaki tercih farklılıklarından ortaya çıkan kriterler çatışması verilebilir. İhtiyaçların çatışması yanı sıra ihtiyaçlarını tatminini önleyen, geciktiren, sınırlandıran engellenme olgusu ise elde edilmek istenen bir nesneye, ulaşmak istenen belli bir hedefe ulaşma veya bir gereksinimin giderilmesinin önlenmesi durumunda ortaya çıkan olumsuz duygulardır. Bir ihtiyacı gidermeye yönelik bir davranış; bireysel, fiziksel, toplumsal, kültürel nedenlerle bloke edilebilir (Zeleny, 1982, s.26).

Tüm amaçlar vazgeçilebilir, bunlardan bazıları diğerlerinden önemli olsa bile tümü uzlaşma sürecine dahil edilebilir. Bu olasılıklar çözümü bulmadaki zorluğun derecesindeki azalış açısından düşünülerek sunulmuştur. Çoklu kriterlerin önem derecesini değerlendirmede tamamen hedef kitlenin yargılarına bağlı yöntemler kullanılır (Zeleny, 1982, s.25).

Bu yöntemler tek bir kişi veya bir insan grubundan meydana gelen hedef kitleleri içerir. Genel olarak grupların kullandığı yöntemlerde grup üyeleri sorumlu karar vericinin de dahil olabildiği uzmanlar veya özel eğitilmiş bireylerden oluşur. Fikirleri ölçmek veya belirlemek tek bir bireyden bilgi elde etmek ya da belirli bir ilgi alanında uzman olan birçok kişiden gelen girdileri toplamayı ihtiva eder. Bunlardan en basit olan yöntem bireysel uzman görüşüdür. Uzmanlar kullanılarak yapılan araştırma ve paneller fikir ve düşünceleri belirlemede daha iyi bir yoldur. Bireylerden ziyade grupların düşünce, fikirlerini elde etmenin amacı gruba ait düşüncelerin geniş kapsamlı bilgi yetenek ve deneyimin analize dahil edilmesinin sağlanmasıdır (FM 33-1-1, 2003, s.7-10).

Hedef kitle tüm bu kararları verirken mutlaka rasyonel ve matematik doğruluğu tartışmasız kararlar vermeyecektir. İhtiyacımızı tatmin için girdiğimiz bir giyim mağazasında bazı kereler ihtiyacımız olmayan malları da satın alabilmekteyiz. Bizi buna iten sonsuz sayıda faktörler olabilir. Satıcının güler yüzlü davranması, aynı malın diğer mağazalara göre çok düşük fiyatlarla satılıyor olması, malın rengi, albenisi, o anda mağaza ses yayın siteminde çalan bir müziğin bilinç altımızdaki bazı arzuları dürtmesi gibi sonsuz etken faktörler bizi o malın satın alınması sonucuna götürebilmektedir. İşte bu nedenle ihtiyaçların tatmininde hedef kitlenin içinde bulunduğu koşullardan kaynaklanan ihtiyaçlar ve buna bağlı hassasiyet ve etkilenme dereceleri çok iyi analiz edilmeden psikolojik harekât uzmanları da kendi pazarladığı psikolojik harekât ürünlerini deyim yerindeyse satamazlar. Bu yapılan kampanyanın, harcanan kaynakların yoğunluk ve maliyetinden bağımsız olan bir husustur.

## **6. İKNA MESAJLARI**

Aristoteles ikna etmenin doğuştan gelen bir yetenek değil, retorik yoluyla erişilebilen bir kabiliyet olduğunu, bu kabiliyetin ise ikna edici öğelerin gösterilmesi kabiliyeti olduğunu ifade eder (L'Etang, 2002, s. 190). Bireyleri ikna etmek için gerekli olan kanıtlar bir gösteri eşliğinde sunulmalıdır. Bu gösteri ne kadar etkileyici ise bireyler o kadar ikna olurlar. Retorik kanıtlar simgelerin uygun kullanımını içermektedir (Heath, 2004, s.126). Aristoteles "Retorik" isimli eserinde iknanın "ethos", "logos" ve "pathos" üçlemesiyle sağlanabileceğini belirtir. "Ethos" retoriği kullanan konuşmacının, ikna etmeye çalışan kişinin karakteri, "logos" ikna için mantığı kullanarak gerçeği gösterme ve "pathos" ise ikna edilecek kitlenin duygularına hitap etme anlamına gelmektedir (Aristoteles, 2004, s.38).

İkna edici iletişim ise hedef kitlenin davranışlarında sınırlı değişiklikler meydana getirmeyi amaçlayan faaliyetleri kapsar. İletişim de kişi, grup ve kitleleri hedef alarak onların davranışlarını değiştirmeyi amaçlar. Bireyler ifade ettikleriyle başkalarının kendisini anlamasını ve anladıklarına tepki verilmesini isterler. Birinci sürece iletişim, ikincisine ise ikna adı verilir. İkna edici iletişim, davranış modellerini değiştirmek amacıyla kullanılan bir mesaj alışverişidir (Schram, 1960, s.71).

Hedef kitle analizi sürecinin çıktısı da ikna edici mesajlardır. Hedef kitleyi kendi maksatlarımız doğrultusunda bir fikre, duyguya, tavır ve davranış değişikliğine yönlendirmek için ikna edilmesi tüm psikolojik harekât çabalarının sonucudur. Algı yönetimi, toplum mühendisliği, etki harekâtı gibi bağlama göre farklı isimler alan ikna çalışmaları hedef kitle analizinin hasılasının alınacağı safhadır. Şayet formüle edilen ikna mesajlarıyla hedef kitleden vazifeyi destekleyecek önceden belirlenmiş tepki alınırsa psikolojik hedef ve onun bileşenleri olan destekleyici psikolojik harekât hedefleri başarılmış demektir. İkna mesajları, analiz sürecinde elde edilen bilgiler ışığında belirli temalar veya sembollerle hedef kitlelere iletilir (Ekinci, 2005, s.28).

İkna mesajlarında kullanılan kelime ve cümle yapılarının hedef kitlenin tarih, kültür, coğrafya ve gelenekleriyle uyumlu olması ve propaganda tekniklerini, propaganda prensip ve kaidelerine uyacak şekilde düzenlenmesi istenen tepkinin alınmasında kilit önemdedir. Propagandanın birinci prensibi propaganda yapıyor izlenimi vermemektir. Tema ve sembollerin seçiminde yerel kişi veya uzmanlardan yararlanmak yapılacak



hataların önüne geçmede etkili bir yoldur. Atasözlerimizden “Müslüman mahallesinde salyangoz satılmaz” sözü ikna mesajlarında kullanılan tema ve sembollerin önemini göstermektedir. Çalışma kapsamında olmağı için propaganda teknikleri konusunda değinilmeyecektir, ancak propaganda teknikleri sadece kitaplarda yazan veya literatürde olanlarla sınırlı olmayabilir (Ekinci, 2005, s.29). Bu nedenle psikolojik harekâtın icra edildiğı bölgelere has özelliklerden yararlanarak denemesi yapılmış, uzman görüşü alınmış, ön testi yapılmış yeni propaganda tekniklerinin geliştirilmesine de ihtiyaç bulunmaktadır.

## **SONUÇ**

Psikolojik harekâtın amacı, hedef kitlenin mevcut tutumunu, hazırlayanın amaçlarını gerçekleştirmesinde etkili olacak eylemleri harekete geçirerek değiştirmek ya da kuvvetlendirmektir. Bu amacı gerçekleştirmek için psikolojik harekât uzmanları tutumun ne olduğu, nasıl oluşturuldukları ve davranışlar üzerindeki etkileri ile ilgili çalışma bilgisine sahip olmalıdırlar. Bu soruların cevaplarına ulaşmak için en uygun metot, ilk olarak bireysel motivasyonu incelemek daha sonra da grup davranışlarını gözden geçirmektir. Psikolojik harekât, planlanan veya icra edilen askerî harekâtın psikolojik harekât desteğini sağlamak, seçilen hedef kitlenin duygu, düşünce, tutum, davranışlarını etkilemek veya amaçlar doğrultusunda değiştirmek için, hedef kitle hakkında ayrıntılı, güncel bilgilere ve istihbarata ihtiyaç duyar. Psikolojik harekât istihbaratı, icra edilen harekât faaliyetlerinin psikolojik harekât desteğini sağlamak amacıyla hedef kitlelerin özellikleri, hassasiyetleri, her türlü sosyal, siyasi, ekonomik ve askeri nitelikleri hakkında ihtiyaç duyulan bilgilerin toplanması ve değerlendirilmesi ile ilgilidir. Bu da hedef kitle analiz sürecine bir girdi olarak katkı sağlayacaktır. Hedef toplumla ilgili psikolojik harekât istihbaratı hedef kitlenin mevcut duruma karşı tutumu, şikayetleri, etnik yapısı, hayal kırıklıkları, kullanılan lisan, problemleri, milli heyecanı gibi konuları kapsar. Bu hususların her biri hedef kitle analiz sürecinde elde etmek istediğimiz bilgilerdir. Psikolojik harekât, hedef kitlenin yani temelde insanın düşüncelerine, ya da duygusal yönlerine, moral gücüne yöneltilecek çalışmalar olup, bu özelliğı ile yalnızca askeri hedefleri değil, siyasi, ekonomik veya sosyal yapıyı da etkiler.

İstihbarat üretimi psikolojik harekât için en önemli faaliyettir. Uygun bir istihbarat olmadan psikolojik operasyonlar etkin bir şekilde planlanamaz ve başarılı bir şekilde yürütülemez. Karar vericiler, hasmın hareket tarzını

değerlendirmek, muharebe sahasını anlamak ve düşmanın hareket tarzına göre kendi hareket tarzlarını belirlemek için istihbarata ihtiyaç duyarlar. Psikolojik harekât da diğer askerî harekât türleri gibi uygun istihbarata sahip olmayı gerektirir. Psikolojik harekât; zamanında, doğru ve uygun istihbarat gerektirmektedir. Uygun bir istihbarat akışı olmadan, bir psikolojik harekât kampanyası yanlış hedef kitleye yönlendirilebilir veya doğru hedef kitleye yönlendirilse bile aksi yönde hatta istenmeyen sonuçlar doğurabilir.

Psikolojik harekât için istihbarat gereksinimleri, geleneksel harekât türlerinden önemli ölçüde farklıdır. Askeri birlikler, düşman kuvvetlerinin sayıları, savaş düzeni, silah sistemleri ve hareket tarzları hakkında istihbarata ihtiyaç duyarlarken psikolojik harekât birimleri, hasımlarının algıları, görüşleri, tutumları, inançları, duyarlılıkları ve rasyonel ve rasyonel olmayan davranış kalıplarına ilişkin bilgilere ihtiyaç duyarlar.

Bunun yanı sıra, psikolojik harekât istihbaratının toplanma yöntemi de geleneksel istihbarat toplama yöntemlerinden farklılık göstermektedir. Psikolojik harekât için istihbarat halkla sosyal etkileşim, gazeteler, dergiler, kitaplar, akademik yayınlar gibi açık istihbarat kaynaklarından en iyi şekilde elde edilebilir. Hedef kitle analizi, hedef kitlenin temel sorunlarının, endişelerinin ve temalarının tanımlanmasını kapsar. Bu kapsamda hedef kitle analizinin psikolojik harekât istihbaratının üretilmesinde en önemli yere sahip olduğunu söylemek de mümkündür.

Uluslararası güç mücadelesinde durum üstünlüğünü ele geçirmek ve devam ettirmek, milli çıkarların tahakkuk ettirilmesini temin etmek amacıyla milli güç unsurlarının karşılıklı destek içerisinde hedefe teksif ettirilmesi sürecinde milli gücün en dinamik unsurlarından biri olan askeri gücün kullanılmasında hasım üzerinde caydırıcılık sağlamak, bu mümkün olmadığı takdirde risk ve tehditleri bertaraf etmek üzere hasımın etkisiz hale getirilmesi, tarafsız hedef kitlelerin desteğinin sağlanması ve dost hedef kitlelerin tutum ve davranışlarının takviye edilmesinde psikolojik harekâtın etkin planlanıp uygulanması her şeyden önce gereksiz can kaybını önleyecek, kaynakların en maliyet etkin kullanılmasına imkan sağlayacaktır. Hedef kitlenin analiz sürecinde belirlenmesi ve buna bağlı olarak ikna mesajlarının oluşturulmasında en önemli ve kritik unsur söz konusu mesajlarda hedef kitleye verilen bilginin veya yapılan çağrının her zaman “tamamen doğruyu” ifade ediyor olmasıdır. Doğruluğu şüpheli veya dayandırıldığı esasların zayıflığı hedef kitle tarafından ortaya çıkarılabilecek ikna mesajlarının dosta ve dost harekâta vereceği zarar ve kayıpların telafisi

çoğu zaman mümkün olmamaktır. Psikolojik harekât her zaman “doğruyu” söyler, hiçbir şekilde “yalan” haber, bilgi ve çağrı içermez. Halkla ilişkiler, kamu diplomasisi gibi diğer iletişim türlerinden farkı seçilen zaman, yer, yön, maksat ve kapsamdır. Psikolojik harekât bu açıdan hassas ve özel bir iletişim sahasını temsil eder.

Son cümle olarak, gerek devlet çapında uygulanacak psikolojik harp, gerekse askerî harekâtın desteklenmesinde kullanılan psikolojik harekât uygulamaları iç kamuoyuna yönelik iletişimin kapsamı dışında mütalaa edilmelidir.

### **KAYNAKÇA**

- Aristoteles. (2004). *Retorik* (Çev. M. H. Doğan). İstanbul: Y.K.Y.
- Baymur, F. (1994). *Genel psikoloji*. İnkılap Kitabevi.
- Çeşme, A. (2005). *Psikolojik harekât ve PKK: Kansız mücadelenin kanlı yüzü*. IQ Kültür.
- Daugherty, W. E., Janowitz, M., Pyk, L. W., Schramm, W., Klapper, J. T., Becker, H. & Young, W. R. (1958). *A psychological warfare casebook*. Research Analysis Corp Mclean VA.
- FM 100-6. (2003). *Information operations: Doctrine, tactics, techniques, and procedures*
- FM 33-1-1. (2003). *Psychological operations tactics, techniques, and procedures*.
- FM 3-0, (2008). *Operations*. Headquarters Department of the Army, Washington, DC.
- Ekinci, E. (2005). *Psikolojik harekât hedef kitle analizi*, Gnkur Yayınları, Ankara.
- Goldtejn, Frank L. and Benjamin F. Findley, (ed). *Psychological Operations: Principles and Case Studies*. Alabama: Air University Press, 1996.
- Güler, R. (2017). *Güç ve ikna sanatı stratejik iletişim*. İhtimal Dergisi Yayınevi.
- Göksu, T. (2002). Bir psikolojik harekât yöntemi olarak propagandada gözetilmesi gereken temel ilkeler ve medyaya düşen rol. *Türkiye'nin Güvenliği Sempozyumu Bildiriler*, Elazığ
- Gümüş, B. (2000). Terör ve terörle mücadelede psikolojik harekâtın önemi. *Birinci Milletlerarası Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Güvenlik ve*

*Huzur Sempozyumu Bildirileri*, Elazığ

- Healy, K. (2016). A theory of human motivation by Abraham H. Maslow (1942). *British Journal of Psychiatry*, 208(4), 313-323. doi:10.1192/bjp.bp.115.179622.
- Heath, R. L. (2004). *Halkla ilişkiler için retoriksel bir uygulama*. H. Güz ve S. Y. Becerikli (Ed.), *Halkla İlişkilerde Seçme Yazılar içinde* (s. 107–154). Ankara: Alban Tanıtım.
- İyiat, B. (2013). *Zihin kontrolü: Psikolojik savaşın temel ilkeleri*. Kripto Basım Yayım, Ankara
- Joint Publication 3-53 5 (2003). *Doctrine for joint psychological operations*
- Kalelioğlu, O. (2002). Psikolojik harp istihbaratı. *Avrasya Dosyası-İstihbarat Özel*, 8, 100-108.
- Korkut, R. (1975). *Psikolojik savunma*. TC. Ulaştırma Bakanlığı, Ankara.
- Le Bon, G. (2017). *Kitleler psikolojisi*, Hayat Yayınları, Ankara.
- L'Etang, J. (2002). *Halkla ilişkiler ve retorik*. J. L'Etang ve M. Pieczka (Ed.), *Halkla ilişkilerde eleştirel yaklaşımlar içinde* (s. 189–213). Ankara: Vadi Yayınları.
- McElroy, D. M. PSYOP the Invisible Battlefield. *Military Intelligence Professional Bulletin*. 16(3), pp. 22-25.
- Katz,P.P. (1982). *Intelligence for psychological operations*. Ronald D. McLaurin, ed., *Military Propaganda. Psychological Warfare and Operations*, New York, Praeger, içinde
- Özdağ, Ü. (2013). *İstihbarat teorisi*. Kripto Yayınları, Ankara.
- Schram, W. (1960). *Mass communications*. University of Illinois Press, Illinois.
- Tabucanon, M. T. (1989). *Multiple criteria decision making in industry*, Elsevier Science Ltd, ISBN-10 044470541-4:
- Tarhan, N. (2003). *Psikolojik savaş*. Timaş Yayınları.
- TDK. (2022). *Psikolojik savaş*. Erişim tarihi: 22 Haziran 2022, <https://sozluk.gov.tr/>
- Yıldırım, N. (2007). *Psikolojik savaş teknikleri: Kore ve Irak örneği*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Zeleny, M. (1982) *Multiple criteria decision making*, McGraw-Hill, New York, ISBN 0070727953, 9780070727953.