

Sosyal Çevre ve Davranış Bağlamında Halo ve Horn Etkisi ve Ters Yönlü Bir Algı Yönetimi Denemesi

Halo and Horn Effects in the Context of Social Environment and Behavior
and a Reverse Perception Management Experiment

Bilal KARTAL

Dr. Öğr. Üyesi, Hakkari Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Psikolojisi Bilim Dalı
Asst. Prof., Hakkari University, Faculty of Theology, Department of Psychology
of Religion, Hakkari/Turkey

bilalhrtl@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9537-3835

Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Date Received: 12 Ekim / October 2022

Kabul Tarihi / Date Accepted: 7 Aralık / December 2022

DOI: [10.53683/gifad.1187890](https://doi.org/10.53683/gifad.1187890)

Atıf / Citation: Kartal, Bilal. "Sosyal Çevre ve Davranış Bağlamında Halo ve Horn Etkisi ve Ters Yönlü Bir Algı Yönetimi Denemesi / Halo and Horn Effects in the Context of Social Environment and Behavior and a Reverse Perception Management Experiment". *Gifad: Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi / The Journal of Gumushane University Faculty of Theology*, 12/23 (Ocak/January 2023/1): 115-129

İntihal: Bu makale özel bir yazılım ile taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.
Plagiarism: This article has been scanned by special software. No plagiarism was detected.
Web: <http://dergipark.gov.tr/tr/pub/gifad> **Mail:** ilahiyatdergi@gumushane.edu.tr
Copyright© Published by Gümüşhane Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi / Gumushane University, Faculty of Theology, Gümüşhane, 29000 Turkey. Bütün hakları saklıdır. / All right reserved.

Öz

İnsan davranışı çok boyutludur ve insan davranışlarının meydana gelme sürecinde çeşitli aşamaları bulunmaktadır. Bu süreçte insanlar hem içsel hem de dışsal faktörlerden etkilenmektedir. Etki yönü bazen pozitif yönlü bazen de negatif yönlüdür. İnsanların birbirlerine karşı negatif yönlü tutumları insanlar arası çatışmaya sebep olabilmektedir. Bu yüzden bu çalışmada toplumda oluşmuş yanlış algılardan dolayı negatif yönlü davranışın zararlarından ve insanları nasıl etkilediğinden bahsedilmiştir. Bu algının Hakkari özelinde nasıl değiştirilebileceğine ve insanların bir arada uyum içerisinde yaşayabilmelerine ilişkin önerilerde bulunulmuştur. Çalışmanın amacı, sosyal çevre ve davranış değişikliği arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalardan Halo ve Horn etkisini Hakkari'de yaşayan kişilere yönelik hem il içinde hem de il dışında nasıl bir izlenimin oluştuğu ile ilgili durum hakkında açıklamalar ve analizler yapmaktır. Daha çok Horn etkisinin hâkim olduğunu düşündüğümüz bu durumu tersine çevirme girişiminde bulunmak da çalışmanın amaçlarındandır. Çalışmanın yöntemi, konu ile ilgili yapılan çalışmalar ve daha önce yapılan benzer çalışmaların verileri merkeze alınmış bir şekilde literatür taramasıdır.

Anahtar kelimeler: *Din Psikolojisi, Sosyal Psikoloji, Halo ve Horn Etkisi, Algı Yönetimi*

Abstract

Human behavior is multidimensional and there are various stages in the process of human behavior. In this process, people are affected by both internal and external factors. The direction of influence is sometimes positive and sometimes negative. Negative attitudes of people towards each other can cause interpersonal conflict. Therefore, in this study, it is mentioned about the harms of negative behavior and how it affects people due to misperceptions in society. Suggestions have been made on how this perception can be changed in Hakkari and how people can live together in harmony. The aim of the study is to make explanations and analyzes about the situation regarding the effect of halo and horn effect on people from Hakkari, which is one of the studies dealing with the relationship between social environment and behavior change, both inside and outside the province. One of the aims of the study is to attempt to reverse this situation, which we think is dominated by the horn effect. The method of the study is a literature review based on the studies on the subject and the data of previous similar studies.

Keywords: *Psychology of Religion, Social Psychology, Halo and Horn Effect, Perception Management.*

Extended Summary

Based on the behaviors that emerge at the end of a certain process, people make judgments about each other. Before this process, a situation called perception takes place. Perception is the process of interpreting the information that a person feels with his senses, processes cognitively, creates a physical or mental reaction form that he records in his memory. The process of producing a product by processing what people receive from the outside world through their senses is also called perception. It is said that social perception is underlying the similar behaviors of people. Although individual differences are mentioned in this regard, social influence, attitudes and beliefs cause people's behaviors to show similarity. In the process of social perception, religious and moral values of people are also very effective. This process, in which judgments are made by taking into account all kinds of data in the process of perceiving the events that are related to the person, is also called social impact. It is impossible for humans, who are social beings, to act independently from the external environment in the process of forming their perceptions and behaviors. For this reason, people's perceptions are also changed in such a way that their characters are in the center. In this study, it is aimed to make explanations and analyzes about the situation regarding the effect of halo and horn effect on people from Hakkari, both inside and outside the province. It is also aimed to attempt to reverse this situation, which we think is dominated by the horn effect. When a person meets a new person, even if they do not know him, he has some information about him, analyzes what the other person looks like, how he reacts, and simultaneously has an idea about that person. All these processes are called impression formation. The halo effect means having a general positive opinion about a person due to a positive feature. Horn effect, on the other hand, means having a general negative thought about oneself due to a negative feature of the person. In the halo effect, a right destroys all the wrongs, while in the horn effect, a wrong destroys all the truths. Although the origin of the concept of perception management is based on a military discourse, it is frequently used in media such as marketing, politics, internal security services, public diplomacy and international relations. Perception management is defined as the whole of facts, projection, deception and psychological operations. With perception management, it is aimed to change the attitudes of individuals and societies by using manipulated information about the target. The impressions formed and perceptions about other people are due to certain internal and external factors. The nature of these factors also affects impressions and perceptions. It is known that both internal and external factors change over time.

Accordingly, people's attitudes towards each other never remain the same. Behaviors of people are sometimes hostile, marginalizing, and sometimes friendly, inclusive and embracing. The language, religion and cultural differences in our country will benefit all citizens in terms of social cohesion, instead of people marginalizing each other and entering into conflict with prejudices and discrimination. In this respect, the change in the perception associated with terrorism regarding Hakkari is very important. This attitude will have great benefits in ending terrorism and interpersonal conflict. This attitude will bring people to live together with love and devotion. Therefore, a reverse perception management and the repetition of this by the important authorities of the state and their support with larger projects will accelerate this process. The establishment of a unity based on common values in Türkiye and the approach of believers to each other in this way will produce good results in terms of social cohesion. In particular, revealing the points that people have in common rather than their differences, and gathering of people around it and coming together through that mediation will lead to the rapid removal of obstacles between people. We can deal with this in terms of religion and belief. Türkiye is a country where the majority of the population is Muslim. Therefore, religion is an important phenomenon that ensures people's togetherness and that they do not have prejudices against each other. Approaching people with a common sense of religious unity will alleviate conflict between people. The fact that people from any province of Türkiye can come together with religious brotherhood can be considered as a preliminary preparation for them to come together on every subject. Leaving aside people's prejudices and attitudes full of discrimination will not only prevent social conflict, but also prevent bigger problems that will arise in the future. In an environment where people are in conflict with each other, neither the next generation nor the current generation can find peace. It should not be overlooked that communicating with love and friendship will have the opposite effect. For this reason, it should not be forgotten that getting rid of the horn effect and transitioning to the halo effect will make very important contributions to the solution of social problems.

Giriş

İnsan davranışı, belirli bir sürecin dışı vurumu olarak meydana gelmektedir. Davranış denilen eylemin ortaya çıkmadan önceki süreci aslında bu çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Bu süreç hem bireysel hem de çevresel faktörlerin aktif rol oynadığı bir süreçtir. Kişinin kendi karakteristik özelliklerinin yanı sıra sosyal olma özelliğinden dolayı çevreden etkilenme durumuna bağlı olarak davranış öncesi süreç gözle görülmeyen bir

boyutta şekillenmektedir. Ardından bu sürecin niteliği davranışın niteliğiyle paralel olarak ilerleyip meydana gelmektedir. Davranış öncesi süreçte insanı etkileyen birçok faktörün olduğu bilinen bir durumdur. Bu faktörlerin hem kişi hem de etkileşim halinde olunan toplum üzerinde etkileri bulunmaktadır. Davranış öncesi sürece dahil olan duyguların da davranış üzerinde önemli rolleri bulunmaktadır. Hem kişisel özellikler hem çevresel faktörler hem de bu ikisinin sonucunda insanda hissedilen duygu durumu insanlar arası ilişkilerin temelini oluşturmaktadır.

Belirli bir sürecin sonunda ortaya çıkan davranışlardan yola çıkılarak kişiler birbirleri ile ilgili yargıda bulunmaktadırlar. Bu süreçten önce de algılama denilen durum gerçekleşmektedir. Kişinin duyularıyla hissettiği, bilişsel olarak işlediği, belleğine kaydettiği fiziksel veya zihinsel bir tepki biçimi oluşturduğu bilgilerin yorumlanması işlemine algı denmektedir.¹ Kişilerin duyuları aracılığıyla dış dünyadan aldıklarını işleyip bir ürün ortaya çıkarma işlemine de algılama ismi verilmektedir.² Algılama süreci, içerisinde bireysel farklılıklar barındırmaktadır. Bu farklılıklar, kişisel tecrübe, kişilik ve kültürden kaynaklanmaktadır. Bunun yanında güdüsel faktörlerin de algılamanın yapılanmasında katkıda bulunduğu söylenmektedir.³

Algılama, bir kişinin genel olarak dış dünya ile ilgili herhangi bir şeyi algı haline getirmesi ile ilgilidir. Ancak çalışmamızda insanlar arası ilişkileri ele aldığımız için sosyal algılama kavramına da değinmemiz gerekmektedir. Sosyal algılama, bir bireyin diğer bireyleri algılama biçimi olarak tanımlanmaktadır.⁴ Kişilerin benzer davranışlarının altında sosyal algının olduğu söylenmektedir.⁵ Bu hususta her ne kadar bireysel farklılıklardan bahsedilse de sosyal etki, tutum ve inançlar, insanların davranışlarının benzerlik göstermesine sebep olmaktadır.⁶ Sosyal algı sürecinde kişilerin dini ve ahlaki değerleri de oldukça etkili olmaktadır.⁷ Kişi ile ilintili olduğu

¹ Bayram Yılmaz, "Yeni Dünya Düzeninde Medya Kitle Psikolojisi ve Algı Yönetimi", *İdarecinin Sesi Dergisi* 3/156 (2013), 68.

² Emrah Arğın, *Algı, Sosyal Algı ve Algı Yönetiminin Sosyal Medyada Kullanımı* (Ankara: İksad, 2021), 7.

³ Muzaffer Şerif - Carolyn W. Şerif, *Sosyal Psikolojiye Giriş I* (İstanbul: Sosyal Yayınları, 1996), 85.

⁴ Tuğray Kaynak, *Organizasyonel Davranış* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1990), 81.

⁵ Mehmet Silah, *Sosyal Psikoloji, Davranış Bilimi* (Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş., 2005), 162.

⁶ Arğın, *Algı, Sosyal Algı ve Algı Yönetiminin Sosyal Medyada Kullanımı*, 38.

⁷ Aynur Örnek, *Türkiye'de Değişen Kültürel Değerlerin Reklama Yansması: Televizyon Reklamları Üzerine Bir İçerik Analizi* (Konya: Selçuk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2006), 42.; Saim Gündoğan,

olayların algılanması sürecinde her türlü verinin dikkate alınarak yargıda bulunduğu bu sürece de sosyal etki denmektedir.⁸

Sosyal bir varlık olan insanın algı ve davranışlarının oluşması sürecinde dış ortamdan bağımsız hareket etmesi olanaksızdır. Bundan dolayı da insanların karakterleri merkezde olacak şekilde algıları da değişikliğe uğramaktadır. Kişinin sosyal çevresi ile davranış değişikliği arasındaki ilişkiyi ele alan bazı deneysel çalışmalar mevcuttur. Bunlar; Milgram'ın itaat (otoriteye itaat) deneyi, Asch'in uyma (diğer insanların görüşlerinden etkilenme) deneyi, Halo ve Horn etkisi, Şerif'in grup kararının doğru olduğuna inanılan deneyi, öncelik sonralık etkisi, adil dünya hipotezi, yakınlık ve salt maruz kalma etkisi ve basmakalıp yargı gibi çalışmalardır.⁹

Bu çalışmada sosyal çevre ve davranış değişikliği arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalardan Halo ve Horn etkisini Hakkarili olan kişilere yönelik hem il içinde hem de il dışında nasıl bir izlenimin oluştuğu ile ilgili durum hakkında açıklamalar ve analizler yapıp daha çok Horn etkisinin hâkim olduğunu düşündüğümüz bu durumu tersine çevirme girişiminde bulunmak amaçlanmaktadır. Bu çalışmanın Hakkarili ili ile ilgili oluşmuş algının değiştirilmesi girişimlerinden olmasını düşündüğümüz yönüyle sosyal uyum ve toplumun psikolojik sağlığı açısından yararlı olacağı kanısındayız. Bu çalışmadaki yöntem, konu ile ilgili yapılan çalışmalar ve daha önce yapılan benzer çalışmaların verileri merkeze alınmış bir şekilde literatür taraması olarak belirlenmiştir.

1. İzlenim Oluşumu

İzlenim oluşumu, sosyal algının ana bileşenlerindedir ve kişilerin birbirleri ile ilgili algılarının oluşumu sürecinde önemli bir ön hazırlıktır. Kişi, yeni biri ile tanıştığında onu tanımasa bile onunla ilgili birtakım bilgilere sahip olur, karşıdaki kişinin neye benzediği, nasıl tepkide bulunduğu ile ilgili analizler yapar ve bu süreç ile eş zamanlı olarak o kişi ile ilgili bir fikre sahip olur. Bütün bu işlemlere izlenim oluşumu ismi verilmektedir. İzlenim oluşumu, belirli bir kişinin kişisel özelliklerini bir bütün halinde örgütleyerek onu nitelendirme süreci olarak tanımlanmaktadır.¹⁰

İzlenim oluşumu yeni bilgiler ışığında sürekli olarak değişip

"Dijital Ortamlardaki Etik Promlemlere Dini ve Felsefi Bir Bakış", ed. Ramazan Meşe vd., C. II (Malatya: İnönü Üniversitesi Yayınları, 2021), 424-428.

⁸ Önder Barlı, *Davranış Bilimleri* (Bizim Büro Basımevi Yayın Dağıtım, 2007), 154.

⁹ Arğın, *Algı, Sosyal Algı ve Algı Yönetiminin Sosyal Medyada Kullanımı*, 42-43.

¹⁰ Nuri Bilgin, *Sosyal Psikoloji* (İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi, 2013), 306.

dönüşmektedir. Aslında bu durum, insanın doğasına uygun bir şekilde gerçekleşmektedir. İnsan, yaşamı boyunca hiçbir zaman hem duygu durumu gibi iç faktörler açısından hem de dış/çevresel faktörler açısından durağanlık yaşamaz. Hem iç hem de dış uyarıcılar tarafından sürekli olarak dürtülen insan, doğal olarak farklı izlenimler oluşturmakta ve mevcut izlenimlerde değişim ve dönüşüme gitmektedir. İnsanların bir kişi veya bir şey ile ilgili ilk izlenimlerinin hiçbir zaman son izlenimleriyle aynı olmadığı da görülmektedir. Çünkü hiçbir zaman bir kişi veya şeyi ilk temastan ibaret olacak şekilde kısa sürede tanımak mümkün değildir. Ancak ilk izlenimlerin sonrakiler ile ilgili birer ipucu olduğu da önemli bir husustur.

İnsandaki izlenim oluşumunda temelde yapılan büyük bir yanlış bulunmaktadır. Bu da kişinin bir izlenim oluşumu sırasında kendisinde yeterli veri yokken damgalamada bulunmasıdır. Damga (stigmat), etimolojik olarak kızgın bir demirle veya kesici bir aletle yapılan görünür nitelikte bir izdir. Kölelere, vahşilere, haydutlara, canilere, hırsızlara, cüzzamlılara ve hayvanlara geçmişte damgalama yapılmıştır. Damgalama ile ister hayvanda olsun isterse de insanda, damgalananın tanınabilir ve görünebilir kılınması amaçlanmaktadır. Kuşkusuz, hayvanlar söz konusu olduğunda kime ait olduklarının belirlenmiş olması, insanlar söz konusu olduğunda ise onların görünür kılınarak insanların onlardan sakınmalarının sağlanması amaçlanmaktadır. Yani hayvan sahiplenilmek için, insan da dışlanmak için damgalanmaktadır.¹¹

2. Halo ve Horn Etkisi

Halo etkisi kavramı Thorndike¹² tarafından belirlenmiştir ve genel olarak bir kişi hakkındaki genel değerlendirmelerin, o kişinin bireysel özellikleri üzerindeki değerlendirmeleri etkilemesi olarak tanımlanabilir.¹³ Yani halo etkisi, kişinin olumlu bir özelliğinden dolayı onunla ilgili genel bir olumlu düşünceye sahip olmak anlamına gelmektedir. Horn etkisi ise halo etkisinin tam tersi anlamında kullanılmaktadır. Horn etkisi, kişinin olumsuz bir özelliğinden dolayı kendisi ile ilgili genel bir olumsuz düşünceye sahip olmak anlamına gelmektedir. Halo etkisinde bir doğru tüm yanlışları yok ediyorken horn etkisinde bir yanlış tüm doğruları yok etmektedir.

Halo ve horn etkisi, literatürde genellikle insanlar üzerinden hareketle

¹¹ Bilgin, *Sosyal Psikoloji*, 260-261.

¹² E.L. Thorndike, "A constant error in psychological ratings", *Journal of Applied Psychology* 4/1 (1920), 25-29.

¹³ Richard E. Nisbett - Timothy D. Wilson, "The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments", *Journal of Personality and Social Psychology* 35/4 (1977), 250.

anlamalı hale getirilmektedir. Bu kavramlar insanlar arası ilişkilerde çokça kullanılan kavramlardır. Son zamanlarda ise satış/pazarlama sektöründe sıkça kullanılan/uygulanan kavramlara dönüşmüşlerdir. Örneğin A markasının toplumda kalitesi ile bilinen bir markaya dönüşmüş olması, o markanın isminin geçtiği her ürününün aynı kalitede olduğunun düşünülmesine sebep olmaktadır. Tam tersi durum da geçerli olabilmektedir. Ancak biz bu çalışmada halo ve horn etkisini toplumsal düzeyde/toplumların etkileri düzeyinde ele almaktayız. Belirli bir sosyal grupta olan kişilerin şahsen tanınmasalar bile gruba ait özelliklerin otomatik olarak kişinin kendisine de yüklenerek kişinin o şekilde algılanması, halo ve horn etkisinin meydana gelme şekillerindedir.¹⁴ Halo ve horn etkisinde tümevarımsal bir yol izlenmektedir. Bu metodun aslında çoğu kez yanılmaya ve yanlış değerlendirmelere yol açtığı da bilinmektedir.¹⁵

3. Algı Yönetimi

Algı yönetimi kavramının kökeni askeri bir söyleme dayansa da günümüzde pazarlama, politika, iç güvenlik hizmetleri, kamu diplomasisi ve uluslararası ilişkiler gibi mecralarda sıkça kullanılmaktadır.¹⁶ Algı yönetimi, gerçekler, yansıtma, yanıltma ve psikolojik operasyonların bütünü olarak tanımlanmaktadır.¹⁷ Algı yönetimi ile hedeflenen şeye yönelik manipüle edilmiş bilgiler kullanılarak kişi ve toplumların tutum değişimlerinin sağlanması amaçlanmaktadır.¹⁸

Callamari ve Reveron'a göre¹⁹ algı yönetimi, genellikle bir ülkede uzun vadeli bir süreç olarak ve var olan bir durumu pozitif yönlü değiştirmek veya çatışma durumunu ortadan kaldırmak için kullanılmaktadır. Ancak algı yönetimi kavramını her zaman toplumlarda bu kadar masum bir şekilde kullanılamayabilir. Çünkü yukarıda yapılan algı yönetiminin tanımlarında bile aslında kasıtlı değişikliğe sebep olma yolunda kullanılan yöntemlerin gerçeği yansıtmadığı anlaşılmaktadır. Ancak algı yönetiminin toplumda

¹⁴ Mehmet Akif Özer, "Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri", *Karadeniz Araştırmaları* 33 (10 Mart 2012), 153.

¹⁵ Salih Güney, *Sosyal Psikoloji / Salih Güney* (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2006), 91.

¹⁶ Arğın, *Algı, Sosyal Algı ve Algı Yönetiminin Sosyal Medyada Kullanımı*, 67.

¹⁷ Nebahat Tanrıverdi, "Orta Doğu Halklarının Algılarının Şekillenmesinde Arap Basını ve Küresel Medyanın Rolü, Ahmet Yalçınkaya", *Algılama Yönetimi*, ed. Ahmet Karabulut (İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, 2013), 178.

¹⁸ Önder Başbüyük, "Algı Yönetimi ve Bilgi Savaşlarında Sosyal Medyanın Rolü", *Algı Yönetimi*, ed. Bilal Karabulut (Alfa Yayınları, 2014), 60.

¹⁹ Peter Callamari - Derek Reveron, "China's Use of Perception Management", *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence* 16/1 (2003), 2.

farklı şekilde kullanılabilmesi de pekâlâ mümkündür. Sonuçta insan psikolojisinin sınırları bellidir ve bu sınırlar içine yapılan herhangi bir müdahale olumsuz da olumlu da olabilmektedir. Algı yönetiminin olumsuz yönde kullanımı düşmanlıklardan kaynaklanmaktadır ancak onu olumlu yönde kullanmak ise topluma hizmet bağlamında çok önemli sonuçlar doğurabileceği için sevgi ve iyilikten kaynaklanmaktadır.

Callamari ve Reveron'a göre²⁰ algı yönetimi dört aşamadan oluşmaktadır. Bunlar, hedef kitlenin ilgisini çekmek, hedefin dikkatini çekmek için ilgili bilgiler sunmak, hedefin kültürüne ve tecrübelerine göre tutarlı bir şekilde hareket etmek ve uyumlu olunması için bilgiyi sürekli tekrar etmektir. Bu konuda önemli çalışmaları bulunan Saydam'a göre de²¹ algı yönetiminin on bir ilkesi/süreci bulunmaktadır. Bunlar, hedef kitlenin değerlerine uyum göstermek, hedef kitlenin kültürüne özen göstermek, beklentilerin üstünde yaklaşım sergilemek, kolay ve anlaşılır olmak, sonuç odaklı olmak, ölçüm yapabilmek, yapılan konuşmaları ve uygulamaları gerçeklere dayandırmak, tekrar etmek, farklılaşmaları yönetebilmek, görselliği doğru yönetmek ve son olarak da duygulara düşüncelerden daha çok hitap etmektir.

4. Hakkari ve Ters Yönlü Algı Yönetimi

Hakkari denince akla ilk dağları gelmektedir. Bu dağlar, dış doğu Torosların devamıdır ve Bitlis'ten sonra Hakkari dağları adını almaktadır.²² Bu dağların Türkiye'nin başka yerinde çok az olan kanyonlarla vadilerle, dere ve nehirlerle dolu olması buranın doğal güzelliklerinin yalnızca bir bölümüdür. Bu dağlarda yaşayan endemik bitki türü çeşitliliği ve buraya has türleri ile çeşitli canlılar, Hakkari'yi, ilgililer için cazip bir yer haline getirmektedir. Hakkari'de bulunan buzul çağından kalma buzullar, debisi yüksek dereler, çok sayıda yayla, şelale ve göller, bu ili bir doğa harikasına dönüştürmektedir. Hakkari'deki kaya resimleri ve çeşitli çalışmalar, buranın tarih öncesinde bile yerleşim yeri olduğunu göstermektedir.²³ Durum böyle olunca da bu il, tarihi eser ve kalıntıların çokça bulunduğu açık bir müze halini almaktadır. Özellikle günümüzde yayla ve dağ turizmi açısından çok elverişli olan Hakkari, coğrafi ve iklim özelliklerinden dolayı dört mevsim

²⁰ Callamari - Reveron, "China's Use of Perception Management", 2-3.

²¹ Ali Saydam, *Algılama Yönetimi* (İstanbul: Rota Yayın Yapım Tanıtım Tic. Lti. Şti., 2005), 229.

²² <http://www.hakkari.gov.tr/tarihce-ve-cografi-yapi>

²³ <http://www.hakkari.gov.tr/ilimiz-tarihi>

turist alma potansiyeli olan bir il halindedir.²⁴

Bir yanda yukarıdaki şekilde anlattığımız Hakkari bulunmakta bir yanda da sosyal medya ve televizyondaki şekliyle terörle özdeşleştirilmiş Hakkari bulunmaktadır. Hakkari ile ilgili yazılan bu bilgilerin bilinmediği bir toplumda insanların Hakkari isminden ürkmemesi ve rahatsız olmaması mümkün değildir. Çünkü etrafınızda tanıdığınız bir Hakkari yoksa sosyal psikolojiye göre bu durumu doğal olarak izlenim oluşturup algıladığınız biçimiyle kanıksamış olmanızdır. Çünkü terör, insanların yanında ve yöresinde olmak istemeyeceği bir durumdur. Hakkari ismiyle ilk temasa geçildiğinde Hakkari ismi ile birlikte şahit olunan durum, olay veya olgu büyük oranda sosyal medya aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu durumun da terör kavramıyla veya terör eylemleriyle ilgili olma ihtimali bir hayli yüksektir. Bu konuda herhangi bir çalışma bulunmadığından bu bilgiler, genellikle yöre insanının anlatımlarına dayanmaktadır. Bu durum doğal olarak izlenim oluşumu sürecini bu şekilde sürdürmektedir. Aynı durum uzun yıllar boyunca tekrarlanınca da insanlarda Hakkari, Hakkari ve Terör kavramları, aynı zihinsel şema içerisinde yer edinebilir. Bu yüzden de Hakkari dışında bir yerde Hakkari ismi geçtiğinde insanların zihinlerinde hemencecik terör ve terör eylemleri beliriverir. Bu, Hakkari dışında yaşayan insanların sözlü ifadelerine dayandırılmaktadır. İşte tam olarak toplumsal boyutta bir horn etkisinden bahsetmek mümkün hale gelmektedir. “Hakkari” denince ülkemizin büyük bir çoğunluğu horn etkisine kapılarak Hakkari’yi ve Hakkari ile ilgili tüm güzellikleri yok saymaktadır. Ancak biz bu çalışmada insanların horn etkisinde olduklarını ve bu etkinin bir yanılsama olduğunu ifade etmek istiyoruz. Bunun yerine Hakkari ve Hakkari ile ilgili olarak halo etkisinin yaygınlaştırılması çabası içerisindeyiz. Çünkü içerisinde yaşadığımız Türkiye toplumunda insanların birbirlerinden nefret edip birbirlerinin kusurlarını görmelerini hatta birbirleri için olmayan kusur üretmeleri yerine, insanların sosyal bir uyum içerisinde insanların birbirinden nefret etmemelerini, kusurlarını görmemelerini ve kusur üretmemelerini sağlamak, topyekûn bir uyum içerisinde yaşamayı sağlayacaktır. Ayrıca Hakkari ve böyle bir durumla karşılaşan veya böyle bir durum içerisinde olan Hakkari psikolojik sağlıkları ve ötekileştirildikleri için insanların birbirlerine daha da yabancılaştıkları bir duruma düşmemeleri için de bu algı yönetiminin yapılması önemli bir durumdur. Aynı şekilde ötekileştirilmenin insanların yanlış şeyler

²⁴ Hakkari’nin doğal güzellikleri, dağları, gezi rotaları için bkz. Hacı Tansu, *Hakkari Dağları ve Doğa Sporları Rotaları* (Van: 2B Yayınları, 2016).

yapmalarına, birbirlerinden uzaklaşmalarına sebep olacağını da bilmek gerekmektedir. Çünkü yine sosyal psikolojinin bir konusu olan iç grup-dış grup ayrımı tam olarak bu konumuz için de geçerli olmaktadır.²⁵ Bu husus Türkiye'nin başka herhangi bir yerindeki herhangi bir il için de geçerli olabilmektedir. Buradaki amaç bir ülke olarak Türkiye'nin bir olmasının insanlar arası engellerinden bir tanesinin farkına varılması ve bunun etkisinin azaltılmasıdır.

Sonuç

Oluşturulan izlenimler ve başka insanlar hakkındaki algılar belirli iç ve dış etkenlerden kaynaklanmaktadır. Bu etkenlerin niteliği izlenim ve algıları da etkilemektedir. Hem iç ve hem de dış etkenlerin de zaman içerisinde değiştiği bilinmektedir. Buna istinaden insanların birbirlerine karşı olan tutum ve tavırları hiçbir zaman aynı kalmamaktadır. İnsanların davranışları, bazen düşmanca bir şekilde ötekileştirici bazen de dostça kapsayıcı ve kucaklayıcı olmaktadır. Ülkemizde bulunan dil, din ve kültürel farklılıklar, insanların birbirlerini ötekileştirip önyargılarla ayrımcılığa varan boyutta çatışma ortamına girmeleri yerine farklılıkların renklilik ve zenginlik olarak görülmesi sosyal uyum açısından ülkedeki bütün vatandaşların yararına olacaktır.

Bu minvalde Hakkari ili ile ilgili terör ve terörizm ile özdeşleştirilmiş algının değişimi oldukça önem arz etmektedir. Bu tutumun terörün ve insanlar arası çatışmanın bitmesi yolunda oldukça büyük yararları olacaktır. Bu tutum, insanların bir arada sevgi ve bağlılıkla yaşamalarını da beraberinde getirecektir. O yüzden ters yönlü bir algı yönetiminin yapılması ve bunun devletin önemli mercilerince tekrarlanarak daha büyük projelerle desteklenmesi bu süreci oldukça hızlandıracaktır. Bu konuda Şerif ve arkadaşlarının²⁶ şu deneyi oldukça manidardır:

“Hırsızlar mağarası adlı araştırmada bir tatil kampında iki öğrenci grubu alınır. Her grupta 11 yaş civarında 12 öğrenci vardır. Birbirlerini görüp duyamayacakları uzaklıkta iki kamp kurulur ve her birine yıkanma, kayıkla dolaşma, ateş yakma vb. konularda ayrı ayrı olanaklar sağlanır; tuvaletler aynıdır, ama kullanma saatleri farklıdır. İlk 6 gün her gruba kendi içinde ortak işler yaptırılarak grup içi dayanışma oluşturulmaya çalışılır. Gruplardan birine Akbabalar, diğerine Kartallar denir ve ancak beşinci günde birbirinin farkına vardırıılır. Gruplar birbirinin farkına varır varmaz, düşmanlıklar ve önyargılar belirmeye başlar. Her

²⁵ Nuran Hortaçsu. *En Güzel Psikoloji Sosyal Psikoloji* (Ankara: İmge Kitabevi, 2012) 548-553.

²⁶ Şerif - Şerif, *Sosyal Psikolojiye Giriş I.*

grupta iş bölümü yaptırılır ve belirli normlar oluşturulur. İkinci aşamada (II. altı gün), iki grup arasında bir çatışmanın yaratılması amaçlanır. İki grup arasında yarışmalar düzenlenir ve rekabet meydana getirilir. Ayrıca zaman zaman gruplardan biri dezavantajlı kılınır, bazı fröstrasyonlara maruz bırakılır ve her grubun, bu fröstrasyonu diğer gruptan geliyormuş gibi algılaması sağlanır; grupların kendilerine ayrılan yerleri diğer grubun işgal etmesi, az farkla kaybedilen turnuvalarda karşı grubun şike yaptığı izleniminin yaratılması, grupların birbirine gövde gösterisi yapması ve bunları karşılıklı hakaret ve küfürlerin izlemesi vb. durumlar yaşanır. Rekabet ortamında, her grup diğeri tarafından gerçek bir tehdit olarak algılanır. Üçüncü 6 gün, bütünleşme aşaması olarak düzenlenir. Detayına girmeden özetle belirtilirse, iki grup arasında iş birliği gerektiren ortak projeler yoluyla, düşmanlıklar sona erdirilir.”²⁷

Türkiye’deki ortak değerlerden hareketle bir birlikteliğin kurulması ve sürekli bu şekilde bir üslupla insanların birbirlerine yaklaşmaları sosyal uyum açısından iyi sonuçlar doğuracaktır. Özellikle insanların farklılıklarından ziyade ortak oldukları noktaların ortaya çıkarılması ve insanların ortaklıkların etrafında toplanması ve o aracılıkla bir araya gelmeleri insanların aralarındaki engellerin hızlıca kalkmasına yol açacaktır. Geçmiş yaşam pratikleri ve kültür de ortak birer nokta olarak düşünölebilen unsurlardır.²⁸ Bunu din ve inanç özelinde ele alabiliriz. Türkiye, toplumun büyük çoğunluğunun Müslöman olduğu bir ölkedir. O yüzden insanların bir aradalıklarını sağlayıp onların birbirlerine karşı ön yargılarının olmadığı önemli bir olgudur din. İnsanlara karşı ortak bir din birliği algısıyla yaklaşmak, insanlar arası çatışmayı hafifletecektir. Türkiye’nin hangi ilinden olursa olsun insanların din kardeşliği ile bir araya gelebiliyor olmaları onların aslında her konuda bir araya gelebileceklerinin bir ön hazırlığı olarak değerlendirilebilir.

İnsanların önyargılarını ve ayrımcılıkla dolu tavırlarını bir tarafa bırakmaları toplumsal çatışmayı önleyeceği gibi ileride doğacak daha büyük sorunları da önlemektedir. İnsanların birbirleriyle çatıştığı bir ortamda ne gelecek nesiller ne de mevcut nesil huzur bulabilir. Aksine insanların bu minvaldeki bir üslupla hem kendi içlerinde hem de dış gruplarla iletişime geçmeleri çevrede herhangi bir aksiyonda bulunmayan insanları da etkileyecektir. Sevgi ve dostluk üslubu ile iletişimde olmanın da tam tersi yönde etkisinin olacağını da gözden kaçırmamak gerekmektedir. Bu yüzden

²⁷ Bilgin, *Sosyal Psikoloji*, 254-255.

²⁸ Engin Korkmaz, 1914-1924 Yılları Arasında Hakkari’de Nasturi Olayları: sosyo-politik bir analiz, Peywend Yayınları, 2021, 187.

◆ Sosyal Çevre ve Davranış Bağlamında Halo ve Horn Etkisi ve Ters Yönlü Bir Algı Yönetimi Denemesi

konumuzu ilgilendiren kısmıyla horn etkisinden kurtulup halo etkisine geçişin, toplumsal sorunların çözümünde çok önemli katkılarının olacağını unutmamak gerekmektedir.

Kaynakça

- Arğın, Emrah. *Algı, Sosyal Algı ve Algı Yönetiminin Sosyal Medyada Kullanımı*. Ankara: İksad, 2021.
- Barlı, Önder. *Davranış Bilimleri*. Bizim Büro Basımevi Yayın Dağıtım, 2007.
- Başıbüyük, Önder. "Algı Yönetimi ve Bilgi Savaşlarında Sosyal Medyanın Rolü". *Algı Yönetimi*. ed. Bilal Karabulut. 39-63. Alfa Yayınları, 2014.
- Bilgin, Nuri. *Sosyal Psikoloji*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi, 2013.
- Callamari, Peter - Reveron, Derek. "China's Use of Perception Management". *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence* 16/1 (2003), 1-15. <https://doi.org/10.1080/713830380>
- Gündoğan, Saim. "Dijital Ortamlardaki Etik Problemlere Dini ve Felsefi Bir Bakış". Ed. Ramazan Meşe vd., C. II. Malatya: İnönü Üniversitesi Yayınları, 2021.
- Güney, Salih. *Sosyal Psikoloji / Salih Güney*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 3. Basım, 2006.
- Hortaçsu, Nuran. *En Güzel Psikoloji Sosyal Psikoloji*. Ankara: İmge Kitabevi, 2012.
- Kaynak, Tuğray. *Organizasyonel Davranış*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1. Basım, 1990.
- Korkmaz, Engin. *1914-1924 Yılları Arasında Hakkari'de Nasturi Olayları: sosyo-politik bir analiz*, Peywend Yayınları, 2021.
- Nisbett, Richard E. - Wilson, Timothy D. "The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments". *Journal of Personality and Social Psychology* 35/4 (1977), 250-256. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.35.4.250>
- Örnek, Aynur. *Türkiye'de Değişen Kültürel Değerlerin Reklama Yansıması: Televizyon Reklamları Üzerine Bir İçerik Analizi*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2006.
- Özer, Mehmet Akif. "Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri". *Karadeniz Araştırmaları* 33 (10 Mart 2012), 147-180.
- Saydam, Ali. *Algılama Yönetimi*. İstanbul: Rota Yayın Yapım Tanıtım Tic. Lti.

◆ Sosyal Çevre ve Davranış Bağlamında Halo ve Horn Etkisi ve Ters Yönlü Bir Algı Yönetimi Denemesi

Şti., 1. Basım, 2005.

Silah, Mehmet. *Sosyal Psikoloji, Davranış Bilimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş., 2. Basım, 2005.

Şerif, Muzaffer - Şerif, Carolyn W. *Sosyal Psikolojiye Giriş I*. İstanbul: Sosyal Yayınları, 1. Basım, 1996.

Tanrıverdi, Nebahat. "Orta Doğu Halklarının Algılarının Şekillenmesinde Arap Basını ve Küresel Medyanın Rolü, Ahmet Yalçinkaya". *Algılama Yönetimi*. ed. Ahmet Karabulut. 177-193. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, 1. Basım, 2013.

Tansu, Hacı. *Hakkari Dağları ve Doğa Sporları Rotaları*. Van: 2B Yayınları, 2016.

T.C. Hakkari Valiliği. <http://www.hakkari.gov.tr/ilimiz-tarihi> Erişim Tarihi: 08.10.2022.

Thorndike, E.L. "A constant error in psychological ratings". *Journal of Applied Psychology* 4/1 (1920), 25-29. <https://doi.org/10.1037/h0071663>

Yılmaz, Bayram. "Yeni Dünya Düzeninde Medya Kitle Psikolojisi ve Algı Yönetimi". *İdarecinin Sesi Dergisi* 3/156 (2013), 30-36.