

81434

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYAL KİMLİK VE YAŞAM STİLLERİ

DOKTORA TEZİ

81434

Hazırlayan

Gülgün MEŞE

Danışman
Prof. Dr. Nuri BİLGİN

İZMİR – 1999

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON BÜRESİ

Teşekkürler

Öğrenciliğim boyunca emeğini esirgemeyen tez danışmanım Prof. Dr. Nuri Bilgin'e sosyal psikoloji alanındaki birikimini paylaşma konusundaki cömertliği ve tüm yaşamıma yol gösteren uzak görüşlülüğü için özel şükran borçluyum.

Akademik yaşamıma katkılarından dolayı, Doç.Dr. Melek Göregenli ve Yrd.Doç.Dr. Çiğdem Leblebici' ye, araştırmanın istatistiksel analizlerini yapan İbrahim Övgün'e, sosyal kimlik literatürüne ulaşmamda yardımcı olan, araştırma ile ilgili görüşlerini paylaşan Doç.Dr. Sibel Arkonaç'a, sosyal ve duygusal desteği için Prof. Dr. Alev Katrinli'ye, araştırmanın uygulamalarında yardımcı olan ve ayrıca yorumları, tartışmaları, fikirleri için isimlerini saymadığım çok sayıdaki arkadaş ve meslektaşım, araştırmanın yazımında sayısız ayrıntıyla uğraşan Arkun Tatar'a, desteklerini her an hissettiğim Tülin, Sarper, Nejat, Esin ve Pınar'a sonsuz teşekkürler...

Yaşamım boyunca yanımda olan anneme ve babama özel olarak teşekkür ederim.

Gülgün Meşe

İÇİNDEKİLER

I. BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
I.1. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ	5
I.1.1 Sosyal Grup Yaklaşımları.....	5
I.1.2 Sosyal Kimliğin Kavramsallaştırılması.....	12
I.1.3 Sosyal Kimlik Kuramı.....	15
I.1.4 Sosyal Kategorizasyon ve Sosyal Kimlik.....	17
I.1.1.1 Sosyal Kimlik ve Sosyal Karşılaştırma.....	21
I.1.1.2 Sosyal Karşılaştırma ve Göreceli Yoksunluk.....	23
I.1.5 Sosyal Kimlik Araştırmaları.....	25
I.1.6 Birey-Grup İlişkileri ve Yaşam Stilleri.....	37
I.1.6.1 Benzerlikler Temelinde Gruplar.....	38
I.1.6.2 Farklılıklar Temelinde Gruplar.....	42
I.1.7 Yaşam Stili ve Sosyal Kimlik.....	44
I.2. ARAŞTIRMANIN AMACI	50
II. BÖLÜM	52
ALAN ARAŞTIRMASI	52
II.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	52
II.1.1 Araştırmada Kullanılan Ölçek.....	54
II.1.2 Örneklem ve Uygulama.....	56
II.1.3 Verilerin Analizi.....	72

III. BÖLÜM	74
BULGULAR	74
III.1. AİLE YAŞAMI VE YAŞANILAN MEKANA İLİŞKİN BİLGİLER	74
III.2. GÜNLÜK YAŞAM PRATİKLERİ, AKTİVİTELER VE HOBİLERE İLİŞKİN BİLGİLER	91
III.3. ARAŞTIRMA GRUPLARINDA YAŞAM STİLLERİ	112
IV. BÖLÜM	126
SONUÇ VE ÖNERİLER	126
KAYNAKLAR	137
EKLER	151
ÖZET	178
ABSTRACT	179
ÖZGEÇMİŞ	180

TABLOLAR

Tablo 1. Örneklemin Köken, Mezhep ve Cinsiyet Grup Aidiyetlerine Göre Dağılımı....	60
Tablo 2. Örneklemin Kentte Yaşama Süresi.....	63
Tablo 3. Örneklemin Doğum Yerine Göre Dağılımı.....	64
Tablo 4. Örneklemin Memleketlerine Göre Dağılımı.....	65
Tablo 5. Örneklemin Medeni Durumuna Göre Dağılımı.....	67
Tablo 6. Örneklemin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı.....	68
Tablo 7. Örneklemin Gelir Durumuna Göre Dağılımı.....	70
Tablo 8. Aile Üyelerinin Sayısı.....	75
Tablo 9. Aile Yapısı.....	76
Tablo 10. Ailenin Çocuk Sayısı.....	77
Tablo 11. İnsanlar Arası Etkileşim ve İlişkiler.....	79
Tablo 12. Oturulan Ev.....	81
Tablo 13. Ev Dekorasyonu.....	83
Tablo 14. Çeşitli Eşyaların Araştırma Gruplarına Göre Frekans Dağılımı.....	87
Tablo 15. Kadınlarda Günlük İşler ve Hobiler.....	92
Tablo 16. Erkeklerde Günlük İşler ve Hobiler.....	94
Tablo 17. Günlük Gazete Okuma Alışkanlığı.....	98
Tablo 18. Bayram Tatilleri.....	100
Tablo 19. Araştırma Gruplarında Ülke Sorunlarının Dağılımları.....	102
Tablo 20. Alış-Veriş, Beslenme Alışkanlıkları, Mutfaka Özen, Mutfakla İlgililik.....	105
Tablo 21. Ev İşleri ve Bakım.....	106
Tablo 22. Sosyal Yaşam.....	107
Tablo 23. Aile (cinsiyet) Rollerini.....	109
Tablo 24. Yaşanılan Yere ve Eve İlişkin Öncelikler.....	109

Tablo 25. Dünya Görüşüne İlişkin İfadelerin Dağılımı.....	111
Tablo 26. Araştırma Gruplarının Birbirine Olan Mesafeleri.....	113
Tablo 27. Grupların Üç Boyutlu Eksendeki Koordinatları.....	122
Tablo 28. KA Grubunda Eşya Dağılımları.....	152
Tablo 29. KS Grubunda Eşya Dağılımları.....	153
Tablo 30. TA Grubunda Eşya Dağılımları.....	154
Tablo 31. TS Grubunda Eşya Dağılımları.....	155
Tablo 32. KAK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	156
Tablo 33. KSK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	157
Tablo 34. TAK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	158
Tablo 35. TSK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	159
Tablo 36. KAE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	160
Tablo 37. KSE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	161
Tablo 38. TAE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	162
Tablo 39. TSE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler.....	163
Tablo 40. KAK Grubunda Aktiviteler.....	164
Tablo 41. KSK Grubunda Aktiviteler.....	165
Tablo 42. TAK Grubunda Aktiviteler.....	166
Tablo 43. TSK Grubunda Aktiviteler.....	167
Tablo 44. KAE Grubunda Aktiviteler.....	168
Tablo 45. KSE Grubunda Aktiviteler.....	169
Tablo 46. TAE Grubunda Aktiviteler.....	170
Tablo 47. TSE Grubunda Aktiviteler.....	171
Tablo 48. İzlenen Televizyon Programları.....	172
Tablo 49. Araştırma Gruplarında Hafta Sonu Tatil Anlayışı.....	173
Tablo 50. Araştırma Gruplarında Yıllık Tatil Anlayışı.....	174
Tablo 51. Günlük Yaşamda Ekonomi.....	175

ŞEKİLLER

Şekil 1. Sosyal Çevrede İki Sosyal Kategorinin Çaprazlanması.....	30
Şekil 2. İki Sosyal Kategorinin (Köken Ve Mezhep) Çaprazlanması.....	30
Şekil 3. Örneklemin Uygulama Yapılan Semtlere Göre Dağılımı.....	58
Şekil 4. Örneklemin Köken, Mezhep ve Cinsiyet Grup Aidiyetlerine Göre Dağılımı.....	62
Şekil 5. Örneklemin Aile Reisinin Mesleğine Göre Dağılımı.....	69
Şekil 6. Örneklemin Yaş Dağılımı.....	71
Şekil 7. Üç Aidiyet Grubu (Köken, Mezhep, Cinsiyet) İçin Çokboyutlu Ölçeklendirme.....	124



I.BÖLÜM

GİRİŞ

İnsanın kendisine yönelttiği “Ben kimim?” sorusuna verdiği yanıtlar, insanın kim olduğuyla yani kimliğiyle ilişkili algılarını ifade etmektedir. Psikoloji literatüründe benlik (self), ego ve kimlik kavramlarının zaman zaman birbirinin yerine geçebilecek bir şekilde kullanıldığını görüyoruz. Genel anlamda bireyde psikolojik ve sosyal olanın eklemlenmesini gösteren kimlik kavramı, sosyal psikoloji alanında da çeşitli yaklaşımlarla ele alınarak incelenmiştir.

Yaşamımızın büyük bir kısmını diğer insanlarla birlikte geçiririz; aile, okul, iş yaşamı ve sosyal yaşamda diğerleriyle birlikte bulunuruz. Kendimize ilişkin algılarımız ile diğerlerinin bize ilişkin algıları arasında bazan bir benzerlik çoğu kez de bir farklılık görürüz. Burada kendimiz ve diğerleri için kim olduğumuz anlamında kimlik kavramımızın bireysel ve sosyal boyutları söz konusudur. Kimliğin bu iki kutuplu özelliği çeşitli araştırmacılar tarafından bireysel (kişisel) kimlik ve sosyal (kollektif) kimlik kavramlarıyla belirtilmektedir.

Sosyal psikolojik perspektifte kimlik hem bireyler hem de gruplar için etkileşime dayanan bir olgu olarak ele alınmaktadır. Bireyin “kendini sosyal bir çevreye göre tanımlaması ve konumlaması”nı (Bilgin, 1994) ifade eden sosyal kimlik, çeşitli gruplara aidiyetler yoluyla gerçekleşmektedir. İnsan diğer insanlarla birlikte yaşayan sosyal bir varlık olarak günlük yaşamında aile, cinsiyet, köken, din, meslek grubu gibi çeşitli gruplara üyedir. Sosyal kimlik kavramı çeşitli gruplara aidiyetin bireyi ne ölçüde tanımladığını ve bu tanımlamada bireysel özelliklerin katkısının ne olduğunu anlamamızı sağlamaktadır. Aidiyet grupları bireye ilk referans sistemlerini ve özdeşleşme modellerini sunarak onu sosyal anlamda tanımlamaktadır.

Sosyal kimlik kavramı sosyal psikoloji perspektifinde, grup ve gruplar arası ilişkilerle ilgili çalışmalar temelinde açıklanmaya çalışılmıştır. Sherif, Asch ve Lewin gibi kognitif sosyal psikologların grupla ilgili yaklaşımları 1970'li yıllarda Tajfel ve Turner'ın çalışmalarıyla tekrar gündeme gelmiştir ve bu konuyla ilgili çok sayıda araştırma yapılmıştır.

Literatürdeki adıyla Sosyal Kimlik Kuramı, Tajfel, Turner ve arkadaşları tarafından gruplar arası ilişkiler üzerine yapılan bir seri deneysel araştırmanın sonuçlarına dayanmaktadır. Bu kurama göre sosyal kategorizasyon süreci ile gruplar arası davranış ortaya çıkmaktadır. Kognitif bir yapı olan benlik kavramının ürettiği bir benlik imajı olarak kavramsallaştırılan sosyal kimliğin, kişinin ait olduğunu algıladığı sosyal gruplardan çıkartılabileceği vurgulanmıştır (Tajfel ve ark., 1971; Tajfel, 1978b; Turner, 1978a, 1987). Sosyal kimlik kuramına göre bireyler kendilerini ait oldukları gruplara göre tanımlamakta ve değerlendirmektedirler. Bu yaklaşımda sosyal kimlik bireyin sosyal bir grubun veya grupların üyesi olma bilgisiyle bu üyeliklerin taşıdığı değer ve duygusal anlamından çıkarılan benlik kavramının bir bölümü olarak tanımlanmaktadır (Tajfel, 1978b).

Sosyal kimlik olgusu birey-grup ilişkileri temelinde bireyin diğerleriyle bütünleşmesi anlamında ele alınabilir. Bireyin diğerleri ile bütünleşmesi onun kendisi ile diğerleri arasında benzerlikleri saptaması, onlarla özdeşleşmesi anlamına gelir. Diğer taraftan birey diğerlerinden ayırılmak ve kendini biricik bir varlık olarak hissetmek ister ve diğerlerinden farklı davranışlar yapmaya eğilim gösterir. Bu anlamda kişiyi çevresindeki diğer kişilerden ayıran kişisel kimlik olgusu söz konusudur. Tajfel'de (1978a) her kişinin benlik imajının kişisel kimlik ve sosyal kimlik parçalarını kapsadığını ifade etmektedir.

Hepimiz toplumumuzun birer parçasıyız. Bu ifade ile düşüncelerimizin, değerlerimizin ve dilimizin büyük ölçüde çevremizdeki diğer insanlarla etkileşim içinde olduğunu söyleyebiliriz. Toplum içinde çeşitli gruplara aidiyeti olan insanların alternatif

yaşam stillerinden söz etmekte mümkündür. Yaşam stili bir grup olgusudur (Feldman ve Thielbar, 1972). Bir grubun yaşam stili o grubu diğerlerinden ayırtmayı sağlamaktadır. Yaşam stili hem kişisel hem de sosyal alanla yakından ilgilidir.

Sosyal psikoloji literatüründe yaşam stili kavramı Kelly'nin (1954) çalışmalarına dayanmaktadır. Kelly insan davranışı kuramında insanların kendi yaşamlarını kontrol etmek ve yordamak istediklerini belirterek insanların kendi çevrelerinde olan olayları, yapıları ve örüntüleri anlamlandırdıklarını söylemiştir (Bkz. Hjelle ve Ziegler, 1981). Yaşam stili kültür, sosyal sınıf, referans grupları ve aile gibi birçok faktörün etkide bulunduğu bir öğrenme sonucu ortaya çıkmaktadır ve bu anlamda sosyal kimlik olgusu ile ilişkilendirilebilir. İnsanların sosyal kimlikleri günlük yaşam pratikleri üzerinde etkili olabilir ve aynı zamanda onların yaşam stillerinin belirleyicileri olma özelliği taşır. Birey toplum içinde çeşitli sosyal grupların üyesi durumundadır, daha önce söylediğimiz gibi hepimiz toplumumuzun ve kültürümüzün birer parçasıyız böylelikle bir kişinin biricik veya bireysel bir davranış örüntüsü söz konusu değildir.

Yaşam stili yaşamın çok çeşitli yanlarını kapsamaktadır ve yaşam stilleri çeşitli değişkenlere göre farklılaşır. Belirli bir alanda varolan bir takım grupların diğer gruplardan farklarını ortaya koymaları anlamında sosyal kimlik bir durumu değil, bir süreci yansıtmaktadır. Diğer bir deyişle bir grubun kimliği, diğer gruplarla ilişki içerisinde ve zamanla değişmektedir, bu anlamda toplumda varolan çeşitli grupların farklı yaşam stilleri ve birbirleri ile ilişkileri sonucu, zaman içinde benzer yaşam stilleri söz konusu olabilir.

Son yıllarda ülkemizde sosyal, siyasal ve kültürel alanlarda kendini gösteren ve değişik uzmanlık alanlarında tartışılan kimlik sorunu, bu araştırmada köken, mezhep ve cinsiyet grup aidiyetleri temelinde ele alınarak sosyal psikoloji literatüründeki yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilmeye çalışılacaktır. Bu araştırmada sosyal kimlik olgusu birey-grup ilişkileri çerçevesinde kavramsallaştırılarak farklı kimlik gruplarına aidiyetin veya grup üyeliğinin bireylerin yaşam stilleri üzerinde etkili olup olmadığı değerlendirilecektir.

Her kalkınan toplumda sosyal düzen ve dengelerin değişmesine paralel olarak kimlik bunalımları, yeni kimlik arayışları görülmüştür (Bkz. Güvenç, 1993). Türkiye’de çeşitli kültürel gruplar, genellikle içiçe bir şekilde bir arada yaşamaktadırlar, grupların toplumsal ve kültürel yapımıza yansıyan zenginliklerinin yanı sıra zaman zaman bir takım sorunları da beraberinde getirdiği söylenebilir. Sosyal kimlik literatüründe de grup üyeliğinin önplana çıkarıldığı ve çıkarılmadığı ortamlarda insanların davranışları arasında önemli farklılıklar olduğu vurgulanmaktadır.

Araştırmamızda, çok çeşitli kimlik gruplarının bir arada yaşadığı ülkemizde aynı sosyo-kültürel bağlam içinde yaşayan farklı kimlik gruplarına üye insanlar arasında yaşam stilleri açısından farklılaşma olup olmadığı incelenerek elde edilen bulguların sosyal psikolojik perspektifte sosyal kimlik tartışmalarına katkıda bulunması hedeflenmiştir.

I.1. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Bu bölümde araştırma konumuzun genel kuramsal çerçevesi belirlenmeye çalışılarak ilgili kavramlar ve kuramsal yaklaşımlar sunulmuştur. Sosyal psikoloji literatüründe oldukça fazla bir yer tutan sosyal kimlik araştırmaları araştırmamızın konusu ve amacı yönünde sınırlandırılarak anlatılmaya çalışılacaktır. Araştırmamızın amacı doğrultusunda sosyal kimliğin işlevleri, yaşamımızdaki rolü ve etkileri üzerinde yoğunlaşmıştır.

Araştırmanın kuramsal çerçevesinin sunulduğu bu bölümde öncelikle birey-grup ilişkileri bağlamında sosyal grup tanımlamalarına ilişkin görüşlere yer verilecektir. Daha sonra sosyal kimliğin kavramsallaştırılmasında önemli olduğu düşünülen benlik ve kimlik kavramlarının psikolojide yer alan tanımlamalarına ilişkin bilgiler sunulacaktır. Sosyal kimlik kuramı ve bu kuram çerçevesinde grup olgusu bütünleşme ve farklılaşma yeri olarak ele alınarak çeşitli grup üyeliklerinin birey üzerindeki etkileri bu kısımda anlatılacaktır. Bu bölümün sonunda yaşam stili olgusunun sosyal psikolojik temeli ve bu olgunun sosyal kimlik kavramıyla ilişkilendirilmesi ile ilgili bilgiler yer alacaktır.

I.1.1 Sosyal Grup Yaklaşımları

Günlük yaşamımızda sosyal grupların önemi büyüktür. Bir çok bakımdan birbirlerinden farklılıklar gösteren gruplara (örneğin, cinsiyet, etnik kimlik, din, aile vb.) aidiyetlerimiz yaşamımızı şekillendirmektedir (Bkz. Hogg, 1992).

Tüm yaşamımız üzerinde etkili olan grup ve grup üyelikleri sosyal psikoloji literatüründe 1950'li yıllardan bu yana yapılan çalışmalarda çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Johnson ve Johnson (1987) sosyal grup çalışmalarında yer alan grup tanımlamalarını şöyle sınıflandırmışlardır:

a. birbiri ile etkileşim içinde olan bireylerin bir araya toplanması sonucunda grup oluşmaktadır.

b. kendilerini aynı gruba bağılı olarak algılayan iki ve ya daha fazla kişinin bir araya gelmesi sonucu oluşan sosyal birim gruptur.

c. grup, birbirine bağılı bireylerin oluşturduğı bir topluluktur.

d. grup, bir hedefe ulaşmak için birlikte çalışan bireylerden oluşan bir topluluktur.

e. bazı ihtiyaçları karşılamak amacıyla birlikte hareket eden bireyler topluluğuna grup denir.

f. grup, etkileşimleri bir dizi rol ve normlara göre yapılanmış bireylerden oluşan bir topluluktur.

g. grup, birbirini etkileyen bireyler topluluğudur.

Johnson ve Johnson'un yukarıda yer alan grup tanımlarının tümünü kapsayıcı nitelikteki grup tanımı şöyledir; grup yüz yüze etkileşim içinde bulunan, kendisinin gruba üyeliğinin ve diğerlerinin gruba ait olduklarının bilincinde olan ve aralarında kendi amaçlarına ulaşmak için pozitif bağımlılık olan iki veya daha fazla kişinin oluşturduğı topluluktur (Bkz. Hogg, 1992).

Gruplar ve grup süreçleri sosyal psikoloji alanında çok sayıda araştırmada ele alınmıştır. Çeşitli araştırma konularıyla birlikte ele alınan grup süreci çalışmaları (örneğin; liderlik, önyargı, stereotipik davranışlar, grup içi çatışma gibi) oldukça dağınık ve karmaşık niteliktedir. Ayrıca bu araştırmaların genellikle grup sürecinin herhangi bir boyutu ile sınırlı kaldığı görülmektedir.

Sosyal gruplarla ilgili olarak ilk görüşlerin Le Bon ve McDougall tarafından öne sürüldüğünü görüyoruz. Fransız Devrimi ve Paris Komünü yıllarındaki Fransız tarihi olayları içinde yaşayan Le Bon (1908-1913) kitle ya da kalabalık psikolojisi içinde birey ve kitle kavramlarını çözümlememize katkıda bulunacak tanımlar yapmıştır. Le Bon

(1895) rasgele bireyler topluluğu anlamına gelen kitle terimini psikolojik anlamda tanımlayarak temellendirmiştir. Ona göre belirli bir bireyler topluluğunun kitleler haline gelebilmesi için, bireylerin tek tek karakterlerinin değişmesi, bilinçli kişiliğin silinmesi, kolektif ruhun oluşması ve topluluğun, bir tek varlık haline gelmesi gerekir (Bkz. Turner, 1987; Brown, 1988; Hogg, 1992).

Le Bon'a göre (1895) "bazı belli hallerde ve yalnız bu hallerde bir insan topluluğu onu oluşturan ayrı ayrı fertlerin sahip olduğu özelliklerden çok farklı, yeni özelliklere sahip olur. Şuurlu şahsiyet ortadan silinir, bütün bu fertlerin fikirleri ve hisleri tek bir yöne çevrilir. Geçici, fakat pek açık özellikler gösteren, kolektif bir zihniyet meydana gelir" (Le Bon, 1976, syf. 32).

Le Bon'un yaklaşımına göre kişiler kimlikleri her ne olursa olsun, kitleye girdiklerinde bir tür kolektif ruhun etkisinde kalırlar ve bunun etkisiyle değişirler. Bu değişme olgusu bilinçaltı olaylara, zihinsel bulaşma ve kitle durumunda bulunma gibi nedenlere bağlanır. Le Bon kitle hareketi içinde bulunan bireyin kendi davranışlarıyla ilgili sorumluluk taşımadıklarına inanmaktadır.

Toplum ve bireyi birbirleriyle etkileşim içinde görebildiğimiz sürece daha iyi anlama ve tanıma olanağına sahip olabiliriz görüşünü savunan McDougall (1921) grubun, kendisini oluşturan bireylerin toplamından daha farklı olduğunu belirtmiştir. Ona göre grup yaşamı birey yaşamından farklı olarak kendi yasaları ve kuralları içinde gerçekleşmektedir. Grup bilinci (group mind) kavramı ile grubun bir çeşit ortak düşünce ve kolektif ruh durumu içinde olduğunu ve bu anlamda ortaya çıkan kolektif bilincin grubu oluşturan bireylerin tek tek sahip olduğu bilinçten çok farklı olduğunu belirtmiştir (Bkz. Hogg, 1992).

Kolektif bilinçle ilgili düşünceleri incelendiğinde McDougall ve Le Bon'un yaklaşımlarının birbirine benzer nitelikler taşıdığı görülmektedir, ikisi de grup yaşamının bireyi, bireysel davranış özelliklerinden uzaklaştırdığı görüşünde birleşmektedirler.

McDougall organize olmuş kitlelerle organize olmamış kitleler arasında ayırım yaparak bunlar arasında farklılık ve benzerlikleri ortaya koymaya çalışmıştır. Organize olmamış bir kalabalık grup bilincine sahip değildir. Bir grup bilincinin oluşması bir takım faktörleri gerektirir. Bunların en önemlileri şunlardır;

1. üyelerin ve/veya özel rollerin sürekliliği
2. geleneklerin ve alışkanlıkların oluşması
3. grubun fonksiyonlarının farklılaşmasına ve özelleşmesine göre organize olması, ve de en önemlisi,
4. grup bilincinin farkında olan üyelerin, grup hakkında grubun neyi temsil ettiği, nasıl işlediği ve nasıl yapılandığına ilişkin fikir sahibi olmalarıdır (Bkz. Turner, 1987; Hogg, 1992).

Grupları grup bilinci açısından farklılaştıran McDougall gruplar arası davranış arasında nitelik değil sadece nicelik farkı vardır. Grubun üyelerinin toplamından fazla bir şey ifade etmemesi sosyal psikologları kişiler arası davranışları anlamaya yönelik çalışmalara itmiştir.

Gruplar arası ilişkilerin genellikle sosyal normlar tarafından belirlendiği görüşü bir grubun üyelerinin toplamından daha fazla bir şey ifade ettiği düşüncesini gündeme getirmiştir. Sherif, Asch ve Lewin'in grup yaklaşımları 1940'lı ve 1950'li yıllarda sosyal psikolojinin temel konuları arasında yer almıştır. Kognitif sosyal psikologlar Sherif, Asch ve Lewin grupta psikolojik ve sosyal süreçler arası bir etkileşim olduğunu belirterek bireyin grup ortamında psikolojik olarak değişim gösterdiğini vurgulamışlardır (Turner, 1987).

Gestalt psikolojisinin etkileri görülen Sherif (1969) grup yaklaşımında birey-grup ilişkisi parça-bütün ilişkisi olarak ele alınmıştır. Sherif'e göre grup üyelerinin birbirleriyle

ilişkileri bir bütün oluşturmak üzere algısal olarak yapılandırılır, böylelikle her üye diğerini etkiler ve herhangi bir üyenin özelliği de bu sistemin içerisindeki üyeliğiyle belirlenir. Bu nedenle üyeler kendilerini birey olarak değil o grup içerisinde özellikleri değiştirilen sosyal bir sistemin üyeleri olarak algırlarlar (Bkz. Turner, 1987). Bu anlamda Sherif'in görüşlerini değerlendirecek olursak kişinin davranışını sosyal bir bütünün parçası olarak algulamalıyız. Dolayısıyla bu bütünün içinde yer alan kişinin davranışlarını anlayabilmek için onun diğer grup üyeleri ile olan ilişkisine bakmamız gerekmektedir. Sherif (1964) grup durumunun kendine özgü özelliklerinin ve özel niteliklerinin psikolojik değerinin inkar edilmesinin psikolojinin yerleşik ve temel gerçeklerini görmezliğe gelmek anlamı taşıyacağını söylemiştir (Bkz. Sherif, 1985).

Sherif'e göre (1956) grup, birbirleriyle az çok belirli statü ve rol ilişkileri içinde bulunan kişilerden oluşan ve en azından grubu ilgilendiren önemli meselelerde üyelerin davranışını düzenleyen kendine ait bir dizi değer ve normu olan sosyal bir birimdir. Kesin biçimini alan bir grup yapısı üyeler açısından bir iç grup olarak nitelendirilebilir. İç grup başka gruplardan (dış gruplardan) kesin sınırlarla ayrılır. Gruptan olmayan kişiler yabancı olarak görülürler (Sherif ve Sherif, 1996). Grup süreci ile ilgili görüşleri nedeniyle Sherif grup olgusunda gruplar arası yaklaşımın kurucusu olarak nitelendirilebilir.

Asch'e göre (1952) grup ve birey ilişkisini açıklayabilmek için öncelikle grubun işleyişini anlamamız gerekir. Ona göre birey tek başına bir birim değildir, sosyal bir bireydir yani sosyal düzen içinde yer alan bir kişidir. Asch, bireyi anlamak için onu kendi grup ortamında incelememiz gerektiğini, grubu anlamak içinse grubu oluşturan kişilerin karşılıklı ilişkilerine bakmamız gerektiğini vurgulamıştır (Bkz. Turner, 1987).

Kişinin davranışını, kendisi ile çevresi arasındaki karşılıklı bir etkileşimin sonucu olarak ele alan Lewin (1952) bu davranışın kişinin yaşam alanında (life space) psikolojik olarak temsil edildiğini belirtmiştir. Yaşam alanı, kişinin herhangi bir andaki psikolojik yaşantıları olup kişiyi ve etkileşimde olduğu çevreyi kapsar. Lewin, yaşam alanının kişinin üyesi olduğu çeşitli sosyal sistemleri kapsadığını ve dolayısıyla davranışın sosyal ve

psikolojik olarak grup üyeliği ile belirlendiğini ve değiştirildiğini ileri sürer. Lewin'e göre bireysel davranışı ancak bireyin sosyal bir sistemin üyesi olduğunu ve davranışlarının da bu sistemin dinamik özellikleri ile düzenlendiğini gözönüne alarak anlayabiliriz. Lewin'e göre grup dinamik bir sistemi meydana getirmede birbirine bağımlı bireyler topluluğudur. Grup içerisinde farklı işlevlere sahip çeşitli üyelerin bir beraberlik içinde düzenlenişleri de onun tipik bir özelliğidir (Bkz. Turner, 1987). Lewin 1940'ın başlarında bireyin yaşam alanı ile ilgili ortaya koyduğu görüşlerini bir kuram haline getirememiştir, ancak görüşleri bir çok bilim adamı için önemli bir bilgi kaynağı olmuştur (Bkz. Hogg, 1992).

Grup kavramı ve grup olma konusu ile ilgilenen Moscovici'ye göre (1976) grup olma ve ya grup haline gelme grup üyeleri arasında ortak anlaşma ve uzlaşmaya dayalı paylaşım ile gerçekleşmektedir. O günlük iletişim sırasında bu paylaşımın bilinmeyen her şeyi bilinen hale getirdiğini ve grubun ortak bir dil ve kültür kazandığını ifade eder. Moscovici'nin yaklaşımında grup ve uzlaşmaya dayalı grup sürecinin nasıl olduğuna ilişkin bir tanımlama yer almamaktadır ve yaklaşımının belirsiz ve karmaşık olması Potter ve Litton (1985) tarafından eleştirilmiştir.

Grup ve grup süreci çalışmalarının sosyal psikolojide uzun bir geçmişe sahip olması grupların insan yaşamındaki önemini göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Bireyin grupla ilişkisi sosyal psikolojinin temel konularından biridir. Ancak kolektif kimlik çalışmalarında grup kavramı bunlardan farklıdır ve küçük gruplardan ziyade belirli bir özelliğe göre tanımlanmış büyük insan topluluklarını ya da kategorilerini ifade etmektedir. Sosyal kimlik kuramı bir grubu kendilerini aynı kategorinin üyeleri olarak algılayan, kendilerine ait bu ortak tanımda duygusal anlamda bir bağlılıkları olan, grupları ve grup üyeliklerinin değerlendirmesi hakkında bir ölçüde sosyal bir söz birliğine ulaşan bireyler topluluğu olarak tanımlamıştır (Tajfel ve Turner, 1979). Benzer bir şekilde grup kavramını sosyal kimlikle ilişkilendirerek tanımlayan Arkonaç (1993) grubu kendilerini aynı grubun üyeleri olarak algılayan, dolayısıyla grup içerisinde diğerleri ile aynı psikolojik anlamı ve önemi paylaşan, bu grup üyeliğinin özellik ve değerleri hakkında sosyal bir anlaşmayı bir ölçüde sağlayan bireyler topluluğu olarak ifade etmiştir.

Tajfel ve Turner grup davranışının kognitif bir nitelik taşıyan sosyal kategorizasyon süreci sonucunda oluştuğunu ileri sürmüşlerdir. Tajfel ve arkadaşlarının yaptığı araştırmalar sonucunda bireyleri iç grup (ingroup) ve dış grup (outgroup) şeklinde kategorilere ayırmanın grup davranışına yol açtığı bulunmuştur (Tajfel ve ark., 1971; Tajfel, 1978b; Brewer, 1979; Turner, 1987; Brown, 1988; Messick ve Mackie, 1989).

Tajfel ve Turner grup üyeliğini bilişsel açıdan yeniden tanımlamışlardır. Sosyal kimlik kuramı bireyler arası süreç ve grup süreci arasında farklılık olduğu anlayışına dayanmaktadır ve bu kurama göre grup davranışı kendine özgü özellikleriyle bireyler arası davranıştan farklılık göstermektedir. Grubun kendine özgü özellikleri arasında kendi grubunun en iyi olduğuna inanma, grup içi önyargı ve taraftarlık, dış gruplarla rekabet ve ayırdedicilik, stereotipik davranışlar ve grup içi bağlılık gibi özellikler yer almaktadır. Sosyal kimlik kavramı bireyin çeşitli sosyal ortamlardaki davranışlarını açıklayabilen bir kavramdır. Grup üyeliği algısal veya kognitif bir niteliktedir ve sosyal kategorizasyon süreci ile grup davranışı ortaya çıkmaktadır (Turner, 1978; 1982; 1984; 1987; Hogg, 1992). Turner'a göre (1982) benlik kavramının işleyişindeki değişikliklerle bireyler arası davranıştan gruplar arası davranışa geçiş gerçekleşmektedir. Ona göre benlik kavramı bireylerin sosyal ortamda kendilerini görme gözleme esasına dayanır. Benlik kavramı bireysel ve sosyal kimliği kapsayıcı niteliktedir. İçinde bulunulan ortamın özelliklerine göre bireysel veya sosyal kimlik önplana çıkmaktadır.

Yukarıda grup-birey ilişkisi bağlamında sosyal gruplarla ilgili bazı önemli yaklaşımlar kısaca özetlenmiştir. Yaşamımız çeşitli sosyal gruplara aidiyetlerimiz temelinde şekillenmektedir. Bu noktada çeşitli araştırma konularıyla birlikte ele alınan grup olgusunun sosyal kimlik kavramıyla ilişkilendirilmesi bu araştırmanın konusu açısından önemli görülmüştür. Sosyal gruplara aidiyet ve veya üyelik sosyal kimliğimizi belirlemektedir, ve bu üyeliklerin bizim yani kimliğimiz üzerinde çeşitli etkileri söz konusudur. Tajfel ve Turner'ın görüşleri sosyal kimlik kuramının yer aldığı kısımda daha ayrıntılı bir biçimde sunulacaktır.

I.1.2 Sosyal Kimliğin Kavramsallaştırılması

Psikoloji literatüründe benlik (self), ego ve kimlik kavramları zaman zaman birbirinin yerine geçebilecek bir şekilde kullanılmıştır. Psikolojinin farklı disiplinlerinde çeşitli araştırmacılar bu kavramların farklılıklarını vurgulamışlardır (Sarbin ve Scheibe, 1983; Lapsley ve Power, 1988).

Sosyal kimlik kavramının içeriğinin anlaşılabilmesi için benlik ve kimlik kavramlarının nasıl tanımlandığının bilinmesi gerekir. Benlik kavramıyla ilgili literatürde benliğin tanımlanmasının oldukça güç olduğu görülmektedir (Bkz. Gabay, 1996). Psikolojide yapılan benlik tanımlarını incelediğimizde benlik kavramını (self concept) kişinin kendisi hakkında sahip olduğu düşünceleri ve algılamaları içeren, sosyo-affektif bir değer attettiği kendine yönelik tanımlamalardır şeklinde ifade edebiliriz.

Gelişim psikolojisi çerçevesinde benlik ve kimlik kavramlarının birbirlerinden farklılıklarını açıklamaya çalışan Kohut (1991) benliğin, çocuğun erken benlik objeleriyle ilişki içindeyken kurduğu ve kişiliğin özünü oluşturan derin bir psikolojik kavram olduğunu kimliğin ise, ileri ergenlik ve erken yetişkinlikte oluşan ve bireyin o zamana kadar gelişmiş olan benliği ile sosyo-kültürel konumu arasındaki kesişime işaret ettiğini söylemektedir.

Psikolojide kimlik olgusu çeşitli yaklaşımlarla ele alınmıştır. Genel olarak literatürde bireysel özelliklere önem veren yaklaşımlar kimlik olgusunu “kişisel kimlik”, sosyal özelliklere önem veren yaklaşımlar ise “sosyal kimlik” terimi ile ifade etmişlerdir.

Benlik ve kimlik kavramlarına yönelik ilk tanımı William James (1890) yapmıştır. Bu tanıma göre benlik hem özne-ben (I) hem de nesne-ben (me) durumundadır, bir başka deyişle benlik yaşantıları, düşünceleri olan, bilgi yapılandırıcı, aktif olarak düşünen, kendini betimleyebilen ve değerlendirebilen bir organizma olarak özne ve üzerinde düşünülen, betimlenen, değerlendirilen, diğerlerinin ve kendisinin kendi hakkındaki betimlemelerinden etkilenen bir özellikler topluluğu yani nesnedir (Bkz. Harter, 1988).

Cooley (1902) ve Mead (1934) benliğin sosyal etkileşimlerle geliştiğini ve yaşam boyu değiştiğini ifade ederek benliğin nesne boyutunu vurgulamışlardır. Cooley insanın kendisi hakkındaki görüşlerinin, diğer kişilerin ona verdikleri tepkilerin bir yansımasıdır diyerek bunu “ayna benlik” (looking-glass self) olarak tanımlar (Bkz. Lindesmith ve Strauss, 1968). Mead (1934) benliği diğer bireysel öğelere (ego ve ben) göre tanımlar ve konumlar. Benlik, bireyin sosyal bağlamın normları ve değerlerinden etkilenen yanı, ego ve ben arası diyalektik bir ilişkinin sentezidir. Ego, kendisi için bir obje olarak bireydir. Bu anlamda her birey kendini, kendisinin özdeşleştiği “genelleştirilmiş diğeri” (generalized other) gözüyle temsil eder. Ben, bireyin kendisi hakkındaki duygusuna tekabül eden ego öznedir. Ben ve egonun etkileşiminden ve sosyal gerçeğe referansla “benlik” doğar. Mead “genelleştirilmiş diğeri” kavramı ile kişi için önem taşıyan şeyin diğer insanların, o kişinin benliğine ilişkin yaptıkları yargılar olduğunu söylemiştir.

Mead (1934) insanın sahip olduğu sembolik iletişim kapasitesi ve eğilimini, evrimsel sürecin bir parçası olarak görür. Ona göre benliğin gelişimi, bireyin kendisi için bir obje olma kapasitesine bağlıdır ve bu gelişme dil yeteneği sayesinde gerçekleşir. Birey, diğeri rolünü alabildiği ölçüde, kendine, diğeri açısından cevap vermeye ve dolayısıyla, kendisi için bir obje olmaya doğru gider. Mead’ın kuramında, benlik, doğumda varolan bir veri değil, kişinin sonradan ulaştığı bir kavramdır. Başlangıçta varolan şey, geliştirilebilir bir sinirsel yapıdan başka bir şey değildir. Bu yapı, sosyal çevre ile gelişmektedir. İnsanın benlik algısı, diğerlerinin bizi algılayışı tarafından belirlenmekte ve diğerlerinin bizi algılayışına ilişkin algımız, kendi benlik algımıza bağlı olarak şekillenmektedir.

Fischer’e (1987) göre sosyal psikolojide kimlik kavramı bireyde psikolojik ve sosyal olanın eklemlenmesini gösteren sentez bir düşüncedir. L’Ecuyer (1986) ise benliğin, bireyin kendi kendisini algılayış tarzı, egonun kişiliğin gerçekliğe dönük, uyumsuz, aktif ve bilişsel işlevlerini içeren kavramlar olduğunu vurgulamıştır. Benlik, kimliği nitelirmede en çok kullanılan kavram olarak bireyin kendisinin saydığı ve sosyo-afektif bir değer yüklediği özellikler bütünü şeklinde tanımlanabilir. Fischer (1987)

benliği, bireyin kim olduğunu tanımlama biçimi, sosyal aidiyeti ise bireyin kim olduğunu değerlendirmesini sağlayan gruplara referansta bulunma biçimi olarak tanımlamıştır (Bkz. Bilgin, 1994).

Sosyal psikolojide kimlik genellikle, kişiliğe bağlı psikolojik yanlar ile sosyal rol değişkenleri arasında bütünleştirici bir şekilde ele alınmaktadır. Zavalloni (1984) sosyal kimliği bireyin kendisi ve ait olduğu gruplar hakkındaki temsillerinin organizasyonu olarak tanımlar ve birey toplum ilişkisinde yaşanan temsillerin önemini vurgular. Grup ve birey arasındaki özdeş psikolojik yapı benliğe atfedilen özellikler temelinde bir iç grubun kodlanması olarak görülebilir. Zavalloni'ye göre (1975) iç grup ve dış grup temsillerini benlik temsilleri olarak dinamik bir yapı şeklinde ele alabiliriz.

Kimliğin kişisel yönleri, yetenekler, inançlar, duygular ve hedefler gibi sadece bireye ait olan ve kişinin kendini tanımlamasına ilişkin özelliklerin bileşenleridir. Ayrıca kimliğin, kişinin rolüne ve diğerleriyle ilişkilerine yansıtılan sosyal öğeleri de vardır. Bütün bireylerin kimlikleri hem kişisel hem de sosyal öğeler içerse de netice itibariyle insanlar bu öğelere atfettikleri önem bakımından farklılıklar gösterirler (Leary, Wheeler ve Jankins, 1986).

Bir bireyin veya bir grubun kimliği onun bir başkasından farklı olduğu ve diğerlerine indirgenemeyeceği yönündeki bilincidir. Sosyal kimlik bireyin çeşitli sosyal gruplara ilişkin bilgi, değerlendirme ve bilişlerini içine alan bir kavramdır (Tajfel, 1972). Tajfel'e göre (1978a) sosyal kimlik bireyin sosyal bir gruba veya gruplara aidiyeti temelinde bu aidiyetlerin taşıdığı değer ve duygusal anlamından çıkarılan benlik kavramının bir bölümüdür.

Tajfel (1978a) her kişinin benlik imajının en azından iki önemli parçayı kapsadığını ifade etmiştir. Bunlar kişisel kimlik ve sosyal kimliktir. Turner'da (1984) benlik (self) kavramının bireysel ve sosyal kimlik olmak üzere iki büyük alt bölümden oluştuğunu vurgulamıştır. Benlik tanımlamaları cinsiyet, milliyet, meslek, din, vb. resmi ve resmi olmayan grup üyelikleri ile ilişkilidir. Bireysel kimlik bireyin kişilik özelliklerini, diğer

bireysel farklılıklarını, bedensel özelliklerini vb. daha çok kişisel doğasındaki benlik tanımlamalarını içermektedir. Sosyal kimlik ise bir kişinin çeşitli sosyal kategorizasyonlardaki sosyal özdeşleşmelerinin toplamı olarak tanımlanabilir. Turner'a göre (1982) ortamın özelliklerine göre bireysel veya sosyal kimlikler önplana çıkmaktadır. Benliği, bireysel ve sosyal kimlikler açıklamaktadır. Benlik kavramı ortamdaki ortama taşınan çok yönlü ve sürekli bir sistem olarak değerlendirilebilir. Bu kişinin girdiği ortamın özelliklerine göre kendisini bazı durumlarda bireysel kimlik bazı durumlarda ise ilgili grup üyeliklerinin nitelikleriyle yani sosyal kimliğiyle algıladığı anlamına gelmektedir.

Yukarıda özetlenen benlik ve kimlik kavramlarına ilişkin ayırım sosyal kimliğin kavramsallaştırılması için bir temel sağlamaktadır. Bu çalışmada sosyal kimlik, çeşitli grup ve kategorilere aidiyetin veya üyeliğin bireyi ne ölçüde tanımladığını gösteren bir kavram olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede sosyal kimlik, çeşitli gruplara aidiyetin önem derecelerini de kapsar niteliktedir. Bu çalışmada temel alınan kuramsal yaklaşım sosyal kimlik kuramıdır. Aşağıda sunulan yaklaşım ve bu yaklaşımla ilgili çalışmalardan elde edilen bulgular ilişkilendirilerek sosyal kimlik kavramı değerlendirilecektir.

I.1.3 Sosyal Kimlik Kuramı

Sosyal kimliği kişinin kim olduğuna ilişkin kavram ve tanımları ve ait olduğu gruplara ilişkin değerlendirmeleri şeklinde tanımlayabiliriz. Çalışmamızda sosyal kimlik olgusu Tajfel ve Turner'ın sosyal kimlik kuramı çerçevesinde ele alınmıştır. Dolayısıyla bu kuramsal yaklaşım ve ilgili araştırma bulgularına daha ayrıntılı bir yer verilmiştir. Bazı literatürlerde self-kategorizasyon kuramı olarak adı geçen diğer bir kuram sosyal kimlik kuramındaki sosyal kimlik kavramının geliştirilmesiyle oluşturulmuş bir kuramdır (Turner, 1985; Turner, 1987; Hogg ve Abrams, 1990; Turner ve Oakes, 1986), bu nedenle bu çalışma da söz konusu kuram ayrı bir başlık altında ele alınmamıştır.

Sosyal psikolojide sosyal kimlik kuramının gruplar arası davranışla bağlantılı olarak stereotipler, grup süreçleri, kolektif davranış, konformite ve sosyal etki, grup

polarizasyonu gibi alanlara uygulandığı görülmektedir (Tajfel, 1981; Tajfel, 1982; Turner, 1987). Bu araştırmada sosyal kimlik ve yaşam stilleri ilişkisi söz konusudur. Sosyal kimlik kuramı açıklanırken ve bu bağlamda yapılan deneysel çalışmalarda sıkça adı geçen operasyonel terimler olarak grup içi taraftarlık (ingroup favouritism) veya iç grubu dış gruptan ayırdetme (discrimination) terimleri sosyal ortamda kişinin kendi grubunu diğer gruplardan ayırdetmesi ve bunu yaparken kendi grubunun (iç grup) olumlu özelliklerini önplana çıkarması anlamındadır. Tajfel'e göre (1971) sosyal kimlik sosyal bir grubun üyesi olan kişinin, değer ve duygusal önem verdiği üyeliğiyle bu bilgidan çıkarılan bireyin benliğinin bir bölümü anlamı taşımaktadır.

Tajfel (1978a; 1978b) ve Tajfel ve Turner (1979; 1986) bir grubu kendilerini aynı kategorinin üyeleri olarak algılayan kendilerine ait bu ortak tanımda duygusal bir bağlılığı taşıyan, gruplarının ve grup üyeliklerinin bir değerlendirmesi hakkında bir ölçüde sosyal bir söz birliğine varan bireyler topluluğu olarak kavramsallaştırmışlardır. Sosyal bir grubun bu yeni tanımını kognitif, değerlendirici ve duygusal öğeleri kapsar niteliktedir. Sosyal kimlik kuramı bireylerin diğerleriyle olan etkileşimlerinde pozitif sosyal kimlikler araması varsayımından hareket eder. Bireyler kendi grup veya gruplarını diğer gruplarla karşılaştırırlar ve bu grupların üyeleriyle olan etkileşimlerinde pozitif olarak değerlendirilen boyutlarda kendi grubu için lehte farklılıklar yaratma çabası gösterirler (Tajfel, 1972; Tajfel ve Turner, 1978).

Tajfel'in sosyal kimlik kuramı bireyler arası süreç ve grup süreci arasında farklılık olduğu anlayışından hareket eder. Sosyal kimlik kuramına göre bireyin ait olduğu sosyal kategoriler (milliyet, din, politik görüş, vb.) birey için referans çerçevesi oluşturur ve sosyal kimliğin önemli bir unsurudur (Tajfel, 1981). Bireyin ait olduğu sosyal kategoriler bireyi diğerlerinden ayırır ve ona farklı bir kimlik kazandırır. Bireyin sosyal kimliği onun toplum içinde pozisyonunu belirler. Bireyin kendisini nasıl tanımladığı ve nasıl olması gerektiğine ilişkin görüşleri onun çeşitli sosyal kategorilere üye olma bilgisi ile ilgilidir. Kategori üyelikleri, bireylere, sosyal kimlikler sunar. Sosyal kimlikler bireylerin

kendilerini ve kendi gruplarını diğerleri ve diğer gruplarla karşılaştırmalar yaparak değerlendirmelerini sağlar (Tajfel, 1978b; Hogg, 1992).

Görülüyor ki sosyal bağlamda bir bireyin kendini tanımlaması ile ilgili problemler sosyal kimlikle ilgili olarak ele alınabilir. Çeşitli topluluklarda bireyin kendisine ait bir imaj yaratma veya kendisini tanımlama çabası içinde olduğunu görürüz. Bu Festinger'in (1954) sosyal karşılaştırmaya ait yaklaşımına tekabül etmektedir. Festinger yalnızca bireyler arasında, bireyin kendisi ve diğerleri ve ayrıca bunların karşılaştırmalarından elde edilen değerlerle ilgilenmiştir Tajfel'e göre bu tanımlamada bireyin birçok sosyal grubun bir üyesi olduğu durumlarda bu üyeliğin bireyin kendi imajının oluşmasına olumlu veya olumsuz katkıda bulunduğu gözardı edilmiştir (Bkz. Tajfel, 1978b).

İnsanlar niçin kendilerini bir gruba veya bir başka gruba ait tanımlamaktadırlar? İnsanlar niçin kendi grup üyelerine karşı olumlu diğer grup üyelerine karşı olumsuz tepkilerde bulunurlar? Sosyal kimlik kuramı bu sorulara sosyal kategorizasyon, sosyal kimlik ve sosyal karşılaştırma süreçleri ile cevap aramaktadır. Bu noktada öncelikle Tajfel'in (1978b) sosyal kimlik yaklaşımı ile ilgili olarak ortaya çıkan sosyal kategorizasyon (social categorization), sosyal karşılaştırma (social comparison) ve daha sonra bunlarla ilişkili olarak göreceli yoksunluk (relative deprivation) kavramlarının ne anlama geldiğini açıklamamız uygun olacaktır.

I.1.4 Sosyal Kategorizasyon ve Sosyal Kimlik

Bireyler sosyal dünyalarını kategorileştirerek algılama ve değerlendirme eğilimindedirler. Kategorizasyon süreci ile çevrenin algısal olarak yapılandırılışı belli genel kognitif kurallara göre, her bir kategori içerisinde algılanan benzerliklerin ve kategoriler arasında algılanan farklılıkların vurgulanması yoluyla gerçekleşmektedir (Doise, 1978; Doise ve ark., 1978; Tajfel, 1978). Tajfel (1978b) kategorizasyonun iki temel işlevinden söz etmektedir. Bunlardan birincisi sosyal kategorizasyon sosyal çevrenin nedensel olarak anlaşılması için yardımcı olan ve hareketler için yol gösteren bir

süreçtir. İkincisi, sosyal kategorizasyon belirli bir toplumda bireyin özel bir yer oluşturmasında ve kendini tanımlamasında rol oynayan bir süreçtir.

Sosyal kategorizasyon süreci kognitif bir süreçtir. Sosyal kimlik kuramına göre insanlar sosyal çevrelerini düzenlemek ve sosyal dünyada kendilerinin yerini belirlemek kendilerini tanımlamak için kategorizasyon sürecini kullanırlar. Sosyal kategorizasyon süreci insanların toplum içinde nerede yer aldıklarını ve kim olduklarını anlamalarına yardım eder (Tajfel, 1981).

Bu bilgilerden hareketle sosyal kategorizasyon, sosyal çevrenin düzenlenmesinde insanların birey olarak bir anlamları olması gereğini gruplaşmayla ilgili anlatır. Kategorizasyon süreci, sosyal çevrenin nedensel olarak anlaşılması için yardım eder ve hareketler için bir rehberdir. Sosyal kategorizasyon, sosyal objeleri veya olayları grup içinde biraraya getiren bir süreçtir. Bu süreç bireyin hareketlerini, niyetlerini ve inanç sistemlerini karşılayacak şekildedir (Tajfel, 1978b).

Sosyal olarak elde edilmiş değer farklılıkları ile kognitif kategorizasyon mekanikleri arasındaki etkileşim sonucu ortaya çıkan biz veya onlar arasındaki sosyal ayrımlar önemlidir. Bu bütün sosyal kategorizasyonlarda bireyin kendi grubu ve bu gruba karşılaştırılan dış gruplar arasında kesin ayrımlara yol açmıştır. Tajfel bireyin kendi grubu ve diğer grupla arasındaki genel sistem ayrımları içindeki bu değerlerin tanımını grup üyeliğinin sonuçlarıyla elde edilen “sosyal kimlik” olarak tanımlamaktadır. Sosyal kimlik, bireyin kendisinin bir sosyal grubun veya grupların üyesi olma bilgisiyle birlikte bu üyeliğe bağlı değer ve duygusal anlamla elde edilmiş içeriğinin bir bölümü olarak anlaşılmalıdır. Bir bireyin kendi imajı veya içeriği burada tanımlanan ve çerçeveslendirilen sosyal kimlikten daha komplekstir (Tajfel, 1978b).

Bireyin içinde yer aldığı grup ile karşılaştırdığı dış gruplar arasında yaptığı sosyal ayrımlar önemlidir. Tajfel ve arkadaşları (1971) sosyal katagorizasyon sürecinin gruplar arası ayırdedicilik ve grup içi tarafgirlik için yeterli olduğunu belirtmişlerdir. Çeşitli gruplara üye birey için üyeliklerin bazıları daha belirgindir, bazıları ise zaman ve sosyal

durumun değişik fonksiyonları olarak değişmektedir. Bu üyeliklerin gruplar arası ilişkilerde bir bireyin davranışına sübjektif önemi ve etkisi vardır. Bu bize “benlik” veya diğer ilişkilerdeki sosyal davranışlar hakkında açıklama sağlamaktadır. Sosyal kimlik benliği sosyal davranışın belli bir görünümü olarak kısaca tanımlar (Tajfel, 1978b). Sosyal kimlik kuramına göre birey için çeşitli grup aidiyetlerinin önem derecesi zaman ve sosyal duruma göre değişmektedir. Yani bazı zaman ve sosyal durumlarda önemli olan bir grup aidiyeti bir başka zaman ve sosyal durumda önemli olmayabilir.

Tajfel (1978a) grup üyeliğine bağlı olarak bazı sonuçların çıkartılabileceğini řu şekilde anlatmıştır;

a) Bireyin bir grubun üyesi olarak kalmaya eğilimli olduğu varsayılır. Birey kendi sosyal kimliğinin olumlu yanlarını ortaya koyacak yeni grupların üyeliğini arayacaktır.

b) Grup bu istekleri karşılayamazsa birey bu grubu terk etme eğilimindedir,

i. ancak grubu terk etmek bazı objektif nedenlerden dolayı imkansız olabilir veya

ii. kendinin kabul edilebilir imajının bir parçası olan önemli değerlerle çatışabilir.

c) Eğer grubu terk etmek bu belirtilen zorlukları ortaya çıkarıyorsa en azından iki çözüm yolu olasıdır:

i. kişi ya grubu hakkındaki yorumunu değiştirecek (ki bu istenmeyen bir durum olarak nitelendirilebilir) ya bunu haklı çıkaracak durumu kabullenecek veya kabul edilebilir yeni bir yorum yapacaktır.

ii. veya durumun ne olduğunu kabul edecek ve arzu edilebilir değişiklikleri yapmak için sosyal hareketlere katılacaktır. i. ve ii. nin değişik kombinasyonları olabilir, örneğin, negatif atıflar ortaya çıktıkları zaman bunları değiştirmek için gerekli sosyal hareketlere girilir.

d) Hiçbir grup yalnız yaşamaz, her grup toplumda diğer grupların arasında yaşar. Diğer bir deyişle sosyal kimliğin pozitif görünümü atıfların yeniden yorumu ve sosyal harekete katılma sadece diğer gruplarla ilişkide olma ve karşılaştırmalar yapma anlamındadır.

Sosyal kimlik kuramına göre bireyler öz-saygılarını korumak veya yükseltmek isterler ve olumlu bir benlik imajı elde etmeye çalışırlar. Sosyal gruplara veya kategorilere aidiyet olumlu veya olumsuz anlamlar taşır ve bu şekilde değerlendirilir. Söz konusu değerlendirmeler grup içinde ve gruplar arası ortamda geçerlidir. Bireylerin sosyal kimlikleri bu değerlendirmelerle olumlu veya olumsuz nitelik taşır. Birey kendi grubunu, diğer gruplarla sosyal karşılaştırma temelinde değerlendirir. Bireyler kendi aidiyet gruplarını dış gruplardan pozitif olarak algılama eğilimindedirler. Ayrıca bireyin kendini ve diğerlerini kategorilere yerleştirme işlemi stereotipik algıların oluşmasına neden olur. Böylelikle bireyler belli bir kategorideki her üyenin aynı özellikleri taşıdığını ve bu nedenle diğer sosyal kategorilerden farklı olduklarını düşünürler (Tajfel, 1981; Turner, 1987)

Sosyal kimlik yaklaşımına göre psikolojik grup üyeliği algısal veya kognitif bir temele dayanır ve grup davranışı sosyal kategorizasyon sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Kendini bir kategoriye dahil etme aynı kategoridekilerle özdeşleşmenin dışında ayrıca o kategoriye ait olduğu düşünülen davranışları da beraberinde getirir. Böylelikle sosyal kategorizasyon bireylerin grupları ve grup davranışlarını oluşturmalarına neden olmaktadır (Hogg ve Abrams, 1990).

Sosyal kategorizasyon süreci ve sosyal kimlik ilişkisini özetleyecek olursak sosyal çevre sınırlı sayıda kategoriler halinde yapılandırıldığında birey bu kategorilerden birinin üyesi olma durumundadır. Sosyal kategorizasyon süreci sosyal çevreyi yapılandığı gibi bireyin hangi kategoriye ait olduğunu ve hangisine ait olmadığını da belirler. Her bir bireyin sosyal çevredeki yerini yaratmaya ve tanımlamaya yardımcı olur. Böylelikle kişinin benlik imajına katkıda bulunur. Kişi kendini belli bir gruba ait algıladığında o

grubun taşıdığı özellikleri kendini tanımlarken de kullanacaktır ve bunlar onun sosyal kimliğinin temelini oluşturmaktadır.

I.1.4.1 Sosyal Kimlik ve Sosyal Karşılaştırma

Psikolojide sosyal karşılaştırma kuramının temelinde bireyler görüş ve yeteneklerini diğer insanların görüş ve yetenekleriyle karşılaştırarak yaparlar ve bu karşılaştırmaları yapmak için benzer olan diğerlerini seçerler varsayımı bulunmaktadır (Goethals ve Darley, 1987).

Leon Festinger'in sosyal karşılaştırma süreçlerine ilişkin geliştirdiği kuramdan günümüze sosyal karşılaştırma kuramı çeşitli açılardan gelişmiştir. Tajfel, Festinger'in (1954) kuramını, sosyal karşılaştırmaların sadece objektif fiziksel araçların uygun olmadığı zamanlarda yapılmasını eleştirir. Ona göre objektiflik ölçütü, fenomenin sosyal veya sosyal olmamasına dayanan sınıflandırma üstüne temellendirilemez. Bir olgunun fiziksel, doğal veya sosyal olmasından bağımsız olarak fenomenin doğasına ilişkin çok yüksek bir sosyal konsensüs olabilir. Kuşkusuz kesinliğe, test etme sürecinde sosyal araçları kullanmaktansa fiziksel araçlar kullanıldığı zaman daha kolay ulaşılabilir. Fakat bu neyin objektif gerçeklik olarak görülüp görülmediği arasında teorik bir ayrım değildir (Bkz. Tajfel, 1978b).

Sosyal karşılaştırma bireyin görüş ve yeteneklerini, diğer insanların ifade ettiği görüşleri ve ortaya koyduğu yetenekleriyle karşılaştırarak değerlendirdiği "kişiler arası" bir süreçtir. Bu anlamda sosyal karşılaştırma bir grup süreci değildir, kuram birey üzerine yoğunlaşmıştır. Sosyal karşılaştırma süreçleri kuramı bireysel düzeyde gerçekleşir ancak tarihsel arkaplamı nedeniyle grup süreçleri içinde ele alınması mümkündür. Festinger'in 1954 orijinal makalesinde sosyal karşılaştırma kuramının temel kavramları özetlenmektedir (Goethals ve Darley, 1987).

Bir bireyin sosyal kimliği onun bilgisi olarak vardır. Bu bilgi, onun kendi grubu ve diğerlerinin oluşturduğu sosyal çevresinde yaptığı sosyal karşılaştırmaların sonuçlarından elde ettiği bilgiler ve kendi grup üyeliğinin bazı duygusal ve değerlerle oluşan bilgilerin toplamıdır (Tajfel, 1978a; Tajfel, 1978b). Bireyler kendileri ile diğerleri veya kendi grupları ile diğer gruplar arasındaki farklılıkları bulmak için sosyal karşılaştırmalar yaparlar. Birey sosyal karşılaştırmalar yaparken kendi grup özelliklerini olumlu yönleriyle önplana çıkarmaya eğilimlidir (Tajfel ve Turner, 1979). Bireyler kendi gruplarını diğer gruplardan farklı göstermek için çaba gösterirler. Bu seçici farklılaştırma bireylerin öz-saygılarının yükselmesine, kendilerine verdikleri değerin artmasına ve olumlu bir sosyal kimlik kazanmalarına yardım eder (Hogg ve Abrams, 1990).

Sosyal karşılaştırma kuramı bireylerin karşılaştırma amaçları açısından tercih edeceği çeşitli gruplar için bir takım implikasyonlar içermektedir. Tajfel ve Turner'ın sosyal kimlik kuramı gruplar arasındaki sosyal karşılaştırmaları irdeleyen bir öz değerlendirme yaklaşımıdır. Sosyal kimlik kuramı bireylerin genellikle "diş gruplar" olarak bilinen diğer gruplarla karşılaştırmalar yaparak veya karşılaştırmadan kaçınarak yüksek bir özsaygı düzeyinde devam etmenin yollarıyla ilgilenmiştir. Sosyal kimlik kuramının temel aldığı kavramların çoğu sosyal karşılaştırma kuramının kavramları ile benzerdir. Sosyal karşılaştırma ve sosyal kimlik kuramlarını birleştiren nokta kişinin kendini değerlendirirken bazen kendisi ve diğerleri arasındaki karşılaştırmalara bazen de kendi grubu ile diğer gruplar arasındaki karşılaştırmalara baş vurduğu dşncesinde bulunmaktadır (Goethals ve Darley, 1987).

Sosyal ortamlarda bireyler kendi gruplarını diğer gruplarla karşılaştırırken kendi grup özelliklerinin olumlu yönlerini önplana çıkarırlar. Olumlu değerlendirilen farklılıkların gruplar arası davranışta, değerlendirmelerde ve algıda tarafgirliklere yol açabilmesi için dört durum söz konusudur. Bunlar;

a. Bireyler kendi grupları ile özdeşleşmiş olmalıdırlar, grup üyeliğini kendi benlik kavramlarının bir yönü olarak benimsemiş olmalı ve kendisini tanımlarken kullanmalıdır;

b. Gruplar arası ortam gruplar arası karşılaştırma için uygun olan özelliklerin seçilip değerlendirilmesine olanak sağlamalıdır, gruplar arası karşılaştırmada kullanılan boyutun o ortamda önemli olması gereklidir;

c. İç grup ve dış grup arasında karşılaştırılabilirliğin algılanmış olması gerekir, dış grup uygun bir karşılaştırma boyutunda iç grup ve dış grubun pozisyonları değişebilir olarak algılanmalıdır (Turner, Brown ve Tajfel, 1979).

Tajfel (1978b) bir grubun sosyal prestijinin grup üyelerine yansıdığını ve böylelikle onların sosyal benliklerinin belirlendiğini söylemektedir. Tajfel ve Turner (1979) insanların olumlu bir imaj elde etmek istediklerini ve olumlu bir sosyal kimlik elde etmeye çalıştıklarını varsayar. Sosyal kimliğin değeri ait oldukları grubun değerlendirmelerine bağlıdır. Bir grubun sosyal prestijini belirlemek için o grubun sosyal çevre içerisindeki diğer gruplarla karşılaştırılması gerekmektedir. Bu gruplar arası karşılaştırma kendi grubunun lehine olduğunda grubun prestiji yükselir ve grup üyeliği olumlu bir sosyal kimliğin kazanılmasında rol oynar. Tersini durumda yani gruplar arası karşılaştırma kendi grubunun aleyhinde olduğunda bu durum grubun prestijini düşürecek ve üyelerinin benlik imajları için tehdit arz edecektir. Bu nedenlerle grup üyeleri her zaman kendi gruplarını çevredeki gruplardan kendi gruplarının lehine olacak şekilde ayırt etmeye çalışmaktadırlar.

I.1.4.2 Sosyal Karşılaştırma ve Göreceli Yoksunluk

Tajfel (1978b) bazı sosyal psikolojik süreçlerin, göreceli yoksunluk (relative deprivation) kavramının oluşumunu ve fonksiyonunu açıklama girişiminde olduğunu belirterek sosyal karşılaştırma ve göreceli yoksunluk arasındaki bazı kuramsal bağlantıların kurulmasına ihtiyaç olduğunu vurgulamıştır.

Göreceli yoksunluk sosyal psikolojiden orijin almış olmasına rağmen sosyoloji ve politik bilimlerde sosyal psikolojide olduğundan daha yaygın bir şekilde kullanılmıştır.

Gurr (1970) göreceli yoksunluğu aktörlerin kendi değer beklentileri ve kendi değer yeterlilikleri arasındaki ayrımın algılanması olarak tanımlamıştır (Bkz. Tajfel, 1978b). Gurr tarafından kullanıldığı anlamda göreceli yoksunluk psikolojik olarak ele alındığında beklentilerin başarısızlığı olarak algılanır ve buna benzer şekillerde sosyal davranışta bağımsız bir değişken haline gelmektedir. Bu beklentilerin başarısızlığı kişisel ve kişiler arası olarak iki boyutta ele alınabilir:

i. kişisel boyut; bir kişinin kendi geçmiş statü ve beklentileri veya şimdiki statüsü ve beklentileri arasında hoş olmayan karşılaştırmalarıyla ilgilidir.

ii. kişiler arası boyut; bireyin diğerleriyle olan karşılaştırmaları ile ilgilidir. Kişiler arası boyut, gruplar arası davranışın süreci ile daha doğrudan ilişkilidir.

Göreceli yoksunluk kavramı kişilerin kendilerine benzer diğerleri ile sahip olmak istedikleri ve hak ettiklerini düşündükleri şeyleri karşılaştırmalarını ifade etmektedir. Göreceli yoksunluk kişilerin kendilerini veya kendi gruplarını diğeri veya diğer gruplarla karşılaştırmaları sonucunda algılanan olumsuz duygular üzerine temellenmiştir. Göreceli yoksunluk hem bireysel düzeyde hem de grup bağlamında düşünülebilir. Göreceli yoksunluk sosyal karşılaştırma ile gerçekleşmektedir.

Göreceli yoksunluk yaklaşımı, gruplar arasındaki eşitsizliği algılama ve buna bağlı duygular üzerine odaklanmıştır. Kısaca özetleyecek olursak göreceli yoksunluk yaklaşımı, azınlık grup üyelerinin kendi durumları ve diğerleri veya kendi gruplarının durumu ve diğer grupların durumu arasındaki farklılık algılarına dayanan olumsuz duyguları ele almaktadır (Crosby, 1976; Walker ve Pettigrew, 1984; Dube ve Guimond, 1986; Hogg ve Vaughan, 1995).

Gruplar arası davranışı açıklamada göreceli yoksunluk yaklaşımı ile sosyal kimlik kuramı arasında benzerlikler olduğunu görüyoruz. Her iki yaklaşımında da iç grup ve dış grup arasındaki sosyal karşılaştırmaların önemi vurgulanmakta ve sosyal karşılaştırmalar

sonucunda karşılaşılması muhtemel olumsuzluklarla başetme stratejileri üzerinde durulmaktadır.

I.1.5 Sosyal Kimlik Araştırmaları

Çeşitli gruplara üyelik insanın toplum ve çevresiyle ilişkilerinde aracı olarak sosyal kimliği inşa etmektedir. Sosyal psikoloji perspektifinde sosyal kimlikle ilgili araştırmalar sosyal kimliğin ölçülmesi için söz konusu grubun, içinde bulunduğu sosyal bağlamın ve bu bağlamın içeriğinin çok iyi kavranması gerektiğini göstermektedir. Literatür incelendiğinde sosyal kimlik kuramı grup üyeliğini veya gruba aidiyeti sosyal ve yapısal açıdan ele almaktadır, bu nedenle de farklı gruplar için farklı ölçüm araçları kullanılmıştır.

Sosyal kimlik kuramı çerçevesinde sosyal kategorizasyon ve sosyal karşılaştırma süreçlerinin önemi oldukça açıktır. Bireyde gruplar arası davranışın belirli biçimlerine ilişkin bir motivasyonun olması bireyin grup içinde bireyler arası sosyal karşılaştırmalar yapmasına yol açmaktadır. Sosyal kategorizasyon ve sosyal karşılaştırma süreçleri grup davranışının temelini oluşturan süreçlerdir. Kognitif bir nitelik taşıyan kategorizasyon sürecinde benzer özellikler gösteren uyaranlar aynı kategori içinde farklı özellikler gösteren uyaranlar da farklı kategoriler içinde değerlendirilir. Birey sosyal karşılaştırma süreci ile kendi davranış, tutum ve inançlarını diğerlerinin davranışları ile karşılaştırarak değerlendirir (Hogg, 1992).

Bireyleri neye göre kategorize ederek algıladığımız çok sayıda araştırmaya konu olmuştur. Stangor ve arkadaşları (1992) yaptıkları deneysel çalışma ile çeşitli sosyal özellikler temelinde bireylerin diğerlerini açıkça görünen fiziksel özelliklerine (örneğin, ırk, cinsiyet gibi sosyal kategoriler) göre kategorize ettiklerini göstermişlerdir.

Tajfel (1978b) kişiler arası davranışı grup içindeki davranıştan ayırdetmiştir. Tajfel sosyal davranışı bir kontinyum üzerinde hipotetik olarak ele alır ve bu kontinyumun bir ucunda kişiler arası davranışın diğer ucunda gruplar arası davranışın yer aldığını söylemektedir. Tajfel ve arkadaşlarının 1970'li yıllarda yaptıkları bir seri deneysel

araştırma sonucunda kognitif bir süreç olan sosyal kategorizasyon süreci ile bireylerin iç grup-dış grup şeklinde ayrılmasının gruplar arası davranışın ortaya çıkması için yeterli olduğunu göstermişlerdir.

Tajfel ve arkadaşları (1971) “minimal grup paradigması” (asgari grup örneği) yöntemiyle gerçekleştirdikleri araştırmalarına katılan denekleri onlar için fazla önem taşımadığı düşünülen sosyal ölçüler üzerinden iki gruba ayırmışlardır. Gerçekte ise denekler tamamen rasgele bir şekilde iki gruba ayırmışlardır. Araştırmaya katılan denekler gruplarında yer alan kişiler hakkında hiçbir bilgiye sahip değildirlere. Grup içinde hiçbir sosyal etkileşime izin verilmemiş ve gruplara ayrılma tamamen algısal ve kognitif düzeyde sağlanmıştı. Daha sonra her denek tek başına bir odaya alınmış ve kendisinden içinde hiçbir zaman kendisinin yer almadığı ikili denek çiftlerine çeşitli miktarlarda para dağıtması görev olarak istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre deneklerin çok büyük bir kısmının kendi grup üyelerine diğer grup üyelerine verdiklerinden daha fazla para dağıttığı yönündedir. Sonuç olarak bu deney grup içinin diğer gruba karşı kendi grubuna taraf olabilmesi için sosyal kategorizasyonun yeterli olduğunu göstermiştir (Tajfel ve arkadaşları, 1971).

Söz konusu minimal grup paradigması ile gerçekleştirilen deneylerden elde edilen bulgular sosyal kategorizasyon sürecinin grup oluşumu için gerekli bir şart olduğunu göstermiştir (Bu araştırmalara örnek olarak; Turner, 1975; Turner, Brown ve Tajfel, 1979; Oakes ve Turner, 1980; Ostrom ve ark., 1993; Linville, Fischer ve Yoon, 1996) Bu çalışmalarda bireylerin kendi gruplarının kim oldukları bilinmeyen üyelerine (iç grup üyeleri) diğer grubun aynı derecede kimliği bilinmeyen üyelerinden (dış grup üyeleri) daha lehte davrandığı sonucu tekrar tekrar gösterilmiştir. Minimal grup paradigması çalışmaları gruplar arası rekabetin ve gruplar arası ayrımcılığın ortaya çıkması için sadece farklı iki grubun varlığının yeterli olduğunu göstermiştir ve bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar sosyal kimlik kuramının temelini oluşturmuştur.

Allen ve Wilder (1975) minimal grup paradigması ile ortaya çıkan gruplararası ayrımcılığın, iç grup üyelerinin birbirlerinin inançlarını benzer algılamalarından dolayı ortaya çıkmış olabileceğini öne sürmüşlerdir. Bu amaçla gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda deneklerin kendisi ile benzer inançlara sahip olduğu söylenen iç gruba daha fazla tarafsız davrandıkları bulunmuştur. Bu araştırmadan elde edilen bulgular iç grubun inanç benzerliğinin ayrımcı davranış üzerinde etkili olduğunu göstermiştir.

Turner (1978) minimal grup paradigması yöntemi ile yaptığı deneysel çalışmada grup üyeliğinin önplana çıktığı ve çıkmadığı koşullarda benlik tarafsızlığını araştırmıştır. Deneyde minimal gruplar arası bir davranış ortamında denekten kendi grubundan veya diğer gruptan bir deneğe parasal ödül dağıtması istenmiştir. Araştırma sonuçları kategorizasyonun olduğu durumda deneklerin para ödülünü kendi grubundan bir kişi ile kendisi arasında dağıtırken kendine daha az miktarda para verdiği fakat karşısındaki kişi diğer grubun üyesi olduğunda kendine daha fazla para verdiğini göstermiştir.

Turner, Brown ve Tajfel (1979) iç grubun çıkarlarıyla ilişkili olan kişisel çıkarların gruplar arası minimal ayırdedicilikte dış grubun karşılaştırılabilirliği ve ödül büyüklüğü ile olan ilişkisini araştırmışlardır. Araştırma sonuçları deneklerin grup ve kendi kazançlarını iç grup lehine gruplar arası farklılığı elde etmek için feda ettiklerini ve özellikle büyük ödüllerde ilgili olan iç gruba ilgisiz dış gruptan daha fazla önem verdiklerini göstermiştir.

Sosyal kimlik kuramı çerçevesinde yapılan bir alan çalışmasında İsviçreli olmayan grupla İsviçre'nin farklı bölgelerinden olan grupların birbirleriyle ilgili tanımlamaları incelenmiştir. İsviçre'nin farklı bölgelerinden olan gruplar İsviçreli olmayan gruplarla karşılaştırıldıklarında kendi aralarındaki benzerliği çok daha fazla vurgulamışlardır. Farklı bölgelerden olan gruplar kendi aralarındaki farklılıkları da en aza indirmişlerdir. Elde edilen sonuçlar sosyal kategorizasyon sürecinin grup içi benzerlikleri artırarak, grup içi farklılıkları en aza inmesine ve gruplar arası farkın artmasına neden olduğu yönünde bulunmuştur (Doise, Deschamps ve Meyer, 1978).

Laboratuvar ortamında yaratılan grup üyelikleri sosyal yaşamda var olan, psikolojik anlam taşıyan ve önemli görülen grup üyeliklerinden (örneğin; din, milliyet, cinsiyet, meslek, politik görüş, vb.) çok farklıdır. Tajfel (1972) kendi araştırmasında gruplara ilişkin deneysel çalışmalarda grubun adeta bir vakum içinde yaşıyormuş gibi değerlendirildiğini ancak bu yaklaşım biçiminin gruba ilişkin bir çok bilginin de yok olmasına neden olduğunu vurgulayarak araştırmacıları uyarmıştır.

Minimal grup paradigması yöntemi ile elde edilen sonuçların gerçek yaşama nasıl genelleştirilebileceği konusunda eleştirilerde bulunan Aschenbrenner ve Schaefer'in (1980) görüşlerine Brown, Tajfel ve Turner (1980) önemli olanın bu sonuçların sosyal kimlikle ilgili kuramsal katkısı olduğunu söylemişlerdir. Purkhardt'a göre de (1990) Tajfel'in kuramsal fikirleri henüz iyi kurulmamış ve bütünleştirilmemiştir ayrıca sosyal kategorizasyon sürecinin tek başına neden gruplar arası farklılaşmaya yol açtığı hala bilinmemektedir. Yapılan deneysel araştırmaların spesifik hipotezleri ve özenle kontrol edilmiş koşulları mevcuttur fakat sosyal bağlamla ilişkili bazı faktörler gözardı edilmiştir.

Billig (1985) sosyal kimlik kuramı çerçevesinde sosyal kategorizasyon yaklaşımında, kategorizasyonun kognitif bir süreç olarak ele alınarak üzerine odaklaşılması sonucunda partikülarizasyon/ayırıştırma sürecinin atlanmış olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşıma göre kategoriler kendi başlarına var olamazlar, ancak bir kategori, eğer kullanılacaksa ayrılmış veya diğer kategoriler arasından seçilmiş olmalıdır. Billig (1985) kategorizasyon ve ayırıştırma süreçlerinin tanımlarını yaparak bunlar arasındaki farkı belirtmiştir. Ona göre kategorizasyon özel bir uyaranı genel bir kategori içine yerleştirme ve diğer uyaranlarla gruplama süreci, ayırıştırma ise belirli bir uyaranı genel bir kategoriden ayırma veya özel bir durumu olarak ele alma sürecidir.

Doise (1988) ise gruplar arası ilişkilerde bireysel ve sosyal kimliklerle ilgili görüşlerini sunduğu makalesinde Tajfel'in gruplar arası ilişkilerde sosyal psikolojik çalışmaların harekete geçmesinde önemli etkileri olduğunu vurgulamıştır. Sosyal kimlik kuramında bireyin belirli bir sosyal kategori veya gruba üye olma arayışına bireyin

kendisini özel bir grubun üyesi olarak tanımlamasına ilişkin süreçlerden daha fazla önem verilmiştir. Pek çok sosyal kategori bireyler onlara dahil olmadan önce oluşmaktadır ve çoğunlukla bunlar bireylere atfedilmiştir, tıpkı deneysel koşullarda olduğu gibi. Bu anlamda Tajfel'in yaptığı gibi üyelerinin duyguları, algıları ve davranışları üzerinde bu tür kategorilere üyeliğin etkilerini çalışmak gerçekten önemlidir.

Bireyler ait oldukları grubu diğer gruplardan farklı bir şekilde algılamaktadırlar. Gruplar arası davranış ortamında grup içi farklılıklar azaltılırken dış grup veya gruplar arası farklılıklar artırılmaktadır. Minimal grup paradigmasıyla yapılan deneylerde sosyal çevre bireyin kendi sosyal grubu ile bir diğer grup arasında ikiye bölünen bir kategorizasyon şeklinde düzenlenmiştir. Gerçek dünyada bireyin çok daha karmaşık olan sosyal çevresinde sosyal kategorizasyonlar birbiriyle kesişmektedir. Bu durum literatürde çapraz kategorizasyon olgusu ile ele alınmaktadır (Brown ve Turner, 1979; Deschamps ve Doise, 1978; Vanbeselare, 1987; 1991; Hewstone, Islam ve Judd, 1993; Marcus-Newhall ve ark., 1993).

Gruplar arası ilişkiler bağlamında yapılan çok sayıda deneysel çalışmalarda denekler biri iç grup diğeri dış grup olmak üzere sadece iki grupla karşılaşmaktadırlar. Deschamps ve Doise (1978) bu durumu basit kategorizasyon (simple categorization) olarak isimlendirmişlerdir. Bireyin sosyal çevresi içerisinde sosyal kategoriler daha karmaşık bir durumda yer alır ve birbiriyle kesişir veya örtüşür. Bu durumda çapraz kategorizasyon (crossed categorization) olarak tanımlanmıştır. Çapraz kategorizasyon durumunda ikiye bölünmüş bir kategorizasyon (örneğin, A/B gibi) bir diğer ikiye bölünmüş bir kategorizasyon ile (örneğin, X/Y gibi) çaprazlanır (Bkz. Şekil1).

	A	B
X	AX	BX
Y	AY	BY

Şekil 1. Sosyal Çevrede İki Sosyal Kategorinin Çaprazlanması

Şekil 1’de gösterilen durumda AX grubunun üyeleri BX grubunun üyeleri ile X/Y kategorizasyonuna göre aynı grubun üyesi iken A/B kategorizasyonuna göre farklı grupların üyeleridirler.

Çapraz kategorizasyon durumunda ikiye bölünmüş bir kategorizasyonun bir diğeri ile kesişmesi söz konusudur. Bu durumu bir örnekle açıklamak gerekirse örneğin “Türk” ve “Kürt” köken kategorizasyonunun “Alevi” ve “Sünni” mezhep kategorizasyonu ile çaprazlandığını düşünelim (Bkz. Şekil 2).

	Türk	Kürt
Alevi	Türk-Alevi	Kürt-Alevi
Sünni	Türk-Sünni	Kürt-Sünni

Şekil 2. İki Sosyal Kategorinin (Köken Ve Mezhep) Çaprazlanması

Böyle bir durumda “Türk-Alevi” kategorisindeki grup üyeleri ile “Kürt-Alevi” kategorisindeki grup üyeleri “Alevi/Sünni” kategorizasyonuna göre aynı grubun üyeleri olurken, “Türk/Kürt” kategorizasyonuna göre farklı grupların üyeleri olmaktadır. Gruplar arası ilişkiler bağlamında yapılan bazı çalışmalar bu tip grup üyeliklerinin grupların ayırdedici davranışlarını azalttığını göstermiştir (Deschamps ve Doise, 1978; Vanbeseleare, 1987).

Deschamps ve Doise (1978) yukarıda açıklanan çapraz kategorizasyon durumunda gruplar arası ayrımcılığın ortadan kalkacağını ileri sürerek bu modeli test etmişlerdir. Deschamps ve Doise (1978) yaptıkları deneysel çalışma sonucunda deneklerin cinsiyet kategorisinde kendi grubu lehine ayırdedici davranışları gözlenmiştir. Laboratuvar ortamında oluşturulan kategorizasyon ile cinsiyet kategorizasyonu çaprazlandığında ise gruplar arası ayırdedicilik ortadan kalkmıştır. Vanbeseleare’in 1987’de yaptığı araştırma bulguları Deschamps ve Doise’un sonuçlarını destekler niteliktedir, Vanbeseleare’nin çalışmasında çapraz kategorizasyon durumunda deneklerin örtüşen grup üyeliklerinde gruplar arası ayırdedicilik algılarının ortadan kalktığı görülmüştür. Arkonaç (1992), gerçek hayatta yer alan iki sosyal kategorizasyonun (cinsiyet ve yaş kategorizasyonları) çaprazlanması sonucu ortaya çıkan etkinin davranışa olan etkisi Zavalloni’nin Odaklaştırılmış İçebakış Tekniğinin geliştirilmiş bir versiyonunu kullanarak incelenmiştir. Bulgular psikolojik olarak eşit öneme sahip kategorizasyonlar her iki çapraz grubun üyelerinde önplana geldiğinde bireyler aralarında algıladıkları farklılıkları kognitif seviyede ortadan kaldırmaktadırlar.

Gruplar arası ilişkilerde çapraz kategorizasyonun etkisini belirlemede bireylerin sosyal kimliklerinde temsil edilen bu iki kategorinin birbirine göre taşıdığı değer ve duygusal anlamı önemlidir. Bireyin sosyal kimliği onun özdeşleşmiş olduğu çok çeşitli grup üyeliklerini kapsamaktadır ve bu üyeliklerin psikolojik önemi bireyin sosyal kimliğinde eşit olarak temsil edilmemektedir. Bu nedenle farklı anlamlar içeren sosyal kategorilerin çapraz kategorizasyon durumları da farklılık gösterebilmektedir.

Gerçek yaşamdaki sosyal kategorilerin çapraz kategorizasyon durumu Hewstone, Islam ve Judd (1993) tarafından iki deneysel çalışmayla araştırılmıştır. Din, milliyet ve dil kategorilerini çapraz kategorizasyon durumunda analiz etmeye çalışan Hewstone ve arkadaşları (1993) yaptıkları araştırmalar sonucunda din kategorisine göre iç grubun dış gruba göre daha olumlu değerlendirildiğini, milliyet kategorisinde din kategorisine oranla daha zayıf olsa da iç grubun dış gruptan daha olumlu değerlendirildiği bulunmuştur. Diğer bir deyişle iç ve dış grubu belirlemede dinin milliyetten daha güçlü bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Dil kategorisinde ise anlamlı bir farklılaşma bulunmamıştır. Bu çalışmalarda ayrıca sosyal kimlik kuramında yer alan bireylerin diğerlerini değerlendirirken olumlu bir sosyal kimlik oluşturma yönündeki motivasyonların kategorilendirmeyi ve gruplar arası ayrımcılığı etkilediği varsayımıyla bireylerin benlik saygısı, hedef kişilerin değerlendirilmesi ve algılanan benzerlik arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Sonuçta benlik saygısını artırma eğiliminin iç grup ve dış grup değerlendirmelerinde etkili olduğu görülmüştür. Bu araştırmalardan elde edilen diğer bir sonuçta benlik saygısı ve hedef değerlendirmeleri denek grubunun azınlık veya çoğunluk durumunda olmasına göre değişmektedir.

Sosyal kimlik kuramına göre bireyler olumlu bir sosyal kimliği korumak veya buna ulaşmak isterler. Sosyal grup veya kategoriler ve bunlara aidiyet olumlu veya olumsuz olabilir, bu nedenle sosyal kimlik de olumlu veya olumsuz değerlendirilebilir. Olumlu sosyal kimlik büyük ölçüde aidiyet grupları ile diğer gruplar arasındaki karşılaştırmalara dayanır. Bunun için bireyin aidiyet gruplarını diğer gruplardan daha olumlu algılaması gerekir. Sosyal kimlik doyurucu değilse, birey ya grubu terk edip başka bir olumlu gruba girer veya grubunu daha olumlu kılmak ister (Tajfel ve Turner, 1979).

Sosyal kimlik kuramı çerçevesinde minimal grup paradigması ile yapılan deneysel çalışmalarda gruplar arası ayrımcılık ve öz-saygı arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Lemyre ve Smith'in (1985) yaptıkları deneysel çalışmanın sonuçları sosyal kimlik kuramının temelinde yer alan bireyin içinde bulunduğu grubu olumlu bir sosyal kimlik kazanmak için diğer gruplara göre daha olumlu değerlendirir görüşünü desteklemiştir. Benzer bir

çalışma Hogg ve Sunderland (1991) tarafından yapılmıştır. Bu araştırmanın sonuçları da sosyal kimlik kuramını destekler niteliktedir, ayrıca araştırmacılar çok sayıda faktörün etkili olduğu gerçek gruplar arası bağlamda öz-saygı ve gruplar arası ayrımcılığın nasıl gerçekleştiğinin araştırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Jackson ve Sullivan'da (1987) yaptıkları deneysel çalışma ile iç grup tarafgirlik eğilimlerinin olumlu sosyal kimliğin artması ya da devam etmesi ihtiyacı ile motive edildiğini göstermişlerdir.

Oakes ve Turner (1980) yaptıkları çalışma sonucunda minimal gruplar arası ayırdediciliğin bireylerin öz-saygılarını artırdığını ve bunun olumlu sosyal kimlik isteğiyle motive edildiğini söylemişlerdir. Etnik azınlıkların benlik tanımları ve öz-saygılarını sosyal kimlik perspektifiyle ele alan Verkuyten (1989; 1991) Hollanda'da yaşayan Hollandalı ve azınlık Türk ergenleri arasında etnik kimliğin önemini araştırmıştır. Sonuçta etnik kimliğin, Türk ergenlerinin benlik tanımlarında Hollandalı ergenlerden daha belirgin bir şekilde vurgulandığını ve daha önemli olduğu bulunmuştur.

Başka bir araştırmada Croker ve Luhtanen (1990) grup bağlamında kolektif öz-saygının bireysel bağlamda ele alınan kişisel öz-saygı gibi işleyebileceğini önermişlerdir. Sonuçta sosyal kimlik kuramının varsayımlarının sadece yüksek kolektif öz-saygılı kişiler için geçerli olduğu yönündedir. Bu çalışmada kolektif öz-saygı olumlu bir sosyal kimlik sürdürme çabası anlamında bireysel bir değişken olarak yorumlanmıştır.

Bireyleri belli ölçütlere göre belirgin kategorilere ayırmanın algı, biliş ve davranışlarda tarafgir davranmaya yol açtığını vurgulayan sosyal kimlik kuramına göre bu tarafgirliğin temelinde güdüsel nedenler vardır. Kişi özsaygısını korumak için güdülenmiştir. Bunu gerçekleştirmek için ait olduğu veya özdeşleştiği sosyal grubu diğer gruplardan daha üstün olarak algılayarak yapabilir (Tajfel, 1982; Turner, 1987). Sosyal kimlik kuramına göre sosyal özdeşleşme başarılı ve anlamlı bir olumlu sosyal kimlik için iç grup tarafgirliğine yol açmaktadır. Gruplar arası ilişkiler bağlamında ele alınan sosyal kimlik kuramına göre birey kendisini bir dış gruba karşı özel bir iç grubun üyesi olarak tanımlar (örneğin; "Kürtlere" karşı "Türkler" veya "Alevilere" karşı "Sünniler" gibi).

Bireyler kendi grupları ile diğer gruplar arasında kendi lehine farklılıklar yaratırlar bunu olumlu sosyal kimlik elde etmek için gerçekleştirirler.

Gruplar arası ayırdediciliği ve grup içi tarafgirliği ortaya çıkaran sosyal kategorizasyon süreci farklı kültür ortamlarında da araştırılmıştır. Wetherell (1982) minimal grup paradigması yöntemi ile Yeni Zelanda'da yaşayan yerli ve Avrupa kökenli deneklerle yaptığı araştırma sonuçları her iki grubun da grup içine tarafgir davrandıklarını göstermiştir. Ayrıca, grupların içerisinde buldukları gruplar arası ayırdediciliğin ölçüsünden etkilendiği bulunmuştur. Yeni Zelanda'da yaşayan yerli ve Avrupa kökenli okul çocuklarıyla çalışan Mackie'nin (1984) elde ettiği bulgular Wetherell'in (1982) araştırma bulgularını desteklemektedir.

Kültürlerarası psikolojide sosyal davranışta kültürel değişkenlerin açıklanması bağlamında gruplar arası davranış ve sosyal kimlik çalışmalarını değerlendirmektedir (Bond, 1988; Berry, Poortinga, Segall ve Dasen, 1992; Smith ve Bond, 1993; Berry, Segall ve Kağıtçıbaşı, 1997). Kültürlerarası psikolojide sosyal kimlik çalışmaları daha ziyade bireycilik-toplulukçuluk (individualism-collectivism) yaklaşımı ile ele alınarak bireyci kültürlerin bireysel kimlikler üzerine odaklaştığı toplulukçu kültürlerin sosyal kimlikleri empoze ettiği belirtilmektedir. Bu bağlamda Triandis ve arkadaşlarına (1988) göre sosyal kimlik kuramı çerçevesinde yapılan çalışmalarda toplulukçu kültürlerin üyeleri bireyci kültürlerin üyelerine göre iç grup ve dış grup üyeleri arasında daha kesin daha belirgin farklılıklar ortaya koymaktadırlar. İç grubun heterojen nitelikte olması bireyciliğin, homojen olmasının ise toplulukçuluğun ifadesi olabileceğini ileri sürmüşlerdir.

Tajfel'in sosyal kimlik tanımından hareketle etnik kimliği bireyin etnik bir gruba üyeliği ve bu üyeliğin taşıdığı değer ve duygusal anlamından çıkarılan benlik kavramıdır şeklinde tanımlayabiliriz. Çok kültürlü toplumlarda etnik gruplar ve azınlıklarla ilgili kültürlerarası psikoloji çalışmaları da yapılmaktadır örneğin; Boski, 1988; 1990. Boski (1991) çalışmasında Kanada'da yaşayan Polonyalı göçmenlerin ulusal kimliğini

incelemiştir. Araştırmasında cinsiyet, jenerasyon ve etkileşimin benlik tanımları için önemli olduğunu bulmuştur. Avustralya’da ve Amerika’da doğan Çinli ergenlerle çalışan Rosenthal ve Feldman’da (1992) etnik kimliğin sunumunda jenerasyonun önemini vurgulamışlardır, ayrıca ergenlerin etnik kimliklerinin bilgi ve davranış açısından bazı değişikliklere uğradığını göstermişlerdir. Nijerya ve Kanada’da yaşayan örneklerle yapılan bir kültürlerarası çalışmada etnik kişi algısında motivasyonel olarak dış grup ayrımcılığına karşı iç grup taraftarlığı ve kognitif planda şema tutarlılıklarının nasıl işlediği araştırılmıştır. Sonuçta iç grup-dış grup ve şema tutarlılığı hipotezlerinin etkileşimi gözlenmiştir, deneklerin kendi kültürel şemaları ile grup üyelerini değerlendirdikleri bulunmuştur (Boski, 1988).

Literatürde oldukça fazla miktarda yer alan sosyal kimlik çalışmalarının Türkiye’de sınırlı sayıda olduğunu görüyoruz. Bu araştırmaların kapsamı ile ilgili yaklaşımlarda ve kullanılan ölçme yöntemlerinde de çeşitlilik söz konusudur.

Tevruz ve arkadaşları (1990) farklı dilde eğitim gören üniversite öğrencilerinin kimlik tanımlarını karşılaştırdıkları çalışmada “Ben kimim?” testi kullanarak elde ettikleri tanımlamaları kişisel kimlik (kişilik özellikleri, insanlarla ilişkiler, fiziksel nitelikler, durumsal değerlendirmeler, beklentiler, zevk ve tercihler, korku kategorileri), sosyal kimlik (sosyal özdeşleşme, sosyal roller ve sosyal ideoloji kategorileri) ve genel kimlik (global nitelikler) şeklinde değerlendirmişlerdir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin kendilerini tanımlarken sosyal kimlikleriyle ilgili ifadeler daha çok yer verdikleri görülmüştür.

Bulgaristan’dan Türkiye’ye göç eden bir grupla gerçekleştirilen bir çalışmada “Ben kimim?” testi uygulanmıştır. Elde edilen tanımlamalar L’Ecuyer’in sistemini esas alarak maddi, kişisel, uyumsal, sosyal ve diğerlerine referansla benlik kategorilerine ayrılarak incelenmiştir. Araştırma sonuçları kimlik tanımlamalarında kişilik özelliklerinin yanısıra sosyal rol ve statü özelliklerinin de önemli olduğu yönündedir (Bilgin ve Yağcıoğlu, 1993).

Arkonaç (1989) İstanbul şehirli ve İstanbul gecekondulu grupların orijin, yaş, cinsiyet, din, aile ve sosyal mevki grup üyeliklerinde birbirlerine ve kendilerine ilişkin algı ve değerlendirmeleri sosyal değişme eğilimleri açısından sosyal kimlik kuramı çerçevesinde incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre gecekondulu ve şehirli grupların karşılaştırmaya girdikleri bütün grup üyeliklerinde birbirlerine göre üstün olduklarını düşündükleri, kendi lehlerine algılayabilecekleri olumlu farklılıkları taşıyan karşılaştırma boyutlarını önplana getirdikleri görülmüştür. Bu iki grup girdikleri dört farklı karşılaştırma ortamında sosyal mevki pozisyonları ile ilgili olarak algıladıkları sosyal değişme eğilimleri içerisinde, olumlu ayırdediciliklerini koruyabilecekleri veya yeniden elde edebilecekleri stratejileri kullanmışlardır. Diğer bir sosyal kimlik çalışmasında Türkiye’de yaşayan Karaçay Türklerinin etnik kimlikleri incelenmiş ve Karaçaylar’ın kendilerini tanımlamada çoğunlukla olumlu ifadeler kullandıkları ayrıca sosyal kimlik kuramı ile tutarlı olarak kendi gruplarının olumlu özelliklerini önplana çıkardıkları bulunmuştur (Meşe, 1991), bu çalışmada sosyal kimliğin kişisel kimliklerden daha önplanda yer alması, Bilgin (1994) tarafından P. I. P. etkisinin (benzerleri arasında en iyi olmak) önemli bir göstergesi olarak yorumlanmıştır.

Ayvaloğlu (1992) tarafından sosyal kimlik kuramı çerçevesinde Türkiye’de yaşayan Ermeni azınlık grubu ve Türk çoğunluk grubunun kendilerini ve birbirlerini nasıl algıladıklarının incelendiği araştırmanın sonuçları ise her iki grubunda kendi grubu lehine eğilim içinde olduğunu göstermiştir. Her iki grupta kendilerini üstün olarak algıladıkları konularda karşılaştırmaya girmekte ve olumlu grup özelliklerini önplana çıkarmaktadır.

Bilgin ve Teközel (1995) gruplar arası karşılaştırma kuramı çerçevesinde ulusal aidiyet grubunun konumlanmasını ele aldıkları araştırmanın sonuçlarına göre insanların ulusal kimliklerinin tanımlanmasında farklı ulus gruplarında oluşan gruplar arası ortamların belirleyici nitelikte olduğu yani grup kimliğinin diğer gruplara göre belirlendiğidir. Sosyal karşılaştırmalar temelinde bireyin kendini konumladığı yere ilişkin diğer bir çalışma bireylerin kendilerini ve yakın çevrelerini konumlarken benzer ve olumlu nitelikte sıfatlar kullandıklarını göstermiştir (Bilgin ve Arpacı, 1996).

Endüstri ve örgüt psikolojisi çerçevesinde Yetim (1993) bir meslek grubunun kimliğini belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada mesleki kimliği belirleyen faktörlerin başında olumlu mesleki kişilik özellikleri gelmiştir, bu bulgu sosyal kimlik kuramı ile tutarlıdır. Örgütsel bağlamda üç temel statünün (işçi, memur, yönetici) sosyal kimlik kuramı perspektifiyle değerlendirildiği diğer bir araştırmada statü gruplarına göre sosyal kimliğin tanımlama öğeleri arasında farklılaşma bulunmuştur. Deneklerin sahip olduğu mesleki statü onların örgütsel bağlamda tanımladığı sosyal kimliklerinin niteliğine yansımıştır (Soylu, 1994).

Rüstemli, Mertan ve Çiftçi (1998) grup içi ve grup dışı algılar ile ilgili olarak Kuzey Kıbrıs örneğinde gerçekleştirdikleri araştırmada deneklerin kendilerini tanımlarken daha olumlu sıfatlar kullandıklarını bulmuşlardır, bulgular genel olarak bireyin, kendi grubu lehine yanlı davrandığı yolundaki bulgularla uyum içindedir.

Bu kısımda özetlenen sosyal kimlik yaklaşımına ve konuyla ilgili araştırmalara birarada bakıldığında sosyal kimlik kavramının çok çeşitli araştırma konularıyla birlikte ele alınarak incelendiğini ve çok sayıda araştırmaya konu olduğunu görmekteyiz.

I.1.6 Birey-Grup İlişkileri ve Yaşam Stilleri

Birey-grup ilişkileri diğer kısımlarda anlatılan grup oluşumu ile ilgili yaklaşımlar, benlik ve sosyal kimlik kavramlarına ilişkin bilgiler ışığında ele alınacaktır. Bu kısımda bütünleşme ve farklılaşma yeri olarak grup olgusunun insan yaşamı üzerindeki etkileri anlatılacaktır. Bu noktada yaşam stili kavramına yer verilerek birey-grup ilişkileri bağlamında grup aidiyetinin bireylerin yaşamları üzerindeki etkileri diğer bir deyişle sosyal kimlik ve yaşam stilleri etkileşimi değerlendirilmeye çalışılacaktır.

I.1.6.1 Benzerlikler Temelinde Gruplar

Daha önce üzerinde durduğumuz gibi yaşamımız çeşitli gruplara aidiyetlerimiz temelinde şekillenmektedir. Grubun bireyin bağımsızlığı, özerkliği ve bireyselliği üzerinde yoğun ve kapsamlı etkisi olduğunu söyleyebiliriz. İçinde var olduğumuz gruplar (örneğin, aile, cinsiyet grubu, dini ve etnik gruplar gibi) bir çok bakımdan birbirinden farklı özellikler taşımaktadır.

Turner (1987) grubu birbirlerine bağlı bireylerin oluşturduğu bir bütün olarak ele almıştır. Birarada bulunan bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin ihtiyacını karşılaması ve kendi başlarına ulaşamayacakları amaçları ancak birlikte oldukları zaman elde edebilmeleri grup içi bağlılığı güçlendirir. Bireyler birbirlerine karşı olumlu duygular yaşarlar ve böylelikle grup olurlar. Grup oluşumuna ilişkin çalışmaları bulunan Sherif de (1967) bireyin tek başına gerçekleştiremeyeceği amaçlarını grup üyeleriyle paylaşarak gerçekleştirebilmesinin grup içinde uzlaşma ve işbirliğine dayalı bağlılık oluşmasına yardım ettiğini belirtmektedir (Bkz. Hogg, 1992)

Birey grup ilişkileri uyma süreçleri ve benzerlik açısından ele alınabilir. Çeşitli sosyal bağlamlarda insan davranışlarını nicelik ve nitelik bakımından farklılaşır ve bireyler içinde buldukları durumlar farklılaştıkça farklı davranışlar sergilemektedirler. Davranışlarımız genel olarak çevreye uymakta ve böylelikle bireyler de bu çevreye göre sosyalleşmektedirler. Psikolojide çocuğun psiko-sosyal gelişimi, sosyal rollerin öğrenilmesi, eğitim süreçleri, kültürleme (acculturation), benlik ve kimlik konularında yapılan araştırmalar bireyi sosyal bir varlık olarak ele almaktadır.

İnsanın gelişimi bakımından sosyal gruplar ve onu çevreleyen sosyal ortam önemlidir. Sosyal kimlik kuramı sosyal kimliği bireyin kendini ait gördüğü sosyal gruplardan (sosyal kategorilerden) elde edilen bir benlik imajı olarak yorumlamaktadır. Bu kuram insanların olumlu bir benlik kavramı ve öz-saygı sürdürmeye çalıştıklarını ileri sürmektedir. Sosyal kimlik kuramına göre öz-saygıyı korumanın ve artırmanın bir yolu olumlu bir sosyal kimlik kazanmaktır. Olumlu sosyal kimlik kişinin ait olduğu grup içinde

veya diğ er gruplarla karşılaştırmalar yaparak kazanılır (Tajfel, 1978; 1981; 1982; Turner, 1987).

Kişiler arası ihtiyaçlar kuramında (Schutz, 1958), tüm insanların hangi türden olursa olsun birtakım gruplara girdiklerinde az çok hissettiği temel ihtiyaçlardan söz etmektedir. Bu ihtiyaçlar, ancak grup içinde ve grup sayesinde doyurulabilecek özellikte olduklarından dolayı, kişiler arası olarak nitelenmektedir. Ona göre üç temel kişiler arası ihtiyaç vardır (Bkz. Bilgin, 1996).

1. Dahil olma ihtiyacı: Dahil olma ihtiyacına göre her insan yeni bir gruba girdiğinde kendini diğ er üyeler tarafından kabul edilmiş, aralarına alınmış, değerli bulunmuş hissetmek ister.

2. Kontrol ihtiyacı: Kontrol ihtiyacı grupta olan bitenlerden sorumlu olmayı ifade eder. Grubun yeni üyeleri, bir yandan kendilerinin, öte yandan diğ er üyelerin sorumluluğunu bilme isteğindedir; özellikle grubun amaçları, yapıları, etkinlikleri ve gelişimi gibi konularda kara alınırken kendi etkisini hissetme peşindedir.

3. Sevilme ihtiyacı: Yeni üyeler, diğ erleri tarafından sevilme, yerleri doldurulamaz olma yönünde gizil bir arzu duyarlar. Sosyalleşme düzeyine bağlı olarak bu ihtiyaç ya çocukça, sahiplenici, imtiyazlı, aşırı kişileştirilmiş ilişki arayışına ya da savunma ve telafi mekanizmalarından uzak, oldukları gibi kabul edilme çabasına yol açar.

Schutz kişiler arası ihtiyaçlar kuramında ele aldığı hususları benzer bir şekilde grup oluşumuna ilişkin olarak açıklamaya çalışan Moreland (1987) grubu ve bireyi bütün yaşam süreci içinde karşılıklı etkileşim içinde bulunan dinamik unsurlar olarak değerlendirmiştir. Grupta sosyal bütünleşmeyle ilgili olarak Moreland dört farklı boyuttan söz etmektedir. Bunlar çevresel bütünleşme, davranışsal bütünleşme, duygusal bütünleşme ve bilişsel bütünleşmedir (Bkz. Hogg, 1992). Sosyal bütünleşmenin bu dört farklı görünüşünü şöyle tanımlayabiliriz;

1. Çevresel bütünleşme: Bireyler arasındaki bağları güçlendiren fiziksel, sosyal veya kültürel kaynakların sağladığı bütünleşmedir.

2. Davranışsal bütünleşme: Bireylerin ihtiyaçlarını doyurabilmek için karşılıklı bağlılık içinde olmalarıdır.

3. Duygusal bütünleşme: Paylaşılan duygular temelinde bireyler arasındaki bağın güçlenmesini ifade etmektedir.

4. Bilişsel bütünleşme: Bireyler arası bağın güçlenmesi ile paylaşılan kişisel özellikler temelinde rollerin tanımlanmasıdır.

Grup bağlılığı ve bütünleşmesi sosyal bütünleşmenin bir fonksiyonudur ve böylelikle insanlar arasındaki ilişkiler güçlenir. Grup bütünlüğü kavramının kavramsallaştırılması ve bu kavramın ölçülebilir parametreler içinde somutlaştırılabilmesi çok güçtür. Bu anlamda grup bütünlüğü kavramı somut olarak ölçülemeyen soyut bir kavram olarak ele alınabilir (Hogg, 1992).

Sosyal kimlik kuramına göre grup davranışı kendine özgü bir takım özellikler taşır. Bu özellikler kendi grubunun en iyi olduğuna inanma, grup içi önyargı ve tarafgirlik, dış gruplarla rekabet ve onlara yönelik ayrımcılık, vb. olarak tanımlanabilir. Bu kurama göre bireyin ait olduğu sosyal kategoriler (örneğin, milliyet, din, politik düşünce gibi) birey için referans çerçevesi oluşturur ve sosyal kimliğinin önemli bir parçasıdır. Bireyin içinde bulunduğu sosyal kategoriler bireyin repertuarını oluşturur ve bireye diğerlerinden farklı bir kimlik kazandırır. bireyin sosyal kimliği onun toplum içinde belli bir konumda olmasını belirler (Tajfel, 1982; Turner, 1987).

Gelişimimizin ilk aşamasında bizi kuşatan dünyayı anlamak için bir kavrayış oluşturmaya çalışırız. Karşılaştığımız pek çok insan ve şeyden bazıları bizimle daha yakın bir ilişkiindedir örneğin, aile. Onlarla diğerlerine oranla daha çok karşılaşırız ve onlar bizim çevremizi oluştururlar. Bir kişiyi veya bir nesneyi tanıma kapasitesini kazanan çocuk

farklı kişiler ve nesnelere arasında ayrım yapmayı öğrenmiş demektir. Bu bir varlığın kendi değişmezliği içinde diğer varlıklardan farklı olarak tanınması anlamına gelmektedir (Graumann, 1983).

İnsanın, içinde yer aldığı grup veya toplumun normlarına, değerlerine veya davranış modellerine katılımını sağlayan sosyalleşme süreci, sosyal bağın oluşumunda önemli bir rol oynar. Çocuk, bu süreç içinde aile, okul, akran grupları, kitle iletişim araçları ve diğer kurumların etkisiyle, toplumda mevcut norm ve referans sistemlerine bağlanır. Sosyalleşme sürecinde çocuk, bir yandan çevresiyle ilişki içerisinde biçimlenirken, diğer yandan değişik bağlamlarda kendi kendini keşfederek kendi benini kavrar. Bu açıdan çocuğun gelişimi onun çevre tarafından basitçe şekillenmesi anlamını taşımaz; çocuk kişiliğini çevreyle etkileşimsel bir dinamik içinde kazanır ve sosyalleşme, çocukluk döneminden sonra çeşitli gruplar içinde devam eder (Bilgin, 1996).

Sosyalleşme sürecini bir kimlik kazanma süreci olarak ele alabiliriz. Hepimizin yaşamı çeşitli gruplara aidiyetlerimiz temelinde geçmektedir. Bu anlamda sosyal kimlik çeşitli grup ve kategorilere aidiyetin bireyi ne ölçüde tanımladığı gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal kimlik bireyin çeşitli gruplarla ilgili bilgi, değerlendirme ve bilişlerini de içermektedir. Tajfel'e göre (1972) bireyin sosyal kimliğinin sosyal gruplara referansla tanımlanması önemlidir. Farklı kimlik gruplarına aidiyeti olan insanların sosyal ortamda davranışları açıklanırken sosyal kimlikleri etkili olmaktadır.

Bireylerin kendi kimliklerini tanımlarken aidiyetleri bulunan grupların dışında referans gruplarının da varlığı söz konusudur. Hyman (1942) referans gruplarını bireyin kendisini veya diğerlerini yargılamak için referans noktası olarak kullandığı gruplar şeklinde tanımlamıştır (Bkz. Bilgin, 1996). Referans grupları bireyin özdeşleştiği ya da özdeşleşmeyi arzuladığı gruplardır. Referans grupları bireyin kendini bir parçası olarak ilişkilendirdiği ya da psikolojik olarak kendini ilişkilendirmeyi arzuladığı gruplardır (Sherif ve Sherif, 1996). Referans gruplarının işlevleri ile sosyal karşılaştırma sürecinin işlevleri arasında paralellik kurabiliriz. Sosyal kimlik kuramını açıklarken ele aldığımız

gibi sosyal karşılaştırma sürecinde bireyler kendi görüş ve yeteneklerini diğer insanların görüş ve yetenekleriyle karşılaştırarak yaparlar. Bu karşılaştırmalarda referans grupları bireyin kendini ve diğerlerini değerlendirmede kullandığı bir ölçüt olarak ele alınabilir.

Birey-grup ilişkileri bağlamında grup aidiyetlerinin bireyler üzerindeki etkileri söz konusudur. Sosyal kimlik kuramı çerçevesinde grupların fonksiyonlarıyla ilgili olarak sosyal kategorizasyon hakkında genel bir tanım yapılabilir “sosyal kategorizasyon bir toplumda bireyin kendi yerini yaratan ve tanımlayan bir oryantasyon sistemidir”. Bu bir bireyin, birey olarak ve bireyin özgün bir grubun üyesi olarak karşılaştırılması objektif gerçekliğini de ilgilendirir. Hiç bir sosyal grubun ada olmadığı bilgisi hiç bir insanın ada olmadığı bilgisinden daha doğru değildir. Bir grubun tanımlanması onun çevresinde diğer gruplar olmadıkça hiçbir duygu yaratmaz (ulusal, ırksal veya başka bir grup olsun). Bir grubun olması için ortak özelliklerinin veya ortak kaderlerinin olduğunun hissedilmesi gerekir (Tajfel, 1978b).

Sosyal kimlik kavramı çerçevesinde birey-grup ilişkilerini ele alacak olursak benzerlikler temelinde oluşan gruplarda grup bütünlüğünün bir ölçüde daha kolay gerçekleşebileceğini söyleyebiliriz. İçinde bulunulan grubun belirli amaçları gerçekleştirmesinde grubu oluşturan bireylerin davranış ve kişilik özellikleri de rol oynamaktadır ve grubun bütünlüğüne katkı sağlayan faktörlerdir.

I.1.6.2 Farklılıklar Temelinde Gruplar

Birey açısından gruplar farklılaşma yeri olarak da nitelendirilebilir. Bireyin diğerleriyle bütünleşmesi kadar diğerlerinden farklılaşması da sosyal bir olgudur. Sosyal kimlik kavramı çerçevesinde insanlar arası benzerlikler ve farklılıklar birlikte incelenebilir. Bir bireyin, bir grubun veya bir toplumun kimliği o bireyin, o grubun veya o toplumun bir başkasından farklı olduğu anlamı taşımaktadır.

Sosyal kategorizasyon sürecinde bireyler kendilerini aynı kategoride bulunan diğer kişilerle özdeşleşmiş olarak algırlarlar. Bireyler kendi kategorilerindeki diğer üyeler ve kendi aralarındaki benzerlikleri belirgin hale getirmeye çalışırken diğer sosyal kategorilerdeki bireylerle kendi kategorilerindeki bireyler arasındaki farklılıkları da vurgularlar (Turner, 1987).

Festinger'in sosyal karşılaştırma teorisine göre insanların görüş ve yeteneklerini değerlendirme güdüsüne sahip oldukları, bunun için diğer insanların görüş ve yetenekleriyle kendilerinininkileri karşılaştırdıkları ve karşılaştırma için de kendilerine benzer olanları seçtiklerini belirtmiştik bu anlamda sosyal kimlik kuramı çerçevesinde grubu farklılaşma yeri olarak ele alabiliriz. Sosyal karşılaştırma süreci grup oluşumunun açıklanmasında önemlidir.

Bireyler kendileri ile diğerleri veya kendi grupları ile diğer gruplar arasında farklılıklar yaratmak için çaba gösterirler. Bunun için sosyal karşılaştırmalar yaparlar. Bireyler sosyal karşılaştırmalar yaparken kendilerinin veya kendi gruplarının özelliklerini olumlu yönleriyle ortaya çıkarmaya çalışırlar (Tajfel ve Turner, 1979). Gruplar arası davranış ortamında gözlenen bireylerin kendi gruplarını diğerlerinden farklı göstermeye çalışmaları bireylerin öz-saygılarının artmasına ve olumlu sosyal kimlik kazanmalarına yol açmaktadır (Hogg ve Abrams, 1990).

Bireylerin sosyal özdeşleşmelerinin tamamı onların sosyal kimliklerini oluşturur. Bireyin grubunu tanımlarken belirttiği özellikleri ve bu özelliklere atfettiği değerleri kendisi ile özdeşleştirmiştir. Gruplar arası sosyal karşılaştırmalar sonucunda algılanan farklılıklar bireylerin kendi grupları için olumlu ise sosyal kimlikleri de olumlu yönde etkilenir, bu durumun tersi de geçerlidir. Sosyal kategorizasyon süreci ile grup içi benzerlikler ve dış gruba olan farklılıklar abartılarak sunulur. Bu süreç bireyin toplum içindeki yerini oluşturma ve tanımlama anlamında kimlik işlevi görmektedir. Sosyal kategorizasyon süreci ile birey kendisi ile diğerleri arasındaki farklılıkları algırlar, böylelikle birey içinde yer aldığı grubu farklılaştırmış olur.

Hem kişiler arası davranışta hem de gruplar arası davranışta bireyin kendisi ile diğerleri arasında yaptığı sosyal ayrımlar ve ortaya çıkardığı farklılıklar sosyal kimlik kavramının oluşumunu açıklar niteliktedir. Görüldüğü gibi sosyal bütünleşme ve farklılaşma sosyal kimliğinin oluşmasında rol oynamaktadır.

I.1.7 Yaşam Stili ve Sosyal Kimlik

Araştırmamızda sosyal kimlik kavramı ile ilişkilendirilmeye çalışılan kavram yaşam stili kavramıdır. Çeşitli sosyal psikoloji araştırmalarında farklı konular kapsamında ele alınan yaşam biçimi, hayat tarzı veya yaşam stili kavramlarının içeriğinin benzer olduğu görülmektedir. Araştırmamızda farklı kimlik gruplarına aidiyetin veya grup üyeliğinin bireylerin yaşam stilleri üzerinde etkili olup olmadığı bağlamında ilgili literatür incelenerek yaşam stili kavramı tanımlanmış ve içeriği belirlenmiştir.

Yaşam stilleri geniş bir araştırma alanını kapsamaktadır. Bir grubun yaşam stili, yaşam biçimi veya hayat tarzı o grubu diğerlerinden ayırt etmeyi sağlamaktadır. İçinde yaşadığımız toplumun bir parçası olarak hepimizin alternatif yaşam stillerinden söz etmemiz mümkündür. Genel anlamda yaşam stili insanların “yaşamı” değerlendirme örüntüleri olarak tanımlanabilir.

Yaşam stili kavramı yaşam kalitesi kavramından ayırmak gerekir. Yaşam kalitesi, insanın içinde yaşadığı çevreye bağlı algısal bir değişkendir. Sosyal bilimlerde mutluluk konusunda yapılan çalışmalarda bireyin yansırı çevreye bağlı bulunan yaşam kalitesini, belirli bir insan tipine göre az çok ustalıkla tanımlanmış, belirli bir çevreye bağlı, doğru tanımlandığı takdirde objektif olarak kavranabilir bir değişken veya bir biçim, en azından bir özellik olarak tanımlamışlardır. Yaşam kalitesi, bireylerin yaşamlarının genel değeri olarak ve bir nedenden daha çok sonuç olarak kavramsallaştırılmaktadır (Yetim, 1991). Kuramsal düzeyde yaşam kalitesi olgusunun tanımlanması oldukça güçtür. Yaşam kalitesi kavramı bireyin yaşamına atfettiği olumlu ve olumsuz nitelikleri kapsamaktadır. Mutluluktan daha ölçülebilir bir kavram olarak yaşam kalitesi bireyin içinde yer aldığı

sosyal çevreye ve topluma ilişkin duygu, düşünce ve değerlendirmelerini de kapsamaktadır (Bilgin, 1991).

Sosyal psikoloji literatürüne baktığımızda kavram olarak yaşam stiline 1970'li yıllarda endüstri ve örgüt psikolojisi bağlamında yer almaya başladığını görüyoruz. Bu anlamda yaşam stili genel olarak tüketici birey ve grupların nasıl yaşadıklarının, neleri ve nasıl tükettiklerini, harcamalarının ve günlük yaşamlarının profilini ifade etmektedir (Runyon ve Stewart, 1987; Wilkie, 1990; Engel, Blackwell ve Kollat, 1978).

Endüstri ve örgüt psikolojisi çerçevesinde yaşam stili kavramı kısaca insanların yaşam, zaman ve parayı değerlendirme, harcama örüntüleri olarak tanımlanabilir. Yaşam stili kültür, sosyal sınıf, referans grupları ve aile gibi birçok faktörün etkide bulunduğu bir öğrenme süreci sonucu ortaya çıkmaktadır. Yaşam stili kişisel değer sistemi ve kişilikle ilgilidir. Değerler bağlamında yaşam stili ve kişilik kavramlarının ortak noktaları söz konusudur. Bu anlamda yaşam stili birey tarafından içselleştirilen kişisel ve sosyal değerleri bütünleştiren bir kavramdır (Engel, Blackwell ve Kollat, 1978).

Yaşam stili kavramı kişilik ve benlik (self) kavramlarıyla birlikte ele alınarak incelenmektedir. Endüstri ve örgüt psikolojisinde kişilik bir değişken olarak ele alınmakta ve başlıca sosyal psikolojik kuramlar çerçevesinde değerlendirilmektedir.

Sosyal psikoloji yönelimli pek çok kişilik kuramı vardır. Bu kuramlar arasında yer alan Kişisel Yapı Kuramı George Kelley tarafından geliştirilmiştir (Hjelle ve Ziegler, 1981). Kelley'e (1954) göre kişilik insanların dünyalarına verdiği anlam yolu olarak ele alınmalıdır. Anlam, kişisel yapının referansı ve nesnelere ne derece benzer veya farklı olduğunu söyleyen bilişsel iletişim ağları aracılığıyla oluşturulur. Kelley'in temel postülası bir kişinin bilişsel süreçlerinin psikolojik olarak olayları algılama biçimi tarafından yönlendirildiğidir. Bu kurama göre bireyler yaşadığı dünyayı tanımlama ve anlamlandırma yolları aramaktadırlar. İnsanlar bunu olayların, nesnelere ve kişilerin ne derece benzer, ne derece farklı olduğunu gözleyerek yaparlar (Bkz. Runyon ve Stewart, 1987).

Literatürde yer aldığı gibi yaşam stili kavramı George Kelley'nin çalışmalarına dayanmaktadır. Kelly'nin kognitif kuramının odak noktası, bireylerin çevrelerindeki insanları ve şeyleri algılama ve yorumlama tarzlarıdır (Bkz. Hjelle ve Ziegler, 1981). Kelley'e göre insanlar kendi yaşamlarını kontrol ve yordamaya çalışırken kendi etraflarında olan olaylara, yapılara veya örüntülere anlam verirler ve olayları yorumlamada bu yapıları kullanırlar. Bazı insanlar kendi dünyalarını yorumlamada, diğerlerinden farklı yapı ve örüntüleri kullanırlar. Bu insanlar arasındaki yaşam stili farklılıklarına da işaret eder, bu kuram bireyin çevreye göre tepkisinin düzenli olarak değiştiğini varsaymaktadır (Engel, Blackwell ve Kollat, 1978).

Yaşam stili ölçümüne yönelik çalışmaların yaşam stili tanımla doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Çeşitli araştırmacılar tanımda vurguladıkları boyutlara göre farklı ölçekler kullanmışlardır (Driscoll ve Eckstein, 1982; Cooke ve Rousseau, 1983a; 1983b; Ware ve ark., 1985; Cook, Rousseau ve Laferty, 1987; Bilgin, 1987).

Psikografikler yaşam stili operasyonel bir ölçümü için kullanılan temel tekniklerdir. Psikografikler, çoğu kez aktivite (activities), ilgi (interest) ve görüşler (opinions) ve bu değişkenlere demografik bilgiler eklenerek ele alınırlar (Wilkie, 1990). Psikografikleri en kapsamlı şekilde tüketici davranışları alanında pazarlamacılığa uygulayan program SRI'nin VALS (Value and Life Style) programıdır. Bu program aktivite, ilgi ve görüşler temelinde sekiz tip tüketici (orijinal isimlendirmeleri ile; Actualizers, Fulfilleds, Believers, Achievers, Strivers, Experiencers, Markers, Strugglers) tanımlamıştır ve bu program endüstri psikolojisi alanında kullanılmaktadır. VALS değerler ve tüketici tercihleri arasında rol oynayan ekonomik, sosyal ve teknolojik değişkenlerin önemini vurgulamaktadır. Bu program yaşam stillerini ve buna bağlı olarak tüketici tiplerini değişen demografik veriler (örneğin artan nüfus), değişen ülke koşulları (örneğin dünya politikaları), değişen pazarlama alanları (örneğin lokal, bölgesel veya global yayılma), değişen teknoloji ve kitle iletişim (örneğin bilgi alış-verişi) temelinde açıklamaya çalışmaktadır. (SRI International, 1990).

Yaşam stili çalışmalarında;

-Aktivitelerle ilgili olarak, bireylerin serbest zaman uğraşları (türleri, niteliği, yapılma sıklığı), evde dinlenme rahatlama biçimleri, sosyo-kültürel faaliyetlere katılma, kitle iletişim araçlarıyla ilişkiler, ev bakımı ve alış-veriş davranışları, insan ilişkileri gibi boyutlar ele alınmaktadır.

-İlgilerle ilgili olarak, bireylerin kişisel özellikleri (inançları, idealleri gibi), günlük yaşamda rolleri ve bu roller hakkındaki tutum ve algıları, toplum hayatı ve diğer kişilere ilişkin görüşleri incelenmektedir.

-Görüşlerle ilgili olarak, bireylerin çevre ve dünyaya ilişkin görüşleri, ekonomi, politika, bürokrasi, teknoloji, çevre kirliliği, sosyal hayat konusundaki değerleri, moral ve etik yargıları üzerinde durulmaktadır (Runyon ve Stewart, 1987; Wilkie, 1990; Engel, Blackwell ve Kollat, 1978).

Yaşam stilleri, sosyal ve kişisel değişkenlerin etkileşiminin bir sonucu olarak ortaya çıkarlar. Bireyler sürekli bir takım çevresel etkilerin altındadırlar. Bunlardan en önemlisi çocukluk dönemindeki sosyalizasyon sürecidir. Daha sonraki dönemlerde aileden, referans gruplarından veya çeşitli kimlik gruplarından kaynaklanan etkiler sözkonusudur. Bir grubun veya bir toplum kesiminin yaşam stili bu grup ya da kesimi diğerlerinden ayırdetmemizi sağlamaktadır. Bilgin (1991) yaşam stilini birey ve grupların kendine özgü yaşam biçimlerini, onları diğerlerinden ayırdedici özelliklerini, eşya sembolizmini, tutum ve kanaatlerini, etik ve moral değerlerini, sosyal hayatın çeşitli alanlarına ilişkin düşünce ve görüşlerini, neleri ve nasıl tükettiklerini ifade eden bir kavram olarak tanımlamıştır.

Literatür incelendiğinde yaşam stili olgusunun endüstri ve örgüt psikolojisi kapsamında değişik araştırma konularıyla birlikte ele alındığını görüyoruz. Burada söz konusu araştırmaların içeriği üzerinde araştırmamızın kapsamı çerçevesinde durulmamıştır.

Yaşam stilleri insanların zamanlarını harcama biçimleri, ilgileri ve çevrelerine önem veriş tarzları, görüşleri, kendilerine ve dünyaya nasıl baktıkları ve ayrıca eğitim, yaş, yaşanan yer gibi bazı temel özelliklerin saptanması ile belirlenebilir. Sosyal ve kişisel değişkenlerin etkileşimlerinin sonucu olarak ortaya çıkan yaşam stili kavramı sosyal kimlik kavramı ile ilişkilendirilebilir. Kimlik kavramımız, kendimiz ve diğerleri için kim olduğumuzu kapsadığı ölçüde bireysel ve sosyal yanlar içermektedir. Kimlik bireyin hem kendisi ile diğerleri arasındaki farklılaşmaları içerir, hem de kendisiyle diğerleri arasındaki özdeşleşmelerden hareketle oluşur. Kimlik duygusu birey ile dünya arasında vasıta rolü oynamaktadır. Kimliğimizi çeşitli gruplara aidiyetimiz temelinde tanımlıyoruz. Bu noktada çeşitli gruplara aidiyeti olan insanların alternatif yaşam stilleri söz konusudur. Bu insanların yaşam stillerini kültür, sosyal sınıf, referans grupları ve aile gibi bir çok faktör etkilemektedir.

Aynı sosyal bağlamda yer alan insanların farklı yaşam stilleri olabilir. Nihayetinde yaşam stili hem kişisel hem de sosyal alanla ilgili bir kavramdır. Bu anlamda hem kişisel kimlik hem de sosyal kimlik kavramlarıyla ilişkilidir. Birey veya grubun nasıl yaşadığı anlamında yaşam stillerini anlamak için o birey veya grubun sosyal aidiyetlerinin bilinmesine ihtiyaç duyarız.

Sosyal psikoloji içinde değerler konusu bağlamında alt kültür gruplarının (örneğin, punklar, hippiler, vb.) yaşam stillerinden söz edilmektedir. Rokeach'e (1973) göre değer kavramı, kişisel ya da toplumsal olarak zıt ya da farklı bir davranış biçimi veya yaşam amacına karşı tercih edilen belirli bir davranış biçimi ya da yaşam amacı şeklindeki kalıcı bir inançtır. Herkes değer sistemini oluşturan bir değerler hiyerarşisine sahiptir. Bu çerçevede alt kültür gruplarının değerlere atfettiği göreceli önem çeşitli araştırmalara konu olmuştur. 1970'lerde hippilerin ve 1980'lerde punkların yaşam stilleri giyim, müzik ve ahlak konularındaki toplum değerleri sosyal ve ekonomik değişim çerçevesinde ele alınmıştır (Brown, 1988; Rokeach, 1973).

İnsanların sosyo-demografik özelliklerinden elde ettiğimiz bir takım bilgilerle onların yaşam stillerini bir ölçüde yorumlayabiliriz. Ancak bu insanların davranışlarının açıklanabilmesi ve yordanabilmesi onların yaşam stillerinin belirlenmesi ile gerçekleşir. Bu anlamda sosyo-demografik bir takım değişkenlerle elde edilen veriler yetersiz kalmaktadır. Yaşam stiline ölçümü bir anlamda somutlaştırılması tanımlanan yaşam stili kavramına bağlıdır. Araştırmamız günlük yaşamımızda farklı gruplara aidiyetlerimizin yani sosyal kimliklerimizin yaşam stillerimiz üzerinde etkili olup olmadığı sorusuna belli ölçülerde cevap aramaktadır. Araştırmamızda farklı kimlik gruplarının yaşam stillerinin ölçümünün nasıl gerçekleştirildiği araştırmada kullanılan ölçeğin tanımlandığı bölümde yer almaktadır. Bu araştırmada yaşam stili farklı kimlik gruplarına aidiyeti olan insanların kendilerine özgü yaşam biçimlerini, onları diğer gruplardan ayırdeden özellikleri, eşya sembolizmini, tutum ve görüşlerini, etik ve moral değerlerini, sosyal yaşamın çeşitli alanlarına ilişkin düşünce ve görüşlerini, neleri ve nasıl tükettiklerini ifade etmektedir.

Toplum içinde bir takım grupların diğer gruplardan farklarını ortaya koymaları anlamında sosyal kimlik olgusu bir durumun değil bir sürecin ifadesi olarak değerlendirildiğinde bir grubun kimliği diğer gruplarla ilişki içerisinde zamanla değişmektedir. Ve bu grupların yaşam stillerinin saptanması ve diğer gruplardan onları ayıran farklılıkların ortaya konması önemlidir. Bu araştırmada farklı kimlik gruplarına aidiyetin veya grup üyeliğinin bireylerin yaşam stilleri üzerinde etkili olup olmadığı değerlendirilmeye çalışılmıştır.

I.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmada farklı kimlik grupları arasında yaşam stilleri açısından gerçek günlük yaşam pratiklerine dayalı bir farklılaşma olup olmadığı sorusuna sosyal psikolojik bir perspektifte açıklama getirilmesi amaçlanmıştır.

Bireyin toplum içindeki yaşamı onun kim olduğunu tanımlayan gruplar içinde geçmektedir. Bu gruplar (örneğin; milliyet, cinsiyet, aile, arkadaş grupları, dini ve etnik gruplar, çalışma grupları, dernek ve klüpler, vs.) birçok bakımdan birbirinden farklı özellikler taşımaktadır. Kendi isteğimizle veya kendi isteğimiz olmaksızın içinde yer aldığımız bu gruplar yaşantımızı çok değişik şekillerde etkilemektedirler.

Farklı sosyal kimlik gruplarına aidiyetleri bulunan insanların birarada, aynı sosyo-kültürel bağlamda yaşamaları sonucunda bu insanların etkileşimleri söz konusudur. Alan araştırması niteliği taşıyan bu araştırmada farklı köken, mezhep ve cinsiyet kimlik gruplarına aidiyeti olan insanların genel olarak yaşam stillerine ilişkin bireysel tercihlerinin neler olduğu saptanarak bu kimlik grupları temelinde biraraya gelen insanların yaşam stillerinin birbirine olan benzerlik ve farklılıkları değerlendirilmeye çalışılacaktır. Eldilen verilerle belirli ölçüde araştırma gruplarımızda yer alan insanların davranışlarının açıklanması ve yordanması mümkün olacaktır.

Araştırmamıza katılan kişilerin yaşam stili tercihleri, aile yaşamı ve aile ortamı ile ilgili bilgilerini, günlük yaşam pratiklerini, aktivitelerini, sosyal hayat konularında tutum ve kanaatlerini kapsamaktadır.

Bu araştırmanın örneklemini oluşturan insanların farklı sosyal kimlik gruplarına aidiyetleri temelinde ifadesini bulan yaşam stili tercihleri hakkında genel bir takım bilgiler elde edildikten sonra bu aidiyetlerin insanların yaşam stilleri üzerinde etkili olup olmadığının incelenmesi bu araştırmanın öncelikli hedefidir.

Yukarıda açıklanan düşünceler doğrultusunda araştırmamızın temelinde bulunan amaçları řu şekilde sıralayabiliriz;

- farklı kimlik gruplarına aidiyeti olan insanların bireysel tercihler temelinde yaşam stillerinin incelenmesi,
- bu bireylerin oluşturduğu grupların yaşam stilleri planında birbirine olan benzerlik ve farklılıklarının saptanması,
- farklı kimlik gruplarına aidiyetin bireylerin yaşam stilleri üzerinde etkili olup olmadığının incelenmesi,
- araştırma gruplarında yer alan bireylerin sosyal kimlikleri ile yaşam stillerinin ilişkilendirilmesi.

II.BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümde I. Bölüm'de özetlenen kuramsal yaklaşımların temel oluşturduğu alan araştırmasının yöntemi ve sonuçları yer almaktadır.

Araştırmanın yöntemi genel olarak sunulduktan sonra araştırmamızın amaçlarına uygun bilgi sağlamak için kullanılan ölçek tanıtılacaktır. Örneklemin özellikleri ve uygulamaya ilişkin bilgiler sunularak araştırmadan elde edilen verileri çözümlemede kullanılan istatistiksel analizlere yer verilecektir.

II.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmamızın konusunu genel olarak sosyal kimlik ve yaşam stilleri oluşturmaktadır. Kuramsal bölümde sunulduğu gibi sosyal psikoloji literatüründe sosyal kimlik ve yaşam stili kavramları ayrı ayrı kavramlar olarak ele alınmış ve bu kavramlara çeşitli şekillerde yaklaşmıştır. Hem sosyal kimlik araştırmalarında hem de yaşam stili araştırmalarında araştırmacıların konuyu ele alış tarzlarından kaynaklanan çeşitlilik göze çarpmaktadır.

Genel olarak sosyal kimlik kuramı sosyal kimliği gruplar arası ilişkiler bağlamında açıklamaktadır. Bu kurama göre grup davranışı kendine özgü karakteristik özellikleriyle bireyler arası davranıştan farklıdır (Tajfel, 1978b; Turner, 1987). Tajfel ve arkadaşlarının "minimal grup paradigması" yöntemi ile yaptıkları bir dizi deneysel araştırma sonuçlarını esas alan sosyal kimlik kuramına göre bireylerin sosyal dünyalarının biz (iç grup) ve onlar (dış grup) şeklinde farklı sosyal gruplara ayrılması yani kategorize edilmesi sonucunda grup içi taraflılık ve dış gruba karşı ayırdedicilik ortaya çıkmaktadır (Tajfel ve ark.,

1971). Minimal grup paradigması yöntemi ile çok sayıda araştırma yapılmıştır ve günümüzde hala yapılmaktadır (Turner, 1975; 1978a; Turner, Brown ve Tajfel, 1979; Oakes ve Turner, 1980; Cadinu ve Rothbart, 1996; Linville, Fischer ve Yoon, 1996).

Sosyal kimlik araştırmalarının da gösterdiği gibi sosyal kimlik direkt olarak ölçülebilen bir değişken değildir (Sarbin ve Scheibe, 1983; Tajfel, 1982; Hogg, 1992). Sosyal kimliğin ölçülebilmesi, değerlendirilebilmesi için çeşitli değişkenlerin (örneğin; grup içi beğeniler, gruplar arası farklılık, vb.) ele alınması ve ayrıca grubun içinde bulunduğu sosyal ortamın ve ortamın içeriğinin (inançlar, normlar, kültürel değerler, vb.) anlaşılması gerekmektedir. Sosyal kimlik kuramı grup üyeliğini veya gruba ait olmayı, grubu temsil etmeyi sosyal ve yapısal açıdan dinamik olarak ele almaktadır (Hogg, 1992). Sosyal kimlik çalışmalarında ele alınan konunun bağlamına göre farklı gruplar için farklı ölçüm araçlarının kullanılması gerekmektedir.

Sosyal kimlik kuramının sosyal kimliği gruplar arası davranış ortamından hareketle tanımladığını söylemek mümkündür. Bu araştırmada, sosyal kimlik kuramının hareket noktasını oluşturan gruplar arası davranışın yani örnekleminizde yer alan ve farklı kimlik gruplarına aidiyeti olan insanların kendi gruplarına (iç grup) ve diğer gruplara (dış grup) dair algılarının incelenmesi söz konusu değildir.

Bu araştırmada sosyal kimlik kavramı birey-grup ilişkileri ve etkileşimi çerçevesinde farklı kimlik gruplarına aidiyetleri olan (köken, mezhep, cinsiyet) insanların yaşam stilleri incelenmeye çalışılacaktır. Araştırmamızda yaşam stili bir grup olgusu olarak ele alınarak araştırma gruplarının birbirine olan benzerlik ve farklılıkları incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmamız bir alan araştırması olarak biçimlendirilmiştir. Bu araştırma için geliştirilen veri toplama aracı ile elde edilen verilere istatistiksel analizler uygulanarak yaşam stilleri planında farklı kimlik gruplarının birbirlerine olan yakınlık ve uzaklıkları yani benzerlik ve farklılıkları değerlendirilmeye çalışılacaktır.

II.1.1 Araştırmada Kullanılan Ölçek

Farklı kimlik gruplarına aidiyeti bulunan insanların nasıl yaşadıklarının belirlenmesi ve yaşam stiline ilişkin bireysel tercihlerinin neler olduğunun saptanması ve bu anlamda farklı kimlik gruplarının birbirine olan benzerlik ve farklılıklarının anlaşılması bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Yaşam stiline ölçümüne yönelik çalışmalar yaşam stili tanımından hareketle ele alınmaktadır ve araştırmalar genellikle endüstri ve örgüt psikolojisi alanında yapılmıştır. Literatürdeki yaşam stili araştırmalarında çeşitli araştırmacıların (Driscoll ve Eckstein, 1982; Cooke ve Rousseau, 1983a; 1983b; Cooke, Rousseau ve Lafferty, 1987; Bilgin, 1987) yaptıkları tanım doğrultusunda ve araştırmalarının amacına yönelik olarak farklı ölçekler kullandıkları görülmektedir.

Bu araştırmada amacımıza uygun olarak yaşam stiline ölçümüne yönelik bir ölçek geliştirilmiştir. Geliştirilen yaşam stili ölçeği farklı içerik ve formlarda düzenlenmiş alt bölümlerden oluşan bir ölçektir.

Araştırmamız için geliştirilen ölçekte her bir kişi toplam 98 soru yanıtlamaktadır. Bazı soruların birden fazla enformasyon içermesi nedeniyle kişi başına toplanan veri sayısı 161'e ulaşmaktadır.

Ölçekte yer alan ilk 55 soru maddesi Likert tipi tutum ölçeği şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmamıza katılanlar bu kısımda yer alan maddeleri "tamamen katılıyorum" veya "tamamen doğru" ile "tamamen karşıyım" veya "tamamen yanlış" uçları arasında yer alan bir doğru üzerinde beşli derecelendirme yaparak değerlendirmişlerdir.

Ölçekte ayrıca açık uçlu ve kapalı uçlu 43 soru bulunmaktadır. Bu sorulardan bazıları 9-10 ve daha fazla soru maddesi içermektedir.

İnsanların yaşam stiline ilişkin bireysel tercihlerinin neler olduğunun saptanmasına yönelik olarak geliştirilen ölçek genel olarak aşağıdaki bölümlerden oluşmuştur:

Sosyo-Demografik Özellikler

Bu bölümde örnekleme oluşturan kişilerin sosyo-demografik özelliklerinin saptanması amacıyla oluşturulan sorular yer almaktadır. Bu sorular araştırmamıza katılan kişilerin doğum yeri, yaşı, memleketi, kentte yaşama süresi, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, oturduğu semt, mezhebi, kökeni, gelir durumu ve mesleğinin belirlenebilmesi amacıyla oluşturulan sorulardır.

Aile Yaşamı ve Yaşanılan Mekana İlişkin Bilgiler

Araştırmaya katılan kişilerin aile yaşamının ve aile ortamının özelliklerini anlamak amacıyla ölçekte 7 soru maddesi yer almaktadır (bu soru maddeleri ölçeğin 7., 8., 9., 10., 16., 17. ve 18. sorularıdır). Bu sorularla aile üyelerinin sayısı, aile yapısı, ailenin sahip olduğu çocuk sayısı, oturlan eve ilişkin bilgiler, insan ilişkileri, ev dekorasyonu ve sahip olunan eşyaların durumu saptanmaya çalışılmıştır.

Günlük Yaşam Pratikleri, Aktiviteler ve Hobilere İlişkin Bilgiler

Araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan ve bu bölümde yer alan sorular araştırmaya katılan kişilerin günlük yaşamlarını nasıl geçirdiklerini anlamaya yöneliktir (bunlar ölçeğin 19. sorusu ve bu sorunun alt soru maddelerini kapsamaktadır). Ayrıca bu kişilerin hobileri, yaptıkları aktiviteler ve yapma sıklıkları, tatil anlayışları, ülke sorunlarına bakışları, kitle iletişim araçlarıyla ilişkileri, sevdikleri şarkıcılar ve film yıldızları ve mali işlerde kullandıkları şeyler (bankamatik vb.) bu bölümde yer alan sorular arasındadır (bu sorular ölçeğin 20., 21., 22., 23., 24., 25., 26., 27., 28. ve 29. sorularıdır).

Sosyal Hayat ve Dünya Görüşüne İlişkin Bilgiler

Bu araştırmada kullanılan ölçeğin Likert tipi tutum ölçeği şeklinde hazırlanan ilk 55 soru maddesi ile araştırmaya katılan kişilerin aile ve çocukları, beslenme ve giyim alışkanlıkları, politika konusundaki düşünceleri, yaşadıkları yere ilişkin algıları gibi toplum ve sosyal hayat konusundaki tutum ve kanaatlerinin saptanması amaçlanmıştır. Bu bölümde yer alan soru maddelerinin bir kısmı sosyal psikoloji alanında daha önceki alan araştırmalarında güvenilirlik çalışmaları yapılan ölçeklerden alınmıştır (Gökten, 1991; Bilgin, 1991).

Ayrıca ölçekte sosyal yaşamda kişilerin kendilerini nasıl algıladıklarının belirlenmesi amacıyla 14 soru maddesi yer almaktadır. Araştırmaya katılanlardan bu soru maddelerini çok, oldukça, biraz ve hayır şeklinde hazırlanan 4'lü bir skala üzerinde değerlendirmeleri istenmiştir.

Araştırmamızda kullandığımız ölçek yaşam stilleri çerçevesinde insanlara ait hem somut bir takım şeylerin ölçümüne (örneğin, sahip olunan eşyaların saptanması gibi) hem de insanların düşünce ve görüşlerinin saptanmasına olanak vermektedir (örneğin, kadere inanıp inanmama gibi).

Bu araştırma için geliştirilen ölçeğin pilot çalışması yetişkinler arasından seçilen rasgele 50 kişilik bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonucunda ölçek üzerinde gerekli görülen bazı düzenlemeler yapılarak bu araştırma için son şekli verilmiştir.

II.1.2 Örneklem ve Uygulama

Alan araştırmasının evrenini İzmir ilinin çeşitli semtlerinde yaşayan, köken (Türk-Kürt), mezhep (Alevi-Sünni) ve cinsiyet (Kadın-Erkek) bakımından farklılık gösteren nüfus oluşturmaktadır.

Araştırma evrenini oluşturan nüfusun özellikleri ve tam miktarı bilinmediği için örneklemimizi oluştururken daha önce İzmir ilinde yapılan alan araştırmalarından yararlanılarak uygulama yapılacak sosyo-ekonomik düzeyleri benzer çeşitli semtler belirlenmiştir. İzmir’de yaşayan kökenleri sorulduğunda kendilerini “Kürt” veya “Türk” olarak tanımlayan, mezhebiniz nedir sorusuna “Alevi” veya “Sünni” diyen kişiler araştırmamızın örneklemine oluşturmuşlardır.

Uygulamalar 1995 yaz aylarında İzmir’in Yamanlar, Küçük Yamanlar, Gümüşpala, Örnekköy, Cumhuriyet Mahallesi, Çiğli ve Narlıdere semtlerinde gerçekleştirilmiştir.

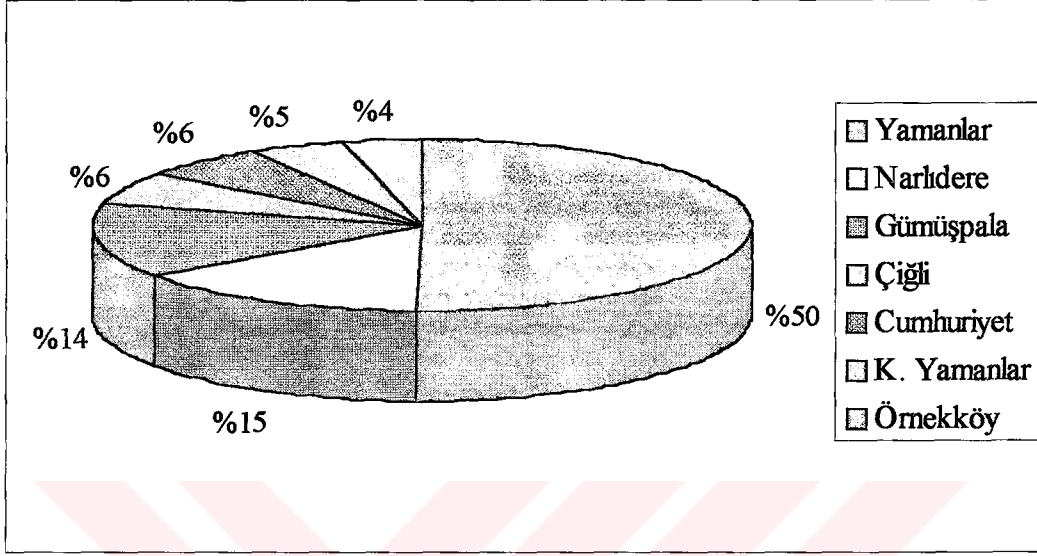
Bu araştırmada köken, mezhep ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak 1000 kişi ile görüşülmüştür. Uygulamalar sonucunda tamamlanamayan, eksik bırakılan anketler değerlendirme dışı bırakılarak araştırmamızda toplam 983 kişinin verileri kullanılmıştır

Uygulamalar için belirlenen semtlerin muhtarlarından o semtte oturan kişilere ilişkin bilgiler alınmıştır. Uygulama için bir semte gidildiğinde o semti iyi bilen kişilerin yardımıyla anketlerin uygulanacağı sokaklar saptanmıştır. Araştırma kapsamına giren her sokaktan üç evden birisi seçilmiş hane halkı reisi veya eşi, bulunmadığı durumlarda yaş değişkenine dikkat edilerek oğlu veya kızı ile görüşülmüştür.

Tüm uygulamalar bizzat araştırmacı ve araştırmacı gözetiminde alan araştırmalarında deneyimli toplam 10 psikolog (4 kadın, 6 erkek) tarafından birebir yüzyüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Örneklem katılan kişilerle her bir ölçeğin ortalama uygulama süresi 25 dakikadır.

Araştırmamızda uygulamaların gerçekleştirildiği semtlere göre örneklemin dağılımı aşağıdaki Şekil 3’de sunulmuştur.

Şekil 3. Örneklemin Uygulama Yapılan Semtlere Göre Dağılımı



Uygulamaların gerçekleştirildiği semtlere göre örneklemin dağılımı Yamanlar %50. 1, Narlıdere %14. 9, Gümüşpala %13. 8, Çiğli %6. 4, Cumhuriyet Mahallesi %6. 2, Küçük Yamanlar %4. 6 ve Örnekköy %4. 0 şeklinde sıralanmaktadır.

Türkiye'deki birçok büyük kent hem dış, hemde iç göç alan, farklı kökene sahip grupların, birbirinden farklı dönemlerde ve farklı koşullarda yerleşmeye çalıştıkları karmaşık yapılı kentlerdir (Erder, 1997). Büyük kent konumundaki İzmir ili için de bu bilgilerin geçerli olduğu söylenebilir. Araştırma gruplarımızın İzmir ilinde yer alış tarzlarına baktığımızda bu grupların kentin periferik bölgelerinde yaşadığını ve ayrıca akrabalık veya hemşehrilik bağlarına göre biraraya geldiklerini görmekteyiz. Bilgin ve Göregenli (1996) ülkemizdeki büyük kentlerin periferik bölgelerinde hemşehrilik bağlarına göre şekillenen gecekondu semtlerinin kentin merkeziyle bütünleşemediğini ve bu tür kentlerde çok çeşitli yaşam stillerinin, her biri kendi içinde son derece sıkı bir

şekilde kodlanmış, norm ve kurallara bağlanmış, konformite düzeyleri yüksek grupların yanyanalığını yansıttığını vurgulamışlardır.

Gözlemlerimize göre uygulamalarımızın gerçekleştirildiği semtlerde belediye, eğitim ve sağlık hizmetlerinin yetersiz kaldığını söyleyebiliriz. Genellikle bu semtlerde köken ve mezhebe bağlı olarak “Kürt-Aleviler”, “Kürt-Sünniler”, “Türk-Aleviler”, “Türk-Sünniler” ayrı ayrı mahallelerde oturmaktadırlar.

Araştırmamızın örnekleminde yer alan “Kürt-Aleviler” ve “Kürt-Sünniler” Yamanlar ve Küçük Yamanlar semtlerinde, “Türk-Aleviler” ve “Türk-Sünniler” ise Narlıdere, Gümüşpala, Çiğli, Cumhuriyet Mahallesi ve Örnekköy semtlerinde ayrı ayrı mahalleler şeklinde yaşamaktadırlar.

Nüfus istatistiklerinde, örnekleminde yer alan kökeni “Kürt” ve mezhebi “Alevi” olan kişilerin temel nitelikleri ve tam miktarı yer almamaktadır. Türkiyede yaşayan “Alevilerin” sayısı yaklaşık 4-5 milyon (“Türk” ve “Kürt Aleviler” beraber) olarak tahmin edilmektedir (Andrews, 1992). Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaşayan “Kürt” olarak tanımlanan nüfus kesitleri arasında yapılan kapsamlı bir alan araştırmasının örneklem seçiminde de köken değişkenine ilişkin benzer sorunlarla karşılaşmıştır (TOBB, 1995). Araştırma örneklemini oluşturan nüfus kesitinin kent merkezinde yaşadıkları semtler de çeşitlilik göstermektedir. Tüm bu nedenlerle örnekleminizi oluştururken aynı sosyo-ekonomik bağlamda, benzer özellikler gösteren semtlerde yaşayan kişilerden meydana gelmesine dikkat edilmiştir.

Örnekleminde yer alan kişilerin köken, mezhep ve cinsiyet grup aidiyetlerine göre dağılımı aşağıdaki Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Örneklemin Köken, Mezhep ve Cinsiyet Grup Aidiyetlerine Göre Dağılımı

	“Kürt” Kökenli 469 kişi %47. 71		“Türk” Kökenli 514 kişi %52. 29		Toplam
	“Alevi”	“Sünni”	“Alevi”	“Sünni”	
Kadın	115 11. 70	123 12. 51	92 9. 36	135 13. 73	465 47. 30
Erkek	126 12. 82	105 10. 68	135 13. 73	152 15. 46	518 52. 69
Toplam	241 24. 52	228 23. 19	227 23. 09	287 29. 19	983 100

Yukarıdaki Tablo 1’den izleneceği gibi örnekleminiz 465 (%47. 3) kadın 518 (%52. 7) erkek toplam 983 kişiden oluşmaktadır.

Örnekleminizde 469 (%47. 7) “Kürt” kökenli, 514 (%52. 3) “Türk” kökenli kişi vardır. Mezhep değişkenine göre örnekleminizde 468 (%47. 6) “Alevi”, 515 (%52. 4) “Sünni” kişi bulunmaktadır.

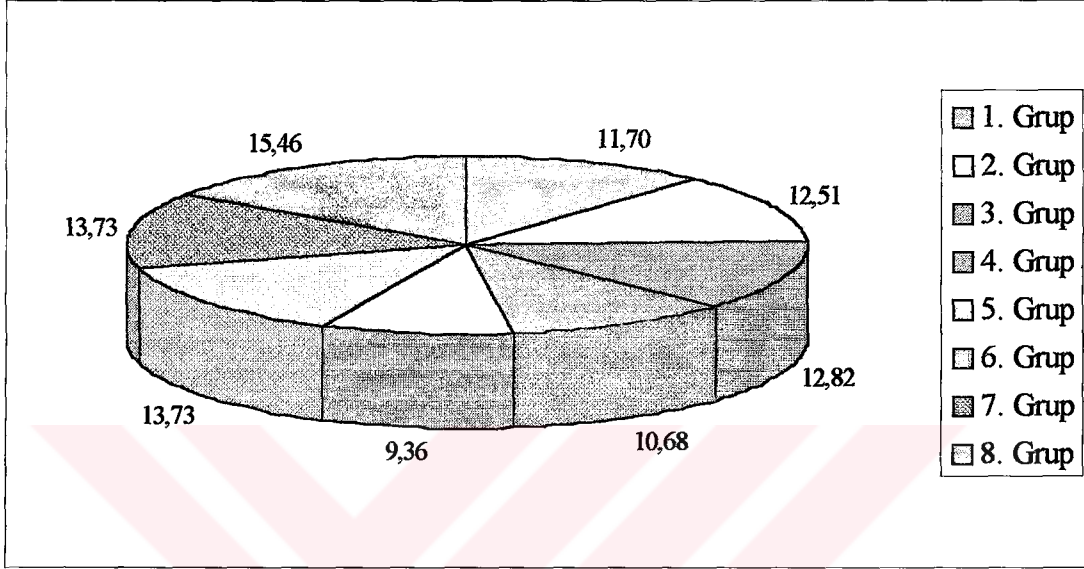
Araştırmamızın amacı doğrultusunda örnekleminizde yer alan kişilere kendilerini tanımlamalarına ilişkin sorular yöneltilmemiş direkt olarak kökenleri, mezhepleri ve cinsiyetleri sorulmuştur. Köken, mezhep ve cinsiyet kimlik grupları temel sosyal kimlik grupları arasında yer almaktadır. Bu gruplara aidiyet insanın kendi isteği dışında gerçekleşmektedir.

Örnekleminizi oluşturan kişiler sırasıyla köken, mezhep ve cinsiyet grup aidiyetlerine göre 8 grupta toplanmıştır. Bu gruplar ve bu gruplara ilişkin kısaltmalar

aşağıda sunulduğu gibidir, araştırma verilerinin sunulduğu tablolarda bu kısaltmalar kullanılmıştır.

1. Grup “Kürt-Alevi-Kadın” (KAK)
2. Grup “Kürt-Sünni-Kadın” (KSK)
3. Grup “Kürt-Alevi-Erkek” (KAE)
4. Grup “Kürt-Sünni-Erkek” (KSE)
5. Grup “Türk-Alevi-Kadın” (TAK)
6. Grup “Türk-Sünni-Kadın” (TSK)
7. Grup “Türk-Alevi-Erkek” (TAE)
8. Grup “Türk-Sünni-Erkek” (TSE)

Şekil 4. Örneklemin Köken, Mezhep ve Cinsiyet Grup Aidiyetlerine Göre Dağılımı



Örnekleminizden elde ettiğimiz verilerin yoğunluğu nedeniyle bulguların sunumunda elde edilen bilginin içeriğine bağlı olarak köken, mezhep ve cinsiyet grup aidiyetleri temelinde çeşitli kombinasyonlarla oluşan gruplamalar içinden tercih yapılmıştır.

Örnekleminizin köken ve mezhep farklılıkları gözönüne alındığında uygulamaların gerçekleştirildiği kentte yaşama süresi önemli bir değişken durumundadır.

Tablo 2’de köken ve mezhep grup aidiyetlerine göre ayrılan araştırma gruplarının İzmir ilinde yaşadığı sürelerin frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir.

Tablo 2. Örneklemin Kentte Yaşama Süresi

Kentte yaşama süresi	KA	KS	TA	TS	Toplam
1-5 yıl	55	44	18	43	160
	5. 60	4. 48	1. 83	4. 37	16. 28
6-10 yıl	56	66	30	40	192
	5. 70	6. 71	3. 05	4. 07	19. 53
11-15 yıl	27	33	17	31	108
	2. 75	3. 36	1. 73	3. 15	10. 99
16 yıl ve üstü	103	85	162	173	523
	10. 48	8. 65	16. 48	17. 60	53. 20

Tablo 2'ye genel olarak bakıldığında tüm grupların 16 yıl ve daha fazla süredir İzmir ilinde yaşadıkları görülmektedir (%53. 2). Araştırma gruplarımızdan sırasıyla "Türk-Sünni" grubun %17. 60'ı, "Türk-Alevi" grubun %16. 48'i, "Kürt-Alevi" grubun %10. 48'i ve "Kürt-Sünni" grubun %8. 65'i 16 yıl ve daha uzun süredir İzmir ilinde yaşadığını görmekteyiz. Kökene göre bu verileri değerlendirdiğimizde "Kürt" kökenlilerin (%19. 13) "Türk" kökenlilere (%34. 08) oranla İzmir ilinde daha kısa süredir yaşadıklarını söyleyebiliriz. Araştırma gruplarımızda yer alan ve son beş yılda İzmir'de yaşamaya başlayan kişilerin dağılımına baktığımızda da "Kürt" kökenlilerin oranının (%10. 08) "Türk" kökenlilerin oranından (%6. 20) daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Bilindiği üzere "Kürt" kökenliler Doğu ve Güneydoğu Anadolu'dan İzmir'e değişik zamanlarda göç yoluyla gelmişlerdir.

Türkiye'deki göç hareketlerini değerlendiren Erder (1997) ülkemizde yaşanan iç göçün son dönemlere kadar gönüllü göç niteliği taşıdığını vurgulamıştır. Erder, gönüllü göçü, göç eden grupların hem yeni, hem de eski çevreleriyle ilişkilerinin devamını sağlayan göç hareketleri, zorunlu göçü ise göç edenlerin gönüllü isteklerinin dışında

oluşan gelişmeler sonucunda gerçekleşen göç türü olarak tanımlamıştır. Ayrıca son dönemlerde büyük şehirlere Doğu ve Güneydoğu Anadolu'dan gönüllü göç akımının “köy boşaltma” ve “terörden kaçma” nedeniyle zorunlu göç niteliği kazandığını belirtmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda araştırma gruplarımızda yer alan “Kürt” kökenlilerin İzmir iline değişik tarihlerde yaptıkları göçlerin niteliği başka araştırmaların konusunu oluşturmaktadır.

Örneklemindeki kişilerin doğum yerlerine göre frekans ve yüzde dağılımı aşağıdaki Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3. Örneklemin Doğum Yerine Göre Dağılımı

Doğum Yeri	Kişi sayısı	%
İzmir	212	21.6
K. Maraş	90	9.2
Erzurum	85	8.6
Malatya	66	6.7
Çorum	53	5.4
Bitlis	46	4.7
Kars	37	3.8
Muş	30	3.1
Tunceli	26	2.6
Mardin	23	2.3
Manisa	23	2.3
Konya	21	2.1
Afyon	21	2.1
Sivas	20	2.0
Diğer	230	23.5

Tablo 3'den izleneceği gibi örneklemeimize katılan kişilerin doğum yerlerinin dağılımına baktığımızda %21. 6'sının İzmir, %9. 2'sinin K. Maraş, %8. 6'sının Erzurum, %6. 7'sinin Malatya ve %5. 4'ünün Çorum doğumlu olduğunu görmekteyiz. Ayrıca doğum yeri Bitlis, Kars, Muş, Tunceli, Mardin, Manisa, Konya, Afyon ve Sivas illeri olan toplam 247 kişi örnekleminizin %25'ini oluşturmaktadır. Örnekleme yer alan 230 kişi (%23. 5) ise Tablo 3'de adı geçmeyen Türkiye'nin diğer illerinde doğmuştur.

Örneklemeimize katılan kişilerin doğum yeri neresi olursa olsun memleketi olarak algıladığı yerin neresi olduğu sorusuna verilen yanıtların frekans ve yüzde dağılımı aşağıdaki Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4. Örneklemin Memleketlerine Göre Dağılımı

Memleket	Kişi sayısı	%
İzmir	154	15. 7
K. Maraş	108	11. 0
Erzurum	90	9. 2
Malatya	79	8. 0
Çorum	58	5. 9
Bitlis	48	4. 9
Kars	40	4. 1
Muş	32	3. 3
Konya	27	2. 7
Tunceli	26	2. 6
Afyon	25	2. 5
Mardin	24	2. 4
Manisa	22	2. 2
Sivas	21	2. 1
Diğer	229	23. 4

Tablo 4'den izleneceği gibi örnekleminizi oluşturan kişilerin %15. 7'si İzmir, %11'i Kahraman Maraş, %9. 2'si Erzurum ve %8'i Malatya illerinin memleketleri olduğunu ifade etmiştir. Doğum yeriniz neresi? sorusundan elde edilen verilerle Memleketiniz neresi? sorusundan elde edilen veriler karşılaştırıldığında örneğin, İzmir doğumlu olduğu halde İzmir'i memleketi olarak algılamayan, başka bir ili memleketi olarak gören veya doğum yeri İzmir olmayan bazı insanların ise memleketi olarak İzmir'i algıladığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu durum diğer bazı iller için de geçerlidir.

İnsanların memleketi olarak algıladığı yer doğum yeri olmayabilir. İnsanların memleketi olarak algıladığı yer ve o yerin insanları bir iç grup oluşturmaktadır ve kişi kendisini o gruba ait hissetmekte, o grupla bütünleşmektedir. Böylelikle "memleket" doğum yerine göre çok daha fazla bir anlam taşımaktadır, bu olguyu sosyal kategorizasyon süreci sonucunda oluşan sosyal kimlik kuramı ile açıklamak mümkündür. İnsanların "memleketim" dediği, memleketi olarak algıladığı yer kişinin sosyal kimliğini tanımlayan bir aidiyetin ifadesidir. İnsanların sosyal kimliğinin bir parçasını oluşturan doğum yeri kişinin kendisi dışında belirlenmiş bir aidiyettir. Oysa "memleket" kişinin ana-babasının doğup büyüdüğü veya kişinin en uzun süre yaşadığı yer gibi bir takım nedenlerle belirlenerek kişinin kendini ait hissettiği yerdir.

Bu bilgiler bulguların sunulduğu bölümde, "Hemşehrilerimle iyi ilişkiler içerisindeyim", "Memleketimi özlüyorum" ve "İnsan ana-babasının oturduğu yerde (memleketinde) yaşamalıdır" ifadelerine verilen tepkilerle ilişkilendirilerek yorumlanmıştır.

Araştırmamıza katılan kişilerin medeni durumlarının frekans ve yüzde dağılımını gösteren Tablo 5 aşağıda sunulduğu gibidir.

Tablo 5. Örneklemin Medeni Durumuna Göre Dağılımı

	Evli	Bekar	Dul Boşanmış
KA	157 15.97	80 8.14	4 0.41
KS	179 18.21	47 4.78	2 0.28
TA	185 18.82	35 3.56	7 0.71
TS	237 24.11	42 4.27	8 0.81
Toplam	758 77.11	204 20.75	21 2.13

Örnekleminizde %77.11'i evli, %20.75'i bekar ve %2.13'ü dul veya boşanmış kişi yer almaktadır.

Tablo-5'den izleneceği gibi örnekleminizde yer alan kişilerin büyük bir kısmı evli kişilerden oluşmaktadır.

Örneklemindeki kişilerin en son bitirdiği okula göre eğitim düzeylerinin frekans ve yüzde dağılımı Tablo 6'da sunulduğu gibidir.

Tablo 6. Örneklemin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Okur yazar değil	22 2. 24	56 5. 70	9 0. 91	15 1. 53	102 10. 38
Okur-yazar	11 1. 12	21 2. 14	7 0. 71	21 2. 14	60 6. 10
İlkokul	131 13. 33	110 11. 19	154 15. 67	167 16. 99	562 57. 17
Orta okul	29 2. 95	20 2. 03	19 1. 93	33 3. 36	101 10. 27
Lise	38 3. 87	20 2. 03	23 2. 34	44 4. 48	125 12. 72
Üniversite	10 1. 02	1 0. 10	15 1. 53	7 0. 71	33 3. 36

Genel olarak örnekleminizde yer alan kişilerin eğitim düzeylerinin dağılımına baktığımızda %10. 38'i okur-yazar olmayan, %6. 10'u okur-yazar, %57. 17'si ilkokul, %10. 27'si orta okul, %12. 72'si lise ve %3. 36'sının üniversite mezunu olduğunu görmekteyiz.

Kökene göre bu verileri değerlendirdiğimizde okuma-yazma bilmeyen "Kürt" kökenlilerin oranı (%7. 94) "Türk" kökenlilerin oranından (%2. 44) yüksektir.

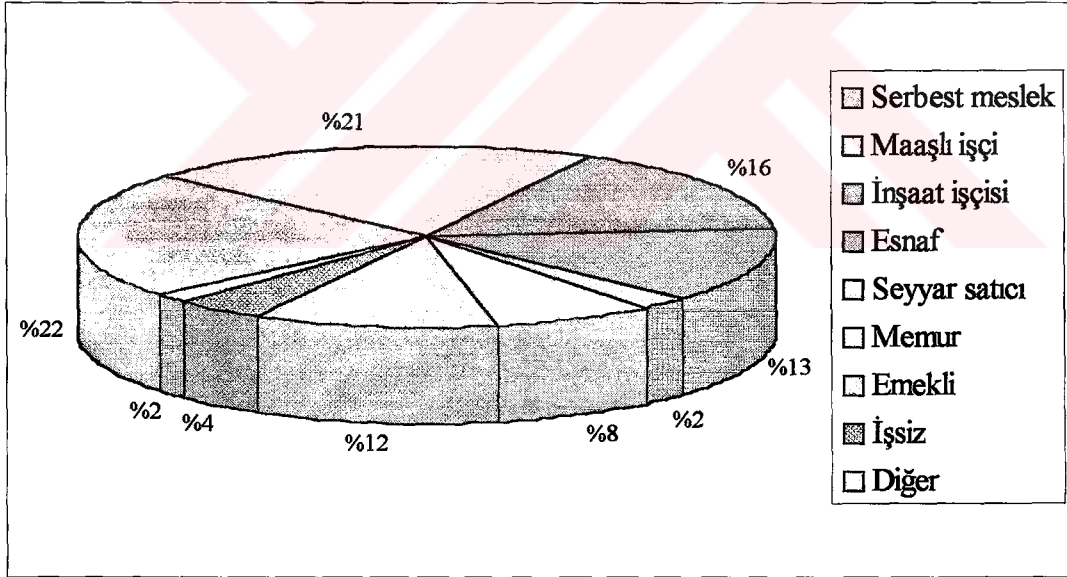
"Kürt" kökenlilerin okur yazar, ilk okul, orta okul, lise ve üniversite mezunlarının toplam oranı (%39. 77) "Türk" kökenlilerden (%49. 84) oldukça düşüktür. Özellikle "Kürt-Sünni" grubun eğitim düzeyinin diğer gruplara oranla daha düşük olduğu dikkat çekmektedir. Tüm örneklem dikkate alındığında "Kürt-Sünni" araştırma grubunun %5.

70'i okuma yazma bilmemekte, toplam %17. 49'u okur yazar, ilk okul, orta okul, lise ve üniversite mezunundan oluşmaktadır.

Örneklemimize katılan kişilere hane halkı reisinin mesleği açık uçlu soru olarak yöneltilmiştir. Daha sonra bu soruya verilen yanıtlar 9 meslek kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoriler serbest meslek, maaşlı işçi, inşaat işçisi, esnaf, seyyar satıcı, memur, emekli, işsiz ve diğer kategorileridir.

Örneklemimize katılan kişilerin hane halkı reisinin meslek gruplarına göre yüzde dağılımı Şekil 5'deki gibidir.

Şekil 5. Örneklem Aile Reisinin Mesleğine Göre Dağılımı



Şekil 5'den de izleneceği gibi örneklemimizi oluşturan kişilerin %22. 5'i serbest meslek sahibi, %21. 4'ü maaşlı işçi, %15. 8'i inşaat işçisi, %13. 4'ü esnaf, %2. 1'i seyyar satıcı, %7. 5'i memur, %11. 6'sı emekli, %4'ü işsizdir.

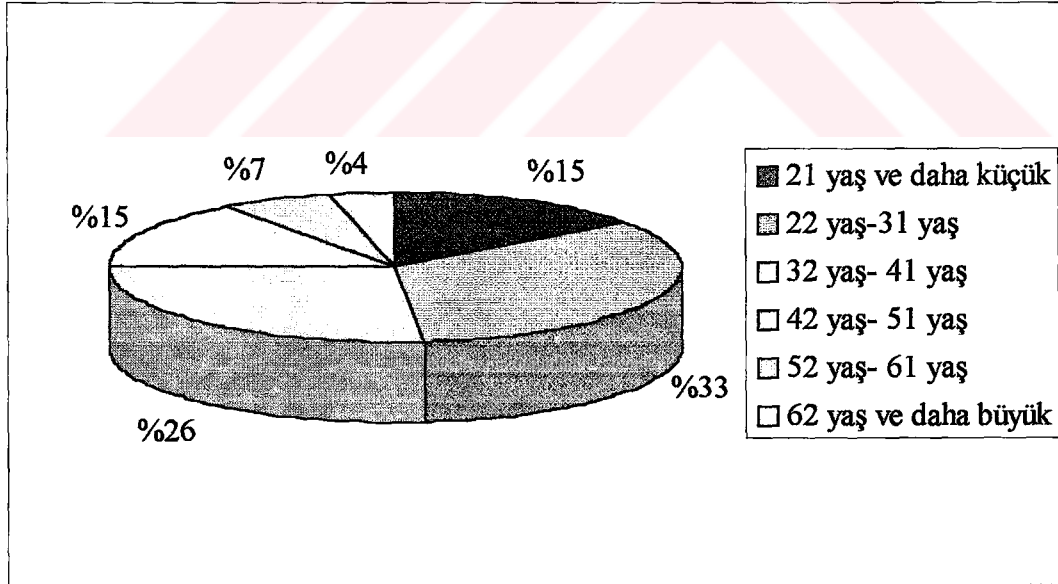
Gelir Durumu	KA	KS	TA	TS	Toplam
8 milyon ve daha az	97	86	80	107	370
	40.2	37.7	35.2	37.3	37.6
9-14 milyon	68	70	60	93	291
	28.2	30.7	26.4	32.4	29.6
15-20 milyon	46	51	53	51	201
	19.1	22.4	23.3	17.8	20.4
21-26 milyon	4	5	14	9	32
	1.7	2.2	6.2	3.1	3.3
27 milyon ve daha fazla	19	12	18	21	70
	7.9	5.3	7.9	7.3	7.1
Geliri belirtmeyen	7	4	2	6	19
	2.9	1.8	.9	2.1	1.9

Tablo 7'ye genel olarak baktığımızda araştırma gruplarımızın %67. 2'sinin 15 milyondan daha düşük, %23. 7'sinin 15-26 milyon arasında ve %7. 1'inin 27 milyondan daha yüksek gelir düzeyinde olduğunu görüyoruz.

Örneklemdaki kişilerin gelir düzeyleri hakkındaki ifadeleri anketörlerin gözlemlerine göre çok sağlıklı değildir. Örneklemdaki kişiler aylık net gelirlerini tam olarak bildirememişlerdir. Araştırmamıza katılanların rahatsızlık duymamaları için bu konuda ısrarcı olunmamıştır. Örnekleminizde yer alan 19 kişi (%1. 9) bu soruyu yanıtı bırakmıştır. Ayrıca örneklemda yer alan kişilere eşinizin para kazandığı bir iş var mı? sorusu yöneltilmiştir. Bu soru ile kadınların ev gelirine katkılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Örneklemda yer alanların %85'i bu soruya hayır, %15'i evet yanıtı vermişlerdir.

Örnekleminize katılan kişilerin yaş dilimlerine göre dağılımı Şekil 6'da sunulduğu gibidir.

Şekil 6. Örneklemin Yaş Dağılımı



Örneklemimize katılan kişilerin yaşları 18 yaş ve 65 yaş arasında değişmektedir, %14. 6'sı 21 yaş ve daha küçük, %33. 6'sı 22-31 yaş, %26. 9'u 32-41 yaş, %14. 9'u 42-51 yaş, %6. 5'i 52-61 yaş, %3. 5'i 62 ve daha büyük yaş gruplarındadır.

II.1.3 Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler bilgisayarda analiz edilmiştir. Analizlerde SPSS paket programı kullanılmıştır. Öncelikle ölçeği oluşturan sorulara verilen tepkilerin genel dağılımlarının elde edilmesi amacıyla betimsel analizler yapılmıştır.

Daha önce belirtildiği gibi araştırmamızın örneklemini oluşturan kişiler köken, mezhep ve cinsiyet grup aidiyetleri temelinde sekiz grupta toplanmıştır. Bu gruplar dikkate alınarak araştırmamızın amacı doğrultusunda elde edilen verilerin frekans ve yüzde dağılımları elde edilerek tablolar halinde sunulmuştur.

Daha sonra elde edilen verilere "proximities" analizi uygulanmıştır. Bu analiz, araştırma gruplarımızın genel olarak yaşam stilleri çerçevesinde birbirine olan mesafelerin incelenmesine olanak sağlamaktadır. Bu analize araştırmamızda kullanılan ölçekte yer alan soruların hemen hemen tamamını dahil edilmiştir.

"Proximities" analizi elde edilen verilere Multidimensional Scaling (Çokboyutlu Ölçeklendirme) analizi uygulanmıştır (Kruskal ve Wish, 1986). Araştırma gruplarımızın birbirine olan mesafeleri multidimensional scaling analizi ile elde edilen 3 boyutlu şekil üzerinde belirlenmiştir. Bu şekil üzerinde araştırma gruplarının yer alışlarına göre birbirlerine olan benzerlikleri ve farklılıkları açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmamızda kullandığımız ölçeğin tanıtıldığı bölümde de belirtildiği gibi ölçekte yer alan sorular 4 başlık altında toplanmıştır. Araştırmamızdan elde edilen bulguların sunumunda aşağıdaki sıra izlenecektir. Bunlar;

- Sosyo-demografik özellikler
- Aile yaşamı ve yaşanan eve/mekana ilişkin bilgiler
- Günlük yaşam pratikleri, aktiviteler ve hobilere ilişkin bilgiler
- Sosyal hayat ve dünya görüşüne ilişkin bilgiler

Bu bölümün sonunda “proximities” ve “multidimensional scaling” analizinden elde edilen bulgulara yer verilecektir.



III. BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın bulguları sınıflandırılarak sunulmuştur. Bulguların sunumunda betimsel analizlerden ilişkisel analizlere doğru bir yol izlenmiştir.

III.1. AİLE YAŞAMI VE YAŞANILAN MEKANA İLİŞKİN BİLGİLER

Sosyo-demografik özellikler başlığı altında yer alan sorulardan elde edilen verilerin frekans dağılımlarından oluşturulan tablolar örneklemin tanıtıldığı kısımda verilmiştir. Ayrıca araştırma gruplarımızın yaşam stillerine ilişkin elde edilecek verilerin değerlendirilmesinde kullanılmak üzere demografik verilerden yararlanılmıştır.

Bu kısımda araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin aile yaşamları ile ilgili olarak aile üyelerinin sayısı, aile tipi, aile ile beraber yaşayan çocuk sayısı, günlük yaşamda etkileşimde bulunan kişiler, oturulan ev ile ilgili bilgiler, ev dekorasyonunda yer alan malzemeler ve sahip olunan eşyaların frekans ve yüzde dağılımları sunulacaktır.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin beraber yaşadıkları, birlikte oturdukları aile üyelerinin sayılarına göre dağılımı aşağıdaki Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. Aile Üyelerinin Sayısı

	2 kişi	3 kişi	4 kişi	5 kişi	6 kişi	7 kişi
KA	4 0. 40	13 1. 32	43 4. 37	43 4. 37	50 5. 09	88 8. 95
KS	--- ---	6 0. 61	20 2. 03	47 4. 78	34 3. 46	121 12. 31
TA	6 0. 61	34 3. 46	49 4. 98	67 6. 81	34 3. 46	37 3. 76
TS	3 0. 30	19 1. 93	70 7. 12	80 8. 14	50 5. 09	65 6. 61
Toplam	13 1. 32	72 7. 32	182 18. 51	237 24. 11	168 17. 09	311 31. 64

Tablo 8’den izleneceği gibi genel olarak 5 veya daha fazla kişiden oluşan ailelerin oranı %72. 84’tür. Araştırma gruplarımızın daha ziyade kalabalık ailelerden oluştuğunu görmekteyiz (5 kişiden oluşan aileler %24. 11, 6 kişiden oluşan aileler %17. 09 ve 7 ve daha fazla kişiden oluşan aileler %31. 64 oranındadır).

“Kürt-Sünni” grupta yer alan kişilerin 5 veya daha fazla kişiden oluşan ailelerinin oranı %20. 55’tir, diğer gruplara göre bu grubun daha kalabalık ailelerden oluştuğunu söyleyebiliriz (“Kürt-Sünni” araştırma grubunda 5 kişiden oluşan aileler %4. 78, 6 kişiden oluşan aileler %3. 46 ve 7 ve daha fazla kişiden oluşan aileler %12. 31 oranında yer almaktadır).

Araştırma gruplarımızın aile yapılarını belirleyebilmek amacıyla hane halkının kimlerden oluştuğu sorusuna verilen yanıtların dağılımı aşağıda Tablo 9’da sunulmuştur. Hane halkını oluşturanların kimliğine göre (anne, baba, çocuk, büyük anne, büyük baba,

akraba, vb.) aile yapıları çekirdek aile veya geniş aile olarak tanımlanmış ve buna göre analiz edilmiştir.

Tablo 9. Aile Yapısı

	Çekirdek aile	Geniş aile
KA	167 16.99	74 7.53
KS	150 15.26	78 7.93
TA	184 18.72	43 4.37
TS	227 23.09	60 6.10
Toplam	728 74.06	255 25.94

Hane halkının kimlerden oluştuğu sorusuna verilen yanıtlara göre, anne, baba ve çocuklardan oluşan aile tipi “çekirdek aile”, anne, baba, çocuklar ve diğer yakın akrabalarla birlikte yaşayan aile tipi “geniş aile” olarak tanımlanmıştır.

Tablo 9’den izleneceği gibi örnekleminizin %74.06’sını çekirdek aileler, %25.94’ünü geniş aileler oluşturmaktadır. Örnekleminiz genel olarak çekirdek aile yapısı göstermekle birlikte bu ailelerin birlikte oturan kişi sayıları çeşitlilik göstermektedir (Bkz. Tablo 8).

Tablo 9'dan elde edilen verileri kökene göre değerlendirdiğimizde çekirdek aile yapısı "Kürt" kökenlilerde %32. 25, "Türk" kökenlilerde %41. 81 oranında, geniş aile yapısı "Kürt" kökenlilerde %15. 46, "Türk" kökenlilerde ise %10. 47 oranındadır.

Bu verileri mezhep değişkenine göre değerlendirdiğimizde çekirdek aile yapısı "Alevilerde" %35. 71, "Sünnilerde" %38. 35 oranında, geniş aile yapısı "Alevilerde" %11. 90, "Sünnilerde" ise %14. 03 oranındadır.

Araştırma gruplarımız içinde geniş aile tipine en az rastlanılan grup "Türk-Aleviler" (%4. 37), en fazla rastlanılan grup ise "Kürt-Sünnilerdir" (%7. 93).

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin aileleriyle beraber yaşayan çocuk sayısının dağılımı aşağıda Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10. Ailenin Çocuk Sayısı

	çocuk yok	1 çocuk	2 çocuk	3 çocuk	4 çocuk	5 çocuk
KA	4 0. 41	73 7. 43	53 5. 39	47 4. 78	24 2. 44	40 4. 07
KS	-- --	47 4. 78	52 5. 29	34 3. 46	28 2. 85	67 6. 81
TA	6 0. 61	95 9. 66	72 7. 32	32 3. 25	12 1. 22	10 1. 02
TS	3 0. 30	104 10. 58	93 9. 46	47 4. 78	19 1. 93	21 2. 14
Toplam	13 1. 32	319 32. 45	270 27. 47	160 16. 28	83 8. 44	138 14. 04

Örnekleminizin %1. 32'sinin birlikte oturan çocuklarının olmadığını, %32. 45'inin 1 çocuk, %27. 47'sinin 2 çocuk, %16. 28'inin 3 çocuk, %8. 44'ünün 4 çocuk %14. 04'ünün 5 ve daha fazla çocukla birlikte yaşadıklarını görmekteyiz.

Beş veya daha fazla çocuk sahibi olan aile sayılarına göre Tablo 10'a baktığımızda araştırma gruplarımızın "Kürt-Sünniler" (%6. 81), "Kürt-Aleviler" (%4. 07), "Türk-Sünniler" (%2. 14), "Türk-Aleviler" (%1. 02) şeklinde sıralandığını görmekteyiz.

Üç veya daha fazla çocuğa sahip olan ailelerin araştırma gruplarımıza göre yüzde oranları "Türk-Alevi" grupta %5. 49, "Türk-Sünni" grupta %8. 54, "Kürt-Alevi" grupta %11. 29 ve "Kürt-Sünni" %13. 12 şeklindedir.

"Kürt-Sünni" grubun diğer gruplara oranla daha çok sayıda çocuk sahibi olan ailelerden oluştuğunu söyleyebiliriz. Ayrıca kadınlarla yapılan görüşmeler sırasında 3 veya daha fazla sayıda çocuk sahibi olan kadınların çok sayıda çocuk sahibi olma konusundaki düşünceleri alınmıştır. "Kürt-Sünni-Kadın" grubunda yer alanlar dini inançları gereği doğum kontrolüne karşı olduklarını (ayrıca izlenimlerimize göre doğum kontrol yöntemleri hakkında yeterli bilgiye de sahip değildirlere) bu nedenle doğum oranının yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bu anlamda çocuk sahibi olma konusunda din grup üyeliğinin etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Örnekleminizin aile yaşamı ile ilgili olarak elde ettiğimiz veriler bağlamında araştırma gruplarımızın geleneksel aile yapıları gösterdiğini söyleyebiliriz.

Toplumumuzdaki aile yapısı ile ilgili olarak, toplum-aile-sosyalleşme etkileşimlerinin işlevsel temellerini ele alan Kağıtçıbaşı (1998) ailenin, benlik ve toplum arasındaki nedensel ilişkide bir aracı işlevi gördüğünü vurgulamaktadır. Benlik gelişiminde aile yapısı önemlidir. Kağıtçıbaşı (1990, 1996) üç farklı aile etkileşim yapısında üç farklı tip benliğin gelişimini çözümleyen bir aile değişim modeli önermiştir. Farklı kimlik gruplarına aidiyetleri olan araştırma gruplarımızın geleneksel aile yapısı

özelliği gösterdiği gözönüne alındığında Kağıtçıbaşı'nın maddi ve duygusal olarak karşılıklı bağımlılık gösteren geleneksel aileler için belirtmiş olduğu birtakım özelliklerin örnekleminiz için de açıklayıcı nitelikte olduğunu söyleyebiliriz.

Kültürel değerler ve çocuk yetiştirme düzenleri arasındaki ilişkinin önemini vurgulayan Kağıtçıbaşı (1998), benliğin kültürel ortamda yapılandırılmasının sosyalleşme süreci üzerinde doğrudan etkili olduğunu söyleyerek bunun nedeninin de çocuk yetiştirme ve sosyalleşmenin amaca yönelik oluşuyla açıklamaktadır.

Araştırma gruplarındaki kişilerin insan ilişkileri bağlamında günlük yaşantılarında kimlerle görüştüğu ve etkileşimde bulunduğunu gösteren dağılım Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11. İnsanlar Arası Etkileşim ve İlişkiler

	akraba	komşu	iş arkadaşı	dostlar	hepsi ile	diğer
KA	124 12. 61	118 12. 00	52 5. 29	131 13. 33	22 2. 24	3 0. 31
KS	146 14. 85	145 14. 75	61 6. 21	95 9. 66	10 1. 02	1 0. 10
TA	150 15. 26	162 16. 48	90 9. 16	148 15. 06	3 0. 31	-- --
TS	167 16. 99	219 22. 28	112 11. 39	139 14. 14	6 0. 61	1 0. 10
Toplam	587 59. 72	644 65. 51	315 32. 04	513 52. 19	41 4. 17	5 0. 51

Tablo 11'deki verilerden hareketle örneklemimizi oluşturan tüm grupların en fazla görüştüğü ve ilişkide buldukları kişiler sırasıyla komşuları (%65. 51), akrabaları (%59. 72) ve dostları/arkadaşlarıdır (%52. 19).

Araştırma gruplarımızın komşuluk ve akrabalık ilişkileri gibi birincil ilişkilere önem veren geleneksel toplum yapısı özelliği taşıdığı söyleyebiliriz. Gecekondularda kimlik sorununu ele alan ve hemşehrilik ilişkilerini analiz eden Güneş-Ayata (1990) şehrin periferik bölgelerinde oturan gecekonducuların akrabalık ve komşuluk ilişkilerinin önemli olduğu bulunmuştur.

Bu verilerle ilişkili olarak araştırmamızda uygulanan ölçeğin bir başka bölümünde yer alan "Hemşehrilerimle iyi ilişkiler içerisindeyim" ve "Evimize çok misafir gelmesini isterim" ifadelerine verilen tepkilerde aynı yöndedir, yani araştırma gruplarımızın tamamı bu ifadelere olumlu yönde katılmaktadırlar.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin oturdukları evin kime ait olduğu sorusuna kendi evimiz, kira ya da kendi evimiz değil kira da ödemiyoruz (örneğin; aile büyüklerinin evi vb.) şeklinde verdikleri yanıtların araştırma gruplarına göre frekans ve yüzde dağılımı Tablo 12'de sunulmuştur.

Tablo 12. Oturulan Ev

	Kira	Kendi evi	Diğer
KA	92 9. 36	137 13. 94	12 1. 22
KS	67 6. 82	155 15. 77	6 0. 61
TA	63 6. 41	156 15. 87	8 0. 81
TS	94 9. 56	183 18. 62	10 1. 02
Toplam	316 32. 15	631 64. 19	36 3. 66

Örneğimizde yer alan grupların oturdukları evlerin kendilerine ait olma oranının (% 64.19) kirada oturma oranından (% 32.15) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Uygulamaların gerçekleştirildiği semtlerin İzmir ilinin periferinde kalan ve genellikle gecekondu yerleşim bölgelerinde bulunan semtler olduğu düşünülürse araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin oturdukları evlerin kendi evleri olma oranının yüksek olması durumu açıklanabilir.

Örneğimizde yer alan insanların yaşam stillerini kavrayabilmek için araştırma gruplarımızda yer alan insanların insan-mekan, insan-eşya ilişkilerinin incelenmesi araştırmamızın amaçları açısından önem taşımaktadır.

Çevre psikolojisi alanında insan-çevre etkileşimi ile ilgili araştırmalar, insanın yaşadığı mekanları kişiselleştirme ve kendileme (appropriation) eğilimleri olduğunu göstermiştir (Moles, 1986; Bilgin ve Göregenli, 1996). Mekanın kendilenmesiyle bireysel ve sosyal kimlik arasındaki ilişki çevre psikolojisi perspektifiyle yapılan pek çok empirik araştırmaya da konu olmuştur. Araştırma sonuçları evlerin, içinde yaşayanların kimlik ve kişilik özelliklerini yansıtacak biçimde dönüştürüldüklerini, bunun gerçekleşmediği durumlarda ise yaşanan mekana ilişkin uyum sürecinin sağlıklı olmadığını ve doyumun azaldığını göstermektedir (Bkz. Gökten, 1991). Kendileme ve yer kimliği kavramlarını sosyal kimlik ve yaşam stilleri kavramlarıyla ilişkilendirmek mümkündür, ayrıca çevre psikolojisinde sosyal kimlik süreçleriyle insanların tutum ve davranışlarının incelendiği çok sayıda araştırma mevcuttur (Bkz. Canter ve ark., 1988).

Araştırma gruplarımızda yer alan insanların yaşadıkları mekanla olan ilişkilerinin anlaşılabilmesi amacıyla ev dekorasyonları ve sahip oldukları eşyalar incelenmiştir. Evlerin dekorasyonu yaşanan mekanın bir kişiliğe ve havaya bürünmesinde etkili olmaktadır. Ev ortamının dekorasyonunda kullanılan malzemeler bireylerin zevklerini yansıtır ve doyurma işlevi görmektedirler (Bilgin, 1991).

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin evlerinin dekorasyonlarında neleri ve nasıl kullandıkları gözlemlenerek not edilmiştir. Genel olarak ev dekorasyonunda bulunan malzemelerin frekans ve yüzde dağılımı Tablo 13'de sunulmuştur.

Tablo 13. Ev Dekorasyonu

	fotoğraf albümü	evlilik fotoğrafi	manzara resmi	afiş- poster	devlet adamı resmi	dini semboller	diğer
KA	198	110	110	43	44	131	24
	20. 14	11. 19	11. 19	4. 37	4. 48	13. 33	2. 44
KS	170	105	85	10	23	122	23
	17. 29	10. 68	8. 65	1. 02	2. 34	2. 41	2. 34
TA	192	139	116	37	89	96	22
	19. 53	14. 14	11. 80	3. 76	9. 05	9. 77	2. 24
TS	242	161	113	37	52	142	50
	24. 62	16. 38	11. 50	3. 76	5. 29	14. 45	5. 08
Toplam	802	515	424	127	208	491	119
	81. 59	52. 39	43. 13	12. 92	21. 16	49. 95	12. 11

Tablo 13’de yer alan veriler ve yaptığımız gözlemlerden hareketle estetik ağırlıklı öğelerin kullanımını ifade eden dekorasyon malzemelerinin araştırma gruplarımızın tümünde değişik ölçülerde yer aldığını görüyoruz.

Ev dekorasyonunda kullanılan malzemelerin herbirinin çeşitli gruplarda kullanılmasına ilişkin olarak bazı sonuçlar çıkartabiliriz. Dekorasyonda kullanılan çeşitli malzemelerin araştırma gruplarında benzer ve farklı yanlarını belirterek yorumlamak mümkündür.

Fotoğraf, tüm gruplarda bulunmakla birlikte evlerde değişik şekillerde yer aldığını, saklandığını görmekteyiz. Araştırma gruplarımızda fotoğraf albümünün bulunma oranları sırasıyla “Kürt-Alevi” grupta %20. 14, “Kürt-Sünni” grupta %17. 29, “Türk-Alevi” grupta %19. 53, “Türk-Sünni” grupta %24. 62 dir.

Fotoğraf albümünün evin neresinde saklandığı (özel bir yerde veya değil), düzenliliği (tarih sırasında veya değil), saklanan fotoğrafların kimlere ait olduğu (aile büyükleri, sünnet, nişan, düğün, bebek, asker vb. fotoğrafları) gibi noktalar kişiden kişiye farklılık göstermektedir.

Genel olarak araştırma gruplarımızda yer alan kişiler fotoğraflarını gelişi-güzel saklamışlardır, oturma odalarının duvarlarında çerçeveli fotoğraflar bulunmaktadır, örneğin ailenin hayatta olmayan bir büyüğünün resmi, asker fotoğrafları, vb.

Bilgin (1991) insan hayatının çeşitli anlarını saptamayı ve dünyayı görsel yoldan ya da temsili olarak yaşamayı sağlayan fotoğraflar sosyal farklılaşmayı ve bireyin geçmiş yaşantıları, sosyal statüsü ve bağlı olduğu grupların değerleriyle ilişkili olan konotatif değerlerin ifadesi sayılabileceğini ifade etmiştir.

Ayrıca tüm gruplarda evlilik fotoğrafı da belirli bir oranda bulunmaktadır, sırasıyla “Kürt-Alevi” grupta %11. 19, “Kürt-Sünni” grupta %10. 68, “Türk-Alevi” grupta %14. 14, “Türk-Sünni” grupta %16. 38 oranında yer almaktadır. Evlilik fotoğrafının evin neresinde (oturma odası veya yatak odası) ve nasıl (özenle çerçevelenmiş veya rasgele duvara veya bir yere iştirilmiş şekilde) bulunduğu da kişiden kişiye farklılık göstermektedir.

Örneğimizde yer alan daha ziyade genç-yetişkin yaş grubuna giren kişilerin genellikle evlilik fotoğraflarının çerçevelenmiş bir şekilde oturma veya yatak odalarında bulunduğu gözlenmiştir.

Evin duvarlarını süsleyen manzara resimleri oldukça çok kullanılan bir dekorasyon malzemesidir, sırasıyla “Kürt-Alevi” grupta %11. 19, “Kürt-Sünni” grupta %8. 65, “Türk-Alevi” grupta %11. 80, “Türk-Sünni” grupta %11. 50 oranında yer almaktadır. Genellikle Türkiye’nin çeşitli illerine ait doğal güzellikler veya tamamen kurgusal olan bu manzara resimleri oturma odalarında bir veya birden fazla sayıda bulunmaktadır.

Afiş ve posterler bireylerin özlemlerini, beklentilerini, hayali doyumlarını ve sosyal ilişkilerini yansıtan dekorasyon malzemeleridir. Araştırma gruplarımızın ev dekorasyonlarında afiş ve posterler çok tercih edilmemekle birlikte “Kürt-Alevi” grupta %4. 37, “Kürt-Sünni” grupta %1. 02, “Türk-Alevi” grupta %3. 76, “Türk-Sünni” grupta %3. 76 oranında bulunmaktadır. Dekoratif olarak afiş ve posterlerin “Kürt-Sünni” grupta daha az kullanıldığını görüyoruz.

Araştırma gruplarında bulunan kişilerin evlerinin duvarlarında devlet adamlarının resimleri bulunmaktadır, sırasıyla “Kürt-Alevi” grupta %4. 48, “Kürt-Sünni” grupta %2. 34, “Türk-Alevi” grupta %9. 05, “Türk-Sünni” grupta %5. 29 oranında yer almaktadır. Evlerde resmi bulunan devlet adamlarının başında Atatürk ve İsmet İnönü gelmektedir.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin evlerinde benimsedikleri bazı devlet adamlarının resimleri bulunmaktadır (örneğin; Süleyman Demirel, Turgut Özal, Bülent Ecevit, vb.) Ayrıca evlerde politik özellikleri olan kişilerin resimlerine de rastlanmaktadır (örneğin; Uğur Mumcu, Yılmaz Güney vb.). Bu resimler araştırma gruplarımızın politik eğilimlerini yansıtır niteliktedir. İnsanların sosyal kimliklerinin bir parçası olarak politik grup üyelikleri insanların hayata bakış tarzları ve dolayısıyla yaşam stilleri üzerinde etkilidirler.

Ev dekorasyonlarında dini semboller, resim ve yazılar oldukça sık kullanılmıştır, sırasıyla “Kürt-Alevi” grupta %13. 33, “Kürt-Sünni” grupta %12. 41, “Türk-Alevi” grupta %9. 77, “Türk-Sünni” grupta %14. 45 oranında bulunmaktadır.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin mezhep farklılıklarını gözönüne aldığımızda kuşkusuz dini semboller, resim ve yazılar çeşitlilik göstermektedir. “Sünni” gruplarda yer alan dini sembollerin başında Arapça dualar ve Hacca/Kabeye ilişkin duvar halısı, biblo, saat, vb., “Alevi” gruplarda ise Hz. Ali’nin resimleri, Hz. Ali’nin kılıcı (yatağan) ve Şahmeran resimleri bulunmaktadır. Dini semboller, resim ve yazılar evlerde özenle yerleştirilmişlerdir.

Örnekleminizde yer alan kişilerin ev dekorasyonlarında kullandıkları malzemelerin kalite bakımından oldukça benzer nitelikte olduğu bulunmuştur. Bu bulguyu araştırma gruplarımızın aynı sosyo-kültürel ve ekonomik bağlam içinde yaşayan gruplar olma özelliği ve yaşadıkları yerlerin benzerliğiyle açıklayabiliriz.

Eşyalar insanlar arası ilişkilerde ve iletişimde, konfor düzeyinde, boş zaman uğraşlarında etkili olmaktadır. İnsan-eşya ilişkilerine çeşitli şekillerde yaklaşılabilir. Sosyo-kültürel özellikler açısından farklı gruplar teknolojik gelişim ürünü olarak sonsuz denilebilecek sayıdaki çeşitli eşyalar arasından kendi özelliklerine uygun eşya tercihleri yapmaktadırlar. Bu tercihler grupların yaşam stilleri ya da yaşama biçimleri ile benzerlik göstermektedir. Çeşitli gruplarda eşya sistemleri ve insan-eşya ilişkileri bağlamında, insanların eşyalı bir dünyada yaşadıkları ve eşyaların da insani bir çevre içinde yer aldıkları düşüncesini temel alan bir araştırma, eşyalardan hareketle sahibinin kimliğinin belirlenebileceğini veya tersine kişinin psiko-sosyal özelliklerinden hareketle ne tür eşyalara sahip olabileceğinin tahmininin mümkün olduğunu göstermiştir (Bilgin, 1991).

Eşyalara ilişkin bu bilgiler ışığında uygulama yapılacak semtlerin sosyo-ekonomik durumları gözönüne alınarak araştırma gruplarımızın sahip olduğu eşyaları belirlemek üzere 26 eşyayı kapsayan bir liste oluşturulmuştur ve liste “var-yok” şeklinde işaretleme yapılarak değerlendirilmiştir.

Araştırma gruplarında yer alan kişilerin sahip olduğu eşyaların frekans dağılımları ve genel olarak eşyaların araştırma gruplarında bulunma yüzdeleri aşağıdaki Tablo 14’de sunulduğu gibidir. Tablo 14’de sunulan eşyalar alfabetik olarak sıralanmıştır.

Tablo 14. Çeşitli Eşyaların Araştırma Gruplarına Göre Frekans Dağılımı

EŞYALAR	KA	KS	TA	TS	Toplam	%
araba	69	39	64	57	229	23. 29
boy aynası	108	95	118	124	445	45. 26
buharlı ütü	226	189	209	266	890	90. 53
büfe veya vitrin takımı	137	155	148	202	642	65. 31
çeyiz sandığı	165	140	161	211	677	68. 87
dikiş makinası	104	92	120	149	465	47. 30
divan	179	186	169	236	770	78. 33
düdüklü tencere	136	111	163	187	597	60. 73
elektrikli süpürge	185	115	161	204	665	67. 65
elektrikli traş makinası	52	27	49	60	188	19. 12
elektrikli veya gazlı fırın	197	154	182	229	762	77. 51
fotoğraf makinası	118	83	115	143	459	46. 69
kitaplık	93	38	90	114	335	34. 07
koltuk takımı	177	140	178	221	716	72. 83
mikser	69	42	81	87	279	28. 38
oto. çamaşır makinası	143	103	164	187	597	60. 73
saç kurutma makinası	190	138	159	205	692	70. 39
seccade	24	212	62	265	563	57. 27
sedir	120	111	93	128	452	45. 98
şofben veya termosifon	158	112	152	220	642	65. 31
televizyon	230	214	220	274	938	95. 42
teyp veya müzik seti	211	188	178	235	812	82. 60
tüplü soba	141	82	111	127	461	46. 89
ütü masası	216	167	192	229	804	81. 79
yemek masası	180	118	192	212	702	71. 41
yer minderi	185	188	182	208	763	77. 61

Tablo 14'e ilişkin ayrıntılı yorumlar için genel olarak araştırma gruplarımızda ve "Kürt-Alevi", "Kürt-Sünni", "Türk-Alevi", "Türk-Sünni" araştırma gruplarında yer alan kişilerin sahip oldukları eşyaların frekans dağılımları ve yüzde oranlarının yer aldığı tablolar Eklerden izlenebilir.

Araştırma gruplarımızın söz konusu eşyalardan hangilerine sahip olup olmadığı belirlenmiştir, örnekleme yer alan kişilere sahip olduğu eşyaların türü, kalitesi, evdeki konumu/yeri, kullanımı, bakımı vb. konular araştırılmamıştır.

Tablo 14'deki veriler dikkatlice incelendiğinde televizyon (%95. 42), buharlı ütü (%90. 53), teyp veya müzik seti (%82. 60), ütü masası (%81. 79), divan (%78. 93), yer minderi (%77. 61), elektrikli veya gazlı fırın (%77. 51) gibi eşyaların araştırma gruplarımızın tümünde oldukça yüksek oranlarda bulunduğunu görüyoruz.

Televizyon, buharlı ütü, teyp veya müzik seti, ütü masası, divan, yer minderi, elektrikli veya gazlı fırın gibi eşyalar, insanların gündelik yaşamlarında sürekli kullandıkları eşyalar arasında yer almaktadır. Farklı gruplarda insan-eşya ilişkilerini konu alan bir diğer araştırmada (Biligin, 1991) yer alan grupların tümünde en çok bulunan eşyaların başında radyo, teyp, düdüklü tencere, elektrikli fırın, kahve değirmeni, divan ve televizyon gelmektedir. Görülüyor ki her iki araştırmada da en çok sahip olunan eşyalar gündelik yaşamda sürekli kullanılan eşyalardır. Her iki araştırmada kullanılan eşya listeleri karşılaştırıldığında listede yer alan eşyalardan bazıları işlevsel açıdan benzerlik göstermektedir örneğin; ütü ve buharlı ütü, müzik dolabı ve müzik seti gibi. Teknolojik gelişmeyle birlikte araştırmamızda kullanılan eşya listesine yeni eşyalar eklenmiştir, örneğin; otomatik çamaşır makinası gibi, bu veriler eşya konusunda zaman değişkeninin ve teknolojik gelişmenin önemini ifade etmektedir.

Araştırma gruplarımızda elektrikli traş makinası (%19. 12), araba (%23. 29), mikser (%28. 38), kitaplık (%34. 07) ve boy aynası (%45. 26) gibi bazı eşyalar ise çok düşük oranlarda bulunmaktadır. Elektrikli traş makinası, mikser modern yaşamda yer alan küçük ev aletleridir. Araba hem modern yaşamın bir göstergesi hem de gelir durumu ile

İlgili bir araçtır. Bunların dışında kalan kitaplık ve boy aynası işlevsel açıdan kullanımı önemli eşyalardır, kitaplık kitap okuma alışkanlığının var olup olmaması, boy aynası kişisel bakımın göstergesi sayılabilir.

Araştırma gruplarımıza göre en çok bulunan eşyalar şöyle sıralanmıştır:

“Kürt-Alevî” grupta en çok bulunan eşyalar; televizyon (%95. 43), buharlı ütü (%93. 77), ütü masası (%89. 62), teyp veya müzik seti (%87. 55) ve elektrikli veya gazlı fırın (%81. 74).

“Kürt-Sünnî” grupta en çok bulunan eşyalar; televizyon (%93. 85), seccade (%92. 98), buharlı ütü (%82. 89), teyp veya müzik seti (%82. 45) ve yer minderi (%82. 45).

“Türk-Alevî” grupta en çok bulunan eşyalar; televizyon (%96. 91), buharlı ütü (%92. 07), yemek masası (%84. 58), ütü masası (%84. 58) ve yer minderi (%80. 17).

“Türk-Sünnî” grupta en çok bulunan eşyalar; televizyon (%95. 47), buharlı ütü (%92. 68), seccade (%92. 33), divan (%82. 22) ve teyp veya müzik seti (81. 88).

Araştırma gruplarımıza göre en az bulunan eşyalar şöyle sıralanmıştır:

“Kürt-Alevî” grupta en az bulunan eşyalar; seccade (%9. 95), elektrikli traş makinası (%21. 57), araba (%28. 63), mikser (%28. 63) ve kitaplık (%38. 58).

“Kürt-Sünnî” grupta en az bulunan eşyalar; elektrikli traş makinası (%11. 84), kitaplık (%16. 66), araba (%17. 10), mikser (%18. 42) ve tüplü soba (%35. 96).

“Türk-Alevî” grupta en az bulunan eşyalar; elektrikli traş makinası (%21. 58), seccade (%27. 31), araba (%28. 19), mikser (%35. 68) ve kitaplık (%39. 64).

“Türk-Sünni” grupta en az bulunan eşyalar; araba (%19. 86), elektrikli traş makinası (%20. 90), mikser (%30. 31), kitaplık (%39. 72) ve boy aynası (%43. 20).

Araştırma grupları açısından farklılık gösteren ve dini ibadet için kullanılan seccade ayırmedici özelliktedir. Mezhep farklılığı bağlamında seccadenin, “Alevi” mezhep gruplarında bulunma sıklığı (“Kürt-Alevi” grupta %9. 95, “Türk-Alevi” grupta %27. 31 oranında bulunmuştur) “Sünni” gruplarda bulunma sıklığından (“Kürt-Sünni” grupta %92. 98, “Türk-Sünni” grupta 92. 33) oldukça düşüktür. Bu bulgu araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin mezhep açısından farklı din grup üyeliklerinin bulunmasının bir sonucudur.

Araştırmamızda mezhep açısından farklı din gruplarına üyeliği olan kişilerin bu konulardaki örf ve adetleri araştırılmamıştır. Bu grup üyeliğinin insanların yaşam stilleri üzerinde etki olup olmadığı bağlamında “Sünni” ve “Alevi” mezhebinden olan insanların yaşam stilleri incelenmiştir. Toplumumuzda “Alevi” mezhebinden olanlar “Sünni” mezhebinden olanlara oranla bir azınlık grubu durumundadırlar. Türkiye’deki “Alevilerin” kimlikleri, ibadet ve törenleri için çok sayıda başvuru kaynağı mevcuttur (Örneğin; Selçuk ve ark., 1991; Şener, 1993a; 1993b; Melikoff, 1993). “Alevilerle” ilgili araştırmalar, “Alevilerin” kendilerini saran çevreye uyararak, yerli gelenek ve törenleri benimsediklerini (Melikoff, 1993) ve günümüzde “Alevilerin” gelişmiş, değişmiş ve bu değişime bağlı olarak da toplumsal yapı içindeki yerlerini almış olduklarını göstermiştir (Şener, 1993a).

Bazı araştırmacılar Türkiye’de “Alevilerin” siyasal ve ekonomik alanda meşru olarak kabul edilmelerine rağmen, dini alanda aynı hoşgörü ile karşılanmadığı, dini ayinleri, inançları, yaptıkları ibadetlerin meşru sayılmadığını ifade etmektedirler (Şener, 1993b).

III.2. GÜNLÜK YAŞAM PRATİKLERİ, AKTİVİTELER VE HOBİLERE İLİŞKİN BİLGİLER

Günlük yaşam pratikleri, aktiviteler ve hobilere ilişkin bilgilerin yer aldığı bu kısımdan elde edilen veriler araştırma gruplarımızda yer alan kadın ve erkek örneklem için ayrı ayrı tablolar şeklinde sunulmaya çalışılacaktır.

Örnekleme de yer alan kadınların günlük yaşamlarında düzenli olarak yaptığı işlerin ve hobilerin araştırma gruplarına göre frekans dağılımı ve toplam kadın örneklemine ait yüzde oranları Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15’e ilişkin yorumlar için “Kürt-Alevi-Kadın”, “Kürt-Sünni-Kadın”, “Türk-Alevi-Kadın”, “Türk-Sünni-Kadın” araştırma gruplarında yer alan kişilerin günlük işler ve hobilerine ilişkin sıralı frekans dağılımları ve yüzde oranlarının yer aldığı tablolar **Eklerden** izlenebilir.

Genel olarak araştırmamıza katılan kadınlar günlük yaşamlarını ev temizliği (%87. 74), bulaşık yıkamak (%92. 04) ve yemek hazırlamak (%92. 04) gibi ev işleriyle geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Araştırmamıza katılan kadınların başlıca hobileri örgü, dikiş-nakış (%73. 54), bahçede veya saksıda çiçek yetiştirmek (%70. 53), müzik dinlemek (%67. 74) ve televizyon seyretmektir (%66. 45). Kadınlar arasında dergi, kitap okuma alışkanlığı (%19. 56) ve spor yapma alışkanlığı (%4. 08) oldukça düşük orandadır.

Tablo 15. Kadınlarda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	KA	KS	TA	TS	Toplam 465 kişi	Toplam %
işe gitmek	22	4	14	17	57	12. 25
ibadet etmek	9	83	15	50	157	33. 76
alış-veriş yapmak	37	40	54	53	184	39. 56
ütü yapmak	56	51	49	51	207	44. 51
ziyaretler	54	45	65	75	239	51. 39
çamaşır yıkamak	58	68	53	64	243	52. 25
çocuk bakımı	57	95	40	63	255	54. 83
ev temizliği	103	119	72	114	408	87. 74
bulaşık yıkamak	102	111	86	129	428	92. 04
yemek hazırlamak	101	114	85	128	428	92. 04
Hobiler						
spor yapmak	8	2	8	1	19	4. 08
dergi, kitap okumak	34	14	19	24	91	19. 56
televizyon izlemek	74	83	63	89	309	66. 45
müzik dinlemek	84	64	72	95	315	67. 74
çiçek yetiştirmek	81	69	75	103	328	70. 53
örgü, dikiş-nakış	71	89	70	112	342	73. 54

Sırasıyla araştırma gruplarımızda yer alan kadınların günlük yaşamlarını inceleyecek olursak; günlük yaşam “Kürt-Alevi-Kadın” grubunda yemek hazırlamak (%87. 82), bulaşık yıkamak (%88. 69) ve ev temizliği (%89. 56), “Kürt-Sünni-Kadın” grubunda bulaşık yıkamak (%90. 24), yemek hazırlamak (%92. 68) ve ev temizliği (%96. 74), “Türk-Alevi-Kadın” grubunda ev temizliği (%78. 26), yemek hazırlamak (%92. 39) ve bulaşık yıkamak (%93. 47) ve “Türk-Sünni-Kadın” grubunda ev temizliği (%84. 44),

yemek hazırlamak (%94. 81) ve bulaşık yıkamak (%95. 55) şeklinde geçmektedir. Görüldüğü gibi araştırma gruplarımızda yer alan kadınların günlük yaşamı yoğun bir şekilde ev işleriyle geçmektedir.

Kadınların hobilerini araştırma gruplarına göre değerlendirecek olursak “Kürt-Alevi-Kadın” grubunda müzik dinlemek, çiçek yetiştirmek ve televizyon izlemek, “Kürt-Sünni-Kadın” grubunda örgü, dikiş-nakış, televizyon izlemek ve çiçek yetiştirmek, “Türk-Alevi-Kadın” grubunda çiçek yetiştirmek, müzik dinlemek ve örgü, dikiş-nakış ve “Türk-Sünni-Kadın” grubunda örgü, dikiş-nakış, çiçek yetiştirmek ve müzik dinlemek şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Araştırma gruplarımızda yer alan kadınların %12. 25’ini çalışan kadınlar %87. 75’ini ev kadınları oluşturmaktadır. Çalışan kadınların çoğunluğu ev temizliğine gittiklerini belirtmişlerdir. Kadınlar gün boyunca yemek hazırlamak, bulaşık yıkamak, ev temizliği ile uğraşmak, çocuk bakımı, çamaşır yıkamak gibi ev işleriyle uğraşmaktadırlar. Araştırma gruplarımızda yer alan kadınların günlük yaşamları modern gruplardaki kadınlardan daha ziyade geleneksel gruplarda yaşayan kadınların günlük yaşamlarına benzemektedir. Kadınlar günlük işlerden arta kalan zamanlarını da örgü, dikiş-nakış, çiçek yetiştirme, müzik dinleme ve televizyon izleme şeklinde geçirmektedirler.

Araştırma gruplarımızda yer alan erkeklerin günlük yaşamlarında yaptıkları işlerin ve hobilerin frekans dağılımı ve toplam erkek örneğine ait yüzde oranları Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16. Erkeklerde Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	KA	KS	TA	TS	Toplam 518 kişi	Toplam %
çamaşır yıkamak	10	4	4	11	29	5.59
bulaşık yıkamak	21	5	1	15	42	8.10
çocuk bakımı	10	13	16	14	53	10.23
ev temizliği	24	5	10	22	61	11.77
ütü yapmak	32	9	8	19	68	13.12
yemek hazırlamak	32	13	19	30	94	18.14
ibadet etmek	11	58	38	88	195	37.64
alış-veriş yapmak	59	69	77	108	313	60.42
ziyaretler	62	75	101	119	357	68.91
işe gitmek	87	65	102	111	365	70.46
Hobiler						
diğer hobiler	23	6	11	4	44	8.49
spor yapmak	37	29	47	64	177	34.16
dergi, kitap okumak	74	48	66	75	263	50.77
müzik dinlemek	96	82	114	127	419	80.88
televizyon seyretmek	88	85	114	135	422	81.46
kahvehaneye gitmek	101	89	115	122	427	82.43

Tablo 16'ya ilişkin yorumlar için "Kürt-Alevi-Erkek", "Kürt-Sünni-Erkek", "Türk-Alevi-Erkek", "Türk-Sünni-Erkek" araştırma gruplarında yer alan kişilerin günlük işlerinin ve hobilerinin frekans ve yüzde dağılımlarının yer aldığı tablolar Eklerden izlenebilir.

Araştırma gruplarımızda yer alan erkeklerin günlük yaşamı büyük ölçüde işe gitmek, çalışmakla geçmektedir (%70. 46). Bunun dışında eş-dost ziyaretleri (%68. 91) ve eve ilişkin çarşı pazar alış-verişleri (%60. 42) yapılan günlük işler arasındadır. Genel olarak %37. 64 oranında dini ibadetlere zaman ayrılmaktadır.

Cinsiyet rolleri ile ilişkili olarak erkekler günlük yaşamda daha ziyade kadınların yaptıkları işler olarak tanımlanan bazı işlerde (örneğin, çamaşır yıkamak, bulaşık yıkamak, çocuk bakımı, ev temizliği, ütü yapmak, yemek hazırlamak gibi) eşlerine yardımcı olduklarını belirtmişlerdir.

Genel olarak erkeklerin başlıca hobileri kahvehaneye gitmek (%82. 43), televizyon seyretmek (%81. 46) ve müzik dinlemektir (%80. 88).

Araştırma gruplarında yer alan erkeklerin günlük yaşamlarına bakacak olursak günlük yaşam “Kürt-Alevi-Erkek” grubunda alış-veriş yapmak (%46. 82), ziyaretler (%49. 20) ve işe gitmek (%69. 04), “Kürt-Sünni-Erkek” grubunda işe gitmek (%61. 90), alış-veriş yapmak (%65. 71) ve ziyaretler (%71. 42), “Türk-Alevi-Erkek” grubunda alış-veriş yapmak (%57. 03), ziyaretler (%74. 81) ve işe gitmek (%75. 55) ve “Türk-Sünni-Erkek” grubunda alış-veriş yapmak (%71. 05), işe gitmek (%73. 02) ve ziyaretler (%78. 28) şeklinde geçtiğini görmekteyiz.

Araştırma gruplarına göre erkeklerin başlıca hobilerini incelediğimizde “Kürt-Alevi-Erkek” grubunda kahvehaneye gitmek, müzik dinlemek ve televizyon izlemek, “Kürt-Sünni-Erkek” grubunda kahvehaneye gitmek, televizyon izlemek ve müzik dinlemek, “Türk-Alevi-Erkek” grubunda kahvehaneye gitmek, müzik dinlemek ve televizyon izlemek, “Türk-Sünni-Erkek” grubunda televizyon izlemek, müzik dinlemek ve kahvehaneye gitmek olduğunu görmekteyiz.

Genel olarak araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin günlük yaşamlarında yaptıkları işler ve hobiler incelendiğinde farklı cinsiyet grup üyeliklerinin yani kadın veya erkek olmanın yaşam stilleri üzerinde etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetlere katılma oranlarının belirlenmesi amacıyla sorulan sorular yaşam stilleri ile ilgili bir takım olguları saptamamızı sağlamaktadır.

Örnekleminizde yer alan kişilerin serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetleri ve bunların 6 aylık bir dönem içinde yapma sıklıkları belirlenmiştir. Uygulanan ölçekte çeşitli serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetlere katılma sıklığı “hiç”, “3 ayda bir”, “ayda bir”, “15 günde bir”, “haftada bir” şeklinde değerlendirilmiştir.

Genel olarak örnekleminizde yer alan kişilerin serbest zaman uğraşları, kültürel faaliyetleri ve hobileri oldukça sınırlı sayıdadır ve bunlara katılma ve gerçekleştirme oranlarında düşüktür.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetlere katılma oranları kadın ve erkek olmaya göre değişmektedir. Araştırma gruplarımızın başlıca serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetleri arasında denize, plaja, kıra pikniğe, sinemaya, müzik konserlerine, çay bahçesine ve pastaneye gitmek gelmektedir. Ayrıca kadınlar için “kadın günlerine gitmek”, erkekler için spor müsabakalarına gitmek de serbest zaman faaliyetleri arasındadır.

“Kürt-Alevi-Kadın”, “Kürt-Sünni-Kadın”, “Türk-Alevi-Kadın”, “Türk-Sünni-Kadın”, “Kürt-Alevi-Erkek”, “Kürt-Sünni-Erkek”, “Türk-Alevi-Erkek”, “Türk-Sünni-Erkek” araştırma gruplarında yer alan kişilerin çeşitli serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetlere katılma oranlarının frekans ve yüzde dağılımlarının sunulduğu tablolar **Eklere** sunulmuştur.

Kadınların çeşitli serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetlere katılma oranlarının çok düşük olduğunu erkeklerin ise kadınlara oranla söz konusu aktivitelere katılma oranlarının daha yüksek olduğunu görüyoruz. Daha önce belirttiğimiz gibi serbest zaman uğraşları, kültürel faaliyetler ve hobiler bağlamında da araştırma gruplarımız geleneksel toplum yapısı özelliği göstermektedir. Araştırma gruplarımızda yer alanların

sosyal yaşamları çerçevesinde serbest zaman uğraşları, kültürel faaliyetleri ve hobileri yaşam stillerinin bir göstergesi sayılabilir.

Kültürel faaliyetler çerçevesinde araştırma gruplarımızda yer alan kişiler din grup üyeliğine bağlı örf ve adetler bağlamında bir takım toplantılara katıldıklarını ifade etmişlerdir.

Genel olarak araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetlerini incelediğimizde de farklı cinsiyet grup üyeliklerinin yani kadın veya erkek olmanın yaşam stilleri üzerinde etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin kitle iletişim araçlarıyla ilişkilerini saptamaya yönelik olarak gazete okuma alışkanlığı ve izledikleri televizyon programları sorulmuştur.

Günlük gazete okuma alışkanlığının olup olmadığını anlamak amacıyla sorduğumuz soruya araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin verdiği yanıtların frekans ve yüzde dağılımı aşağıda Tablo 17'de sunulmuştur.

Örneğimizde oldukça yüksek bir oranda (%53. 6) günlük gazete okuma alışkanlığının olduğu görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı 1995 yaz aylarında yaşanan gazetelerin promasyon dağıtma rekabeti düşünüldüğünde bu durumun açıklanması mümkündür. Araştırma gruplarımızda yer alan kişiler gazete okuma alışkanlıklarını değil her gün gazete alma alışkanlıklarını belirtmişlerdir diyebiliriz.

Tablo 17. Günlük Gazete Okuma Alışkanlığı

	Var	Yok
KA	127 12.9	114 11.6
KS	92 9.4	136 13.8
TA	148 15.0	79 8.0
TS	160 16.3	127 12.9
Toplam	527 53.6	456 46.4

Araştırma gruplarımıza göre en çok seyredilen televizyon programları ‘‘Kürt-Alevi’’ grupta Arena, Siyaset Meydanı ve A Takımı; ‘‘Kürt-Sünni’’ grupta Sıcağı Sıcağına, İbo Show ve Arena; ‘‘Türk-Alevi’’ grupta Arena, Olacak O Kadar ve Bizimkiler; ‘‘Türk-Sünni’’ grupta; Arena, Sıcağı Sıcağına ve Bizimkilerdir. Genel olarak değerlendirdiğimizde ise Arena, Sıcağı Sıcağına ve A Takımı ilk üç sırada yer almaktadır. Ayrıca araştırma gruplarımızın en çok seyrettikleri televizyon programlarının frekans ve yüzde dağılımlarının yer aldığı tablo Eklerde sunulmuştur.

Araştırma gruplarımızda en çok sevilen şarkıcılar ve film yıldızları şöyledir:

“Kürt-Alevî” grupta,

En çok sevilen şarkıcılar: Arif Sağ, Güler Duman

Ençok sevilen film yıldızları: Yılmaz Güney, Türkan Şoray

“Kürt-Sünnî” grupta,

En çok sevilen şarkıcılar: İbrahim Tatlıses, Ferdi Tayfur

Ençok sevilen film yıldızları: Kadir İnanır, Türkan Şoray

“Türk-Alevî” grupta,

En çok sevilen şarkıcılar: İbrahim Tatlıses, Belkıs Akkale

Ençok sevilen film yıldızları: Kadir İnanır, Türkan Şoray

“Türk-Sünnî” grupta,

En çok sevilen şarkıcılar: İbrahim Tatlıses, Muazzez Ersoy

Ençok sevilen film yıldızları: Kadir İnanır, Türkan Şoray

Araştırma gruplarımızda en çok sevilen şarkıcıların ve film yıldızlarının genel olarak “popüler” nitelikteki insanlar olduğunu görüyoruz.

Örnekleminizde yer alan kişilerin hafta sonlarını değerlendirme biçimlerine baktığımızda hafta sonu tatil anlayışının genel olarak %36. 8 gibi düşük bir oranda olduğunu görüyoruz. Araştırma gruplarımıza göre “Kürt-Alevi” grupta %9. 3, “Kürt-Sünni” grupta %4. 4, “Türk-Alevi” grupta %11. 1 ve “Türk-Sünni” grupta %12. 1 oranında hafta sonu tatil anlayışı vardır.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin %18. 6’sı yıllık tatillerini memleketlerine giderek geçirirken, %11. 4’ünün yıllık tatil anlayışının olduğunu %69. 9’unun ise yıllık tatil anlayışının olmadığını görüyoruz.

Araştırma gruplarımızın hafta sonu ve yıllık tatil anlayışlarının frekans ve yüzde dağılımlarının yer aldığı tablolar **Eklerde** sunulmuştur.

Araştırma gruplarının bayram tatillerini değerlendirme biçimlerine göre frekans ve yüzde dağılımı Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18. Bayram Tatilleri

	KA	KS	TA	TS	Toplam 983 kişi
Eş, dost ziyareti	179 18. 21	190 19. 33	183 18. 62	216 21. 97	768 78. 13
Memlekete gidiyor	12 1. 22	14 1. 42	12 1. 22	45 4. 58	83 8. 44
Çalışarak geçiriyor	10 1. 02	7 0. 71	4 0. 40	12 1. 22	33 3. 36
Diğer	40 4. 07	17 1. 73	28 2. 85	14 1. 42	99 10. 07

Araştırma gruplarımızda yer alan kişiler Tablo 18'den de izleneceği gibi bayram tatilleri geleneksel bir biçimde akraba eş dost ziyaretleri yaparak (%78. 13) ve her bayram olmasa da memlekete giderek (%8. 44) değerlendirdiklerini belirtmişlerdir, bunun dışında bayram tatillerini çalışarak geçirenler de (%3. 36) vardır.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişiler günlük yaşamda ekonomi alanında modern hizmetlerden ne ölçüde yararlandığını belirlemek amacıyla banka hesabı, çek defteri, kredi kartı, banka-matik kartı, tahvil ve hisse senedine sahip olup olmadığı sorulmuştur. Örnekleme de yer alan kadınların yaklaşık %90'ı söz konusu şeylerden hiç birisine sahip olmadıklarını bildirmişlerdir. Genel olarak baktığımızda banka hesabı %29. 30 ve bankamatik kartı %18. 92 oranında bulunmaktadır. Araştırma gruplarına ilişkin bu bilgilerin frekans ve yüzde dağılımlarının yer aldığı tablo **Eklerden** izlenebilir.

Ülke sorunlarına bakış açılarını anlamak amacıyla araştırma gruplarımızda yer alan kişilerden ülkemizin en önemli üç sorunu belirtmeleri istenmiştir. Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin belirttikleri ülke sorunlarına ilişkin frekans dağılımı Tablo 19'da sunulmuştur.

Tablo 19'deki verilerden hareketle genel olarak araştırma gruplarımızda en önemli ülke sorunlarının enflasyon, işsizlik ve terör olayları olduğunu görüyoruz. "Kürt-Alevi" grupta enflasyon, işsizlik ve aşırı dincilik, "Kürt-Sünni", "Türk-Alevi" ve "Türk-Sünni" gruplarda ise enflasyon, işsizlik ve terör ilk üç sırada gelen ülke sorunlarıdır.

Tablo 19. Araştırma Gruplarında Ülke Sorunlarının Dağılımları

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Enflasyon	174	160	154	205	691
İşsizlik	161	144	116	153	572
Terör olayları	73	107	112	165	455
Çevre kirliliği	52	64	46	76	238
Aşırı dincilik	92	23	83	39	236
Trafik kazaları	39	69	40	68	214
Rüşvet ve yolsuzluklar	41	53	42	60	196
Eğitim	41	15	35	44	135
Sağlık	23	15	17	22	78
Nüfus artışı	10	11	15	13	49
Konut sorunu	3	6	9	7	25
Diğer	7	6	7	6	24

Müslüman kimliğini, Müslüman-Türk, Kürt, Kürt-Türk ve Türk kimlikleriyle birlikte inceleyen bir başka alan araştırmasının sonuçlarına göre enflasyon, işsizlik, anarşi, terör, güneydoğu sorunu ülkemizin en önemli sorunları olarak ortaya çıkmıştır (Yüçetürk, 1997). Uygulamaları İstanbul ilinde gerçekleştirilen bu araştırma sonuçları ile araştırmamızdan elde edilen bulgular benzerlik göstermektedir.

Görülüyor ki ekonomik sıkıntılar ve buna bağlı olarak işsizlik ve terör olayları ülkemizin en önemli sorunlarıdır. Ülkemizde enflasyon artışının önüne geçilememektedir ve bu sorun beraberinde geçim sıkıntısı ve işsizliği getirmektedir.

Ülkemizde yaşanan sorunların en önemlilerinden bir diğeri terör olaylarıdır. Günlük konuşma dilinde terörizm var olan siyasal düzeni yıkmak, devirmek ya da bu

düzene karşı nefret belirtmek amacıyla “aşağıdan gelen şiddet hareketleri” olarak değerlendirilir (Volkan, 1993). Politik psikoloji çalışmalarının ortaya koyduğu gibi ülkelerin siyasal amaçlarına ulaşmak için şiddet olaylarına başvuran alt gruplara karşı nasıl bir tavır takınacağı konusunda dünya kamuoyunda bir belirsizlik vardır, bu durumun bizim ülkemiz içinde geçerli olduğunu ve terörün en önemli ülke sorunlarımızın başında geldiğini söyleyebiliriz.

Ayrıca “Kürt-Alevi” grubun aşırı dincilik eğilimlerini başlıca ülke sorunları arasında görme nedenlerini uygulamaların gerçekleştirildiği dönemde Türkiye’de yaşanan köktendinci hareketlerin ülke gündeminde yer almasıyla ilişkilendirebiliriz.

Daha önce de belirttiğimiz gibi örnekleminizde yer alan kişilere uygulanan ölçeğin Likert tipi tutum ölçeği şeklinde hazırlanan bölümünde 55 ifade yer almaktadır. Bu ifadeler araştırmaya katılan kişilerin alış-veriş, beslenme alışkanlıkları, mutfak ilgileri, ev işleri, sosyal yaşamları, aile rollerine ilişkin algıları, yaşadıkları yere ve evlerine ilişkin düşüncelerinin saptanmasına yöneliktir.

Ölçeğin bu bölümünde yer alan ifadeler tamamen katılıyorum (tamamen doğru) 1 puan, genelde katılıyorum (genelde doğru) 2 puan, karasızım (ne doğru, ne yanlış) 3 puan, genelde karşıyım (genelde yanlış) 4 puan ve tamamen karşıyım (tamamen yanlış) 5 puan şeklinde değerlendirilmiştir. Ayrıca söz konusu ifadeler 5 başlık altında toplanmıştır, bunlar;

1. Alış-veriş, beslenme alışkanlıkları, mutfaka özen, mutfakla ilgililik
2. Ev işleri ve bakım
3. Sosyal yaşam
4. Aile rolleri

5. Yaşanılan yere ve eve ilişkin önceliklerdir.

Bu başlıklar altında kalan ifadelere araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin verdikleri yanıtlar “proximities” analizine dahil edilmiştir. Bu nedenle “proximities” analizinin sonucunda elde edilen veriler yorumlanırken bu ifadelerin içeriği önemlidir. Aşağıda bu başlıklar altında yer alan ifadelerin araştırma gruplarımız için ortalama değerleri tablolar halinde verilmiştir.

Örneğimizde yer alan kişilerin alış-veriş alışkanlıkları, mutfağa özen ve mutfakla ilgililiklerinin saptanmasına yönelik ifadelerin ortalama değerleri Tablo 20’de sunulmuştur.

Tablo 20’de yer alan alış-veriş, beslenme alışkanlıkları, mutfağa özen ve mutfakla ilgililik ile ilgili maddelerin dağılımına baktığımızda araştırma gruplarımızın tepkilerinin benzer olduğunu söyleyebiliriz. Araştırma gruplarımızın aynı sosyo-ekonomik bağlam içinde yaşadıkları gözönüne alındığında adı geçen konularda benzerlikler göstermelerini açıklamak mümkündür.

Özellikle bu ifadelere verilen yanıtları toplumumuzda kadının rolüne ve ailedeki görevlerine ilişkin geleneksel normları düşünerek yorumlayabiliriz. Araştırma gruplarımızda yer alan kadınların bu ifadelere verdikleri tepkileri incelediğimizde geleneksel normlar çerçevesinde alış-veriş, beslenme alışkanlıkları, mutfağa özen ve mutfakla ilgililik konularında benzer tutumlara sahip olduğunu görmekteyiz.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin ev işleri ve bakım konusundaki ifadelerine verdikleri tepkilerin ortalama değerleri Tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 20. Alış-Veriş, Beslenme Alışkanlıkları, Mutfağa Özen, Mutfakla İlgililik

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Günümüzde, insanlar eskisinden daha iyi besleniyorlar	3. 29	3. 09	3. 34	3. 56	3. 33
Alış-verişe çıkmadan, alacaklarımın tam bir listesini yaparım	3. 15	3. 48	3. 02	2. 89	3. 12
Konserve yiyecekler alırım	4. 33	4. 20	4. 28	4. 12	4. 23
Bilmediğim yeni ve farklı yemekleri tatmayı severim	2. 03	1. 97	2. 35	2. 29	2. 16
Bazı yemeklerin tariflerini sorarım, öğrenirim	2. 51	2. 66	2. 42	2. 63	2. 48
Yediğim şekerli gıdaların miktarına dikkat ederim	2. 82	3. 33	2. 96	3. 03	3. 03
Eşimin değişik yemekler yapmasını teşvik ederim	1. 63	2. 02	1. 77	1. 76	1. 79
Her akşam ayrı bir yemek isterim	2. 27	1. 98	2. 22	2. 23	2. 18
Mutfak işine pek kafa yormam	2. 55	3. 00	2. 97	2. 84	2. 83
Yeni markaları denemeyi severim	2. 55	2. 60	2. 61	2. 54	2. 57
Vitrinlere bakmayı, mağazaları dolaşmayı severim	2. 21	2. 23	1. 98	2. 14	2. 14
Her hafta düzenli olarak birimiz pazara gideriz	2. 00	2. 01	1. 96	2. 08	2. 02
Bir şey satın alırken tanınmış markaları tercih derim	2. 25	2. 22	1. 96	2. 17	2. 15
Gıda maddelerini satın alırken fiyatına dikkat ederim	1. 45	1. 47	1. 56	1. 46	1. 48
Bazı gıda maddelerinden birkaç hafta yetecek kadar alırım	2. 80	2. 89	2. 59	2. 57	2. 71
Çocuklara yemek yapmayı öğretmek gerekir	1. 69	1. 84	1. 66	1. 70	1. 72
Günde üç öğün düzenli olarak yemek yenmelidir	1. 50	1. 52	1. 51	1. 55	1. 52
Kış mevsimi için reçel, salça, kurutulmuş sebze vb. yapılmalıdır	1. 34	1. 39	1. 36	1. 33	1. 35

Tablo 21. Ev İşleri ve Bakım

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Günlerim çalışmakla geçiyor ev işi yapamıyorum	3. 02	3. 54	3. 55	3. 43	3. 38
“Karım” ev işlerinden başını kaldıramıyor	2. 44	2. 46	2. 61	2. 64	2. 54
Kiloma dikkat ediyorum	2. 93	3. 32	2. 84	3. 04	3. 03
Ev işlerinde becerikliyim	2. 09	2. 35	2. 41	2. 34	2. 30
Ev işleri yapmayı sevmiyorum	3. 18	3. 28	3. 29	3. 23	3. 24

Tablo 21’de yer alan ifadeler daha çok kadınlara yöneliktir. Yaşam stilleri açısından ele alacak olursak bu ifadeler insanların zaman bütçeleri ile ilgilidir. Günlük yaşam içerisinde ev işleri zaman cinsinden bedel gerektiren işlerdir. Ayrıca dış görünüşe önem vermekte zaman istemektedir. Günlük yaşamlarında ev işlerine gömülme duygusu yaşayan kadınların ve tüm gününü para kazanmak için çeşitli işlerde çalışan erkeklerin bu nedenlerle diğer bir takım faaliyetleri dışta bıraktıklarını söyleyebiliriz.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin toplum ve sosyal yaşam konularına ilişkin ifadelerle verdikleri tepkilerin ortalama değerleri Tablo 22’de sunulmuştur.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişiler günlük yaşamlarını, politika konusundaki düşüncelerini, sosyal yaşamla ilgili konulardaki düşünce ve görüşlerini Tablo 22’de yer alan ifadeler kapsamında değerlendirmişlerdir. Bu tabloda yer alan “KİTlerin özelleştirilmesinden yanayım” ifadesinin uygulamalar sırasında örnekleme katılan kişiler tarafından çok iyi anlaşılmadığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 22. Sosyal Yaşam

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Günlerim hep aynı şeyleri yaparak geçiyor	1.79	1.64	2.03	1.83	1.82
Farklı yerleri gezmeyi, görmeyi severim	1.27	1.46	1.23	1.30	1.31
Diğer insanlardan biraz farklı olmaya çalışırım	2.74	3.00	2.78	2.97	2.87
Resmi dairelerde işi olanın, torpilli veya dayısı olmalı	2.75	2.32	2.84	2.68	2.65
TV programlarında fazla açık-saçıklık var; aileye uygun değil	2.58	1.95	2.68	2.04	2.30
Yasaların harfiyen uygulanmasından yanayım	1.76	1.82	1.75	1.71	1.76
Bu günlerde iyi bir iş bulmak imkansızdır	1.27	1.30	1.22	1.45	1.31
Gelecekte daha mutlu ve başarılı olacağıma inanıyorum	2.76	2.71	2.67	2.67	2.70
Gelecek beş yılda fiyatlar, geçmiş beş yıldan daha fazla artacaktır	1.24	1.24	1.24	1.32	1.26
Siyasetçilerin çoğu, sadece kendilerini düşünürler	1.29	1.40	1.32	1.26	1.31
Dürüst insanların çoğu, yüksek bir mevkiye gelemez	1.38	1.88	1.65	1.77	1.67
Politikayla ilgileniyorum	3.53	3.95	3.54	3.78	3.70
Politika erkeklerin işidir, kadının değil	4.27	3.07	4.00	3.84	3.80
KİT lerin özelleştirilmesinden yanayım	3.44	3.23	2.71	2.75	3.03
Boş zamanlarımı evde geçiririm	2.47	1.98	2.59	2.36	2.35
Çoğu akşam televizyon karşısında oturuyoruz	2.78	2.31	2.64	2.50	2.56
Gelecekte maddi bakımdan daha rahat olacağız	3.19	3.04	2.81	2.97	3.00
Televizyondaki diziler ahlaka aykırıdır	3.22	2.56	3.17	2.59	2.87

Araştırma gruplarımızda yer alan kişiler “Farklı yerleri gezmeyi, görmeyi severim; Bu günlerde iyi bir iş bulmak imkansızdır; Gelecek beş yılda fiyatlar, geçmiş beş yıldan daha fazla artacaktır; Siyasetçilerin çoğu, sadece kendilerini düşünürler” ifadelerine tamamen katılmaktadırlar.

“Günlerim hep aynı şeyleri yaparak geçiyor; TV programlarında fazla açıklık var, aileye uygun değil; Yasaların harfiyen uygulanmasından yanayım; Dürüst insanların çoğu, yüksek bir mevkiye gelemez; Boş zamanlarımı evde geçiririm” ifadelerine genellikle katıldıklarını belirtmişlerdir.

“Diğer insanlardan biraz farklı olmaya çalışırım; Resmi dairelerde işi olanın, torpilli veya dayısı olmalı; Gelecekte daha mutlu ve başarılı olacağıma inanıyorum; KİT lerin özelleştirilmesinden yanayım; Çoğu akşam televizyon karşısında oturuyoruz; Gelecekte maddi bakımdan daha rahat olacağız; Televizyondaki diziler ahlaka aykırıdır” ifadelerine ne doğru ne yanlış şeklinde kararsız kalmışlardır. Ve “Politikayla ilgileniyorum; Politika erkeklerin işidir, kadının değil” ifadelerine genelde katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 22 yer alan bazı ifadeler insanların dış dünyaya ve diğer insanlara olan güvenleri ile ilgilidir örneğin, dürüst insanların yüksek mevkilere gelebilme şansı gibi. Diğer bazı ifadeler ise tutum ve inançlar planında insanların ahlak anlayışlarını veya değişikliklere ve farklılıklara hoşgörülerini ile ilgili yaklaşımlarının anlaşılması amacıyla ele alınmıştır örneğin, televizyon programlarının sansür edilmesi gibi. Ayrıca araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin geleceğe ilişkin iyimserlik düzeyleri de belirlenmek istenmiştir örneğin, gelecekte daha mutlu ve başarılı olacağıma inanıyorum gibi.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin aile (cinsiyet) rollerine ilişkin ifadelere verdikleri tepkilerin ortalama değerleri Tablo 23’de sunulmuştur.

Tablo 23’de yer alan cinsiyet grup aidiyetiyle direkt ilgili olan “Kadının yeri evidir; Kadın haklarını savunan akımlara taraftarım; Evin reisi erkek olmalıdır” ifadelerine araştırma gruplarımızın genelde katıldıklarını görüyoruz.

Tablo 23. Aile (cinsiyet) Roller

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Kadının yeri evidir	2. 62	1. 80	2. 45	2. 32	2. 30
Kadın haklarını savunan akımlara taraftarım	1. 47	2. 01	1. 55	1. 94	1. 75
Evin reisi erkek olmalıdır	3. 08	1. 81	2. 56	2. 43	2. 47

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin yaşadıkları yer ve evlerine ilişkin ifadelerle verdikleri tepkilerin ortalama değerleri Tablo 24’de sunulmuştur.

Tablo 24. Yaşanılan Yere ve Eve İlişkin Öncelikler

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Hemşehrilerimle iyi ilişkiler içerisindeyim	1. 48	1. 67	1. 47	1. 62	1. 56
Evimize çok misafir gelmesini isterim	1. 73	1. 61	1. 79	1. 87	1. 76
Memleketimi özltüyorum	1. 93	1. 79	2. 21	2. 07	1. 98
Herkesin birbirini tanıdığı yerde oturaktan rahatsız olurum	3. 98	4. 00	4. 46	4. 28	4. 18
İnsan ana-babasının oturduğu yerde yaşamalıdır	2. 54	2. 51	3. 14	3. 07	2. 82
Neresi olursa olsun, geçimimi sağladığım her yerde yaşarım	1. 39	1. 41	1. 39	1. 31	1. 37
Başka bir semtte oturmak isterdim	2. 88	2. 98	3. 38	2. 95	3. 04
Evimde her şeyin değişmez bir yeri olsun isterim	2. 23	2. 15	2. 69	2. 59	2. 42
Burası genel olarak bana ve aileme göre bir şehir değil	3. 37	3. 30	4. 10	3. 70	3. 62
Bu şehirde kendimi ve ailemi güven içinde hissediyorum	2. 59	2. 21	1. 79	1. 94	2. 13
Bu mahallede her türlü insan bulunmasından rahatsızım	2. 83	3. 19	2. 98	3. 15	3. 04

Tablo 24’de yer alan “Hemşehrilerimle iyi ilişkiler içerisindeyim” “Memleketimi özlediyorum” ve “İnsan ana-babasının oturduğu yerde (memleketinde) yaşamalıdır” ifadelerine verilen yanıtların ortalama değerleri tüm gruplar için oldukça yüksektir.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin kendi memleketinden olan insanlarla yani “hemşehrileri” ile olan iyi ilişkilerini, olumlu düşüncelerini sosyal kimlik kuramı çerçevesinde açıklamak mümkündür. İnsanlar ait oldukları grubu diğer gruplardan farklı bir şekilde algılamaktadırlar ayrıca gruplar arası benzerlik ve farklılık araştırmalarının gösterdiği gibi grup içi benzerlikler abartılmaktadır (Vanbeselaere, 1987; Arkonaç, 1989; Meşe, 1991; Ayvalıoğlu, 1992). Bu anlamda Türkiye’nin çeşitli bölgelerinden büyük şehirlere göç eden insanların, kendi hemşehrileri ve diğerleri arasında karşılaştırmalar yaparak kendi grupları, kendi hemşehrileri lehine davrandıkları görülmektedir.

Araştırmaya katılan kişilerin dünya görüşlerine ilişkin ifadelerine verilen tepkiler “Çok 1 puan”, “Oldukça 2 puan”, “Biraz 3 puan” ve “Hayır 4 puan” şeklinde değerlendirilmiştir. Araştırma gruplarına göre Bu sorulara verilen tepkilerin ortalamaları Tablo 25’ de sunulduğu gibidir.

Örnekleminizde yer alan kişiler Tablo 25’de yer alan sorularla hayatlarından ne derece memnun oldukları, aile ilişkilerinde modern görüşlü olup olmadıkları, politikayla ilgi düzeyleri, topluma ters düşmekten rahatsızlık duyup duymamaları, kurallara bağlılıkları, diğer insanlardan farklı olmanın rahatsızlık yaratıp yaratmadığı, toplumun geleceğine ilişkin görüşleri, maddi şeyler ve kadere ilişkin düşünceleri, geleneklere, toplumun değerlerine bağlılık düzeyleri, diğer insanlar tarafından sosyal onay görme ihtiyaçları, ülke geleceğine ilişkin bireysel düşünceleri, içinde yer alınılan gruba uyma davranışları ve diğerlerini eleştirme, değerlendirme eğilimlerine ilişkin görüş ve düşünceleri gibi toplum ve sosyal hayat konularındaki görüş ve düşüncelerini belirtmişlerdir. Araştırma gruplarımızın söz konusu konulardaki görüş ve düşünceleri benzer yöndedir.

Tablo 25. Dünya Görüşüne İlişkin İfadelerin Dağılımı

	KA	KS	TA	TS	Toplam
Hayatınızdan memnun musunuz?	2. 93	2. 75	2. 49	2. 58	2. 68
Aile ilişkilerinde modern görüşlü müsünüz?	2. 29	2. 78	2. 13	2. 52	2. 43
Politikayla ilgilenir misiniz?	3. 18	3. 48	3. 20	3. 39	3. 31
Toplum veya çevrenize ters düşmekten rahatsız olur musunuz?	2. 36	2. 38	2. 35	2. 24	2. 32
Kurallara bağlı bir insan mısınız?	2. 21	1. 83	1. 87	1. 93	1. 96
Çevrenizdeki insanlardan farklı olmak sizi rahatsız eder mi?	3. 05	3. 00	3. 24	3. 22	3. 13
Toplumun geleceğinden umutlu musunuz?	3. 37	3. 12	3. 18	3. 07	3. 18
Maddi şeylere değer verir misiniz?	2. 64	2. 27	2. 66	2. 54	2. 53
Kadere inanır mısınız?	2. 95	1. 70	2. 57	1. 96	2. 28
Geleneklere, toplumun değerlerine bağlı mısınız?	2. 30	1. 78	2. 09	1. 94	2. 02
Görüşlerinizin diğer insanlarca desteklenmesine ihtiyaç duyar mısınız?	2. 13	2. 06	2. 29	2. 41	2. 23
Ülkenin veya yaşadığınız yerin yönetimiyle ilgili olarak “ben olsam, şunları yapardım” diyen bir insan mısınız?	2. 42	2. 60	2. 44	2. 62	2. 53
İçinde bulunduğunuz gruba uyma yoluna gider misiniz?	2. 16	2. 18	1. 93	2. 10	2. 10
Başkalarını eleştirme, değerlendirme eğiliminiz var mıdır?	2. 85	3. 13	2. 81	3. 07	2. 97

Din grup üyeliği bağlamında kadere inanıp inanmama konusundaki düşüncelerin mezhebe göre değiştiğini söyleyebiliriz. Tablo 25’de görüldüğü gibi “Sünni” gruplarda yer alan kişiler “Alevi” gruplarda yer alan kişilere oranla kadere daha çok inandıklarını belirtmişlerdir.

Örnekleminizde yer alan kişilerin Tablo 25 yer alan sorulara verdikleri yanıtların dağılımlarını dikkatlice incelediğimizde ölçeğimizde yer alan ve daha önce tablolar halinde sunulmuş bulgularla paralellik göstermektedir.

III.3. ARAŞTIRMA GRUPLARINDA YAŞAM STİLLERİ

Hatırlanacağı gibi araştırmamızın örneklemini oluşturan kişiler köken, mezhep ve cinsiyet grup aidiyetleri temelinde gruplandırılmıştır.

Genel olarak araştırma gruplarımızın yaşam stilleri planında birbirlerine olan mesafelerinin yani uzaklık ve yakınlıklarının belirlenebilmesi amacıyla araştırmamızdan elde edilen verilere “proximities” analizi uygulanmıştır.

Öncelikle araştırmamızda kullanılan ölçekte yer alan soru maddelerinin dağılımları ve içeriği dikkate alınarak hangilerinin “proximities” analizine dahil edileceğine karar verilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin Likert tipi ölçek şeklinde düzenlenen bölümünden 7., 9., 10. ve 43. maddeler, bilgi formundan 1., 2., 3., 4., 5., 6., 7., 8., 9., 10., 11., 12., 13., 14., 15., 16. ve 17. soru maddeleri, 19. sorunun 1., 2., 3., 4., 5., 9., 14. ve 16. maddeleri, 20. sorunun 1. ve 7. maddesi, 21., 22., 23., 24., 25., 27., 28. ve 29. sorular dışında kalan soru maddelerinin analize dahil edilmesine karar verilerek bu soru maddelerinin 8 grup için ortalama değerleri alınmıştır.

Ölçeğimizde yer alan soru maddelerinin puanlanışları farklılıklar göstermektedir bu nedenle analize dahil edilen soru maddelerinin ortalama değerleri alındıktan sonra bu değerler z puanına dönüştürülerek standardize edilmiştir. Böylelikle farklı şekillerde puanlanan soru maddelerinin “proximities” analizi için standardizasyonu sağlanmıştır.

Daha sonra 8 grup için elde edilen bu verilere bağlı olarak bu grupların birbirlerine olan mesafelerini saptamak amacıyla “proximities” analizi uygulanmıştır, böylelikle her bir grubun bir diğerine olan mesafesi bulunmuştur. Mesafelerin

hesaplanması “Eucliden” yöntemine göre yapılmıştır. Aşağıda sunulan Tablo 26’da araştırma gruplarımızın her birinin bir diğerine olan birim mesafesi yer almaktadır.

Tablo 26. Araştırma Gruplarının Birbirine Olan Mesafeleri

	KAK	KAE	KSK	KSE	TAK	TAE	TSK	TSE
KAK	0	-	-	-	-	-	-	-
KAE	15.194	0	-	-	-	-	-	-
KSK	16.304	22.583	0	-	-	-	-	-
KSE	15.937	15.288	16.727	0	-	-	-	-
TAK	12.802	18.104	17.495	16.848	0	-	-	-
TAE	15.638	14.267	22.684	15.381	14.369	0	-	-
TSK	12.228	19.320	14.014	16.761	9.679	16.716	0	-
TSE	15.705	15.194	20.393	11.323	15.030	10.526	15.200	0

“Proximities” analizi bize araştırma gruplarımızın birbirine olan birim mesafelerini vermektedir. Araştırma gruplarımızın birbiri ile ilişkilerini aralarındaki mesafelere göre birbirine yakın veya uzak olarak niteleyebildiğimiz gibi aynı şekilde aralarındaki mesafeleri esas alarak iki grup arasındaki mesafe az ise birbirine benzer çok ise birbirinden farklı şeklinde değerlendirebiliriz.

Yaşam stilleri planında bu mesafeler iki grup arasındaki mesafe azaldıkça gruplar birbirine benzer mesafe arttıkça gruplar birbirinden farklı şekilde yorumlanmıştır. Buna göre yukarıdaki matrisi incelediğimizde örneğin birbirine en yakın/en benzer iki grup “Türk-Alevi-Kadınlar” ile “Türk-Sünni-Kadınlardır” (9.679 birim). Aynı şekilde birbirine

en uzak/en farklı iki grup “Kürt-Sünni-Kadınlar” ile “Türk-Alevi-Erkeklerdir” (22. 684 birim) diyebiliriz.

Araştırma gruplarından her bir grubun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafelerini sıraladığımızda bir gruba en yakın ve en uzak mesafede yer alan grupları, ayrıca bu grupların köken, mezhep ve cinsiyet grup üyeliklerindeki benzerliklerini ve farklılıklarını görebiliriz.

Aşağıda öncelikle araştırma gruplarından her bir grubun diğer gruplara olan uzaklıkların birim mesafeleri sıralanarak o grubun en yakın ve en uzak mesafesinde yer alan gruplara (köken, mezhep ve cinsiyet grup üyeliklerinde) benzerlik ve farklılıkları sunulmuştur.

“Kürt-Alevi-Kadın” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

12. 228 “Türk-Sünni-Kadın”

12. 802 “Türk-Alevi-Kadın”

15. 194 “Kürt-Alevi-Erkek”

15. 638 “Türk-Alevi-Erkek”

15. 705 “Türk-Sünni-Erkek”

15. 937 “Kürt-Sünni-Erkek”

16. 304 “Kürt-Sünni-Kadın”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Farklı	Farklı	Benzer
En uzak grup	Benzer	Farklı	Benzer

“Kürt-Alevi-Erkek” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

14. 267 “Türk-Alevi-Erkek”

15. 194 “Türk-Sünni-Erkek”

15. 194 “Kürt-Alevi-Kadın”

15. 288 “Kürt-Sünni-Erkek”

18. 104 “Türk-Alevi-Kadın”

19. 320 “Türk-Sünni-Kadın”

22. 583 “Kürt-Sünni-Kadın”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Farklı	Benzer	Benzer
En uzak grup	Benzer	Farklı	Farklı

“Kürt-Sünni-Kadın” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

14. 014 “Türk-Sünni-Kadın”

16. 304 “Kürt-Alevi-Kadın”

16. 727 “Kürt-Sünni-Erkek”

17. 495 “Türk-Alevi-Kadın”

20. 393 “Türk-Sünni-Erkek”

22. 583 “Kürt-Alevi-Erkek”

22. 684 “Türk-Alevi-Erkek”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Farklı	Benzer	Benzer
En uzak grup	Farklı	Farklı	Farklı

“Kürt-Sünni-Erkek” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

11. 323 “Türk-Sünni-Erkek”

15. 288 “Kürt-Alevi-Erkek”

15. 381 “Türk-Alevi-Erkek”

15. 937 “Kürt-Alevi-Kadın”

16. 727 “Kürt-Sünni-Kadın”

16. 761 “Türk-Sünni-Kadın”

16. 848 “Türk-Alevi-Kadın”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Farklı	Benzer	Benzer
En uzak grup	Farklı	Farklı	Farklı

“Türk-Alevi-Kadın” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

9. 679 “Türk-Sünni-Kadın”

12. 802 “Kürt-Alevi-Kadın”

14. 369 “Türk-Alevi-Erkek”

15. 030 “Türk-Sünni-Erkek”

16. 848 “Kürt-Sünni-Erkek”

17. 495 “Kürt-Sünni-Kadın”

18. 104 “Kürt-Alevi-Erkek”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Benzer	Farklı	Benzer
En uzak grup	Farklı	Benzer	Farklı

“Türk-Alevi-Erkek” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

10. 526 “Türk-Sünni-Erkek”

14. 267 “Kürt-Alevi-Erkek”

14. 369 “Türk-Alevi-Kadın”

15. 381 “Kürt-Sünni-Erkek”

15. 638 “Kürt-Alevi-Kadın”

16. 716 “Türk-Sünni-Kadın”

22. 684 “Kürt-Sünni-Kadın”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Benzer	Farklı	Benzer
En uzak grup	Farklı	Farklı	Farklı

“Türk-Sünni-Kadın” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

9. 679 “Türk-Alevi-Kadın”

12. 228 “Kürt-Alevi-Kadın”

14. 014 “Kürt-Sünni-Kadın”

15. 200 “Türk-Sünni-Erkek”

16. 716 “Türk-Alevi-Erkek”

16. 761 “Kürt-Sünni-Erkek”

19. 320 “Kürt-Alevi-Erkek”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Benzer	Farklı	Benzer
En uzak grup	Farklı	Farklı	Farklı

“Türk-Sünni-Erkek” grubunun diğer gruplara olan uzaklıklarının birim mesafeleri şöyledir:

10. 526 “Türk-Alevi-Erkek”

11. 323 “Kürt-Sünni-Erkek”

15. 030 “Türk-Alevi-Kadın”

15. 194 “Kürt-Alevi-Erkek”

15. 200 “Türk-Sünni-Kadın”

15. 705 “Kürt-Alevi-Kadın”

20. 393 “Kürt-Sünni-Kadın”

	Köken	Mezhep	Cinsiyet
En yakın grup	Benzer	Farklı	Benzer
En uzak grup	Farklı	Benzer	Farklı

Araştırmamızın örneklemini oluşturan kişiler üç temel aidiyet grubu (köken, mezhep ve cinsiyet) temelinde sekiz grupta toplanmıştır. Köken, mezhep ve cinsiyet grup aidiyetleri bizim için önemli üç boyut durumundadır.

Örnekleminizin özelliklerini göz önüne aldığımızda verilerimize uygulayacağımız “multidimensional scaling” analizi (çokboyutlu ölçeklendirme) üç boyutlu yapılmıştır.

Araştırma gruplarının 3 boyutlu eksen üzerindeki koordinatları aşağıdaki Tablo 27’de sunulmuştur.

Tablo 27. Grupların Üç Boyutlu Eksendeki Koordinatları

Gruplar	1. Boyut	2. Boyut	3. Boyut
KAK	. 4020	-. 3432	-1. 1053
KAE	-1. 6402	. 6250	-1. 2107
KSK	2. 4390	. 8931	. 0030
KSE	-. 2789	1. 3930	. 5967
TAK	. 4594	-1. 2906	. 1438
TAE	-1. 5482	-. 6477	. 4234
TSK	1. 1624	-. 7876	. 1932
TSE	-. 9955	. 1579	. 9561

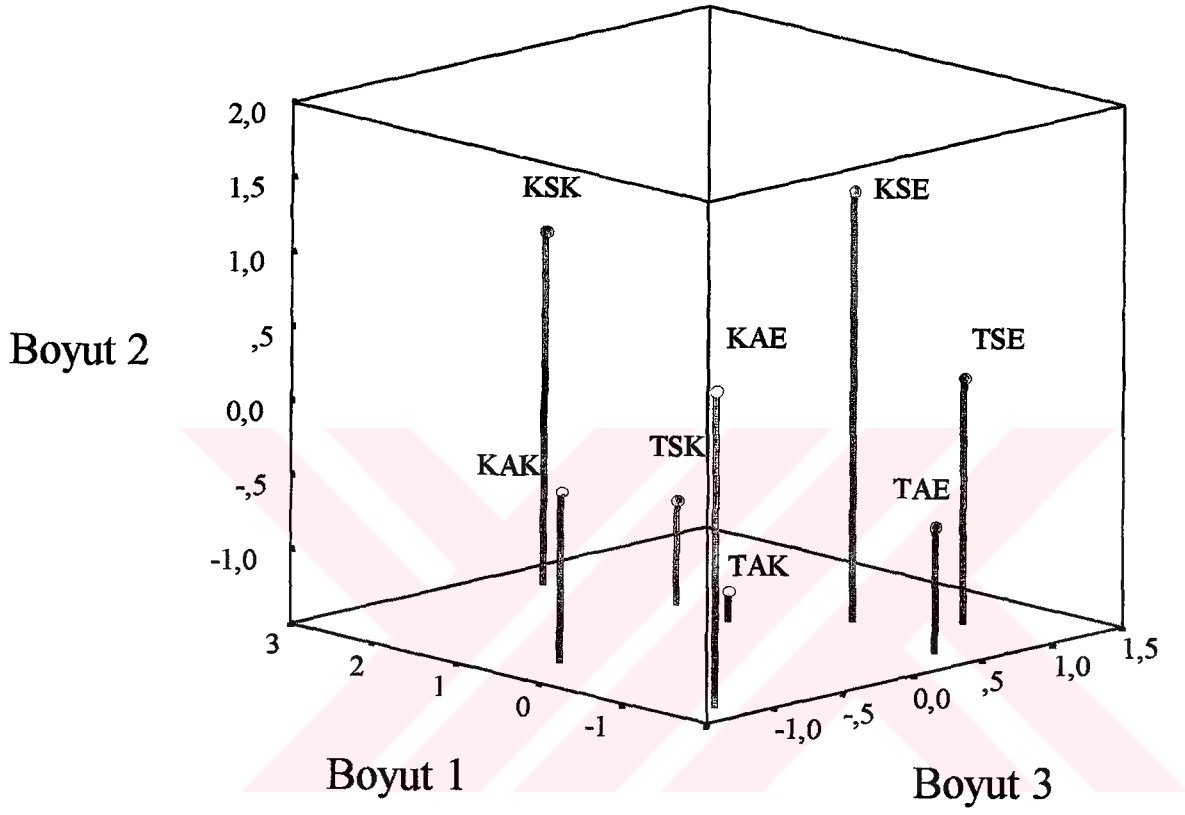
Stress= 0. 0249

RSQ= 0. 99323

Köken, mezhep ve cinsiyet faktörleri birer boyut olarak ele alınabilir. Tablo 27'deki değerler incelendiğinde 1. Boyutta ayrışmanın cinsiyet grup aidiyeti ile ilgili olduğu net bir şekilde görülmektedir. 2. Boyutta ayrışma cinsiyet aidiyetinde olduğu gibi çok net değildir fakat bu boyutun mezhep aidiyeti ile ilişkili olduğu gözlenmektedir. 3. Boyutta ayrışma cinsiyet ve mezhep aidiyetlerinde olduğu gibi açık değildir. Bu boyut köken aidiyetiyle ilgilidir. "Multidimensional scaling" analizi (çokboyutlu ölçeklendirme analizi) sonucunda elde edilen 3 boyutlu şekil üzerinde araştırma gruplarımızın yer alışı görülmektedir (Bkz.Şekil 7). Tablo 27'de verilen değerler esas alınarak 1. Boyut cinsiyet, 2. Boyut mezhep ve 3. Boyut köken olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 27 ve Şekil 7 incelendiğinde genel olarak yaşam stilleri planında araştırma gruplarımızı birbirine en benzer kılan özellik cinsiyet grup üyeliği, yani kadın veya erkek olmaktır. Daha açık ifade edecek olursak örnekleme yer alan kişilerin köken (Kürt-Türk) veya mezhebi (Alevi-Sünni) ne olursa olsun kadınlar kadınlara erkekler erkeklere benzemektedir diyebiliriz.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişileri en benzer kılan cinsiyet grup üyeliğini mezhep grup üyeliği izlemektedir. En son sırada ise kökensele aidiyet gelmektedir.



Şekil 7. Üç Aidiyet Grubu (Köken, Mezhep, Cinsiyet) İçin Çokboyutlu Ölçeklendirme.

Araştırma gruplarımızda yer alan bir kişi için karşısındaki kişinin “Alevi” veya “Sünni” olması o kişinin “Kürt” veya “Türk” olmasından daha ön plandadır, daha ayırıcı bir özellik niteliğindedir, yaşam stillerinde daha etkilidir diyebiliriz. İnsanların yaşam stilleri üzerinde farklı mezhep grupları temelinde dinsel grup üyeliğinin köken grup üyeliğinden daha önemli bir üyelik olduğunu söyleyebiliriz; yani yaşam stilleri planında kökensele aidiyet, araştırma gruplarımız için cinsiyet ve mezhep grup üyeliklerinden sonra gelmektedir.

Sonuçta, aynı sosyo-ekonomik bağlamda birarada yaşayan farklı kimlik gruplarına aidiyeti olan insanların yaşam stillerini incelediğimizde onları birbirinden farklılaştıran diğer anlamda birbirine benzer kılan en önemli sosyal kategorinin cinsiyet olduğunu görüyoruz. Cinsiyet faktörünü farklı mezhep gruplarına üyelik, yani din grup üyeliği izlemektedir. Kökensele grup üyeliği en son sırada yer almaktadır.

IV.BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çok çeşitli kimlik gruplarının birarada yaşadığı ülkemizde benzer sosyo-kültürel bağlam içinde yaşayan farklı kimlik gruplarına aidiyetleri bulunan insanların yaşam stilleri incelenerek bu grup aidiyetlerinin yaşam stilleri üzerinde etkili olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın kuramsal perspektifi sosyal psikoloji literatüründe oldukça üzerinde durulan Sosyal Kimlik Kuramı çerçevesinde sosyal kimlik ve diğer ilgili kavramlar temelinde oluşturulmuştur. Sosyal kimlik kavramı yaşam stili kavramı ile ilişkilendirilerek birey-grup etkileşimi çerçevesinde bu iki olgu arasındaki bağ kurulmuştur.

Araştırmamızın amacı ve kuramsal bakış açımız doğrultusunda örneklelimizi oluşturan kişilerden yüzyüze görüşme yolu ile tepkilerinin alınmasına olanak sağlayan ölçek geliştirilmiş ve İzmir ilinin periferik bölgelerinde yaşayan köken, mezhep ve cinsiyet grup üyeliği farklı kişilerle uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Araştırmamıza katılan kişilerin yaşam stilleri sosyo-demografik özelliklerinin yanı sıra aile yaşamı ve yaşanılan mekana ilişkin bilgileri, günlük yaşam pratikleri, aktiviteler ve hobilere ilişkin bilgileri, sosyal hayat ve dünya görüşlerine ilişkin bilgileri kapsamaktadır.

Araştırmamız “Kürt-Alevi-Kadın”, “Kürt-Sünni-Kadın”, “Kürt-Alevi-Erkek”, “Kürt-Sünni-Erkek”, “Türk-Alevi-Kadın”, “Türk-Sünni-Kadın”, “Türk-Alevi-Erkek”, “Türk-Sünni-Erkek” araştırma gruplarının yaşam stillerine ilişkin kapsamlı veriler sağlamıştır. Burada öncelikle araştırmanın örneklemi hakkında kısaca bilgi verilerek yaşam stiline ilişkin bulgular tartışılacak ayrıca araştırma kuramsal ve yöntem açısından değerlendirilecektir.

Araştırmanın uygulamaları İzmir'in periferinde kalan yedi ayrı semtte gerçekleştirilmiştir. Örneklemimiz sosyal kimlik grupları bağlamında köken, mezhep ve cinsiyet grup üyelikleri temelinde sekiz gruptan oluşmaktadır. Araştırma evrenini oluşturan nüfusun özellikleri ve tam miktarı bilinmediği için örneklem seçiminde zorluklar yaşanmıştır. İzmir'de yaşayan kökenlerini "Türk" veya "Kürt", mezheplerini "Alevi" veya "Sünni" olarak ifade eden kişiler araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Örnekleme yer alan "Kürt" kökenlilerin "Türk" kökenlilere oranla İzmir ilinde yaşadığı sürenin daha kısa olduğu bulunmuştur, bu sonuç "Türk" kökenliler için göç hareketinin daha az olduğu "Kürt" kökenlilerin ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden İzmir iline değişik tarihlerde göç yoluyla geldikleri şeklinde yorumlanabilir. Örneklemin yaklaşık %80'inin doğum yeri İzmir ili değildir ayrıca örneklemin sadece %16'sı İzmir ilini memleketi olarak algulamaktadır.

Araştırma gruplarında okuma-yazma bilir (okur-yazar, ilk okul, orta okul, lise, üniversite) oranı oldukça yüksek olmakla birlikte diğer gruplara göre "Kürt-Sünni" grubun okuma-yazma bilir oranı nispeten daha düşüktür. Araştırma gruplarında yer alan kişilerin gelir durumları da birbirine benzerdir. Herhangi bir işte çalışma oranı bakımından örnekleme yer alan kadınların yaklaşık %90'ı çalışmamaktadır. Örnekleme katılan kişilerin yaşları 18 yaş ile 65 yaş arasında değişmektedir.

Hatırlanacağı gibi bulguların sunulduğu bölümde yaşam stilleri planında yer alan başlıca değişkenler üç başlık altında toplanmıştır, burada da bu sıra izlenerek elde edilen bulgular yorumlanacaktır. Aile yaşamı ve yaşanılan mekana ilişkin olarak araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin aile üyelerinin sayısı, aile tipi, aile ile birlikte yaşayan çocuk sayısı, günlük yaşamda etkileşimde bulunulan kişiler, oturulan ev, ev dekorasyonunda yer alan malzemeler ve sahip olunan eşyalar belirlenmiştir.

Araştırma gruplarımızda genel olarak beş veya daha fazla kişiden oluşan kalabalık aileler yer almaktadır. Genel olarak "Türk" kökenlilere oranla "Kürt" kökenlilerde, "Alevilere" oranla "Sünnilerde" aileler daha kalabalıktır şeklinde değerlendirebiliriz. Tüm

gruplar içinde “Kürt-Sünni” grupta üye sayısı bakımından kalabalık aileler olduğu bulunmuştur. Hane halkını oluşturanların kimliğine göre (anne, baba, çocuk, büyük anne, büyük baba, akraba, vb.) aile yapıları çekirdek ve geniş aile olarak değerlendirildiğinde örneklemimiz genel olarak çekirdek aile yapısı göstermektedir. Kökene göre çekirdek aile yapısı “Türk” kökenlilerde geniş aile yapısı ise “Kürt” kökenlilerde daha yüksek orandadır. Mezhebe göre bakıldığında çekirdek aile yapısının “Alevilerde” geniş aile yapısının ise “Sünnilerde” daha yüksek oranda olduğu bulunmuştur. Bu aileler birlikte yaşanan çocuk sayısı bakımından ele alındığında üç veya daha fazla sayıda çocuklu ailelerin “Kürt” kökenli ve “Sünni” mezhebenden olan ailelerde “Türk” kökenli ve “Alevi” mezhebenden olan ailelerden daha yüksek oranda olduğu bulunmuştur.

Genel olarak aile yapıları incelendiğinde örneklemimizi oluşturan kişilerin köken ve mezhep değişkenlerine göre farklılıklar gösterdiğini söyleyebiliriz. “Kürt” ya da “Türk” kökenli olmak veya “Alevi” ya da “Sünni” mezhebenden olmak insanların aile yaşamlarını belirleyici nitelikteki sosyal grup aidiyetleri olup araştırma gruplarının yaşam stilleri üzerinde etkilidir diyebiliriz. Araştırma gruplarımızdaki aile yaşamını “geleneksel” olarak niteleyebiliriz. Bu noktada ailenin benlik ve toplum arasındaki nedensel ilişkide bir aracı işlevi gördüğünü belirten Kağıtçıbaşı (1990; 1996), maddi ve duygusal olarak karşılıklı bağımlılık gösteren geleneksel ailelerde ailenin devamlılığı için nesillerarası karşılıklı bağımlılığın önemli olduğunu söylemektedir. Literatürde belirtildiği üzere ailenin benlik ve kimlik gelişimindeki önemi açıktır.

Araştırma gruplarımızın komşuluk ve akrabalık ilişkileri gibi birincil ilişkilere önem veren geleneksel toplum yapısı özelliği taşıdığını söyleyebiliriz, “Kürt” kökenlilerin akrabaları ile “Türk” kökenlilerin komşuları ile daha çok ilişki içerisinde olduğunu söyleyebiliriz. Sosyal psikolojik bağlamda farklı kimlik gruplarının kentte yer alış tarzlarına baktığımızda bu grupların kent merkezinin periferinde kalan bölgelerinde yaşadığı ve ayrıca akrabalık ve hemşehrilik bağlarına göre biraraya geldiklerini görmekteyiz, bu bilgiler bizim örneklemimiz içinde geçerlidir. Bu bölgelerde yaşayan insanların günlük yaşamda en fazla etkileşim içinde oldukları kişilerin komşuları ve

akrabaları olması beklenen bir sonuçtur. Örneklemede yer alan grupların oturdukları evlerin kendilerine ait olma oranı yüksektir. Bu bulguyu uygulamaların gerçekleştirildiği semtlerin “gecekondu bölgesi” olma özelliği ile açıklamak mümkündür.

Yaşam stilleri planında araştırma gruplarımızın ev dekorasyonlarında neleri ve nasıl kullandıkları bir ölçüde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Örnekleminizde yer alan kişilerin ev dekorasyonlarında kullandıkları malzemelerin (fotoğraflar, manzara resimleri, afişler, posterler vb.) oldukça benzer nitelikte ve kalitede olduğu bulunmuştur. İnsan-eşya ilişkilerini konu alan daha önce yapılan bir çalışma evlerin dekorasyonunda kullanılan malzemelerin farklı sosyo-kültürel özellikteki gruplara örneğin köy veya kent ortamında yaşamaya göre değiştiği saptanmıştır (Bilgin, 1991). Duvarlara asılan devlet adamları resimleri ve dini semboller içeren dekorasyon malzemeleri açısından araştırma grupları farklılıklar göstermektedir. Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin mezhep farklılıkları gözönüne alındığında dini semboller içeren ev dekorasyon malzemelerinin de farklılıklar göstermesi beklenen bir bulgudur. Ev dekorasyonunda “Alevi” gruplarda Hz. Ali’nin resimleri, Hz. Ali’nin kılıcı ve Şahmeran resimleri yer alırken “Sünni” gruplarda Arapça dualar, Hacca ve Kabeye ilişkin resim ve benzeri dekorasyon malzemelerinin kullanıldığı saptanmıştır.

Araştırma gruplarımızda yer alan insanların sahip oldukları eşyaların incelenmesi bu grupların yaşam stillerine ilişkin bir takım veriler sağlamıştır. Araştırma gruplarımızın tümünde en çok bulunan eşyalar arasında televizyon, buharlı ütü, teyp veya müzik seti, ütü masası, divan, yer minderi, elektrikli veya gazlı fırın gibi insanların günlük yaşamlarında sürekli olarak kullandıkları eşyaların yer aldığı saptanmıştır. Araştırma gruplarımızda elektrikli traş makinası, araba, mikser, kitaplık ve boy aynası gibi bazı eşyalar ise oldukça düşük oranlarda bulunmaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda sahip olunan eşyalar açısından araştırma gruplarımızın farklılaşmadığı saptanmıştır. Araştırma gruplarımızın tamamen modern eşya sistemine girmediğini ancak modernleşme sürecinde farklı eşya sistemleri ile tanışarak bu eşyaları hayatlarına geçirdiklerini söyleyebiliriz.

Teknolojik gelişmelerle birlikte değişen eşyaları insanların yaşam stillerinin bir göstergesi olarak yorumladığımızda bir grubun yaşam stili onu diğerlerinden ayırdetmeyi sağlamaktadır. Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin sahip oldukları, satın aldıkları, tükettikleri eşyalar yaşam stilini yansıtan olgulardır. Araştırma gruplarımıza göre sahip olunan eşyaların farklılaşmaması bu grupların sosyo-demografik özellikler bakımından benzerlikler göstermesi ile açıklanabilir. Köken ve mezhep grup üyelikleri bakımından eşya sistemleri farklılaşmamaktadır. Modernleşmede maddi plandaki veya değerler planındaki değişmelerden hangisinin öncelikli olduğu tartışmaya açıktır. Kent merkezinin periferinde yaşayan araştırma gruplarımızdaki eşya sistemlerinin modernleşmeye bağlı olarak değiştiğini söyleyebiliriz.

Günlük yaşam pratikleri, aktiviteler ve hobilere ilişkin bilgilerin cinsiyet grup üyeliğine göre yani kadın veya erkek olmaya göre farklılaştığı bulunmuştur. Araştırma gruplarımızda yer alan kadınlar günlük yaşamlarını ev temizliği, bulaşık yıkamak ve yemek hazırlamak gibi ev işleriyle geçirmektedirler.. Kadınların başlıca hobileri örgü, dikiş-nakış, çiçek yetiştirmek, müzik dinlemek ve televizyon seyretmektir. Araştırma gruplarımızda yer alan kadınların günlük yaşamları modern gruplardaki kadınlardan daha çok geleneksel gruplarda yaşayan kadınların günlük yaşamlarına benzemektedir. Burada araştırma gruplarımızda yer alan kadınların sadece yaklaşık %90'ının herhangi bir işte çalışmadığını tekrar belirtmemiz yerinde olacaktır.

Araştırma gruplarımızda yer alan erkeklerin günlük yaşamı ise büyük ölçüde işe gitmek diğer bir deyişle çalışmakla geçmektedir. Erkekler iş dışında kalan zamanlarını eş-dost ziyareti, eve ilişkin çarşı pazar alış verişleri ile geçirmektedirler. Genel olarak erkeklerin başlıca hobilerinin kahvehaneye gitmek, televizyon seyretmek ve müzik dinlemek olduğu saptanmıştır. Elde edilen verileri günlük yaşam pratiklerinin yaşam stilleri üzerinde etkili olduğu düşüncesiyle yorumlayacak olursak cinsiyet grup aidiyetinin bu konuda farklılaştırıcı bir kimlik grubu olduğunu söyleyebiliriz. Kadınlar ve erkeklerin günlük yaşamda yaptıkları işler ve uğraşlar farklılık göstermektedir. Aynı şekilde hobiler

bağlamında da cinsiyet grup aidiyeti belirleyici niteliktedir. Bu bulgular toplumumuzdaki algılanan cinsiyet rolleri ile ilişkilendirilebilir.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin serbest zaman uğraşları, kültürel faaliyetlere katılma oranları da kadın ve erkek olmaya göre değişmektedir. Araştırma gruplarımızın başlıca serbest zaman uğraşları ve kültürel faaliyetleri arasında denize, plaja, kıra, pikniğe, sinemaya, müzik konserlerine, çay bahçesine, pastaneye gitmek gelmektedir. Ayrıca kadınlar için “kadın günlerine gitmek”, erkekler için “spor müsabakalarına gitmek” de serbest zaman faaliyetleri arasındadır. Genel olarak araştırma gruplarında yer alan kişilerin serbest zaman uğraşları, kültürel faaliyetleri ve hobileri oldukça sınırlı sayıda olduğu ve ayrıca bunları gerçekleştirebilme oranlarında düşük olduğu saptanmıştır. Araştırma gruplarımızda yer alan kişiler din grup üyeliğine bağlı olarak bazı örf ve adetler çerçevesinde bir takım faaliyetlere de katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu araştırmada mezhep açısından farklı din gruplarına üyeliği olan insanların örf ve adetleri, ibadet biçimleri ve buna benzer konular araştırılmamıştır.

Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin kitle iletişim araçları ile ilişkileri incelendiğinde gazete okuma oranının yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum araştırmanın uygulamalarının gerçekleştirildiği dönemde gazetelerin promosyon dağıtma olayı ile açıklayarak gazete okuma oranı yerine gazete alma alışkanlığı diyebiliriz. Daha önce belirtildiği gibi araştırma gruplarımızda televizyon izleme oranı oldukça yüksektir. En çok izlenen televizyon programları Arena, Sıcığı Sıcığına, A takımı, Olacak O Kadar, Bizimkiler dizisidir. Araştırmamızın uygulamalarının gerçekleştirildiği tarihlerde yayınlanan televizyon programları ile ilgili olarak Türkiye’de yaşanan sosyal bir olay araştırma konumuzla yakından ilişkilidir. Sevilen bir televizyon programında programın sunuculuğu yapan kişinin “Alevilere” ilişkin düşünmeden söylediği olumsuz bir cümle bu grubun üyelerini biraraya getirmiş ve bir kitle hareketinin başlamasına neden olmuştur. Yaşanan bu durumu sosyal kimlik kuramının perspektifiyle açıklamak mümkündür. Bu kurama göre bireyin içinde yer aldığı grup ile karşılaştığı dış gruplar arasında yaptığı sosyal ayrımlar önemlidir, ayrıca birey için çeşitli aidiyetlerin önem derecesi zaman ve

sosyal duruma göre değişmektedir. Söz konusu olay ile iç grup üyeleri yani “Aleviler” grup içi benzerlikleri dış grupla olan farklılıkları abartmışlardır. Ve bu televizyon programı “Aleviler” tarafından tamamen red edilerek çok büyük tepki almıştır.

Araştırma gruplarında en çok sevilen film yıldızları ve şarkıcılar genel olarak “popüler” nitelikte insanlardır. En çok sevilen şarkıcılar ve film yıldızları mezhep grup üyeliğine bağlı olarak değişmektedir. “Aleviler” özgün müziklerini, şarkılarını yorumlayan şarkıcıları ve kendi politik görüşlerini yansıtan bazı film yıldızlarının isimlerini belirtmişlerdir. Günümüzde “Alevilik” önemli değişimler geçirmiş olarak varlığını sürdürmektedir ve dini bir ayırmadan çok siyasal, kültürel bir ayrımı ifade etmektedir. “Aleviler” 1960’lı yıllardan bu yana gelişmiş, değişmiş ve bu değişime bağlı olarak da toplumsal yapı içindeki yerini almıştır. Bazı araştırmacılar “Alevilerin” siyasal ve ekonomik alanda meşru olarak kabul edilmelerine rağmen dini alanda hoşgörü ile karşılanmadıklarını belirtmektedirler (Şener, 1993). “Aleviliğin” kültürel bir kimliği ifade ettiğini söyleyebiliriz.

Araştırma gruplarımızda yaşam stilleri çerçevesinde tatil anlayışı belirlenmeye çalışılmıştır. Örnekleme yer alan kişilerin hafta sonu ve yıllık tatil anlayışları oldukça düşük orandadır, yıllık tatil anlayışı olan kişiler genellikle bu tatili memleketlerine giderek değerlendirmektedirler. Bayram tatillerini değerlendirme biçimlerinin de benzer olduğu saptanmıştır. İnsanların tüketim ve tasarruf alışkanlıkları yaşam stillerinin bir göstergesidir, bu anlamda elde edilen veriler araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin banka hesabı, çek defteri, kredi kartı, banka-matik kartı, tahvil ve hisse senedine sahip olma oranının çok düşük olduğunu göstermiştir.

Araştırma gruplarımız ülkemizin en önemli sorunlarını enflasyon, işsizlik, terör olayları, çevre kirliliği, aşırı dincilik, trafik kazaları, rüşvet ve yolsuzluklar, eğitim, sağlık, nüfusu artışı ve konut sorunu şeklinde sıralamışlardır. Görülüyor ki ekonomik sıkıntılar ve buna bağlı olarak işsizlik ülkemizin en önemli sorunlarıdır. Toplumumuzda yaşanan terör olayları da en önemli sorunlarımızın başında gelmektedir. Aşırı dincilik hareketleri

araştırma gruplarımızın tümünde belli ölçülerde önemli sorunlar arasında yer almıştır; bu sorun, özellikle “Kürt-Alevi” grupta ilk üç ülke sorunundan birisi olarak sunulmaktadır. Bu bulgu, araştırmanın gerçekleştirildiği dönemde kökten dinci hareketlerin, ülke gündeminde ön plana çıkmasıyla ilişkilendirilebilir.

Bu araştırmada yukarıda bulguları değerlendirilen konu başlıklarının yanı sıra araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin yaşam stillerinin belirlenmesinde önemli olduğu düşünülen bir takım sorulara verilen cevaplar da değerlendirilmiştir. Araştırma gruplarında yer alan kişilerin alış-veriş, beslenme alışkanlıkları, mutfığa özen, mutfakla ilgilenme, ev işleri ve bakım konularındaki tutum ve kanaatlerinin benzer olduğu bulunmuştur. Araştırma gruplarımız sosyal yaşamda benzerlikler göstermektedir. Araştırma gruplarında cinsiyet rolleri bağlamında kadınların ve erkeklerin görüşleri kendi grup üyelikleri bağlamında benzerdir. Yaşanılan yere ve ev ilişkin öncelikler araştırma gruplarında yer alan kişiler tarafından benzer bir şekilde değerlendirilmiştir. Araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin hayatlarından memnuniyet dereceleri, aile ilişkilerinde modern görüşlü olup olmadıkları, politikayla ilgi düzeyleri, topluma ters düşmekten rahatsızlık düzeyleri, kurallara bağlılıkları, diğer insanlardan farklı olmanın kendilerinde rahatsızlık yaratıp yaratmayacağı, toplumun geleceğine ilişkin görüşleri, maddi şeylere ve kadere ilişkin düşünceleri, geleneklere, toplumun değerlerine bağlılık düzeyleri, diğerleri tarafından onay görme ihtiyaçları, ülkenin geleceğine ilişkin görüşleri, içinde yer aldıkları gruba uyma davranışları, diğerlerini eleştirme eğilimleri benzer yöndedir.

Araştırmamızın amacı doğrultusunda ölçekte yer alan soru maddelerinin hemen hemen tamamını kapsayacak şekilde verilerin analiz edilerek araştırma gruplarının yaşam stilleri planında birbirlerine olan yakınlık ve uzaklıkları diğer bir deyişle benzerlik ve farklılıkları bulunmuştur.

Sosyal kimlik kuramı çerçevesinde araştırma gruplarımızda yer alan kişilerin farklı kimlik gruplarına aidiyeti veya üyeliği onların sosyal kimliklerini nitelendirmektedir ve sosyal kimlikleri yaşam stillerine yansımaktadır. Farklı kimlik gruplarına aidiyet yaşam stilleri

üzerinde kendini göstermektedir. Araştırmadan elde ettiğimiz bulgular günlük yaşam pratikleri içerisinde birarada yaşayan farklı kimlik gruplarını birbirinden ayıran farklılaştıran özelliklerin neler olduğunun belirlenmesinin önemli olduğunu göstermiştir.

Araştırma gruplarımızın yaşam stilleri planında birbirlerine göre mesafeleri ve bu anlamda birbirlerine olan benzerlikleri belirlenmiştir. Araştırma gruplarımızda yer alan kişileri en benzer kılan özellik cinsiyet grup üyeliği veya aidiyetidir. Sosyal kimlik kuramına göre sosyal kategorizasyon süreci ile insanları açıkça görülebilen özelliklerine göre kategorilere ayırırız. Cinsiyet faktörü de insanları kategorize ederken kullandığımız başlıca kategorilerdendir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre yaşam stilleri planında da kadınlar kadınlara erkekler erkeklere benzemektedirler. Cinsiyet açıkça görülebilen fiziksel bir kategori olmakla birlikte insanların yaşam stilleri üzerinde de açıkça etkilidir diyebiliriz. Özellikle araştırmamızda günlük yaşam pratikleri, aktiviteler ve hobilere ilişkin olarak elde edilen bulgular hatırlanacak olursa cinsiyet faktörünün etkisi açıkça görülebilir. Ayrıca “çok boyutlu ölçeklendirme” analizinde ölçeğimizde yer alan direkt cinsiyet rolleri ile ilgili bazı soru maddelerinin analiz dışı bırakıldığı unutulmamalıdır.

Yaşam stilleri üzerinde etkili olan ikinci faktör mezhep grup üyeliğidir. Din grup üyeliği bağlamında farklı mezhep gruplarından olan insanlar için bu üyeliğin taşıdığı değer ve duygusal anlam önemlidir. Araştırma gruplarımızın yaşam stilleri üzerinde mezhep grup üyeliğinin köken grup üyeliğinden daha önplanda yer aldığını görüyoruz. Ülkemizde demografik yapının belirlenmesine yönelik çalışmalarda din grup üyeliği ve mezhep grup üyeliği konusunda ayrıntılı bir biçimde istatistiksel veriler yoktur. Toplumumuzda yaşayan insanlara bu konularda soru yöneltildiğinde ayrıntılı bilgiler almamaktadır. Bu anlamda günümüzde “Aleviliği” dini bir ayırmadan çok kültürel bir ayırımın ifadesi olarak yorumlayabiliriz. “Aleviliğin” doğuşu dinsel bir temele dayanmaktadır, günümüzde ise kültürel veya sosyal bir kimliğin ifadesi sayılabilir. Genel olarak toplumumuzda “Alevilerin” çağdaş, ilerici, hoş görülü, hümanist demokrat bir düşünce yapısı taşıdıkları belirtilmektedir.

Yaşam stilleri planında mezhep farklılığının çok fazla etkili olmadığını söyleyebiliriz. Türkiye’de yaşayan “Alevilerle” ilgili çok sayıda araştırması bulunan Şener’e (1993) göre “Alevilik” din olarak çözülmeye uğrasa da bir yaşam biçimi olarak varlığını sürdürmektedir. Bu çalışmada farklı kimlik gruplarının din ve mezhep grup üyelikleri temelinde gerçekleştirdikleri örf ve adetleri (düğün, doğum, ölüm törenleri vb.), ibadet biçimleri incelenmemiştir oysa mezhebe dayalı farklılıklar, bu konularda daha belirgindir.

Özetle araştırma gruplarımızda yer alan insanların diğerlerinden ayıran en belirgin özellik kadın veya erkek olmaları, daha sonra “Alevi” veya “Sünni” mezhebinden olmaları ve daha sonra da “Kürt” veya “Türk” kökenli olmalarıdır.

Sosyal kimlik kuramına göre, insanların sosyal kimlikleri çeşitli gruplara sosyal kategorilere aidiyetler temelinde gerçekleşmektedir ve bu aidiyetlerin önem dereceleri göreceli olarak değişmektedir. Elde ettiğimiz bulgular da araştırma gruplarımızda yer alan kişileri yaşam stilleri çerçevesinde sosyal kimliklerini belirleyen grup üyeliklerini önem derecelerinin farklılaştığını ortaya koymaktadır. Ancak araştırma bulguları, incelediğimiz gruplarda yer alan kişilerin söz konusu grup üyeliklerine atfettikleri subjektif değeri ve duygusal anlamı doğrudan yansıtmamaktadır.

Araştırma sonuçlarını, modernleşme açısından ele aldığımızda toplumumuzda modernleşmenin boyutları bakımından da bir fikir vermektedir. Cumhuriyet dönemi modernleşme politikaları, köken ve mezhep farklılıkları planında daha başarılı buna karşılık, cinsiyet planında daha etkisiz görünmektedir. Ancak bu sonuç, modernleşme sürecinde çok daha ileri gitmiş Batı ülkelerinde dahi cinsiyet rollerinin en stereotipik haliyle varlığını sürdürdüğü düşünülürse, hiç te şaşırtıcı değildir.

Araştırma gruplarımızın İzmir ilinin periferinde kalan yerleşim bölgelerinden alınması nedeniyle, benzer bir araştırmanın merkezi semtlerden alınacak aynı gruplar üzerinde tekrarlanması yararlı olabilir. Zira sosyo-ekonomik düzey farklılıklarının grup aidiyetleri ve yaşam stilleri üzerinde etkili olması muhtemeldir. Örneğin sosyo-ekonomik

düzeş yükseldikçe, kollektif normlardan uzaklaşarak daha bireysel arayışların, bireysel kimlik kaygılarının, özel yaşam biçimlerinin ortaya çıkması beklenebilir. Sonuç olarak, bir yandan etnik ve dinsel grup aidiyetlerinin birlikteliğı öte yandan modern ve geleneksel yaşam stillerinin içiçeliğinin bulunduğı bir sosyal çevrede, insanların büyük boyutta çatışmalar olmadan barış içinde birlikte yaşamaları, kimliğın eş zamanlı olarak hem farklılık ve hem de benzerlik arayışlarını kapsadığını ve ayrıca bir üst-kimlik çerçevesinde bütünleşmenin mümkün olduğunu düşündürmektedir.



KAYNAKLAR

Allen, V. L. and Wilder, D. A. (1975). Categorization, belief similarity, and intergroup discrimination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32 (6), 971-977.

Andrews, P. A. (1992). *Türkiye’de Etnik Gruplar*. Ant Yayınları, İstanbul.

Arkonaç, S. (1989). *İstanbul Şehirli ve İstanbul Gecekondulu Grupların Gruplararası Davranış Ortamında Kendilerine ve Birbirlerine Dair Sosyal Algıları ve Bu Grupların sosyal Değişme Eğilimleri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Arkonaç, S. (1992). Ortak grup üyelikleri gruplararası çatışmayı önleyebilir mi? *Bildiri*, VII. Ulusal Psikoloji Kongresi, Ankara.

Arkonaç, S. (1993). *Grup İlişkileri*. Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Aschenbrenner, K. M. and Schaefer, R. E. (1980). Minimal group situations; Comments on a mathematical model and on the research paradigm. *European Journal of Social Psychology*, 10, 389-398.

Ayvalıoğlu, F. Ş. (1992). *Ermenilerin ve Türklerin Kendilerini ve Birbirlerini Nasıl Algıladıkları İle İlgili Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Berry, J. W.; Poortinga, Y. H.; Segall, M. H. and Dasen, P. R. (1992). *Cross-Cultural Psychology: Research and Applications*, Cambridge University Press.

Berry, J. W.; Segal, M. H. and Kağıtçıbaşı, Ç. (1997). *Handbook of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 3, Allyn and Bacon.

Bilgin, N. (1987). Marketing ve Reklam Stratejileri Bakımından Yaşam Stillerinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Araştırma Raporu, İzmir.

Bilgin, N. (1991). Eşya ve İnsan. Gündoğan Yayınları, Ankara.

Bilgin, N. (1994). Sosyal Bilimlerin Kavşağında Kimlik Sorunu. Ege Yayıncılık, İzmir.

Bilgin, N. (1996). İnsan İlişkileri ve Kimlik, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Bilgin, N. ve Arpacı, D. Ü. (1996). Sosyal Karşılaştırma Kuramı Çerçevesinde Bireyin Kendini Konumlaması, Yayınlanmamış Araştırma, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, İzmir.

Bilgin, N. ve Göregenli, M. (1996). Kentsel Katılım ve Çoğulculuk, Ed. F. Bayramoğlu Yıldırım, Kentte Birlikte Yaşamak Üstüne, Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi Yay., İstanbul.

Bilgin, N. ve Teközel, M. (1995). Gruplararası Karşılaştırma Çerçevesinde Ulusal Aidiyet Grubunun Konumlanması, Yayınlanmamış Araştırma, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, İzmir.

Bilgin, N. ve Yağcıoğlu, D. (1993). Farklı Gruplarda Kimlik Tanımları, Yayınlanmamış Araştırma, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, İzmir.

Billig, M. (1976). Social identity and social categorization. "Social Psychology and Intergroup Relations", European Monographs in Social Psychology 9, H. Tajfel (Ed.), Academic Press.

Billig, M. (1985). Prejudice, categorization and particularization: from a perceptual to a rhetorical approach. European Journal of Psychology, 15, 79-103.

Bond, M. H. (1988). *The Cross-Cultural Challenge to Social Psychology*, Vol. 11, Sage Publications.

Boski, P. (1988). Cross-cultural studies of person perception: Effects of ingroup/outgroup membership and ethnic schemata. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 19 (3), 287-328.

Boski, P. (1991). Remaining a Pole or becoming a Canadian: National self-identity among Polish immigrants to Canada. *Journal of Applied Social Psychology*, 21 (1), 41-77.

Boski, P. (1990). Correlative national self-identity of Polish immigrants in Canada and the United States, N. Bleichrodt and P. J. D. Drenth (Eds.). *Contemporary Issues in Cross-Cultural Psychology* (207-216), Swets and Zeitlinger, Amsterdam

Brewer, M. B. (1979). Ingroup bias in the minimal intergroup situation: a cognitive-motivational analysis. *Psychological Bulletin*, 86, 347-324.

Brown, R. (1988). Social categorization, social identification and intergroup relations. *Dynamics Within and Between Groups* (221-255), Basil Blackwell.

Brown, R. And Turner, J. (1979). Their criss cross categorization effect in intergroup discrimination. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18, 371-383.

Brown, R.; Tajfel, H. and Turner, J. (1980). Minimal group situations and intergroup discrimination: comments on the paper by Aschenbrenner and Schaefer. *European Journal of Psychology*, 10, 339-414.

Brown, R. J. (1988). *Group Processes: Dynamics Within and Between Groups*, Oxford: Blackwell.

Cadinu, M. R. and Rothbart, M. (1996). Self-anchoring and differentiation processes in the minimal group setting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (4), 661-677.

Canter, D.; Jesuino, J. C.; Soczka, L. and Stephenson G. M. (1988) *Environmental Social Psychology*, Kluwer Academic Publishers, Netherlands.

Cooke, R. A. and Rousseau, D. M. (1983a). Relationship of life events and personal orientations to symptoms of strain. *Journal of Applied Psychology*, 68 (3), 446-458.

Cooke, R. A. and Rousseau, D. M. (1983b). The factor structure of level I: Life styles inventory. *Educational and Psychological Measurement*, 43, 449-457.

Cooke, R. A.; Rousseau, D. M. and Lafferty, J. C. (1987). Thinking and behavioral styles: Consistency between self-descriptions and descriptions by others. *Educational and Psychological Measurement*, 47, 815-823.

Crocker, J. And Luhtanen, R. (1990). Collective self-esteem and ingroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1, 60-67.

Crosby, F. (1976) A model of egoistic relative deprivation. *Psychological Review*, 83, 85-113.

Deschamps, J. C. and Doise, W. (1978) Crossed memberships in intergroup relations. H. Tajfel (Ed.). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* (141-158), Academic Press, London.

Doise, W. (1978) *Group and Individuals, Explanations in Social Psychology*. Cambridge; Cambridge University Press.

Doise, W. (1988). Individual and social identities in intergroup relations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 99-111.

Doise, W.; Deschamps, J.-C. and Meyer, G. (1978). The accentuation of intra-category similarities, H. Tajfel (Ed.). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* (159-168), Academic Press, London.

Driscoll, R. and Eckstein, D. G. (1982). Life-style Questionnaire. *The 1982 Annual for Facilitators, Trainers, and Consultants*, 100-107.

Dube, L. and Guimond, S. (1986). Relative deprivation and social protest: The personal group issue. In J. M. Olson; C. P. Herman and M. P. Zanna (Eds) *Relative deprivation and social comparison: The Ontario Symposium*, Hillsdale, H. J. :Erlbaum, 4, 217-247.

Engel, J. F.; Blackwell, R. D. and Kollat, D. T. (1978). *Consumer Behaviour*. Dryden Press, Illinois.

Erder, S. (1997) *Kentsel Gerilim. um:ag Vakfi Yay.*, 31, Ankara.

Feldman, S. D. and Thielbar, G. W. (1972) *Life Styles, Diversity in American Society*. Little, Brown and Company, Boston.

Gabay, R. (1996) *Çocuklarda Benlik Sisteminin İncelenmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ege Üniversitesi, İzmir.

Goethals, G. R. and Darley, J. M. (1987) *Social comparison theory: self evaluation and group life*. B. Mullen and G. R. Goethals (Eds) *Theories of Group Behavior*, Springer-Verlag, NY.

Gökten, M. (1991). Toplu Konutlarda İnsan-Mekan İlişkileri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

Graumann, C. F. (1983). On multiple identities. *Political Dimensions of Psychology*, 35 (2), 309-321.

Güneş-Ayata, A. (1990). Gecekonducularda kimlik sorunu, dayanışma örüntüleri ve hemşehrilik. *Toplum ve Bilim*, 51152, Güz-Kış, 103-116.

Güvenç, B. (1993). Türk Kimliği. T. C. Kültür Bakanlığı Yay., 1549, Ankara.

Harter, S. (1988). The construction and conservation of the self: James and Cooley revisited. D. K. Lapsley and F. C. Power (Eds) *Self, Ego, and Identity*, Springer-Verlag, NY.

Hewstone, M.; Islam, M. R. and Judd, C. M. (1993). Models of crossed categorization and intergroup relations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (5), 779-793.

Hjelle, L. A. and Zeigler, D. J. (1981). *Personality Theories, basic Assumptions, Research and Applications*, Mc Grow hill Book Company.

Hogg, M. A. and Sunderland, J. (1991). Self-esteem and intergroup discrimination in the minimal group paradigm. *British Journal of Social Psychology*, 30, 51-62.

Hogg, M. A. (1990). *Social Identifications, A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*, Routledge, London.

Hogg, M. A. (1992). *The Social Psychology of Group Cohesiveness, From Attraction to Social Identity*, Harvester Wheatsheaf, NY.

Hogg, M. A. and Vaughan, G. M. (1995). *Social Psychology an introduction*, Prentice Hall and Harvester Wheatsheaf, UK.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1990). *İnsan, aile, kültür. Remzi Kitabevi, İstanbul.*

Kağıtçıbaşı, Ç. (1996). The autonomous-relational self: A new synthesis. *European Psychologist*, 1 (3), 180-186.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1998). *Kültürel Psikoloji, Kültür bağlamında insan ve aile. YKY, İstanbul.*

Kelly, G. A. (1977). *The Psychology of the Unknown, New Perspectives in Personal Construct Theory. D. Bannister (Ed), Academic Press.*

Kohut, H. (1991). *The search for the self: selected writings of Heinz Kohut; 1978-1981. P. H. Ornstein (Ed) Connecticut: International Universities Press.*

Kruskal, J. B. and Wish, M. (1986). *Multidimensional Scaling. Sage Publications, London.*

Lapsley, D. K. and Power, F. C. (1988). *Self, Ego, and Identity, Integrative Approaches, Springer-Verlag, NY.*

Le Bon, G. (1976). *Kalabalık, Yağmur Yayınevi, İstanbul.*

Leary, M. R., Wheeler, D. J. and Jenkins, T. B. (1986). Aspects of identity and behavioral preference; studies of occupational and recreational choice. *Social Psychology Quarterly*, 49, 1, 11-18.

Lemyre, L. and Smith, P. M. (1985). Intergroup discrimination and self-esteem in the minimal group paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49 (3), 660-670.

Lindesmith, A. R. and Strauss, A. L. (1968). *Social Psychology*. Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Linville, P. W.; Fischer, G. W. and Yoon, C. (1996). Perceived covariation among the features of ingroup and outgroup members: the outgroup covariation effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (3), 421-436.

Mackie, D. M. (1984). Social comparison in high and low status groups. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15, 379-398.

Marcus-Newhall, A.; Miller, N.; Holtz, R. and Brewer, M. B. (1993). Cross-cutting category membership with role assignment: A means of reducing intergroup bias. *British Journal of Social Psychology*, 32, 125-146.

Mead, G. H. (1953). *The self, Mind, Self, and Society* (135-226). XXX

Melikoff, I. (1993). *Uyur İdik Uyardılar, "Alevilik-Bektaşilik" Araştırmaları*, Cem Yay., İstanbul.

Messick, D. M. and Mackie, D. (1989). Intergroup Relations. *Annual Review of Psychology*, 40, 45-81.

Meşe, G. (1991). *Çeşitli Sosyo-Kültürel Gruplarda Kültürel veya Sosyal Kimlik Olgusunun İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ege Üniversitesi, İzmir.

Moles, A. (1986). *Yaşam kalitesi ve çevresel istikrarlılık*, çev. N. Bilgin, Seminer, Ege Üni. Ed. Fak. Yay., 4, 113-131.

Moscovici, S. (1976). *Social Influence and Social Change*: Academic Press, London.

Oakes, P. J. and Turner, J. C. (1980). Social categorization and intergroup behaviour: does minimal intergroup discrimination make social identity more positive? *European Journal of Social Psychology*, 10, 295-301.

Ostrom, T. M.; Carpenter, S. L.; Sedikides, C. and Li, F. (1993). Differential processing of in-group and out-group information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (1), 21-34.

Purkhardt, S. C. (1990). *Transforming social representation, A social psychology of common sense and science*. Routledge, London.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*, New York.

Rosenthal, D. A. and Feldman, S. S. (1992). The nature and stability of ethnic identity in chinese youth: Effects of length of residence in two cultural contexts. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 23 (2), 214-227.

Runyon, K. E. and Stewart, D. W. (1987). *Consumer Behavior and The Practice of Marketing*, Third Edition, Merrill Publishing Company.

Rüstemli, A.; Mertan, B. Ve Çiftçi, O. (1998). Kuzey Kıbrıs örnekleminde grup- içi ve grup-dışı algılar, IX. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmalar, TPD Yayınları, Ankara.

Sarbin, T. R. and Scheibe, K. E. (1983). *Studies in Social Identity*. Prager, NY.

Selçuk, T.; Saylan, G. Ve Kalkan, S. (1991). *Türkiye'de Alevilik ve Bektaşilik*, Hasat Yay., İstanbul.

Sherif, M. (1985). *Sosyal Kuralların Psikolojisi*, çev. İ. Sandıkçioğlu, Alan Yay., İstanbul.

Sherif, M. and Sherif, C. W. (1996). Sosyal Psikolojiya Giriş I, Sosyal Yayınlar, İstanbul.

Smith, E. R. and Mackie, D. M. (1995). Social identity. Social Psychology (219-263), Worth Publishers.

Smith, P. B. and Bond, M. H. (1993). Social Psychology Across Cultures, Analysis and Perspectives, Harvester, Wheatsheaf.

Soylu, S. (1994). İşletmelerde Sosyal Kategorizasyon ve Sosyal Kimlik, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

SRI International (1990). Values and Lifestyles Program, California.

Stangor, C.; Lynch, L.; Duan, C. and Glass, B. (1992). Categorization of individuals on the basis of multiple social features. Journal of Personality and Social Psychology, 62 (2), 207-218.

Şener, C. (1993a). Alevilik Olayı, Ant Yay., İstanbul.

Şener, C. (1993b). Yaşayan Alevilik, Ant Yay., İstanbul.

Tajfel, H. (1972). Experiments in a vacuum. "The Context of Social Psychology: A Critical Assesment", European Monographs in Social Psychology 2, H. Tajfel (Ed.), Academic Press.

Tajfel, H. (1978a). Interindividual behaviour and intergroup behaviour, H. Tajfel (Ed.). Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations (27-60), Academic Press, London.

Tajfel, H. (1978b). Social categorization, social identity and social comparison, H. Tajfel (Ed.). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* (61-76), Academic Press, London.

Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categories*, Cambridge University Press.

Tajfel, H. (1982). Instrumentality, identity and social comparisons. *Social identity and intergroup relations* (483-507), Cambridge University Press.

Tajfel, H. and Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict*. W. G. Austin and S. Worchel (Eds) *The Social Psychology of Intergroup Relations*. California:Brooks/Cole.

Tajfel, H. and Turner, J. C. (1986). *An integrative theory of intergroup conflict*. W. G. Austin and S. Worchel (Eds) *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Second Edition, California:Brooks/Cole.

Tajfel, H.; Billig, M. G.; Bundy, R. P. and Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1 (2), 149-178.

Tevruz, S.; Türk-Smith, Ş ve Artan, İ. (1990). Eğitim dili farklı olan öğrenci gruplarının benlik tanımları, bildiri, VI. Ulusal Psikoloji Kongresi, İstanbul.

TOBB (1995). *Doğu Sorunu, Teşhisler ve Tespitler, Özel Araştırma Raporu, Stratejik Araştırmalar Dizisi:1*, Ankara.

Trandis, H. C.; Bontempo, R.; Villareal, M. J.; Asai, M. and Lucca, N. (1988). Individualism and collectivism: Cross-cultural perspectives on self-ingroup relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 323-338.

Turner, J. (1978a). Social categorization and social discrimination in the minimal group paradigm, H. Tajfel (Ed.). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* (101-133), Academic Press, London.

Turner, J. (1978b). Social comparison, similarity and ingroup favouritism. H. Tajfel (Ed.). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*, Academic Press, London.

Turner, J. (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self Categorization Theory*, Basil Blackwell.

Turner, J. C. (1975). Social Comparison and Social Identity: Some prospects for intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, Vol. 5, 5-34.

Turner, J. C. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group, H. Tajfel (Ed.). *Social identity and intergroup relations* (15-40), Cambridge University Press.

Turner, J. C. (1984). Social identification and psychological group formation, H. Tajfel (Ed.). *European Developments in Social Psychology* (2, 518-538), Cambridge University Press.

Turner, J. C. and Oakes, P. J. (1986). The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence. *British Journal of Social Psychology*, 25, 237-252.

Turner, J. C.; Brown, R. J. and Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, Vol. 9, 187-204.

Vanbeselaere, N. (1987). The effects of dichotomous and crossed social categorization upon intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 17, 143-156.

Vanbeselaere, N. (1991). The different effects of simple and crossed categorizations: A result of the category differentiation process or of differential category salience? W. Stroebe and M. Hewstone (Eds) *European Review of Social Psychology*, 2, 247-278.

Verkuyten, M. (1989). Self-esteem and the evaluation of ethnic identity among Turkish and Dutch adolescents in the Netherlands. *The Journal of Social Psychology*, 130 (3), 285-297.

Verkuyten, M. (1991). Self-definition and ingroup formation among ethnic minorities in the Netherlands. *Social Psychology Quarterly*, 54 (3), 280-286.

Volkan, V. D. (1993). *Etnik Terörizmin Psikolojisi*, çev. A. Çelik ve B. Ceyhan, Politik Psikoloji Yayınları, Ankara.

Walker, L. and Pettigrew, T. F. (1984). Relative deprivation theory: An overview and conceptual critique. *British Journal of Social Psychology*, 23, 301-310.

Ware, M. E.; Leak, G. K. and Perry, N. W. (1985). Life styles inventory: Evidence for its factorial validity. *Psychological Reports*, 56, 963-968.

Wetherell, M. (1982). Cross-cultural studies of minimal groups: Implications for the social identity theory of inter group relations. H. Tajfel (1982) *Social identity and intergroup relations*, Cambridge University Press.

Wilkie, W. L. (1990). *Consumer Behavior*, Second Edition, John Wiley and Sons, Inc.

Yetim, Ü. (1991). Kişisel projeler açısından yaşam doyumu, Psikoloji Seminer, Ege Üniversitesi Yay., 9, 51-68.

Yetim, Ü. (1993) Mühendis Kimliği, TMMOB Makine Mühendisleri Odası, yay. no7, İzmir.

Yüçetürk, A. (1997). Dinin Siyasallaşması, Din-Devlet İlişkilerinde Türkiye deneyimi, Afa Yayıncılık ve Tüses Vakfı, İstanbul.

Zavalloni, M. (1973). Subjective culture, self-concept and the social environment. *International Journal of Psychology*, 8 (3), 183-192.

Zavalloni, M. (1975). Social identity and the recoding of reality: its relevance for cross-cultural psychology. *International Journal of Psychology*, 10 (3), 197-217.

Zavalloni, M. and Louis-Guerin, C. (1979). Social psychology at the crossroads: its encounter with cognitive and ecological psychology and the interactive perspective. *European Journal of Social Psychology*, 9, 307-321.

EKLER



Tablo 28. KA Grubunda Eşya Dağılımları

EŞYALAR	KA 241 kişi	%
seccade	24	9.95
elektrikli traş makinası	52	21.57
araba	69	28.63
mikser	69	28.63
kitaplık	93	38.58
dikiş makinası	104	43.15
boy aynası	108	44.81
fotoğraf makinası	118	48.96
sedir	120	49.79
düdüklü tencere	136	56.43
büfe veya vitrin	137	56.84
tüplü soba	141	58.50
otomatik çamaşır makinası	143	59.33
şofben veya termosifon	158	65.56
çeyiz sandığı	165	68.46
koltuk takımı	177	73.44
divan	179	74.27
yemek masası	180	74.68
elektrikli süpürge	185	76.76
yer minderi	185	76.76
saç kurutma makinası	190	78.83
elektrikli veya gazlı fırın	192	81.74
teyp veya müzik seti	211	87.55
ütü masası	216	89.62
ütü	226	93.77
televizyon	230	95.43

Tablo 29. KS Grubunda Eşya Dağılımları

EŞYALAR	KS 228 kişi	%
elektrikli traş makinası	27	11. 84
kitaplık	38	16. 66
araba	39	17. 10
mikser	42	18. 42
tüplü soba	82	35. 96
fotoğraf makinası	83	36. 40
dikiş makinası	92	40. 35
boy aynası	95	41. 66
otomatik çamaşır makinası	103	45. 17
düdüklü tencere	111	48. 68
sedir	111	48. 68
şofben veya termosifon	112	49. 12
elektrikli süpürge	115	50. 43
yemek masası	118	51. 75
saç kurutma makinası	138	60. 52
koltuk takımı	140	61. 40
çeyiz sandığı	140	61. 40
elektrikli veya gazlı fırın	154	67. 54
büfe veya vitrin takımı	155	67. 98
ütü masası	167	73. 24
divan	186	81. 57
yer minderi	188	82. 45
teyp veya müzik seti	188	82. 45
ütü	189	82. 89
seccade	212	92. 98
televizyon	214	93. 85

Tablo 30. TA Grubunda Eşya Dağılımları

EŞYALAR	TA 227 kişi	%
elektrikli traş makinası	49	21. 58
seccade	62	27. 31
araba	64	28. 19
mikser	81	35. 68
kitaplık	90	39. 64
sedir	93	40. 96
tüplü soba	111	48. 89
fotoğraf makinası	115	50. 66
boy aynası	118	51. 98
dikiş makinası	120	52. 86
büfe veya vitrin takımı	148	65. 19
şofben veya termosifon	152	66. 96
saç kurutma makinası	159	70. 04
çeyiz sandığı	161	70. 92
elektrikli süpürge	161	70. 92
düdüklü tencere	163	71. 80
otomatik çamaşır makinası	164	72. 24
divan	169	74. 44
teyp veya müzik seti	178	78. 41
koltuk takımı	178	78. 41
elektrikli veya gazlı fırın	182	80. 17
yer minderi	182	80. 17
ütü masası	192	84. 58
yemek masası	192	84. 58
ütü	209	92. 07
televizyon	220	96. 91

Tablo 31. TS Grubunda Eşya Dağılımları

EŞYALAR	TS 287 kişi	%
araba	57	19. 86
elektrikli traş makinası	60	20. 90
mikser	87	30. 31
kitaplık	114	39. 72
boy aynası	124	43. 20
tüplü soba	127	44. 25
sedir	128	44. 59
fotoğraf makinası	143	49. 82
dikiş makinası	149	51. 91
otomatik çamaşır makinası	187	65. 15
düdüklü tencere	187	65. 15
büfe veya vitrin takımı	202	70. 38
elektrikli süpürge	204	71. 08
saç kurutma makinası	205	71. 42
yer minderi	208	72. 47
çeyiz sandığı	211	73. 51
yemek masası	212	73. 86
şofben veya termosifon	220	76. 65
koltuk takımı	221	77. 00
elektrikli veya gazlı fırın	229	79. 79
ütü masası	229	79. 79
teyp veya müzik seti	235	81. 88
divan	236	82. 22
seccade	265	92. 33
ütü	266	92. 68
televizyon	274	95. 47

Tablo 32. KAK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	KAK 115 kişi	%
ibadet etmek	9	7.82
işe gitmek	22	19.13
alı-veriş yapmak	37	32.17
ziyaretler	54	46.95
ütü yapmak	56	48.69
çocuk bakımı	57	49.56
çamaşır yıkamak	58	50.43
yemek hazırlamak	101	87.82
bulaşık yıkamak	102	88.69
ev temizliği	103	89.56
Hobiler		
spor yapmak	8	6.95
dergi, kitap okumak	34	29.56
örgü, dikiş-nakış	71	61.73
televizyon izlemek	74	64.34
çiçek yetiştirmek	81	70.43
müzik dinlemek	84	73.04

Tablo 33. KSK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	KSK 123 kişi	%
işe gitmek	4	3.25
alı-veriş yapmak	40	32.52
ziyaretler	45	36.58
ütü yapmak	51	41.46
çamaşır yıkamak	68	55.28
ibadet etmek	83	67.47
çocuk bakımı	95	77.23
bulaşık yıkamak	111	90.24
yemek hazırlamak	114	92.68
ev temizliği	119	96.74
Hobiler		
spor yapmak	2	1.62
dergi, kitap okumak	14	11.38
müzik dinlemek	64	52.03
çiçek yetiştirmek	69	56.09
televizyon izlemek	83	67.47
örgü, dikiş-nakış	89	72.35

Tablo 34. TAK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	TAK 92 kişi	%
işe gitmek	14	15.21
ibadet etmek	15	16.30
ocuk bakımı	40	43.47
t yapmak	49	53.26
Çamaşır yıkamak	53	57.60
alış-veriş	54	58.69
ziyaretler	65	70.65
ev temizliği	72	78.26
yemek hazırlamak	85	92.39
bulaşık yıkamak	86	93.47
Hobiler		
spor yapmak	8	8.69
dergi, kitap okumak	19	20.65
televizyon seyretmek	63	68.47
Örgü, dikiş-nakiş	70	76.08
müzik dinlemek	72	78.26
iek yetiştirmek	75	81.51

Tablo 35. TSK Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	TSK 135 kişi	%
işe gitmek	17	12. 59
ibadet etmek	50	37. 03
t yapmak	51	37. 77
aliş-veriş	53	39. 25
ocuk bakımı	63	46. 66
Çamaşır yıkamak	64	47. 40
ziyaretler	75	55. 55
ev temizliği	114	84. 44
yemek hazırlamak	128	94. 81
bulaşık yıkamak	129	95. 55
Hobiler		
spor yapmak	1	0. 74
dergi, kitap okumak	24	17. 77
televizyon izlemek	89	65. 92
müzik dinlemek	95	70. 37
iek yetiştirmek	103	76. 29
Örgü, dikiş-nakiş	112	82. 96

Tablo 36. KAE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	KAE 126 kişi	%
çamaşır yıkamak	10	7.93
çocuk bakımı	10	7.93
ibadet etmek	11	8.73
bulaşık yıkamak	21	16.66
ev temizliği	24	19.04
yemek hazırlamak	32	25.39
ütü yapmak	32	25.39
alış-veriş	59	46.82
ziyaretler	62	49.20
işe gitmek	87	69.04
Hobiler		
diğer hobiler	23	18.25
spor yapmak	37	29.36
dergi, kitap okumak	74	58.73
televizyon izlemek	88	69.84
müzik dinlemek	96	76.19
kahvehaneye gitmek	101	80.15

Tablo 37. KSE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	KSE 105 kişi	%
çamaşır yıkamak	4	3.80
ev temizliği	5	4.76
bulaşık yıkamak	5	4.76
ütü yapmak	9	8.57
yemek hazırlamak	13	12.38
çocuk bakımı	13	12.38
ibadet etmek	58	55.23
işe gitmek	65	61.90
alış-veriş	69	65.71
ziyaretler	75	71.42
Hobiler		
diğer hobiler	6	5.71
spor yapmak	29	27.61
dergi, kitap okumak	48	45.71
müzik dinlemek	82	78.09
televizyon izlemek	85	80.95
kahvehaneye gitmek	89	84.76

Tablo 38. TAE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	TAE 135 kişi	%
bulaşık yıkamak	1	0.74
çamaşır yıkamak	4	2.96
ütü yapmak	8	5.92
ev temizliği	10	7.40
çocuk bakımı	16	11.85
yemek hazırlamak	19	14.07
ibadet etmek	38	28.14
alış-veriş	77	57.03
ziyaretler	101	74.81
işe gitmek	102	75.55
Hobiler		
diğer hobiler	11	8.14
spor yapmak	47	34.81
dergi, kitap okumak	66	48.88
televizyon izlemek	114	84.44
müzik dinlemek	114	84.44
kahvehaneye gitmek	115	85.18

Tablo 39. TSE Grubunda Günlük İşler ve Hobiler

Günlük işler	TSE 152 kişi	%
Çamaşır yıkamak	11	7.23
ocuk bakımı	14	9.21
bulaşık yıkamak	15	9.86
t yapmak	19	12.5
ev temizliği	22	14.47
yemek hazırlamak	30	19.73
ibadet etmek	88	57.89
alış-veriş	108	71.05
işe gitmek	111	73.02
ziyaretler	119	78.28
Hobiler		
diğer hobiler	4	2.63
spor yapmak	64	42.10
dergi, kitap okumak	75	49.34
kahvehaneye gitmek	122	80.26
müzik dinlemek	127	83.55
televizyon izlemek	135	88.81

Tablo 40. KAK Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Kadın günlerine gitmek	87 75.7	3 2.6	5 4.3	11 9.6	9 7.8
Denize, plaja gitmek	72 62.6	17 14.8	6 5.2	6 5.2	14 12.2
Kıra, pikniğe gitmek	52 45.2	27 23.5	13 11.3	12 10.4	11 9.6
Sinemaya gitmek	106 92.2	8 7.0	1 0.9	- -	- -
Müzik konserlerine gitmek	75 65.2	27 23.5	11 9.6	1 0.9	1 0.9
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	63 54.8	15 13.0	16 13.9	13 11.3	8 7.0
Spor müsabakalarına gitmek	114 99.1	1 0.9	- -	- -	- -

Tablo 41. KSK Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Kadın günlerine gitmek	97 78.9	5 4.1	6 4.9	2 1.6	13 10.6
Denize, plaja gitmek	93 75.6	21 17.1	6 4.9	1 0.8	2 1.6
Kıra, pikniğe gitmek	45 36.6	45 36.6	22 17.9	8 6.5	3 2.4
Sinemaya gitmek	122 99.2	1 0.8	- -	- -	- -
Müzik konserlerine gitmek	110 89.4	12 9.8	1 0.8	- -	- -
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	84 68.3	18 14.6	14 11.4	5 4.1	2 1.6
Spor müsabakalarına gitmek	121 98.4	1 0.8	- -	1 0.8	- -

Tablo 42. TAK Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Kadın günlerine gitmek	37 40.2	1 1.1	10 10.9	6 6.5	38 41.3
Denize, plaja gitmek	39 42.4	16 17.4	11 12.0	12 13.0	14 15.2
Kıra, pikniğe gitmek	28 30.4	18 19.6	17 18.5	8 8.7	21 22.8
Sinemaya gitmek	88 95.7	3 3.3	- -	- -	1 1.1
Müzik konserlerine gitmek	80 87.0	12 13.0	- -	- -	- -
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	42 45.7	17 18.5	11 12.0	9 9.8	13 14.1
Spor müsabakalarına gitmek	90 97.8	2 2.2	- -	- -	- -

Tablo 43. TSK Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Kadın günlerine gitmek	86 63.7	2 1.5	11 8.1	18 13.3	18 13.3
Denize, plaja gitmek	83 61.5	21 15.6	14 10.4	7 5.2	10 7.4
Kıra, pikniğe gitmek	43 31.9	46 34.1	16 11.9	13 9.6	17 12.6
Sinemaya gitmek	127 94.1	5 3.7	3 2.2	- -	- -
Müzik konserlerine gitmek	123 91.1	10 7.4	2 1.5	- -	- -
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	69 51.1	26 19.3	21 15.6	11 8.1	8 5.9
Spor müsabakalarına gitmek	135 100	- -	- -	- -	- -

Tablo 44. KAE Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Denize, plaja gitmek	65 51.6	33 26.2	19 15.1	5 4.0	4 3.2
Kıra, pikniğe gitmek	63 50.0	35 27.8	23 18.3	4 3.2	1 0.8
Sinemaya gitmek	99 78.6	12 9.5	8 6.3	4 3.2	3 2.4
Müzik konserlerine gitmek	53 42.1	38 30.2	25 19.8	5 4.0	5 4.0
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	65 51.6	18 14.3	23 18.3	4 3.2	16 12.7
Spor müsabakalarına gitmek	104 82.5	11 8.7	3 2.4	3 2.4	5 4.0

Tablo 45. KSE Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Denize, plaja gitmek	58 55.2	31 29.5	9 8.6	3 2.9	4 3.8
Kıra, pikniğe gitmek	53 50.5	23 21.9	19 18.1	9 8.6	1 1.0
Sinemaya gitmek	85 81.0	12 11.4	7 6.7	- -	1 1.0
Müzik konserlerine gitmek	79 75.2	16 15.2	8 7.6	2 1.9	- -
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	44 41.9	14 13.3	20 19.0	12 11.4	15 14.3
Spor müsabakalarına gitmek	71 67.6	9 8.6	14 13.3	7 6.7	4 3.8

Tablo 46. TAE Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Denize, plaja gitmek	52 38.5	22 16.3	22 16.3	14 10.4	25 18.5
Kıra, pikniğe gitmek	44 32.6	27 20.0	29 21.5	16 11.9	19 14.1
Sinemaya gitmek	113 83.7	7 5.2	7 5.2	4 3.0	4 3.0
Müzik konserlerine gitmek	86 63.7	32 23.7	11 8.1	3 2.2	3 2.2
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	50 37.0	20 14.8	24 17.8	15 11.1	26 19.3
Spor müsabakalarına gitmek	73 54.1	24 17.8	14 10.4	7 5.2	17 12.6

Tablo 47. TSE Grubunda Aktiviteler

AKTİVİTELER	Hiç	3 ayda bir	Ayda bir	15 günde bir	Haftada bir
Denize, plaja gitmek	65 42.8	43 28.3	20 13.2	10 6.6	14 9.2
Kıra, pikniğe gitmek	65 42.8	34 22.4	34 22.4	8 5.3	11 7.2
Sinemaya gitmek	130 85.5	14 9.2	6 3.9	2 1.3	- -
Müzik konserlerine gitmek	123 80.9	23 15.1	6 3.9	- -	- -
Çay bahçesine, pastaneye gitmek	52 34.2	31 20.4	35 23.0	17 11.2	17 11.2
Spor müsabakalarına gitmek	91 59.9	20 13.2	23 15.1	5 3.3	13 8.6

Tablo 48. İzlenen Televizyon Programları

KA (241 kişi)		
Program adı	frekans	%
Arena	187	77.6
Siyaset Meydanı	172	71.4
A Takımı	160	66.4
Olacak O Kadar	156	64.7
Sıcağı Sıcağına	143	59.3
KS (228 kişi)		
Program adı	frekans	%
Sıcağı Sıcağına	176	77.2
İbo Show	171	75.0
Arena	166	72.8
Bizimkiler	143	62.7
Siyaset Meydanı	132	57.9
TA (227 kişi)		
Program adı	frekans	%
Arena	185	81.5
Olacak O Kadar	163	71.8
Bizimkiler	162	71.4
A Takımı	160	70.5
Sıcağı Sıcağına	156	68.7
TS (287 kişi)		
Program adı	frekans	%
Arena	212	73.9
Sıcağı Sıcağına	190	66.2
Bizimkiler	187	65.2
A Takımı	184	64.1
Olacak O Kadar	183	63.8

Tablo 49. Araştırma Gruplarında Hafta Sonu Tatil Anlayışı

	Var	Yok
KA 241 kişi	91 9. 3	150 15. 3
KS 228 kişi	43 4. 4	185 18. 8
TA 227 kişi	109 11. 1	118 12. 0
TS 287 kişi	119 12. 1	168 17. 1
Toplam 983 kişi	362 36. 8	621 63. 2

Tablo 50. Araştırma Gruplarında Yıllık Tatil Anlayışı

	Memlekete gidiyor	Var	Yok
KA 241 kişi	56 5.7	20 2.0	165 16.8
KS 228 kişi	14 1.4	25 2.5	189 19.2
TA 227 kişi	61 6.2	22 2.4	144 14.65
TS 287 kişi	52 5.29	45 4.6	190 19.3
Toplam 983 kişi	183 18.6	112 11.4	688 69.9

Tablo 51. Günlük Yaşamda Ekonomi

	KA 241 kişi	KS 228 kişi	TA 227 kişi	TS 287 kişi	Toplam 983 kişi
Banka hesabı	57 5. 80	37 3. 76	95 9. 66	99 10. 07	288 29. 30
Çek defteri	10 1. 02	5 0. 51	16 1. 63	9 0. 92	40 4. 07
Kredi kartı	19 1. 93	11 1. 12	27 2. 75	16 1. 63	73 7. 43
Bankamatik kartı	45 4. 58	23 2. 34	50 5. 09	68 6. 92	186 18. 92
Tahvil, hisse senedi	3 0. 31	- -	3 0. 31	1 0. 10	7 0. 71

YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN

Merkezimizce Doldurulacaktır

Soyadı: MEŞE

Adı: GÜLGÜN

Kayıt No:

TEZİN ADI

Türkçe: Sosyal Kimlik ve Yaşam Stilleri

Yabancı Dil: Social Identity and Life Styles

TEZİN TÜRÜ:

Yüksek Lisans

Doktora

Doçentlik

Tıpta Uzmanlık

Sanatta Yeterlilik

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ:

Üniversite: EGE ÜNİVERSİTESİ

Fakülte:

Enstitü: SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Diğer Kuruluşlar:

Tarih:

TEZ YAYINLANMIŞSA:

Yayımlayan:

Basım Yeri:


Basım Tarihi:

ISBN:

TEZ YÖNETİCİSİNİN:

Soyadı, Adı: BİLGİN, Nuri

Ünvanı: Prof. Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL: TÜRKÇE	TEZİN SAYFA SAYISI: 181
TEZİN KONUSU (KONULARI) : Sosyal Kimlik ve Yaşam Stilleri	
TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER: 1-sosyal kimlik 2-yaşam stili 3-grup üyelikleri 4- 5- <u>Başka vereceğiniz anahtar kelime varsa lütfen yazınız.</u>	
İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER: (Konuyla ilgili yabancı indeks, abstrakt ve thesaurus'ları kullanınız.) 1- social identity 2- lifestyle 3- group memberships 4- 5- <u>Başka vereceğiniz anahtar kelime varsa lütfen yazınız.</u>	
1-Tezimden fotokopi yapılmasına izin veriyorum	<input type="checkbox"/>
2-Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümün fotokopisi alınabilir	<input type="checkbox"/>
3-Kaynak gösterilmek şartıyla tezin tamamının fotokopisi alınabilir	<input type="checkbox"/>
Yazarın İmzası 	Tarih: 3.2.1999

ÖZET

Bu araştırmada farklı kimlik gruplarına aidiyetin veya grup üyeliğinin bireylerin yaşam stilleri üzerinde etkili olup olmadığı incelenmiştir. Birey-grup ilişkileri çerçevesinde sosyal kimlik ve yaşam stili kavramlarının ele alındığı bu araştırma bir alan araştırması niteliği taşımaktadır. Araştırmada insanların yaşam stillerinin belirlenmesi amacıyla geliştirilen ölçek bireylerin sosyo-demografik özelliklerini, aile yaşamı ile ilgili bilgilerini, günlük yaşam pratiklerini, aktivitelerini, sosyal hayat ve dünya görüşlerini anlamaya yönelik soruları kapsamaktadır. Araştırmanın örneklemini İzmir ilinin çeşitli semtlerinde yaşayan köken (Türk-Kürt), mezhep (Alevi-Sünni) ve cinsiyet (Kadın-Erkek) bakımından farklılık gösteren toplam 983 kişi oluşturmaktadır. Elde edilen veriler “Multidimensional Scaling” analizi ile değerlendirilmiştir. Sonuçta, yaşam stilleri planında bireyleri birbirine benzer kılan en önemli grup aidiyetinin cinsiyet (kadın veya erkek olmak) daha sonra mezhep (Alevi veya Sünni olmak) ve son olarak etnik köken (“Türk” veya “Kürt” olmak) grup aidiyetleri olduğu bulunmuştur. Araştırmadan elde edilen bulgularla, son yıllarda ölkemizde sosyal, siyasal ve kültürel alanlarda kendini gösteren ve değişik uzmanlık alanlarında tartışılan kimlik sorununa sosyal psikolojik perspektifte katkı sağlanmıştır.

ABSTRACT

This research is focused on identity groups and it studies to what extent group membership affects life styles of individual members. It is field study which examines the concepts of social identity and life style from the perspective of individual-group relationship. The questionnaire used in this field study includes questions related to demographic features, family life, daily routine, daily activities, and basic views on life. Nine hundred and eighty three people from different parts of the city of İzmir and from different ethnic origins, religious sects and gender participated in this field study. The data was analyzed by “multidimensional scaling”. In the final analysis, it was found out that the determining factors in terms of group identity are in order of significance, gender, religious sect, and ethnic origin. This research brings a social psychological view point to the identity question largely discussed in Turkey in recent years.

ÖZGEÇMİŞ

- 1967 Bursa
- 1981-1984 İzmir Kız Lisesi
- 1984-1988 Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü
- 1989-1991 Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Psikoloji Anabilim Dalı
- Yüksek Lisans: Çeşitli Sosyo-Kültürel Gruplarda Sosyal Kimlik Olgusunun İncelenmesi: Karaçaylar Üzerinde Bir İnceleme.
- Tez Danışmanı: Prof. Dr. Nuri Bilgin
- 1992-... Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Psikoloji Anabilim Dalı
- Doktora:
- Tez Danışmanı: Prof. Dr. Nuri Bilgin
- 1991-... Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü Araştırma Görevlisi
- 1997-1998 Türk Psikologlar Derneği İzmir Şube Başkanlığı

Bildiri ile Katılılılan Ulusal Kongre ve Sempozyumlar

- 1992 VII. Ulusal Psikoloji Kongresi, Ankara
- 1994 VIII. Ulusal Psikoloji Kongresi, İzmir
- 1994 II. Yönetim Kongresi, Aydın
- 1996 Cumhuriyet, Demokrasi ve Kimlik Sempozyumu, İzmir
- 1998 X. Ulusal Psikoloji Kongresi, Ankara

Yayımlar

Topsever, Y., Göregenli, M., Övgün, İ. ve Meşe, G. (1995) Psikolojik Testlerin Personel Seçimine Uygulanması, Psikoloji Seminer, 10, 47-58.

Meşe, G. (1996) Sosyal Kimlik Olgusu, Karaçaylar Üzerinde Bir İnceleme, Psikoloji Seminer, 11, 35-43.

Harlak, H ve Meşe, G. (1996) Farklı Uluslara İlişkin Tepkiler Ve Bilişsel Organizasyonu, VIII. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları, (Ed.) Topsever, Y. ve Göregenli, M., TPD yayımları, Ankara.

Meşe, G. (1996) Yaşam Stilleri Ve Kollektif Kimlik Etkileşimi, Cumhuriyet, Demokrasi Ve Kimlik, (Ed.) Bilgin, N., Bağlam Yayıncılık, İstanbul.