|  |
| --- |
| **ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ** |
| **FEN EDEBİYAT FAKÜLTESİ SOSYOLOJİ BÖLÜMÜ** |
| **Dersin Adı : SOS291 – SOSYAL PSİKOLOJİ** | **Hafta : 11 Tarih : 25.12.2020** |
| **Dersin Hocası : Dr. Murat ŞAHİN** | **Konu : Dünyada Sosyal Psikoloji Alanındaki Çalışmalar** |

**Sosyal Etki ve Uyma:** Sosyal psikoloji alanı, kişisel farklılıklardan ziyade benzer davranışların nedenleri üzerinde durmaktadır ve bunun temelinde sosyal etki kavramı yatmaktadır. Sosyal etki sonucu meydana gelen uyma davranışı kişilerin “benzerliğini” ve dolayısıyla sosyal davranış düzenliliğini yaratır. Kişinin davranış özgürlüğünü vurgulayan özgürlük, eşitlik, girişimcilik, yaratıcılık vb. değer yargıları ve ahlak, din, görgü, hukuk kuralları gibi toplumsal ilişkileri devam ettirebilme çabası uyum ve uyma parodoksunu yaratır. Toplumsal uyumun sosyal psikolojideki belirli bir şekline uyma davranışı denir. Sosyal kurallara uyum sağlamak ile uyma davranışı arasında bir fark yok gibi görünse de bunlar davranışlarımızın oluşum dinamikleri açısından farklı şekilde ele alınmaktadır. Uyma davranışı, bir bireyin, davranış ve görüşlerini gerçek veya hayali baskı aracılığıyla değiştirmesi ve baskı yönüne doğru uyum göstermesi biçiminde tanımlanmaktadır.

**Tutumlar ve Önyargılar:** Tutum terimi toplumsal psikolojide genel olarak bir bireye atfedilen ve onun psikolojik bir obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilime işaret etmek için kullanılmaktadır (Smith, 1973). Bu tanımdan anlaşıldığı gibi, tutum bir bireye aittir ve onun bir nesneye ilişkin düşünce, duygu ve davranışlarına bir bütünlük, bir tutarlılık verir. Tanımdaki “bir bireye atfedilen” ifadesi ise tutumun gözle görülmeyen bireysel bir yaşantı olduğunu vurgulamaktadır. Önyargılar bir bireyin, bir başka birey hakkında olumsuz duygu ve değerlendirmelere sahip olmasıdır. Bir grup insana karşı adil olamayan hoşgörüsüz bir tutum yani görüştür.

**Davranışları Anlamak:** Sosyal psikoloji, insanı ve insanın etkileşim içinde olduğu çevreyi ve toplumu odak alır. Bu nedenle sosyal psikoloji, işletme, pazarlama, siyaset bilimi, iletişim gibi alanlar için son derece önemli bilgi birikimine sahip bir disiplindir. Bireylerin davranışını etkileyen toplumsal güçleri konu alan sosyoloji, kendimizde ve gerekse başkalarında gözlediğimiz bazı davranışları anlamada bizlere yardımcı olan psikoloji ve kültürel açıklamalarla alana getirdiği katkı açısından antropoloji, sosyal psikolojinin temellerini oluşturmaktadır.

**Tutum Değişimi:** Tutumların da diğer öğrenilmiş özellikler gibi değişmesi, farklılaşması mümkündür. Ürettiği malın reklamını yapan bir şirket tüketicinin, seçim konuşması yapan bir politikacı seçmenin, oğlunu sigara içmekten vazgeçirmeye çalışan bir baba oğlunun tutumlarını değiştirmeye çalışmaktadır. Görüldüğü gibi tutum değişmesi konusu, bir başkasını etkilemeye çalışan herkesi yakından ilgilendirmektedir. Bu nedenle, tutum değişmesi konusu sosyal psikolojide en çok araştırılan konulardan birisidir. Tutum değişimini ele alan kuramlar dört başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar: 1.Sosyal Yargı Kuramları, 2. Öğrenme Kuramları, 3. Tutarlılık ve Denge Kuramları 4. İşlevsel Kuramlar.

**Propaganda:** Propaganda, bir bireyin ya da grubun kendi menfaatleri doğrultusunda, başkalarının düşüncelerini ve davranışlarını etkilemek amacıyla önceden tasarlayarak, ikna ve telkin yöntemlerini kullanarak yaptıkları eyleme denir. Propaganda çok sayıda insanın düşünce ve davranışlarını etkilemek amacını taşıyan önceden planlanmış bir mesajlar bütünüdür.

**Tüketici Davranışları:** Tüketici davranışları, pazarlama alanın temel konularından biridir. Tüketici davranışları, bireylerin ürün ve hizmetleri satın alma süreçlerini, tüketime ilişkin faaliyet ve tutumlarını kapsayan bir kavramdır. Tüketici davranışları tüketicilerin ihtiyaç, güdü, algı ve tutumlarının bir sonucu olarak ortaya çıkmakta, kişilerin ürün ve hizmetleri değerlendirme, elde etme ve kullanmaya ilişkin zihinsel ve fiziksel faaliyetlerini kapsamaktadır.