**SOSYAL PSİKOLOJİ**

Hayatımızın merkezinde başka insanlar durur. Duygu ve düşünce dünyamız başka insanlar ve onlarla olan ilişkilerimiz tarafından işgal edilmiş haldedir. İnsanlar hakkındaki düşüncelerimizin büyük çoğunluğu da onların yaptıkları şeyleri neden yaptığını anlama çabalarından oluşur. Yalnızken gerçekleştirdiğimiz eylemler bile başka insanların izlerini, emeğini taşır. Sosyal psikoloji, başkalarının duygularımızı, davranışlarımızı ve düşüncelerimizi şekillendirmedeki rolünü bilimsel yöntemi kullanarak anlamaya çalışır.

Sosyal psikolojinin iki temel ilkesi vardır. Bunlardan birincisi, dünyayı olduğu gibi değil olduğumuz gibi gördüğümüzdür. İkinci temel ilke ise sosyal etkinin her zaman ve her yerde olduğudur. Yalnız başımıza olduğumuz zamanlarda bile duygu, düşünce ve davranışlarımızı, başka insanların ve toplumun içselleştirdiğimiz sesi etkiler.

Sosyal psikologlar insanların üç temel ihtiyacını vurgularlar. Birincisi hayatlarımız üzerinde hakimiyet kurmak, ikincisi sevmek ve sevilmek ve ait olmak, üçüncüsü ise beni ve bizi değerli görmektir.

**Temel atıf hatası:** Başka insanların davranışlarını dışsaldan çok içsel sebeplere bağlama, durumsal ve çevresel faktörlerin rolünü dikkate almama.

**Kendine yontan atıf hatası:** İnsanların başarılarını içsel ve kalıcı, başarısızlıklarını ise dışsal ve geçici sebeplere bağlama eğilimine kendine yontan atıf hatası denilmektedir.

**Tutumlar**

Nesnelere, kişilere ya da olgulara yönelik genel değerlendirmelerimize “tutum” denir.

**Bilişsel çelişki:** Tutum ile davranış arasındaki çelişki

**Sosyal Biliş**

İnsanlar hakkında yargılara nasıl vardığımız, insanları ve davranışlarını nasıl anladığımızdır.

Örneğin güzellik, insanlarla ilgili algımızı etkiliyor. Güzel olan insanlarda daha olumlu kişisel özellikler görme eğilimindeyiz.

İnsanları algılarken şemalardan çok yararlanırız. Şemalar olgular hakkındaki basitleştirilmiş resimlerdir.

**Sosyal Etki**

Başkalarının duygu, düşünce ve davranışları üzerinde etki sahibi olmaktır.

**Bilgilendirici Sosyal etki**

 İnsanlar, bilgilendirici sosyal etki altında kaldıklarında bunun kökeninde doğru davranışın ne olduğunu başkalarından öğrenme ihtiyacı vardır.

**Normatif sosyal etki**

İnsanlar tarafından kabul görmek dışlanmamak arzusundan kaynaklanır.

**İtaat**

Bireyin, kendine bir otorite tarafından yöneltilen talebe uymasıdır. Milgram deneyi, şaşırtıcı bir şekilde çoğu insanın kör bir itaat uğruna başkalarına zarar verebileceğini göstermiştir.

**Sosyal Kolaylaştırma**

Başkalarının varlığının iyi olduğumuz konulardaki performansımızı iyileştirmesidir.

**Sosyal Kaytarma**

Ekip çalışması sırasında kaytarmadır. Grup halinde bir iş yapılacağı zaman tek başımıza yaparken gösterdiğimizden daha az efor harcarız.

**Gruplararası İlişkiler**

İç grup kayırmacılığı ve dış gruba yönelik düşmanlık, büyük ölçüde benliğimizi değerli görme ihtiyacından doğmaktadır.

**Grup Kutuplaşması**

Grup içindeki etkileşimlerin grubun başlangıçtaki eğilimlerini aşırılaştırmasına denir.

**Asgari Grup Etkisi**

Kendi bulunduğumuz grubu diğer gruplara üstün görme ihtiyacıdır. Kendi grubumuzu çok farklı, çeşitli görme eğilimindeyken dış grubu birbirinin aynı görme eğilimindeyiz. Buna da “**dış grubun homojenliği yanılgısı”** deniyor.

**Saldırganlık ve Şiddet**

Temel sebeplerinden biri bireyin ulaşmaya çalıştığı hedef konusunda kendisini engellenmiş hissetmesidir. Saldırganlık, sosyal etki edinme yolunda bir çabadır, ancak bu çaba zorlamayı ve zarar vermeyi içerir. Fiziksel ya da ruhsal acı çekme de şiddet kullanımını artırmaktadır. Olumsuz çevresel etkenler de saldırganlığı artırmaktadır. Son olarak da sosyokültürel faktörler, yani saldırganlık içeren davranışın toplum tarafından kabul görmesi şiddet gösterme ihtimalini artırmaktadır. Örnek olarak namus cinayeti. Yalnızca bazı kültürlerin bir parçasıdır.

**Önyargılar**

Grup üyelerinin özelliklerine dair beslenen inançlar önyargıların temelini oluşturur. Örneğin, bütün İtalyanlar neşelidir ya da bütün kadınlar kötü sürücülerdir kalıpyargıları. Kalıpyargılar, bireylerin zihinlerinde gruplar hakkında varolan şemalardır. Önyargının duygusal boyutunu ise söz konusu gruba yöneltilen düşmanlık, hor görme, kıskançlık, kızgınlık, tiksinme gibi duygular oluşturur.

Sınırlı kaynaklar için rekabet ediyor olmak gruplar arasında önyargı ve düşmanlığı artıran bir etkendir. Örneğin bazı ülkelerde göçmen işçilere karşı geliştirilen düşmanca tutumlar. Diğer etken de cehalettir. Grup üyeleriyle etkileşimimizin olması ama onları gerçekte tanımamamız önyargı ihtimalini artırır.