

Etnik Kimlik ve Avrupalı Kimliğinin, Türkiye'nin AB'ye Girmesi Yönündeki Tutumlarla İlişkileri

Melek Göregenli

Pelin Karakuş Akalın

İstinye Üniversitesi

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, toplumun farklı kesimlerinden katılımcıların Türkiye'nin AB'ye giriş süreciyle ilgili görüş ve değerlendirmeleri ile Avrupa'ya ilişkin tutumlarının, ait oldukları çoklu kimlik yapıları ile ilişkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda 2011 yılında toplam 250 kişinin (135 kadın ve 115 erkek) tesadüfi örnekleme yoluyla katıldığı bir alan çalışması gerçekleştirilmiştir. Tüm katılımcılara Avrupa'ya ve AB'ye yönelik tutumları, çeşitli sosyal kimlik yapılarıyla özdeşim düzeyleri hakkında bilgi edinmeyi amaçlayan ölçekler ile Sosyal Kimlikleri Konumlandırma Burcu'nun (Cinnirella ve Hamilton, 2007) yer aldığı bir ölçek bataryası yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanmıştır. Avrupa'ya Yönelik Tutumlar Ölçeği'nde yer alan maddelerin açımlayıcı faktör analizi ile incelenmesi sonucunda katılımcıların Avrupa'ya yönelik tutumlarının "Gerçekçi Rekabet, Asimilasyon ve Sosyal Rekabet" olmak üzere üç temel strateji boyutu temelinde açıklandığı görülmüştür. Varyans analizi bulguları Etnik Kimlik sembolünü burç üzerinde benlik merkezine daha yakın konumlayan katılımcıların, Etnik Kimlik Özdeşim düzeyleri ve Sosyal Rekabet stratejisi puan ortalamalarının, bu kimlik sembolünü benlik merkezine daha uzak konumlayan katılımcılara kıyasla daha yüksek olduğunu göstermiştir. Burç üzerinde Avrupalı kimliğini benlik merkezine yakın konumlayan katılımcıların ise AB tarafgirlik düzeyi, Avrupalı Kimliği ile Özdeşim düzeyleri ve Asimilasyon stratejisi puan ortalamalarının bu kimlik sembolünü daha uzak konumlayan katılımcılardan yüksektir. Etnik kimliğin ana etkisine bakıldığında ise Kürtlerin Etnik Kimlikle Özdeşim düzeylerinin Türkler dışında diğer etnik kökenli katılımcılardan daha yüksek olduğu; Avrupalı Kimliği ile Özdeşim düzeylerinin ise Türkler ve diğer katılımcılardan düşük olduğu saptanmıştır. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi sonuçları ise AB tarafgirliğini en iyi yordayan değişkenlerin "Gerçekçi Rekabet Stratejisi, Etnik Kimlik Sembölü ile Avrupalı Kimlik Sembölünün Benlik Merkezine Yakınlık Dereceleri" olduğunu göstermiştir.

Anahtar kelimeler: Etnik kimlik, Avrupalı kimliği, çoklu kimlikler, AB'ye yönelik tutumlar, sosyal kimlikleri konumlandırma burcu, gerçekçi rekabet, asimilasyon, sosyal rekabet

Abstract

The aim of the present study was to explore the relations between the attitudes towards EU and Europe and identification with multiple social identities. A field research was conducted in Izmir with a sample of 250 participants (135 female and 115 male) in 2011. All participants were asked to fill out a questionnaire including: The Attitudes towards Europe and EU Membership Scale, The Social Identification Scale and Visual Representation of Identities Task (Cinnirella and Hamilton, 2007). A principal component analysis of attitudes towards Europe yielded three factors: Realistic Competition, Assimilation and Social Competition. The findings showed that as the symbol of ethnic identity places more central to the self the mean scores of ethnic identification and social competition increase. The participants who placed this symbol as central to their self had higher mean scores of European identification and Assimilation Strategy than the participants who placed the symbol less central. Kurds placed the symbol of ethnic identity more central to their self-concept than Turks and other ethnic group did whereas Turks placed the symbol of European identity more central to their self than Kurds did. Moreover Kurds had higher ethnic identification than the other ethnic group had. For European identification Kurds were found to have lower mean scores than Turks and other group had. The findings of multiple regression analysis showed that Realistic Competition, the placement of Ethnic Identity and European identity symbols on the chart are the significant predictors of being in favor of accession of Turkey to the EU.

Key words: Ethnic identity, European identity, multiple social identities, attitudes towards EU, visual representation of identities task, realistic competition, assimilation, social competition

Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne (AB) girişi sürecinde toplumumuzda gerek akademik alanda gerekse medya aracılığıyla kamuoyunda yürütülen tartışma süreci genellikle, tekbiçimli bir toplum yapısı kurgusuna dayanmaktadır. Oysa AB'ye giriş sürecini yaşayan farklı ülkelerde ve ülkemizde yapılan araştırmaların bulguları, bu sürece ilişkin değerlendirmelerin, çoklu kimlik yapılarından etkilendiğini göstermektedir (Arends-Toth, 2003; Chrysochoou, 2000ab; Cinnirella, 1996, 1997, 1998, 2001; Cinnirella ve Hamilton, 2007; Duchesne, 2008; Licata, 2003; Nagayoshi, 2011; Ruthland ve Cinnirella, 2000; Wienriech, 1998).

Bu konuda şu ana kadar ülkemizde yapılan çalışmalarda bir yandan güçlü bir ulusal iç grup aidiyetinin olduğu (Göregenli ve Teközel, 2006; Göregenli ve ark., 2008; Hortaçsu ve Cem-Ersoy, 2005; Sandal-Önal, 2007) diğer yandan etnik kimliğin AB'ye ilişkin tutumları anlamlı bir biçimde farklılaştırdığı bulunmuştur. Fakat çoklu kimlik yapılarını oluşturan her bir kimlik ögesinin diğeriyle ilişkisi ve bu çoklu kimlik yapılarının AB'ye girişle ilgili tutumları etkilemesine ilişkin dinamik-değişken sürecin anlaşılmasına yönelik bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, toplumun farklı kesimlerinden katılımcıların Türkiye'nin AB'ye giriş süreciyle ilgili görüş ve değerlendirmeleri ile Avrupa'ya ilişkin tutumlarının, ait oldukları çoklu kimlik yapıları ile ilişkisini, homojen bir toplum kurgusundan ziyade, çok kimlikli alt gruplardan oluşan bir toplumsallık anlayışıyla çözümlemeye çalışmaktır.

Burada öncelikle, araştırmanın kuramsal arka planını oluşturan en temel konu olarak, var olan gruplararası farklılıkların meşruluğunda ve istikrarlılığında payı olan sosyal kimlik süreçlerinden söz etmek yerinde olacaktır.

Sosyal Kimlik Kuramı

Sosyal psikoloji literatüründe gruplararası ilişkileri anlama sürecinde bireysel ve gruplara ait boyutları birleştirerek gruplararası ilişkileri dinamik ve değişken bir süreklilik olarak kavramsallaştıran sosyal kimlik yaklaşımı, sosyal kimliğin oluşumu ve farklı grupların üyelerinin bireysel ve gruplar düzeyinde birbirlerini algılama ve ilişkilendirme süreçlerini anlamamıza yol açmaktadır. Aynı zamanda bu süreç, gruplararası algılamayı ve ilişkilerin değişebilirliğini kavramsallaştırmıştır (Reicher, 2004).

Reicher'a (2004) göre grupları arasındaki ilişkilerin özgül biçimlerinin olduğunu ileri sürmek, sadece kendimizi nasıl kategorilendirdiğimiz, kendimizi kimle karşılaştırdığımız, dış grubu nasıl karakterize ettiğimiz ve iç grubu nasıl tanımladığımızla ilişkin varsayımlar oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda bizim kendi grup kimliğimiz açısından bizim için önemli olan konular üstünde dış grubun etkisini nasıl anladığımızla ve bir problem olarak

inşa edilmesi gereken "diğerleri"ne karşı davranışlarımızdaki hissiyatımıza yönelik birtakım varsayımları da ortaya koymaktadır.

Sosyal kimlik kuramı, sosyal kimliğin bireyin ait olduğu grupların içinde ve onlara bağlı olarak geliştiğini veya oluştuğunu öngörmektedir (Tajfel, 1982; Turner, 1978). Ait olunan grubun özellikleri ve diğer grupların konumlarını kendi grubunun konumuyla karşılaştırma yoluyla insanlar, ait veya üyesi olduğu gruba yönelik pozitif veya negatif sosyal kimliğe sahip olmaktadır (Tajfel, 1982; Turner, 1999). Bireyin kendisini üyesi olarak algıladığı grupların olumlu özellikleri arttıkça pozitif sosyal kimlik oluşmakta ve bireyler gruplarının üyesi olmaktan dolayı kendilerini daha değerli hissetmektedir (Tajfel ve Turner, 1986).

Negatif Kimlik Stratejileri: İnsanlar, gruplarından dolayı negatif bir sosyal kimliğe sahip olduklarında, sosyal kimliklerini korumak amacıyla ait oldukları grubun olumsuz özelliklerini daha az algılamak ya da hiç algılamamak için daha fazla stratejik, araçsal veya yaratıcı yollara başvurmaktadırlar (Brown ve Abrams, 1985; Dooosje, Spears ve Ellemers, 2002; Tajfel ve Turner, 1986). Grup aidiyetinden kaynaklanan böyle negatif bir kimliğe sahip olma durumundan bireyin, 'kendi grubundan tamamen ayrılmak'tan, 'grup yarımına yarışmacı davranma'ya kadar uzanan farklı davranışlar göstermesi söz konusu olacaktır (Van Knippenberg ve Ellemers, 1990). Bu stratejiler bireysel hareketlilik, sosyal yaratıcılık ve sosyal rekabet tarzında 3 biçimde gerçekleşebilmektedir (Tajfel ve Turner, 1979). Bireysel hareketlilikte grup üyeleri, gruplararası geçişin olası olduğunu algıladıkları durumlarda, üyesi oldukları dezavantajlı gruba düşük düzeyde özdeşim kurabilir ve yüksek veya avantajlı konumda olan başka gruplara katılmanın yollarını araştırabilirler. Sosyal yaratıcılık, üyelerin kendi gruplarını bir dış gruba karşılaştırma sürecinde yeni, farklı stratejiler izledikleri durumdur. Sosyal rekabet ise, dış gruba rekabeti mümkün ve olası görme fikrine dayanır.

Sosyal kimlik modelinde, negatif sosyal kimliğe yönelik farklı tepkiler geliştirildiği –yukarıda da belirtildiği gibi– Tajfel ve Turner (1979, 1986) tarafından ortaya konmuştur. Bu modelde bilişsel seçenekler kavramı, grup üyeliklerinin değişmesi ya da var olan üyeliklerin gelişmesi olasılığının bireysel ve grup temelli algılanışı üzerine odaklanmaktadır. Cinnirella (1998) da sosyal kimliğin sürdürülmesine ilişkin zamansal boyut ile ilişkili olan konuların daha iyi ele alınabilmesi amacıyla bu bilişsel seçenekler kavramını geliştirmeye çalışmıştır. Bu doğrultuda, sosyal kimliğin sürdürülmesinin, bir grubun geçmişi ve geleceği ile ilgili bilişlerini ve sosyal temsillerini etkileme tarzını incelemiştir. Bilişsel seçenekler kavramının, olası sosyal kimliklerle birlikte geliştirildiği öngörülmektedir. Bu olası sosyal

kimlikler; geçmişteki ve gelecekteki olası grup üyelikleri ile geçmişteki ve şimdiki grup üyeliklerinin algılanışı hakkındaki bireysel ve paylaşılan bilişleri temsil etmektedir. Cinnirella'nın, sosyal kimliklerin pozitif ve negatif algılanmasının sonuçlarını incelediği bu çalışmasında, pozitif benlik geliştirme hem bireysel hem de kolektif düzeyde amaçlanan davranışlara ulaşmayı kolaylaştıracağı öngörülmüştür. Arzuladıkları pozitif bir sosyal kimliği elde edebilmek adına bazı durumlarda bireyler, kimliğin geçerliliğini sağlamak adına gruptaki diğer üyeleri de güçlendirmek durumunda kalacaklardır. Bu argüman, sosyal kimliklerin olası olabilmesi için bilişsel seçeneklerin göz önünde bulundurulmasının yararlı olacağını göstermektedir. Bilişsel seçenekler, özellikle olası sosyal kimlikler olarak yeniden kavramsallaştırıldığında, günlük hayattaki kimliklerin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamakta fakat sadece kimliğin tehdit altına girdiği durumlarda etkili olmamaktadır.

Negatif sosyal kimlikle başa çıkabilmek için, sosyal kimlik kuramında önerilen, "kimlik yönetimi stratejileri" kullanılmaktadır. Doğu Almanya ile Batı Almanya'nın birleşme sürecinde, Doğu Almanlar'ın tutumlarını araştırmak amacıyla Blanz, Mummendey, Mielke ve Klink (1998) de bu yaklaşımı ele almışlardır. Araştırmacılar, bu kimlik yönetimi stratejilerini, dezavantajlı grup üyelerinin hedefledikleri "değişimin hedefi" boyutunda bireysel ve kolektif olarak ikiye ayırmışlardır. Bireysel değişim boyutunda, davranışsal düzeyde ortaya çıkan stratejiler bireysel hareketlilik ve asimilasyondur. Davranışsal düzeyde ortaya çıkan kolektif stratejiler ise sosyal rekabet, gerçekçi rekabet ve asimilasyondur. Değişim hedefleri, bilişsel düzeyde olduğunda ise değişim bireysel boyutta "bireycileşme" olarak tezahür etmektedir. Bilişsel boyut, kolektif düzeyde ise karşılaştırma boyutlarının yeniden değerlendirilmesi, yeni karşılaştırma boyutlarının kullanılması, yukarı doğru karşılaştırma, aşağı doğru karşılaştırma, yeni karşılaştırma gruplarının kullanılması gibi sosyal karşılaştırma süreçleriyle gerçekleşmektedir.

Bireysel-davranışsal stratejilerin ortaya çıkması, düşük statülü grup üyelerinin, yüksek statülü dış gruba yönelmenin kendi kişisel değişimleriyle ne ölçüde mümkün olduğunu düşünceleriyle oluşmaktadır. Tajfel (1978)'in "bireysel hareketlilik" olarak tanımladığı bu strateji, gruplararası sınırların geçirgen olduğu durumlarda, insanların dış grubun üyesi olmaya çalışmalarına işaret etmektedir. Bu strateji bütünüyle bireyseldir bu anlamda, düşük statülü grubu değerlendirmeye dayanmamakta, kişinin kendi statüsünü değiştirme arzusuyla gerçekleşmektedir.

Bir diğer kimlik yönetimi stratejisi olan "asimilasyon", düşük statülü grup üyesinin, giderek daha fazla yüksek statülü dış gruba benzer olma eğilimine dayanmaktadır. Bu stratejide birey olumlu bir sosyal kimlik

tahayyülüyle dış gruba ait olma hedefine yönelmektedir. Sosyal kimlik teorisyenleri arasında asimilasyonun bireysel mi yoksa kolektif bir strateji mi olduğu yönünde tam bir sözbirliği yoktur (Blanz ve ark., 1998). Tajfel (1978) asimilasyonu, iç grubun bütün olarak olumsuz değerlendirilmesine dayalı, negatif sosyal kimliğe karşı kolektif bir strateji olarak tanımlarken, Hogg ve Abrams (1988) oldukça güçlü davranışsal bağlantıları olan bireysel bir strateji olarak tanımlamışlardır. Kültürlerarası psikoloji literatüründe de asimilasyon, bir kültürlenme stratejisi olarak, iç grubun bütünüyle olumsuz dış grubun olumlu değerlendirilmesine dayanır.

"Bireycileşme", düşük statülü grup üyelerinin kendilerini sosyal karşılaştırma süreçlerinden kişisel karşılaştırma süreçlerine doğru konumlamaları yoluyla, kendilerini, bir grubun üyesi olarak görmekten çok bir birey olarak görme ve diğerleriyle karşılaştırma durumuna işaret eder. Bu, esas olarak bireysel bir stratejidir; zira insanların kendi negatif sosyal kimlik algılarından kaçmalarına ve dış grubun olumlu özelliklerinin değişmez olduğu fikrine dayanır.

Yüksek statülü gruba doğru bireysel hareketliliğin mümkün olmadığı, sınırların geçirgen olmadığı veya eşitsizlik statüsünün güvensiz olarak algılandığı durumlarda, düşük statülü grup üyelerinin kolektif eyleme angaje olacakları varsayılmıştır; yani bir başka deyişle; bu düşük statülü grup üyeleri, başka karşılaştırma kategorileri kullanarak dış grup ile rekabete gireceklerdir. Bu anlamda, iç ve dış grup arasındaki statü ilişkilerinde eşitlik sağlamak için kendi iç gruplarının pozisyonunu güçlendirmeye çalışmaktadırlar. Turner (1975) "sosyal ve gerçekçi rekabet" olarak tanımladığı bu stratejilerin, sosyal karşılaştırmaya dayalı kendini değerlendirme süreçlerinden kaynaklandığına işaret etmiştir. Sosyal ve gerçekçi rekabet süreçleri bütünüyle kolektif stratejilerdir; birisi içgrubu olumlu değerlendirmeye dayalı bir rekabeti (sosyal rekabet) diğeri ise kaynakların kendi içgrubu lehine kullanılması yoluyla dış grupla rekabeti (gerçekçi rekabet) öne çıkararak sonuçta, iç grubun pozitif değerlendirilmesinin güçlendirilmesi amacıyla hizmet eder. İki rekabet biçimi de davranışsal stratejilerdir; çünkü güçlü biçimde gruplararasıdaki etkin rekabetçi davranışa dayanır.

Çoklu Kimlikler

AB, Avrupalı yaşam tarzı üzerinde artan bir etkiye sahiptir; insanlar AB aracılığıyla kolayca seyahat edebilmekte, öğrenciler zamanlarının bir kısmını yurtdışında geçirmek için teşvik edilmektedir ve çalışmak amacıyla başka bir Avrupa ülkesine gitmek çok daha yaygınlaşmıştır. AB üyesi ülkeler içerisinde yer almak, ortak para kullanımı, yasal düzenlemeler gibi pek çok konuda vatandaşların meşruiyet kazanmalarına olanak tanımaktadır. Ancak AB üyesi olan ülkeler arasında ulus

kavramı hala önemini koruyor gibi görünmektedir. Bu da ülkeler içerisinde diğerlerine göre daha ayrıcalıklı kesimlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu ayrıcalıklı olma konusunun sosyoekonomik yapıya ve sosyal sınıf düzeyine bağlı olduğu ileri sürülmektedir. Örneğin yüksek sosyoekonomik düzeyde yer alan sınıf; çalışan sınıfa veya daha az ayrıcalıklı olan insanlara kıyasla AB'ye daha uygun bulunmaktadır (Duchesne, 2008). Dolayısıyla, 90'lı yılların başında, örneğin entegrasyonun desteklenmesi gibi konuların AB üyesi ülkeler içerisindeki yüksek sosyoekonomik sınıfların inisiyatifinde olduğu görülmektedir ki bu da ancak kendini toplumdan izole etmiş olan elit kesimin bu konu üzerinde müsamahakâr bir fikir birliğine (*permissive consensus*) varması durumunda gerçekleşebilmektedir (Hooge ve Marks, 2008).

Avrupa'da yaşayan insanların çoğunluğunun AB'yi onayladığını ortaya koyan çalışmalar olsa da; istatistiklerden ziyade niteliksel verilere odaklanıldığında (Favell, 2005) insanların AB'yi eleştirmeksizin kabul etmedikleri ve kendi hayatlarında Avrupa'nın önemli bir rol oynamadığını ifade ettikleri görülmektedir. Bu anlamda, bir kimlik kavramı olarak "Avrupalılık"ın ne kadar meşru algılandığı sorusu gündeme gelmektedir.

Avrupa entegrasyonu ile ilgili literatürdeki diğer bazı çalışmalar da bu konuya göçmenler açısından yaklaşmaktadır (Cinnirella, 1996; Soysal, 2000). Göçmenlerin Avrupa kurumlarına yönelik tutumlarının, yerli halklarınkine nazaran daha olumlu yönde olabileceği belirtilmektedir. Çok kültürlü yapıların, her kültürün kendi haklarından söz edebilmesi için meşru ve haklı bir zemin yarattığından söz edilmektedir. Kişilerin bu hakları, AB'nin bazı kurumlarında, tıpkı Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinde olduğu gibi, tanımlanır ve yasal hale getirilir. Dolayısıyla AB'nin "insan hakları savunucusu" gibi görünmesi, göçmen popülasyonlarının AB ve Avrupa'yla entegrasyon fikirlerine daha sıcak bakmalarına neden olmaktadır.

Bu yaklaşım ve stratejilerin AB'ye giriş sürecine yönelik tutumların oluşması üzerinde etkili araçlar olarak kullanıldığı, Türkiye'de yapılmış ve sosyal kimlik perspektifini kullanan araştırma bulgularıyla da desteklenmiştir (Göregenli ve ark., 2008; Göregenli ve Teközel, 2006). Bu çalışmalarda ayrıca sosyal karşılaştırma süreci sonucunda, katılımcıların "Türkler" ile "Avrupalılar"ı karşılaştırma sürecinde, iç gruplarını dış grupla karşılaştırırken oldukça olumsuz değerlendirmeler yapmalarına karşın iç grup aidiyetlerinin genel olarak oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca etnik kökene dayalı iç grup aidiyeti dışında sosyo-demografik değişkenlerin, AB'ye girme yönündeki tutumları farklılaştırdığı da bulunmuştur (Göregenli ve ark., 2008; Göregenli ve Teközel, 2006).

Cinnirella (1997) Britanya'da ulusal kimlik ve Avrupalı kimliği çevresindeki meselelerin neredeyse bir-

birinden ayrılmaz hale geldiğini ve bu iki konunun bir bütün olarak ele alınmasının, hem Britanyalı ulusal kimliğinin şu anki yapısı için hem de diğer Avrupalılarla özdeşleşmenin ve Avrupa'ya yönelik tutumların oluşumu için psikolojik bir zemin hazırladığını ortaya koymuştur. Beyaz Britanyalı katılımcıların zihinlerindeki milli ve Avrupalı kimlik kavramları, aynı düzeyde algılanma eğilimindedir. Diğer bir deyişle beyaz Britanyalı katılımcıların, söz konusu bu kimlikleri sosyal kategorilerin ulusal ve uluslar arası düzeyleri olarak ayrı ayrı algılamak yerine, aynı anda ikisiyle birlikte özdeşleşme olasılığı olmayan, aralarında seçim yapılmasını gerektiren ulusal düzey kategorileri olarak algıladıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca 2016 yılı Haziran ayında İngiltere'de gerçekleştirilen referandum sonrasında, İngiliz seçmenin AB'den ayrılma yönünde oy kullanmış olması, Cinnirella'nın (1997) geçmiş yıllarda Britanyalı ve Avrupalı kimliklerine ilişkin ortaya koymuş olduğu ikiye bölünmüş kimlik yöneliminin davranışsal bir çıktısı olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, Beyaz İtalyan katılımcılar, İtalyan ve Avrupalı kimliklerini ulusal ve uluslar-üstü (*supranational*) sosyal kategoriler şeklinde algıladıkları aynı zamanda her iki kimliğe olan bağlılıklarını da açıkça dile getirmekten genellikle mutluluk duyduklarını belirtmişlerdir (Cinnirella, 1996). Sosyal kategorilerin soyutlanma düzeylerine dair bu örnekler, söz konusu kimlik kategorilerinin nesnel, sabit özellikleri olmadığını, sosyal olarak inşa edildiğini ve tartışmaya açık olduğunu göstermektedir (Ruthland ve Cinnirella, 2000).

Avrupa ve Avrupa entegrasyonuna yönelik tutumlar söz konusu olduğunda Britanyalıların gönülsüz Avrupalılar olduklarını ortaya koyan Cinnirella (2001), "Avrupalı kimliği" olarak kullanılabilir bir kimlik kategorisinin varlığına dair bir kanıt olup olmadığını sorgulamış ve Britanyalıların bu konuda da neredeyse kayıtsız kaldıklarını belirtmiştir. Bu da, özellikle Britanya tarihi (aynı zamanda imparatorluk bilinci ve İkinci Dünya Savaşı) açısından, Britanyalıların bu tür yaklaşımları, sahip oldukları Britanyalı kimliği duygusu ile tutarsız buluyor olmalarından kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra basınının da "kayıp" (özerklik kaybı gibi) ve "tehdit" (Britanyalı kültürü ve geleneklerinin sürdürülmesine yönelik tehdit gibi) ile ilgili anti-Avrupalı bir söylem yansıtmaya eğiliminin olması, sosyal kimliklerin tehdit altında olduğunun hissedildiği durumlarda milli kimliği savunmaya geçmeye yönelik eylemlerin ortaya konması ile doğrudan ilişkili gibi görünmektedir (Cinnirella, 2001).

Cinnirella ve Hamilton (2007) Birleşik Krallık'ta yaşayan Beyaz Britanyalılar ile Asya Kökenli Britanyalıların, "Britanyalı Kimliği", "Avrupalı Kimliği" ve "Etnik Kimlik" ile değerlendirmelerini, benlik merkezlerine yakınlık derecelerine göre bir burç üzerinde konumlandırmalarını karşılaştırmalı olarak inceledikleri çalışmalarında, Beyaz katılımcılar için ulusal kimliğin daha

önemli olduğunu ve bu kimliğin, Avrupalı kimliğine kıyasla benlik merkezine daha yakın algılandığını ortaya koymuşlardır. Bu bulguyla tutarlı olarak, Beyaz katılımcılar için ulusal kimlikle özdeşim düzeyi, Avrupalı kimliği ile kurulan bağdan anlamlı bir biçimde daha güçlü bulunmuştur. Asyalı katılımcılar ise etnik kimliklerini, Britanyalı ulusal kimliğine kıyasla, benlik merkezlerine daha yakın konumlandırmışlardır. Yani bir başka deyişle, Birleşik Krallık'taki etnik azınlıklar için etnik kimlik, Britanyalı kimliğinden daha güçlü bir anlam taşımaktadır ve daha merkezidir. Araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen sonuçlar ayrıca, Beyaz katılımcılarla kıyaslandığında Asyalı grubun daha güçlü bir Avrupalı kimliğine sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca Asyalıların burç üzerinde Avrupalı kimlik sembolünü konumlandırmalarına bakıldığında, Avrupalı kimliğinin benlik merkezine, Beyaz katılımcıların konumlandırmalarına kıyasla daha yakın olduğu ve Asyalıların hem Avrupa entegrasyonuna hem de Avrupa Birliği'ne yönelik daha olumlu tutumlara sahip olduğu görülmüştür.

Çok kültürlü toplumlarda insanların farklı boyutlardaki gruplara (alt gruplar ya da daha üst bir kimlikte buluşan daha üst gruplar) üyelikleri, farklı düzeylerdeki çoklu kimlik yapılarını gerektirmektedir. Bu anlamda önemli olan, insanların söz konusu bu farklı üyelikleri - Kuzey Afrikalı ve Fransız, İrlandalı ve Britanyalı veya Yunanlı ve Avrupalı - nasıl yorumladıklarıdır: Bunları kendi istekleriyle benimseyip birbiriyle uyumlu kimlikler olarak mı görüyorlar; yoksa söz konusu kimlikleri birbirine tezat ve uyumsuz olarak mı anlamlandırıyorlar? Bir kişinin kendisini ve diğerlerini çoklu kimlikler içerisinde nasıl kategorilendirdiği grup içi davranışlar açısından da belirleyici olmaktadır. Dolayısıyla insanların kendilerini bir kategorinin üyesi olarak algılama konusundaki isteklilikleri, söz konusu kategorilerin nasıl inşa edileceği ve nasıl anlamlandırılacağını etkilemektedir (Chrysochoou, 2000a).

Avrupalı kimliğinin inşası temelde iki farklı şeye işaret etmektedir. Bunlardan ilki, Avrupa'ya aidiyet hissinin yaratılması ikincisi ise, Avrupalılığın ne olduğuna dair kolektif bir algının yaratılmasıdır. Medrano ve Gutierrez (2001), Avrupa'nın kişiler açısından ne anlama geldiğine bağlı olarak kişilerin Avrupa ile özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkiyi ele aldıkları çalışmalarında, İspanya örneğinde grup kimliğine dair hakim teorilerin nasıl şekillendiğini, bir bölge ya da bir milletle özdeşleşmenin Avrupa'yla özdeşleşme karşısında engelleyici olup olmadığını incelemiştir. Bu bağlamda Avrupalılık kimliği, çoklu kimlikler ve daha alt ve daha üst düzeydeki kimlikler arasındaki ilişkiler üzerinde durmuşlardır. Sonuçlara göre, İspanyollar arasındaki en güçlü özdeşleşmenin ulusal kimlik ile kurulduğu görülmüştür. Ayrıca bölgesel kimliğe ilişkin özdeşleşme de Avrupalı kimliğine ilişkin özdeşleşmeden daha güçlüdür. Avrupa ile ilgili

pozitif imajlar ne kadar çoksa, Avrupa'ya yönelik özdeşim düzeyi de o kadar yüksek olmaktadır. Katılımcıların gazetede uluslar arası haberleri hangi sıklıkla okuduklarına bağlı olarak ölçülen bilişsel hareketlilik düzeyinin artması Avrupa ile özdeşleşmeyi artırmaktadır ve yine eğitim düzeyi daha yüksek olan katılımcıların Avrupa özdeşleşmeleri de daha yüksektir. İspanya ile ya da kendi özerk bölgelerinde yaşayan topluluklarıyla özdeşleşme düzeyleri arttıkça Avrupa'ya yönelik özdeşleşme de artmaktadır. Tüm bunlara ek olarak yaş, Avrupa entegrasyonunun sağlayacağı faydalara ilişkin beklenti, katılımcıların dil becerilerine dayanan kent deneyimleri ve seyahat deneyimleri, İspanyol katılımcıların Avrupa Birliği üyesi farklı ülkelerden gelen insanlara yönelik bakış açıları ve bölgesel milliyetçiliğin yüksek olduğu Katalan ve Bask ülkeleri için diğer bazı değişkenlerdeki farklılıklara bağlı olarak bölgesel, ülkeye ya da Avrupa'ya yönelik özdeşleşme düzeylerinde de farklılık görülmektedir.

Farklı kimliklerin etkileşimi bir "diğerinin" nasıl anlamlandırıldığının değişmesine neden olmaktadır. Örneğin öne çıkan bir kimlik yapısı hem diğer kimlik yapılarına göre hem de kimlik yapısı içerisindeki göreceli konumuna göre değişebilmektedir. Chrysochoou (2000b), gruplararası anlaşmazlıklar bağlamında öne çıkan bir dini kimlik yapısının bir kişinin kendisinin kim olduğunu açıklamasında belirli bir etnik kimlikle olan ilişkileri dâhilinde merkez konuma gelebileceğini ileri sürmektedir. Yazara göre, bu aşamadan sonra esas sorulması gereken şey ise, bu kimliklerin benlik kavramının bir parçası haline nasıl geldikleridir.

Stryker (1980, 1987) da, çoklu kimliklerden bazılarının neden öncelikli olduğunu sorgularken, farklı kimliklerin bir hiyerarşi oluşturduğunu ve bu hiyerarşinin, algılanan duruma göre değiştiğini belirtmektedir. Hangi kimliğin daha belirgin olarak oluşacağı, yazara göre psikolojik olmaktan çok davranışsal bir sürece işaret etmektedir; yazarın "etkileşimsel bağlantı" olarak kavramsallaştırdığı bu çoklu kimlik inşası, kişilerin farklı kimlik kategorileriyle davranışsal olarak ilişkilenebilmesinin biçimine göre sürekli yeniden üretilmektedir (bknz. Stryker ve Sarpe, 1994). Kimliğin tanımlanması bir "diğeri"nin varlığı üzerine kurulur ve kimlik içsel olduğu kadar kültürel, sosyal ve politik normların belirlediği dışsal faktörlerdeki değişimlere bağlı olarak da oluşur. Pek çok durumda kimlik, bir bireyin bir gruba dahil olabileceği yeteneği olarak tanımlansa da bu geniş sosyal, kültürel ve ulusal etkilenmeler, bireyi nevi şahsına münhasır (biricik) yapan bireysel faktörlerin çok çeşitli olmasından kaynaklanmaktadır. Bu birbirine ters düşen eğilimler bireyin kimliği ve benlik hissini tanımlamak için bir araya gelen kümelerin çok yönlü oluşunun bir sonucudur (Guerrina, 2002).

Kimlik inşa etme süreci, farklı etnik ve sosyal kimlikler arasındaki değişken ve süreklilik arz eden yapıyı

nedeniyle çoğunlukla karmaşık ve diyalektik bir sürece işaret eder. Buna ilişkin olarak Sandapen (2011), Birleşik Krallık'taki Hindistan kökenli Britanyalıların, "Britanyalı" ve "diğer" olmak arasında gidip geldiklerini ortaya koymuştur. "Britanyalı" terimi, "İngiliz" terimine göre daha kapsamlı ve daha doğru bir terim olması nedeniyle "İngiliz" kelimesinin yerini daha yumuşatılmış bir hali olarak doldurmaktadır. Benzer durum "Beyaz" ve "Anglosakson" ifadelerinde de gözlenmektedir. Sonuçta Siyah bir Britanyalı Beyaz komşularıyla ortak deneyimleri ve aksanı paylaşmasına rağmen, kendisinden hem iç grubunun ve ailesinin hem de Britanya toplumunun alışkanlıkları, gelenek ve göreneklerine sahip olması beklenmektedir.

Bütün bu araştırma bulguları ve Türkiye'de yapılmış benzer araştırma sonuçları, Avrupa'nın farklı uluslarında bir "Avrupalılık" hissinin oluşabilmesi ve Avrupalı kimliğinin geleceğinin, en azından şu an için "Avrupa'yla entegrasyonun" ülkeler bazında daha anlaşılır kılınmasına ve bu adaptasyonun her ulusun kendi içinde ulusal kimliğinin herhangi bir güç kaybına neden olmayacağına anlaşılmasına bağlı gibi görünmektedir. Bunun yanı sıra Guerrina (2002), Avrupa entegrasyon sürecinin, ulusal kimliğin geleneksel temellerinin ortadan kalkmasına yol açtığını; hatta ulusal kimliğe verilen değer sorgulanmaya başladığını ileri sürmektedir. Bu sorgulama, kimliğin üzerine temellendiği bağlayıcı/kaynaştırıcı bir ulus fikrinin aslında var olmadığını fark edilmesiyle artmıştır. Günümüzde tartışmaların odağında, Avrupa tahayyülündeki çok kutupluluk, çeşitlilik ve çok kültürlülük yer almaktadır. Avrupalı kimliği ve Avrupa tahayyülü bir amaç olarak değil bir süreç olarak görülmelidir. Dahası bu, vakumda gerçekleşen bir süreç de değildir, tarihsel bir mirastır. Avrupa ve Avrupalılığa ilişkin bakış açısının dayandığı en önemli nokta bağlamın ve koşulların oluşturduğu tanımlamalardır. Yani Avrupa'nın ne olduğu ve Avrupalılıktan ne anlaşılacağı, içinde bulunulan zamanın ve toplumun koşullarına bağlı olarak değişmektedir. Ayrıca ortak bir Avrupa fikrine ulaşabilmek adına çok çeşitli konuların ve çoklu kimliklerin bir arada bulunabileceği unutulmamalıdır. Duchesne (2008) de Avrupalı kimliğinin, kimliğin kolektif ve bireysel yanlarının bir arada analiz edilerek anlaşılabilirliğini, hiçbir zaman bir "Avrupalı" kimliğinin kesin olarak var olacağından emin olunamayacağını, bunu ancak gelişme içerisinde olan bir yapı olarak görmek gerektiğini vurgulamaktadır.

Bu araştırmalar ve benzer araştırma sonuçları, insanların zihinlerinde farklı sosyal kimlik öğelerinin (örn. etnik, ulusal, Avrupalı vb.), çoklu kimliklerin uzlaşmasının mümkün ve uygun yolları konusunda sosyal psikolojide devam eden bir tartışmaya işaret etmektedir (bknz. örn. Mummendey ve Wenzel 1999; Berry, Kim, Power, Yong ve Bujaki, 1989). Bu tartışma, sosyal kimliklerin bireylerin zihinlerinde birbirleriyle ilişkilendirilebilir

hale gelme sürecine ilişkin bilgi edinmemize ve belki de bu sayede sosyal gruplar ve farklı kimlikler arasındaki ilişkilere dair sosyal temsillerin üretilmesi ve paylaşılması gerektiği yönünde farkındalık kazanmamıza yol açacaktır (Chrysochoou, 2003).

Yöntem

Amaç

Bu çalışmanın amacı, toplumun farklı kesimlerinden katılımcıların Avrupa Birliği'ne giriş süreciyle ilgili görüş ve değerlendirmelerinin, ait oldukları çoklu kimlik yapılarının algılanmasıyla ilişkisini çözümlemeye çalışmaktır. Bu genel amaç doğrultusunda, İzmir'de yaşayan farklı etnik grupların, Avrupa'ya ve AB'ye yönelik tutumları, etnik kimlik ve Avrupalı kimliği ile özdeşim kurma düzeyleri ile ilişkileri bağlamında incelenmiştir.

Örneklem

İzmir ilinde, 2011 yılında gerçekleştirilen alan araştırmasına 135 kadın (%54) ve 115 erkek (%46) olmak üzere toplam 250 kişi katılmıştır. Katılımcıların yaş aralığı 18 ile 71 ($Ort. = 32.88$, $S = 11.05$) arasında değişmektedir. Katılımcıların %27.6'sı İzmir doğumlu olmakla birlikte %17.2'si Ege Bölgesi'nde yer alan diğer şehirlerde doğduğunu ifade etmiştir. Ankara ve İstanbul doğumlu katılımcılar örneklemin %8.4'ünü, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde doğan katılımcılar %22.8'ini, diğer bölgelerde doğan katılımcılar ise %24'ünü oluşturmaktadır. Katılımcıların %50.8'i Türk, %29.2'si Kürt ve %20'si ise diğer etnik gruplara ait kişilerdir. Örnekleme yer alan bireylerin %41.1'ini üniversite ve üzeri eğitim düzeyindeki katılımcılar oluşturmaktadır. Diğer katılımcıların %41.1'i lise ve yüksekokul mezunu, %17.9'u ortaokul mezunu ve daha düşük eğitim düzeyindeki kişilerden oluşmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın amacı doğrultusunda benzer araştırmalarda (Cinnirella, 1997; Cinnirella ve Hamilton, 2007; Göregenli, 2010; Göregenli ve Teközel, 2006) kullanılmış soru formları da dikkate alınarak araştırmacılar tarafından hazırlanan bir ölçek bataryası kullanılmıştır. Ölçeğin alt bölümleri aşağıda sunulmuştur.

Sosyo-demografik sorular: Cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim, gelir vb. konularda bilgi edinmeye yönelik sorulardır. Katılımcıların politik görüşleri vb. başka özellikleriyle ilgili bilgi alınsa da bu makalede, sayfa sınırları nedeniyle bulguların bir kısmına yer verilmiştir.

Türkiye'nin AB'ye girişi konusunda taraftar olma: Katılımcılara "Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girmesi konusunda ne düşünüyorsunuz?" sorusu sorulmuş ve "Tamamen karşıyım" dan "Tamamen katılıyorum" a giden 7'li bir skalada yanıt vermeleri istenmiştir.

Tablo 1. Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde No.	Maddeler	Gerçekçi Rekabet	Asimilasyon	Sosyal Rekabet
Madde 2	Avrupa'yla politik ilişkilerimizin yakınlaşması Türkiye'nin yararına olacaktır.	.82		
Madde 1	Avrupa Birliği Türkiye'nin geleceği açısından son derece önemlidir.	.81		
Madde 8	Avrupa'yla sosyo-kültürel yakınlaşma Türkiye için bir avantajdır.	.79		
Madde 10	Önümüzdeki yıllarda, Avrupa Birliği'nin yönetim organlarında daha çok söz sahibi olmak için elimizden geleni yapmalıyız.	.76		
Madde 11	Uzun zamandır Avrupa ülkelerine yeterince yatırım yapılmaktadır. Önümüzdeki yıllarda yatırımların Türkiye'ye kaydırılması için mücadele etmeliyiz.	.71		
Madde 3	Bir Avrupalı gibi olmak için her şeyi yaparım.		.87	
Madde 4	Avrupalı olmak en büyük isteklerimden biridir.		.83	
Madde 6	Geleceğimizi şekillendirirken bizler bilinçli olarak Avrupalıların izinden gitmeliyiz.		.66	
Madde 5	Bizler Avrupalıları kendimize model, örnek almalıyız.		.65	
Madde 7	Türkiye Avrupa Birliği'ne Avrupalılardan daha iyi uyum sağlar.			.90
Madde 9	Biz AB'ye katıldığımızda, Avrupa'nın itibarını Avrupalılardan daha çok yükseltebiliriz.			.89
Açıklanan Varyans (%)		33.9	23.9	16.6

Avrupa'ya ilişkin tutumlar: Bu bölümde katılımcıların, Avrupa'ya yönelik görüşlerini saptamak amacıyla benzer çalışmalarda kullanılmış olan diğer ölçüm araçları kaynak (Blanz ve ark., 1998; Cinnirella ve Hamilton, 2007) alınarak bir ölçek hazırlanmıştır. Bu ölçekte genel olarak, katılımcıların "Avrupa'nın algılanan önemi ve Avrupa'nın sağlayacağı avantajlara" ilişkin değer yargıları ve "Türkiye'nin, Avrupa'yla gelecekte olması muhtemel politik yakınlaşmasına" ilişkin beklentileri hakkında bilgi edinmeyi sağlayan toplam 11 soru yer almaktadır. Ölçekteki cevap aralığı; "Tamamen Karşıyım" – "Tamamen Katılıyorum" arasında 5'li derecelendirilmektedir ve iç tutarlık güvenilirlik katsayısı $\alpha = .88$ olarak bulunmuştur.

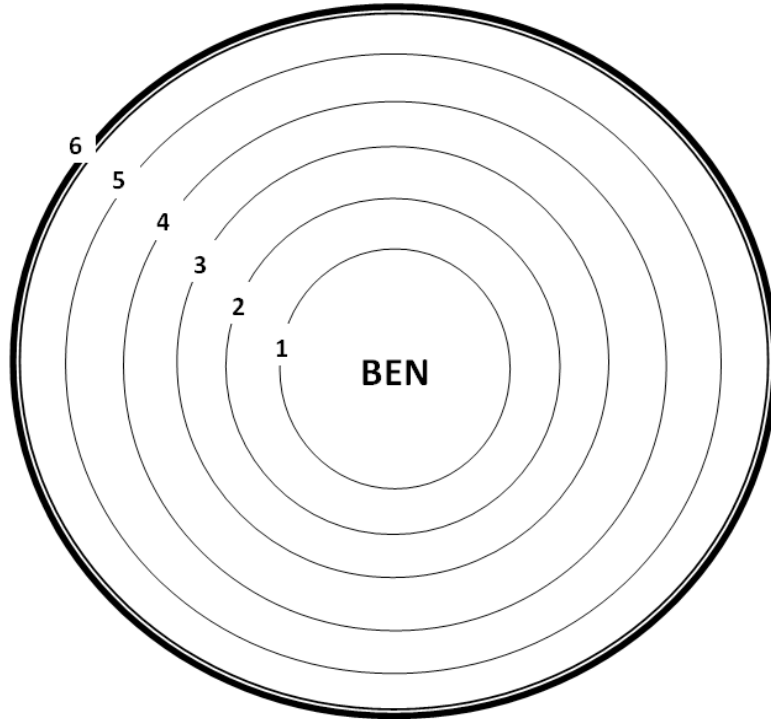
Bu ölçeğin geçerliğini sınamak amacıyla ölçekte yer alan 11 maddeye Varimax rotasyonu kullanılarak temel bileşenler faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan ve toplam varyansın % 74.5'ini açıklayan 3 faktör ortaya çıkmıştır. Toplam varyansın %33.9'unu açıklayan birinci faktör (Madde 2, 1, 8, 10, 11) "Gerçekçi Rekabet Stratejisi" olarak adlandırılmıştır ($\alpha = .88$). İkinci faktör (Madde 3, 4, 5, 6) toplam varyansın %23.9'unu açıklamaktadır ve "Asimilasyon Stratejisi" olarak adlandırılmıştır ($\alpha = .87$). Toplam varyansın %16.6'sını açıklayan üçüncü faktör (Madde 7, 9) "Sosyal Rekabet Stratejisi" olarak adlandırılmıştır ($\alpha = .81$). Faktör analizi sonuçları Tablo 1'de sunulmuştur. Bu tabloda vurgulu olarak yazılmış faktör yükleri o maddenin hangi faktöre ait olduğunu göstermektedir.

Kimlik özdeşimleri: Katılımcıların çeşitli sosyal kimlik yapılarıyla özdeşim düzeyleri hakkında bilgi edinmek amacıyla Cinnirella (1997) tarafından daha önce uygulanan Likert tipi ölçek kaynak alınmış ve bu araştırmanın amaçları doğrultusunda beş sosyal kimlik aidiyetini (Avrupalı Kimliği ($\alpha = .91$), Etnik Kimlik ($\alpha = .96$), Şehir Kimliği ($\alpha = .95$), Dini Kimlik ($\alpha = .97$) ve Cinsiyet Kimliğini ($\alpha = .87$)) temsil edecek şekilde yeniden düzenlenmiştir. Bu ölçeklerde; sosyal kimliklerin “algılanan önemi”, “sosyo duygusal yan anlamlar”, “iç grubun diğer üyeleri ve benlik arasında benzerlik sorgulaması” ve “iç grup üyeleriyle benlik arasındaki karşılıklı bağlılık / iç gruba bağlılık” gibi başlıklarda veri toplanmaktadır. Her bir sosyal kimlik özdeşimi, 7 maddeden oluşan ve cevap aralığı; 1 = “Hiç” – 7 = “Çok” arasında değişen Likert tipi ölçekle ayrı ayrı ele alınmıştır.

Sosyal kimlikleri konumlandırma burcu: Katılımcıların yukarıda sözü edilen sosyal kimlik aidiyetlerini benliklerine ne derece yakın veya uzak algıladıklarını anlamak amacıyla Cinnirella ve Hamilton (2007) tarafından uygulanan Sosyal Kimlikleri Konumlandırma Burcu temel alınmış ve bu araştırmaya konu olan sosyal kategoriler doğrultusunda yeniden düzenlenmiştir.

Şekil 1’de görüleceği üzere, katılımcılara iç içe geçmiş altı çemberden oluşan ve merkezinde “BEN” yazan bir burç sunulurken, beş sosyal kimliğin baş harfini (cinsiyet (C), etnik kimlik (E), şehir kimliği (Ş), Avrupalı kimliği (A) ve dini kimlik (D)), kendilerini en iyi ifade eden kimliğin baş harfi merkeze en yakın olacak şekilde, burç üzerine yerleştirmeleri istenmiştir. Her bir kimliğin baş harfinin konumlandırıldığı çember, istatistiksel analiz için sayısal bir değer olarak ele alınmıştır. “BEN”i çevreleyen ilk çember, bir diğer deyişle burcun en merkezindeki çemberin 1 puan, en dış çemberin ise 6 puan olarak sayısallaştırıldığı bu değerlendirme biçiminde, “Benliğe en yakın” çember 1 puan, “Benliğe en uzak” olan çember ise 6 puan olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda puan arttıkça sosyal kimliklerin benliğe uzaklık derecesi artmaktadır. İstatistiksel analizler ise yukarıda belirtilen 6 dereceli puanlandırmanın tersi yönünde gerçekleştirilmiştir. Bir diğer deyişle 1 puan “Benliğe En Uzak”, 6 ise “Benliğe En Yakın”ı temsil etmektedir. Burcun bu çalışma için iç tutarlık güvenilirlik katsayısı .62’dir.

Katılımcılara burç üzerinde uygulamaya geçmeden önce şu şekilde bir yönerge sunulmuştur: “Bu bölümde sizden istediğimiz “Sizi siz yapan sosyal kimlikleriniz”



Cinsiyet = C; Etnik Kimlik = E; Şehir Kimliği = Ş; Avrupalı = A; Dini Kimlik = D

Şekil 1. Sosyal Kimlikleri Konumlandırma Burcunun Bu Araştırma İçin Dönüştürülmüş Biçimi.

üzerine düşünmeniz. Öncelikle, cinsiyetinize, etnik grubunuza, yaşadığınız şehre, Avrupa'ya ve dini inançlarınıza olan bağlılığınızı aklınızda kısaca değerlendirin. Ardından size kim olduğunuzu hissettiren ve sizi en iyi ifade eden sosyal kimliğin baş harfini, aşağıdaki figür üzerinde merkeze yakın bir yerdeki çember üzerine yerleştirin. Geri kalan dört kimliğin harflerini de, bu kimliklerin sizin için taşıdıkları önem sıralarına göre merkezden biraz daha uzaktaki çemberler üzerine yerleştirin. Eğer kimlik özellikleriniz sizin için aynı ya da benzer öneme sahip ise harfleri aynı çember üzerine yerleştiriniz. Harflerin yerleşiminin doğrusu ya da yanlışı yoktur, önemli olan kimlik özelliklerinizin sizin için önemini gösteren bir düzenleme yapmanızdır.”

İşlem

Uygulama, alan araştırması, görüşme teknikleri ve soru formunun içeriği hakkında eğitim alan Ege Üniversitesi Psikoloji Bölümü öğrencileri tarafından katılımcılarla yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan kişilere, araştırmanın amacına ilişkin kısa bir bilgi verilmiş ve araştırmaya katılmaları konusunda onayları alındıktan sonra uygulamaya geçilmiştir. Ölçeklerin uygulanması yaklaşık olarak 15-20 dakika sürmüştür. Katılımcılardan kimliklerine ilişkin bilgiler istenmemiştir.

Bulgular

Araştırmanın bütününde, Türkiye'nin AB'ye girişi ve Avrupa'ya ilişkin tutumlar, Sosyal Kimlikleri Konumlandırma Burcu ve Kimlik Özdeşimlerinin çeşitli sosyo-demografik değişkenlerle ve diğer değişkenlerle ilişkileri analiz edilmesine karşın, bu makalede özel olarak sosyal kimlik sembollerinden Etnik Kimliğin ve Avrupalı Kimliğinin benlik merkezine yakınlık derecesinin, AB tarafgirliği ve Avrupa'ya ilişkin tutumlarla ilişkileri üzerinde durulmuş ve çalışma bulguları bu doğrultuda sınırlandırılmıştır.

Etnik Kimliğin Benlik Merkezine Yakınlık Derecesi

Katılımcıların etnik kimlik sembolünü, burç üzerinde konumlandırmaları incelediğinde, burçtan alınan puan ortalamasının 4.09 ve standart sapmasının 1.66 olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu değerler doğrultusunda, katılımcıların değerlendirmeleri etnik kimliğini “Benliğe yakın”, “Benliğe orta düzeyde yakın” ve “Benliğe uzak” algılayan katılımcıların yer aldığı üç grup oluşturulmuştur. Bu gruplandırmaya göre katılımcıların %48,4'ü etnik kimliğini burç üzerinde benlik merkezine yakın, %16,7'si orta düzeyde yakın ve %35'i uzak olarak konumlandırmıştır.

Etnik kimlik aidiyetini benlik merkezine yakın, orta düzeyde yakın ve uzak algılayan katılımcıların

diğer ölçeklerden aldıkları puan ortalamalarının farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Sonuçlara göre grupların Etnik Kimlikle Özdeşim, $F(2, 224) = 49.02, p = .000, \eta^2 = .30$, Avrupalı Kimliği ile Özdeşim $F(2, 232) = 6.78, p = .001, \eta^2 = .05$, ve Sosyal Rekabet, $F(2, 234) = 4.30, p < .05, \eta^2 = .03$ açısından istatistiksel olarak farklılaştığı görülmüştür. Tukey çoklu karşılaştırma testleri burç üzerinde Etnik Kimlik sembolünü benliklerine yakın konumlandıran katılımcıların, Etnik kimlik ile özdeşim düzeylerinin ($Ort. = 40.25 S = 9.25$), orta düzeyde yakın algılayan katılımcılara kıyasla ($Ort. = 35.89 S = 10.05$) ve bu kimliği orta düzeyde yakın konumlandıran katılımcıların ($Ort. = 35.89 S = 10.05$) uzak algılayan katılımcılara kıyasla ($Ort. = 24.46 S = 13.16$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bununla birlikte etnik kimliğini benlik merkezine yakın algılayan katılımcıların, Avrupalı kimliği ile özdeşim düzeylerinin ($Ort. = 20.35 S = 9.77$), etnik kimliğini orta düzeyde yakın ($Ort. = 25.51 S = 9.33$) ve uzak algılayan katılımcılara ($Ort. = 24.53 S = 9.12$) kıyasla daha düşük olduğu görülmüştür. Ayrıca etnik kimliğini benliğine orta düzeyde yakın hisseden katılımcıların Sosyal Rekabet stratejisi puan ortalamalarının ($Ort. = 5.17 S = 2.25$) uzak algılayan katılımcılara kıyasla ($Ort. = 4.11 S = 1.64$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Avrupalı Kimliğinin Benlik Merkezine Yakınlık Derecesi

Katılımcıların Avrupalı kimlik sembolünü, burç üzerinde konumlandırmaları incelediğinde, burçtan alınan puan ortalamasının 2.80 ve standart sapmasının 1.50 olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu değerler doğrultusunda, katılımcıların değerlendirmeleri Avrupalı kimliğini “Benliğe yakın”, “Benliğe orta düzeyde yakın” ve “Benliğe uzak” algılayan katılımcıların yer aldığı üç grup oluşturulmuştur. Bu gruplandırmaya göre katılımcıların %29,4'ü Avrupalı kimliğini burç üzerinde benlik merkezine yakın, %23,7'si orta düzeyde yakın ve %46,9'u uzak olarak konumlandırmıştır.

Avrupalı kimlik sembolünü, benlik merkezine yakın, orta düzeyde yakın ve uzak algılayan katılımcıların diğer ölçeklerden aldıkları puan ortalamalarının farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Sonuçlara göre grupların AB tarafgirliği istatistiksel olarak anlamlıdır, $F(2, 242) = 11.58, p = .000, \eta^2 = .09$, Avrupalı Kimlik Özdeşimi istatistiksel olarak anlamlıdır, $F(2, 232) = 27.81, p = .000, \eta^2 = .19$, Gerçekçi Rekabet istatistiksel olarak anlamlıdır, $F(2, 228) = 14.32, p = .000, \eta^2 = .11$ ve Asimilasyon stratejileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur, $F(2, 235) = 29.84, p = .000, \eta^2 = .20$. Tukey çoklu karşılaştırma testleri, burç üzerinde Avrupalı kimlik sembolünü benliklerine yakın konumlandıran katılımcıların, Türkiye'nin AB'ye girişini ($Ort. = 5.44 S = 1.56$), bu kimliği benliğine uzak al-

algılayan katılımcılara kıyasla ($Ort. = 4.17 S = 1.98$) daha fazla destekledikleri görülmüştür.

Avrupalı kimliğini benliğinin merkezine yakın konumlayan katılımcıların Avrupalı kimliği ile özdeşim düzeyleri ($Ort. = 29.15 S = 8.64$), bu kimlik sembolünü benlik merkezine orta düzeyde yakın ($Ort. = 22.18 S = 8.60$) ve uzak konumlayan katılımcılara kıyasla ($Ort. = 19.09 S = 8.89$) daha yüksek olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca, Avrupalı kimliğini benlik merkezine daha yakın algılayan katılımcıların, Asimilasyon stratejisi puan ortalamalarının ($Ort. = 12.48 S = 3.52$), bu kimliği benlik merkezine orta düzeyde yakın ($Ort. = 9.52 S = 2.65$) ve uzak algılayan katılımcılara kıyasla ($Ort. = 8.67 S = 3.43$) daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Bu kimliği benlik merkezine uzak algılayan katılımcıların ise Gerçekçi Rekabet stratejisi puan ortalamalarının ($Ort. = 15.79 S = 4.39$), bu kimliği benlik merkezine yakın ($Ort. = 19.19 S = 3.96$) ve orta düzeyde yakın algılayan katılımcıların ortalamasından ($Ort. = 17.52 S = 4.39$) daha düşük olduğu görülmüştür.

Etnik Kökene Göre Etnik Kimlik ve Avrupalı Kimliğinin Benlik Merkezine Yakınlık Dereceleri

Kürt, Türk ve diğer etnik kökenli katılımcıların, burç üzerinde Etnik Kimlik ve Avrupalı Kimliği sembollerini konumlandırımları tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Sonuçlara göre grupların Etnik kimlik sembollerini konumlandırma açısından anlamlı farklılaştığı, $F(2, 245) = 16.81, p = .001, \eta^2 = .12$, Avrupalı kimlik sembollerini konumlandırma açısından anlamlı farklılaştığı görülmüştür, $F(2, 244) = 5.06, p < .01, \eta^2 = .04$. Tukey çoklu karşılaştırma sonuçlarına göre; Kürtlerin ($Ort. = 4.97 S = 1.31$) Etnik kimlik sembolünü Türk ($Ort. = 3.63 S = 1.64$) ve diğer etnik kökenli katılımcılara ($Ort. = 3.97 S = 1.65$) kıyasla benliklerinin merkezine daha yakın konumlandıkları görülmüştür. Bununla birlikte, Türkler ($Ort. = 3.05 S = 1.53$) Avrupalı kimlik sembolünü, Kürtlere ($Ort. = 2.35 S = 1.31$) kıyasla benlik merkezlerine daha yakın konumlandırımlardır.

Etnik Kökene Göre Etnik Kimlik Özdeşimi ve Avrupalı Kimliği ile Özdeşim

Tek yönlü varyans analizi sonuçları, Kürt, Türk ve diğer etnik kökenli katılımcıların Etnik kimlik özdeşimi anlamlıdır, $F(2, 229) = 4.10, p < .05, \eta^2 = .03$, ve Avrupalı kimliği ile özdeşim puan ortalamalarının anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermiştir, $F(2, 237) = 17.14, p = .001, \eta^2 = .13$. Tukey çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre; Kürtlerin Etnik kimlik ($Ort. = 37.29 S = 11.70$) ile özdeşim düzeylerinin diğer etnik kökenli katılımcılardan ($Ort. = 30.42 S = 14.87$) daha yüksek; Avrupalı kimliği ile özdeşim düzeyininin ($Ort. = 17.56 S = 9.64$) ise hem Türk ($Ort. = 25.65 S = 8.64$) hem de diğer etnik kökenli katılımcılardan ($Ort. = 22.91 S = 9.59$) daha düşük olduğu görülmüştür.

Etnik Kökene Göre AB Tarafgirlik Düzeyi ve Avrupa'ya İlişkin Tutumlar

Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, Kürt, Türk ve diğer etnik kökenli katılımcıların Türkiye'nin AB'ye girmesine ilişkin tutum ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma olmadığı gözlenmiştir, $F(2, 249) = .10, p > .05, \eta^2 = .001$. Ayrıca farklı etnik kökenli katılımcıların Gerçekçi Rekabete göre farklılaşmadığı, $F(2, 235) = .14, p > .05, \eta^2 = .001$, Asimilasyona göre farklılaşmadığı, $F(2, 242) = .48, p > .05, \eta^2 = .004$ ve Sosyal Rekabet göre farklılaşmadığı gözlenmiştir, $F(2, 240) = .04, p > .05, \eta^2 = .000$.

AB Tarafgirlik Düzeyini Yordayan Değişkenler

Türkiye'nin AB'ye girişi konusunda taraftar olma düzeyini hangi değişkenlerin en iyi yordadığını saptamak amacıyla Çoklu Doğrusal Regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon modeline dahil edilen bağımsız değişkenler sırasıyla Cinsiyet Kimliği Sembolünü Konumlandırma, Etnik Kimlik Sembolünü Konumlandırma, Şehir Kimliği Sembolünü Konumlandırma, Avrupalı Kimlik Sembolünü Konumlandırma, Dini Kimlik Sembolünü Konumlandırma, Şehir Kimliği ile Özdeşim, Etnik Kimlik ile Özdeşim, Cinsiyet Kimliği ile Özdeşim, Dini Kimlik ile Özdeşim, Avrupalı Kimliği ile Özdeşim, Gerçekçi Rekabet Stratejisi, Asimilasyon Stratejisi, Sosyal Rekabet Stratejisidir.

Uygun regresyon modelini belirlemek için "adım adım seçme" yönteminden yararlanılmıştır. Sonuçlara göre, AB tarafgirliğini en iyi şekilde yordayan değişkenler; Gerçekçi Rekabet Stratejisi ($\beta = .28, p = .000$), Etnik Kimlik Sembolünün burç üzerinde tanımlanan konumu ($\beta = -.15, p < .01$) ve Avrupalı kimlik sembolünün burç üzerinde tanımlanan konumudur ($\beta = .12, p < .05$). Modele ait çoklu korelasyon katsayısı .75'dir, $F(3, 189) = 79.446, p = .000$. Gerçekçi rekabet stratejisi ve Avrupalı kimliğinin benliğe yakınlık derecesi ile AB tarafgirliği arasında pozitif yönde bir ilişki varken; katılımcıların etnik kimlik sembolünün burç üzerinde tanımlanan konumu ile AB tarafgirliği arasında negatif yönde bir ilişki mevcuttur. Bu sonuca göre katılımcıların etnik kimlik sembolünü benlik merkezlerine yakın konumlandırma düzeyleri arttıkça, AB'ye tarafgirlik düzeylerinin düştüğü anlaşılmaktadır.

Avrupalı Kimliğinin Benlik Merkezine Yakınlık Derecesini Yordayan Değişkenler

Avrupalı kimlik sembolünün burç üzerinde tanımlanan konumunu, hangi değişkenlerin en iyi yordadığını saptamak amacıyla Çoklu Doğrusal Regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Modele dahil edilen değişkenler sırasıyla AB'ye tarafgirlik düzeyi, Cinsiyet Kimliği Sembolünü Konumlandırma, Etnik Kimlik Sembolünü Konumlandırma, Şehir Kimliği Sembolünü Konumlan-

dırma, Dini Kimlik Sembolünü Konumlandırma, Avrupalılık Kimliğiyle Özdeşim, Şehir Kimliğiyle Özdeşim, Etnik Kimliğiyle Özdeşim, Cinsiyet Kimliğiyle Özdeşim, Dini Kimliğiyle Özdeşim, Gerçekçi Rekabet Stratejisi, Asimilasyon Stratejisi, Sosyal Rekabet Stratejisidir.

Sonuçlara göre katılımcıların Avrupalı kimliğini benliklerine yakın görme düzeyini en iyi yordayan değişkenler Şehir Kimliğinin burç üzerinde tanımlanan konumu ($\beta = .40, p = .000$), Avrupalı Kimliğiyle Özdeşim ($\beta = .04, p = .000$) ve Asimilasyon Stratejisidir ($\beta = .10, p = .001$). Yordayıcı tüm değişkenler ile Avrupalılık Kimliğini benliğe yakın konumlandırma arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgulardan hareketle katılımcıların şehir kimliği sembolünü benlik merkezlerine yakın algıladıkça ve Avrupalılık Kimliğiyle özdeşim düzeyleri ve Asimilasyon stratejisi puan ortalamaları arttıkça Avrupalılık kimliği sembolünü benlik merkezlerine daha yakın algıladıkları anlaşılmaktadır.

Tartışma

Bu araştırmada Avrupa Birliği'ne giriş süreciyle ilgili toplumun farklı kesimlerinden katılımcıların görüş ve değerlendirmelerinin, ait oldukları çoklu kimlik yapılarının algılanmasıyla ilişkisinin anlaşılması amaçlanmıştır. Bu genel amaç doğrultusunda İzmir'de yaşayan farklı etnik kökenli katılımcıların Avrupa'ya ve AB'ye yönelik tutumlarının hangi yönlerden farklılaştığı, etnik kimlik ve Avrupalı kimliklerinin algılanışı ve benlik merkezine yakınlık/uzaklık derecesi incelenmiştir.

Sosyal kimlikleri konumlandırma burcu yöntemi, farklı teorik çerçevelerde (örn. CaSidy ve Trew, 1998; Cinnirella, 1997; Cinnirella ve Hamilton, 2007; Rutland ve Cinnirella, 2000) ele alınmış ve bu çalışmalarda sosyal kimlik özdeşimleri ile benliğin bu kimlikler yoluyla tanımlanması arasındaki ilişki üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada da sosyal kimlikleri konumlandırma burcu yönteminin, çoklu kimliklerin yapısının anlaşılmasında kullanışlı olduğu görülmüştür. Bu yöntem, sosyal psikoloji alanında ülkemizde ilk kez kullanılan bir yöntemdir. Dolayısıyla başka araştırmalara model oluşturabilecek niteliktedir.

Literatürde, Avrupa'yla özdeşim düzeyi ve Avrupa'ya yönelik tutumlar konusunda önemli bir değişken olabilecek "etnik köken" konusu yeterli seviyede ele alınmamış ve bu konuda ilgili yazında önemli bir boşluk olarak kalmıştır (Cinnirella ve Hamilton, 2007). Çalışmamızın sonuçları, etnik kökenin, sosyal kimlik sembollerinin konumlandırılmasında etkili bir değişken olduğunu göstermektedir. Kürtler etnik kimliklerini, Türkler ve diğer etnik kökenli katılımcılara kıyasla benliklerinin merkezine daha yakın konumlandırmışlardır. Etnik kimliğin Kürtler için, diğer katılımcılara kıyasla benliklerinin daha merkezi bir ögesi olduğu anlaşılmış-

tır. Bunun nedeni Türkiye'de Kürt Meselesi olarak uzun bir geçmişe dayanan ve Kürtlerin dezavantajlı bir grup olarak, kolektif kimlik haklarının ihlal edildiğini ve ayrımcılık yaşadıklarını düşünüyor olmaları olabilir. Dolayısıyla etnik kimliklerini daha merkezi bir kimlik olarak yaşamaları, algılamaları anlaşılabilir. Türkiye'de yapılan önceki çalışmalarda da benzer bulgular elde edilmiştir (Göregenli ve ark., 2008; Göregenli ve Teközel, 2006; Hortaçsu ve Cem-Ersoy, 2005; Sandal-Önal, 2007). Etnik kimliğe ilişkin elde edilen bu bulgu Cinnirella ve Hamilton'ın (2007) çalışmasıyla da tutarlılık göstermektedir. İlgili çalışmada yazarlar Asyalı katılımcıların, etnik kimlik sembolünü, Britanyalı ve Avrupalı kimlik sembollerine kıyaslandığında, benlik merkezine çok daha yakınına yerleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Cinnirella ve Hamilton'ın (2007) çalışmasında Asyalı katılımcılar, Avrupalı kimlik sembolünü Beyaz katılımcılarla kıyaslandığında kısmen merkeze daha yakın bir yere yerleştirmişlerdir. Bizim çalışmamızda ise, Avrupalı kimliğini benlik merkezine daha yakın konumlandıranların etnik açıdan çoğunluk ya da hakim grup olarak nitelendirilebilecek Türkler olduğu görülmüştür. Kürt ve diğer etnik kökenli katılımcıların Avrupalı kimliği ile özdeşim düzeylerinin Türklerle kıyasla daha düşük olmasının etnik kimlik özdeşimlerinin içinde bulunulan sosyal ve siyasal bağlamda, benlik merkezleri açısından daha yüksek öneme sahip olmasından kaynaklandığı düşünülebilir. Önceki çalışmalarda Türkler açısından politik görüşün, etnik kimliğin önemini algılamada etkili olduğu bulunmuştur (Örn., Göregenli ve Teközel, 2006; Hortaçsu ve Cem-Ersoy, 2005); kendilerini daha sağda ifade eden katılımcıların, solda ifade edenlere göre etnik kimliklerini daha merkezi konumda algılamaları söz konusudur.

Türkiye'nin AB'ye girişi konusunda taraftar olma düzeyini hangi değişkenlerin yordadığını saptayabilmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda, AB tarafgirliğini en iyi yordayan değişken Gerçekçi Rekabet Stratejisi, en az yordayan değişken ise Avrupalı kimliğin burç üzerinde tanımlanan konumudur. Gerçekçi Rekabet Stratejisi ve Avrupalı kimliğinin burç üzerinde tanımlanan konumu ile AB tarafgirliği arasında pozitif yönde bir ilişki varken; katılımcıların etnik kimlik sembolünün burç üzerinde tanımlanan konumu ile AB tarafgirliği arasında negatif yönde bir ilişki mevcuttur. Bu sonuca göre katılımcıların etnik kimlik sembolünü benlik merkezlerine yakın konumlandırma düzeyleri arttıkça, AB'ye tarafgirlik düzeylerinin düştüğü anlaşılmaktadır. Gerçekçi Rekabet Stratejisinin AB'ye tarafgirlik düzeyini yordayıcı etkisi, Göregenli'nin (2010) AB'ye girişe yönelik tutumlar konusundaki çalışmasının bulgularını doğrulamaktadır.

Avrupalı kimliğini benlik merkezine yakın görme düzeyini en iyi yordayan değişkenin Şehir Kimliğinin burç üzerinde tanımlanan konumu, en az yordayan de-

ğişkenin ise Asimilasyon Stratejisi olduğu görülmüştür. Yordayıcı tüm değişkenler ile Avrupalı kimliğini benliğe yakın konumlandırma arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Şehir kimliğini benliğine yakın olarak algılayanların, Avrupalı kimliğini benlik merkezine yakın konumlandırmaları, bu iki kimlik kategorisine ilişkin paylaşılan sosyal anlamların benzerliği ile açıklanabilir. Ayrıca elde edilen bu bulgu, Medrano ve Gutierrez (2001)'in kentlilik deneyimlerinin, Avrupa'ya yönelik tutumları farklılaştırdığı yönündeki bulgularını destekler niteliktedir. Asimilasyon stratejisini benimseme düzeyi ile Avrupalı kimliğini benlik merkezine yakın konumlandırma arasında saptanan pozitif ilişki, dış grup yanlılığı temelinde ele alındığında geçmiş araştırma bulgularıyla da (örn. Göregenli ve Teközel, 2006) tutarlılık göstermektedir.

Sonuç olarak farklı sosyal kimlik yapılarının benlik merkezi açısından algılanan önem düzeylerinin, bu kimlik yapılarına ilişkin tutumların genel olarak farklılık gösterdiği bulunmuştur. Bu farklı kimlik yapıları arasında belirgin olarak etnik kimliğin AB, Avrupa ve Avrupalı kimliğine ilişkin tutumları etkilemesi açısından dinamik-değişken bir sürece işaret ettiği söylenebilir. Elde edilen tüm bulgulardan hareketle çoklu kimlik yapılarının etkileşimsel ve dinamik bir niteliğe sahip olduğu açıkça görülmüştür. Bu anlamda farklı sosyal kimlik kategorilerinin değerlendirilmesi ve birbirleriyle ilişkilendirilmesi sürecinde bağlamsal ve tarihsel bir anlayış geliştirilmesi gerekliliği vurgulanmalıdır. Günümüzden bakıldığında Türkiye'nin AB'ye girmesi yönündeki tutumların, siyasal bağlama göre zaman içinde değişiklikler gösterdiği ve bu değişimin süreceği düşünülebilir. Siyasal bağlam benzer biçimde etnik kökene bağlılık düzeylerini de değiştirmektedir. Buradan hareketle, AB ile ilgili tutumlar ve bu tutumları etkileyen sosyal psikolojik değişkenler, farklı zamanlarda yapılan araştırmaların bulgularının bir arada ele alınmasıyla daha iyi anlaşılabilir.

Kaynaklar

- Arendt-Toth, J. ve Van de Vijver, F. J. R. (2003). Multiculturalism and acculturation: Views of Dutch and Turkish-Dutch. *European Journal of Social Psychology, 33*, 249-266.
- Berry, J. W., Kim, U., Power, S., Yong, M. ve Bujaki, M. (1989). Acculturation attitudes in plural societies. *Applied Psychology: An International Review, 38*, 185-206.
- Blanz, M., Mummendey, A., Mielke, R. ve Klink, A. (1998). Strategic responses to negative social identity: An empirical systematization of field data. *European Journal of Social Psychology, 28*, 697-729.
- Brown, R. ve Abrams, D. (1985). The effects interdependence on intergroup attitudes and task. *Experimental Social Psychology, 22*, 78-92.
- Cassidy, C. ve Trew, K. (1998). Identities in Northern Ireland: A multidimensional approach. *Journal of Social Issues, 54*, 725-740.
- Chrysochoou, X. (2000a). Membership in a superordinate level: Rethinking European Union as a multinational society. *Journal of Community and Applied Social Psychology, 10*, 403-420.
- Chrysochoou, X. (2000b). Multicultural societies: Making sense of new environments and identities. *Journal of Community and Applied Social Psychology, 10*, 343-354.
- Chrysochoou, X. (2003). Studying identity in social psychology: Some thoughts on the definition of identity and its relation to action. *Language and Politics, 2*, 225-242.
- Cinnirella, M. (1996). A Social Psychological Perspective on European Integration. G.M. Breakwell and E. Lyons (Eds.) *Changing European Identities: Social Psychological Analyses of Social Change* içinde (s. 381-402). Oxford, UK: Betterworth Heinemann.
- Cinnirella, M. (1997). Towards a European Identity? Interactions between the national and European social identities manifested by university students in Britain and Italy. *British Journal of Social Psychology, 36*, 19-31.
- Cinnirella, M. (1998). Exploring temporal aspects of social identity the concept of possible social identity. *European Journal of Social Psychology, 28*, 227-248.
- Cinnirella, M. (2001). Forever the Reluctant Europeans? *Psychologist, 14*, 344-346.
- Cinnirella, M. ve Hamilton, S. (2007). Are all Britons reluctant Europeans? Exploring European identity and attitudes to Europe among citizens of South Asian ethnicity. *Ethnic and Racial Studies, 30*, 481-501.

- Doosje, B., Spears, R. ve Ellemers, N. (2002). Social identity as both cause and effect: The development of group identification in response to anticipated and actual changes in the intergroup status hierarchy. *British Journal of Social Psychology*, 41, 57-76.
- Duchesne, S. (2008). Waiting for a European Identity. Reflections on process of identification with Europe. *Perspectives on European Politics and Society*, 9, 397-410.
- Favell, A. (2005). Europe's identity problem: Review article, *West European Politics*, 28, 1109-1116.
- Göregenli, M. (2010). *Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Girişi'ne Yönelik Tutumlar*. 107K082 No'lu TÜBİTAK Projesi.
- Göregenli, M. ve Teközel, M. (2006). *Üniversite öğrencileri ve yetişkin örnekleme AB'ye giriş konusundaki tutumlar ve değerlerin araştırılması*. Ege Üniversitesi Araştırma Projesi. İzmir. 2002 / EDB / 003.
- Göregenli, M., Solak, N. ve İyilikçi, O. (2008). *Avrupa Birliği'ne giriş konusundaki tutumlar*. 15. Ulusal Psikoloji Kongresi, 3-5 Eylül, İstanbul.
- Guerrina, R. (2002). *Europe: History, ideas, ideologies*. London, UK: Arnold.
- Hogg, M. A., & Abrams, D. (1988). *Social identifications. A social psychology of intergroup relations and group processes*. London, UK: Routledge.
- Hooge, L. ve Marks, G. A. (2008). Postfunctionalist Theory of European Integration: From Permissive Consensus to Constraining Disensus. *British Journal of Political Science*, 39, 1-23.
- Hortaçsu, N. ve Cem, N. (2005). Values, identities and social constructions of the European Union among Turkish university youth. *European Journal of Social Psychology*, 35, 107-121.
- Licata, L. (2003). Representing the Future of European Union: Consequences on National and European Identifications. *Papers on Social Representations*, 12, 1-22.
- Medrano, J. D. ve Gutierrez, P. (2001). Nested Identities: National and European Identities in Spain. *Ethnic and Racial Studies*, 24, 753-778.
- Mummenday, A. ve Wenzel, M. (1999). Social discrimination and tolerance in intergroup relations: Reactions to intergroup difference. *Personality and Social Psychology Review*, 3, 158-174.
- Nagayoshi, K. (2011). Support of multiculturalism, but for whom? Effects of ethno-national identity on the endorsement of multiculturalism in Japan. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 37, 561-578.
- Reicher, S. (2004). The context of social identity: Domination, resistance, and change. *Political Psychology*, 25, 6.
- Rutland, A. ve Cinnirella, M. (2000). Context effects on Scottish national and European self-categorization: the importance of category accessibility, fragility and relations. *British Journal of Social Psychology*, 39, 495-519.
- Sandal-Önal, E. (2007). *Social Representations of European Union*. Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Sandanpen, S.F.T. (2011). *Skin Deep: Visual Representations of White/British Identity and Black/Foreign Identity in Commercially Successful Popular British Cinema*. 23.09.2011 tarihinde www.inter-disciplinary.net/wp-content/uploads/2010/.../sandanpenpaper.pdf adresinden alınmıştır.
- Soysal, Y.N. (2000). Citizenship and identity: living in diasporas in post-war Europe. *Ethnic and Racial Studies*, 23, 1-15.
- Stryker, S. ve Sarpe, R. (1994). Identity salience and psychological centrality. *Social Psychology Quarterly*, 57, 16-35.
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks-Cole.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.
- Tajfel, H. (Ed.). (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London, UK: Academic Press.
- Tajfel, H., ve Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.). *The psychology of intergroup relations* (s. 7-24). Chicago, IL: Nelson-Hill.
- Turner, J.C. (1975). Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 5, 5-34.
- Turner, J.C. (1978), "Social comparison, similarity and ingroup favoritism", in Tajfel, H. (Eds), *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of group relations* (s.235-50). London, UK: Academic Press.
- Van Knippenberg, A. ve Ellemers, N. (1990). Social identity and intergroup differentiation processes. *European review of social psychology*, 1, 137-169.
- Weinreich, P. (1998). *Social exclusion and multiple identities*. 20.09.2011 tarihinde http://www.amielandmelburn.org.uk/collections/soundings/09_139 adresinden alınmıştır.

Summary

The Relationship Between Ethnic Identity, European Identity and Attitudes Towards EU

Melek Göregenli

Pelin Karakuş Akalın

İstinye University

The ongoing discussion on accession of Turkey to the European Union (EU) on media or among academics has been widely built on a view of Turkey as a uniformed society. However, the literature on EU integration (Arends-Toth, 2003; Chryssochoou, 2000ab; Cinnirella, 1996, 1997, 1998, 2001; Cinnirella and Hamilton, 2007; Duchesne, 2008; Licata, 2003; Nagayoshi, 2011; Ruthland and Cinnirella, 2000; Wienrieck, 1998) has indicated that the opinions related to EU membership are influenced by identification with multiple social identities. The previous research related to Turkey's entry to the EU (Göregenli and Teközel, 2006; Göregenli et al., 2008; Hortaçsu and Cem-Ersoy, 2005; Sandal-Önal, 2007) demonstrated that there is strong in-group belonging on the base of national identity in Turkey. Moreover this research showed that ethnic identity has a significant effect on attitudes towards the EU.

Social Identity Theory and Strategies to Cope With Negative Social Identity

Social identity theory suggests that the social identity is formed in relation to individual's group memberships (Tajfel, 1982; Turner, 1978). The individuals form negative or positive perceptions towards their group memberships on the basis of social characteristics of the group and perceived group status differences (Tajfel, 1982; Turner, 1999). Individuals are motivated to achieve or maintain positive distinctiveness of their social identities. When the individuals perceive a negative social identity, they engage in several strategies to cope with an unfavorable in-group position or a negative social identity (Brown and Abrams, 1985; Doosje, Spears and Ellemers, 2002; Tajfel and Turner, 1986; Van Knippenberg and Ellemers, 1990). These strategies may occur in three ways: individual mobility, social creativity and social competition (Tajfel and Turner, 1979). In individual mobility, the members of the groups may identify with the group at a low level of attachment or they may search for ways to be a member of another high-status

group in order to escape negative group membership. The strategy of social creativity means that the members of the group may create new strategies for comparing the in-group with out-groups. Social competition is based on the idea that competition with an out-group is possible (Blanz, Mummendey, Mielke and Klink, 1998; Tajfel, 1978).

Multiple Social Identities

It was previously argued that people's willingness to perceive themselves as members of a category has impact on how this category is constructed and how it acquires its meaning. Within the context of intergroup relations, a religious identification might become central to a person's sense of who they are because of its association with specific ethnic identification (Chryssochoou, 2000ab). Thus, it is important to understand how these different social identifications become central to the self-concept. In particular, "European identity" may also become a central or distant social category depending on its association with specific types of social identifications, such as ethnic identity. Moreover, identification with European identity may also relate to attitudes towards EU. Previous research showed that Turkish participants rated their in-group highly negatively while comparing to an out-group such as "Europeans," although they had a high level of in-group belonging (Göregenli et al., 2008; Göregenli and Teközel, 2006).

With regard to viewing integration to the EU as a dynamic and changing process, there is no effort to understand how identification with multiple social identities relates to the attitudes towards accession of Turkey to the EU. In this sense, the present study aims to examine the relationship between identification with multiple social identities and attitudes towards the EU on the basis of an understanding of society as multicultural rather homogenous.

Method

Participants

The sample consists of 250 participants (115 male and 135 female). The participants were drawn from the city of Izmir in Turkey ($M=32.88$, $SD=11.05$); 41.1% of participants were university graduates. 50.8% of the participants identified as Turkish, 29.2% of the participants identified as Kurdish, and the rest of the participants (20%) were from other ethnic groups.

Materials

In this study a questionnaire including socio-demographic variables and attitude scales was used (Cinnirella, 1997; Cinnirella and Hamilton, 2007; Göregenli, 2010; Göregenli and Teközel, 2006). The subsections of the questionnaire are described below.

Socio-demographic variables. Questions about gender, age, education level, monthly income level and place of birth were included.

Attitudes towards Turkey's EU membership: All participants were asked to rate their support for Turkey's EU membership on a single item, where the responses ranges from "Strongly disagree" (1) to "Strongly agree" (7).

Attitudes toward Europe and strategies: This scale consists of 11 items related to perceived importance of Europe and the possible advantages of European membership (Blanz et al., 1998; Cinnirella and Hamilton, 2007). Participants indicated their agreement with each statement on a 5-point scale, 1=strongly disagree, and 5=strongly agree. The higher points indicate a more positive view of Europe. The internal reliability alpha score in this study was .88. A principal component analysis yielded three factors that explained 74.5% of the total variance. The first factor included five items and accounted for 33.9% of the variance and represented "realistic competition". The second factor consisted of four items and accounted for 23.9% of the variance and represented "assimilation strategy". The third factor included two items and accounted for 16.6% for the variance and named as "social competition".

Social identifications: This scale was used in order to measure the identification level of five different social identity categories: European identity, Ethnic identity, Urban identity, Religious identity and Gender identity. The items adopted from Cinnirella's (1997) work on European identity. Sample questions include "to what extent do you feel European?"; "how important to you is being European?". For the purposes of measuring other social identities, the word "European" was substituted by the other four social categories. Participants indicated their response with each statement on a 7-point scale, 1=not at all, and 7=extremely important. The higher

points indicate higher level of social identification. The internal reliability alpha score for all five types of social identity were higher than .80.

Visual representation of identities task: This chart was developed by Cinnirella and Hamilton (2007) in order to measure the centrality of an identity, by which is meant the degree to which it is the very core of the person's self-concept. For the present study, this chart was adopted in order to measure the centrality of five social identity categories in relation to self. The participants were asked to place the symbols of five social identities on the chart in relation to self which was shown at the centre of the chart (See Figure 1). Each circle on the chart was representing the score of centrality ranging from "1 – Most central" to 6 "Least central" to self-concept. The internal reliability alpha score was 0.62.

Results and Discussion

The method of visual representation of identities was found to be useful in order to examine the centrality of multiple social identities in relation to self-concept. By virtue of this research, this method was adopted to Turkish culture with a sufficient reliability and good validity. The main effects of the placement of the ethnic identity symbol on the chart were significant on ethnic identification, social competition and European identification. As the symbol of ethnic identity places more central to the self the mean scores of ethnic identification and social competition increase. Furthermore while the symbol of ethnic identity places more central to the self, the mean score of European identification decreases.

Concerning the placement of European identity symbol on the chart, the participants who placed this symbol as central to their self-concept had higher mean scores of European identification and assimilation strategy than the participants who placed the symbol less central. Moreover, the participants who perceives the European identity as a central part of their self supported accession of Turkey to the EU than the other participants. Finally, these participants had lower score of realistic competition than the participants who placed this symbol further.

There were significant differences on placement of identity symbols on the chart in terms of ethnic identity of the participants. Thus, Kurds placed the symbol of ethnic identity more central to their self-concept than Turks and other ethnic groups did, whereas Turks placed the symbol of European identity more central to their self than Kurds did. Moreover, Kurds had higher mean scores of ethnic identification than the other ethnic groups had. For European identification, Kurds were found to have lower mean scores than Turks and other groups. These findings were in line with other evidence

from Turkey and other cultural contexts (Cinnirella and Hamilton, 2007; Göregenli et al., 2008; Göregenli and Teközel, 2006; Hortaçsu and Cem-Ersoy, 2005; Sandal-Önal, 2007).

The findings of multiple regression analysis showed that realistic competition, the placement of ethnic identity symbol and the placement of European identity on the chart are the significant predictors of being in favor of accession of Turkey to the EU. In addition, the findings of multiple regression analysis showed that the placement of urban identity on the chart, European identification and assimilation were the significant predictors of the placement of European identity symbol on the chart.

In conclusion, results supported that the attitudes towards Europe and the EU are closely related to the identification levels of different social identities especially ethnic identity, European identity and urban identity. The present study showed the dynamic and interactive nature of multiple social identities which changes according to the different social contexts.