

Grup Düşmanlığının Bileşenleri

Önyargı

- Bir tek ya da bir grup bireyin öncelikle grup üyeliği temelinde değerlendirilmesidir.
- Peşin hükme dayalıdır.
- Etkileri yıkıcı ve yaygındır.
- **Etnik merkezlik:** İç-grubun bütün dış gruplardan daha iyi olduğuna ilişkin inançtır.
 - İç grup üyelerini tanımadan onları olumlu değerlendirme

Grup Düşmanlığının Bileşenleri

Kalıpyargı ve önyargı gerçekten farklı şeyler midir?

- Kalıpyargı bilişsel, önyargı duygusal olarak tanımlanmasına rağmen;

temelde her ikisi de bir biliş ve duygu karşımını yansıtmaktadır.

- Ancak, insanlar önyargılı olmasalar ve doğruluğuna inanmasalar da kültürel kalıpyargıları bilebilirler.

Grup Düşmanlığının Bileşenleri

Ayrımcılık

- Grup üyelikleri temelinde bireylere yönelik olumsuz davranışlardır.
ÖRN: ABD 1960 üniversite kabul - ırk ayrımı
- Önyargı konusunda tutum ve davranış aynı olmayabilir:
La Piere - Çinli çift deneyi (1934)

Grup Düşmanlığının Bileşenleri

- Ayrımcılık davranışı sık sık yükleme belirsizliği içerir.

Yükleme belirsizliği: Olumsuz duruma neden olan şeyin ayrımcılık mı yoksa edim yetersizliği mi olduğunun bilinmemesidir.

- **Araştırmalara göre;** eğer olumsuz durum ayrımcılığa yükleniyorsa durumun olumsuz etkisi azalmaktadır.

Önyargıları Öğrenme

- Önyargılar nasıl oluşur?
- Önyargıların kaynağı nelerdir?
- En yaygını görüş, grup düşmanlığının insanlar tarafından diğer tutum ve değerler gibi sonradan öğrenildiğini savunan Toplumsal Öğrenme Kuramından gelmektedir.

Önyargıları Öğrenme

Toplumsallaşma

- Önyargılar doğuştan gelmez.
- Aile, akran, kitle iletişim araçları ve toplumdan öğrenirler.
- Toplumsallaşma; çocukların geleneksel toplumsal kuralları öğrendikleri süreçtir.
- Öğrenme bir çok farklı şekilde gerçekleşebilir.
ÖRN: Taklit / Çağırışım Kurma

Önyargıları Öğrenme

Toplumsallaşma

- Geleneksel önyargılar sıklıkla yaşamın çok erken döneminde öğrenilmektedir.

ÖRN: ABD'de 4-5 yaşlarındaki çocuklar siyah-beyazları ayırt etmekte ve ırksal normaların bazılarının farkındadır.

- Ergelilikte ırksal önyargılar belirginleşir ve değiştirilmeleri çok zordur.

Önyargıları Öğrenme

Kitle İletişim Araçları

- Olası bir toplumsal öğrenme kaynağıdır.
- Belirli bir grubun kitle iletişim araçlarında görülme oranı, o gruba ilişkin kalıpyargıları yansıtmak eğilimindedir.
 - ÖRN: Son 20 yıla kadar siyahlar ABD tvlerinde yoktu ya da kalıpyargısal rollerle sınırlıydı.
- Türkiye'de reklamlar ve kadın-erkek rolleri

Türkiye'de reklamlar ve kadın-erkek rolleri

Ev Kadını: Reklamlarda en çok ev kadını kullanılmaktadır.

Kadının hayatındaki en önemli rol; çocuklarının ve erkeğin üstüne titreyip yemek hazırlamak, servis yapmak...vb. olduğu reklamlarda verilerek, kadının toplumsal rolü pekiştirilmektedir.

b. Çalışan Kadın: Gerçek yaşamda çalışan kadın sayısı artmasına rağmen, bu artış TV reklamlarına yansımamaktadır.

Kadınlar meslek yaşamında gösterildiklerinde ise; banka memuru, sekreter, öğretmen, hemşire...vb. kadınlara yakıştırılan meslek dalları

Evde, hala ev kadın gibi gösterilmekte, kaygılandıkları konular ise, çıkmayan lekeler, grileşen beyazlar vb. olmaktadır.