

HİZMETE ÖZEL

**T.C.
GENELKURMAY BAŞKANLIĞI
KARA KUVVETLERİ KOMUTANLIĞI
A N K A R A**

MT 31-1



**PSİKOLOJİK HAREKAT
TALİMNAMESİ**

**ANKARA
GENELKURMAY BASIMEVİ
2002**

HİZMETE ÖZEL

HİZMETE ÖZEL

T.C.
GENELKURMAY BAŞKANLIĞI
ANKARA

MT:31-1



PSİKOLOJİK HAREKAT TALİMNAMESİ

ANKARA
GENELKURMAY BASIM EVİ
2002

HİZMETE ÖZEL

HİZMETE ÖZEL

T.C.
GENELKURMAY BAŞKANLIĞI
ANKARA

HRK : 1221-12-02/Psk.Hrk.D.Tml.inc. Ş.(75)


08 AĞUSTOS 2002

KONU : TSK Psikolojik Harekat Talimnamesi (MT 31-1)

BAŞEMİR

1. TSK Harekat Konsepti'nin öngördüğü esaslara göre, TSK.lerinin barış, olağanüstü hal, kriz ve savaş hallerinde icra edeceği askeri harekat çeşitlerini psikolojik harekat yönünden desteklemek maksadıyla uygulanacak esas, usul ve prensipleri açıklamak için TSK Psikolojik Harekat Talimnamesi (MT 31-1)-hazırlanmıştır.
2. Bu Talimname, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, Müşterek Psikolojik Harekat'a yönelik planlama, eğitim ve icra faaliyetlerinde TSK. Müşterek Harekat Talimnamesi (MT 145-1) ile birlikte kullanılacaktır.
3. TSK Psikolojik Harekat Talimnamesi yayımlanması ile birlikte yürürlüğe girecektir.
4. TSK Psikolojik Harekat Talimnamesi'ne ilişkin değişiklik teklifleri, her yıl Ekim ayında Genelkurmay Başkanlığı'na gönderilecektir.

Rica ederim.


Hüseyin KIVRİKOĞLU
Orgeneral
Genelkurmay Başkanı

HİZMETE ÖZEL

HİZMETE ÖZEL

DAĞITIM PLANI

GEREĞİ	MİKTAR	
	Ciltli	Karton Kapaklı
GENELKURMAY BAŞKANLIĞI		
Personel Başkanlığı	2	1
İstihbarat Başkanlığı	2	3
Harekat Başkanlığı	2	6
Lojistik Başkanlığı	2	2
Genel Plan Prensip Başkanlığı	2	3
Muhabere, Elektronik ve Bilgi Sistemleri Başkanlığı	1	3
Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Başkanlığı	1	4
TSK. Sağlık Komutanlığı	1	3
Genelkurmay Genel Sekreterliği	2	-
Genelkurmay Adli Müşavirliği	1	3
Özel Kuvvetler Komutanlığı	2	3
GES Komutanlığı	1	1
Genelkurmay Bilimsel Karar Destek Merkezi Başkanlığı	1	3
Merkez Daire Başkanlığı Merkez Kütüphanesi	1	2
Karargah ve Destek Kıtaları Grup Komutanlığı	-	4
Milli Savunma Bakanlığı	10	150
Kara Kuvvetleri Komutanlığı	10	3000
Deniz Kuvvetleri Komutanlığı	10	1200
Hava Kuvvetleri Komutanlığı	10	1700
Jandarma Genel Komutanlığı	10	900
Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği	2	10
Harp Akademileri Komutanlığı	5	25
Sahil Güvenlik Komutanlığı	1	4
STOK (KKK 900 NCÜ ORDU DONATIM ANA DEPO KOMUTANLIĞI)		893
BİLGİ		
Cumhurbaşkanlığı	2	2
Milli istihbarat Teşkilatı Müsteşarlığı	1	1
Harita Genel Komutanlığı	1	-
Kara Harp Okulu Komutanlığı	1	-
Deniz Harp Okulu Komutanlığı	1	-
Hava Harp Okulu Komutanlığı	1	-
Gnkur.Psk.Hrk.D.Bşk.lığında stok	10	20
TOPLAM	96	7946

HİZMETE ÖZEL

YAYIN GELİŞTİRME ÖNERİ ÇİZELGESİ

KİME :						
KİMDEN :						
BİRİNCİ KISIM Y A Y I N I N						
Seri Numarası	Adı	Basım Yeri ve Tarihi	Sayfa	Madde / Fıkra / Bent	Satır	Yapılacak İşlem (İptal, İlave veya değişiklik)
ÖNERİLEN ŞEKİLİ:						
İKİNCİ KISIM G E R E K Ç E						
İMZA :						
NOT : Her öneri için ayrı bir form doldurulur.						

HİZMETE ÖZEL
DEĞİŞİKLİK KAYIT ÇİZELGESİ

DEĞİŞİKLİK EMRİNİN			K O N U S U	DEĞİŞİKLİĞİ İŞLEYENİN		
Sıra No	Tarih – Sayısı	İşlem Tarihi		Rütbe ve Sicili	Adı ve Soyadı	İmzası

V
HİZMETE ÖZEL

HİZMETE ÖZEL

DEĞİŞİKLİK KAYIT ÇİZELGESİ

DEĞİŞİKLİK EMRİNİN			KONUSU	DEĞİŞİKLİĞİ İŞLEYENİN		
Sıra No	Tarih - Sayısı	İşlem Tarihi		Rütbe ve Sicili	Adı ve Soyadı	İmzası

VI

HİZMETE ÖZEL

HİZMETE ÖZEL

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM	SAYFA NO
GENEL ESASLAR	
1. Amaç	1-3
2. Kapsam	1-3
3. Sorumluluklar	1-4
4. Tanımlamalar	1-5
5. Esaslar	1-5
İKİNCİ BÖLÜM	
PSİKOLOJİK HAREKAT ORTAMI	
1. Harekat Ortamının özellikleri	2-3
2. Çatışma/Muharebe Ortamını Etkileyen Psk.Hrk.Ortamı	2-4
3. Askeri Harekat Çeşitlerinin Desteklenmesinde Psikolojik Harekat	2-5
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
PSİKOLOJİK HAREKATIN TEMEL ESASLARI	
1. Giriş	3-3
2. Amaç	3-4
3. Psikolojik Harbin (Harekatın) Temel İlkeleri	3-4
4. Psikolojik Harekatın Prensipleri	3-4
5. Psikolojik Harekat Seviyeleri	3-5
6. Müsterek ve Çok Uluslu Psikolojik Harekat	3-7
7. Psikolojik Harbi Diğer Harplerden Ayıran Özellikler	3-9
8. Psikolojik Harekatı Sınırlayan Faktörler	3-9
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	
KOMUTA VE KONTROL	
1. Milli Psikolojik Harekat	4-3
2. NATO veya Çok Uluslu Psikolojik Harekat	4-5
3. Savaş Esirleri ve Enternelere Uygulanan Psikolojik Harekatın Yasal Çerçevesi ve Milli Komuta Makamları	4-8
4. Antlaşmalar ve Sözleşmeler	4-9
BEŞİNCİ BÖLÜM	
PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMASI	
1. Genel	5-3
2. Psikolojik Harekatın Genel Amaçları	5-4
3. Planlama Esasları	5-4
4. Psikolojik Harekat Planlamacılarının Sahip Olması Gereken Özellikler	5-5
5. Görevler	5-6
6. Psikolojik Harekat Planlamacılarının Kullandıkları Kavramlar	5-7
7. Psikolojik Harekat Plan veya Eklerinin Hazırlanmasındaki Aşamalar	5-8
8. Psikolojik Harekat Planının Geliştirilmesi ve Gözden Geçirilmesi	5-24
9. Psk.Hrk.Planlamacı ve icracılarının İstifade Ettikleri Dokümanlar	5-24

HİZMETE ÖZEL

ALTINCI BÖLÜM	SAYFA NO
PSİKOLOJİK HAREKATIN DİĞER ASKERİ HAREKAT ÇEŞİTLERİ İLE İLİŞKİSİ	
1. Askeri Harekat Ortamında Yürütülen Faaliyetlere, Psikolojik Harekat Desteği	6-3
2. Askeri Harekat Ortamında Yürütülen Psikolojik Harekat Faaliyetlerinin Hedefleri	6-3
3. Psikolojik Harekat Faaliyetlerinin Müşterek Harekata Desteği	6-4
4. Askeri Harekat Ortamında Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Milli Olarak veya NATO/Çok Uluslu veya Dost ve Müttefik Ülkelerle Müşterek İcra Ettiği Savaş Dışı Askeri Harekat Çeşitleri	6-6
5. Özel Kuvvetler Harekatında Psikolojik Harekat Desteği	6-12
6. Sivil -Asker işbirliği ve Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Psikolojik Harekat Desteği	6-17
YEDİNCİ BÖLÜM	
PSİKOLOJİK HAREKATIN DESTEKLENMESİ	
1. Genel	7-3
2. İstihbarat Desteği	7-3
3. Karşı Psikolojik Harekat	7-8
4. Komuta Kontrol, Komünikasyon ve Bilgisayar (C4) Sistemler Desteği	7-8
5. Muhabere Elektronik ve Bilgi Sistemi Desteği	7-10
6. Lojistik Destek	7-11
SEKİZİNCİ BÖLÜM	
KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI	
1. Genel Esaslar	8-3
2. Kitle İletişim Araçları	8-5
3. Kitle İletişim Araçları Seçimi	8-50
DOKUZUNCU BÖLÜM	
TUTUM VE DAVRANIŞLAR	
1. Bireyin Motive Edilmesi	9-3
2. Sosyal Grupların Motivasyonu	9-9
3. İletişim (Haberleşme)	9-14
ONUNCU BÖLÜM	
PROPAGANDA	
1. Genel Hususlar	10-3
2. Propagandanın Ana İlkeleri	10-6
3. Etkili Propaganda Ölçüleri	10-6
4. Propaganda Tipleri	10-7
5. Propagandanın Geliştirilmesinde Temel Esaslar	10-8
6. Propaganda Analizi	10-10
7. Propaganda Teknikleri	10-21
8. Karşı Propaganda	10-23
9. Diğer Propaganda Harekatı (Gizli Harekat)	10-26

HİZMETE ÖZEL

EKLER

EK-A	TANIMLAR
EK-B	HEDEF ANALİZİ İŞ MUHTIRASI FORMU
EK-C	PSİKOLOJİK HAREKAT DURUM MUHAKEMESİ
EK-Ç	PSİKOLOJİK HAREKAT PLANI FORMU/ EKİ
EK-D	KAMPANYA KONTROL FORMU
EK-E	PSİKOLOJİK HAREKAT MATRİSİ
EK-F	KISA DÖNEM PSİKOLOJİK HAREKAT PLANI
EK-G	ASKERİ KISALTMALAR
EK-H	TEMEL KAYNAK DOKÜMANLAR

BİRİNCİ BÖLÜM
GENEL ESASLAR

1. AMAÇ
2. KAPSAM
3. SORUMLULUKLAR
4. TANIMLAMALAR
5. ESASLAR

HİZMETE ÖZEL

BİRİNCİ BÖLÜM GENEL ESASLAR

1. AMAÇ :

Bu talimnamenin amacı; Türk Silahlı Kuvvetleri'nin barış, olağanüstü hal, gerginlik ve kriz dönemleri ile seferberlik ve savaş hallerinde, milli hedeflere ulaşmasını destekleyerek caydırıcılık gücünü artırmak, bölgemizdeki güvenlik ve hareket ortamının şekillendirilmesine katkı sağlamak, düşmanın savunma azmini ve moralini bozmak, hasmı Türkiye'nin milli menfaatleri aleyhine giriştiği/girişeceği tutumlardan caydırmak, dost tarafın moralini yükseltmek ve tarafsızın desteğini kazanmak, savaş döneminde askeri hedeflerin elde edilmesini desteklemek için icra edilecek tüm müşterek psikolojik hareket faaliyetlerinin, planlaması ve uygulanma aşamalarındaki yetki, sorumluluk, koordinasyon, prensip, esas ve yöntemleri belirlemek ve tüm görevlerin başarılanmasında gayretlerin birleştirilmesini sağlamak ve bunun için kullanılacak yöntem, esas ve standartları belirleyerek görevin başarısına destek sağlamaktır.

2. KAPSAM :

a. Psikolojik Harekat Faaliyetleri Bakımından :

(1) Bu talimname Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, barış, olağanüstü hal, gerginlik ve kriz dönemleri ile seferberlik ve savaş hallerinde, icra edeceği tüm müşterek askeri hareket çeşitlerini desteklemek amacıyla dost, düşman ve tarafsız / kararsız kuvvetlere yönelik uygulayacağı hareket tarzlarına gerekli psikolojik hareket desteğinin sağlanmasını, sahip olunması gereken imkan ve kabiliyetler ile bu imkan ve kabiliyetlerin kullanımına ilişkin politik ve askeri yetki kaynaklarını, geliştirilecek psikolojik hareket faaliyetleri ile psikolojik hareket eğitimi esaslarını,

(2) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra edeceği tüm müşterek askeri hareket çeşitlerini desteklemek amacıyla askeri psikolojik hareketin planlanması ve yürütülmesinde; etkili bir istihbarat ihtiyacı, planlama ve icraya ilişkin yetki ve sorumluluklar, temel psikolojik hareket ilke ve hedefleri, müşterek psikolojik hareket imkan ve kabiliyetleri, devlet çapında psikolojik hareket ihtiyacını tespit eden, değerlendiren Milli Güvenlik Siyaseti ve diğer özel milli siyasetler doğrultusunda psikolojik hareket planlarını hazırlayan ve Başbakanın onayı ile bu

HİZMETE ÖZEL

planların uygulanması için gerekli bakanlık, kurum ve kuruluşlar ile kişileri harekete geçiren, bu konudaki hizmet ve faaliyetleri takip, kontrol ve koordine eden MGK Genel Sekreterliği ile kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon ve işbirliğinden sorumlu makamları, psikolojik hareket eğitimi, psikolojik hareket faaliyetleri için lojistik, istihbarat ve komuta kontrol, muhabere ve bilgisayar sistemleri destek ihtiyacını kapsar.

b. Psikolojik Harekat Uygulamaları Bakımından :

(1) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, barış, olağanüstü hal, gerginlik ve kriz dönemleri ile seferberlik ve savaş hallerinde icra edeceği psikolojik hareket faaliyetlerinin yönetim ve uygulama esaslarını belirler.

(2) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin NATO veya dost ve müttefik ülkelerde icra edeceği çok uluslu operasyonlar kapsamında yabancı ülkelere gönderilecek Türk Silahlı Kuvvetleri birlikleri ile psikolojik hareket destek elemanlarını ve Taktik Psikolojik Harekat Timlerini,

(3) Psikolojik hareket eğitimi ve öğrenimi esaslarını kapsar.

3. SORUMLULUKLAR :

a. Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından Devletin Milli Güvenlik Siyaseti doğrultusunda icra edilecek psikolojik harp prensiplerinin tespiti, tehdit bazında psikolojik hareket planlarının hazırlanması ve güncelleştirilmesi ve geliştirilmesi, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin NATO veya dost ve müttefik ülkelerde icra edeceği çok uluslu operasyonların planlama ve icra aşamalarında ilgili kurum ve komutanlıklarla koordine sağlanması, icra edilecek psikolojik hareketin Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği tarafından belirlenen esaslar dahilinde, gerektiğinde ilgili bakanlık, kamu kurum ve kuruluşlarla koordine edilmesi, TSK psikolojik hareket eğitimi ve öğretimi ve bu maksatla personel yetiştirilmesi için kurslar açılması Genelkurmay Başkanlığı'nın yetki ve sorumluluğundadır.

b. Genelkurmay Başkanlığı adına Silahlı Kuvvetler çapında psikolojik hareket faaliyetlerinin planlanması, icrası ve ilgili makamlarla koordinasyonunu Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı yürütmekten sorumludur.

HİZMETE ÖZEL

c. Psikolojik hareketin icrasından ise, her seviyedeki komutan/amir sorumludur.

4. TANIMLAMALAR:

Tanım ve kısaltmalar EK-A' dadır.

5. ESASLAR :

Türk Silahlı Kuvvetleri Psikolojik Harekat Talimnamesi kapsamında geliştirilen yöntem ve usuller;

a. Türk Silahlı Kuvvetleri Psikolojik Harekat Konseptinde belirlenen amaçlara ulaşılması için icra edilecek tüm müşterek psikolojik hareket faaliyetlerinin desteğini sağlar.

b. Türk Silahlı Kuvvetleri çapında uygulanacak müşterek psikolojik hareketin genel amacına ulaşılmasını sağlamak maksadı ile; barıştan itibaren güvenlik ortamının şekillendirilmesi, olağanüstü hal ve krizlerin lehimize sonuçlanmasına katkıda bulunulması, savaşta düşmanın savaşma azim ve iradesinin kırılması, dost tarafın moralinin yükseltilmesi ve tarafsızın desteğinin kazanılması için gerekli usul ve yöntemleri belirler.

c. Türk Silahlı Kuvvetlerinde icra edilen psikolojik hareket faaliyetlerinin hedeflerine ulaşılması amacıyla; Türk Silahlı Kuvvetleri personelinin devletin Milli Güvenlik Siyaseti Belgesinde yer alan Milli Hedefler ve Milli Menfaatler doğrultusunda Atatürkçü Düşünce Sistemi çerçevesinde yönlendirilmesi ve motivasyonu, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin içten ve dıştan gelecek her türlü bölücü, yıkıcı ve karşı propagandalara karşı korunması, devlet çapında yürütülen psikolojik harp faaliyetlerine katkıda bulunulması için gerekli usul ve yöntemleri belirler.

ç. Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından bilgi hareketi kapsamında diğer hareket çeşitleri ile müşterek ve koordineli olarak icra edilen askeri hareketin psikolojik hareket desteğini sağlanması için esasları belirler.

d. Türk Silahlı Kuvvetleri, modern psikolojik hareketin gereksinimlerini karşılamak amacı ile klasik savaşın yanında barış destekleme hareketi, terörle mücadele, kriz yönetiminin desteklenmesi, güç gösterisi, abluka, ambargo gibi hareket türlerinin yanı sıra insani yardım,

HİZMETE ÖZEL

afet yaralarını sarma gibi savaş dışı müşterek hareket kapsamındaki faaliyetlerin psikolojik hareket desteğini sağlamak için usul ve yöntemleri belirler.

e. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin NATO kapsamında dost ve müttefik ülkelerde icra edeceği her türlü askeri faaliyetlere sağlanacak psikolojik hareket desteği, NATO Psikolojik Harekat Doktrini (NATO Psychological Operations Doctrine)'de belirlenen esaslara uygun olarak yürütülür.

İKİNCİ BÖLÜM
PSİKOLOJİK HAREKAT ORTAMI

1. HAREKAT ORTAMININ ÖZELLİKLERİ
2. ÇATIŞMA/MUHAREBE ORTAMINI ETKİLEYEN PSK.HRK.ORTAMI
3. ASKERİ HAREKAT ÇEŞİTLERİNİN DESTEKLENMESİNDE PSİKOLOJİK HAREKAT

İKİNCİ BÖLÜM
PSİKOLOJİK HAREKAT ORTAMI

"Harp ve muharebede (...) netice yalnız maddi kuvvetin değil, bütün kuvvetlerin bilhassa ahlaki ve harsi kuvvetlerin üstünlüğü ile sağlanır."

M. Kemal Atatürk

1. HAREKAT ORTAMININ ÖZELLİKLERİ:

a. Psikolojik harekat; askeri harekat çeşitlerinin bütünleyici bir parçası ve bütün komutanların görevlerinde varolan bir sorumluluktur. Psikolojik harekat tarih boyunca olduğu gibi bugünde hedef kitleleri, grupları ve liderleri etkilemek için kullanılır.

b. Günümüzde iki ülke arasında çeşitli nedenlerle başlayan bölgesel çatışmalar kısa sürede aynı çıkarlara sahip ülkelerin veya müfriklerin çatışması haline dönüşme olasılığını artırırken, iki ülke veya aynı ittifak içindeki ülkeler arasındaki çatışma olasılığını azaltır.

c. Ülkeler arasındaki çatışmanın sona erdirilmesi için, aynı çıkarlara sahip ülkelerin veya müttefiklerin oluşturduğu koalisyonlar / çok uluslu güçler, çatışmayı uluslar arası ortama çekerek çatışan taraflara baskı yapabilir, daha ileri aşamalarda çatışan ülkelere yönelik harekât icra etme olasılığı gündeme gelebilir.

ç. Ülkeler, hükümet dışı örgütler ve kuruluşlar, bu ihtilaflı ortamda ekonomik, politik ve askeri alanlarda birbirleri ile rekabet ederler. Günümüzün uluslararası anlaşmazlıkları; ülkelerin parçalandığı, kısıtlı kaynaklar için yoğun mücadelenin yer aldığı, milliyetçilik ve etnik akımların etkili olduğu, nüfus artışı, şehirleşme ve çevre kirliliğinin arttığı ve kitle imha silahlarının sayı ve nitelik olarak çok büyük artış gösterdiği bir ortamda ortaya çıkar ve gelişir.

d. Dünyadaki bu gelişmeler kapsamında; etnik ve milliyetçi akımlardan kaynaklanan bölgesel çatışmaların yaşanabileceği, ekonomilerin daha fazla uluslar arası hale gelebileceği, devlet etkinliğinin giderek azalabileceği, hükümet dışı -şirket ve kuruluşların daha etkin hale

HİZMETE ÖZEL

gelebileceği, insan hakları kavramının ön plâna çıkabileceği, nüfus artışı nedeniyle işsizlik, göç, enerji ve su problemlerinin artabileceği, kitle imha silahlarının kontrolü faaliyetlerinin ön plana çıkabileceği ve yeni güç dengelerinin oluşabileceği güvensizlik ve tehdit ortamı oluşabilir.

e. Bu ortamda silahlı kuvvetlerin karşılaşacağı hareket çeşitleri, barışı destekleme hareketi, terörle mücadele, kriz yönetiminin desteklenmesi, güç gösterisi, abluka, ambargo, insani yardım, göçü önleme faaliyetleri, olağanüstü hal durumu ve klasik savaş olarak öne çıkar,.

f. Politik, ekonomik ve teknolojik mücadelenin, askeri mücadeleye nazaran öne çıkması, askeri güç kullanımını ve özellikle toprak işgaline yönelik askeri hareketi, dünya kamuoyu ve uluslararası kuruluşların baskıları nedeniyle kısıtlar.

g. Güvenlik ortamını şekillendirebilmek için ülkeler, hedef ülkelere yönelik psikolojik hareket faaliyetlerini yürütürken, dünya kamuoyunun desteğini sağlamak amacıyla ilgili uluslar arası kurum - kuruluşlarla koordine ederler.

2. ÇATIŞMA / MUHAREBE ORTAMINI ETKİLEYEN PSİKOLOJİK HAREKAT ORTAMI:

a. Bir çatışmanın psikolojik boyutu en az fiziksel boyutu kadar önemlidir. Çatışma bireylerin kafalarında, düşüncelerinde olmasının yanı sıra muharebe sahasında karşılıklı amaçlar mücadelesi olarak karşılırlarına çıkar.

b. Psikolojik hareket amaçlanan hedeflere ulaşmak amacıyla, hedef kitlelere, güç tehdidinde veya misillemede bulunacağı mesajlarını iletir. Hedef kitleye yönelik teslim olma koşullarını açıklar, muhalif grupların mücadelesine destek mesajları ile mevcut askeri gücün etkilerinden istifade ederek hedef kitlenin harbe devam azim ve iradesini etkiler.

c. Psikolojik hareketin kapsamı, yürütülecek hareket faaliyetlerinin seviyesine veya ortama bağlı olarak değişir. Türk Silahlı Kuvvetleri; modern psikolojik hareket kapsamında; barışı destekleme hareketi, terörle mücadele, kriz yönetiminin desteklenmesi, güç gösterisi, abluka, ambargo gibi hareket çeşitlerinin yanı sıra yarı

HİZMETE ÖZEL

askeri faaliyetlerinin de (insani yardım, afet bölgesinde hayatın normale döndürülmesi, veya dost ülkelere ulusal yardım, askeri hareket ve barışa destek) psikolojik hareket desteğini sağlar.

Örneğin ; düşman ülke/hedef kitle kıyıları açıklarında amfibi çıkartma eğitimi veya taarruzi hava destek eğitimleri icra etmek veya düşmanın kalbi sayılan bir toprağa gizli bir özel hareket yapmak, hedef kitle üzerinde psikolojik etki yaparak tutum ve davranışlarını etkiler.

ç. Düşman silahlı kuvvetleri personeline yönelik icra edilen psikolojik hareket faaliyetleri, hedef kitlenin tutum ve davranışlarını etkilemeyi, moralini düşürüp, etkinliğini azaltmayı, komuta kademelerinde huzursuzluk ve ihtilaf yaratmayı amaçlar. Silahlı kuvvetlerin muharebeye devam azim ve iradesini zayıflatır.

d. Psikolojik hareket, operatif ve stratejik seviyede icra edilen aldatma planlarının etkisini arttırabilir, büyük gösterebilir. Düşmanın komuta kontrol haberleşme ve istihbarat toplayıcılarına farklı mesajlar göndererek düşman kuvvetlerinin liderleri hakkında şüphe uyandırabilir.

e. Psikolojik hareket, bilgi hareketi ve komuta kontrol harbinin hayati bir parçasıdır. Psikolojik hareket, özel görevleri müstakil olarak desteklemesine rağmen genelde bilgi hareketini ve komuta kontrol harbini de destekler.

f. Psikolojik hareket görevlerinin icrasında etkili bir haberleşme sistemine ihtiyaç duyulur. Bu ihtiyaç kitle iletişim araçlarında meydana gelen teknolojik gelişmelere paralel olarak artar. Psikolojik harekatta komuta ve kontrol; önceden yapılan planlamanın yanı sıra her seviyede yapılan geri besleme ile yürütülür.

3. ASKERİ HAREKAT ÇEŞİTLERİNİN DESTEKLENMESİNDE PSİKOLOJİK HAREKAT :

a. Tüm askeri hareket çeşitleri, muharebe sahasında hakimiyeti ve inisiyatifi ele geçirmeyi, harekâtın temposunu idame ettirmeyi ve başarıdan faydalanmayı amaçlar.

b. Herhangi bir Milli veya NATO hareket çeşidinin icra aşamasında güç kullanılması, hareketin psikolojik bir boyutunu ortaya çıkarır. Askeri güç kullanımı, stratejik caydırıcılık için temel oluşturur.

HİZMETE ÖZEL .

c. Bir güç mücadelesi olan çatışma ; politik (ideolojik), askeri veya ekonomik alanlarda olabilir. Psiko-sosyal bir olay olarak ideoloji temelli çatışma en az askeri çatışma kadar etkili olup hedef kitlenin (dost, düşman veya tarafsız) kararsız tutum ve davranışlarını ve çatışmanın sonucunu belirleyebilir.

ç. Hedef kitlenin anlayışlarını şekillendirmek, harbe devam azim ve iradesini etkilemek, onları ikna etmek ve amaçlanan sonuca ulaşmak için hedef kitle ve liderleri hakkında (duyguları, düşünceleri tutum ve davranışları) ayrıntılı bilgilere sahip olunmalıdır.

d. Çatışmada güç unsurunun kullanılması, çatışmanın her zaman psikolojik boyutunu öne çıkarır. Bu nedenle psikolojik hareket; diplomatik, askeri, ekonomik ve bilgilendirme faaliyetlerinin hayati bir parçası olarak dikkate alınır.

e. Muharebe sahasında üstünlüğü ele geçirmek için düşmanın fiziki olarak imha edilmesi gerekli olmayabilir. Hedef kitlenin savaşma azim ve iradesinin, direncinin kırılması.emir-komuta bağlantısının kesilmesi, birlik ve beraberliğin bozulmasını, Taktik Örtü Aldatma Planı esaslarına göre hedef kitlenin belirlenen "aldatma senaryosuna" inandırılmasını hedef alan hareket, hedef kitle/düşman kuvvetleri üzerinde telâfisi kolay olmayan psikolojik çöküntüye neden olur ve hareketin başarıya ulaştırılmasını temin eder.

f. Çatışma ortamında başarı unsuru nasıl kendi askerlerimize moral verip güçlendiriyorsa yenilgi de düşmanı zayıflatır ve onun bir daha hareket yapmasına neden olacak inanç ve bağlılığın sorgulamasına neden olur. Başarı, askerin birliğine.komutanına ve kendisine duyduğu güveni ortaya koyar. Askeri faaliyetler sadece silahlı kuvvetleri değil sivilleri de etkiler. Silahlı kuvvetler tarafından hedef kitleye; yürütülen hareketin gerekli ve haklı olduğu, onların hayat haklarını koruma için burada oldukları mesajları verilerek destekleri kazanılır.

g. Düşmanla sıcak çatışmaya girilmeden önce düşmanın moraline yönelik icra edilecek psikolojik hareket faaliyetleri çatışmayı önlemede etkili olabilir.

h. Çatışma ortamında, hedef kitle/toplum içindeki gruplar arasındaki çekişmeler, sürtüşmeler, asılsız haberler ve şayialar; güvensizlik ve belirsizlik ortamının ortaya çıkmasına neden olabilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM PSİKOLOJİK HAREKATIN TEMEL ESASLARI

1. GİRİŞ
2. AMAÇ
3. PSİKOLOJİK HARBİN (HAREKATIN) TEMEL İLKELERİ
4. PSİKOLOJİK HAREKATIN PRENSİPLERİ
5. PSİKOLOJİK HAREKAT SEVİYELERİ
6. MÜŞTEREK VE ÇOK ULUSLU PSİKOLOJİK HAREKAT
7. PSİKOLOJİK HARBİ DİĞER HARPLERDEN AYIRAN ÖZELLİKLER
8. PSİKOLOJİK HAREKATI SINIRLAYAN FAKTÖRLER

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
PSİKOLOJİK HAREKATIN TEMEL ESASLARI

1. GİRİŞ:

a. Psikolojik Harekatın Tanımı: Psikolojik harekat seçilen hedef kitlenin tutum ve davranışlarını, psikolojik harekat uygulayıcısının belirlediği amaçları doğrultusunda ikna etmek, güçlendirmek, değiştirmek, lehine çevirmek veya tarafsız kalmasını sağlamak amacıyla hedef kitleye karşı yürütülen ikna etme veya amaçlanan duygu ve düşünceleri güçlendirme faaliyetlerinin bütünüdür.

b. Psikolojik Harekat: zamanında, doğru bir planlamaya, açık bir şekilde tanımlanmış bir göreve, emredilen hedeflerin elde edilmesi ve verilen vazifenin başarılmaması için zamanında tam, doğru ve ayrıntılı istihbarata, hedeflerin analizine, psikolojik harekat temalarının zamanında ve süratle kullanılmasına, görev ve hedeflerle ilgili psikolojik harekat sonuçlarının sürekli etki-tepki değerlendirmesine, güvenilir ve etkili iletişim vasıtalarına, vazifenin başarılmaması için ilgili makamlarla koordinasyon ve işbirliğine, insan gücünün, gereçlerin ve tahsis edilen kaynakların en uygun şekilde kullanılmasına, psikolojik harekatı uygulamak için süratli bir imkan ve kabiliyete sahip olmalıdır.

c. Çatışmanın psikolojik boyutu fiziksel boyutu kadar önemlidir. Çatışma, insanların kafasında olmasının yanı sıra muharebe sahasında da yer alan amaçlar mücadelesidir. Çatışma bir güç mücadelesidir. Güç; politik, askeri veya ekonomik olabilir. Hedef kitlenin (dost, düşman veya tarafsız) kararsız tutum ve davranışları çatışmanın sonucunu belirleyebilir.

ç. Hedef kitlenin anlayışlarını şekillendirmek, harbe devam azim ve iradesini etkilemek, onları ikna etmek ve amaçlanan sonuca ulaşmak için, hedef kitlenin ve liderlerinin duyguları, düşünceleri tutum ve davranışları hakkında ayrıntılı bilgilere sahip olunmalıdır.

d. Psikolojik harekat; siyasi, askeri, ekonomik, bilgi ve örtü aldatma harekatının hayati bir parçasıdır. Psikolojik harekat bu özelliği nedeniyle, bilgi harekatı ve komuta kontrol harbini destekler.

e. Psikolojik harekat etkili bir haberleşme sistemine ihtiyaç duyar. Bu ihtiyaç kitle iletişim olanaklarının geliştirilmesiyle artar.

HİZMETE ÖZEL

f. Psikolojik harekatın etkisi ve başarısı; hedef kitleye yönelik uygun haberleşme araçlarının ve bu konuda uzman personelin kullanımı ile arttırılabilir.

2. AMAÇ :

Psikolojik Harekatın 3 temel amacı vardır:

a. Hedef kitlenin (düşman veya potansiyel düşman hedef kitlesinin) harbe devam arzusunu, azim ve iradesini zayıflatmak.

b. Dost hedef kitlenin duygularını kuvvetlendirmek.

c. Tarafsız veya kararsız kitlelerin işbirliği ve desteğini kazanmak.

3. PSİKOLOJİK HARBİN (HAREKATIN) TEMEL ESASLARI:

a. Detaylı ve müşterek planlamayı gerektirir.

b. Zamanında, doğru ve tam bir istihbarat, doğru bir hedef analizi gerektirir.

c. Hedef kitlenin tutum ve davranışlarından istifade edilir.

ç. Doğru mesaj, doğru zamanda, doğru hedefe ve doğru araçla verilir.

d. İnanılır olması sağlanır.

4. PSİKOLOJİK HAREKATIN PRENSİPLERİ:

Psikolojik harekat hem uzun dönemli hem de kısa dönemli olabilir ve bir psikolojik harekat faaliyetini geliştirme kuralları askeri harekat çeşitlerinin tümüne uygulanır. Psikolojik harekat uygulama usul ve yöntemlerinin karmaşıklığı hedef kitleye göre değişmesine rağmen, tüm psikolojik harekat faaliyetlerinin geliştirilmesi için temel prensipler aynıdır.

a. Görev : Desteklenen harekat veya desteklenen komutanın psikolojik harekat ile ilgili görevi tam olarak tespit edilmeli, psikolojik harekat amaçlara uygun olmalıdır.

HİZMETE ÖZEL

b. Hedef Analizi : Hedef kitleye ilişkin bilgi toplama, araştırma ve hedef analizleri ayrıntılı olarak yapılmalı dost ve düşman psikolojik hareket imkan ve kabiliyetlerini içeren hassasiyetler, temalar ve semboller tespit edilmelidir.

c. Geri Besleme : Psikolojik hareketin etkisi göreve ve amaçlara uygun olarak sürekli takip edilmeli ve geri besleme sonucu gerekli olduğunda psikolojik hareket faaliyetlerinde düzenleme ve değişiklikler yapılmalıdır.

ç. Empati : Psikolojik hareket etkisinin temeli psikolojik hareket uygulayıcısının hedef kitlenin duygularını anlama yeteneğine bağlıdır. Empati, kendini başkasının yerine koymak, onun fikirlerini hemen paylaşmak ve onu anlamak anlamında da kullanılır. Empatiyi bilinçli şekilde kullanan psikolojik hareket planlayıcısı ve uygulayıcısı personel hedef kitleye yönelik psikolojik hareket faaliyetlerinde başarılı ve etkin olur. Hedef ülke ve hedef kitle hakkındaki eldeki tüm bilgileri içeren Temel inceleme Dokümanları empatiyi arttırabilir.

d. Koordinasyon : Psikolojik hareket faaliyetleri, komutanın görevini desteklemek amacı ile hareketin tüm konseptleriyle koordineli ve entegre olmalıdır.

e. Zaman : Hedef kitleye yönelik psikolojik hareket faaliyetlerinde temaların zamanında ve yerinde kullanılması amaçlanan etkiyi artırır.

f. Doğruluk : Psikolojik hareket faaliyetlerinde hedef kitleye yönelik kullanılacak temaların gerçeklere dayandırılması etkiyi artırır.

g. Güvenirlik : Kaynağı ve mesajın güvenilirliği tüm psikolojik hareket görevlerinin başarısı için temeldir.

h. Doğallık : Psikolojik hareket faaliyetleri icra edildiği zaman, mekan ve ortam olarak uyumlu olmalı ve doğal bir faaliyet gibi icra edilmelidir.

5. PSİKOLOJİK HAREKAT SEVİYELERİ:

Psikolojik hareket desteği : Stratejik, Operatif, Taktik ve Birleştirilmiş düzeyde olmak üzere dört kategoriye ayrılır. Psikolojik hareketin her kategorisi de konvansiyonel hareketi, operatif ve taktik düzeylerde destekler. Destek kategorisi; hareketin düzeyine ve desteklenen birliğin hedefine bağlıdır.

HİZMETE ÖZEL

a. Stratejik Psikolojik Harekat: Barışta, krizde ve savaşta ulusal düzeydeki hedefleri desteklemek, hedef kitlelerin tutum ve davranışlarını belirlenen amaç ve hedefler doğrultusunda etkilemek, dost ve tarafsız ülkelerin desteğini ve işbirliğini kazanmak, düşman ülkelerin savaşa devam etme istek ve arzusunu azaltmak için yapılan planlı psikolojik faaliyetlerdir.

Bu harekat, düşman, dost ve tarafsız kitleleri hedef alır, hedef ülke halkının geniş bir kesimine yöneltilir ve ekonomik, sosyal, askeri psikolojik ve politik yapıların zayıf noktalarından faydalanmayı öngörür. Ulusal düzeyde üst makamın direktifleri ile resmen yürürlüğe konulduğundan ulusal strateji bütününe ayrılmaz bir parçasıdır. Türkiye'nin bölgesinde barış ve güvenlik kuşağı oluşturmak maksadı ile komşularıyla ve bölge ülkelerle yürüttüğü Güven ve Güvenlik Artırıcı önlemler (GGAÜ) faaliyetleri, psikolojik harekat faaliyetlerine katkı sağlar.

Stratejik harekat, devletin Milli Güvenlik Siyaseti esaslarına uygun olarak, MGK Genel Sekreterliği tarafından hazırlanan ve Başbakan tarafından onaylanan psikolojik harekat planlarına göre uygulanan bir harekattır. Bu planın uygulanmasında, devletin ilgili bütün makamları arasında etkili bir işbirliği, MGK Genel Sekreterliğince sağlanır ve devam ettirilir.

b. Operatif Psikolojik Harekat : Savaş, çatışma ve gerginlik durumunun ortaya çıkmasından önce, belirli bir coğrafi alanda ve görev alan komutanın, askeri harekatını desteklemek ve askeri hedeflerin elde edilmesini sağlamak amacıyla yürütülen psikolojik harekattır.

Bu faaliyetler; bazı hallerde stratejik düzeydeki, bazı hallerde de taktik düzeydeki psikolojik harekat faaliyetlerinden bir kısmını kapsayabilir. Operatif psikolojik harekat faaliyetleri münferit ast komutanların sorumluluk sahası ile sınırlı olmadıkları gibi çakışan hedefler için de bir ayrıcalık teşkil etmezler. Operatif düzeydeki psikolojik harekat faaliyetlerinin amacı; uygun olan yerlerde stratejik psikolojik harekat hedeflerini desteklemektir

c. Taktik Psikolojik Harekat : Çatışma veya savaş sırasında, düşman kontrolündeki muharebe sahasında, amaçlanan planlı taktik askeri hedeflerin elde edilmesini sağlamak amacıyla, düşman kuvvetlerini ve sivilleri psikolojik baskı altına almak, muharebe gücünü

HİZMETE ÖZEL

azaltmak ve sivil halkın askeri hareketi zorlaştırabilecek hareketlerine mani olmak için yürütülen planlı psikolojik faaliyetlerdir.

Taktik düzeyde psikolojik hareket ; genel taktik planın, bütünü ile koordine edilmiş bir parçasıdır. Taktik psikolojik hareket, uzun vadeli psikolojik hareket planlarına istinat ettirilen özel taktik faaliyetlerin desteklenmesi için hazırlanır ve uygulanır.

ç. Birleştirilmiş Psikolojik Harekat : Düşmanın veya potansiyel olarak düşman kabul edilen güçler tarafından ikame edilen veya müşterek kuvvetler tarafından kurtarılmış veya işgal edilmiş alanlarda; desteklenen komutanların askeri hedeflerin elde edilmesine yönelik yürüttüğü hareketin desteklenmesinde, arzu edilen davranışların elde edilmesi için dost kontrolü altındaki bölgelerde bulunan sivillerin, mültecilerin ve yerel halkın desteğini ve iş birliğini kazanmak amacıyla kriz ve savaş döneminde yürütülen planlı psikolojik faaliyetlerdir.

6. MÜŞTEREK VE ÇOK ULUSLU PSİKOLOJİK HAREKAT :

Müşterek Harekatın Tanımı: Birden fazla kuvvete mensup unsurlar ve imkan/kabiliyetlerin önceden belirlenmiş bir hareket sahasında operatif veya stratejik seviyedeki bir komutanın sevk ve idaresinde sinerji sağlayacak şekilde kullanılması suretiyle icra edilen hareket şeklidir.

Müşterek hareket, kuvvetlerin farklı özelliklere sahip imkan ve kabiliyetlerinin düşmanın ağırlık merkezi / merkezlerine yöneltilmesi ve bu suretle kısa sürede sonuç alınmasını ön görür.

a. Müşterek ve Çokuluslu Psikolojik Harekat Doktrini:

(1) İhtilafları çözmek, düşmanca faaliyetleri caydırmak, krizlerde ve çarpışmalarda amaçları elde etmek, milli politikalar ve stratejiler doğrultusunda, hedef kitle ve liderleri etkilemek için genel esasları ortaya koyar.

(2) Psikolojik hareket ; müşterek hareketin başarısını desteklemek, kriz ve çatışma ortamında hareket alanında belirli görevleri başarmak amacıyla kullanıldığı gibi diğer hareket çeşitlerinin tamamlayıcı bir parçası olarak da kullanılabilir.

HİZMETE ÖZEL

(3) Psikolojik hareketin taktik alanda kullanımı; taktik amaçları elde etmek için silahlı kuvvetlerin, nasıl kullanılacağına ana hatları belirlenir.

(4) Türk Silahlı Kuvvetleri çok uluslu bir komuta yapısı içinde yer aldığına, ortak güvenlik amaçlarının kazanılması için psikolojik hareket faaliyetleri, çok uluslu gücün faaliyetleri ile uyumlu hale getirilmeli ve koordine edilmelidir.

b. Müşterek Psikolojik Harekat İçin Prensipler:

(1) Geliştirme Metodolojisi : Hedef kitlenin kararlarını etkilemek ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin potansiyel askeri imkan ve kabiliyetlerini güçlendirmek için psikolojik hareket uzun yada kısa vadeli olabilir. Psikolojik hareket geliştirici prensipler askeri hareket alanı boyunca uygulanır. Müşterek psikolojik hareket için temel prensipler psikolojik hareket prensiplerine benzerlik gösterir;

(a) Psikolojik hareket görevi net olarak tanımlanmalıdır.

(b) Psikolojik hareket temaları, faaliyetleri ve sembolleri, dost ve düşman psikolojik hareket imkan ve kabiliyetlerinin kuvvetli ve zayıf tarafları dahil olmak üzere hedeflerin ayrıntılı bir analizine dayandırılmalıdır.

(c) Bütün askeri faaliyetler, psikolojik uygulamaları için kapsamlı olarak değerlendirilmeli, gerekli olduğu yerlerde potansiyel olumsuz etkileri azaltmak veya olumlu etkilerini güçlendirmek için önceden ortaya çıkabilecek çeşitli olasılıklara cevap verebilecek planlanmış psikolojik hareket faaliyetleriyle desteklenmelidir.

(ç) iletişim için seçilen ortam ve vasıtalar güvenilir ve hedef kitleler tarafından kolayca erişilebilir ve tanınabilir olmalıdır.

(d) Psikolojik hareket temalarının zamanında ve süratle kullanımı çok önemlidir. Çıkabilecek fırsatları kullanmak için planlama, önceden test etme ve onaylama prosedürleri geliştirilmelidir.

(2) Psikolojik Boyut : Savaş ortamından askeri personel, siyasi liderler ve halk Psikolojik olarak etkilenir. Türk Silahlı Kuvvetleri, kendi silahlı kuvvetlerinin komuta kademesine güvenmeyen, imkan ve kabiliyetlerinden emin olmayan muharebe alanında

HİZMETE ÖZEL

harbe devam azim ve iradesini yitirmiş muhtemel yenilgiyi kabullenmiş bir hedef kitle (düşmanla) ile karşı karşıya gelmek ister.

7. PSİKOLOJİK HARBİ DİĞER HARPLERDEN AYIRAN ÖZELLİKLER :

- a. Sinsidir, varlığı zamanla ve güç anlaşılır.
- b. Propaganda ; hedefi olarak insanı, silah olarak kitle iletişim araçlarını (medya), silah mermisini kullanır.
- c. Propagandanın ; dil, dini, rengi üniforması yoktur.amaca uygun olarak bu unsurlar kullanılır.
- d. Çok ucuza mal olur.
- e. içten yıkıcı bir "saldırı" silahı olarak kullanılır.
- f. Yeni keşfedilmiş bir silah olmayıp kullanımı çok eskiye dayanır.

8. PSİKOLOJİK HAREKATI SINIRLAYAN FAKTÖRLER:

- a. Düşman karşı tedbirleri.
- b. Bilgi, haber / istihbarat eksikliği.
- c. Etki değerlendirmesindeki güçlükler,
- ç. Koordinasyon eksikliği.
- d. Yetişmiş personel eksikliği.
- e. Zaman.
- f. Hedef kitlenin sosyal,kültürel ve ekonomik özellikleri.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
KOMUTA VE KONTROL

1. MİLLİ PSİKOLOJİK HAREKAT
2. NATO VEYA ÇOK ULUSLU PSİKOLOJİK HAREKAT
3. SAVAŞ ESİRLERİ VE ENTERNELERE UYGULANAN PSİKOLOJİK HAREKATIN YASAL ÇERÇEVESİ VE MİLLİ KOMUTA MAKAMLARI
4. ANTLAŞMALAR VE SÖZLEŞMELER

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
KOMUTA KONTROL

1. MİLLİ PSİKOLOJİK HAREKAT:

a. Psikolojik Harekatın Yasal Çerçevesi ve Milli Komuta Makamları:

Barış, olağanüstü hal, gerginlik ve kriz dönemleri ile seferberlik ve savaş hallerinde taktik ve stratejik harbin sorumluluğu milli makamlardadır. Psikolojik harekat, devlet çapında merkezi olarak planlanır, Adem-i merkezi olarak bütün kamu kurum ve kuruluşlarının iştiraki ile kontrollü bir şekilde tek elden icra edilir.

Psikolojik harekatın planlanması, koordinasyonu ve icrasından sorumlu milli komuta makamları:

(1) Milli Güvenlik Kurulu :

Anayasanın 3 Ekim 2001 tarihinde değiştirilen 118 inci maddesine göre Milli Güvenlik Kurulu; Madde 118 - Milli Güvenlik Kurulu, Cumhurbaşkanının başkanlığında, Başbakan, Genelkurmay Başkanı, Milli Savunma, İçişleri, Dışişleri Bakanları, Kara, Deniz ve Hava Kuvvetleri Komutanları ve Jandarma Genel Komutanından kurulur.

Gündemin özelliğine göre Kurul toplantılarına ilgili bakan ve kişiler çağrılıp görüşleri alınabilir.

Milli Güvenlik Kurulu; devletin milli güvenlik siyasetinin tayini, tespiti ve uygulanması ile ilgili kararların alınması ve gerekli koordinasyonun sağlanması konusundaki görüşlerini Bakanlar Kuruluna bildirir. Kurulun, devletin varlığı ve bağımsızlığı, ülkenin bütünlüğü ve bölünmezliği, toplumun huzur ve güvenliğinin korunması hususunda alınmasını zorunlu gördüğü tedbirlere ait kararlar Bakanlar Kurulunca değerlendirilir.

Milli Güvenlik Kurulu'nun gündemi; Başbakan ve Genelkurmay Başkanının önerileri dikkate alınarak Cumhurbaşkanınca düzenlenir.

Cumhurbaşkanı katılmadığı zamanlar Milli Güvenlik Kurulu Başbakanın başkanlığında toplanır.

HİZMETE ÖZEL

Milli Güvenlik Kurulu, devletin milli güvenlik siyasetinin tayini, tespiti ve uygulanması ile ilgili alınan tavsiye kararları ve gerekli koordinasyonunun sağlanması konusundaki görüşlerini Bakanlar Kuruluna bildirir.

(2) Milli Güvenlik Kurulu (MGK) Genel Sekreterliği:

2945' sayılı kanunda belirlenen görevler, Milli Güvenlik Kurulu (MGK) Genel Sekreterliği sorumluluğunda yürütür, takip ve koordinasyonu sağlar.

(3) Türk Silahlı Kuvvetleri :

(a) Türk Silahlı Kuvvetleri iç Hizmet Kanunu 35 nci maddesi gereğince, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin vazifesi, "Türk Yurdunu ve Anayasa ile tayin edilmiş olan Türkiye Cumhuriyeti'ni kollamak ve korumaktır".

Türk kara, deniz ve hava sınırlarına vaki olacak bir tecavüz ve tehlike Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından defedileceği gibi, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ile tayin edilmiş olan devletin esas ve niteliklerini değiştirmeye veya ortadan kaldırmaya matuf hareketler de yine Silahlı Kuvvetler tarafından bertaraf edilecektir.

(b) T.C. Anayasasında belirlenen ve TSK İç Hizmet Kanununda verilen görevler ile Milli Güvenlik Kurulu Sekreterliği tarafından hazırlanan psikolojik hareket planlarında öngördüğü şekilde faaliyetlerini planlar, koordine eder ve yürütür.

(c) Milli Güvenlik Siyaseti Esasları doğrultusunda icra edilecek psikolojik harp prensiplerinin tespiti, tehdit bazında psikolojik hareket planlarının yapımı ve geliştirilmesi, Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği ve ilgili bakanlıklarla gerektiğinde koordine edilmesi Genelkurmay Başkanlığının yetki ve sorumluluğundadır.

Bu maksatla Genelkurmay Harekat Başkanlığı bünyesinde Psikolojik Harekat Dairesi teşkil edilmiştir.

(d) Genelkurmay Harekat Başkanlığına bağlı Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı, Türk Silahlı Kuvvetlerindeki psikolojik hareket faaliyetlerinin planlaması ve uygulaması için, ilgili Kuvvet Komutanlıkları ve Jandarma Genel Komutanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı ile

HİZMETE ÖZEL

koordine yapar. Stratejik psikolojik harekat; Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı tarafından planlanır ve uygulanır. Bunun için, uzun vadeli ve geniş kapsamlı milli hedeflerin elde edilmesi için teşkil edilen psikolojik harekat birlikleri kullanılır. Taktik psikolojik harekat, harekat alanı içerisinde kısa zamanda sonuç alınabilecek psikolojik harekat hedeflerini kapsar.

(e) Psikolojik Harekat Grup Komutanlığı ve buna bağlı Psikolojik Harekat Tabur Komutanlıkları ve Timleri, Genelkurmay Harekat Başkanlığı Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı emrinde görev yapar.

(f) Gerektiğinde Psikolojik Harekat Grup Komutanlığı birimleri, Genelkurmay Başkanlığı emir ve direktifleri doğrultusunda harekat alanlarında bulunan görev kuvveti komutanlıkları emrine, direkt desteğine veya psikolojik harekatı takviye etmesi maksadıyla geçici olarak görevlendirilebilir.

(g) Psikolojik Harekat Grup Komutanlığı'nın görev bölgesi Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin hudutlarını kapsamakla birlikte ihtiyaç duyulan yurt dışı alanları da görev bölgesi içerisine girer.

2. NATO VEYA ÇOK ULUSLU PSİKOLOJİK HAREKAT :

a. Genel:

(1) Stratejik psikolojik harekat her NATO üyesi ülkenin kendi milli sorumluluğundadır. NATO üyesi ülkeler milli hedeflere yönelik politikalarını stratejik psikolojik harekatla desteklerler.

(2) Taktik psikolojik harekat faaliyetlerinin yönetimi NATO ile müşterek bir savaşta NATO sorumluluğundadır.

(3) NATO ve diğer uluslar arası kuruluşlarla müşterek olarak icra edilen çok uluslu bir harekata (Barışı Destekleme Harekatı dahil) psikolojik harp faaliyetleri müttefik makamlarla koordine edilir.

HİZMETE ÖZEL

(4) NATO'ya üye devletler: NATO psikolojik harekat faaliyetlerini desteklemek icra edilecek tatbikatlara ve harekatlara, milli kaynak ve eğitilmiş personel sağlamak için, NATO psikolojik harekat politika ve doktrini desteğinde milli plan ve programlarını geliştirirler.

(5) NATO'nun mevcut psikolojik harekat kuvveti yoktur. Barış zamanı NATO'nun emri altındaki tek kalıcı psikolojik harekat kabiliyeti, psikolojik harekat sorumlulukları ile donatılmış, NATO Komuta Yapısı ve NATO Kuvvet Yapısı Karargahında görev yapan karargah subaylarıdır.

(6) Kriz veya savaş zamanında NATO psikolojik harekat kuvvetleri milli katkılardan teşkil edilir. Psikolojik harekat kuvvetleri belirli görevler için vazifeye yönelik teşkilatlandırılır. Söz konusu yapı, göreve, harekat alanının boyutuna düşman kuvvetlerinin ve yerli halkın imkan ve kabiliyetine göre belirlenir.

(7) Psikolojik harekata kuvvet katkısında bulunan ülkeler, Birleşik Müşterek Psikolojik Harekat Görev Kuvvetine (CJPOTF), Psikolojik Harekat Destek Unsurlarını(PSE) ve Taktik Psikolojik Harekat Timlerini (TPT), psikolojik harekat ekipmanını ve personelini sağlamaktan ve bunun finansmanından sorumludur.

(8) Gerekli durumlarda uzun dönem harekatları için birleşik müşterek psikolojik harekat görev kuvvetinin, yerel personel tarafından sağlanan hizmet ve kiralanan ekipmanın yerel kontrat harcamaları NATO finansmanından sağlanır.

(9) Bir psikolojik harekat görev kuvveti kurulduğunda onu takip eden psikolojik harekat komuta ilişkileri de normal olarak kurulur. Taktik psikolojik harekat görev kuvvetleri manevra unsurlarına doğrudan destek verecek şekilde yerleştirilir. Psikolojik harekat birlikleri, Müşterek Görev Kuvvet Komutanlığı'nın genel desteğinde, Psikolojik Harekat Görev Kuvvet Komutanı'nın taktik kontrolünde görev yapar.

(10) Komutanlar bütün psikolojik harekat faaliyetleri ve karşı psikolojik harekat faaliyetlerinden sorumludur.

(11) Psikolojik harekat faaliyetlerinin etkinliğinin özellikle yurt dışında da arttırılmasını temin edebilmek maksadıyla ; Türk Silahlı Kuvvetlerinin yurt dışında temsilci bulundurduğu ve / veya harekat icra ettiği bölgelerde Psikolojik Harekat Daire Başkanlığından bir temsilcinin bulundurulması sağlanır.

HİZMETE ÖZEL

b. NATO / Çok uluslu psikolojik harekat çeşitlerinde komuta makamları ve koordinasyon:

(1) Kuzey Atlantik Konseyi (NAC), NATO Genel Sekreteri veya Savunma Planlama Komitesi (DPC)'nin direktiflerine göre uygulanacak ittifak politikasını onaylar. Psikolojik harekat faaliyetleri için koordine makamı Askeri Komite (MC)'dir.

(2) NATO Psikolojik Harekat Politikası (NATO Psychological Operations Policy "MC402 "kapsamına da yer alır.

(3) Ana NATO Komutanları (SACEUR, SACLANT) tarafından yürütülecek stratejik psikolojik harekatın prensipleri askeri komitede tespit edilir. Bu komitede bulunan milli temsilciler, kendi psikolojik harekat prensipleri ile tespit edilen NATO stratejik harekat prensiplerini koordine ederler.

(4) NATO ast karargahları ve aynı zamanda milli komutanlıklar, psikolojik harekat prensiplerini esas alır, stratejik ve taktik psikolojik harekat prensiplerinin NATO psikolojik harekat prensiplerinin plan ekleri ile uyumlu olması sağlanır.

(5) Harekat alanı komutanına psikolojik harekat desteği sağlamak ve psikolojik harekatın kontrolünü kolaylaştırmak amacıyla psikolojik harekat kuvveti olarak teşkil edilen Birleşik Müşterek Psikolojik Harekat Görev Kuvveti (CJPOTF), Harekat Alanı Komutanının direkt harekat kontrolü altında görev yapar ve harekat personeli vasıtası ile rapor verir.

(6) Birleşik Müşterek Psikolojik Harekat Görev Kuvveti, harekat alanı dahil olmak üzere, harekat alanı seviyesinde bütün psikolojik harekat ürünlerinin hazırlanmasını, gelişimini, dağıtımını kontrol eder ve koordinasyonunu sağlar. Yardımcı Komutanlıkların harekat kontrolünde olan Psikolojik Harekat Destek Unsurlarına (PSE) Psikolojik harekat desteği sağlar.

(7) Birleşik Müşterek Psikolojik Harekat Görev Kuvvetine ihtiyaç olmadığı istisnai durumlarda, Psikolojik Harekat Destek Unsurları harekat alanı karargahına entegre edilir. Söz konusu unsur mevcut teşkilatı, komuta unsuru, harekat ve planlama kısmı, irtibat, hedef kitle analizi/test ve değerlendirme, lisan desteği ve sevk unsurları, basın yayın kısmı, baskı,

HİZMETE ÖZEL

ses, ses-görüntü ve diğer basın yayın ürünleri için geliştirme ve sınırlı üretim kabiliyetleri içerecek ve görevi ifa etme kabiliyetine sahip olacak şekilde yapılandırılır.

(8) öncelikli görevi, personel planlaması yapmak, sınırlı üretim kabiliyeti sağlamak ve yardımcı komutanlıklara fonksiyonel rehberlik vermek olan Psikolojik Harekat Destek Unsurları ve Taktik Psikolojik Harekat Timleri harekat alanı kuvvetlerinin desteğinde manevra düzenleme komutanının taktik kontrolü altında görev yapar.

(9) Taktik psikolojik harekat timleri, psikolojik harekat destek unsurları olarak desteklediği Tugay ve Tümen Komutanları veya doğrudan Manevra Taburu Komutanı için görevlendirilebilir. Bir manevra taburu ile birleştirildiğinde taktik psikolojik harekat tim komutanı, görevlendirildiği tugay, tümen veya tabur komutanı için psikolojik harekat danışmanı olarak görev yapar.

(10) Harekata katılan NATO Ülkelerinin, milli psikolojik harekat kuvvetlerinin yetki devri belirlenmelidir. Harekata katılan bazı NATO ülkeleri kendi askeri psikolojik harekat kuvvetlerini politik olarak hassas olan milli kuvvetler olarak düşündüklerinden, kendi kuvvetleri için yetki devrini kabul etmeyebilir veya yetki devrini sınırlı olarak kabul edebilir. Bu durumda psikolojik harekat kuvvetlerinin kullanımı bazı görevlerde sınırlanabilir. Bu kısıtlamalar yetki devri mesajında ortaya konur. İstisnai koşullar altında ülkeler kullanılacak psikolojik harekat hedefleri ve konularında anlaşmaya vardıklarında, bir harekat alanı komutanının harekatına, yetki olmaksızın psikolojik harekat desteği sağlamayı kabul edebilirler.

3. SAVAŞ ESİRLERİ VE ENTERNELERE UYGULANAN PSİKOLOJİK HAREKATIN YASAL ÇERÇEVESİ VE MİLLİ KOMUTA MAKAMLARI:

a. Savaş esirleri ve sivil enternelerin Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin politikası gereğince uluslararası hukuka ve antlaşmalara göre korunması ve yönetilmesi bir komutanlık sorumluluğudur.

Adli müşavir, savaş hukuku ve antlaşmaların uygulanması konusunda komutana bir karargah subayı ve uzmanı olarak yardımcı olur. Her komutanlık düzeyindeki merkez

HİZMETE ÖZEL

komutanı, savaş esirleri ve sivil enternelerin korunması ve yönetimi için gerekli kural ve planları uygulamaktan sorumludur.

b. Savaş esiri kamplarında yürütülen faaliyetlerde gerekli olan psikolojik hareket desteğinin derecesi, görevlendirilen komutanlığın bu konudaki politikası, kamptaki esirlerin tutumları, yapılacak çalışmalar sonucu ortaya çıkan diğer faktörlere dayanarak çok az veya çok geniş olabilir.

c. Savaş esirleri ve sivil enternelere uygulanacak programları destekleyen psikolojik hareketin genel amaçları aşağıdaki hususları kapsar.

(1) Tutuklama sırasında savaş esirleri ve sivil enterneler, kamplardaki emir ve yönetmeliklere uymalarını sağlamak için şartlandırılır.

(2) Savaş esirleri ve enterne edilenlerin birey olarak hükümet politikasının amaçları hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanır.

(3) Savaş esirleri ve sivil enterneleri devlet politikası ve uluslararası hukuka göre davranmaya yöneltir.

(4) Kampta yürütülecek psikolojik hareket programına destek sağlanır.

4. ANTLAŞMALAR VE SÖZLEŞMELER :

Lahey ve Cenevre sözleşmeleri; psikolojik hareketin savaş zamanında kullanılması hakkında bazı kısıtlamalar getirmektedir.

a. LAHEY Sözleşmesi:

(1) 18 Ekim 1907 tarihli LAHEY sözleşmenin 4 ncü maddesinde; "Karada harbin kanunları ve geleneklerine saygı göstermek" bölümünde ."Savaş hileleri savaşan ülkenin onlara başvurduğu bölüm içinde ihanet ve vefasızlık içermediği sürece meşrudur" ifadesi yer almaktadır.

(2) Güven, inanç, sadakat ve şeref sözünün ihlalini içeren veya gerçeğin söylenmesinin ahlaken zorunlu olduğu bu durumlarda, kasıtlı yalan söyleme veya yanlış yönlendirme suretiyle düşmandan avantaj sağlamak uygunsuz olacaktır. Bu yasaklama

HİZMETE ÖZEL

düşmanı yanlış yönlendirmeye ve aldatmaya yönelik meşru askeri faaliyetlerden oluşan gizlenme ve aldatma faaliyetlerini içermez.

b. CENEVRE Sözleşmesi:

(1) Uluslararası savaş hukuku, savaş esiri statüsüne göre, kimlerin savaş esiri sayılacağını saptamıştır. Savaş esirleri sadece kuvvetlerimizin ele geçirdikleri ve gözetim altında tuttukları düşman personeli değildir.

(2) Savaş esirlerine yapılacak işlemler 12 Ağustos 1949 tarihli CENEVRE Sözleşmesi'ne göre yürütülür. Türkiye bu sözleşmeye katılmıştır. Cenevre Sözleşmesi'nin psikolojik harekatla doğrudan ilgili bulunan bazı maddeleri aşağıda açıklanmıştır:

(a) Madde 7 : Koşullar ne olursa olsun, savaş esirleri bu Antlaşmanın kendilerine sağladığı haklardan kısmen veya tamamen feragat edemezler.

(b) Madde 13 : Savaş esirlerine her zaman insanca davranılmalıdır. Bunun gibi savaş esirleri şiddet hareketlerine, tehditlere hakarete ve halkın olumsuz davranışlarına karşı her zaman korunmalıdır.

(c) Madde 14 : Koşullar ne olursa olsun, savaş esirleri kendi kişiliklerine, şereflerine saygılı davranılma hakkına sahiptir.

(ç) Madde 38 : Gözetim altında bulunduran devlet eğitim, kültür ve eğlence faaliyetlerini teşvik edecektir.

(3) Yukarıdaki kısıtlamalardan başka, psikolojik harekat faaliyetlerinin Cenevre Sözleşmesi'nin bazı hükümlerine uyularak ve bunlardan yararılanarak yürütülmesi gerekir. Bu hükümler şunlardır:

(a) Konutlar sağlığa uygun olmalıdır. (Madde 25, 29).

(b) Yemekhaneler temiz olmalı ve yeteri kadar yiyecek verilmelidir. (Madde 26)

HİZMETE ÖZEL

(c) Savaş esirlerinin elbiseleri iklime uygun, temiz ve iyi onarılmış olmalıdır. (Madde 27).

(ç) Savaş esirlerinin yiyecek, sabun, sigara gibi günlük ihtiyaçlarını sağlayabilecekleri kamp kantinleri kurulmalıdır. (Madde 28).

(d) Sağlık tesislerinde sıhhi bakım sağlanmalıdır. (Madde 30, 31).

(e) Dini ihtiyaçların giderilmesinde serbestlik sağlanmalıdır. (Madde 34).

(f) Askeri amaçlar dışında savaş esirleri için kazançlı olabilecek çalışma koşulları sağlanmalıdır. (Madde 50, 51).

(g) Esirlerin çalışmaları karşılığında ücret ödenmelidir. (Madde 62)

BEŞİNCİ BÖLÜM PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMASI

1. GENEL
2. PSİKOLOJİK HAREKATIN GENEL AMAÇLARI
3. PLANLAMA ESASLARI
4. PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMACILARININ SAHİP OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER
5. GÖREVLER
6. PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMACILARININ KULLANDIKLARI KAVRAMLAR
7. PSİKOLOJİK HAREKAT PLAN VEYA EKLERİNİN HAZIRLANMASINDAKİ AŞAMALAR
8. PSİKOLOJİK HAREKAT PLANININ GELİŞTİRİLMESİ VE GÖZDEN GEÇİRİLMESİ
9. PSK.HRK.PLANLAMACI VE İCRACILARININ İSTİFADE ETTİKLERİ DOKÜMANLAR

HİZMETE ÖZEL

BEŞİNCİ BÖLÜM

PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMASI

1. GENEL:

a. Müşterek harekatın psikolojik harekat planlama esasları; Planlama Direktiflerinin Psikolojik Harekat Eki, TSK. Harekat Planlama Esasları Yönergesi (MY 368-2)'nde belirtilen esaslarla, Psikolojik Harekat Konsepti (MKS 33-1), NATO Psikolojik Harekat Doktrini (AJP-3.7) esaslarına uyumlu olarak planlanır ve uygulanır.

b. Psikolojik Harekat Planları:

- (1) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, barışta güvenlik ortamını şekillendirmek,
- (2) Barış destekleme harekatında görev icra edilen ülke hakkında Türkiye'ye müzahir tutum geliştirmek,
- (3) Doğal afet yardım harekatında halkın Türk Silahlı Kuvvetleri'ne duyduğu güveni sürdürmek,
- (4) iç güvenlik harekatında terörün vuku bulduğu bölge halkının terör örgütüne verdiği desteği kesmek,
- (5) Krizde; krizin milli menfaatlerimize uygun şekilde sonuçlandırılmasına katkı sağlamak,
- (6) Savaşta düşmanın savaşma azmini ve iradesini kırmak, dost tarafın moralini yükseltmek, tarafsızın desteğini kazanmak için yürütülen faaliyetleri desteklemek amacı ile hazırlanır.

c. Barış, olağanüstü hal, gerginlik ve kriz dönemleri ile seferberlik ve savaş hallerinde, icra edilecek tüm müşterek askeri harekat çeşitlerinin psikolojik harekat yönünden desteklemek amacıyla ayrıntılı planlama yapılır.

ç. Psikolojik harekatın kendine özgü bir planlama sırası olup, bu planlama sırası, her türlü psikolojik harekatın planlama gereksinmelerine cevap verecek şekilde yapılır.

d. Askeri psikolojik harekat faaliyetleri, komuta kontrol ve uluslararası haber alma faaliyetlerinin bütünleyici parçasıdır.

HİZMETE ÖZEL

e. Planlanmış askeri psikolojik hareket sadece askeri hedefleri değil hedef alanı içerisindeki politik, ekonomik veya sosyal yapıları da etkileyebilir. Psikolojik hareket planlayıcısının, başlangıçtan itibaren oluşturulan çalışma gurubunda yer alması, planlama aşamalarında da çalışmalara katılması sağlanır.

f. Psikolojik hareket planlaması gelişen durum ve şartlara uyumlu olmalı, psikolojik hareket faaliyetleri esnasında çıkan fırsatlar değerlendirilmelidir.

g. Psikolojik harekattan gerektiği şekilde istifade edilebilmesi için, barıştan itibaren planlanmalı ve icra edilmelidir. Psikolojik hareketin başarılı olması için temel kural "Merkezi olarak planlanan bir süreç için tek elden icra" kuralının uygulanması ve benimsetilmesidir.

2. PSİKOLOJİK HAREKATIN GENEL AMAÇLARI:

a. Hedef kitlelerin tavır ve davranışlarını değiştirerek Türk Silahlı Kuvvetleri'ne ve/veya çok uluslu güçlere müzahir tutum geliştirmek ve destek sağlamak.

b. Karşıt güçlerin etkisini azaltmak, savaşta karşıt güçlerin savaşma azmini ve iradesini kırmak, dost tarafın moralini yükseltmek.

c. işgal edilmiş ve kurtarılmış bölgelerin yeniden teşkilatlandırılmasını ve kontrolünü sivil-askeri işbirliği ile sağlamak.

ç. Psikolojik hareket faaliyetlerinin icrası sırasında müttefiklerin ve tarafsızların işbirliğini sağlamak.

d. Sınırlı güç kullanımını, barışı destekleme hareketini, doğal afet yardım hareketini, iç güvenlik hareketini, insani yardım ve muhtemel göç olaylarını, yabancı dahili savunma gibi askeri hareket çeşitlerini desteklemek.

3. PLANLAMA ESASLARI :

a. Kaynaklar : Psikolojik hareketi gerçekleştirmek için en çok açık istihbarat kaynaklarından istifade edilir. Bu kaynakların hedef kitle tarafından izlenebilir ve kullanılabilir olması, hedef kitle üzerinde etkili olması ve çok geniş bir kitleye hitap etmesi gerekir. Gerekli

HİZMETE ÖZEL

olduğunda yabancı istihbarata ve hedef kitlelere seçilmiş mesajları iletmek için aldatıcı araçlar kullanılır.

Planlamacılar kullanımlarında dikkate almak için her bir iletişim aracının imkan ve kabiliyetleri ile kısıtlamaları konusunda bilgi sahibi olmaları gerekir.

b. Personel : Barış, olağanüstü hal, gerginlik ve kriz dönemleri ile seferberlik ve savaş hallerinde, icra edilecek tüm müşterek askeri harekatı planlamak ve icra etmek amacıyla yabancı veya yerel dilleri bilen personel ile konusunda uzmanlaşmış psikolojik harekat personeline ihtiyaç vardır. Planlanan veya muhtemel psikolojik harekat faaliyetleri için ortaya çıkabilecek özel veya ilave ihtiyaçlar komutanlar tarafından belirlenir.

c. Kuvvetler arası ve Kurumlar arası Koordinasyon : Türk Silahlı Kuvvetleri'nin barış, kriz ortamı ve savaşta icra edeceği müşterek psikolojik harekat veya çok uluslu psikolojik harekat planları veya faaliyetlerinin icrası, psikolojik harekatın planlama ve icra prensipleri çerçevesinde merkezi olarak Genelkurmay Başkanlığı tarafından yapılır. Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı; müşterek veya çok uluslu psikolojik harekat planları veya faaliyetlerinin planlanması ve icrası için MGK Genel Sekreterliği, Kuvvet Komutanlıkları, Jandarma Genel Komutanlığı, Özel Kuvvetler Komutanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığının ilgili psikolojik harekât birimleri ile koordine eder.

4. PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMACILARININ SAHİP OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER:

a. Psikolojik harekatın başarısı; merkezi, detaylı ve müşterek planlamaya bağlıdır, örtü aldatma planı, bilgi harekatı ve diğer harekat çeşitleri ile müşterek koordine edilmeden yapılacak bir psikolojik harekat uygulaması, asıl harekatı tehlikeye düşürebilir.

b. Psikolojik harekat planlaması uzun vadeli, sebat ve yüksek hayal gücüne dayanan ve her kademedede teferruatlı uygulamayı gerektiren faaliyetlerden oluşur.

c. Devlet çapında psikolojik harekat planlamacılarının ; Milli Güvenlik politikası hedefleri ile NATO politikaları, psikolojik harekat doktrini, talimnameleri, harekat alanındaki askeri hedefler ile silahlı kuvvetlerinin yapısı, emir komuta, disiplin, moral, kuvvetler arası rekabet,

HİZMETE ÖZEL

müşterek hareket planlama usulleri ile kullanılan teknik ve yöntemler ile hedef kitlenin sosyal yapısı, gelenekleri, töreleri ve değerleri, hassasiyetleri konularında bilgi sahibi olması aranır.

S. GÖREVLER:

Psikolojik hareket planlayıcısının görevleri;

a. Harekat alanın askeri ve politik değerlendirmesini yapmak için " Harekat alanı ile ilgili" bilgi toplar.

b. İstihbarat faaliyetini psikolojik hareketi ilgilendiren konular üzerinde yoğunlaştırır.

c. Haber alma sistemini ve haber kaynaklarını etkin şekilde kullanır, verilen görevin hedef analizini yapar.

ç. Mevcut psikolojik hareket birlik veya unsurlarını belirler.

d. Görev ve kuvvetin ölçüsü belirledikten sonra gerekli psikolojik hareket imkan ve kabiliyetlerini ortaya koyar.

e. Psikolojik hareket durum muhakemesini hazırlar.

f. Uygulanması planlanan psikolojik hareket faaliyetleri için, hedef kitlenin muhtemel etki-tepki ve sonuçları hakkında uygulayıcı birlik komutanlarına tavsiyede bulunur.

g. Psikolojik hareket yönünden kuvvet ihtiyaçlarını (malzemelerini) tespit eder.

h. Psikolojik hareket planını hazırlar ve cari istihbarat bilgileri ışığında güncel tutar.

ı. Faaliyetlerin yöneltmesini analiz eder, kendi amacına uygun tutum ve davranışları ortaya koyan propagandayı hazırlar ve hedef kitleye ulaşmak için uygun iletişim araçlarını seçer.

j. Psikolojik hareket amaçlarının gerçekleşmesi için kullanılacak ve sakınılacak temaları tespit eder, propagandayı meydana getirir, ön denemenin hazırlanmasını ve uygulanmasını, sonuçlarının değerlendirilmesini yapar.

k. Kampanya kontrol formunu hazırlar, faaliyetlerin yürütülmesi için koordinasyonu sağlar.

6. PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMACILARININ KULLANDIKLARI KAVRAMLAR :

a. İkna Edici İletişimler:

Bilgi toplama aşamasında, psikolojik hareket açısından haber değeri olan her türlü bilgi planlamacılar tarafından dikkate alınır. Hedef kitle ile ilgili tespit edilen bilgi ve izlenimler temin edildiğinde, seçilen haberleşme vasıtaları ile sistematik olarak doğruca tüm ilgililere aktarılır. Psikolojik hareket planlamacıları, başarılı bir psikolojik hareketin planlanması ve icrası aşamasında, hedef kitle için seçilen ikna edici mesajları iletmek amacı ile insan davranışlarını etkileyen psikolojik faktörleri kullanır.

Başarılı bir propaganda geliştirilmesi için psikolojik hareket planlamacıları, insan davranışları ile ilgili ana faktörler konusunda bilgi sahibi olmalıdır.

Planlamacıların, hedef kitlenin tutum ve davranışlarını kendi amaçları doğrultusunda güçlendirmek veya değiştirmek için bireysel algılamalarla etkileşime girecek fertlere(bireye) ulaşması gerekir, ikna edici mesajların hedef kitle tarafından algılanabilmesi, hedef kitlenin tutum ve davranışlardaki değişim ve kitlenin beklentileri psikolojik hareket planlamacıları tarafından göz önünde bulundurulur. Hedef kitlenin tutum ve davranışlarını değiştirmek veya değişime zorlamak için planlamacıların kişisel becerileri, tecrübe ve deneyimleri etkin ikna edici haberleşme için gereklidir.

b. Emir-Komuta Bağlantıları: Düşman komuta kontrol, iletişim ve bilgisayar bağlantılarının karıştırılması, hedef kitlenin (düşmanın) savaşta galip gelme azim ve iradesini doğrudan etkilediği gibi, hedef kitleye etkin bir komuta ve kontrol için gerekli olan karar alma sürecini, emir-komuta yapısını, algılama, disiplin ve kamuoyu desteğini de ciddi biçimde etkiler.

c. Bilginin korunması / Yalanlanması : Psikolojik hareket planlamacıları psikolojik hareket faaliyetlerinin icrası sırasında temaları ve karşı temaları üretmek için ihtiyaç duyulan hedef kitleye ait bilgiyi kendi amaçları doğrultusunda değiştirerek yayınlarlar veya yalanlarlar. Hedef kitle planlamacı ve analizcülerinden; dost kuvvetlere ilişkin faaliyetleri, imkanları ve kabiliyetleri ortaya koyacak bilgileri ve hassas emareleri korumak ve karşı tarafın eline geçmesini önlemek için güvenlik usulleri saptanır ve karşı İKK. ve güvenlik tedbirleri uygulanır.

HİZMETE ÖZEL

ç. Haberlerin Tanzimi / istihbaratın Bölünmesi : Psikolojik hareket planlamacı ve analizcileri tarafından, seçilmiş temalara uygun olarak tanzim edilen haberler, seçilmiş haberleşme araçları ile karşıt haber sistemlerine ve hedef kitleye sistematik olarak aktarılır. Bu yöntem, seçilmiş bilgilerin kontrollü olarak hedef kitleye aktarmasını sağladığı gibi gerektiğinde de yalanlanmasına imkan sağlar. Bu haberler, karşıt planlamacı ve karar vericilerin algılamalarını, imkan, niyet ve olaylar üzerine kurulu tahminlerini ve değerlendirmelerini etkileyebilir.

7. PSİKOLOJİK HAREKAT PLAN VEYA EKLERİNİN HAZIRLANMASINDAKİ AŞAMALAR:

a. Bilgi Toplama:

(1) Psikolojik hareket planları; etkili ve doğru bir istihbarata dayandırılır. Bu istihbarat faaliyeti psikolojik hareketi ilgilendiren konular üzerinde yoğunlaştırılır.

(2) Psikolojik hareket planlayıcıları, hedef kitleyi amaçları yönünde ikna etmek, yönlendirmek, duygusal sorgulamalarını etkilemek ve psikolojik hareketi geliştirmek için tam, güncel ve ayrıntılı bilgilere ihtiyaç duyar.

(3) Psikolojik harekatta hedef kitle ile ilgili ön araştırmaların yapılması ve istihbarat bilgilerinin toplanması barış döneminde tamamlanır. Bu amaçla hedef ülke veya hedef kitle ile ilgili Psikolojik Harekat Temel İnceleme Dokümanları hazırlanır. Bu dokümanlardaki bilgiler belirli periyotlarla sürekli olarak güncelleştirilir.

(4) Psikolojik Harekat planlarının hazırlanma sürecinde, psikolojik hareket personeli/uzmanları tarafından hazırlanan Psikolojik Harekat Temel İnceleme Dokümanlarından, Özel Psikolojik Harekat Çalışmaları/ Etütlerinden veya özel Psikolojik Harekat Değerlendirmelerinden planlama faaliyetlerinde istifade edilir.

b. Hedef Analizi:

(1) Giriş:

(a) Hedef kitle ve/veya hareket bölgesi hakkında bilgi toplamadan sonra yapılacak iş "Hedef Analizi" dir. Hedef analizi, Psikolojik Harekat Kampanyasının oluşturulmasında en

HİZMETE ÖZEL

önemli faaliyettir. Psikolojik hareketin icrasında psikolojik hareket personelini yönlendirmek için psikolojik hedeflerin tespit edilmesine imkan sağlayan istihbarat bilgilerinin incelenmesi hedef analizi faaliyetlerini oluşturur.

(b) Hedef analizinde, istihbarat sistemli ve ayrıntılı incelenerek, hedef toplumlar tespit edilir, tanınır, yerleri saptanır, koşullar meydana çıkarılır, psikolojik duyarlılıklar kesin olarak belirtilir, ilgili psikolojik hedefler sıralanır ve psikolojik hareketin yürütülmesi için psikolojik hareket personeline yol gösterecek gerekli bilgiler elde edilir. Hedef analizi sırasında elde edilen bilgiler ve bulgular propagandanın planlanmasında ve geliştirilmesinde kullanılır.

(2) Hedef toplumların / hedef kitlelerin teşhis ve saptanması:

(a) Psikolojik hareket planlamasında öncelikle hedef kitle veya özel hedefleri etkileyen bilgi ve faktörler değerlendirilir. Hedef kitlenin dikkatli, ayrıntılı ve kapsamlı bir analizi yapılır. Bunun için hedef kitle ile ilgili istihbarat bilgisine, gerekli verilerin toplanmasına, hedef kitlenin psikolojik kültürel ve etki bağlarının ayrıntılı olarak bilinmesine ihtiyaç duyulur.

(b) Psikolojik hareket planlamacıları, çeşitli kaynaklardan temin edilen cari istihbarat bilgileri ile Psikolojik Harekat Temel inceleme dokümanlarındaki bilgiler ışığında hedef analizi yapar. Hedef kitleyi etkileyecek temaları, imkan ve kabiliyetleri, yürütülecek faaliyetleri, uygun hedef kitlelerin seçimini ve bunlara karşı yöneltilecek propaganda faaliyetlerinde kullanılacak temalar ile uygun kitle iletişim araçlarını belirler.

(c) Psikolojik hareket faaliyetlerinin potansiyel hedefleri genellikle hedef kitle içindeki gruplar olup, özellikle bu kapsamdaki belirli hedefleri etkileyen algı, bilgi ve etkenler değerlendirilir, örneğin hedef kitleyi oluşturan; politik, sosyal, kültürel, etnik, dini, askeri yada bireysel karar mercileri, komutanları, önemli iletişimcileri ve topluluk liderleri gibi farklı ve rekabet halinde olan gurupları veya hedefleri belirlemek için hedef kitle analizi yapılır.

(ç) Potansiyel hedef toplumlar ; başarılı bir şekilde etkilendiği ve harekete geçirildiği takdirde, arzu edilen psikolojik amaca ulaşmada başarıyı sağlayacak aynı eğilimlere sahip insan topluluklarıdır. Psikolojik hareket amaçları açısından hedef kitle; gruplar, sınıflar ve yığınlar şeklinde ayrılır.

HİZMETE ÖZEL

(d) Hedef kitlenin moralini olumsuz etkilemek ya da bozmak veya önceden hedef kitleyi oluşturan gruplar arasında işbirliğini bozmak veya kendimize müzahir hale getirmek için zaman gereklidir. Bu yüzden psikolojik hareket faaliyetlerine en erken ve en uygun zamanda başlanmalıdır. Psikolojik hareket faaliyetlerine mümkün olduğunca erken başlamak büyük avantajdır. Psikolojik hareket faaliyetlerine silahlı kuvvetler hareket alanına girmeden önce başlanır.

(3) Hedef Kitlenin Seçimi:

(a) Psikolojik hareket kaynaklarının kısıtlı olması hangi hedef kitlelerin hangi sırayla ele alınacağını dikkatlice seçilmesini gerekli kılar.

(b) Psikolojik hareket planlamacıları hedef kitlenin seçiminde aşağıdaki faktörleri göz önünde bulundurur. Bunlar; hassasiyet, hedef kitlenin etkilenme derecesi, etkinlik, kitlenin beklenen tepkileri verme yeteneği, erişilebilirlik, kitlenin farklı kitle iletişim araçlarına erişilebilirliği. Kitlenin güvendiği kaynaklar ve bu kaynakları Milli ve NATO makamlarının etkileme gücü de belirlenir.

(c) Planlamacı veya analizciler ayrıntılı bir analizle, hedef kitlenin ilişkin hassasiyetlerini tespit eder.

(ç) Hedef analizi sonucunda tespit edilen deneme hedeflerinin ; psikolojik hareket için uygun hedefler olup olmadığı ve duyarlılıkları saptanır.

Burada dikkat edilmesi gereken hedef toplumun birçok zayıf tarafı bulunabilir, ancak bunların hepsi aynı derecede duyarlı ve hareket için etkili olmayabilir.

(4) Hedef Analizi İş Muhtırası Formu:

Psikolojik hareket personelinin; psikolojik hareket faaliyetlerinin yürütülmesinde, özel ve yararlı olabilecek bilgilere kolaylıkla ulaşabilmesini sağlamak için Hedef Analizi İş Muhtırası Formu kullanılır (EK-B). Formda, analiz amacıyla ilgili esasların kaydedilmesi için kısımlar yer alır. Bu kısımlara ulusal hedef, görev, hedef koşulları, tutumlar, hedefin etkinliği, konu olan hedefte bulunan psikolojik hedefler ve etki belirtileri yer alır.

HİZMETE ÖZEL

(a) Psikolojik hareket personeli, hedef toplumlarının duyarlılıklarını tespit için Hedef Analizi Formunu kullanır.

(b) Formda, deneme hedefleri sistemli bir şekilde analiz edilir ve değerlendirilir.

(c) Bu sistemle potansiyel hedef analiz edilerek; potansiyel hedefle, hedef koşulları arasındaki ilişki ortaya konur.

(ç) Psikolojik hedef, hedefin duyarlılığı ve hedefin etkinliği ile ilgili bilgiler sistematik olarak yer alır.

(d) Form; analiz amacıyla kullanılacak bilgileri, ulusal hedefi, psikolojik hareketin vazifesini, hedef kitleyi etkileyen hedef koşullarını, hedef grubunun davranış ve tutumlarını, hedefi ikna edebilme olanaklarını (duyarlılığı), hedefin etkinliğini, amaçlanan psikolojik hedefleri ve etki emarelerini kapsar.

(e) Hedef kitleye yönelik kullanılacak ve sakınılacak temalar tespit edilir..

(f) Hedef kitle veya özel hedeflerle ilgili ortaya çıkan ilave bilgi toplama ihtiyaçları belirlenir.

(5) Hedef Analizindeki Aşamalar:

Dost ve tarafsız gruplar üzerinde de potansiyel etkilerin analizi aynı metodoloji takip edilerek yürütülür.

(a) Birinci Aşama: Deneme hedefinin (geçici hedef toplumların) seçimi.

Analiz için bir deneme hedefi seçilir. Bu hedef psikolojik hareket bölge incelemesi sonunda saptanan deneme hedefleri arasından seçilir. İkna edici haberleşme ile etkilenebilecek bir grup olarak, bu hedefin zayıf yönleri, hedefin görev ile ilgili eğilimlerinin araştırılması ve saptanması, duyarlı ve etkin olup olmadığı yönünden, grubun hedef toplum olarak uygunluğunu gösteren, durumla ilgili diğer etkenler değerlendirilir. Ürneğin hedef kitle /toplum dini grup tiplerine göre incelendiğinde, toplum içinde hakim olan dini toplulukların genel nüfus içindeki oranları, büyüklük sırasına göre sıralanması ve toplum içinde sahip oldukları nüfuz durumları incelenir.

HİZMETE ÖZEL

(b) İkinci Aşama: Hedefi etkileyecek coğrafi ortama ilişkin etkenler saptanır.

Hedef analizcisi, hedef kitleyi /toplumu etkileyecek coğrafi ortama ait bütün dış etkenleri (olumlu ve olumsuz) saptar. Hedef kitlenin coğrafi ortam içinde etkili olduğu bölgeler, hedef kitleyi/toplumu etkilemek için uygun olabilecek bölgeler ve dost kuvvetlere karşı ciddi mukavemetin olabileceği bölgeler tespit edilir. Bu dış etkenler, psikolojik harekatı destekleyen istihbarattan elde edilir. Seçilen her koşulun hedef toplum tarafından algılanmış olması büyük önem taşır. Analizci başarılması gereken görevi de dikkate alır. Bu gibi düşünceler, analizcinin çalışma koşullarını sınırlar.

(c) Üçüncü Aşama: Hedef toplumunun tutumları analiz edilir.

Bu aşamada hedef toplumun tutumları analiz edilir. Tutumlar davranışlarla uyumlu olabilir veya olmayabilir. Kampanyada, hedef kitlenin/ toplumun tutumları etkilenecek veya değiştirilerek istenen davranışı meydana getirmek veya pekiştirmek nihai amaç olarak alınır. Uygun temaların hazırlanıp kullanılabilmesi için hedef toplumda hakim olan tutumların derinliğine incelenmesinin yanı sıra tutumların yoğunluğunun da saptanması gerekir.

(ç) Dördüncü Aşama : Hedefin duyarlılığı, hassasiyetleri saptanır.

Hedefin psikolojik harekat yönünden duyarlılığı/hassasiyeti tespit edilir. Psikolojik harekat etkisine karşı zayıf noktalar belirlenir. Görevin başarılmasına yardım edebilecek tarzda tepki göstermesi için etkilenebilirle derecesi saptanır. Duyarlılık her psikolojik harekat amacına göre değişir. Çünkü hedef, değişik çağrılara farklı şekillerde ve yoğunlukta tepki gösterir. Duyarlılık büyük ölçüde grubun gereksinmelerine, teşvik ve dürtülere bağlıdır.

(d) Beşinci Aşama: Hedefin etkinliği saptanır.

Eğer hedef toplumunun ikna edilebilir bir toplum olduğu saptanırsa, bu taktirde onun arzu edilen psikolojik harekat hedefinin gerçekleştirilmesindeki yeteneğinin ne olacağı hakkında bir değerlendirme yapılmalıdır. Değerlendirmede en başta göz önünde bulundurulacak hususlar, hedef toplumunun fiziksel, sosyal, siyasal ve ekonomik ortamlardır. Potansiyel hedef toplumunun etkinliğini tayin ederken, aynı zamanda o hedefin diğer grupları etkilemesi yönünden nispi gücünün de bir değerlendirilmesi yapılmalıdır. Hedef toplumunun etkinliğini değerlendirirken, hedef toplumu içindeki var olan güçler (kilit haberleşmeciler) göz önünde bulundurulur. Düşman askeri hedefleri arasında kilit haberleşmeci olarak çoğunlukla yüksek mevkiye bulunan subaylar, birliklerin en cesur veya azimli bireyleri seçilir.

HİZMETE ÖZEL

(e) Altıncı Aşama: Psikolojik hedef saptanır.

Psikolojik hedef, vazifenin ve hedefin analizi sonucu, görevlere dayanılarak vazifeden çıkarılır. İcra edilecek psikolojik hareket faaliyetlerinde psikolojik hedef, toplumda amaçlanan tepkilerin oluşmasını sağlamalı, görevi desteklemelidir. Harekat planında verilen görevlerin desteklenmesi bakımından psikolojik hareketin NEYİ başaracağı daha açık bir ifade ile psikolojik hareket hedefleri/hedefi gerçekçi ve tam olarak belirlenir. Psikolojik hedefler;

Birleştirici hedefler ; hedef toplum içindeki belirli gurupların, aynı amaç altında toplanmaları halinde başarılı olacakları mesajı verilmek suretiyle aralarındaki ilişkiler kuvvetlendirilir. Birleştirici hedeflere örnek olarak, iyi niyet, teşvik, uyma ve işbirliği sayılabilir.

Bölücü hedefler ; bireyi grubundan ayırmak, bir grubu toplumdaki ayırmak veya bir grubun veya toplumun düzenini bozmak için saptanan hedeflerdir, örnek olarak ;heves kırma, yenilgiye teşvik ederek bozgunculuk, umursamazlık, düşmanlık, işbirliği yapmama, anlaşmazlık, özelleştirme, panik, yıkıcı faaliyetlere teşvik ve direnme, teslim olma, iltica etme, askerden kaçma sayılabilir.

(f) Yedinci Aşama: Etkenlik Belirtileri Saptanır.

Kampanyanın etkisini ölçecek göstergeler ve erişim metodu saptanır. Erişim metodu iletişim için kullanılan herhangi bir şey olabilir. Hedef analizi tamamlanmadan önce, psikolojik hareketin sonunda hedef toplumunda meydana gelmesi istenen hareketin bir tahmini yapılır. Hedef analizcisi halen bulunduğu düzeye nazarán meydana gelecek değişiklikleri faktörler halinde saptamalıdır. Bu faktörlere (tespit edilen hususlara) kampanyanın etkisini belirten göstergeler denir. Kampanya göstergeleri psikolojik hareketin etkinliğinin değerlendirmesine ve hedef toplumdaki alınacak cevaplara gösterilen tepkiler için istihbarat gereksinimlerinin hazırlanmasına yardımcı olur.

c. Kitle iletişim (Haberleşme) Araçlarının Seçimi:

Psikolojik hareket haberleşme araçları, psikolojik hareket mesajlarını göndericiden alıcıya iletmekte kullanılan araçlardır. Psikolojik hareket faaliyetlerinde kullanılan kitle iletişim araçları, hedef kitleyle her türlü iletişim sağlayan araçları içerir. Psikolojik hareket uygulamalarında kullanılan kitle iletişim araçları, çeşitleri, kitle iletişim araçlarının seçiminde

HİZMETE ÖZEL

dikkat edilecek hususlar, kitle iletişim araçlarının etkileri Yedinci Bölüm (Psikolojik hareket kullanımında kitle iletişim araçları)'de ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

ç. Hedef Kitleye Yönelik inandırıcı Konuların (Temaların) Seçimi ve Geliştirilmesi:

Hedef kitleye yönelik kampanyalarda, kullanılacak temalar; Milli ve NATO komutanlarının görevlerini desteklemeli, hedef kitle için inanılır olmalı, hedef kitleye mantıklı ve gerçekçi görünen eylemlere öncülük etmelidir.

(1) Hedef kitleye yönelik belirlenen temaları göndericiden alıcıya iletmek için uygun haberleşme araçları ve propaganda teknik ve usulleri tespit edilir.

(2) Destek eylemlerinin özellikle de Barışı Destekleme Harekatı kapsamında yer alan Sivil Asker İşbirliği ile icra edilen kampanyalarında seçilen temalara özen gösterilir.

(3) Psikolojik hareket faaliyetleri, Milli ve NATO hareket planıyla ve kampanyaları ile uyum ve koordinasyon içinde olmalıdır. Milli ve çok uluslu hareketi olumsuzluğa itecek ya da zararlı psikolojik sonuçlar doğuracak sakıncalı temalardan kaçınılır.

d. Psikolojik Harekat Görev Analizinin Yapılması:

(1) Psikolojik hareket görevinin başarı veya başarısızlığı hedef kitlenin ayrıntılı analizine bağlıdır.

(2) Uygulanmakta olan faaliyetleri icra etmek ve yönetmek için vazife belirlenir,

(3) Görev ve kuvvetin ölçüsü belirlendikten psikolojik hareket ihtiyacı tespit edilir, mevcut psikolojik hareket birliklerinin imkan ve kabiliyetleri, konuş durumu, hareket alanına intikal önceliği, ilave kuvvet ihtiyacı gibi konular ortaya konur.

(4) Emredilen hedeflerin elde edilmesi ve vazifenin başarılanması için uygun bir yönetim, kontrol, eğitim, istihbarat, koordinasyon, işbirliği ve teşvik faaliyetinin yerine getirilmesi ile sağlanır.

HİZMETE ÖZEL

(5) Böyle bir hareketin yürütülebilmesi için üstün iletişim imkanlarına sahip bulunmak, zamanında ve doğru bir istihbarat elde etmek, standart olmayan ikmal maddeleri ikmalinin ve bakımın planlanmış olması çok önemlidir.

(6) Hedef kitleye yönelik temalar tespit edilir, psikolojik temaları göndericiden alıcıya iletmek için kullanılacak haberleşme araçları ile uygulanacak propaganda teknik ve usulleri tespit edilir.

(7) Psikolojik hareket görev analizi, muhtemel olasılıklara göre görevin icrası sırasında ortaya çıkabilecek engelleri, kısıtlamaları ve bunlara karşı alınacak karşı önlemleri ortaya koyar.

(8) Vazife analizi psikolojik hareket kuvvet planlamasını kolaylaştırır.

(9) Planlamanın başlangıç aşamasında, psikolojik hareket faaliyetlerinin vazifeyi başarmak için nasıl destekleyeceğinin dikkate alınması sağlanır.

(10) Harekat planlama grubuna, planlaması yapılan hareketin psikolojik hareket desteğini sağlamak amacıyla, hedef kitle ile ilgili yapılan psikolojik hareket hedef analizi ve hedef kitlenin (düşmanın) psikolojik hareket kapasitesi, imkan ve kabiliyetleri, potansiyel psikolojik ağırlık merkezleri (stratejik ve hareket) tanımı ile tespit edilen hassasiyetleri verilir.

(11) Eylem süreci, tüm hareket planlama sürecinin bir parçası olarak psikolojik hareket koordinasyon ve onay ekinde geliştirilir. Planlamacılar planı yürütmek için gerekli olan ihtiyaçları tespit ederek ve hareket emrine dahil eder.

e. Psikolojik Harekat Durum Muhakemesinin Yapılması:

(1) Komutanın vazifesinin yapılmasını destekleyecek olan psikolojik hareket durum muhakemesi (EK-C) psikolojik hareket destek birliklerinin sağladığı bilgiler kullanılmak suretiyle karargahtaki psikolojik hareket subayı tarafından hazırlanır.

(2) Hedef analizleri psikolojik durum muhakemesi ekine, lahika olarak konulur. Komutan vazifinin yapılmasını destekleyecek olan psikolojik hareket kararını psikolojik

HİZMETE ÖZEL

harekat durum muhakemesinden faydalanarak verir. Hazırlanacak olan psikolojik harekat durum muhakemesi, komutanın kararının icabı olan harekat tarzının psikolojik etkisinin ne olacağını açıkça ortaya koyar.

f. Psikolojik Harekat Planı / Eki:

(1) Komutan kararını açıkladıktan sonra komutan tarafından onaylanan harekat tarzına uygun olarak psikolojik harekat planı/eki (EK-Ç) hazırlanır,

(2) Harekat planı gelişim aşamasında; psikolojik harekat planlayıcıları psikolojik harekat analizini tamamlamış ve sonuçlarını tespit etmiş olarak harekat planlama grubuna vermek suretiyle, harekat planlamacılarına, muhtemel harekat tarzlarının psikolojik harekat açısından değerlendirilmesi imkanını sağlar.

(3) Psikolojik harekat değerlendirmesi, harekat planlama grubuna en iyi harekat tarzının seçimini etkileyecek engel ve fırsatları tanımlayabilir.

(4) Komutan tarafından onaylanan harekat tarzında, psikolojik harekat için hangi harekat konseptinin geliştirileceği yer alır.

(5) Harekat planının, psikolojik harekat Eki geliştirilir, planlayıcılar icra için gerekli görevleri belirleyerek, görev alacak birlikleri de kapsayacak şekilde, koordinasyon ve onay için hazırlanır.

(6) Psikolojik Harekat Eki ; mevcut psikolojik harekat ortamı, gelişmelere bağlı olarak daha sonraki psikolojik harekat planlamasının nasıl olması gerektiği, psikolojik harekat görev ve hedefleri, önem verilecek ve kullanılacak tema/faaliyetleri, sakınılacak tema/faaliyetleri, psikolojik harekat faaliyetine ne zaman başlanacağı ve yürütüleceği, koordinasyon, komuta kontrol ve muhabere sistemleri gibi konuları kapsar. Müşterek psikolojik harekat faaliyetlerinin etkin ve başarılı şekilde yürütülmesi için ihtiyaç duyulan birlikler, malzeme, teçhizat, ile koordinasyon usullerini içerir.

(7) Psikolojik Harekat Eki, Planlama Direktiflerinin EK-H'si olarak TSK Harekat Planları Ekleri Yönergesi(MY 368-2)'nde belirtilen esaslar çerçevesinde hazırlanır.

HİZMETE ÖZEL

(8) Psikolojik Harekat Eki, Planlama Direktiflerinde belirtilen harekat konsepti ve Direktiflerin örtü ve Aldatma Eki'ni destekleyecek şekilde hazırlanır.

g. Personel:

(1) Barış, kriz ve savaş zamanı Psikolojik Harekatı yürütmek için yeterli dil ve arazi bilgisine sahip personele ve kaynağa ihtiyaç duyulur.

(2) Psikolojik harekat taktik ekiplerini desteklemek radyo yayınlarını yürütmek ve belgeleri çevirmek için dil bilimcilere gereksinim duyulur.

(3) Psikolojik harekat sonuçlarının elde edilmesi için ihtiyaç duyulacak ilave uzman psikolojik harekat personeli ile ilave malzeme, teçhizat ve kabiliyetler analiz edilir, ihtiyaçlar belirlenir.

h. Psikolojik Harekat Kampanyası ve idaresi;

(1) Psikolojik hedefler, temalar, çeşitli ve uygun haberleşme araçları seçildikten sonra kampanya uygulanmaya hazırdır. Kampanyayı yönetmek, hedeflerin desteğini sağlamak ve başarısızlığı önlemek için bazı yönetim tedbirlerinin alınması gerekir.

Bu tedbirler haberleşme araçlarının kullanılmasını, kampanyanın uygulanmasını ve etkinin değerlendirilmesini kapsar. Psikolojik harekat planı için bir kontrol aracı olarak kullanılan Kampanya Kontrol Formu hazırlanır.(EK-D) Psikolojik harekat birlikleri tarafından deneme ve ön testi müteakip adem-i merkezi olarak icra edilir.

(2) Psikolojik harekat kampanyasının süresi desteklenecek taktik harekatın süresine ve hedef analizinin tayin ettiği belirli bir zamana bağlı kalınarak planlanır.

(3) Haberleşme araçlarının kullanımı ile ilgili ayrıntılı program hazırlanır.

(4) Kampanya kontrol formu ; vazifenin başarılmasına yardımcı olacak psikolojik hedefi, hedef toplumla ilgili önemli hususların özetini, hedefin tutumunu, duyarlıklarını, etkinliğini, kullanılacak temaları, kullanılacak haberleşme araçlarının cinsini, kullanım planını,

HİZMETE ÖZEL

zaman çizelgesini, kampanyanın uygulanışını ve programın içeriğinde ve zaman çizelgesinde yapılacak değişiklikleri, kampanyanın bütününe başarısını ortaya koyan etki emareleri gibi hususları kapsar.

1. Üretim ihtiyaçları:

(1) Müşterek psikolojik hareketi desteklemek amacı ile psikolojik hareket destek planı hazırlanır. Psikolojik hareket destek planı, desteklenen komutanın görevini yerine getirmesini kolaylaştıran şartları oluşturur.

(2) Psikolojik hareket ürünlerini elde etmek için gerekli kuvvetler, imkan ve kabiliyetler analiz edilir, üretim ihtiyaçları belirlenir. Bu faktörler, planlama ve organizasyonlar için kuvvetlere tahsis edilmiş olanlar veya elinde bulunanlarla karşılaştırılır.

(3) özel ihtiyaçlar da dahil mevcut psikolojik hareket ihtiyaçları için kaynak sağlanmalıdır. Komutanın elinde mevcut bulunmayan psikolojik hareket kaynak ihtiyacı, alternatif kaynakların açığa çıkarılabilmesi için(yerel kaynaklardan veya ülke dışı kaynaklardan) Milli ve NATO komuta kademelerine kadar bildirilmelidir. Bu kaynakların kullanımı için ortaya çıkabilecek finansman ihtiyacı da ortaya konulur.

(4) Elde mevcut psikolojik hareket birlikleri için görevler, özel ihtiyaçlar dahil belirlenerek sağlanır.

(5) Psikolojik hareket birlikleri için ilave ihtiyaçlar Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığına rapor edilir.

(6) ilgili bilginin, desteklenen birim hareket subaylarına ve diğer psikolojik hareket planlamacılarına sağlanabilmesi için bir psikolojik hareket rapor sistemi oluşturulur.

(7) Planlama ve icra personeli arasındaki koordinasyon usullerinin belirlenmesi, birleşik, müşterek ve etkili kullanımı için gereklidir.

(8) Haberleşme sistemlerinin uygunluk ve yeterliliğinin sağlanabilmesi için birleşik, müşterek bir haberleşme planı hazırlanır.

HİZMETE ÖZEL

i. Psikolojik Harekat Deřtek (Üretim) Planı:

- (1) Hedef bilgi toplama faaliyetleri tanımlanır.
- (2) Amaçlanan değerdendirmelerin kuvvetlendirilmesi ve gizliliğın korunması amacıyla hedeflere iletilen ve ileilmeyen bilgi ve göstergeler araştırılır.
- (3) Bilgi ve göstergelerin iletilmesi, başarının ölçülmesi için üretim ve uygulama araçları seçilir.
- (4) Bu araçların hazırlanması için bir Üretim Planı geliştirilir. Buna bağılı olarak da dağıtım yada psikolojik harekat faaliyet çizelgesi geliştirilir ve liste halinde hazırlanır.
- (5) Uygulanacak kampanyaların hazırlanması, yürütülmesi ve tüm safhalarının denetlenmesi için gerekli analizler yapılır.
- (6) özel psikolojik hedeflere ulaşılmasını desteklemek için vurgulanması veya kaçınılması gereken temalar ve faaliyetler geliştirilir. Psikolojik harekatın başarısı da başarısızlığı da hedef kitle tarafından kötü olarak algılanabilecek kültürel açıdan hassas temalar ve faaliyetlerin analizine dayanır.

j. Psikolojik Harekat Matrisi:

- (1) Tanımı: Psikolojik harekat faaliyetlerinin planlanmasında ve icrası sırasında, tüm psikolojik harekat faaliyetlerini bir arada görmek ve zamanlamasını kontrol etmek, harekatın herhangi bir safhasında hangi ürünlerin hazırlanacağı konusunda fikir vermek ve bilgilendirme imkanı sağlamak amacıyla kullanılır.
- (2) Psikolojik harekat faaliyetlerinin planlanmasında ve icrasında, tüm psikolojik harekat faaliyetlerini bir arada görmek ve zamanlamasını kontrol etmek için Psikolojik Harekat Matrisi hazırlanır (EK-E).
- (3) Matris komutana, ürün geliştirme akış formunun tüm bölümlerini bir arada görme ve harekatın herhangi bir safhasında hangi ürünlerin hazırlanacağı konusunda fikir verme ve bilgilendirme imkanı sağlar.

HİZMETE ÖZEL

(4) Matris ; hareket planı Psikolojik Harekat Eki esas alınarak psikolojik hareket hedeflerin başarılmasını destekleyici unsurları kapsayacak şekilde hazırlanır.

(5) Matris, hareket planına bağlı olarak aşağıdaki hususları içerir;

(a) Psikolojik hareket ortamı (durum) :Kuvvetlerin girişi -hazırlık, hedef, görev, temalar, ürün çeşitleri.

(b) Destekleyici hedefler: Ana kuvvetlerin intikali, hedef, görev, temalar, ürün çeşitleri.

(c) Hedef kitle özellikleri: icra, hedef, görev, temalar, ürün çeşitleri.

(d) Ürün Çeşitleri : Genişletilmiş ayırıcı bilgiler, hedef, görev, temalar, ürün çeşitleri.

(e) Temalar: Kuvvetlerin geri intikali, hedef, görev, sorumluluklar, ürün çeşitleri.

k. Kısa Dönem Psikolojik Harekat Planı:

(1) Psikolojik hareket faaliyetlerinin planlanmasında ve icrasında, tüm psikolojik hareket programlarını bir arada görmek ve zamanlamasını kontrol etmek için hazırlanan psikolojik hareket matrisinde yer alan konuların; birer aylık dönemleri kapsayacak şekilde günlük olarak ayrıntılı şekilde takibini ve uygulamasını sağlamak amacıyla" Kısa Dönem Psikolojik Harekat Planı "hazırlanır (EK-F).

(2) Kısa Dönem Psikolojik Harekat Planının Olaylar bölümüne, dönem içinde planın kapsamına giren hedef toplum/ kitle ilgili önemli olaylar, günler, aktiviteler ve gelişmeler günü belirtilerek işlenir.

(3) Kısa Dönem Psikolojik Harekat Planında yer alan gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları bölümünde ; hedef kitleye yönelik hareket planı ve Psikolojik Harekat Matrisi ile uyumlu olarak hangi temaların işleneceği, hangi zaman periyodunu kapsayacağı, gerekirse ne zaman tekrar edileceği gün ve saat olarak belirlenir.

(4) Kısa dönem psikolojik hareket planına, diğer kitle iletişim araçları ile birlikte kullanılacak planlı faaliyetler, programlar ve aktiviteler, bu bölümde gün ve saat olarak işlenir. özel dağıtım planı ile dağıtımı yapılan ürünler günlük olarak işlenir.

I. İletişim Planı (Ürünlerin Dağıtımı):

(1) Psikolojik hareket hedef kitlenin(hükümet, organizasyon, grup ve kişilerin) davranışlarını, hislerini, motivasyonlarını ve karar verme metotlarını planlanacak bir hareket kapsamında seçilen bilgi ve emareler yoluyla etkiler.

(2) Psikolojik hareket faaliyetlerini planlayan ve icra eden komutanlar arasında güçlerin etkili müşterek kullanımı için koordinasyon sağlanır.

(3) Psikolojik hareket ürünleri ile hedef kitleye verilmek istenen mesajların amacına ulaşması için uygun haberleşme araçları seçilir etki - tepki değerlendirmesi yapılır.

(4) Psikolojik hareket faaliyetlerinin hedef üzerindeki etkileri, kullanımda veya plandaki aldatmalar, hareket güvenliğinden yararlanabilmesi ve uygulanacak esaslar gibi konular tüm planlayıcılar arasında yakın inceleme ve işbirliğini gerektirir.

(5) Dağıtım Araçları: Psikolojik hareket dağıtımında genellikle açık kaynaklardan istifade edilir.

(6) İletişim planında, belirlenen psikolojik hareket ürünü ve bu ürününün yayınlanacağı uygun haberleşme araçları belirtilir.

(7) Elektronik harp faaliyetleri psikolojik hareketi desteklemek için kullanılırken elektronik harbin psikolojik hareketin görevlerine engel olabileceği ve etkileyeceği psikolojik hareket planlamacıları tarafından dikkate alınır.

(8) Dost karıştırma ve diğer elektronik harp faaliyetleri ile düşman elektronik taarruz faaliyetleri ve diğer elektro manyetik etkileşim psikolojik hareket yayınlarını bozabilir.

HİZMETE ÖZEL

m. Psikolojik Harekat Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi:

(1) Psikolojik harekat planlamacısı her psikolojik faaliyetin asıl etkisinin, icrası sırasında ve sonrasında ölçülmesi gerektiğini bilmelidir. Bu ölçümün tam etkinliği için önemli ölçüde eleştiriye ihtiyaç duyulur. Bu değerlendirme harekatın başarısının belirlenmesi harekatın etkilerinden dersler çıkarma ve gereksiz ise eylemde gelecekte değişiklikler yapmayı amaçlar.

(2) Değerlendirme, devam etmekte olan kampanyanın geliştirilmesini sağlar, gelecekteki başarıyı sağlamak için ipuçlarını ortaya koyar.

(3) Psikolojik harekatta, yapılan görevlerin en zor olanlarından birisi de, propagandanın meydana getirdiği etkinin değerlendirilmesidir. Hedef kitle içinde mesajın hangi gruplara ulaştığı ve propagandanın meydana getirdiği etkinin değerlendirilmesi için çeşitli etki değerlendirme teknikleri kullanılır.

(4) Bu tekniklerin kullanılmasıyla kampanya sırasında propagandanın hedef toplum üzerindeki olası etkisini, kampanya tamamlandıktan sonra onun gerçek etkisi ve ayrıca başarılı, yarı başarılı veya başarısız olmanın sebepleri tespit edilebilir.

(5) Psikolojik harekatın etkinliğini ölçme teknikleri; ön test, tepkinin analizi ve son testtir.

(a) ön test : propaganda gereçlerinin dağıtımından önce psikolojik harekatın etkinliği ve inanırılığı hakkında yargıya varmak için bize ip uçları verir. Belirli bir ön test yönetiminin seçiminde ve kullanılmasında amaç psikolojik harekat personelinin hedef toplumuna ulaşabilmesidir. Genelde; anket örnekleme ve temsilciler paneli gibi yöntemler kullanılarak hedef topluma ulaşmaya çalışılır.

(b) Tepki : Psikolojik harekat kampanyasının ne kadar başarılı olduğu direkt ve endirekt belirtilerden algılanır. Hedef kitle ile ilgili elde edilen istihbarat, hedef toplumun arzu edilen psikolojik hedeflere verdiği tepkiyi, amaçlanan hedeflerden neleri gerçekleştirdiği veya gerçekleştiremediğini ortaya koyar.

HİZMETE ÖZEL

(c) Son test: Her ne kadar tepki başarı ve başarısızlığa ait bazı belirtiler verirse de, gene de kampanyanın varmış olduğu belirli bir sonuca ulaşmadaki nedenleri tam olarak göstermez. Son test ile, belirli bir hedef toplumunun gösterdiği faaliyetlerin nedenleri ortaya çıkarılabilir. Son test, kampanyayı engelleyen nedenler ile hedef toplumunun tepkilerini inceler. Bunlar; dilin karmaşıklığı, hedef toplumunun zayıf ve duyarlı taraflarıyla, etkinliğinin değerlendirilmesinde yapılan yanlışlıklar olabilir.

n. Koordinasyon ve işbirliği:

(1) Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı, Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği tarafından hazırlanan Psikolojik harekat planlarında öngörüldüğü şekilde ilgili bakanlık , kurum ve kuruluşlarla işbirliğinde bulunur. Psikolojik harekatın amaçlarının desteklendiği devletin Milli Güvenlik Siyaseti belgesine ve politikalarına uygun olarak hazırlanan ve onaylanan Psikolojik Harekat Planlarının, onaylanan temalarla uyum içinde olmasını sağlar.

(2) Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği; kamu diplomasisini uygulamak ve kamu üst düzey bürokratlar ile yöneticilerini bilgilendirme sorumluluğuna sahiptir. Bu amaçla Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği "kamu diplomasisi" ile ilgili kurslar açar. Bu kurslara diğer kamu ve kuruluşlarından seçilen üst düzey yönetici ve bürokratlarla birlikte Türk Silahlı Kuvvetlerinden konu ile ilgili personel katılır. Açık kitle iletişim araçları (gazete, dergi, süreli yayın, radyo, TV, internet v.b.) vasıtası ile hedef kitlelere, hedef topluma seçilen bilgi ve mesajların iletilmesinin yaygınlaşması, kamu diplomasisini ön plana çıkarır. Kamu diplomasisi; iletişim, halkla ilişkiler, basınla ilişkiler, kişiler arası mübadele ile ülkelerle kültürel bağlar konularını kapsar.

(3) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin barış, kriz ortamı ve savaşta icra edeceği müşterek psikolojik harekat veya çok uluslu psikolojik harekat planları veya faaliyetlerinin icrası, psikolojik harekatın planlama ve icra prensipleri çerçevesinde merkezi olarak Genelkurmay Başkanlığı tarafından planlanır.

(4) Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı ; müşterek veya çok uluslu psikolojik harekat planları veya faaliyetlerinin planlanması ve icrası için Kuvvet

HİZMETE ÖZEL

Komutanlıkları, Jandarma Genel Komutanlığı, Özel Kuvvetler Komutanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı'nın ilgili psikolojik harekat birimleri ile sürekli işbirliği ve koordine de bulunur.

8. PSİKOLOJİK HAREKAT PLANININ GELİŞTİRİLMESİ VE GÖZDEN GEÇİRİLMESİ:

a. Harekat devam ederken, psikolojik harekatın öncelikleri değişebilir. Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı düzeyinde psikolojik harekat planlamacıları sürekli olarak değerlendirmeler yaparak, psikolojik harekat programlarında devamlılığı sağlama ve değişen durumlara uyum sağlama arasında denge kurmaya çalışır.

b. Politik hedefler ve zorunlulukların değişimi harekat özelliklerinin açıkça ve hızlı bir biçimde değişmesine neden olur.

c. Dost kuvvetlerin kontrolünde bulunmayan bölgelerde , birleşik veya müşterek faaliyetlerinin icrası esnasında psikolojik harekat faaliyetlerinin; psikolojik etkilerini belirlemede güçlükler ortaya çıkabilir. Bu durum icra edilen psikolojik harekat faaliyetlerinin yanı sıra bilgi harekatı ve sivil asker işbirliği gibi müştereken icra edilen barışı destekleme harekat çeşitleri için de geçerlidir. Bu önemli ölçüde istihbarat desteğini gerektirir.

d. Geri besleme (feed back), belirli psikolojik hedefe ilişkin olarak hedef kitlenin performansını gösteren bilgiyi tanımlamakta kullanılan bir terimdir. Geri tepki sonucunda başarıyı desteklemek ya da etkisiz durumları ortadan kaldırmak için psikolojik kampanya formunda değişiklikler yapılır. Bu değişiklikler harekatın yoğunluğunda yapılacak küçük değişikliklerden psikolojik harekat amaçlarının yeniden değerlendirilmesine dek uzanır.

e. Bu tür değişiklikleri yapmadan önce hedef kitlenin içinde bu küçük değişikliklere karşı doğacak tepkilerden kaçınmak için geri tepki değerlendirmelerinin doğruluğundan emin olmak gerekir. Bu yüzden özel hedef kitlenin kampanyaya tepki nedenlerinin araştırılması önemlidir, bunun için insan istihbaratın (HUMİNT)'dan istifade edilir.

9. PSİKOLOJİK HAREKAT PLANLAMACI VE İCRACILARININ İSTİFADE ETTİKLERİ DOKÜMANLAR :

a. Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin barıştan itibaren yürüteceği psikolojik harekat faaliyetlerini planlamak ve icra etmek amacıyla, Türkiye'nin çevre ülkeler ve ilgi alanına giren diğer ülkelerle ilgili olarak; Psikolojik harekat

temel incelemesi, özel psikolojik harekat etüdü ve özel psikolojik harekat değerlendirmeleri hazırlar.

b. Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı, psikolojik harekat için gerekli olan söz konusu dokümanların bir program dahilinde ve önceliklerine göre hazırlanmasını sağlar.gerekirse ast komutanlıklara görevlendirmeleri yapar ve üretimini denetler.

c. Harekat Alanı Komutanı; sorumluluğuna verilen muharebe alanı,ülke ve bölgelerle ilgili, Psikolojik Harekat Temel incelemesi Dokümanı hazırlanmasını talep edebilir.

ç. Psikolojik harekat faaliyetlerinin planlama ve icra aşamalarında istifade edilen dokümanlar:

(1) Psikolojik Harekat Temel incelemesi; psikolojik harekat planlamacılarına psikolojik harekat planlarını oluşturmaya yönelik temel kaynak belgelerini sağlamak üzere hazırlanır. Psikolojik harekatın ayrılmaz bir parçası olan Psikolojik Harekat Temel incelemesi, harekat bölgesindeki psikolojik harekatın sevk ve idaresinde etkili olan hedef ülkenin / hedef toplumun coğrafi, siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel ve askeri yönlerinin incelenmesini, zayıf tarafları ile hassasiyetlerin tespitini, tutum ve duyarlıklarını kapsar.

Psikolojik Harekat Temel incelemesi, seçilen hedef toplumun zayıf ve hassas taraflarının tespiti için hedef toplumun mevcut duruma karşı tutumu, şikayetleri, etnik yapısı, hayal kırıklıkları, kullanılan lisan, problemleri, milli heyecan konularını da kapsar. Psikolojik Harekat Temel incelemesinin kapsamı ve düzenlenmesi; konu ile ilgili ülkenin yada harekat bölgesinin koşullarına göre değişir. Psikolojik Harekat Temel İncelemesi, mümkün olduğu kadar kısa ve amacı ile ilgili öz bilgileri kapsayacak şekilde hazırlanır ve normal olarak planlama aşamasından önce tamamlanır.

(2) Özel Psikolojik Harekat Etüdü/ Çalışmaları : Ülke, bölge veya konu kapsamlı olarak hazırlanır.

(3) Özel Psikolojik Harekat Değerlendirmesi : Krizlerin oluşmakta olduğu veya bir kriz için potansiyelin görüldüğü seçilmiş ülke veya bölgelerdeki muhtemel gelişmelere ve olasılıklara bağlı olarak hazırlanır.

ALTINCI BÖLÜM

PSİKOLOJİK HAREKATIN DİĞER ASKERİ HAREKAT ÇEŞİTLERİ İLE İLİŞKİSİ

1. ASKERİ HAREKAT ORTAMINDA YÜRÜTÜLEN FAALİYETLERE, PSİKOLOJİK HAREKAT DESTEĞİ
2. ASKERİ HAREKAT ORTAMINDA YÜRÜTÜLEN PSİKOLOJİK HAREKAT FAALİYETLERİNİN HEDEFLERİ
3. PSİKOLOJİK HAREKAT FAALİYETLERİNİN MÜŞTEREK HAREKATA DESTEĞİ
4. ASKERİ HAREKAT ORTAMINDA TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİNİN MİLLİ OLARAK VEYA NATO/ÇOK ULUSLU VEYA DOST VE MÜTTEFİK ÜLKELERLE MÜŞTEREK İCRA ETTİĞİ SAVAŞ DIŞI ASKERİ HAREKAT ÇEŞİTLERİ
5. ÖZEL KUVVETLER HAREKATINDA PSİKOLOJİK HAREKAT DESTEĞİ
6. SİVİL -ASKER İŞBİRLİĞİ VE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE PSİKOLOJİK HAREKAT DESTEĞİ

ALTINCI BÖLÜM

PSİKOLOJİK HAREKATIN DİĞER ASKERİ HAREKAT ÇEŞİTLERİ İLE İLİŞKİSİ

1. ASKERİ HAREKAT ORTAMINDA YÜRÜTÜLEN FAALİYETLERE, PSİKOLOJİK HAREKAT DESTEĞİ:

Psikolojik harekat, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin askeri harekat ortamında yürüttüğü müşterek, çok uluslu konvansiyonel veya özel harekat ile diğer belirlenmiş hükümet kurumlarının icra ettiği harekat çeşitlerini destekler. Psikolojik harekatın rolü, harekatın etkinliğine veya ortamın seviyesine bağlı olarak değişir. Psikolojik harekat faaliyetleri, savaş dışı askeri harekat ve savaş durumu gibi her biri ayrı ayrı tanımlanmış ve sorumluluk sahaları belirlenmiş de olsa, gerçek durumda belli bir devletin sınırının bittiği ve bir diğerinin başladığı kesin sınırlar dahilinde olmayabilir.

Askeri harekat ortamında yürütülen faaliyetlere psikolojik harekat desteği Türk Silahlı Kuvvetleri Psikolojik Harekat Konsepti (MY 116-1) ve Türk Silahlı Kuvvetleri Psikolojik Harekat Yönergesi (MY 31-1) esaslarına uygun olarak planlanır ve uygulanır.

Türk Silahlı Kuvvetleri, modern psikolojik harekatın gereksinimlerini karşılamak amacı ile klasik savaşın yanında kuvvet kullanımını ve tehdidini içeren savaş dışı askeri harekat çeşitlerinin (barışı destekleme harekatı, terörle mücadele-iç güvenlik harekatı, kriz yönetiminin desteklenmesi, caydırıcılık, sınırlı güç kullanımı, güç gösterisi, abluka, ambargo) yanı sıra kuvvet kullanımının veya tehdidinin söz konusu olmadığı savaş dışı askeri harekat çeşitlerinin (barışı destekleme harekatı, doğal afet yardım harekatı, insani yardım ve muhtemel göç olayları) psikolojik harekat desteği sağlar.

2. ASKERİ HAREKAT ORTAMINDA YÜRÜTÜLEN PSİKOLOJİK HAREKAT FAALİYETLERİNİN HEDEFLERİ:

a. Hedef kitlenin davranışlarını; Türk Silahlı Kuvvetleri'nin veya NATO / çok uluslu veya dost ve müttefik ülke kuvvetlerinin imkan ve kabiliyetler doğrultusunda değiştirilmesini sağlayıcı faaliyetleri planlar ve icra eder.

b. Türk Silahlı Kuvvetleri'nde, milli hedefler ve milli politikalar doğrultusunda yüksek bir fikir ortamının ve milli şuurun oluşmasını sağlar.

HİZMETE ÖZEL

c. Türk Silahlı Kuvvetleri'ni, içten ve dıştan gelecek yıkıcı propagandalara karşı korumak amacıyla, karşı propagandaları geliştirir.

ç. Türk Silahlı Kuvvetleri'nde, psikolojik hareketin önemine ve etkinliğine inanmış psikolojik hareket bilgisi ve bilinci ile donanmış insan gücünü yetiştirmek amacıyla eğitim planlanır ve yürütülür.

d. Devlet çapında sürdürülen psikolojik harp faaliyetlerine gerekli destek sağlanır ve katkıda bulunulur.

e. Düşmanın askeri gücü esas olmak üzere bütün milli güç unsurlarına karşı devletin diğer kurum ve kuruluşlarıyla, propaganda ve karşı propaganda faaliyetlerinin yürütülmesi konusunda işbirliği yapılır.

f. Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği tarafından devlet çapında hazırlanan psikolojik hareket planlarında öngörüldüğü şekilde, Milli Güvenlik Siyaseti ve Milli Güvenlik Siyaseti Esasları doğrultusunda Türk Silahlı Kuvvetleri'ne verilen görevlere uygun olarak psikolojik hareket planlarını hazırlar, ilgili bakanlık, kurum ve kuruluşlar ile işbirliğinde bulunur.

g. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin NATO / çok uluslu veya dost ve müttefik ülkelerle müşterek olarak icra edeceği hareket çeşitlerinin psikolojik hareket desteğini sağlama esaslarını belirler.

h. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin NATO / çok uluslu veya dost ve müttefik ülkelerle müşterek olarak icra edeceği ve / veya etmekte olduğu hareketlerde, ev sahibi ülke halkının, sivil toplum örgütlerinin ve Silahlı Kuvvetlerinin psikolojik hareket desteği sağlar.

3. PSİKOLOJİK HAREKAT FAALİYETLERİNİN MÜŞTEREK HAREKATA DESTEĞİ:

a. Psikolojik hareket, barışta, gerginlik dönemi, olağanüstü durumlarda ve savaşta Türk Silahlı Kuvvetleri'nin milli olarak veya NATO / çok uluslu veya dost ve müttefik ülkelerle birlikte yürüttüğü müşterek hareketi destekler ve hareketin kampanya planı desteğinde yürütülmesini sağlar.

b. Psikolojik hareketin yürütülmesi konvansiyonel kuvvetler tarafından yürütülen hem taarruz hem de savunma hareketinin desteğinde eşit derecede etkin olabilir. Taarruz ve savunma hareketlerinin tipi, psikolojik hareket desteğinin tipini ve onun ulaşacağı başarının derecesini belirler.

c. Taarruza yönelik harekatta psikolojik hareket desteğinin sağlayacağı yararlar;

(1) Dost taarruz hareketinin etkilerinden faydalanır.

(2) Taarruza yönelik hareket sırasında uygulanan askeri aldatma ve güvenlik önlemlerinin etkilerine katkıda bulunur.

(3) Düşman hareketinin psikolojik etkisini artırır veya azaltır.

(4) Ast birliklerin fırsat hedeflerinden yararlanmasını sağlar.

(5) Düşman kuvvetlerine ve stratejik hedeflere karşı, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ve müşterek kuvvetlerin teknolojik açıdan üstün silah sistemlerinin kullanılması psikolojik etkiyi artırır.

ç. Savunma hareketinde komutana psikolojik hareket desteğinin sağlayacağı hususlar;

(1) Düşmanın taarruza yönelik icra edeceği hareketlerde cesaretinin kırılmasına yönelik tedbirleri alır.

(2) Taktik aldatma için psikolojik hareket desteğini sağlar.

(3) Karşı saldırıların planlanmasını ve yürütülmesini destekler.

(4) Taktik aldatma hareketi kapsamında düşmanın ilerlemesini geciktiren kuvvetlere destek sağlar.

(5) Dost taarruz hareketinin yeniden başlaması ve başarıya ulaşması için, hareket alanında bulunan dost,düşman silahlı kuvvetleri ile sivil halkı psikolojik olarak hazırlayıcı faaliyetleri organize eder.

d.Tüm müşterek konvansiyonel hareket çeşitleri için psikolojik hareket desteğinin sağlayacağı hususlar;

HİZMETE ÖZEL

(1) Düşman askerlerinin, sivillerinin moralini ve etkinliğini azaltarak onlarda isteksizlik yaratılır.

(2) Düşman stratejik ve taktik yönden etkilenir.

(3) Yerel kamuoyu üzerinde, iç politik ve sosyal baskıları artırılarak dost kuvvetlere müzahir hale getirilir ve düşman operasyonlarına karşı şüphe uyandırılır.

(4) Düşmana karşı, özellikle de düşmanın hakimiyet bölgesi dahilindeki unsurlarca yürütülen karşı psikolojik hareket faaliyetleri desteklenir.

(5) Düşmanın askeri kesimi, sivil halk ve olası muhalif unsurlar arasındaki anlaşmazlıklar körüklenir, karışıklık çıkması ve güvensizlik ortamı oluşması teşvik edilir.

(6) Düşmanın psikolojik hareket çabalarını asgariye indirmek veya etkilerini azaltmak maksadıyla karşı propaganda operasyonları planlanıp, yürütülür.

4. ASKERİ HAREKAT ORTAMINDA TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİNİN MİLLİ OLARAK VEYA NATO/ÇOK ULUSLU VEYA DOST VE MÜTTEFİK ÜLKELERLE MÜŞTEREK İCRA ETTİĞİ SAVAŞ DIŞI ASKERİ HAREKAT ÇEŞİTLERİ:

a. Psikolojik hareketin sağlayacağı yararlar;

(1) ilave muharip kuvvetlerinin görevlendirilmesini önler ve kuvvet tasarrufu sağlar.

(2) Düşmanla karşı karşıya gelme riskini ve sıcak çatışma sürecini azaltır.

(3) Ulusal gücü (siyasi, askeri, ekonomik ve bilgiye dayalı unsurlar) seçilmiş hedef kitleye yönlendirir.

b. Kuvvet kullanımının veya tehdidinin söz konusu olmadığı savaş dışı askeri hareket çeşitlerine psikolojik hareket desteği ;

(1) Kuvvet kullanımını ve tehdidini ihtiva etmeyen tipik savaş dışı askeri hareketler, müşterek Psikolojik hareket tarafından desteklenir ve Barışı Destekleme Harekatı, Doğal

HİZMETE ÖZEL

Afet Yardım Harekatı, İnsani Yardım ve Muhtemel Göç Olayları, Kriz Yönetiminin Desteklenmesi, Ulusal Yardım hareket çeşitlerini içerir.

(2) Kuvvet kullanımını ve tehdidini ihtiva etmeyen savaş dışı askeri hareket çeşitlerine sağlanan psikolojik hareket desteği;

(a) Barışı destekleme hareketına psikolojik hareket desteği;

(I) Harekat alanında hedef kitle üzerinde istenilen psikolojik etkiyi sağlamak için hareket alanı komutanının talep ettiği destek incelenir ve uygun olanlar karşılanır.

(II) Halkla ilişkiler, Sivil - Asker İşbirliği faaliyetlerinin etkili bir şekilde yürütülmesi için psikolojik hareketla koordine sağlanır.

(III) Hedef kitle, barışı destek hareketının amaçlarına uygun olarak yönlendirilir, motive edilir, eğitilir, bu amaçla koordineli ve yoğun bir multi-medya bilgi kampanyası düzenlenir.

(IV) Hedef kitle analiz edilerek, halkın kazanılmasına yönelik (şiddeti, kini ve düşmanlığı ortadan kaldırmak için tavır ve davranışlar) temalar üretilir ve uygulanır.

(V) Barışı destek hareketında uluslararası kuruluşlara imkanlar dahilinde yardımcı olunarak icra edilen faaliyetler uygun biçimde yansıtılır.

(VI) Propaganda ve karşı propaganda ürünleri geliştirilir ve hedef kitleye ulaştırılır.

(b) Doğal afet yardım hareketına psikolojik hareket desteği :

(I) Doğal afete maruz kalan hedef kitlede meydana gelecek hassasiyetleri tespit eder, bölgede oluşan hassasiyeti kendi lehlerine kullanmayı amaçlayan kesimlere karşı gerekli önlemleri alır, bu unsurlara karşı propagandalar geliştirir.

HİZMETE ÖZEL

(II) Doğal afetlerin oluştuğu bölgeler görev yapan Türk Silahlı Kuvvetleri uzman psikolojik hareket persöneli ile takviye edilir.

(III) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin doğal afetlerde yaptığı faaliyetler, halkla ilişkiler kanalı ile iç ve dış kamuoyuna etkin iletişim vasıtalarıyla zamanında yansıtılması sağlanır.

(IV) Doğal afet bölgesinde görev yapan psikolojik hareket timleri, psikolojik hareket kapsamında yapılan faaliyetlerin etkinliğini artırmak için doğal afet bölgesindeki faaliyetleri düzenleyen, kamu kuruluşları ile koordine eden Doğal Afet Koordinasyon Merkezi ile irtibat halinde olur ve kendi faaliyetlerini bu merkez ile koordine eder.

(c) insani yardım ve muhtemel göç olaylarına psikolojik hareket desteği:

(I) Muhtemel göç olayının nedenleri, göçe zorlanan kitlenin istekleri tespit edilir, analiz edilerek caydırılmasına yönelik tedbirler geliştirilir.

(II) Göçün önlenememesi durumunda uluslararası ortamda ve kamuoyunda Türkiye ve TSK hakkında olumsuz propagandanın engellenmesine yönelik karşı propaganda icra edilmesi için planlama yapılır.

(III) İnsani Yardım Harekatına yönelik uygulamaların desteklenmesi ve uluslar arası ortamda Türkiye ve TSK ile ilgili olarak olumlu kamuoyu yaratılması için plan ışığında faaliyetler yürütülür.

(IV) Göç olayını kendi amaçları doğrultusunda kullanmak ve bu ortamdan yararlanmak isteyen grup ve ülkelere karşı propagandalar üretilerek geliştirilir.

(V) Göçe zorlanan ülkenin, Türkiye'ye yönelik düşmanca askeri tutum, davranış ve uygulamalarda bulunması halinde, TSK'nın en etkin bir şekilde göreve ve savaşa hazır olduğu mesajı, iç ve dış kamuoyuna yansıtılır.

(VI) Yapılacak insani yardım iç ve dış kamuoyuna, Halkla ilişkiler kanalı ile yansıtılır ve uluslar arası kamuoyu oluşturulur.

(d) Kriz yönetimine psikolojik harekat desteği:

(I) Krize yol açacak gelişmelerin önceden tespit edilmesi, krizin oluşmadan önlenmesi, kriz olduğu takdirde başlangıç safhasında önlenebilmesi amacıyla, geliştirilen siyasi ve askeri tedbirlere katkıda bulunmak için iç ve dış kamuoyunun etkilenmesine yönelik propaganda ve karşı propaganda tedbirleri geliştirilir.

(II) Krizin savaşa dönüşmesini önlemek veya ülke çıkarları doğrultusunda sonuçlanmasını sağlamak için psikolojik harekat tedbirleri geliştirilir.

c. Kuwet Kullanımını ve Tehdidini İçeren Savaş Dışı Askeri Harekat Çeşitlerine Sağlanan Psikolojik Harekat Desteği : Savaş dışı askeri harekat çeşitlerinin (caydırıcılık, sınırlı güç kullanımı, güç gösterisi, abluka, ambargo, baskın ve saldırı, terörizmle mücadele / iç güvenlik harekatı, barışı koruma ve/veya yaptırımların kabul ettirilmemesi) psikolojik harekat desteği sağlanır.

(1) Caydırıcılık: Türk Silahlı Kuvvetleri, milli askeri hedeflere yönelik olarak, iç ve dış tehdit odaklarını düşmanca emellerinden caydırmak maksadıyla, etkin ve yoğun Psikolojik Harekat faaliyetlerini yürütmek için tedbirler alır.

(2) Sınırlı güç kullanımı :

(a) İcra edilecek sınırlı güç kullanımı hakkında iç ve dış kamuoyu bilgilendirilir.

(b) Milli menfaatler doğrultusunda icra edilecek sınırlı güç kullanımının gerçek amacı gerektiğinde gizlenir.

(c) Sınırlı güç kullanımı esnasında, hedef kitlenin belirlenen amaçlar doğrultusunda tutum ve davranışlarını değiştirmek için gerekli propaganda ve karşı propaganda tedbirleri geliştirilir.

(3) Terörizme karşı koyma harekatı (İç Güvenlik Harekatı): Psikolojik harekat, terörist güçleri psikolojik savunma konumuna getirmeyi amaçlar. Psikolojik harekat personeli teröristlerle ilgili bilgiler ışığında teröristlerin amaçlarını analiz eder, hassasiyetlerini ortaya çıkarır, bunlara karşı kullanılacak veya sakınılacak temaları tespit eder. konu ile ilgili

HİZMETE ÖZEL

hazırlanacak psikolojik hareket planlarını hazırlar. Psikolojik hareket, terörizme karşı koyma faaliyetlerini aşağıdaki konularda destekler;

(a) Bir terörist faaliyetin olası olumsuz etkilerine karşı koymak amacı ile karşı temalar üretilir.

(b) Terörle mücadele için tüm milli güç unsurları tarafından icra edilen psikolojik hareket faaliyetleri topyekün olarak hedefe yöneltilir.

(c) Teröristlerin icra ettikleri eylemleri haklı çıkarmak amacı ile öne sürdükleri sebepleri ortaya çıkartmak ve bu propagandalara karşı propagandalar geliştirerek teröristlere halk desteğini azaltmak ve asgariye indirmek için önlemler alınır.

(ç) Bölge halkının terör örgütlerine verdiği her türlü maddi ve manevi desteğin azaltılması, devlete ve güvenlik güçlerine yardım etmeleri için gerekli tedbirler alınır.

(d) Bölge halkının güvenini kazanarak; halkın terörist grupların yerlerini bildirmesi ve ihbar etmesi teşvik edilir.

(e) Teröristlerin amaçlarına ulaşmayı başaramayacakları ve sadece kişisel risk taşıdıkları (sorumluluk sahibi bir hükümetin pazarlık yapamayacağından yola çıkarak) konusunda teröristleri ikna edici faaliyetler yürütülür.

(f) Bölge insanının, özellikle genç kitlenin, terör örgütlerinin propagandası etkisi altında kalarak örgüte katılmalarını önlemek amacı ile bölge halkına ve teröristlere yönelik bilgilendirme yapılır.

(g) Terör örgütlerine sağlanan dış desteği kesmek ve iç ve dış kamuoyu etkilemek için devlet çapında planlar hazırlanır ve uygun tedbirler alınır.

(h) Terörle mücadelede görev yapan Türk Silahlı Kuvvetleri personelinin görev azim ve kararlılığını artıracak tedbirler geliştirilir.

HİZMETE ÖZEL

(i) Terörle mücadele hareketi (İç Güvenlik Harekatı) kapsamında Güvenlik Güçleri tarafından icra edilen faaliyetlerin yasal ve insan haklarına uygun olarak yürütüldüğü Halkla İlişkiler vasıtası ile iç ve dış kamuoyuna duyurulur.

d. Harp/Savaş (Konvansiyonel harp):

(1) Giriş:

(a) Savaş zamanı, stratejik, operasyonel ve taktik seviyede icra edilen faaliyetler sırasında, psikolojik hareket faaliyetleri desteklenen hareketin başarısını her seviyede artırır

(b) Savaş zamanı; hedef kitleye (düşman halkı, tarafsızlar ve düşman silahlı kuvvetlerine karşı) Türkiye'nin siyasi politikası amaçları ve hedefleri, askeri bir harekate duyulan ihtiyaç ile buna iten nedenler açıklanır, dış kamuoyu oluşturulması ve siyasi desteğin sağlanması amacı ile planlı psikolojik hareket faaliyetleri yürütülür.

(c) Hedef kitleye yönelik yürütülen psikolojik hareket faaliyetleri ile düşmanın üst düzey liderlerine ve silahlı kuvvetlerine, komutanlarına duyulan güven duygusu sarsılır, düşman silahlı kuvvetlerinin morali ve muharebe etkinliği ve harbe devam ve iradeleri azaltılır.

(2) Harp/savaş zamanı icra edilen psikolojik hareket faaliyetleri:

(a) Bilgi hareketi kapsamında savaş zamanı icra edilen psikolojik hareket; bilginin, insan fikir ve düşüncelerini isteklerimiz doğrultusunda etkilemek maksadıyla kullanılmasıdır. Psikolojik hareket; devlet seviyesinde uygulanacak Psikolojik Harbin bir parçası olarak icra edilir.

(b) Devlet çapında uygulanan psikolojik harekatta milli güç unsurları hedef alınırken, silahlı kuvvetler çapında icra edilen psikolojik harekatta hedef kitle olarak ; muhasım komutanlar, askerler ve birlikler hedef alınır. Düşman veya cephe gerisindeki hedef kitle uygun psikolojik hareket tedbirleri ile etkilenir.

(c) Kendi personelimizi ve birliklerimizi düşmanın psikolojik hareketinden korumak ve savaşma azmi ile moralini artırmak için psikolojik hareket tedbirleri geliştirilir.

HİZMETE ÖZEL

(ç) Devlet çapında hedef kitle seçilen ülkenin yöneticilerine, kamuoyuna yönelik psikolojik harekat tedbirleri geliştirilir.

5. ÖZEL KUVVETLER HAREKATINDA PSİKOLOJİK HAREKAT DESTEĞİ :

Özel Kuvvetler harekatı modern harbin önemli bir parçasıdır. Özel Kuvvetlerin müşterek harekatı desteklemek amacı ile hedef ülkede veya düşman işgali altındaki bölgelerde, stratejik ve/veya operatif hedeflere yönelik yürüttüğü harekatın psikolojik harekat desteği sağlanır.

a. Gayri Nizami Harp ;

(1) Gayri Nizami Harp (GNH) ; hedef bir ülkede veya düşmanın işgali altındaki vatan parçasında ya da politik olarak hassas bölgelerdeki hakim otoriteye karşı, çoğunlukla yerli halkın kuvvet, yardım ve desteği ile yürütülen askeri ve yarı askeri bir savaş biçimidir. GNH; Gerilla Harekatı, Yeraltı Harekatı, Kurtarma-Kaçırma Harekatı, Yardımcı Kuvvetler Harekatı ve Özel Birlik Harekatı'nı kapsar.

(2) Psikolojik harekat, Gayri Nizami Harbi destekleyebilir. Harekat öncesi, harekat alanının psikolojik harekat ortamına uygun şekilde hazırlanması gerekir. Bu aşamada harekat bölgesinde, mevcut veya oluşabilecek olası hedef kitleler/ gruplar (sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel yapısı) hakkında ayrıntılı bilgi desteğine ihtiyaç duyulur. GNH ortamında faaliyet gösteren kuvvetler, toplumun ulusal veya bölgesel sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklerini, mahalli halkın psikolojik duyarlılıklarını, haberleşme yöntemlerini iyi bilmelidir. özel kuvvetler mevcut ortamdan mümkün olduğunca faydalanır. Özel kuvvetler, liderlerle ve ülkedeki belli unsurlarla çalışarak yerli direnme gruplarına destek, eğitim ve bilgi sağlar.

(3) Harekat ortamında yürütülen özel harekata bağlı olarak değişik hedef kitleleri ve grupları oluşabilir. Bunlar ; tarafsızlar, düşman sempatizanları, düşman askeri kuvvetleri ve gerilla kuvveti (açık unsur), yardımcı kuvvet (aktif ve pasif sivil desteği) ve yeraltı kuvvetini (gizli direnme unsurunu) içerir.

(4) Psikolojik harekat GNH harekatına, düşmanca hareketlerin başlamasından önce ve GNH harekatı sırasında da destek sağlar.

HİZMETE ÖZEL

(5) GNH sadece bir askeri hareket olarak değerlendirilmemelidir ; bu hareket o bölgedeki sivil halkın desteğini de gerektirdiğinden, halkın kazanılması açısından bir psikolojik hareket niteliği de taşır. Düşman kontrolündeki arazide hareket yapan gayri nizami harp kuvvetleri, serbestçe hareket etmek ve görevlerini tamamlamak için halkın pasif desteğine ihtiyaç duyar, özel kuvvetler için bu destek, psikolojik hareket yardımıyla kazanılır.

(6) GNH hareketi süresince psikolojik hareket, sözle ve eylemle zayıf noktaların daha da güçlendirilmesi için kullanılır. GNH hareketi kapsamında, yürütülen psikolojik hareket faaliyetleri ile hedef kitle üzerinde birlik beraberlik duygusu yaratılır, morali yükseltilir veya artırılır.

b. Yabancı Dahili Savunma :

(1) Psikolojik hareket, ulusal hedeflerin başarılmasını destekler. Yabancı dahili savunma için aşağıdaki hedef gruplarına yönelik özel psikolojik hareket hedefleri belirlenir.

(a) Asiler: Asi kuvvetler arasında uyuşmazlık, organizasyon bozukluğu yaratılarak moralleri, mücadeleye devam azim ve iradelerini bozucu faaliyetler yaratılır.

(b) Sivil Halk : Milli Planlar kapsamında, asilik karşıtı hazırlanan programlar desteklenir ve güçlendirilir. NATO ve çok uluslu veya dost ve müttefik ülkelerle birlikte icra edilen hareket kapsamında yürütülen psikolojik hareket, ev sahibi ülke hükümetinin hazırladığı, asilik karşıtı programları destekler ve güçlendirilir.

Bölgede yaşayan sivil halkı kazanmaya yönelik faaliyetler bölgede bulunan sivil-asker işbirliği birimleri ile koordineli olarak desteklenir. Bu kapsamda; sivil halka ilaç dağıtım kampanyaları, bölgede yaşayan sivillerin hava taarruzlarından haberdar edilmesi, normal, günlük, rutin yaşamlarının sürdürülmesi ve bu konularda teşvik ve yardımcı olunması, sivil halktan satın alınan mal ve hizmetlerinin ödenmesi gibi faaliyetler planlanır ve uygulanır. Sivil halkı kazanmaya yönelik ; destekçilere barınak sağlanması, yapıların onarımı, ürünün kaldırılması, okulların ve ibadet yerlerinin bakımı ve sosyal faaliyet gruplarının organize edilmesi gibi insan gücü ve teknik yardım sağlama konularındaki faaliyetler halka uygun kitle iletişim araçları ile duyurulur.

HİZMETE ÖZEL

Sivil halkın bir kısmı veya tamamının, düşman otoritesinin uyulmasını istediği yasa, talimat ve yasaklara karşı direniş göstermeleri teşvik edilerek, sivil halk içerisindeki cephe gruplarının gelişmesine ve devamına yardımcı olunur. Halkın, kendilerine yardım eden direnişçilere güvenleri sağlanır ; direnişin, halkın politik, sosyal ve ekonomik alanlarda bir gelişme aracı olduğu vurgulanır. Direniş sempatanlarına (direniş hareketinin amaçlarına sempati duyan sivillere) yönelik psikolojik hareket.halkın bölgeyi terk etmesine mani olmak, halkı kaçınılmaz zafere inandırmak, düşmanın yaptığı zulümleri devamlı hatırlatmak ve düşmanla işbirliği yapılmasına engel olmak şeklindeki duygu ve davranışları oluşturmaya yönelik temaları kapsar.

(c) Silahlı Kuvvetler : Milli planlar kapsamında, silahlı kuvvetlerinin moralini yükseltici programlar desteklenir. NATO ve çok uluslu veya dost ve müttefik ülkelerle birlikte icra edilen hareket kapsamında yürütülen psikolojik hareket faaliyetleri ile, ev sahibi ülke silahlı kuvvetlerinin moralini yükseltmeye ve sürdürmeye yönelik faaliyetlere destek sağlanır.

(ç) Tarafsız Gruplar: NATO ve çok uluslu veya dost ve müttefik ülkelerle birlikte icra edilen hareket kapsamında yürütülen psikolojik hareket faaliyetleri ile ev sahibi ülkenin içinde ve dışında yaşayan tarafsız grupların desteğini kazanmaya yönelik faaliyetler desteklenir.

Harekatin başlangıç safhasında halkın çoğunluğu; harekatin başarısı ve amaçları hakkında bilgi sahibi olmamaları, kendileri veya aileleri için duydukları gelecek korkusu gibi nedenlerden dolayı tarafsız kalabilir, direniş hareketlerine destek sağlayamayabilir veya direniş hareketlerine aktif olarak karşı çıkabilir. Bu kapsamda yürütülecek psikolojik hareket faaliyetlerinde, direnişçilerin halkın politik ve sosyal amaçlarını paylaştığı, kendi kuvvetlerimizin de aynı amaçları desteklediği ve direniş hareketinin başarıya ulaşacağı temaları vurgulanır.

(d) Düşman Silahlı Kuvvetleri : NATO ve Çok Uluslu veya Dost ve Müttefik ülkelerle birlikte icra edilen hareket kapsamında yürütülen psikolojik hareket, ev sahibi ülke ile birlikte, asi grupların başarısız olacağı konusunda sivil halk, tarafsızlar ve düşman kuvvetlerinin ikna edilmesi için kampanyalar hazırlanır ve desteklenir. Düşman kuvvetleri halkla aynı millettten olabileceği gibi, bir işgal kuvveti ya da düşman hükümetine yardımcı bir güç olabilir. Düşman silahlı kuvvetlerinin silah ve donanım yönünden yetersiz olduğu,ikmal

HİZMETE ÖZEL

sisteminde sıkıntılar bulunduğu, hareket bölgesinde görev yapan komutanların komuta kademesi tarafından yeteri kadar desteklenmediği, sorunlarına ilgi gösterilmediği .cephede görev yapan düşman kuvvetlerinin kendi kaderlerine bırakıldığı, tecrit edildiği, iltica veya firar etmenin, teslim olmanın en uygun hareket tarzı olacağı, yenilginin kaçınılmaz olduğu konularında propaganda yapılarak düşman silahlı kuvvetlerinin harbe devam azim ve iradesi kırılır, yetersizlik, güvensizlik, korku ve hayal kırıklığı yaratılarak morali düşürülür muharebe gücü azaltılır.

(2) Psikolojik hareketin NATO ve çokuluslu veya dost ve müttefik ülkelerle birlikte icra edilen hareket kapsamında, yabancı dahili savunma gruplarına desteği.

- (a) Ev sahibi ülke hükümeti ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin olumlu imajı yansıtılır.
- (b) Tamamlanmamış programlar desteklenir.
- (c) İcra edilen harekate sivil-asker işbirliği desteğinin yanı sıra psikolojik hareket desteği sağlanır.
- (ç) Halkı asi faaliyetlerden koruyan ev sahibi ülke programları desteklenir.
- (d) Olumlu halk kontrolü sağlayan ve halkı asilerin yürüttüğü faaliyetlerden koruyan ev sahibi ülkenin hazırladığı programlara destek sağlanır.
- (e) Uluslararası toplum, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ve ev sahibi ülkenin iyi niyetinden haberdar edilir.
- (f) Ev sahibi ülke halkına belirlenen temalar kapsamında uygun haberleşme araçları ile mesajlar gönderilir.

(3) Ev sahibi ülkenin psikolojik hareket imkan ve kabiliyetlerini geliştirecek destek sağlanır.

c. Psikolojik hareketin özel görevlere doğrudan desteği:

(1) Psikolojik hareket, normal olarak planlı yürütülen hareket faaliyetlerini destekler. Ancak bazı özel durumlarda aniden ortaya çıkan görevleri, psikolojik hareket doğrudan

HİZMETE ÖZEL

destekler. Bu kapsamdaki özel görevlerin psikolojik hareket yönünden doğrudan desteklenmesi; görevin duruma, göreve ve görev yapan kuvvetlerin tipine bağlıdır.

(2) Düşmanın karşı faaliyetine karşı koymak, hareket alanında muharip olmayan hedef kitleye hareketin amacını açıklamak, hareket alanında düşman kuvvetlerinin hareketinin etkisini azaltmak, morallerini bozmak, dost kuvvetlerin görevin başarıya ulaşılmasına etki edecek olumsuz propagandaların etkilerini azaltmak amacıyla yürütülen özel görevlerin doğrudan Psikolojik hareket desteği sağlanır.

(3) Doğrudan desteklenen özel görevlere psikolojik hareket desteği:

(a) Düşmanın karşı faaliyetine karşı koymak ve dost, tarafsız ve düşman kitlenin neyin niçin olduğunu bilmesini sağlamak maksadıyla hareketin amacı açıklanır.

(b) Harekat alanında muharip olmayan, tarafsız ve diğer grupların kontrolü sağlanır.

(c) Düşman kuvvetleri tarafından psikolojik hareketin doğrudan desteklediği özel görevlerin yaratacağı karşı etkiyi azaltmak veya önlemek için yürüttüğü faaliyetler tespit edilir.

(ç) Dost kuvvetlerin görevin başarıya ulaşılmasına etki edecek olumsuz propagandaların etkileri azaltılır.

(d) Harekatın psikolojik etkileri değerlendirilir,

d. Psikolojik Harekatın Özel Keşif Harekatına Desteği:

(1) Gizli ve örtülü hareketlerin planlama ve icra aşamalarında ihtiyaç duyulacak psikolojik hareket faaliyetleri tespit edilir ve hareketin psikolojik etkisi değerlendirilir.

(2) Gizleme ve aldatma hareketlerinin psikolojik hareket desteği sağlanır.

HİZMETE ÖZEL

(3) Gizleme, aldatma, örtülü hareketlerin yürütülmesi ve bölgesel değerlendirmelerde yardımcı olmak amacıyla ilgili Komutanlıklardan talep edildiğinde uzman psikolojik hareket personeli desteği sağlanır ve görevlendirilir.

6. SİVİL-ASKER İŞBİRLİĞİ VE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE PSİKOLOJİK HAREKAT DESTEĞİ :

a. Giriş;

(1) Psikolojik hareket, sivil-asker işbirliği ile gerçekleştirilen faaliyetler için gerekli destek ve bilgi sağlar.

(2) Günümüzde giderek yaygınlaşan ve psikolojik hareket uygulamaları için önem kazanan faaliyet alanlarından birisi de halkla ilişkilerdir. Halkla ilişkiler, belirlenmiş hedef kitleleri etkilemek için hazırlanmış, planlı, inandırıcı haberleşme çabası olup, belli halk kesimleriyle veya bütünüyle tutarlı, verimli ilişkiler kurulup, sürdürme yolundaki faaliyetleri kapsar.

(3) Halkla ilişkilerle, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin halka sevdilmesi, benimsetilmesi, halkta Türk Silahlı Kuvvetleri'ne karşı olumlu davranışlar yaratılması, yapılan/yapılacak işler konusunda halkla işbirliği yapılması bir fikir veya hareket için halkın desteğinin, dostluk ve güveninin kazanılması amaçlanır. Psikolojik hareket, halkla ilişkilerin amacına ulaşmasını ve başarılı olmasını sağlamak için gerekli desteği sağlar.



IZMIT Mehmetçik çadırkentinin önden görüntüsü

Şekil-6-1

b. Psikolojik hareketin, sivil/asker işbirliğini kapsayan faaliyetlere desteği:

(1) Sivillerin (hedef kitlenin) bulundukları yer, maddi ve manevi durumları ve hareket alanlarının fiziki karakteristikleri gibi sivilleri ilgilendiren konularda bilgi sağlanır ve geliştirilir.

(2) Yerli sivil halkın güvenliğini ve refahını ilgilendiren konularda bilgi sağlanır.

HİZMETE ÖZEL

(3) Hedef kitle olarak seçilen sivil bir toplumun, çatışma öncesinde, çatışma sırasında ve çatışma sonrasında tutum ve davranışlarına etki edecek veya değiştirilecek temaları belirler ve kullanılması için sivil-asker işbirliği birimleri ile koordine eder.

(4) Tıbbi ve gönüllü destek, yapı ve kamu imkanları faaliyetleri alanında Türk Silahlı Kuvvetleri'nin çabalarınca yaratılmış iyi niyetten faydalanmak suretiyle insani yardım alanında sivil -asker işbirliği birimlerinin çabalarını azamiye ulaştırıcı faaliyetlere destek sağlanır.

(5) Doğal afet-yardım hareket çeşitlerinin (deprem, sel, toprak kayması, çığ, büyük yangın vb.) desteklenmesinde psikolojik hareket, Türk Silahlı Kuvvetleri uluslararası desteğini kuvvetlendirici yönde çalışmalar yapar ve bu çalışmalar sivil-asker işbirliği birimleri ile koordineli olarak yürütülür.

(6) Yürütülen Psikolojik hareket faaliyetlerinin en etkin uygulanmasını belirlemek ve sonuçları belgelendirmek için yürütülen kampanya kapsamında, harekattan önce ve sonra ölçme ve değerlendirme faaliyetleri yürütülür.

(7) Mülteci/sığınmacı kamplarına, yer değiştirmiş sivillerin yeniden yerleştirilmelerini sağlamak amacı ile yer değiştirme hareketini yürüten sivil -asker işbirliği birimlerine doğrudan destek sağlanır.

(8) Milli menfaatlerimize ters düşen ve dini inançlarımızı zayıflatmayı amaçlayan misyonerlik faaliyetlerine karşı yürütülecek psikolojik hareket faaliyetleri için sivil işlerle koordine edilir.

(9) Hasmane tutum ve davranış sergileyen ve amaçla faaliyet yürüten grup ve mensupları tespit edilir. Bu faaliyetlere karşı yürütülecek psikolojik hareket faaliyetleri için sivil işlerle koordine edilir ve gerekirse söz konusu kişi/grupların bölgeden çıkarılması sağlanır.

YEDİNCİ BÖLÜM
PSİKOLOJİK HAREKATIN DESTEKLENMESİ

1. GENEL
2. İSTİHBARAT DESTEĞİ
3. KARŞI PSİKOLOJİK HAREKAT
4. KOMUTA KONTROL, KOMÜNİKASYON VE BİLGİSAYAR (C4) SİSTEMLER DESTEĞİ
5. MUHABERE ELEKTRONİK VE BİLGİ SİSTEMİ DESTEĞİ
6. LOJİSTİK DESTEK

YEDİNCİ BÖLÜM
PSİKOLOJİK HAREKATIN DESTEKLENMESİ

1. GENEL:

Psikolojik hareket planlayıcı ve uygulayıcıları, psikolojik hareket faaliyetlerini başarılı bir şekilde planlamak, icra etmek ve psikolojik hareket birliklerini uygun şekilde kullanmak için istihbarat, komuta-kontrol ve lojistik desteğine ihtiyaç duyar.

2. İSTİHBARAT DESTEĞİ:

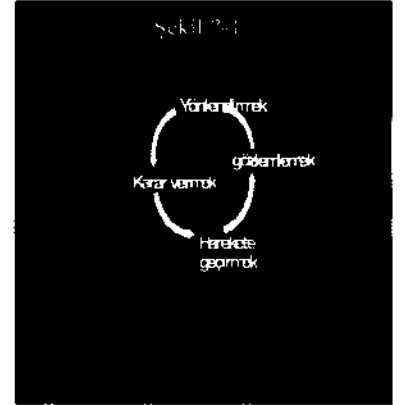
a. Psikolojik hareket; planlanan veya icra edilen hareketin psikolojik hareket desteğini sağlamak, seçilen hedef kitlenin duygu, düşünce, tutum, davranışlarını etkilemek veya amaçlar doğrultusunda değiştirmek için, hedef kitle hakkında ayrıntılı, güncel bilgilere ve istihbarata ihtiyaç duyar.

Psikolojik hareket istihbaratı; icra edilen hareket faaliyetlerinin psikolojik hareket desteğini sağlamak amacıyla hedef kitlelerin; özellikleri, hassasiyetleri, her türlü sosyal, siyasi, ekonomik ve askeri nitelikleri hakkında ihtiyaç duyulan bilgilerin toplanması ve değerlendirilmesi ile ilgilidir.

Hedef toplumla ilgili psikolojik hareket istihbaratı hedef kitlenin mevcut duruma karşı tutumu, şikayetleri, etnik yapısı, hayal kırıklıkları, kullanılan lisan, problemleri, milli heyecanı gibi konuları kapsar.

Psikolojik hareket hedef kitlenin (insanın) düşüncelerine, yada duygusal yönlerine, moral gücüne yöneltilen çalışmalar olup, bu özelliği ile yalnızca askeri hedefleri değil, siyasi ekonomik veya sosyal yapıyı da etkiler.

Bu nedenle Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yürüteceği psikolojik hareket faaliyetleri için seçilen hedef kitlenin milli güç unsurları hakkında ayrıntılı ve güncel bilgilere (istihbarata) ihtiyaç duyulur. Psikolojik hareket istihbaratı; hedef toplumların imkan,kabiliyet ve amaçları ile hassasiyetleri hakkında sahip olunan bilgi ve anlayışın ürünüdür.

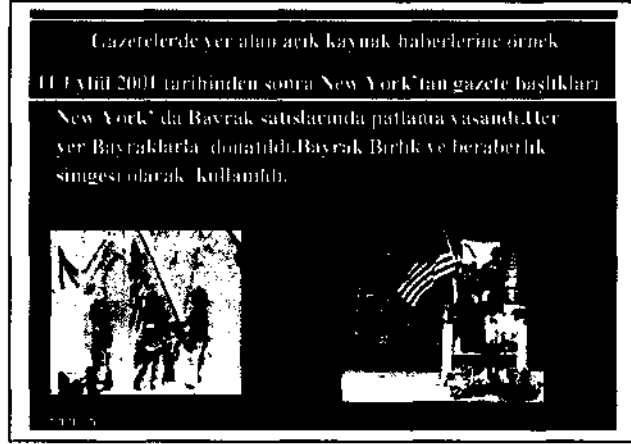


HİZMETE ÖZEL

b. Psikolojik hareket istihbaratı açık kaynaklardan elde edilen bilgilerin yanında, istihbarat kuruluşları ve birimleri tarafından, istihbarat haline getirilen bilgilere dayanır.

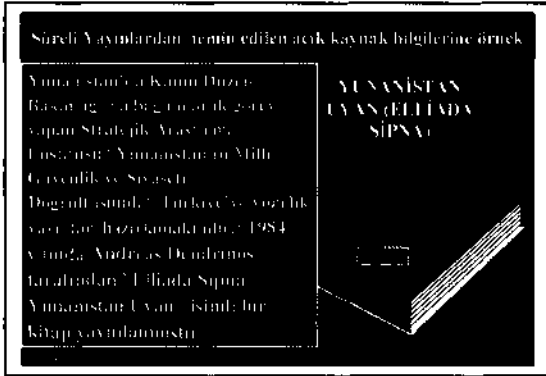
(1) Açık İstihbarat Kaynaklarından Temin Edilen Bilgiler ; dergi, gazete, akademik yayınlar, incelemeler, kitap, ansiklopedi, radyo, televizyon ve internet yayınlarından sağlanır.

Gazete, dergi, internet, radyo ve televizyonlardan elde edilen bilgiler; hedef topluma ait en yeni olayların, tutumların sürekli takibi saptanır. Kamuoyundaki tutum ve davranışlardaki değişiklikler tespit edilir. Genelde hedef ülkenin, halktan ve yabancı devletlerden saklamak ihtiyacı duymadığı veya saklamak istediği halde çeşitli nedenlerle başarılı olamadığı bilgileri kapsar.



Şekil 7-2

Şekil 7-3



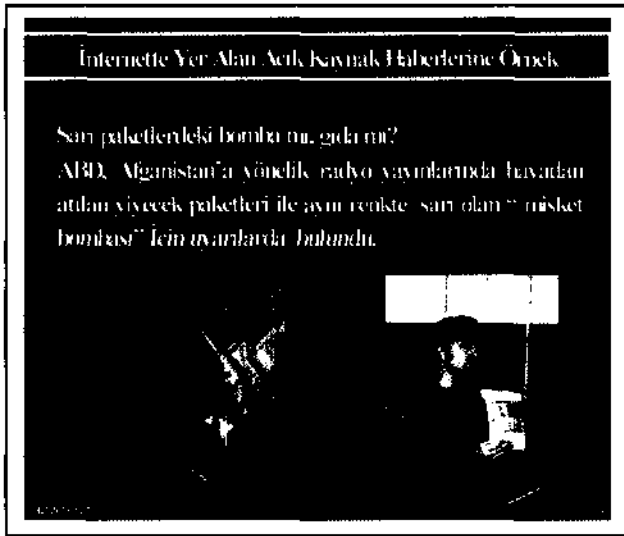
reaksiyonu, sosyal, demografik ve etnik yapısı, bu yapı içindeki farklılıklar ve problemler gibi konularda değerli ve güncel bilgiler elde edilir. Sürekli yayınlanan kitap, araştırma, gazete ve dergilerden, hedef toplumun ilgilendiği konular, en son olaylar, kronolojik bir şekilde izlenerek, hedef topluma yönelik yürütülen propaganda faaliyetleri tutumlardaki değişiklikler tespit edilerek, zayıf tarafları, hassasiyetleri ortaya çıkarılır.

Gazeteler ve dergiler muntazaman yayımlandıklarından, olaylardaki ve tutumlardaki değişiklikler fark edilirler ve derhal propagandaya sokulabilir. Bununla beraber psikolojik hareket 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 dikkate alınır.

(2) Kapalı İstihbarat Bilgileri (Devletin, Silahlı Kuvvetlerin İstihbarat Teşkillerinden Temin edilen/edilecek bilgiler) ;

Psikolojik hareket istihbaratı, devletin istihbarattan sorumlu kurum ve teşkilleri tarafından hazırlanan ve istihbarat haline getirilen bilgilerden de kaynak olarak istifade eder. Bu



Şekil-4

kapsama; duyumlar, cari ve tamamlayıcı istihbarat raporları ve özetleri, temel istihbarat dokümanları, özel konularda yapılmış istihbarat etütleri, askeri ataşe raporları, çeşitli amaçla yapılan yüz yüze sorgulama raporları/ sorgulamalar (savaş esirleri, düşmandan kaçıp kurtulanlar, mülteciler, terörist, itirafçı vb.) sırasında elde edilen bilgiler, telsiz, telefon görüşmelerinin analizini içeren raporlar, hareket alanında ele geçirilen belgeler, MGK, MİT ve Emniyet Genel Müdürlüğü,

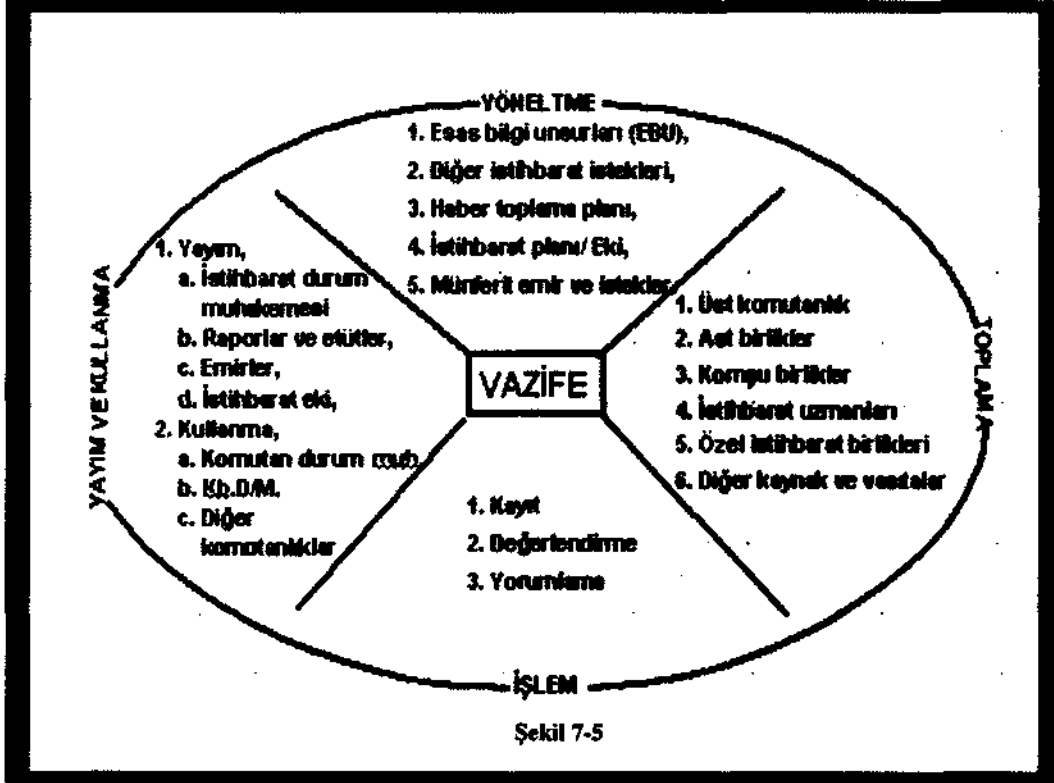
istihbarat raporları girer. Genellikle resmi bir istihbarat kuruluş tarafından hazırlanan bu bilgiler GİZLİ gizlilik derecesi taşır.

Psikolojik hareket istihbaratı; hedef kitle, hedef kitlenin kimliği, toplumdaki yeri, hedef kitlenin duyarlılığı, hedef kitlenin etkinliği, hedef kitlenin tutumu ile ilgili güncel / cari bilgilerin yanı sıra coğrafi, siyasi, askeri, ekonomik, bilim ve teknoloji, kültürel ve tarihi koşullarıyla ilgili ayrıntılı temel istihbarat bilgilerine de ihtiyaç duyar.

Teknolojik gelişmeler, psikolojik hareket uygulamalarının her alanında ve her düzeyinde ihtiyaç duyulan psikolojik hareket istihbarat bilgilerinin teminine, değerlendirilmesine, yorumlanmasına, depolanmasına önemli katkılar sağlar.

HİZMETE ÖZEL

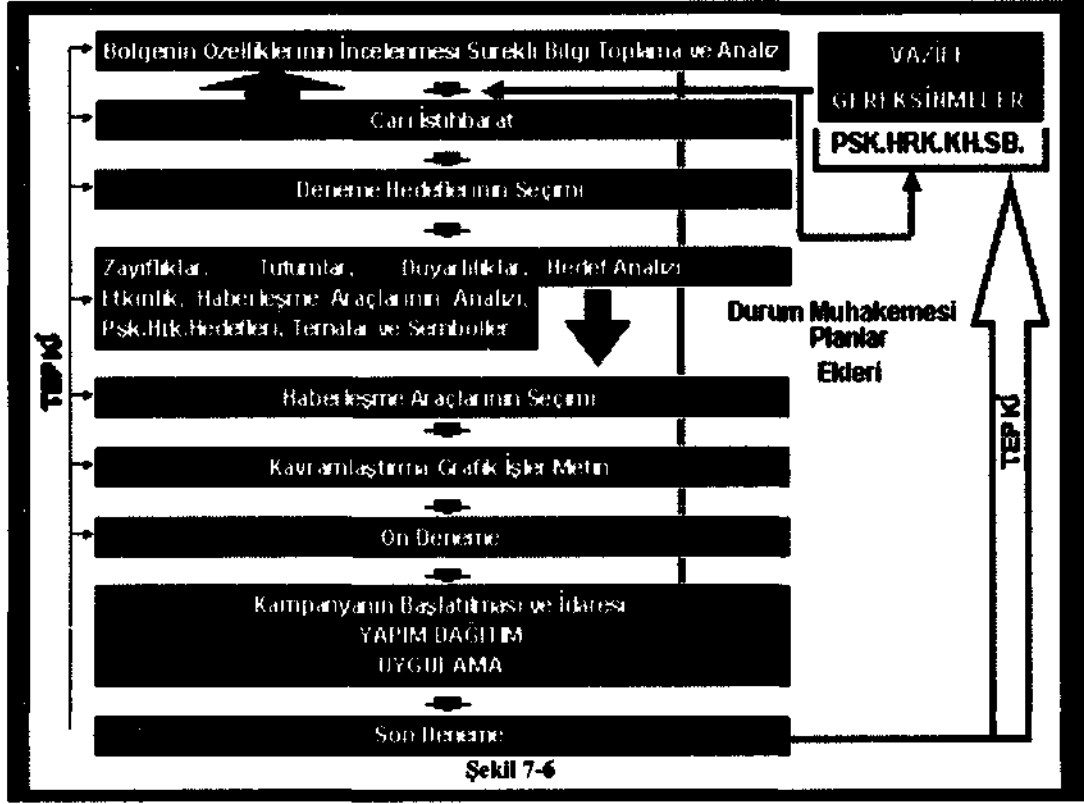
Özellikle kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler ve internetin yaygın kullanımı belirlenen hedef kitleye istenilen zaman ve yerde ulaşma ve çok geniş kitlelere istenilen boyutta propagandanın yapılması imkanını verir. Modern cihaz ve malzemeye sahip olan taraf, hedef kitle analizlerini çok daha çabuk ve doğrulukla yapar, yabancı dil bilen personel vasıtası ile istenilen bilgiye daha kolay ulaşılır ve bu bilgiler depolanır, bu bilginin analizini yapılarak, sadece istenilenler seçebilir, istenilen zaman ve yerde, hedef kitleye en etkin şekilde ulaşabilme imkanı sağlanır.



İstihbarat kurum ve birimleri; istihbarat bilgilerini, istihbarat çarkının aşamalarını kullanarak meydana getirir. Psikolojik hareket planlayıcısının ihtiyaç duyacağı psikolojik hareket istihbaratı, istihbarat çarkının kullanımı sonucu çeşitli aşamalardan sonra istihbarat haline getirilen bilgilerden elde edilir. İstihbarat çarkı; planlama ve yönetim, ihtiyaçların tespiti/yönelme, haberlerin toplanması, istihbaratın meydana getirilmesi/işlem ve yayımlama aşamalarından oluşur.

Psikolojik hareket faaliyetleri için ihtiyaç duyulan istihbaratın temini, toplama çabasına rehberlik eden kapsamlı görev ve ihtiyaç planlamasına dayandırılır, psikolojik hareket faaliyetlerini desteklemek için psikolojik hareket istihbaratı ihtiyacı, istihbarat toplama

planına ithal edilir. Psikolojik hareket istihbaratı ile ilgili istihbarat istekleri, haber toplama planlarına ithal edilir.



Hedef toplumun, tanımlanması ve analizi, etkili bir psikolojik hareket kampanyasının yürütülebilmesi, ikna edici mesajların hazırlanıp dağıtılabilmesi, ancak doğru ve zamanında temin edilen istihbaratla sağlanır.

Psikolojik hareket planlayıcısı, psikolojik hareket planlaması sırasında, gelecekteki psikolojik hareket kampanyalarına esas olacak hedef toplumları belirlemek, tanımak ve içinde bulunduğu koşulları meydana çıkartmak, zayıf taraflarını ve hassasiyetlerini tespit etmek, psikolojik hedefleri ortaya koymak ve kullanılacak temaları belirlemek amacı ile psikolojik hareketle ilgili istihbaratı sistemli ve ayrıntılı bir şekilde inceler, hedef analizi yapar, haberleşme araçlarını seçer, ön denemenin yapılmasını müteakip kampanya başlatılır. Bütün bu faaliyetlerin, psikolojik hareket personeli veya uzmanı tarafından, sağlıklı ve başarılı şekilde yürütülmesi istihbarat akışı ve geri beslemesi ile mümkün olur. Psikolojik hareket personeli planlama ve icra aşamalarında "Psikolojik hareket faaliyetleri akış sıra ve aşamaları çizelgesini" kullanır.

3. KARŞI PSİKOLOJİK HAREKAT:

a. Karşı psikolojik harekat; dost ve müttefik kitleleri, hedef kitle (düşman) mesajlarından korumayı veya hedef kitle (düşman) mesajlarının etkisini azaltmayı amaçlar.

b. Karşı istihbarat: askeri psikolojik harekat için karşı istihbarat desteği; psikolojik harekat planlarını, personelini ve teçhizatını özellikle harekata ait ve taktik seviyede karşı hedef kitlenin, karşı istihbarat servislerinin tespit edilmesi yıldırılması veya nötralize edilmesini içerir. Bir psikolojik harekatın icrasında karşı istihbarat ve insan kaynaklı istihbarat, psikolojik harekatın etkileri konusunda geri besleme sağlayabilir.

c. Karşı psikolojik harekat, düşman propagandasının dost topluluklar ve müttefik kuvvetleri üzerindeki etkilerini analiz etmek için araçlar kullanılır, temalar belirlenir ve propagandanın etkilerini tersine çevirmek için karşı teknikler geliştirilir. Karşı psikolojik harekat için seçilen temalar; hedef kitlenin (düşman) gerçek veya potansiyel prestijini azaltmayı, propagandanın etkilerine karşı koymayı ve topluluğu müttefik kuvvetlerinin amacı ve önlemleri konusunda bilgilendirmeyi amaçlar.

ç. Psikolojik harekatın faaliyetleri sadece psikolojik harekat hedef kitlesine değil, aynı zamanda yabancı istihbarat sistemlerine de bilgi gönderme amacını güder. Bu sebeple psikolojik harekat mesajları, gizliliğin korunması, İKK. faaliyet ve tedbirlerinin tehlikeye düşmemesi için İKK. planlamacıları ve icracı personeli ile koordine edilir.

d. Karşı psikolojik harekat tekniklerinin kullanılmasında psikolojik harekat personeli ve birlik istihbarat üniteleri arasında yakın işbirliği ve koordinasyona ihtiyaç duyulur.

4. KOMUTA KONTROL, KOMÜNİKASYON VE BİLGİSAYAR (C4) SİSTEMLER DESTEĞİ :

a. Komuta kontrol vazifenin ifası için askeri faaliyetlerin planlandığı, yönlendirildiği, koordine, icra ve kontrol edildiği bir süreçtir. Bu süreç, bilgi toplamak ve analiz etmek, ifa edilecek görevi planlamak, emirleri yayımlamak ve faaliyetlerin icrasına nezaret etmek için gereken hususları kapsar.

b. Kuvvet ve kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıyla sevk ve idaredeki sürekliliğin sağlanması, en üst kademedeki makamdan en alt seviyedeki icra unsuruna (tim seviyesi)

HİZMETE ÖZEL

kadar uzanan hızlı, güvenilir ve emniyetli bilgi akışı sağlayan Komuta Kontrol sisteminin kurulup işletilmesine ihtiyaç duyulur.

c. Başarılı ve güvenli müşterek psikolojik hareketin planlaması, uygulanması ve desteklenmesinde komuta kontrol, iletişim ve bilgisayar (C4) sistemlerine ihtiyaç duyulur.

ç. Personel arasındaki iletişim, planlayıcı ve icra edici emirler imkan ve kabiliyetlerinin müşterek etkin kullanımı için gereklidir. İletişim sistemlerinin uyumlu, koordineli ve uygun olduğunu konularını kapsayan müşterek bir iletişim planı hazırlanır.

d. Psikolojik hareket, askeri aldatma, hareket güvenliği, elektronik harp (EW), fiziki hasar gibi unsurlarla birlikte komuta ve kontrol harbinin unsurlarını oluşturur. Komuta kontrol harbi, harbe ve savaş dışı askeri hareket çeşitlerine uygulanabilir.

Komuta ve kontrol harbi, istihbaratla karşılıklı desteklenen dost komuta ve kontrol imkan ve kabiliyetlerinin, karşı tarafın faaliyetlerinden etkilenmemesi, etkilenme seviyesinin asgariye indirilmesi veya imha edilmesi ve düşmanın yayınladığı bilgilerin reddedilmesi / yalanlanması gibi faaliyetleri kapsar.

Psikolojik hareket bu kapsamda, düşmanın karar organlarına karşı halihazırdaki uygulanan komuta kontrol harbinin çabasını artırmak amacıyla da kullanılır.

Psikolojik hareket hedef kitleye Türk Silahlı Kuvvetleri'nin niyeti ve savaş gücünü iletmede, askeri aldatma planlarının etkisini artırmada, düşmanın komuta kontrol haberleşme ve istihbarat toplayıcılarına farklı mesajlar gönderilerek düşman kuvvetlerinin liderleri hakkında şüphe tohumları atılmasında, düşman kuvvetlerinin dost kuvvetlere karşı düşmanca davranmaya devam etmeleri durumunda acı çekecekleri ve zarar göreceкlerinin mesajlarının verilmesinde, düşmanın harbe devam azim ve iradesinin kırılmasında, düşman komutanının hareket alanındaki tahminlerinin değiştirilmesinde, düşmanın karar çarkının bozulmasında, düşmanın düşmanca propagandasına karşı koymada, düşmana karşı propagandaların geliştirilmesinde ve ikna edilmesinde, dost kuvvetlerin inisiyatifi ele geçirilmesinin desteklenmesinde kullanılır.

5. MUHABERE ELEKTRONİK VE BİLGİ SİSTEMİ DESTEĞİ:

a. Muhabere elektronik ve bilgi sistemleri; barış, kriz ve savaşta, komuta kontrol amacıyla, bilgi toplamak, toplanan bilgiyi iletmek, işlemek, değerlendirmek, dağıtmak ve korumak için amacıyla kullanılır.

b. Müşterek hareket; farklı kuvvetlere ait çeşitli muhabere elektronik ve bilgi sistemlerinin bir arada uyum içerisinde çalışmasını gerektirir. Müşterek hareket icra edecek birliklerin kullanacağı muhabere elektronik ve bilgi sistemlerinin sahip olması gereken özellikleri MEBS tarafından tespit edilir.

c. Düşmana yönelik psikolojik hareket faaliyetlerinin icrası esnasında, dost birliklerin olumsuz olarak etkilenmemesi bakımından, başta frekans planlaması olmak üzere, kullanılacak sistem / teçhizatın muhabere elektronik bilgi sistemleri ve elektronik harp unsurları ile koordineli olarak kullanılması gerektirir. Aksi takdirde, psikolojik hareketin sınırlı olarak icra edilmesi durumu ortaya çıkabilir.

ç. Müşterek psikolojik hareket faaliyetlerinin, psikolojik hareket birimleri arasında etkin ve güvenilir şekilde yürütülmesi ve desteklenmesi amacıyla; sınıflandırılmamış bilgileri içeren bilgilerin istihbarat veri tabanlarına girmeye izin veren ve geri besleme imkanı sağlayan güvenli haberleşme ağı tesis edilir. Güvenli haberleşme ağının planlama ve tesis aşamalarında, MEBS Başkanlığı ile koordine edilerek MTS 368-8(A) Otomatik Bilgi İşlem Güvenlik Standardına uygun kurulması sağlanır.

d. Türk Silahlı Kuvvetleri bünyesinde, müşterek psikolojik hareket faaliyetlerinin psikolojik hareket birimleri arasında etkin ve güvenilir şekilde yürütülmesi ve desteklenmesi amacıyla Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı ile Psikolojik Harekat Grup Komutanlığı ve bağlıları arasında tesis edilen güvenli bir haberleşme ağı kullanılır.

e. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin NATO veya dost ve müttefik ülkelerde icra edeceği müşterek ve çokuluslu psikolojik hareket faaliyetlerin planlama ve icra aşamalarında, ilgili kurum ve komutanlıklarla koordine sağlanması, etkin ve güvenilir şekilde yürütülmesi ve desteklenmesi amacıyla tesis edilen güvenli psikolojik hareket ağı kullanılır.

HİZMETE ÖZEL

f. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin NATO veya dost ve müttefik ülkeler arasında İnternet üzerinden sınıflandırılmamış bilgileri içeren e-mail haberleşmesinin kontrollü olarak sağlandığı sistem kullanılır.

g. Psikolojik hareket faaliyetlerinin hedef kitleye tespit edilecek mesajın iletilmesinde Elektromanyetik (EM) Spektrumdan istifade edilebilir. Büyük bir etkinliğe sahip olması nedeniyle bu faaliyetin hava platformundan icra edilmesi oldukça yararlı sonuçlar doğurur. Psikolojik harbi desteklemek üzere kullanılacak Elektronik Taarruzun (ET), dost kuvvetlerin özellikle komuta kontrol sistemleri üzerinde tahdit edici etkilerinin de olabileceği dikkate alınır.

h. Uygulanacak Psikolojik hareket faaliyetleri nedeniyle hedef unsurlarca alınması muhtemel karşı psikolojik tedbirleri ile Elektronik Koruma (EK) tedbirlerinin; Elektronik Harbin (EH) icrasında önemli bir fonksiyonu bulunan Elektronik Destek (ED) faaliyetleri üzerinde yaratacağı etki değerlendirmesi yapılarak sağlayacağı fayda ve mahzurlar ortaya konur ve bu husus önceden Elektronik harp (EH) unsurları ile koordine edilir.

ı. Dost karıştırma ve diğer elektronik harp faaliyetleri psikolojik hareket yayınlarını bozabilir. Psikolojik hareket birlikleri düşman veya hedef kitlenin elektronik taarruz faaliyetleri ve diğer elektro manyetik etkileşiminden korunmak maksadıyla elektronik korunma usullerini kullanır.

i. Psikolojik hareket ve elektronik harp personeli icra edilecek müşterek hareket kapsamında ortak bir plan hazırlar. MEBS. karargahınca hazırlanacak olan müşterek kontrollü frekans listesinin kullanımı için MEBS. ile koordine yapılır.

6. LOJİSTİK DESTEK :

a. Müşterek harekate iştirak eden kuvvet unsurlarının lojistik desteği, Müşterek Kuvvet K.lığının yönlendirmesine bağlı olarak, Kuvvet Komutanlıkları tarafından sağlanır.

b. Müşterek hareket sevk ve idare eden komutanlar, lojistik ihtiyaçların karşılanmasına yönelik planlamayı yapar ve ihtiyaçlarını hareket alanında lojistik desteği sağlamaktan sorumlu unsurlarla koordine eder.

HİZMETE ÖZEL

c. Müşterek psikolojik hareketin etkin olarak icra edilmesi ve desteklenmesi, uzman personelin yanında modern cihaz ve malzemenin mevcudiyetine bağlıdır. Müşterek psikolojik hareketin desteklenmesi hareket alanı lojistik sistemlerinde ilave taleplerin oluşmasına neden olur.

ç. Müşterek psikolojik hareket faaliyetlerinin icrasında kullanılan psikolojik hareket cihaz ve malzemeleri;

- (1) Sabit Radyo Verici İstasyonları,
- (2) Mobil Radyo Verici İstasyonları,
- (3) Baskı Makineleri,
- (4) Çok Kapsamlı Bilgisayarlar,
- (5) Data Projeksiyon Cihazı,
- (6) Modern istihbarat Cihaz ve Malzemesi,
- (7) Profesyonel ve Amatör Kameralar,
- (8) Mobil Ses Yayın Cihaz ve Araçları,
- (9) Muhtelif Araç,
- (10) Ses ve Görüntü Bantı Çoğaltma Sistemleri,
- (11) Sabit frekanslı alıcılar,
- (12) CD ve Video Kaset Çoğaltma Sistemleri,
- (13) Radyo ve Televizyon Programları Hazırlama Stüdyoları,
- (14) İnsansız Hava Araçları,
- (15) Psikolojik Harekat Faaliyetlerinin İcrasına Yönelik Uçak ve Helikopter,
- (16) Uydu Haberleşme Sistemleri,
- (17) Balonla bildiri atma araç ve teçhizatından oluşur.

d. Psikolojik hareket destek ihtiyaçlarının çoğu standart ikmal kanalı ile karşılanır. Ancak psikolojik hareket faaliyetlerinde kullanılan özel malzeme ve teçhizatın genel olarak rutin ikmal kanalları yoluyla veya yurtdışından temin ve tedarik edilmesi bazı gecikmelere neden olabilir.

e. Psikolojik hareket planlayıcıları ve icracı personeli, onaylanmış psikolojik hareket planının sürekli desteklenmesi, psikolojik harekata özel cihaz - teçhizatın tedariki, yedek parça temini, parçaların bakım ve onarımı gibi işlemlerin yürütülmesi ve gerektiğinde acil

HİZMETE ÖZEL

olarak harekat alanına yurtdışından özel yöntemlerle getirilmesi veya yerel kaynaklardan satın alma yoluyla tedarik edilmesi için lojistik planlayıcıları ve icracı personeli ile koordineli çalışır.

f. Harekat alanında görev yapan psikolojik harekat birlik komutanları harekatın idamesi için gerekli lojistik destek ihtiyaçlarının planlamasını yapar ve karşılanması için, lojistik desteği sağlamakla görevli birlik komutanları ile lojistik faaliyetleri koordine eder.

g. Psikolojik harekat birlikleri, harekat alanına kuruluş TMK'sındaki personel ve teçhizatı ile intikal eder. Bu aşamada ana hatlarıyla yapılan planlama, harekat alanında ortaya çıkabilecek olası görev ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli olmayabilir. Lojistik destek planlamasında müşterek planlayıcılar, psikolojik harekat birliklerinin harekat alanında ortaya çıkabilecek olası acil görev destek ihtiyaçlarını dikkate alır.

SEKİZİNCİ BÖLÜM
KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

1. GENEL ESASLAR
2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI
3. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI SEÇİMİ

SEKİZİNCİ BÖLÜM
KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

1. GENEL ESASLAR :

Günümüzde kamuoyunu ve bireylerin bilgi alma-verme, etkileme ve kanaat oluşturma işlemi için çeşitli kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Psikolojik hareket kullanımında kitle iletişim araçları, hedef kitleyle her türlü iletişim sağlayan basılmış malzeme, gazete, dergi, kitap, afiş, broşür, radyo-televizyon, internet, telefon, video, sinema, konser, miting, hoparlör, uydu, video konferans vb. gibi teknik ve teknik olmayan araçları içerir.

Kitle iletişim araçları, insanlar arasında iletişimi sağlayan bir unsur olması nedeniyle bilgi, düşünce ve tutumların ortak semboller sistemi aracılığıyla kişiler ve gruplar arasında değiş tokuş edildiği bir süreç olarak da tanımlanır.

Küreselleşme veya globalleşme kavramı kapsamındaki gelişmeler, yeni kitle iletişim olanaklarının ortaya çıkmasına neden olur. "Küreselleşen toplumsal yaşamın" bir parçası olan kitle iletişim araçları; kitleleri etkileyip yönlendirmedeki önemi ile yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak ortaya çıkar.

Kitle iletişim araçları, kitleye ulaşamadığı, kilit habercilerin etkin olamadığı yada yalnızca kişiler arası metotlarla erişilemeyecek kadar geniş olduğu durumlarda doğrudan kişiler arası iletişime ilave olarak yada onların yerine kullanılır.

Kitle iletişim araçları, izleyenlere bilgi iletmenin yanı sıra birtakım davranış modelleri de sunar. Kitle iletişim araçları; topluma haber ve bilgi verir, bilgi iletir, insanları bilinçlendirir ve bir şeyin lehinde veya aleyhinde kamuoyu oluşturur.

Kitle iletişim araçları, haber alma ve yayma özgürlüğü, haberleşme özgürlüğü, basın özgürlüğü gibi olanaklardan yararlanarak, siyasal iktidarı denetleme, milli menfaatlardan sapmalar halinde bunları kamuoyuna iletme, liderleri uyarma, kamuoyunu eğitme, siyasal partilerin tutum ve programlarını etkileme, baskı gruplarının seslerini duyurma fonksiyonlarını ifa eder. Bununla birlikte kitle iletişim araçları günümüzde özel sektör faaliyetlerini desteklemek, yönlendirmek, özel menfaat sağlamak için de kullanılabilir.

HİZMETE ÖZEL

Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından, genişletilmiş ve kapsamlı psikolojik hareket kampanyalarında bildiri, afiş, pankart ve hediyelik eşya gibi görsel iletişim araçları kullanılır. Bu görsel iletişim araçları özel teknikle hazırlanıp basıldığı için belli bir ödeneye ve mali kaynağa ihtiyaç duyulur, görsel iletişim araçlarının hedef, kitle üzerinde arzu edilen etkiyi yaratması ve devamlılığının sağlanması için planlama aşamasından itibaren güncel istihbarat da dikkate alınarak ayrıntılı planlama yapılır.

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, kısa süreli kampanyalarda ve taktik düzeyinde icra edilen askeri psikolojik hareket uygulamalarında büyük çoğunlukla bildiri, afiş, pankart ve hediyelik eşya gibi görsel ürünler kullanılır.

Türk Silahlı Kuvvetleri'nde stratejik hareket ile ilgili bildirilerin hazırlanması Genelkurmay Psikolojik Harekat Dairesi sorumluluğunda olup, Genelkurmay Basımevinde basılır. Gerektiğinde Kuvvet Komutanlıkları basımevlerinden ve diğer basımevlerinden de yararlanılır.

Taktik hareketi destekleyecek olan bildiriler Kuvvet Komutanlıkları veya bir ast birlikleri tarafından hazırlanır. Bildirilerin hazırlanmasında psikolojik hareket birliklerinden ve bölgedeki imkan ve kabiliyetler ile tesislerden yararlanılır.

Psikolojik harekatta işitsel iletişim araçları; hoparlör, radyo ve elektronik teyp kayıtları cihazlarını içerir. Radyo, uzak coğrafi bölgeleri etkisi altına alabilir. Hedef kitlelere mesajların iletilmesinde, bir bant üzerine önceden kaydedilen bir teyp çalar ve elektronik teyp kayıt cihazları da kullanılır. Psikolojik harekatta karmaşık ve yüksek maliyetli araçlar olan televizyon, video, sinema, internet, video konferans, uydu ve sahne sanatları gibi görsel-ışitsel iletişim araçları kullanılır. Hedef kitleye, haberleri iletmede çok defa yüz-yüze iletişim yöntemi kullanılır.

Televizyon ve sinema yayınlarında devamlı bir izleyici kitlesi oluşturmak ve bu kitleyi korumak için yazarlar teknisyenler ve oyuncularından oluşan geniş bir uzman kadrosuna ihtiyaç duyulur. Bu imkan ve kabiliyetlere sahip olunmadığı durumlarda askeri amaçlarla hazırlanan psikolojik hareket programları ve yayınları sivil dağıtım ağları kanalıyla da dağıtılabilir.

2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI :

Çeşitli kitle iletişim araçları dört gruba ayrılır.

a. Görsel İletişim Araçları : Sessiz filmler, çizgi filmler, sergiler, durağan gösteriler ve heyecanlı eğlencelerle (futbol vb.) birlikte tüm basılı yayınları (gazete, dergi, kitap, süreli yayın, almanak vb.) içerir.

Çeşitli eğlencelerin gün geçtikçe yaygınlaşmasına rağmen askeri psikolojik harekatta kullanılan en yaygın görsel basın araçları bildiri ve afişlerdir. Genelde, tamamen görsel haberleşme sistemleri kitlede yarattığı etki açısından düşük bir etkinliğe sahiptir. Basit ve kalıcı olmaları, düşük maliyetleri nedeniyle önem kazanır.

(1) Görsel iletişim araçlarının tasarımları için prensipler; görsel bir ürünün tasarımı büyük ölçüde mesajın içeriğine ve sanatçının hayal gücü ile yeteneklerine bağlı olmasına karşın insan algısı ile ilgili bilgiye ve sezgi ile anlayış arasındaki farka dayanan, etkili psikolojik hareket ürünleri yaratmak için temel unsurları tanımlamak mümkündür. İnsan algısı bir süreç olarak altı aşamadan oluşur. Aşağıda belirtilen aşamalar birbirlerini tamamlar.

(a) Hedef kitle bilgisi: Bir ürünün ilk amacı, hedef kitlenin dikkat ve ilgisini çekmek ve bu ilgiyi devam ettirmektir. Bir insanı harekete geçirmenin tek yolu o insanın mevcut ihtiyaç ve güdülerine yönelmektir. Bu nedenle, bir psikolojik hareket ürününde oryantasyonun önemi, mevcut ihtiyaç sıralaması ve seçilen hedef kitlenin ihtiyaçlarının ne kadar karşılandığı göz önüne tutulur.

(b) Harekete geçirme: Yalnızca mevcut ihtiyaçların karşılanmaya başlamasıyla mümkün olur. Hedef kitlenin ihtiyaçları psikolojik hareket personeli ve uzmanları tarafından belirlenir. Daha sonra psikolojik hareket, belirlenen bu ihtiyaçların karşılanması amacıyla konu ve mesajları geliştirir. Alıcı, kendisinden talep edilen eylemden kişisel olarak yararlanabilmelidir. Ürün tasarımı, mevcut güdü ve ihtiyaçları desteklemeli ve kanallandırmelidir. İnsanoğlunun algısını etkileyen ve harekete geçirmede etkili olan çeşitli dürtüler mevcuttur. Bunlar:

Duygusal dürtü ; ani duygusal tepkilere neden olur. (aşk, barış, küçük çocuk tasviri), Fiziksel dürtü ; (hacim, renk ve sembollerin şekilleri) tek başlarına harekete geçiremezler. Fakat mesajı kuvvetlendirir.

Entelektüel dürtü ; (şaşkınlık, gereksinme, çelişki) gözlemciyi ürüne çeker.

HİZMETE ÖZEL

(c) Algılama: Hedef kitlenin verilmesi istenen mesajları algılamasını sağlamak amacı ile sloganlar, başlıklar, manşetler ve diğer kısa ve açık mesajlar mümkün olduğunca çok kullanılır. Resimlerin kullanılması konunun çekiciliğini artırır, hedef toplumun ilgisini çeker, anlamlı bilgilerin iletimini sağlar. "Bir resim binlerce kelimeye bedeldir" ifadesinde belirtildiği gibi insan düşüncesini harekete geçiren resimler kullanılmalıdır. Halk, fotoğrafı, olayları tekrarlayan olumlu bir kanıt olarak nitelendirir. Bir ressamın çizgi resminden çok, gerçek sahne ve şahıs fotoğraflarının kullanılması inanılabilirliği önemli ölçüde artırır. Net fotoğraflar kullanılmalıdır. İyi görüntü vermeyen veya net olmayan fotoğraflar toplumun ilgisini ve mesajın inanılabilirliğini azaltır.

Mektuplar : Savaş esirlerinden (her zaman Cenevre Andlaşmalarına uyarak), mültecilerden ve daha önce düşman olan kişilerden sağlanan mektuplar çok etkili olabilir. Mektup inandırıcı olmalı, bazı temaları ve belirli ayrıntıları işlemelidir.

Şiir : Bazı toplumlar arasında hissi ve duygusal çağrılar için şiir etkili bir araç olabilir. İyi bir şiir oldukça elverişli tepkiler meydana getirir,

(ç) Anlaşılabilirlik : Ürün veya resmin, yanlış anlamalara olanak vermemesi ve kolaylıkla tanınabilmesi, algıyı harekete geçirmesi ve alıcıyı harekete geçmesi için motive etmesi amaçlanır.

Resim ve metinlerin tek başlarına anlaşılabilir olması ve ortak bilgi sağlaması, bu nedenle, dolaylı cümle kullanımından zıt kelimeler soyut ifade ve sembollerden ideolojik tartışmalardan kaçınılması gerekir. Uzun metinlerin normal bir okuyucunun okuma arzusunu kırması ve özellikle kültür düzeyi düşük olanlar okuma zahmetine bile katlanamayacakları dikkate alındığında uzun metinler kullanılmasından kaçınılır. Resim ve metinlerde ; küçük puntolu yazı ve metin içeren baskılardan kaçınılır, yazı puntosunun büyüklüğü mesajın anında okunmasına imkan verecek ölçüde seçilir, kötü basılmış malzemenin dağıtımından kaçınılır, en iyi baskıların dağıtımı yapar, güncelliğini kaybetmiş propagandayı içeren görsel iletişim araçlarının (bildiri, afiş) dağıtımı zamanında yapılır.

(d) Hafıza; etki için dikkatin yanında hafıza da önemli bir faktördür. Hafıza seviyesi renkler, anlaşılır fotoğraflar, pozitif ifadeler, resimli bir yazı ve özlü bir metin vasıtasıyla geliştirilir.

HİZMETE ÖZEL

(e) Etki; ürünün tehditkar görünmemesi ve pozitif bir duygu uyandırması önemli bir ön koşuldur. Gönderenin çizdiği olumlu imaj, mesajın ne kadar olası olduğu ve alıcıya kişisel mücadelesinde bir çıkış yolu sunup sunmadığı bu etkinin kuvvetlendirilmesinde etkili yollardır. Gözlemci istenilen eylemden kişisel olarak faydalanır, ürün tasarımı mevcut ihtiyaç ve güdöleri desteklenir ve kanalize edilir.

(f) İnanırlık; basılı haberleşme araçları, hedef kitlede benimsenen ve değer verilen araçlar olup sık kullanılır.

(g) Süreklilik; basılı haberleşme araçları sürekliliği açısından diğer iletişim araçlarına nazaran çok kullanılır.

(h) Etkili bir haberleşme aracıdır; basılı araçlar, diğer haberleşme araçlarının aksine olarak uzun veya karışık mesajları iletir. Basit ve kısa mesajlar için kulağa veya göze hitap eden mesajlar etkilidir. Fakat mantıki bir tahlil yapabilmek için basılı haberleşme araçlarının yerini hiç bir araç tutamaz. Basılı araçlarla bir haber veya bilgi kişiden kişiye hiçbir değişikliğe uğramadan iletilebilir.



(2) Görsel İletişim Araçlarının (Bildiri ve Afişlerin) özellikleri:

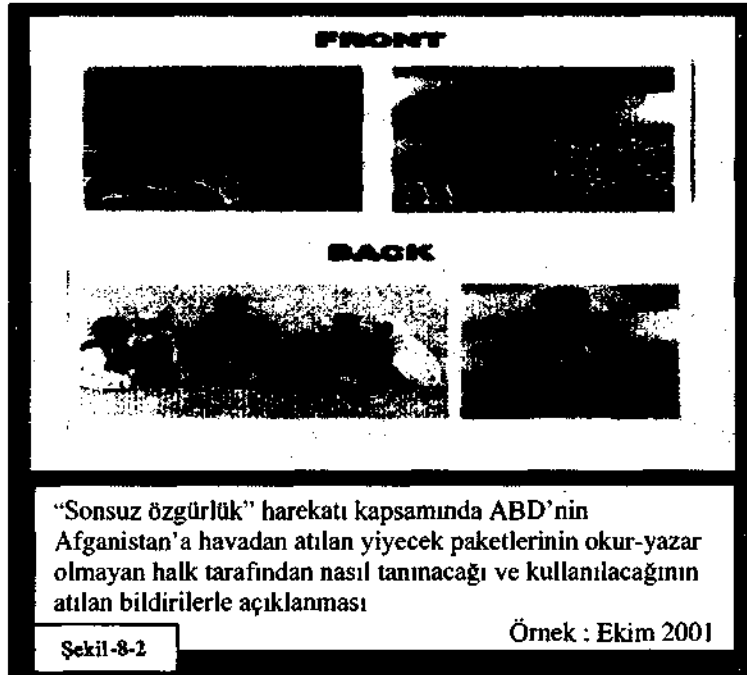
(a) Ortak özellikleri; diğer haberleşme araçları gibi basılı haberleşme araçları da dikkat çekmeli, inanılır olmalı ve hedef toplumu ikna etmeli, çözüm tarzı sunmak suretiyle hedefi psikolojik uygulayıcının arzuladığı harekete yöneltmelidir.

HİZMETE ÖZEL

Görsel (basılı) kitle iletişim araçları; bilgilendirici, ikna edici, yönlendirici yada bu üç özelliğin bir kombinasyonu içerir. Basılı ürünler özel kitlelere yönlendirildiğinde ve onların mevcut durum ve ihtiyaçlarına yönelik olduklarında daha etkili olurlar. Bildiride mesaj her iki sayfada kullanılır posterde ise yalnızca bir yüzü kullanılabilir. En önemli fark ise kullanım biçimlerinde ortaya çıkar. Afiş, sabit bir nesneye yapıştırılır, bu yüzden ulaşabildiği kitle kısıtlı ve geçicidir. Bildiri ise hareketlidir. Alıcının boş bir zamanında okunabilir ve bu yüzden daha fazla detay içerebilir.

(b) Avantajlar; bildiri ve afiş diğer daha kapsamlı basın araçlarıyla kıyaslandığında çok sayıda avantajlara sahiptir. Bunlar;

(I) Maliyet; üretim süreci oldukça basit ve ucuzdur.



(II) Kalıcılık; basılı bir mesaj fiziksel olarak tahrip olmadığı veya tahrifat yapılmadığı müddetçe kalıcıdır. İnsan hafızasıyla sınırlı değildir ve broşür biçiminde elden ele dolaşır, tekrar tekrar okumaya imkan verir. Görsel iletişim malzemesi bir bütün olup kişiden kişiye bozulmaya uğramadan dağıtılabilir.

(III) Seçicilik; materyal hedeflenmeyen geniş bir kitle dışında özel bir kitleye dağıtılabilir. Örneğin resimli, fotoğraflı ve şematik izahlarla okur-yazar olmayan hedef kitleye hitap edebilir.

HİZMETE ÖZEL.

(IV) Etki; uygun şekilde hazırlanan ve düzenlenen mesaj (şekil, renk, form, metin ve diğer özellikleri ile) hedef toplum üzerinde derin ve uzun süreli etki bırakabilir. Etkisini kuvvetlendirmek için tekrar okunabilir.

(V) Güvenirlik; basılı bir sözcük yüksek derecede kabul, güvenirlik ve pratiklik sağlar. Basılı iletişim mesajları hedef kitledeki yetkili ve uzman yazarlar tarafından onaylandığında prestij kazanır. Bu prestij basılı sözcüklerin geçerli olduğu toplumlarda özellikle önem kazanır.

(VI) Devamlılık; devamlılık sağlar, fiziki bir değişiklik yapılmadıkça mesaj değişikliğe uğramadan hedef kitleye ulaşır.

(VII) Karışık ve uzun konular ayrıntıları ile özel yöntemler kullanılarak açıklanır.

(VIII) Görsel malzeme hedef toplumun daha geniş ve yaygın kesimlerine dağıtılabilir, okunabilir ve seyredilebilir.

(c) Dezavantajlar; bildiri ve afiş kullanımında en önemli bazı sınırlamalar şunlardır;

(I) Hız; hedef kitleye ulaştırılmasında hızı radyo ve televizyon kadar hızlı olmayıp kısıtlıdır.

(II) Basım; basım işleri özel, geniş ve devamlı lojistik desteği gerektirir.

(III) Dağıtım; özel tedbirlerin alınmasını ve karmaşık koordinasyonu gerektiren zaman alıcı ve pahalı bir işlemdir. İlave lojistik kaynaklara ihtiyaç duyulur ve taktik durumlardan yoğun olarak etkilenebilir.

(IV) Kitlenin okur yazarlılık durumu; okuma-yazma bilmeyenlerin oranının fazla olması basılı dokümanın etkisini ve kullanılmasını azaltır. Okuma-yazma bilmeyen bir kitleye yazıyla karışık fikirlerin aktarılması zordur. Resim ve karikatür kullanımı bu problemin bir ölçüde aşılmasını sağlar.

(V) Karşı eylemler; görsel malzemelerin hedef topluma fiziki olarak dağıtılması gerektiğinde bu malzemelerin dağıtımını önleyebilir ve engelleyebilir. Düşman basılı

HİZMETE ÖZEL

malzeme bulunduran kişilere karşı cezalandırıcı eylemlere girişebilir, bildiri ve afişleri toplayıp imha edebilir. Düzeltmeler yapmak suretiyle değiştirilebilir.

(VI) Uzman personel tarafından hazırlanmalıdır; bildiri ve afişlerin hedef kitle üzerinde arzu edilen etkiyi sağlaması için psikolojik hareket konusunda bilgi sahibi, deneyimli uzman personel tarafından hazırlanır.

(3) Görsel (basılı) Kitle İletişim Araçlarının Kategorileri:

(a) Bildiriler:

(I) Fiziki Özellikleri:

Tek bir sayfa kağıdın ön veya arka yüzü kullanılmak suretiyle hedef kitleye verilmek istenen resimli veya yazılı mesajı içerir. Bildirinin bir ölçüsü, şekli, formu yoktur. Bildiriler için en uygun kağıt büyüklüğü 8x15 cm. dir. Kağıdın kalitesi dayanıklılığı etkiler.

(II) İçeriklerine ve Amaçlarına Göre Bildiri Çeşitleri:

Askeri psikolojik hareket bildirileri ikna edici, bilgi verici ve yöneltici olarak çeşitlendirilir;

(aa) İkna Edici Bildiriler: İkna edici bildiriler, hedeflerini nedenlere dayanarak elde ederler. Gerçekler sunulmak suretiyle hedef toplumu propagandacının vardığı sonuçların doğru olduğuna ikna edilir. Okuyucuda propagandacının önerdiği çözüm tarzının kendi fikrinin aynı olduğu kanaati uyandırılır.

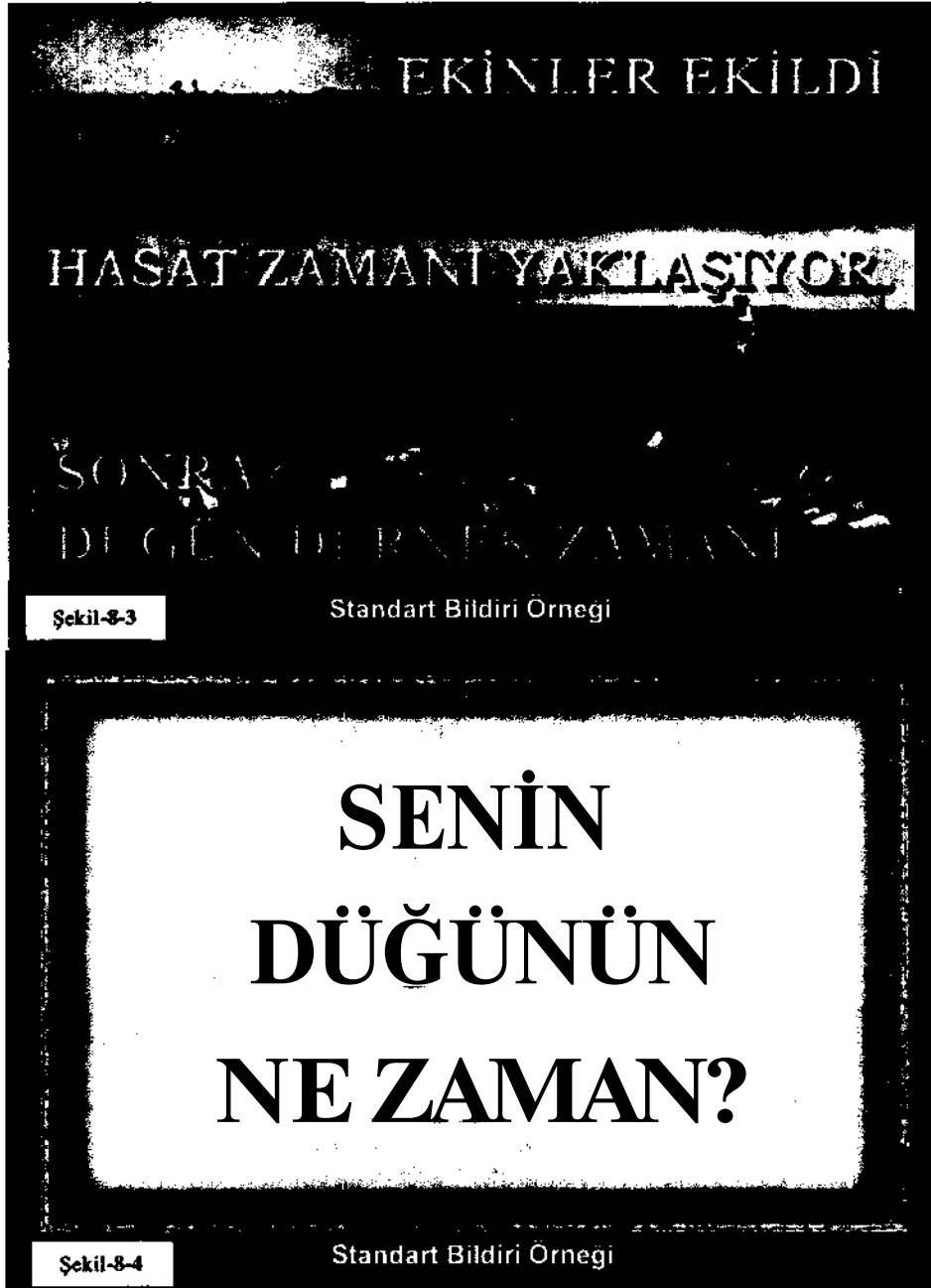
(bb) Bilgi Verici Bildiriler: Bilgi verici bildiriler, propaganda kampanyasının her aşamasında kullanılırlar ve gerçekçidirler. Hedef toplum arasında okuma alışkanlığı olan kimseleri etkilemek suretiyle her çeşit propagandanın başarısında esas olan inanırlığın sağlanmasına yardım eder.

(cc) Yöneltici Bildiriler: Yöneltici bildiriler, bir özel amaç bildirisi. Eldeki istihbarat düşman psikolojik durumu itibarıyla yön verilmeye elverişli olduğunu gösteren taktik durumlarda propagandacı normal olarak düşman askerlerini bazı hareketlere yöneltir. Yöneltici bildiriler düşman işgali altındaki arazide veya düşman içinde yer altı faaliyetlerini yürüten kuvvetleri yöneltmek ve idare etmek için stratejik olarak kullanılır. Bu bildiriler, bombardıman taarruzlarını önceden haber vermek ve düşman işçilerinin çalışma

bölgesinden uzakta kalarak kendilerini korumalarını önermek suretiyle düşman üretimini engellemek için de kullanılır.

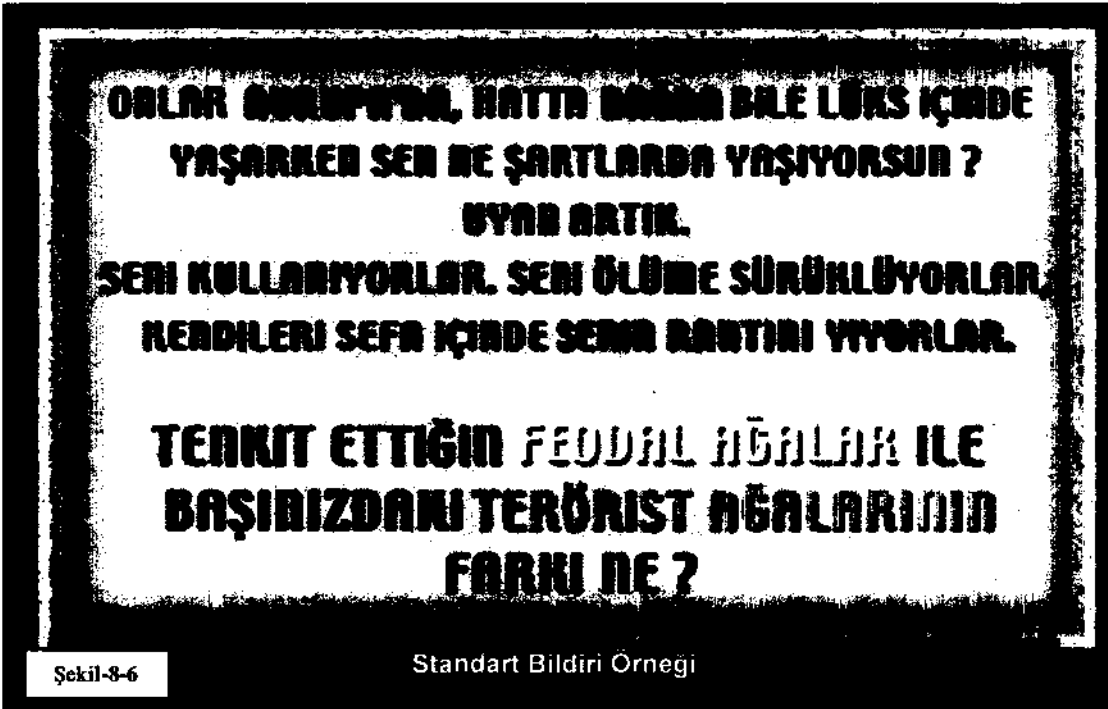
(III) Bildirilerin kullanıldıkları amaca göre sınıflandırılması:

(aa) Standart bildiriler; hedef kitlenin pek çok üyesine yönelik olarak uzun bir dönemi kapsayacak şekilde ve her çeşit psikolojik harekatta kullanılmak üzere genel propaganda mesajlarını içerecek şekilde hazırlanır.



HİZMETE ÖZEL

Standart bildiri propaganda mesajını içeren ve tekrar kullanmak için yapılmış bir bildiridir. Standart bildiriler, her çeşit psikolojik harekatta ve bütün hedeflere karşı kullanılabilir. Bu bildiriler belirli bir psikolojik hareketin gereksinmelerini karşılamak üzere önceden planlanır ve kullanılmaya hazır hale getirilir. Standart bildiriler beklenmedik hallerde ve kesinlikle belirtilmiş diğer hallerin meydana çıktığı durumlarda kullanılmak üzere basılı gereçler arasında depo edilir.



HİZMETE ÖZEL

Standart bildirilerin stratejik harekatta kullanılması : Stratejik psikolojik harekatta dağıtılan bildirilerin çoğu standart mesajlar olup, etkileri uzun zamana yayılabilir. Standart bildirileri, diğer kitle haberleşme araçlarını pekiştirmek ve tamamlamak üzere kullanılır. Stratejik durumlarda kullanılan bildirilerin çoğu diğer propaganda teşkilatlarının ve bazı durumlarda da dost yabancı hükümetlerin uygun görmelerine bağlı ve aynı zamanda onlarla koordinasyonu gerektiren politik mesajları içerir. Stratejik psikolojik hareket bildirileri yapılan haberleşmenin içeriği şekil ve tarzı ayrıntılı olarak ön denemeye tabi tutulur.

Standart bildirilerin diğer tür harekatta kullanılması: Standart bildiriler, gayri nizami savaş hareketinin desteklenmesinde geniş ölçüde kullanılabilir. Bu bildirilerin içerikleri çok değişiktir. İçerikler, örneğin ; talimat veren bildiriler (nereye gitmek gerektiği, katılmanın kime ve nasıl olacağı, bildirilerin hedef kitleye ulaştırma hızı gibi), herhangi bir hususu bildiren bildiriler (sürekli olarak izlenecek hareket tarzını açıklamak gibi), aydınlatıcı bildiriler (teknik gelişmeler ve iltica edenlerin iyi yaşam koşullarına kavuştuğu gibi) ve buna benzer hususlar olabilir. Bu koşullar altındaki psikolojik hareketin özellikleri nedeniyle zamanı belli olmadığından dolayı standart bildiriler geniş bir şekilde kullanılır.

Standart bildiriler, propaganda mesajlarının dağıtımını geniş ölçüde çabuklaştırır. Bildiriler önceden hazırlanır. Mermilere çok yüksekten atılan özel kutulara, bildiri atan araçlara doldurulur ve derhal sevk edebilecek şekilde depolanır. Bu da her komuta kademesinde propagandanın kullanılması yönünden esneklik sağlar.

Psikolojik hareketin taktik sahadaki hareketi desteklediği durumlarda, hedef kitleye özel ürün tasarlayan yeterli yeteneğe sahip personel bulmak mümkün olmayabilir. Bu durumda standart materyal kullanımına başvurulur, önceden hazırlanmış standart basılı ürünler hazırlanır, depolanır ve dağıtımına hazır halde bulundurulur. Bu da psikolojik hareket çalışmalarının devamlılığının sağlanmasında önemlidir. Fakat güncellikten yoksun olmaları etkinliklerini düşürür.

Hızla değişen taktik durumlarda harekate katılan birliklerin hızla değişen durumlara uygun bildiriler hazırlama olanakları bulunmadığı zaman, standart bildiriler, psikolojik hareket desteğinin devamlılığını sağlar. Taktik hareket sırasında araç ve gereçlerin çalışmaz duruma girmesi çok muhtemeldir. Bunlar onarıncaya kadar geçen zaman zarfında standart bildiriler bildiri hareketinin devamını sağlar.

HİZMETE ÖZEL

Standart bildirilerin kullanılması önceden seçilmiş propaganda temalarının veya mesajlarının standart hâle sokulmasını sağlar. Bu da propaganda içeriğinde uyumu sağlar. Standart bildirilerin kullanılmalarına ait açıklamaları ile birlikte örnekleri bir katalogda birleştirilmen ve uygun olan birliklere dağıtılmalıdır. Seçilerek hazırlanmış standart bildirilerin bu şekilde kullanmaya hazır oluşu herhangi bir taktik harekatta birlikte bu bildirileri kullanmak durumunda olan komutanların bu görevi yapmalarını kolaylaştırır.

Standart bildiriler, ordu komutanlıkları basımevleri ile piyasadaki basımevlerinde büyük ve hızlı baskı makinelerinde basılmaya elverişlidir. Standart bildiriler şekil ve tipi bakımından dağıtımından önce uygun yöntemler uygulanarak ön denemelerinin yapılmasına elverişlidir. Böylelikle etki derecelerinin veya mesaja karşı belirecek tepkilerin ölçülmesi mümkün olur. Baskı araçları tahrip edilse bile veya geçici olarak baskı yapamaz hale getirilirse de, standart bildiriler hazır oldukları için psikolojik hareketin devam ettirilmesini mümkün kılar. Standart bildirilerin sakıncaları: Standart bildiriler belirli bir harekatta göre gereğinde hazırlanan bildirilere nazaran daha az etkilidir, bozulabilir, depolanması ve muhafazası sorun olabilir, değişen durum ve koşullar güncelliklerinin sağlanmasında sorunlar olabilir.

(bb) Özel durumlar için hazırlanan bildiriler; özel durumlar yada güncel istihbarat sonucu ortaya çıkabilecek özel durumlar için belirli bir dönemi kapsayacak şekilde hazırlanır. Bu bildiriler, bir daha tekrar etmeyecek psikolojik fırsatların meydana geldiğini gösteren istihbarata dayanılarak, standart bildirilerin yetersiz olduğu durumlarda, hedef kitleyi etkilemek amacıyla özel olarak hazırlanır.

Taktik (veya operatif) psikolojik harekatta özel durum bildirilerinden azami etki sağlamak için bildiriye alacak hedef kitleye psikolojik baskının en yüksek olduğu zamanlarda verilmesi ve bildirilerde önerilen harekât tarzlarının mantıklı olması gerekir. Stratejik psikolojik harekatta kullanılan özel durum bildirilerinin etkileri kitlesel olup, hemen ortaya çıkmaz, haftalar, aylar veya yıllar sonra kendini gösterir. Bu bildiriler, daha ziyade, düşman bölgesinde veya işgal altındaki ülkelerdeki yabancı işçiler, etnik veya dini gruplar, belirli bir sanayi kuruluşu veya sanayi dalının mensupları ve dost direniş grupları gibi özel hedeflerle iletişim için kullanılır.

(cc) "Geçiş belgesi" ve "Teslim olma çağrılarını içeren kitapçıklar"; geçiş belgesi, dost bölgeye girişte kullanılacak bildirilerdir. Bunlar çok sayıda stoklanabilir ve taktik durumu uygun herhangi bir birlik alanına dağıtılır.

HİZMETE ÖZEL

(dd) Haberler; tek sayfalık gazeteye benzer, fakat broşür ölçülerinde küçültülmüştür. Genellikle düşman içerisinde, "geride ve yerinde" kalan dost unsurlara topçu ve uçak bombardımanlarından zarar görmemeleri için tanzim edilerek kullanılır.

(ee) Dergiler; bağımsız olarak değil bir dizi halinde yayınlanırlar. Örnek; gazete ve dergiler.

(IV) Basılı haberleşme araçlarının hazırlanmasında göz önünde bulundurulacak hususlar:

(aa) Genel:

Genellikle büyük harflerle basılmış, derhal dikkati çeken, esas konuyu vurgulayan, kısa ve öz metni içermelidir. Düşman kontrolü altındaki bölgelerde düşman personeli ve sivillerinin dış kaynaklardan gelen bildirimleri alıp okuması yasaklandığı için büyük harflerle yapılan baskılar onların bildirimlere dokunmadan mesajları okumalarına imkan sağlar. Bu durum bildirinin saklamasını ve sonra tekrar okunmasını kolaylaştırır. Bildiri formlarının hazırlanmasında; sıra, başlık ve tali başlık, metin ve fotoğraflar kullanılmalı, metin, bir tek temayı ihtiva edecek şekilde basit ve özlü olmalıdır. İlk cümle mesajın esasını teşkil etmelidir, inandırıcı ve doğrulayıcı olaylar bunu takip etmeli, fotoğraflar ve resimler de mesaj taşıdıklarından, mantiki bir sıra dahilinde kültürel olarak sıralanmalı ve düzenlenmelidir. Bütün fotoğraf ve resimlere başlık atılır.

(bb) Bir basılı haberleşme aracı hazırlanırken dikkat edilmesi gereken hususlar:

Şekil; basılı araçlar hedef toplumunun alışık olduğu bir şekilde onlara sunulmalıdır. Çünkü böyle sunulmazsa inanırılığı ve kabul edilmesi önemli derecede azalır.

Başlıklar; başlık dikkati çekmeli, okunması kolay olmalı, hemen anlaşılmalı ve tahrik edici olmalıdır. Seçilmiş bulunan bir hedef toplumunun tecrübe alanları ve gereksinimleri ile ilgili olmasını sağlayarak hedef toplumunun beğeneceği şekilde seçilir.

Tali başlık; tali başlık başlıkla metin kısmı arasında köprü vazifesi görür. Ayrıntıya inmek gerekmedikçe, bildiride ve afişte tali başlık koymaya gerek yoktur. Tali başlık, okuyucunun gözünü, metnin ilk kısmına yöneltir.

HİZMETE ÖZEL

Gösteri satırları; metin hariç başlıklara, tali başlıklara, şekillerin altındaki yazılara "gösteri satırları" denir. Bunlar dikkati çeker ve mesajın etkisini artırır.

Şekiller ve resimler; şekil ve resimler okuyup, yazması olan ve olmayan kimselerin metni okumadan mesaj hakkında genel bir fikir edinmelerini sağlar. Bildiri hazırlanırken ana temaya dikkat çekmek için, göze batan tek bir şekil konulması tercih edilir. Grafik sanatına göre şekiller, bulunduğu fona nazaran tezat teşkil edecek ve bir kütle halinde, uzaktan görülebilecek şekilde yerleştirilir.

Ayrıca resim ve şekillerin mesajı okuma-yazma bilmeyen kimselere de iletilebilmesi için metin kısmı ile uyumlu olmalıdır. Mesajın iletilebilmesi için gerekirse yerli halktan olan ressam ve fotoğrafçılar kullanılır.

Metin ; gösteri satırları hariç, mesajın yazı kısmına metin denir. Metinde ; hedef topluma ulaşmak ve etkili mesajlar vermek için toplum ile psikolojik ilişki kurulur. İyi bir metin, okuyucuyu ikna eder, böyle bir metinde önerilen veya ima edilen hareket tarzının gereksinmelerini karşılamış olacağı hedef kitleye iletir. Metin yazılırken bilinen terimler, deyimler ve uygun bir lehçe kullanılır. Bu nedenle metnin yazılması için güvenilir yerli personele ihtiyaç duyulur.

Beyaz boşluklar; basılı araçlarda yazı ve şekillerin basıldığı sayfanın yüzeyidir. Sayfanın terkinde diğer unsurları tamamlayıcı beyaz boşluklar olup uygun şekilde kullanıldığı takdirde, düşman tarafından bu boşluklara mesajı bozucu ifadeler ilaveler yapılamaz. Bu durum afişin beyaz boşluğuna tekrar baskı yapılmasına veya onun bir parçasından, aslı imiş gibi düşmanın yararlanmasına imkan sağlamaz. Göz önünde canlandırma; tema ve sayfa tertibindeki (mizanpajdaki) hususlar kararlaştırıldıktan sonra fikir bir tek yapıda birleştirilmelidir. Bu işleme, göz önünde canlandırma ve fikirlerin zihnen temsili olarak ortaya çıkar.

Denge; denge ağırlığın veya zıt renklerle belirtilen ve göze batması istenen kısımların şekil ve yazıların ve beyaz boşlukların sayfa üzerinde uygun şekilde dağıtımıdır. Diğer bir deyimle denge adeta bir dayanak noktası gibi görev yapan kağıt üzerindeki görüş merkezi etrafında ağırlığın dağılmasıdır. Görüş merkezi, göze hitap eden sunumun geometrik merkezinin bir parça yukarısında yer alır.

Biçime bağlı denge ; görüş merkezi esas olmak üzere yukarıdan aşağıya doğru çizilmiş olan dikey doğrunun iki tarafına ağırlığın eşit olarak dağıtımı ile sağlanan dengeye denir. Asalet, tutuculuk, bağlılık, dengelilik gibi hususların belirtilmesiyle birçok memleketlerin kağıt paralarının mizanpajında biçime bağlı denge kullanılır.

Serbest denge; göze hitap eden sunumda, ağırlığın eşit olmayan şekilde dağılımıyla meydana getirilen dengeye serbest denge denir. Serbest denge ile yapılan mizanpaj genellikle biçime bağlı denge ile yapılan mizanpajdan daha dinamik ve tahrik edicidir. Biçime bağlı dengeden herhangi bir şekilde ayrılış ilgi yaratır.

Köşegensel denge; köşegensel denge, görüş merkezi ile orantılı bir ilişki kurularak köşeden köşeye ve karşılıklı olmak üzere kurulan dengeye denir. Metin, şekil ve resimler sayfada çapraz olarak karşılıklı yerleştirilir.

Gruplama ; tek bir sunum içinde iki veya daha fazla denge yöntemi kullanarak grup lama yapılır.

Gözün yöneltmesi; psikolojik hareket personeli değişik göz yöneltme yöntemleri kullanmak suretiyle okuyucunun gözünü, basılı sunum içerisinde istediği yere yöneltebilir.

İmalî göz yöneltmesi ; bu yöntemde psikolojik hareket personeli, okuyucu için alışkın olmadığı yöntemle onun gözünü istediği noktaya yöneltir.

Sıra takip ederek göz yöneltmesi ; bu yöntemde bildirinin yazarı gözü sıra takip eden bir takım şekillere yöneltebilmek için hedef toplumunun alışık olduğu bir sıra kullanır.

Mekanik göz yöneltmesi; bu yöntemde psikolojik hareket personeli okuyucunun gözlerini afişin veya bildirinin önemli noktalarına yöneltebilmek için oklar veya kılavuzluk yapan çizgiler ve mekanik göz yönetimi kullanılır.

HİZMETE ÖZEL

(V) Bildirilerin Dağıtımı:

(aa) Genel : Basılı propaganda malzemelerinin, hedef kitleye fiziksel olarak ulaştırılmasında çeşitli haberleşme araçları kullanılır. Bildirilerin, özellikle düşman sınırları



içinde kalan ve gidilemeyen bölgelerdeki hedef kitleye ulaştırılması ve dağıtımında top mermileri, balonlar, uçaklara monte edilen özel drone'lar, uçaktan atılan bombalar (broşür bombaları, tapalı yada serbest fırlatış tekniği ile atılan), "Sınırdan geçen kişiler", "Askeri keşif kolları" veya "Uluslararası posta teşkilatı" gibi çeşitli araçlar kullanılır.

(bb) Devriyeler ve keşif kolları, az miktardaki basılı haberleşme gereçlerinin düşman hatları gerisinde dağıtımı için yararlı hizmetler görebilir. Bunlar genellikle diğer görevleriyle birlikte afişlerin bildirilerin bültenlerin vb.nin dağıtımı ve yerleştirilmesini yapabilirler. Bildiri afiş gibi propaganda gereçleri geri çekilme sırasında istenen yerlere bırakılır, ağaçlara yapıştırılır, sığınaklara konulur, yerlere saçılır.

(cc) Düşman hatları gerisindeki arazide basılı haberleşme araçlarının dağıtımında dost ve müttefik tarafa sızanlardan ve özel ajanlardan yararlanılabilir. Bu yöntem gri ve siyah propagandanın dağıtımında çoğunlukla kullanılır. Ajanlar, bildirilerin seçkin kişi veya teşkilatlara postalanmasında da kullanılabilir. Düşman veya tarafsız unsurların tehlikeye düşmelerini önlemek için dost istihbarat örgütleri ile koordinasyon yapılır.

(dd) Bu araçlardan hangisinin seçileceği ve dağıtımda kullanılacak yöntemler; hedef bölgesinin büyüklük ve konumuna, hedef bölgesinin nüfus yapısına ve yoğunluğuna, elde mevcut dağıtım araç ve gereçlerinin imkan ve kabiliyetlerine, mevcut lojistik sistemine, dağıtılacak bildirilerin miktarına, ebatlarına, hava koşullarına, düşmanın alacağı karşı tedbirlere, bildirilerin mevcut taktik durumda ne kadarının tahrip olacağı olasılıkları dikkate

alınmak suretiyle belirlenir. Duruma uygun olarak el ilanlarının dağıtımı hedef kitleyle iletişime girilmesi açısından bir vasıta olarak kullanılır.

(ee) Bildirilerin Havadan Yere Dağıtımında Dikkate Alınacak Genel Hususlar;



bildirilerin havadan yere düşüşünü etkileyen faktörler; bir bildirinin rüzgar direnci hiç yok veya pek az ise uçuş sırasında bir hava aracından atılınca bildiri, rüzgarın estiği yöne ve takriben aynı hızla hareket eder. Aşağı yukarı, doğru hava cereyanları olsa bile bildiriler yine rüzgarın estiği yönü takip eder.

Eğer havada hava akımı veya yan rüzgar yoksa, bildiri yere temas edinceye kadar yerçekiminin etkisiyle hemen hemen değişmeyen bir hızla düşer. Eğer bildirilerin atım teknikleri iyi bilinirse hava akımı veya yan rüzgarın neden olacağı kısıtlamalar kısmen veya bazı tip görevlerin yapılmasında tamamen ortadan kaldırılabilir. Bildirinin düşüş hızı rüzgarın hızı ve yönü bilinirse bildirinin yere ulaşmadan önce kat ettiği mesafe hesaplanır.

örneğin, bildiri 1500 metreden (takriben 5000 fit) atıldığında, rüzgarın hızı on deniz mili (18.520 m) ise, bildiri rüzgar yönünde 10 deniz mili hareket eder. Eğer rüzgar iki misli hızla eserse bildiri yirmi deniz mili mesafe kat eder. Bildirinin düşüş hızı, bildirinin büyüklüğüne şekline ve ağırlığına göre değişir. Bazı bildirilerin düşme hızı o kadar yavaştır ki, yere düşmeleri 17.000 m.den (takriben 50.000 fit) dokuz saat sürer. Diğer taraftan aynı yükseklikten yere doksan dakikada düşecek bildiriler de seçilebilir.

Bildirilerin yerde dağılmalarını etkileyen faktörler bilinirse, bunlar yerde dağılma miktarlarına göre seçilebilir. Bildirilerin büyüklükleri ve ağırlıkları düşüş hareketlerini etkiler ve bu etkenler değiştirilerek bildirilerin yerde daha az veya çok dağılmaları sağlanabilir. Bildiriler özelliklerine göre rüzgar hızına göre değişik şekilde dağılır.

Bildiri dağıtımında pratik olarak bildirinin düşeceği yer, tahmin edilen yere nazaran bildirinin kat edeceği mesafenin %10'u kadar farklı olabilir. Alçak irtifa bildiri dağıtımında

HİZMETE ÖZEL

yeterli rüzgar esasları ve mesafe tahmini vb. bilgilerdeki noksanlık hata etkeninin daha da çoğalmasına neden olur.

Bu kurala göre; yüksek irtifa bildiri dağıtımında yüz km. ötedeki bir nokta veya özel hedef için gerçek düşüş noktası tahmin edilen düşüş noktasından on km. uzakta olacaktır. Bununla beraber bildirinin büyüklüğünde şeklinde kağıt ağırlığında yapılacak seçimle istenen hedefi örtbilecek yeterli genişlikte bildiri dağıtılabılır. Bu husus hem yüksek ve alçak bildiri dağıtım faaliyetlerinde geçerli bir kuraldır. Düşen bildiriler arasındaki esas fark bunların düşerken yaptığı hareket şekillerindendir. Bildirilerin bazıları kendi uzun eksenini etrafında dönerek bazıları da yalpa veya helezoni hareketler vb. yaparak yere doğru düşerler.

Bu ayırım bunların hareketlerinin incelenmesi amacı ile yapılmıştır. Genel olarak ikinci türdeki bildiriler kendi eksenini etrafında dönenlere nazaran biraz daha hızlı fakat daha az dengeli olarak düşer. Bildiri Yoğunluğu; bildiri görevinin asıl hedefi, normal faaliyetlerini sürdüren hedef kitlenin/toplumun bireylerine ulaştırmak için yeterli sayıda bildiriye yere indirmek, bildirilerin eline geçmelerini sağlamak, toplumun bireylerinde amaçlanan tutum ve değişiklikleri meydana getirir. Hedef kitlenin / toplumun bireylerine ulaşmak ve bildirilerin amacına ulaşmasını sağlamak amacıyla gerekli bildiri yoğunluğunu saptamak için, hedef toplumunun bulunduğu yer ve gösterdikleri faaliyetler göz önünde bulundurulur. Hedefin yer değiştirmesi kullanılacak bildiri miktarını çok etkiler. Eğer hedef klasik savunma hareketinde ve siperler içerisinde bulunan bir askerse, o zaman yer değiştirme olanağı ve bildiri etkisiyle değişikliğe uğraması da azalır. Hedef kitlenin hareketli olduğu durumlarda daha çok sayıda bildiri atılmasını gerektirir.

Dağlık ve ormanlık bölgelerde hareket genellikle yollar, patikalar ve izlerle sınırlı hale gelmiştir. Bu nedenle böyle yerlerde bildirinin istediği değişikliğin hedefte meydana gelmesi olasılığının artması için bildiri yoğunluğunun artırılması gerekir. Bir şehre atılan bildirilerin büyük bir kısmı çatıların tepesine düşeceğinden şehirlere yerleşmiş olan hedef topluma yönelik atılan bildiri miktarı, düz ve açık arazide yaşayan hedef topluma göre daha fazla miktarda bildiriye gerektirir.

Hedeflerin durumuna bağlı olarak bildiri yoğunluğu hesaplanması; nüfus yoğunluğu az yerlerde km.² de 6000 veya daha az miktarda bildiri kullanılır. Elde edilen tecrübeler km.² de 6000 bildirinin kullanılması propaganda mesajının hedef kitleye ulaştırılması için yeterlidir.

HİZMETE ÖZEL

Nüfus yoğunluğu ; km^2 'ye düşen insan sayısı, km^2 'de sıfır ile 2000 kişiye kadar olan yerler nüfus yoğunluğu az ve km^2 'de 8000 ile 10000 kişiye kadar olan yerler de nüfus yoğunluğu çok olan yer olarak kabul edilir.

Ormanlık bölgelere yerleşmiş olan hedeflere km^2 'ye 6000 bildiri atılması etkili olmuştur. Nüfus yoğunluğu az olan bölgeler için bu sayı en üst sınır olarak kabul edilir. Arazi koşulları ve hedef toplumunun faaliyetleri göz önünde bulundurulduğu takdirde bildiri sayısı 3000'e kadar azaltılabilir. Örneğin tarım yapılan bir bölgede, ekim ve hasat zamanlarında halkın bir çoğu tarlalarda çalışır. Bu durumda kilometrekareye 4000-5000 bildiri yeterli olabilir. Bunun aksine tarlalarda çok faaliyet olmadığı mevsimlerde, kilometrekareye 3000 bildiri yeter.

Pratik bir kural olarak psikolojik uygulayıcı düşük yoğunlukta bildiri ile daha geniş alanları kapsamaya çalışmalıdır. Hedefler saptanırken bildiriler sadece köy ve kasabaların içerisine değil, aynı zamanda halkın çalışmakta olduğu tarla ve meralara da düşecek şekilde hesaba dahil edilmeli, Şüpheli iş yerleri, kışlalar, ordugahlar ve buralara giren ve çıkan patika ve yollar hedef olarak tayin edilmelidir.

Savaş zamanında veya sivil ayaklanma durumlarında hedefteki insanlar bildiriye uzun zaman üzerlerinde bulundurmazlar. Onlardan en çok beklenecek şey, dikkatlerinin çekilmiş olması ve bildiriye okumalarıdır. Okuduktan sonra bildiriye ya atarlar veya onu yok ederler.

Tecrübeler, yırtılarak atılmış bildirilerin hedef kitle tarafından birleştirilerek okunmakta olduğunu göstermiştir. Bu nedenle bildiri kağıtlarının dayanıklı olmasına dikkat edilmelidir. Kötü hava koşullarında bile, iyi cins kağıt okunabilirliğini muhafaza etmelidir. Bu nedenle bildiriler atıldıktan sonra, yerde bir süre dayanabilecek ve okunma niteliğini koruyabilecek kağıtlardan seçilmelidir. Uygun bildiri yoğunluğunu hesaplarken bu hususların hepsi de göz önünde bulundurulmalıdır.

Havadan elle atma (alçak irtifa): Birinci Dünya Savaşı'ndan itibaren hava aracından bildiriler alçak irtifadan, hedef kitlenin bulunduğu bölgeye atılmışlardır. Bu yöntemde bildiriler hava aracının kapısından, penceresinden veya özel olarak yapılmış oluklardan atılmıştır. Hava araçlarında meydana gelen teknolojik gelişmeler ve özellikle hava aracının süratin artması, yerden hava araçlarına karşı etkili hava savunması bu yöntemin kullanımını kısıtlar.

HİZMETE ÖZEL

Yüksek irtifadan serbest düşme : Bu işlemde atılan noktadan kilometrelerce uzaktaki hedeflere bildirilerin toplu olarak gidebilmesi için, bölgede hakim olan rüzgarlardan ve mevsim rüzgarlarından yararlanılır. Bildiriler, 16500 m.ye (50000 fit) kadar olan yüksekliklerde, evvelce saptanan rotada uçan uçaktan atılarak, hakim olan rüzgarlar vasıtasıyla hedefe götürülürler. Bu teknik büyük ve genel hedef bölgelerine yönelmiş stratejik bildiri hareketi için çok uygundur. Bu tip hareketin planlaması ve uygulanmasında uzman meteoroloji personelinin ve bildirilerin iniş prensiplerini bilen uzmanlara gereksinme duyulur.

(VI) Bildirilerin dağıtımında kullanılan yöntemler:

(aa) Uçaklara monte edilen özel Drone'lardan atılan bildiriler:F-16 uçağının kanat altına takılan Drone'lar 100-120 kg bildiri taşır ve hedef bölgesine havadan atılır.



Havadan yere bildiri atımında, bildirilerin basımında kullanılan kağıdın kalitesi-ağırlığı, hava şartları, atılma irtifai, rüzgar durumu, nem oranı gibi faktörler havadan atılan bildirilerin sapma derecesini etkiler. Bir bildirinin rüzgar direnci hiç yok ise, uçuş sırasında bir atma aracından atılınca bu bildiri rüzgarın estiği yönde ve takriben aynı hızla hareket eder. Aşağı ve yukarı doğru hava cereyanları olsa bile bildiriler yine rüzgarın estiği yönü takip eder. Eğer havada anafor yoksa, bildiri yere değinceye kadar yer çekiminin etkisiyle hemen hemen değişmeyen bir hızla düşer. Havadan atılan bildirilerin ,hedef kitlenin büyük çoğunluğunun eline geçmesi ve görmesi amaçlanır. Hedef toplum üyelerine atılan bildirilerin isabetliliğini sağlamak için bulundukları yer ve gösterdikleri faaliyetler göz önünde bulundurulur.

HİZMETE ÖZEL

Bildirilerin havadan atılmasını "Hedefin hareketliliği" ve "Bildirilerin kaplaması gereken bölge", bildirilerin yoğunluğu ve sayısı etkiler.

Hedef kitle bireylerine yönelik atılan bildirilerin alıcıların eline geçip geçmediği ve beklenen etkinin sağlanıp sağlanmadığı dikkatle izlenir bunun için açık kaynaklardaki yer alan bilgiler veya düşmanın karşı önlem olarak uyguladığı faaliyetler ve hedef kitlenin bilinen tutum ve davranışlarında gözlenen olumlu gelişmeler göz önünde bulundurulur. Örneğin "Teslim ol" çağrısını içeren bildirilerin amacına ulaşip ulaşmadığı, hedeflenen kitlenin eline geçip geçmediği ve amacın ulaşip ulaşmadığı, bu bildirinin atılmasından sonra teslim olan kişilerin adedindeki artıştan ortaya çıkarılır.

(bb) Uzaktan Yönetilen Pilotsuz Uçaklar:

Hedef kitleye yönelik bildiriler, uzaktan yönetilen pilotsuz uçaklar vasıtası ile taktik sahada ve kısa menzil içindeki hedefleri kapsayacak şekilde kullanılır. Uzaktan komuta edilen hava araçlarına yükletilecek bildirilerin ağırlığı, aracın tipine göre takriben 250 kg ile 500 kg arasında değişir. Düşman tarafından yoğun şekilde savunulan bölgelerde pilotlu uçakların zayıat vermesi olasılığının çok olduğu hallerde bu yöntem kullanılır. Nispeten ucuz bildiri dağıtımı sağlayan pilotsuz araçlarda %2 ila 10 zayıat verilebilir.

(cc) Top mermileri kullanılarak atılan bildiriler:

Psikolojik harekat ürünleri topçu personel ile hazırlanan bildiri şeklindeki propaganda malzemelerini, bu imkan ve kabiliyete sahip özel top mermilerini kullanılmak suretiyle düşman derinliklerindeki hedef kitleye yayılabilir. Desteklenen topçu birlikleri, normal olarak, psikolojik harekat birimleri tarafından hazırlanan bildirileri belirlenen sahadaki hedef kitleye ulaştırır. Bildiri şeklindeki propaganda malzemelerini düşman derinliklerindeki hedef kitleye topçu mermilerini kullanmak suretiyle ulaştırılması görevi verilen topçu birlikleri, psikolojik harekat birimleri ile koordine eder.

Propaganda mermilerinin atımında 105 mm.lik obüs kullanılır. Propaganda amaçlı kullanılan top mermilerine örnek olarak ABD Kara Kuvvetleri'nde kullanılan "U.S. 105 mm.Howitzer Smoke Shell" sis mermisi verilebilir. Bu yöntemle yapılan bildiri atımında mermiler genelde hedef kitleye bölge olarak ulaştırılır. Ancak nokta hedefi olarak ulaştırılmasında bazı teknik kısıtlamalar ortaya çıkar. Teknik kısıtlamalara örnek olarak; bildiri

HİZMETE ÖZEL

ile doldurulan atımların, normal atımlara nazaran hafif olması, normal atış cetvellerinden alınacak atış esaslarının bu mermilerle yapılacak atışlara uymaması, bildirilerin çoğunun geri tepme sırasında ezilmesi, barut hakkının yanışının etkisi ile bildirilerin bazılarının yırtılması gösterilebilir. Propaganda amaçlı kullanılacak top mermilerini, normal sis mermilerinden ayırmak için üzerindeki işaretler mermi kovanlarından silinir. Mermi kovani üzerine propaganda anlamına gelen "P" harfi çıkmayan bir boya ile yazılarak işaretlenir. Bildirinin bir kopyası ve onun kendi dilimize tercümesi cephanenin muhafazası içerisine konur.

Propaganda amaçlı kullanılacak top mermileri bildiri ile doldurulduktan sonra, rutubetten korunacak şekilde bir fiber mahfaza içerisine konularak depolanır ve dağıtımı yapılır. Özel durum bildirilerin doğrudan doğruya kullanılacak birliğe şüatle dağıtımı yapılır. Bu durum doğrudan topçu taburuna verilmesini gerektirebilir. Propaganda mühimmatının hazırlanmasından yüklenmesinden ve ilgili topçu birliklerine dağıtım ve tesliminden Psikolojik Harekat Grup Komutanlığı ve bağlıları sorumludur.

Propaganda amaçlı kullanılacak top mermileri içine konulacak bildiriler rulo haline getirilir. 105 mm.lik top mermisi takriben 16.5 cm.den uzun olmayan bildiri rulolarını ve rulo karışımını alabilir. Bildirilerin mermi içerisine sıkı sıkıya girebilmesi için, bildiri rulolarının çapı 7.62 cm olmalıdır. Propaganda amaçlı kullanılacak içine bildiri konulan top mermilerinin belli bir bölge üzerine doğru bir şekilde atılabilmesi için hava koşulları yani mevcut rüzgar hızı ve yönü hesaba katılır. Normal sis mermileriyle bildiri taşıyan mermiler arasında ağırlık itibari fark olması menzilin azalmasına, rüzgarın saatte 16 ila 25 km hızla esmesi bildirilerin rüzgar yönünde 457 ila 548 m.ye kadar sürüklenmesine neden olur.

Bildiriler havada 91 ila 137 m.lik bir yükseklikte paralanarak fırladıklarına göre bu yükseklikte kapsanan alanın çapı takriben 137 m.dir. Pratik bir kural olarak 105 mm.lik bir obüsten atılan ve yerden takriben 91 m yukarıda paralandırılan bir bildiri mermisi 69x46 m.lik bir alanı kapsar.

(dd) Balonla atılan bildiriler:

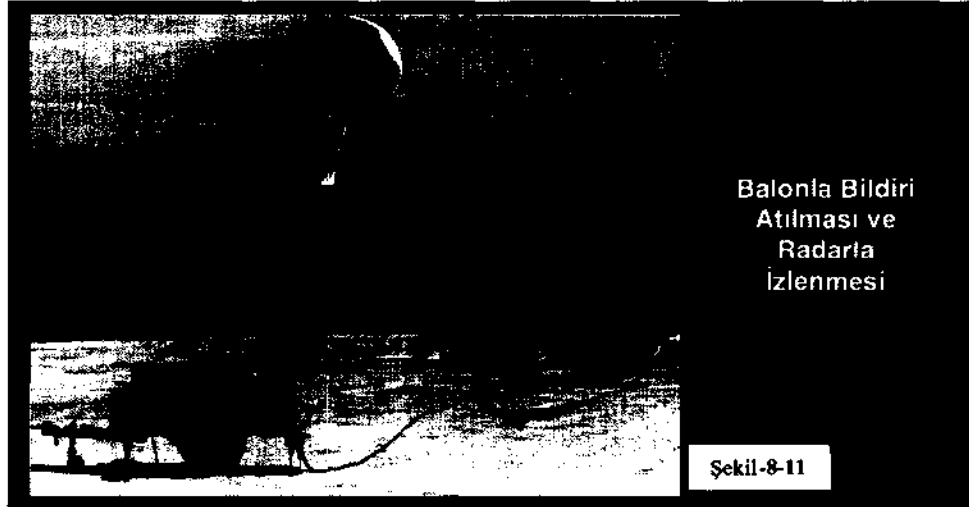
Girilemeyen bölgelerdeki uzak ve yakın hedeflere bildiriler, balonlar kullanılarak atılabilir. Balonla bildiri atışının özellikleri şunlardır; balonla yapılacak bildiri atışları ayrıntılı meteoroloji hizmetine gereksinme gösterir. Balonlar vasıtası ile bildirilerin hedef kitleye ulaştırılması için yapılacak planlı atışlarda, balonun havalandığı yerin,

HİZMETE ÖZEL

tasarlanan hedef noktasına kadar olan yol boyunca (uçuş rotasının) ve hedef bölgesinin (noktasının) hava durumuna, bölgede hakim olan rüzgar şekillerine ve hızlarına ihtiyaç duyulur.



Balonla yapılacak bildiri atışlarının planlama aşamasından icra aşamasına kadar olan aşamalarında meteoroloji desteğinin sağlanması için uzman personele ihtiyaç duyulur. Balonlar özel bir maddeden (kağıt, lastik, polietilen vb.) yapılır.



Balonlar genel olarak menziline tasnif edilir. Kısa menzilli (400 km.nin altında), Orta menzilli (400-960 km.), Uzun menzilli (2400 km.ye kadar) Balonların korunan bir bölgede veya bir sığınak içerisinde şişirilir. Balonların şişirilmesi ve havalandırılması sırasında rüzgar

HİZMETE ÖZEL

hızı 9-12 km.den fazla olmamalıdır. Balonların doldurulmasında güvenilirliği dolayısıyla helyum gazı tercih edilir. Bununla beraber yanıcı bir gaz olmasına karşılık, hidrojen daha ağır yükü taşıyabilir. Karbon gazı gibi havadan hafif olan diğer gazlar da kullanılabilir. Hidrojen kullanıldığında çok dikkatli olmak gerekir. Mürettebat, koruyucu pamuklu elbiseler giymeli ve koruyucu gözlük takmalıdır. ipekli, kürk, naylon gibi kıvılcım çıkaracak elbiseler giyilmemelidir. Bu bölgelerde sigara içilmesi yasaklanır.



Şekil-8-12

Balonların Gaz Dolumu

Uçuş şekilleri havaya, rüzgarlara, hava cereyanlarına ve gaz basıncına bağlı kalınarak saptanır. Balondan gazın kaçmasına neden olabilecek en ufak bir sızma balonun uçuş rotasını değiştirebilir. Radarla izlenme kabiliyeti kazandırılması; balona bir reflektör eklenerek radarın menziline ve doğal engellere bağlı olarak kısa mesafede (takriben 25 Deniz mil) kadar izlenebilir.

Bu mesafe rüzgar hız ve yönünün saptanması için yeterlidir. Balonun menzili, uçuş yüksekliği, uçuş zamanları ve yüklenebilecek yük (yakıt ve bildiri hesaplanmak suretiyle uçuş grafikleri yapılır.

Yüklenebilecek bildiri miktarları; balonun büyüklüğüne ve tipine göre yük miktarı değişir. Genellikle bu yük az (azami 10 kg kadar) olmasına karşılık bildiri dağıtımı için ucuz bir yoldur.

Etki ve dağılma ; gerçek etki tahmin edilen etkiden %10'a kadar farklı olabilir. Bu miktar başarılı sayılabilir. Çünkü bildiri kümesinin büyüklüğü seçilen bir hedefin önemli bir kısmını kapsamalarına yeterlidir.

Koordinasyon: Bildiri atımlarının radyo yayınları ile koordine edilmesi soğuk savaş faaliyetlerinde stratejik yönden etkilidir.

(b) Afişler:

Afişler bir mesajı halka ilan ederek bildiren tek yapraklı baskı ve şekilleri (resim, skeç, fotoğraf ve sembolleri) ihtiva eder. Afişler, hedef kitleye bilgi vermek ve belli konularda çarpıcı olan hususları ortaya koymak amacıyla kullanılır. Verilmek istenen mesaj, genellikle duygusal içerikli olup, öncelikle duyguları etkilemeye ve destek sağlamaya yöneltilir.

Yaygın bir iletişim aracı olan afişlerin üretimi kolay ve ucuz olup herhangi bir yüzeye yapıştırılabilir. Afişler, mesajı yazının yanında resimlerle sunduğu için okur yazar olmayanlar da dahil olmak üzere çok geniş bir kitleye hitap eder. Afiş 10 veya 15 metre mesafeden görünebilecek ve okunabilecek büyüklükteki harflerle basılır ve hareket halinde iken de okunabilmelidir. Halkın toplu bulunduğu yerlere asıldığında tartışma ortamı yaratır ve etkisi genişler.



Afiş Örneği Şekil-8-13

Tarafsız veya olaya karışmayan toplumların fikirleri düşman hükümetini ve onun



Afiş Örneği

Şekil-8-14

müttefiklerini veya emniyet kuvvetlerini ve hükümete yardımcı olanları etkileyebileceğinden afişler yabancı toplumların ilgisini çekecek şekilde hazırlanır.

Afişlerde; hedef kitlenin alışkın olduğu uygun şekil, renk, form veya sanat stili, slogan, resim, fotoğraf ve fotomontaj, hedef toplumu olumlu veya olumsuz etkileyebilecek belirli semboller kullanılır.

HİZMETE ÖZEL

Afişlerde; açıkça ve doğrudan ifade edilen ana fikir, ilk önce görülebilmesi için afişin görünen kısmının ortasına yerleştirilir, çağrılar, olumlu, duygusal, basit ve istenen harekete uygun hazırlanır, hedef kitlenin alışkın olduğu sloganlar, tekerlemeler tercih edilir, topluma açık halkın doğal olarak veya alışılmış şekilde dinlenme ya da kısa süreli çalışmalar için toplandığı yerlere asılır ve buralarda sergilenir, hava şartlarından etkilenmiş, güncelliğini kaybetmiş,tahrip veya tahrif edilmiş, afişler etkisini kaybedeceğinden vakit geçirilmeden kaldırılır.

(c) Dergiler:

Hedef kitle içinde seçilen bazı özel kesime; gençlik gruplarına, halk kitlelerine, aydınlara, meslek gruplarına, silahlı kuvvetlere ulaşmak amacı ile süreli dergi çıkarılır. Dergilerin hazırlanması ve basımı için uzman personele ihtiyaç duyulması, işlenen konuların durum ve politikaların değişmesi durumunda ve düşman tarafından aleyhte kullanılabilmesi, üretim ve dağıtımının nispeten pahalı olması ve zaman alması, dağıtımının yapılması için mutlaka özel bir dağıtım sistemine ihtiyaç duyulması tehditler olarak ortaya çıksa da, gazetelere göre kalıcı olması, karışık ve uzun konuların, teknik ve mesleki bilgilerin, haber, olayların ve halkın ilgisini çeken hususların işlenebilmesi, hedef toplum gruplarının hepsini kapsamına alacak çağrılar düzenlenebilmesi avantajları olarak ortaya çıkar.



(ç) Kitaplar:

Kitaplar, işgal altındaki hedef kitleyi, halkı yönlendirmek, ilgi duyulan konularda bilgilendirmek amacıyla hazırlanır basılır ve dağıtımı yapılır. Özellikle çocuklara yönelik eğitici ve yönlendirici resimli hikayeler bölge dilinde hazırlanır, hedef grupların alabileceği bir fiyattan satışa sunulur veya mümkün olduğunca okul, konser ortamlarında ücretsiz dağıtılır.

(d) Şahsi gösteri malzemeleri:

Hedef kitleye yönelik hazırlanan, düğmeler, kravat iğneleri, rozetler, yüzükler, giysiler (örneğin tişörtler) görsel iletişim aracı olarak kullanılır. Bu malzemeleri taşıyan kişiler değişik yer ve zamanlarda umumi yerlerde görünürlerse, propagandacı yandaşlar

HİZMETE ÖZEL

kazanmada etkili olur. Söz konusu malzemelerin bazıları çekici olmalarına karşın nispeten pahalı olması, satın alınma arzusunu olumsuz olarak etkileyebilir. Genellikle bu amaçla hazırlanan malzemelerin hediye şeklinde verilmesine veya fiyatının çok düşük tutulmasına özen gösterilir.

(e) Hediyeelik Eşyalar:

Pratik kullanılışı olan, faydalı ve eğlendirici herhangi bir şey, mesaj taşıyan hediyeelik eşya olarak kullanılır.



Bunlar; sabun, kibrit, çakmak, sigara tabakası, anahtarlık, tırnak makası, defter, takvim, ajandalar, tohum paketleri, torbalar veya hedef grubun ihtiyacı olan herhangi bir madde olabilir. Basit oyunlar, bilmeceler, oyun kartları, duvar panoları, balonlar, tebrik kartları hediyeelik eşya olarak kullanılır.

Hediyeelik eşyaları ve yenilikleri tahdit eden hususlar; kitle halinde üretimi ve dağıtımın çok pahalı olması, hedef kitlenin bu malzemeleri ön yargılı olarak propaganda malzemesi kabul etmesi, bölgesel kullanılması, kişileri harekete geçirmede, fikirlerini veya duygularını değiştirmede direk etkisinin hissedilmemesi sayılabilir. Bu gibi malzemeler diğer iletişim araçlarının takviyesinde kullanılır.

HİZMETE ÖZEL

b. İşitsel iletişim araçları: Mesajın iletilmesinde ses kullanan tüm sistemleri içerir. Radyo ve hoparlörler bu grubun içindedir. Bu sistemler görsel araçların büyük çoğunluğundan daha karmaşık ve pahalı olmalarına rağmen kitle üzerindeki daha etkilidir.

(1) Hoparlör Harekatı:

(a) Hoparlör hareketinin planlanması :

Hoparlör faaliyeti taktik hareketin desteğinde ve onunla koordineli olarak icra



Araca Monte Edilmiş Hoparlörler

Şekil-8-17

edilir. Hoparlör timi verebileceği destek hakkında desteklenen birlik komutanına tekliflerde bulunur. Daha sonra tim, hareket hakkında gerekli bilgileri alır ve taktik birlik komutanı ile emniyeti koordine eder.

Hoparlörlerin taktik alanda etkili olması için hoparlör yayını ile iletmek istenen mesaj çok kısa sürede verilir, düşmana hedef olmamak için sık sık yer

değiştirilir.verilmek istenen mesaj dikkatli bir şekilde hazırlanır, cümleler yanlış anlaşılmaya meydan vermeyecek şekilde basit ve açık seçilir.

Hoparlör hareketinin icra edileceği hedef bölgesinin genişliği, fiziki yapısı, gece gündüz şartları, iklim koşulları (rutubet, rüzgar, ısı gibi) ve muharebe sahasında hakim ve etkili olan diğer görüntü ve seslerin şiddeti, hoparlörden yayınlanan mesajların alınmasını etkiler. Hoparlör hareketinde, harekât bölgesine yönelik verilecek mesajlar o bölgede yaşayan halkın dilinde verilmeli,bu amaçla o bölgenin dilini argo deyimler dahil bütün incelikleriyle bilen personel kullanılmalıdır.

Hoparlör hareketinde kullanılacak personelde (spiker); askeri durum ve onun etkilerini konusunda bilgi sahibi olması, hedef toplumun adetlerini, folklorunu ve konuşma alışkanlıklarını yakından ve ayrıntılı olarak bilmesi, konuşmasını ve sunuş şeklini değişik

HİZMETE ÖZEL

durumlara uydurabilmesi, heyecan göstermeden canlı bir yayın yapabilmesi aranır. Üzerine hoparlör monte edilmiş helikopter veya sabit kanatlı uçak kullanılarak sesli mesajlar hedef topluma havadan ulaştırılır. Bunun için uçak ve helikopterlerde özel teknik donanımlara ihtiyaç vardır. Hoparlörler helikopterlerin iç ve dış kenarlarına monte edilir. Helikopterlerin havada sabit durabilecekleri en uygun yükseklik yerden 900-1200 metre olup, bu mesafeden en iyi durmayı sağlar. Helikopterlerin yörünge veya yan uçları 600 ilâ 900 metre arasında etkilidir.

Psikolojik hareket personeli, hedef kitleye verilmek istenen mesajlar konusunda uçak mürettebatına bilgi verir. Mesajın uzunluğu ve kaç defa tekrar edileceğini, hedefin yeri, hedef hakkındaki en son bilgileri açıklar. Uçak mürettebatı hoparlör yayınının hedef kitleye etkili bir şekilde ulaştırılması için uçağın- helikopterin teknik özelliklerine göre detaylı planlama yapar. Hangi yükseklikte uçulacağını, düşman ateşlerinin etkisini ve kaç geçiş yapılacağını belirler.

(b) Mesaj Formatı:

(I) Hoparlör mesajları ya bir kişi tarafından canlı olarak aktarılır yada önceden kaydedilir. Her iki durumda da özellikle de bir hava platformu kullanıldığında mesajlar kısa tutulmalıdır. Gereksiz yere uzatılan mesajlar düşmanın karşı saldırıya geçmesine ve kitlenin düşüncelerinin karışmasına neden olabilir. Mesaj metni bir dizi açık ve basit cümleden oluşmalıdır. En yoğun etkiye ulaşabilmek için tek bir mesaj içinde anahtar kelime ve sloganlar defalarca tekrar edilir.

(II). Hoparlör mesajları dikkat, bilgi, istek, eylem gibi hususları kapsayacak şekilde hazırlanmalıdır.

(aa) Dikkat; bir hoparlör mesajı ile hedef kitlenin dikkatini çekilir. Bu amaca ulaşmak için popüler müzik parçaları, yerel müzikler, ses efektleri yada tanınan ve kilit haberleşmeciler kullanılabilir.

(bb) Bilgi; metin güvenilir, hedef kitle tarafından kabul edilebilir ve dinleyiciyi amaçlanan düşünceye ulaştırabilecek bilgiyi içermelidir.

HİZMETE ÖZEL

(cc) İstek; dikkat çeken bir araç ve bilgilendirici bir metin psikolojik ihtiyacın karşılanması isteğini açığa çıkarır veya yeniden uyandırır.

(çç) Eylem; sonuç olarak, kitleye ortaya çıkan ihtiyacın tatmin edilebileceği bir davranış biçimi sunulur.

(c) İçerik:

Canlı mesajlar, dağıtımdan hemen önce hazırlanabildiklerinden dolayı esnek olma avantajına sahiptirler. Daha sonra kitlenin nelerden hoşlandığının bilgisi mesajın içeriğine dahil edilir. Aceleyle hazırlanmış ve araştırmadan yoksun hoparlör yayının yapan ekiplerin yarattığı tehlike dengelenmelidir. Ayrıca canlı mesajlar geri plandaki gürültünün yayına karışmasına neden olan canlı mikrofon kullanımını içerir. Stüdyo şartlarında hazırlanan kayıtlı mesajlar kolaylıkla anlaşılabilirler ve içeriğinin elde olmayan nedenlerle değişikliğe uğraması riski taşımaksızın istenildiği kadar yayınlanabilir. Fakat kayıt kullanımı, operatörün hedef kitleden gelen tepkilerden faydalanmasını önler.

(ç) Spiker Seçimi:

Spiker, sesinin berraklığı ve kullandığı dili konuşma dilinde uygun telaffuz edip edemediğine bakılarak seçilir. Mesaja uygun ses tonu ve şiveyi taşıyan kişiler seçilmelidir. Zorunlu olmamakla birlikte spikerin yeterli yerel bilgiye sahip olması yayının hazırlanmasında katkıda bulunacak yaratıcılığa sahip olması arzu edilir. Yerli halktan kişilerin çoğunlukla da taraf değiştiren kişilerin kullanılması dil ve şive problemlerinin çözülmesinden etkili ve basit bir yoldur. Fakat bu metodun kullanıldığı durumlarda yerli halktan kişilerin fiziksel güvenlikleri de dahil güvenlik sorunlarına özel bir önem verilir. Özellikle tüm kayıtların içerikleri güvenilir bir çevirmen tarafından kontrol edilir. Canlı yayınların yapımı için yerli halktan güvenilir kişiler seçilir.

(d) Hoparlörlerin Özellikleri:

(I) Avantajlar:

(aa) Seçicilik; hoparlörlerin kapsamının dar olması küçük, kesin olarak belirlenmiş hedeflere ulaşılabilmesini ve mesajların kitlenin koşullarına uygun olarak ayarlanabilmesini sağlar.

HİZMETE ÖZEL

(bb) Yaklaşım; hoparlörler, büyük alanlarda yüz yüze iletişim sağlar. Diyalog tek taraflı olmasına rağmen kitleyle bir dereceye kadar yakınlaşmak mümkün olabilir.

(cc) Hareketlilik; kullanılan özel bir araca bağlı olarak hoparlörler kişi tarafından taşınabilir yada uçak ve helikopterler de dahil çeşitli araçlarda da kullanılabilir.

(çç) Basitlik; hoparlörlerin kullanımı ve bakımı kolaydır. Ucuza satın alınabilir ve hedef kitlenin özel bir alıcı cihaza sahip olmasına gerek yoktur.

(dd) Hız; sesli bir mesajın hazırlanması için yalnızca çok kısa bir zamana ihtiyaç duyulur.

(II) Kısıtlamalar; hoparlör kullanımının getirdiği kısıtlamalar şunlardır;

(aa) Hassasiyet; hoparlörlerin dar kapsamlı ve açıkça gerçekleştirdikleri hareketler ekipmanı ve operatörleri düşman saldırılarına açık hale getirir. Özellikle uçağa yerleştirildiklerinde bu tehlike daha şiddetli hale gelir. Yer ekipmanı kullanan personelin karşılaştığı risk uzak terminallerin kullanmasıyla bir dereceye kadar düşürülebilir.

(bb) Fiziksel sınırlamalar; gök gürültüsü, rutubet, yüksek sıcaklık, arası değişimleri, gürültü, yoğun bitki örtüsü duyabilme oranını azaltan, kapsamı daraltan etkenlerdendir.

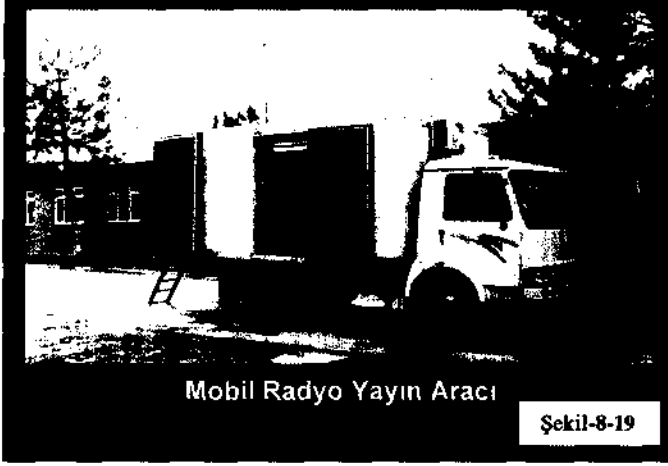
(2) Radyo:

Radyo yayını psikolojik hareket faaliyetlerinin hedef kitleye ulaştırabilmesinde çok yaygın olarak kullanılan bir araçtır. Radyo yayınları vericisinin kapasitesine bağlı olarak belirli bir sahayı kapsadığı gibi ulusal sınırlar ötesini ve düşman hatları gerisini de kapsar. Radyo aracılığı ile hedef kitleye verilmek istenen mesajlar zaman sınırı olmadan anında yalnızca TV'nin gerçekleştirebileceği bir hızla geniş bir kitleye ulaştırabilmesini sağlar.



HİZMETE ÖZEL

Radyo istasyonlarının ve vericilerin yaygın olmadığı ve radyo alıcı cihazlarının çok az



bulunduğu veya hiç bulunmadığı yerlerde özel alıcı cihazları (sabit frekanslı mini radyo alıcıları) havadan paraşütle atılabilir veya kilit haberleşmecilere, halkın toplu bulunduğu yerlere ve seçilmiş kişilere dağıtılabilir. Genel dinleyiciler sistemi de kurulabilir. Radyo okur-yazarlık oranının düşük olduğu bölge ve ülkelerde, etkin bir şekilde kullanılır.

(a) Avantajları; en önemli özellikleri şunlardır;

(I) Hız; program materyali çok kısa bir zaman süresi içerisinde süratle hazırlanabilir ve süratle hedef topluma ulaştırılabilir yada değiştirilebilir. Bu durum psikolojik hareket personelinin (operatörünün) gelen yeni bir bilgi ya da askeri veya siyasi arenada gelişen hızlı ve beklenmeyen değişikliklerden ve fırsatlardan yararlanmasını sağlar.

(II) Kapsam ve yayın; mevcut frekansa bağlı olarak radyo yayınları geniş alanlara ve büyük miktarda değişik toplum kesimlerine ve potansiyel kitleye aynı anda ulaşabilir.

(III) Hedef kitlenin dikkati ; radyo olayları kulaklara götürür; takside, arabada, çalışırken, iş yaparken radyo dinleme olanağı vardır. Radyo dinlemek ve ne dinleyicinin özel çabasını gerektirir. Ne de aynı anda başka işlerle ilgilenmesini önler. Dinlemek bir alışkanlık halini alır. Radyonun dinlemesi için az gayret harcanır veya hiç harcanmaz. Dinlendiği takdirde, okuma-yazma bilinmemesi dinleyicide kişisel düşünce ve görüşün oluşumuna engel olmaz. Radyo olayları kulaklara götürür; takside, arabada, çalışırken, iş yaparken dinlenebilir.

(IV) Çok yönlülük; yayıncı, drama, müzik, haberler, sohbet ve tartışmalar gibi çok çeşitli program formatlarına sahiptir. Dikkatli hedef analizleri, hedef kitle tarafından en çok beğenilen programların belirlenmesini ve kullanılmasını sağlar. Radyo, tiyatro, müzik, haber ve diğer tip programlara kolaylıkla uyum sağlar.

HİZMETE ÖZEL

(V) Tanınma; güvenilir ve iyi planlanmış bir radyo hizmeti o radyo istasyonuna yayın politikasına ve radyonun temsil ettiği siyasi ve diğer konulara inanan sadık dinleyiciler yaratır.

(VI) Duygusal etki; radyo çok büyük bir duygusal etkiye sahiptir. Yetenekli bir program yapımcısı, yayını sunacak anonsları yapacak kişileri seçmekte dikkatli davranış ve onları halkın benimseyeceği bir şekle sokarsa halk üzerinde çok büyük bir etki sahibi olur. Radyo, bir çok duyguları meydana çıkarma gücüne sahiptir. Hünerli bir radyo spikeri sesinin, vurgu, rezonans, ton ve şiddetine yapacağı değişikliklerle dinleyicilerin duygularını büyük ölçüde etkileyebilir

(b) Kısıtlamalar; çok önemli bir psikolojik hareket aracı olan radyo da belirli kısıtlamalara sahiptir. Bunlardan en önemlileri şunlardır;

(I) Radyo yayınlarının engellenmesi; gerekli teknik ekipmana yapılacak yatırım maliyeti yüksek olmasına karşın radyo yayınlarının engellenmesi basit bir işlemdir. Radyo yayınlarının etkilerini azaltmak için hedef toplum çok sıkı sansüre tabi tutulabilir.

(II) Teknik kısıtlamalar; radyo sinyalleri iklim koşulları veya diğer doğal nedenlerden ötürü bozulabilir. Bu gibi durumlar yayın istasyonunun gücünü ve kapsamını daraltır. Atmosferik koşullar dolayısıyla meydana gelen parazit ve değişiklikler yüzünden radyo yayınları duyulmayabilir veya bozulabilir. Karıştırma, hedef grubunun yayınları dinlemesini önleyebilir.

(III) Alıcılar; hedef bölge içinde bir alıcıya sahip olmak yada kullanmak maliyetinden ötürü yada sansür gerekçesiyle kısıtlanabilir. Bazı bölgelerde radyo alıcıları az olabilir ve böylece radyo etkili bir iletişim aracı olmaktan çıkar. Radyo fiyatlarının belirleyici faktör olduğu yerlerde dinleyici kitlesi sınırlı sayıdaki üst düzey gelir gruplarıdır. Bazı bölgelerde sansür düzenlemeleri özel mülkiyet dahilindeki alıcıları tamamen işlevsiz bırakan yer hattı yayın sistemlerini içerir.

(IV) Güç; radyo alıcıları elektrik yada batarya gibi bir güç kaynağına bağlıdır. Savaşın neden olduğu fiziksel ve ekonomik çöküntü bu gibi kaynaklardan halkın yararlanamamasına neden olur. Bombardımanlar veya benzeri askeri faaliyetler elektrik güç kaynaklarını tahrip edebilir ve bu suretle dışarıdan bir güç kaynağına (pil, akü, jeneratör vb.)

HİZMETE ÖZEL

bağlı olarak çalışan bütün alıcıları çalışamaz hale sokabilir. El radyoları bu sorunun aşılmasında etkili olur.

(V) Devamsızlık; radyo yayını yazılı iletişim araçlarının devamlılığına sahip olmayıp geçici bir araçtır, kayıtlı dolayısıyla kalıcı değildir. Bu nedenle de mesajlar çabucak unutulabilir yada zaman içinde değişikliğe uğrayabilir veya tahrip edilebilir.

(VI) Rekabet; yabancı radyo istasyonlarının büyük bir bölümü dünyanın her yerinde etkilidir. Hedef kitlenin dikkatini çekebilmek için çeşitli ilgi çekici programlar ve yarışmalar yapılır.

(c) Radyo Kullanımında Gerekli Prensipler; bir radyo yayınının hazırlanmasında eğer bir hedef kitlenin oluşturulması ve bu kitlenin korunması amaçlanıyorsa belirli prensiplerin bulundurulması gerekir.

(I) Yayının Güvenirliliği; radyo istasyonu hedef kitlenin belirli dinlemiş alışkanlıklarını dikkate alan zaman frekans ve program çizelgesine göre yayın yapmalıdır. Bu çizelgede meydana gelecek sapmalardan kaçınmalıdır, eğer şartsa bu değişiklik çok önceden bildirilir.

(II) Tekrar; hedef kitlenin farklı kesimlerinin program günü yayını farklı zamanlarda dinleyeceği göz önünde bulundurulur. Yine aynı şekilde hedef kitlenin üyelerinin yayına verdikleri dikkatin derecesi dinleme süresi boyunca değişir. Bu nedenlerden dolayı mesajın hedef kitlenin tümü tarafından tam olarak benimsenebilmesi için önemli noktalarının tekrarlanması gerekebilir.

(III) Güvenirlilik; hedef kitlede güvenirlilik sağlanması amacıyla çaba harcardır. Kısa vadeli kazançlar için güvenirliliğin tehlike altına sokulmasından kaçınılır.

(IV) Program İçeriği; program malzemeleri hedef kitlenin ilgilerine ve dinleme alışkanlıklarına dayanan mantıklı bir plana uygun olarak hazırlanır ve düzenlenir.

Programın içeriği yerel yayınların ulaştığı standartları geçmeli yada en azından erişebilmelidir. Yalnızca psikolojik hareket mesajının dikkatli ve doğru bir biçimde

düzenlenmesi yeterli değildir. Radyo yayının amacı hedef kitlenin dikkatini çekecek ölçüde çekici olmalıdır.

(V) Denge; basmakalıp ve tekdüze bir program akışı, dinleyicilerin sıkılmasından ve dinleyici sayısının düşmesine neden olacaktır. Bu nedenle programlar çeşitlendirilir, haberler ve son dakika olaylarının arasına müzik, drama gibi daha eğlenceli konular serpiştirilir. Böylelikle psikolojik hareket mesajlarını iletirken aynı zamanda güldüren ve eğlendiren dengeli bir yayın hazırlanmış olur.

(VI) Sanatçı Seçimi; radyo spikerleri ve sanatçıları çoğunlukla toplumda saygı gören, popüler kişiler haline gelirler. Bu nedenle sundukları yayına ağırlık kazandırmak gerekir. Personel seçimi radyodaki karakterlerine ve ses renklerine dayanılarak yapılır. Gerekli olduğu durumlarda özel olarak seçilmiş ve yetiştirilmiş yerli halktan kişiler de kullanılabilir.

(3) Cep telefonları :

Cep telefonları işlevlerinin artmasına bağlı olarak kitle iletişim aracı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Cep telefonları vasıtası ile bir haber anında hedef kitleye ulaştırılır.

Cep telefonları genelde karşılıklı özel mesajların gönderilmesinde kullanılmakla birlikte üyeliğe bağlı olarak deprem ile bilgiler, maç sonuçları, meteorolojik bilgiler ve radyo yayınlarını dinleme gibi konularda bilgilendirme ve yönlendirme amaçları ile de kullanılır.

c. Görsel ve İşitsel İletişim Araçları : İki duyuyu da aynı anda etkileyen her türlü sistem bu gruba dahildir. En pahalı basın aracı olan; televizyon, sinema ve yaygınlaşan internet, kültürlü toplum üzerinde etkili olur.

(1) Televizyon:

TV tüm kitle iletişim araçları arasında en etkili olanıdır. Sinemanın görsel etkisine ek olarak radyonun hızına sahiptir. Bu özelliklerle birlikte evdeki veya halkın bulunduğu mekanlardaki konumundan kaynaklanan yakınlık ve alışkanlık veya eğlence olarak kullanıma yoğunluğu diğer etkenleri oluşturur. Televizyon genellikle küçük gruplar halinde seyredilir. Bu küçük gruplar çeşitli çıkar gruplarının birer parçası ve etkilere açık olduklarından, televizyon

HİZMETE ÖZEL

çok etkili bir psikolojik hareket ve iletişim silahı olarak kullanılır. Televizyonu seyreden kişi izlemek için dikkatini televizyona verir.

(a) Avantajlar; bir psikolojik hareket kampanyasının yürütülmesinde karşılaşılan avantajlar aşağıdaki gibidir.

(I) Hız; radyo gibi TV'de yeni ve değişen durumlara çok hızlı karşılık verebilir. Televizyon programları hedef toplumun geniş kesimlerine ulaşabilir. Canlı yayın yapabilir. Bu nedenle değişen fırsatlardan yararlanabilir. Televizyon en geniş iletişim aracıdır. Radyo gibi, bir fikrin iletilmesinde işitme duygusundan yararlanır; basılı iletişim araçları gibi, ayrıca onlara hareket unsurunu da katarak görme duygusuna da hitap eder.

Sinema filmleri gibi ses, görüntü ve hareketi bir arada gösterir. Buna ilaveten televizyon uzaklarda olan olayları şimdi oluyormuş gibi seyircinin önüne getirir ve seyirciyi olay yerindeymiş gibi duygulandırır.

(II) Okur-yazarlık durumu; TV izleyicilerinin okur-yazar olma zorunluluğu yoktur. Televizyon izlerken izleyenin okumasına gerek olmadığı için okur-yazar olmayan kitleye de ulaşır.

(III) Kültürler arası haberleşme; televizyon aynı fikir ve düşünceleri yaymak suretiyle çok geniş alanlara dağılmış olan kişileri birbirlerine yaklaştırır. Televizyon yerel halkın geleneksel yaşamını, örf ve adetlerini diğer kitle iletişim araçlarından daha farklı bir yaklaşım biçimi içinde ortaya koyabilir. Bu yaklaşım biçimi televizyonun etkisini artırır.

(IV) Geniş uygulama alanı; video teyp kayıtlarını da ihtiva eden televizyon, en etkili kitle iletişim araçlarından biridir. Psikolojik harekât için sağladığı avantajların yanında, diğer sahalardaki geniş uygulaması ile kabul edilme ve kullanılma imkanı sağlar. Televizyon her ortamda etkili bir şekilde kullanılır.

Televizyon her birinin diğerini kuvvetlendirdiği görme ve işitme duygusunu aynı anda etkiler. Bu etki seyredene, katılma hissi verir. TV, izleyen kişiye mesajları somut olarak verir bu olasılıklar üzerinde yorum yapmasını sağlar belirlenen amaçlar doğrultusunda yönlendirme yapar.

HİZMETE ÖZEL

(b) TV'nin kısıtlamaları; bir yayın aracı olarak sayısız avantajlarına rağmen TV'nin belirli kısıtlamaları vardır.

(I) Kapsam; normal TV yayınlarının kapsamı geniş değildir ve yalnızca oldukça pahalı ve hassas yayın araçlarıyla arttırılabilir. Uydu iletişimindeki son gelişmeler TV'ye daha geniş alanlara ve hedef kitlelere ulaşma imkanı sağlar. Televizyonun yaygın iletişim aracı olmadığı yerlerde televizyon alıcıları halkın toplu bulunduğu yerlere ve seçilmiş kişilere verilerek hedef kitlelere ulaşılır. Buna rağmen hedef ülkelerdeki televizyon alıcılarının hükümet kontrolünde olması veya belirli bir-iki kanala ayarlanmış olması ihtimali de, muhtemel bir kısıtlamanın varlığını göz önünde bulundurmayı gerektirir.

(II) Alıcıların dağılımı; TV alıcılarının maliyetinin yüksek olması, elektrik kaynağına duyulan ihtiyaç, uydu üzerinden yapılan yayınlar için özel ekipmana ihtiyaç duyulması alıcıların sınırlı olmasına neden olur. Televizyon cihazı ve anten gibi teknik donanımı fiziki ve elektronik darbe ve karıştırmalara karşı çok hassas olması, televizyon istasyonlarının gizlenmesinin zorluğu televizyonun kısıtlayıcı özelliğini oluşturur.

(III) Devamsızlık ve rekabet; radyo gibi televizyon da geçici bir araçtır. Yine aynı şekilde radyo kadar olmasa da rekabetten zarar görür.

(IV) İdari masraflar; TV vericilerinin inşası, bakım ve işletimi için televizyon yayınlarının yapılması için gerekli teknik cihaz ve donanımı kullanacak bakımını idame ettirecek eğitilmiş ve yetenekli teknik personele, günlük programları hazırlamak ve sürdürebilmek için yeterli yapımcılara, malzemeye (film, video teyp vb.) ihtiyaç duyulur.

(c) Televizyon ve muharebe sahası hedefleri; televizyon, stratejik bir psikolojik hareket aracı olarak psikolojik hareket faaliyetlerini ve barışı destekleme faaliyetlerini desteklemede etkin olarak kullanılır.

Televizyon, dost ve tarafsız bölgelerde mükemmel bir iletişim aracı olmasına karşın; düşman bölgelerine televizyon alıcılarını sokmak için bir yöntem bulunmadıkça düşman bölgelerindeki hedef kitleye ve topluma ulaşamaz. Alıcıların özelliklerindeki uyumsuzluk, aynı dalga üzerinden yayın yapan iki vericinin neden olduğu bozulma, karıştırma ve sansür televizyon yayınlarının düşman bölgesinden alınmasını sınırlar. Televizyon yayınlarının,

HİZMETE ÖZEL

muharebe sahasındaki kullanımı, özellikle muharebe sahasında düşman kontrolü altındaki sivillerle ve geri bölgelerdeki düşman birlikleri ile haberleşme sağlaması amaçlanır. Yayının hazırlanması ve iletilmesindeki teknik güçlük ve maliyet askeri psikolojik harekatta televizyon kullanımının mevcut sivil şebekelerinin kullanılmasıyla sınırlandırılmasını gerektirebilir.

(2) Video :

Video, kameranın kaydetmiş olduğu görüntüyü anında tekrar gösterir. Televizyon ve sinema filmlerini destekler.

(a) Videonun avantajları :

Çekimin sonuçları anında görülebilir. Filmin banyo yapılması veya dublajının yapılması gibi zaman kısıtlayıcı problemler yoktur. Video kaseti video cihazı içerisinden geçirilirken kendi kendine silmek suretiyle birçok defa kullanılabilir veya bu amaçla yapılmış aletler tarafından süratle silinerek yeniden kullanılabilir. Video kaseti, bir hasar görmedikçe kolaylıkla bozulmaz ve insanın yaşadığı her ortamda kullanılabilir.

Video kaseti televizyon alıcılarına bağlı video cihazlarının bulunduğu her yerde kullanılabilir. Videoya kaydedilen görüntüler özel aletlerle sinema filmlerinin gösterildiği perdede gösterilebilir. Aynı zamanda filme alınmış görüntülerin televizyon ekranlarında gösterilebilmesi için özel projeksiyon aletlerinden başka özel aletlere de ihtiyaç duyulur.

Video teyp görüntüleri anında siyah-beyaz veya renkli olarak, doğal veya dublajlı sesleri ile açık veya kapalı devrelerde gösterilebilir. Video teyplerin kullanılması ile, görüntülerin anında kaydı ve gösterilmesi veya kaydedilerek gelecekte kullanma imkânı sağlanır.

(b) Videonun kısıtlamaları:

Video, televizyon yayınlarını ve sinema filmlerini desteklediğinden bunların kullanılmasında ortaya çıkan kısıtlamalardan etkilenir.

(3) İnternet:

İnternet; bilgisayar ve bilgisayar ağları, kullanıcılarına bireysel öğrenmeyi, görsel ve işitsel iletişimin tüm kanallarından yararlanmayı ve interaktif olmayı sağlar. Günümüzde internet ve video konferans gibi yöntemler yüz-yüze iletişimin yerini alır.

HİZMETE ÖZEL

Günümüzde bilginin çok hızlı üretildiği ve geçerliliğini kısa sürede yitirdiği bir teknoloji dünyasında yaşanması nedeniyle bilgi çağında insanlar ve kuruluşlar arasında bilgi paylaşımının hızlı ve etkin olarak yapılması gerekliliği ortaya çıkar.

İnternet, en basit anlamı ile bilgisayarların birbirlerine bir network ağ sistemi ile irtibatlandırılması ile oluşturulan, karşılıklı olarak her türlü ses, görüntü ve verilerin gerçek zamanlı olarak aktarımını mümkün kılan bir ağ sistemi olarak kullanılır. İnternet, ilk bilgisayar ağ sistemlerinden birisi olan ARPANET'in (Advanced Research Project Agency) 1990'lı yıllarda yaygınlaşması sonucu ortaya çıkmış bir bilgisayar ağıdır.

(a) Avantajları :

(I) İntemet'in yaygın olduğu ülkelerdeki insanlar, bu servisleri kullanarak, evlerini ofis olarak kullanırlar. İnterneti kullanan tüm kişi ve organizasyonlar kendilerini tanıtmak, belli bir görüşü yaymak,propagandasını yapmak veya ticari amaçlar için resim, görüntü, ses gibi çoklu ortam (multimedya) öğelerini de içeren WEB sayfaları hazırlar.

Bu tip kurumlar video ve bilgi bankaları oluşturarak kullanıcılara bu hizmeti sunar. İnternet, elektronik postadır (e-mail imkanı sağlar). Elektronik posta, internet üzerindeki bir kullanıcının başka bir kullanıcı ile yazılı olarak haberleşmesini resim, video vb. dahil göndermesini mümkün kılan bir teknoloji kullanır.

(II) Diğer bir iletişim servisi ise IRC (Internet Relay Chat) servisidir. IRC, iki veya daha fazla kişinin internet üzerinde aralarındaki mesafe ne olursa olsun gerçek zamanlı olarak birbirlerine mesaj gönderip alabildikleri bir konuşma ortamıdır. İntemet'in sağladığı uzak sanal bağlantı hizmeti (Telnet) ile bir kullanıcı bağlanacağı bilgisayarın coğrafi pozisyonu ne olursa olsun, eğer ilgili bilgisayar sistemine bağlanmaya yetkili ise ve bilgisayar internete bağlı ise bu sisteme bağlanabilir ve o bilgisayar üzerinde istediği programları çalıştırabilir.

(III) İnternetin Türk Silahlı Kuvvetlerinde kullanımının sağlayacağı yararlar; personelin interneti etkin olarak kullanımı, teknolojik bilgisini artırma eğilimini artırır, kaliteli personel ile daha gelişmiş bir toplum seviyesine ulaşılır.

HİZMETE ÖZEL

Gizlilik derecesi içermeyen sınıflandırılmamış bilgileri içeren askeri yayınların basımı ve değişiklikleri internet ortamında yayınlanabilir, personelin ilgili tüm yayınlara çok kısa bir sürede ulaşabilmesi sağlanabilir, personelin sistemler arasında birbiri ile anında ve bekleme den görüşmelerinin, haberleşmelerinin sağlanması mümkün olur

(b) Kısıtlamalar:

(I) İnternetin kullanımı için bilgisayara, bağlantının sağlanması için standart bir alt yapıya, güç kaynağına ve donanımına, bilgisayarı kullanacak kişi için de belli bir düzeyde eğitime ihtiyaç duyulur. Bu durum maliyeti artırdığından genellikle internete yüksek gelir gruplarının sahip olmasına ve kullanıcıların sınırlı olmasına neden olur.

(II) İnternet kullanıcıları ; interneti kişi veya kurumlara karşı, zararlı, bölücü, yıkıcı, kişilik haklarına yönelik suçlayıcı, zarar verici, yıpratıcı, küçük düşürücü, taciz, sahtecilik gibi amaçlarla kullanabildikleri gibi sanal ortamda kumar, uyuşturucu ticareti gibi kötü ve yasadışı amaçlarda da kullanır.

(III) Dünyada ve Türkiye’de internetle ilgili yasal düzenlemelerin şekillenmemesi sonucu etkin bir denetim sağlanmasında sorunlar ortaya çıkar.

(IV) İnternet, küçük yaştaki çocuklar tarafından denetimsiz kullanılması durumunda bağımlılık oluşturur, oyun ve sohbet sitelerine girmeleri durumunda ruh sağlıklarını etkileyerek içine kapanık, kaygılı, sinirli olmalarına neden olabilir.

(4) Video-konferans:

Video-konferans uzaktan eğitimde hızla gelişen teknolojilerden biridir. Video-konferans yolu ile farklı coğrafi mekanlardaki kişilerin veya grupların iki yönlü diğer bir ifade ile karşılıklı birbirini görerek ve duyarak iletişimi sağlanır. Video-konferans bağlantısı, standart telefon hatları koaksiyel kablo veya fiber optik kablo aracılığı ile sağlanır. Video-konferans bağlantısı genellikle noktadan noktaya (point to point) veya çoklu kontrol ünitesi şeklinde (MCU Multiple Control Unit) olabilir. Telekonferans araçları birkaç üniversitede deneme amaçlı kullanılmakta olup henüz Türkiye çapında eğitimde kullanılacak bir alt yapıya ulaşamadığından bu haliyle sistem bilgisayarı destekleyememektedir.

HİZMETE ÖZEL

Bilgisayar ağları üzerinden yapılan video-konferanslarda, basılı metin, video kaset, ses bandı, veya CD-ROM gibi diğer teknolojilerle desteklenen yöntemler kullanılır.

(5) • Sinema Filmleri:

Filmler, kısa metrajlı filmler, fragmanlar, kısa bilgilendirici ilanlar ve reklamlar özellikle TV'nin yaygın olmadığı bölgelerde hala etkisini büyük ölçüde korurlar. Sinema filmleri yüz yüze iletişim ve televizyonun hedef toplum üzerinde yarattığı, göze ve kulağa hitap eden etkilerinin bir çok yönünü birleştirir. Sinema filmleri, hedef toplum üzerindeki etkileri dikkate alınarak seçilir.

(a) Avantajlar; sinemanın avantajları şunlardır;

(I) Güvenirlilik; hedef toplum tarafından bilinen olayları işleyen iyi çekilmiş bir filmin yarattığı etki halktan gelen sınırlı miktarda eleştiriyi azaltır. Hedef toplumun değer verdiği temel değer, örf, adet ve davranışlara doğrudan saldırmadığı müddetçe filmin içerdiği mesaj genellikle çok az bir tepkiyle ya da hiçbir direnme olmaksızın kabul edilir. Bu amaçla hazırlanan haber filmleri psikolojik harekât programının tümüne olan güvenilirliği artırır.

(II) Okur-yazarlık; radyo ve TV gibi sinemada da hedef kitlenin okur yazar olma zorunluluğu yoktur. Sinema filmleri özellikle okur-yazar olmayan gruplar arasında ilgi çeker.

(III) Duygusal özdeşleşme; pek çok filmin en önemli özelliği izleyicisini olaylar ve baş aktörün filmindeki rolü ve gerçek hayattaki haliyle özdeşleştirmesidir. Temaların aktörle birlikte tutulma eğilimi toplumun oldukça büyük bir kesiminin psikolojik hareket çağrılarına katılmasına yardımcı olur. Bu durum sinemanın psikolojik hareket potansiyelini artırır ve aktörleri iletişimi sağlayacak temel araçlar haline getirip etkilerini artırır. Temalar ve amaçlar gerçekçilik yaratabilmek için dramatize edilebilir. Dramatik özellik, tasvir edilmekte olan karakter ile birlikte düşünülürse izleyiciyi sonuç çıkarmaya sevk eder. Karışık olaylar ve karışık fikirler tam olarak açıklanabilir. Çizgi filmler ve özel efektler etkili olabilir.

(IV) İzleyicinin hafızası; izleyicinin filme katılımı yüksek oranda ve uzun süreli hatırlama sağlar. Maksada uygun imajlarda kuvvetlendirilen renk, ses ve görüntü büyük ölçüde ilgi çeker ve hatırlama sağlar.

HİZMETE ÖZEL

(b) Kısıtlamalar; bir psikolojik hareket aracı olarak sinemanın kullanılmasını sınırlayan faktörler şunlardır,

(I) Maliyet; bir film çekmek için gerekli uzman kadro ve ekipmanı için özel bir bütçe ve kaynak gerekir. Tanınmış aktörlerin kullanılması maliyeti artırır. Yüksek kaliteli sinema filmlerinin yapımı çok pahalıdır ve yetenekli teknik yapım personelinin gerektirir.

(II) Teknik özellikler; film gösterme cihazlarının elektrik enerjisine ihtiyaç göstermesi, filmlerin, ısı ve iklim şartlarındaki değişimlere karşı aşırı hassas olması ve film gösterimi sırasında hedef kitleye ulaşmada dil farklılıkları problem yaratabilir. Bu durum, alt yazılar kullanılmak suretiyle kısmen de olsa çözümlenebilir.

(III) Zaman; film çekimi uzun bir süreçtir. Süreyi kısaltmayı çalışırken kaliteyi düşürmemek zordur. Bu nedenle sinemanın kısa süreli amaçlar için uygulaması mümkün değildir. Sinema filmlerinin yapımındaki oldukça uzun sayılabilen süre, hedefte meydana gelen fırsatlardan yararlanmayı güçleştirir. Filmler, meydana gelen olaylar, kullanılan giysiler, araçlar ve malzemeler, çekim yeri ve diyaloglar dolayısıyla güncelliğini çok çabuk kaybeder.

(IV) İzleyici sınırlamaları; filmlerin dağıtımı ve gösterimi hükümete bağlı kontrolörler tarafından kontrol edilir. Filmlerin hedef toplum/kitle tarafından seyredilmesi, emniyet düşünceleri, bölgesel kurallar ve mevcut gereçlerin kapasitelerinden dolayı kısıtlanabilir.

(c) Psikolojik hareket faaliyetleri için kullanılabilecek uygun olan film tipleri:

(I) Eğlendirici filmler; bunlar çizgi ve komedi filmlerini de kapsayan ticari olan filmlerdir. Hedef kitleye yönelik özellikle propaganda amacı ile hazırlanan eğlendirici filmlerin konusu içersinde verilmesi istenen temalar uygun kullanıldığında çok etkili olabilir. Bu filmler diğer propagandalar için ilgi çekmede de çok etkili olabilirler.

(II) Haber filmleri; gelişmekte olan ülkelerde haber filmleri haberleri olduğu gibi açıkça gösterirler veya iyi bir düzenleme ile bu izlenimi yaratır. Dikkatli bir şekilde gözden geçirilip iyi bir sıraya konulduklarında olaylar hakkındaki haberler propaganda olarak kullanılabilir.

HİZMETE ÖZEL

(III) Belgesel filmler; bu çeşit filmler bir yeri, bir görünüşü, yaşantı şeklini, sosyal ve siyasal sorunu veya amacı tarafsız olarak göstermek amacı ile hazırlandığından olaylar dikkatlice seçilir ve sıraya konulursa hedef topluma uygun mesajlar verilir.

(IV) Eğitim filmleri ; temalar, sunuş şekli içinde gizlenmelidir. Bu maksatla hazırlanmış filmlerde, tarafsız bir izlenim yaratılarak verilmesi istenen mesajlar esas metin içinde gizlenerek verilir.

(6) Uzayın (uyduların) askeri amaçlarla ve bu kapsamda müşterek psikolojik hareket faaliyetlerinin desteklemesinde kullanılması:

(a) Genel ; günümüzde askeri amaçlarla, uydular, keşif haberleşme ve seyrüsefer uyduları kullanılır.

Uzay, ülke güvenliği ve silahlı kuvvetler açısından hava, kara ve deniz gibi yararlanılan bir hareket ortamıdır. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Milli, NATO ve Çokuluslu hareketlere katılımı veya desteklemesi durumlarında, icra edilecek tüm müşterek psikolojik hareket faaliyetlerinin, desteklenmesi ve icrası aşamalarında, uzaydaki askeri amaçlı kullanılan uydu ve sistemlerden, sahip olunan uydu veya sistemlerin imkan ve kabiliyetine bağlı olarak azami istifade edilir.

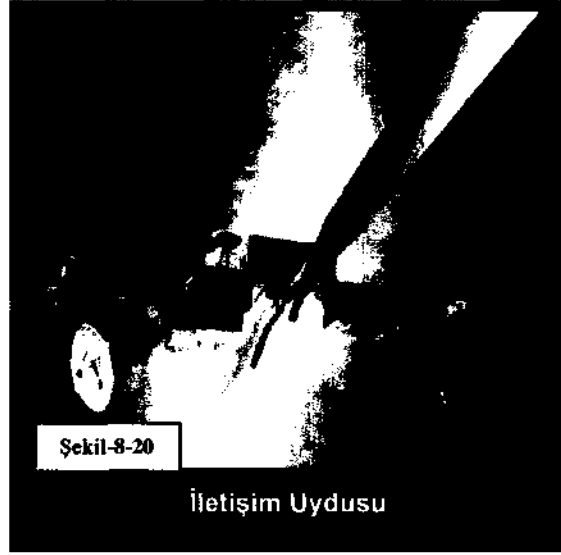
ABD ve Batı kaynaklı tasniflere göre uzaydaki askeri amaçlı çalışmalar; görüntü uyduları (Imagery Intelligence - IMINT), uydulara karşı uydular (Anti Satellite- ASAT), Sinyal İstihbarat uyduları (SIGINT), İhbar-İkaz Uyduları (Warning); Milli Güvenlik Destek Sistemleri şeklinde tasnif edilerek kullanılır.

(b) Askeri uzay görev alanları; dünya genelinde ve NATO'da askeri uzay görev alanları 4 başlık altında incelenir.

(I) Kuvvet geliştirme; kuvvet geliştirme, ülkelerin yerde bulunan kuvvetlerinin (hava, kara, deniz) hareketini destekleyici ve etkinliğini arttırıcı yeteneklerin artırılmasında kullanılan imkan ve kabiliyetler ile teçhizatı kapsar.

(aa) iletişim (muhabere) uyduları:

Muhabere uyduları için, kendilerinden beklenen fonksiyona göre, yer-uyumlu (geo-stationary- GEO), eliptik veya alçak yer yörüngeleri (LEO) kullanılabilir. Yer uyumlu yörüngede yerleştirilecek toplam üç uydu ile tüm dünya ile (kutuplar hariç) iletişim kurulabilir. Yer uyumlu yörünge, Türkiye açısından ilgi alanlarımızın tamamına erişim sağlar.



(bb) Avantaj ve dezavantajları:

Muhabere uydularının ; üstün

görüş hattı sağlama olanağına sahip olması, yeryüzündeki tabii engellerden etkilenmemesi, geniş bir alana veya belli noktalara erişimin mümkün olması, yüksek kapasitede mesaj trafiğine müsait olması avantajlarını oluşturur. Muhabere uydularının ; fırlatma ve uydu sistemlerinin maliyeti yüksek olması, uzay-yer haberleşmesinde belli spektrumun kullanılması zorunluluğu, belli yörünge pozisyonu temin etmedeki zorluklar, elektronik karıştırma ve karşı uydulara (ASAT) karşı hassasiyeti, fırlatıldıktan sonra uyduların fiziki bakımlarının yapılamaması dezavantajlarını oluşturur.

(cc) Keşif uyduları:

Askeri alanda istihbarat amaçlı olarak kullanılan keşif uyduları bugün yer bilimlerinde, şehir ve çevre planlamada, çevresel denetimde sivil amaçlı olarak kullanılır.

Bu tür uydulara genel bir kategori olarak uzaktan algılama (remote sensing) uyduları adı verilir. Günümüzde artık keşif uydularında optik sensörlerin yanı sıra istihbarat veya yer gözlem amaçlı olarak. SAR (Synthetic Aperture Radar) sensörler kullanılır.



HİZMETE ÖZEL

(II) Uzay kontrol:

Uzayda güvenli ulaşım ve kesintisiz bir uzay kullanım olanağı sağlar. Uzay kontrol sistemi; uzayın gözlemlenmesini, uzayın en uygun şekilde kullanılmasını, dost kuvvetlerin uzay imkan ve kabiliyetlerine düşman tarafından zarar verilmesini önleyici karşı tedbirlerin alınmasına yönelik tedbirleri kapsar. Mukabil uzay görevleri, karada, denizde, havada ve uzayda icra edilebilir. Mukabil uzay görevleri, "taarruzi mukabil uzay" ve "tedafüi mukabil uzay" görevleri olarak iki ana bölüme ayrılır.

Taarruzi mukabil uzay harekatı ; taarruzi harekatta, düşmanın uzay gücünün, dost kuvvetlere karşı kullanılmasından önce etkisiz hale getirilmesini amaçlar. Bu harekat; uzay destek kolaylıklarına, düşman topraklarındaki uzay silahlarına ve düşmanın yörüngedeki sistemlerine karşı harekatı kapsar.

Tedafüi mukabil uzay harekatı ; dost uzay sistemlerinin savunulması yeteneği olup bu aktif ve pasif savunmayı içerir. Aktif savunma denince, dost satıl kuvvetlerine tehdit oluşturan düşman uzay sistemlerinin tespiti, teşhisi, önlenmesi ve tahribinin anlaşılması gerekir.

Uzay gözlem yeteneği ; uzayda bulunan tüm cisimlerin izlenmesini ve uygun önlemlerin alınmasını kapsar.

(III) Uzay destek; uzay destek fonksiyonu, uzay kuvvetinin oluşturulmasını, yörüngesine yerleştirilmesini ve bunun idamesini kapsar. Bu yeteneğin ana başlıkları; uydur fırlatma kabiliyeti, uyduların kontrolü ve komuta edilmesi ve uzay kuvvetlerinin her türlü lojistik desteğinin sağlanmasını kapsar.

(IV) Uzaydan kuvvet kullanımı; uzaydan kuvvet kullanımı, askeri operasyonları desteklemek için uzaydan yerdeki hedeflere karşı güç kullanılması anlamına gelir.

Bu yetenek, uzay programlarının askeri harekata yönelik olan en aktif bölümünü oluşturur. Uzaydan kuvvet kullanımı kapsamında geliştirilen refüze yeteneği; düşmanın uzay sistem ve hizmetlerini aldatmayı, yeteneğini sınırlamayı, etkinliğini aksatmayı ve tahrip etmeyi kapsar. Bu çalışmanın amacı, düşmanın mevcut kabiliyetlere ulaşmasını engellemeyi ve kendi kuvvetlerinin bu kabiliyetlere ulaşmasını güvenceye almayı öngörür.

HİZMETE ÖZEL

d. Yüz-Yüze (Kişiler arası) İletişim :

(1) Yüz-yüze ya da kişiler arası iletişim; kişilerin yüz-yüze olduğu durumlarda, sözlü iletişim mesafesinde kişiden kişiye yapılan görüşmeleri kapsar. Yüz-yüze iletişim; iki veya daha fazla kişinin samimi karşılıklı konuşmalarından, gruplar arasındaki planlanmış faaliyetlere kadar uzanır.

Yüz-yüze iletişim ile verilen psikolojik harekât mesajlarının güvenilirliği iletişimi yapanın tanınması ve saygı duyulması halinde artar. Yüz-yüze iletişim; mitinglerde, söylentileri yaymada, grup tartışmalarında, konferanslarda, sosyal kuruluş ve faaliyetlerde, kişilerin şahsi temaslarında, birey veya grupların müşterek tecrübelerini daha sonra hatırlatan bütün olaylarda kullanılır.

(2) Yüz-yüze haberleşmenin yararları :

(a) Kişiler arası ilişkiler kullanıldığından mesajları iletmede en etkili yöntem olarak kullanılır.

(b) İstenilen hedef toplum seçilir, çağrı bu toplum için düzenlenir ve yöneltir.

(c) Tepki anında alınır. Haberleşmeyi yapan, mesajın etkisini anında değerlendirebilir ve istenen sonucu almak için yaklaşımı ayarlanabilir.

(ç) Çok az teknik ve lojistik desteğe gerek duyulur.

(d) Hedef toplumun, kaynağı değerlendirebilmesinden dolayı diğer yöntemlere göre daha güvenilir olabilir.

(e) Karmaşık konular ayrıntılarıyla sunulabilir. Belirli aralıklarla yapılan tekrarlar ve slayt gösterileri toplumu etkilemek için kullanılabilir.

(f) Bazı durumlarda özellikle ilkel bölgelerde yüz-yüze iletişim propaganda dağıtımının en süratli yöntemi olabilir.

HİZMETE ÖZEL

(2) Yüz-yüze haberleşmenin sakıncaları:

(a) Savaşta kişi veya grup hedeflerine ulaşma güçlüklerinden dolayı kullanımı sınırlıdır. Yüz-yüze iletişimin taktik muharebe durumlarında kullanımı, düşman kuvvetleri ele geçmedikçe, psikolojik harekât personeli yüz-yüze iletişimi çok az uygulayabileceği için kısıtlıdır.

(b) Yüz-yüze iletişim, özellikle, hedefleri ve politikayı yorumlamak için sorumlulukları olan her iletişimcinin bulunduğu en alt düzeyde kontrol edilmesi gerekir. Kontrol faktörünün gerekliliği en iyi şekilde ; bir grup içerisinde bir sözlü mesajın kişiden kişiye iletmeye çalışıldığı zaman gösterilebilir. Mesaj, son alıcıya geldiğinde aslına nazaran çok değiştiği görülür. Bir psikolojik hareket mesajının etkili olabilmesi için anlamının, yayını sırasında değişmemesi gerekir.

Eğer mesajın anlamı değişirse etkisi azalabilir veya daha da kötüsü ters etkili olabilir. Bu tehlikeyi azaltmak veya ortadan kaldırmak için yüz-yüze iletişim diğer iletişim araçlarıyla takviye edilmesi gerekir.

(c) Emniyet düşünceleri yüz-yüze iletişimin uygulanmasını tehdit eder. Emniyet durumu geliştikçe ve güvenilir sahalara arttıkça uygulama alanı genişletilir.

(ç) Program ve politikaların karşı konulmaz ve kaçınılmaz olduğu hakkında hedef toplumu inandıracak bilgili ve sözlü ikna yeteneği olan kişilere ihtiyaç duyulur.

(d) Etkili bir iletişim için normal olarak yerli personele ihtiyaç duyulur.

(e) İnsan sesinin mesafesi ve göz irtibatının bulunması ihtiyacı yüz-yüze iletişimi nispeten küçük toplumlarla sınırlar.

(3) Etkili bir yüz-yüze haberleşmede takip edilen adımlar:

(a) Mesajın hazırlanması (planlama) : Haberleşmeci iletmek istediği mesajdan emin olmalıdır. Bu mesaj ideolojik ve işbirliği sağlamak amacı güdebilir veya bir programa ilgi çekmek için olabilir.

HİZMETE ÖZEL

Kullanılacak temalar ve ikna için izlenecek yolun önceden planlanması gerekir. Karşılaşılması tahmin edilen sorular ve cevapları için önceden hazırlık yapılması gerekir.

(b) Mesajın sunulması : Hedef kitleye yönelik etkili sunum yapmak için, haberleşmeci kendini hedef toplumun yerine koyma ve onların duygularını anlama gibi özel teknikler geliştirir.

(c) Mesaj hazırlanmasında; haberleşmeci,

(I) Mantıklı bir sıra izler,

(II) Katı ve sabit fikirli bir tutum sergilemekten kaçınır.

(III) Kendisiyle toplum arasında fikir birliğine ve uzlaşmaya varılmış konulara ilave yeni ortak konular bulmaya çalışır.

(IV) Fikir ayrılığı olan konularda konuşmaktan ve ayrıca tartışmalara girmekten kaçınır, tartışma çıkma durumu söz konusuysa konuyu değiştirir.

(ç) Hedef toplumun seçilmesi: Yüz-yüze iletişimde hedef toplumun seçilmesi özel bir dikkat gerektirir. Hedef kitle/grupları etkileyebilecek kilit haberleşmeciler seçilir.

(d) Yer ve zaman : Yüz-yüze iletişimin ne zaman ve nerede yapılacağı çok önemlidir. Bunun için hedef toplumun içinde bulunduğu psikolojik ortam ve koşullar belirlenir, psikolojik etkinin daha fazla olacağı yer ve zaman seçilir.

3. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SEÇİMİ:

a. Kitle iletişim araçlarının kullanımı ile ilgili plan geliştirilir. Psikolojik hareket temalarını göndericiden alıcıya iletmek için kullanılacak kitle iletişim araçları ile uygulanacak propaganda teknik ve usulleri tespit edilir.

b. Kitle iletişim araçlarının seçiminde göz önünde bulundurulacak hususlar, hedef analizi sırasında ortaya çıkarılan hedef toplum ile ilgili faktörler ve kaynakların imkan ve kabiliyetleridir. İlgi ve emarelerin iletilmesi veya reddedilmesi (yalanlanması) için uygun haberleşme araçları seçilir.

HİZMETE ÖZEL

ç. Hedef kitleye veya özel hedeflere destek sağlayan kaynaklar ile bu kaynakları etkileyen Türk Silahlı Kuvvetleri'nin imkan ve kabiliyetleri belirlenir:

(1) Arzu edilen etkinliği güçlendirmek için hedef kitleye iletilecek ve iletilmeyecek bilgi ve emareler için gerekli gizliliği sağlayacak güvenlik ve İKK. önlemleri belirlenir. Psikolojik hareket kampanyası için belirli bir kitle iletişim aracının seçilmesi bir dizi faktöre dayanır.

(2) Kitle üzerindeki etki/kitlenin alıcılığı; bazı kitle iletişim araçlarının diğerlerinden daha etkili olduğu kabul edilmekle birlikte, bu kanı yanıltıcı olabilir. Belirli bir toplum içinde bazı kitle iletişim araçları, üretimin geleneksel niteliği yada resmi kontrol düzenlemeleri gibi tarihi faktörler nedeniyle hedef kitle tarafından tahminlerin çok üzerinde (yada altında) kabul görür ve güven, kazanır.

(3) Kitle iletişim araçlarının elde mevcut olması; kitle iletişim araçlarının kullanılmaya hazır olması, mesaj üretiminin mekanik kapasitesi ve mesajların dağıtılma imkanı, hedef toplumun mesajı alıp anlaması kadar önem kazanır.

(4) Kullanılabilirlik ; fiziksel kısıtlamalar bazı kitle iletişim araçlarının kullanımını kısıtlar veya önler. Kısıtlamalara tipik engeller olarak; harcamalar, buna bağlı olarak televizyon radyo ve verici ve alıcı cihazlarının adedindeki kısıtlamalar veya düşman kuvvetler tarafından hedef bölgede basılmış malzemenin dağıtımını önlemek için hazırlanmış eylemler gösterilebilir. Bu faktörler temel psikolojik hareket çalışmalarında belirlenir ve mevcut istihbaratlarla devamlı olarak güncelleştirilir.

(5) Ulaşılabilirlik ve güvenilirlik ; bütün hedef analizleri, belirli bir kitle iletişim aracının hedef toplum içinde ne ölçüde güvenilir ve ulaşılabilir olduğunu gösterir.

(6) Zaman ; psikolojik hareket mesajının değeri çoğu zaman mesajın kitleye iletme hızına bağlıdır. Her kitle iletişim aracı için üretim ve dağıtımdaki gecikmeler dikkate alınır.

(7) Nicelik ; seçilen kitle iletişim araçları, birinin diğerini takviye ettiği karma şekil tercih edilir ve hedef kitleye mesajın yeterli yoğunlukta dağıtımı amaçlanır.

HİZMETE ÖZEL

(8) Temalar; iletilecek tema, hedef kitleye mesajı göndermek için en iyi kitle iletişim aracının seçimine dayanak teşkil eder.

g. Uygunluk : Hedef kitleye ulaşmak ve etkilemek için seçilen kitle iletişim aracı hedef kitleye uygun seçilir.

DOKUZUNCU BÖLÜM
TUTUM VE DAVRANIŞLAR

1. BİREYİN MOTİVE EDİLMESİ
2. SOSYAL GRUPLARIN MOTİVASYONU
3. İLETİŞİM (HABERLEŞME)

DOKUZUNCU BÖLÜM
TUTUM VE DAVRANIŞLAR

1. BİREYİN MOTİVE EDİLMESİ :

a. Giriş : Psikolojik hareketin amacı; hedef kitlenin mevcut tutumunu, hazırlayanın amaçlarını gerçekleştirmesinde etkili olacak eylemleri motive ederek değiştirmek yada kuvvetlendirmektir. Bu amacı gerçekleştirmek için psikolojik hareket personeli 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.

b. Tutum : Tutumların sosyal hayatta rolü büyüktür. Tutumlar sosyal gruplar içinde oluşur. Tutumlar doğrudan doğruya tavır ve hareketlerde görülemez ancak kişilerin yaptıklarından veya söylediklerinden çıkarılır.

Tutum kavramı; bir bireyi, belirli amaç ve hedeflere ulaşması için belirli biçimlerde davranmaya hazırlayan devamlı hüküm, duygu ve davranış eğilimlerin dış belirtisi sistemi tanımlanır.

(1) Duygu ; duygular, kişinin diğer bir kişi, grup, durumlara ve belirli nesnelerle karşı iç güdüsel tutumlara neden olan saklı dürtüler ve sosyal olarak kazanılan olumlu veya olumsuz bakış açılarıdır.

Bunlar büyük oranda bireyin bir sosyal gruba üyeliğinin sonucu olarak uğradığı adaptasyonunun sonucudur.

Duygusal davranışlar genelde cezalandırma ve ödüllendirme biçimlerinde gerçekleştirilen sosyal baskılarla kuvvetlendirilir. Ayrıca pek çok duygunun devamlı baskı altında tutulduğunda zararlı olabilecek dürtülerin ifade edilmesine imkan sağlayarak çok gerekli bir ego korunması sağladığına dair kanıtlar bulunmaktadır. Bu duygusal boşalma süreci psikologların, kitleye daha fazla rahatlama sağlayacak alternatif ifade yolları sunacağı fırsatlar sağlar.

HİZMETE ÖZEL

(2) Kavrama ; tutumların ifade edilmesinde en rasyonel metot insanın, mevcut tüm tutumların tutarlı ve mantıklı bir model oluşturmak için uyum gösterdiği düzenli bir dünyada yaşamaya duydukları arzuya dayanır.

Bu mantık yapıları, bir bireyin yaşamının çok erken safhalarında gelişmeye başlar. Daha sonraki gerçekler ve kanıtlar mevcut duruma gelene kadar artar ve karmaşıklası Ortaya çıkan tutum bilince derinden yerleştirilir ve şimdiye kadar oluşan geleneksel akıl hazinesiyle çelişen yeni bilgi kabul edilmeyebilir.

Diğer taraftan küçük bir değişiklikle bütüne kabul edilen kanıt, durumda meydana gelen değişimle yapıya dahil edilebilir. Tutumun özüne yapılan doğrudan bir psikolojik hareket saldırısının başarısız olacağı hemen hemen bellidir.

(3) Kişinin eylem yönelimi; eylem yönelimi, kişilerin yaşamları süresince kazandıkları davranış kalıplarıdır. Standart tepkilerden anahtar duraklara, nesne ve ifadelere kadar çeşitlilik gösterirler. Genellikle sosyal telkin ve bireyin toplumun kabul görmüş davranış kalıplarını yada prestij sahibi bireylerin davranışlarını takip etmesi sonucu oluşurlar. Psikolojik hareket bu tür hareket eğilimlerinin yeniden düzenlenmesi ile bu çaba kitlenin duygusal ve algısal tutumlarına uygun olduğu sürece başarılı olabilir.

c. İhtiyaçlar ve davranışlar : Organizmanın, kendisinde giderilmesi gereken bir eksiklik duymasına "ihtiyaç", bu ihtiyacı gidermek üzere organizmada beliren güce "dürtü", organizmanın ihtiyacını gidermek üzere belli bir davranış göstermesi eğilimine ise "güdü" denir. İnsan davranışlarının temelinde ihtiyaçlar yatmaktadır.

İhtiyaç —• Dürtü—• Güdü —• Davranış

Maslow, ihtiyaçların sınıflamasını aşamalı bir sıralamayla yapmıştır. Maslow'a göre insan ihtiyaçlarını ; fizyolojik, güvenlik, sevgi ve ait olma, takdir ve saygı, kendini gerçekleştirme ihtiyaçları oluşturur.

Fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları, anlaşılması ve karşılanması karmaşık olmayan ama mutlaka giderilmesi gereken ihtiyaçlardır. Öteki ihtiyaçlar ise kişisel, psikolojik ve sosyal içerikli ve karmaşık olduğu için anlaşılması ve doyurulması çaba gerektirir.

HİZMETE ÖZEL

Birey, öğrenme süreci sırasında yada sosyal adaptasyon yoluyla elde ettiği bu tutumlara ek olarak yalnızca bireysel ihtiyaçlarını tatmin etme arzusuyla da hareket eder.

Bunlar; açlık, susuzluk gibi basit bedensel ihtiyaçlardan (dürtü), başarıma isteği, kabul görme ve gurur duyma gibi karmaşık psikolojik ihtiyaçlara değin uzanır.

Bu çok farklı ihtiyaçlar bir tarafta en temel ve ilkel alandan diğer tarafta en karmaşık ve soyut olana hiyerarşik bir düzenlemeyle sunulur.

İHTİYAÇLARIN HİYERARŞİSİ

Düzy	Unsurar	Örnekler
Psikolojik	Homoeostatik İçgüdüsel dürtüler İlkel duyular	Vücut sağlığının korunması yemek, içmek vs. Üreme tat
Emniyet	Güvenlik İstikrar Korku ve endişeden kurtulmak	Nefsi müdafaa Hükümet Kanun ve düzen mali güvenlik
Ait olma duygusu	Grup üyeliği	Arkadaşlık, aşk, çocuklar toplum
İtibar	Öz saygı	Başarı Kabul görme
Kendini kanıtlama	Potansiyelin kullanılması	Beceri ve yeteneklerin tam olarak kullanılması
Algılama	Bilgi açlığı	Eğitim, haberlere geçiş
Estetik	Sanat ve güzellik	Sanatsal anlatım

ç. Motivasyon (Güdöleme):

(1) "Motive " temel kavramından türetilen güdüleme, bir veya birden çok insanı belirli bir yöne devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır. Örgütte kişiler işlerini etkili ve verimli bir biçimde yapmaları için güdülenir.

HİZMETE ÖZEL

Motivasyon; içten gelen itici kuvvetlerle belirli bir hedefe doğru yönelme ve amaçlı davranışlar gösterme sürecidir. Motivasyon kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri davranışlarıdır. Motivasyon genel olarak; istekleri, arzuları, ihtiyaçları, dürtüleri ve ilgileri kapsar.

Motivasyon, bir askerin davranışlarına enerji ve yön veren; temel ihtiyaçlarını kullanarak onu harekete geçiren, harekete devam ettiren ve olumlu yöne yönelten bir güçtür. Askerin isteklerinin karşılanması ve doyurulması bireyin askerlik mesleğine, üstlerine, amirlerine bağlılığını, astlarına sevgisini artırır, mesleği ile bütünleşir, bunun sonucu olarak söz konusu birey, verilen görevlerini gerçekleştirmek için özveri ile çalışır, yüksek bir performans sergiler.

(2) Abraham Maslow'un Motivasyon teorisine göre ; her insan aynı şekilde motive edilemez. İnsanları motive edebilmenin yolu ihtiyaçlarını bilme ve doğru olarak saptamadır.

Maslow'un "ihtiyaçlar hiyerarşi "tam anlamıyla sabit değildir. Üç temel kurama dayanır.

(a) İnsanların ihtiyaçları davranışlarını etkiler. Ancak doyurulmamış ihtiyaçlar davranışları etkiler, duyurulanlar güdeleyici olamaz.

(b) ihtiyaçlar önem derecelerine göre bir hiyerarşi oluşturur ve basit olandan karmaşığa göre sıralanır.

(c) İnsanların bir ihtiyaçlar seviyesinden diğerine geçişi için alt seviyedeki ihtiyacın asgari seviyede doyurulması gerekir.

(3) Maslow'un Motivasyon teorisine göre; birey 5 temel gereksinim yaşar.



HİZMETE ÖZEL

(a) Fizyolojik ihtiyaçlar; açlık, susuzluk ve cinsellik vb.

(b) Güvenlik ihtiyacı; fizyolojik ve psikolojik olarak güvende olmak, hastalık, yaşlılık, geleceği garanti altına alma vb.

(c) Ait olma ve sosyal ihtiyacı; arkadaşlık ve gruplarla olmak bir gruba ait olma.

(ç) Saygı ve statü ihtiyacı; başarılı olmak, sayılmak, şöhret, takdir edilme.

(d) Bireyin kendine duyduğu saygı, güven, bağımsızlık, insanlığa sempati ve yakınlık duyma vb.

(4) Birey devamlı olarak ihtiyaçlarını tatmin için çaba harcar. Kişi tatmin olur olmaz tüm dikkat ve çabasını yeni hedefini elde etmek için kullanır.

(a) Bir insanın ilk basamaktaki ihtiyaçları giderilmeden üst basamak ihtiyaçlarını motivasyon unsuru olarak kullanmak mümkün olmaz. Alt basamaktaki ihtiyaçlar giderildikçe, bir üst basamaktaki ihtiyaçlar ortaya çıkar.

Bu durumda komutanlar veya amirler, bir üst basamaktaki ihtiyaçlara ve onları karşılama yollarına yönelerek personeli birliğin amaçları doğrultusunda harekete geçirir.

(b) Bir insanın ortalama olarak fizyolojik ihtiyaçları % 85, güvenlik ihtiyaçları % 70, sosyal ihtiyaçları % 50, saygınlık ihtiyaçları % 40 ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları % 10 oranında tatmin edilebilir. Komutan açısından önemli olan, emrindeki personelin gidermek istedikleri ihtiyaçlarını belirlemek, ihtiyaçları karşılayarak performansı yükseltmektir. Bu teoremin psikolojik hareket için önemi, ihtiyaçlar, davranışlar ve tatmin duygusu arasında kurdukları bağıdır. Eğer bir ihtiyaç belirlenebilir ve bu kitleye devamlı hatırlatılırsa sunulan çözümün kabul edilme olasılığı yüksek olur.

d. Fiziksel ve Psikolojik Şartlar:

(1) Bireysel davranışları belirleyen temel şartlar olarak ; öğrenilmiş tutum, kişinin kendisinin mutlu etme arzusunun yanında fiziksel ve psikolojik şartların etkilerinin de

HİZMETE ÖZEL

belirlenmesi gerekmektedir. Bunlar bir bireyin değer sistemi veya fiziksel refahı ile doğrudan ilgili dış uyaranlardır.

(2) Bir askeri birlikte personelin görevlerine ilişkin çabayı sağlayan motivasyon düzeyi, bir bakıma morali yansıtır. Yüksek moral, personelin hem birlik amaçlarını benimsediğini ve gerçekleşmesi için çaba gösterdiğini, hem de grup olarak kendi aralarında bir bağlılık bulunduğunu belirtir. Moral, aynı zamanda birliğin amaçları ile personelin gereksinimleri arasındaki denge veya dengesizliğin göstergesidir. Moral, bireylerin veya grupların işbirliği derecesini belirleyen bir ruhsal durumdur.

(3) Savaş şartlarının insanları alışılmadık ve olağandışı şartlara sürüklediği psikolojik hareket ortamı silahlı kuvvetler personelini de etkiler, genellikle geçici duygusal ve davranışlarda bulunmalarına neden olur.

e. Tutumdaki Değişiklikler ve Davranışların Farklılaşması :

Tutum ve davranışlardaki değişikliklerle ilgili planlanan kampanyayı yönlendirecek usul ve yöntemler;

(1) Algısal düzeyde, alıcının bilgi ve tecrübe hazinesine eklendiğinde dış dünya ile ilgili görüşlerini değiştirmesine yarayan yeni bilginin tanıtılması mümkün olabilir.

(2) Kitlenin güçlü bir biçimde bağlı olduğu duygularını bastırmaya zorlandığına dair bir kanıt bulunduğu ortamlarda biriken baskıyı ve sıkıntıyı açığa çıkarabilecek görünüşte meşru ifade yolları önerilebilir.

(3) Psikolojik hareket mesajlarında vurgulanan temaların kilit haberleşmeciler yoluyla hedef kitleye iletilmesi sonucu, daha önceden kabul edilemez ve uygunsuz görülen tutum ve davranış kalıplarının benimsenmesine neden olabilir. Kilit haberleşmeciler etki ve prestij sahibi kişiler olabilirler, (örneğin; politikacılar yada dini liderler vb.)

(4) Tutum ve davranışların değiştirilmesinde kullanılan basit bir teknik de kitlenin tatmin edilmeyen fiziksel yada psikolojik ihtiyaçlarını tanımlamak, bunlara dikkat eklemek ve çözümler sunmaktır, önerilen çözümler psikolojik hareket uygulayıcısının amaçları ile uyum göstermelidir. Kitle, önerilen tutum ve davranışların bir gereklilik olarak kabulünü

doğrulamaktadır. Tutumların değişmesinde ilk aşama; kişide, tutumu hakkında şüphe uyandırmak, gerçekleşemeyen fikir, duygu, ümit ve temennilerin amacına ulaştırılamadığı konusunda gerekli ortamı yaratmaktır.

f. Tutumlardaki Değişimlerin Dereceleri:

(1) Razi olma: En basit ve en kısa süreli değişim biçimidir. Hedef kitlenin üyelerinin bilinçli bir biçimde tehdit yada ikna sonucu psikolojik hareket uygulayıcısının taleplerine uyma kararı almasıyla oluşur.

Hedef kitlenin, önceden planlanmış ve kolay yoldan hedefe ulaşmaya sağlayan bir hareketi olduğu için tehdit yada ödülün ortadan kaldırılması durumunda devam etmesi olası değildir. Bu anlamda tutumlarda hemen hemen hiçbir değişikliğe neden olmamakla beraber davranışlarda geçici ve pragmatik değişimlere yol açabilir. Fakat savaş alanında bu tür geçici bir değişiklik psikolojik hedefe ulaşmakta ihtiyaç duyulan tek şey olabilir.

(2) Kimlik : Tutum değişimlerinin daha güvenilir bir biçimi olan kimlik kitlenin özel bir grup yada bireyin düşünceleriyle özdeşleşmesi sonucu ortaya çıkar. Daha sonra doğal bir sonuç olarak benzer davranışlar ortaya çıkar.

(3) Kabul ettirme : Hedef grubun psikolojik hareket uygulayıcısının tutumlarını kendisinin ki gibi kabul ettiği durumlar da ortaya çıkar. Kabul ettirilen bu yeni tutumlar uzun zamandır sahip olunan diğer görüşler gibi sağlamlaştırılır. Tutumların kabul ettirilebilmesi için bunların kitlenin mevcut değerlerine uygun olması gerekir.

2. SOSYAL GRUPLARIN MOTİVASYONU :

a. Tanım : Grup, aynı menfaatler yada kimliği paylaşan ve ortak hedeflere ulaşmak için birlikte çabalayan kişilerin oluşturduğu bir topluluktur. Lider; bir topluluğun gönüllü olarak benimsediği kişilerdir. Başka bir deyişle gösterdiği yön toplulukça paylaşılan, ortaklaşa bir biçimde değer verilen önderdir. Aynı sistemde görev yapan kişileri belirli amaçlar (örgütün genel amaçları) doğrultusunda etkileyen, yönlendiren ve değiştiren; özellikle de insan ilişkilerine dayanan sosyal yetkiyi kullanan kişidir.

HİZMETE ÖZEL

Örgüt içinde görevi başarıyla yerine getirebilmek için, yaratıcı, insan merkezli, uzun vadeli düşünerek geleceğe odaklanabilen, değişime ayak uyduran ve kolay iletişim becerisine sahip insanlara ihtiyaç olacaktır. Grup tanımlamasının yapılabilmesi için bu tanımda yer alan iki talebin de karşılanması gerekmektedir. Ortak kimlik, bir iş yada ticaret faaliyetinde yer alma gibi tek başına bir grup oluşturmaya yetmez. Bir ticaret birliği yada profesyonel bir toplulukta olduğu gibi anlamlı ve organize bir faaliyetle birlikte yer almalıdır.

Bireylerin büyük çoğunluğu bu tür sosyal grupların birden fazlasına aittir. Meslekler, hobiler, din ve aile, üyeleri üzerinde etki sahibi olan ayrı temel sosyal kurumlar oluşturan faaliyet örnekleridir.

b. Psikolojik Harekatta Grupların önemi:

(1) Bir grubun üyeleri, devamlı olarak birbirlerini etkiledikleri ve ortak amaçları paylaştıkları için tutumlarda benzerliğin sağlanması yönünde güçlü bir iç baskı vardır. Bu nedenle grup bireyin ikna edilmesinde önemli bir araçtır. Eğer bir psikolojik hareket kampanyası bir grubun üyelerinin büyük çoğunluğunun yada liderlerinin tutum ve davranışlarının değiştirilmesinde başarılı ise anlaşmanın yada kalan üyelerin bağlılığının korunmasına yönelik otomatik tepkiler doğabilir.

(2) Gruplar, küçük ve ikincil gruplar olarak kategorilendirilir.

(a) Küçük gruplar: En bilinen örneğini ailenin oluşturduğu temel gruplar yakın karşılıklı ilişkiler ve grup içerisindeki güçlü duygusal bağlarla tanımlanır. Bu grupların üye sayılarının sınırlı olması ve yüz yüze ilişki halinde bulunmaları başta gelen özelliklerini oluşturur.

Küçük gruplar, içinde duygusal bağların egemen olduğu gruplara temel gruplar, bir eylemi gerçekleştirmek, bir karar almak için oluşturulan gruplara da çalışma grupları denir.

(b) İkincil gruplar ise siyasi yada ticari örgütlerde olduğu gibi daha gevşek karşılıklı çıkarlara dayanan bağlar ön plandadır. İkincil gruplar, temel gruplardan sayıca daha az fakat daha genişler. İkincil gruplar genellikle resmi yollarla örgütlenirler. İkincil grubun büyüklüğü göreceli erişilebilirliği ve duygusallıktan uzak pragmatik güdüsü onu psikolojik

HİZMETE ÖZEL

harekatlarda temel gruplardan daha elverişli bir hedef haline getirir. İkincil gruplar ne kadar örgütlenmiş, rasyonalizme edilmiş olurlarsa olsunlar, bunlar içinde küçük grup süreci işler. Bu durum bazı sakıncaları da ortaya çıkarır; örneğin klikleşme, sadakat gibi duygular orduda disiplini bozar.

c. Grup içi ve Grup Dışı İlişkiler:

Grup içi ve grup dışı bir gruba katılmak genellikle bir yada daha fazla alternatif kurumun reddedilmesi anlamına gelir. Liderin kurmuş olduğu bu ilişkiler üç grupta toplanmıştır.

Grup içi ilişkiler : Liderin karşılıklı güvene dayalı bir iletişim kurduğu bireyler.

Grup dışı ilişkiler : Liderin resmi otoriteye dayalı bir ilişki kurduğu bireyler.

Grup ortası ilişkiler : Liderin görüşmeyi sürdürdüğü bireyler.

GRUPLAR	LİDER DAVRANIŞI	BAĞ ÇEŞİDİ
GRUP İÇİ	-Karşılıklı iletişim -Anlayış ve ilgi -Güven duyma -Tolerans ve serbestlik	LİDERLİK
GRUP DIŞI	-Dikey iletişim -Göreve dönük, yapısal -Hiyerarşi -Otoriter.zorlayıcı	YÖNETİCİLİK
GRUP ORTASI	-Karşılıklı iletişim -Göreve dönük -Takdir edici -Tarafsız	KAHYALIK (VEKİLLİK)

Grupların kendilerini diğer gruplardan ayrı tutma düşüncesi üyelerde canlı tutulmalı, Bunun için grup içi bağlılık ve destek temalarına desteklenmelidir. Genel anlamda örgüt dışı her kişi dikkatle ve hatta düşmanlıkla yaklaşılması gereken grup dışı kişiler olarak görülür.

HİZMETE ÖZEL

Sonuç olarak yönlendirilen bu tutumlar psikolojik hareket için değerli fırsatlar yaratır. Bölücü bir kampanyada iki grup arasındaki farklılıklar vurgulanarak şüphe ve güvensizlik kuvvetlendirilir.

Toplum bütünlüğüne zarar verilir. İlgili bir kampanyada psikolojik operatörün hedeflerini daha yakından takip eden grup methedilip desteklenir, böylece üye sayısı ve rakip örgütlere karşı duyulan önyargı artar.

ç. Grup Liderliği;

(1) Liderlik, grup yaşamının ortaya çıkardığı bir statüdür. Bir grupta bağlılığı sağlayan onu belirli amaçların gerçekleştirilmesi için yönlendiren temel unsur insan faktörüdür. Her grubun bazı liderlik formları ve görüşlerin açıklandığı kararların iletildiği kontrol ve haberleşme zincirleri vardır.

(2) Liderlik biçimleri, kendi istekleri doğrultusunda ve yaptırım gücünü kullanarak yöneten otoriter liderlikten liderlerin devamlı olarak grup üyelerinin görüşlerini aldığı ve bunları bütünün bir politikası olarak gösterdikleri fikir birliğine dayanan liderliğe dek uzanır. Grup içinde liderin rolü genelde bütünleştirici niteliktedir; bu rol koordine etme, teşvik ve tahrik etme niteliğinde olabilir.

(3) Lider, yeni değişimlere hızla ayak uydurur, değişimi yönetir, ancak bunu kendi organizasyonunda esnek uygulamaların ışığında; bütünleştirici, uyumlaştırıcı, olgunlaştırıcı biçimde gerçekleştirir.

(4) Askeri liderlik, vazifenin yerine getirilmesi için bir askerin diğerlerine tesir etmesi faaliyetidir. Bir asker bu faaliyeti liderlik gereklerini (inançlar, değerler, ahlâk kuralları, karakter, bilgi ve beceriler) uygulamak suretiyle yerine getirir. Askeri liderlikte hükmetme güdüsü yerini daha sağlıklı bir motivasyon kaynağı olan başarıma güdüsüne bıraktığından, liderlerin insanlarla daha sağlıklı iletişim kurmasını; insanları algılamasını öne çıkarır.

(5) Liderler tek bir kişiden yada birkaç kişinin birlikte çalışmasından oluşabilir. Grubun işlerini idare edebilmek için benimsediği iç yönetim ne olursa olsun Psikolojik hareket

HİZMETE ÖZEL

planlamacıları tarafından dikkatlice analiz edilmelidir. Grup, tutum ve politikalarının oluşmasında en çok etki sahibi bireylerin belirlenebilmesi için özel çabalar harcar.

(6) Bilgi çağında, bilgi çağının liderlerini diğerlerinden farklı kılan en önemli iki özellik "vizyon sahibi" ve "yaratıcılık" tır. Bu durum liderlere ve yönetime yeni bakış açıları getirir.

(7) Vizyonun iki yönü vardır. Birinci bölümde lider insanların karşısına çıkar ve amaçlanan hedefi, vizyonu ortaya koyar. İkinci bölümde vizyonun uygulanış biçimlerini ve ayrıntıları açıklar.

(8) Bilgi çağının liderlerinin ikinci önemli özelliği ise buluşçu olması, yani yaratıcılığıdır. Hepimiz özgün düşünme yetisine sahibiz. Çoğu yaratıcı lider, gelişmiş bir hayal gücüne sahiptir, araştırmacıdır, meraklıdır, hesaplı riskleri almaya isteklidir.

LİDERİN ÖZELLİKLERİ

Fiziksel Nitelikler	Zihinsel Nitelikler	Kişilik Nitelikleri
-Yaş	-Güzel konuşma yeteneği	-Dürüstlük
-Boy	-Zeka	-Samimiyet
-Cinsiyet	-Bilgi	-Doğruluk
-İrk	-Kişiler arası ilişki kurma	-Açık sözlülük
-Yakışıklılık	-Yeteneği	-Kendine güven duyma
-Olgunluk	-İleriyi görebilme	-Kararlılık
-Başkalarına güven verme	-inisiyatif sahibi olabilme	-İş başarma yeteneği
	-Hissel olgunluk	

(9) Bazı araştırmacılar, liderin yönettiği toplumla görüş alışverişinde bulunan, katılım sağlayan, yönetici değil, yönlendirici olacağını belirtmektedir. Klasik yönetici ile lider yönetici arasındaki farklar şöyle özetlenebilir.

HİZMETE ÖZEL

Klasik Yönetici	Lider Yönetici
<ul style="list-style-type: none">-Yönetir-Mevcut düzeni sürdürür-Otoritesi statüsündedir-Yetkileri kendinde toplar-İtaati vurgular-Planlara aşırı bağlıdır-Belirlenmiş amaçlara hizmet eder- Kontrolü vurgular	<ul style="list-style-type: none">-Yönlendirir-Yenilik peşindedir- Otoritesi kendindendir-Astlarını yetkilendirir- Katılımı vurgular-Alternatif yaklaşımlara açıktır-Yeni amaçlar ortaya atar-Güveni esas alır

d. Kitle Eylemi : Gruplar genelde uzun dönemli bir çaba olarak ve toplumdaki fikir dengesini değiştirmek için psikolojik hareket hedefi oluştururlar. Fakat çok çabuk etki beklenen yerlerde grup, kitlesel eylem yapmaya yönlendirilebilir. Bu eylemler gösteriler ve ayaklanmalar biçiminde olabilir. Eylemler, bir ihtilafın mevcut olduğunun ilan edilmesi yada idari sistem üzerinde baskı yaratılması yoluyla kısa dönemli olumlu yararlar sağlayabilir.

Eylemlerde; hedef kitlenin davranışlarının tahmin edilmesi ve idaresi sorun yaratabilir. Hedef kitle içindeki değişik grupların bu kapsamda yaptıkları eylemler toplum içinde olumsuz etkiler yaratabilir.

e. Askeri Gruplar : Tüm ulus ve toplum kapsamında grupların örgütlenmesi ve davranışlarını inceler. Prensipler savaş alanındaki düşman birlikleri gibi küçük taktik hedeflerine uygulandığında eşit derecede geçerli olurlar. Bu durumda alt birim formunda bütünü oluşturan grupları veya benzer rütbe veya meslekte bireyleri tanımlamak mümkün olacaktır. Grup içi ve grup dışı ayrımı mevcut olabilir veya geliştirilebilir. Doğru etki ve iletişim kalıpları örgütsel planlarda belirtilen resmi hiyerarşi sisteminden belirli bir biçimde farklılaşır.

3. İLETİŞİM (HABERLEŞME):

a. Genel;

(1) İletişim sözcüğü, Latince kökenli "Communication" sözcüğünün karşılığıdır. Her türlü bilgi, olgu, yargı, duygu ve düşüncelerin bireyler veya toplumlar arasında direk veya haberleşme vasıtaları kullanılarak aktarılmasına iletişim denir.

HİZMETE ÖZEL

(2) İletişimin etkinliği, iletilen duygu ve düşüncelerle alıcılar arasındaki benzerlik oranında artar. İletişim süreci, davranış değişikliği meydana getirmek üzere haber, bilgi, duygu, tutum ve becerilerin paylaşılmasını kapsar.

(3) Örgütte iletişim geniş anlamda; insan davranışlarını değiştirmek, örgütte etkin bir haberleşme ağı kurmak, kişiler ve gruplar arası ilişkileri geliştirmek, verilen görevi başarmak ne etkili bir koordinasyon sağlamak amaçlarıyla kullanılır. Karar yönetim açısından ne kadar önem taşıyorsa, iletişim örgüt açısından o kadar önemlidir. İletişim yoluyla kişiler arası ilişkiler düzelir yahut bozulur. Böylece örgüt içi ilişkiler gelişir ya da zarar görür.

(4) Tüm psikolojik hareket faaliyetleri bazı iletişim çeşitleri sayesinde başarı kazanırlar. İletişim barış yada arkadaşlık, jestlerinden doğal ve görsel dürtülerin en karmaşık düzenlemelerine dek uzanır. Herhangi bir kayıp yada anlam değişikliği olmaksızın seçilen alıcıya mesajı iletilebilmelidir.

(5) Günümüzde kamuoyunu ve bireylerin bilgi alma-verme, etkileme ve kanaat oluşturma işlemi için çeşitli kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Kullanıma göre güçlü bir yapıcı veya yıkıcı bir araç olabilen kitle iletişim araçlarını anlamak için, etkili bir kaynak ve bilinçli bir alıcı olmakla birlikte, tüm toplumsal olaylar ve değişimler hakkında daha etkin bir biçimde değerlendirilme yapılabilir.

b. İletişim Süreci;

Genel olarak iletişim modeli ; kaynak, iletişim aracı, mesajın anlamını taşıyan semboller, mesajı iletmek istediğimiz hedef kitleden (alıcı) oluşur.

(1) Kaynak (gönderici) : Psikolojik hareket mesajları, iletilecek konsepti düzenleyen bir iletilecek mesajı bulunan KAYNAK ile ortaya çıkar. Bir kişi, bir grup veya bir örgüt olabilir. Kaynak, iletilecek bir duyguya, düşünceye, bilgiye, tutuma veya beceriye sahip olan öğedir.

(2) İletişim araçları : Mesajın hedef kitleye veya özel hedeflere etkili bir şekilde ulaştırılması için uygun iletişim aracı seçilir. Seçilen iletişim aracı ile kaynağın duygu, düşünceleri ve verilmek istenen mesaj alıcıya çeşitli metotlar kullanılarak ulaştırılır.

HİZMETE ÖZEL

(3) Tema ve Semboller : Mesajlar; hedef kitlenin bilinen tutum ve hassasiyetlerini ortaya koyacak şekilde ve geniş hedef toplumları veya hedef toplum içindeki daha özel grup ve bireyleri hedef alacak şekilde hazırlanır.

Hedef kitleye yönelik hazırlanan mesajda, ulaşılmak istenen toplumun kullandığı dil, kültür, deyim veya halk arasında çok sık kullanılan anlamlı sözler yer alır, bunun için yerel personelden istifade edilir.

Okuma yazma oranının düşük olduğu toplumlarda, mesaj ilgi çekici sembollerle resim yazısına çevrilir.. Bu çeviri süreci mesajın anlamını yetirmemesi yada yanlış anlamlar kazanmaması için büyük bir dikkatle ele alınmalıdır. Bu anlamda materyalin önceden test edilmesi büyük önem taşır.

(4) Mesajın hazırlanması ve çevirisinde "ses" problemi göz önünde bulundurulur. Bazı mesajların aşırı karmaşık ve uzun olmaları yada diller arası bire bir çevirinin neden olduğu karışıklık sebebiyle yanlış anlaşılabilir. Bu tür zorluklarla karşılaşılması halinde mesajın "ses" engelini aşacak biçimde yeniden yazılması gerekir. Karşıt tepki (dönüt); etkileşim yaklaşımında kaynak, bir uyarıcı yaratır ve alıcının buna gösterdiği karşıt tepkiyi değerlendirir. Kaynak için önemli olan, yolladığı mesajın, alıcı tarafından da kendi düşündüğü gibi anlaşılıp anlaşılmadığını öğrenmektir. Burada kaynak, ilettiği her mesajın alıcı tarafından hangi düzeyde anlaşılabilirdiğini ve alıcının konuya gösterdiği ilgiyi değerlendirerek, iletişimin etkinliği hususunda karar verir.

(5) Geri besleme : Alıcının, almış olduğu mesajı cevaplandırmak üzere gönderici olarak bir mesaj hazırlayıp, bunu bir kanal vasıtasıyla eski göndericiye iletmesidir.



İletişim sürecindeki bu temel öğeler kaynak, mesaj, iletişim araçları, alıcı ve dönüttür.

Kaynak : Hedeflediği kişi ya da grupta (alıcıda) davranış değişikliği oluşturmak üzere iletişim sürecini başlatan kişi.

Mesaj : Kaynaktan alıcıya gönderilen uyarıcılar.

İletişim Araçları: Mesajın alıcıya iletilmesini sağlayan araç ve yöntemler.

HİZMETE ÖZEL

Alıcı : Gönderilen mesaja hedef olan kişi ya da kişiler.
Dönüt : Alıcının kaynak tarafından gönderilen uyarıcılara gösterdiği tepki.

(6) • Medya Seçimi : Medya seçimi pratik ve psikolojik değerlendirmelere dayanır. Seçilen araç her iki tarafta da mevcut olmalı ve alıcının zihninde etki bırakmalıdır. Mesaj gönderildiğinde hedef kitle mesajın etkilerinin belirlenebilmesi için inceleme altında tutulmalı, çevirinin hatalı olması yada "ses" iletiyi saptırması veya engellenmesi gibi beklenmeyen sonuçlara dikkat edilmelidir. İletişim sürecinde yer alan hiçbir öge, diğer öğelerden soyutlanarak tek başına tam olarak tanımlanamaz. Örneğin, belirli bir tema, belirli bir gruba, belirli bir yer ve zamanda etkili bir şekilde kullanılabilir. Ancak, konu, grup, yer ve zaman değiştirilirse, hedef kitle üzerinde aynı etkiyi sağlayamayabilir. Bu nedenle iletişimin etkinliği, iletişimde yer alan öğelerin etkinliklerinin toplamına bağlı olur.

c. Kùltürler arası Haberleşme ; Psikolojik hareket mesajları, hazırlayanın hedef kitlenin değer ve hassasiyetlerini tam olarak tespit edememesi, cari istihbarat akışının sağlanamaması gibi nedenlerle amacına ulaşamayabilir.

(1) Hedef kitle ile ilgili değerlendirmeler: Hedef toplum içindeki bireyler ve grupların kendi düşünceleri, hedefleri ve beklentileri mevcuttur. Psikolojik hareket mesajını hazırlayanın önem verdiği veya özellikle vurguladığı temalar hedef kitlenin ilgisini çekmeyebilir. Bu kapsamda yapılacak değerlendirme hedef kitleye yönelik yürütölen psikolojik hareket faaliyetlerinin başarısını olumsuz etkileyebilir

(2) Semboller: Psikolojik hareket ürünlerinin hedef kitle üzerinde etkili olması için; renk, müzik yada sanatsal formlar gibi sembollerden faydalanılır. Bu sembollerin anlam ve önemi, bir toplumdaki diğerine farklılıklar gösterir, (örneğin; dünyanın çeşitli bölgelerinde ölüm ve yas için siyahın yada beyazın bir sembol olarak kullanımı) Sembol kullanımı için uygulamadan önce hedef kitle üzerindeki gerçek etkileri dikkatle araştırılır ve test edilir.

(3) Sosyal Davranış ve Yapay Tavr: Çeşitli toplumda özellikle halk arasında yaygın olarak kullanılan sosyal davranışlar farklılıklar gösterir. Bir toplum için kullanılan ve geçerli olan sosyal davranış modeli diğer toplum için önemli olmayabilir. İletişimcinin mesaj verilmek istenen hedef toplumla ilgili sosyal davranışları çok analiz etmesi itibarı,saygınlığı ve güvenilirliği açısından önemlidir.

HİZMETE ÖZEL

ç. Kültürel Farklılıkları Aşmak: Farklı kültürel geleneklere sahip kişilerle iletişim kurarken karşılaşılabacağı güçlükler:

(1) Psikolojik harekat personeline hedef toplum ve hedef toplumun bir bölümünü oluşturan hedef kitle hakkında ayrıntılı bilgi sağlanır.

(2) Psikolojik harekat çalışmaları önceden belirli bir kitle üzerinde test edilmeli, denenmelidir. Kampanyanın başlatılmasından sonra gelişmeler takip edilir ve hatalar mümkün olan en kısa sürede belirlenip düzeltilmesi sağlanır.

ONUNCU BÖLÜM
PROPAGANDA

1. GENEL HUSUSLAR
2. PROPAGANDANIN ANA İLKELERİ
3. ETKİLİ PROPAGANDA ÖLÇÜLERİ
4. PROPAGANDA TİPLERİ
5. PROPAGANDANIN GELİŞTİRİLMESİNDE TEMEL ESASLAR
6. PROPAGANDA ANALİZİ
7. PROPAGANDA TEKNİKLERİ
8. KARŞI PROPAGANDA
9. DİĞER PROPAGANDA HAREKATI (GİZLİ HAREKAT)

ONUNCU BÖLÜM
PROPAGANDA

1. GENELHUSUSLAR :

a. Tanımı : Propaganda yapan tarafa yarar sağlamak ve ulusal amaçları desteklemek amacıyla, belli bir topluluğun / kamuoyunun ; düşüncelerini, inançlarını, fikirlerini, hislerini, tutum ve davranışlarını bilerek tesir altında tutmak, etkilemek, şekil vermek veya değiştirmek maksadıyla hazırlanan mesajların uygun haberleşme araçlarıyla hedef topluma iletilmesidir.

b. Propagandanın Amacı : Propagandacının istediği davranışı meydana getirmek ve bu davranışı uygun fikir ve tutumlarla takviye ederek bir toplumu etkilemektir. Bu da semboller kullanmak suretiyle olur. Semboller sözlü, yazılı, resim veya müzik halinde olabilir. Semboller, fikirleri temsil ederler. Propagandada bütün gayretler bu semboller aracılığıyla belirli bir fikri açıklamada toplanır.

Propaganda hedef kitlelerde belirli bir görüşü veya eylem şeklini oluşturma, tartışma ve objektiflik dışındaki yollarla onları ikna etme çabasını destekleyen bütün bilgiler, fikirler, doktrinler veya özel çağrılaridir.

c. Propagandanın ilk hedefi güvenilir olmayı başarmaktır. Eğer propaganda hedef toplumun nazarında kaynağı ve içerik bakımından inanılır olmazsa etkili olamaz. Hedef toplumu propagandanın kaynağına güven duymaya inandırmalıdır. Kaynak kendisine karşı güvenilirliği, hedef toplumu açısından, "Gerçek" olarak kabul edilebilecek mesajları ileterek sağlar. Bir hedef toplumunu kazanmak veya en azından onun karşı tarafa geçmemesini sağlamak için propagandacı karşı taraf hakkında kendisine bildirilen, öneriler ve gerçek olarak bildiği duyarlı hususlar üzerinde durur. Mesajlar, gerçekliliği ispat edilebilir veya hedef tarafından gerçek kabul edilebilecek şekilde hazırlanır.

ç. Propaganda bir nevi yapay manevra, strateji olduğundan bu yolla seçilmiş kısmi bilgiler kaynağı belirtilmeden hedef kitlelere aktarılır. Propagandacı genellikle kendi menfaatine olan bilgilerden doğruları, gerçekleri seçer ve menfaatine aykırı olanları dikkate almaz, açıkça saptırmalarda bulunarak ve belirli bilgileri seçerek hedef kitleye yansıtır, kişileri hemen ve

HİZMETE ÖZEL

derhal harekete geçirmeyi amaçlar, olayları objektif olarak ortaya koyar ve kişileri olay üzerinde mantıki bir analize yöneltmek için özel çaba harcamaktan kaçınır.

d. Propaganda her şeyden önce psikolojik bir kavramdır. Davranış ve tutumların değiştirilmesi güç ise de propaganda yoluyla etki yapılabilmesi bir ölçüde mümkündür. Propagandacının etki yapmak istediği kişide psikolojik değişiklikler meydana gelmekte, uyarılan kişi telkin ve algılama mekanizmalarının etkisinde kalmaktadır, önce esas amaçla hiç ilgili olmayan bir yolla, sadece dikkat çekilmek istenir. Fakat dikkati çekmekle algılama safhası çözümlenmiş olmaz. Bu sebeple propagandacı esas söyleyeceğini basitleştirip hedef kitle tarafından algılamasını, dikkatinin çekilmesini, algılamayı sağlayacak olan uyarının devamlı olmasını ve tekrar edilerek kullanılmasını sağlar.

e. Propagandacının amacı hedef kitleye, kendi seçtiği sonuçları, kararları kabul ettirmek olup, propagandanın sağlamak istediği psikolojik değişiklikler telkin ya doğrudan doğruya ya da esas amaç gizlenerek yapılır.

Telkinin başarısı, halkın esasen sahibi bulunduğu inanç ve davranışlarla dengeli olduğu takdirde artar. Olayları hedef kitlelerin gözüyle görmek, hangi davranışların aktif olduğunu bilmek kültürün sosyal yapısı hakkında ayrıntılı bilgiyi gerektirir. Propagandanın amacına ulaşabilmesi için; hedef toplumun kültürel yapısını etkileyecek uygun temalar seçilir, hedef toplumun kökleşmiş inançlarına ve geleneklerine doğrudan hücum etmekten kaçınılır.

f. Propaganda ile seçilen bir grupta/ hedef kitlede, istenilen herhangi bir tepkinin doğması amacıyla gerekli psikolojik ortamın oluşturulmasına ihtiyaç vardır. Psikolojik ortamın oluşturulmasına gereksinme duyulan esas unsurlar psikolojik baskıyı oluşturur.

g. Propagandada başarılı sonuçlara ulaşmak için propagandacı hedefi kazanmalı, elde tutmalı, etkilemeli ve hedef toplumdaki güvensizlik yok edilmeye çalışılmalıdır. Kitle haberleşmecisi hedef toplumun ilgisini çekme yönünden bir çok engellerle karşılaşır, hedef kitlenin duygusal yapısını, nefret, korku, sevgi gibi çeşitli duyguların etkisinde olduğunu daima göz önünde bulundurmalı, hiçbir zaman tartışmaya girmemelidir. Tartışma ortamı, hedef kitlenin düşünmesine ve muhakeme yapmasına neden olur. Bu durum propagandanın etkini azaltır.

HİZMETE ÖZEL

h. Propaganda öğretim ve haber alma faaliyeti gibi bir haberleşme işlemidir. Fakat propagandanın öğretim ve haber almadan ayrıldığı hususlar vardır. Öğretim, zihni bütün değişik çözümlere açar ve belli bir çözüm veya eylemi kabul etmeye zorlamaz. Haber alma hizmeti; seçici bir şekilde ve tarafsız (objektif) olarak gerçeklere ait haberlerin toplanması ve sunumu faaliyetlerini kapsar.

ı. Propagandacı psikolojik yönden, önce hedef kitleyi çok iyi tanımalı ve anlamalı, sonra telkin yapmalıdır. Propaganda şerefli bir öneride bulunmalıdır: Muharebede propaganda, normal koşullarda teslim olmayı asla düşünmeyen ve fakat durum kendi görüş açılarından ümitsiz olduğunda teslim olmaya boyun eğecek kimselere yöneltilir. Propaganda vasıtasıyla durumun böyle olduğu, bu gibi kimselere ispatlanmaya çalışılır.

Propagandacı aynı uyarının bütün insanlar üzerinde, eşit etki yapmadığını bilmelidir. Bazı insanlar uyumlu mizaçları itibarıyla telkinleri kabule çok daha yatkındırlar. Bu nedenle prestij sahibi kişiler boyun eğmeyi daha çok sağlarlar. Belirli sosyal değerleri ve simgeleri temsil eden araçlar, telkini kolaylaştırır. Böylece değiştirilen tutumların aynı yönde kalmasını sağlamaya ihtiyaç duyulur.

i. Dunlap propaganda psikolojisini altı genel kural halinde özetlemiştir:

(1) Hedef kitleye yönelik verilmesi istenen mesajlar sürekli olarak, ara vermeden ve sistematik olarak tekrarlanır.

(2) Hedef kitleye yönelik verilmesi istenen mesajlarda; karşı tarafı düşünmeye yöneltecek ve tartışma ortamına çekebilecek durumlardan kaçınılır, kendi amaçlarımız yönündeki düşünce tarzları uyandırılmasına özen gösterilir.

(3) Hedef kitlenin bilinen arzuları tespit edilir ve birleştirmeye çalışılır.

(4) Hedef kitleye yönelik açıklamaların açık ve anlaşılır biçimde yapılmasına özen gösterilir.

(5) Hedef kitleye yönelik verilmesi istenen mesajların kabulü yönünden bir ortam olduğunda doğrudan doğruya açıklama yapılır, ancak bu doğrudan doğruya yapılan beyanlarla karşı tarafın tartışma ortamına çekilmemesine özen gösterilir.

(6) Hedef kitleye yönelik propaganda özellikle çocuklara yöneltilir.

HİZMETE ÖZEL

2. PROPAGANDANIN ANA İLKELERİ:

- a. inanılır olmalıdır. (Kaynağı güvenilir olmalıdır)
- b. Hedef toplumun kültürel yapısına uygun olmalıdır.
- c. Hedefi kazanmayı ve elde tutmayı amaç edinmelidir,
- ç. Şerefli bir öneride bulunmalıdır.
- d. "Propaganda yapıldığı "izlenimi uyandırılmamalıdır.
- e. Bilinçli, eğitilmiş, yetişmiş personel kullanılır.

3. ETKİLİ PROPAGANDA ÖLÇÜLERİ :

Etkili propagandanın testi, basit olarak aşağıdaki şekilde yapılır.

a. Uygulama öncesi:

(1) Hedef kitle kimdir? Nerededir?

(2) Ne söylemek istiyorum, neden söylemek istiyoruz?

(3) En fazla etkiyi elde etmek için ne zaman ve nasıl söylemeliyiz?

(4) Yapılacak propaganda, toplumun kültürel yapısına uyuyor mu?

(5) Propagandanın, hedef toplumun kökleşmiş inançlarına ve geleneklerine doğrudan saldırmaktan kaçınıyor mu?

b. Uygulama Sonrası :

(1) Propaganda, istenilen hareket tarzını takip için hedef toplumu ne ölçüde etkilemiştir?

(2) Komutana taktik sahada ne ölçüde yardımcı olmuştur. Nasıl, neden?

(3) Ayaklanmaya karşı koymada ve halkın aktif desteğini kazanmada propaganda ne kadar başarılı olmuştur?

(4) Milli politik hedeflere ulaşmada ne ölçüde başarılı olmuştur?

4. PROPAGANDA TİPLERİ:

- a. Seviyesine göre; stratejik ve taktik propaganda,
- b. Konusuna göre; askeri, siyasi,ekonomik, kültürel ve dinsel propaganda,
- c. Metoduna göre; korkutucu-yıldırıcı propaganda, ikna edici propaganda ve kışkırtıcı propaganda,
- ç. Amacına göre; propaganda ve karşı propaganda,
- d. Hedef toplumuna göre; dost toplumu elde tutucu propaganda, düşman toplumun moralini bozucu, çökertici propaganda ve tarafsız topluma kendi haklılığını gösteren düşmanı küçültücü propaganda,
- e. Kaynağına göre; açık (beyaz) propaganda (tekzip edilebilir, kaynağı belli olan (propaganda), gri (bulanık) propaganda (kaynağı belirsiz propaganda) ve kara (sinsi) propaganda (kaynağı belli olmayan ve tekzip edilemeyen propaganda)

5. PROPAGANDANIN GELİŞTİRİLMESİNDE TEMEL ESASLAR :

a. Propaganda geliştirilmesi; araştırmanın yapılması, propaganda gereçlerinin planlanması, denenmesi, yapımı, dağıtımı ve propagandanın değerlendirilmesi işlemidir. Hedefte istenen etkiyi meydana getirecek propagandanın uygun şekilde geliştirilmesi için gerekli istihbaratın elde edilmesi ve hedef toplumu tanımlanmış olması gereklidir. Daha ayrıntılı araştırma ve analizlerle hedef toplumu etkileyen halihazır koşullar ve tutumlar, uygun temalar, semboller ve haberleşme araçlarının seçimi hakkında bilgi elde edilmelidir.

b. Propaganda Geliştirilmesi ; propaganda çarkı akışından doğan gereksinimlere uygun yapılır. Psikolojik hareketi destekleyecek bölge incelemesi, cari istihbarat ve araştırma yöntemleri, hedef analiz işlemi, temaların ve sembollerin seçimi ve psikolojik hareket kampanyasının yönetimi ayrı ayrı kısımlar halinde açıklanır. Yapılmasındaki amaçlar değişik olmakla beraber, kullanılan yöntemler aynı oldukları için ön deneme ve kıymetlendirme (son deneme) bir bölüm halinde ele alınır.

HİZMETE ÖZEL

c. Propaganda geliştirme planlaması devamlı bir süreç olup, hedef kitlenin zayıf noktalarından her an yararlanılabilecek şekilde esnek olmalıdır. Başarılı bir psikolojik hareket planlaması; milli psikolojik hareket politikasının, desteklenen birliğin vazifesinin, psikolojik hedeflerin net olarak anlaşılmasını ve hedef kitlenin zayıf taraflarına karşı kullanılacak psikolojik hareketin uygun şekilde programlanmasını içerir.

ç. Propaganda Geliştirme Süreci ; psikolojik hareket planlanmasının içinde en önemli bölümü oluşturan çok aşamalı bir faaliyettir. Bu aşamalar, propaganda geliştirilmesi için temel esasları gösterir ve psikolojik hareket personeline yol gösterici olarak hizmet etmeyi amaçlar. Propaganda geliştirme sürecinin aşamaları ;

(1) Desteklenen Birliğin Vazifesinin Analizi:

Psikolojik hareket, askeri hareketin sevk ve idaresinde, desteklenen komutana yardımcı olur. Psikolojik hareket kampanyasını yeterli şekilde planlamak ve geliştirmek için, psikolojik hareket karargah personeli, destekledikleri birliğin vazifesini tam olarak anlamak ve uygulamakta olan hareket hakkında bilgi sahibi olmak zorundadırlar. Psikolojik hareket personeli, psikolojik hareket görevlerini belirlemek için desteklenen birliğin vazifesini analiz eder.

(2) Psikolojik Harekat Vazifesinin Çıkarılması:

"Harekatın desteklenmesinde psikolojik hedefin ne olacağı" tespit edilir, psikolojik hareket hedefi, hedef kitleden beklenen ölçülebilir ve arzu edilen karşılığı tanımlayan bir tutumun ifadesidir. Psikolojik hareket hedefleri desteklenen birliğin muharebe / vazifesi tipine bağlı olarak değişiklik gösterir.

(3) Bilgi Toplama :

Etkin psikolojik hareket için ihtiyaç duyulan bilgiler, haber alma kaynakları ve makamları belirlenir. Psikolojik hareketin başarısı, "*sürekli*", "*zamanında*", "*doğru*" ve "*ayrıntılı*" istihbarat bilgilerine dayanır.

Psikolojik hareketin planlanmasında ve sevk ve idaresinde kullanılacak haberlerin toplanmasında bütün mevcut istihbarat sistemleri ve Psikolojik Harekat Grup Komutanlığı timleri kullanılır. Ayrıca düşman savaş esirlerinden ve sivil enternelerden bilgiler elde edilir.

(4) Hedef Analizi:

Hedef analizi ; etkili bir psikolojik hareket için, elde edilen psikolojik hareket istihbaratının detaylı ve sistematik bir şekilde incelemesidir. Hedef analizi; olası hedef kitleyi ve o kitlenin içinde bulundukları durumların psikolojik açıdan zayıf taraflarını ve hassasiyetlerini belirler, ilgili psikolojik hedeflerin bir listesini çıkarır ve psikolojik hareket personelini yönlendirecek uygun bilgileri toplar. Hedef analizi, psikolojik hareket durum muhakemelerinin, psikolojik hareket planlarının, emir ve direktiflerinin geliştirilmesi için esas teşkil eder. Aynı zamanda psikolojik hareketin tema, sembol ve yayın araçlarının seçimine (kampanya hazırlıklarına) temel olur.

(5) Tema ve Sembollerin Seçimi:

Psikolojik hareket faaliyetleri için kullanılacak tema ve semboller, amaçlanan psikolojik hedeflerine ve hedef kitlenin hassasiyetlerine uygun olarak yapılan hedef analizi ile tespit edilir. Tema, hedef kitlenin belirli bir hareket tarzını takip etmesi veya özel bir davranışı benimsemesi için ikna edilmesi yoluyla psikolojik amaçların başarılmasında kullanılan konu, fikir veya ikna edici bir ifadelerden oluşur.

(6) Yayın Araçlarının Seçimi:

Propaganda mesajları, hedef kitleye onların yabancı olmadığı ve yaygın olarak kullanılan bir haberleşme aracı ile ulaştırılır.

(7) Propaganda Ürünlerinin Geliştirilmesi:

(a) Propaganda ürünlerinin geliştirilmesi işlemi sonucu, mevcut tüm psikolojik hareket bilgi ve materyali, sanatsal bir çalışmayla semboller, sesler, metinler, makaleler ve hareketlere çevrilir. Bu faaliyet iki safhada yapılır, ilk safhada; uygun haberleşme aracı ile hedef analizinin bütünleşmesi sağlanır. Bu faaliyetin ikinci safhası olan *kavramlaştırma*, tüm sorular cevaplandığında oluşur. Kavramlaştırma, hedef analiz ve yayın araçlarının seçimini işler ve bir plan haline getirir. Bunu takiben psikolojik hareket elemanları propaganda ürünleri geliştirir. Buna, yüz-yüze haberleşme, kampanyaları planlama ve geliştirme, radyo ve televizyon metinleri - konuşmaları, risaleler, afiş ve benzeri malzemelerin geliştirilmesi de dahildir.

(b) Propaganda ürünleri geliştirildikten sonra, gerçek, ayrıntılı üretim faaliyeti başlar.

(8) ön Test (ön Deneme):

Propaganda mesajı tamamlandıktan ve teknik kalitesi yönünden gözden geçirildikten sonra, ön testi yapılır. Propaganda geliştirilmesindeki ön test, hedef toplum üzerindeki etkilerin tespit ve tahmini üzerine yapılan faaliyetlerden oluşur.

(9) Kampanya Nihai Onayı :

Üst komutanlığın psikolojik hareket planlarına paralel olarak hazırlanan, operatif ve taktik hareketi destekleyecek psikolojik hareket planları ve buna bağlı olarak psikolojik kampanyalarının geçici onayı psikolojik hareket birlik komutanı, nihai onayı da desteklenen birlik komutanı tarafından yapılır.

(10) Propaganda Ürünlerini Yayma :

Psikolojik hareket ürünleri, radyo, hoparlör veya televizyon yayınları, basılmış malzeme veya yüz-yüze haberleşme de dahil olmak üzere çeşitli görsel, işitsel ve görsel-işitsel haberleşme araçları ile yayılır. Desteklenen birlikler, normal olarak, uçak ve topçu ile propaganda malzemesinin dağıtımdan sorumludur.

(11) Etkinin Değerlendirilmesi (Son Test) :

Uygulanan bir psikolojik hareketin başarısı, arzu edilen psikolojik hedeflere göre hedef toplumun davranışlarını gösteren mevcut istihbaratın değerlendirilmesi ile belirlenir.

6. PROPAGANDA ANALİZİ :

a. Genel:

(1) Psikolojik hareket personeli devamlı olarak, hareket yapılan bölge, mevcut ve potansiyel hedefler hakkında istihbarata ihtiyaç duyar. Kaynağın, içeriğin, hedef toplumunun, haberleşme araçlarının ve düşmana, tarafsızlara, dost toplumlara yöneltilen mesajların ve kendi propagandamızın etkilerinin değerlendirilmesi olan propaganda analizi, klasik şekilde elde edilen istihbaratı tamamlar. Propaganda analizcisi stratejik ve muharebe istihbaratı yapan kuruluşlardan tamamlayıcı bilgiler ve psikolojik harekatta kullanmak üzere istihbarat bilgileri toplar. Propaganda analizcisinin vardığı sonuçlar diğer kaynaklardan elde edilen istihbaratla kontrol edilir.

HİZMETE ÖZEL

(2) Propaganda analizi psikolojik harekattan yararlanabilmesi için fırsatlar sağlayacak tutumları ve koşulları ortaya çıkardığı için çok önemlidir. Psikolojik uygulayıcı, propaganda gayretlerine yardım edecek olan düşman propaganda kaynakları hakkında bilgi toplamak, kendi propaganda gayretlerinin etkilerini arttırmak ve hedef toplumları üzerindeki propagandanın etkilerini değerlendirmek için hedef analizi tekniklerini kullanır.

b. KAİTE Formülü :

Propaganda analizi KAİTE formülü adı verilen sistematik incelemeye göre yapılır; Kaynak analizi, Araç analizi, İçerik analizi, Toplum analizi, Etki analizi.

(1) Uygun bir propaganda analizi yapabilmek için KAİTE formülü kullanılır. KAİTE kelimesi kaynak, araç, içerik toplum, etki kelimelerinin baş harflerinden meydana gelir.

KAİTE formülünün etkili bir şekilde kullanılabilmesi için hedef toplumunun tutumlarının, inançlarının tam olarak anlaşılması gerekir. KAİTE formülü dost, düşman ve tarafsız propagandanın analizinin yapılmasında uygulanır. Kendi propagandamızın analizinde de başarı ile uygulanabilir.

(a) Kaynak Analizi : Propagandayı yapan bireyi veya kurumu inceler. Kaynaklar genellikle teşkilatlar veya bireysel propagandacılar olarak sınıflara ayrılırlar. Kaynaklar araçlara göre de sınıflandırılabilirler.

(b) Araç Analizi : Kaynağın kendi propaganda mesajını hedef toplumuna hangi haberleşme aracı ile ilettiğini ve bu aracı kullanmasının nedenini ortaya çıkarmak için yapılır.

(c) İçerik Analizi: Nitelik ve nicelik analiz metotları kullanılır, içerik analizi, propagandanın (gizli ve açık) içeriğindeki önemli sözcüklerin, deyimlerin, sembollerin ve temaların anlamlarını ve bunların olası etkilerini meydana koymak için yapılan sınıflandırma ve değerlendirmeden oluşur.

(d) Toplumun Analizi: Propagandanın hedefi olan toplumun ve propaganda için kullanılan ikna tarzının, propaganda kaynağı tarafından secilisindeki nedenleri çözmek için yapılır. Bu analizi yaparken analizci propaganda kaynağının görüş açısından hedef

HİZMETE ÖZEL

toplumunun tutum ve koşulları hakkında kabul edeceği bazı varsayımlardan hareket ederek, mesajın hedefini ve onun özelliklerini saptamaya çalışır.

(e) Etki Analizi : Bir propaganda kampanyasının başarısı onun yarattığı etkinin ölçülmesi ile saptanabildiğinden, en çok üzerinde durulması gereken husus etkinin analizidir. Bu analiz mesaj ve kampanyanın toplam etkisini ortaya çıkarır.

(2) KAİTE formülünün bütün unsurlarının (kaynak, araç, içerik, toplum, etki) incelenmesi gerekir. Bu unsurların hepsini tetkik etmeden varılacak sonuç noksan olur, etkisiz kalır, yanlış yöne sapar.

c. Kaynak Analizi:

(1) Kaynak analizi propagandayı yapan teşkilatın ve personelinin yapısını ve sahip bulunduğu imkan ve kabiliyetleri tespit, teşhis ve analiz eder. Bu analiz bilgi toplamayı ve propagandanın etkilerini saptamayı sağlar. Bu analiz propaganda kaynağının ve onun yaptığı propagandanın güvenilirlik derecesinin saptanması için gereksinme duyulan bilgileri sağlar.

(2) Kaynak Analizinin Yararları:

- (a) Kaynağın yetkisi değerlendirilir.
- (b) Kaynağın doğruluk ve inanırılık derecesi ortaya konulur.

(3) Karşı propaganda faaliyetleri, propaganda kaynağının teknikleri ve propaganda kurumları hakkındaki ip uçlarını ortaya konulmak suretiyle karşı propaganda faaliyetlerine yardımcı olunur.

(4) Kaynağa Göre Propagandanın Sınıflandırılması.

Kaynağına göre propaganda aşağıda gösterilen şekilde sınıflandırılır;

(a) Beyaz Propaganda : Beyaz propaganda gizlenmesine gerek görülmeyen açıkça yapılan harekatta kullanılır. Yapılan propagandanın kaynağı o propagandanın kendisine ait olduğunu saklamaz ve açıkça bunu- kabul ettiğini gösterirse o propaganda beyaz propaganda olarak kabul edilir.

(b) Gri propaganda : Gizli harekatta kullanılır. Kaynak kendisini gizler. Mesajların kaynağı belli edilmez.

(c) Siyah propaganda : Gizli harekatta kullanır ve kendisinden ziyade başka bir kaynaktan yayınlanıyormuş kanısını verir.

ç. Haberleşme Araçlarının Analizi:

(1) Amaç:

Dağıtılmış bulunan bütün propaganda analiz edilmelidir. Bu analize her haberleşme aracı ile neyin haberleşmesinin yapıldığı ve bunun hedef toplumuna nasıl iletildiği kararlaştırılır. Haberleşme araçlarının analizinde propagandanın iletildiği araçlarla ilgilenilir. Bu analizde "Bu özel araçlar niçin kullanılıyor?" sorusu sorulur ve bu soru cevaplandırılır. Haberleşme araçlarının analizi, hedef toplumunun analizi ile yakından ilgilidir.

(2) Analiz Edilen Araçlar :

(a) Haberleşme araçlarının analizi, araçların bütün özelliklerinin saptanmasını kapsar, örneğin; yapım yöntemleri, menzili, tekrarlanışı, şekil, dağıtım şekli vb. gibi.

(b) Propagandacı kendisinin seçtiği yerli hedef toplumunun haberleşme usullerini, belirli bir hedefe erişmek için hangi koşullar altında, hangi çeşit haberleşme aracının kullanılması gerektiğini bilir. Propagandacı hedefinin genel haberleşme zafiyetlerini ve neleri, nasıl ve ne zaman dinlediklerini, neleri okuduklarını, seyrettiklerini ve konuşma tarzları konusunda bilgi sahibidir. Bu nedenle her haberleşme aracı, dahili propagandacının haberleşme çeşitlerinden hangilerini kullandığını ve sebeplerini tayin etmek için analiz edilir.

(c) Geçici olan temalarla, esas ve devamlı olan temaların karıştırılmasını önlemek için analizci, analiz için yeterli zamanın ayrılmış olmasını ve bu zamanda yeterli miktarda bilgi toplanmasını sağlar.

d. İçerik Analizi:

(1) Amaç:

İçerik analizi sözlü, yazılı, resimli veya diğer sembollerle iletilen propaganda mesajlarının anlamlarını ortaya çıkarır. Bu analiz, propaganda mesajlarının anlamını,

HİZMETE ÖZEL

etkilerini ve bunların dağıtılmalarıyla ilgili nedenleri araştırmak için yapılan objektif ve sistemli bir incelemelerden oluşur.

(a) Nicel içerik analizi belirli bir zaman süresinde yapılan propaganda içeriğinin, sınıflandırma ve istatistiği cetveller yoluyla sistemli ve objektif olarak yapılan analizdir.

(b) Nitel içerik analizi öncelikle sübjektif olmak üzere, analizcinin yargısına ve bilgisine bağlı kalarak haberleşmenin ve muhaberatın özünün analizidir.

(c) Mesajların anlamlarının, amaçlarının ve aşıkâr ve potansiyel etkilerinin tam olarak yorumlanması için her iki yöntemin karışımı kullanılır.

(2) İçerik Analizinin Uygulanması:

(a) Moralin analizi: Bir ulusun moral düzeyi, onun iç propagandasının analizi ile saptanabilir. Uluslararası anlaşmalara uymamak suretiyle veya uyumsuzlukları konferans masalarına götürerek halletme çabaları gibi meydan okur tutumu gösteren hareketler, ciddi olan iç güçlüklerden halkın dikkatini başka istikametlere çekme gereksinmesinden doğar.

(b) Kendiliğinden oluşan veya meydana gelen bilgilerin analizi: Propagandada bir toplumun ilgisini çekmek için çare olarak haberler, düşünceler ve eğlence programları da yayınlanabilir. Bu gibi programların dikkatli olarak yapılan analizinde değerli istihbarat bilgileri elde edilebilir.

(I) Eğer kaynak gramer hataları yapar, deyimleri doğru kullanmazsa, bu durum kaynağın yetişkin dil uzmanları yönünden zafiyetlerinin olduğunu gösterir.

(II) Basılı propaganda gereçlerinde kötü cins kağıt ve mürekkep kullanılması, kaynağın ikmal güçlükleriyle karşı karşıya olduğunu emaresidir.

(III) Zayıf Radyo Sinyalleri, programların içerik, dil, sunum teknikleri yönünden yetersiz olması, faal istasyon sayısının azlığı gibi emareler teknik işletme personelinin ve gereçlerin yetersiz ve kısıtlı olduğunu gösterir.

(c) Biyografik Bilgiler: Bir ülkedeki içe dönük propagandanın analizi sayesinde belirli kişiler hakkında biyografik bilgiler sağlanabilir. Örneğin; böyle bir propaganda, hükümet

HİZMETE ÖZEL

liderlerine ayrılan yer ve zaman genellikle o liderlerin hiyerarşik düzende işgal ettikleri yerin önemini ve o kimselerin durumlarını ortaya koyar.

(d) Ekonomik Bilgiler: Propagandada verilen istatistiği bilgiler gereçlerden farklıda olsa, bunlardan ekonomik bilgiler elde edilebilir. Elde edilen bilgiler daha önce elde edilenlerle karşılaştırıldığında, endüstride ve tarımdaki üretim ve iş gücündeki değişiklikler veya psikolojik hareket için gerekli ekonomik koşullara ait değerli bilgiler elde edilir.

(e) Propagandadaki Çelişkiler : Propagandadaki herhangi bir çelişki, kaynağın ülkesindeki veya silahlı kuvvetleri arasındaki siyasal, ekonomik, sosyal ve psikolojik koşullar hakkında ip uçları verir.

(f) Niyetlerin Meydana Çıkarılması : Propaganda, bir kaynak tarafından, bir hükümetin gerçek niyetlerinin gizlenmesinde kullanılır.

(3) Yöntembilim:

(a) Varsayım : Analizci tarafından belirli bir içerik problemin analizi için, hangi yaklaşım metodu (nicel veya nitel) kullanılırsa kullanılsın, analizci tarafından kanıtlanacak veya çürütülecek bir varsayımın ortaya konması gerekir.

(I) Varsayım, analiz yoluyla kanıtlanması veya çürütülmesi düşünülen bir problemin açıklanmasıdır veya bir teodir. Varsayım ispatlanacak bir problemin kesin bir tanımlamasını verir. Varsayım, analizci tarafından ya kaynağın propagandası hakkında sahip bulunduğu bilgiye dayanılarak veya örneklerin ya da propagandanın incelenmesiyle ortaya konur.

(II) Analiz geliştikçe, varsayımda değişiklik yapılması gerekebilir. Varsayım değiştirildiği takdirde bütün işlemin tekrar edilmesi gerekebilir.

(b) Yaklaşımın Seçimi: Bir varsayım ortaya konulduktan sonra analizci nicel veya nitel yaklaşım metodundan hangisinin seçileceğine veya karışımının kullanımına karar verir. Varsayımın hangi hususlara bağlı olduğu aşığıdadır.

HİZMETE ÖZEL

(I) Eğer incelenecek gereçler çok fazla ve uzun bir zaman dönemini kapsıyorsa nicel bir yaklaşım tercih edilir. Eğer sadece birkaç adet propagandayı ve kısa zaman dönemi kapsıyorsa nitel yaklaşım daha uygundur.

(II) Neyin yapılmak istediği diğer önemli bir faktördür. Eğer istatistiksel bilgiler isteniyorsa nicel yaklaşım, ayrıntıya girmeyen bir sonuç isteniyorsa nitel yaklaşım kullanılır.

(III) Propagandanın mükemmel bir analizi iki yaklaşımın birleşik olarak kullanılması ile yapılır.

(c) örnek Seçme:

Hareket tarzı ne olursa olsun analizci, varsayımını ispatlamak veya çürütmek için, propagandanın hangi belirli kısımlarını inceleyeceğini saptamalıdır. Gerekirse belirli bir kaynağın propagandasından bazı örnekler alınabilir. Alınan bu örnek propaganda da işlenen doğrular ve istemeyerek yapılan hatalar tespit edilir. İçerik analizinde, örnek seçme üç aşamada meydana gelir.

(I) isimler : Bir kaynağın yaptığı propagandadan hangileri ile inceleneceği hakkında bir karara varılır.

(II) Nüshalar: İncelenecek olan belirli isimler seçildikten sonra, bunlardan belirli nüshaların seçilmesi gerekir.

(III) Seçim : Gazetenin isim ve nüsha seçimi yapıldıktan sonra o nüshanın hangi kısmının inceleneceğine karar verilmelidir. Bu hususta yapılacak seçimi gene varsayım tayin eder.

(ç) içerik Sınıfları :

içerik sınıfları, analizi yapılacak materyalin birimleridir. Verilen bir içerik analizi probleminde, içerik sınıflarının belirtilmesi, incelenmekte olan varsayıma bağlıdır. Hem nicel ve hem de nitel içerik analizinde, içerik sınıflandırmasından yararlanılır. Analizin yapılması sırasında ihtiyaç duyulduğu takdirde yeni sınıflarda eklenebilir. Ayrıca önceden yapılan sınıflandırmada tespit edilen içerik sınıflarının tanımlamaları, gereken şekilde değiştirilebilir.

HİZMETE ÖZEL

Aşağıda genel olarak içerik sınıfları gösterilmiştir. Bunların hangisinin kullanılacağı varsayım tayin eder.

(I) Konu : Bu sınıf yapısı itibarıyla en genel olan ve "Haberleşmenin konusu nedir?" şeklinde sorulacak ilk sorunun cevabını teşkil eder. Bu sınıf bir propaganda örneğinde değişik konulara verilen nispi önemi saptamada kullanılır.

(II) Yön : Bu sınıf, olumlunun olumsuzu uygunun uygun olmayana, lehte olanların, aleyhte olanlara nazaran oranını bulmak suretiyle propagandanın eğilimini saptar.

(III) Değerler : Bu sınıf halkın amaçları ve istekleri ile ilgilidir. Bu, para, aşk, sosyal durum, meslekte ilerleme, sağlık, öğrenim vb. gibi hususları kapsar.

(IV) Yöntem : Bu sınıf kaynağın kullandığı teknikler ile ilgilidir.

(d) Ölçü Birimleri:

Genel olarak ölçü birimlerinin kullanılması nicel içerik analizi probleminde olur. Bununla beraber nitel içerik analizinde de kullanılması uygun olabilir. Aynı analizde değişik ölçü birimleri kullanılabilir, örneğin; bir temanın kaç defa kullanıldığı, bir temanın söyleniş tarzındaki değişiklikler, bütün bunlar nicel analizin göstergeleridir. Nicel analizinde kullanılan birçok değişik birimler vardır. Belirli bir probleme hangi ölçü biriminin uygun olduğunu gene varsayım ile belirlenir.

(I) Sözcük : Sözcük ölçümün en küçük birimidir. İçerik sınıfları tek, belirli sözcükler esas alınarak yapılabilir. Bu ölçü biriminin uygulanması seçilmiş kelimelerin nispi tekrarlarının bir listesini meydana getirir. Bu ölçü biriminin bir değişik şekli ise deyim olarak ifade edilir.

(II) Tema : Sözcükten daha büyük ölçü birimlerinden ikincisi temadır. Bazı konularla ilgili bir iddia, çok kısa ve basit bir cümle veya soyutlamalarla dolu uzun bir cümle veya paragraf da olabilir.

(III) Kişiliklerin Açıklanması : özellikle hayali veya canlı hususlara uygulanabilen diğer bir birim, bu hususlarla ilgili olan kişilerin açıklamasıdır. Bunlar, öğrenim, ekonomik durum, din, milliyet, medeni hal ve diğer kişisel özelliklerine göre sınıflandırılır.

HİZMETE ÖZEL

(IV) Çeşit : Kullanılan haberleşme aracına göre çeşit farklı olabilir. Bir kitap, bir dergideki makale, bir konuşma, bir radyo programı, bir mektup, bir haber, bir başyazı veya fikirlerin herhangi şekilde bir açıklaması olabilir. Bu ölçü birimi, çoğunlukla uzun bir zaman devresi içinde birçok konuları kapsayan analizlerde kullanılır.

(V) Diğerleri : Propaganda analizinde kullanılan diğer ölçü birimleri, yazı sütununun uzunluğu (cm cinsinden) metnin santimetre karesi, sahife, satır, basılı materyalde paragraf sayıları radyo yayın materyalinin zaman uzunluğu gibi ölçülerdir. Bu ölçü birimi, çeşit birimine nazaran daha kesin ayırım yapma olanağını sağlar.

(e) Gerçek Sayım :

Analizci teknik olarak sayma işi ilgili verileri inceledikten sonra nicel analizde sayım, duyarlı bir şekilde yapılmalıdır. Birçok nitel analizde bu aşama atlanabilir. Bir sayım yapıldığında, seçilmiş propaganda örneği içinde kapsanmış olan her bir ölçü birimi, sınıflardan birine tahsis edilmeli ve her birim sayım işine dahil edilmelidir. Normal listenin dışında kalan sınıflara ait örnek birimleri kapsamak üzere bir müteferrik sınıf oluşturulur.

(f) Sonuçların Sunumu :

Diğer istihbarat işlemlerinde olduğu gibi alınan sonuçlar bunları kullananlara sunulmalıdır. Nicel analizde sayımın matematik sonuçları analizcinin anlam çıkarabileceği şekilde sunulmalıdır. Normal olarak bütün bilgilerin karşılaştırmasını yapabilmek için her zaman devresine ait, her bir sınıfın toplamalarını gösteren bir tablo hazırlanabilir. Nitel içerik analizinde sonuçlar sayılar olarak değil, daha ziyade sözcüklerle sunulur.

(g) Sonuçların Analizi:

Analizci propaganda çalışmalarının sonuçlarını alarak onları varsayımın ışığı altında inceler. Nicel içerik analizinde analizci sayımın en sonraki sonuçlarını gösteren tablo ve grafikleri gözden geçirmek suretiyle bu sonuçların varsayımı doğrulayıp doğrulamadığına karar verir. Böylece analizci varsayımlara bağlı olarak bir zaman serisindeki eğilimleri ve karşılaştırmalı olarak yapılan çalışmalarda önem verilen hususları saptayabilir.

(h) Sonuç Çıkarma :

Varsayımın ispatlanması veya çürütülmesi için sonuçların çıkarılması son aşamayı oluşturur. Bu sonuçlar, analizci tarafından nispi tutumların veya gelecekteki faaliyetlerin saptanması gibi anlamlı sonuçların elde edilmesinde kullanılır.

e. Toplum Analizi:

(1) Tanımlama:

Toplum analizi, propaganda mesajının ulaştığı veya ulaştırılmaya çalışıldığı toplumun tümünün incelenmesidir. Hedef olarak alınmayan fakat mesajla teması olan kimselerde hedef toplum kapsamına girer.

Toplumlar, çok genel olan toplumlardan, belirli sınıflara kadar değişebilir. Bunlar gelir, coğrafi ideolojik, ırksal, siyasal, dinsel ve sosyal gruplar ve sınıflardır. Toplanan istatistiği bilgilerden toplumlara ait cetveller meydana getirilir.

(2) Amaç:

Toplum analizi ile;

- (a) Toplumu etkileyen koşullar ve tutumlar,
- (b) Propaganda kaynağı tarafından kullanılan strateji,
- (c) Kaynağın gayretlerini yönelttiği belirli hedef grubu,
- (d) Yararlanabilecek duyarlı veya zayıf taraflar,
- (e) Kaynağın propaganda hedefleri saptanır.

(3) Hedef Toplum Tipleri:

Toplum analizinin esas amaçlarından birisi kaynağın hedeflerinin teşhisidir. Toplum analizi ile dört esas tip toplum teşhis edilebilir.

(a) Aşık Hedef Toplumu : Propaganda mesajına göre, propagandanın hedefi olarak görünen gruptur. Bu grup propaganda mesajının gerçek, amaçlanmış veya son hedefi olabilir veya olmayabilir.

(b) Son Hedef Toplumu : Propaganda mesajının gerçek, amaçlanmış veya son hedefi olan grup olabilir.

(c) Ara Hedef Toplumu : Kaynağın kendi propaganda mesajını gerçek hedef toplumuna aktarmak için kullandığı gruptur. Ara hedef toplumu gerçek hedef toplumunun bir parçası olabilir veya ayrı bir grup olabilir.

HİZMETE ÖZEL

(d) Amaçlanmamış Toplum : Kaynağın ulaşmayı amaçlanmadığı ve fakat diğer bir gruba yönelmiş olan, mesajı almış olan diğer bir grup olabilir.

(4) Yöntem:

Yöntemin uygulanmasında analizci aşağıdaki işleri yapar.

(a) Hedefin Teşhis Edilmesi : Analizci mümkün olduğu kadar çok sayıda çeşitli hedefleri teşhis eder ve her hedefin niçin ve nasıl kullanılacağını saptar.

(b) Coğrafya : Hedefin coğrafi yeri, hangi toplumlardan ve hangi haberleşme araçlarından yararlanılması gerektiği hakkında esaslı bilgileri meydana koyabilir. Bu nedenle, analizci coğrafi etkenlerin neler olduğu ve bunların nasıl kullanılacağı hakkında bilgiye gereksinim duyar.

(c) Son Hedef Toplumu : Yukarıda açıklanan hususları yerine getirdikten sonra analizci son hedef toplumunu, doğru bir şekilde kararlaştırmalı ve vardığı sonucu kabul etmelidir. Çıkarılan sonuçlar eldeki istihbaratın bütününe dayandırılır.

(d) Hedef toplumunun koşullarının ve tutumlarının ayrı olarak saptanması: Analizci her toplumun haberleşme işlemi ile ilgili koşulları ve tutumları saptar.

f. Etki Analizi:

(1) Amaç:

Etki analizi propaganda gayretlerinin bir toplum üzerinde sağladığı etkiyi saptamak için yapılır. Bu analiz propagandanın nispi başarısını değerlendirir ve belirli bir etkinin meydana getirilmesindeki nedenleri araştırır.

(2) Yöntem:

Bir propaganda mesajının belirli bir toplum üzerindeki etkisini analiz etmek için kullanılacak yöntem, kendi propaganda mesajlarımızın değerlendirmesinde kullanılan ön değerlendirme ve son değerlendirme yöntemlerinin aynısı kullanılır.

(3) Moralin Analizi:

Düşman moralinin durumu, çoğunlukla düşman propagandasının analizi ile saptanabilir. Örneğin; sakin bir şekilde iletilen ve heyecanlı olmaktan ziyade mantığa

dayanan bir propaganda, düşman moralinin yüksek olduğunu belirtir. Heyecanlı ve şamatalı olan propaganda ve düşük morali ortaya koyar.

(4) Düşman Tekniklerinin Analizi:

Düşman propagandasının analizi, düşmanın kullandığı propaganda tekniklerini meydana çıkarabilir. Bu teknikler etkili olduğu takdirde ve Türkiye Cumhuriyeti politikasına ve milli siyaset belgesinde belirtilen esaslara aykırı düşmedikçe, bunlardan doğrudan doğruya veya değişiklik yapılarak yararlanılması düşünülebilir.

7. PROPAGANDA TEKNİKLERİ :

Psikolojik bilgilerin artışı propaganda tekniği bakımından ortaya yeni imkânlar çıkarmıştır. Belirli bir toplum veya hedef kitle için başarılı olan propaganda yöntemleri diğer toplum veya diğer insan grupları için başarılı olmayabilir. Psikolojik hareket uygulamalarında genel olarak hedef kitle ve hedef topluma yönelik bazı propaganda teknikleri ve usulleri kullanılır. Bunlar;

a. Parlak ve Genel Anlamlı Sözcük ve Deyimlerin Kullanılması:

Bunlar genellikle herkesin kabul etmiş bulunduğu fikirler ve inançların uygun anlamlar taşıyan, kendiliğinden inandırıcı özelliği bulunan ve bir haberi destekleyen sözcük ve deyimlerdir. Bunlar memleket ve yuva sevgisi, barış arzusu, özgürlük, şeref duygusu, onur ve bunun gibi duygulara hitap eden deyimlerdir. Sözcük ve deyimler anlamca belirsiz ve değişik kimselerde değişik anlamlar oluşturmalarına rağmen bu sözlerin oluşturduğu çağrılar daima olumludur. Genelleştirme durumlardaki değişiklikler ile etkinlik kazanabilir veya kaybedebilir. Bundan dolayı yürürlükteki koşullara göre düzenlenmelidir. Belirli bir zamanda olumlu duygular oluşturan deyimler, başka bir zamanda koşulların önemli ölçüde değişmiş olmasıyla uygun olmayan çağrılar uyandırabilir.

b. Tanık Gösterme (Prestije Başvurma):

Prestij sahibi olan kişilere bağlanan düşünceleri toplumlar daha kolaylıkla kabul ederler. Kişilerin karizması onların temsil ettiği fikirlere hayranlığı tahrik eder. Belirli bir politikayı, hareketi, programı veya şahsiyeti desteklemek veya reddetmek için mevcut çevre içinde veya dışından canlı ve cansız kişi ve nesnelerden (bilim adamları, sanatçılar, askeri-siyasi-ekonomik ve dinsel liderler vb.) yararlanma işidir. Bu durumda tanık gösterilen kişinin şöhretinden veya toplum içindeki rolünden (Uzman olması veya toplum tarafından saygı duyulan bir kişi olmasından) yararlanılarak kitlelerin etkilenmesi amaçlanır.

c. Kaçınılmaz Zafer :

Hedef kitlenin, belirlenen amaçlar doğrultusunda zaferin kaçınılmazlığına inandırılması, harekete geçirilmesi ve bu harekette birleşmeye ikna edilmesi için kullanılır. Zaferin kaçınılmazlığı, bu hareketin karşısında olanları yaklaşan kesin zafer taraftarları ile birleşmeye davet eder.

Halen taraftar olanlar veya kısmen tarafımızda bulunanlar için en iyi hareket tarzının bu hareketin yanında bulunmaları olduğu bir kez daha ifade edilir. Bu teknik, halkın doğal olarak, kazanan taraftan olma isteğini kuvvetlendirir.

ç. Halk Adamı Yaklaşımı :

Halk adamı veya sade vatandaş yaklaşımı, propagandacının, halkın genel duygularını yansıttığı konusunda hedef toplumu ikna etmeye çalışır. Bu yaklaşım, toplumun güvenini kazanmak için toplumun konuştuğu ve yazdığı tarz ve yöntemi kullanacak şekilde düzenlenmiştir. Propagandacı, kendi görüşünü orta sınıfa anlatmak için sade bir dil ve usul kullanmalıdır. Propagandacı halkın dili ve halkın düzenine uygun olarak konuşmakla ve yazmakla "fazla aydın" ve "kulağa yabancı gelen" konuşmaları sevmeyen ve bunlara inanmayan kimselerin güvenini kazanabilir.

"Halk adamı" yaklaşımının kullanılmasında; yerli dil, uygun lehçe kullanılır, konuşmada hatalara meydan verilmez, yuvaya ve köye ait sözcükler kullanılır.doğallık esas alınır.

d. İsim Takma :

İsim takma yoluyla propagandacı, hedef toplumda fikirlere, şahıslara veya kurumlara karşı olumlu ve olumsuz ön yargılar yaratmaya çalışır. Bu amaçla hücum edeceği konuya kurum veya kişiye toplumun nefret ettiği veya korktuğu isimler, etiketler takar, isim takma, ya doğrudan yada dolaylı şekilde olabilir.

e. İma Yöntemi:

Bu yöntem hedef kitleyi, bölme amacıyla hedef toplumda bazı belirli fikirlere, gruplara veya bireylere karşı şüpheler yaratmak için kullanılır. Propagandacı bu gibi hususları kapalı sözlerle, imalarla anlatmaya çalışır. Fakat toplumun kendi yargılarını kendilerinin vermelerini bekler. Bunun için; belirli cevaplara götüren sorular sorar, Mizahı etkili bir ima yolu olarak kullanır.

f. Amaçlı Seçim :

Bu teknik, çeşitli olaylardan içerisinde yalnızca psikolojik hareket uzmanının amaçlarını destekleyenleri seçme ve tanıtmadır. Bu tekniğin kullanılmasında psikolojik hareket uzmanının görüşlerini en etkili şekilde destekleyen veya tanıtan gerçekler seçilir ve sunulur. Bu yöntem, aynı zamanda konu ile ilgili bütün materyali toplamayı ve bu materyalden propagandayı en iyi şekilde destekleyen kısımları seçmeyi kapsar. Propagandayı önceden hazırlama, olay yaratma ve sansür, seçilecek hususların diğer şekilleridir. Başarı veya başarısızlık propagandacının gerçekleri veya olayları seçmedeki başarı derecesine ve bunları savunmasına veya onları hazırlamasına bağlı olarak gelişir.

g. Basitleştirme :

Birçok olayı doğru veya yanlış, iyi veya kötü şeklinde ifade ederek bir hareketin veya kararın herkes için anlaşılır olmasını sağlar. Basitleştirilmiş yorumlar sunulur, ifadelerde olumlu "hemen hemen" veya "takriben" gibi sözcükler kullanılır. Basitleştirme, kültürlü veya kültürsüz toplumların belirli bir yöne yönelmelerini sağlamak için kullanılabilir. Birçok kişi kültürlü veya belli bir sahada eğitilmiş bir uzman ve üstün yetenekleri olmasına rağmen bu kişiler, zaman ve çalışmalarındaki kısıtlamalar dolayısıyla diğer sahalara ilgi göstermek, bunları anlamak ve ona göre hareket etmek için basitleştirmeyi kabul eder ve bu yöne eğilmeye zorlanabilir.

8. KARŞI PROPAGANDA :

a. Genel Bilgiler:

Tanımı: Karşı propaganda, düşman veya diğer yabancı grupların propagandalarının etkilerini yok etmek veya en az seviyeye indirmek için düzenlenen ve onlara yöneltilen propagandadır. Karşı propaganda, planlanan veya icra edilen propaganda faaliyetleri sırasında düşman propagandasının etkilerini kısıtlamak veya asgariye indirmek amacıyla düşman propagandasından yararlanır. Bir psikolojik uygulayıcı, hayal gücünü kullanarak iyi planlanmış bir karşı propaganda ile karşı taarruz yapabilir.

b. Karşı Propagandanın Kullanılışı :

Karşı propagandanın hedef kitle üzerinde meydana getirileceği etki ve karşı propagandanın psikolojik hareket kampanyasının toplam başarısına sağlayacağı katkı, karşı propagandanın zamanın saptanmasında en önemli adımı oluşturur.

HİZMETE ÖZEL

Karşı propaganda, psikolojik harekatı destekleyen istihbarata ve propaganda analizine dayanılarak tespit edilir. Karşı propaganda top yekun psikolojik harekat kampanyasına kesin olarak fayda sağlayacağından emin olmadıkça kullanılmamalıdır. Savunma tedbirleri üzerinde fazla durmak suretiyle inisiyatifin elden kaçırılacağı daima göz önünde bulundurulmalıdır. Karşı propagandanın sonuçları belirsiz veya tehlikeli gözüküyorsa, düşman propagandasını dikkate almamak uygun bir hareket tarzı olabilir.

c. Karşı Propaganda Teknikleri (Yöntemleri):

Karşı propagandada kullanılan çeşitli teknikler vardır. Kullanılacak tekniğin seçimi, içinde bulunulan duruma ve arzu edilen toplam etkiye bağlıdır.

(1) Ün Alma : Ün alma, düşmanın kendi propagandasında yararlanabileceği ve kendi amaçları için kullanabileceği konunun önceden yakalanması ve tespiti, bu konunun kendi çıkarlarımız için kullanmasına imkan sağlar.

Bu tekniği etkili bir şekilde kullanabilmek için bir psikolojik harekat personeli düşman propagandacısının durumdan haberdar olduğu zaman ne şekilde tepki göstereceğini tahmin etmesi, olasılıkları ortaya koyması gerekir. Düşman propagandacısının durumdan yararlanma olanağı elde etmeden önce karşı propagandanın hedef toplumuna sunulması ve avantajlı duruma geçilmesi amacı ile hazırlık yapılır.

(2) Doğrudan Doğruya Çürütme: Düşman propagandasındaki suçlamaların tek tek reddedilmesi suretiyle yapılır. Bu tekniğin etkili ve başarılı olması, düşman hakkında ayrıntılı ve güncel bilgilere sahip olmayı gerektirir.

Düşman propagandasındaki suçlamaların çürütülmesi amacıyla, propagandanın sık sık tekrarlanması, düşman propagandasına kuvvet kazandırabilir, daha geniş bir kitlenin duymasına ve fikir üretmesine neden olabilir.

Ayrıca çürütmede kullanılan temalar, hedef toplum açısından inanılır ve güvenilir olmalı ve mümkün olduğu kadar çabuk ve geniş şekilde dağıtılmalıdır. Hedef toplumunun düşman propagandasındaki fikirleri doğru olarak kabul etmelerinden önce, gerçek bilgileri onlara ulaştırmak için dağıtımın çabuk olması gerekir.

HİZMETE ÖZEL

(3) Dolaylı Çürütme : İma ve ikna yolu ile düşmanın iddialarını çürütmeye hizmet edecek ve düşman propagandasının içeriği ile ilgili bir takım yeni temaların sunulmasıyla yapılır. Bunu yapmakla psikolojik uygulayıcı, doğrudan doğruya çürütme tekniğinde olduğu gibi düşman mesajlarını yaymaya veya kuvvetlendirme riski ile karşı karşıya kalmaz.

(4) Başka Yöne Saptırma Tekniği : Başka yöne saptırıcı karşı propaganda, hedef toplumunun dikkatini düşman propagandacısının asıl konusundan başka bir tarafa çekme girişimidir. Bu husus yeni bir tema kullanarak veya etkili olduklarını ispatlamış olan temaların yoğun bir şekilde kullanılmalarıyla bağlanır.

(5) Sessizlik : Karşı propaganda da düşmana karşı kullanılacak temadan başarılı bir sonuç beklenmiyorsa ve konu çürütmeyi gerektirecek kadar önemli değilse, hiçbir şey yapmayıp sessiz kalmak bir çözüm yolu olabilir. Bu tekniği kullanmadan önce psikolojik uygulayıcı, sessizliğin hedef toplumu üzerinde meydana getireceği etkiyi değerlendirir.

(6) Bağışıklık Kazandırma : Karşı propagandada kullanılan bağışıklık kazandırma tekniği, hedef toplumuna öğretici ve bilgi veren programlar düzenleyerek toplumu şartlandırmak ve dolayısıyla onların düşmanın yaptığı propagandaya karşı olan duyarlılığını azaltmak veya bağışıklık kazandırmaktır. Bu tekniğe aşılama da denir.

(7) Kısıtlayıcı Tedbirler : Düşman propagandacısının hedef toplumuna ulaşmasını önlemek için kısıtlayıcı tedbirlerin kullanılması, propagandaya karşı koymada kullanılan diğer bir tekniktir. Ancak bu tekniğin kullanılması hedef toplumunun düşmanın gösterdiği faaliyetlere karşı ilgisini arttırabilir ve hedefi gizlice düşman propagandasını dinlemeye ve okumaya teşvik edebilir. Yeterli gücün olmadığı ve kısıtlamanın eksiksiz olarak uygulanamayacağı hallerde bu teknik başarılı olamaz. Bu teknik çoğunlukla zararlıdır. Çünkü hedef toplumunun desteğini ve işbirliğini sağlamak için düzenlenen psikolojik hareket ile çelişkiye düşülmüş olur.

(8) Konuyu Önemsememek : Düşman propagandasının etkilerini azaltmak için kullanılabilecek diğer bir teknikte, konunun önemsenmemesidir. Bu teknik aşağıda gösterildiği gibi üç şekilde uygulanır;

(a) Propagandada olumlu hususlar üzerinde durulur.

HİZMETE ÖZEL

(b) Konuya ait gerçeklerin açıklanmasına halihazır zamanın uygun olmadığı fakat olayların zamanla düşman propagandacısının hatalı veya en azından yanlış olduğunu kanıtlayacağı ima edilir.

(c) İnanırlığı sağlamak için, kısaca düşman suçlamalarına değinilip sonra konu değiştirilir.

(9) Taklit Edici Aldatma : Bu teknik, düşman propagandasının inanırlılığını çürütmek veya azaltmak için kullanılabilir. Düşman propagandasında ufak değişiklikler yapılarak bu tür propagandanın sonuçtaki etkisi değiştirilebilir.

9. DİĞER PROPAGANDA HAREKATI(GİZLİ HAREKAT) :

a. Genel Bilgiler:

Kaynağını açıklamayan psikolojik harekata gizli hareket denir. Bu faaliyetleri yürüten otorite kendini açığa vurmadan planlar ve yürütür, açığa çıktığı takdirde mantıklı bir şekilde, bu faaliyetle ilişkisi bulunmadığını ileri sürebilir. Siyah ve Gri propaganda, gizli gayretler olarak sınıflandırılır. Gizli psikolojik hareket normal, olarak Türk Silahlı Kuvvetleri'nin görev alanı içinde yer almaz.

b. Siyah (Sinsi) Propaganda :

Siyah propaganda başka bir kaynaktan çıkıyormuş gibi gösterilmek suretiyle yapılan propagandadır. Bu propaganda düşman ülkesi içinden çıkıyormuş gibi görüldüğü zaman, bunun düşman ülkesinde yıkıcı faaliyet elemanları tarafından yürütüldüğü intibasını uyandırır ve inanırlık sağlar.

Siyah propagandanın hedef kitlede arzu edilen azami etkiyi sağlaması için büyük ölçüde doğru ve güncel istihbarata ihtiyaç duyulur. Propagandayı planlayıp icra edecek psikolojik hareket personeli konusunda bilgili tecrübeli olmalı ve bu faaliyetleri gizli şekilde yürütmelidir. Sinsi propaganda stratejik harekatta çok kullanılır.

Sinsi propaganda faaliyetlerinin, açık propaganda gayretlerindeki bütünlüğü bozmaması için, açık ve gizli hareket birbirinden aynı yürütülmeli ve bu faaliyetlerin birinde çalışan personel diğerinde çalıştırılmamalıdır.

HİZMETE ÖZEL

(1) Olanaklar ve Yararları :

(a) Perde arkasında çalışan siyah (sinsi) propaganda, düşman ülkesi içinde çıkartılabilir ve belirli hedef toplumları için uygun propaganda mesajları hemen, o yerde sağlanabilir.

(b) Bilinmeyen bir kaynaktan çıktığı için, düşmana kendi aralarında karşıt ve hain unsurların bulunduğunu ima etmek suretiyle onun moralinin bozulmasına yardım eder.

(c) Terimlerin formların ve uygun haberleşme araçlarının uygun bir şekilde kullanılmaları ile, mesajlar düşmanın kendi propaganda gayretlerinin bir parçası imiş gibi gösterilebilir. Bu şekilde çelişkiye düştükleri kanısı uyandırılarak düşmanın açık propaganda gayretlerinin etkinliği kayba uğratılır.

(ç) Gizli olması ve kaynağın bilinmemesi dolayısıyla düşman karşı propagandası siyah propagandaya karşı daha az etkilidir.

(2) Sınırlayıcı Hususlar ve Sakıncalar:

(a) Sinsi propaganda tanınmasının önlenmesi ve bunu sonucu olarak da inanırlığını kaybetmemesi için çok fazla bir dikkatin harcanmasını gerektirir.

(b) Sıkı güvenlik tedbirlerinin alınması, yerine göre sinsi propagandanın esnekliğini kısıtlayabilir bu da harekatı sınırlar.

(c) Düşman bölgesi içerisinde harekat yaparken keşfedilmesi ve imha edilmesi tehlikesine karşı duyarlıdır.

(3) Siyah (Sinsi) propaganda için örnekler:

- (a) Dedikodu veya şayia.
- (b) Müstehcen yayınlar.
- (c) Fıkralar ve nükteler,
- (ç) Sloganlar.
- (d) Sahte yiyecek karnesi ve sahte kimlik kartları.
- (e) Düşmanın tanıtılması.
- (f) Duvarlara yazı yazmak ve resimler çizmek.

HİZMETE ÖZEL

c. Gri (Bulanık) Propaganda ;

Gri propaganda özellikle kaynağını hiç belli etmeyen propagandadır.

(1) Yararları: Hünerli bir şekilde kullanılan bulanık (gri) propaganda şunları başarabilir.

(a) "Düşman propagandası" damgasını yemeden, kaçınmayı başararak "kabul edilirliliği" sağlayabilir.

(b) Kaynağın prestijine bir zarar vermeden duygusal temalar kullanılabilir.

(c) Gerçek kaynağı açıklamadan yeni temalar sunabilir. Çünkü bu çeşit propagandada temalar tecrübe edilmek amacı ile de kullanılabilir.

(2) Kısıtlayıcı Hususlar:

(a) ; Gri propagandanın hem kaynağını gizli tutmak hem de güvenilirliği korumak ve sürdürmek güçlüğü gri propagandanın kullanılışını kısıtlar.

(b) Gri propagandanın içeriği ve amacı, araştırmacı bir analiz yapılması için duyarlı olabilir. Bu neden propagandanın etkisinin azalmasına ve karşı propagandaya daha duyarlı hale gelmesine sebep olabilir.

d. Radyonun Kullanımı ;

(1) Rolü : Gizli, radyo, sinsi ve bulanık propagandanın yayını yapan bir haberleşme aracıdır. Normal olarak bu faaliyet silahlı kuvvetler tarafından yürütülmez. Bununla beraber silahlı kuvvetler radyonun işletilmesinde danışmanlık hizmeti verebilir.

(2) Sakıncalar: Bütün haberleşme araçlarının, düşman kestirme araçları tarafından yerlerinin saptanmaları ve tanınmaları olanağı vardır. Bu nedenle gizli psikolojik hareket radyosunun çalıştırılmasında esneklik olmalıdır. Vericiler bir propaganda yayınından sonra yer değiştirmelidir. Bu eylem gizli vericinin düşman tarafından bulunmasını ve gizli psikolojik hareketi yürüten yerli personelin tehlikeye düşmesini önler.

HİZMETE ÖZEL

EKLER

EK-A	TANIMLAR
EK-B	HEDEF ANALİZİ İŞ MUHTIRASI FORMU
EK-C	PSİKOLOJİK HAREKAT DURUM MUHAKEMESİ
EK-Ç	PSİKOLOJİK HAREKAT PLANI FORMU/ EKİ
EK-D	KAMPANYA KONTROL FORMU
EK-E	PSİKOLOJİK HAREKAT MATRİSİ
EK-F	KISA DÖNEM PSİKOLOJİK HAREKAT PLANI
EK-G	ASKERİ KISALTMALAR
EK-H	TEMEL KAYNAK DOKÜMANLAR

TANIMLAR

1. BİRLEŞTİRİLMİŞ PSİKOLOJİK HAREKAT :

Düşmanın veya potansiyel olarak düşman kabul edilen güçler tarafından ikame edilen veya müşterek kuvvetler tarafından kurtarılmış veya işgal edilmiş alanlarda ; desteklenen komutanların askeri hedeflerin elde edilmesine yönelik yürüttüğü hareketin desteklenmesinde, arzu edilen davranışların elde edilmesi için dost kontrolü altındaki bölgelerde bulunan sivillerin, mültecilerin ve yerel halkın desteğini ve işbirliğini kazanmak amacıyla kriz ve savaş döneminde yürütülen planlı psikolojik faaliyetlerdir.

2. CAYDIRICILIK :

Düşmanı, kendi ulusal çıkarlarını gerçekleştirmek için askeri güce başvurduğu takdirde sonunda büyük zararlarla çıkacağına inandırmak ve onu saldırmaktan vazgeçirmektir.

3. DOKTRİN:

Askeri kuvvetlerin hedeflerinin desteklenmesine yönelik faaliyetlerinde, Silahlı Kuvvetlerin kullanılmasına temel sağlayan ve rehber olarak kullanılan prensipler, uygulamalar ve usullerin ana hatları ile en üst seviyede belirlendiği, üzerinde uzlaşılmış kurallar kümesinin bütünüdür.

4. EMPATİ:

Kendini, başkasının yerine koymak, onun fikirlerini hemen paylaşmak ve onu anlamaya yönelik faaliyetlerin tümüne denir.

5. ELEKTRONİK HARP (EH) :

Elektronik Harp : Elektromanyetik spektrumu kontrol etmek maksadıyla elektronik yayınların aranması, tespit, kayıt, teşhis ve mevkillerinin belirlenmesi, söz konusu sistemlerin hasım tarafından etkin olarak kullanılmasının önlenmesi veya imha edilmesi maksadıyla, Anti-Radyasyon Füze (ARM) kullanımı dahil elektronik ve yönlendirilmiş enerji kullanılarak taarruz edilmesi ve kendi kuvvetlerimiz tarafından elektromanyetik spektrumun etkin olarak kullanılması sonucu komuta kontrol hareketine katkı sağlayan askeri faaliyetler bütünüdür.

6. ELEKTROMANYETİK (EM) SPEKTRUM :

Elektromanyetik dalgaların frekanslarına veya dalga boylarına göre tamamının düzenli bir şekilde dağılımıdır. Elektromanyetik spektrum ;

- a. Radyo dalgaları,
- b. Mikro dalgalar,
- c. Isı radyasyonu,
- d. Işık,
- e. Ultraviyole radyasyonu,
- f. X ışınları,
- g. Elektromanyetik kozmik ışınlar ve GAMA ışınlarını ihtiva eder.

7. ELEKTRONİK DESTEK (ED) :

Elektronik taarruz, elektronik korunma, hedef bulma, acil tehdit tanımlama, tehditten kaçınma ve kuvvetlerin diğer taktik faaliyetlerinde kullanılması maksadıyla acil kararlara bilgi kaynağı sağlayacak elektromanyetik yayınları arama, tespit, teşhis ve yerini belirleme faaliyetidir.

8. ELEKTRONİK KORUNMA (EK) :

Düşman EH uygulamalarının etkilerinden kendi personelimizi, teçhizatımızı, sistemlerimizi ve platformlarımızı korumak ve dost kuvvetler tarafından elektromanyetik spektrumun etkin kullanımını sağlamak için icra edilen faaliyetlerdir.

9. ELEKTRONİK TAARRUZ (ET) :

Elektromanyetik veya yönlendirilmiş enerjinin, Anti-Radyasyon Füze (ARM) kullanımı dahil düşmanın elektromanyetik spektrumu kullanma kabiliyetinin azaltılması, köreltilmesi veya tahrip edilmesi maksadıyla personel, teçhizat veya sistemlerine taarruz için kullanılmasıdır.

10. GAYRİ NİZAMİ HARP :

Birbirleriyle yakından ilgili gerilla hareketi, yer altı hareketi ve kurtarma-kaçırma hareketini kapsayan, yerli halkın hakim olduğu kuvvetler tarafından hedef ülkede veya düşman işgali altındaki bölgelerde hakim otoriteyi zayıflatmak veya yıkmak ve bölgeye sahip olmak maksadıyla askeri veya yarı askeri yöntemlerle yürütülen bir harp şeklidir.

11. GAYRİ NİZAMİ MAHALLİ KUVVETLER :

Gayri nizami harp hareketini icra eden.mahalli halktan ve düşman gerisinde kalan veya bırakılan unsurlardan teşkil edilen gerilla, yer altı, kurtarma-kaçırma ve yardımcı kuvvetlerdir.

12. GERİLLA HAREKATI:

Düşmanı taciz etmek veya zayıf verdirmek suretiyle muharebe gücünü azaltmak, işgal ettiği topraklardan terke zorlamak maksadıyla düşman ülkede veya düşman işgali altındaki bölgede, yerli halktan ve düşman gerisinde kalan veya bırakılan unsurlardan teşkil edilen kuvvetler tarafından askeri ve yarı askeri esaslarla sevk ve idare edilen bir hareket türüdür.

13. HEDEF ANALİZİ:

Hedef analizi, gelecekteki psikolojik hareket kampanyalarına esas olacak hedef toplumları belirlemek, tanımak ve içinde bulunduğu koşulları meydana çıkartmak, zayıf taraflarını tespit etmek, psikolojik hedefleri ortaya koymak ve böylece psikolojik hareket personeline yol gösterecek bilgileri tespit etmek için psikolojik hareketla ilgili istihbaratın sistemli ve ayrıntılı bir şekilde incelenmesidir. Hedef analizi, aynı zamanda uygun mesajların hazırlanabilmesi için temaların, sembollerin haberleşme araçlarının seçiminde (kampanya hazırlıklarında) da temel teşkil eder.

14. İÇ GÜVENLİK HAREKATI :

Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü ve anayasal düzenini ortadan kaldırmayı amaçlayan, örtülü ve açık her türlü hareketlerde, bozulmuş istikrarı yeniden tesis etmek maksadıyla, istikrarı bozan her türlü silahlı eylemi önlemek veya bastırmak için icra edilen askeri, yarı askeri, siyasi, ekonomik, psikolojik ve sosyolojik faaliyetlerdir.

15. KARŞI İSTİHBARAT :

Psikolojik hareket için karşı istihbarat desteği psikolojik hareket planları hareketlerini personel ve ekipmanı özellikle harekate ait ve taktik seviyede hedefleyen yabancı istihbarat servislerinin tespit edilmesi yıldırılması veya nötralize edilmesini içerir. Bir psikolojik hareketin icrasında karşı istihbarat ve insan kaynaklı istihbarat hareketleri etkileri üzerinde geri besleme sağlayabilir.

16. KARŞI PSİKOLOJİK HAREKAT :

Karşı psikolojik harekat dost ve müttefik kitleleri, hedef kitle (düşman) mesajlarından korumak veya hedef kitle (düşman) mesajlarının etkisini azaltmak için kullanılan usul ve tekniklerin içerir.

17. KARŞI PROPAGANDA:

Düşman veya diğer yabancı grupların propagandalarının etkilerini yok etmek veya en az seviyeye indirmek için düzenlenen ve onlara yöneltilen propagandadır.

18. KAMPANYA KONTROL FORMU:

Komutanların, uygulanacak psikolojik planlarının uygulanması esnasında amaçlanan hedeflere ulaşılmasında katkıda bulunacak faaliyetlerin takip, kontrol ve uygulamalarında kullandıkları formdur

19. MÜŞTEREK HAREKAT:

Birden fazla kuvvete mensup unsurlar ve imkan/ kabiliyetlerin önceden belirlenmiş bir harekat sahasında operatif veya stratejik seviyedeki bir komutanın sevk ve idaresinde sinerji sağlayacak şekilde kullanılması suretiyle icra edilen harekat şeklidir. Müşterek harekat, kuvvetlerin farklı özelliklere sahip imkan ve kabiliyetlerinin düşmanın ağırlık merkezi / merkezlerine yöneltilmesi ve bu suretle kısa sürede sonuç alınmasını ön görür.

20. MÜŞTEREK GÖREV KUVVETİ :

Belirli bir vazifenin icrası için birden fazla kuvvetten tahsis edilmek veya emre verilmek suretiyle bir araya getirilen birliklerin oluşturduğu bir kuvvettir.

21. MÜŞTEREK KUVVET KOMUTANLIĞI :

İki veya daha fazla kuvvete mensup tahsis edilmiş birliklerden ve/veya muhtelif özel görev birliklerinden oluşan komutanlıktır.

22. MÜŞTEREK ÖZEL GÖREV KUVVETİ KOMUTANLIĞI :

İki veya daha fazla kuvvet unsurlarından belirli bir hedefin ele geçirilmesi ve belli bir vazifenin başarılması için teşkil edilen komutanlıktır. Örneğin; bir amfibi harekat icra ediliyorsa hava indirme uçar birlik harekatı ve müteakiben icra edilecek kara harekatı, teşkil olunacak bir müşterek komutanlık tarafından sevk ve idare edilir. Bu komutanlık, Genelkurmay Başkanlığı bünyesinde teşkil edilebildiği gibi bir kuvvet veya unsurunun karargahı bu maksat için geçici olarak görevlendirilebilir.

23. ÖZEL KUVVETLER :

Özel harbin gerektirdiği harekatta asker olmayan personelin eğitilmesi ve yönetilmesi, verilecek özel görevlerin ifası için özel şekilde eğitilmiş, örgütlendirilmiş ve donatılmış asker elemanlardan meydana gelen bir kuvvettir.

24. OPERATİF PSİKOLOJİK HAREKAT:

Savaş, çatışma ve gerginlik durumunun ortaya çıkmasından önce, belirli bir coğrafi alanda ve görev alan komutanın, askeri hareketini desteklemek ve askeri hedeflerin elde edilmesini sağlamak amacıyla yürütülen psikolojik harekattır.

25. PROPAGANDA:

Propaganda yapan tarafa yarar sağlamak ve ulusal amaçları desteklemek amacıyla, belli bir topluluğun / kamuoyunun ; düşüncelerini, inançlarını, fikirlerini, hislerini, tutum ve davranışlarını bilerek tesir altında tutmak, etkilemek, şekil vermek veya değiştirmek maksadıyla hazırlanan mesajların uygun haberleşme araçlarıyla hedef topluma iletiimidir.

26. PSİKOLOJİK HARP :

Bir devletin veya devletler topluluğunun diğer devlet veya devletler topluluğu üzerinde, milli menfaatlerini tahakkuk ettirmek üzere, o ülkede veya başka ülkelerde seçtiği hedef kitlelerin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını, kendi amaçları doğrultusunda değiştirmek maksadıyla siyasi, askeri, ekonomik, sosyolojik, ideolojik ve teknolojik alanda yapılan faaliyetlerin tümüne denir.

27. PSİKOLOJİK HAREKAT :

Psikolojik hareket seçilen hedef kitlenin tutum ve davranışlarını, psikolojik hareket uygulayıcısının belirlediği amaçları doğrultusunda ikna etmek, güçlendirmek, değiştirmek, lehine çevirmek veya tarafsız kalmasını sağlamak amacıyla hedef kitleye karşı yürütülen ikna etme veya amaçlanan duygu ve düşünceleri güçlendirme faaliyetlerinin bütünüdür.

28. PSİKOLOJİK HAREKAT MATRİSİ :

Psikolojik hareket faaliyetlerinin planlanmasında ve icrası sırasında, tüm psikolojik hareket faaliyetlerini bir arada görmek ve zamanlamasını kontrol etmek, hareketin herhangi bir safhasında hangi ürünlerin hazırlanacağı konusunda fikir vermek ve bilgilendirme imkanı sağlamak amacıyla kullanılır.

29. STRATEJİK PSİKOLOJİK HAREKAT :

Barışta, krizde ve savaşta ulusal düzeydeki hedefleri desteklemek, hedef kitlelerin tutum ve davranışlarını belirlenen amaç ve hedefler doğrultusunda etkilemek, dost ve tarafsız ülkelerin desteğini ve işbirliğini kazanmak, düşman ülkelerin savaşa devam etme istek ve arzusunu azaltmak için yapılan planlı psikolojik faaliyetlerdir.

30. SAVAŞ :

Devletin bekasını temin etmek, milli menfaatleri sağlamak ve milli hedefleri elde etmek amacıyla, başta askeri güç olmak üzere devletin maddi ve manevi tüm güç ve kaynaklarının hiçbir sınırlamaya tabi tutulmadan kullanılmasını gerektiren mücadeledir.

31. SAVAŞ DIŞI HAREKAT:

Afet yardımı, insani ve güvenlik yardımı, barışı destekleme hareketi, terörle mücadele, ayaklanmaya karşı koyma vb. gibi klasik savaşın dışında çatışmanın olmadığı ve düşük seviyede olduğu bir ortamda icra edilen hareket türüdür.

32. SİVİL-ASKER İŞBİRLİĞİ :

Askeri hareketin, sivil potansiyel güç ile desteklenmesini sağlamak amacıyla, tüm sivil kaynakların, uyumlu ve dengeli bir biçimde planlanması ve kullanılmasıyla askeri ve sivil makamların merkezi ve mahalli seviyede yapacakları karşılıklı işbirliğidir.

33. SİVİL İŞLER :

İşgal edilen veya kurtarılan bir bölgede anlaşma veya sözleşmelerle tanınmış olan bir sivil idarenin (hükümetin) mevcut olduğu hallerde, silahlı kuvvetlerce, bu hükümetin icraat ve faaliyetleri üzerinde yapılacak kontrol ve nezaret faaliyetlerdir.

34. TAKTİK PSİKOLOJİK HAREKAT :

Çatışma ve savaş sırasında, düşman kontrolündeki muharebe sahasında, amaçlanan planlı taktik askeri hedeflerin elde edilmesini sağlamak amacıyla, düşman kuvvetlerini ve sivil halkı psikolojik baskı altına almak, muharebe gücünü azaltmak ve sivil halkın askeri hareketi zorlaştıracak hareketlerine mani olmak için yürütülen planlı psikolojik faaliyetlerdir.

35. TEHDİT:

Başta ekonomik güç olmak üzere diğer milli güç unsurlarıyla destekleyebileceği caydırıcı niteliği haiz askeri gücünü, gerektiğinde kullanacağına dair niyet ve kararlılığa (siyasi güç) sahip, diğer ülkelerin siyasi desteğini kazanmış veya kazanabilecek durumda olan hasım ülke/ülkelerin; dost milli hedeflerinin ve milli menfaatlerinin tahakkukunu kendi milli menfaatleri doğrultusunda engellemek maksadına yönelik, dost ülkenin inisiyatifi dışında askeri güç kullanılmasını zorunlu kılacak her çeşit (siyasi, askeri, ekonomik vb.) faaliyet ve girişimidir.

HİZMETE ÖZEL

EK-B

HEDEF ANALİZİ İŞ MUHTIRASI FORMU

MİLLİ HEDEF : Türkiye ile savaşmakta olan devletine isteklerimizi kabul ettirmek.

PSİKOLOJİK HAREKAT VAZİFESİ :'nin hükümet kuvvetlerinin etkinliğini azaltmak.

Hedef Kitle	Koşullar	Hedefin Zayıf Noktaları	Hedef Hassasiyeti	Psikolojik Hedef	Hedef Etkinliği	Etki Belirtileri (Etki emareleri)

ONAY

İsim Birlik Tarih

HAZIRLAYAN :

ONAYLAYAN :

B-1

HİZMETE ÖZEL

PSİKOLOJİK HAREKAT DURUM MUHALEMESİ

KOPYA No.

YAYINLAYAN KARARGAH

KOMUTA YERİ

TARİH/SAAT GRUBU

KOD No.

PSİKOLOJİK HAREKAT DURUM MUHALEMESİ No.

İLGİ : (Kaynak olabilecek dokümanlar, başvurulacak gereçler, haritalar ve şemalar yazılır.)

1. VAZİFE.

a. Hedef olan ülke veya hareket alanı hakkındaki T.C. Devletin yakın ve uzun vadeli siyasal hedefleri açıklanır.

b. Vazife, hareket tasarısı ve hareket planındaki hedefler (amaçlar) yazılır ve bunların yukarıda açıklanan T.C. siyasal hedefleri ışığında değerlendirilmeleri yapılır. Bu değerlendirme hareket planının T.C. siyasal hedeflerini ne dereceye kadar desteklediğini açıklığa kavuşturmalı ve psikolojik hareketin genel stratejisini önermelidir.

c. Psikolojik hareket unsurlarına verilen vazife ve psikolojik hedefler yazılır ve bunların her ikisi de yukarıdaki 1.a ve 1.b maddeleri esaslarına göre değerlendirilir. Bu değerlendirme psikolojik hareketin, hareket planındaki vazifenin yapılmasını, T.C. siyasal hedeflerinin gerçekleştirilmesini ve önerilen geniş çaptaki stratejiyi ne ölçüde destekleyeceğini ortaya koymalıdır.

ç. Gelecekte başlatılacak vazifelerin tahmin edilen gereksinimleri belirtilir.

2. DURUM VE DÜŞÜNCELER.

a. İstihbarat durumu.

- (1) Hareket bölgesinin özellikleri.
- (2) Düşmanın taktik gücü ve yerleşme şekli.
- (3) Düşmanın tahmin edilen karşı hareketi (örneğin; ayaklanma veya karşı propaganda)
- (4) Hedef toplumu üyelerinin faaliyetlerine açık olan fırsatlar.

- (a) Askeri faaliyetler (teslim olma veya kaçma gibi)
- (b) Ekonomik hareketler (karaborsacılık, boykotlar, istifçilik veya grevler gibi)
- (c) Siyasal faaliyetler (hükümet devirme veya suikast gibi amaçlara yönelik gizli faaliyetler, gösteriler, kulis faaliyetleri veya oyalama gibi hareketler)
- (ç) Bireysel davranışlar (kaçma, ailenin tahliyesi veya işe devam etmeme gibi)

(5) Propaganda analizi.

- (a) Düşman propagandası (KAİTE formülü kullanarak)
- (b) Dost propagandası.

b. Taktik durumu.

- (1) Harekata katılan birliklerin halihazırdaki yerleşme şekilleri.
- (2) Desteklenmesi olasılığı bulunan veya desteklenmesi istenmiş bulunan taktik hareket çeşitlerinin bir listesi.
- (3) Psikolojik hareketin yönetimini etkileyebilecek yapılmaması düşünülen hareket çeşitlerinin hepsi sıralanır.

c. Personel durumu.

- (1) Psikolojik hareketi etkileyebilecek olan kilit personel noksanı sıra ile belirtilir.
- (2) Vazifenin başarılmaması için gerekli olan müfrezeler yazılır. Bu müfrezeler askeri ve sivil müfrezeler olabilir.
- (3) Diğer hususlar (örneğin; mülteciler, savaş tutsakları vb.)

d. Lojistik durum.

- (1) Sürdürülmekte olan harekata yapacağı etkilerde dahil olmak üzere, donatımın çalışma durumları hakkında birer birer bilgi verilir.
- (2) Vazifenin yapılmasına engel olabilecek önemli ve noksan olan ikmal maddeleri ve diğer eksiklikler sıra ile yazılır.
- (3) İkmal seviyeleri veya miktarları noksan ve standart olmayan gereçler belirtilir.

e. Sivil işler.

- (1) Sivil işler için tahsis edilen birliklerin yerleri.
- (2) Sivil işler için planlanan hususların özeti yazılır.

f. Psikolojik hareket durumu.

- (1) Hedef tahlili (her olası hedef grubu için)
 - (a) Koşullar.
 - (b) Hedef.
 - (c) Tutumlar.
 - (d) Etkinlik.
 - (e) Psikolojik hareket hedefi.
- (2) Haberleşme araçlarının tahlili.
- (3) Hem olumlu, hem de olumsuz etkilerin özetlenmesi.
- (4) Diğer kültürel hususlar.

g. Varsayımlar.

3. ANALİZ.

Vazifenin ve psikolojik hedeflerin elde edilmesini başarabilecek psikolojik hareket tarzları meydana konur. Her bir hareket tarzı için şu hususlar belirtilir.

- a. Psikolojik hareketin hedefi.
- b. koşullar.
- c. Hedefin tutumları, zayıf ve duyarlı yönleri ve etkisi,
- ç. ilgili çevre geliştirme programları.
- d. Temalar.

4, HAREKET TARZLARININ KARŞILAŞTIRILMASI.

Tasarlanan her hareket tarzının yarar ve zararları yazılır.

5. SONUÇLAR.

- a. Vazifenin başarılmamasını destekleyen bir hareket tarzı teklif edilir. Teklif edilen hareket tarzının psikolojik etkisi hakkındaki düşüncelerde burada yazılır.
- b. Dost kıtaların bu hususta bilgi sahibi olmaları (oryantasyonu) için gerekli hususlar açıklanır.
- c. Sürdürülmekte olan psikolojik hareket hakkında ve bu hareketin bundan sonra ne şekilde devam edeceği veya harekatta ne gibi değişiklikler yapılacağı hakkındaki öneriler açıklanır.
- ç. Psikolojik hareketin oluşturacağı etkinin bir değerlendirmesi yapılır.

İMZA

EKLER :

1. Psikolojik harekat birliklerinin yerleşmesini gösterir tatbik krokisi (konmadı)
2. Hedef analizi, düşman askeri kuvvetleri (konmadı)
3. Hedef analizi, sivil grupların (konmadı)
4. Psikolojik harekat kaynaklarının kullanılma şekli hakkındaki öneri (konmadı)

PSİKOLOJİK HAREKAT PLANI FORMU

Kopya No :
Hazırlayan Karargah :
Hazırlandığı Yer :
Tarih Saat Grubu :
Kod No :

.....NO'LU HAREKAT PLANI'NA EK-... (PSİKOLOJİK HAREKAT)

İLGİ :

ZAMAN DİLİMİ :

GÖREV BÖLÜMÜ :

1. DURUM:

- a. Genel Bilgiler
- b. Düşman Kuvvetleri
- c. Dost Kuvvetler
- ç. Emre verilen ve alınanlar
- d. Faraziyeler

2. VAZİFE :

3. İCRA :

- a. Harekat Tasarısı

(1) Genel Bilgiler

(2) Hedef Kitleler ve Ulaşılmak İstenen Etkiler

b. Kullanılacak ve Sakınılacak Temalar ile Terminoloji Listesi

- (1) Kullanılacak Temalar
- (2) Sakınılacak Temalar
- (3) Terminoloji Listesi

c. Ast Birliklere Görevler

ç. Koordinasyon

4. İDARİ VE LOJİSTİK HUSUSLAR :

a. idari Hususlar

b. Lbjistik

5. KOMUTA VE MUHABERE :

a. Muhabere

b. Komuta

Alındı - Anlaşıldı Talimatı.

LAHİKALAR _____ :

DAĞITIM _____ :

PSİKOLOJİK HAREKAT PLANI FORMU AÇIKLAMASI

Kopya No :

Hazırlayan Karargah :

Hazırlandığı Yer :

Tarih Saat Grubu :

Kod No :

.....NO'LU HAREKAT EMRİNE EK-H (PSİKOLOJİK HAREKAT)

İLGİ : Haritalar, şemalar ve psikolojik harekatın icrası için önemli diğer dokümanlar.

ZAMAN DİLİMİ : Harekatta kullanılacak zaman dilimi yazılır.

GÖREV BÖLÜMÜ : Harekat emrinde belirtilmemişse psikolojik harekat birliklerinin görevlendirilmesine ait hususlar yazılır.

1. DURUM:

a. Genel Bilgiler : Harekat emrinde belirtilen genel duruma ilave olarak, hedef kitlelerin durumu hakkında ast birliklerde tam bir anlayış sağlamak için ihtiyaç duyulan bilgiler açıklanır (harekat emrine atıf yapılabilir).

b. Düşman Kuvvetleri : Düşmanın genel kuvvetleri ile ilgili olarak İstihbarat Eki'ne atıf yapılmalıdır. Esas olarak bu bölüme düşmanın dost kuvvetlere etki edebilecek psikolojik harekat imkan ve kabiliyetleri ile Psikolojik harekat için hedef kitleye ait askeri, sosyolojik, ekonomik temel bilgiler ve vazifenin başarılmasına olumlu ve olumsuz etki yapacak hususlar ile hedef kitlenin psikolojik harekat yönünden güçlü ve zayıf yönleri ve hassasiyetleri belirtilir. Psikolojik harekat konusunda düşmanın:

- (1) Genel durumu,
- (2) Harekat başlayıncaya kadar muhtemel hareket tarzları,
- (3) Harekatın başlamasından sonraki muhtemel hareket tarzları yazılır. Bu bilgiler çok fazla ise plana ek olarak hazırlanır.

c. Dost Kuvvetler : Harekat emrinin görev bölümünde gösterilmiş olan Türkiye ile dost ve müttefiklerine ait kuvvet ve kurumların planları ve psikolojik harekatla ilgili imkan ve kabiliyetleri bu maddede yazılır. Her kuvvet ve kurumun başlıca psikolojik harekat faaliyetleri ile ilgili hususlar, yazılır.

ç. Emre Verilen ve Alınanlar : Emri yayınlayan birliğin emrine verilen veya emrinden alınan psikolojik harekat birlikleri ve bunun geçerlilik süresi yazılır.

d. Faraziyeler : Psikolojik harekat planlamasının dayandığı faraziye varsa yazılır.

2. VAZİFE :

Harekat emrindeki vazifeyi destekleyen psikolojik harekatın maksadı ve görevler yazılır.

3. İCRA :

a. Harekat Tasarısı :

(1) Genel Bilgiler :

(a) Komutanın psikolojik harekat ile ilgili ana fikriyle, psikolojik harekatın açık maksadı, safhalara ve esaslara göre ne yapılacağı açıklanır.

(b) Harekatın safhaları ile ilgili bölüme, plan metni harekat tasarısında yazılan safhalar aynen yazılmamalı, plan metninin harekat tasarısında yazılan her bir safhanın, psikolojik harekat açısından nasıl destekleneceği ve her bir safhada icra edilecek psikolojik harekat faaliyetlerinin genel esaslarıyla, örtü aldatma planının uygulamasının nasıl destekleneceğinin genel esasları yazılmalıdır.

(2) Hedef Kitleler ve Ulaşılmak İstenen Etkiler : Psikolojik harekatla etkilenmesi düşünülen düşman kuvvetleri, dost ve tarafsız kitleler belirtilir. Harekatın desteklenmesi için yürütülen psikolojik harekat ve propaganda faaliyetlerinden etkilenecek hedef kitlelere ait alt gruplar açıklanır varsa psikolojik harekat için önemli olan milli, etnik, mesleki ve diğer tali gruplar belirtilir. Her hedef grubunun icra edilecek psikolojik harekata karşı hassasiyetleri, zayıf ve kuvvetli tarafları belirtilir.

b. Kullanılacak ve Sakınılacak Temalar ile Terminoloji Listesi:

(1) Kullanılacak Temalar : Psikolojik hareket hedeflerinin gerçekleşmesine hizmet etmek üzere hedef kitlelerden; tarafsız olan kitlenin kazanılmasını veya istenilen tarafa çekilmesini, düşman kitlenin tutum, düşünce ve davranışlarının istenilen şekilde etkilenmesini, dost kitlenin ise mevcut durumunun korunması ve kuvvetlendirilmesini sağlayacak basit ve gerçekçi temalar (olay, haber ve faaliyetler) listelenir veya ayrı bir lahika olarak hazırlanır.

(2) Sakınılacak Temalar : Tarafsız, düşman ve dost hedef kitlelerin tutum, düşünce ve davranışlarının hareketin seyrini olumsuz yönde etkileyecek temalar (olay, haber ve faaliyetler) listelenir veya ayrı bir lahika olarak hazırlanır.

(3) Terminoloji Listesi : Kullanılacak ve sakınılacak temalara bağlı olarak, kullanılması veya kullanılmamasının uygun olacağı değerlendirilen terimler listelenir veya ayrı bir lahika olarak hazırlanır.

c. Ast Birliklere Görevler : Psikolojik hareket faaliyetlerini uygulama imkan ve kabiliyeti olan her ast birliğe ve psikolojik hareket birliğine verilecek görevler yazılır. Bu görevlere psikolojik hareketin icrası maksadıyla psikolojik hareket ürünlerinin çoğaltılması, depolanması, dağıtımı ve psikolojik hareket etki analizi için alınacak tedbirler dahil edilir. Ast birliklere verilen görevler gerekirse, faaliyet çizelgesi haline getirilerek ayrı bir lahika olarak hazırlanabilir.

ç. Koordinasyon :

(1) Psikolojik hareketle ilgili diğer kamu kurum ve kuruluşları ile koordinasyonun hangi seviyede ve nasıl yapılacağı,

(2) Basın ve halkla ilişkiler, sivil-asker işbirliğine ait faaliyetler, GNH / özel birlik hareketi, savaş tutsakları, mülteciler, enterne edilenler ve diğer alanlardaki faaliyetlerin desteklenmesi yönünde yapılacak işlerin neler olduğu,

(3) Kitle iletişim araçlarından nasıl istifade edileceği ve bunların kullanılmasına ait esaslar yazılır.

HİZMETE ÖZEL

PSİKOLOJİK HAREKAT MATRİSİ

EK-E

DURUM :	SAFHA-1 (Kuvvetlerin girişi, hazırlık)				Milli hedef Müşterek Görev Hedefi Müşterek Görev Kuvveti		Ürün çeşitleri Temalar	
PSİKOLOJİK HEDEFLER	Hafta 1-2	Hafta 3-4	Hafta 5-6	Hafta 7-8	Hafta 9-10	Hafta 11-12	Hafta 13-14	Hafta 15-16
DESTEKLEYİCİ PSK.HEDEFLERİ	SAFHA-2 (Ana Kuvvetlerin İntikali)					Ürün çeşitleri		
	Görev					Temalar		
	Hedef							
	Hafta 1	Hafta 2	Hafta 3	Hafta 4	Hafta 5	Hafta 6	Hafta 7	Hafta 8
HEDEF KİTLE ÖZELLİKLERİ	SAFHA-3 (İera)					Ürün çeşitleri		
	Hedef							
		Görev				Temalar		
	Ay 1	Ay 2	Ay 3	Ay 4	Ay 5	Ay 6	Ay 7	Ay 8
ÜRÜN ÇEŞİTLERİ	SAFHA-4 (Genisletilmiş Ayırıcı Bileşiler)					Ürün çeşitleri		
	Hedef			Görev		Temalar		
TEMALAR	SAFHA-5 (Kuvvetlerin Geri İntikali)							
	Sorumluluklar			Hedef				
				Görev				

KISALTMALAR

ARPANET	Advanced Research Project Agency Gelişmiş arama proje ajansı
ASAT	Anti Satellite Uydulara karşı uydular
C2	Command And Control Komuta Kontrol
C2W	Command And Control Warfare Komuta Kontrol Harbi
C4	Command Control Communications And Computers Komuta Kontrol,Komünikasyon ve Bilgisayar
CJPOTF	Combined Joint Psychological Operations Task Force Birleşik Müşterek Psk.Hrk.Görev Kuvveti
ED	Elektronik Destek
EH	Elektronik Harp
ET	Elektronik Taarruz
EK	Elektronik Korunma
EM	Elektro manyetik
FM	Field Manual Sahra Talimnamesi
FID	Foreign Internal Defence Yabancı Dahili Savunma
GEO	geo-stationary yer-uyumlu
GNH	Gayri Nizami Harp
GGAÖ	Güven ve Güvenlik Artıcı Önlemler

TEMEL KAYNAK DOKÜMANLAR

1. Türkiye'nin Milli Askeri Stratejisi (TÜMAS-2000)
2. TSK Müşterek Harekat Konsepti (KONSEPT-2010) (MKS-145)
3. TSK Müşterek ve Birleşik Harekat Talimnamesi (MT 145-1) (2001)
4. TSK Psikolojik Harekat Yönergesi (MY 33-1)
5. KKT 31-75 Psikolojik Harekat Teknik ve Yöntemleri
6. TSK Yayın ve Yayım Yönergesi (MY 66-1 A) (1995)
7. TSK Doğal Afet Yardım Harekatı (DAFYAR)
8. TSK Doğal Afet Yardım Yönergesi (MY 371-2)
9. Genelkurmay Başkanlığının Prensip Emri No: 23-6 "Yönetim ve Liderlik"
10. İngilizce Türkçe Müşterek Askeri Terimler Sözlüğü (MS 76-1)
11. Joint Pub 3-53 Doctrine For Joint Psychological Operations 10 July 1996
12. AJP 3.7 NATO Psychological Operations Doctrine September 2000
13. FM 3-05.30 Psychological Operations, June 2000
14. FM 33-1 Psychological Operations, 1993
15. KKY 78-1 Kara Kuvvetleri Komutanlığı Birlik ve Kurumlarında Motivasyon Etkinlikleri
16. Toplum Bilim Ord.Prof.Dr.Sulhi Dönmezer Harp Akademileri Komutanlığı Yayınlarından Bireysel Gelişim
17. Harp Akademileri Komutanlığı Yayınlarından Askeri Liderlik