



T. C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
PSİKOLOJİ BİLİM DALI

KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİNİN GRUP ÜYELİĞİ
KAYNAKLI BELİRLEYİCİLERİ

(DOKTORA TEZİ)

Nuri AKDOĞAN

BURSA-2020



T. C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

PSİKOLOJİ BİLİM DALI

**KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİNİN GRUP ÜYELİĞİ
KAYNAKLI BELİRLEYİCİLERİ**

(DOKTORA TEZİ)

Nuri AKDOĞAN

Danışman:

Prof. Dr. M. Ersin KUŞDİL

BURSA-2020

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji Bilim Dalı'nda 711545005 numaralı Nuri Akdoğan'ın hazırladığı "Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri" konulu Doktora Tezi ile ilgili tez savunma sınavı, 04/08/2020 günü 10:00-11:45 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin başarılı olduğuna (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.



Üye (Tez Danışmanı ve Sınav
Komisyonu Başkanı)

Prof. Dr. M. Ersin KUŞDİL
Bursa Uludağ Üniversitesi

04/08/2020

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji Bilim Dalı'nda 711545005 numaralı Nuri Akdoğan'ın hazırladığı "Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri" konulu Doktora Tezi ile ilgili tez savunma sınavı, 04/08/2020 günü 10:00-11:45 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin başarılı olduğuna (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Üye

Prof. Dr. Rıza SAM
Bursa Uludağ Üniversitesi

04/08/2020

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji Bilim Dalı'nda 711545005 numaralı Nuri Akdoğan'ın hazırladığı "Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri" konulu Doktora Tezi ile ilgili tez savunma sınavı, 04/08/2020 günü 10:00-11:45 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin başarılı olduğuna (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.



Üye

Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN
Bursa Uludağ Üniversitesi

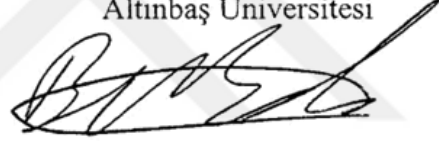
04/08/2020

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji Bilim Dalı'nda 711545005 numaralı Nuri Akdoğan'ın hazırladığı "Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri" konulu Doktora Tezi ile ilgili tez savunma sınavı, 04/08/2020 günü 10:00-11:45 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin başarılı olduğuna (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Burak Doğruyol
Altınbaş Üniversitesi



04/08/2020

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji Bilim Dalı'nda 711545005 numaralı Nuri Akdoğan'ın hazırladığı "Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri" konulu Doktora Tezi ile ilgili tez savunma sınavı, 04/08/2020 günü 10:00-11:45 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin başarılı olduğuna (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Gözde Kırıl Uçar
Çanakkale 18 Mart Üniversitesi

Gözde Kırıl Uçar

04/08/2020



DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 21/07/2020

Tez Başlığı / Konusu: Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam ...132..... sayfalık kısmına ilişkin, 21/07/2020 tarihinde şahsım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 3 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim. Bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

21.07.2020

Adı Soyadı: Nuri Akdoğan
Öğrenci No: 711545005
Anabilim Dalı: Psikoloji
Programı: Psikoloji
Statüsü: Y.Lisans Doktora

Danışman
Prof. Dr. M. Ersin Kuşdil

YEMİN METNİ

Doktora tezi olarak sunduğum, “Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

21.07.2020



Adı Soyadı: Nuri Akdoğan
Öğrenci No: 711545005
Anabilim Dalı: Psikoloji
Programı: Psikoloji
Statüsü: Y.Lisans Doktora

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı: Nuri AKDOĞAN

Üniversite: Bursa Uludağ Üniversitesi

Enstitü: Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim Dalı: Psikoloji

Bilim Dalı: Psikoloji

Tezin Niteliği: Doktora Tezi

Sayfa Sayısı: XVI + 119

Mezuniyet Tarihi: 04.08.2020

Tez Danışmanı: Prof. Dr. M. Ersin KUŞDİL

KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİNİN GRUP ÜYELİĞİ KAYNAKLI BELİRLEYİCİLERİ

Bu araştırmanın amacı maskülen ve feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama, kadın cinsiyet grubunun bir üyesi olmaktan doyum alma, kadın kimliğine bağımlı hissetme, kadın kimliğine yatırım yapma ve geleneksel cinsiyet rollerine aykırı davranmayı yasaklayan normların varlığını hissetmenin bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerini doğrudan veya özdeşleşme (feminist/kadın) aracılığıyla dolaylı yoldan yordayıp yordamadığını incelemektir. Bu inceleme; Sosyal Kimlik Kuramı, Mücadele Kuramı ve Yatırım Modeli'nin sundukları kavramları kullanarak ve onların getirdiği önermeleri test ederek yapılmıştır. Araştırmanın veri toplama süreci, biri ön çalışma, diğeri ana çalışma olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Ön çalışma, araştırmanın temel değişkenlerini ölçmek amacıyla mevcut çalışma kapsamında çeşitli ölçeklerden yararlanılarak geliştirilen “Üyelik İstikrar Ölçeğinin” ve “Normatif Etki Ölçeğinin” ve İngilizceden Türkçe'ye uyarlanan “Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeğinin” güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine veri sağlamak için yapılmıştır. Ana çalışma ise araştırmanın hipotezlerini sınamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, ön çalışma kapsamında 309, ana çalışma kapsamında ise 197 kadın üniversite öğrencisinden veri toplanmıştır. Edinilen bulgular, kadın cinsiyet grubunun bir üyesi olmaktan doyum alma, kadın kimliğine bağımlı hissetme ve normların varlığını hissetmenin stratejileri doğrudan ya da dolaylı yoldan yordama gücünün anlamlı olmadığını göstermektedir. Ancak maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ve kadın kimliğine yatırım yapmanın stratejileri doğrudan ve/veya dolaylı yoldan anlamlı şekilde yordadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, kadınların bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerini izleme eğilimlerinin kendini kalıpyargılama (maskülen/feminen) ve kadın kimliğine yatırım yapmalarından etkilenebileceği şeklinde yorumlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: kimlik yönetim stratejileri, kendini kalıpyargılama, doyum, bağımlılık, yatırım, normatif etki, kimlik motivasyonları, özdeşleşme (kadın kimliği/feminist kimlik).

ABSTRACT

Name and Surname: Nuri AKDOĞAN
University: Bursa Uludağ University
Institution: Social Science Institute
Field: Psychology
Branch: Psychology
Degree Awarded: PhD
Page Number: XVI + 119
Degree Date: 04.08.2020
Supervisor: Prof. Dr. M. Ersin KUŞDİL

GROUP-BASED DETERMINANTS OF IDENTITY MANAGEMENT STRATEGIES

The purpose of this study is to investigate whether or not self-stereotyping over masculine or feminine characteristics, getting satisfaction from being a member of the female gender group, feeling dependent on the female identity, investing in the female identity and feeling the presence of norms that prohibit behaving against traditional gender roles predicts individual mobility and social competition strategies directly, or indirectly through identification (feminist/female). This examination was made by using the concepts presented by the Social Identity Theory, Social Exchange Theory and Investment Model and testing the propositions brought by them. The data collection process of the study consisted of two parts as the preliminary study and the main study. The preliminary study was conducted to provide data for the validity and reliability analyses of the "Membership Stability Scale" and "Normative Effect Scale" that were developed within the scope of this study by utilizing various scales and the "Identity Management Strategies Scale" that was adapted into Turkish from English. The main study was conducted to test the hypotheses of the study. In line with this objective, data were collected from 309 female university students within the scope of the preliminary study and 197 female university students in the main study. The findings showed that the direct and indirect predictive power of getting satisfaction from being a member of the female gender, feeling dependent on the female identity and feeling the presence of norms on strategies was not significant. On the other hand, it was revealed that self-stereotyping over masculine characteristics, self-stereotyping over feminine characteristics and investing in the female identity directly and/or indirectly predicted strategies to a significant extent. These findings were interpreted as that the tendencies of women to follow individual mobility and social competition strategies may be affected by their self-stereotyping (masculine/feminine) and investing in the female identity.

Keywords: identity management strategies, self-stereotyping, satisfaction, dependency, investment, normative effect, identity motives, identification (female identity/feminist identity).

Önsöz

Doktora eğitimimin ve tez çalışmamın tamamlanmasında rehberliği, yardımı, önerileri ve desteğiyle çok büyük katkıda bulunan değerli danışmanım, hocalarım ve arkadaşlarıma teşekkür etmek istiyorum. Öncelikle doktora tez sürecimde ve doktora eğitimimin diğer aşamalarında; alanı öğrenmemde, bilimsel araştırmanın mantığını kavramamda ve sorunların üstesinden gelmemde bana yol gösteren değerli danışmanım Prof. Dr. M. Ersin KUŞDİL'e minnettarım. Yardımları, desteği ve çok sıklıkla yaptığım hatalara karşı gösterdiği hoşgörüsü için kendisine teşekkür ederim. İyi bir akademisyen olma yolunda kendisinden her zaman feyz aldım ve kendisiyle çalışmaktan her zaman gurur duydum. Tez danışmanımın yanı sıra tez komitelerimde ve jürimde yer almayı kabul eden yorumları, eleştirileri ve önerileriyle çalışmamın şekillenmesinde katkıda bulunan Prof. Dr. Rıza SAM, Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN, Dr. Öğr. Üyesi Burak Doğruyol ve Dr. Öğr. Üyesi Gözde Kıral UÇAR hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Tezimi yazarken, veri analizi gibi çeşitli aşamalarda sıklıkla yardımını istediğim; yardım etmede ve bilgisini paylaşmada her zaman çok cömert davranan kıymetli arkadaşım Kenan ALPARSLAN'A teşekkür ederim. Ayrıca desteğini ve yardımını esirgemeyen ve beni yalnız bırakmayan sevgili çalışma arkadaşlarım Eda BAĞCI, Merve ÇAVUŞOĞLU, Deniz BİLGER, Özlem İSKENDER, Funda TURHAN, Gamze ÖZDEMİR, Pınar BÜRHAN, Çiğdem GÜLÇAY, Sevim YILDIZ, Fatih ÖZDEMİR ve Yıldız ÖZKILIÇ'a teşekkür ederim.

Son olarak, yoğun doktora eğitimim nedeniyle uzun süredir kendilerinden uzakta yaşamak zorunda olduğum aileme anlayışı ve desteği içi teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	1
2. BİRİNCİ BÖLÜM	5
2.1. KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİ	5
2.1.1. Bireysel Hareketlilik	5
2.1.2. Sosyal Rekabet Stratejisi	6
2.1.3. Sosyal Yaratıcılık Stratejileri.....	6
2.2. KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİNİN BELİRLEYİCİLERİ	7
2.2.1. Sosyo-Yapısal Faktörler	7
2.2.2. Grupla Özdeşleşme	7
2.3. SOSYAL KİMLİK TEHDİDİ	8
2.3.1. Toplumsal Cinsiyet Kalıpyargıları.....	9
2.3.1.1. Toplumsal Cinsiyet Kalıpyargılarının Kadınlar İçin Oluşturduğu Tehditler	10
2.4. KADINLARIN CİNSİYET KİMLİĞİ TEHDİDİYLE BAŞ ETMEDE İZLEDİĞİ STRATEJİLER.....	12
2.4.1. Kadınlarda Bireysel Hareketlilik Stratejisi.....	12
2.4.2. Kadınlarda Sosyal Rekabet Stratejisi	14
3. İKİNCİ BÖLÜM	15
3.1. GRUPLA ÖZDEŞLEŞME	15
3.1.1. Özdeşleşmenin Yapısı	16
3.1.1.1. Özdeşleşmenin Ana Boyutu.....	19
3.1.2. Grupla Özdeşleşenlerde Görülen Üç Temel Dönüşüm (Transformation).....	20
3.1.3. Özdeşleşmenin Altında Yatan Faktörler	21
3.1.3.1. Kendini Kalıpyargılama	21
3.1.3.2. Kimlik Motivasyonları	22
3.2.3.2.1. Özsaygı	23
3.2.3.2.2. Ayırt Edicilik	23
3.2.3.2.3. Aidiyet.....	24
3.2.3.2.4. Etkililik.....	24
3.2.3.2.5. Süreklilik	26
3.2.3.2.6. Anlamlılık.....	26
4. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	27
4.1. KENDİNİ KALIPYARGILAMA VE KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİ	27
4.2. KİMLİK MOTİVASYONLARI VE KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİ	28
4.2.1. Özsaygı Motivasyonu.....	29
4.2.2. Ayırt Edicilik Motivasyonu	30

4.2.3. Etkililik Motivasyonu	30
4.2.4. Süreklilik Motivasyonu	31
4.2.5. Anlam Motivasyonu	31
4.2.6. Aidiyet Motivasyonu	32
4.2.7. Üyelikten Alınan Doyum Düzeyi	32
4.3. GRUBA BAĞIMLILIK DÜZEYİ	33
4.3.1. Karşılıklı Bağımlılık, Özdeşleşme ve Hedef-Dönüşüm Hipotezi.....	33
4.3.2. Grup İçi Karşılıklı Bağımlılık ve Rekabet/Hareketlilik Stratejileri	34
4.4. GRUP ÜYELİĞİNE YAPILAN YATIRIM MİKTARI	36
4.5. NORMATİF ETKİ.....	37
4.5.1. Kadınlara Yöneltilen Normatif Etkiler	39
5. DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	40
5.1. ARAŞTIRMA ÖRNEKLEMİ OLARAK KADIN CİNSİYET GRUBU	41
5.1.1. Kadın Kimliğinin İki Boyutlu Yapısı.....	41
5.1.1.1. Feminist Kimlikle Özdeşleşen Kadınlar	42
5.1.2. Her İki Kimlikle de Özdeşleşmeyen Kadınlar	43
5.2. MEVCUT ÇALIŞMADA İNCELENEN DEĞİŞKENLERİN BİRLİKTE ELE ALINMASININ TEORİK ZEMİNİ	44
5.3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ.....	47
5.3.1. Doğrudan Yordama İle İlgili Hipotezler	48
5.3.2. Dolaylı Yoldan Yordama İle İlgili Hipotezler	50
6. ÖN ÇALIŞMA.....	53
6.1. ÖN ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ	53
6.1.1. Katılımcılar	53
6.1.2. Veri Toplama Araçları.....	54
6.1.2.1. <i>Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği</i>	54
6.1.2.2. <i>Üyelik İstikrar Ölçeği</i>	54
6.1.2.3. <i>Normatif Etki Düzeyi Ölçeği</i>	56
6.1.3. İşlem	56
6.2. ÖN ÇALIŞMANIN BULGULARI.....	57
6.2.1. Doğrulamalı Faktör Analizleri	57
6.2.1.1. Üyelik İstikrar Ölçeği	58
6.2.1.2. Kimlik Yönetim Stratejileri	58
6.2.1.3. Normatif Etki Düzeyi Ölçeği	59
7. ANA ÇALIŞMA	60
7.1. ANA ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ	60

7.1.1. Katılımcılar	60
7.1.2. Veri Toplama Araçları.....	61
7.1.2.1. Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği	61
7.1.2.2. Üyelik İstikrar Ölçeği	61
7.1.2.3. Grupla Özdeşleşme Düzeyi Ölçeği.....	61
7.1.2.4. Kendini Kalıpyargılama Ölçeği	62
7.1.2.5. Normatif Etki Düzeyi Ölçeği.....	62
7.1.3. İşlem	62
7.2. ANA ÇALIŞMANIN BULGULARI.....	63
7.2.1. Doğrulayıcı Faktör Analizleri	63
7.2.1.1. Üyelik İstikrar Ölçeği	64
7.2.1.2. Kimlik Yönetim Stratejileri	64
7.2.1.3. Kadın Kimliği İle Özdeşleşme.....	65
7.2.1.4. Feminist Kimlikle Özdeşleşme Ölçeği.....	66
7.2.1.5. Kendini Kalıpyargılama Ölçeği	67
7.2.1.6. Normatif Etki Ölçeği	67
7.2.2. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi ve Yol Analizleri	68
7.2.2.1. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi	68
7.2.3. Yol (Path) Analizleri	70
7.2.3.1. Kadın Kimliğiyle Özdeşleşmenin Aracı Değişken Olduğu Modelin Analiz Sonuçları	70
7.2.3.2. Feminist Kimlikle Özdeşleşmenin Aracı Değişken Olduğu Modelin Analiz Sonuçları	73
8. TARTIŞMA ve SONUÇ.....	76
8.1. Araştırmanın Kısıtlılıkları	82
9. KAYNAKÇA.....	83
10. EKLER.....	98

Tablo Listesi

Tablo 1. Dezavantajlı bir sosyal grup olan kadın grubu üyelerinin kadın kimliğinin iki farklı boyutuyla özdeşleşme düzeyi ve buna bağlı olarak izlenilmesi öngörülen stratejiler.....	42
Tablo 2. Ön Çalışmada Kullanılan Ölçeklerde Yer Alan Madde Sayısı ve Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları.....	57
Tablo 3. Üyelik İstikrar Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler.....	58
Tablo 4. Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler.....	59
Tablo 5. Ana Çalışmada Kullanılan Ölçeklerde Yer Alan Madde Sayısı ve Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları.....	63
Tablo 6. Üyelik İstikrar Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler.....	64
Tablo 7. Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler.....	65
Tablo 8. Özdeşleşme Ölçeğinin Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeleri.....	66
Tablo 9. Tüm Değişkenlere Ait Korelasyon, Ortalama, Standart Sapma ve Range Tablosu.....	69
Tablo 10. Kadın Kimliğiyle Özdeşleşmenin Aracı Değişken Olduğu Modele Ait Yol Katsayıları.....	73
Tablo 11. Feminist Kimlikle Özdeşleşmenin Aracı Değişken olduğu Modele Ait Yol Katsayıları.....	75

1. GİRİŞ

Psikoloji alanında yapılan çok sayıda çalışma insanların olumlu bir benlik algısı edinmeye motive olduğunu ve özellikle benliğe yönelik bir tehdidin olduğu durumlarda bu motivasyonda bir artış meydana geldiğini ve kişiyi etkisi altına alıp bu motivasyonu tatmin etmeye yönlendirdiğini ortaya koymaktadır (bkz, Campbell ve Sedikies, 1999: 23). İçinde bulunduğumuz toplumda bizim kim ve nasıl bir insan olduğumuzu tanımlayan çok sayıda sosyal kimliklere mensubuz ve bu kimlikler benlik algımızın önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Benliği grup üyeliği açısından ele alan yaklaşımlara göre, benlik değerimiz mensup olduğumuz grupların kimlik değerinin etkisi altındadır (Larry ve Verkuyten, 1999). Çünkü genellikle hem kendimiz hem de çevremizdeki diğer insanlar bizi sahip olduğumuz grup üyelikleriyle algılamakta, tanımlamakta ve değerlendirmektedir. Bu yüzden olumlu bir benlik algısı için görece daha çekici, daha saygın ve bize daha olumlu sosyal kimliği kazandıracak grupların içinde olmaya motive oluruz (bkz, Hogg ve Abrams, 1990). Üyesi olunan kimliğin profilinin bu anlamda düşük (ve olumsuz) algılanması benliği tehdit etmekte ve benlik üzerinde olumsuz bir etki oluşturmaktadır. Uzun süre kimlik tehdidine maruz kalmanın benliği zedeleyici etkisi bulunduğundan, olumsuz algılanan kimliklerin üyeleri benliğini kimlik tehdidinden korumak ve olumlu bir algıya kavuşturmak için çeşitli stratejiler izlerler. Bu amaçlara ulaşmak için izlenebilecek üç farklı kimlik yönetim stratejisi tanımlanmıştır: sosyal hareketlilik, sosyal rekabet ve sosyal yaratıcılık (Tajfel ve Turner, 1979: 43). Araştırmacılar, üyelerin olumlu bir benlik algısı oluşturmada bu üç yoldan hangisini izleyeceklerini ön görmeye çalışırken onların grupla özdeşleşme düzeylerine ve gruplar arası sınırları ne düzeyde meşru, kalıcı ve geçirgen algıladıklarına bakmaktadırlar. Çalışmalarda gruplar arası statü farklılıklarını meşru, kalıcı ve geçirgen algıladıkça kişilerin bireysel hareketlilik ve sosyal yaratıcılık stratejilerine yönlendiği, sosyal rekabet stratejisinden ise uzaklaştığı görülmektedir. Grupla yüksek düzeyde özdeşleşmenin ise sosyal yaratıcılık ve sosyal rekabet stratejilerine yönlendirip, bireysel hareketlilik stratejisinden uzaklaştırdığı ortaya konmuştur (örn, Alparslan ve Kuşdil, 2020; Mummendey vd. 1999: 234; Tajfel, 1981: 26).

Bu tez çalışmasının temel amacı grup üyelerinin kimlik yönetim stratejisi tercihlerinde etkili olma potansiyeli taşıyan beş değişkenin bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerini doğrudan veya dolaylı yoldan (özdeşleşme aracılığıyla) yordayıp yordamadığını kadın cinsiyet grubu üzerinden sınamaktır. Bu değişkenlerden biri, üyelerin iç grubun temel özelliklerini kendilerine atfetmesi olarak tanımlanan “kendini kalıpyargılamadır” (Cadinu, Latrofa ve Carnaghi, 2013: 583). Değişkenlerden ikisi Mübadele (Exchange Theory) Kuramından uyarlanan “doyum” ve “bağımlılık”, biri İlişki Yatırım Modelinden uyarlanan “yatırım miktarıdır” (Thibaut ve Kelley, 1978; Rusbult, 1980). Son değişken ise, grubun bireyleri grup amaç ve hedefleri doğrultusunda yönlendirmesi (davranmasını sağlama) anlamına gelen “normatif etki” değişkenidir.

Yapılan literatür incelemesinde, stratejiler üzerinde kendini kalıpyargılamanın etkili olduğunu gösteren herhangi bir görgül çalışmaya ulaşılmamıştır. Ancak, kendini bir grup kimiğiyle kalıpyargılamanın o grupla özdeşleşmeyi artırmak suretiyle dolaylı olarak kimlik stratejilerinden hangisinin ne ölçde tercih edileceği üzerinde etkili olabileceğine işaret eden çeşitli teorik açıklamalar bulunmaktadır. Örneğin, bazı araştırmacılar kendini kalıpyargılamayı özdeşleşmenin öncülü olarak yorumlamakta (örn, Verkuyten ve Nekuee, 1999: 412) ve belirli bir grubun temel özellikleri üzerinden kendini kalıpyargılama arttıkça kişinin grup prototipine yakınlığının ve grupla özdeşleşme düzeyinin artacağını öngörmektedir (Leach ve arkadaşları, 2008: 146). Kendini Kategorilendirme Kuramına (*Self Categorization Theory*) göre bağlamsal faktörlere bağlı olarak ortaya çıkan birey ile grup arasındaki benzerlik, yani uygunluk (*fit*) düzeyi grupla özdeşleşmenin en önemli yordayıcısıdır. Kurama göre, birey ile grup arasındaki benzerliğin düzeyi arttıkça kişinin kendini o grup üzerinden tanımlama ve o grupla özdeşleşme düzeyi artar (bkz, Turner ve ark. 1987). Ayrıca bazı araştırmalar, düşük statülü grupların düşük düzeyde özdeşleşmiş üyelerinin iç grubun kalıpyargısal özelliklerini olumsuz değerlendirme (ve kendi benliğine bir tehdit olarak algılama) eğiliminde olduklarını (örn, Shapiro, 2011: 478) ve kendini bu gruptan soyutlayarak daha olumlu özelliklere sahip kimliklere yöneldiğini (van Knippenberg, 1984: 563) göstermektedir. Bu açıklama ve bulgulardan hareketle, kadın kimliğiyle düşük düzeyde özdeşleşen kadınların maskülen (erkeksi) özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama düzeyi arttıkça erkek kimliği prototipine yaklaşma ve kendini bu kimlik üzerinden tanımlama ve davranma (bireysel hareketlilik) düzeyinin artmasını bekleyebiliriz.

Kişiler arası ilişkileri açıklamak amacıyla ortaya atılan Mübadele Kuramı, bir sosyal ilişkinin karşılanması beklenen ihtiyaçları karşılama (tatmin etme) düzeyini “doyum düzeyi”, söz konusu ilişkinin aynı ihtiyaçları ulaşılabilir diğer alternatif ilişkilere kıyasla tatmin etme düzeyini ise “bağımlılık düzeyi” olarak kavramlaştırmıştır (Thibaut ve Kelley, 1978). Mevcut sosyal ilişkinin beklenen ihtiyaçları tatmin etme düzeyi arttıkça ilişkiden alınan doyum artar ve doyumun bir sonucu olarak ilişkiye bağlılık ve ilişkiyi sürdürme eğilimi artar. İlişkinin ihtiyaçları karşılayamaması ise tatminsizlik yaratır ve kişinin ilişkiyi bitirme eğilimini güçlendirir (Kelley ve Thibaut, 1959: 21). Diğer yandan kişiler ihtiyaçları tatmin etme potansiyeli açısından mevcut ilişkisini olası diğer alternatif ilişkilere kıyaslayarak o ilişkiye ne düzeyde bağımlı olduklarını belirlemektedirler. Elde edilebilir olası başka bir ilişkinin söz konusu ihtiyaçları daha fazla tatmin edeceği inancı arttıkça kişinin mevcut ilişkiye olan bağımlılık düzeyi azalır ve bu da mevcut ilişkinin istikrarsız hale gelmesinin ve kişiyi onu bitirmesinin önünü açar (Hogg ve Vaughan, 2011: 551). Sosyal ilişkiler gibi sosyal gruplar da insanların belirli ihtiyaç ve motivasyonlarını tatmin etmek için bir araç işlevi görmektedir ve bunların yerine getirilmesinin bir sonucu olarak, (örneğin ihtiyaçları tatmin etmenin yarattığı olumlu duygular sonucunda) gruba olan bağlılık artmaktadır (Riketta, 2008: 716). Grupla özdeşleşme olgusu üzerine çalışan bazı araştırmacılar, bireylerin grup üyesi olmalarından dolayı hissettiği bu olumlu (memnuniyet gibi) duyguları “doyum” olarak kavramsallaştırmıştır (örn, Leach ve arkadaşları, 2008: 146). Örneğin özsaygı, etkililik ve anlam motivasyonları tatmin edildikçe gruba ilişkin olumlu duygularda ve üyelikle ilgili memnuniyette (yani grup üyeliğinden alınan doyumda) bir artış meydana gelir (Vignoles ve ark, 2006). Gruba ilişkin olumlu duygular ve memnuniyet özdeşleşmeyi arttırdığı için (Riketta, 2008: 716) bireysel hareketlilik eğilimi azalmaktadır. Diğer yandan söz konusu ihtiyaçların ulaşılabilir alternatif bir grup tarafından daha iyi tatmin edileceğine ilişkin algı (mevcut gruba olan bağımlılığın düşük olması) kişinin bireysel hareketlilik eğilimini arttırmaktadır. Örneğin, üyeler ihtiyaç duydukları özsaygıyı kendilerine sağlayamayan grup kimliğinin etkisinden kurtulmak ve daha olumlu bir grup üyeliği elde etmek için hâlihazırda üyesi oldukları gruptan ayrılıp sosyal hareketlilik stratejisini izleyerek kendilerini yüksek statülü bir grup üzerinden tanımlayabilmektedirler (van Knippenberg, 1984: 563). Bu açıklama ve bulgulardan hareketle, kadın kimliğinin bir sosyal kimliğin karşılanması beklenen altı temel

motivasyon olan aidiyet, özsaygı, ayırt edicilik, etkililik, anlam ve süreklilik motivasyonlarını (Riketta gibi bazı araştırmacılar bunları ihtiyaç olarak tanımlar) tatmin etme düzeyi arttıkça kadın kimliğiyle özdeşleşmenin artmasını ve bireysel hareketlilik eğiliminin azaltmasını bekleyebiliriz. Diğer alternatif sosyal kimliklerin bu ihtiyaçları daha iyi tatmin edeceğine ilişkin algı arttıkça da kadın kimliğiyle özdeşleşmenin azalmasını ve bireysel hareketlilik eğiliminin artmasını öngörebiliriz. Öte yandan, bazı araştırmalar da grubun bu ihtiyaçları karşılama düzeyi arttıkça sosyal rekabet eğiliminin artacağına işaret etmektedir. Örneğin, van Zomeren, Postmes ve Spears (2008: 521) grubun üyelerine sosyal statü yapısını değiştirme konusunda kendilerini etkili (efficacy) hissetmelerinin sosyal rekabetin en güçlü yordayıcılarından biri olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Mummendey ve arkadaşları da (1999: 237) üyelerin gruplarını etkili algılamasının (etkililik motivasyonunu tatmin etmesinin) sosyal rekabet stratejisini arttırdığını ortaya koymuştur. Bu çalışmalardan hareketle iç grubun söz konusu altı motivasyonu tatmin etme düzeyi arttıkça kişilerin grup temelinde bir yüksek statü elde etmeyi hak ettiğine ilişkin inanç ve bunu sağlama konusunda grubuna duyduğu güvenin artması, bunun da üyelerin sosyal rekabet eğilimini arttırmasını bekleyebiliriz.

İlişki Yatırım Modeli'ne göre doyum ve bağımlılığa ek olarak, ilişkinin istikrarı yatırım miktarından da etkilenmektedir (Rusbult, 1980a: 172). Bu yatırımların zaman, emek, duygu, maddi kaynaklar, etkinlikler ve ortak anılar gibi kaynaklar olduğu belirtilmiştir. Yaptığı bu yatırımlardan vazgeçmekte zorlanan kişiler tatminsiz bir ilişkiyi daha iyi alternatif bir ilişkiye tercih ederek sürdürebilmekteler (Rusbult, 1983: 102). Dolayısıyla kişinin ilişkiye yaptığı yatırım miktarı ilişkinin devamlılığını desteklemektedir (örn, İmpett ve ark, 2001: 323). Kişilerarası ilişkilere olduğu gibi, insanlar üyesi oldukları sosyal gruplara da çeşitli yatırımlar yapmaktadır. Örneğin üyeler iç grupla yakınlaşma, grubun aktivitelerine katılma ve üyeliğin sorumluluklarını yerine getirme konusunda (Leach ve arkadaşları, 2008: 146) çeşitli yatırımlar yapmaktadır. İlişki Yatırım Modeline dayanarak, gruba olan yatırım miktarının grup üyeliğini terk etme (bireysel hareketlilik) eğilimini azaltmasını bekleyebiliriz.

İzlenen stratejiler üzerinde etkili olduğu düşünülen beşinci değişken de “grubun normatif etki düzeyidir”. Grubun birliğini, bütünlüğünü ve çıkarlarını koruma işlevi gören grup normları üyeler üzerinde etki kurup onları gruba bağlı tutmakta ve grup hedefleri doğrultusunda hareket etmeye zorlamaktadır. Normlar üyelerin kendilerini gruptan

farklılaştırıp ayrıştırmasını ve grubu terk ederek diğer gruplara yönelmelerini engellemeye ve işbirliğini/karşılıklı güveni sağlamaya yöneliktir (Kramer ve ark., 2001). Grubun normlarını ihlal eden ve iç gruptan uzaklaşan, kendini gruptan farklılaştırarak kişisel niteliklerini ön plana çıkaran ya da kendi çıkar ve başarılarını grubun çıkarlarının üstünde tutan üyelere grubun tepkisi sert ve dışlayıcı olmaktadır (Fielding, Hogg ve Annandale, 2006: 215). Bu açıklama ve bulgulara dayanarak, grubun olumsuz tepkisinden çekinen üyelerin bireysel hareketlilikten kaçınacağı düşünülmektedir.

2. BİRİNCİ BÖLÜM

Bu bölümde öncelikle kimlik yönetim stratejileri, stratejilerin belirleyicileri ve sosyal kimlik tehdidi ile ilgili çeşitli teorik açıklamalar ve araştırma bulguları sunulacaktır. Daha sonra kadınlarda kimlik tehdidinin nasıl olduğu ve bu kimlik tehdidiyle baş etmede izledikleri bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerinin nasıl işlediği ele alınacaktır.

2.1. KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİ

Olumsuz algılanan kimliklerin üyeleri benliğini olumlu bir algıya kavuşturmak için izleyebilecekleri üç farklı kimlik yönetim stratejisi vardır: Bireysel hareketlilik, sosyal rekabet ve sosyal yaratıcılık. Bireysel hareketlilik olumsuz grubu terk edip daha olumlu bir gruba geçmek iken; sosyal rekabet grup üyeleriyle birlikte eş güdümlü olarak diğer gruplara karşı rekabete girişip grubun toplum hiyerarşisindeki konumunu ve saygınlığını yükseltmektir. Sosyal yaratıcılık ise grup kimliğini çeşitli bilişsel manipülasyonlar aracılığıyla dış gruplara kıyasla daha olumlu algılamaktır (Tajfel ve Turner, 1979: 43-44).

2.1.1. Bireysel Hareketlilik

Düşük sosyal konumun neden olduğu olumsuz benlik algısını olumlu bir algıya kavuşturmada bireysel hareketlilik stratejisine başvuran üyeler, iç gruptan ayrılıp kendilerini daha olumlu bir kimlik sunacak dış (üst konumlu) grup üyeliği üzerinden tanımlamaktadır (Tajfel ve Turner, 1986). Bireysel hareketliliğin mümkün olduğu durumlarda ve dış grup üyeliğini daha cazip bulan dezavantajlı grup üyeleri iç gruptan ayrılıp avantajlı gruba yönelmektedir (Tajfel, 1975: 108). Edinilen bulgular, dezavantajlı grupların özellikle düşük düzeyde özdeşleşen üyelerinin olumsuz sosyal konumun yol

açtığı kimlik tehdidiyle baş etmede ve olumlu bir benlik algısı edinmede bireysel hareketliliğe yöneldiğini göstermektedir (örn, Kelly, 1990: 583; Ellemers, Spears ve Doosje, 1997: 623-4; Akdoğan ve Alparslan, 2020: 70-1).

2.1.2. Sosyal Rekabet Stratejisi

Sosyal rekabet grupların toplumdaki statülerini yukarıya taşımak ve daha prestijli bir konum elde etmek için bir bütün şeklinde dış gruplara karşı mücadele etmeleri olarak tanımlanmaktadır (Tajfel, 1982: 12). Bu stratejiyi izlenmenin altında yatan temel motivasyon toplumsal hiyerarşiyi değiştirmek ve iç grubun lehine olan bir sosyal değişimi sağlamaktır (Tajfel ve Turner, 1979).

2.1.3. Sosyal Yaratıcılık Stratejileri

Sosyal yaratıcılık stratejileri, dezavantajlı grupların üyelerinin iç grup kimliğini güçlendirmek için grubun nasıl algılandığını olumlu yönde değiştirmeye yönelik olarak yapılan, sadece bilişsel düzeyde değişim yaratan çeşitli manipülasyonlardır (Ellemers ve Rijswijk, 1997: 58). Bu stratejilerin kullanımı üyenin iç grubun kimliğinin olumlu algılanmasına katkı sağlamanın dışında, grubun gerçek sosyal konumunda bir değişiklik yaratmamaktadır (Hogg ve Abrams, 1998). Tajfel ve Turner (1979: 43) sosyal yaratıcılık stratejilerini üçe ayırmıştır. Bunlar yeni karşılaştırma boyutu oluşturma, karşılaştırma boyutunu yeniden değerlendirme ve iç grubu kendisinden daha kötü konumda olan yeni bir dış grupla karşılaştırmak şeklindedir. Yeni karşılaştırma boyutu oluşturma, iç grubun başarılı olduğu alternatif boyutlar üzerinden yeni sosyal karşılaştırmalar yapma anlamına gelmektedir (Bkz; Crocker ve Major, 1989: 616). Karşılaştırma boyutunun yeniden değerlendirilmesi; statüyü belirleyen boyut üzerinden yapılan değerlendirmelerde grubun başarısız olduğu ortaya çıkınca üyelerin bu boyutun değerini düşürerek (önemsizleştirerek) iç grubun olumlu kimliğini korumaya çalışmasıdır (Bkz; Leach, Ellemers ve Barreto, 2007: 246). Kendi gruplarını belirli bir özellik açısından üst statülü grupla kıyasladıklarında başarısız görünecek olan dezavantajlı grupların üyeleri bundan kaçınarak kıyaslamayı üst gruptakilerle değil, konumları kendilerinininkinden daha aşağıya olan diğer dış gruplarla yapmayı tercih edebilirler. Dezavantajlı grup üyelerinin olumlu kimlik edinmede başvurdukları bu yola karşılaştırma grubunu değiştirmek denilmektedir (Tajfel ve Turner, 1979: 43).

2.2. KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİNİN BELİRLEYİCİLERİ

Sosyal Kimlik Kuramcılarının yaptıkları çalışmaya göre, güç ve statü farklılıklarının söz konusu olduğu durumlarda düşük statüdeki grupların üyelerinin hangi durumda hangi stratejiyi izleyecekleri kişilerin mevcut toplumsal yapıyı nasıl algıladığına (sosyo-yapısal faktörler) ve grupla özdeşleşme düzeyine bağlıdır.

2.2.1. Sosyo-Yapısal Faktörler

SKK'cılarının sosyo-yapısal faktörler olarak adlandırdığı toplumsal yapıya ilişkin algılar; statü sisteminin meşruluğu, gruplar arası sınırların geçirgenliği ve kalıcılık şeklinde kavramlaştırmıştır (Tajfel ve Turner, 1979: 46). *Statü Sisteminin Meşruluğu:* Meşruluk mevcut statü yapısının ne ölçüde adil ve haklı olarak algılandığıyla ilgilidir. Çalışmalara göre statü yapısını meşru algılayan üyeler sosyal yaratıcılık ya da sosyal hareketlilik gibi değişim gerektirmeyen stratejiler izlerken; mevcut hiyerarşiyi gayri meşru algılayanlar sosyal rekabet ya da gerçekçi rekabet gibi grup temelinde olan ve sosyal değişim getirecek stratejiler izlemektedirler (Dumont ve Lill, 2009: 443). *Geçirgenlik:* Gruplar arası sınırların geçirgenliği dezavantajlı grupların üyelerinin kendi gruplarını terk edip üst statülü gruplara geçebilmenin ne ölçüde muhtemel algılarıyla ilgilidir. Çalışmalara göre gruplar arası sınırları geçirgen algılayan üyeler daha çok bireysel hareketlilik stratejisini izlerken geçirgen algılamayanlar sosyal yaratıcılık ya da rekabet stratejilerine başvurmaktadır (Jackson, Sullivan, Harnish ve Hodge, 1996: 246). *Kalıcılık:* Mevcut statü sisteminin kalıcılığı iç grubun toplumsal konumunun gelecekte yükselmesinin ne ölçüde muhtemel görüldüğüne ilişkin algı ve inançla ilgilidir (Ellemers ve arkadaşları, 1993: 772). Çalışmaların sonuçlarına göre meşruluk ve geçirgenliğin aksine kalıcılık algısının izlenen stratejilerle çoğunlukla herhangi bir ilişkisibulunmamaktadır (Örn, Baysu, 2007: 87; Alparslan ve Kuşdil, 2020). Ayrıca araştırmacılar, kalıcılık, meşruluk ve geçirgenlik değişkenlerin birbiriyle etkileşim içinde olduğunu ve bu etkileşimin izlenen stratejilerler üzerinden önemli bir rol oynadığını öne sürmektedir (Tajfel, 1981: 26).

2.2.2. Grupla Özdeşleşme

Dezavantajlı grupların üyelerinin iç grupla özdeşleşme düzeyi izlenen stratejinin en önemli belirleyicilerinden biridir (Ellemers ve Barreto, 2001; Mummendey, Kessler,

Klink ve Mielke, 1999: 234; Mummendey ve Otten, 2001). Tajfel ve Turner (1986: 21) düşük statülü grupların üyelerinin grupla özdeşleşmelerini kaybedebileceğini, yüksek statülü gruplara karşı rekabet etmesini bekleyebileceğimiz üyelerin sadece özdeşleşmesini halen sürdürenler olduğunu söyler. Çalışmalara göre dezavantajlı grupların düşük düzeyde özdeşleşmiş üyeleri sosyal rekabet ya da sosyal yaratıcılık stratejilerini izlemek yerine, bireysel hareketlilik isteği belirtmektedirler (örn, Wright ve Tropp, 2002; Alparslan ve Kuşdil, 2020).

2.3. SOSYAL KİMLİK TEHDİDİ

Kimlik yönetim stratejileri sosyal kimlik tehditlerine verilen tepkilerdir. Bu yüzden, kimlik yönetim stratejilerini anlamamanın önemli bir yolu sosyal kimlik tehdidinin doğasını anlamaktan geçmektedir. Kimlik tehdidi, kişinin üyesi olduğu grup ile ilişkilendirilen olumsuz özellikler üzerinden değerlendirileceği, grup üyeliği dolayısıyla kendisine olumsuz davranılacağı ya da kendisinin değersizleştirileceği kaygısını yaşadığı durumlarda oluşur (bkz, Tajfel ve Turner, 1986). Son zamanlarda yapılan çalışmalar bir kişinin kimlik tehdidini iki farklı şekilde deneyimleyebileceğine işaret etmektedir: birey olarak veya grup (kolektif) olarak (bkz, Shapiro ve Neuberg, 2007: 124). Birey olarak deneyimlenen kimlik tehdidi, kişinin mensup olduğu gruba ilişkin olumsuz kalıpyargılar üzerinden (grubun tipik bir üyesi olarak) değerlendirileceğine ilişkin kaygı ile ilgiliyken; grup olarak deneyimlenen kimlik tehdidi kişinin mensup olduğu grup kimliğinin (onu yansıtmayan) olumsuz kalıpyargılar üzerinden değerlendirileceğine ilişkin kaygı ile ilgilidir. İlkinde, üyesi olunan grup kimliğinin kendisi (olumsuz algılanması sebebiyle) kişinin benliğine yönelik bir tehdit oluştururken; ikincisinde, üyesi olunan gruba yönelik dışarıda gelen bir tehdit (grubu yansıtmayan olumsuz özelliklerin gruba atfedilmesi kaygısı) söz konusudur (Laurin, 2017: 584). Örneğin, bir sosyal kimlik tehdidi örneği olan cinsiyet kimliği tehdidi, kadınların bir birey olarak kendilerinin ya da bir bütün olarak kadın kimliğinin değersizleştirildiğini (damgalandığını) hissettiği durumlarda görülür. Kadınların iş ortamında bireysel bilgi, beceri ve yeteneklerinden ziyade cinsiyet kimliğine ilişkin olumsuz kalıpyargılar üzerinden değerlendirileceği kaygısını yaşadıkları durumda bireysel kimlik tehdidi söz konusudur (van Veelen, Derks ve Endedijk, 2019: 2).

Edinilen bulgulara göre kişilerin bireysel olarak maruz kaldığı kimlik tehdidine yönelik tepkisi kendini iç gruptan soyutlama (ayrıştırma) ve bireysel hareketlilik stratejisi izleme şeklinde olmaktadır. Bunun sebeplerinden biri kişinin kendisinin de grup kimliğini olumsuz algılaması ve bu olumsuz kimlik üzerinden algılanmaktan duyduğu memnuniyetsizliktir. Luring (2017: 587) tarafından yapılan bir çalışmada, bireysel olarak yaşanan kimlik tehdidinin düzeyi arttıkça kadınların cinsiyet kimliğiyle özdeşleşme düzeyinin azaldığı ve bireysel hareketlilik eğiliminin arttığı görülmüştür. Diğer yandan kişilerin grup olarak yaşadığı kimlik tehdidine yönelik tepkisi gruba özdeşleşme düzeyini arttırarak dışarıdan gelen tehdiye karşı onu koruma ve saygınlığını arttırmaya yönelik davranma (sosyal rekabet) şeklinde olmaktadır (Luring, 2017: 587). Grup olarak yaşanan tehditlerden biri, bir grubun üyelerinin, o grubu yansıtmadığını düşündüğü olumsuz özelliklerin başkaları tarafından gruba atfedilmesi durumudur. Örneğin feministler, kadınlara atfedilen geleneksel cinsiyet kalıpyargılarını kadın kimliğine yönelik bir tehdit olarak algılamakta; bunların kadınları zayıflattığını, dezavantajlı konuma düşürdüğünü ve özellikle iş hayatında ayrımcılığa maruz kalmasına yol açtığını ileri sürmektedir (Ahl, 2006: 95). Bu yüzden feminist kadınlar toplumun kadınlara yüklediği olumsuz özellikleri reddetmekte ve buna karşı diğer kadınlarla birlikte ortak bir mücadele vermektedir (Reid ve Purcell, 2004: 764, Peltola, Milkie ve Presser, 2004: 134).

Yukarıda da anlatıldığı üzere, kimlik yönetim stratejileri grup kimliğine atfedilen olumsuz kalıpyargıların benlik üzerindeki olumsuz etkisine verilen tepkilerdir. Kadınların toplumsal cinsiyet özellikleri üzerinden değerlendirilmesinin onlar için neden bir tehdit oluşturduğunu ve bu tehdiye verdikleri tepkilerin doğasını daha iyi anlamak için geleneksel olarak kadın kimliğine atfedilen özellikleri ve bunların kadınlar için oluşturduğu potansiyel olumsuz etkileri incelemekte yarar vardır.

2.3.1. Toplumsal Cinsiyet Kalıpyargıları

Kalıpyargılar (*stereotip-stereotype*) belirli bir grubun genel özelliklerini temsil etmekte ve grubun tüm üyelerini tanımlamaktadır (Augustinos, Walker ve Donakhue, 2006: 242). Gruplar hakkındaki kalıpyargılar o gruplara mensup bireylerin nasıl insanlar oldukları konusunda bilgi sağlamaktadır (North ve Fiske, 2012: 82). Kalıpyargı içerikleri ile ilgili çalışmalar her sosyal gruba atfedilen belirli bazı kalıpyargısal özelliklerin

bulduğunu göstermektedir (bkz, Fiske, Cuddy, Glick ve Xu, 2002). Bir kalıpyargı örneği olan toplumsal cinsiyet kalıpyargıları erkek ve kadın cinsiyet kimliğine atfedilen (yani, bu kimlikleri tarif ettiği düşünülen) özelliklerdir (Heilman, 2012: 114). Araştırmacılar dünyanın onlarca farklı ülkesinden insanlarla yaptıkları çalışmalar sonucu toplumların kadın ve erkekleri tarif etmede kullandıkları çeşitli özellikler belirlemişlerdir (bkz, Williams ve Best, 1995). Bu özellikler Fiske ve arkadaşları tarafından önerilen Kalıpyargı İçeriği Modeli bağlamında yetkinlik ve sevecenlik olmak üzere iki boyuta ayrılmıştır (bkz, Fiske, Cuddy, Glick ve Xu, 2002). Çalışmalar, toplumun genel olarak yetkinlik boyutundaki özellikleri erkeklere, sevecenlik boyutundaki özellikleri ise kadınlara atfettiğini göstermektedir (örn, Sakallı-Uğurlu ve Türkoğlu, 2018: 309; Orser, Elliott ve Leck, 2011: 565; Latrofa, Vaes, Cadinu ve Carnaghi, 2010: 913). Yetkinlik boyutundaki özellikler başarı odaklı (yeterli, hırslı, görev odaklı), yönetme eğilimli (iddialı, baskın, etkin), özerk (bağımsız, kendine güvenen, kararlı) ve rasyonel (analitik, mantıklı, objektif) olmayı ifade etmektedir. Öte yandan sevecenlik boyutu diğer insanlara yönelik ilgiyi (kibar, şefkatli, düşünceli olmayı), sosyal ilişkileri önemsemeyi (sıcak, arkadaşça, uyumlu olmayı), itaati (sadık, saygılı, mütevazı olmayı) ve duygusallığı (iç görüsü yüksek, sezgisel, anlayışlı olmayı) yansıtmaktadır. Kadın ve erkek kavramları sadece birbirinden farklı olmakla kalmaz aynı zamanda birbirine zıttır: bir cinsiyette güçlü olan özelliklerin diğer cinsiyette zayıf olduğu düşünülür (Heilman, 2012: 115).

2.3.1.1. Toplumsal Cinsiyet Kalıpyargılarının Kadınlar İçin Oluşturduğu Tehditler

Modern toplumlarda cinsiyet eşitsizliği halen yoğun bir şekilde görülmektedir (bkz, Barreto, Ellemers, Cihangir ve Stroebe, 2009). Cinsiyet temelli statü eşitsizliği özünde ataerkil olduğundan erkeklerin lehine, kadınların aleyhine işlemektedir (Schmitt ve Wirth, 2009: 430). Mevcut sistemin erkeklerin lehine işlediğini ve kadınların üst konumlu meslekleri elde etmede erkeklere kıyasla daha dezavantajlı olduğunu gösteren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (örn, Tichener, 2005; Barreto, Ryan ve Schmitt, 2009). Mevcut sistem erkeklere kıyasla kadınların kariyer yapması ve ekonomik olarak başarılı olması için daha az fırsat sunmakta, onlara daha çok zorluk çıkarmaktadır (Cadinu ve Galdi, 2012: 546; Webber ve Giuffre, 2019: 2). Örneğin, kadınlar daha çok düşük ücretli ve terfi edilmenin pek mümkün olmadığı işlerde çalıştırılırken; erkekler yüksek ücretli ve

terfi fırsatlarının bulunduğu işlerde çalıştırılmaktadırlar (Kramer ve Lambert, 2001; Chang, 2003).

Kadınları erkeklere kıyasla dezavantajlı kılan en önemli faktör toplum tarafından erkek ve kadınlara atfedilen farklı geleneksel toplumsal cinsiyet kalıpyargıdır. Erkeklere atfedilen kalıpyargısal özellikler toplumda güç, prestij ve otorite taşıyan yüksek statülü meslekler için gerekli görülen özelliklerdir (Gupta, Turban, Wasti ve Sikdar, 2009: 399; Down ve Warren, 2009: 10; Cameron ve Lalonde, 2001). İşverenler kadın ve erkek çalışanları geleneksel cinsiyet rollerine göre ayırıştırıp farklı işlerde çalıştırmaktadırlar (Darity ve Mason, 1998). Bu süreçte kadınlara çoğunlukla düşük statülü işler verilmektedir. Çünkü toplumsal cinsiyet özellikleri üzerinden bakıldığında, yüksek statülü meslekler için gerekli olan bilgi, beceri ve yetenekler açısından kadınlar yetersiz ve erkeklerden daha aşağı görülmektedirler (Marlow, 2002). Bu algı bir yandan kadınların yüksek statülü işlere yerleşme şansını azaltırken (Meijs, Ratliff ve Lammers, 2019: 254), bir yandan da kadınların bu mesleklerde olumsuz performans sergileyeceğine ilişkin yanlış bir beklenti oluşturmaktadır (Heilman, 2012: 113). Kadın kimliğine yönelik en önemli tehditlerden biri toplumsal cinsiyet kalıpyargıları üzerinden oluşturulan bu yanlış beklentidir.

Kadınların toplumsal cinsiyet kalıpyargıları (düşük yetkinlik/yüksek sevecenlik) üzerinden algılanması ve değerlendirilmesinin kadınlar için gerçek hayatta eşitsizlik ve haksızlıklar yaratmasının yanı sıra, kadınların benlik algısını da etkilemektedir. Sosyal psikoloji alanında yapılan çalışmalar kişinin ait olduğu sosyal kimliğin toplumdaki diğer ilgili sosyal kimliklere kıyasla daha olumsuz ve zayıf algılanmasının benlik saygısı üzerinde olumsuz bir etki yarattığını göstermektedir (Bourguignon, Seron, Yzerbyt ve Herman, 2006). Özetle, toplum kadınlara toplumsal statülerini yükseltmeleri açısından pek işlevsel olmayan kalıpyargısal özellikler yüklemekte; daha sonra da onları kişisel özellik, çaba ve başarılarını dikkate almadan bu özellikler üzerinden algılamakta ve değerlendirmektedir. Kadınların kendini toplumsal cinsiyet kalıpyargıları temelinde erkeklerle karşılaştırması tatmin edici bir cinsiyet kimliği sağlayamadığından bu kalıpyargıların atfedildiği kadın kimliğinin etkisindeki benliklerini olumlu bir algıya kavuşturacak yollar bulmaya motive olmaktadır (bkz, Becker, 2012; Breinlinger ve Kelly, 1994).

2.4. KADINLARIN CİNSİYET KİMLİĞİ TEHDİDİYLE BAŞ ETMEDE İZLEDİĞİ STRATEJİLER

Kimlik tehdidi algılayan kadınların hangi stratejiyi izleyecekleri kısmen kadın kimliğiyle özdeşleşme düzeylerine -cinsiyetlerinin kendilerini tanımlamada ne kadar merkezi bir önem taşıdığına- bağlıdır (Derks, Ellemers, Laar ve Groot, 2011: 522). Sosyal kimlik yaklaşımı temelinde yapılan bazı araştırmalara göre grupla özdeşleşme düzeyi düşük kişiler bireysel kimlik tehdidi deneyimleme eğilimindeyken; özdeşleşme düzeyi yüksek olanlar kolektif kimlik tehdidi deneyimleme eğilimindedir (örn, Shapiro, 2011: 478). Yukarıda da bahsedildiği gibi, kimliğin değersizleştirilmesi durumunda, düşük düzeyde özdeşleşenler benlik saygınlığını kendilerini kimlikten soyutlamak (ve bireysel hareketlilik stratejisi izleme) yoluyla korumaya çalışırken; yüksek düzeyde özdeşleşenler grupla beraber hareket edip kimliğin saygınlığını korumaya ve hiyerarşideki konumunu yükseltmeye (sosyal rekabet stratejisi izlemeye) yönelik davranır (Derks, Laar ve Ellemers, 2009: 183).

2.4.1. Kadınlarda Bireysel Hareketlilik Stratejisi

Sosyal Kimlik Kuramı (SKK) ile örtüşen bir iddiaya göre grup üyeliği; benlikle ilgili olumlu inançların pekiştirilmesi ve özsaygı sağlaması açısından anlamlı bir kaynak olduğu sürece kişiler ona sarılmakta ve üyesi olduğu grubu dış gruba karşı kayırmaktadır (Dasgupta, 2004: 148). Grup üyeliğinin kişi için bu anlamda değerini kaybetmesi (ve benlik için bir tehdit kaynağı oluşturması) üyelerin grupla bağının çözülmesine neden olmaktadır. Üyeler olumsuz grup kimliğinin etkisinden kurtulmak ve daha olumlu bir grup üyeliği elde etmek için hâlihazırda üyesi olduğu gruptan ayrılıp sosyal hareketlilik stratejisini izleyerek daha olumlu bir kimliğe yönelmektedirler (van Knippenberg, 1984: 563). Çalışmalarda dezavantajlı grupların özellikle düşük düzeyde özdeşleşmiş, yakın gelecekte grubun statüsünün yükselmesinde bir ihtimal görmeyen ve üst statülü gruba geçme imkânı olduğunu fark eden üyeleri güçlü şekilde bireysel hareketlilik isteği belirtmişlerdir (örn, Kelly, 1990: 583; Ellemers, Spears ve Doosje, 1997: 623-4; Doosje, Spears ve Ellemers, 2002: 71). Bulgular sosyal hareketlilikte başarılı olan kişilerin kendini üst statülü grubun kalıpyargıları üzerinden algıladığını, tanımladığını ve sunduğunu da göstermektedir (Derks, Laar, Ellemers ve Raghoe, 2015: 476).

Bireysel hareketlilik, daha yüksek bir sosyal konum elde etmenin kendilerinin kişisel özellik, beceri ve gayretlerine bağlı olduğuna inanan kadınların yöneldiği bir kimlik yönetim stratejisidir (Breinlinger ve Kelly, 1994). Bu stratejiyi izleyen kadınlar, bir anlamda, hiyerarşide yükselme oyununu erkeklerin kuralına göre oynamayı kabul etmiş demektir (Raman, 2008). Çünkü mevcut sosyal hiyerarşi sisteminde, kadınlara atfedilen geleneksel cinsiyet rolleri ve davranış örüntüleriyle yüksek bir konum elde etmek çok kolay değildir. Bu yüzden, bireysel hareketlilik stratejisini izleyen kadınlar erkeklere atfedilen ve statü yapısıyla ilişkili görülen özellik, rol ve davranışları benimsemeye ve bunları iyi yapmayı öğrenerek bireysel olarak başarılı olmaya gayret etmektedir (Raman, 2008). Çalışmalar kadınlarda, geleneksel olarak kadınlara özgü olarak görülen alt mesleklerden erkeklere özgü görülen üst konumlu mesleklere doğru bireysel hareketliliğinin oldukça sık görüldüğünü olduğunu göstermektedir (Jacobs, 1989).

Bireysel hareketlilik aracılığıyla üst statülü gruba geçen düşük statülü grupların üyelerinin kendi gruplarıyla bağlarını kopardığını ve kendilerini yüksek statülü grubun kimliği üzerinden sunduğunu gösteren en önemli örneklerden biri “*kraliçe arı fenomenidir*” (*the queen bee phenomenon*) (bkz, Derks, Laar ve Ellemers, 2016). Erkek egemen meslek ve kuruluşlarda üst pozisyonlar elde eden kadınların daha aşağı mevkilerde olan kadınlarla aralarına mesafe koyarak kendilerini kadın kimliğinden soyutlaması ve kuruluştaki cinsiyet eşitsizliğine itiraz etmek yerine, onu meşrulaştırması kraliçe arı fenomeni olarak kavramlaştırılmıştır (Derks, Laar ve Ellemers, 2016: 1). Kraliçe arı davranışı özellikle kendi grup kimliğinin kişinin beklentilerini karşılayamadığı ve yükselmesi (kariyer yapması) önünde bir engel olduğu alanlarda görülmektedir (Ellemers ve Laar, 2010: 571). Bu eğilimi kalıpyargısal olarak kadınların başarısız görüldüğü bir alanda başarılı olan kadınlar sergilemektedir (Faniko, Ellemers ve Derks, 2016: 903). Bu fenomenle ilgili yapılan araştırmalar “kraliçe arı” olarak adlandırılan kişilerin birbiriyle ilişkili üç farklı davranış formunun olduğunu göstermektedirler. Bunlar; kendilerini bir kadından çok, erkek gibi sunmak, fiziksel ve psikolojik olarak diğer kadınlardan izole etmek ve mevcut cinsiyet temelli hiyerarşinin devamından yana tavır sergilemek şeklindedir (Derks, Laar ve Ellemers, 2016: 2).

2.4.2. Kadınlarda Sosyal Rekabet Stratejisi

Kadınlar sosyal konumlarının kişisel çabaları ve becerilerinden çok ait oldukları sosyal kategori tarafından belirlendiğini gözlemlediklerinde, kendilerini kısıtlayan dışsal faktörlerin bilincine varmaya başlar ve bu da bireysel hareketlilik eğilimini zayıflatır (Chang, 2003). Kadın olduğu için önyargı ve ayrımcılığa maruz kalmak gibi sosyal hiyerarşi kaynaklı engellemeler yaşayan, bunun sonucunda kimlik bilinci güçlenen ve bu engellemeleri ancak diğer kadınlarla beraber harekete geçerek hiyerarşi yapısını değiştirmeye aşacağına inanan kadınlar sosyal rekabet stratejisine (kolektif eylemlere) yönelmektedir (bkz; Home, 1992).

Dezavantajlı sosyal konumda bulunan grupların üyelerinin grup temelinde giriştiği sosyal rekabet stratejisinin ne olduğunun kavranılması için bu stratejinin grubun üyelerini hedeflerine ulaştırmadaki işlevinin (gücünün) iyi anlaşılması gerekmektedir. Grubun en önemli işlevlerinden biri bireylerin tek başına üstesinden gelemediği problemlerle baş etmesine yardım etmek ve kişiye engel oluşturan durumları benzer problemler yaşayan kişilerle grup temelinde birleştirip harekete geçerek sorunu ortadan kaldırmaya yönelik katkı sağlamaktır (Home, 1992). Çalışmalara göre bir kadının diğer kadınlarla olan ortak kader algısı (bütün kadınlara benzer muamele edildiğine ilişkin inanç) ve kadın kimliğinin benlikleri için ne kadar merkezi bir önem taşıdığına ilişkin algı kadınları ortak kimlik etrafında birleştiren iki önemli faktördür (Gurin ve Townsend, 1986). Bulgular, kadınların paylaştığı ortak kader algısının (Gurin ve Townsend, 1986); kolektif memnuniyetsizliğin ve cinsiyet temelli statü yapısının meşru olmadığına ilişkin algının (King, 2003) kadınlarda kimlik bilincini güçlendirdiği yönündedir.

Downing ve Roush (1985) kadınların olumlu bir kimlik geliştirmesinin ve toplumdaki statüsünü değiştirmeye yönelik olan kolektif hareketlerinin (yani, sosyal rekabetin) beş farklı aşamadan geçtiğini anlatan bir model önermiştir. Bu modele göre ilk aşamada kadınlar ya cinsiyet eşitsizliğinin farkında değildir ya da bunu inkâr etmektedir. İkinci aşamada kadınlar yavaş yavaş bir kimlik bilinci geliştirerek üzerlerindeki baskının ve dezavantajlı konumunun farkına varmaya başlarlar. Üçüncü aşamada kadınlar diğer kadınlarla temas geçerek bir dayanışma geliştirirler. Dördüncü aşamada kadın olmanın pozitif yönlerini ve değerini fark etmeye ve bunu ön plana çıkarmaya başlarlar. Son aşamada ise cinsiyet temelli eşitsizliği değiştirmeye yönelik olarak kolektif bir şekilde

harekete geçerler (bkz, Downing ve Roush,1985). Ng, Dunne ve Cataldo (1995)'nun bu beş farklı aşamadaki kadınların izlediği kimlik yönetim stratejileri açısından bir farklılığın olup olmadığını inceledikleri bir araştırmadan edindikleri bulgulara göre, ilk aşamalardaki kadınlar bireysel hareketlilik stratejisini izlerken; son aşamalardaki kişiler sosyal rekabet gibi grup temelinde stratejiler izlemektedir.

3. İKİNCİ BÖLÜM

Mevcut araştırmanın temel amacı sosyal hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerinin “grup üyeliği” kaynaklı belirleyicilerini incelemektir. Kuşkusuz ki grup üyeliğinin en önemli koşulu grupta özdeşleşmedir. Bir önceki bölümde ayrıntılı bir şekilde bahsedildiği üzere, özdeşleşme kimlik yönetim stratejilerinin izlenmesinde en önemli belirleyici konumdadır. Bu yüzden bu bölümde öncelikle özdeşleşme kavramı etraflı ayrıntılı bir şekilde ele alınacak özdeşleşmeyle ilintili bazı temel kavramlar incelenecektir. Daha sonra grupta özdeşleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan üç temel dönüşüm ele alınacak sonrasında da özdeşleşmenin temelinde yattığı düşünülen kendini kalıpyargılama ve kimlik motivasyonları ile ilgili çalışmalar sunulacaktır.

3.1. GRUPLA ÖZDEŞLEŞME

Özdeşleşme kişi ile grup arasındaki ilişkiyi ifade eder (Taipale, 2019: 229). Yüksek düzeyde özdeşleşenler kendini grup üyeliği üzerinden algılayan, gruba yakın hisseden, grupta bağı güçlü olan ve grup kimliğinin etkisiyle hareket eden kişilerdir (van Veelen, Otten, Cadinu ve Hansen, 2015: 1). Grupta özdeşleşme her ne kadar grup üyeliğiyle ilişkili olsa ve zaman zaman grup üyeliği kavramının yerine kullanılsa da özdeşleşme ve üyelik kavramları arasında önemli bazı farklılıklar bulunmaktadır (Taipale, 2019: 231). Özdeşleşme öznel bir deneyimken, grup üyeliği nesnel bir gerçekliktir (Tajfel, 1981: 232). Bir kişi kendini belli bir grubun üyesi olarak görebileceği halde, o grupta özdeşleşmeyebilmektedir. Benzer şekilde, grupta özdeşleşme için grup üyeliği de şart değildir; kişi üyesi olmadığı gruplarla da özdeşleşebilmektedir. Bazen bir grup tarafından temsil edilen değerlerle özdeşleşmek o gruba üye olmaktan önce gelir ve kişinin o gruba üyeliğini motive edilebilir (Taipale, 2019: 231). Örneğin, daha sonraki bölümlerde ayrıntılı bir şekilde ele alınacağı üzere, sosyal hareketlilik stratejisi izleyen

kadınlar erkek kimliğinin üyesi olmamakla birlikte belirli özellik ve değerler açısından kendini erkek grubu prototipine benzer algılamakta ve bu kimlikle özdeşleşmektedirler.

3.1.1. Özdeşleşmenin Yapısı

İç grupla özdeşleşmenin yapısıyla ilgili çeşitli teorik açıklamalar ve araştırma bulguları bulunmaktadır (Roth, Mazziotta ve Barth, 2019: 669). Bu açıklama ve bulgular incelendiğinde özdeşleşmenin ne tür bir yapısının olduğu, ne şekilde kavramlaştırılması ve ölçülmesi gerektiği konusunda araştırmacılar arasında çeşitli tartışmaların olduğu görülmektedir (Leach ve arkadaşları, 2008: 144). Bu tartışmalardan biri, özdeşleşmenin tek boyut şeklinde mi yoksa çoklu boyut şeklinde mi ele alınması gerektiğiyle ilgilidir. Ashmore, Deaux ve McLaughlin-Volve (2004) gibi bazı araştırmacılar özdeşleşmeyi üyenin grupla kurduğu genel bir bağ olarak kavramlaştırıp tek boyutlu ölçek ile ölçmeyi önerirken; Cameron (2004) gibi diğer bazı araştırmacılar özdeşleşmeyi birden fazla boyut şeklinde kavramlaştırmayı ve ölçmeyi önermektedir. Özdeşleşmenin birden fazla boyuttan oluştuğunu savunan araştırmacılar, bu olguyu tek boyut şeklinde ele alan yaklaşımları kavramsal ve metodolojik olarak sorunlu bulmakta ve özdeşleşmenin doğasını anlamada yetersiz olduğunu öne sürmektedir (örn, Leach ve arkadaşları, 2008: 144). Özdeşleşmenin tek boyutlu yapıda olduğu konusunda ısrar eden araştırmacılar (örn, Postmes Haslam ve Jans, 2013: 597) ise belirlenen boyutlar arasındaki korelasyon düzeyinin yüksekliğine vurgu yaparak özdeşleşmenin tek boyutlu homojen bir yapıda olduğunu ve tek boyutlu ölçüm araçlarının özdeşleşmeyi yeterli düzeyde ölçebildiğini savunmaktadır.

Bazı araştırmacılar özdeşleşmenin sadece bilişsel bileşen olan kendini grup üyeliği açısından algılama, yani kendini kalıpyargılama (*self-stereotyping*) ile ilgili olduğunu iddia etmektedir (örn, Turner ve ark, 1987). Diğer bazı araştırmacılar Tajfel'in sosyal kimliğe ilişkin açıklamasına dikkat çekerek özdeşleşmenin kendini kalıpyargılamaktan (algılanan benzerlikten) fazlasını içerdiğini ve algılanan benzerliğin özdeşleşmenin sadece bir bileşeni olduğunu öne sürmektedir (örn, Leach ve arkadaşları, 2008: 146). Özdeşleşmenin çok boyutlu bir yapıda olduğu konsepti Tajfel'in (1978: 63) sosyal kimlik ile ilgili yaptığı tanımlamayla aynı doğrultudadır (Obst ve White, 2005: 70). Tajfel (1978: 63) sosyal kimliklerin grup üyeliği bilgisi, üyeliğe atfedilen değer ve üyeliğe ilişkin duygusal bağlılıktan türetildiğini belirtmiştir. Bu açıklamaya göre iç grupla

algılanan benzerlik özdeşleşmenin sadece bir bileşenidir (Lacoviello, Lorenzi-Cioldi ve Chipeaux, 2019: 686).

Özdeşleşmenin çok boyutlu bir yapıda olduğunu iddia eden araştırmacılar ve bu iddiaları test eden çalışmalar son zamanlarda gittikçe artmaktadır. Örneğin Deaux (1996) özdeşleşmeyle ilgili yaptığı bir literatür incelemesine dayanarak özdeşleşmenin bilişsel, duygusal ve grup üyeleri arasında algılanan bağımlılık gibi bileşenlerinin olduğuna dikkat çekmiştir (akt. Obst ve White, 2005: 69). Cameron (2004: 239) da benzer şekilde özdeşleşmeyi üç boyutlu olarak kavramlaştıran ve ölçen bir model önermiştir: bilişsel, duygusal ve grup içi bağlar. Bilişsel (*cognitive centrality*) bileşen grup kimliğinin belirginliği ile ilgiliyken; duygusal (*in-group affect*) bileşen grup üyeliğine ilişkin duygular ile ilgilidir. Grup içi bağlar (*in-group ties*) bileşeni ise diğer grup üyeleriyle olan bağlar ve benzerlik algısını ifade etmektedir. Cameron (2004: 252) özdeşleşmeyi tek boyut, iki boyut ve üç boyut şeklinde test eden bir dizi çalışma gerçekleştirmiş ve verilerin en iyi üç boyutlu model tarafından açıklandığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde Obst ve White (2005: 76-7) da modeli test etmek için insanların çeşitli gruplarla özdeşleşmelerini ölçen bir araştırma gerçekleştirerek üç boyutlu modeli destekleyen bulgular elde etmiştir.

Leach ve arkadaşları özdeşleşmenin çok boyutlu olduğuna işaret eden teorik yaklaşım ve araştırma bulgularından hareketle iki boyuttan ve beş bileşenden oluşan bir model önerdi. Modelin boyutlarından biri olan benliği tanımlama (*self-definition*) iki alt bileşenden oluşurken, diğer boyutu olan benlik yatırımı (*self-investment*) üç alt bileşenden oluşmaktadır. Benliği tanımlama boyutunun bileşenleri kendini kalıpyargılama (*self-stereotyping*) ve iç grup homojenliği (*in-group homogeneity*) şeklinde kavramlaştırılmıştır. Diğer yandan benlik yatırımı boyutunun bileşenleri ise doyum (*satisfaction*), dayanışma (*solidarity*) ve bilişsel merkezîyet (*centrality*) şeklinde kavramlaştırılmıştır (Leach ve arkadaşları, 2008: 146-7). Leach ve arkadaşlarının (2008: 162) bu modeli test etmeye yönelik yaptığı yedi araştırmadan edindiği bulgular modeli destekler niteliktedir. Roth, Mazziotta ve Barth (2019: 678) da modeli sınamak için farklı gruplarla çeşitli araştırmalar gerçekleştirmiş ve destekleyici bulgular elde etmiştir.

Benlik tanımlama boyutunun bileşenlerinden biri olan iç grup homojenliği grubun temel özellikler açısından kendi içinde homojen, dış gruplardan ayrı ve bütünlüklü bir

yapı olması ile ilgilidir (bkz, Oakes, Haslam ve Turner, 1994). Benlik tanımlama boyutunun diğer bileşeni olan kendini kalıpyargılama “üyelerin iç grubun temel özelliklerini kendilerine atfetmesi” olarak tanımlanmaktadır (Cadinu, Latrofa ve Carnaghi, 2013: 583). Bu bileşen üyelerin kendini temel özellikler açısından gruba benzer kılma ve algılama sürecini göstermektedir (Roth, Mazziotta ve Barth, 2019: 669). Grubun temel özelliklerini grup prototipi sembolize ettiğinden, kendini kalıpyargılama düzeyi bir bakıma kişilerin kendini grup prototipine benzer algılamasını ifade etmektedir (Leach ve arkadaşları, 2008: 146). Kendini kalıpyargılama düzeyi arttıkça kişinin kendini grup prototipine yakın (benzer) algılama düzeyi de artmaktadır (Latrofa, Vaes, Cadinu ve Carnaghi, 2010).

Benlik yatırımı boyutunun birinci bileşeni olan doyum, bireylerin grup üyesi olmalarından dolayı hissettikleri olumlu (memnuniyet gibi) veya olumsuz (pişmanlık ve memnuniyetsizlik gibi) duyguları yansıtmaktadır (Leach ve arkadaşları, 2008: 146). Doyumun; iç gruba olan psikolojik bağlılık, diğer üyelerle koordineli bir şekilde hareket etme gibi fenomenlerle de ilişkisi bulunmaktadır. Ancak, doyumun asıl ayıt edici özelliği iç gruba yönelik olumlu değerlendirme eğilimidir. Benlik yatırımı boyutunun ikinci bileşeni olan dayanışma bileşeni iç grupla yakınlaşma, grubun aktivitelerine katılma ve üyeliğin sorumluluklarını yerine getirme konusunda istekli olma ile ilgilidir (Leach ve arkadaşları, 2008: 146).

Benlik yatırımı boyutunun üçüncü bileşeni olan bilişsel merkeziyet bileşeni grubun ne düzeyde benliğin merkezi bir parçası olarak algılandığı anlamına gelmektedir. Grup kimliği kişi için ne kadar önemli ve ön planda ise kişinin benliğinin de o kadar merkezinde yer alır. Bu yüzden grup kimliğine yönelik tehditlere ve gruplar arası olgulara olan duyarlılığı en iyi yansıtan bileşen bilişsel merkeziyettir (Leach ve arkadaşları, 2008: 147). Her birimiz çok sayıda sosyal grubun üyesi olsak da bu grup üyeliklerinin tümünün psikolojik anlam ve önemi eşit değildir. Bağlama göre belirli kimliklerimiz diğerlerine kıyasla daha fazla ön plana çıkarak kendini daha önemli ve merkezi kılmaktadır (Hogg, 2010: 802).

3.1.1.1. Özdeşleşmenin Ana Boyutu

Araştırmacılar arasında özdeşleşme kavramı konusunda süren ikinci bir tartışma benliği tanımlama boyutunun mu yoksa benlik yatırımı boyutunun mu daha merkezi ve öncelikli bir rol oynadığı ile ilgilidir. Yapılan bazı araştırmalardan edinilen bulgular, özdeşleşmeyle ilgili tek boyutlu ölçümlerin daha çok benlik tanımlamayı yansıttığına işaret ederken (örn, Reysen ve ark, 2013: 469); diğer bazı araştırmalar ana ve öncelikli bileşenin benlik tanımlama (kendini kalıpyargılama bileşeni) olmadığını göstermektedir (Spears, Doosje ve Ellemers, 1997: 538). Postmes Haslam ve Jans (2013: 605) özdeşleşmenin ana çekirdeğinin benlik yatırımı boyutu olduğunu iddia etmekte ve bu yönde çeşitli bulgular sunmaktadır.

Roth, Mazziotta ve Barth'ın (2019: 681) benlik tanımlama ve benlik yatırımının düzeyini değiştiren çeşitli deneysel manipülasyonlar yaparak gerçekleştirdiği araştırmasında benlik tanımlama düzeyi düşük olan bazı katılımcıların benlik yatırım düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür. Ancak benlik yatırım düzeyi düşük olup benlik tanımlama düzeyi yüksek olan katılımcıların olduğuna ilişkin herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır. Ayrıca, benlik yatırımı düzeyinin azaldığı durumda buna benlik tanımlama düzeyindeki bir düşüşün eşlik ettiği görülmüştür. Araştırmacılara göre bu durum bir yandan insanların kendini gruba benzer algılamadan da bağlılık gösterebileceğine işaret ederken; bir yandan da Postmes ve arkadaşlarının (2013) iddia ettiği gibi benlik yatırımı boyutunun özdeşleşmenin daha merkezi (çekirdek) ve daha önemli bir boyutu olduğuna işaret etmektedir. Diğer yandan bazı araştırmacılar da benlik yatırımı boyutunu oluşturan bileşenleri kendi içinde birbiriyle kıyaslayarak hangi bileşenin daha önemli olduğunu anlamaya yönelik çeşitli araştırmalar yapmıştır. Bu araştırmacılar arasında yer alan Kachanoff ve arkadaşlarının (2016) yaptığı çalışmada grup üyeliğinden düşük düzeyde doyum alıp aynı zamanda grubu benliğinin merkezi bir parçası olarak algılayan katılımcılar olmamıştır. Roth ve arkadaşları bu durumu yoğun deneyimleyen kişilerin damgalanmış gruplarda bulunanlar olabileceğine dikkat çekmektedir. Bu gruplardaki kişiler için (diğer insanlar tarafından grup üyeliğiyle algılandıkları ve değerlendirildiklerinden) grup kimliği sürekli ön planda ve benliğini tanımlama açısından merkezi bir konumda iken; diğer yandan bu gruba olan aidiyetinden dolayı bir tatminsizlik yaşamaktadır (Roth, Mazziotta ve Barth, 2019: 682).

3.1.2. Grupla Özdeşleşenlerde Görülen Üç Temel Dönüşüm (Transformation)

Sosyal kimlikle bağlantılı konularda araştırma yapan Reicher gibi bazı araştırmacılar grupla özdeşleşmenin bir sonucu olarak ortak kimlik algısının (biz/onlar) ön planda olduğu koşullarda üyelerde birbiriyle ilişkili üç temel dönüşümün (transformation) yaşandığını öne sürmektedir. Bunlar bilişsel, ilişkisel ve duygusal dönüşüm olarak kavramlaştırılmıştır (Hopkins, Reicher, Khan, Tewari, Srinivasan ve Stevenson, 2016: 22). Bu araştırmacılar grup davranışının doğru anlaşılması için bu dönüşümlerin doğasını ve yapısını anlamının önemine vurgu yapmaktadırlar. Bilişsel Dönüşüm (*Cognitive Transformation*): kendilerini ortak grubun üyeleri olarak algılayan kişilerde -kimliğin ön plana çıktığı koşullarda- grubun ortak inanç, değer, beklenti ve hedefleri temelinde aynı algı (bakış açısı), tutum ve değerlendirme gelişir. Bu dönüşümün bir sonucu olarak üyeler grup kimliğiyle ilişkili konularda ortak bir yoruma, görüşe, bakış açısına, ortak hedef ve beklentilere sahip olmaktadır (bkz, Haslam ve Reicher, 2012). İlişkisel Dönüşüm (*Relational Transformation*): İlişkisel dönüşümün bir sonucu olarak grubun diğer üyeleri artık öteki insanlar olarak görülmek yerine, genişletilmiş benliğin bir parçası olarak görülmeye başlanır. Yani kişi kendisiyle aynı grupta olan bireyleri artık kendi benliğinden ayrı bireyler olarak değil, “biz” olarak algılar ve değerlendirir. Grubun kimliği ya da üyeleriyle ilgili herhangi bir olumluluğu ya da olumsuzluğu doğrudan kendi benliği ile ilişkili olarak algılar ve değerlendirir (Hopkins, Reicher, Khan, Tewari, Srinivasan ve Stevenson, 2016: 22). Örneğin feminist kimlikle güçlü bir şekilde özdeşleşen kadınlar herhangi bir kadına kimliğinden dolayı yapılan bir haksızlığı doğrudan kendisine yapılmış gibi algılar ve tepki verir. Bu dönüşüm sayesinde grup üyeleri ortak hareket etme kabiliyeti kazanmakta, tek bir vücut gibi ortak çıkar, ihtiyaç, inanç, değer ve hedefler doğrultusunda bunları gerçekleştirmeye yönelik hareket edebilmektedir. Duygusal Dönüşüm (*Emotional Transformation*), kişilerin grup kimliğiyle ilgili belirli konularda aynı ortak duyguyu yaşamalarına neden olmaktadır. Örneğin grup kimliğine tehdit durumunda, bu tehdit kaynağına yönelik olarak üyelerde öfke duygusu yaşanabilir. Böyle bir durumda yaşanan öfke üyelerin sosyal rekabet eğilimlerini güçlendirir ve dış gruba karşı üyeleri ortak harekete geçirmeye motive eder (van Zomeren, Spears, Fischer ve Leach, 2004: 694; Crisp, Heuston, Farr ve Turner, 2007: 9). Elbette bu dönüşümlerin düzeyi kişinin grupla özdeşleşme düzeyine bağlıdır.

Özdeşleşme arttıkça grup temelinde hissedilen ortak duygu da artmaktadır (Leonard, Moons, Mackie ve Smith, 2011: 100).

3.1.3. Özdeşleşmenin Altında Yatan Faktörler

Kimlikle bağlantılı konuları inceleyen araştırmacıların temel odak noktalarından birisi üyenin gruba özdeşleşme düzeyidir (van Veelen, Otten, Cadinu ve Hansen, 2015: 1). Bu araştırmacıların büyük bir kısmı özdeşleşmenin sonuçları üzerinde durmaktadır (Dimmock ve Gucciardi, 2008: 284). Daha az sayıda araştırmacı ise, insanların gruplarla ne zaman ve neden özdeşleştiklerini (özdeşleşmeyi arttıran-azaltan faktörleri) incelemektedir (Riketta, 2008: 715).

3.1.3.1. Kendini Kalıpyargılama

Daha önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi, araştırmacılar toplum içindeki bütün sosyal grupların belirli kalıpyargısal (*stereotyping*) özellikler üzerinden tanımlandığına, bu özelliklerin grubun bütün üyelerine genellendiğine ve üyelerin bu kalıpyargısal özellikler üzerinden algılandığına dikkat çekmektedir. Grup içi benzerlikler ve gruplar arası farklılıkları belirleme ve tanımlamada kalıpyargılara vurgu yapılmaktadır. Kişinin gruba benzerliğini ön plana çıkardığı bu süreç kendini kalıpyargılama (*self-stereotyping*) olarak kavramlaştırılmıştır (Cadinu, Latrofa ve Carnaghi, 2013: 583). Kendini kalıpyargılama ve özdeşleşme arasındaki ilişkiyle ilgili önemli bir yorum, kendini kalıpyargılamanın özdeşleşmenin belirleyicisi olduğu şeklindedir (Verkuyten ve Nekuee, 1999: 412; Simon ve ark, 1997: 310).

Kendini Kategorilendirme Kuramını (*Self Categorization Theory*) ortaya atan Turner ve arkadaşlarına göre gruba özdeşleşmenin belirleyicileri bağlamsal faktörlere bağlı olarak ortaya çıkan birey ile grup arasındaki benzerlik, yani uygunluk (*fit*) düzeyidir. Söz konusu araştırmacılar uygunluk kavramını kıyaslamalı uygunluk (*comparative fit*) ve normatif uygunluk (*normative fit*) olmak üzere ikiye ayırmışlardır (bkz, Turner, Hogg, Oakes, Reicher, Wetherell, 1987). Kıyaslamalı uygunluk grubun üyeleri arasında (dış gruplara kıyasla) algılanan benzerlik (kendini kalıpyargılama) düzeyiyle ilgilidir. Normatif uygunluk ise grup üyeleri arasında algılanan benzerliklerin o grubun varlık sebebi, ana hedefleri, odağı, doğası (normları) ve ilgili dış grupla olan ilişkinin yapısıyla

alakalı olması durumudur (bkz, Reicher, Spears ve Haslam, 2010: 20-21). Kıyaslamalı uygunluk ve normatif uygunluk düzeyinin yüksek olduğu koşulda kişilerin kendilerini aynı grubun üyeleri olarak tanımlama (özdeşleşme) eğilimleri daha fazladır (Blanz, 1999: 43). Terapi grubu ile özdeşleşmenin belirleyicilerinin incelendiği iki boylamsal araştırmanın sonucuna göre, özdeşleşmenin en güçlü yordayıcısı katılımcıların terapi grubuna (kıyaslamalı/normatif) uygunluk düzeyi, yani danışanların semptomlarının terapi grubunun normlarıyla (grubun oluşturulma sebebiyle) örtüşme düzeyidir (Cruwys ve ark, 2019: 10).

Kişinin kendini grup prototipine benzer algılama düzeyi arttıkça grupla özdeşleşme düzeyi artmaktadır (Reinhard, Stahlberg ve Messne, 2009: 788). Birden fazla kültür grubuna (Polonya-Almaya) mensup insanlarla yapılan bir araştırmada verilen bir testten aldıkları puana dayanarak katılımcılara bu gruplardan birinin ortalama skoruna daha fazla benzer olduğu yönünde geribildirim verilmesinin ardından yapılan ölçümlerde, katılımcının o gruba daha fazla özdeşleştiği tespit edildi (Schindler, Reinhard, Knab ve Stahlberg, 2016: 233).

3.1.3.2. Kimlik Motivasyonları

Özdeşleşmeye yönelik işlevsel yaklaşım (*the functional approach to social identification*), insanların belirli motivasyonlarının (ihtiyaçlarının) olduğunu ve bu motivasyonları tatmin etme özelliğine sahip gruplarla özdeşleşme eğiliminde olduğunu önermektedir (Riketta, 2008: 715). Bu tür yaklaşımlara göre, insanların belirli bir grupla özdeşleşme düzeyi o grubun söz konusu ihtiyaçları tatmin etme düzeyine bağlıdır (Smeeke ve Verkuyten, 2013: 985). Edinilen bulgulara göre, kişinin motivasyonları ile grup özelliklerinin en çok örtüştüğü durumda grupla özdeşleşme eğilimi en yüksek düzeydedir (örn, Riketta, 2008: 727). Bu örüntüye ihtiyaç-özellik uyumu prensibi (*motive-feature match principle*) adı verilmektedir (Riketta, 2008: 715).

Vignoles ve arkadaşları (2006: 310) yaptıkları geniş kapsamlı literatür incelemesi sonucunda, sosyal kimliklerin özsaygı, ayırt edicilik, aidiyet, etkililik, süreklilik ve anlam olmak üzere altı farklı motivasyona dayandığını öneren Motivasyona Dayalı Kimlik İnşası Kuramını (*Motivated Identity Construction Theory*) geliştirmiştir. İnsanlar kendileriyle ilgili olumlu düşüncelerini sağlayan (özsaygı); kendisini diğer insanlardan

farklı kılan (ayırt edicilik); kendisine aidiyet duygusu veren (aidiyet); zaman içinde bir süreklilik duygusu sağlayan (süreklilik); yetkin olduklarını hissettiren (etkililik) ve hayatlarının anlamlı olduğu hissini veren (anlamlılık) sosyal kimlikleri benimsemeye ve inşa etmeye motive olmaktadır. Her sosyal kimliğin adaptif ve yararlı olması için söz konusu altı motivasyonu tatmin etme potansiyeline sahip olması gerekir (bkz, Vignoles, 2011). Çok sayıda görgül araştırmadan elde edilen bulgular, Vignoles ve arkadaşlarının kuramını destekler yöndedir. Örneğin Türkiye’de Alevi kimliği ile ilgili yapılan bir çalışmadan edinilen bulgular, özsaygı, anlamlılık, etkililik, süreklilik ve ayırt edilme motivasyonlarının kimlik süreçlerinde özgül katkısının olduğunu ortaya koymuştur (Karlıdağ, 2020: 5).

3.2.3.2.1. Özsaygı

Grubun toplumdaki statüsü ve saygınlığı ile yakından ilişkili olan özsaygı kişilerin kendi gruplarına duydukları güven ve ona ilişkin düşüncelerinin olumluluk düzeyini yansıtmaktadır (Cremer, 2001: 396; Riketta, 2008: 718). Sosyal kimlik geleneğini temsil eden çoğu araştırmacı gruba özdeşleşmenin altında yatan ana motivasyonun özsaygı olduğunu varsaymakta ve özdeşleşme konusunda özsaygının rolüne odaklanmaktadır (bkz, Hogg ve Mullin, 1999; Riketta, 2008: 718). Çeşitli laboratuvar deneylerinden edinilen bulgulara göre, iç grubun dış gruplara kıyasla daha başarılı algılanması üyelerin gruba özdeşleşme düzeylerini arttırmaktadır (örn, Ellemers, Kortekaas ve Ouwerkerk, 1999: 371). Bunun yanı sıra, ilişkiel araştırmalarda da, kimliğin algılanan saygınlığı ile özdeşleşme arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunduğu bildirilmektedir (bkz, Carmeli, 2005a; Carmeli ve Freund, 2009: 236; Riketta, 2005: 373). Özetle, kişinin grup temelinde elde ettiği özsaygı düzeyi arttıkça kendini grup kimliği üzerinden tanımlama ve algılama düzeyi artmaktadır (De Cremer, 2001: 393; Crocker ve Luhtanen, 1990).

3.2.3.2.2. Ayırt Edicilik

Sosyal Kimlik Kuramının bir uzantısı olarak ortaya atılan Optimal Ayırt Edicilik Kuramına (*Optimal Distinctiveness Theory*) göre özdeşleşme ve gruplar arası davranışın altında yatan önemli bir motivasyon da ayırt ediciliktir (*distinctiveness*). İnsanlar bir yandan kendilerini belirli bir grubun üyelerine benzer algılama ihtiyacını hissederken; bir yandan da bu grubun dışında kalan diğer insanlardan pozitif anlamda farklılaşma ihtiyacı

hissetmektedir (Brewer, 1991: 477). Kuram, sosyal kimliklerin benliğin pozitif ayırt ediciliğini sağlamada ve sürdürmedeki rolünü “ayırt edicilik” motivasyonu temelinde incelemektedir (Dimmock ve Gucciardi, 2008: 288). Kurama göre insanların bu motivasyonu tatmin etmelerinin bir yolu, diğer gruplardan farklılığı pozitif anlamda belirgin olan gruplarla özdeşleşmekten geçmektedir. Kimliğin üyelere pozitif bir ayırt edicilik sağlama düzeyi ne kadar yüksekse o kimlikle özdeşleşmenin o kadar yüksek olacağı düşünülmektedir (bkz, Brewer ve Pickett, 1999). Çalışmalar grup kimliğinin algılanan pozitif ayırt edicilik düzeyi ile onunla özdeşleşme düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir (örn, Postmes, 2003). Edinilen bulgulara göre üyelerin kendi gruplarını ayırt edici (diğer gruplardan farklı ve daha iyi) olarak algılama düzeyi ne kadar yüksekse, o grupta özdeşleşme düzeyi o kadar artmaktadır (Sheldon ve Bettencourt, 2002).

3.2.3.2.3. Aidiyet

Özdeşleşme ile ilgili diğer bir motivasyon aidiyettir (Vignoles ve ark, 2006). Aidiyet (*belonging*) motivasyonu insanlarla yakınlık kurma ve onlardan kabul görme ihtiyacına karşılık gelmektedir (Elsbach ve Pieper, 2019: 4). Aidiyet hipotezini ortaya atan Baumeister ve Leary’ye (1995) göre bireylerin diğer insanlarla ilişki kurma ve sürdürme yönünde çok güçlü bir motivasyonu vardır. Aidiyet motivasyonunun altında yatan iki temel ihtiyaç bulunmaktadır: asimilasyon (Brewer, 1991) ve yakınlık (Baumeister ve Leary, 1995). Asimilasyon diğer insanlara uyma ve onlara benzer hissetme ihtiyacıdır; yakınlık başkalarıyla ilişki/yakınlık kurma ve onlarla iletişimde olma ihtiyacıdır (Riketta, 2008: 720). Sosyal gruplar diğer üyelerle ilişkiler kurma ve sürdürme imkânı sağladıkları oranda üyelerinin yakınlık kurma ihtiyacını tatmin eder (Riketta, 2008: 720). Araştırmacılar aidiyeti, kişiselliği yitirme temelinde oluşan aidiyet (depersonalized belonging) ve kişisel aidiyet (personalized belonging) diye ikiye ayırır (Mael ve Ashforth, 2001: 201): Bunlardan ilki ortak kimliğe ilişkin aidiyetken; ikincisi kişiler arası çekicilik temelinde kurulan bağlanmadır.

3.2.3.2.4. Etkililik

Etkililik (*efficacy*) motivasyonu bir kimlik sahibi olma ihtiyacının altında yatan önemli motivasyonlardan biridir (Vignoles, Regalial, Manzi, Golledge ve Scabini, 2006:

203). Etkililik motivasyonu insanların kendi güç, yeterlilik ve kontrol duygusunu sürdürme ve arttırma ihtiyacına karşılık gelmektedir (Breakwell, 1993: 205). Edinilen bulgulara göre insanlar üyesi olduğu grupların yetkinlik düzeylerini oldukça önemsemektedirler. Örneğin, Avrupa kimliğiyle ilgili yapılan çalışmalarda üyeler kimliğin kendisi için önemini ve anlamını açıklarken sıklıkla Avrupa'nın ekonomik pazarı kontrol etmesi ve güçlü bir orduya sahip olması özelliklerinden söz etmişlerdir (Breakwell, 1996). Taşdemir ve Öner-Özkan (2016: 44) tarafından Türk kimliğinin içeriğini belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmaya göre, Türk kimliğine sahip olmaya atfedilen önemli özelliklerden bazıları üyelere yetkin olma, kontrol etme ve güçlü olma hissi sağlama şeklindedir. Benzer bir şekilde İngiliz ulusal kimliğinin içeriğini belirlemeye yönelik yapılan bir araştırmada katılımcılar kendi uluslarının dünyadaki gelişmeleri kontrol etme ve güçlü olma özelliğine vurgu yapmışlardır (Cinnirella, 1996).

Çalışmalar farklı statüden sosyal grupların algılanan kontrol, yetkinlik ve güç düzeyi açısından farklılaştığını göstermektedir. Edinilen bulgulara göre yüksek statülü gruplarda kontrol, güç ve yeterlilik duygusu daha yüksektir. Yüksek statülü grupların üyeleri kendi hayatları üzerinde kontrol sahibi olduklarına, hayatın daha esnek ve şekillendirilebilir olduğuna, elde ettikleri sonuçların kendi tercih ve eylemlerinin bir neticesi olduğuna inanmaya daha meyillidir (Ross ve Mirowsky, 2002: 126). Diğer yandan düşük statülü grupların üyelerinin sosyal gerçeklik kavrayışında kaderci bir inanç hakimdir. Bu kişiler hayatındaki birçok şeyin kendi kontrolü dışında geliştiğini ve müdahale edip değiştirmek için gerekli güce sahip olmadıklarını düşünme eğilimindedirler (Kohn, 1972: 300; Caplan ve Schooler, 2007: 44; Turner ve Noh, 1983: 13). Ross ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmaya göre düşük sosyal konumdakilerde dışsal kontrol algısı, yüksek statüdekilerde ise içsel kontrol algısı daha baskındır (Ross, Mirowsky ve Cockerham, 1983: 392). Yüksek statülü gruplarda yetkinlik ve güç algısı da daha yüksektir. Amerika'da yaşayan 23 farklı gruba ilişkin kalıpyargı içeriklerinin incelendiği bir çalışmaya göre genellikle yüksek statülü gruplarla ilgili kalıpyargılar yetkinlikle ilgilidir (Fiske, Cuddy, Glick ve Xu, 2002: 898-9). Edinilen bazı bulgulara göre, düşük statülü gruplar yüksek statülü grupları kendilerinden daha yetkin algılamaktadırlar (Bettencourt ve ark., 2001: 535; Sachdev ve Bourhis, 1987: 288; Branthwaite, Doyle ve Lightbown, 1979: 158-9).

Cinsiyetin kontrol algısı ve güçlü olma duygusu üzerinde önemli bir etkisi vardır (Mirowsky ve Ross, 1986: 27). Edinilen bulgular erkeklere kıyasla kadınların daha düşük düzeyde güç, yeterlilik ve kontrol algısına sahip olduğunu göstermektedir (Ross ve Wright, 1998; Mirowsky ve Ross, 1984; Ross ve Mirowsky, 2002: 141; Ross, Mirowsky ve Cockerham, 1983: 392). Ancak araştırma bulguları kadınların kontrol algısının sadece belirli koşullar altında düşük olduğunu göstermektedir. Kadınların eğitim düzeyi, yaptığı işin niteliği ve gelir düzeyi arttıkça kontrol ve yeterlilik duygularının da arttığı gözlenmektedir (Ross ve Mirowsky, 2002: 125). Turner ve Noh'ın (1983: 10-11) farklı sosyoekonomik statüden (SES) kadınlarla gerçekleştirdikleri bir çalışmanın sonucuna göre, düşük SES'e sahip kadınlar daha kadercı bir anlayışa ve daha düşük düzeyde bir kontrol ve güç algısına sahipken, yüksek statülü bir sosyo-ekonomik ağın içerisinde olan kadınlar güçlü bir yetkinlik hissine sahiptirler.

3.2.3.2.5. Süreklilik

Süreklilik (*continuity*) motivasyonu farklı zaman ve mekânlar arasında bir süreklilik elde etme ve bunu sürdürme arzusunu yansıtmaktadır (Smeekes ve Verkuyten, 2013). Araştırmacılar, kişinin süreklilik motivasyonunu sosyal grup üyeliği temelinde deneyimlemesini kolektif benlik sürekliliği olarak kavramlaştırmıştır (bkz, Smeekes ve Verkuyten, 2015: 166). Edinilen bulgulara göre kolektif süreklilik motivasyonu ulus kimliği gibi tarihsel bir geçmişi olan gruplarla özdeşleşmeyi güçlü şekilde yordamaktadır (Smeekes ve Verkuyten, 2013: 987). Bir dizi araştırmadan edinilen ortak bulgular kimliğe yönelik tehdit durumunda, kolektif benlik sürekliliğinin grupla özdeşleşme ve iç grup savunması için önemli bir motivasyon olduğunu göstermektedir (Smeekes ve Verkuyten, 2013: 984).

3.2.3.2.6. Anlamlılık

İnsanların gruplarla özdeşleşmesinin altında yatan önemli bir neden de anlamlılık (*meaning*) motivasyonudur. Anlamlılık motivasyonu kişinin kendi varlığına ilişkin önem ve gaye ihtiyacına karşılık gelmektedir (Vignoles ve ark., 2006). Bu motivasyon belirsizliği azaltma motivasyonunu içermekte ve öznel belirsizliği azaltma teorisi temelinde incelenmektedir (bkz, Hogg, 2000). Bu teoriye göre belirsizlik fiziksel/sosyal çevreden gelebilecekleri ön görmeyi zorlaştırmakta ve kişiyi nasıl davranması gerektiği

konusunda kuşkuya düşürmektedir. Bizim ve diğerlerinin tutum, davranış, algı, inanç ve duygularımıza ilişkin belirsizlik hayat üzerindeki kontrol duygumuzu zedelediğinden belirsizlikten kaçınır ve belirsizliği azaltmaya yönelik hareket ederiz (Hogg, 2000: 227). Bazı araştırmacılar belirsizliği azaltma motivasyonunun özdeşleşme üzerindeki belirleyici etkisini vurgulamaktadır (örn, Hogg ve Grieve, 1999). Öznel belirsizliğin (anlam ihtiyacının) yüksek olduğu durumlarda kişiler bu motivasyonu tatmin etmek için grupla özdeşleşmesini arttırmaktadır (Jetten, Hogg ve Mullin, 2000).

4. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Bu bölümde kimlik yönetim stratejilerinin belirleyicileri olduğu düşünülen beş farklı değişken ele alınacak ve her birinin stratejilerle ilişkisi tartışılacaktır. Bu değişkenler kendini kalıpyargılama, kimlik motivasyonları (grup üyeliğinden alınan doyum), gruba olan bağımlılık, grup üyeliğine yapılan yatırım ve grubun normatif etki düzeyidir.

4.1. KENDİNİ KALIPYARGILAMA VE KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİ

Kadınların toplumsal cinsiyet kalıpyargılarına ilişkin tepkisi üç farklı şekilde görülmektedir. Kadınların bir kısmı kendilerine atfedilen, sevecenlik boyutundaki özellikleri benimsemekte ve bunların kendilerini tanımladığını söylemektedir. Bu özellikler üzerinden kendini kalıpyargılayan bu kadınlar geleneksel kadın kimliğiyle özdeşleşmektedir. Genel olarak, bu eğilime sahip kadınlar sevecenlik boyutundaki özelliklerin olumlu ve değerli olduğu yönünde bir algı oluşturma (sosyal yaratıcılık stratejisi) üzerinden kimliklerini korumaktadırlar. Diğer yandan ikinci bir grup kadın, sevecenlik boyutundaki bu özelliklerin genel olarak kadınları tarif ettiğini, ancak bir birey olarak kendisini yansıtmadığını düşünme eğilimindedirler. Bu gruptakiler, kadınlara geleneksel olarak atfedilen özellikleri kendilerinin taşımadığını söyleme ve bunu ispatlamaya yönelik davranma eğilimindedirler. Bu gruptaki kadınlar kadın kimliğinin gerçekten de zayıf ve olumsuz özelliklere sahip olduğunu düşünmekte ve başkalarının kendilerini bu özelliklerle ilişkilendirmesinden endişe ve rahatsızlık duymaktadırlar. Bu endişe ve rahatsızlığın bir sonucu olarak kendilerini sevecenlik boyutundaki feminen özelliklerden (ve kadın kimliğinden) soyutlama ve yetkinlik boyutundaki maskülen özellikler üzerinden tanımlamaya yönelmektedirler (bkz, Baykal, 2018: 170-2).

Maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılayan kadınlar sosyal hareketlilik stratejisi izleme eğilimindedirler. Üçüncü bir grup kadın da kadınlara geleneksel olarak atfedilen kalıpyargıları reddetmekte ve yetkinlik boyutundaki özelliklerin erkeklerin yanı sıra kendilerini de tanımladığını savunmaktadırlar. Ancak ikinci gruptakilerden farklı olarak bu gruptaki kadınlar sevecenlik boyutundaki özelliklerin bir birey olarak kendisini tarif etmediği gibi, genel olarak diğer kadınları da yansıtmadığını savunmakta ve kadın kimliğiyle özdeşleşmektedirler. Sosyal rekabet stratejisi izleme eğiliminde olan bu kadınların büyük bir kısmını feministler oluşturmaktadır. Feminist kimlikle özdeşleşme ile geleneksel cinsiyet kalıp yargılarına ilişkin olumlu tutum (kalıpyargıyı benimseme) arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Reid ve Purcell, 2004: 764, Peltola, Milkie ve Presser, 2004: 134). Nitel araştırma yöntemi kullanılarak yapılan bir araştırmanın bulgularına göre feministler toplum tarafından kadınlara atfedilen geleneksel özelliklerin aksine, kendilerini yetkinlik boyutuna giren bağımsız ve öz güvenli olma, eylem odaklı, yaratıcı düşünme, problem çözme benzeri (kontrol ve başarı odaklı) kalıpyargısal özelliklerle ifade etmektedirler (Orser, Elliott, Leck, 2011: 583). Feministler, toplumdaki yaygın inanışın aksine, tüm kadınların bu özellik ve becerilere sahip olduğunu dile getirmektedirler. Üçüncü gruptaki kadınların ikinci gruptakilerden en önemli farklı kadın kimliğiyle yüksek düzeyde özdeşleşmeleridir.

4.2. KİMLİK MOTİVASYONLARI VE KİMLİK YÖNETİM STRATEJİLERİ

Birinci bölümde sunulan kimlik yönetim stratejileriyle ilgili araştırmaların tamamı stratejileri özsaygı motivasyonu temelinde açıklamaktadır. Söz konusu araştırmaların teorik çerçevesini oluşturan Sosyal Kimlik Kuramına göre insanlar üyesi olduğu grubu olumlu bir ışıkta görme arzusu (öz saygı ihtiyacı) tarafından motive edilmektedir (Brown, 2000: 755). Bu yüzden insanlar özsaygı motivasyonunu tatmin etmek için yüksek statülü (prestijli, güçlü) grupla özdeşleşmeye (Riketta, 2008: 718) ya da grubu yüksek statüde algılamaya (bkz, Roccas, 2003) eğilimlidir.

Bir önceki bölümde de değinildiği üzere Vignoles ve arkadaşları (2006) kimlik sürecinin motivasyonel arka planının özsaygıdan ibaret olmadığını öneren Motivasyona Dayalı Kimlik İnşası Kuramını (*Motivated Identity Construction Theory*) ortaya atmıştır. Bu kurama göre özsaygının yanı sıra, ayırt edicilik, etkililik, süreklilik, aidiyet ve anlamlılık motivasyonları da sosyal kimliklerin inşasına, korunmasına ve sürdürülmesine

kaynaklık etmektedir (bkz, Vignoles, 2011). Bazı teorik açıklamalara göre kimlik motivasyonları bireylerin sadece grupla özdeşleşmesini sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda onların söz konusu motivasyonları özdeşleştikleri grup temelinde tatmin etmeye yönelik davranmalarına yol açmaktadır (örn, Elsbach ve Pieper, 2019: 1). Örneğin öz saygı motivasyonu grupla özdeşleşme sürecini başlatmanın yanı sıra üyelerin grubun konumunu ve saygınlığını sürdürmeye yönelik davranmasına (kimlik yönetim stratejileri izlemelerine) neden olmaktadır (Dimmock ve Gucciardi, 2008: 288).

4.2.1. Özsaygı Motivasyonu

Sosyal kimlik kuramcılarını özsaygıyı stratejilerin altında yatan temel motivasyon olarak ele almaktadır (Dimmock ve Gucciardi, 2008: 287). Bu kuramcılara göre insanlar ihtiyaç duydukları özsaygıyı elde etmek için özdeşleştikleri grubu ilgili diğer dış gruplardan olumlu anlamda farklılaştırma, yani daha yüksek statüde algılama gereksinimi duymaktadır (Abrams ve Hogg, 1988). Bu gereksinim bireylerin çeşitli kimlik yönetim stratejilerini izlemelerine yol açmaktadır (Tajfel ve Turner, 1979: 41-43). Örneğin, kimliğin özsaygı kazanma konusunda yeteri kadar tatmin edici olmadığı durumlarda, özdeşleşme düzeyi zayıf olan üyeler daha yüksek statülü bir gruba geçmeye motive olmaktadır (bkz, Tajfel ve Turner, 1986). Diğer yandan yüksek düzeyde özdeşleşmiş üyeler de grubun imajını ve statüsünü korumaya ve yükseltmeye yönelik sosyal rekabet stratejisini izlemeye motive olmaktadır (örn, Ouwerkerk, De Gilder ve Vries, 2000).

Özsaygı dışındaki diğer beş kimlik motivasyonunun kimlik yönetim stratejileri ile ilişkisini doğrudan inceleyen araştırmalar (ulaşıldığı kadarıyla) bulunmamaktadır. Ancak özsaygı ile ilgili edinilen bulgulardan ve diğer beş motivasyonun özsaygıya benzer bir rol oynadığına ilişkin (aşağıda sunulan) açıklama ve bulgulardan hareketle şunu bekleyebiliriz: Kimliğin ayırt edicilik, etkililik, süreklilik, anlam ve aidiyet motivasyonlarını tatmin edici olmadığı durumlarda özdeşleşme düzeyi düşük olan üyelerin bu motivasyonları daha iyi tatmin edecek bir gruba geçmeye (bireysel hareketlilik stratejisi izlemeye) motive olmaktadır. Diğer yandan, özdeşleşme düzeyi yüksek olan üyeler ise, bu tür durumlarda, grubun ilgili özelliğini ön plana çıkarmaya ve onu güçlendirmeye yönelik sosyal rekabet stratejisini izlemeye motive olmaktadır. Örneğin, feministler kadın kimliğinin etkililik ile ilgili özelliklere sahip olmadığına ilişkin algıyla (kimlik tehdidiyle) baş etmede, kadınların da erkekler kadar yetkin olduğunu

savunmakta ve bunu topluma kabul ettirmeye yönelik mücadele etmektedir (sosyal rekabet) (Ahl, 2006: 95). Diğer yandan özdeşleşme düzeyi zayıf olanlar, kadınların genel olarak yetkinlikle ilgili özelliklere sahip olmadığına inanma eğiliminde oldukları için kendilerini kadın kimliğinden soyutlamakta ve yetkinlik konusunda daha tatmin edici buldukları erkek kimliği üzerinden tanımlamaktadırlar (bireysel hareketlilik) (bkz, Baykal, 2018: 170-2).

4.2.2. Ayırt Edicilik Motivasyonu

Ayırt edicilik motivasyonu bireylerin kendilerini diğer insanlardan pozitif anlamda farklılaştırmaya ve bu farkı sürdürmeye yönelik davranmasına neden olmaktadır (Vignoles ve ark, 2002). Bu motivasyonun etkisindeki üyeler iç grubu dış gruplardan olumlu yönde farklılaştıran kıyaslamalar yapmaktadır (Riketta, 2008: 719). Pickett ve Brewer (2001: 347) tarafından yapılan bir araştırmaya göre grubun ayırt ediciliğine yönelik tehdidin olduğu koşulda ayırt edicilik motivasyonu tetiklenmekte ve üyeler bu motivasyonun etkisiyle iç grubu dış gruptan olumlu anlamda farklılaştırmaya yönelik hareket etmektedir. İç grubun dış gruplardan algılanan farklılık düzeyi arttıkça ayırt edicilik motivasyonunun tatmin olma düzeyi artmaktadır (Hornsey ve Jetten, 2004). Ayırt edicilik motivasyonunun tatmin edilme düzeyi arttıkça grupla özdeşleşme düzeyi yüksek olan üyelere iç grup kayırmacılığı artmaktadır (Vignoles ve Moncaster, 2007).

4.2.3. Etkililik Motivasyonu

Farklı statüden grupların güç, yeterlilik ve kontrol özellikleri açısından farklılaştığını gösteren çok sayıda bulgu bulunmakla beraber, yapılan literatür taramasında grupların bu özelliklerinin kimlik motivasyonlarıyla ilişkisini doğrudan inceleyen sadece bir çalışmaya ulaşılmıştır. Riketta (2008: 721) ilk defa etkililik (güç) motivasyonu yüksek olanların özellikle güçlü gruplarla özdeşleşeceği hipotezini öne sürmüştü ve bunu test eden bir araştırma deseni hazırlamıştır. Araştırmanın bulgularına göre, bireylerin güç motivasyonlarının grubun prestij, güç ve yetkinliğiyle güçlü bir ilişkisi olduğu görülmüştür (Riketta, 2008: 727). Güç motivasyonu yüksek kişilerin sadece grup normlarının izin vermediği (güçlü grubun konumunun meşru görülmemesi gibi) ya da güçlü gruba geçildiğinde etkisiz bir konum elde edileceği kaygısının baskın olduğu koşullarda güçlü gruba geçmekten kaçındıkları da saptanmıştır (Riketta, 2008: 728). Yukarıdaki açıklama ve bulgulardan hareketle, üyelerin etkililik motivasyonunun

iç grup (dezavantajlı grup) tarafından tatmin edilme düzeyi arttıkça bireysel hareketlilik eğilimlerinin azalacağı tahmin edilmektedir.

4.2.4. Süreklilik Motivasyonu

Grup varlığının devamlılığına yönelik bir tehdit durumunda süreklilik motivasyonunun etkisi altındaki üyeler grubun varlığını korumaya ve sürdürmeye yönelik hareket etmektedirler (Vignoles ve ark, 2008). Benlik sürekliliğine yönelik tehdit bireylerde huzursuzluk ve gerilim yaratmaktadır ve bu durum insanları bir süreklilik duygusu edinme ve sürdürmeye motive etmektedir (Smeekes ve Verkuyten, 2013: 985). Grubun varlığına yönelik tehdit grubu korumada ve dış grubu reddetmede (önyargıda) bir artışa neden olmaktadır (Smeekes ve Verkuyten, 2013: 985). Örneğin, ulusal kimliğin varlığına yönelik tehdit kolektif süreklilik motivasyonunu harekete geçirmekte ve üyelerin grup kimliğini savunmasıyla sonuçlanmaktadır (Smeekes ve Verkuyten, 2013: 992). Üyelerin süreklilik motivasyonunun iç grup (dezavantajlı grup) tarafından tatmin edilme düzeyi arttıkça bireysel hareketlilik eğilimlerinin azalacağı tahmin edilmektedir.

4.2.5. Anlam Motivasyonu

Anlam motivasyonunun özsaygı motivasyonuna eşit, hatta bazı durumlarda ondan daha baskın bir motivasyon olduğu ortaya konulmuştur (Vignoles ve ark, 2006). Araştırmacılara göre bireylerin özsaygı motivasyonları öznel belirsizlik düzeyleri azaldıktan (yani, anlam motivasyonu tatmin edildikten) sonra baskın hale gelmekte ve bireyler ancak o zaman bu motivasyonu tatmin etmeye yönelik davranmaya başlamaktadır (Elsbach ve Pieper, 2019: 3). Diğer motivasyonlarda olduğu gibi, anlam motivasyonunun grup temelinde tatmin edilme düzeyi arttıkça grupla özdeşleşmenin ve iç grup kayırmacılığın artması beklenmektedir (Capozza, Brown, Aharpour ve Falvo, 2006: 53). Öznel belirsizliği azaltma modeline göre belirsizliği azaltma (anlam) ihtiyacı insanların aşırı uç partilerle ya da totaliter gruplarla özdeşleşmeleri için güçlü bir motivasyon olabilmektedir (Capozza ve Volpato, 2005). Bunun sebebi bu tür bağlamların daha az kompleks, daha anlamlı algılanması ve iç grup prototipi ile normlarının kişinin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarına rehberlik etmesidir (Capozza, Brown, Aharpour ve Falvo, 2006: 53).

4.2.6. Aidiyet Motivasyonu

Aidiyet motivasyonunun dezavantajlı grup üyelerinin izlediği stratejiler üzerinde etkili olduğuna işaret eden araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin, Taylor ve McKirnan'ın (1984: 294) gruplar arasındaki ilişkileri ve toplumsal değişimi ele aldıkları kuramına göre, düşük statülü grupların bireysel olarak yüksek statülü gruba geçmeyi deneyen üyeleri bu yeni grup tarafından kabul görmediklerinde eski gruplarına dönüp grupla beraber sosyal rekabet stratejisini “ikinci bir seçenek” olarak tercih etmektedirler. Bireysel hareketliliğe başvuran üyelerin üst grup tarafından kabul görmemesi kendilerini oraya ait hissetmemelerine neden olmakta ve aidiyet motivasyonunun tatmin edilmemiş olması kişinin eski grubuna dönmesine neden olmaktadır. Edinilen bulgulara göre, aidiyet motivasyonu tatmin edildikçe grupla özdeşleşme düzeyi yüksek olan üyelere iç grup kayırmacılığını artmaktadır (Vignoles ve Moncaster, 2007).

4.2.7. Üyelikten Alınan Doyum Düzeyi

Söz konusu motivasyonları ihtiyaç (*need*) olarak adlandıran bazı araştırmacılara göre sosyal gruplar insanların bu ihtiyaçlarını tatmin etmek için bir araç işlevi görmektedir ve bu ihtiyaçların yerine getirilmesinin bir sonucu olarak, (örneğin, ihtiyaçları tatmin etmenin yarattığı olumlu duygular sonucunda) grupla özdeşleşme ortaya çıkmaktadır (örn, Riketta, 2008: 715-6). Edinilen bulgulara göre, özsaygı, etkililik ve anlam motivasyonları tatmin edildikçe gruba ilişkin olumlu duygularda ve üyelikle ilgili memnuniyette bir artış meydana gelir (Vignoles ve ark, 2006). Özdeşleşmenin yapısının anlatıldığı bölümde de bahsedildiği üzere bazı araştırmacılar, bireylerin grup üyesi olmalarından dolayı hissettiği olumlu (memnuniyet gibi) duyguları “doyum” olarak kavramsallaştırmıştır (örn, Leach ve arkadaşları, 2008: 146). Diğer yandan kişiler arası ilişkiler alanında çalışan araştırmacılar da psikososyal ihtiyaçların tatmin edilme düzeyini “doyum” olarak kavramlaştırmıştır. Örneğin, bireylerin diğer insanlarla olan ilişkilerinin devam etmesi ya da bitmesinin ilişkinin belirli ihtiyaçları tatmin etme düzeyine bağlı olduğunu öne süren Mübadele Kuramı (*Exchange Theory*) bir sosyal ilişkinin (grubun) yakınlık kurma, kabul görme, onaylanma gibi ihtiyaçları tatmin etme düzeyini “doyum düzeyi” olarak adlandırmaktadır (Rusbult ve Van Lange, 2008: 2061). Bu çalışmalardan hareketle mevcut araştırmada, grubun özsaygı, ayırt edicilik, aidiyet, yetkinlik, süreklilik ve anlam motivasyonunu tatmin etme düzeyi “doyum düzeyi” olarak adlandırılmıştır.

Doyum düzeyi arttıkça özdeşleşmenin artması ve grup üyeliğini terk etmek anlamına gelen sosyal hareketlilik eğiliminin azalması beklenmektedir.

4.3. GRUBA BAĞIMLILIK DÜZEYİ

Teorik ve görgül araştırmalar kişinin gruba bağını ve izlediği kimlik yönetim stratejilerini etkileme potansiyeli olan faktörlerden birinin de karşılıklı bağımlılık olduğuna işaret etmektedir. Bazı araştırmacılara göre karşılıklı bağımlılık bir grubu grup yapan temel özelliklerden biridir (Evans ve Eys, 2014: 1). Bu araştırmacılar bir grubun özünün (*essence*) üyeler arasındaki ortak hedeflere ilişkin karşılıklı bağımlılık algısı olduğunu ileri sürmüştür (Johnson ve Johnson, 2005: 288). Bireylerin ve grupların birbiriyle ilişkilerinin, birbirlerine yönelik beklenti, tutum ve davranışlarının ne şekilde olacağını hedeflerin ne şekilde algılandığı belirler (Wong, Tjosvold ve Yu, 2005: 782; Alper, Tjosvold ve Law, 1998: 35).

Deutsch (1949) karşılıklı bağımlılığı olumlu ve olumsuz olmak üzere iki şekilde kavramlaştırmıştır. Bireyin, kişisel hedefini kendisiyle ortak hedefe sahip diğer bireyler ile iş birliği içinde hareket ederek daha kolay gerçekleştireceğine ilişkin algısı olumlu karşılıklı bağımlılık (*positive interdependence*) olarak adlandırılmaktadır. Olumsuz karşılıklı bağımlılık (*negative interdependence*) ise aynı hedefe ulaşmaya çalışan kişilerden birinin başarısının diğerinin başarısızlığı olduğu ve bireyler arası rekabetin söz konusu olduğu durumlardır (akt. Johnson, 2003: 935). Edinilen bulgulara göre, olumlu karşılıklı bağımlılık düzeyi arttıkça grup içi iş birliği, uyum (Evans ve Eys, 2014: 8), grupta algılanan birlik, bütünlük ve üyelerin gruba özdeşleşme düzeyleri (Johnson ve Johnson, 2005: 315) artmaktadır. Örneğin, sosyal kimlik ve karşılıklı bağımlılık arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla çeşitli spor takımlarının üyeleriyle yapılan bir araştırmadan edinilen bulgulara göre, grup içi bağımlılık algısı arttıkça üyelerin grup kimliğiyle özdeşleşme düzeyi artmaktadır (Bruner, Eys, Evans ve Wilson, 2015: 6).

4.3.1. Karşılıklı Bağımlılık, Özdeşleşme ve Hedef-Dönüşüm Hipotezi

Karşılıklı bağımlılık kuramının insan doğasına ilişkin varsayımı insanların bencil ve kendi kazançlarını maksimum düzeye çıkarmaya motive oldukları ve karşısındakilerle rasyonel temelde ilişkiler kurdukları yönündedir (bkz, Taylor ve Moghaddam, 1987: 34;

Bornstein, 2003: 129). Peki nasıl oluyor da bencil ve menfaatçi insanlardan oluşan gruplar uzun süre varlığını sürdürebiliyor? Dahası, üyelerin belirli koşullarda grup için gösterdiği bilinen fedakarlıklar ne şekilde açıklanabilir? Bu soruların cevabını sosyal ikilem (*social dilemmas*) durumunda üyelerin neden kendi çıkarından taviz verdiğini ve iş birliği yaparak grup menfaatleri doğrultusunda davrandığını inceleyen çalışmalar üzerinden anlamak mümkün gözükmemektedir.

Araştırmalar kişisel menfaatler ile grubun ortak menfaatinin çatıştığı durumlarda, üyelerin grupla özdeşleşme düzeyine bağlı olarak grubun çıkar ve hedefleri doğrultusunda tercihte bulunduğunu göstermektedir (Kramer ve Goldman, 1995; Dawes ve Messick, 2000). Araştırmacılar grupla özdeşleşmenin sosyal ikilem durumlarında iş birliğini arttırmasını “Hedef-Dönüşüm Hipotezi” (*Goal-Transformation Hypothesis*) üzerinden açıklamaktadırlar (De Cremer, Knippenberg, Dijk ve Leeuwen, 2007: 2). Buna göre, özdeşleşmenin kişisel motivasyonlarda bir dönüşüm yarattığı ve kişisel ihtiyaç, motivasyon ve hedeflerin grup temelinde yeniden tanımlandığı öne sürülmektedir (De Cremer ve van Vugt, 1999: 872). Yine bu hipoteze göre, özdeşleşme arttıkça kişi ve grup arasındaki sınırlar ortadan kalkmakta ve grubun çıkarları/hedefleri kişisel hedeflere dönüşmektedir (bkz, Brewer, 1979: 322; De Cremer ve Dijk, 2002: 435; Kelley, Holmes, Kerr, Reis, Rusbult ve van Lange, 2003: 420). De Cremer ve arkadaşları tarafından hedef-dönüşüm hipotezini test etmek amacıyla yapılan bir dizi araştırmada oldukça destekleyici bulgular elde edilmiştir (örn, De Cremer ve van Vugt, 1999: 890; De Cremer, Knippenberg, Dijk ve Leeuwen, 2007: 18). Bu araştırmaların bulgularına göre, insanların belirli bir ölçüde kendi menfaatinden taviz vermiş gibi görünmekle beraber, grup menfaatleri doğrultusunda davranması grup hedefini kişisel hedef olarak algılamasıyla ilişkilidir. Bu da bencil insanların da izleyebileceği rasyonel bir strateji gibi görünmektedir.

4.3.2. Grup İçi Karşılıklı Bağımlılık ve Rekabet/Hareketlilik Stratejileri

Gerçekçi Grup Çatışması Kuramı (*Realistic Group Conflict Theory*) ortak hedefe ulaşmada bireylerin birbirine bağımlı olmasının grup oluşumunu tetiklediğini ve bireylerin bu hedef doğrultusunda ortak tutumlar geliştirdiğini öne sürmektedir (Sherif ve Sherif, 1996: 159; Narter, 2007: 173). Araştırmalara göre kişi ihtiyaç duyduğu kaynağa grupla birlikte daha kolay ulaşacağına inandığında, kaynağa erişme olanağı sunan grup

temelinde dış gruplara karşı ortak fayda için mücadele vermektedir. Çünkü böyle durumlarda kişinin kendi faydası grubun ortak faydasına dayanmaktadır (örn Brewer ve Schneider, 1990; De Cremer, Knippenberg, Dijk ve Leeuwen, 2007). Bu yüzden araştırmacılar kişisel ihtiyaçlarını tatmin etmede gruba olan bağımlılık düzeyi ile gruplar arası rekabet arasında bir bağ olduğunu öne sürmektedir. Edinilen bulgulara göre gruba olan bağımlılık düzeyi arttıkça iç grup kayırmacılığı ve dış gruba karşı rekabete girişme eğilimi de artmaktadır (Rabbie, Schot ve Visser, 1989: 196; Rubini, Moscatelli, Albarello ve Palmonari, 2007: 1205).

Karşılıklı bağımlılık yaklaşımını benimseyenlerin SKK'cılardan ayrıldığı temel nokta kişiyi grupla özdeşleşmeye iten şeyin ne olduğudur. SKK'cılar grup oluşumunu tetikleyen ve bireyleri grupla özdeşleşmeye iten şeyin algılanan benzerlikler olduğunu ileri sürmektedir. Yani kişilerin kendilerine en çok benzeyen gruplarla özdeşleştiğini öne sürmektedir. Hatta yukarıda da belirtildiği gibi, kişinin grupla özdeşleşme düzeyini anlamada (grubun kişi için taşıdığı önem ve anlamın yanı sıra) doğrudan kişinin kendini gruba benzer algılama düzeyi ölçülmektedir. Araştırmacılar üyelerin algıladığı benzerliği özdeşleşmenin göstergesi olarak yorumlamaktadır (bkz, Turner, Oakes, Haslam, ve McGarty, 1994; Turner ve ark, 1987). Diğer yandan karşılıklı bağımlılık yaklaşımını benimseyenler, kişiyi grupla bağ kurmaya (özdeşleşmeye) ve onunla beraber hareket etmeye iten şeyin gruba olan bağımlılık olduğunu vurgulamaktadır; dolayısıyla, bağımlılık düzeyi azaldıkça üyelerin grupla olan bağı çözülecek ve terk etme eğilimi artacaktır.

Grubun bir bütün olarak (ortak çıkarlar için) birlikte hareket etmesi çoğunlukla herkesin yararına (Gould, 1999: 359). Ancak araştırmacılar grup için en iyi olan seçeneğin birey için her zaman en iyi seçenek olmayabileceğine de dikkat çekmişlerdir (örn. Dawes, 1980: 170). Dolayısıyla bu araştırmacılar bireyin ihtiyaç ve hedeflerinin grubunkilerle çelişmesinin ve bu çelişkinin yarattığı gerginliğin kaçınılmaz bir sonuç olabileceğini ileri sürmektedirler (örn., Bornstein, 2003: 129). Grubun, üyelerinin beklentisini karşılayamadığı, üyelerin yakın gelecekte bu konuda bir gelişmenin (iyileşmenin) olacağına inanmadığı ve bu konuda ulaşılabilir daha kazançlı alternatif üyeliklerin var olduğuna inandığı durumlarda üye gruptan ayrılma (özdeşleşme bağıni yitirme) eğilimini gösterebilmektedir (Doosje, Spears ve Ellemers, 2002: 71).

Özdeşleşmenin yapısının ele alındığı bölümde de bahsedildiği üzere özdeşleşmenin önemli bileşenlerinden biri iç grupla yakınlaşma, grubun aktivitelerine katılma ve üyeliğin sorumluluklarını yerine getirme konusunda istekli olma anlamına gelen dayanışma bileşenidir (Leach ve arkadaşları, 2008: 146). Bu bileşenle ilgili çalışmalardan hareketle, bazı üyelerin grubun diğer üyeleriyle dayanışmasının ve grubun hedeflerine ulaşması için aldığı sorumluluk düzeyinin diğerlerinden daha fazla olduğunu söyleyebiliriz.

4.4. GRUP ÜYELİĞİNE YAPILAN YATIRIM MİKTARI

Sosyal ilişkilerin doğasını açıklamaya yönelik önerilen Yatırım Modeline (*Investment Model*) göre sosyal ilişkiler; doyum ve bağımlılığa ek olarak, yatırım miktarından da etkilenmektedir (Rusbult, 1980a: 172). Modelde bu yatırımların zaman, emek, duygu, maddi kaynaklar, etkinlikler ve ortak anılar gibi kaynaklar olduğu belirtilmiş ve kişinin sarf ettiği bu kaynakların her birinin miktarı ve kişisel önemi vurgulanmıştır. İlişkiye yapılan yatırımın miktarı ve kişi için önemi arttıkça ilişkinin bitirilmesinin bedeli de artmaktadır. Yaptığı bu yatırımlardan vazgeçmekte zorlanan kişiler tatminsiz bir ilişkiyi daha iyi bir alternatif ilişkiye tercih ederek sürdürebilmekteler (Rusbult, 1983: 102). Çok sayıda görgül çalışma, yatırım miktarının ilişkinin devamlılığı üzerindeki etkisini ortaya koyarak modeli doğrulamıştır (Örn, Impett ve ark, 2001: 323; Lydon ve ark., 2003).

Elli iki araştırma üzerinden gerçekleştirilen bir meta-analizin sonuçlarına göre doyum, bağımlılık ve yatırım miktarı değişkenleri hem bağımsız olarak (tek başına) hem de birbiriyle etkileşime girerek kişinin ilişkiye bağlılığını ve ilişkinin devamlılığını güçlü şekilde yordamaktadır (Le ve Agnew, 2003: 37). Her üç değişkenin de anlamlı etkileri olmakla beraber, doyumunun diğer iki değişkenden daha belirleyici olduğu bulgulanmıştır. Bu çalışmalara göre mevcut ilişkiden alınan doyum yüksek olduğunda ilişkiye bağlılık artmakta, daha fazla yarar getirme potansiyeli bulunan alternatif ilişkiler kişiye daha az cazip hale gelmekte ve bunlar daha olumsuz değerlendirilmektedir (örn., Drigotas ve Rusbult, 1992: 62).

Bu bölümde buraya kadar ihtiyaç, beklenti ve motivasyonların kişinin grupla bağı ve izlediği stratejiler üzerindeki etkisi ele alındı. Oysa, bazı araştırmacılar grupların rolünü sadece bireylerin kişisel arzu ve ihtiyaçlarına indirgemeye itiraz etmektedir. Bu

araştırmacılar, bireylerin kendi arzuları doğrultusunda (örneğin, ihtiyaç duyduğu öz saygıyı elde etmede) grubu kullandığı iddialarının aksine; grubun bireyleri kendi amaç ve hedefleri doğrultusunda yönlendirdiğini öne sürmektedir (Lorenzi-Cioldi, 1988: 29; akt. Valentim, 2010). Gruplar normlar aracılığıyla kişisel ihtiyaç, beklenti ve hedefleri törpüleyip, grubun kimliğiyle ilgili hedef ve gereklilikleri ön plana çıkararak üyelerin bu amaç doğrultusunda davranmasını sağlamaktadır. Belirli koşullarda grup üyeliğini terk etmek (özellikle düşük statülu grupların üyeleri için) daha yararlı olmasına rağmen, üyeler grubun birlik, beraberlik, çıkar ve hedeflerini koruma işlevi gören normların etkisinde kalarak ve bu normları ihlal etmesi durumunda gruptan gelecek olumsuz tepkiden kaçınarak üyeliği istemsiz olarak sürdürebilmektedirler. Dolayısıyla “grubun normatif etki düzeyi” kişilerin izlediği kimlik yönetim stratejileri (sosyal hareketlilik izlemek yerine grup üyeliğini sürdürmek gibi) üzerinde etkili olma potansiyeline sahip önemli bir faktör olarak görülebilir.

4.5. NORMATİF ETKİ

Her grubun kendine has sayılabilecek kuralları, yani normları vardır. Grup üyelerinin davranışlarını düzenleyen ve grubun hedefler doğrultusunda uyum içinde hareket etmesini sağlayan bu kurallar gruptaki bireylerin tepkilerini belirlemede oldukça etkilidir (Sherif, 1985: 56). Araştırmacılar grubun üyeler üzerinde normlar aracılığıyla oluşturduğu etkiyi bilgiye dayalı ve normatif olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Bilgiye dayalı etki, bireylerin nasıl karar vereceğini ve nasıl düşünüp davranacağını bilmediği durumlarda gruptaki diğer kişilerin görüşlerine, kararlarına, davranışlarına bakarak onları referans alması durumudur. Muzaffer Sherif'in, muğlak olan (belirsiz) bir durum hakkında karar vermesi istenen kişinin ne şekilde davrandığını incelediği otokinetik etki deneyi bilgiye dayalı etkiyi açıklamaya yönelik bir çalışmadır. Sherif bu deneyde, belirsiz bir ortamda bulunan bireylerin kararı vermede diğer insanların (grubun) ölçütlerini referans alarak onların etkisinde kaldığını ortaya koymuştur (bkz, Sherif, 1985). Diğer yandan, sosyal kurallara bağlı olan sosyal etki ise, bir insanın diğer bir insandan ya da gruptan ödül almak (sevilme, sayılma, kabul görme) veya cezadan kaçınmak (ret edilme, dışlanma, nefret edilme) için uyum sağlaması ve emirlere boyun eğlesi durumudur. Mevcut araştırmada incelenen sosyal etki türü bilgiye dayalı olan değil, normatif etkidir.

Bazı araştırmacılar grubun üye üzerindeki etki biçimlerini özdeşleşme (*identification*), benimseme (*internalization*) ve itaat (*compliance*) olmak üzere üçe ayırmaktadır (bkz, Kelman, 1958). Özdeşleşme (gruba benzeme) durumunda kişi ilgili normu değerli gördüğü için ve doğal olarak uymayı istediği için ona uyarken; benimseme durumunda kişi ilgili normun doğru olduğuna inandığı için uymaktadır. İtaat durumunda ise kişi duygu ve düşünceleri konusunda grupla uyuşmamasına rağmen normlara uymamanın neden olacağı olası cezadan (veya onaylanmama) kaçınmak için grup normlarına uymaktadır. Grup baskısını hissederek cezaan kaçınan bireyler tutum, düşünce ve davranışlarını diğerlerinin (grubun) yönünde değiştirip onlara uymaktadır. Mevcut araştırmada spesifik olarak incelenen sosyal etki itaattir.

Normlar grubun ihtiyaç, hedef ve çıkarını kişisel çıkarlarının üstünde tutmayı gerekli kılmaktadır. Gruplar üyelerinin kendi çıkarları doğrultusunda davranıp daha yararlı üyelikler peşinden gitmesine izin vermeyip onları memnun olmadıkları halde norma uymaya ve grupla bağı sürdürmeye zorlayabilmektedir. Grubun, grup birlikteliğine ilişkin normdan sapan üyelere ne tür tepki verdiğini incelemek amacıyla yapılan bir dizi araştırmaya göre; iç grubun normundan dış grupların lehine olabilecek sapmalara grupça çok sert olumsuz tepkiler verilmekte ve bu kişiler suçlanarak dışlanmaktadır (örn, Abrams ve ark, 2000: 906; Marques ve ark, 1998: 976). Bu davranış biçimi, grup birliğini korumaya yönelik bir savunma refleksi olarak yorumlanabilir.

Sadece dış gruplara yönelmek amacıyla iç gruptan uzaklaşanlara değil, kendini gruptan farklılaştırarak kişisel niteliklerini ön plana çıkaran ya da kendi çıkar ve başarılarını grubun çıkarlarının üstünde tutan üyelere de grubun tepkisi sert ve dışlayıcı olmaktadır. Fielding, Hogg ve Annandale (2006: 215) tarafından yapılan bir çalışmanın sonucuna göre grubun, başarısının nedenini gruba ait değer ve niteliklerle açıklayanlara kıyasla, kendi kişisel nitelik ve çabalarıyla açıklayan üyelere yönelik tepkisi daha olumsuz bir şekilde olmuştur. Benzer bir şekilde, Schmitt ve arkadaşlarının (2006: 310) çalışmalarına göre, bireysel kimliklerini grup kimliğinin önünde tutan üyelerin başarıları grup tarafından değersizleştirilmekte ve bundan rahatsızlık duyulmaktadır. Grubun bu olumsuz tepkisi grup birliğine aykırı düşen ve tehdit oluşturan bireyselleşmenin önünün kesilmesine ve grubun birliğinin korunmasına yönelik bir çaba gibi görünmektedir.

Kendini gruptan farklılaştıran ve ayrıştıran üyelere yönelik olumsuz tepkiler gruba verilen değerle yakından ilişkilidir (Isobe, Ura ve Hasegava, 2005: 301); çünkü gruba değer vermek grup kimlik, hedef ve çıkarlarını kişisel kimlik ve çıkarların üstünde tutmayı gerektirmektedir. Nitekim grup normlarının önemli bir kısmı da üyelerini bu gerekliliği yerine getirmeye zorlayan niteliktedir; yani üyelerin birbiriyle çekişmesini, kendilerini gruptan farklılaştırıp ayrıştırmalarını ve grubu terk ederek diğer gruplara yönelmelerini engellemeye ve iş birliğini/karşılıklı güveni sağlamaya yöneliktir (Kramer ve ark., 2001).

Araştırmacılara göre insanların grup içinde iş birliği yapmalarının önemli sebeplerinden biri grup hedefleri doğrultusunda grupla beraber hareket etme yönünde hissedilen normatif baskıyla ilgilidir. Örneğin, grup içinde rekabete girişmenin ya da grubun ortak hedefinin aksine hareket etmenin cezalandırıldığı koşullarda iş birliği artmaktadır (Kollock, 1998). Sosyal ikilemlerle ilgili deneylerde, iş birliği yapmaktan kaçınan (grup hedefinin aksine bir hedef için mücadele eden) katılımcıların cezalandırıldığı koşullarda iş birliğinin arttığı gözlenmiştir (Eek, Loukopoulos, Fujii ve Garling, 2002: 801). Yapılan çalışmalara göre, grubun iş birliği yapmaktan kaçınanlara yaptırım uygulamasının önemli bir işlevi de cezalandırılan kişilerin yanı sıra bunları gören diğer üyelere de iş birliğinin artmasıdır (Loukopoulos ve ark., 2006).

4.5.1. Kadınlara Yöneltilen Normatif Etkiler

Her toplumun erkek ve kadınlar için zaman içinde ürettiği farklı kalıpyargılar vardır ve bunlar toplumun erkek ve kadınlara yönelik tutum, algı ve davranışını etkilemektedir (Hussain, Mailk, Hyder, Khan ve Anwar, 2016). Hemen hemen her toplumda kadın ve erkeklere ilişkin kalıpyargıları içeren toplumsal cinsiyet rolleri mevcut sistemde kadınların dezavantajlı bir konumda yer almasına neden olmaktadır. Bunun önemli sebeplerinden biri hiyerarşide yükselmeye ve üst bir konum elde etmeye yönelik (baskın ve başarı odaklı olma gibi) bazı davranışların kadınlar için erkekler için olduğu kadar ödüllendirici olmadığı (hatta bazen cezalandırıcı olduğunun) kadınlar tarafından sosyalleşme süreci içinde gözlemlenmesi ve bazı durumlarda kabul de edilmesidir. (Hussain, Mailk, Hyder, Khan ve Anwar, 2016).

Yapılan çalışmaların sonuçlarına göre, geleneksel cinsiyet rolleriyle uyumsuz davranışlar sergileyen (yani, geleneksel rolleri ihlal eden) kadınlara yönelik tutumlar

genellikle olumsuzdur: bu kadınları değerlendiren kişiler onlardan hoşlanmadıkları yönünde bildirimde bulunmuşlardır (örn, Okimoto ve Heilman, 2012; Brescoll ve Uhlmann, 2005). Geleneksel cinsiyet rolleriyle uyumsuz ve yüksek bir sosyal konum elde etmiş kadınlar düşük sevecenlikle ve olumsuz kalıpyargılarla (örn, “erkek gibi kadın” kalıpyargısı) ilişkilendirilirken; uyumlu kadınlar yüksek sevecenlikle ilişkilendirilmektedir (Aktan ve Bilim, 2016).

Özetle, cinsiyet kalıpyargıları kadın ve erkeklerin belirli konularda tipik olarak nasıl olduğunu açıklamakla kalmamakta, aynı zamanda, nasıl olmaları gerektiğine ilişkin bir normatif beklenti de oluşturmaktadır (Heilman, 2012: 114). Kadınların başarılı olmaları ve kariyerlerinde yükselmeleri için cinsiyet kalıpyargılarına ilişkin normları ihlal etmeleri ve yetkinlik boyutundaki özellikleri sergilemeleri beklenmektedir (Heilman, 2012: 123). Öte yandan, bu da bazı normları ihlal etmek anlamına gelmektedir. Cinsiyet normlarına ilişkin beklentiler cinsiyet normlarını ihlal eden (erkekler için özgü davranış örüntüleri sergileyen) kadınlara yönelik doğrudan ya da dolaylı bir olumsuz tepki doğurmakta ve onların başarılarını normlara aykırı olmaları gerekçesiyle değersizleştirmeye yol açmaktadır (Heilman, 2012: 114).

Toplumun erkekler gibi kendi kişisel başarısı peşinde koşan, hedef odaklı ve hırslı olup yüksek bir sosyal konum elde etmeye çalışan kadınlara yönelik tutumunun olumsuz olması (ya da erkekler için olduğu kadar cesaretlendirici olmaması) kadınların bireysel hareketlilik eğilimini olumsuz etkiliyor olabilir. Yani toplumun bu olumsuz tavrını önemseyen ve bundan çekinen kadınların daha fazla normatif etki altında kalmasını ve bireysel hareketlilik eğilimlerinin daha zayıf olmasını beklemek yanlış olmayacaktır.

5. DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Bu bölümde öncelikle araştırma örneklemini olarak incelenen kadın cinsiyet grubunun genel özellikleri, kadın kimliğinin iki boyutlu yapısı ve kadın kimliği ile feminist kimlikle özdeşleşmenin stratejiler (hareketlilik/rekabet) üzerindeki etkisiyle ilgili teorik açıklamalar ve araştırma bulguları sunulacaktır. Daha sonra mevcut çalışmada incelenen değişkenlerin birlikte ele alınmasının teorik zemini tartışılacaktır. Son olarak da mevcut araştırmanın amacı ve hipotezleri ele alınacaktır.

5.1. ARAŞTIRMA ÖRNEKLEMİ OLARAK KADIN CİNSİYET GRUBU

Bu araştırmanın temel amacı sosyal rekabet ve bireysel hareketlilik stratejilerinin belirleyicileri olduğu düşünülen çeşitli değişkenleri incelemektir. Bu değişkenlerle ilgili hipotezlerin sınanacağı araştırma örnekleminin söz konusu iki stratejiyi izleme eğiliminde olduğunun önceki çalışmalarda ortaya konulmuş olması gerekmektedir. Aşağıda sunulan çalışmaların da gösterdiği gibi, kadın kimliği iki boyutlu bir yapıdan oluşmakta ve kadınlar bu boyutlarla özdeşleşme düzeyine bağlı olarak belirgin bir şekilde ya sosyal rekabet ya da bireysel hareketlilik stratejisini izlemektedir. Bu özellikler kadınları araştırma amacı açısından uygun bir örneklem haline getirmektedir.

5.1.1. Kadın Kimliğinin İki Boyutlu Yapısı

Çalışmalara göre kadınların kimlik tehdidine yönelik tepkileri ve cinsiyet gruplarına (kadın/erkek) yönelik tutumları kadın kimliğinin birbirinden bağımsız iki farklı boyutu tarafından yönetilir: Kadın kimliği ve feminist kimlik (Becker ve Wagner, 2009; Egan ve Perry, 2001). Kadın kimliğiyle özdeşleşme bu kimliğin içeriğine ilişkin tutumu yansıtırken; kimliğin politize olmuş bir boyutu olan feminist kimlik ile özdeşleşme kadın grubunun sosyal konumuna yönelik (dezavantajlılık, eşitsizlik ve görece statü gibi) tutumu yansıtır (van Breen, Spears, Kuppens ve de Lemus, 2017). Feminist kimlikle kadın kimliği birbirinden bağımsız boyutlardır ve aralarındaki korelasyon ($r=.18$) düşüktür (van Breen, Spears, Kuppens ve de Lemus, 2017: 4).

Araştırmalara göre kendini kadın olarak tanımlayanlar şu dört koşuldan birinde yer almaktadır: (1) feminist kimlikle özdeşleşip kadın kimliğiyle özdeşleşmeme, (2) kadın kimliğiyle özdeşleşip feminist kimlikle özdeşleşmeme, (3) her iki kimlikle de özdeşleşmeme, (4) her iki kimlikle özdeşleşme (van Breen, Spears, Kuppens ve de Lemus, 2017).

Kadın kimliğiyle özdeşleşen, ama feminist kimlikle özdeşleşmeyen kadınlar daha çok geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini ve kalıpyargılarını benimsemiş kişilerdir (Chen ve arkadaşları, 2004). Diğer yandan feminist kimlikle özdeşleşen kadınlar ve bireysel hareketlilik stratejisi izleyen kadınlar geleneksel olarak kadınlara atfedilen kalıpyargıları reddetmektedirler. Burada en önemli nokta feminist kadınların kendini kalıpyargısal olarak erkeklere benzer algılamasına rağmen erkekleri dış grup olarak algılaması ve onlara karşı rekabet etmesidir. Diğer yandan bireysel hareketlilik stratejisini

izleyen kadınlar kendilerini yetkinlik boyutundaki kalıpyargısal özellikler üzerinden erkeklere benzer algılamakta ve kendini diğer kadınlardan bu anlamda farklılaştırmaktadır.

Tablo 1. Dezavantajlı bir sosyal grup olan kadın grubu üyelerinin kadın kimliğinin iki farklı boyutuyla özdeşleşme düzeyi ve buna bağlı olarak izlenilmesi öngörülen stratejiler.

		Kadın Kimliği ile Özdeşleşme Düzeyi	
		Düşük	Yüksek
Feminist Kimlikle Özdeşleşme Düzeyi	Düşük	Sosyal Hareketlilik	
	Yüksek	Sosyal Rekabet	

5.1.1.1. Feminist Kimlikle Özdeşleşen Kadınlar

Feminizm, kadınların koşullarının erkeklerle eşit olmadığı inancı ve bu koşulları değiştirme arzusu olarak tanımlanmaktadır (Ahl, 2004: 16). Feminist hareketin amacı diğer kadınlarla dayanışma kurarak onlara cinsiyet temelli bir ayrımcılığın olduğunu anlatmak ve onların desteğiyle kadınların toplumdaki statüsünü yükseltmektir (Leaper ve Arias, 2011: 475). Feminist kimlikle güçlü şekilde özdeşleşenler feminizmin değerlerini içselleştirmiş, kadınların erkeklere kıyasla dezavantajlı konumda olduğunu düşünen ve cinsiyet temelli statükoya itiraz eden kişilerdir (van Breen, Spears, Kuppens ve de Lemus, 2017: 2). Bu kişiler, kadınların toplumdaki konumunu tüm yönleriyle iyileştirmeye, erkeklerle eşit hak ve olanakları elde etmeye yönelik hareket etmektedirler (Orser, Elliott, Leck, 2011: 563). Feminist kimlikle özdeşleşme ile cinsiyet eşitliğine ilişkin olumlu tutum arasında pozitif bir ilişki vardır (örn, Leaper ve Arias, 2011: 475; Liss ve Erchull, 2010: 93; Nelson ve ark, 2008: 721). Feminist kimlikle özdeşleşen kadınlarda dört temel psikolojik örüntü gözlenmektedir: 1) diğer kadınlarla ortak kader algısı (Reid ve Purcell, 2004: 759-60); 2) erkeklere kıyasla kadınların düşük güç ve statüye sahip olduğu inancı; 3) güç ve statü farklılıklarının kurumsal cinsiyetçilik gibi meşru olmayan dışsal faktörlere atfedilmesi (Gurin, 1985: 147); ve 4) kadınların toplumsal konumunu yükseltmek yönelik bir kolektif eylem yönelimine sahip olmak (Duncan, 1999: 615).

Araştırmalara göre cinsiyet temelli statükoyu değiştirmeye yönelik olan radikal kolektif eylemlere katılım, feminist kimlikle güçlü şekilde özdeşleşip, kadın kimliğiyle düşük düzeyde özdeşleşen kadınlar arasında en yüksek düzeydedir (van Breen, Spears, Kuppens ve de Lemus, 2017: 9). Kişinin kendisini feminist olarak tanımlama ve bu

kimlikle özdeşleşme düzeyi ile kadın haklarını savunmak için politik örgütlenme düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır (Liss ve ark., 2004: 777). Feminist kimliği içselleştiren ve feminist kimlik ile özdeşleşen kadınlarda kadınların toplumsal konumunu iyileştirmeye yönelik yapılan kolektif eylemlere katılma eğilimi daha güçlüdür (Liss ve ark., 2004: 773; Klandermas ve de Weerd, 2000: 74; Duncan, 1999: 624; Yoder ve ark., 2011).

Öte yandan, çalışmaların sonuçlarına göre, bazı kadınlar feminizm ile ilgili hedef ve değerleri benimsemesine rağmen kendilerini feminist olarak tanımlamaktan kaçınmaktadır (McCabe, 2005: 480; Liss ve ark., 2001: 132). Kadınlar “feminist” kavramı yerine “kadın hareketi” terimini daha fazla tercih etmekte (Burn, Aboud ve Moyles, 2000: 1082), “kadın hakları savunucusu” kavramı “feminist” kavramından daha olumlu algılanmaktadır (Sakallı, 2001:8). Dolayısıyla kendini feminist olarak tanımlamayan kişiler de feminist kimliğin değerlerini içselleştirmiş ve bu kimlikle özdeşleşmiş olabilir.

Özetle, kadınların cinsiyet temelli statü eşitsizliğine ilişkin tutumları feminist kimlikle özdeşleşme düzeyleriyle ilişkilidir. Cinsiyet temelli eşitsizlik, adaletsizlik, cinsiyetçilik algılama (buna karşı duyarlı olma) ve bundan doğan memnuniyetsizlik ve itiraz da feminist kimlikle özdeşleşme ile ilişkilidir (Reid ve Purcell, 2004). Feminist kimlikle özdeşleşmek geleneksel cinsiyet kalıpyargılarına yönelik eleştirel tutum ile pozitif yönlü ilişkilidir. Bu kişiler cinsiyet kalıpyargılarını daha problemlili bulmakta ve bunlara daha eleştirel yaklaşmaktadır (van Breen, Spears, Kuppens ve de Lemus, 2017: 13).

5.1.2. Her İki Kimlikle de Özdeşleşmeyen Kadınlar

Bu her iki boyut ile de özdeşleşmeyen kadınlar cinsiyet kimliği üzerinden algılanmayı istemediklerinden cinsiyet bağlamının dışında kalan diğer kimliklere öncelik vermekte ve kendilerini o kimlikler üzerinden ifade etmektedir (Barreto ve ark., 2010). Kadın kimliğinin değersizleştirildiği bağlamlarda kadınların verdiği tepkilerden biri değersizleştirilen feminen kimlik özelliklerinden kendilerini soyutlamaktır. Bu stratejiyi izleyen kadınlar kendileri ve hemcinsleri arasındaki farklılıkları ön plana çıkarır; diğer kadınları feminen özellikler üzerinden tanımlarken kendilerini maskülen özellikler üzerinden tanımlama eğilimi gösterirler (Ellemer ve ark., 2004). Derks ve arkadaşlarının

yaptıkları araştırmadan edindikleri bulgulara göre, kraliçe arı fenomeni, cinsiyet kimliğiyle düşük düzeyde özdeşleşmiş kadınların iş hayatında maruz kaldıkları ayrımcılığa verdikleri bireysel hareketlilik tepkisi olarak görülebilir (Derks, Ellemers, Laar ve Groot, 2011: 530).

Bireysel hareketliliğe başvuran bu kadınlar da sosyal rekabete başvuran feministler gibi kendilerini geleneksel kadın kimliğine ilişkin kalıpyargılar üzerinden değerlendirmez, erkeklere atfedilen özelliklerin (her ne kadar cinsiyeti farklı olsa da) bir birey olarak kendisini de tarif ettiğini düşünür. Ancak hareketlilik stratejisini izleyen bu kadınlar feministlerin aksine, kadınla erkek arasında cinsiyet kimliğinden kaynaklı bir eşitsizliğin ve adaletsizliğin olduğuna daha az inanma eğilimindedir. Genel olarak kadınların düşük statüde olmasının sebebinin yetersiz çabadan ve kendi başarısızlıklarından kaynaklandığına inanma eğilimindedirler. Buna ek olarak, bu kişiler bireysel olarak yeterli gayreti gösteren kadınların erkekler gibi başarılı olabileceğini ve kadınların başarısını engelleyecek sosyal statü yapısından kaynaklı çok da fazla sorunun bulunmadığına inanma eğilimi sergilerler.

5.2. MEVCUT ÇALIŞMADA İNCELENEN DEĞİŞKENLERİN BİRLİKTE ELE ALINMASININ TEORİK ZEMİNİ

Mevcut araştırmanın temel amacı doyum, bağımlılık, yatırım, normatif etki ve kendini kalıpyargılamamanın bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejileri üzerindeki doğrudan ve (özdeşleşme üzerinden oluşan) dolaylı etkisini incelemektir. Bu değişkenlerin (kavramların) birlikte ele alınmasının belirli bir teorik zemini bulunmaktadır. Kişilerarası ilişkiler ve endüstri-örgüt psikolojisi alanlarındaki ilgili literatür incelendiğinde doyum, bağımlılık, yatırım, normatif etki ve bağlılık (özdeşleşme) değişkenlerinin birlikte ele alındığı ve birbiriyle ilişkili oldukları görülmektedir (örn, Rusbult, Matz ve Agnew, 1998; Meyer ve Allen, 1987).

Kişinin sahip olduğu sosyal ilişkilerin devamlılığını etkileyen faktörleri açıklamak amacıyla ortaya atılan Mübadele Kuramı'na (*Exchange Theory*) göre, bir ilişkinin sürmesini ya da bitmesini kişinin o ilişkiden aldığı “doyum” düzeyi ve ilişkiye olan “bağımlılık” düzeyi belirlemektedir (Kelley ve Thibaut, 1959: 21). Bu kurama göre, insanlar belirli psiko-sosyal ihtiyaçlar temelinde sosyal ilişkiler kurar ve bu ilişkinin söz

konusu ihtiyaçları karşılaması yönünde beklenti geliştirir. İlişkinin bu ihtiyaç ve beklentileri karşılama düzeyi arttıkça kişinin ilişkiden aldığı doyum artar. Diğer yandan ilişkinin, kişisel ihtiyaç ve beklentileri diğer ulaşılabilir ilişkilere kıyasla ne düzeyde karşıladığı ise kişinin ilişkiye bağımlılık düzeyini belirler. Kişi ilişkiden elde ettiği sonucu olası diğer alternatif ilişkilere elde edilecek potansiyel sonuçla kıyaslayarak o ilişkiye ne düzeyde bağımlı olduğunu belirlemektedir (Kelley ve Thibaut, 1978). Mevcut ilişkiden daha fazla yarar getirecek olası (elde edilebilir) alternatif ilişkilerin söz konusu olduğu durumlarda bağımlılık düzeyi zayıf iken; diğer ulaşılabilir seçeneklere kıyasla en fazla kazanç sağlayan ilişkinin mevcut ilişki olduğu durumlarda ilişkiye bağımlılık düzeyi yüksektir. Kişinin ilişkiden aldığı doyum düzeyi ve kişinin ilişkiye bağımlılık düzeyi arttıkça kişinin ilişkiden memnuniyeti ve ilişkiyi sürdürme isteği artmaktadır. Diğer yandan ilişkiden alınan doyum düzeyi ve ilişkiye olan bağımlılık düzeyi azaldıkça kişinin ilişkiyi bitirme ve daha tatmin edici alternatif ilişkilere yönelme eğilimi artmaktadır (Rusbult ve Van Lange, 2008: 2061; Chadwick-Jones, 1976). Hovardaoğlu'nun (1996: 21) evli ve bekâr çiftlerle yaptığı çalışmadan edindiği bulgular yukarıda özetlenen dört koşulu destekler niteliktedir. Bir ilişkinin devamlılığının sadece doyum ve bağımlılık değişkenleri üzerinden açıklanamayacağını savunan Rusbult ve arkadaşları önerdikleri Yatırım Modelinde (*Investment Model*) ilişkiye yapılan yatırım miktarının ilişki üzerinde etkili olduğunu öne sürmüştür (bkz, Rusbult, 1980a: 176; Rusbult, Drigotas, ve Verette, 1994). Bu modele göre, kişi ilişkiye yaptığı yatırımdan vazgeçmek istemediği için ilişkiden yeteri kadar doyum almasa ve ilişkiye bağımlı olmasa da ilişkiyi sürdürme eğilimi gösterir. Kişiler arası ilişkiler alanındaki çalışmalarda doyum ve bağımlılığın yanı sıra ilişkiye yapılan yatırım miktarının da ilişkinin devamlılığı üzerinde pozitif yönde bir etki oluşturduğu ortaya konmuştur (örn, Rusbult, Matz ve Agnew, 1998; Le ve Agnew, 2003).

Daha önce de bahsedildiği gibi endüstri-örgüt psikolojisi alanında yapılan çalışmalar söz konusu üç değişkenin çalışanların kuruma bağlılığı ve işini sürdürme eğilimi ile ilişkisini incelemektedir. Örgüt psikolojisi alanında çalışan iki araştırmacı olan Meyer ve Allen (1987) bağlılığı “bireyi çalıştığı kuruma bağlayan ve kurumdan ayrılma eğilimini zayıflatan psikolojik bir bağ” şeklinde tanımlamış ve birbirini tamamlayan üç bileşenli bir yapı olarak ele alınmasını önermiştir. Önerilen Bağlılık (*Commitment*) Modelinde bu bileşenler duygusal, süreklilik ve normatif olarak kavramlaştırılmıştır.

Duygusal bileşen çalışanların ne düzeyde istekli (memnun) olduklarıyla, süreklilik bileşeni çalışanların o işe ihtiyaç duyma düzeyiyle, normatif bileşen ise çalışanların o işe bağlı kalmak zorunda hissetme (ahlaki zorunluluk) düzeyiyle ilgili olduğunu öne sürülmüştür (Obeng ve Ugboro, 2003). Bu yönüyle araştırmacılar (her bileşenle ilgili açıklamadan da anlaşılacağı üzere) duygusal bileşenin doyumla, süreklilik bileşeninin bağımlılık ve yatırım miktarıyla ilişkili olduğunu savunmuşlardır (Meyer ve Allen, 1991). Kişinin işten aldığı doyum miktarı arttıkça kuruma duygusal bağlılığı artarken; daha iyi kazanç sağlayacak iş bulma olanağı azaldıkça (o kuruma bağımlılığı arttıkça) ve o işe yaptığı yatırım (zaman, emek, başka işe aktarılamayacak tecrübe) miktarı arttıkça kuruma sürekli bağlılığı artacaktır. Araştırmacılara göre normatif bağlılık ise ahlaki zorunluluk ve kuruma itaatle ilgilidir. Kişi kurum içinde sosyalleştikçe kurum kültürünün (normlarının) kişi üzerindeki etkisi artacak ve onun kurumun hedef ve çıkarları doğrultusunda davranmasını sağlayacak normatif bağlılığını arttıracaktır (Allen ve Meyer, 1990). Araştırmacılara göre kurumun çalışanlar üzerindeki normatif etki düzeyi arttıkça, doyumun olmadığı ve çalışılabilecek daha iyi alternatif kurumların olduğu durumlarında bile kişi kendini o kurumda çalışmak zorunda hissederek işine devam edebilmektedir.

Değiş Tokuş Kuramı, Yatırım Modeli ve Bağlılık Modeli çerçevesinde yapılan araştırmalar incelendiğinde odak noktasının kişinin diğer insanlarla ilişkilerini (ya da kurumla bağı) yönetmede etkili olan faktörler olduğu görülmektedir. Örneğin Rusbult ve Zembrodt (1983) ilişkinin kişinin beklentisini karşılanamadığı durumlarda kişinin verdiği tepkiler (stratejiler) incelenmiştir. Edinilen bulgulara göre, insanlar böyle durumlarda ikisi pasif ikisi aktif olmak üzere üç farklı tepki biçimi vermektedir. Bunlar; (1) bir düzeltmenin gerçekleşmesini bekleyerek sadakat göstermek; (2) ilişkiyi düzeltip daha memnuniyet verici hale getirmek için aktif olarak çalışmak; ve (3) ilişkiyi bitirmeyi seçmek. Bu tepkilerden, ilişkiyi düzeltip daha doyum verici hale getirmek için “aktif olarak çalışma” mevcut araştırmada incelenen sosyal rekabet stratejisine (tepkisine) oldukça benzemektedir. Daha önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere, sosyal rekabet stratejisinin temel amacı yeteri kadar memnuniyet verici bir konumda bulunmayan bir sosyal kimliği memnuniyet verici bir konuma yükseltmek için aktif olarak grup temelinde çalışmayla ilgilidir. Diğer yandan “ilişkiyi bitirmeyi seçmek” tepkisi de bireysel hareketlilik stratejisine benzemektedir. Bilindiği üzere, bireysel hareketlilik stratejisi,

grup kimliğini yeteri kadar tatmin edici bulmayanların grup üyeliğini terk edip kendini daha tatmin edici sosyal kimlikler üzerinden tanımlama ve algılama ile ilgilidir. Bu yüzden mevcut araştırmada kişiler arası ilişkiler ve örgüt-endüstri psikolojisi alanlarında, kişinin sosyal ilişkileri (ya da kurumla ilişkisini) yönetmede verdiği tepkileri etkilediği belirlenen doyum, bağımlılık, yatırım ve normatif etki değişkenlerin bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerini etkileyip etkilemediği incelenecektir.

Mevcut araştırmanın örneklemini kadınlardan oluşmaktadır ve toplumsal cinsiyet kalıpyargıları kadınlar ile erkekler arasındaki statü farklılıklarını belirlemede önemli rol oynamaktadır. Bu yüzden, yukarıdaki dört değişkenle birlikte maskülen/femine özellikler üzerinden “kendini kalıpyargılamamanın” da stratejiler üzerinde ne şekilde etkili olduğu incelenecektir.

5.3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ

Kimlik yönetim stratejilerinin belirleyicileriyle ilgili araştırmalar genellikle grupla özdeşleşme ve toplumsal yapıya ilişkin algı (meşruluk, geçirgenlik, kalıcılık) faktörlerine odaklanmıştır. Bu araştırmalarda meşruluk, geçirgenlik ve kalıcılık değişkenlerinin stratejiler üzerindeki doğrudan ve dolaylı (özdeşleşme aracılığıyla oluşan) etkisi incelenmiştir (örn, Mummendey; 1999: 270). Edinilen bulgulara göre, toplumsal hiyerarşi yapısını meşru, geçirgen ve kalıcı algılayan ve özdeşleşme düzeyi düşük olan üyeler bireysel hareketlilik stratejisi izleme eğilimindeyken; meşru, geçirgen ve kalıcı algılamayan ve özdeşleşme düzeyi yüksek olan üyeler sosyal rekabet stratejisini izleme eğilimindedir (Mummendey; 1999: 271; Tajfel, 1981: 26). Mevcut çalışma kapsamında yapılan literatür incelemesi sonucunda kimlik yönetim stratejilerini etkileme potansiyeli olan beş yeni değişken belirlenmiştir. Bu değişkenler; kendini kalıpyargılama (feminen/maskülen), grup üyeliğinden doyum almak, gruba bağımlı hissetmek, grup üyeliğine yatırım yapmak ve gruptan ayrılmayı yasaklayan normların varlığını hissetmek (normatif etki) olarak adlandırılmaktadır. Çalışmanın temel amacı bu beş değişkenin bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerini doğrudan yordama gücünü ve normatif etki dışındaki diğer dört değişkenin ise aynı stratejileri özdeşleşme (kadın kimliği/feminist kimlik) üzerinden dolaylı yoldan yordama gücünü kadın cinsiyet grubu üzerinden incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, kendini kalıpyargılama (maskülen/feminen), kadın olmaktan doyum alma, kadın kimliğine bağımlı hissetme,

kadın kimliğine yatırım yapma ve geleneksel cinsiyet rollerine aykırı davranmayı yasaklayan normların varlığını hissetmenin (normatif etki) bağımsız değişkenler; stratejilerin bağımlı değişkenler; özdeşleşmenin ise aracı değişken olduğu iki araştırma modeli oluşturulmuştur. Birinde kadın kimliği ile özdeşleşme, diğerinde ise feminist kimlikle özdeşleşmenin aracı değişken olarak ele alındığı iki model sınanacaktır (bkz, Şekil 1).

5.3.1. Doğrudan Yordama İle İlgili Hipotezler

Kalıpyargı İçeriği Modeli bağlamındaki araştırmalar, toplumun genel olarak yetkinlik boyutundaki özellikleri erkeklere, sevecenlik boyutundaki özellikleri ise kadınlara atfettiğini göstermektedir (örn, Sakallı-Uğurlu ve Türkoğlu, 2018: 309; Latrofa vd. 2010: 913). Örneğin güç, prestij ve otorite taşıyan yüksek statülü meslekler için gerekli görülen özellikler geleneksel olarak erkekleri tarif etmede kullanılmakta (Gupta, Turban, Wasti ve Sikdar, 2009: 399; Down ve Warren, 2009: 10) ve kadınlar bu özellikler açısından yetersiz görülmektedir (Marlow, 2002). Bu da kadın kimliğini dezavantajlı konuma düşürmekte ve kendini bu kimlik üzerinden tanımlayan kadınların benlik saygısını tehdit etmektedir (Bourguignon vd., 2006). Kadınların bu tehditle baş etmede izlediği yollardan biri yetkinlikle ilgili (maskülen) özellikler açısından kendini erkeklere benzer ve kadınlardan farklı algılaması ve sunmasıdır (Derks, Laar ve Ellemers, 2016: 2). Bu çalışmalardan hareketle maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılaşma arttıkça bireysel hareketliliğin artması beklenmektedir. Ayrıca, mevcut sosyal hiyerarşi sistemi yetkinlikle ilgili özelliklere dayandığından (hiyerarşide yükselmek bu özellikleri gerektirdiğinden), kadınlara atfedilen geleneksel cinsiyet rolleri ve davranış örüntüleri yüksek bir konum elde etmede bir avantaj sağlamamakta, aksine dezavantaj oluşturmaktadır (Raman, 2008). Bu yüzden, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılaşma arttıkça daha yüksek bir statü elde etmede başvuru alan bireysel hareketliliğin azalması beklenmektedir.

Mübadele Kuramı ve Yatırım Modeli bağlamında gerçekleştirilen çalışmalara göre doyum düzeyi, bağımlılık düzeyi (Hovardaoğlu, 1996: 21) ve yatırım miktarı (örn., Impett ve ark, 2001: 323.) arttıkça kişinin sahip olduğu ilişkiyi ya da çalıştığı kurumu terk etme eğilimi azalır. Bu çalışmalardan hareketle kadın olmaktan doyum almak, kadın kimliğine bağımlı hissetmek ve kadın kimliğine yatırım yapmak düzeyi arttıkça

kadınların kadın kimliğini terk etme (bireysel hareketlilik) düzeyinin azalması beklenmektedir. Normatif etki ile ilgili çalışmalara göre iç grubun normundan dış grupların lehine olabilecek sapmalara ve üyelerin dış gruplara yönelmelerine (bireysel hareketliliğe) grupça sert tepkiler gösterilmektedir (Marques ve ark, 1998: 976). Ayrıca edinilen bazı bulgular geleneksel cinsiyet rolleriyle uyumsuz davranışlar sergileyen (geleneksel rolleri ihlal eden) kadınlara yönelik tutumların olumsuz olduğu yönündedir (örn., Okimoto ve Heilman, 2012). Bu olumsuz tepkiyi göze almaktan çekinen (normatif baskıyı hissedene) üyelerin sosyal hareketliliğe başvurma eğiliminin zayıf olması beklenmektedir.

H1: Makülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama (H1a), feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamama (H1b), kadın olmaktan doyum alma (H1c), kadın kimliğine bağımlı hissetme (H1d), kadın kimliğine yatırım yapma (H1e), ve geleneksel cinsiyet rollerine aykırı davranmayı yasaklayan normların varlığını hissetme (H1f) düzeyi arttıkça kadınların bireysel hareketlilik stratejisi yönelimi azalır.

Bzi araştırmalar grubun üyelerin belirli ihtiyaçlarını karşılama (doyum) düzeyi arttıkça sosyal rekabet eğiliminin artacağına işaret etmektedir. Örneğin, van Zomeren, Postmes ve Spears (2008: 521) grubun üyelerine sosyal statü yapısını değiştirme konusunda kendilerini etkili (efficacy) hissetmelerinin sosyal rekabetin en güçlü yordayıcılarından biri olduğunu ortaya koymuştur. Gerçekçi Grup Çatışması Kuramcılarını kişisel ihtiyaçlarını tatmin etmede gruba olan bağımlılık düzeyi ile gruplar arası rekabet arasında bir bağ olduğunu öne sürmektedir. Edinilen bulgulara göre gruba olan bağımlılık düzeyi arttıkça iç grup kayırmacılığı ve dış gruba karşı rekabete girişme eğilimi artmaktadır (Rabbie, Schot ve Visser, 1989: 196; Rubini vd., 2007: 1205). Üyeler iç grupla yaklaşma, grubun aktivitelerine katılma ve üyeliğin sorumluluklarını yerine getirme konusunda (Leach ve arkadaşları, 2008: 146) çeşitli yatırımlar yapmaktadır. Üyelerin yaptığı bu yatırımlar grubun hedeflerine ulaşması ve statüyü yükseltmekle de ilişkili olduğu için yapılan yatırım miktarının sosyal rekabeti pozitif yönde yordamasını bekleyebiliriz. Öte yandan kendini kalıpyargılama (feminen/maskülen) ve normatif etkinin sosyal rekabetle ilişkili olduğuna işaret eden herhangi bir teorik açıklama veya bulguya ulaşılmamıştır. Yukarıdaki çalışmalardan hareketle ikinci hipotez şu şekilde kurulmuştur.

H2: Kadın olmaktan doyum alma (H2a), kadın kimliğine bağımlı hissetme (H2b) ve kadın kimliğine yatırım yapma (H2c), düzeyi arttıkça kadınların sosyal rekabet stratejisine yönelimi artar.

Kadın kimliğiyle ilgili bazı teorik açıklama ve araştırma bulguları kadın kimliğinin iki boyutlu bir yapısının olduğunu ve stratejilerin feminist boyutla özdeşleşmek ile ilgili olduğunu kadın boyutuyla özdeşleşmenin kolektif eylem yönelimi gibi gruplar arası tutum ve davranış üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını göstermektedir (bkz, van Breen vd., 2017: 9). Bu çalışmalardan hareketle kadın kimliğiyle özdeşleşmenin ve feminist kimlikle özdeşleşmenin aracı rolü iki farklı yapısal eşitlik modelinde incelenecektir.

H3: Kadın kimliğiyle özdeşleşmeye kıyasla feminist kimlikle özdeşleşmenin bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki aracı rolü daha güçlüdür.

5.3.2. Dolaylı Yoldan Yordama İle İlgili Hipotezler

Çalışmalar üyelerin hangi stratejiyi izleneceklerini belirleyen en önemli faktörlerden birinin kimlik tehdidinin kaynağını ne şekilde algıladıkları olduğuna işaret etmektedir. Sosyal kimlik yaklaşımı temelinde yapılan bazı araştırmalara göre grupla özdeşleşme düzeyi düşük kişiler tehdidin iç grup kimliğinin kendisi olduğunu düşünme eğilimindeyken; özdeşleşme düzeyi yüksek olanlar tehdidin kaynağının dış grupların (örneğin erkeklerin) önyargılı tutumuna atfetmektedir (bkz., Shapiro, 2011: 478). Araştırmalara göre grup kimliğinin kendisini tehdit olarak algılayanlar bireysel hareketlilik izleme eğilimindeyken, tehdidi dışsal kaynaklara atfedilenler sosyal rekabet stratejisi izleme eğilimindedir (Lauring, 2017: 587). Çalışmalar, kendini kalıpyargılamanın özdeşleşmenin öncülü olduğunu ve sonuç üzerindeki etkisini özdeşleşme üzerinden gösterdiğini işaret etmekte ve belirli bir grubun özellikleri üzerinden kendini kalıpyargılama arttıkça o grupla özdeşleşmenin arttığını göstermektedir (Reinhard, Stahlberg ve Messne, 2009: 788; Verkuyten ve Nekuee, 1999: 412). Buna göre feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama arttıkça kadın kimliğiyle özdeşleşmenin artması ve bunun sonucunda kadın cinsiyet grubunu terk etme (bireysel hareketlilik) eğiliminin azalması beklenmektedir. Diğer yandan maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılayanların da erkek kimliğiyle özdeşleşme düzeyinin artması ve kendini bu kimlik üzerinden tanımlama (bireysel hareketlilik)

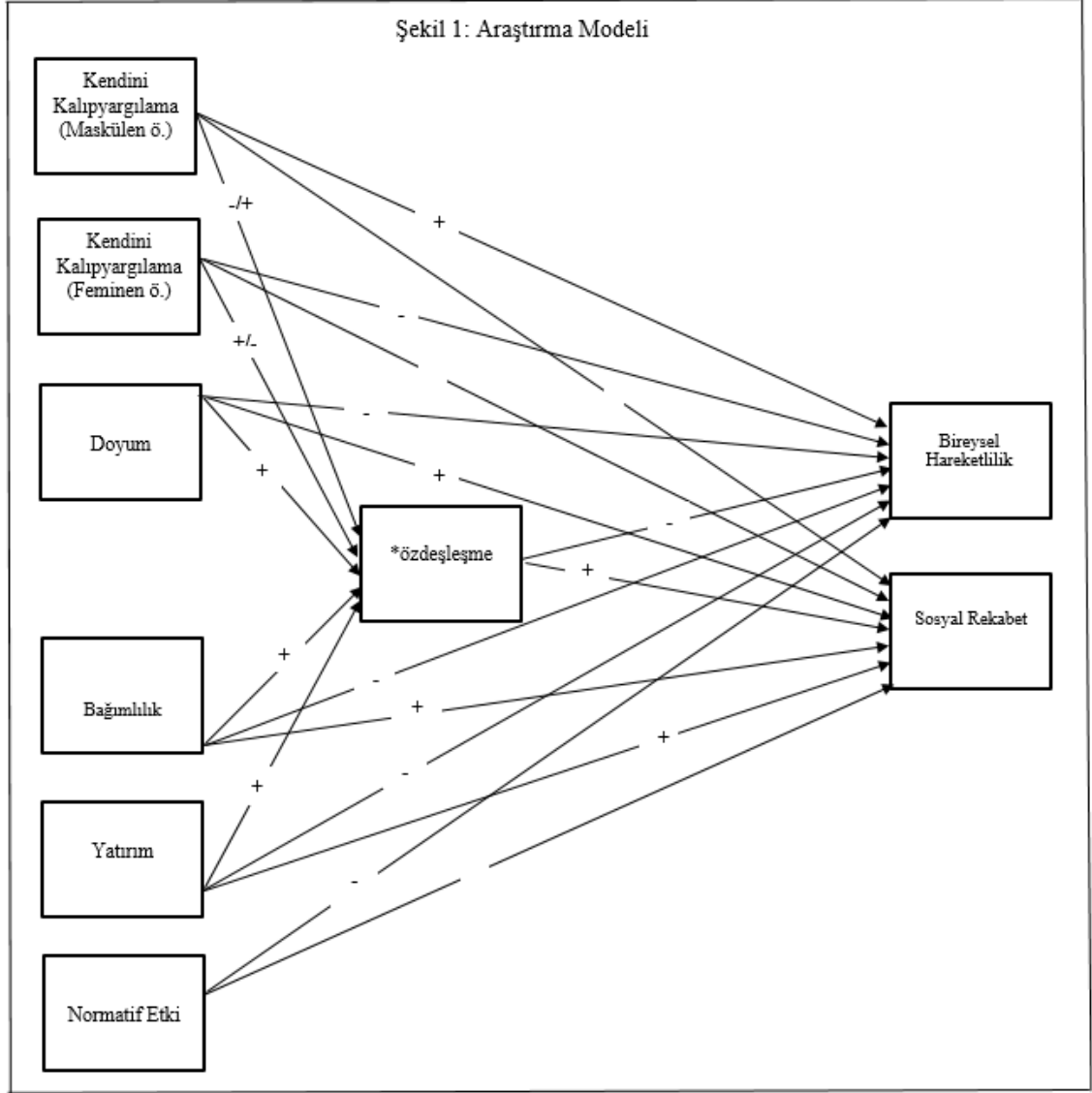
eğiliminin artması beklenmektedir. Ancak feminist kimlikle özdeşleşenler kadın kimliğine yönelik tehdidi ataerkil sistem gibi dışsal faktörlere yükleme ve yetkinlikle ilgili (maskülen) özelliklere kadınların da sahip olduğuna inanma eğiliminde oldukları için bu özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın özdeşleşme üzerinden sosyal rekabeti arttırması beklenmektedir.

Mübadele Kuramı ve Yatırım Modeli bağlamındaki bazı çalışmaların sonuçlarına göre doyum, bağımlılık ve yatırım miktarı kişinin ilişkiye bağlılığını (özdeşleşmeyi) ve bunun üzerinden ilişkinin devamlılığını güçlü şekilde yordamaktadır (Le ve Agnew, 2003: 37). Diğer bir değişle doyum, bağımlılık ve yatırım miktarı arttıkça kişinin mevcut ilişkiyi (ya da çalıştığı kurumu) terk etme eğilimi azalmaktadır. Bu çalışmalardan hareketle, kadın olmaktan doyum alma, kadın kimliğine bağımlı hissetme ve kadın kimliğine yatırım yapma arttıkça özdeşleşme üzerinden dolaylı olarak kadınların kadın kimliğini terk etme (bireysel hareketlilik) eğiliminin azalması beklenmektedir. Diğer yandan bu üç değişkenin düzeyi arttıkça grupta özdeşleşme üzerinden sosyal rekabet eğiliminin artması beklenmektedir.

H4: Maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamamak (H4a), feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamak (H4b), kadın olmaktan doyum almak (H4c), kadın kimliğine bağımlı hissetmek (H4c) ve kadın kimliğine yatırım yapmak (H4d) kadın kimliği ve feminist kimlikle özdeşleşmeyi arttırmak suretiyle dolaylı olarak bireysel hareketlilik eğilimini azaltır.

H5: Maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamak, (H5a), feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamamak (H5b), kadın olmaktan doyum almak (H5c), kadın kimliğine bağımlı hissetmek (H5c) ve kadın kimliğine yatırım yapmak (H5d) feminist kimlikle özdeşleşmeyi arttırmak suretiyle dolaylı olarak sosyal rekabeti arttırır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Not: *özdeşleşme: aracı değişkenlerden birinin kadın kimliğiyle özdeşleşme (KKO), diğerinin feminist kimlikle özdeşleşme (FKO) olduğu iki ayrı model sınanacaktır. Eksi (-) işareti iki değişken arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu; artı işareti (+) ise pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu anlamını taşır. Aralarında işaret bulunmayan değişkenler arasında anlamlı bir ilişki beklenmemektedir. (-/+): Maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın KKO ile negatif (-), FKO ile pozitif (+) yönlü ilişkili olması beklenmektedir. (+/-): Feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın KKO ile pozitif(+), FKO ile negatif (-) yönlü ilişkili olması beklenmektedir.

6. ÖN ÇALIŞMA

Veri toplama süreci, biri ön çalışma, diğeri ana çalışma olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Ön çalışma, ana çalışmada kullanılan üç ölçeğin güvenirlik ve geçerlilik analizlerine veri sağlamak, ana çalışma ise araştırmanın hipotezlerini sınamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

6.1. ÖN ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Ön çalışma, İngilizceden Türkçeye uyarlanan “Kimlik Yönetim Stratejileri” ölçeğinin ve bu çalışmanın kapsamında oluşturulan “Üyelik İstikrar Ölçeği” ile “Normatif Etki Düzeyi” ölçeğinin güvenirlik ve geçerlilik analizlerine veri sağlamak amacıyla yapılmıştır. Üyelik İstikrar Ölçeği'nin yatırım boyutu kişiler arası ilişkiler alanında kullanılan İlişki İstikrar Ölçeğinin 10 maddeden oluşan yatırım boyutunun kişinin grupta ilişkisine uygun bir şekilde uyarlanmasıyla oluşturulmuştur. Doyum ve bağımlılık boyutları ise İlişki İstikrar Ölçeği şablonu esas alınarak Vignoles ve arkadaşlarının (2006) kimlik motivasyonlarını ölçmede kullandığı 6 ifadenin uyarlanmasıyla oluşturulmuştur. 7 maddeden oluşan “Normatif Etki Düzeyi” ölçeğinin ise tüm maddeleri ilk defa bu çalışma kapsamında literatürdeki ilgili teorik açıklama ve araştırma bulgularından hareketle geliştirilmiştir.

6.1.1. Katılımcılar

Ön çalışma örneklemini Uludağ Üniversitesi (n = 139) ve Dicle Üniversitesinde (n = 170) okuyan 309 kadın öğrenciden oluşmaktadır. Uludağ Üniversiteden olan 139 katılımcının tamamı psikoloji bölümünde eğitim görmektedir. Dicle Üniversitesindeki öğrencilerin ise 54'ü edebiyat fakültesinin sosyoloji (24) ve felsefe (30) bölümlerinde, 32'si hukuk fakültesinde, 25'i diş hekimliği fakültesinde ve 40'ı ilahiyat fakültesinde eğitim görmektedir. Katılımcıların yaşları 17-31 arasında değişmektedir (Ort.=22,30; SS= 1.93). Üniversite öğrencilerin tercih edilme sebebi genel olarak kadın evrenini temsil ettiği düşünülen bir örneklem olmasıdır: Üniversite öğrencileri sosyo ekonomik statü, dini yönelim, etnik köken, benimsediği ideoloji, yaşadığı şehir gibi birçok sosyo demografik özellik açısından kadın toplumunun çeşitliliğini yeterli düzeyde temsil etmektedir. Bu yönüyle çalışmanın örnekleme tekniği Amaçlı (Tipik Durum)

örneklemedir. Bu teknik, araştırma problemi açısından evrenin tipik özelliklerini taşıyan ortalama bir örneklemin incelenmesi gerektiği durumlarda tercih edilmektedir.

6.1.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama işlemi aşağıda psikometrik özellikleri belirtilen ölçüm araçları aşağıdaki sırayla kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

6.1.2.1. Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği

Breinlinger ve Kelly (1994) tarafından kadınların cinsiyet temelli sosyal statü eşitsizliğine yönelik tepkilerini (kimlik yönetim stratejilerini) ölçmek amacıyla Sosyal Kimlik Kuramı'nın açıklamalarına uygun bir şekilde geliştirilen bu ölçek mevcut çalışma kapsamında Türkçeye uyarlanmıştır. İfadelerin çoğunluğu araştırmacıların iş, ayrımcılık, çocuk bakımı ve feminizm konularında kadınlarla yaptığı beş pilot görüşmeden edinilmiştir. Diğer ifadeler de kadınlarla daha önce yapılan çalışmalardan ve gazete-dergilerden derlenmiştir. Üç hakem tarafından Sosyal Kimlik Kuramının temel prensipleri açısından uygunluğu değerlendirilen ölçeğin son hali 51 ifadeden oluşmaktadır. İfadelerin 14'ü bireysel hareketlilik, 15'i sosyal rekabet ve 22'si sosyal yaratıcılık stratejisini ölçmeye yönelik olan Likert tipi bu ölçeğin her bir maddesi 9'lu skala (-4 = Katılmıyorum; 4= Katılıyorum) üzerinden derecelendirilir. Breinlinger ve Kelly'nin (1994: 11-12) kadınlarla gerçekleştirdiği çalışmada bu ölçekte yer alan 51 ifade dört kümeye ayrılmıştır. Bunlardan ikisinin sosyal rekabet ve bireysel hareketlilik olduğu açıkça görülürken; diğer iki küme (faktör) daha karmaşık stratejilerden oluşmuştur. Çok açık olmayan bu kümelerden biri bireysel hareketlilik ve sosyal rekabetin bir kombinasyonunu temsil ederken; diğer küme kısmen sosyal yaratıcılığın özelliklerini yansıtmaktadır. Mevcut çalışmanın ana hedefinden hareketle bu ölçeğin sadece bireysel hareketlilik (14 madde) ve sosyal rekabet (15 madde) boyutları kullanılmıştır. Ölçeğin bir örneği *EK-3*'de verilmiştir.

6.1.2.2. Üyelik İstikrar Ölçeği

Rusbult, Martz ve Agnew (1998) kişiler arası ilişkilerde algılanan doyum, bağımlılık ve yatırım miktarını ölçmek için "İlişki İstikrar Ölçeği" adında üç boyutlu bir ölçek geliştirmiştir. Araştırmacılar bu ölçek çalışması kapsamında, öncelikle bir sosyal

ilişkinin insanların ne tür ihtiyaçlarını karşıladığını araştırmış ve on adet ihtiyaç belirlemiştir. Bu on ihtiyacın her birine dair üç soru maddesi hazırlanmıştır: doyum, bağımlılık ve yatırım soruları. Doyum maddeleri, listedeki ihtiyaçların her birinin ilişki ne düzeyde karşılandığına (tatmin edildiğine) yöneliktir. Bağımlılık maddeleri ise aynı ihtiyaçların ulaşılabilir diğer alternatif ilişkilere kıyasla mevcut ilişki tarafından ne düzeyde tatmin edildiğine yöneliktir. Mevcut çalışmada amaç, Rusbult ve arkadaşlarının gibi bir ilişkinin insanların ihtiyaçlarını ne ölçüde karşıladığını araştırmak değil, ait olunan bir grubun bu ihtiyaçları karşılama düzeyini ölçmek olduğundan, Rusbult ve arkadaşlarının hazırladığı ihtiyaç listesinden farklı bir ihtiyaç listesi ile çalışılması gerekmiştir. Rusbult ve arkadaşlarının belirlediği ihtiyaçlar yerine Vignoles ve arkadaşlarının (2002: 203) belirlediği ihtiyaçlar sorulmuştur. Vignoles ve arkadaşlarının (2002) geliştirdiği kimlik motivasyonları modeline göre insanların ait olma, pozitif ayırt edicilik, özsaygı, etkililik, süreklilik ve yaşamın anlamı adında altı temel motivasyonu vardır. Bazı araştırmacılar bu motivasyonları ihtiyaç (need) olarak adlandırmaktadır (örn, Riketta (2008: 715). Kişiler bunları tatmin etmede gruplara ihtiyaç duyarlar ve grubun bu ihtiyaçları gidermesi yönünde beklentiler geliştirirler. Araştırmacılar her bir ihtiyacın grup tarafından ne düzeyde karşılandığını birer maddeyle ölçmek için 6 maddeli likert tipi bir ölçek geliştirmiştir. Örneğin süreklilik ihtiyacı şu madde ile ölçülmektedir: “Grup kimliği bana geçmiş, bugün ve gelecek arasında bir süreklilik hissi veriyor” (bkz, Smeekes ve Verkuyten, 2015: 165). Benzer şekilde anlam motivasyonu (ihtiyacı) şu ifade ile ölçülmektedir: bu grubun üyesi olmak hayatımı anlamlı hissetmemi sağlıyor (Easterbrook ve Vignoles, 2012). Mevcut araştırmada, üyenin kadın kimliğinden aldığı doyum düzeyini ölçmek için katılımcılara kadın kimliğinin bu altı ihtiyacın her birini ne düzeyde karşıladığı birer ifade ile sorulmuştur. Ölçeğin bu boyutundan alınan yüksek puanlar ihtiyaçların yüksek düzeyde karşılandığı ve doyumun yüksekliğini göstermektedir. Kadın kimliğine olan bağımlılık düzeyini ölçmede ise kadın kimliğinin bu altı ihtiyacın her birini kişi için en önemli konumda olan diğer sosyal kimliklere kıyasla ne düzeyde karşıladığı sorulmuştur. Rusbult, Martz ve Agnew (1998) yine İlişki İstikrar Ölçeği bağlamında bir kişinin sosyal ilişkilere ne tür yatırımlar yaptığını araştırmış ve bu araştırmadan hareketle kişinin ilişkiye yaptığı yatırım miktarını ölçmek için 10 ifadeden oluşan bir alt boyut geliştirmiştir. Ölçekteki bu on ifade, mevcut çalışmada, kişinin bireylerin kişilerarası ilişkiye değil, grup üyeliğine yaptığı yatırımı

ölçmek üzere uyarlanarak kullanılmıştır. İlişki İstikrar Ölçeği ve kimlik motivasyonlarını ölçmede daha önceki çalışmalarda kullanılan altı ifadeden yararlanılarak oluşturulan “Üyelik İstikrar Ölçeği” doyum (6), bağımlılık (6) ve yatırım (10) olmak üzere üç alt boyuttan ve 22 ifadeden oluşmaktadır. Likert tipi bu ölçeğin her bir maddesi 7’li skala (1 = Tamamen Yanlış; 7= Tamamen Doğru) üzerinden derecelendirilir. Yüksek puanlar ilgili boyuttaki faktörün (doyum/bağımlılık/yatırım) yüksek olduğu anlamını taşımaktadır. Geliştirilen ölçeğin bir örneği *EK-4*’te verilmiştir.

6.1.2.3. Normatif Etki Düzeyi Ölçeği

Gruptan ayrılmanın yararına olacağına inanmasına rağmen kendini grupta kalmak zorunda hisseden üyelerin gruba bağlılığı normatiftir ve bu bağlılık gücünü normların üyelere çeşitli şekillerde etki etmesinden almaktadır. Grubun üyeler üzerindeki normatif etki düzeyini ölçmek amacıyla mevcut çalışma kapsamında geliştirilen bu ölçek 7 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler, kadınların geleneksel cinsiyet rollerine ilişkin tutumu ve toplumun geleneksel erkek rol ve davranışlarını sergileyen kadınlara yönelik olumsuz tutumu ile ilgili araştırmalardan (Aktan ve Bilim, 2016; Okimoto ve Heilman, 2012; Brescoll ve Uhlmann, 2005) yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçekteki ikinci (Geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmayan kadınlar toplum tarafından dışlanmaktadır.) ve üçüncü (Sosyal ortamdaki tutum ve davranışları açısından erkeklere benzemeye çalışan kadınlara toplumun tepkisi olumsuzdur.) ifadeler, geleneksel cinsiyet rollerine aykırı davranmanın toplum tarafından nasıl bir tepki doğuracağına ilişkin algıyı ölçmektedir. Diğer dört ifade ise bu tepkilerin kişi üzerindeki etkisini ölçmeye yöneliktir (7. İfade: geleneksel kadın rollerine aykırı davranışlarımı kendimi suçlu hissederim.). Likert tipi bu ölçeğin her bir maddesi 5’li skala (-2 = Kesinlikle Katılmıyorum; 2= Kesinlikle Katılıyorum) üzerinden derecelendirilir. Yüksek puanlar normatif etkinin yüksek olduğu anlamını taşımaktadır. Geliştirilen ölçeğin bir örneği *EK-7*’da verilmiştir.

6.1.3. İşlem

Ön çalışmanın verisi, Uludağ Üniversitesinin Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kuruldan gerekli izinler 26 Ekim 2018 tarihinde (Kurulun Oturum Sayısı: 2018-09) alındıktan sonra, 01.11.2018-11.01.2019 tarihlerinde

toplanmıştır. Dicle üniversitesinin hukuk fakültesinde okuyan katılımcılar dışındaki diğer tüm katılımcılara anketler ders yürütücülerinin izniyle ve her bir katılımcının “Bilgilendirilmiş Onam Formunu” onaylamalarının ardından, ders saatinin ilk ya da son 30 dakikasında uygulanmıştır. Hukuk fakültesinde okuyan 32 katılımcıya ise anketler bu fakültede okuyan 2 kadın öğrenci aracılığıyla ulaştırılmıştır (bu katılımcılar anketleri evlerinde ya da buldukları diğer yerlerde doldurmuştur). Araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden öğrenciler yukarıda psikometrik özellikleri açıklanan üç ölçeği bireysel olarak yukarıda verilen sıra ile doldurmuştur. Her bir katılımcının anketteki soruları cevaplandırması ortalama 15 dakika sürmüştür.

6.2. ÖN ÇALIŞMANIN BULGULARI

Araştırmanın analiz kısmında, öncelikle, kimlik yönetim stratejileri ölçeği, grup üyeliği istikrar ölçeği ve normatif etki düzeyi ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlik analizleri yapılmıştır (ölçeklere ilişkin güvenilirlik katsayıları için bkz, Tablo 2). Bu ölçeklerin yapı geçerliği (*construct validity*) AMOS 23 programı kullanılarak Doğrulayıcı Faktör Analizi (*Confirmatory Factor Analysis, DFA*) yöntemiyle sınanmıştır.

Tablo 2. Ön Çalışmada Kullanılan Ölçeklerde Yer Alan Madde Sayısı ve Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları

ÖLÇEKLER:	Madde Sayısı	Bu Çalışma Cronbach Alfa
Bireysel Hareketlilik	6	.80
Sosyal Rekabet	14	.80
Doyum	5	.68
Bağımlılık	6	.84
Yatırım	7	.85
Normatif Etki	5	.70

6.2.1. Doğrulayıcı Faktör Analizleri

Bu bölümde ön çalışmada geçerliliği sınanan ölçeklerin DFA sonuçları sunulmaktadır. Açıklayıcı faktör analizi yerine DFA tercih edilmesinin tek sebebi, ana çalışmada AMOS 23 programı kullanılarak yapılan Yapısal Eşitlik Analizleriyle uyumlu olmasını sağlamaktır. Esas alınan kesim noktası (kabul edilebilir minimum faktör yükü) .39 olarak belirlenmiştir. .39'un altında faktör yükü alan madeler ölçekten çıkarılmıştır.

Tüm ölçeklerin DFA sonuçlarına ilişkin grafikler tezin sonunda bulunan ölçekler bölümünden hemen sonra sunulmaktadır.

6.2.1.1. Üyelik İstikrar Ölçeği

Yirmi iki madde ve üç alt boyuttan (boyum, bağımlılık, yatırım) oluşan üyelik istikrar ölçeği doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinin sonuçlarına göre *doyum alt* boyutunda yer alan 3. madde ile *yatırım* alt boyutunda yer alan 2. ve 3. maddelerin (bkz, Tablo 3) çok düşük düzeyde faktör yükü almıştır (faktör yükleri sırasıyla .27, .27 ve .21). Bu nedenle üç madde modelden çıkarılarak analiz tekrar edilmiştir. Bu analizde yatırım alt boyuna ait 5. maddenin faktör yükünün (.31) çok düşük olması nedeniyle bu madde de modelden çıkarılmıştır. Modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük çıktığı görülmüştür. Ancak modifikasyon indeksinde yüksek değer alan bağımlılık boyutundaki 1. ve 2. maddenin hata terimleri arasında kovaryant eklendiğinde (sırasıyla e7 ile e8) uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır. Sonuç olarak, 18 maddeden oluşan üç faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 308.08$; $\chi^2/df = 2.35$; $GFI = .90$; $CFI = .92$; $RMSEA = .07$; $SRMR = .06$. Analiz sonucunda *doyum* alt boyutu için faktör yükleri, .39-.73, *bağlılık* alt boyutu için faktör yükleri, .49-.96 ve yatırım alt boyutu için faktör yükleri, .36-89 arasında değişmektedir.

Tablo 3. Üyelik İstikrar Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler

Doyum 3: Kadın Kimliğim kendimi diğer insanlardan farklı hissetmeme yardım ediyor.
Yatırım 2: Kadınlara duygu, düşünce ve sırlarım gibi pek çok özel şey anlatmaktayım.
Yatırım 3: Kadınlarla bazı konularda yaptığım fikir alışverişinin erkekler tarafından karşılanması pek mümkün değildir
Yatırım 5: Kadınlarla pek çok anıyı paylaşıyoruz.
Bağımlılık 1: İhtiyaç duyduğum aidiyet duygusunu daha iyi tatmin eder.
Bağımlılık 2: İhtiyaç duyduğum özgüven duygusunu daha iyi tatmin eder

6.2.1.2. Kimlik Yönetim Stratejileri

İki alt boyut ve toplam 29 maddeden oluşan kimlik yönetim stratejileri ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA sonuçlarına göre *hareketlilik* boyutunda 1., 3., 4., 7., 11., 12., 13. ve 14. maddelerin (faktör yükleri sırasıyla .22, .21, .16, .14, .20, .10, .11 ve .14); *rekabet* alt boyutunda ise 1., 13. ve 14. maddelerin (faktör yükleri sırasıyla .35, .28 ve .35) düşük düzeyde faktör yükü aldıkları saptanmıştır (bkz,

Tablo 4). Hareketlilik alt boyutuna ait 8, rekabet alt boyutuna ait 3 madde modelden çıkarılarak analiz tekrar edilmiştir (en düşükten başlanarak sırayla çıkarılıp analiz tekrarlanmıştır). Analiz sonucunda hareketlilik alt boyutu için faktör yükleri .39-.85 ve rekabet alt boyutu için faktör yükleri .39-73 arasında değiştiği görülmüştür. Modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük çıktığı görülmüştür. Modifikasyon indeksinde yüksek değer alan maddelerin hata terimleri arasına kovaryant eklendiğinde (sırasıyla e16 ile e20; ; e23 ile e24; e25 ile e26) uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır (kovaryant eklenen maddeler için bkz, tablo 4). Sonuç olarak, 18 maddeden oluşan iki faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 263.93$; $\chi^2/df = 2.01$; $GFI = .91$; $CFI = .90$; $RMSEA = .06$; $SRMR = .06$.

Tablo 4. Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler

H1. Eğer bir şeyi yeterince istersen ve bunun için yeteri kadar çalışırsan onu elde edersin.
H3. Kadınların toplumdaki konumunun değişmesinin tek yolu, benim gibi iyi bir işe sahip olmaya çabalamasıyla mümkündür.
H4. Pek çok kadın ilerlemek için yeterli dürtüye ve isteğe sahip değildir.
H7. Kendimi diğer kadınlardan farklı görüyorum.
H11. Kadınları bir grup olarak oldukça nadir düşünürüm.
H12. Eşim bir konuda iyi olursa, bu bana kendimi iyi hissettirir.
H13. Toplum konumu için kadınlar yalnızca kendilerini suçlamalıdır.
H14. Kadınların şu anda feminizmle ilgili işleri bırakmış olması değerlidir.
R1.
R2 (e16). Ben bir feministim.
R6 (e20). Kadınlar ev ve iş yeri dahil yaşamın tüm alanlarında erkeklerle eşit olana kadar mücadelelerini sürdürmelidir
R9 (e23). Aynı işi yapıyor olmalarına rağmen kadınların erkeklerden daha düşük ücret alması beni öfkelenendiriyor
R10 (e24). Kadınlar düşük toplumsal statülerine karşı öfkelenmelidir.
R11 (e25). İşin temeline indiğinizde erkeklerin ezen, kadınların ezilen grup olduğunu görürsünüz.
R12 (e26). Erkekler sahip oldukları mevcut güç ve otoritelerini sürdürmek için kadınları evde tutmak istemektedir.
R13. Yetkili konumdaki bir kadın olarak; belirli bir iş için eşit düzeyde kalifiye sahibi bir kadın ve bir erkek aday varsa kadın olanı alman gerekir.
R14. Kadınları otomatik olarak daha iyi anne ve ev hanımı yapan bir içgüdü yoktur.

Not: H= Hareketlilik, R= Rekabet

6.2.1.3. Normatif Etki Düzeyi Ölçeği

Tek boyut ve 7 maddeden oluşan Normatif Etki Ölçeğine Uygulanan DFA sonuçları, 2. (Geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmayan kadınlar toplum tarafından dışlanmaktadır) ve 3. (Sosyal ortamdaki tutum ve davranışları açısından erkeklere benzemeye çalışan kadınlara toplumun tepkisi olumsuzdur) maddelerin faktör yüklerinin düşük olduğunu göstermiştir (sırasıyla, .35 ve .34). Bu iki

madde modelden çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. Ölçeğe ait faktör yükleri .39-.77 arasında değişmektedir. Sonuç olarak, 5 maddeden oluşan tek faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 26.04$; $\chi^2/df = 2.17$; $GFI = .98$; $CFI = .96$; $RMSEA = .06$; $SRMR = .04$.

7. ANA ÇALIŞMA

Bu bölümde ana çalışmanın yöntemi ile ilgili bilgiler ve analiz sonuçları sunulacaktır.

7.1. ANA ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

7.1.1. Katılımcılar

Ana çalışma örneklemini Uludağ Üniversitesi (n=102), Mardin Artuklu Üniversitesi (n=37) ve Dicle Üniversitesinde (n=58) okuyan toplam 197 kadın öğrenciden oluşmaktadır. Uludağ Üniversiteden olan 102 katılımcının tamamı psikoloji bölümünde eğitim görmektedir. Dicle Üniversitesindeki öğrenciler sosyoloji (n=33) veya felsefe (n=25) bölümünde; Artuklu Üniversitesindeki öğrenciler ise psikoloji (n=26) veya sosyoloji (n=11) bölümünde eğitim görmektedir. Katılımcıların yaşları 18-39 arasında değişmektedir (Ort.=21,80; SS= 2.27). Demografik bilgi formunda yer alan etnik köken, dini yönelim ve ortalama aylık gelir ile ilgili sorulara katılımcıların büyük bir kısmı (%80'a yakını) boş bıraktığından analizlere dahil edilmemiştir. Ayrıca ana çalışmada 88 katılımcı temel hipotezlerle ilgili ikiden fazla ölçeği boş bıraktığından, devam etmek istemediğini bildirmesinden dolayı bu katılımcılardan toplanan veri analizlere dahil edilmemiştir. Ana çalışmanın analizleri 197 katılımcının verileri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ana çalışmanın da örnekleme tekniği ön çalışmada olduğu gibi Amaçlı (Tipik Durum) örneklemedir. Çünkü, üniversite öğrencileri sosyo demografik özellikler açısından genel olarak kadın evreninin tipik bir örneğini oluşturduğundan özellikle tercih edilmiştir. Bu teknik, araştırma problemi açısından evrenin tipik özelliklerini taşıyan ortalama bir örneklemin incelenmesi istendiği durumlarda tercih edilmektedir.

7.1.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama işlemi aşağıda psikometrik özellikleri belirtilen ölçüm araçları aşağıdaki sırayla kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

7.1.2.1. Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği

Kadınların bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet eğilimlerini ölçmek amacıyla Kelly ve Breinlinger'in (1995) geliştirdiği ve Türkçeye mevcut çalışma kapsamında uyarlanan kimlik yönetim stratejileri ölçeğinin hareketlilik ve rekabet boyutları kullanılmıştır. Bireysel hareketlilik (14 ifade) ve sosyal rekabet (15 ifade) boyutlarında yer alan her bir ifade 9'lu skala (-4 = Katılmıyorum; 4= Katılıyorum) üzerinden derecelendirilir. Kadınların sosyal hareketlilik ve sosyal rekabet eğilimleri bu iki boyutun kendilerine ait maddelerinin ortalamaları alınarak hesaplanmıştır. Yüksek puanlar eğilimin yüksek olduğunu göstermektedir. Uyarlanan ölçeğin bir örneği EK 3'te sunulmaktadır.

7.1.2.2. Üyelik İstikrar Ölçeği

Ana çalışmada incelenen temel değişkenlerinden üçü olan “grup üyeliğinden alınan doyum düzeyi” (6 madde), “gruba bağımlılık düzeyi” (6 made) ve “gruba yapılan yatırım miktarını” (10 madde) ölçmek amacıyla geliştirilen bu ölçek üç boyuttan ve toplam 22 ifadeden oluşmaktadır. Likert tipi bu ölçekte yer alan her bir ifade 7'li skala (1 = Tamamen Yanlış; 7= Tamamen Doğru) üzerinden derecelendirilir. “grup üyeliğinden alınan doyum düzeyi”, “gruba bağımlılık düzeyi” ve “gruba yapılan yatırım miktarını” bu üç boyutun kendilerine ait maddelerin ortalamaları alınarak hesaplanmaktadır. Ölçeğin bir örneği EK 4'te sunulmaktadır.

7.1.2.3. Grupla Özdeşleşme Düzeyi Ölçeği

Grupla özdeşleşme düzeyi ölçeği kişinin mensup olduğu gruba ilişkin bağlılık duygusunun güçlülüğünü ve grup üyeliği farkındalığını ölçer. Bu çalışmada kadınların kadın kimliği ve feminist kimlikle özdeşleşme düzeylerini ölçmede Kirchler, Palmonari ve Pombeni (1994) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Hortaçsu (2000:738) tarafından Türkçeye uyarlanan bu ölçek 10 maddeden oluşmakta ve 5'li skala (1 = Bana hiç uymuyor; 5 = Bana tamamen uyuyor) üzerinden derecelendirilmektedir. Kirchler ve

ark.'nın (1994) yaptığı orijinal çalışmada güvenilirlik katsayısı .79 olarak bulunmuştur. Hortaçsu'nun biri 1996, diğeri 1998 yılında yaptığı iki çalışmada ise güvenilirlik katsayısı sırasıyla .83 ve .91 çıkmıştır (bkz, Hortaçsu, 2000). Ölçek, katılımcıların kadın kimliği ve feminist kimlik ile özdeşleşme düzeylerini ayrı ayrı ölçmek için her katılımcıya iki kez uygulanmıştır. Ölçeğin bir örneği EK 5'te sunulmaktadır.

7.1.2.4. Kendini Kalıpyargılama Ölçeği

Kandiyoti (1982) tarafından geliştirilen “Cinsiyet Rollerine İlgili Kalıpyargı Ölçeği” kadınların kendini kalıpyargılama düzeylerini ölçmek amacıyla kullanılmıştır. 12 yetkinlik (maskülen), 10 sevecenlik (feminen) özellikten oluşan bu ölçek iki boyutludur. Katılımcılardan bu ifadelerin bir birey olarak kendisini ne düzeyde yansıttığını 5’li skala üzerinden (1 = Beni Hiç Yansıtmıyor; 5= Beni Bütünüyle Yansıtmıyor) derecelendirmeleri istenmiştir. Yetkinlik boyutundaki 12 madde maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamayı ölçerken; sevecenlik boyutundaki 10 madde feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamayı ölçmektedir. Kendini kalıpyargılama düzeyi ilgili boyutun maddelerinin ortalamaları alınarak hesaplanmıştır. Yüksek puanlar daha fazla kalıpyargılamayı gösterir. Ölçeğin bir örneği EK 6’da sunulmaktadır.

7.1.2.5. Normatif Etki Düzeyi Ölçeği

Grubun üyeler üzerindeki normatif etki düzeyini belirlemede kullanılan 7 ifadeden oluşan bu ölçekte yüksek puanlar normatif etkinin yüksek olduğu anlamını taşımaktadır. Geliştirilen ölçeğin bir örneği EK-7’de verilmiştir.

7.1.3. İşlem

Ana çalışmanın verileri 2019 yılının Ekim ve Kasım aylarında toplanmıştır. Tüm katılımcılara anketler ders yürütücülerinin izniyle ve her bir katılımcının “Bilgilendirilmiş Onam Formunu” onaylamalarının ardından ders saatinin ilk ya da son 25 dakikasında uygulanmıştır. Araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden öğrenciler yukarıda psikometrik özellikleri açıklanan ölçekleri sınıf ortamında bireysel olarak doldurmuştur. Anketteki soruların cevaplandırılması ortalama 25 dakika sürmüştür. Uludağ üniversitenin Psikoloji bölümü ve Dicle üniversitesinin sosyoloji ile felsefe bölümü öğrencilerine ana çalışmada kullanılan üç ölçek ön çalışmada da uygulanmıştır ve söz

konusu ölçeklerin aynı katılımcılara hem ön çalışmada hem de ana çalışmada uygulanmış olması muhtemeldir. Bu durum kontrol edilmemiştir. Ancak ön çalışma ile ana çalışmanın anket uygulamaları arasında 11 aylık bir süre bulunmaktadır ve bu süre anketteki soruların unutulması için yeterince uzun bir süre olarak gibi görünmektedir.

7.2. ANA ÇALIŞMANIN BULGULARI

Bu bölümde ana çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları, incelenen değişkenlere ilişkin korelasyon analizi sonuçları ve Yol (*Path*) analizi sonuçları sunulacaktır.

7.2.1. Doğrulayıcı Faktör Analizleri

Ana çalışmanın analiz kısmında, öncelikle, kimlik yönetim stratejileri ölçeği, grup üyeliği istikrar ölçeği, grupla özdeşleşme ölçekleri (kadın/feminist), kendini kalıpyargılama ölçeği ve normatif etki düzeyi ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlik analizleri yapılmıştır (ölçeklere ilişkin güvenilirlik katsayıları için bkz., Tablo 5).

Tablo 5. Ana Çalışmada Kullanılan Ölçeklerde Yer Alan Madde Sayısı ve Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları

ÖLÇEKLER:	Madde Sayısı	Orijinal Çalışma Cronbach Alfa	Bu Çalışma Cronbach Alfa
Bireysel Hareketlilik	14	-	.92
Sosyal Rekabet	12	-	.89
Doyum	06	-	.89
Bağımlılık	06	-	.90
Yatırım	08	.84	.89
Kendini Kalıpyargılama (Feminen)	09	.77	.91
Kendini Kalıpyargılama (Maskülen)	11	.71	.92
Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme	10	.79	.91
Feminist Kimlikle Özdeşleşme	10	.79	.95
Normatif Etki	06	-	.86

Bu ölçeklerden her birinin yapı geçerliği (*construct validity*) AMOS 23 programı aracılığıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (*DFA Confirmatory Factor Analysis*) yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Ölçek maddelerinin kabul edilebilir minimum faktör yükü (esas alınan kesim noktası) .39 olarak belirlenmiştir. .39'un altında faktör yükü alan

madeler ölçekten çıkarılmıştır. Tüm ölçeklere ilişkin DFA grafikleri çalışmanın sonunda yer alan ekler bölümünde verilmiştir.

7.2.1.1. Üyelik İstikrar Ölçeği

Üç alt boyut (doyum/bağımlılık/yatırım) ve toplam 22 maddeden oluşan üyelik istikrar ölçeği doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile test edilmiştir. Analizinin sonucunda *yatırım* alt boyutunda 2. ve 5. maddelerin düşük düzeyde faktör yükü aldıkları saptanmıştır (faktör yükleri sırasıyla .28 ve .33). Yatırım alt boyutuna ait 2.madde ve 5.madde sırasıyla modelden çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. Analiz sonucuna göre, *doyum* alt boyutu için faktör yükleri .62-.89, *bağlılık* alt boyutu için faktör yükleri .65-.84 ve *yatırım* alt boyutu için faktör yükleri .43-89 arasında değer almıştır. Modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük çıktığı saptanmıştır. Ancak, modifikasyon indeksinde yüksek değer alan maddelerin hata terimleri arasına kovaryant eklendiğinde (sırasıyla e15 ile e16; e4 ile e5; e7 ile e8; e13 ile e18 ve e4 ile e6) uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır. Sonuç olarak, 20 maddeden oluşan üç faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 262.67$; $\chi^2/df = 1.62$; $GFI = .89$; $CFI = .65$; $RMSEA = .06$; $SRMR = .06$.

Tablo 6. Üyelik İstikrar Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler

Y1 (e13). Kadın kimliği için çok fazla yatırım yaptım.
Y2. Kadınlara duygu, düşünce ve sırlarım gibi pek çok özel şey anlatmaktayım.
Y3 (e15). Kadınlarla belirli konularda yaptığım fikir alışverişinin erkekler tarafından karşılanması pek mümkün değildir.
Y4 (e16). Bireysel kimlik duygum, yani kim olduğum kadın kimliğim ve kadınlarla bağlantılıdır.
Y5. Kadınlarla pek çok anıyı paylaşıyoruz.
Y6 (e18). Kadın kimliği için öyle çok yatırım yaptım ki ve hayatımın merkezine öyle aldım ki, eğer bu kimlik toplumsal değerini ve önemini kaybedecek olsa ben de çok şey kaybetmiş olurum.
B1 (e7): İhtiyaç duyduğum aidiyet duygusunu daha iyi karşılar.
B2 (e8): İhtiyaç duyduğum özgüveni daha iyi sağlar.
D4 (e4): Bana kendimi güçlü, yeterli ve kontrol sahibi hissettiriyor.
D5 (e5): Bana geçmiş, bugün ve gelecek arasında bir süreklilik hissi veriyor.
D6 (e6): Bu kimliğimin bir parçası olmak benim için çok anlamlıdır.

Not: Y= Yatırım, B= Bağımlılık, D= Doyum

7.2.1.2. Kimlik Yönetim Stratejileri

İki alt boyut ve toplam 29 maddeden oluşan kimlik yönetim stratejileri ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA sonuçlarına göre *rekabet* alt boyutunda 13, 14 ve 15. maddelerin (bkz, Tablo 6) çok düşük düzeyde faktör yükü

aldıkları saptanmıştır (faktör yükleri sırasıyla .26, .31 ve .27). Rekabet alt boyutuna düşük faktör yükü alan 3 madde modelden en düşükten başlanarak sırasıyla çıkarılarak analiz tekrar edilmiştir. Modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük çıktığı görülmüştür. Modifikasyon indeksinde yüksek değer alan maddelerin hata terimleri arasına kovaryant eklendiğinde uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır. Kovaryantlar sırasıyla e13 ile e14; e1 ile e12; e5 ile e6; e1 ile e2; e5 ile e6; e8 ile e9; e23 ile e24; e25 ile e26; e21 ile e22; e1 ile e13; e24 ile e25; e7 ile e9; e11 ile e14; e9 ile e11; e19 ile e26 arasına eklenmiştir.

Tablo 7. Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeğinden Çıkarılan veya Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeler

R5 (e19). Erkeklerin kadınlara kıyasla daha yüksek statüye ve refaha sahip olmaları adil değildir.
R7 (e21). Kadınlar iş yerindeki diğer kadınları her zaman desteklemelidir.
R8 (e22) Eğer iş yerleri kadına eşit davranırsa ve çocuk bakımına ilişkin kolaylıklar sağlarsa, yüksek statülü mesleklerde daha fazla kadın göreceğiz.
R9 (e23). Aynı işi yapıyor olmalarına rağmen kadınların erkeklerden daha düşük ücret alması beni öfkelenendiriyor.
R10 (e24). Kadınlar düşük toplumsal statülerine karşı öfkelenmelidir.
R11 (e25). İşin temeline indiğinizde erkeklerin ezen, kadınların ezilen grup olduğunu görürsünüz.
R12 (e26). Erkekler sahip oldukları mevcut güç ve otoritelerini sürdürmek için kadınları evde tutmak istemektedir.
R13. Yetkili konumdaki bir kadın olarak; belirli bir iş için eşit düzeyde kalifiye sahibi bir kadın ve bir erkek aday varsa kadın olanı alman gerekir.
R14. Kadınları otomatik olarak daha iyi anne ve ev hanımı yapan bir içgüdü yoktur.
R15. Bir erkek ile aynı mesleğe sahip olmama rağmen, kadın olduğum için ondan daha düşük toplumsal statüye sahibim.
H1 (e1). Eğer bir şeyi yeterince istersen ve bunun için yeteri kadar çalışırsan onu elde edersin.
H2 (e2). Sahip olduğu fırsatlardan en iyi şekilde yararlanmak kadının kendisine bağlıdır.
H5 (e5). Eğer işinde iyiyisen, karşılığını alırsın. Bunun cinsiyetle bir ilgisi yoktur.
H6 (e6). Erkek ve kadın eşit olanaklara sahiptir, belirleyici olan söz konusu iş için gerekli olan kişisel niteliklerdir.
H7 (e7). Kendimi diğer kadınlardan farklı görüyorum.
H8 (e8). Kadınlar konumlarını yükseltmek isterse onları durduracak bir şey yoktur.
H9 (e9). Şu anda yüksek statülü mesleklerde yer alan pek çok kadın var, diğer kadınların da işlerinde başarılı olmamaları için bir sebep yok.
H11 (e11). Kadınları bir grup olarak oldukça nadir düşünürüm.
H12 (e12). Eşim bir konuda iyi olursa, bu bana kendimi iyi hissettirir.
H13 (e13). Toplum konumu için kadınlar yalnızca kendilerini suçlamalıdır.
H14 (e14). Kadınların şu anda feminizmle ilgili işleri bırakmış olması değerlidir.

Not: R= Rekabet

Sonuç olarak, 26 maddeden oluşan iki faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 573.09$; $\chi^2/df = 2.18$; $GFI = .81$; $CFI = .90$; $RMSEA = .07$; $SRMR = .08$ (GFI değeri istenen düzeyde olmasa da diğer değerler kabul edilebilir düzeyde oldukları için modelin iyi bir uyuma sahip olduğu söylenebilir). Analiz

sonucunda *hareketlilik alt* boyutu için faktör yükleri .45-.79; *rekabet alt* boyutu için faktör yüklerinin ise .36-87 arasında değiştiği görülmüştür).

7.2.1.3. Kadın Kimliği İle Özdeşleşme

Tek boyuttan ve 10 maddeden oluşan Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme Ölçeğine uygulanan DFA sonuçlarına göre, modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük olduğu görülmüştür. Ancak, modifikasyon indeksinde yüksek değer alan maddelerin hata terimleri arasına kovaryant eklendiğinde (sırasıyla e5 ile e7; e3 ile e4; e5 ile e6; e6 ile e7; e5 ile e10; e7 ile e10; e6 ile e10; e3 ile e7) uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır (bkz, Tablo 8). Sonuç olarak, 10 maddeden oluşan tek faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 60.35$; $\chi^2/df = 2.23$; $GFI = .94$; $CFI = .97$; $RMSEA = .08$; $SRMR = .05$. Ölçeğin faktör yükleri .42-.92 arasında değişmektedir.

Tablo 8. Özdeşleşme Ölçeğinin Hata Terimleri Arasına Kovaryant Eklenen Maddeleri

1. Bu kimlikle özdeşleştiğimi düşünüyorum.
2. Kendimi bu kimliğe yakın hissedirim.
3. Bu kimliğe mensup olduğum için mutluyum.
4. Kendimi kimliğin bir üyesi olarak görüyorum.
5. Bu kimliğin mensupları benimle aynı ilgilere sahiptir.
6. Yaşam değerlerim bu kimliğin değerleri ile aynı doğrultudadır.
7. Kendimi bu kimliğin mensuplarına benzer görüyorum.
9. Bu kimliğe mensup kişilerle aynı sorunları paylaşıyorum.
10. Bu kimliğin mensupları beni olduğum gibi kabul eder.

7.2.1.4. Feminist Kimlikle Özdeşleşme Ölçeği

Tek boyuttan ve 10 maddeden oluşan Feminist Kimlikle Özdeşleşme Ölçeğine uygulanan DFA sonuçlarına göre, faktör yüklerinin kabul edilebilir değerler arasında olduğu, ancak modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük olduğu görülmüştür. Modifikasyon indeksinde yüksek değer alan maddelerin hata terimleri arasına kovaryant eklendiğinde (sırasıyla e1 ile e2; e3 ile e7; e9 ile e10 ve e5 ile e6) uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır (bkz, Tablo 8). Sonuç olarak, 10 maddeden oluşan tek faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 83.12$; $\chi^2/df = 2.68$; $GFI = .92$; $CFI = .97$; $RMSEA = .09$; $SRMR = .03$. Ölçeğin faktör yükleri .66-.92 arasında değişmektedir.

7.2.1.5. Kendini Kalıpyargılama Ölçeği

İki boyuttan ve 22 maddeden oluşan Kendini Kalıpyargılama Ölçeğine uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda *maskülen* alt boyutundaki 9. madde (saldırganlık) ve *feminen* alt boyutundaki 10. maddenin (sıcak insan olmak) düşük düzeyde faktör yükü aldıkları saptanmıştır (sırasıyla .29 ve .31). Söz konusu bu iki maddenin modelden (sırasıyla) çıkarılmasıyla analiz tekrar edilmiştir. Tekrar edilen analiz sonucunda faktör yüklerinin kabul edilebilir değerler arasında oldukları saptanmıştır (*feminen* alt boyut için faktör yükleri .59-.88, *maskülen* alt boyutu için .46-.81 arasındadır). Modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük olduğu görülmüştür. Ancak, modifikasyon indeksinde yüksek değer alan maddelerin hata terimleri arasına kovaryant eklendiğinde uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır. Kovaryantlar sırasıyla e19 (etrafına hükmetmek) ile e20 (üstünlük duygusu); e2 (sadakat) ile e3 (yumuşaklık); e20 (üstünlük duygusu) ile e21 (katılık); e10 (soğukkanlılık) ile e12 (bağımsızlık); e19 (etrafına hükmetmek) ile e21 (katılık) ve e14 (gerçekçilik) ile e16 (atılganlık) arasına eklenmiştir. Sonuç olarak, 20 maddeden oluşan iki faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 289.96$; $\chi^2/df = 1.78$; $GFI = .87$; $CFI = .95$; $RMSEA = .06$; $SRMR = .078$. Hata terimlerine kovaryans eklendikten sonrası, *feminen* alt boyut için faktör yükleri .61-.81, *maskülen* alt boyutu için .39-.88 arasında değişmektedir.

7.2.1.6. Normatif Etki Ölçeği

Tek boyuttan ve 7 maddeden oluşan Normatif Etki Ölçeğine Uygulanan DFA sonucunda 7. maddenin (Geleneksel kadın rollerine aykırı davransam kendimi suçlu hissederim) düşük düzeyde (.29) faktör yükü aldığı saptanmıştır. Bu madde modelden çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. Analiz sonucunda faktör yükleri kabul edilebilir aralıkta olmakla birlikte, modele ait uyum iyiliği değerlerinin düşük çıktığı saptanmıştır. Ancak modifikasyon indeksinde yüksek değer alan üç maddenin hata terimleri arasına iki kovaryant eklendiğinde uyum indekslerinde iyileşme sağlanmıştır (bkz, Tablo 9). Bu kovaryanlardan ilki ölçekteki ikinci maddenin (“geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmayan kadınlar toplum tarafından dışlanmaktadır”) hata terimi ile üçüncü maddenin (“Sosyal ortamdaki tutum ve davranışları açısından erkeklere benzemeye çalışan kadınlara toplumun tepkisi olumsuzdur”) hata terimi arasına eklenmiştir. Diğer kovaryant ise üçüncü maddenin hata terimi ile altıncı maddenin (“Benim için avantajlı da

olsa, geleneksel kadın rolleri yerine erkek rollerine uygun yaşamak bu toplumda olanaksızdır”) hata terimi arasına eklenmiştir. Sonuç olarak, (faktör yükleri .51-.82 arasında değişen) 6 maddeden oluşan tek faktörlü ölçüm modelinin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmüştür, $\chi^2 = 8.60$; $\chi^2/df = 1.23$; $GFI = .99$; $CFI = .99$; $RMSEA = .03$; $SRMR = .02$.

7.2.2. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi ve Yol Analizleri

Bu bölümde değişkenler arası korelasyon analizi ve yol analizlerine ilişkin sonuçlar sunulacaktır. Kimlik yönetim stratejileri ölçeği, üyelik istikrar ölçeği ve normatif etki ölçeklerinin yapı geçerliliği hem ön çalışmanın hem de ana çalışmanın verisi üzerinden sınanmıştır. Ancak ön çalışmada ölçek maddelerinin önemli bir kısmı teorik açıklamalarda ön görüldüğünün aksine oldukça düşük faktör yükü aldıklarından ölçekten çıkarılmak durumunda kalmıştır. Ana çalışmanın verisi üzerinden gerçekleştirilen yapı geçerliliği analizlerinde maddelerin kabul edilebilir düzeyinin altında faktör yükü alan (ölçekten çıkarılan) görece daha az madde olmuştur. Bu yüzden ölçeklerin ve altboyutlarının ortalamalarını hesaplamada ana çalışmanın yapı geçerliliği sonuçları temel alınmıştır. Ön çalışmada yapı geçerliliğiyle ilgili analizlerde yaşanan sorunlardan biri ön çalışmaya katılan ilahiyat ve hukuk bölümü öğrencilerinin özellikle kimlik yönetim stratejileri ölçeğinin maddelerini değerlendirmede çalışmaya katılan diğer katılımcılardan farklı teorik beklentilerle uyuşmayan bir eğilim sergilemesi gibi görünmektedir.

7.2.2.1. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiler *Pearson* Korelasyon yöntemi ile analiz edilerek sunulmuştur. Çalışmaya ait tüm değişkenlerin korelasyon, ortalama, standart sapma ve range'ları Tablo 9'da aktarılmıştır.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama kadın kimliğiyle özdeşleşme düzeyi ile pozitif ($r = .27$, $p < .01$), feminist kimlikle özdeşleşme düzeyi ile negatif yönlü ($r = -.18$, $p < .01$) ilişkilidir. Buna göre, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama arttıkça kadın kimliği ile özdeşleşme düzeyi artarken; feminist kimlikle özdeşleşme düzeyi azalmaktadır. Diğer yandan

maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın feminist kimlikle özdeşleşme düzeyiyle ($r = .25, p < .01$) ilişkisi pozitif yönlü ve anlamlıyken; kadın kimliğiyle ilişkisi istatistiksel olarak anlamsızdır. Ayrıca yatırım ve doyumun da özdeşleşme (kadın/feminist) ile ilişkisinin anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Tüm Değişkenlere Ait Korelasyon, Ortalama, Standart Sapma ve Range Tablosu (N=197)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hareketlilik (1)	1									
Rekabet (2)	-.19**	1								
Doyum (3)	-.22**	.30**	1							
Bağımlılık (4)	.06	.07	.05	1						
Yatırım (5)	-.24**	.18*	.29**	-.01	1					
Özdeşleşme Kadın (6)	-.16*	.20**	.17*	.09	.38**	1				
Özdeşleşme Feminist (7)	-.30**	.44**	.12	-.07	.23**	.11	1			
Kendini Kalıpyargılama FÖ (8)	.11	.06	.13	.06	.01	.27**	-.18**	1		
Kendini Kalıpyargılama MÖ (9)	.20**	.06	-.09	.12	-.15*	.04	.25**	-.05	1	
Normatif Etki (10)	.00	-.07	-.21**	.00	-.03	-.10	-.06	.03	-.21**	1
Ort.	.30	1.71	4.59	4.66	4.00	2.87	2.25	3.77	3.01	.08
SS.	1.75	1.32	1.21	1.29	1.09	.74	1.00	.82	.88	.95
Range	7.93	7.00	5.80	6.00	6.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

** $p < 0.01$ * $p < .05$ Not: FÖ= Femenin Özellikler; MÖ= Maskülen Özellikler

Kadın kimliğiyle özdeşleşmenin, yatırım miktarı ($r = .38, p < .01$) ve doyum düzeyi ($r = .17, p < .05$) ile ilişkisi pozitif yönlü ve anlamlıyken; bağımlılıkla ilişkisi anlamlı değildir. Feminist kimlikle özdeşleşme ise yatırım miktarı ($r = .23, p < .01$) ile pozitif bir ilişki içindedir. Buna göre, Feminist kimlikle özdeşleşme arttıkça kadın kimliğine yapılan yatırım miktarı artmaktadır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, bireysel hareketlilik stratejisi maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ($r = .20, p < .01$) ile pozitif yönlü bir ilişki içindedir. Ayrıca bireysel hareketlilik stratejisi feminist kimlikle özdeşleşme ($r = -.30, p < .01$), kadın kimliğiyle özdeşleşme ($r = -.16, p < .05$), yatırım ($r = -.24, p < .01$) ve doyum ($r = -.22, p < .01$) ile negatif yönlü ilişkilidir. Başka bir ifadeyle, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama arttıkça bireysel hareketlilik eğilimi artarken; feminist kimlikle özdeşleşme, kadın kimliğiyle özdeşleşme, yatırım miktarı ve doyum düzeyi arttıkça bireysel hareketlilik eğilimi azalmaktadır. Diğer yandan analiz sonuçları sosyal rekabet stratejisinin feminist kimlikle özdeşleşme ($r = .44, p < .01$), kadın kimliğiyle özdeşleşme ($r = .20, p < .01$), doyum düzeyi ($r = .30, p < .01$) ve yatırım miktarıyla ($r = .18, p < .05$) pozitif yönlü ilişkili olduğunu göstermektedir. Buna göre, feminist kimlikle özdeşleşme, kadın kimliğiyle özdeşleşme, doyum düzeyi ve yatırım miktarı arttıkça sosyal rekabet stratejisini tercih etme düzeyi de artmaktadır. Analiz sonuçları normatif etki düzeyinin maskülen özellikler üzerinden kendini

kalıpyargılama ($r = -.21, p < .01$) ve doyum düzeyi ($r = -.21, p < .01$) ile negatif yönlü ilişkili olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle, normatif etki düzeyi arttıkça kadınların maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama eğilimleri ve kadın kimliğinden doyum alma düzeyi azalmaktadır. Diğer yandan bağımlılık değişkeninin hiçbir değişkenle anlamlı ilişkisinin bulunmadığı görülmektedir.

7.2.3. Yol (Path) Analizleri

Bu araştırmanın temel amacı, doyum, bağımlılık, yatırım, normatif etki ve kendini kalıpyargılamanın (feminen/maskülen) hareketlilik ve rekabet stratejileri üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkisini incelemektir. Ancak bağımlılık ve normatif etkinin diğer ana değişkenlerle korelasyonları anlamlı olmadığından her iki değişken de modelden çıkarılmıştır. Kadın kimliğiyle özdeşleşme ve feminist kimlikle özdeşleşmenin aracı rolü iki ayrı modelde incelenmiştir.

7.2.3.1. Kadın Kimliğiyle Özdeşleşmenin Aracı Değişken Olduğu Modelin Analiz

Sonuçları

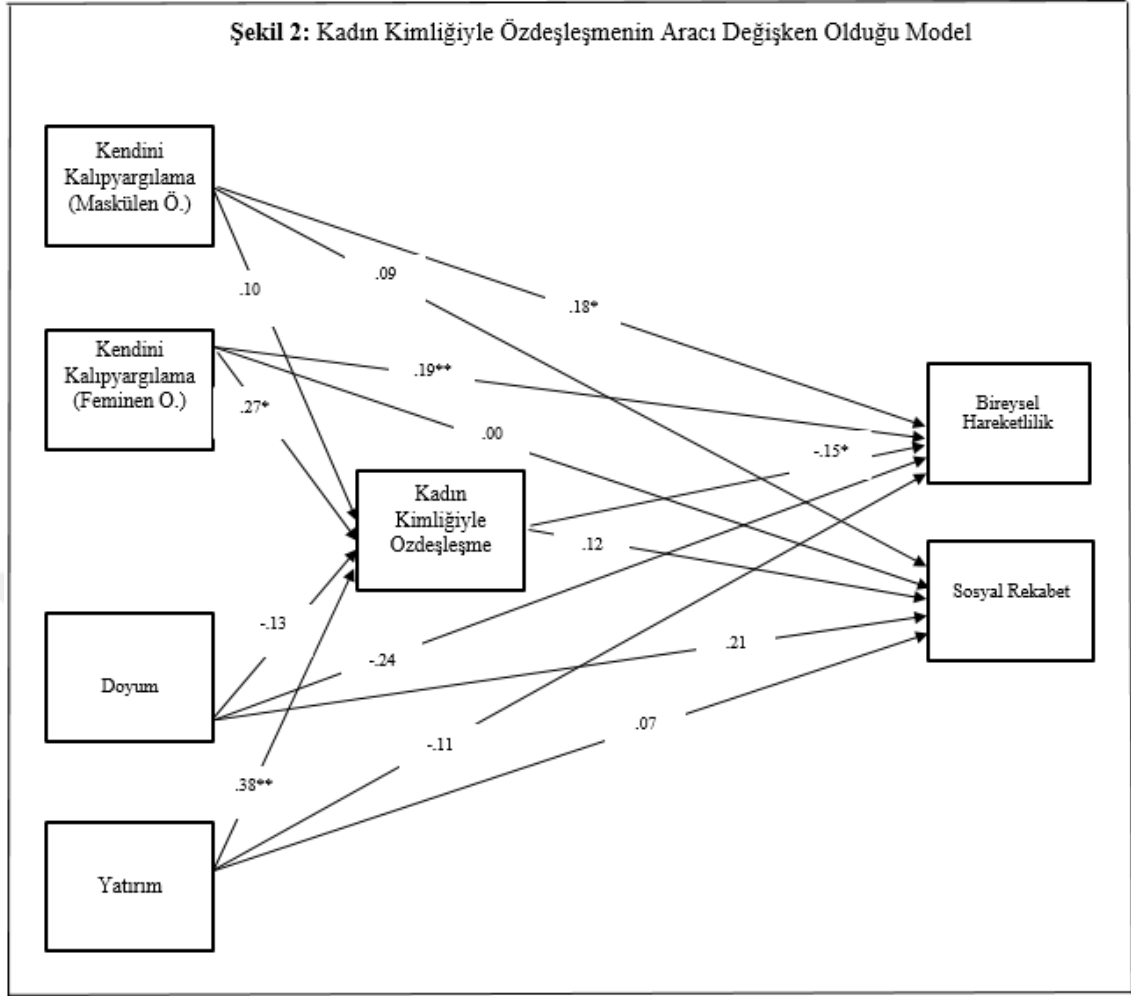
Doyum, yatırım, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ve maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ile izlenen stratejiler (hareketlilik/rekabet) arasındaki ilişkide kadın kimliği ile özdeşleşmenin aracı rolünü sınamak amacıyla AMOS programı kullanılarak aracı model analizi yapılmıştır. Modelde, analiz için kendini kalıpyargılama (feminen/maskülen), doyum ve yatırım bağımsız değişkenler, kadın kimliğiyle özdeşleşme aracı değişken, hareketlilik ve rekabet stratejileri bağımlı (sonuç) değişkenler olarak ele alınmıştır (Analiz sonuçlarına ilişkin yol katsayıları için Şekil 2'ye bakınız).

Verilerin araştırma modeline uyumunun test edilmesi için model uyumu; χ^2 test, χ^2 /df oranı, *RMSEA* (Hataların Ortalama Karekökü Yaklaşımı), *CFI* (Karşılaştırmalı Uyum Endeksi); *GFI* (Uyum İyiliği İndeksi) ve *SRME* yoluyla ölçülmüştür. Yapılan yol analizinde model uyum değerleri kabul edilebilir düzeydedir ($\chi^2=3.74, df=1, \chi^2/df=3.74, N=197 p<.05, GFI=.99; CFI = .99, RMSEA = .12, SRME = .02, p<.05$).

Şekil 2'de ve Tablo 10'da görüldüğü üzere maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama bireysel hareketlilik stratejisini ($\beta= .18, p < .05$) pozitif yönde anlamlı bir

şekilde yordamaktadır. Bu bulgu, maskülen kalıpyargılama azaldıkça bireysel hareketliliğin azalacağına ilişkin 1a hipotezini doğrulamaktadır. Maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın hareketlilik stratejisi ile dolaylı ilişkisi negatif yönlü ve anlamsızdır. Bu bulgu maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamamanın kadın kimliğiyle özdeşleşmeyi artırmak suretiyle dolaylı olarak bireysel hareketlilik eğilimini azaltacağı yönündeki 4a hipotezinin desteklenmediğini göstermektedir. Feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın hareketlilik stratejisini doğrudan yordaması pozitif yönlü ($\beta = .19, p < .01$) anlamlıdır. Bu bulgu feminen kalıpyargılanma arttıkça bireysel hareketliliğin azalacağını ön gören 1b hipotezini yanlışlamaktadır. Diğer yandan, feminen kalıpyargılanmanın hareketlilik stratejisini dolaylı yordaması negatif yönlü ve anlamlıdır ($\beta = -.04, p < .05$). Bu bulgu ise bize, feminen kalıpyargılanma arttıkça bireysel hareketliliğin dolaylı olarak azalacağını ön gören 4a hipotezini doğrulanmaktadır. Yatırım miktarının da hareketlilik stratejisini dolaylı yordaması negatif yönlü ve anlamlıdır ($\beta = -.06, p < .05$). Buna göre, yatırım miktarı arttıkça bireysel hareketlilik eğilimi dolaylı olarak azalmaktadır.

Şekil 2: Kadın Kimliğiyle Özdeşleşmenin Aracı Değişken Olduğu Model



Not: * $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$. Kendini kalıpyargılama (maskülen/feminen), doğum ve yatırımın stratejileri kadın kimliğiyle özdeşleşme üzerinden dolaylı yordaması ile ilgili sonuçlar Tablo 10'da sunulmaktadır.

Tablo 10. Kadın Kimliğiyle Özdeşleşmenin Aracı Değişken Olduğu Modele Ait Yol Katsayıları (N = 197).

		Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme	Rekabet stratejileri	Hareketlilik stratejileri
Varyans %		.42	1.52	2.61
Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme		-	.118	-.150*
Kendini Kalıpyargılama(M)	Doğ.	.104	.087	.184*
	Dol.	-	.012	-.015+
	Top.	.104	.099	.169*
Kendini Kalıpyargılama (F)	Doğ.	.269*	.001	.188**
	Dol.	-	.032	-.040*
	Top	.269*	.032	.148*
Doyum	Doğ.	-.134	.209	-.241
	Dol.	-	-.016	.020
	Top	-.134	.194	-.221
Yatırım	Doğ.	.379**	.068	-.106
	Dol.	-	.045	-.057*
	Top	.379**	.113	-.163**

Not: Tablo 2 Yordayıcı değişkenler olarak yatırım, doyum, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ve feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama, aracı değişken olarak kadın kimliği ile özdeşleşme ve bağımlı değişkenler olarak kimlik yönetim stratejilerini içeren Model 2 için yol katsayılarını göstermektedir.

Not: doğ. = doğrudan etki, dol. = dolaylı etki, top. = toplam etki, M= masküle özellikler, F= feminen özellikler
+ $p \leq 0.10$, * $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$

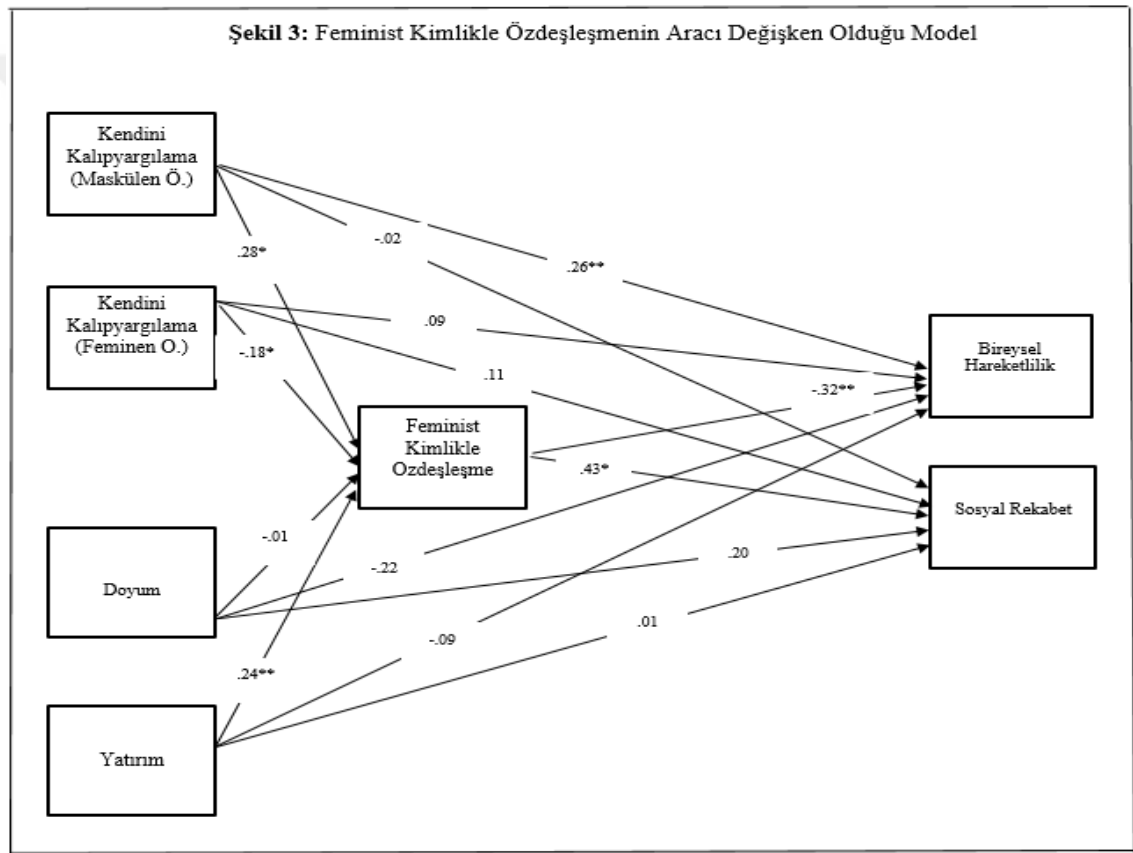
7.2.3.2. Feminist Kimlikle Özdeşleşmenin Aracı Değişken Olduğu Modelin Analiz

Sonuçları

Doyum, yatırım, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ve maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ile izlenen stratejiler (hareketlilik/rekabet) arasındaki ilişkide bu kez feminist kimlik ile özdeşleşmenin aracı rolünü sınamak amacıyla AMOS programı kullanılarak aracı model analizi yapılmıştır. Modelde, analiz için doyum, yatırım ve kendini kalıpyargılama (feminen/maskülen) bağımsız değişkenler, feminist kimlikle özdeşleşme aracı değişken, hareketlilik ve rekabet stratejileri bağımlı (sonuç) değişkenler olarak ele alınmıştır.

Verilerin araştırma modeline uyumunun test edilmesi için model uyumu; χ^2 test, χ^2 /df oranı, RMSEA (Hataların Ortalama Karekökü Yaklaşımı), CFI (Karşılaştırmalı Uyum Endeksi); GFI (Uyum İyiliği İndeksi) ve SRME yoluyla ölçülmüştür. Yapılan yol analizinde model uyum değerleri kabul edilebilir düzeydedir ($\chi^2=.14$, $df=1$, $\chi^2/df=.14$, $N=197$ $p<.05$, GFI=1.00; CFI = 1.00, RMSEA = .00, SRME = .00, $p<.05$). Analiz sonuçlarına ilişkin yol katsayıları Şekil 3'te sunulmaktadır.

Şekil 3'te ve Tablo 11'de da görüldüğü üzere, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın hareketlilik stratejisini doğrudan yordaması pozitif yönlü ve anlamlıdır ($\beta = .26, p < .01$). Bu bulgu araştırmanın maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın bireysel hareketlilik eğilimini arttıracak yönündeki 1a hipotezini doğrulamaktadır. Maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın hareketlilik stratejisini dolaylı yordaması ise negatif yönlü ve anlamlıdır ($\beta = -.09, p < .01$). Bu bulgu da araştırmanın 4a hipotezini desteklemektedir. 4a hipotezi, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama feminist kimlikle özdeşleşmeyi artırmak suretiyle dolaylı olarak bireysel hareketlilik eğilimini azaltacağını öngörmektedir.



Not: * $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$. Kendini kalıpyargılama (maskülen/feminen), doyum ve yatırımın stratejileri feminist kimlikle özdeşleşme üzerinden dolaylı yordaması ile ilgili sonuçlar Tablo 11'de sunulmaktadır.

Maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın sosyal rekabet stratejisini dolaylı yordaması ise pozitif yönlü ve anlamlıdır ($\beta = .12, p < .05$). Bu bulgu maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın feminist kimlikle özdeşleşmeyi artırmak suretiyle dolaylı olarak sosyal rekabeti arttıracığı şeklindeki 5a hipotezini doğrulamaktadır. Diğer yandan, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama sosyal hareketlilik stratejisini pozitif yönde ($\beta = .06, p < .01$), sosyal rekabet stratejisini ise negatif yönde ($\beta = -.08, p < .01$) dolaylı olarak anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Diğer yandan, doyum değişkeninin stratejileri doğrudan veya dolaylı yordaması anlamlı değildir. Analiz sonuçları, yatırım miktarının hareketlilik stratejisini negatif yönde ($\beta = -.08, p < .05$), rekabet stratejisini pozitif yönde ($\beta = .10, p < .05$) dolaylı olarak anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Buna göre yatırım miktarı feminist kimlikle özdeşleşmeyi artırmak suretiyle dolaylı olarak sosyal rekabet eğilimini arttırırken (5d), bireysel hareketlilik eğilimini azaltmaktadır (4d). Bu bulgular 4d ve 5d hipotezlerini doğrulamaktadır.

Tablo 11. Feminist Kimlikle Özdeşleşmenin Aracı Değişken olduğu Modele Ait Yol Katsayıları (N = 197).

	Feminist Kimlikle Özdeşleşme	Rekabet stratejileri	Hareketlilik stratejileri
Varyans %	.82	1.27	2.41
Feminist Kimlikle Özdeşleşme	-	.432*	-.315**
Kendini Kalıpyargılama (M)	Doğ.	.280*	-.022
	Dol.	-	.121**
	Top.	.280*	.099
Kendini Kalıpyargılama (F)	Doğ.	-.183*	.111
	Dol.	-	-.079**
	Top.	-.183*	.032
Doyum	Doğ.	-.012	.199
	Dol.	-	-.005
	Top.	-.012	.194
Yatırım	Doğ.	.239**	.010
	Dol.	-	.103**
	Top.	.239**	.113

Not: Tablo 3 Yordayıcı değişkenler olarak yatırım, doyum, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ve feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama, aracı değişkenler olarak feminist kimlikle özdeşleşme ve bağımlı değişkenler olarak kimlik yönetim stratejilerini içeren Model 2 için yol katsayılarını göstermektedir.

Not: doğ. = doğrudan etki, dol. = dolaylı etki, top. = toplam etki, M= maskülen özellikler, F= feminen özellikler.

+ $p \leq 0.10$, * $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$

8. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu araştırmanın temel amacı kendini kalıpyargılama, doyum, bağımlılık, yatırım ve normatif etkinin bireysel hareketlilik ve sosyal rekabet stratejilerini doğrudan veya dolaylı (özdeşleşme aracılığıyla) olarak yordayıp yordamadığını bir model içerisinde incelemektir. Bu amaç doğrultusunda verilerin araştırma modeline uyumunun test edilmesi ile ilgili ölçümler sonucunda birinde kadın kimliğiyle özdeşleşmenin diğerinde feminist kimlikle özdeşleşmenin aracı değişken olarak ele alındığı (uyum değerleri kabul edilebilir düzeyde olan) iki yapısal eşitlik modeli oluşturulmuştur. Her iki araştırma modelinde de hareketlilik ve rekabet stratejileri bağımlı değişkenler olarak ele alınırken; maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama, doyum ve yatırım bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır (korelasyon analizi sonuçları normatif etki ve bağımlılık değişkenlerinin diğer değişkenlerle anlamlı ilişkisi olmadığını gösterdiği için bu iki değişken modelden çıkarılmıştır). Analiz sonuçları araştırma hipotezlerinin bir kısmını destekler yöndedir.

Doğrudan yordamayı gösteren bulgular incelendiğinde, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama ve feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın bireysel hareketliliği pozitif yönde yordadığı görülmektedir. Buna göre hem maskülen hem de feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama arttıkça bireysel hareketlilik eğilimi artmaktadır. Bu bulgular, araştırmanın 1a hipotezini doğrularken 1b hipotezini yanlışlamaktadır. Araştırmanın söz konusu 1a hipotezi, kadınların kendini maskülen özelliklerle tarif etme düzeyi arttıkça erkek kimliğiyle özdeşleşmesinin ve dolayısıyla bireysel hareketlilik eğilimlerinin artacağı; 1b hipotezi ise feminen özelliklerle tarif etme düzeyi arttıkça kadın kimliğiyle özdeşleşmesinin artacağı ve bunun bireysel hareketliliği azaltacağı yönündedir. Bu iki hipotez toplumsal cinsiyet kalıpyargılarıyla ilgili çalışmalara ve kendini kalıpyargılamanın özdeşleşmenin belirleyicisi olduğu yönündeki araştırmalara dayanmaktadır. Kalıpyargı İçeriği Modeli bağlamında yapılan çalışmalara göre, toplumda hakim olan anlayış maskülen özelliklerin erkek kimliğini, feminen özelliklerin ise kadın kimliğini tarif ettiği yönündedir. Kendini kalıpyargılamanın özdeşleşmeyle ilişkisini inceleyen çalışmalar ise, belirli bir gruba atfedilen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın kişiyi o gruba benzer kıldığını ve o gruba özdeşleşmesini arttırdığını göstermektedir. Feminen özellikler üzerinden

kendini kalıpyargılamanın kadınların bireysel hareketlilik eğilimini arttırmasının sebeplerinden biri, toplumda kabul gören anlayışın aksine bu kadınların kadınlarla erkekler arasında feminen özellikler açısından bir fark görmemesi ve bu özelliklerin erkek kimliğini de yansıttığını düşünmesi olabilir. Geleneksel cinsiyet kalıpyargılarının kadınlar için sorun yaratan ve kadınları dezavantajlı konuma düşüren boyutu kadınların feminen özelliklere sahip olduğu algısından çok maskülen özelliklere yeterli düzeyde sahip olamadığı algısıdır. Nitekim duygusallık, fedakarlık, şefkatli olma ve aileye yönelik olma gibi feminen özellikler çoğunlukla olumlu değerlendirilen ve toplum tarafından değer verilen özelliklerdir. Bu yüzden söz konusu algıyla baş etmeye çalışan kadınların vermesi beklenen tepkilerden biri kendini feminen özelliklerden soyutlamasından çok maskülen özellikler üzerinde tanımlaması, algılaması ve sunmasıdır. Araştırmamızın bulguları, bu beklentiyle benzer doğrultuda, kimlik tehdidiyle baş etmede bireysel hareketlilik stratejisi izleyen kadınların kendini feminen özelliklerden soyutlamadığına ve maskülen özellikler üzerinden tanımladığına işaret etmektedir. Kendini kalıpyargılama ile hareketlilik arasındaki ilişki dışındaki diğer doğrudan ilişkilerin hiçbiri anlamlı değildir.

Özdeşleşme aracılığıyla oluşan dolaylı yordamayı gösteren bulgular incelendiğinde, kendini kalıpyargılama (feminen/maskülen) ve yatırım değişkenlerinin stratejileri dolaylı yoldan güçlü bir şekilde yordadığı görülmektedir. Aracı değişkenin feminist kimlikle özdeşleşme olduğu modelden edinilen bulgulara göre, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama bireysel hareketlilik stratejisini feminist kimlikle özdeşleşme üzerinden dolaylı olarak negatif yönde yordamaktadır. Bu bulgu araştırmanın maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama kadın kimliğiyle ve feminist kimlikle özdeşleşme aracılığıyla bireysel hareketliliği negatif yönde yordayacağı yönündeki 4a hipotezini doğrulamaktadır. Maskülen özelliklerle kendini kalıpyargılamanın bireysel hareketlilik stratejisini hem doğrudan hem de dolaylı yordaması anlamlıdır ve bu iki yordamanın yönü terstir. Şöyle ki, kadınlar kendilerini maskülen özelliklerle tanımladıkça, bir yandan bireysel hareketlilik stratejisini kullanma eğilimleri artar, bir yandan da kadın/feminist kimliğiyle özdeşleşmeleri artar ve kadın/feminist kimliğiyle özdeşleşme dolaylı olarak bireysel hareketliliği azaltır. Maskülen kalıpyargılamanın feminist kimlikle özdeşleşmeyi artırmak suretiyle dolaylı olarak bireysel hareketlilik eğilimini azaltması feministlerin toplumsal cinsiyet

kalıpyargılarına ilişkin tutumu ve cinsiyetler arası statü farklılıklarının sebebine ilişkin algısıyla ilgili gibi gözükmetedir. Feministler erkeklere atfedilen yetkinlikle ilgili özelliklerin erkeklerin yanı sıra kadınları da tanımladığını savunmaktadır. Dolayısıyla, feministlerin yetkinlik boyutundaki (maskülen) özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamaları onları bu özellikleri taşıdığına inandığı kadın kimliğiyle özdeşleşmeye yöneltmektedir. Bu da bireysel hareketlilik eğilimlerini zayıflatmaktadır. Diğer yandan maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamasının bireysel hareketlilik eğilimlerini doğrudan arttırması bu özellikleri erkek kimliğine özgü olarak görmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Nitekim sosyal kimlik yaklaşımı bağlamında yapılan bazı araştırmalara göre, iç grup kimliğiyle (kadın kimliği ve feminist kimlik) özdeşleşme düzeyi azaldıkça cinsiyet grupları arasındaki statü farklılıklarını kalıpyargısal farklılıklar üzerinden açıklama ve kadın kimliğini yetkinlik boyutundaki özellikler açısından eksik bulma (bireysel kimlik tehdidi deneyimleme) eğilimi artmaktadır (bkz, Shapiro, 2011: 478). Kendini Kategorilendirme Kuramı, kalıpyargısal özelliklerin gruplar arası statü farklılıklarını belirlediği (normatif uygunluğun yüksek olduğu) bağlamlarda dezavantajlı grupların üyelerinin avantajlı grubun özellikleri üzerinden kendini kalıpyargılamasının (kıyaslamalı uygunluk) avantajlı grupla özdeşleşmeyi (bireysel hareketliliği) arttıracağını öngörür (bkz, Turner ve ark, 1987).

Analiz sonuçlarına göre, maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama sosyal rekabet stratejisini dolaylı yoldan pozitif yönde yordamaktadır. Bu bulgu araştırmanın 5a numaralı hipotezini destekler yöndedir. Araştırma hipotezinde ön görüldüğü gibi maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama feminist kimlikle özdeşleşmeyi arttırmak suretiyle dolaylı olarak sosyal rekabeti arttırmaktadır. Belirli bir gruba atfedilen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama kişiyi o grubun prototipine yakınlaştırır (kendini prototipe benzer algılamasını sağlar) ve o grupla özdeşleşmesini arttırır. Ancak burada geleneksel olarak erkeklere atfedilen maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılama özdeşleşme üzerinden dolaylı olarak tam aksine onların erkek kimliğinden uzaklaşmasını ve erkeklere karşı rekabet etmesini arttırmıştır. Maskülen özellikler üzerinden kendini (ve diğer kadınları) kalıpyargılama kadın kimliğinin güçlü ve yeterli olduğu algısını pekiştirdiğinden kadın kimliğiyle özdeşleşmeyi ve bunun bir sonucu olarak da erkeklere karşı sosyal rekabeti arttırıyor olabilir. Yani feminist kadınlar, aslında kendilerini yetkinlik boyutundaki özelliklere sahip bireyler olarak tanımlıyor ve

bu özelliklerin maskülen özellikler olduğunu reddediyor gibi görünmektedir. Yani kadın olarak kendilerinin de bu özelliklere sahip olduğu yönündeki inancı arttıkça yetkinlik boyutundaki özelliklerin maskülen (erkekleri yansıtan) özellikler olmadığı yönündeki algısı artıyor olabilir. Diğer yandan, analiz sonuçları feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın sosyal rekabeti feminist kimlikle özdeşleşme üzerinden negatif yönde yordadığını göstermektedir. Buna göre, feminen kalıpyargılanma feminist kimlikle özdeşleşmeyi azaltma suretiyle dolaylı olarak sosyal rekabeti azaltmaktadır. Yani feminen özelliklerle kendini tanımlama arttıkça, feminist kimlikle özdeşleşme azalır ve dolaylı olarak sosyal rekabet stratejisi kullanma da azalır. Bu bulgu, toplumsal kalıpyargıların mevcut statü sistemini pekiştirdiği ve dezavantajlı grupların bu kalıpyargıları benimseyen üyelerinin kolektif eylem yönelimini törpülediğine işaret eden çalışmaları destekler yöndedir. Bu çalışmalara göre statü farklılıklarının söz konusu olduğu durumlarda kendini kalıpyargılama hiyerarşi sisteminin meşru ve adil olduğu algısına ve sistemin sürmesine hizmet etmektedir (Laurin, Kay ve Shepherd, 2011: 360). Bazı araştırmacılara göre toplumsal cinsiyet kalıpyargıları genellikle gruplar arası cinsiyet temelli eşitsizliği ve statükoyu meşrulaştırmak için kullanılmaktadırlar (bkz. Rudman ve Glick, 2008; Jost ve Kay, 2005). Bu yüzden toplumsal cinsiyet kalıpyargılarını benimsemiş kadınlarda kolektif eylem yönelimi daha zayıftır. Mevcut araştırmada edinilen bulgunun ilginç tarafı, cinsiyet kalıpyargılarını benimsemiş kadınların feminist kimlikle özdeşleşmelerinin bu durumu değiştirmemesi, hatta pekiştirmesidir.

Kadın kimliğiyle özdeşleşmenin aracı değişken olduğu araştırma modelinden edinilen bulgular, feminen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın hareketlilik stratejisini dolaylı yoldan negatif yönlü yordadığını göstermektedir. Buna göre, feminen özelliklerle kendini tanımlama arttıkça, kadın kimliğiyle özdeşleşme artar ve dolaylı olarak bireysel hareketlilik stratejisine yönelim azalır. Bu eğilime sahip kadınlar sevecenlik boyutundaki özelliklerin olumlu ve değerli olduğu yönünde bir algı oluşturma (sosyal yaratıcılık stratejisi) üzerinden kimliklerini korumaktadırlar.

Analiz sonuçları yatırım miktarının stratejileri doğrudan yordama gücünün anlamlı olmadığını, ancak hem kadın kimliğiyle hem de feminist kimlikle özdeşleşme aracılığıyla hareketlilik stratejisini dolaylı olarak negatif yönde yordadığını göstermektedir. Bu bulgulara göre, kadın kimliğine yapılan yatırım kadın kimliğiyle ve

feminist kimlikle özdeşleşme aracılığıyla bireysel hareketlilik eğilimini azaltmaktadır. Bu bulgular araştırmanın 4d numaralı hipotezini doğrulamakta ve kişiler arası ilişkiler alanında yatırımla ilgili teorik açıklamaları ve edinilen bulguları destekler yöndedir. Kişiler arası ilişkilerin devamlılığını sağlayan faktörleri açıklamak amacıyla geliştirilen ilişki yatırım modeline göre, belirli bir sosyal ilişkiye yapılan yatırımın miktarı arttıkça kişinin o ilişkiye bağlılığı artar ve ilişkiyi terk etme eğilimi azalır (Rusbult, 1983: 102). İnsanlar üyesi olduğu sosyal gruplara iç grupla yakınlaşma, grubun aktivitelerine katılma ve üyeliğin sorumluluklarını yerine getirme (Leach ve arkadaşları, 2008: 146) çeşitli yatırımlar yapmaktadır. İlişkiye yapılan yatırımın ilişkiye bağlılığı arttırması ve ilişkiyi terk etmeyi engellemesi gibi burada da kadın kimliğiyle özdeşleşmeyi (kimliğe bağlılığı) arttırmış ve kimliği terk edip başka sosyal kimliklere yönelme (bireysel hareketlilik) eğilimini azaltmış görülmektedir. Diğer yandan, feminist kimlikle özdeşleşmenin aracı değişken olduğu modele göre yatırım sosyal rekabet eğilimini dolaylı yoldan pozitif yönde yordamaktadır. Buna göre 5d numaralı hipotezde ön görüldüğü gibi kadın kimliğine yapılan yatırım miktarı feminist kimlikle özdeşleşmeyi artırmak suretiyle dolaylı olarak sosyal rekabeti arttırmaktadır.

Her iki modelin doyum değişkeniyle ilgili analiz sonuçları, doyumun hareketlilik stratejisini doğrudan veya dolaylı yoldan yordama gücünün anlamlı olmadığını göstermektedir. Kişiler arası ilişkiler ve örgüt-endüstri psikolojisi alanlardaki çalışmalardan edinilen bulguların aksine burada doyumun bir etkisinin görülmemesinin sebeplerinden biri doyumun ölçmede (birbirinden farklı şekillerde işlediği gösterilmiş) motivasyonların grup kimliği tarafından tatmin edilme düzeyinin kullanılmış olması olabilir. Kimlik motivasyonlarıyla ilgili çalışmalar özsaygı ile etkililik motivasyonunun sosyal rekabet stratejisini tetikleme konusunda birbirine tamamen zıt bir şekilde işlediğini göstermektedir. Özsaygı ile ilgili edinilen bulgular, gruplar arası sosyal rekabeti tetikleyen şeyin özsaygının yüksekliği değil düşüklüğü olduğunu göstermektedir (örn, Long, Spears ve Manstead, 1994: 313). Özsaygı hipotezine göre insanların kendi grubunu diğer gruplara karşı kayırması, diğer gruplara karşı önyargı ve ayrımcılık sergilemesi ve sosyal rekabet stratejisi izlemesinin altında ihtiyaç duyduğu (yeterli düzeyde sahip olmadığı) özsaygıyı grup kimliği temelinde tatmin etme ihtiyacı yatmaktadır (bkz, Rubin ve Hewstone, 1998). Diğer yandan etkililik (efficacy) motivasyonu ile ilgili çalışmalar, etkililiğin sosyal rekabeti pozitif yönde yordadığını göstermektedir. van Zomeren,

Postmes ve Spears'ın (2008: 521) edindiği bulgulara göre grubun üyelerinin sosyal statü yapısını değiştirme konusunda kendilerini etkili hissetmeleri sağlandıkça üyelerin sosyal rekabeti eğilimi artmaktadır. Benzer şekilde, Mummendey ve arkadaşları da (1999: 237) üyelerin gruplarını etkili algılamasının (etkililik motivasyonunu tatmin etmesinin) sosyal rekabet stratejisini arttırdığını ortaya koymuştur.

Kadın kimliğine olan bağımlılık düzeyi arttıkça bireysel hareketlilik eğiliminin azalacağını ve sosyal rekabet eğiliminin artacağı yönündeki beşinci hipotezi de destekleyen herhangi bir bulgu elde edilememiştir. Bağımlılık değişkeninin kadın kimliği ve feminist kimlikle özdeşleşme ne de stratejilerle herhangi bir anlamlı ilişkisine rastlanılmadı. Bunun olası sebeplerinden biri araştırma örnekleminin özellikleriyle ilgili olabilir. Kişinin gruba olan bağımlılığı daha çok küçük gruplarda geçerlidir. Gelecekte bağımlılık ile ilgili yapılacak çalışmalarda, küçük ve birbirine bağımlılığın daha muhtemel olduğu gruplar kullanılmalı, özdeşleşmenin stratejiler üzerindeki etkisi bu tür gruplarda sınanmalıdır.

SKK'ya yöneltilen önemli eleştirilerden biri insanların birbiriyle ilişkisinin kuramın iddia ettiği gibi “benzerlik ilkesine” değil “karşılıklı bağımlılık ilkesine” dayandığı yönündedir (Bornstein, 2003: 141). Flippen ve arkadaşları tarafından grup oluşumunu tetiklemede benzerlik ve bağımlılığın rolünü karşılaştırmak amacıyla yapılan çalışmaya göre kişinin iç gruba yönelik olumlu ve dış gruba yönelik olumsuz tutumunda belirleyici olan benzerlik/farklılık değil, karşılıklı bağımlılık algısıdır (Flippen, Hornstein, Siegal ve Weitzman, 1996: 892). Ancak mevcut araştırmadan edinilen bulgular, bir yandan karşılıklı bağımlılığın rolüne vurgu yapan bu literatürün aksine karşılıklı bağımlılığın stratejiler ya da özdeşleşme ile herhangi bir ilişkisinin olmadığını gösterirken, diğer bir yandan da grup üyeleriyle algılanan benzerliği (kendini kalıpyargılamanın) hem özdeşleşme hem de stratejiler ile güçlü şekilde ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu araştırmanın, normatif etki düzeyi arttıkça bireysel hareketlilik eğiliminin azalacağı yönündeki hipotez desteklenmemiştir. Ancak korelasyon analizinin sonuçları, normatif etki düzeyi arttıkça maskülen özellikler üzerinden kendini kalıpyargılamanın azaldığını göstermektedir. Geleneksel cinsiyet rolleriyle uyumsuz davranışlar sergileyen (geleneksel rolleri ihlal eden) kadınlara yönelik tutumların olumsuz olduğunu gösteren çalışmalar (örn, Okimoto ve Heilman, 2012) temelinde bu bulguyu şöyle açıklayabiliriz:

Normların kadınlar üzerindeki etkisi arttıkça toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin normları ihlal etme (örneğin erkeklere özgü davranışlar sergileme) eğilimi azalmaktadır.

Bu araştırmada sınanan son bir hipotez kadın kimliğiyle özdeşleşmeye kıyasla feminist kimlikle özdeşleşmenin bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki aracı rolünün daha güçlü olacağı yönündedir. Feminist kimlikle özdeşleşmenin aracı değişken olduğu model ile kadın kimliği ile özdeşleşmenin aracı değişken olduğu modellerdeki bağımsız değişkenlerin stratejileri dolaylı yoldan yordama gücü kıyaslandığında, hipotezi doğrular şekilde, özellikle sosyal rekabet konusunda feminist kimlikle özdeşleşmenin aracı rolünün daha güçlü olduğu görülmektedir. Bu bulgu, kadın kimliğinden çok feminist kimlikle özdeşleşmenin sosyal rekabeti ve statü farklılıklarına ilişkin tutum konusunda belirleyici olduğunu öneren çalışmaları destekler yöndedir (örn, van Breen, Spears, Kuppens ve de Lemus, 2017).

8.1.Araştırmanın Kısıtlılıkları

Bu araştırmanın en önemli kısıtlılığı, gruba olan bağımlılığı ölçme yöntemiyle ilgilidir. Mübadele Kuramından ve bu kuramcılarının geliştirdikleri ölçekten hareketle, gruba olan bağımlılık düzeyini ölçmede katılımcıların diğer alternatif sosyal kimliklere kıyasla kadın kimliğini altı tane temel ihtiyacı karşılama potansiyeli açısından ne kadar yeterli buldukları üzerinden ölçüldü. Gerçekçi çatışma kuramcılarını karşılıklı bağımlılığı kişinin ortak hedefe ulaşmada grup üyelerine ne düzeyde bağımlı olduğu üzerinden ölçmektedir. Mevcut çalışmada kullanılan yöntem gerçekçi çatışma kuramcılarının önerdiği yöntem değildir. Gruba olan bağımlılığın özdeşleşme ve stratejilerle ilişkisinin anlamlı çıkmamasının önemli bir sebebi bu çalışmada kullanılan ölçme yönteminin kısıtlılığından kaynaklanıyor olabilir. Bağımlılıkla ilgili yapılan mevcut çalışmalar grup içi üyeler arası karşılıklı bağımlılık düzeyini ölçmüştür. Mevcut çalışmada ise, üyelerin grup kimliğine bağımlılık düzeyi ölçülmüş ve kişiler arası ilişkiler alanında önerilen Mübadele kuramından hareketle kişilerin gruba bağımlılık düzeyi grubun kimlik ihtiyaçlarını tatmin etme düzeyi ölçülmüştür. Dolayısıyla, karşılıklı bağımlılığın kimlik yönetim stratejileri üzerindeki etkisinin daha ayrıntılı araştırmalar yoluyla ele alınmasına gerek vardır. Gelecekteki çalışmalarda üyeler üzerindeki normatif etkinin yoğun olduğu ve kişiler arası ilişkiler üzerinde tesirlerinin kolaylıkla gözlenebileceği grupların tercih edilmesi yararlı olacaktır.

9. KAYNAKÇA

- ABRAMS Dominic, Michael A. HOGG, “Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination”. *European Journal of Social Psychology*, 18(4), 1988, 317-334.
- ABRAMS Dominic, Michael A. HOGG, “Prospects for research in group processes and intergroup relations”. *Group Processes & Intergroup Relations*, 1(1), 1998, 7-20.
- ABRAMS Dominic, vd., “Pro-norm and anti-norm deviance within and between groups”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 2000, 906.
- AKDOĞAN Nuri, Kenan ALPARSLAN, “Do Members of Disadvantaged Groups Possess a Motivation of Favouritism towards Advantaged Groups?”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 11(4), 2020, 61-61.
- ALPARSLAN Kenan, M. Ersin KUŞDİL, “Kürt Üniversite Öğrencilerinin Kimlik Yönetim Stratejileri ve Dış-Grup Tarafgirliğinin Kimlikle İlgili Eylem ve Hedeflerle İlişkileri: Açık ve Örtük Ölçümlerle Bir İnceleme”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 2020.
- AUGOUSTINOS Martha, Lain WALKER, Ngaire DONAGHUE, *Social Cognition: An Integrated Introduction* (2nd ed.). London: Sage, 2006.
- AHL Helene, *The Scientific Reproduction of Gender Inequality*, CBS Press, Copenhagen, 2004.
- AHL Helene, “Why research on women needs new directions”, *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 30, 2006, pp. 595-621.
- AKTAN Timuçin, Gülnihal BİLİM, “Kadınlara Yönelik Kalıpyargıların İçerikleri: Kalıpyargı İçeriği Modeli Çerçevesinde Bir İnceleme”, *Nesne Dergisi*, 4(8), 2016.
- ALPER Steve, Dean TJOSVOLD, Kenneth S. LAW, “Interdependence and controversy in group decision making: Antecedents to effective self-managing teams”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 74(1), 1998, 33-52.
- ASHMORE Richard D., Kay DEAUX, Tracy MCLAUGHLIN-VOLPE, “An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality”. *Psychological Bulletin*, 130, 2004, 80-114.
- BARRETO Manuela, vd., “The self-fulfilling effects of contemporary sexism: How it affects women’s well-being and behavior”. (İçinde) Barreto, M. E., Ryan, M. K., & Schmitt, M. T. (eds.). *The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality*. (pp. 99-123). American Psychological Association. 2009.
- BARRETO Manuela, vd., “To be or not to be: the impact of implicit versus explicit inappropriate social categorizations on the self”. *British Journal of Social Psychology*, 49, 2010, 43-67.
- BARRETO Manuela, Michelle K. RYAN, Michael T. SCHMITT, “The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality”, American Psychological Association. 2009.

- BAUMEÏSTER Roy F., Mark R. LEARY, "The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation". *Psychological Bulletin*, 117(3), 1995, 497.
- BAYKAL Elif, "Sosyal Kimlik Teorisi Perspektifiyle Kraliçe Arı Sendromu", *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 2018, 159-176.
- BECKER Julia C., "The system-stabilizing role of identity management strategies: Social creativity can undermine collective action for social change", *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 2012, 647.
- BECKER Julia C., Ulrich WAGNER, "Doing gender differently? The interplay of strength of gender identification and content of gender identity in predicting women's endorsement of sexist beliefs", *European Journal of Social Psychology*, 39, 2009, 487-508.
- BETTENCOURT Ann B., vd., "Status differences and in-group bias: a meta-analytic examination of the effects of status stability, status legitimacy, and group permeability" *Psychological Bulletin*, 127(4), 2001, 520.
- BLANZ Mathias, "Accessibility and fit as determinants of the salience of social categorizations", *European Journal of Social Psychology*, 29(1), 1999, 43-74.
- BLANZ Mathias, vd., "Responding to negative social identity: A taxonomy of identity management strategies" *European Journal of Social Psychology*, 28(5), 1998, 697-729.
- BORNSTEIN Gary, "Intergroup Conflict: Individual, Group, and Collective Interests", *Personality and Social Psychology Review*, 7(2), 2003, 129-145.
- BOURGUIGNON David, vd., "Perceived group and personal discrimination: Differential effects on personal self-esteem" *European Journal of Social Psychology*, 36(5), 2006, 773-789.
- BRANTHWAITE Alan, Susan DOYLE, Nicholas LIGHTBOWN, "The balance between fairness and discrimination" *European Journal of Social Psychology*, 9(2), 1979, 149-163.
- BREAKWELL Glynis, "Social representations and social identity" *Papers on Social Representations*, 2, 1993, 198-217.
- BREAKWELL Glynis, "Identity processes and social changes" *Changing European Identities: Social Psychological Analyses of Social Change*, 1996, 13-27.
- BREINLINGER Sara, Caroline KELLY, "Women's responses to status inequality: A test of social identity theory" *Psychology of Women Quarterly*, 18(1), 1994, 1-16.
- BRESCOLL Victoria L., Eric Luis UHLMANN, "Attitudes toward traditional and nontraditional parents", *Psychology of Women Quarterly*, 29(4), 2005, 436-445.
- BREWER Marilynn B., "In-group bias in the minimal intergroup situation: A cognitive-motivational analysis", *Psychological Bulletin*, 86, 1979, 307-324.
- BREWER Marilynn B., "The social self: On being the same and different at the same time", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(5), 1991, 475-482.
- BREWER Marilynn B., Cynthia L. PICKETT, "Distinctiveness motives as a source of the social self", *The psychology of The Social Self*, 14, 1999, 71-87.

- BREWER Marilynn B., Shari SCHNEIDER, "Social identity and social dilemmas: A double edged sword" (içinde) D. Abrams, & M.A. Hogg (Eds.), *Social Identity Theory: Constructive and critical advances*. Harvester, Wheatsheaf, 1990.
- BROWN Rupert, "Social identity theory: Past achievements, current problems and future challenges" *European Journal of Social Psychology*, 30(6), 2000, 745-778.
- BRUNER Mark W., vd., "Interdependence and social identity in youth sport teams" *Journal of Applied Sport Psychology*, 27(3), 2015, 1-8.
- BURN Shawn Meghan, Roger ABOUD, Carey MOYLES, "The relationship between gender social identity and support for feminism" *Sex Roles*, 42(11-12), 2000, 1081-1089.
- CADİNU Mara, Silvia GALDİ, "Gender differences in implicit gender self-categorization lead to stronger gender self-stereotyping by women than by men" *European Journal of Social Psychology*, 42(5), 2012, 546-551.
- CADİNU Mara, Marcella LATROFA, Andrea CARNAGHİ, "Comparing Self-stereotyping with In-group-stereotyping and Out-group-stereotyping in Unequal-status Groups: The Case of Gender" *Self and Identity*, 12(6), 2013, 582-596.
- CAMERON James E., "A three-factor model of social identity" *Self and identity*, 3(3), 2004, 239-262.
- CAMERON James E., Richard N. LALONDE, "Social identification and gender-related ideology in women and men" *British Journal of Social Psychology*, 40(1), 2001, 59-77.
- CAMPBELL W. Keith, SEDIKIDES Constantine, "Self-threat magnifies the self-serving bias: A meta-analytic integration" *Review of General Psychology*, 3(1), 1999, 23-43.
- CAPLAN Leslie J., Carmi SCHOOLER, "Socioeconomic status and financial coping strategies: The mediating role of perceived control", *Social Psychology Quarterly*, 70(1), 2007, 43-58.
- CAPOZZA Dora, vd., "A comparison of motivational theories of identification" *Social identities: Motivational, emotional and cultural influences*, 2006, 51-72.
- CARMELİ Abraham, "Perceived external prestige, affective commitment, and citizenship behaviors" *Organization Studies*, 26(3), 2005, 443-464.
- CARMELİ Abraham, Anat FREUND, "Linking perceived external prestige and intentions to leave the organization: The mediating role of job satisfaction and affective commitment" *Journal of Social Service Research*, 35(3), 2009, 236-250.
- CHADWICK-JONES John K., "Distributive justice, injustice and reciprocity" *Social Exchange Theory: Its Structure and Influence in Social Psychology*, 1976, 242-276.
- CHANG Tracy F., "A social psychological model of women's gender-typed occupational mobility" *Career Development International*, 8(1), 2003, 27-39.
- CHEN Serena, Karen Y. CHEN, Lindsay SHAW, "Self-verification motives at the collective level of self-definition" *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 2004, 77-94.
- Cohen Geoffrey L., Julio Garcia, "I amus: Negative stereotypes as collective threats", *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 2005, 566-582.

- CINNIRELLA Marco, "A social identity perspective on European integration" *Changing European Identities: Social Psychological Analyses of Social Change*, 1996, 253-274.
- CRISP Richard J., vd, "Seeing red or feeling blue: Differentiated intergroup emotions and ingroup identification in soccer fans" *Group Processes & Intergroup Relations*, 10, 2007, 9-22.
- CROCKER Jennifer, Riia LUHTANEN, "Collective self-esteem and ingroup bias", *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(1), 1990, 60.
- CROCKER Jennifer, Brenda MAJOR, "Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma" *Psychological Review*, 96(4), 1989, 608.
- CRUWYS Tegan, vd, "Predictors of social identification in group therapy", *Psychotherapy Research*, 2019, 1-14.
- DARITY William A., Patrick L. MASON, "Evidence on discrimination in employment: Codes of color, codes of gender", *Journal of Economic Perspectives*, 12(2), 1998, 63-90.
- DASGUPTA Nilanjana, "Implicit ingroup favoritism, outgroup favoritism, and their behavioral manifestations" *Social Justice Research*, 17(2), 2004, 143-169.
- DAWES Robyn M., "Social dilemmas", *Annual Review of Psychology*, 31, 1980, 169-193.
- DAWES Robyn M., David M. MESSICK, "Social dilemmas", *International Journal of Psychology*, 35(2), 1980, 2000, 111-116.
- DE CREMER David, vd., "Cooperating If One's Goals Are Collective-Based: Social Identification Effects in Social Dilemmas as a Function of Goal Transformation 1", *Journal of Applied Social Psychology*, 38(6), 2008, 1562-1579.
- DE CREMER David, Eric VAN DIJK, "Reactions to Group Success and Failure as a Function of Group Identification: A Test of the Goal-Transformation Hypothesis in Social Dilemmas", *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 2002, 435-442.
- DE CREMER David, Mark VAN VUGT, "Social identification effects in social dilemmas: A transformation of motives", *European Journal of Social Psychology*, 29, 1999, 871-893.
- DEAUX Kay, "Social Identification" (içinde) E. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social Psychology: Handbook of Basic Principles* (pp. 777-798). New York: Guilford, 1996.
- DERKS Belle, Colette VAN LAAR, Naomi ELLEMERS, "Working for the self or working for the group: How self versus group affirmation affects collective behavior in low-status groups" *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(1), 2009, 183.
- DERKS Belle, vd., "Extending the queen bee effect: How hindustani workers cope with disadvantage by distancing the self from the group", *Journal of Social Issues*, 71, 2015, 476-496.
- DERKS Belle, vd, "Do sexist organizational cultures create the Queen Bee?", *British Journal of Social Psychology*, 50(3), 2011, 519-535.
- DERKS Belle, Colette VAN LAAR, Naomi ELLEMERS, "The queen bee phenomenon: Why women leaders distance themselves from junior women", *The Leadership Quarterly*, 2016, 1-14.

- DEUTSCH Morton, "A theory of cooperation and competition", *Human Relations*, 2, 1949, 129–152.
- DIMMOCK James A., Daniel F. GUCCIARDI, "The utility of modern theories of intergroup bias for research on antecedents to team identification", *Psychology of Sport and Exercise*, 9(3), 2008, 284-300.
- DOWNING Nancy E., Kristin L. ROUSH, "From passive acceptance to active commitment: A model of feminist identity development for women", *The Counseling Psychologist*, 13(4), 1985, 695-709.
- DOOSJE Bertjan, Russell SPEARS, Naomi ELLEMERS, "Social identity as both cause and effect: The development of group identification in response to anticipated and actual changes in the intergroup status hierarchy", *British Journal of Social Psychology*, 41(1), 2002, 57-76.
- DOWN Simon, Lorraine WARREN, "Constructing narratives of enterprise: cliches and entrepreneurial identity", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 14, 2008, pp. 4-23.
- DUNCAN Lauren E., "Motivation for collective action: Group consciousness as mediator of personality, life experiences, and women's rights activism", *Political Psychology*, 20(3), 1999, 611-635.
- DRIGOTAS Stephen M., Caryl E. RUSBULT, "Should I stay or should I go? A dependence model of breakups", *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 1992, 62.
- EEK Daniel, vd., "Spillover effects of intermittent costs for defection in social dilemmas", *European Journal of Social Psychology*, 32, 2002, 801-813.
- EGAN Susan K., David G. PERRY, "Gender identity: a multidimensional analysis with implications for psychosocial adjustment", *Developmental Psychology*, 37, 2001, 451–463.
- ELLEMERS Naomi, Paulien KORTEKAAS, Jaap W. OUWERKERK, "Self-categorisation, commitment to the group and group self-esteem as related but distinct aspects of social identity", *European Journal of Social Psychology*, 29(2-3), 1999, 371-389.
- ELLEMERS Naomi, Russell SPEARS, Bertjan DOOSJE, "Sticking together or falling apart: In-group identification as a psychological determinant of group commitment versus individual mobility", *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(3), 1997, 617.
- ELLEMERS Naomi, vd., "The underrepresentation of women in science: Differential commitment or the Queen Bee syndrome?", *British Journal of Social Psychology*, 43(3), 2004, 315–338.
- ELLEMERS Naomi, Colette VAN LAAR, "Individual mobility", J. Dovidio, M. Hewstone, P. Glick, & V. Esses (Eds.), *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*, 2010, pp. 561–576.
- ELSBACH Kimberly D., Torsten M. PIEPER, "How psychological needs motivate family firm identifications and identifiers: A framework and future research agenda", *Journal of Family Business Strategy*, 10(3), 2019.

- EVANS M. Blair, M. A. EYS, “Collective goals and shared tasks: interdependence structure and perceptions of individual sport team environments”, *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 25(1), 2014, 1-10.
- FANIKO Klea, Naomi ELLEMERS, Belle DERKS, “Queen Bees and Alpha Males: Are successful women more competitive than successful men?”, *European Journal of Social Psychology*, 46 (7), 2016, 903-913.
- FIELDING Kelly S., Michael A. HOGG, Nicole ANNANDALE, “Reactions to positive deviance: Social identity and attribution dimensions”, *Group Processes ve Intergroup Relations*, 9(2), 2006, 199-218.
- FISKE Suzan T., vd., “A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 2002, 878–902.
- FLIPPEN Annette R., vd., “A comparison of similarity and interdependence as triggers for in-group formation”, *Personality and Social Psychology Bulten*, 22(9), 1996, 882-893.
- Fordham Signithia, “Beyond capital high: On dual citizenship and the strange career of “acting White”, *Anthropology and Education Quarterly*, 39, 2008, 227–246
- GOULD Roger V., “Collective violence and group solidarity: Evidence from feuding society”, *American Sociological Review*, 64, 1999, 356-380.
- Gupta Vishal K., vd., “The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 2009, 397-417.
- GURIN Patricia, “Women’s gender consciousness”, *Public Opinion Quarterly*, 49, 1985, 143–163.
- GURIN Patricia, Aoen TOWNSEND, , “Properties of gender identity and their implications for gender consciousness”, *British Journal of Social Psychology*, 25(2), 1986, 139-148.
- HASLAM S. Alexander, Stephen D. REICHER, Katherine J. REYNOLDS, “Identity, influence, and change: Rediscovering John Turner's vision for social psychology”, *British Journal of Social Psychology*, 51(2), 2012, 201-218.
- HEILMAN Madeline E., “Gender stereotypes and workplace bias”, *Research in Organizational Behavior*, 32, 2012, 113-135.
- HOGG Michael A., “Subjective uncertainty reduction through self-categorization: A motivational theory of social identity processes”, *European Review of Social Psychology*, 11(1), 2000, 223-255.
- HOGG Michael A., *Human groups, social categories, and collective self: Social identity and the management of self-uncertainty*. Psychology Press, 2010.
- HOGG Michael A., Dominic ABRAMS, “Social motivation, self-esteem and social identity”, *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*, 28, 47. Springer-Verlag Publishing, 1990.

- HOGG Michael A., Paul GRİEVE, “Social identity theory and the crisis of confidence in social psychology: A commentary, and some research on uncertainty reduction”, *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 1999, 79-93.
- HOGG Michael A., Barbara-A. MULLİN, “Joining groups to reduce uncertainty: Subjective uncertainty reduction and group identification”, D. Abrams & M. A. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (p. 249–279). Blackwell Publishing, 1999.
- HOGG Michael A., vd., “The social identity perspective intergroup relations, self-conception, and small groups”, *Small Group Research*, 35(3), 2004, ss. 246-276.
- HOME Alice M., “Mobilizing women's strengths for social change: The group connection”, *Social Work With Groups*, 14(3-4), 1992, 153-173.
- HOPKİNS Nick, vd., “Explaining effervescence: Investigating the relationship between shared social identity and positive experience in crowds”, *Cognition and Emotion*, 30(1), 2016, 20-32.
- HORNSEY Matthew J., Jolanda JETTEN, “The individual within the group: Balancing the need to belong with the need to be different”, *Personality and Social Psychology Review*, 8(3), 2004, 248-264.
- HORTAÇSU Nuran, “Intergroup relations in a changing political context: The case of veiled and unveiled university students in Turkey”, *European Journal of Social Psychology*, 30(5), 2000, ss. 733-744.
- HOVARDAOĞLU Selim, “Sosyal mübadele: Evlilikle ilgili değerlendirmelere etkisi”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 11(36), 1996, 12-24.
- HUSSAİN Sadam, vd., “Discrimination and career mobility among female bank employees”, *Pakistan Business Review*, 18(2), 2016, 468- 486.
- İMPETT Emily A., Kristin P. BEALS, Letitia A. PEPLAU, “Testing the investment model of relationship commitment and stability in a longitudinal study of married couples”, *Current Psychology*, 20(4), 2001, 312-326.
- ISOBE Chikae, Mitsuhiro URA, Koji HASEGAWA, “Effects of intergroup and interpersonal context, and individuals’ appraisal of their in-group on the intragroup comparison process”, *Asian Journal of Social Psychology*, 8(3), 2005, 292-304.
- JACOBS Jerry A., *Revolving doors: Sex segregation and women's careers*. Stanford University Press, 1989.
- JETTEN Jolanda, Michael A. HOGG, Barbara-Ann MULLİN, “In-group variability and motivation to reduce subjective uncertainty”, *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 4(2), 2000, 184.
- JOHNSON David W., “Social interdependence: interrelationships among theory, research, and practice”, *American psychologist*, 58(11), 2003, 934.
- JOHNSON David W., Roger T. JOHNSON, “New developments in social interdependence theory”, *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 131(4), 2005, 285-358.

- KACHANOFF Frank J., vd., "The good, the bad and the central of group identification: Evidence of a U-shaped quadratic relation between in-group affect and identity centrality", *European Journal of Social Psychology*, 46(5), 2016, 563-580.
- KANDİYOTİ Deniz, "Kadınlarda Psikososyal Değişim: Kuşaklar Arasında Bir Karşılaştırma", Türk Toplumunda Kadın (ss. 311-339), ed. N. Abadan- Unat, Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayını, Ankara, 1982.
- KARLIDAĞ Sercan, *Motivasyonel İlkelerden Paylaşılan Temsillere Benlik Sınıflandırması Olgusu: "İnsanlık Kategorisi" Kullanımının Aleviler Örneğinde İncelenmesi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2020.
- KELLEY Harold H., vd., "An atlas of interpersonal situations". Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2003.
- KELLEY Harold H., John W. THİBAUT, "Interpersonal relations: A theory of interdependence". New York, NY: Wiley 1978.
- KELMAN, Herbert C., "Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change", *Journal of conflict resolution*, 2(1), 1958, 51-60.
- KİNG Kimberly R., "Do you see what I see? Effects of group consciousness on African American women's attributions to prejudice", *Psychology of Women Quarterly*, 27(1), 2003, 17-30.
- KİRCHLER Erich, Augusto PALMONARİ, Maria Luisa POMBENİ, "Social Categorization Processess as Dependent on Status Differences Between Groups: A Step Into Adolescents' Peer-Groups", *European Journal of Social Psychology*, 24(5), 1994, ss. 541-563.
- KLANDERMANS Bert, Marga DE WEERD, "Group identification and political protest", *Self, Identity, and Social Movements*, 13, 2000, 68-90.
- KOLLOCK Peter, "Social dilemmas: The anatomy of cooperation", *Annual Review of Sociology*, 24, 1998, 183-214.
- KRAMER Roderick M., Lisa GOLDMAN, "Helping the group or helping yourself? Social motives and group identity in resource dilemmas", D. A. Schroeder (Ed.), *Social dilemmas: Perspectives on individuals and groups* (pp. 49-67). Westport, CT: Praeger, 1995.
- KRAMER Lisa A., Steph LAMBERT, "Sex-linked bias in chances of being promoted to supervisor", *Sociological Perspectives*, 44(1), 2001, 111-127.
- IACOVIELLO Vincenzo, Fabio LORENZİ-CİOLDİ, Marion CHİPEAUX, "The identification-similarity relationship as a function of ingroup status: A social identity perspective", *Self and Identity*, 18(6), 2019, 685-708.
- LAY Clarry, Maykel VERKUYTEN, "Ethnic identity and its relation to personal self-esteem: A comparison of Canadian-born and foreign-born Chinese adolescents", *The Journal of Social Psychology*, 139(3), 1999, 288-299.
- LATROFA Marcella, vd., "The cognitive representation of self-stereotyping", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 2010, 911-922.

- LAURIN Raphael, "Group and individual stereotype threat and identity management strategies: An investigation of rugby women", *Journal of Applied Social Psychology*, 47(10), 2017, 584-588.
- LEACH Colin Wayne, vd., "Group-level self-definition and self-investment: a hierarchical (multicomponent) model of in-group identification", *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 2008, 144.
- LEAPER Campbell, Diana M. ARIAS, "College women's feminist identity: A multidimensional analysis with implications for coping with sexism", *Sex Roles*, 64(7-8), 2011, 475-490.
- LE Benjamin, Christopher R. AGNEW, "Commitment and its theorized determinants: A meta-analysis of the Investment Model", *Personal Relationships*, 10(1), 2003, 37-57.
- LEONARD Diana J., vd., "We're mad as hell and we're not going to take it anymore: Anger self-stereotyping and collective action", *Group Processes & Intergroup Relations*, 14(1), 2011, 99-111.
- LISS Miriam, Mary CRAWFORD, Danielle POPP, "Predictors and correlates of collective action", *Sex Roles*, 50(11-12), 2004, 771-779.
- LISS Miriam, Mindy J. ERCHULL, "Everyone feels empowered: Understanding feminist self-labeling", *Psychology of Women Quarterly*, 34, 2010, 85-96.
- LISS Miriam, "What makes a feminist? Predictors and correlates of feminist social identity in college women", *Psychology of Women Quarterly*, 25(2), 2001, 124-133.
- LOUKOPOULOS Peter, vd., Palatable punishment in real-world social dilemmas? Punishing others to increase cooperation among the unpunished. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(5), 2006, 1274-1290.
- MAEL Fred A., Blake E. ASHFORTH, "Identification in work, war, sports, and religion: Contrasting the benefits and risks", *Journal for The Theory of Social Behaviour*, 31(2), 2001, 197-222.
- MARQUES Jose, vd., "The role of categorization and in-group norms in judgments of groups and their members", *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(4), 1998, 976.
- MARLOW Susan, "Women and self-employment: A part of or apart from theoretical construct?", *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3(2), 2002, 83-91.
- MEIJS Maartje, Kate A. RATLIFF, Joris LAMMERS, "Perceptions of feminist beliefs influence ratings of warmth and competence", *Group Processes & Intergroup Relations*, 22(2), 2019, 253-270.
- MCCABE Janice, "What's in a label? The relationship between feminist self-identification and feminist attitudes among US women and men". *Gender & Society*, 19(4), 2005, 480-505.
- MIROWSKY John, Catherine E. ROSS, "Mexican culture and its emotional contradictions", *Journal of Health and Social Behavior*, 1984, 2-13.
- MIROWSKY John, Catherine E. ROSS, "Social patterns of distress", *Annual Review of Sociology*, 12(1), 1986, 23-45.

- MUMMENDEY Amélie, vd., “Strategies to cope with negative social identity: predictions by social identity theory and relative deprivation theory”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 1999, 229.
- NARTER M., “Muzaffer Şerif’in sosyal psikolojiye deneysel ve kuramsal katkıları” S. Batur ve E. Aslıtürk (Ed.), *Muzaffer Şerif’e armağan: Muzaffer Şerif’ten Muzafer Sherif’e* (9-20). İstanbul: İletişim, 2007.
- NELSON Jaclyn A., “Identity in action: Predictors of feminist self-identification and collective action”, *Sex Roles*, 58, 2008, 721–728.
- NG Sik Hung, Michael DUNNE, Mima CATALDO, “Feminist identities and preferred strategies for advancing women's positive self-concept”, *The Journal of Social Psychology*, 135(5), 1995, 561-572.
- NORTH Michael S., Susan T. FİSKE, “A history of social cognition: Michael S. North and Susan T. Fiske”, *Handbook of The History of Social Psychology* (pp. 86-104). Psychology Press, 2012.
- OAKES Penelope J., S. Alexander HASLAM, John C. TURNER, “*Stereotyping and Social Reality*”. Oxford, England: Blackwell, 1994.
- OBENG Kofi, Isaiah UGBORO, “Organizational commitment among public transit employees: An assessment study”, *Journal of The Transportation Research Forum*, 57(2), 2003.
- OBST Patricia, Katherine WHITE, “Three-dimensional strength of identification across group memberships: A confirmatory factor analysis”, *Self and Identity*, 4(1), 2005, 69-80.
- OKİMOTO Tyler G., Madeline E. HEİLMAN, “The bad parent assumption: How gender stereotypes affect reactions to working mothers”, *Journal of Social Issues*, 68(4), 2012, 704-724.
- ORSER Barbara J., Catherine ELLİOTT, Joanne LECK, “Feminist attributes and entrepreneurial identity”, *Gender in Management: An International Journal*, 26(8), 2011, 561-589.
- OUWERKERK Jaap W., Dick DE GİLDER, Nanne K. DE VRİES, “When the going gets tough, the tough get going: Social identification and individual effort in intergroup competition”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(12), 2000, 1550-1559.
- PELTOLA Pia, Melissa A. MİLKİE, Stanley PRESSER, “The feminist mystique: Feminist identity in three generations of women”, *Gender and Society*, 18, 2004, 122–144.
- PLATOW Michael J., Diana M. GRACE, Michael J. SMİTHSON, “Examining the Preconditions for Psychological Group Membership: Perceived Social Interdependence as the Outcome of Self-Categorization”, *Social Psychological and Personality Science* 3(1) 2012, 5-13.
- POSTMES Tom, “A social identity approach to communication in organizations” S. A. Haslam, D. van Knippenberg, M. J. Platow & N. Ellemers (Eds.), *Social Identity at Work: Developing Theory for Organizational Practice* (pp. 81-98). Philadelphia, PA: Psychology Press, 2003.

- POSTMES Tom, S. Alexander HASLAM, Lise JANS, “A single-item measure of social identification: Reliability, validity, and utility”, *British Journal of Social Psychology*, 52(4), 2013, 597–617.
- PICKETT Cynthia L., Marilyn B. BREWER, “Assimilation and differentiation needs as motivational determinants of perceived in-group and out-group homogeneity”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 37(4), 2001, 341-348.
- RICKETTA Michael, “Who identifies with which group? The motive-feature match principle and its limitations”, *European Journal of Social Psychology*, 38(4), 2008, 715-735.
- RABBIE Jacob M., “The effects of intergroup competition and cooperation on intragroup and intergroup relationships”, In *Cooperation and Helping Behavior* (pp. 123-149), Academic Press, 1982.
- RABBIE Jacob M., Murray HORWITZ, “Categories versus groups as explanatory concepts in intergroup relations”, *European Journal of Social Psychology*, 18, 1988, 117-123.
- RABBIE Jacob M., Jan C. SCHOT, Lieuwe VISSER, “Social identity theory: A conceptual and empirical critique from the perspective of a Behavioural Interaction Model”, *European Journal of Social Psychology*, 19, 1989, 171–202.
- RAMAN Priya, “Achieving Positive Social Identity: Women's Coping Strategies In Response To Status Inequality In Television Portrayals”, 2008.
- REID Anne, Nuala PURCELL, “Pathways to identification with feminists”, *Sex Roles*, 50, 2004, 759–769.
- REYSEN Stephen, vd., “Further validation of a single-item measure of social identification”, *European Journal of Social Psychology*, 43(6), 2013, 463–470.
- REICHER Stephen, Russell SPEARS, S. Alexander HASLAM, “The social identity approach in social psychology”, *Sage Identities Handbook*, 2010, 1-38.
- REINHARD Marc-André, Dagmar STAHLBERG, Matthias MESSNER, “When failing feels good—Relative prototypicality for a high-status group can counteract ego-threat after individual failure”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 2009, 788–795.
- ROCCAS Sonia, “The effects of status on identification with multiple groups”, *European Journal of Social Psychology*, 33(3), 2003, 351-366.
- ROSS Catherine E., John MIROWSKY, “Age and the gender gap in the sense of personal control”, *Social Psychology Quarterly*, 2002, 125-145.
- ROSS Catherine E., John MIROWSKY, William C. COCKERHAM, “Social class, Mexican culture, and fatalism: Their effects on psychological distress”, *American Journal of Community Psychology*, 11(4), 1983, 383-399.
- ROSS Catherine E., Marylyn P. WRIGHT, “Women's work, men's work, and the sense of control”, *Work and Occupations*, 25(3), 1998, 333-355.
- ROTH Jenny, Agostino MAZZIOTTA, Markus BARTH, “The two-dimensions-five-components structure of in-group identification is invariant across various identification patterns in different social groups”, *Self and Identity*, 18(6), 2019, 668-684.

- ROY Robin E., Kristin S. WEIBUST, Carol T. MILLER, “Effects of stereotypes about feminists on feminist self-identification”, *Psychology of Women Quarterly*, 31, 2007, 146–156.
- RUBİNİ Monica, vd., “Group power as a determinant of interdependence and intergroup discrimination”, *European Journal of Social Psychology*, 37, 2007, 1203–1221.
- RUSBULT Caryl E., “Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 16(2), 1980, 172-186.
- RUSBULT Caryl E., “A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual involvements”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(1), 1983, 101.
- RUSBULT Caryl E., Stephen M. DRİGOTAS, Julie VERETTE, “The investment model: An interdependence analysis of commitment processes and relationship maintenance phenomena” D. J. Canary & L. Stafford (Eds.), *Communication and relational maintenance* (p. 115–139). Academic Press, 1994.
- RUSBULT Caryl E., John M. MARTZ, Christopher R. AGNEW, “The investment model scale: Measuring commitment level, satisfaction level, quality of alternatives, and investment size”, *Personal Relationships*, 5(4), 1998, 357-387.
- RUSBULT Caryl E., Paul VAN LANGE, “Why we need interdependence theory”, *Social and Personality Psychology Compass*, 2(5), 2008, 2049-2070.
- RUSBULT Caryl E., Isabella M. ZEMBRODT, “Responses to dissatisfaction in romantic involvements: A multidimensional scaling analysis”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 19(3), 1983, 274-293.
- RYAN Ann Marie, vd., “Social identity management strategies of women in STEM fields”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 93, 2019, 245-272.
- SACHDEV Itesh, Richard Y. BOURHİS, “Status differentials and intergroup behaviour”, *European Journal of Social Psychology*, 17(3), 1987, 277-293.
- SAKALLI Nuray, “Kadın hakları: Farklı terimler farklı tutumlar”, *Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 22, 2001, 2-13.
- SAKALLI-UĞURLU, Nuray, Beril TÜRKÖĞLU, Abdülkadir KUZLAK, “Gender stereotypes in contemporary Turkey: What are the pictures of women and men?”, *Nesne Psikoloji Dergisi*, 6(13), 2018, 309-336.
- SCHİNDLER Simon, vd., “The bicultural phenomenon: The interplay of group prototypicality and cultural identity switch”, *Social Psychology*, 47, 2016, 233–243.
- SCHMİTT Michael T., vd., “Categorizing at the group-level in response to intragroup social comparisons: a self- categorization theory integration of self-evaluation and social identity motives”, *European Journal of Social Psychology*, 36(3), 2006, 297-314.
- SCHMİTT Michael T., James H. WİRTH, “Evidence that gender differences in social dominance orientation result from gendered self-stereotyping and group-interested responses to patriarchy”, *Psychology of Women Quarterly*, 33(4), 2009, 429-436.

- SHAPIRO Jenessa R., “Different groups, different threats: A multi-threat approach to the experience of stereotype threats”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, 2011, 464–480.
- SHAPIRO Jenessa R., Steven L. NEUBERG, “From stereotype threat to stereotype threats: Implications of a multi-threat framework for causes, moderators, mediators, consequences, and interventions”, *Personality and Social Psychology Review*, 11, 2007, 107–130.
- SHELDON Kennon M., B. Ann BETTENCOURT, “Psychological need-satisfaction and subjective well-being within social groups”, *British Journal of Social Psychology*, 41(1), 2002, 25-38.
- SIMON Bernd, Claudia HASTEDT, Birgit AUFDERHEIDE, “When self-categorization makes sense: The role of meaningful social categorization in minority versus majority members’ self-perception”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1997, 310-320.
- SMEEKES Anouk, Maykel VERKUYTEN, “Collective self-continuity, group identification and in-group defense”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(6), 2013, 984-994.
- SPEARS Russell, Bertjan DOOSJE, Naomi ELLEMERS, “Self-stereotyping in the face of threats to group status and distinctiveness: The role of group identification”, *Personality and social psychology bulletin*, 23(5), 1997, 538-553.
- SHERİF Muzaffer, Carolyn W. SHERİF. "Sosyal psikolojiye giriş." *Baskı*, (M. Atakay, A. Yavuz) *Sosyal Yayınlar, İstanbul*, 1996.
- SMEEKES Anouk, Maykel VERKUYTEN, “Collective self-continuity, group identification and in-group defense”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(6), 2013, 984-994.
- SMEEKES Anouk, Maykel VERKUYTEN, “The presence of the past: Identity continuity and group Dynamics”, *European Review of Social Psychology*, 26(1), 2015, 162-202.
- TAİPALE Joonas, “The Structure of Group Identification”, *Topoi*, 38(1), 2019, 229-237.
- TAJFEL Henri, *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press, 1978.
- TAJFEL, Henri, *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cup Archive, 1981.
- TAJFEL Henri, “Social psychology of intergroup relations”, *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1982, 1-39.
- TAJFEL Henri, John C. TURNER, “An Integrative Theory of Intergroup Conflict.”, *The Social Psychology of Intergroup Relations*, ed. William G. Austin and Stephen Worchel. Monterey, CA: Brooks-Cole, 1979, 33–47.
- TAJFEL Henri, John C. TURNER, “The social identity theory of inter group behavior” S Worchel ve WG Austin (Eds) *Psychology of intergroup relations*. *Chicago: Nelson*, 1986.

- TAŞDEMİR Nagihan, Bengi ÖNER ÖZKAN, “Türk Kimliği İçerikleri: Sosyal Psikolojik Bir Yaklaşım”, *Türk Psikoloji Yazıları*, 19(38), 2016, 35-49.
- TAYLOR Donald M., Fathali M. MOGHADDAM, *Theories of intergroup relations: International social psychological perspectives*. Greenwood Publishing Group, 1994.
- THİBAUT John W., Harold H. KELLEY, “Power and dependence”, *The Social Psychology of Groups*, 7, 1959, 100-125.
- TİCHENOR Veronica, “Maintaining men's dominance: Negotiating identity and power when she earns more”, *Sex Roles*, 53(3-4), 2005, 191-205.
- TURNER John C., vd., “*Rediscovering the social group: A self-categorization Theory*”. Basil Blackwell, 1987.
- TURNER R. Jay, Samuel NOH, “Class and psychological vulnerability among women: The significance of social support and personal control”, *Journal of Health and Social Behavior*, 1983, 2-15.
- TURNER John C., vd., “Self and collective: Cognition and social context”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 1994, 454-463.
- VANBESELAERE Norbert, “The impact of differentially valued overlapping categorizations upon the differentiation between positively, negatively, and neutrally evaluated social groups”, *European Journal of Social Psychology*, 26(1), 1996, 75-96.
- VAN KNIPPENBERG A. D., “Intergroup differences in group perceptions”, *The Social Dimension: European Developments in Social Psychology*, 2, 1984, 560-578.
- VAN VEELLEN Ruth, Belle DERKS, Maaïke Dorine ENDEDİJK, “Double Trouble: How Being Outnumbered and Negatively Stereotyped Threatens Career Outcomes of Women in STEM”, *Frontiers in Psychology*, 10, 2019, 150.
- VAAN VEELLEN R., vd., “The cognitive dual pathway model to group identification: A conceptual and methodological integration of self-stereotyping and self-anchoring”, *Personality and Social Psychology Review*, 2015.
- VAN ZOMEREN Martijn, vd., “Put your money where your mouth is! Explaining collective action tendencies through group-based anger and group efficacy”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 2004, 649–664.
- WEBBER Gretchen R., Patti GIUFFRE, “Women's relationships with women at work: Barriers to solidarity”, *Sociology Compass*, 13(6), 2019.
- VERKUYTEN Maykel, Shervin NEKUEE, “Ingroup bias: The effect of self-stereotyping, identification, and group threat”, *European Journal of Social Psychology*, 29, 1999, 411-418.
- VİGNOLES Vivian L., "Identity motives." *Handbook of identity theory and research*. Springer, New York, NY, 2011, 403-432.

- VIGNOLES Vivian L., Xenia CHRYSOCHOOU, Glynis M. BREAKWELL, "Evaluating models of identity motivation: Self-esteem is not the whole story" *Self and Identity*, 1(3), 2002, 201-218.
- VIGNOLES Vivian L., vd., "Identity motives underlying desired and feared possible future selves", *Journal of Personality*, 76(5), 2008, 1165-1200.
- VIGNOLES Vivian L., Natalie J. MONCASTER, "Identity motives and in-group favouritism: A new approach to individual differences in intergroup discrimination", *British Journal of Social Psychology*, 46(1), 2007, 91-113.
- VIGNOLES Vivian L., vd., "Beyond self-esteem: influence of multiple motives on identity construction", *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 2006, 308.
- WONG Alfred, Dean TJOSVOLD, Zi-you YU, "Organizational partnerships in China: self-interest, goal interdependence, and opportunism", *Journal of Applied Psychology*, 90(4), 2005, 782.
- YAMAGISHI Toshio, Toko KIYONARI, "The group as a container of generalized reciprocity", *Social Psychology Quarterly*, 63, 2000, 116-132.
- YODER Janice D., Ann TOBIAS, Andrea F. SNELL, "When declaring I am a feminist matters: labeling is linked to activism", *Sex Roles* 64, 2011, 9-18.

10. EKLER

EK-1 Araştırma Hakkında Bilgi

“Kimlik Yönetim Stratejilerinin Grup Üyeliği Kaynaklı Belirleyicileri” başlıklı bu çalışma Prof. Dr. M. Ersin Kuşdil ve Araş. Gör. Nuri Akdoğan tarafından yürütölen bir anket çalışmasıdır. Araştırmanın amacı kadınların izlediği kimlik yönetim stratejilerinin belirleyicilerini (sebeplerini) incelemektir.

Araştırmaya katılma kararını vermede size yardımcı olacak araştırma hakkındaki bilgiler aşağıda yer almaktadır. Lütfen aşağıda yer alan bilgileri dikkatlice okuyunuz ve daha fazla bilgi almak istediğiniz konularda araştırmacıyla iletişime geçiniz.

Çalışmaya katılım tamamen gönüllölük esasına dayanmaktadır. Dilerseniz çalışmaya katılmama ya da çalışmayı istediğiniz noktada bırakma hakkına sahipsiniz. Katılımcıların cevapları tamamen gizli tutulacaktır ve anketlerden elde edilen bilgiler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz beyanınızdan elde edilen kimlik bilgileri gizli tutulacaktır.

Araştırma Sorumlusu

Araş. Gör. Nuri AKDOĞAN

E-mail: nuriakdogan6@gmail.com

EK-2

Demografik Bilgi Formu

1. Yaşınız:

Sizin için en uygun olan seçeneği “X” işaretiyle belirtiniz.

2. Cinsiyetiniz:

Kadın:..... Erkek:

4. Etnik kimliğinizi nasıl tanımlarsınız?

Türk:

Kürt:

Diğer: (açıklayınız.....)

5. Ailenizin ortalama aylık geliri: (açıklayınız

6. Dindarlık Düzeyiniz

<i>Hiç Dindar Değilim</i>	<i>- 4</i>	<i>-3</i>	<i>-2</i>	<i>-1</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>Oldukça Dindarım</i>
---------------------------	------------	-----------	-----------	-----------	----------	----------	----------	----------	----------	-------------------------

EK-3

Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği:

Lütfen, aşağıda yer alan ifadelere ne düzeyde katıldığınızı ifadelerin karşısında yer alan rakamlardan en uygun olanı işaretleyerek belirtiniz.

<i>HİÇ KATILMIYORUM</i>	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	<i>TAMAMEN KATILYORUM</i>
H1.Eğer bir şeyi yeterince istersen ve bunun için yeteri kadar çalışırsan onu elde edersin.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H2.Sahip olduğu fırsatlardan en iyi şekilde yararlanmak kadının kendisine bağlıdır.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H3.Kadınların toplumdaki konumunun değişmesinin tek yolu, benim gibi iyi bir işe sahip olmaya çabalamasıyla mümkündür.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H4.Pek çok kadın ilerlemek için yeterli dürtüye ve isteğe sahip değildir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H5.Eğer işinde iyiyisen, karşılığını alırsın. Bunun cinsiyetle bir ilgisi yoktur.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H6.Erkek ve kadın eşit olanaklara sahiptir, belirleyici olan söz konusu iş için gerekli olan kişisel niteliklerdir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H7.Kendimi diğer kadınlardan farklı görüyorum.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H8.Kadınlar konularını yükseltmek isterse onları durduracak bir şey yoktur.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H9.Şu anda yüksek statülü mesleklerde yer alan pek çok kadın var, diğer kadınların da işlerinde başarılı olmamaları için bir sebep yok.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H10.Eğer kadınlar da erkekler kadar istekli olurlarsa erkeklerden çok daha iyi konumlara gelebileceklerine inanıyorum.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H11.Kadınları bir grup olarak oldukça nadir düşünürüm.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H12.Eşim bir konuda iyi olursa, bu bana kendimi iyi hissettirir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H13.Toplum konumu için kadınlar yalnızca kendilerini suçlamalıdır.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
H14.Kadınların şu anda feminizmle ilgili işleri bırakmış olması değerlidir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	

HİÇ KATILMIYORUM	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	TAMAMEN KATILYORUM
R1.Kadınlar bireysel davranmak yerine bir grup olarak hareket etmedikçe toplumdaki konumları yükselmeyecektir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R2.Ben bir feministim.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R3.Kadınların sahip olduğu potansiyeli açığa çıkarmalarını engelleyen yüksek düzeyde önyargı ve ayrımcılık vardır.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R4.Pek çok kadın erkeklere kıyasla yüksek statülü (erkek egemen) mesleklere duygusal ve entelektüel olarak daha uygundur.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R5.Erkeklerin kadınlara kıyasla daha yüksek statüye ve refaha sahip olmaları adil değildir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R6.Kadınlar ev ve iş yeri dahil yaşamın tüm alanlarında erkeklerle eşit olana kadar mücadelelerini sürdürmelidir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R7.Kadınlar iş yerindeki diğer kadınları her zaman desteklemelidir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R8.Eğer iş yerleri kadına eşit davranırsa ve çocuk bakımına ilişkin kolaylıklar sağlarsa, yüksek statülü mesleklerde daha fazla kadın göreceğiz.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R9.Aynı işi yapıyor olmalarına rağmen kadınların erkeklerden daha düşük ücret alması beni öfkelenendiriyor.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R10.Kadınlar düşük toplumsal statülerine karşı öfkelenmelidir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R11.İşin temeline indiginizde erkeklerin ezen, kadınların ezilen grup olduğunu görürsünüz.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R12.Erkekler sahip oldukları mevcut güç ve otoritelerini sürdürmek için kadınları evde tutmak istemektedir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R13.Yetkili konumdaki bir kadın olarak; belirli bir iş için eşit düzeyde kalifiye sahibi bir kadın ve bir erkek aday varsa kadın olanı alman gerekir.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R14.Kadınları otomatik olarak daha iyi anne ve ev hanımı yapan bir içgüdü yoktur.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
R15.Bir erkek ile aynı mesleğe sahip olmama rağmen, kadın olduğum için ondan daha düşük toplumsal statüye sahibim.	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	

EK-4:

ÜYELİK İSTİKRAR ÖLÇEĞİ

Bu ölçek Kadın Kimliğine ilişkin duygu ve düşüncelerinizi belirlemek amacıyla uygulanmaktadır. Bu çalışmadan elde edilen bilgiler sadece araştırma amacına yönelik olarak kullanılacaktır.

I. Kadın Kimliğinden Alınan Doyum Düzeyi

Lütfen “Kadın Kimliğinizi” göz önüne alarak, her biri temel bir ihtiyaç ile ilgili olan aşağıdaki ifadelerden her birine ne derece katıldığınızı o ifadenin karşısında yer alan en uygun sayıyı işaretleyerek belirtiniz.

1)	Tamamen yanlış	Oldukça Yanlış	Kısmen Yanlış	Ne Doğru Ne Yanlış	Kısmen Doğru	Oldukça Doğru	Tamamen Doğru
1-) Bana aidiyet duygusu veriyor.	1	2	3	4	5	6	7
2-) Bana özgüven duygusu veriyor.	1	2	3	4	5	6	7
3-) Kendimi diğer insanlardan farklı hissetmeme yardım ediyor.	1	2	3	4	5	6	7
4-) Bana kendimi güçlü, yeterli ve kontrol sahibi hissettiriyor.	1	2	3	4	5	6	7
5-) Bana geçmiş, bugün ve gelecek arasında bir süreklilik hissi veriyor.	1	2	3	4	5	6	7
6-) Bu kimliğimin bir parçası olmak benim için çok anlamlıdır.	1	2	3	4	5	6	7

II. Ulaşılabilir Alternatif Toplumsal Kimliklerin Niteliğini Değerlendirme (Bağımlılık)

Bu ölçek yukarıda kadın kimliği üzerinden değerlendirdiğiniz temel ihtiyaçlarınızın **en çok önem verdiğiniz diğer toplumsal kimliğiniz** (örneğin mesleki kimliğiniz) tarafından (**kadın kimliğine kıyasla**) ne düzeyde karşılandığını ölçmek için hazırlanmıştır. Lütfen aşağıdaki ifadeleri okurken kadın kimliği dışında sizin en çok önem verdiğiniz ve anlamlı bulduğunuz toplumsal kimliğinizi düşünerek; bu kimliğinizi ifadelerde belirtilen ihtiyaçların her birini (kadın kimliğine kıyasla) ne düzeyde karşıladığınızı belirtiniz.

1) Kadın Kimliğine Kıyasla	Oldukça Daha Eksik Tatmin Eder	Çok Daha Eksik Tatmin Eder	Kısmen Eksik Tatmin Eder	Benzer Şekilde Tatmin Eder	Kısmen Daha İyi Tatmin Eder	Çok Daha İyi Tatmin eder	Oldukça Daha İyi Tatmin Eder
1-) İhtiyaç duyduğum aidiyet duygusunu	1	2	3	4	5	6	7
2-) İhtiyaç duyduğum özgüveni	1	2	3	4	5	6	7
3-) Kendimi öteki insanlardan farklı hissetme ihtiyacımı	1	2	3	4	5	6	7
4-) Kendimi güçlü, yeterli ve kontrol sahibi hissetme ihtiyacımı	1	2	3	4	5	6	7
5-) Geçmiş, bugün ve gelecek arasında bir süreklilik hissetme ihtiyacımı	1	2	3	4	5	6	7
6-) Bu kimliğimin bir parçası olmak benim için çok anlamlıdır.	1	2	3	4	5	6	7

III. Toplumsal Cinsiyet Kimliğine Yapılan Yatırım Miktarı

Lütfen kadın kimliğinizi göz önüne alarak, aşağıdaki ifadelerin her birine ne derecede katıldığınızı belirtiniz. Bir kimlik için yapılan yatırım; o kimliğin haklarının elde edilmesi, hedeflerine ulaşması, gelişmesi ve ilerlemesi için harcadığınız zaman, verdiğiniz emek, duygusal bağlılığınız, harcadığınız maddi kaynaklar, katıldığınız etkinlikler ve ortak anılar anlamına gelmektedir. Yatırım miktarının düzeyi yukarıda belirtilen konularda kimlik için yaptıklarınızın miktarı ile ilgilidir.

	Tamamen Yanlış	Oldukça Yanlış	Kısmen Yanlış	Ne Doğru Ne Yanlış	Kısmen Doğru	Oldukça Doğru	Tamamen Doğru
a) Kadın kimliği için çok fazla yatırım yaptım.							
b) Kadınlara duygu, düşünce ve sırlarım gibi pek çok özel şey anlatmaktayım.							
c-) Kadınlarla belirli konularda yaptığım fikir alışverişinin erkekler tarafından karşılanması pek mümkün değildir.							
d) Bireysel kimlik duygum, yani kim olduğum kadın kimliğim ve kadınlarla bağlantılıdır.							
e) Kadınlarla pek çok anıyı paylaşıyoruz.							

2) Kadın kimliği için öyle çok yatırım yaptım ki ve hayatımın merkezine öyle aldım ki, eğer bu kimlik toplumsal değerini ve önemini kaybedecek olsa ben de çok şey kaybetmiş olurum.

Tamamen Yanlış							Tamamen Doğru
1	2	3	4	5	6	7	

3) Boş zaman etkinlikleri gibi yaşamımın pek çok yönü kadın kimliğime çok fazla bağlı ve benim için böylesine anlamlı olan başka bir kimlik düşünemiyorum.

Tamamen Yanlış							Tamamen Doğru
1	2	3	4	5	6	7	

4) Kadın kimliğime çok fazla bağlandığımı ve ona çok şey verdiğimi hissediyorum.

Tamamen Yanlış							Tamamen Doğru
1	2	3	4	5	6	7	

5) Kadın kimliğimi hayatımdan çıkaracak olsam, aile ve arkadaşlarımla olan ilişkilerimde ciddi zedelenme ve yeri doldurulması güç boşluklar olurdu.

Tamamen Yanlış							Tamamen Doğru
1	2	3	4	5	6	7	

6) Diğer toplumsal kimliklerime kıyasla, kadın kimliğime oldukça fazla yatırım yaptım.

Tamamen Yanlış							Tamamen Doğru
1	2	3	4	5	6	7	

EK-5

Lütfen, aşağıda yer alan ifadelere ne düzeyde katıldığınızı kadın kimliği ve feminist kimlik için ifadelerin karşısında yer alan rakamlardan en uygun olanı işaretleyerek belirtiniz.

	Kadın Kimliği					Feminist Kimlik				
	Bana Hiç Uymuyor	Bana Uymuyor	Ne Uymuyor Ne Uymuyor	Bana Uyuyor	Bana Tamamen Uyuyor	Bana Hiç Uymuyor	Bana Uymuyor	Ne Uymuyor Ne Uymuyor	Bana Uyuyor	Bana Tamamen Uyuyor
1. Bu kimlikle özdeşleştiğimi düşünüyorum.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2. Kendimi bu kimliğe yakın hissedirim.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
3. Bu kimliğe mensup olduğum için mutluyum.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
4. Kendimi kimliğin bir üyesi olarak görüyorum.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
5. Bu kimliğin mensupları benimle aynı ilgilere sahiptir.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
6. Yaşam değerlerim bu kimliğin değerleri ile aynı doğrultudadır.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
7. Kendimi bu kimliğin mensuplarına benzer görüyorum.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
8. Bu kimliğin bir üyesi olmak benim için önemlidir.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
9. Bu kimliğe mensup kişilerle aynı sorunları paylaşıyorum.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
10. Bu kimliğin mensupları beni olduğum gibi kabul eder.	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4

EK-6**Cinsiyet Rollerine İlgili Kalıpyargılar Ölçeği**

Aşağıda bir insanda bulunabilecek bazı özellikler listelenmiştir. Lütfen bu özelliklerin her birini, bir birey olarak SİZİ ne derece yansıttığını (tanımladığını) ifadenin karşısındaki sayılardan en uygun olanı işaretleyerek belirtiniz.

	Hiç Yansıtmıyor	Pek Yansıtmıyor	Ne Yansıtıyor Ne Yansıtmıyor	Biraz Yansıtıyor	Bütünüyle Yansıtıyor
1. Duygusallık	1	2	3	4	5
2. Soğukkanlılık	1	2	3	4	5
3. Sertlik	1	2	3	4	5
4. Sadakat	1	2	3	4	5
5. Bağımsızlık	1	2	3	4	5
6. Yumuşaklık	1	2	3	4	5
7. Hırslı olmak	1	2	3	4	5
8. Fedakarlık	1	2	3	4	5
9. Geniş ilgileri olmak	1	2	3	4	5
10. Şefkatli olmak	1	2	3	4	5
11. Gerçekçilik	1	2	3	4	5
12. Konuşkanlık	1	2	3	4	5
13. Aileye yönelik olmak	1	2	3	4	5
14. Atılganlık	1	2	3	4	5
15. Boyun eğmek	1	2	3	4	5
16. Kendine güvenmek	1	2	3	4	5
17. Sıcak insan olmak	1	2	3	4	5
18. Saldırganlık	1	2	3	4	5
19. Titizlik	1	2	3	4	5
20. Etrafına hükmetmek	1	2	3	4	5
21. Üstünlük duygusu	1	2	3	4	5
22. Katılık	1	2	3	4	5

EK-7

Grubun Normatif Etki Düzeyi Ölçeği

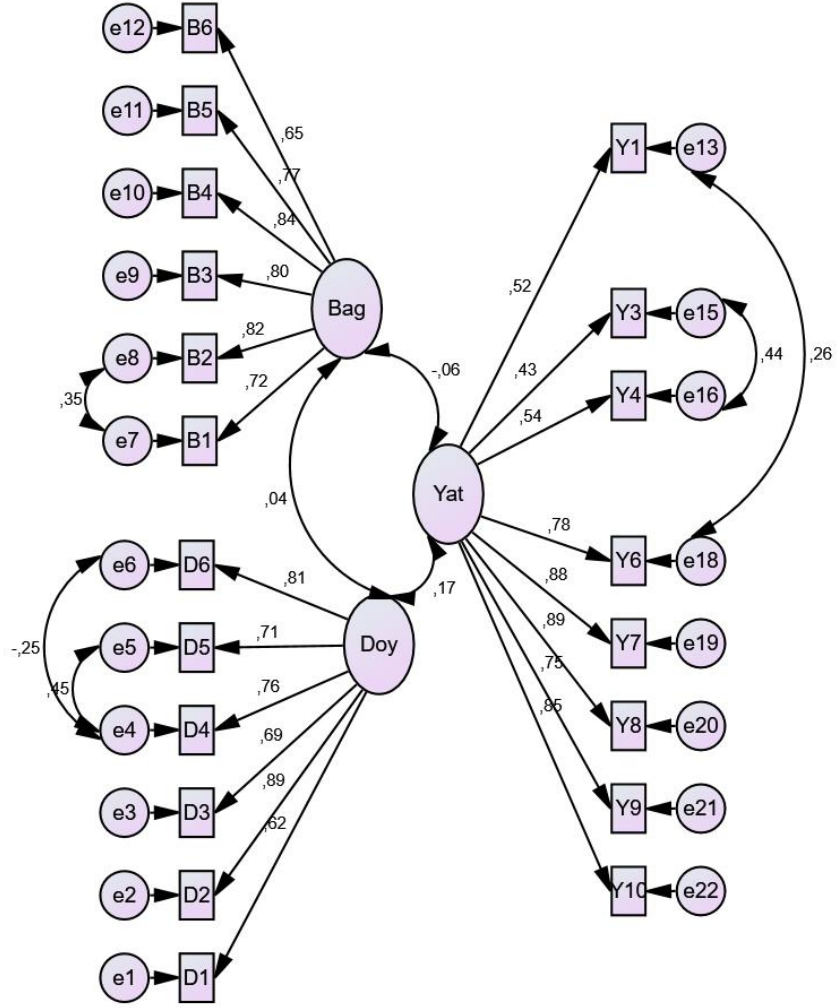
Lütfen aşağıdaki fikirlere ne derece katıldığınızı ya da katılmadığınızı o cümlenin yanında verilen (-2'den 2'ye kadar olan) rakamlardan sizi en çok ifade edeni işaretleyerek belirtiniz.

Tıplumsal cinsiyet rolleri kadın ve erkeklere toplum tarafından yüklenen, onların cinsiyetlere uygun görülen davranışları sergilemesine yönelik geliştirilen beklentilerdir.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Bu toplumda yaşayan bir kadın olarak geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine göre davranmak benim için bir tercih değil zorunluluktur.	-2	-1	0	1	2
2. Geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmayan kadınlar toplum tarafından dışlanmaktadır.	-2	-1	0	1	2
3. Sosyal ortamdaki tutum ve davranışları açısından erkeklere benzemeye çalışan kadınlara toplumun tepkisi olumsuzdur.	-2	-1	0	1	2
4. Sırf toplumun olumsuz tepkisinden çekindiğim için geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmaya çalışıyorum.	-2	-1	0	1	2
5. Bu toplumda yaşayan bir kadın olarak geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin dışında bir hayatı yaşamayı istesem de yaşamam	-2	-1	0	1	2
6. Benim için avantajlı da olsa, geleneksel kadın rolleri yerine erkek rollerine uygun yaşamak bu toplumda olanaksızdır.	-2	-1	0	1	2
7. Geleneksel kadın rollerine aykırı davransam kendimi suçlu hissedirim.	-2	-1	0	1	2

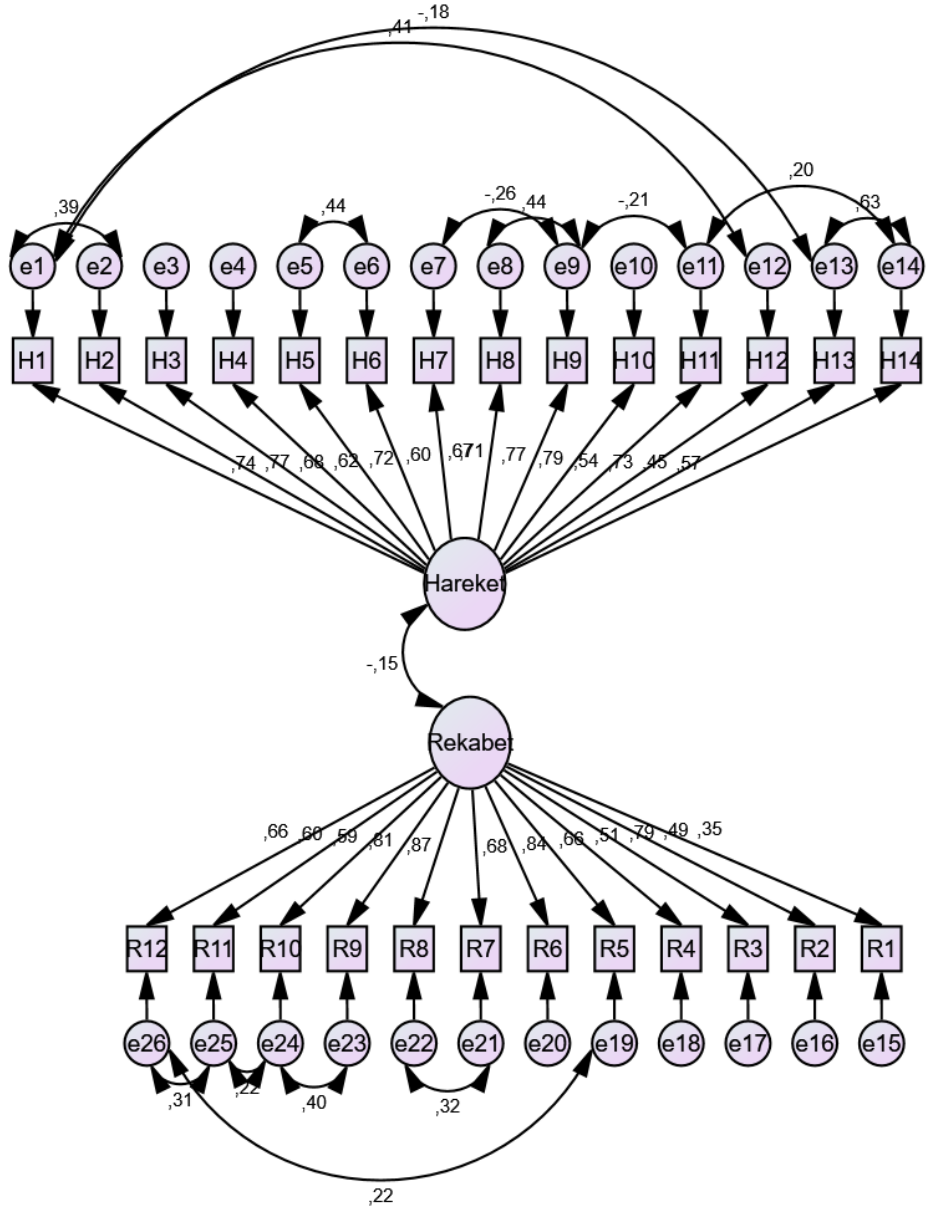
Ölçeklere Uygulanan Doğrulayıcı Faktör Analizine Ait Grafikler

Ana Çalışma

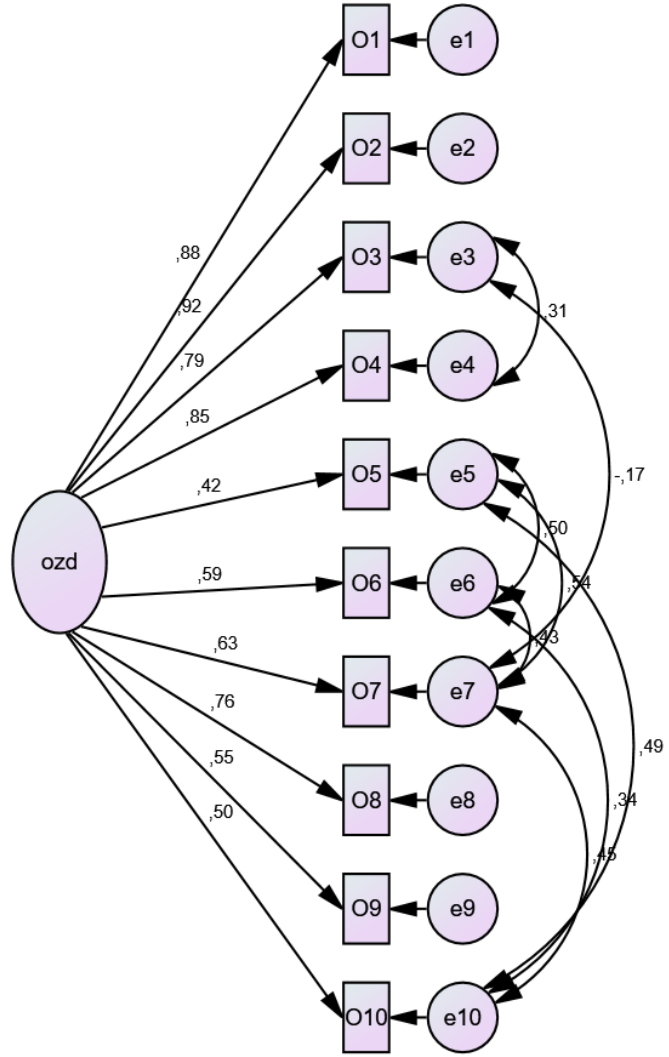
Gragik 1: Üyelik İstikrar Ölçeği



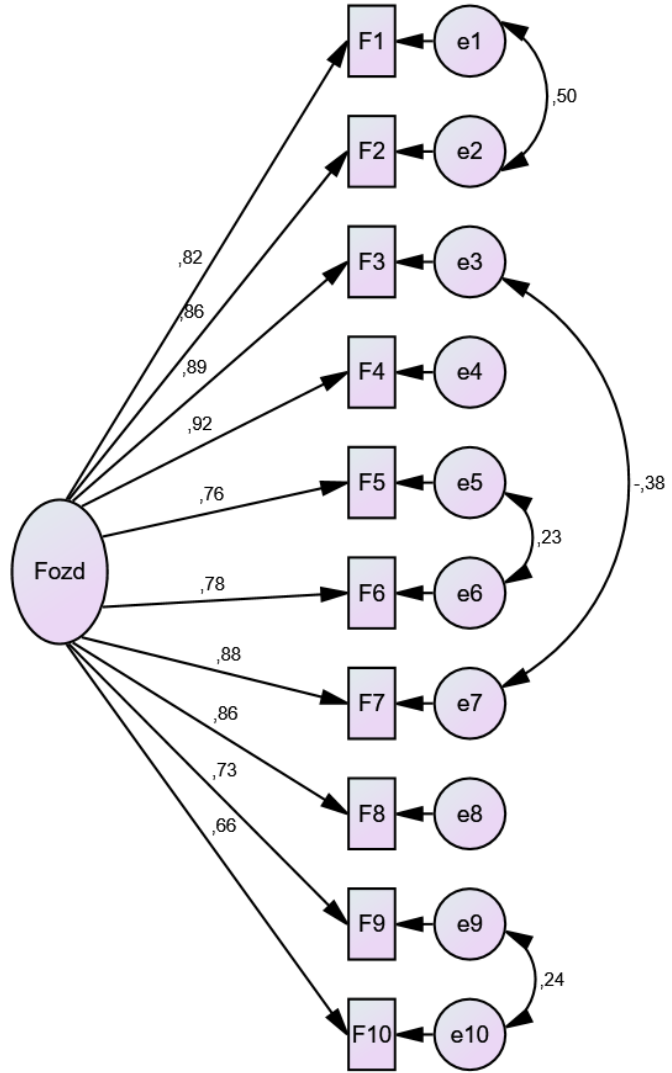
Grafik 2: Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği



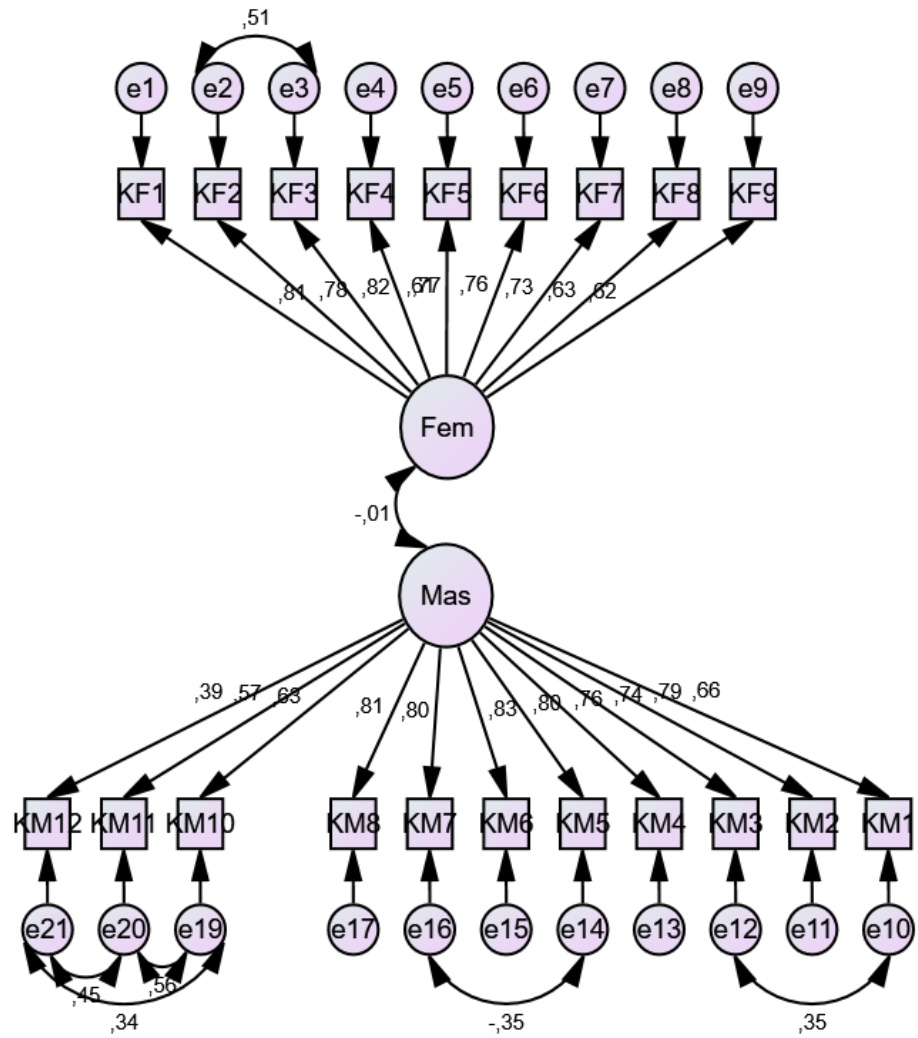
Grafik 3: Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme Ölçeği



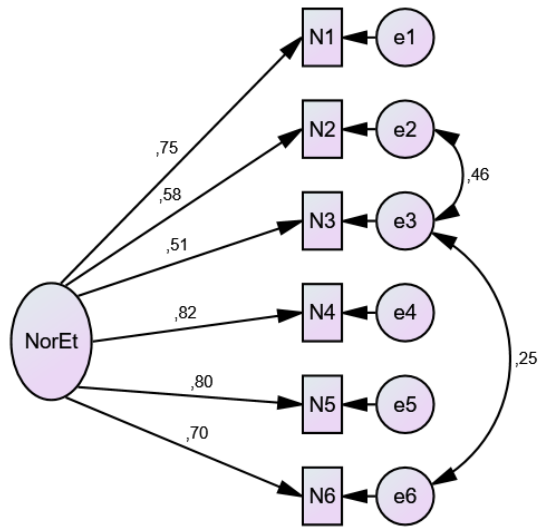
Grafik 4: Feminist Kimlikle Özdeşleşme Ölçeği



Grafik 5: Kendini Kalıpyargılama Ölçeği

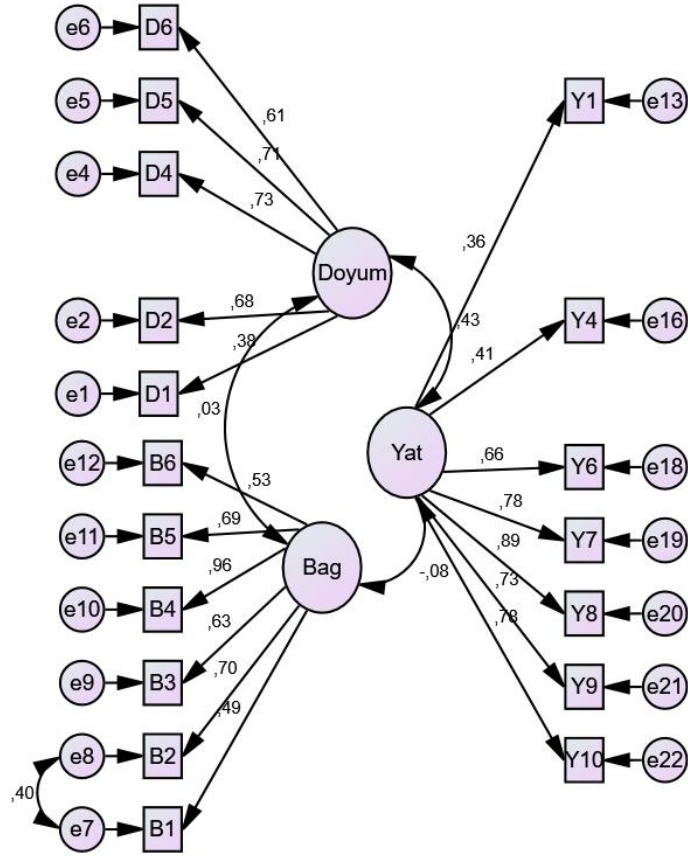


Grafik 6: Normatif Etki

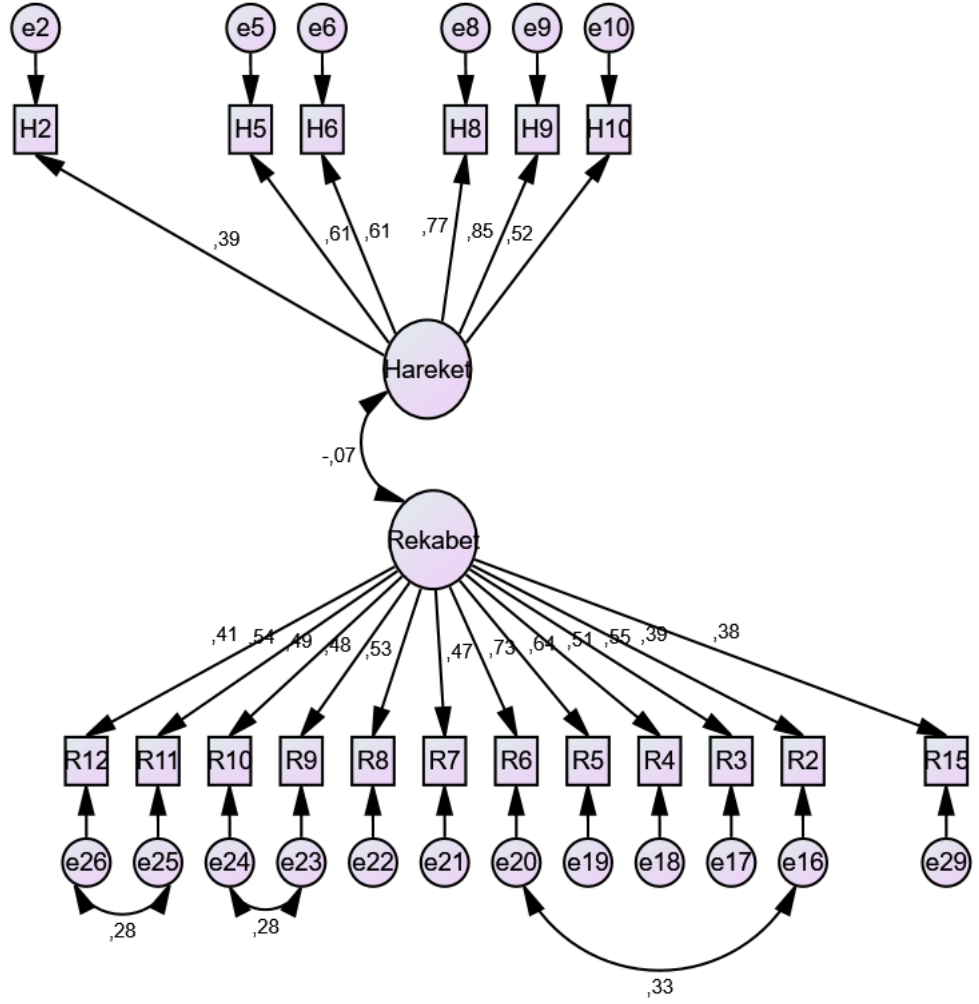


Ön Çalışma

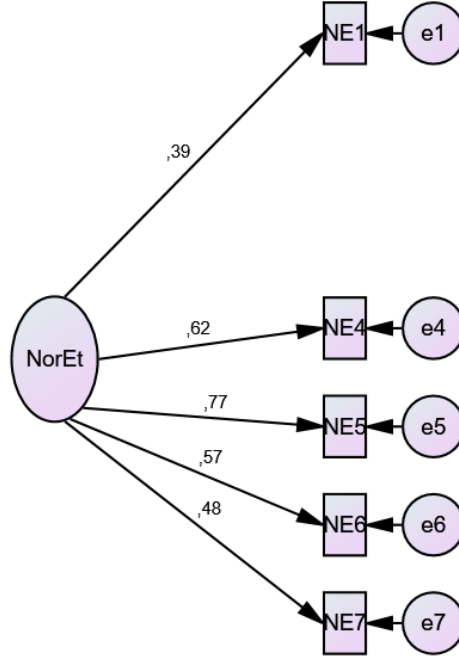
Grafik 1: Üyelik İstikrar Ölçeği



Grafik 2: Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği



Grafik 3: Normatif Etki Ölçeği



ÖZGEÇMİŞ			
Adı, Soyadı	Nuri		AKDOĞAN
Doğum Yeri ve Yılı	HAKKÂRİ/Yüksekova		1990
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce		
ve Düzeyi	iyi		
Eğitim Durumu	Başlama - Bitirme Yılı		Kurum Adı
Lise	2003	2006	Yüksekova Lisesi
Lisans	2007	2012	ODTÜ
Yüksek Lisans	2013	2015	Uludağ Üniversitesi
Doktora	2015	2020	Uludağ Üniversitesi
Çalıştığı Kurum (lar)	Başlama - Ayrılma Yılı		Çalışılan Kurumun Adı
1. Uludağ Üniversitesi	2013	2018	Uludağ Üniversitesi Psikoloji Bölümü
2. Saint Andrews Üniversitesi (İngiltere)	Şubat 2019	Ekim 2019	School of Psychology & Neuroscience, Ziyaretçi Araştırmacı (Visiting Researcher)
3. Dicle Üniversitesi	2019	Sürüyor	Dicle Üniversitesi Psikoloji Bölümü
Üye Olduğu Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlar			
Katıldığı Proje ve Toplantılar			
Yayımlar: (Makale)	<p>Akdoğan, N. (2019). Düşük Statülü Grupların Yüksek Statülü Gruplara Yönelik Olumlu Tutumu. <i>Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi</i>, 20(37), 711-737.</p> <p>Akdoğan, N., & Alparslan, K. (2020). Do Members of Disadvantaged Groups Possess a Motivation of Favouritism towards Advantaged Groups?. <i>Mediterranean Journal of Social Sciences</i>, 11(4), 61-61.</p>		
Diğer: (Kongrede Sunulan Bildiriler)	<p>Akdogan, N. ve Kusdil, M. E. (2016). Basit Kategorizasyona Karşı Çapraz Kategorizasyonun Gruplar Arası İlişkiler Üzerindeki Etkisi: Ertuşi ve Pinyanişi Aşiret Grupları, 18 Kasım, Ankara.</p> <p>Akdogan, N. (2017). Dış Grup Tarafgirliği Olarak Kavramlaştırılan Olguya Farklı Açıklama Getiren Yaklaşımlar, II. Sosyal Psikoloji Kongresi, 27 Kasım, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti.</p>		

	<p>Akdoğan, N. & Bilger, D. (2018). The Inhibitory Effect of Self on Critical Thinking, XV. European Conference on Social and Behavioral Sciences, 2 Şubat, Kuşadası.</p> <p>Alparslan, K., & Akdoğan, N. (2018). The Effects of Perceived Discrimination and Status on Self-Esteem: The Mediating Role of Identity Management Strategies, XV. European Conference on Social and Behavioral Sciences, 2 Şubat, Kuşadası</p>
İletişim (e-posta):	nuriakdogan6@gmail.com
Tarih İmza Adı Soyadı	22.08.2019 Nuri AKDOĞAN

