

Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme ve Kolektif Eylem Arasındaki İlişkide Sosyal Yaratıcılık Stratejilerinin Aracı Rolü

The Mediating Role of Social Creativity Strategies in the Relationship Between Identification with Female Identity and Collective Action

Nuri Akdoğan¹ , Kenan Alparslan² , Deniz Bilger³ 

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Diyarbakır, Türkiye

² Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Muş, Türkiye

³ Araş. Gör., Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Bursa, Türkiye

ÖZ

Sosyal kimlik kuramı, sosyal yaratıcılık stratejilerinin kolektif eylem yönelimi gibi sosyal değişime yönelik eğilimleri zayıflattığını ve mevcut sosyal statü sistemini pekiştirerek devamlılığını sağladığını öne sürmektedir. Ancak çeşitli bulgular, en azından “iç grubun niteliklerine yüklenen değerleri olumlu yönde değiştirme” stratejisi için durumun böyle olmadığını göstermektedir. Bulgular, iç grupla özdeşleşme arttıkça söz konusu stratejinin bireyleri sosyal rekabete girişmeye ve böylece sosyal değişimi gerçekleştirmeye motive ettiğine işaret etmektedir. Türkiye’de yaşayan 219 kadın üniversite öğrencisiyle yapılan bu araştırmanın temel amacı, özdeşleşme ile kadınların sosyal konumunu iyileştirmeye yönelik kolektif eylemlere katılma yönelimi arasındaki ilişkide sosyal yaratıcılık stratejilerinin aracı rolünü bir yapısal eşitlik modeli içinde incelemektir. Tespit edilebilecek ilişkilerin politik görüşten kaynaklanmadığından emin olmak amacıyla, politik görüş modele kontrol değişkeni olarak dâhil edilmiştir. Mevcut çalışma bir yandan yaratıcılık stratejilerinin kolektif eylem yönelimiyle ilişkisini sınıması diğer yandan özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkide aracı rol oynayan yeni bir mekanizma ortaya koymasından özgün bir niteliğe sahiptir. Yapısal eşitlik modelinin sonuçları, kolektif eylem yönelimini karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisinin negatif, yeni karşılaştırma boyutu ve kimliğe yüklenen değerleri olumlu yönde değiştirme stratejilerinin ise pozitif yönde yordadığını göstermektedir. Ayrıca, katılımcıların politik görüşleri sola kaydıka kolektif eylem yönelimleri artmaktadır. Kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkide karşılaştırma grubunu değiştirme negatif, diğer iki strateji pozitif yönde aracı rol oynamaktadır. Bu bulgular, sosyal yaratıcılık stratejilerinin, sosyal eşitsizliği azaltmaya ve statüyü yükseltmeye yönelik olan kolektif eylemler açısından önemli sonuçları olabileceğine işaret etmektedir. Bulgulardan hareketle sosyal yaratıcılık stratejilerinin sadece iç grup kimliğine olumlu bir içerik kazandırarak özsaygıyı arttıran, bütünüyle bilişsel nitelikte stratejiler değil, aynı zamanda kolektif eyleme yönelik motivasyonu güçlendiren veya zayıflatan araçlar olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal yaratıcılık stratejileri, kolektif eylem yönelimi, özdeşleşme, kadın kimliği

ABSTRACT

Social identity theory argues that social creativity strategies undermine tendencies that foster social change, such as collective action orientation, and provide continuity for the existing social status system by reinforcing it. However, various findings indicate that this is not the case, at least for the strategy of “changing value of

Corresponding Author: Nuri Akdoğan **E-mail:** nuriakdogan6@gmail.com

Submitted: 23.05.2021 • **Revision Requested:** 31.01.2022 • **Last Revision Received:** 13.02.2024 • **Accepted:** 19.02.2024



This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

the in-group dimension". The findings suggest that as identification with the ingroup increases, this strategy motivates individuals to engage in social competition and thus bring about social change. This study, conducted with 219 female college students in Turkey, aims to examine the mediating role of social creativity strategies in the relationship between identification with female identity and participation in collective actions intended to improve women's social status through structural equation modeling. Political view was included in the model as a control variable to ensure that the possible relationships were not due to political view. The present study is unique in that it examines the relationship between social creativity strategies and collective action orientation, on the one hand, and reveals a new mechanism that plays a mediating role in the relationship between identification and collective action orientation, on the other. The structural equation modeling results show that changing the out-group strategy negatively predicts collective action orientation, while the new dimension and changing the values strategies predict it positively. In addition, as participants' political views shift to the left, their collective action orientation increases. In the relationship between identification with female identity and collective action orientation, changing the out-group has a negative mediating role, while the other two strategies play a positive mediating role. These findings indicate that social creativity strategies can have important implications for collective actions aimed at reducing social inequality and increasing social status. Based on the findings, it can be said that social creativity strategies are not only cognitive strategies affirming ingroup identity and enhancing self-esteem but also instruments that reinforce or weaken collective action motivation.

Keywords: Social creativity strategies, collective action orientation, group identification, female identity

EXTENDED ABSTRACT

Social creativity and social competition are distinct paths to achieving self-esteem. Social identity theory posits that social creativity strategies (new dimension / changing the out-group / changing the values) undermine collective action for social change, bolster the existing social status system, and ensure its continuity (Tajfel & Turner, 1979). According to Becker and Tausch (2015), social creativity and collective action have different implications in terms of intergroup relations. The former does not necessarily imply challenging the stability and legitimacy of the status quo, while the latter directly seeks to change group-based hierarchy in favour of the in-group. When we also think intuitively, we can expect that there is no (or negative if there is) relationship between social creativity and social competition, as social identity theory postulates that individuals are more likely to appeal to social creativity strategies if cognitive alternatives are not available (Hogg & Abrams, 1998) and if group boundaries are perceived as impermeable (Tajfel & Turner, 1979). We can assume that when social competition is not possible due to several factors, social creativity may act as a buffer that keeps individuals' self-esteem high.

Social creativity's role in social stability may be more complex than one might think. It may facilitate social change movements as well as strengthen the desire for social stability (van Bezouw et al., 2021). Some studies have revealed a positive relationship between social creativity and social stability (Becker, 2012; Douglas et al., 2005). On the other hand, a few studies have suggested that some creativity strategies trigger collective action orientation more than other strategies (Lalonde et al., 2016; Odağ et al., 2016). For example, a successful *reappropriation* process may boost self-esteem (Galinsky et al., 2003), serve to empower group identity, and facilitate social change movements (Odağ et al., 2016; Uluğ & Acar, 2019).

Although social identity theory suggests that those who identify with their in-group prefer social creativity or social competition strategies over individual mobility, the relationship between identification and these two variables has not been sufficiently clarified

at the empirical level. The relationship between female identification and collective action is weak in some studies (Mikołajczak et al., 2022) but strong in others (Liss et al., 2004). The nature of the relationship between identification and social creativity strategies is also poorly understood (Becker, 2012; Mummendey et al., 1999).

Studies suggest that ideological and political worldviews are strongly related to collective action orientation (Jost et al., 2017). However, the predictive effect of political view on collective action is an interestingly understudied topic (Becker, 2020; Choma et al., 2020). Studies on the relationship between political view and collective action generally focus on the liberal-conservative or left-right divide (Hoyt et al., 2018; Mikołajczak & Becker, 2019; Moreira et al., 2018; Saeri et al., 2015). Left-leaning and liberal ideologies are associated with an increase in collective action orientation, while right-leaning and conservative ideologies are associated with a decrease in collective action orientation (Gupta & Briscoe, 2020; Sabucedo et al., 2011; Saeri et al., 2015). These findings suggest that political opinion may be influential on the tendency to participate in the women's rights movement, which is a left-oriented and progressive social movement. Therefore, in this study, we thought that political view should be included in the hypothesized model as a control variable that should be considered when trying to understand the relationship between the variables.

In this study, we hypothesized that identification with female identity predicts collective action orientation for improving women's social status through social creativity strategies. For example, "changing the out-group" strategy was expected to predict collective action participation negatively, while "new dimension" and "changing the values" strategies were expected to predict it positively.

Method

A total of 219 female college students from two state universities in Turkey were recruited for this study in 2019. Participants were provided with the Identification Scale (Kirchler et al., 1994), an adapted version of the Social Creativity Strategy subscales (Breinlinger & Kelly, 1994), the Collective Action Orientation Scale (Lalonde & Cameron, 1993), and a single item asking the participants' political view. Structural equation modeling in which identification is exogenous, collective action orientation is endogenous, and creativity strategies are mediator variables was tested by AMOS 23.0.

Results

Identification with female identity was significantly and positively correlated with all variables except the political view. As expected, collective action orientation correlated positively with the "new dimension" and "changing the values" strategies while negatively with the "changing the out-group" strategy. Collective action orientation was also positively correlated with the political view, such that left-wing participants were more willing to participate in demonstrations toward improving the social status of women.

The structural equation modeling results showed that "changing the out-group" strategy ($\beta = -.24$, $SE = .03$, $p < .001$) predicts collective action negatively, while the "new dimension" ($\beta = .16$, $SE = .03$, $p = .020$) and "changing the values" ($\beta = .25$, $SE = .04$, $p < .001$) strategies predict it positively. In addition, the findings demonstrated that "changing the out-group" ($\beta = -.05$, $SE = .03$, %95 CI [-.113, -.001], $p = .044$) plays a negative, "changing the values" ($\beta = .08$, $SE = .04$, %95 CI [.026, .178], $p = .002$) and "new dimension" strategies ($\beta = .04$, $SE = .02$, %95 CI [.004, .111], $p = .025$) play a positive mediator role in the relationship between identification with female identity

and collective action orientation for improving women's social status. Among all social creativity strategies, the "changing the values" strategy was found to be the strongest mediator in the relationship between identification and collective action orientation.

Discussion

Few researchers have addressed the question of whether some social creativity strategies have a facilitating role in collective action. The results of the present study generally suggest that social creativity strategies can have important implications for reducing social inequality among disadvantaged group members. It appears that social creativity strategies are not only cognitive strategies that support a new positive perspective on in-group identity but also mechanisms that reinforce or undermine motivations in collective action.

Identification with female identity leads to various social creativity strategies that differ in their relationship to collective action. Specifically, changing the values strategy was the most triggering social creativity strategy in terms of the collective action orientation, while changing the out-group strategy had an inhibiting effect. According to the model validated in our study, as women's identification levels increase, their collective action orientation increases through the level of resorting to new dimension and changing the values strategies. Although these findings contradict the explanations of social identity theory on creativity strategies (Tajfel & Turner, 1979), they support the findings of recent experimental studies (e.g., Becker, 2012; Derks et al., 2007; Lalonde et al., 2016) suggesting that social creativity strategies may trigger the desire for social competition.

Broadly, these results are compatible with social identity theory and collective action literature. Identification with the in-group has been shown to increase collective action orientation in studies conducted with various disadvantaged groups (e.g., Bourguignon et al., 2020; Lalonde & Cameron, 1993). Some of these studies have treated woman identity as a two-dimensional structure that includes the woman identity dimension and the feminist identity dimension. These studies argue that women's orientation to collective action is only weakly related to identification with female identity, and that the main dimension determining collective action is identification with the politicized feminist identity (e.g., Mikołajczak et al., 2022; van Breen et al., 2017). A relatively larger number of studies on this subject have considered female identity as a unidimensional construct and have revealed that identification with this identity strongly predicts collective action (Kelly & Breinlinger, 1995; Özkan, 2014). In parallel with these studies, in the current study in which we consider female identity as a unidimensional construct, we observe that identification with female identity also positively predicts collective action orientation.

When low-status groups perceive their characteristics as favorable or realize that they are more successful than out-groups on an alternative dimension, they are motivated to exhibit the same success on the status-defining dimension (Becker, 2012; Derks et al., 2007; Odağ et al., 2016). The findings of this study on the relationship between new dimension strategy, changing the values strategy, and collective action orientation are compatible with both this assumption and the *social identity model of collective action* (see van Zomeren et al., 2008). According to this model, apart from in-group identification and perceived injustice, a strong belief in efficacy is also necessary for collective action participation. Low-status groups can achieve this sense of competence by resorting to social creativity strategies (Derks et al., 2007).

Our findings on the positive relationship between changing the comparison group and collective action orientation are also in line with the *triadic social stratification perspective* (see Caricati, 2012; Caricati & Owuamalam, 2020). According to this approach, one of the important reasons why disadvantaged groups legitimize the social status system and do not take action to change this system is that they focus on the relative opportunities provided to them by this status structure. Therefore, this perspective explains why women who compare themselves not with men but with women of lower social status do not engage in collective action.

Despite its contributions to the literature, the present study has some limitations. The role of emotions and social-structural factors need to be examined in future studies. Although group-based positive emotions are often emphasized in the relationship between social creativity strategies and collective action orientation, negative emotions such as anger caused by perceived injustice also predict the intention to participate in collective action (Stewart et al., 2016). In future studies, it will be useful to examine the role of variables such as positive (e.g., pride) and negative (e.g., contempt) emotions and efficacy beliefs in the relationship between creativity strategies and collective action orientation.

The current study tested the basic assumptions of social identity theory in a culture-neutral manner. On the other hand, studies in the literature have pointed to the role of cultural and sociological factors in the rise of social movements in response to gender-based discrimination (DeBlaere et al., 2014). Variables such as internalized sexism and adherence to gender roles and norms (Radke et al., 2016), which can have inhibiting effects on participation in collective action, vary across cultures (Khairullah & Khairullah, 2009). In addition, social capital, life experiences, and relationships with significant others have an impact on collective action orientation (Kim, 2018; Liss et al., 2004; Nelson et al., 2008). Therefore, it is possible that these variables to determine which social creativity strategies are employed and how these strategies direct collective action orientation.

To sum up, in the current study, we have not only identified a positive relationship between identification with female identity and collective action orientation, but also showed that social creativity strategies play a mediating role in the relationship between these two variables. Women with higher levels of identification are more likely to positively evaluate the characteristics of their identity and engage in strategies of comparing women's identity with men's identity on an alternative dimension (in which women are relatively superior), which in turn increases collective action orientation. On the other hand, as women's level of comparison with other women who are more disadvantaged than themselves increases, their collective action orientation decreases. Our findings suggest that social creativity strategies are not only cognitive strategies that promote in-group identity and boost self-esteem but are also means to strengthen the weakening motivation to engage in collective action.

Günümüz toplumlarının pek çoğunda kadınlar toplumdaki mevcut güç ilişkileri içerisinde dezavantajlı bir konumda yer almakta ve bu eşitsizliğe farklılaşan düzeylerde tepkiler vermektedir. Pek çok sosyal psikolojik yaklaşım, kadınların cinsiyet-temelli önyargı ve ayrımcılığa yönelik olarak verdiği bilişsel, duygusal ve davranışsal tepki mekanizmalarını ele almaktadır (Breinlinger ve Kelly, 1994; Pratto ve ark., 2006; Ståhl ve ark., 2010). Bu yaklaşımlardan birisi sosyal kimlik kuramıdır (Tajfel ve Turner, 1979). Sosyal kimlik kuramına göre kadınlar cinsiyetle ilişkili grup kimliklerine yönelik bir tehdit algıladıklarında çeşitli kimlik yönetim stratejilerine başvurabilmektedirler (Laurin, 2017; Veldman ve ark., 2021). Bu stratejiler kimi zaman dış gruplarla girilen aktif bir mücadele yoluyla mevcut toplumsal hiyerarşiyi değiştirmeye çalışmak şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Geçmişten günümüze pek çok ülkede farklı şekillerde ortaya çıkan kadın hakları hareketleri bu stratejinin en somut örnekleri arasındadır (Birleşmiş Milletler, 2023; Margolis, 1993). Diğer yandan kadınlar bazen de içinde buldukları dezavantajlı durumu yaratıcı şekilde yeniden değerlendirerek özsayıgılarını korumayı amaçlamaktadırlar. Bu yöndeki tercihler sosyal yaratıcılık stratejileri olarak adlandırılmaktadır (Becker, 2012).

Sosyal yaratıcılık stratejileri, dezavantajlı grupların üyelerinin iç grup kimliğini güçlendirmek için sadece bilişsel düzeyde yaptıkları çeşitli manipülasyonlardır (Ellemers ve Rijswijk, 1997). Sosyal kimlik kuramı bağlamında yapılan ilk açıklamalar bu stratejilerin dezavantajlı grup üyesinin iç grubun kimliğine ilişkin olumluluk algısına katkı sağlamanın dışında, grubun gerçek sosyal konumunu değiştirmek bakımından olumlu herhangi bir etki yaratmadığı yönündedir (Hogg ve Abrams, 1998). Bu açıklamalara göre yaratıcılık stratejileri, dezavantajlı grupların gerçek konumunu yükseltmeye yönelik davranışları (örn., sosyal rekabet) törpülemekte ve dolayısıyla mevcut sosyal statü yapısını güçlendirip devamlılığını sağlamaktadır (Tajfel ve Turner, 1979).

Bu alanda yapılan bazı çalışmalar sosyal kimlik kuramının yaratıcılık stratejilerine ilişkin yukarıda sunulan açıklamaların aksini göstermektedir (örn., Becker, 2012; Derks ve ark., 2007; Lalonde ve ark., 2016). Bu çalışmalar en azından iç grubun niteliklerini yeniden değerlendirerek olumlu bir algıya kavuşturma stratejisinin sosyal değişim için mücadele etme niyetini güçlendirdiğine işaret etmektedir. Örneğin toplum tarafından kadınlara empoze edilen ve belirli bağlamlarda negatif algılanan grup özellikleri (örn., sevecenlikle ilgili özellikler) ve kadın kimliğine ilişkin atıfların yeniden pozitif bir şekilde tanımlanması ve değerlendirilmesi kadınlar arasında kolektif eylem yönelimini zayıflatmak yerine arttırabilmektedir (Becker, 2012). Kadınlar kendi gruplarına atfedilen özellikleri (örn., uyumluluk) erkeklere kıyasla daha olumlu algıladıklarında statüyü belirleyen boyutta da benzer bir pozitif farklılığı edinmek için cesaretlenmekte ve rekabete girişmeye motive olmaktadır.

Yaratıcılık stratejilerinin sosyal değişim yönünde motive edici bir niteliği olduğuna işaret eden çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Derks ve ark., 2007; Odağ ve ark., 2016). Ancak, sosyal kimlik kuramının birey düzeyindeki başlıca kavramlarından biri olan iç grupla özdeşleşmenin bu ilişki üzerindeki rolü yeterince aydınlatılmamıştır. Sosyal kimlik kuramının temel varsayımlarından birisine göre grup kimliğiyle özdeşleşme arttıkça kişilerin kolektif stratejileri (sosyal yaratıcılık veya sosyal rekabet) tercih etme eğilimleri artmaktadır (Hogg ve Abrams, 1998). Diğer yandan özdeşleşme düzeyinin her iki değişkenle olan ilişkisine dair çelişkili bulgular mevcuttur. Literatürde özdeşleşme-kolektif

eylem ilişkisini güçlü (Finkel ve Opp, 1991; Kelly ve Breinlinger, 1995; Stürmer ve Simon, 2004) veya zayıf (de Weerd ve Klandermans, 1999; Mikołajczak ve ark., 2022; Simon ve ark., 1998) bulan çalışmaların yanı sıra bu iki değişken arasında herhangi bir ilişki bulamayan (van Breen ve ark., 2017), hatta zaman zaman negatif yönde ilişkili olabildiklerini ortaya koyan az sayıda çalışma da (Hasan-Aslıh ve ark., 2020) bulunmaktadır. Ayrıca, özdeşleşme-sosyal yaratıcılık stratejisi ilişkisi ile ilgili olarak da literatür çelişkili bulgular ortaya koymaktadır (örn. Becker, 2012; Mummendey ve ark., 1999). Dolayısıyla bu çalışma bir yandan özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkide aracı rol oynayan farklı mekanizmaları incelediğinden diğer yandan sosyal yaratıcılık stratejilerinin özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimiyle ilişkilerini incelediğinden özgün ve alana katkı sağlayıcı bir niteliğe sahiptir.

Mevcut çalışmada, cinsiyetlerin katı sınırlara sahip sosyal kategoriler olması nedeniyle bireysel hareketlilik stratejisine başvurma imkanının kısıtlı olduğu ve sosyal yaratıcılık stratejilerinin daha yaygın kullanıldığı kadın kimliği, bir dezavantajlı grup kimliği olarak ele alınmıştır. Çalışmanın temel amacı, kadın kimliğiyle özdeşleşme ile kolektif eylem arasındaki ilişkide sosyal yaratıcılık stratejilerinin aracı rolünü ve yaratıcılık stratejilerinin kolektif eylemi nasıl yordadığını incelemek, bu sayede kadın kimliğiyle özdeşleşmenin ve sosyal yaratıcılık stratejilerinin kolektif eyleme katılım niyeti üzerindeki etkilerine ilişkin çelişkili bulguları bir parça daha aydınlatılmaktır. Ayrıca bu çalışmadan elde edilecek bulgular Türkiye'deki kadın hakları hareketinin hangi söylemsel pratikler yoluyla (yani hangi sosyal yaratıcılık stratejilerini vurgulayarak) sosyal değişimin önünü açabileceği konusuna da ışık tutacaktır.

İç Grup Kimliğiyle Özdeşleşme

Dezavantajlı grupların üyelerinin tercih edeceği kimlik yönetim stratejilerini belirleyen en önemli faktörlerden biri kişi ile grup arasındaki ilişkiyi ifade eden özdeşleşme düzeyidir (Wright ve Tropp, 2002). Grup kimliğiyle özdeşleşmek, kendini grup üyeliği üzerinden algılamayı, gruba yakın hissetmeyi ve grup kimliğinin etkisiyle hareket etmeyi beraberinde getirmektedir (van Veelen ve ark., 2016). Dezavantajlı grup üyelerinin olumsuz sosyal kimliğe yönelik tepkilerini inceleyen araştırmalar iç grupla özdeşleşmenin kimlik yönetim stratejilerini yordayan temel değişken olduğunu göstermektedir (Akdoğan, 2020; Alparslan ve Kuşdil, 2020; Bourguignon ve ark., 2020; Mummendey ve ark., 1999).

İç grupla özdeşleşme düzeyi sosyal rekabet stratejisinin önemli yordayıcılarından birisidir. Tajfel ve Turner (1979) olumsuz bir sosyal kimliğe sahip düşük statüli grupların yüksek statüli gruplara karşı rekabet etmesini sadece üyelerin grupla özdeşleşmesini sürdürdüğü koşullarda bekleyebileceğimizi öne sürmüşlerdir. Pek çok çalışma bu varsayımı destekler nitelikte bulgular ortaya koymuştur. Buna göre iç grupla özdeşleşme grup lehine düzenlenen kolektif eylemlere katılma düzeyini belirleyen önemli bir değişkendir (Çakal ve ark., 2016; Iyer ve Ryan, 2009; Nelson ve ark., 2008; Turner-Zwinkels ve van Zomeren, 2021; van Zomeren ve ark., 2008).

van Zomeren ve arkadaşlarının (2008) ortaya koyduğu kolektif eylemin sosyal kimlik modeline (social identity model of collective action) göre grup kimliğiyle özdeşleşme hem doğrudan hem de adaletsizlik algısı ve etkililik inancı aracılığıyla dolaylı şekilde kolektif eylem yönelimini yordayan başlıca değişken olma niteliği taşımaktadır. Bunun yanı

sıra özdeşleşme-kolektif eylem ilişkisi, nötr bir grup kimliğiyle (örn., üniversite öğrencisi kimliği) özdeşleşmeye kıyasla politize bir grup kimliğiyle (örn., aktivist öğrenci kimliği) özdeşleşme durumunda çok daha güçlüdür (Giguère ve Lalonde, 2010).

Kadın Kimliğinin Yapısı ve Kadın Kimliğiyle Özdeşleşmenin Kolektif Eylemle İlişkisi

Yapılan bazı çalışmalar kadın cinsiyet kimliğinin birbirinden bağımsız iki boyutunun olduğunu göstermektedir: Kadın kimliği ve feminist kimlik. Bu çalışmalara göre, kadın kimliğinin politize olmuş bir bileşeni olan feminist boyutu ile özdeşleşme kadınların cinsiyet temelli sosyal statü sistemine (eşitsizlik, dezavantajlılık, adaletsizlik) yönelik tutumunu yansıtırken, kadın kimliği boyutuyla özdeşleşme bu kimliğin içeriğine ilişkin tutumu yansıtmaktadır (van Breen ve ark., 2017). Çift boyutlu bu kimlik modeli bağlamında edinilen bulgular, kadınların kolektif eylem yöneliminin temel belirleyicilerinden birinin feminist boyutla özdeşleşme olduğunu ve kadın kimliği boyutuyla özdeşleşmenin kolektif eylemle çok zayıf bir ilişkisinin bulunduğunu önermektedir (Mikołajczak ve ark., 2022).

Feminist kimlikle özdeşleşenler, kadınların erkeklere kıyasla dezavantajlı bir konumda olduğuna inanmakta, bunun sebebini sistemde aramakta, bundan hoşnutsuzluk duymakta ve kadınların toplumdaki konumunu iyileştirmeye, erkeklerle eşit hak ve olanakları elde etmeye yönelik bir eğilim sergilemektedir (Orser ve ark., 2011). Diğer yandan kadın kimliğiyle özdeşleşenlerde, gruplar arası cinsiyet temelli eşitsizliği ve statükoyu meşrulaştırma işlevi olduğu bilinen geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini ve kalıp yargılarını benimsemiş olmaları nedeniyle kolektif eylem yönelimi daha zayıftır. Edinilen bulgular, cinsiyet temelli statükoyu değiştirmeye ve kadınların toplumsal konumunu yükseltmeye yönelik olan kolektif eylemlere katılımın, geleneksel kadın kimliğiyle düşük düzeyde özdeşleşip feminist kimlikle güçlü şekilde özdeşleşen kadınlar arasında yüksek olduğunu göstermektedir (Klandermans ve de Weerd, 2000; Yoder ve ark., 2011).

Kadın kimliğinin kolektif eylemle ilişkisini inceleyen çalışmaların önemli bir kısmı yukarıdaki modelde önerilen ikili boyut ayrımına gitmeden kadın kimliğini tek boyut olarak ele almış ve onunla özdeşleşmenin kolektif eylemle güçlü şekilde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmalar kadın kimliğiyle yüksek düzeyde özdeşleşenlerin kadınların konumunu iyileştirmeye yönelik kolektif bir şekilde hareket etme eğilimlerinin güçlü olduğunu ortaya koymaktadır (Kelly ve Breinlinger, 1995; Liss ve ark., 2004). Türkiye’de çeşitli üniversitelerde okuyan kadın öğrencilerle yapılan çalışmalar, kadın kimliğiyle özdeşleşmenin kadınları güçlendirme ve kadın haklarını elde etme amaçlı kolektif davranışlar sergilemeyi belirleyen güçlü faktörden biri olduğunu göstermektedir (örn., Özkan, 2014).

Kimlik Yönetim Stratejileri

Sosyal kimlik kuramının en temel iddiası, insanların olumlu bir kimlik algısı edinmeye motive olduğu ve bu motivasyonu tatmin etmenin söz konusu grup kimliğinin diğer ilgili sosyal kimliklerden pozitif ayırt ediciliğini sağlamaktan geçtiği yönündedir (Tajfel ve Turner, 1979). Grubun pozitif ayırt edilebilir bir konumda olması onun toplumsal hiyerarşideki diğer ilgili gruplardan daha saygın, daha yüksek statüde ve daha olumlu algılanması anlamına gelmektedir (Abrams ve Hogg, 1998). Her ne kadar toplumsal hiyerarşiyi belirleyen boyut üzerinden nesnel olarak bakıldığında bazı gruplar diğerlerine

kıyasla daha düşük statüde ve daha az saygın görünse de bu grupların üyeleri (1) sosyal rekabet, (2) bireysel hareketlilik ve (3) sosyal yaratıcılık stratejileri yoluyla grup kimliğini daha olumlu, saygın ve yüksek statüde algılayabilmektedirler (Tajfel ve Turner, 1979).

Sosyal rekabet stratejisini izleyenler gruplarının toplumdaki gerçek statüsünü yükseltmeye ve mevcut duruma kıyasla daha saygın, daha ayrıcalıklı bir konum elde etmek amacıyla dış gruplara karşı mücadele etmeye yönelmektedirler. Bu bireylerin temel gayesi toplumsal hiyerarşiyi değiştirmek ve kendi grubunun lehine olan bir sosyal değişimi sağlamaktır (Tajfel, 1982). Bu kişiler, iç grubun toplumdaki yerini tüm yönleriyle iyileştirmeye, grubun temel haklarını elde etmeye ve daha fazla olanak sağlamaya gayret etmektedirler (Orser ve ark., 2011). Mevcut araştırmanın temel değişkenlerinden biri olan kolektif eylem yönelimi, sosyal rekabet stratejisinde izlenen yollarından birisidir. Kolektif eylem, bir bütün olarak iç grubun konumunu ve koşullarını iyileştirmeyi hedefleyen her türden girişimi ve çabayı ifade etmektedir (Becker, 2012; Wright ve ark., 1990). İmza kampanyası düzenleme, grev yapma, boykot etme ve sokak gösterileri ile iş yavaşlatma eylemleri gerçekleştirme gibi eylemler kolektif eylem kapsamına girmektedir (Brunsting ve Postmes, 2002; Klandermans, 1984; Otjes ve ark., 2020; Simon ve ark., 1998; Thomas ve Louis, 2014; Wright ve ark., 1990). Günümüzde çevrimiçi ağların gelişmesi ve karmaşıklaşmasıyla birlikte yalnızca insan etkileşimleri bu çevrimiçi alanlara kaymakla kalmamış, aynı zamanda farklı kolektif eylem biçimleri de (örn., çevrimiçi imza kampanyası, sosyal medya kampanyası, hackleme vs.) bu platformlarda sergilenmeye başlamıştır (Greijsdanus ve ark., 2020; Uluğ ve ark., 2020).

Diğer yandan sosyal yaratıcılık stratejisi izleyen üyeler, grubun pozitif ayırt ediciliğini sağlamak için onu ya daha düşük statüdeki gruplarla kıyaslamakta ya kıyaslamayı grubun görece daha iyi olduğu boyutlar üzerinden yapmakta ya da iç grubun iyi olduğu boyutlara (özelliklere) daha fazla değer verip dış grupların sahip olduğu özellikleri değersiz kılmaktadır. Sosyal yaratıcılık stratejileri grubun konumunu doğrudan yükseltmek yerine grubu sadece algı düzeyinde daha olumlu/saygın kılmaktadır (Tajfel ve Turner, 1979).

Bireysel hareketlilik stratejisi izleyen bireyler ise kendilerini iç gruptan izole etmekte ve daha olumlu bir kimlik sağlayacak yüksek statülü (pozitif ayırt ediciliği olan) gruplar üzerinden algılamakta ve tanımlamaktadır (Tajfel ve Turner, 1979). Bireysel hareketliliğin mümkün olduğu koşullarda bireyler sosyal rekabet yerine bireysel hareketlilik stratejisini tercih etme eğilimi sergilemektedirler (Wright ve ark., 1990). Bununla birlikte kadın kimliğinin (cinsel yönelimden bağımsız olarak) görece kategorik ve düşük geçişkenliğe sahip bir doğasının olması, avantajlı üst gruba (erkekler) dâhil olmanın bir bireysel hareketlilik stratejisi olarak gerçekleştirilmesinin pek mümkün olmaması gibi bir sonucu doğurmaktadır. Bu nedenle kadınlar açısından sosyal rekabet ve sosyal yaratıcılık stratejilerinin daha kritik bir role sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Özdeşleşme ve Kimlik Yönetim Stratejileri Arasındaki İlişki

Dezavantajlı gruplar söz konusu olduğunda bu grupların düşük düzeyde özdeşleşmiş üyeleri güçlü şekilde bireysel hareketlilik isteği belirtirken, yüksek düzeyde özdeşleşmiş üyeleri kötü sosyal konumun verdiği olumsuzluktan kurtulmak için sosyal rekabet stratejilerini izlemektedirler (örn., Akdoğan, 2020; Akdoğan ve Alparslan 2020; Mummendey ve ark., 1999; Wright ve Tropp, 2002). Bu bulgular genel olarak

özdeşleşme-kolektif eylem yönelimi ilişkisini güçlü şekilde ortaya koymaktadır. Diğer yandan özdeşleşme ile sosyal yaratıcılık stratejileri arasındaki ilişki henüz tam olarak aydınlatılmamış durumdadır.

Sosyal kimlik kuramı her ne kadar iç grubuyla özdeşleşenlerin bireysel hareketlilik yerine sosyal yaratıcılık veya sosyal rekabet stratejilerini tercih edeceklerini öne sürse de özdeşleşmenin özellikle yaratıcılık stratejileri ile ilişkisinin tam olarak ne şekilde olduğu yeteri kadar açık bir biçimde ortaya konulmamıştır. Bu ilişkiyi inceleyen az sayıda görgül çalışma özdeşleşme ve yaratıcılık stratejileri (yeni karşılaştırma boyutu, karşılaştırma grubunu değiştirme ve değerleri değiştirme) arasında anlamlı ilişkilere ulaşmamıştır (Becker, 2012; Mummendey ve ark., 1999). Bu eksiklikten hareketle mevcut çalışmada özdeşleşme ile yaratıcılık stratejileri arasındaki ilişkinin kadın kimliği üzerinden incelenmesi hedeflenmektedir. Geniş bir sosyal grup olarak kadın kimliği özellikle sosyal yaratıcılık stratejilerinin ve sosyal rekabet stratejisinin (kolektif eylem) tercih edilmesi açısından elverişli bir sosyal kimliktir (Breinlinger ve Kelly, 1994). Bu durumda kadın kimliğinin farklı bağlamlarda farklı içeriklere sahip olan çok boyutlu bir yapıya sahip olmasının da etkili olduğunu söylemek mümkündür (Karelai ve Guillén, 2014; Settles, 2004). Sosyal yaratıcılık stratejilerinin yalnızca özdeşleşme ile ilişkisini değil, aynı zamanda kolektif eylem yönelimi ile ilişkisini de aydınlatmak bu çalışmanın amaçları arasındadır. Bu konudaki literatür aşağıda kısaca aktarılmıştır.

Sosyal Yaratıcılık Stratejileri

Tajfel ve Turner (1979) sosyal yaratıcılık stratejilerini üçe ayırmıştır. Bunlar (1) yeni karşılaştırma boyutu oluşturma, (2) iç grubun niteliklerine yüklenen değerleri değiştirme ve (3) iç grubu kendisinden kötü konumda olan yeni bir dış gruba karşılaştırma şeklindedir.

Yeni Karşılaştırma Boyutu Oluşturma

Statüyü belirleyen boyut üzerinden yapılan karşılaştırmalarda dezavantajlı grupların kimliği olumsuz görüldüğünden üyeler ortaya çıkan olumsuz kimlik algısını olumlu bir algıya dönüştürmek ve dış gruba karşı daha olumlu bir kimlik algısını oluşturmak için grubun başarılı olduğu alternatif boyutlar üzerinden yeni bir sosyal karşılaştırma yapmaktadırlar (Crocker ve Major, 1989). Gruplar arasındaki statü farklılıkları daha çok yetkinlik boyutuyla ilgilidir. Düşük sosyal konumdaki grupların üyeleri kendi gruplarını yüksek statülü gruplarla yetkinlik açısından kıyasladıklarında görece kötü bir konumda olduklarını görmekteyizler. Bu durum olumsuz bir kimlik algısına neden olmaktadır. Düşük statülü grupların üyeleri algıladıkları statü farkını telafi etmek ve olumsuz kimlik algısını görece daha olumlu bir algıya kavuşturmak için başarılı oldukları alternatif bir boyuttaki özellikler açısından kendilerini üst gruplarla kıyaslayarak görece olumlu farkı görmeye çalışmaktadırlar. Kadınların kendilerini güç, hırs ve dayanıklılık gibi özellikler yerine kişiler arası ilişkilerle ilgili beceriler, hassasiyet ve sezgiler gibi özellikler açısından erkeklerle kıyaslaması yeni kıyaslama boyutuna en iyi örneklerdir (Breinlinger ve Kelly, 1994; Guimond ve ark., 2006). Bettencourt ve arkadaşlarının (2001) yaptıkları bir meta-analiz çalışması sonucuna göre dezavantajlı grupların üyeleri statü ile ilgili olmayan boyutlar üzerinden yaptıkları kıyaslamalarda iç grubu diğer gruplardan daha üstün değerlendirerek olumsuzluğu gidermeye çabalamaktadırlar.

İç Grubun Niteliklerine Yüklenen Değerleri Değiştirme

Dezavantajlı konumdaki grupların üyelerinin olumlu bir kimlik algısı oluşturmak için izledikleri kimlik yönetim stratejilerinden biri de gruplar arası karşılaştırma boyutlarının değerini yeniden belirlemektir. Yapılan kıyaslamada ortaya çıkan sonucu yeniden değerlendirme iki şekilde yapılmaktadır. Bunlardan biri yüksek statülü grubu üstün kılan vasıfları önemsizleştirmek iken, diğeri iç grubun vasıflarını pozitif olarak değerlendirerek önemli görmeye çalışmaktır (Blanz ve ark., 1998). Statüyü belirleyen boyut üzerinden yapılan değerlendirmelerde grubun başarısız olduğu ortaya çıkınca üyeler bu boyutun değerini düşürerek ya da önemsizleştirerek iç gruplarının olumlu kimliğini korumaya çalışmaktadır (Leach ve ark., 2007). Örneğin, Doğu Almanlarla yapılan bir araştırmada Doğu Almanların kendilerini Batı Almanlarla kıyaslarken görece başarısız olduklarını kabul ettikleri ekonomik boyutun önemini küçümsedikleri, görece başarılı olduklarını kabul ettikleri sosyal bağların değerini yükselttikleri yönünde bulgular elde edilmiştir (Blanz ve ark., 1998).

İç Grubu Yeni Bir Dış Grupla Karşılaştırma

Dezavantajlı grupların üyelerinin olumlu kimlik edinmede başvurdukları yollardan biri de karşılaştırma grubunu değiştirmektir. Olumlu bir kimlik algısını oluşturmak için iç grubun her zaman yüksek statülü gruplarla kıyaslanması şart değildir. Belirli bir boyut üzerinden yüksek statülü grupla kıyaslandıklarında başarısız görünecek dezavantajlı grupların üyeleri bu kıyaslamadan kaçınarak kendi gruplarını söz konusu boyut bakımından kendilerinden daha kötü konumda olan diğer dış gruplarla karşılaştırma yoluna gidebilmektedirler (Blanz ve ark., 1998; Tajfel ve Turner, 1979). Örneğin çalışan kadınlar kendilerini erkeklerle kıyaslamak yerine çalışmayan kadınlarla kıyaslayarak benlik saygılarını yükseltebilmekte ve olumlu benlik algısı oluşturabilmektedirler.

Sosyal Yaratıcılık Stratejileri ile Kolektif Eylem Yönelimi Arasındaki İlişki

Sosyal yaratıcılık stratejilerinin aksine sosyal rekabet stratejileri mevcut sosyal yapıyı iç grup lehine değiştirme arzusu içerdiğinden, bu iki stratejinin gruplar arası süreçlere farklı yansımaları bulunmaktadır (Becker ve Tausch, 2015). Diğer yandan her iki strateji de kolektif stratejiler olmaları bakımından benzerlik taşımakta ve bir arada kullanılabilir (Becker, 2012). Örneğin Douglas ve arkadaşları (2005) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada “Beyaz üstünlüğünü” savunan web sayfalarının içerik analizi, baskın grupların özellikle avantajlı konumları tehlike altında olduğunda her iki stratejiye birden başvurabildiklerini göstermiştir. Bir diğer çalışmada Lalonde ve arkadaşları (2016), Kanada’daki Fransız kökenli Quebec halkının katıldığı protesto gösterilerinde atılan sloganları incelemiş ve bu sloganlarda “yeni karşılaştırma boyutu” ve sosyal rekabet stratejilerinin her ikisine de başvurulduğunu ortaya koymuştur.

Sosyal yaratıcılığın sosyal kalıcılık (social stability) üzerindeki etkisi başlangıçta düşünüldüğünden daha karmaşık olabilir. Sosyal yaratıcılık stratejilerine başvurmak, sosyal değişim hareketlerini zayıflattığı gibi onların önünü de açabilmektedir (van Bezouw ve ark., 2021). Çeşitli çalışmalar bazı sosyal yaratıcılık stratejilerinin diğer sosyal yaratıcılık stratejilerine kıyasla kolektif eylem yönelimini daha fazla güçlendirebildiğini düşündürmektedir. Başarılı bir “mevcut boyutun değerini değiştirme” stratejisi özsaygıyı

artıracağından (Galinsky ve ark., 2003), grup kimliğinin güçlenmesine de katkı sağlayabilmektedir. Örneğin Becker (2012), Almanya’da kadın örneklem grubuyla gerçekleştirdiği çalışmada yeni bir karşılaştırma grubu seçerek aşağı yönlü karşılaştırmalar yapmanın bireylerin özsaygı düzeyini artırarak kolektif eylem yönelimini zayıflattığını, kültürel çoğulculuğa karşıt olan avantajlı gruplar tarafından dayatılan olumsuz niteliklerin yeniden yorumlanmasının ise kolektif eylem yönelimi üzerinde böyle zayıflatıcı bir etkisi olmadığını göstermiştir. Benzer şekilde 2013 yılında gerçekleşen Gezi Parkı eylemleri sırasında eylemciler “çapulcu” kimliğini daha olumlu bir içerikle yeniden tanımlamışlardır (Uluğ ve Acar, 2019). Bu pozitif yönlü *mevcut boyutun değerini değiştirme* eylemcilerin sonraki eylemlere katılma olasılığını artırmıştır (Odağ ve ark., 2016).

Her ne kadar kadınların erkek egemen meslek dallarındaki temsiliyeti son yıllarda artmış olsa da (Croft ve ark., 2015) günümüzde bazı kadınlar, erkeklerin egemen olduğu meslek dallarından (örn., mühendislik) uzak durmayı ve toplumsal cinsiyet rolleriyle daha uyumlu olan alanlara (örn., öğretmenlik) yönelmeyi tercih edebilmektedir (Rudman ve Phelan, 2010; Schmader ve ark., 2004). Üstelik kadınların toplumsal ve meslekî rollerine ilişkin kalıp yargılar en az 30 yıl önceki kadar güçlüdür (Haines ve ark., 2016). Bu durum kadınların yeni karşılaştırma boyutu gibi sosyal yaratıcılık stratejilerini kullanma olasılıklarını artırmaktadır. Toplumsal statüyü belirleyen alanlarda zayıf performans göstermenin ve/veya bu alanların değerini düşürmenin, bireylerin bu gibi alanlardaki sosyal rekabet arzusunu zayıflattığını ileri sürmek mümkündür (Eccles ve ark., 2006). Kay ve arkadaşları (2009), tamamlayıcı kalıp yargılar aracılığıyla yeni bir karşılaştırma boyutu belirlemenin (örn., “fakir ama mutlu”) özellikle liberal dünya görüşüne sahip bireyler arasında sistemi meşru görme eğilimini artırabildiğini göstermiştir. Diğer yandan yeni karşılaştırma boyutu stratejisi de bazı durumlarda bireylerin kolektif eylem yönelimini güçlendirebilmektedir. Derks ve arkadaşlarının (2007) çalışması hem deneysel hem de gerçek gruplarda bu varsayma destek niteliğinde bulgular ortaya koyarak yeni karşılaştırma boyutu stratejisinin toplumsal statüyü belirleyen alanlarda beklentinin aksine performans artışına yol açabileceğini düşündürmektedir. Derks ve arkadaşları (2009) tarafından sosyal statüsü düşük gruplarla gerçekleştirilmiş bir diğer deneysel çalışmada, statü belirleyen bir alanda katılımcılara olumsuz geribildirim verilmiştir. Grubu olumlama gibi bir deneysel manipülasyonun yapıldığı koşulda, özellikle de grubuyla yüksek düzeyde özdeşleşmiş bireylerin, sosyal benliklerine daha fazla odaklanarak bu türden statü belirleyen alanlarda daha yüksek performans sergiledikleri görülmüştür. Yani düşük statülü grupların üyeleri *iç grup boyutlarına* (sosyal yaratıcılık stratejisi olarak benimsenen alternatif boyut) değer verdikçe *dış grup boyutlarında* da (baskın gruplar tarafından dayatılan, sosyal statüyü belirleyen boyut) daha yüksek performans sergilemeye başlayabilmektedirler.

Politik Görüşün Kolektif Eylem Yönelimi Üzerindeki Yordayıcı Etkisi

Politik ideolojiler kişisel ve toplumsal çıkar çatışmalarına ilişkin genel dünya görüşleri ve ahlaki değerlendirmeler olarak tanımlanmaktadır (Heckathorn, 1998). Buna göre farklı politik görüşler, farklı çatışma alanlarına yönelik olarak değişik çözümler önerebilmektedirler. Bu olası çözümlerden birisi de kolektif eylemlerdir. Çalışmalar ideolojik dünya görüşlerinin kolektif eylem yönelimiyle güçlü bir ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır (Jost ve ark., 2017). Bununla birlikte politik görüşün kolektif eylemler

üzerindeki yordayıcı etkisi ilginç şekilde az çalışılmış bir konudur (Becker, 2020; Choma ve ark., 2020).

Politik görüş-kolektif eylem ilişkisini ele alan çalışmalar genellikle liberal-muhafazakâr veya sol-sağ ayrımına odaklanmaktadır (Hoyt ve ark., 2018; Mikołajczak ve Becker, 2019; Moreira ve ark., 2018; Saeri ve ark., 2015). Sol yönelimli ve liberal ideolojiler kolektif eylem yönelimindeki artışla, sağ yönelimli ve muhafazakâr ideolojiler ise kolektif eylem yönelimindeki azalmayla ilişkilendirilmektedir (Gupta ve Briscoe, 2020; Sabucedo ve ark., 2011; Saeri ve ark., 2015). Örneğin sağ kanat yetkiciliği yabancı veya kurgusal bir sosyal çatışma söz konusu olduğunda dahi kolektif eylemin güçlü (ve negatif yönde) bir yordayıcısıdır (Saeri ve ark., 2015).

Son yıllarda bazı araştırmacılar kolektif eylemler bağlamında liberal-muhafazakâr ve sol-sağ ayrımının yetersizliğine dikkat çekmiştir. Örneğin Proch ve arkadaşları (2019) ideoloji (liberal-muhafazakâr) ile sosyal değişim hareketleri arasında tek yönlü ve doğrusal bir ilişki olmadığını ortaya koyarak “ilerici” ve “tepkisel” kolektif eylem ayrımının daha açıklayıcı olduğunu ileri sürmüştür. İlerici eylemler, belirli bir toplumdaki yükselen eğilimleri desteklemeyi amaçlayan eylemleri, tepkisel eylemler ise bu eğilimlere karşı çıkmayı ve direnmeyi amaçlayan eylemleri ifade etmektedir (Proch ve ark., 2019). Kişilerin muhafazakârlık eğilimi arttıkça muhafazakâr bir statükonun egemen olduğu alanlarda, liberallik eğilimi arttıkça ise liberal bir statükonun egemen olduğu alanlarda değişim talep eden kolektif eylemleri kabul etme olasılıkları azalmaktadır (Proch ve ark., 2019; Sabucedo ve ark., 2011). Becker’e (2020) göre liberal politik görüş ilerici kolektif eylemlerle, sağ politik görüş ise tepkisel kolektif eylemlerle pozitif ilişkilidir.

Tüm bu bulgular, kadın haklarının savunulması ve güçlendirilmesi yönünde talepler ileri sürmesi bakımından ilerici bir sosyal hareket türü olan kadın hakları hareketine katılım eğilimleri üzerinde politik görüşün etkili olabileceğini düşündürmektedir. Bu nedenle mevcut çalışma bağlamında özdeşleşme, sosyal yaratıcılık stratejileri ve kolektif eylemler arasında incelenecek olan ilişkide politik görüşün olası rolünü kontrol etmek de amaçlanmıştır.

Mevcut Araştırma

Kadın kimliğiyle özdeşleşmenin kolektif eylem yönelimiyle ilişkisinin bazı çalışmalarda zayıf (Mikołajczak ve ark., 2022), bazılarında güçlü (Liss ve ark., 2004) çıkması, bazı çalışmalarda ise kadın kimliğiyle özdeşleşme ile kolektif eylem yönelimi arasında hiçbir ilişki gözlenmemesi (van Breen ve ark., 2017) bu iki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen başka psikolojik mekanizmaların olabileceğini akla getirmektedir. Sosyal kimlik kuramı, bu mekanizmalardan birinin sosyal yaratıcılık stratejileri olabileceğine dikkat çekmektedir. Bu çalışmada, diğer çalışmalardan farklı olarak, sosyal yaratıcılık stratejilerine odaklanarak kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışmakta ve kadın kimliğiyle özdeşleşmenin kolektif eylemle ilişkisinin yaratıcılık stratejileri üzerinden değişebileceğini önermekteyiz.

Sosyal kimlik kuramı bağlamında yapılan çalışmalarda özdeşleşme stratejilerin öncülü olarak ele alınırken (Alparslan ve Kuşdil, 2020; Bourguignon ve ark., 2020), stratejiler de kolektif eylemin öncülü olarak ele alınmaktadır (Becker, 2012). Ancak görgül

çalışmalarda özdeşleşmenin özellikle yaratıcılık stratejileri ile ilişkisinin tam olarak ne şekilde olduğu ortaya konulmamıştır (Becker, 2012; Mummendey ve ark., 1999). Benzer bir şekilde stratejilerin kolektif eylem ile ilişkisinin ne yönde (pozitif/negatif) olduğu da açık değildir. Sosyal kimlik kuramı her üç yaratıcılık stratejisinin kolektif eylem yönelimini zayıflatacağını öngörse de bazı çalışma sonuçlarına göre kadınların karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisi onların kolektif eylem yönelimini zayıflatırken, kadın kimliğinin niteliklerine atfettikleri değeri olumlu yönde değiştirme stratejisi kolektif eylem yönelimlerini zayıflatmak yerine arttırmaktadır (Becker, 2012).

Grupla özdeşleşme, yaratıcılık stratejisi ve kolektif eylem kavramlarıyla ilgili çalışmalar incelendiğinde bu çalışmaların genellikle söz konusu kavramlardan sadece ikisi (örn., grupla özdeşleşme ve kolektif eylemlere katılma) arasındaki ilişkiye odaklandığı görülmektedir. Dahası, bu çalışmalar incelenen iki değişken arasındaki ilişkinin ne şekilde olduğunu yeteri kadar açık bir şekilde ortaya koyamamaktadır (Alparslan ve Kuşdil, 2020; Becker, 2012; Mikołajczak ve ark., 2022; Nelson ve ark., 2008). Literatürdeki bu sınırlılıklar dikkate alınarak yapılan mevcut çalışma iki açıdan özgün bir niteliğe sahiptir. Birincisi, literatürde üç sosyal yaratıcılık stratejisini birlikte ele alan ve bunların özdeşleşme ve kolektif eylemle ilişkisini inceleyen çalışmalara rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmada üç stratejiyi birlikte ele alarak ve özellikle cinsiyetlerinden ötürü sosyal yaratıcılık stratejilerine başvurma olasılığı daha yüksek olan kadınlarla çalışılarak literatürdeki ilgili belirsizliğin giderileceği ve çelişkili bulguların aydınlatılacağı düşünülmektedir. İkincisi, özdeşleşme ve kolektif eylem arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılması için sosyal yaratıcılık stratejileri ilk olarak bu çalışmada aracı değişkenler olarak incelenmiştir. Üç stratejinin özdeşleşme ve kolektif eylemle farklı ilişkilere sahip olabilmesi nedeniyle sonuçların değişebileceği beklenmektedir. Mevcut araştırmanın temel amacı, özdeşleşme ile kolektif eylem arasındaki ilişkide sosyal yaratıcılık stratejilerinin aracı rolünü ve sosyal yaratıcılık stratejilerinin kolektif eylemi ne şekilde yordadığını bir yapısal eşitlik modeli içinde incelemektir. Yukarıdaki literatürden hareketle oluşturulan yapısal eşitlik modelinde, grupla özdeşleşme bağımsız değişken, kolektif eylem yönelimi bağımlı değişken ve sosyal yaratıcılık stratejileri ise aracı değişkenler olarak ele alınmıştır (Bkz. Şekil 1). Ayrıca bu modelde politik görüş kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır. Bir önceki kısımda aktarıldığı üzere, literatürdeki çalışmalar politik görüşün kolektif eylem yönelimiyle güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu göstermiştir (Gupta ve Briscoe, 2020; Sabucedo ve ark., 2011; Saeri ve ark., 2015). Bu nedenle oluşturulan modelde özdeşleşme, yaratıcılık stratejileri ve kolektif eylem yönelimi arasında tespit edilebilecek ilişkilerin politik görüşten kaynaklanmadığını göstermek amacıyla, politik görüş modele kontrol değişkeni olarak dâhil edilmiştir.

Sosyal yaratıcılık stratejileri grup kimliğinin ön planda olduğu ve tüm grubun değerlendirmesini içeren kolektif stratejilerdir. Bu stratejilere başvuran dezavantajlı grup üyeleri kendilerini iç grupla tanımlamakta ve iç grupla bağlarını sürdürmektedirler (Blanz ve ark., 1998; Tajfel ve Turner, 1979). Ancak, iç grupla özdeşleşme ile sosyal yaratıcılık stratejileri arasındaki ilişkiler halen belirsizdir (Alparslan ve Kuşdil, 2020; Bourguignon ve ark., 2020; Mummendey ve ark., 1999). Mevcut çalışmada kadın kimliğiyle yüksek düzeyde özdeşleşen kadınların sosyal yaratıcılık stratejilerine yönelecekleri beklenilmektedir.

H1. Kadın kimliğiyle özdeşleşme *a)* karşılaştırma grubunu değiştirme, *b)* yeni karşılaştırma boyutu ve *c)* değerleri değiştirme stratejilerini pozitif yönde yordar.

Yukarıda sunulan ilgili literatür, kolektif eylemin iç grubun niteliklerine yüklenen değerleri değiştirme stratejisi tarafından pozitif, karşılaştırma grubunu değiştirme tarafından ise negatif yönde yordandığını göstermektedir (Eccles ve ark., 2006; Galinsky ve ark., 2003; Odağ ve ark., 2016; van Bezouw ve ark., 2021). Diğer yandan, literatürdeki bazı araştırmalar grubu alternatif bir boyut üzerinden değerlendirme stratejisinin kolektif eylem yönelimiyle herhangi bir ilişkisinin olmadığını gösterirken (Becker, 2012), hem deneysel ortamda oluşturulan gruplar hem de gerçek hayattaki gruplar üzerine yapılan diğer bazı araştırmalar bu stratejinin de kolektif eylem yönelimini pozitif yönde etkilediğine işaret etmektedir (örn., Derks ve ark., 2007). Stratejiler ve kolektif eylem arasındaki ilişkiler henüz tam anlamıyla açık olmamasına rağmen, karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisi toplumsal cinsiyet ayrımcılığına dayalı sosyal düzeni kabul etmeyi ve sürdürmeyi yansıttığından kolektif eylemle negatif ilişkili olacağı beklenmektedir. Diğer taraftan, yeni karşılaştırma boyutu ve değerleri değiştirme stratejileri kadın kimliğinin olumlu yönlerini öne çıkardığından ve kadınların sahip olduğu güçlü yönleri vurguladığından kolektif eylemle pozitif ilişkili olacağı beklenmektedir. Sosyal yaratıcılık stratejileri sahip oldukları özelliklere bağlı olarak kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasında farklı aracı roller oynayacaklardır. Aktarılan literatürden hareketle aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H2. Kolektif eylem yönelimi *a)* karşılaştırma grubunu değiştirme tarafından negatif, *b)* yeni karşılaştırma boyutu ve *c)* değerleri değiştirme stratejileri tarafından pozitif olarak yordandır.

H3. Karşılaştırma grubunu değiştirme, kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasında aracı değişkendir; kadın kimliğiyle özdeşleşme, karşılaştırma grubunu değiştirmeyi artırma yoluyla kolektif eylem yönelimini negatif olarak yordar.

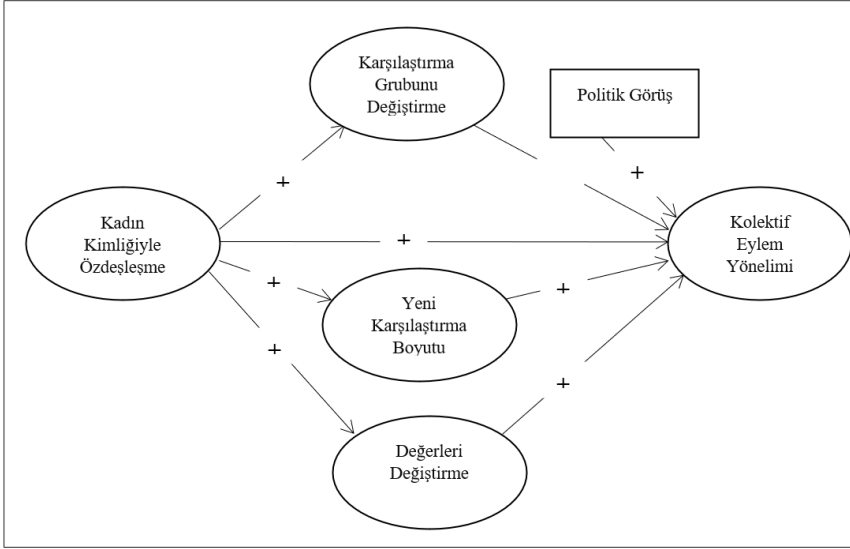
H4. Yeni karşılaştırma boyutu, kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasında aracı değişkendir; kadın kimliğiyle özdeşleşme, yeni karşılaştırma boyutunu artırma yoluyla kolektif eylem yönelimini pozitif olarak yordar.

H5. Değerleri değiştirme, kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasında aracı değişken olacaktır; kadın kimliğiyle özdeşleşme, değerleri değiştirmeyi artırma yoluyla kolektif eylem yönelimini pozitif olarak yordar.

Daha önce aktarıldığı üzere politik görüş kolektif eylemi belirleyen temel değişkenlerden biridir (Becker, 2020; Proch ve ark., 2019; Sabucedo ve ark., 2011). Muhafazakâr bir statükonun egemen olduğu toplumlarda sağ politik görüşe sahip kişiler kadınların konumu ve hakları konularında değişime direnme eğiliminde iken, sol politik görüşe sahip olanlar değişim taleplerini daha güçlü ifade etmektedirler. Dolayısıyla sol politik görüş arttıkça kadınların kolektif eylem yönelimlerinin de artacağı beklenmektedir.

H6. Sol politik görüş ve kolektif eylem yönelimi arasında pozitif bir ilişki vardır.

Şekil 1. Araştırma Modeli ve Hipotezler



Yöntem

Katılımcılar

Bu çalışmaya iki devlet üniversitesinde farklı bölüm ve sınıflarda eğitim gören 219 kadın üniversite öğrencisi katılmıştır. Çalışma kapsamında katılımcılara amaçlı örneklem yoluyla ulaşılmış ve katılımcıların araştırmaya dâhil edilmesi için üniversite eğitimine devam eden kadın öğrenci olmaları kriteri belirlenmiştir. Araştırmanın minimum örneklem büyüklüğü yapısal eşitlik modellerine özgü hesaplamalar yapan Analytics Calculators 2.0 programı kullanılarak hesaplanmıştır. Buna göre %80 istatistiksel güç, .05 anlamlılık düzeyi (α) ve .15 etki büyüklüğü için çalışmaya dâhil edilmesi gereken minimum örneklem sayısı toplam 100 olarak bulunmuştur. Araştırmada ulaşılan katılımcı sayısının bu kriteri sağladığı ve araştırma için uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların yaşları 18-29 arasında değişmektedir ($Ort. = 22.09$, $SS = 2.66$). Katılımcılar psikoloji (%30.6), ilahiyat (%18.7), felsefe (%14.2), hukuk (%14.2), diş hekimi (%11) ve sosyoloji (%11) bölümlerinde eğitim görmektedirler. Katılımcıların 97'si üçüncü sınıf (%44.3), 44'ü dördüncü sınıf (%20.1), 40'ı ikinci sınıf (%18.3) ve 28'i birinci sınıf (%12.8) öğrencileridir. Geri kalan 10 katılımcı (%4.6) ise sınıf bilgisini vermemiştir.

Veri Toplama Araçları

Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme

Katılımcıların kadın kimliğiyle özdeşleşme düzeylerini ölçmek amacıyla Kirchler ve arkadaşları (1994) tarafından geliştirilen 10 maddelik *Grupla Özdeşleşme Ölçeği* kullanılmıştır. Maddeler ankette '1 = bana hiç uymuyor'dan '5 = bana tamamen uyuyor'a değişen 5'li likert formatında sunulmuştur. Tek boyutlu bir yapı içeren bu ölçek, Hortaçsu (2000) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Mevcut çalışmada ölçek maddeleri kadın kimliğine uygun olacak şekilde değiştirilerek maddelere kadın kimliği veya kadın ifadesi

eklenmiştir (Örn., “Kadın kimliğiyle özdeşleştiğimi düşünüyorum” ve “Kendimi kadın kimliğine yakın hissederim”). Ölçeğin orijinal çalışmadaki Cronbach Alpha iç-tutarlılık katsayısı .79 iken, mevcut çalışmada .82’dir. Ölçekten alınan yüksek puan kadın kimliğiyle yüksek düzeyde özdeşleşmeyi göstermektedir.

Sosyal Yaratıcılık Stratejileri

Breinlinger ve Kelly (1994) kadınların cinsiyet temelli sosyal statü eşitsizliğine yönelik tepkilerini ölçmek amacıyla beş alt boyuttan oluşan Kadınlara Özgü Kimlik Yönetim Stratejileri Ölçeği’ni geliştirmişlerdir. Stratejilerin ikisi bireysel hareketlilik ve sosyal rekabetten oluşurken diğer üçü sosyal yaratıcılık stratejilerinden oluşmaktadır. Bu çalışmanın amacı doğrultusunda kadınların, düşük statünün neden olduğu olumsuz sosyal kimliğe yönelik bilişsel tepkilerini ölçmek amacıyla ölçeğin sosyal yaratıcılık boyutu kullanılmıştır. Sosyal yaratıcılık stratejileri ölçeği 22 maddeden ve yeni karşılaştırma boyutu, mevcut boyutun değerini değiştirme ve karşılaştırma grubunu değiştirme olarak adlandırılan üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin maddeleri 9’lu Likert tipi skala (-4 = *Hiç katılmıyorum*; 4 = *Tamamen katılmıyorum*) üzerinden derecelendirilmektedir.

Ölçek mevcut çalışma kapsamında Türkçeye uyarlanmış ve psikometrik özellikleri incelenmiştir. Ölçek maddelerinin İngilizceden Türkçeye çevirisini yazarlar gerçekleştirmiş; ardından her iki dile de hâkim, iki sosyal psikolog akademisyen tarafından bu çeviri kontrol edilerek ve uygun görülen düzeltmeler yapılarak ölçeğe son hali verilmiştir. Üç faktörden oluşan 22 maddelik ölçek Doğrulamalı Faktör Analizi ile değerlendirilmiştir. Maksimum olabilirlik kestirimi kullanılarak elde edilen sonuçlara göre, düşük düzeyde faktör yüküne sahip olduğu için üç maddenin (“*Kendimi iyi hissetmek için bir erkeğin yapabildiklerini yapabileceğimi kanıtlamak zorunda değilim*”, “*Kadınlar hakları konusunda daha az endişe etmeliler, daha iyi birer partner ve anne olmak konusunda daha fazla endişe etmeliler*” ve “*Benim kuşağım, annemin kuşağından çok daha fazla imkana sahip oldu ve bunun için minnettarım*”) analizlerden çıkarılmasına karar verilmiştir (*yeni karşılaştırma boyutu* faktöründe yer alan 1. ve 4. maddeler ile *karşılaştırma grubunu değiştirme* faktöründe yer alan 2. madde; faktör yükleri sırasıyla .01, .28 ve .25). Bir faktör analizinde faktör yüklerinin .30’dan yüksek olması beklendiğinden (Büyüköztürk, 2010) söz konusu değerden büyük olanlar ile analizler tekrarlanmıştır. Ayrıca, modifikasyon indekslerinin önerdiği şekilde modele iki kovaryans (9. ve 10. maddelerin hata terimleri; 21. ve 22. maddelerin hata terimleri arasında) eklenmiştir. Yeniden test edilen üç faktörlü ölçek, verilere iyi uyum göstermiştir, $\chi^2(147) = 224.46$; $\chi^2/df = 1.53$; $GFI = .94$; $CFI = .90$; $RMSEA = .05$; $SRMR = .06$. Üç faktörlü yapının sonuçları ve ölçek maddelerinin içerikleri Tablo 1’de verilmiştir. Toplam varyansın %51.42’sini açıklayan üç faktörden yeni karşılaştırma boyutu varyansın %27.51’ini, değerleri değiştirme %13.82’sini ve karşılaştırma grubunu değiştirme %10.09’ünü açıklamıştır. Cronbach Alpha iç-tutarlılık katsayıları altı maddelik yeni karşılaştırma boyutu (örn., “*Kadınlar işyerinde kişilerarası ilişkileri yönetmek konusunda erkeklerden daha iyidirler*”) için .81, altı maddelik *değerleri değiştirme* (örn., “*Sezgisel olmanın da en az mantıklı olmak kadar önemli olduğuna inanıyorum*”) için .84 ve yedi maddelik *karşılaştırma grubunu değiştirme* (örn., “*Kendimi erkeklerle kıyaslamak yerine başka kadınlarla kıyaslamaya çalışıyorum*”) için .78 olarak bulunmuştur.

Tablo 1. Sosyal Yaratıcılık Stratejileri Ölçeği'nin Türkçe Versiyonunun Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Faktör yükleri
Yeni Karşılaştırma Boyutu	
2. Eve ekme getiren kişinin rolüne imrenmiyorum, kadınların çok daha fazlasını yaptığına inanıyorum.	.37
3. Kadınlar genel değerleri ve görüntümleri açısından erkeklerden daha üstündürler.	.51
5. Kadınlar işyerinde kişilerarası ilişkileri yönetmek konusunda erkeklerden daha iyidirler.	.72
6. Genelde kadınlar erkeklerden daha iyi birer iş arkadaşı olurlar.	.69
7. Kadınlar erkeklerden daha duyarlı ve daha şefkatlidirler.	.68
8. Kadınlar bir sürü şeyi bir çırpıda yapmakta iyidirler. Her şey hesaba katıldığında kadınlar erkeklerden daha becerikli ve esneklerdir.	.88
Değerleri Değiştirme	
9. Sezgisel olmanın da en az mantıklı olmak kadar önemli olduğuna inanıyorum.	.53
10. Bizim toplumumuzda dürtü ve hırs abartılır.	.54
11. Çocuk yetiştirebilme yeteneğinin bir insanın topluma yapabileceği en onurlu ve değerli katkı olduğunu düşünüyorum.	.71
12. Eğer erkekler değerleri konusunda daha çok kadınlar gibi olsalardı dünya daha iyi bir yer olurdu.	.71
13. Kadınlara özgü duygu, sezgi, sevgi ve kişisel ilişki kültürüyle gurur duyuyorum ve bu özellikleri en temel insan özellikleri olarak görmekteyim.	.84
14. Önemseme, hassasiyet ve diğerkâmlık becerileri bir insanın sahip olabileceği en önemli niteliklerdir.	.74
Karşılaştırma Grubunu Değiştirme	
15. Bazı diğer kadınların ne kadar az şeye sahip olduğunu gördüğümde kendimi çok daha iyi hissediyorum.	.54
17. Çocuklarıma bakıp onları başka insanların çocuklarıyla kıyasladığımda iyi bir iş çıkardığımlı biliyorum ve bu kendimi iyi hissetmemi sağlıyor.	.70
18. Diğer kadınların yaptığı işleri gördüğümde kendi başarılarımı tatmin edici buluyorum.	.80
19. Kendimi erkeklerle kıyaslamak yerine başka kadınlarla kıyaslamaya çalışıyorum.	.54
20. Evde duran kadınları duydukça kendi işim hakkında iyi hissediyorum.	.62
21. Çalışan kadınları duydukça evde durmak hakkında iyi hissediyorum.	.40
22. Ortadoğu'nun diğer ülkelerindeki kadınlarla kıyaslandıklarında Türkiye'de yaşayan kadınların şikâyet etmelerinin bir temeli yok, kendilerini şanslı hissetmeleri gerekir.	.32

Kolektif Eylem Yönelimi

Lalonde ve Cameron (1993) tarafından Kanada'da yaşayan göçmenlerin kültürleşme sürecinde sergiledikleri kolektif eylem yönelimlerini ölçmek için hazırlanan ölçek, Özkan (2014) tarafından Türkçeye çevrilmiş ve ifadeler Türkiye'deki kadın olgusuna göre uyarlanmıştır (örn., “Türkiye’de bir kadın olarak ilerlemek için diğer kadınlarla bir araya gelerek mücadele etmek benim için önemlidir” ve “Kadınlar örgütlenerek ve birlikte çalışarak daha iyi sosyal statüye gelebilirler”). Tek boyuta sahip olan ölçek toplam 15 maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri ‘1 = hiç katılmıyorum’dan ‘5 = tamamen katılıyorum’a değişen 5’li Likert şeklinde sunulmuştur. Ölçeğin orijinal çalışmadaki Cronbach Alpha iç-tutarlılık katsayısı .90 iken, mevcut çalışmada .93 olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınan yüksek puanlar kolektif eylem yöneliminin yüksek olduğunu gösterir.

Politik Görüş

Politik görüşü ölçmek amacıyla katılımcılara “*Kendinizi politik görüşünüz açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?*” sorusu yöneltilmiştir. Politik görüş sorusu için 1 (*aşırı sağ*) ile 7 (*aşırı sol*) arası Likert tipi bir ölçeklendirme yöntemi kullanılmıştır ($Ort. = 4.76$, $SS = 1.30$).

İşlem

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan gerekli onay alındıktan sonra veri toplama süreci başlamıştır (Karar No: 26/10/2018; 2018-09). Veri toplama 2019 yılı Ekim ve Kasım aylarında gerçekleşmiştir. Anketleri uygulama, izin alınan ders saatleri içinde sınıf ortamında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan kişilere araştırmacının amacı, diledikleri zaman araştırmayı yarıda bırakabilecekleri ve ölçekleri doldururken dikkat edilmesi gereken noktalara ilişkin kısa bir bilgi verilmiştir. Katılımcılardan araştırmaya katılmaları konusunda onayları alındıktan sonra uygulamaya geçilmiştir. Katılım gönüllülük esasına dayalı olduğundan katılımcılara herhangi bir ödeme yapılmamış ya da ders için ek puan verilmemiştir. Ölçeklerin uygulanması ortalama 15 dakika sürmüştür. Uygulama sonrası katılımcıların soruları yanıtlanmıştır.

Veri Analizi

Temel analizlere geçmeden önce verinin normal dağılım varsayımını karşılayıp karşılamadığı test edilmiştir. Tüm ölçek maddelerinin basıklık ve çarpıklık değerlerinin önerilen kesme noktaları (-1.5 ile +1.5 arasında) içinde olduğu görülmüştür (Tabachnick ve Fidell, 2013). Araştırmanın amaçlarına uygun olarak araştırmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için SPSS 23.0 istatistik programı kullanılarak Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Ardından hipotezleri sınamak amacıyla yapısal eşitlik modeli analizi yürütülmüştür. Oluşturulan yapısal eşitlik modeli ile ilgili analizler AMOS 23.0 programı kullanılarak yapılmıştır. Sınanan modelin veri ile uyumunu değerlendirmek için uyum iyiliği indeksi (goodness of fit index, GFI), karşılaştırmalı uyum indeksi (comparative fit index, CFI), yaklaşık hatanın ortalama karekökü (root mean square error of approximation, RMSEA) ve standardize edilmiş kalıntıların ortalama karekökü (standardized root mean square residual, SRMR) indeksleri temel alınmıştır. Ki kare değerinin serbestlik derecesine oranının (χ^2/sd) 5'den büyük olmaması, RMSEA ve SRMR değerlerinin .10'u geçmemesi, CFI ve GFI değerlerinin .90'dan büyük olması modelin başarılı bir uyum gösterdiği anlamına gelmektedir (Bkz. Schermelleh-Engel ve ark., 2003). Ayrıca bu çalışmada aracı etkiler eşzamanlı olarak 2000 örnekleme (bootstrap samples) kullanılarak %95 güven aralığı temelinde analiz edilmiştir (Preacher ve Hayes, 2008).

Bulgular

Korelasyon Analizleri

Değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ve betimsel istatistikler Tablo 2'de verilmiştir. Korelasyon analizleri incelendiğinde çalışma değişkenlerinin beklenen yönde ilişkilere sahip olduğu gözlenmiştir.

Tablo 2. Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Pearson Korelasyon Katsayıları ve Tanımlayıcı İstatistikler

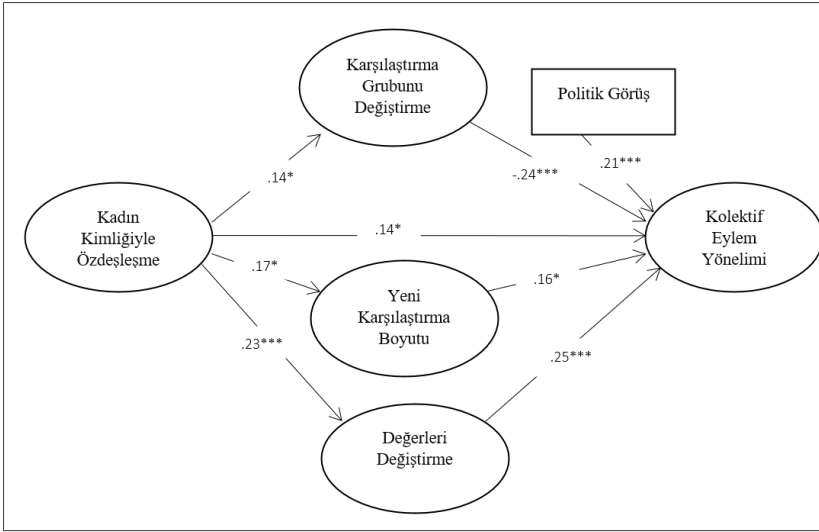
	Ort.	SS	Aralık	1	2	3	4	5	6
1. Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme	2.94	.54	1-5	(.82)	.14*	.17*	.23***	.02	.20**
2. Karşılaştırma Grubunu Değiştirme	-.98	1.60	-4+4		(.78)	.27**	.20**	-.15*	-.16 ^c
3. Yeni Karşılaştırma Boyutu	1.03	1.62	-4+4			(.81)	.43***	-.06	.21**
4. Değerleri Değiştirme	2.23	1.32	-4+4				(.84)	-.06	.29***
5. Politik Görüş	4.76	1.30	1-7					—	.22**
6. Kolektif Eylem Yönelimi	3.97	.76	1-5						(.93)

Not. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. Parantez içindeki değerler Cronbach Alfa katsayılarıdır.

Yapısal Eşitlik Modeli

Özdeşleşmenin bağımsız değişken, stratejilerin aracı değişken, kolektif eylem yöneliminin bağımlı değişken ve politik görüşün kontrol değişkeni olduğu model test edilmiştir. Modelin veri ile çok başarılı bir uyum sergilediği gözlenmiştir, $\chi^2(3.99) = 5.82$; $\chi^2/df = 1.46$; $GFI = .99$; $CFI = .98$; $RMSEA = .05$; $SRMR = .04$. Modelin analiz sonuçlarına göre (bkz. Şekil 2) kadın kimliğiyle özdeşleşme kolektif eylem yönelimi ile pozitif yönde ilişkilidir ($\beta = .14$, $SH = .09$, $p = .023$). Kadın kimliğiyle özdeşleşme düzeyi arttıkça kolektif eylem yönelimi de artmaktadır. Kadın kimliğiyle özdeşleşme, karşılaştırma grubunu değiştirme ($\beta = .14$, $SH = .20$, $p = .034$), yeni karşılaştırma boyutu ($\beta = .17$, $SH = .20$, $p = .012$) ve değerleri değiştirme ($\beta = .23$, $SH = .16$, $p < .001$) stratejilerini pozitif yönde yordamıştır. $H1_{abc}$ 'yi destekleyen bu bulgulara göre, kadın kimliğiyle özdeşleşme arttıkça sosyal yaratıcılık stratejilerini izleme de artmaktadır.

Diğer yandan, değerleri değiştirme ($\beta = .25$, $SH = .04$, $p < .001$) ve yeni karşılaştırma boyutu ($\beta = .16$, $SH = .03$, $p = .020$) stratejileri kolektif eylem yönelimini pozitif yönde yordarken, karşılaştırma grubunu değiştirme negatif yönde yordamıştır ($\beta = -.24$, $SH = .03$, $p < .001$). Diğer bir ifadeyle, değerleri değiştirme ve yeni karşılaştırma boyutu stratejilerini benimseme arttıkça kolektif eylem yönelimi artarken, karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisini benimseme arttıkça kolektif eylem yönelimi azalmıştır. Dolayısıyla $H2_{abc}$ desteklenmiştir. Bu sonuçların yanı sıra, $H6$ 'da beklediği üzere politik görüş ve kolektif eylem yönelimi arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, katılımcıların politik görüşleri sola kaydıka kolektif eylem yönelimleri artmaktadır.

Şekil 2. Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme ile Kolektif Eylem Yönelimi Arasındaki İlişkide Sosyal Yaratıcılık Stratejilerinin Aracı Etkisi

Not. * $p < .05$, *** $p < .001$.

Kadın kimliğiyle özdeşleşmeden kolektif eyleme giden yoldaki aracı etkiler de test edilmiştir. Aracı modele ait değerler Tablo 3'te verilmiştir. Karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisi özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkiye negatif yönde anlamlı olarak aracılık etmiştir ($\beta = -.05$, $SH = .03$, %95 CI [-.113, -.001], $p = .044$). Buna ek olarak, yeni karşılaştırma boyutu stratejisi özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkiye pozitif yönde anlamlı olarak aracılık etmiştir ($\beta = .04$, $SH = .02$, %95 CI [.004, .111], $p = .025$). Özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkiye en güçlü aracılık eden strateji ise değerleri değiştirme stratejisi olmuştur ($\beta = .08$, $SH = .04$, %95 CI [.026, .178], $p = .002$). Sonuç olarak, her üç sosyal yaratıcılık stratejisinin de özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkiye anlamlı olarak aracılık ettiği görülmüştür. Bulgular H3, H4 ve H5'in desteklendiğini göstermektedir. Bu modele göre, kadın kimliğiyle özdeşleşme ile kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişki, sosyal yaratıcılık stratejilerinin aracı etkisi üzerinden gerçekleşmektedir.

Tablo 3. Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme ve Kolektif Eylem Yönelimi İlişkisinde Sosyal Yaratıcılık Stratejilerinin Aracılık Rollerini

	β (SH)	Alt Güven Aralığı	Üst Güven Aralığı
Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme → Karşılaştırma Grubunu Değiştirme → Kolektif Eylem Yönelimi	-.05* (.03)	-.113	-.001
Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme → Yeni Karşılaştırma Boyutu → Kolektif Eylem Yönelimi	.04* (.02)	.004	.111
Kadın Kimliğiyle Özdeşleşme → Değerleri Değiştirme → Kolektif Eylem Yönelimi	.08** (.04)	.026	.178

Not. * $p < .05$, ** $p < .01$

Tartışma

Bu araştırmada kadınların kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kadınların toplumsal koşullarını iyileştirmeye yönelik kolektif eylem yönelimleri arasındaki ilişkide sosyal yaratıcılık stratejilerinin aracı rolü incelenmiştir. Kadın kimliği, cinsiyet grupları arası geçişin (geçirgenliğin) zorluğu nedeniyle bireysel hareketlilik stratejisinin kullanılmasına elverişli bir grup kimliği değildir. Bir yandan da 'kadınlar grubunun' sayısal büyüklüğünün bu grubun sınırlarını muğlaklaştırması, içselleştirilmiş cinsiyetçilik, erkeklerle olumlu temas gibi pek çok faktör de kadın haklarını savunan kolektif eylemlere katılımın önünde bir engel oluşturmaktadır (Radke ve ark., 2016). Bu durum kadınlar açısından sosyal rekabet stratejisinin de önünde önemli engeller olduğunu göstermektedir. Bu nedenle kadınlarda sosyal yaratıcılık stratejilerinin rolü daha kritik hale gelmektedir.

Analizler sonucunda, kadın kimliğiyle özdeşleşmenin hem doğrudan hem de sosyal yaratıcılık stratejileri aracılığıyla dolaylı olarak kadınların kolektif eylem yönelimini yordadığı bulunmuştur. Kadın kimliğiyle özdeşleşmenin kadınların kolektif eylem yönelimi ile ilişkisinde her üç sosyal yaratıcılık stratejisinin aracılık rolünün de anlamlı olduğu saptanmıştır. Stratejilerin aracı rollerine ayrı ayrı bakıldığında, özdeşleşme ile kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkide yeni karşılaştırma boyutu ve değerleri değiştirme stratejilerinin pozitif, karşılaştırma grubunu değiştirmenin negatif bir aracı rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bulgulardan hareketle, kadınların özdeşleşme düzeyleri arttıkça yeni karşılaştırma boyutu ve grup kimliğine atfedilen değeri olumlu yönde değiştirme stratejilerine başvurma düzeylerinin arttığı ve bunun sonucunda kolektif eylem yönelimlerinin yükseldiği söylenebilir. Diğer taraftan, kadınların özdeşleşme düzeyleri arttıkça karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisine başvurma düzeylerinin arttığı, bu stratejiye başvurma düzeyleri arttıkça da kolektif eylem niyetlerinin azaldığı söylenebilir.

Bu çalışmada kadın kimliği ile özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasında pozitif ilişkinin bulunması hem sosyal kimlik kuramının temel iddiasını hem de kadın kimliğini tek boyut olarak ele alan ilgili literatürü destekler niteliktedir. Sosyal kimlik kuramına göre, iç gruplarıyla yüksek düzeyde özdeşleşen dezavantajlı grup üyeleri sosyal kimlikleriyle ilgili olumlu algılar geliştirmek ve olumlu bir benlik saygısı kazanmak için sosyal değişimi amaçlayan çeşitli davranışlara yönelebilmektedirler (Tajfel, 1982; Tajfel ve Turner, 1979). İç grupla özdeşleşmenin kolektif eylem yönelimini arttırdığı çeşitli dezavantajlı gruplarla yapılan araştırmalarda gösterilmiştir (örn., Bourguignon ve ark., 2020; Lalonde ve Cameron, 1993). Kadın kimliğiyle özdeşleşmenin kolektif eylem yönelimiyle ilişkisini inceleyen bu çalışmaların bir kısmı kadın kimliğini kadın ve feminist boyutu olmak üzere çift boyutlu bir yapı şeklinde ele almıştır. Bu çalışmalar kadınların kolektif eylem yöneliminin kadın kimliğiyle özdeşleşmeyle çok zayıf bir ilişkisinin bulunduğunu, kolektif eylem yönelimini belirleyen asıl şeyin kimliğin politize olmuş boyutu olan feminist kimlikle özdeşleşme olduğunu göstermektedir (örn., Mikołajczak ve ark., 2022; van Breen ve ark., 2017). Bu konudaki çalışmaların görece daha büyük bir kısmı ise kadın kimliğini tek boyut olarak ele almakta ve bu kimlikle özdeşleşmenin kolektif eylemi güçlü şekilde yordadığını ortaya koymaktadır (Kelly ve Breinlinger, 1995; Özkan, 2014). Bu araştırmalardan hareketle kadın kimliğini tek boyutlu bir yapı olarak ele aldığımız mevcut çalışma, kadın kimliğiyle özdeşleşmenin kolektif eylem yönelimini pozitif yönde yordadığını göstermektedir.

Sosyal kimlik kuramı, üst konumlu gruba geçme imkânı olmayan (düşük geçirgenlik algısı) ve sosyal statüyü değiştirme niyeti bulunmayan (yüksek kalıcılık algısı) dezavantajlı grup üyelerinin gruplarına aidiyet duygularının güçlendiğini, kendi gruplarının olumlu/başarılı özelliklerine dayalı bilişsel değerlendirmeler yaparak benlik saygılarını koruduklarını öne sürmektedir (Hogg ve Abrams, 1998; Tajfel ve Turner, 1979). Mevcut çalışmanın bulguları, kuramın bu iddiasıyla tutarlı olarak, özdeşleşmenin yaratıcılık stratejileriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir.

Yaratıcılık stratejilerinin kolektif eylemi yordadığını gösteren bulgular incelendiğinde, grubu yeni bir boyut üzerinden değerlendirme ve mevcut boyutun değerini değiştirme stratejilerinin kolektif eylem yönelimini pozitif yönde yordadığı görülmektedir. Buna göre, kadınların söz konusu iki yaratıcılık stratejisine başvurma düzeyi arttıkça kolektif eylem yönelimleri artmaktadır. Bu bulgular, sosyal kimlik kuramının söz konusu yaratıcılık stratejilerine ilişkin açıklamalarının (Tajfel ve Turner, 1979) aksini gösterirken, bu kuram kapsamında son zamanlarda yapılan bazı deneysel çalışmalardan (örn., Becker, 2012; Derks ve ark., 2007; Lalonde ve ark., 2016) elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Sosyal kimlik kuramına göre yaratıcılık stratejileri dezavantajlı grup üyelerinin grup kimliklerini olumlu bir algıya kavuşturmak için bilişsel düzeyde yaptıkları çeşitli manipülasyonlardan ibarettir. Kuram, bu stratejilerin grubun toplumsal hiyerarşideki gerçek konumunu değiştirmeye yönelik herhangi bir etkisi olmadığını, aksine hiyerarşi sisteminin pekişmesine ve varlığını sürdürmesine katkı sunduğunu öne sürmektedir. Bireylerin, sistemin değişmesini sağlayacak sosyal rekabet için kendi gruplarını hiyerarşiyi belirleyen boyut bakımından ilgili dış gruplara kıyasla daha düşük statüde algılaması ve bu bakımdan dış gruplardan daha iyi olmak için grup temelinde harekete geçme ihtiyacı hissetmesi gerekmektedir. Ancak, dezavantajlı gruplar yüksek statülü gruplara avantajlı bir konum sağlayan özellikleri (statüyü belirleyen boyutu) önemsizleştirdiklerinde ya da asıl önemi kendilerinin sahip olduğu alternatif özelliklere yükleyerek bu özellikleri ön plana çıkardıklarında mevcut konumlarına ilişkin bir memnuniyetsizlik hissetmezler ve sistemin değişmesine ihtiyaç duymazlar (Tajfel ve Turner, 1979).

Grubu alternatif bir boyut üzerinden değerlendirme (Derks ve ark., 2007) ve mevcut boyutun değerini değiştirme (Becker, 2012; Odağ ve ark., 2016) stratejilerinin kolektif eylemi tetiklediğine ilişkin bulgular sunan araştırmacılar bu stratejilerin farklı bir yönüne dikkat çekmektedir. Bu araştırmacılara göre, düşük statülü gruplar sahip oldukları özellikleri olumlu/değerli algıladığında ya da alternatif bir boyut üzerinden dış gruplara kıyasla daha başarılı olduklarının farkına vardıklarında statüyü belirleyen boyut üzerinden de aynı başarıyı sergileyerek dış gruplardan daha iyi olma isteği hissederler ve bunun için motive olurlar. Araştırmacıların dikkat çektiği bu durumu ve söz konusu iki yaratıcılık stratejisinin kolektif eylemle pozitif ilişkisine dair edindiğimiz bulguları kolektif eylemin sosyal kimlik modeli bağlamında açıklamak mümkün görünmektedir (Bkz. van Zomeren ve ark., 2008). Bu modele göre, kimlikle özdeşleşme ve adaletsizlik temelli düşük statü algısı dışında, kimlik temelinde ‘algılanan yeterlilik’ de kolektif eylem için gereklidir. Model, dezavantajlı grupların sosyal değişimi sağlama ve hedefe ulaşma konusunda kendilerini yeterli/etkili görme düzeyi arttıkça kolektif eylem yönelimlerinin artacağını öngörmektedir. Dezavantajlı grupların alternatif bir boyut üzerinden kendilerini ilgili dış gruplardan daha başarılı görmesinin ya da sahip oldukları alternatif niteliklerin olumluluğunun ve

öneminin farkına varmasının bu grupların yeterlilik hissini arttıracığını söylemek yanlış olmaz. Örneğin Derks ve arkadaşları (2007) kendi çalışmalarında elde ettikleri yaratıcılık stratejilerinin kolektif eylemi tetiklediğine ilişkin bulguyu bu yeterlilik algısının dolaylı etkisi şeklinde yorumlamıştır. Yazarlara göre dezavantajlı grupların üyelerinin başarılı oldukları alternatif boyutları vurgulayarak ön plana çıkarması, bu gruplardaki bireylerin yeterlilik algısını güçlendirerek statü belirleyen boyutlarda da motivasyonlarının artmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla söz konusu iki yaratıcılık stratejisi kolektif eylem üzerindeki etkisini algılanan yeterlilik üzerinden gösteriyor olabilir.

Mevcut çalışmada elde edilen bulgulardan biri de kadınların kendilerini erkekler yerine görece daha düşük statüde algıladıkları farklı sosyal gruplarla kıyaslamalarının kolektif eylem yönelimini negatif yönde yordadığı şeklindedir. Buna göre, kadınların kendilerini daha düşük statülü gruplarla kıyaslama düzeyi arttıkça sosyal konumunu iyileştirmeye yönelik kolektif eylemlere katılım yönelimleri azalmaktadır. Edinilen bu bulgu, Caricati ve arkadaşlarının (Bkz. Caricati, 2012; Caricati ve Owuamalam, 2020) sosyal kimlik kuramından hareketle önerdikleri *sosyal tabakalaşma perspektifini* (triadic social stratification perspective) desteklemektedir. Bu yaklaşıma göre, dezavantajlı grupların kendi aleyhlerine görünen sosyal statü sistemini meşrulaştırmalarının önemli sebeplerinden biri bu statü yapısının kendilerine sağladıkları görece olanaklardır. Hiyerarşinin orta konumunda yer alan gruplar her ne kadar üst konumlu gruplara kıyasla dezavantajlı konumda olsa da daha alt konumda yer alan gruplara kıyasla avantajlı bir durumdadırlar. Bu durum, bu grupların olumlu kimlik algısını desteklediğinden sistemi meşrulaştırma eğilimini arttırmakta ve sosyal değişim getirecek kolektif eylem yönelimini törpülemektedir. Dolayısıyla kendilerini erkeklerle değil de daha düşük konumdaki ilgili diğer sosyal gruplarla kıyaslayan kadınların kolektif eyleme neden yönelmedikleri bu açıklamalar doğrultusunda açıklanabilir.

Mevcut çalışmanın literatüre çeşitli katkılar sunduğu söylenebilir. Elde ettiğimiz bulgular özdeşleşme ile kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkide yeni karşılaştırma boyutu ve iç grubun niteliklerine yüklenen değerleri değiştirme stratejilerinin pozitif, karşılaştırma grubunu değiştirmenin negatif bir aracı rol oynadığını göstermektedir. Kadınların kadın kimliğiyle özdeşleşme düzeyleri, yeni karşılaştırma boyutu oluşturma ve mevcut boyutun değerini değiştirme stratejileri üzerinden dolaylı olarak onların kolektif eylem yönelimlerini yükseltmektedir. Dezavantajlı grupların kendilerine atfedilen özellikleri olumlu algılama ve dış gruplara kıyasla başarılı oldukları boyutları ön plana çıkarmaları halinde statüyü belirleyen boyutta da benzer bir üstünlüğü kurmak üzere harekete geçecekleri yönündeki görüş, bu bulgumuz tarafından desteklenmektedir. Araştırma sonuçlarımız diğer taraftan, kadınların karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisine başvurma düzeyleri arttıkça kolektif eylem yönelimlerinin azaldığını göstermektedir. Bu bulgumuz, dezavantajlı grupların karşılaştırma grubunu değiştirme stratejisine başvurmalarının onların gerçek konumunu yükseltmeye yönelik davranışlarını törpüleyeceği ve dolayısıyla mevcut sosyal statü yapısını güçlendirip devamlılığını sağlayacağı yönündeki sosyal kimlik kuramına dayanan iddiayı desteklemektedir. Bu çalışma sosyal kimliklerinin niteliği açısından üst konumlu bir gruba (erkek) geçme imkânı olmayan dezavantajlı konumda bulunan kadınların çeşitli sosyal yaratıcılık stratejilerini benimsediklerini göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Mevcut araştırmamızın özgün ve literatüre katkı sunan en önemli yanlarından biri, söz konusu yaratıcılık stratejilerinin kolektif eylem yönelimini arttırdığını kadın örnekleminde gösteren önceki çalışmalardan (örn., Becker, 2012) farklı olarak bu stratejilerin özdeşleşme ile kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkide oynadığı aracı role odaklanmış olmasıdır. Bu yönüyle, çalışmamız özdeşleşme ile kolektif eylem arasındaki ilişkinin doğasını açıklamaya yönelik literatüre de bir katkı sunmaktadır. Literatürdeki çalışmalar sadece özdeşleşme ile kolektif eylem arasındaki ilişkiye odaklandığı (ve muhtemelen yaratıcılık stratejilerinin potansiyel aracı rolünü göz ardı ettiği) için birbiriyle çelişkili bulgular sunmaktadır. Bulgularımız özdeşleşmenin kolektif eylemle ilişkisinde yaratıcılık stratejilerinin aracı rolüne dikkat çekmektedir. Bulgular, kadın kimliğiyle özdeşleşme arttıkça kadın kimliğini daha olumlu bir algıya kavuşturmaya yönelik yaratıcılık stratejilerine başvurma eğiliminin arttığını, bunun da kolektif eylem yönelimini arttırdığını göstermektedir.

Bu çalışma her ne kadar literatüre özgün katkılar sağlamış olsa da çeşitli sınırlılıklara da sahiptir. Sosyal yaratıcılık stratejilerine ilişkin daha önce yapılan çalışmalar, grubu alternatif bir boyut üzerinden değerlendirme ve mevcut boyutun değerini değiştirme stratejilerinin kolektif eylem yönelimi ile ilişkisinde motivasyon ve grup temelinde kazanılan *olumlu duygulara* vurgu yapmaktadır. Diğer yandan yukarıda sözü edilen kolektif eylemin sosyal kimlik modeline göre adaletsizlik algısının neden olduğu öfke gibi *olumsuz duygular* da kolektif eyleme katılım niyetini yordamaktadır (Stewart ve ark., 2016). Ayrıca yakın zamanda söz konusu modele *ahlaki inançlar* (moral convictions) bir yordayıcı değişken olarak eklenmiş; bu güncel modelin de açıklayıcı gücünün oldukça yüksek olduğu görülmüştür (van Zomeren ve ark., 2011; 2012). Gelecek çalışmalarda yaratıcılık stratejileri ile kolektif eylem yönelimi arasındaki ilişkinin olumlu (örn., gurur) ve olumsuz (örn., öfke) duygular, ahlaki inançlar, algılanan yeterlilik gibi değişkenler dahil olmak üzere çeşitli sosyal psikolojik faktörlerin (Bkz. Özkan ve ark., 2022) etkileriyle bir arada incelenmesinde yarar görülmektedir.

Kadın hakları hareketi, diğer pek çok hak mücadelesinde olduğu gibi sosyal-yapısal etmenlere bağlı olarak şekillenmektedir. Sosyal sermaye, bireylerin kolektif eyleme katılımı üzerinde önemli bir etmenddir (Kim, 2018). Spesifik olarak kadın hakları hareketi de yaşam deneyimlerinden ve sosyal sermayeden bağımsız değildir (Nelson ve ark., 2008). Örneğin Liss ve arkadaşlarının (2004) çalışması feminist bir anneye sahip olmak gibi kimi ailesel etmenlerin kadın ve feminist kimliğiyle özdeşleşmeye kıyasla kolektif eyleme katılımı çok daha güçlü yordadığını göstermiştir. Tercih edilen sosyal yaratıcılık stratejisinin de (örn., bireyin yeni bir karşılaştırma grubu belirleyip özsaygısını bu yeni grup üzerinden tesis etmesi) bu sosyal sermayeye bağlı olması mümkündür. Odaklandığı değişkenler (özdeşleşme ve yaratıcılık stratejileri) itibarıyla mevcut çalışma, bu türden sosyal etmenleri göz önüne almamış, sosyal kimlik kuramının temel varsayımlarını kültürel etmenlerden bağımsız bir şekilde sınamıştır. Diğer yandan literatürdeki çalışmalar, cinsiyet temelli ayrımcılığa tepki olarak sosyal hareketlerin yükselmesinde kültürel ve sosyolojik etmenlerin de rolü olduğuna işaret etmektedir (DeBlaere ve ark., 2014). Özgün bir kültürel çeşitliliğe sahip olan Türkiye toplumunda bu türden sosyal-yapısal değişkenlerin etkisinin de ilerleyen çalışmalarda daha fazla ele alınması yararlı olacaktır.

Sonuç olarak, mevcut çalışmada kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem yönelimi arasındaki pozitif yönlü ilişkiyi tespit etmenin yanı sıra söz konusu iki değişken arasındaki ilişkide sosyal yaratıcılık stratejilerinin aracı rol oynadığı görülmüştür. Buna göre, kadınların kadın kimliğiyle özdeşleşme düzeyleri arttıkça kadın kimliğine atfedilen özellikleri olumlu yönde değerlendirme ve kadın kimliğini erkek kimliğiyle (kadınların görece üstün olduğu) alternatif bir boyut üzerinden kıyaslama stratejilerine yönelme düzeyleri artmakta, bu da kolektif eylem yönelimini arttırmaktadır. Diğer yandan, kadınların kendilerini erkekler yerine daha dezavantajlı konumda bulunan diğer kadınlarla karşılaştırma stratejisine yönelme düzeyleri arttıkça kolektif eylem yönelimleri azalmaktadır. Bulgular, sosyal yaratıcılık stratejilerinin yalnızca iç grup kimliğini olumlayan ve özsaygıyı arttıran, tamamıyla bilişsel nitelikte stratejiler olmadığına, aynı zamanda kolektif eyleme katılım motivasyonunu güçlendiren veya zayıflatan araçlar olduğuna işaret etmektedir.

Etik Kurul Onayı: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan gerekli onay alındıktan sonra veri toplama süreci başlamıştır (Karar No: 26/10/2018; 2018-09).

Bilgilendirilmiş Onam: Çalışma için tüm katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Çalışma Konsepti/Tasarım- N.A.; Veri Toplama- N.A., D.B.; Veri Analizi/Yorumlama- K.A.; Yazı Taslağı- N.A., K.A., D.B.; İçeriğin Eleştirel İncelemesi- N.A., D.B., K.A.; Son Onay ve Sorumluluk- N.A., D.B., K.A.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: The data collection process started after receiving the necessary approval from Bursa Uludağ University Social and Human Sciences Research and Publication Ethics Committee (Decision No: 26/10/2018; 2018-09).

Informed Consent: Informed consent was obtained from all participants for the study.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Conception/Design of Study- N.A.; Data Acquisition- N.A., D.B.; Data Analysis/Interpretation- K.A.; Drafting Manuscript- N.A., K.A., D.B.; Critical Revision of Manuscript- N.A., D.B., K.A.; Final Approval and Accountability- N.A., D.B., K.A.

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Grant Support: The authors declare that this study has received no financial support.

Kaynakça / References

- Abrams, D. ve Hogg, M. A. (1998). Prospects for research in group processes and intergroup relations. *Group Processes & Intergroup Relations*, 1(1), 7-20. <https://doi.org/10.1177/1368430298011002>
- Akdoğan, N. (2020). *Kimlik yönetim stratejilerinin grup üyeliği kaynaklı belirleyicileri* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Akdoğan, N. ve Alparslan, K. (2020). Do members of disadvantaged groups possess a motivation of favouritism towards advantaged groups? *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 11(4), 61-73. <https://doi.org/10.36941/mjss-2020-0041>

- Alparslan, K. ve Kuşdil, M. E. (2020). Kürt üniversite öğrencilerinin kimlik yönetim stratejileri ve dış-grup tarafgirliğinin kimlikle ilgili eylem ve hedeflerle ilişkileri: Açık ve örtük ölçümlerle bir inceleme. *Türk Psikoloji Dergisi*, 35(Özel Sayı), 80-104. <https://doi.org/10.31828/tpd1300443320200905x000040>
- Becker, J. C. (2012). The system-stabilizing role of identity management strategies: Social creativity can undermine collective action for social change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 647-662. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0029240>
- Becker, J. C. (2020). Ideology and the promotion of social change. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 6-11. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2019.10.005>
- Becker, J. C. ve Tausch, N. (2015). A dynamic model of engagement in normative and non-normative collective action: Psychological antecedents, consequences, and barriers. *European Review of Social Psychology*, 26(1), 43-92. <https://doi.org/10.1080/10463283.2015.1094265>
- Bettencourt, B., Charlton, K., Dorr, N. ve Hume, D. L. (2001). Status differences and in-group bias: A meta-analytic examination of the effects of status stability, status legitimacy, and group permeability. *Psychological Bulletin*, 127(4), 520-542. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.127.4.520>
- Birleşmiş Milletler. (2023). *Women of the world, unite! Explore women's activism from generations past and present.* <https://interactive.unwomen.org/multimedia/timeline/womenunite/en/index.html#/>
- Blanz, M., Mummendey, A., Mielke, R. ve Klink, A. (1998). Responding to negative social identity: A taxonomy of identity management strategies. *European Journal of Social Psychology*, 28(5), 697-729.
- Bourguignon, D., Teixeira, C. P., Koc, Y., Outten, H. R., Faniko, K. ve Schmitt, M. T. (2020). On the protective role of identification with a stigmatized identity: Promoting engagement and discouraging disengagement coping strategies. *European Journal of Social Psychology*, 50(6), 1125-1142. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2703>
- Breinlinger, S. ve Kelly, C. (1994). Women's responses to status inequality: A test of social identity theory. *Psychology of Women Quarterly*, 18(1), 1-16. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1994.tb00293.x>
- Brunsting, S. ve Postmes, T. (2002). Social movement participation in the digital age: Predicting offline and online collective action. *Small Group Research*, 33(5), 525-554. <https://doi.org/10.1177/104649602237169>
- Büyüköztürk, S. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi.
- Caricati, L. (2012). Upward and downward comparison in the intermediate-status group: The role of social stratification stability. *British Journal of Social Psychology*, 51, 374-384. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2011.02054.x>
- Caricati, L. ve Owuamalam, C. K. (2020). System justification among the disadvantaged: A triadic social stratification perspective. *Frontiers in Psychology*, 11(40). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00040>
- Choma, B., Hodson, G., Jagayat, A. ve Hoffarth, M. R. (2020). Right-wing ideology as a predictor of collective action: A test across four political issue domains. *Political Psychology*, 41(2), 303-322. <https://doi.org/10.1111/pops.12615>
- Crocker, J. ve Major, B. (1989). Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, 96(4), 608-630. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-295X.96.4.608>
- Croft, A., Schmader, T. ve Block, K. (2015). An underexamined inequality: Cultural and psychological barriers to men's engagement with communal roles. *Personality and Social Psychology Review*, 19(4), 343-370. <https://doi.org/10.1177/1088868314564789>
- Çakal, H., Hewstone, M., Güler, M. ve Heath, A. (2016). Predicting support for collective action in the conflict between Turks and Kurds: Perceived threats as a mediator of intergroup contact and social identity. *Group Processes & Intergroup Relations*, 19(6), 732-752. <https://doi.org/10.1177/1368430216641303>

- de Weerd, M. ve Klandermans, B. (1999). Group identification and political protest: Farmers' protest in Netherlands. *European Journal of Social Psychology*, 29(8), 1073–1095. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199912\)29:8<1073::AID-EJSP986>3.0.CO;2-K](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199912)29:8<1073::AID-EJSP986>3.0.CO;2-K)
- DeBlaere, C., Brewster, M. E., Bertsch, K. N., DeCarlo, A. L., Kegel, K. A. ve Presseau, C. D. (2014). The protective power of collective action for sexual minority women of color: An investigation of multiple discrimination experiences and psychological distress. *Psychology of Women Quarterly*, 38(1), 20-32. <https://doi.org/10.1177/0361684313493252>
- Derks, B., van Laar, C. ve Ellemers, N. (2007). Social creativity strikes back: Improving motivated performance of low status group members by valuing ingroup dimensions. *European Journal of Social Psychology*, 37(3), 470-493. <https://doi.org/10.1002/ejsp.375>
- Derks, B., van Laar, C. ve Ellemers, N. (2009). Working for the self or working for the group: How self-versus group affirmation affects collective behavior in low-status groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(1), 183-202. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0013068>
- Douglas, K. M., McGarty, C., Bliuc, A. M. ve Lala, G. (2005). Understanding cyberhate: Social competition and social creativity in online white supremacist groups. *Social Science Computer Review*, 23(1), 68-76. <https://doi.org/10.1177/0894439304271538>
- Eccles, J. S., Wong, C. A. ve Peck, S. C. (2006). Ethnicity as a social context for the development of African-American adolescents. *Journal of School Psychology*, 44(5), 407-426. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2006.04.001>
- Ellemers, N. ve Van Rijswijk, W. (1997). Identity needs versus social opportunities: The use of group-level and individual-level identity management strategies. *Social Psychology Quarterly*, 60(1), 52-65. <https://doi.org/10.2307/2787011>
- Finkel, S. E. ve Opp, K. D. (1991). Party identification and participation in collective political action. *The Journal of Politics*, 53(2), 339-371. <https://doi.org/10.2307/2131763>
- Galinsky, A. D., Hugenberg, K., Groom, C. ve Bodenhausen, G. V. (2003). The reappropriation of stigmatizing labels: Implications for social identity. J. T. Polzer (Ed.), *Identity issues in groups* içinde (ss. 221-256). Emerald Group Publishing Limited.
- Giguère, B. ve Lalonde, R. N. (2010). Why do students strike? Direct and indirect determinants of collective action participation. *Political Psychology*, 31(2), 227-247. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2009.00750.x>
- Grejdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H. ve Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: Relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49-54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Guimond, S., Chatard, A., Martinot, D., Crisp, R. J. ve Redersdorff, S. (2006). Social comparison, self-stereotyping, and gender differences in self-construals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 221-242. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.90.2.221>
- Gupta, A. ve Briscoe, F. (2020). Organizational political ideology and corporate openness to social activism. *Administrative Science Quarterly*, 65(2), 524-563. <https://doi.org/10.1177/0001839219852954>
- Haines, E. L., Deaux, K. ve Lofaro, N. (2016). The times they are a-changing. . . or are they not? A comparison of gender stereotypes, 1983–2014. *Psychology of Women Quarterly*, 40(3), 353-363. <https://doi.org/10.1177/0361684316634081>
- Hasan-Aslih, S., Shuman, E., Pliskin, R., van Zomeren, M., Saguy, T. ve Halperin, E. (2020). With or without you: The paradoxical role of identification in predicting joint and ingroup collective action in intergroup conflict. *European Journal of Social Psychology*, 50(6), 1334-1343. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2677>
- Heckathorn, D. D. (1998). Collective action, social dilemmas and ideology. *Rationality and Society*, 10(4), 451-479. <https://doi.org/10.1177/104346398010004004>
- Hogg, M. A. ve Abrams, D. (1998). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. Routledge.

- Hortaçsu, N. (2000). Intergroup relations in a changing political context: The case of veiled and unveiled university students in Turkey. *European Journal of Social Psychology, 30*(5), 733-744.
- Hoyt, C. L., Moss, A. J., Burnette, J. L., Schieffelin, A. ve Goethals, A. (2018). Wealth inequality and activism: Perceiving injustice galvanizes social change but perceptions depend on political ideologies. *European Journal of Social Psychology, 48*(1), 81- 90. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2289>
- Iyer, A. ve Ryan, M. K. (2009). Why do men and women challenge gender discrimination in the workplace? The role of group status and in-group identification in predicting pathways to collective action. *Journal of Social Issues, 65*(4), 791-814. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2009.01625.x>
- Jost, J. T., Becker, J., Osborne, D. ve Badaan, V. (2017). Missing in (collective) action: Ideology, system justification, and the motivational antecedents of two types of protest behavior. *Current Directions in Psychological Science, 26*(2), 99-108. <https://doi.org/10.1177/0963721417690633>
- Karellaia, N. ve Guillén, L. (2014). Me, a woman and a leader: Positive social identity and identity conflict. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 125*(2), 204-219. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2014.08.002>
- Kay, A. C., Czapliński, S. ve Jost, J. T. (2009). Left–right ideological differences in system justification following exposure to complementary versus noncomplementary stereotype exemplars. *European Journal of Social Psychology, 39*(2), 290-298. <https://doi.org/10.1002/ejsp.500>
- Kelly, C., ve Breinlinger, S. (1995). Identity and injustice: Exploring women’s participation in collective action. *Journal of Community & Applied Social Psychology, 5*(1), 41-57. <https://doi.org/10.1002/casp.2450050104>
- Khairullah, D. H. ve Khairullah, Z. Y. (2009). Cross-cultural analysis of gender roles: Indian and US advertisements. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 21*(1), 58-75. <https://doi.org/10.1108/13555850910926245>
- Kim, H. Y. (2018). Effects of social capital on collective action for community development. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 46*(6), 1011-1028. <https://doi.org/10.2224/sbp.7082>
- Kirchler, E., Palmonari, A. ve Pombeni, M. L. (1994). Social categorization processes as dependent on status differences between groups: A step into adolescents’ peer-groups. *European Journal of Social Psychology, 24*(5), 541-563. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420240503>
- Klandermans, B. (1984). Mobilization and participation: Social-psychological expansions of resource mobilization theory. *American Sociological Review, 49*(5), 583-600. <https://doi.org/10.2307/2095417>
- Klandermans, B. ve de Weerd, M. (2000). Group identification and political protest. S. Stryker, T. J. Owens ve R. W. White (Ed.), *Self, identity, and social movements* içinde (ss. 68–90). University of Minnesota Press.
- Lalonde, R. N. ve Cameron, J. E. (1993). An intergroup perspective on immigrant acculturation with a focus on collective strategies. *International Journal of Psychology, 28*(1), 57-74. <https://doi.org/10.1080/00207599308246918>
- Lalonde, R. N., Cila, J. ve Yampolsky, M. (2016). Canada, a fertile ground for intergroup relations and social identity theory. S. McKeown, R. Haji ve N. Ferguson (Ed.), *Understanding peace and conflict through social identity theory* içinde (ss. 261-276). Springer.
- Laurin, R. (2017). Group and individual stereotype threat and identity management strategies: An investigation of rugby women. *Journal of Applied Social Psychology, 47*(10), 584-588. <https://doi.org/10.1111/jasp.12466>
- Leach, C. W., Ellemers, N. ve Barreto, M. (2007). Group virtue: The importance of morality (vs. competence and sociability) in the positive evaluation of in-groups. *Journal of Personality and Social Psychology, 93*(2), 234-249. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.93.2.234>
- Liss, M., Crawford, M. ve Popp, D. (2004). Predictors and correlates of collective action. *Sex Roles, 50*, 771–779. <https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000029096.90835.3f>

- Margolis, D. R. (1993). Women's movements around the world: Cross-cultural comparisons. *Gender & Society*, 7(3), 379-399. <https://doi.org/10.1177/089124393007003004>
- Mikołajczak, G. ve Becker, J. C. (2019). What is (un)fair? Political ideology and collective action. *Journal of Social and Political Psychology*, 7(2), 810-829. <https://doi.org/10.5964/jpspp.v7i2.1230>
- Mikołajczak, G., Becker, J. C. ve Iyer, A. (2022). Women who challenge or defend the status quo: Ingroup identities as predictors of progressive and reactionary collective action. *European Journal of Social Psychology*, 52(4), 626-641. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2842>
- Moreira, P. D. L., Neto, J., Sabucedo, J. M. ve Camino, C. P. D. S. (2018). Moral judgment, political ideology and collective action. *Scandinavian Journal of Psychology*, 59(6), 610-620. <https://doi.org/10.1111/sjop.12479>
- Mummendey, A., Kessler, T., Klink, A. ve Mielke, R. (1999). Strategies to cope with negative social identity: Predictions by social identity theory and relative deprivation theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 229-245. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.76.2.229>
- Nelson, J. A., Liss, M., Erchull, M. J., Hurt, M. M., Ramsey, L. R., Turner, D. L. ve Haines, M. E. (2008). Identity in action: Predictors of feminist self-identification and collective action. *Sex Roles*, 58(9), 721-728. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9384-0>
- Odağ, Ö., Uluğ, Ö. M. ve Solak, N. (2016). "Everyday I'm çapuling": Identity and collective action through social network sites in the Gezi Park protests in Turkey. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 28(3), 148-159. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000202>
- Orser, B. J., Elliott, C. ve Leck, J. (2011). Feminist attributes and entrepreneurial identity. *Gender in Management: An International Journal*, 26(8), 561-589. <https://doi.org/10.1108/17542411111183884>
- Otjes, S., Stroebe, K. ve Postmes, T. (2020). When voting becomes protest: Mapping determinants of collective action onto voting behavior. *Social Psychological and Personality Science*, 11(4), 513-521. <https://doi.org/10.1177/1948550619872482>
- Özkan, K. (2014). *Kadınların kolektif eylem yöneliminin yordayıcıları: Kültürel benlik kurguları, kadın kimliği ile özdeşleşme, kadınların sosyal baskınlık yönelimi ve sistemi meşrulaştırma eğilimi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Özkan, Z., Ünver, H., Kızık, B., Eraslan, E. G. ve Çakal, H. (2022). Sosyal psikoloji perspektifinden kolektif eylemlere katılmanın belirleyicileri üzerine bir derleme. *Nesne*, 10(24), 336-361. <https://doi.org/10.7816/nesne-10-24-10>
- Pratto, F., Sidanius, J. ve Levin, S. (2006). Social dominance theory and the dynamics of intergroup relations: Taking stock and looking forward. *European Review of Social Psychology*, 17(1), 271-320. <https://doi.org/10.1080/10463280601055772>
- Preacher, K. J. ve Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40, 879-891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Proch, J., Elad-Strenger, J. ve Kessler, T. (2019). Liberalism and conservatism, for a change! Rethinking the association between political orientation and relation to societal change. *Political Psychology*, 40(4), 877-903. <https://doi.org/10.1111/pops.12559>
- Radke, H. R., Hornsey, M. J. ve Barlow, F. K. (2016). Barriers to women engaging in collective action to overcome sexism. *American Psychologist*, 71(9), 863-874. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0040345>
- Rudman, L. A. ve Phelan, J. E. (2010). The effect of priming gender roles on women's implicit gender beliefs and career aspirations. *Social Psychology*, 41(3), 192-202. <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000027>
- Sabucedo, J., Durán, M., Alzate, M. ve Barreto, I. (2011). Emotions, ideology and collective political action. *Universitas Psychologica*, 10(1), 27-34.

- Saeri, A. K., Iyer, A. ve Louis, W. R. (2015). Right-wing authoritarianism and social dominance orientation predict outsiders' responses to an external group conflict: Implications for identification, anger, and collective action. *Analyses of Social Issues and Public Policy, 15*(1), 303-332. <https://doi.org/10.1111/asap.12081>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online, 8*(2), 23–74.
- Schmader, T., Johns, M. ve Barquissau, M. (2004). The costs of accepting gender differences: The role of stereotype endorsement in women's experience in the math domain. *Sex Roles, 50*(11), 835-850. <https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000029101.74557.a0>
- Settles, I. H. (2004). When multiple identities interfere: The role of identity centrality. *Personality and Social Psychology Bulletin, 30*(4), 487-500. <https://doi.org/10.1177/0146167203261885>
- Simon, B., Loewy, M., Stürmer, S., Weber, U., Freytag, P., Habig, C., Kampmeier, C. ve Spahlinger, P. (1998). Collective identification and social movement participation. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*(3), 646-658. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.74.3.646>
- Ståhl, T., Eek, D. ve Kazemi, A. (2010). Rape victim blaming as system justification: The role of gender and activation of complementary stereotypes. *Social Justice Research, 23*(4), 239-258. <https://doi.org/10.1007/s11211-010-0117-0>
- Stewart, A. L., Pratto, F., Bou Zeineddine, F., Sweetman, J., Eicher, V., Licata, L., Morselli, D., Saab, R., Aiello, A., Chrysochoou, X., Cichocka, A., Cidam, A., Foels, R., Giguère, B., Liu, L., Prati, F. ve van Stekelenburg, J. (2016). International support for the Arab uprisings: Understanding sympathetic collective action using theories of social dominance and social identity. *Group Processes & Intergroup Relations, 19*(1), 6-26. <https://doi.org/10.1177/1368430214558310>
- Stürmer, S. ve Simon, B. (2004). The role of collective identification in social movement participation: A panel study in the context of the German gay movement. *Personality and Social Psychology Bulletin, 30*(3), 263-277. <https://doi.org/10.1177/0146167203256690>
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6. Baskı). Pearson.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology, 33*(1), 1-39. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245>
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. W. G. Austin ve S. Worchel (Ed.), *The social psychology of intergroup relations* içinde (ss. 33-47). Brooks-Cole Publishing Company.
- Thomas, E. F. ve Louis, W. R. (2014). When will collective action be effective? Violent and non-violent protests differentially influence perceptions of legitimacy and efficacy among sympathizers. *Personality and Social Psychology Bulletin, 40*(2), 263–276. <https://doi.org/10.1177/0146167213510525>
- Turner-Zwinkels, F. M. ve van Zomeren, M. (2021). Identity expression through collective action: How identification with a politicized group and its identity contents differently motivated identity-expressive collective action in the US 2016 presidential elections. *Personality and Social Psychology Bulletin, 47*(3), 499–513. <https://doi.org/10.1177/0146167220933406>
- Uluğ, Ö. M. ve Acar, Y. G. (2019). 'Names will never hurt us': A qualitative exploration of çapulcu identity through the eyes of Gezi Park protesters. *British Journal of Social Psychology, 58*(3), 714-729. <https://doi.org/10.1111/bjso.12305>
- Uluğ, Ö. M., Odağ, Ö. ve Solak, N. (2020). Women's rights and gender equality in Turkey| Voices against misogyny in Turkey: The case of a successful online collective action against a sexist commercial. *International Journal of Communication, 14*, 5575-5596.
- van Bezouw, M. J., van der Toorn, J. ve Becker, J. C. (2021) Social creativity: Reviving a social identity approach to social stability. *European Journal of Social Psychology, 51*(2), 409-422. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2732>
- van Breen, J. A., Spears, R., Kuppens, T., ve de Lemus, S. (2017). A multiple identity approach to gender: Identification with women, identification with feminists, and their interaction. *Frontiers in Psychology, 8*, 1-21. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01019>

- van Veelen, R., Otten, S., Cadinu, M. ve Hansen, N. (2016). An integrative model of social identification: Self-stereotyping and self-anchoring as two cognitive pathways. *Personality and Social Psychology Review*, 20(1), 3–26. <https://doi.org/10.1177/1088868315576642>
- van Zomeren, M., Postmes, T. ve Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134(4), 504-535. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.134.4.504>
- van Zomeren, M., Postmes, T. ve Spears, R. (2012). On conviction's collective consequences: Integrating moral conviction with the social identity model of collective action. *British Journal of Social Psychology*, 51(1), 52-71. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2010.02000.x>
- van Zomeren, M., Postmes, T., Spears, R. ve Bettache, K. (2011). Can moral convictions motivate the advantaged to challenge social inequality? Extending the social identity model of collective action. *Group Processes & Intergroup Relations*, 14(5), 735-753. <https://doi.org/10.1177/1368430210395637>
- Veldman, J., Van Laar, C., Meeussen, L. ve Lo Bue, S. (2021). Daily coping with social identity threat in outgroup-dominated contexts: Self-group distancing among female soldiers. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 47(1), 118-130. <https://doi.org/10.1177/0146167220921054>
- Wright, S. C., Taylor, D. M. ve Moghaddam, F. M. (1990). Responding to membership in a disadvantaged group: From acceptance to collective protest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 994–1003. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.58.6.994>
- Wright, S. C. ve Tropp, L. R. (2002). Collective action in response to disadvantage: Intergroup perceptions, social identification, and social change. I. Walker ve H. J. Smith (Ed.), *Relative deprivation: Specification, development, and integration* içinde (ss. 200–236). Cambridge University Press.
- Yoder, J. D., Tobias, A., ve Snell, A. F. (2011). When declaring “I am a feminist” matters: Labeling is linked to activism. *Sex Roles*, 64(1), 9-18. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9890-3>

Atf Biçimi / How cite this article

Akdoğan, N., Alparslan, K. ve Bilger, D. (2024). Kadın kimliğiyle özdeşleşme ve kolektif eylem arasındaki ilişkide sosyal yaratıcılık stratejilerinin aracı rolü. *Psikoloji Çalışmaları - Studies in Psychology*, 44(2), 203–234. <https://doi.org/10.26650/SP2021-941174>