
**AVATARIN KADAR KONUSU:
FARKLI OLMA İHTİYACI VE MATERYALİZM EĞİLİMİNİN
GENİŞLETİLMİŞ BENLİK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Sonyel OFLAZOĞLU ^{1 3}
Şenay SABAH ÇELİK ²

ÖZ

Kişilerin benliklerinin önemli bir aracı olarak kabul edilen avatarlar, sanal dünyada olduğu kadar gerçek dünyada da kişinin deneyimlerinin aracı rolünü üstlenmekte ve sahiplerini temsil etmektedir. Kişiler söz konusu avatarları aracılığıyla benliklerini genişletebilmektedir. Çalışmada kişilerin benliklerinin kişisel özelliklerinden etkilenebileceği varsayımıyla, kişilerin farklı olma ihtiyacı ile materyalizm eğilimlerinin genişletilmiş benlik üzerindeki etkisi ele alınmaktadır. Söz konusu ilişkide düşünme ihtiyacı değişkeninin düzenleyici rol oynadığı düşünülmektedir. Bu kapsamda, düşük ve yüksek düşünme ihtiyacı seviyeleri için model test edilmiştir. Çalışmanın örnekleme kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenen 253 kişiden oluşmaktadır. Örnekleme, “Devasa Çok Oyuncululu Çevrimiçi Rol Yapma Oyun”larını (MMORPG) oynayan ve bu oyunlarda avatar oluşturmuş kişilerden oluşmaktadır. Hipotezler PASW 18 programı tarafından çoklu regresyon analizi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, farklı olma ihtiyacı ve materyalizm değişkenlerinin sahip olunan avatar kapsamında genişletilmiş benliğe etkisinde düşünme ihtiyacının düzenleyici etkisi istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre düşünme ihtiyacının düşük seviyeleri için materyalizm değişkeni ile genişletilmiş benlik arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunurken, yüksek düşünme ihtiyacı seviyelerinde farklı olma ihtiyacı ve genişletilmiş benlik arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca modelin açıklama gücü düşünme ihtiyacının yüksek seviyelerinde düşük seviyelere göre önemli ölçüde yükselmektedir.

Anahtar Kelimeler: Farklı olma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı, genişletilmiş benlik, materyalizm, avatar.

1 Dr. Öğretim Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, oflazoglusonyel@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9133-1686
2 Doç .Dr. Şenay Sabah Çelik, Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, sabah@politics.ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5764-6783
3 İletişim Yazarı / Corresponding Author oflazoglusonyel@gmail.com,
Geliş Tarihi / Received: 14.06.2019, Kabul Tarihi / Accepted: 16.12.2019

THE EFFECT OF NEED FOR UNIQUENESS AND MATERIALISM ON EXTENDED SELF

ABSTRACT

The avatars, which are considered as an important tool of the self, act as a mediator of one's experiences and represent its owners, in the real world as well as in the virtual world. People can expand their self through their avatars. The study deals with the impact of the need for uniqueness and materialism tendencies on the extended self. In this relationship, the need for cognition is thought to play a moderator role. In this context, the model has been tested for low and high need for cognition levels. The study sample consists of 253 people identified with the snowball sampling technique. The sample consists of people who create an avatar in "Massive Multiplayer Online Role Playing Games" (MMORPG). Hypotheses were evaluated with multiple regression analysis via PASW 18. According to the results, to consider the need for cognition as a moderator variable for the relation between need for cognition, materialism tendency, and extended self within online context is statistically significant. Accordingly, a statistically significant relation was found between materialism and the extended self for the low levels of the need for cognition, while for high levels of need for cognition, a statistically significant relation was found between the need for uniqueness and the extended self. Also, the explanatory power of the model is dramatically increased for high levels of need for cognition, compared to the lower levels.

Keywords: Need for uniqueness, need for cognition, extended self, materialism, avatar.

1. Giriş

Benliğimiz ve tükettiklerimiz birbiriyle oldukça ilintili kavramlar olarak değerlendirilmektedir (Elliott, 1997). Mevcut literatürün bir bölümü sahip olduğumuz benliğimize uygun tüketim pratiklerine sahip olduğumuzu öne sürmekte (Shankar, 2000), bir diğer önemli kısmı ise kişinin benliğinin tükettikleri ile tekrar tekrar oluşturulduğunu, genişletildiğini öne sürmektedir (Belk 1988; Elliott ve Wattanasuwan, 1998; Firat, 1991; Kellner, 1998; Perez vd., 2010). Birinci yaklaşımda benlik statik ve verili bir olgu olarak değerlendirilirken ikincisinde bireylerin benliklerini oluşturmada aktif rol oynadıkları ifade edilmektedir. Böylece tüketim kavramı, modern toplumdaki “yok etme, ortadan kaldırma” gibi anlamlarından ziyade artık üretken bir süreç olarak değerlendirilebilmektedir (Goulding vd., 2002).

Hangi yaklaşım benimsenirse benimsensin, kişilerin tükettikleri, sahip oldukları ve bunların benlik ile ilişkisi literatürde yaygın olarak incelenen bir konudur. Söz konusu ilişkinin sanal dünya için de mümkün olduğu, başka bir ifadeyle, bu ilişkinin sanal dünyaya genişletilebileceği öne sürülmektedir. Buna göre kişiler, sanal dünyada benliklerini ifade eden “avatar”larıyla benliklerini genişletebilmektedir. Bu kapsamda ele alınan Belk (1988)’in Genişletilmiş Benlik (Extended Self) kavramına göre, kişilerin benlikleri, gerçek ve sanal dünyada sahip oldukları ve geçmişleri ile genişlemektedir. Burada, kişilerin farklı olma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve materyalizm eğilimi gibi kişisel özelliklerinin genişletilmiş benlik üzerinde etkisinin bulunabileceği düşünülmektedir. Kişilerin sahip oldukları ve tükettikleri, benlikleri ile yakından ilişkilidir, bu bağlamda kişilerin sahip oldukları diğerlerinden farklılıklarını ve benzersizliklerini sergilemenin bir yoludur (Lim ve Reeves, 2009; Belk, 1988). Düşünme ihtiyacı benliği oluşturan ve zamanla etkileyen bir unsurdur. Düşünme ihtiyacının yüksek veya düşük olması benliği farklı düzeylerde etkileyebilmektedir (Berzonsky ve Kuk, 2000). Tüketime ve sahip olmaya verilen önemin bireyler arasında farklılık gösterdiği ve materyalistler için sahibinin prestijini, görünümünü geliştiren veya değiştiren nesnelere daha fazla değer atfetme ihtimalinin yüksek olduğu çalışmalarda sunulmuştur (Richins, 1994). Başka bir ifadeyle, gerçek dünyada benlik ile ilişkili olarak değerlendirilen söz konusu kavramların sanal dünyada da kişilerin benlikleriyle ilişkili olduğu öne sürülebilir.

Buna göre mevcut çalışmada kişilerin farklı olma ihtiyaçları ile materyalizm eğilimlerinin genişletilmiş benlik üzerindeki etkisi ele alınmaktadır. Söz konusu model için düşünme ihtiyacı değişkeni düzenleyici değişken olarak değerlendirilmekte; düşük ve yüksek düşünme ihtiyacı seviyeleri için modelin farklı işleyebileceği önerilmektedir. Benlik kavramı birçok farklı eksende genişleyebildiğinden (Belk, 1988), çalışmada kişilerin sanal dünyada sahip oldukları avatar ve avatarın sahiplikleri kapsamındaki benlik kavramları ele alınmaktadır. Sanal dünyada, özellikle avatarların kişiselleştirilmelerinin çok önemli olduğu “Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma” (MMORPG) tipi oyunların strateji ve dolayısıyla düşünme odaklı olmasının, söz konusu oyunlarda kullanılan avatarlar kapsamında bu iliş-

kinin önemini artırdığı düşünölmektedir. Buna göre, çalışmada öncelikle benlik kavramının sanal dünyada genişletilmesi konusu ele alınmakta, daha sonra farklı olma ihtiyacı ile materyalizm eğiliminin sanal dünyadaki genişletilmiş benliğe olan etkisi değerlendirilmektedir.

2. Benliğin Sanal Dünyada Genişletilmesi

Sanal dünyada sahiplerini temsil eden iki veya üç boyutlu görsel karakterleri ifade eden avatarlar, kişilerin benliklerinin önemli bir aracı olarak değerlendirilmektedir (Bélisle ve Bodur, 2010). Bunun nedeni avatarın sahibinin sanal dünyadaki bedeni olarak değerlendirilmesi ve bu nedenle sanal dünyada başkalarıyla iletişimi avatar üzerinden kurmasıdır (Castronova, 2004). Bunun yanında, kişilerin gerçek hayattaki benliklerinin avatar için oluşturdukları benlik ve bedenden etkilendiği ifade edilmektedir (Yee ve Bailenson, 2007).

Böylece, kişinin sahip olduğu avatar, sadece sanal değil gerçek dünyadaki deneyimler için de aracı olarak görölmektedir (Vicdan ve Ulusoy, 2008). Daha da ileri gidilirse, kimi avatar sahiplerinin avatarlarının sahip olduğu bedeni kendi gerçek hayattaki bedenlerinden daha fazla benlikleriyle ilişkilendirdikleri öne sürölmektedir (Taylor, 2002). Bunun için gerçek benliklerine uygun bir avatar oluşturmanın da gerekmediği ifade edilmektedir (Sabah, 2017). Başka bir ifadeyle, benliklerinin dışında bir avatar oluştursa bile, söz konusu avatarın benliğinin bir uzantısı olarak değerlendirildiği ifade edilmektedir. Kendi benliğinden farklı hatta tamamen dışında, çoğunlukla ideal benliklerini yansıtan, avatar oluşturduğu durumlarda dahi söz konusu avatarların kendi benliklerinin bir temsilcisi olarak göröldüğü öne sürölmektedir (Wolfendale, 2007). Başka bir ifadeyle kişiler avatar oluştururken sanal olmayan hayattaki hem gerçek benliklerine uygun, hem de sanal benliklerine uygun olarak avatar benliklerini şekillendirebilmektedir (Sabah, 2017). Bunun da ötesinde, avatarın sadece ya ideal ya da gerçek benliklerin ifadesi olarak düşünölmeyebileceği de öne sürölmektedir. Açıklamak gerekirse; ideal-gerçek benlik kavramalarının “ya o, ya da o” şeklinde değil ama farklı seviyeleri olabilecek bir eksenin iki ucu olarak görölebileceği, böylece kimi boyutlar itibariyle gerçek kimi boyutlar itibariyle ise ideal benliğe yaklaşan avatarların oluşturulabileceği öne sürölmektedir (Schultze ve Leahy, 2009). Sadece tek bir avatar oluşturmayı tercih etmeyen ve aynı platform içinde dahi birden fazla avatar oluşturan kullanıcıların birbiriyle çelişen kimliklere de bu sayede sahip olabildikleri ve her yeni avatarın yeni bir benlik olarak değerlendirilebileceği ifade edilmektedir (Vicdan ve Ulusoy, 2008). Bu kapsamda, özellikle sanal dünyada benliğin, modern dünyada öne süröldüğü gibi tutarlı ve sabit olduğu yaklaşımı geçerli görünmemektedir (Sabah, 2017). Böylece tutarlı ve sabit olmak zorunda olmayan benliğin her boyutuyla sanal dünyada avatar tarafından temsil edilmesi ve aynı zamanda da genişletilmesi mümkün olabilmektedir.

Söz konusu benlik- sanal dünya ilişkisinin en önemli unsurlarından birini tüketim oluşturmaktadır. Buna göre, gerçek hayatta olduğu gibi kişilerin tüketimleri ve

sahiplikleri sanal dünyada da benliğin oluşumunu sadece etkilemekle kalmayıp genişletilmesinde de önemli rol oynamaktadır (Belk, 2014). Böylece, sanal dünyada kişinin oluşturduğu avatarının sahip olduğu kıyafetler, aksesuarlar, bedenine yaptırdığı dövme vb. hem sanal hem gerçek benliğinin bir unsuru olarak değerlendirilebilmekte, böylece, sanal benlik ve gerçek benlik iç içe geçebilmektedir (Sabah, 2017). Bunun nedeni, sadece gerçek hayatta gerçekleştirilen tüketimlerin değil, sanal dünyada avatar için gerçekleştirilen tüketimin de benliğin bir kaynağı olarak ele alınmasıdır (Landay, 2008). Snyder ve Fromkin (1977) tarafından öne sürülen özgünlük teorisine göre; birey kendini diğer insanlardan farklı görme ihtiyacıdır ve sosyal olarak diğerlerine çok benzer olduğunu düşündüğü durumlarda rekabet ederek öz saygısını geri kazanmaya ve ayırt edici olmaya çabalar. Bu benzersizlik durumuna ilişkin maddi ifadeler özellikle değerlidir çünkü bireyler benzersiz olma isteklerini çeşitli biçimlerde (örneğin, sahiplik) gösterebilirler (Belk, 1988). Böylece mevcut toplumda tüketim ile ilişkilendirilebilen kavramlar olan materyalizm ve farklı olma ihtiyacının sanal dünyada da benlikle ilişkili olarak değerlendirilmesi mümkündür.

Özetle avatar, sadece sanal dünya için değil, genel olarak benliğin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Belk, 2014). Buna göre, kişilerin sanal dünyada sahip oldukları avatarları kapsamında gerçekleştirdikleri benlik genişletmelerinin; farklı olma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve materyalizm eğilimi gibi gerçek dünyadaki kişisel özelliklerinden etkilenebileceği düşünülmektedir. Çalışmada düzenleyici değişken olarak düşünme ihtiyacının seçilmesinin nedeni, bireylerin bir şeye dahil olma ya da sahip olma konusunda bilgiyi ve görevini nasıl ele alacağı ve ne şekilde bir bilişsel çaba göstereceği konusunda tutumunu açıklayama destek olacağı düşünüldüğü içindir (Cacioppo vd., 1984).

3. Hipotez Geliştirme / Hipotezler ve Araştırma Modeli

Diğerlerinden farklı olma ihtiyacı, kişisel ve toplumsal kimliği geliştirmek amacıyla kişilerin, ürünlere sahip olma, ürünleri kullanma ve onlardan fayda sağlama yoluyla diğerlerinden farklı olma çabasını ifade etmektedir (Tian vd., 2001). Bu kapsamda kişiler, diğer insanlardan farklı olmak amacıyla bir takım maddi eşyalar edinir ve bunları sergilerler, bu şekilde benzersiz olma algılarını artırmayı hedeflerler.

Farklı olma ihtiyacı kişiden kişiye değişmekte ve farklı davranışsal tepkiler biçiminde ortaya çıkabilmektedir. Ancak söz konusu farklılaşmaya rağmen, kişilerin sahip oldukları ve tüketimleri, kişilerin farklı olma isteğini genel olarak yansıtmakta ve söz konusu farklılık da benliği etkilemektedir (Belk, 1989). Başka bir ifadeyle, kişilerin sahip oldukları ve tükettikleri, benlikleri ile yakından ilişkilidir. Aynı zamanda bu sahiplikler “ben” in benzersizliğini sergilemenin bir yolu olarak kullanılabilir (Lim ve Reeves, 2009). Dolayısıyla kişiler sadece kendilerini başkalarından ayırt etmek için bazı ürünlere sahip olabilmektedirler (Belk, 1988). Benzersizliğin bir ifadesi olarak da kullanılabilen sahiplikler, genişletilmiş

benliğin bir parçasıdır. Dolayısıyla benzersiz anlamlara sahip ürünlerin kullanımı ve seçimi de benzersizliği güçlendirmenin ifadelerinden biridir (Belk, Wallendorf ve Sherry, 1989). Söz konusu durum, benliğin sanal dünyadaki temsilcisi olan avatarın ve onun sahip olduklarının farklılaştırılması kapsamında, sanal dünya için de geçerli olabileceği düşünülmektedir. Buna göre mevcut çalışmada aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

H1: *Farklı olma ihtiyacı ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasında pozitif bir ilişki vardır.*

Kimileri için sahip olma, benliklerinin en önemli unsurlarından biridir ve en genel tanımıyla bu durum materyalizm olarak adlandırılmaktadır (Richins ve Dawson, 1992). Buna göre, materyalizm eğilimi yüksek bireylerin sahipliklere materyalizm eğilimi düşük olanlara kıyasla daha fazla önem verdikleri ifade edilebilir (Richins ve Dawson, 1992). Buna ek olarak Belk (1988) kişilerin sahiplikler yoluyla benliklerini genişlettiklerini ileri sürmüştür.

Materyalizm üzerine yapılan son çalışmalar, materyalizmin bireysel bir özellik olduğunu ortaya koymaktadır (Richins ve Dawson, 1992). Benliğin anlaşılmasında tüketime ve sahip olmaya verilen önemin bireyler arasında farklılık gösterdiği ve genel olarak sahipliğe önem veren bireylerin, genişletilmiş benliklerine belirli bir nesneyi/kışıyı dâhil etmelerinin daha muhtemel olacağı ileri sürülmüştür (Sivadas ve Vankatesh, 1995). Materyalistler için prestij, başarı, statü, gibi faktörler en önemli değerlerdir ve prestij sağlayan, sahibinin görünümünü geliştiren nesnelere değer verme ihtimallerinin yüksek olduğu deneysel çalışmalarla kanıtlanmıştır (Richins, 1994). Dijital dünyada ise bu durum benliği etkileyebilen ve inşa edebilen avatlara yayılmıştır. Sanal dünyadaki genişletilmiş benlikteki bu yansımalar hem daha fazla kışıye ulaşma hem de anlık geri bildirimde daha müsait olduğundan, materyalist eğilimlerin açıklanmasını kolaylaştırmıştır (Belk, 2014).

Buna göre genişletilmiş benlik ve materyalizmin arasında pozitif bir ilişki ifade edilmekte ve bu kapsamda, mevcut çalışmada aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

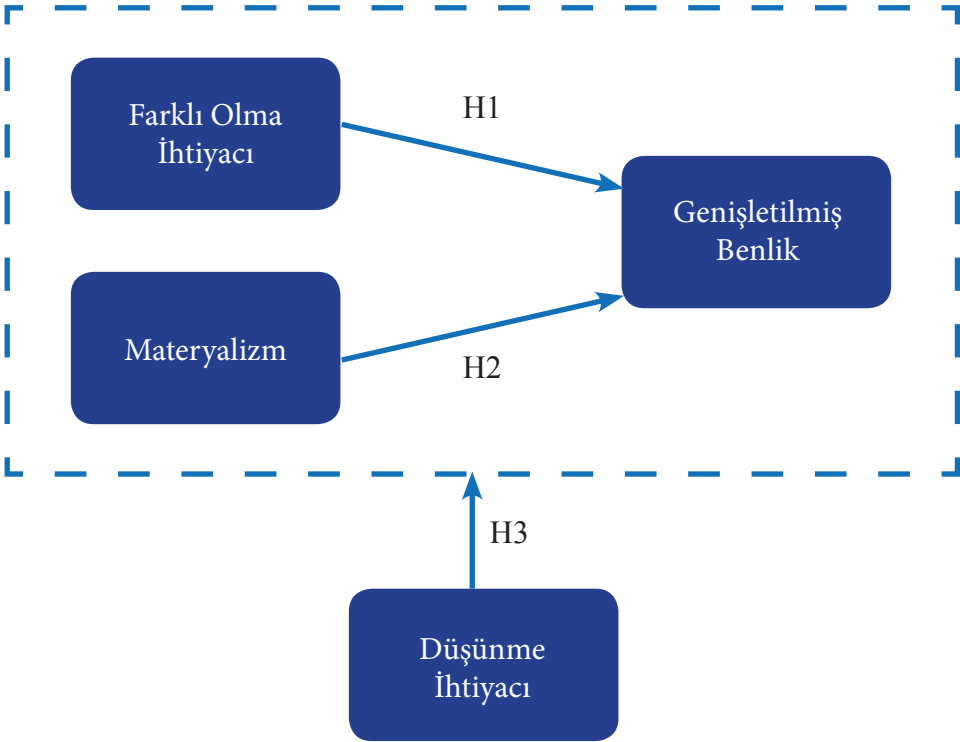
H2: *Materyalizm ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasında pozitif bir ilişki vardır.*

Bireylerin kişisel özelliklerinden olan ve benlik ile ilişkili bir diğer kavram, düşünme ihtiyacıdır. Düşünme ihtiyacı bilişsel olarak zahmet gerektiren konulardan hoşlanma ve böyle konulara yönelik eğilim olarak tanımlanmaktadır (Dickhäuser ve Reinhard, 2006; Polyorat vd., 2005). Düşünme ihtiyacı yüksek olan kişilerin içgüdüsel olarak düşünmekten hoşlandıkları, düşük olanların ise bilişsel faaliyetten kaçındıkları ifade edilmektedir (Haugtvedt vd., 1992).

Kişilerin düşünsel kapasite ve sistemlerinin genel olarak benliğin hem oluşumunda hem de benlikteki değişimlerde etkili olduğuna öne sürülmektedir (Berzonsky,

2008). Geçmiş deneyim ve hafıza ile elde edildiği ve değiştiği öne sürülen düşünme ihtiyacının (Cacioppo vd., 1996), kişilerin benliklerindeki zamana bağlı değişimleri de etkilediği ifade edilmektedir (Njus ve Johnson, 2008). Ayrıca, düşünme ihtiyacının entelektüel alanın dışında benlik üzerindeki etkisinin dolaylı olduğu ifade edilmektedir (Dollinger, 2003). Bu kapsamda, farklı düşünme ihtiyacı seviyelerinin kişisel benliğin unsurlarını (Berzonsky, 1994) ve benliği farklı biçimde/düzeyde etkilediği öne sürülmektedir (Berzonsky ve Kuk, 2000). Sanal dünyada, özellikle avatarların kişiselleştirilmelerinin çok önemli olduğu “Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma” (MMORPG) tipi oyunların strateji ve dolayısıyla düşünme odaklı olmasının, söz konusu oyunlarda kullanılan avatarlar kapsamında bu ilişkinin önemini artırdığı düşünülmektedir. Buna göre, çalışmada aşağıdaki hipotez önerilmektedir:

H3: *Düşünme ihtiyacı; materyalizm, farklı olma ihtiyacı ve sanal dünyada genişletilmiş benlik arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynamaktadır.*



Şekil 1. Araştırma Modeli

Buna karşılık materyalizm eğilimleri yüksek bireylerin başarı ve mutluluğu düşünsel olarak zorlayıcı aktivitelerden zevk almaktan ziyade tüketimle ilişkilendirdikleri ifade edilmektedir (Dickhäuser ve Reinhard, 2006; Polyorat ve Alden, 2005; Richins ve Dawson, 1992). Bu kapsamda düşünme ihtiyacının yüksek seviyeleri için materyalizm ile sanal dünyada genişletilmiş benlik ilişkisinin (H2b) anlamsız olaca-

ęı beklenebilir. Düşük düşünme ihtiyacı seviyelerinde farklı olma ihtiyacı ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasındaki ilişkinin (H1a) pozitif yönde anlamlı olması beklenmektedir. Yüksek düşünme ihtiyacı seviyesindeki ilişkinin (H1b), düşük düşünme ihtiyacı seviyesine göre (H1a) daha güçlü olması beklenmektedir. Yüksek düşünme ihtiyacı seviyesi için materyalizm eğilimi ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasındaki ilişkinin anlamsız olacağını düşünülmektedir.

Söz konusu düzenleyici etkisi kapsamında çalışmanın hipotezlerini aşağıdaki biçimde tekrar ifade edilebilir:

H1a: *Düşük düşünme ihtiyacı seviyesi için farklı olma ihtiyacı ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasında negatif bir ilişki vardır.*

H1b: *Yüksek düşünme ihtiyacı seviyesi için farklı olma ihtiyacı ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasında pozitif bir ilişki vardır.*

H2a: *Düşük düşünme ihtiyacı seviyesi için materyalizm eğilimi ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasında pozitif bir ilişki vardır.*

H2b: *Yüksek düşünme ihtiyacı seviyesi için materyalizm eğilimi ile sanal dünyada genişletilmiş benlik arasında negatif bir ilişki vardır.*

Bu kapsamda Araştırma Modeli Şekil 1’de sunulmaktadır.

4. Tasarım ve Yöntem

Alan araştırması (survey) yöntemi kapsamında gerçekleştirilen çalışmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Analizler kartopu örneklem yöntemi ile belirlenmiş 253 kişilik örneklem verisi ile gerçekleştirilmiştir. Buna göre örneklem, MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) olarak bilinen, Türkçe’deki yaygın kullanımıyla “Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyun”larını oynayan ve bu oyunlarda avatar oluşturmuş kişilerden oluşmaktadır. Kartopu örneklemin oluşturulmasında öncelikle söz konusu oyunu oynayanların oluşturduğu üniversite topluluklarıyla görüşülmüş, anketi farklı oyun gruplarının çevrimiçi hesapları üzerinden ve oyunu oynayan arkadaşları ile paylaşımları istenmiştir. Hipotezler PASW 18 programı tarafından çoklu regresyon analizi ile değerlendirilmiştir.

Düşünme İhtiyacı (DI) ölçeği için Cacioppo, Petty ve Feng Kao (1984); Farklı Olma İhtiyacı (FOI) için Tian, Bearden ve Hunter (2001) ile söz konusu ölçeğin kısaltılmış biçimi olan Ruvio, Shoham ve Brencic (2008) ve Materyalizm (M) ölçeği için ise Wong, Rindfleisch ve Burroughs (2003) ile Richins ve Dawson (1992)’un makalelerinden yararlanılmıştır. Sanal dünya için Genişletilmiş Benlik (GB) kavramının ölçümünde, literatürde genişletilmiş benlik kavramının nicel olarak ölçüldüğü başka bir çalışmaya rastlanılmadığından, Dodson (1996)’nın “Dağ Bisikletine Sahip Olanlar için Genişletilmiş Benlik” ölçeği uyarlanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler Ek.1’de verilmiştir.

5. Bulgular

Regresyon analizine geçmeden önce faktör yüklerini kontrol etmek için PASW 18 tarafından Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmış bunun için Temel Bileşenler (Principal Components) yöntemine dayanılmış, Varimax rotasyon yöntemi uygulanmıştır. Örneklem yeterliliğini değerlendirmek amacıyla Kaiser-Meyer Olkin (KMO) testi gerçekleştirilmiştir. KMO değerlerinin 0,70'in üzerinde olması (FOI için, 0,818; DI için, 0,722; M için, 0,850; GB için 0,939), verinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Dziuban ve Shirkey, 1974). AFA kapsamında faktör yükü için kabul edilen sınır değeri 0,40 olarak belirlenmiştir. Bartlett küresellik testi sonuçları kapsamında değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki bulunduğu 0,000 anlamlılık düzeyinde desteklenmektedir (Dziuban ve Shirkey, 1974).

Faktör analizi sonrası her bir faktör için Cronbach alfa katsayısı değerleri kontrol edilmiştir. Faktör yükleri için yapılan belirlemeye uymayanlar ile güvenilirlik katsayı değerleri (cronbach alfa katsayısı değerleri) uygun olmayan değişkenler elenmiştir. Böylece tek boyutluluk geçerliliklerinin sağlandığı görülmüştür. Düşünme İhtiyacı Ölçeği için Cronbach Alfa katsayısı değerleri güvenilirlik değeri 0,70'nin çok az altında çıkmıştır (0,698) ancak söz konusu değişken modelin ölçümünde düzenleyici değişken olarak yer almaktadır. Sanal Dünyada Genişletilmiş Benlik (0,944), Farklı Olma İhtiyacı (0,841) ve Materyalizm (0,818) değişkenlerinin güvenilirlik değerleri 0,70'in üzerinde çıkmıştır (Nunnally ve Bernstein, 1994).

Tablo 1. Pearson Korelasyon Katsayıları

	DI	FOI	M
Düşünme İhtiyacı (DI)	1		
Farklı Olma İhtiyacı (FOI)	0,154**	1	
Materyalizm (M)	0,012*	0,152**	1

* 0,01 düzeyinde anlamlı; ** 0,05 düzeyinde anlamlı.

Güvenilirlik testi sonrasında korelasyon testi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon değerleri 0,012 ile 0,154 arasında değişmektedir (Tablo 1) ve düşük korelasyonu göstermektedir. Bu durum çoklu bağlantı sorununun (multicollinearity) olmadığını işaret etmektedir (Roth, 1995). Ayrıca, Varyans Artış Faktörü (VIF) ve tolerans değerleri ile Koşul İndeksi (CI) değerleri kontrol edilmiştir. Bu değerler de çoklu bağlantı sorununun olmadığını ifade etmektedir (Tablo 2 ve 3).

Çalışmanın hipotezlerinin test edilmesinde Çoklu Regresyon Analizinden yararlanılmıştır. Öncelikle "Düşünme İhtiyacı" (DI) değişkeninin tüm model için düzenleyici etkisinin anlamlı olup olmadığı üç bağımsız değişken (FOI, M ve DI) ile DI değişkeninin diğer değişkenlerle çarpımının dâhil edildiği regresyon analizi ile gerçekleştirilmiştir. Buna göre öncelikle bağımsız değişkenler sonra bağımsız de-

ęiřkenlerin çarpımıyla oluşturulan etkileşim terimi regresyon modeline dâhil edilmiştir. Regresyon sonuçları anlamlı çıktığından ($\Delta R^2=0,003$, sig.0,000), DI'nın model üzerinde düzenleyici etkisinin bulunduğu söylenebilir (Sharma vd., 1981). Böylece düşünme ihtiyaının; farklı olma ihtiyaı, materyalizm eğilimi ve sanal dünyada genişletilmiş benlik arasındaki ilişkide düzenleyici etkisi olduğunu ifade eden H3 hipotezi desteklenmiştir. Ayrıca, DI değişkeninin farklı düzeylerinin ele alınmasının önemli sonuçlar sağlayabileceği düşünüldüğünden, veriler DI'nın düşük ve yüksek düzeyleri için ikiye ayrılmış ve her bir düzey için regresyon analizi tekrarlanmıştır.

Tablo 2. Düşük Düşünme İhtiyaı Seviyesi için Regresyon Sonuçları

	Beta/Sig. (t-değeri)	VIF (Tolerans değeri)	CI
Farklı Olma İhtiyaı (FOI)	0,118/0,153 (1,438)	1,001 (0,990)	5,601
Materyalizm (M)	0,214/0,010 (2,601)	1,001 (0,990)	9,765
R ²			0,061
Düzeltilmiş R ²			0,047
Sig. F			0,013
Y=Sanal Dünyada Genişletilmiş Benlik (GB)			

Düşük DI seviyesi için gerçekleştirilmiş regresyon analizi sonuçlarına göre (Tablo 2), sahip olunan avatar kapsamında genişletilmiş benliğin, farklı olma ihtiyaı ile materyalizm çerçevesinde ele alınması ($R^2=0,047$) istatistiki olarak anlamlıdır. Regresyon sonuçlarına göre, FOI ile GB arasındaki ilişki düşük DI seviyesi için desteklenmezken; M ile GB arasındaki ilişki ise 05 anlamlılık düzeyinde desteklenmektedir. Başka bir ifadeyle, H1a hipotezi desteklenmezken H2a hipotezi 0,05 anlamlılık düzeyinde desteklenmiştir.

Tablo 3. Yüksek Düşünme İhtiyaı Seviyesi için Regresyon Sonuçları

	Beta/Sig. (t-değeri)	VIF (Tolerans değeri)	CI
Farklı Olma İhtiyaı (FOI)	0,484/0,000 (5,132)	1,143 (0,875)	6,830
Materyalizm (M)	0,099/0,294 (1,056)	1,143 (0,875)	8,670
R ²			0,278
Düzeltilmiş R ²			0,262
Sig. F			0,000
Y=Sanal Dünyada Genişletilmiş Benlik (GB)			

Yüksek DI seviyesi için gerçekleştirilmiş regresyon analizi sonuçlarına göre (Tablo 3), sahip olunan avatar kapsamında genişletilmiş benliğin (GB), farklı olma ihtiyacı (FOI) ile materyalizm (M) çerçevesinde ele alınması ($R^2=0,262$) istatistiki olarak anlamlıdır. Regresyon sonuçlarına göre, FOI ile GB arasındaki ilişki yüksek DI seviyesi için 0,000 düzeyinde desteklenirken; M ile GB arasındaki ilişki ise desteklenmemektedir. Özetle, araştırma sonuçları kapsamında H1b hipotezi 0,000 anlamlılık düzeyinde desteklenmiştir. Araştırma sonuçları beklenildiği şekilde M ile GB arasındaki ilişkiyi desteklememektedir.

6. Sonuç

Genişletilmiş Benlik kuramına göre benlik, sahip olunan birçok nesne ile genişletilebilmektedir. Buna göre kişilerin sanal dünyada sahip oldukları avatarlar da bu kapsamda değerlendirilebilir. Bunun yanında farklı olma ihtiyacı, materyalizm ve düşünme ihtiyacı gibi kişisel özelliklerin benlik üzerinde etkisinin bulunduğu ifade edilmektedir. Bu kapsamda mevcut çalışmada farklı olma ihtiyacı ve materyalizm eğiliminin benlik üzerindeki etkisi modele doğrudan dâhil edilirken düşünme ihtiyacı modele düzenleyici değişken olarak eklenmiştir.

Analiz sonuçlarına göre, farklı olma ihtiyacı ve materyalizm değişkenlerinin sahip olunan avatar bağlamında genişletilmiş benlik bağımlı değişkenine etkisinde, düşünme ihtiyacının düzenleyici rolü olduğu bulunmuştur. Buna göre, düşünme ihtiyacının düşük seviyeleri için materyalizm değişkeni ile genişletilmiş benlik arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunurken, yüksek düşünme ihtiyacı seviyelerinde farklı olma ihtiyacı ve genişletilmiş benlik arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca modelin açıklama gücü düşünme ihtiyacının yüksek seviyelerinde ($R^2=0,262$) düşük seviyelerine ($R^2=0,047$) göre önemli ölçüde yükselmektedir.

Düşünme ihtiyacı daha çok entelektüel alanda benlik üzerinde etkisi bulunduğu düşünülen bir kavram olarak ifade edilmektedir (Dollinger, 2003). Buna göre farklı olma ihtiyacının entelektüel olarak bir karşılığı bulunmaktadır ve farklı olma ihtiyacının yüksek düşünme ihtiyacı seviyelerinde benlik üzerinde etkisinin bulunması teorik olarak anlamlıdır. Her iki kavramın da yaratıcılık ile ilişkisinin bulunduğu (Dollinger, 2003) ve bu anlamda kişisel benliğin yaratım sürecinde yüksek düşünme ihtiyacının farklı olma ihtiyacı ile etkisinin bulunabileceği düşünülmektedir. Buna karşılık materyalizm entelektüel alanın dışında konumlandırılmaktadır. Materyalizm eğilimleri yüksek bireylerin sahiplik ve tüketimi hayatlarının merkezine koydukları, kişisel başarı ve mutluluğu düşünsel olarak zorlayıcı aktivitelerden zevk almaktan (Dickhäuser ve Reinhard, 2006; Polyorat ve Alden, 2005) ziyade tüketimle ilişkilendirdikleri ifade edilmektedir (Richins ve Dawson, 1992). Dahası, materyalizm ve hedonizm gibi daha çok tüketim kültürüne ilişkin kavramların, yüksek düşünme ihtiyacı ile ilişkili olmadığı ifade edilmektedir (Lins vd., 2015). Bu kapsamda, mevcut çalışmanın hem geçmiş literatürle uyumlu hem de onu genişletici boyutlarının bulunduğu düşünülmektedir.

Ayrıca mevcut literatürde, hem farklı olma ihtiyacı (Belk vd., 2009 gibi) hem de materyalizm eğiliminin (Richins ve Dawson, 1992; Richins, 1994; Sivadas ve Vankatesh, 1995; Belk, 2014 gibi) benlik üzerindeki etkisini ifade eden çalışmalar bulunmaktadır. Ancak her ne kadar farklı düşünme süreçleri ile benlik arasındaki ilişkinin ele alınabileceğini öne süren çalışmalar bulunsa da (Hunt vd., 996), söz konusu ilişkinin sanal dünyada benliğin genişletilmesi üzerindeki etkisini ele alan çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu anlamda söz konusu sonucun literatür açısından önemli olabileceği düşünülmektedir.

Özetle çalışma, benliğin sanal dünyadaki boyutunu ele alması ve bunun farklı kişisel özellikler ile ilişkisini tartışması bakımından özgün sonuçlar sunmaktadır. Ayrıca, şirketlerin oyunlarda kullandıkları gerçek markalar, söz konusu platformlarda verilen reklamlar ve çevrimiçi satışlar açısından çalışmanın bulgularının değerlendirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Buna göre, yüksek düşünme ihtiyacı gereken MMORPG tarzı oyunlarda kişilerin benliklerinde farklı olma ihtiyacının etkili olmasından hareketle, söz konusu oyunlarda farklı olma ihtiyacına yönelik ürün ve markaların reklamlarının yapılabileceği düşünülmektedir. Daha düşük düşünme ihtiyacı gerektiren oyunlarda ise kişilerin materyalizm eğilimlerine yönelik reklamların daha anlamlı olabileceği varsayılabilir. Bununla birlikte çalışmanın çeşitli kısıtları bulunmaktadır. Çalışmada genişletilmiş benliğin sanal unsuru olarak avatarlar ele alınmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda sanal benliğin başka unsurlarının (sahiplikler, kayıplar, sanal benliğin sunum türleri vb.) ve benlik üzerinde etkili olabilecek başka özelliklerin de değerlendirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bunun yanında kişisel unsurlardan farklı olma ve düşünme ihtiyacı ile materyalizm eğilimi dışındaki faktörlerin (narsisim, rekabet, sosyal karşılaştırma vb.) genişletilmiş benlik ile ilişkili olarak ele alınması da önemli sonuçlar sağlayabilecektir.

Kaynakça

- Bélisle, J. F. ve Bodur, H. O. (2010). Avatars as Information: Perception of Consumers Based on Their Avatars in Virtual Worlds. *Psychology & Marketing*, 27(8): 741-765.
- Belk, R. (2014). Digital Consumption and the Extended Self. *Journal of Marketing Management*, 30(11-12): 1101-1118.
- Belk, R. W. (1989). Extended Self and Extending Paradigmatic Perspective. *Journal of Consumer Research*, 16(1): 129-132.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15: 139-168.
- Belk, R. W., Wallendorf, M. ve Sherry Jr, J. F. (1989). The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy On The Odyssey. *Journal of Consumer Research*, 16(1):1-38.
- Berzonsky, M. D. (2008). Identity Formation: The Role of Identity Processing Style and Cognitive Processes. *Personality and Individual Differences*, 44(3): 645-655.
- Berzonsky, M. D. (1994). Self-identity: The Relationship Between Process and Content. *Journal of Research in Personality*, 28(4): 453-460.
- Berzonsky, M. D. ve Kuk, L. S. (2000). Identity Status, Identity Processing Style, and the Transition to University. *Journal of Adolescent Research*, 15(1): 81-98.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Feinstein, J. A. ve Jarvis, W. B. G. (1996). Dispositional Differences in Cognitive Motivation: The Life and Times of Individuals Varying in Need For Cognition. *Psychological Bulletin*, 119(2):197.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E. ve Feng Kao, C. (1984). The Efficient Assessment of Need for Cognition. *Journal of Personality Assessment*, 48(3): 306-307.
- Castronova, E. (2004). The Price of Bodies: A Hedonic Pricing Model of Avatar Attributes in a Synthetic World. *Kyklos*, 57(2): 173-196.
- Dickhäuser, O. ve Reinhard, M. A. (2006). Factors Underlying Expectancies of Success and Achievement: The Influential Roles of Need for Cognition and General or Specific Self-Concepts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(3): 490.
- Dodson, K. J. (1996). Peak Experiences and Mountain Biking: Incorporating The Bike into The Extended Self. *Advances in Consumer Research*, 23: 317-322
- Dollinger, S. J. (2003). Need For Uniqueness, Need For Cognition, and Creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 37(2): 99-116.
- Dziuban, C. D. ve Shirkey, E. C. (1974). When is a Correlation Matrix Appropriate for Factor Analysis? Some Decision Rules. *Psychological Bulletin*, 81(6): 358.
- Elliott, R. (1997). Existential Consumption and Irrational Desire. *European Journal of Marketing*, 31: 285-296.

- Elliott, R. ve Wattanasuwan, K. (1998). Brands as Symbolic Resources for the Construction of Identity. *International Journal of Advertising*, 17: 131-144.
- Fırat, A. F. (1991). The Consumer in Postmodernity. *Advances in Consumer Research*, 18: 70-76.
- Goulding, C., Shankar A. ve Elliott, R. (2002). Working Weeks, Rave Weekends: Identity Fragmentation and the Emergence of New Communities. *Consumption Markets & Culture*, 5: 261-84.
- Haugtvedt, C. P., Petty, R. E. ve Cacioppo, J. T. (1992). Need For Cognition and Advertising: Understanding The Role of Personality Variables in Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 1(3): 239-260.
- Hunt, J. M., Kernan, J. B., and Mitchell, D. J. (1996). Materialism as Social Cognition: People, Possessions, and Perception. *Journal of Consumer Psychology*, 5(1): 65-83.
- Kellner, D. (1998). *Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities*. Ed. S. Lash, ve J. Friedman, Inside Modernity and Identity, UK: Blackwell Publishers Ltd.
- Landay, L. (2008). Having But Not Holding: Consumerism & Commodification in Second Life. *Journal For Virtual Worlds Research*, 1(2).
- Lim, S. ve Reeves, B. (2009). Being in The Game: Effects of Avatar Choice and Point of View on Psychophysiological Responses During Play. *Media Psychology*, 12(4): 348-370.
- Lins, S., Dóka, Á., Bottequin, E., Odabašić, A., Pavlović, S., Merchán, A. ve Hylander, F. (2015). The Effects of Having, Feeling, and Thinking on Impulse Buying in European Adolescents. *Journal of International Consumer Marketing*, 27(5): 414-428.
- Njus, D. ve Johnson, D. R. (2008). Need for Cognition as a Predictor of Psychosocial Identity Development. *The Journal of Psychology*, 142(6): 645-655.
- Nunnally, J. C. ve Bernstein, Ira H. (1994). *Psychometric Theory*, McGraw-Hill Series in Psychology, New York.
- Perez, M. E., Castaño, R. ve Quintanilla, C. (2010). Constructing Identity through the Consumption of Counterfeit Luxury Goods. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 13: 219-35.
- Polyorat, K., Alden, D. L. ve Alden, D. L. (2005). Self-Construal and Need-for-Cognition Effects on Brand Attitudes and Purchase Intentions in Response to Comparative Advertising in Thailand and the United States. *Journal of Advertising*, 34(1): 37-48.
- Richins, M. L. (1994). Special Possessions and the Expression of Material Values. *Journal of Consumer Research*, 21(3): 522-533.
- Richins, M. L. ve Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3): 303-316.

- Roth, M. S. (1995). The Effects of Culture and Socioeconomics on The Performance of Global Brand Image Strategies. *Journal of Marketing Research*, 32(2):163-175.
- Ruvio, A., Shoham, A. ve Makovec Brenčič, M. (2008). Consumers' Need For Uniqueness: Short-Form Scale Development and Cross-Cultural Validation. *International Marketing Review*, 25(1): 33-53.
- Sabah, Ş. (2017). Ben, Kendim ve Avatarım: Sanallık ve Gerçeklik Arasında Tüketim, Sahip Olunanlar ve Kişisel Benlik. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9 (1): 117-154.
- Schultze, U. ve Leahy, M. M. (2009). The Avatar-Self Relationship: Enacting presence in second life. *13th International Conference on Information Systems (ICIS)*, Arizona.
- Shankar, A. (2000). Lost in Music? Subjective Personal Introspection and popular Music Consumption. *Qualitative Market Research*, 3 (1): 27-37.
- Sharma, S., Durand, R. M. ve Gur-Arie, O. (1981). Identification and Analysis of Moderator Variables. *Journal of Marketing Research*, 18(3):291-300.
- Sivadas, E. ve Venkatesh, R. (1995). An Examination of Individual and Object-Specific Influences on the Extended Self and Its Relation to Attachment and Satisfaction. ACR North American Advances 22. Eds. Chris T. Allen and Deborah Roedder John. Provo, UT: *Association for Consumer Research*, 406-412.
- Snyder, C. R. ve Fromkin, H. L. (1977). Abnormality as a positive characteristic: The development and validation of a scale measuring need for uniqueness. *Journal of Abnormal Psychology*, 86(5): 518-527.
- Taylor, T. L. (2002). *Living digitally: Embodiment in Virtual Worlds*. R. Schroeder (Ed.), *The social life of avatars: Presence and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 40-62) içinde (s. 40-62). London: Springer.
- Tian, K. T., Bearden, W. O. ve Hunter, G. L. (2001). Consumers' Need for Uniqueness: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 28(1): 50-66.
- Vicdan, H. ve Ulusoy, E. (2008). Symbolic and Experiential Consumption of Body in Virtual Worlds: From (Dis) Embodiment to Symembodiment. *Journal for Virtual Worlds Research*, 1(2).
- Wolfendale, J. (2007). My Avatar, My Self: Virtual Harm and Attachment. *Ethics and Information Technology*, 9(2): 111-119.
- Wong, N., Rindfleisch, A. ve Burroughs, J. E. (2003). Do Reverse-Worded Items Confound Measures in Cross-Cultural Consumer Research? The Case of the Material Values Scale. *Journal of Consumer Research*, 30(1): 72-91.
- Yee, N. Ve Bailenson, J. (2007). The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior. *Human Communication Research*, 33(3): 271-290.

EK.1. Ölçeklerde Yer Alan İfadeler

Düşünme İhtiyacı (Cacioppo, Petty ve Feng Kao 1984)

1. Basit problemlerden çok, karmaşık problemleri tercih ederim.
2. Çok fazla düşünme gerektiren durumlarda sorumluluk almaktan hoşlanırım.
3. Düşünmek benim eğlence anlayışıma göre değil. R
4. Düşünmemi gerektirecek bir eğlence anlayışı bana göre değil.
5. Çok düşünmemi gerektirecek bir iş yerine çok az düşünme gerektirecek işleri tercih ederim. R
6. Eğer kaçınma şansım varsa, bir konu hakkında yoğun düşünmemi gerektiren durumlardan kaçınmaya çalışırım R
7. Bir konu üzerinde ayrıntılı ve uzun uzun düşünmek beni tatmin eder.
8. Zorunda kaldığım kadar yoğun düşünürüm. R
9. Uzun dönem plan ve projeler yerine küçük ve günlük projeleri düşünmeyi tercih ederim. R
10. Bir kere öğrendikten sonra çok az düşünme gerektiren işleri tercih ederim. R
11. Kendi yolumu çizmek için düşünme fikri, bana çok çekici gelir.
12. Sorunlara yeni çözümler getirebilecek işlerle uğraşmaktan çok hoşlanırım.
13. Düşünmek için yeni yollar öğrenmek bana çekici gelmez. R
14. Hayatımın benim çözmek zorunda olduğum bulmacalarla dolu olmasını tercih ederim.
15. “Soyut düşünme” fikri bana çekici geliyor.
16. Düşünsel, zor ve önemli işleri, bir boyutuyla önemli fakat çok fazla düşünme gerektirmeyecek işlere tercih ederim.
17. Zihinsel anlamda çok fazla çaba gerektirecek bir işi bitirince, tatminden çok rahatlama hissederim. R
18. İşlerin bir şekilde düzelmesi benim için yeterlidir, bunun için kullanılan yöntemin neden ve nasıl çalıştığıyla ilgilenmem. R
19. Beni kişisel olarak etkilemese bile kendimi çeşitli konular hakkında düşünürken buluyorum.

Genişletilmiş Benlik (Dodson 1996)

1. Avatarımın olmasının hayatımda özel bir yeri vardır.
2. Avatar kullanımı (Avatarımla ilgilenmek, değişiklikler yapmak vb.) hayatımda özel bir yer tutar.
3. Benim kim olduğumu tanımlayan en temel şey Avatarımdır.
4. Avatarımı kullanma (Avatarımla ilgilenmek, değişiklikler yapmak vb.) kim olduğumla ilgili süreci tanımlama konusunda merkezi bir yer tutar.
5. Avatarıma duygusal olarak bağlı hissediyorum.
6. Avatarım, gerçekte kim olduğum ve aslında olmak istediğim kişi arasındaki boşluğu doldurur.
7. Avatar oluşturmak olmak istediğim kişi olmama katkı sağlar.
8. Avatarımı kullanmadığım ortamlarda bir parçamın eksik kaldığını hissedirim.
9. Mevcut Avatarımda değişiklik yapma imkânım olmadığında bir parçamın eksik kaldığını hissedirim.
10. Avatarım olmasa ben başka bir insan olurum.
11. Benim Avatarıma benzer Avatarların olma olasılığı beni endişelendirir.
12. Teknik nedenlerden dolayı kısa süreliğine bile olsa Avatarımın kullanılmıyor olması, hayatımda bir şeylerin eksik olduğunu hissettirir.
13. Avatarımı sürekli tercihlerim doğrultusunda değiştirmek, düzeltmek benim için çok önemlidir.
14. Avatarıma iyi baktığımı düşünüyorum.
15. Belli bir zamandan sonra Avatarımı değiştirmek istersem benimle benzer tarzdaki birine vermek isterim.
16. Eşsiz ve kendime özgü Avatarımla tanınmak hoşuma gider.
17. Avatarımın beni en doğru ve en iyi tanımlayan Avatar olduğuna inanıyorum.
18. Sahip olduğum Avatarlardan çok Avatar oluşturup onu geliştirmek ve sürekli kullanmak benim için daha önemlidir.
19. Avatarımda değişiklik yapacak olsam, mevcut olanda radikal değişiklikler yapmam, özünü korurum.
20. Büyük çabalarla hazırladığım Avatarımın yeterince dikkat çekmediğini ve benimle özdeşleştirilmediğini görürsem Avatarımın beni yarı yolda bıraktığını düşünürüm.

Farklı olma ihtiyacı (Tian vd., 2008)

Yaratıcı tercih

1. Çoğunlukla sahip olduğum farklı ürünleri öyle bir araya getiririm ki, bu bana taklit edilemeyecek bir kişisel imaj sağlar.
2. Orijinal olmaktan hoşlandığım için herkesin sahip olduğu sıradan ürünlerin farklı bir modelini bulmaya çalışırım.
3. Özel ürün ve markalar olarak kişisel olarak herkesten farklı olmaya çalışırım.
4. Herkesten farklı bir imaj yaratmak için ilginç ve farklı ürünleri incelemek faydalı oluyor.

Popüler Olmayı Tercih Etme

1. Konu, satın aldığım ürünler ve onları kullanma biçimine geldiğinde var olan kuralları ve gelenekleri çığnerim.
2. Bulduğum sosyal çevrenin “ne satın alınır ve neye sahip olunur” tarzındaki kabul edilmiş kurallarını genellikle çığnerim.
3. Bulduğum sosyal çevrenin “hangi ürünlerin ne zaman ve nasıl kullanılacağına dair genel kurallarını genellikle çığnerim.
4. Tanıdığım insanların kabullenmeyecekleri şeyleri satın alarak onların sahip oldukları hakim zevklerin aksi davranışlarda bulunmak hoşuma gidiyor.

Benzerlikten Kaçınma

1. Eğer sahip olduğum bir ürün toplumda popüler olursa, o ürünü daha seyrek kullanmaya başlarım.
2. Toplum tarafından genel olarak (genellikle) satın alındığını bildiğim ürün veya markaları kullanmam.
3. Kural olarak, herkes tarafından sıkça satın alınan ürün ve markaları sevmem.
4. Toplum tarafından bir ürün veya marka ne kadar yaygınsa, onu satın alma konusunda o kadar isteksiz olurum.

Materyalizm (Wong vd., 1992)

Başarı

1. Pahalı ev, araba ve kıyafetlere sahip kişilere hayranlık duyarım.
2. Hayattaki en önemli başarılarından biri maddi şeylere sahip olmaktır.
3. Kişilerin sahip oldukları maddi şeylerin miktarı onların hayatta başarılı olduğunu göstermez.
4. Sahip olduklarım hayatta ne kadar başarılı olduğum konusunda çok fazla bilgi verir.
5. Başkalarını etkileyen şeylere sahip olmaktan hoşlanırım.
6. Başkalarının sahip olduğu maddi şeylerle çok ilgilenmem.

Merkezilik

1. Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri alırım.
2. Maddi şeylere sahip olma noktasında hayatımı mümkün olduğu kadar sade tutmaya çalışırım.
3. Sahip olduğum maddi şeyler benim için çok önemli değildir.
4. Pratik olarak ihtiyacım olmayan şeylere para harcamak hoşuma gider.
5. Bir şeyler satın almak bana çok büyük haz verir
6. Yaşamımda lüksü çok seviyorum.
7. Maddi şeylere tanıdığım birçok kişiden daha az önem veririm.

Mutluluk

1. Hayattan keyif almak için gereken her şeye sahibim.
2. Sahip olmadığım kimi şeylere sahip olsaydım hayatım daha iyi olurdu.
3. Daha güzel şeylere sahip olsaydım daha mutlu hissetmezdim.
4. Daha fazla şey satın alma imkânım olsaydı daha mutlu olurudum.
5. Hoşuma giden her şeye sahip olamamak kimi zaman beni çok rahatsız ediyor.

THE EFFECT OF NEED FOR UNIQUENESS AND MATERIALISM ON EXTENDED SELF

1. Introduction

What people consume and have, and their relationship with self is a widely studied issue in the literature. It is suggested that the mentioned relationship is also possible for the virtual world, in other words, it can be extended to the virtual world. Accordingly, people can extend their selves with “avatars” expressing their selves in the virtual world. According to the Extended Self-concept of Belk (1988) discussed in this scope, selves of people extend with what they have in the real and virtual world and also with their pasts. At this point, it is thought that the personal characteristics of individuals, such as the need to be different, the need to think, and the tendency to materialism may affect the extended self.

Accordingly, in the present study, the effects of individuals’ need to be different, and their materialism tendencies on the expanded self are discussed. For the mentioned model, the variable of the need to think is considered the moderator; it is suggested that the model can work differently for low and high levels of the need to think. Since the concept of self can extend to many different axes (Belk, 1988), concepts of self within the scope of the avatar people have in the virtual world and what the avatar has been discussed in the study.

2. Conceptual/Theoretical Frame

Avatars displaying two or three-dimensional visual characters representing their owners in the virtual world are considered an important means of people’s selves (Bélisle and Bodur, 2010). An individual’s avatar is considered not only a virtual tool but also a tool for real-world experiences (Vicdan and Ulusoy, 2008). Thus, the avatar is interpreted not only for the virtual world but as part of the self in general (Belk, 2014). According to this, it is thought that the self extensions performed by individuals within the context of their avatars in the virtual world may be influenced by real-world personal characteristics such as the need to be different, the need to think, and the tendency to materialism.

The need to be different varies from person to person and can emerge in the form of different behavioral responses. However, in spite of the mentioned differentiation, what individuals own and their consumption generally reflects the desire of people to be different, and this difference affects the self (Belk, 1989). In other words, what individuals have and consume is closely related to the self. At the same time, these possessions can be used as a way of demonstrating the uniqueness of the “self” (Lim and Reeves, 2009). Therefore, people can have some products only to distinguish themselves from others (Belk, 1988). Possession, which can also be used as an expression of uniqueness, is part of the extended self, and therefore the use and selection of products with unique meanings is one expression

of strengthening uniqueness (Belk et al., 1989). Accordingly, the following hypothesis is proposed in the present study:

H1: *There is a positive relationship between the need to be different and the extended self in the virtual world.*

Recent studies on materialism have revealed that materialism is an individual trait (Richins and Dawson, 1992). In the digital world, this situation has spread to avatars that can influence and build self. These reflections on the extended self in the virtual world have made the explanation of materialist tendencies quite complex as they both have a more widespread presentation and instant feedback (Belk, 2014).

Accordingly, a positive relationship between extended self and materialism is expressed, and in this context, the following hypothesis is proposed in the present study:

H2: *There is a positive relationship between materialism and the extended self in the virtual world.*

Another concept related to the self, which is one of the personal characteristics of individuals, is the need to think. The need to think is defined as to subjects which require cognitive challenges and to have a tendency towards these subjects (Dickhäuser and Reinhard, 2006; Polyorat and Alden, 2005). It is stated that people with a high need to think instinctively like to think and those with low refrain from cognitive activity (Haugtvedt et al., 1992). Accordingly, the following hypothesis is proposed in the present study:

H3: *The need to think plays a moderator role in the relationship between materialism, the need to be different, and the extended self in the virtual world.*

On the contrary, it is stated that individuals with high materialism tendencies associate success and happiness with consumption rather than enjoying challenging activities (Dickhäuser and Reinhard, 2006; Polyorat and Alden, 2005; Richins and Dawson, 1992). In this context, it can be expected that for the higher levels of the need to think, the relationship between materialism and the extended self in the virtual world (H2b) is insignificant. The relationship between the need to be different and the extended self in the virtual world (H1a) is expected to be positively significant at a low level of the need to think. The relationship at a high level of the need to think (H1b) is expected to be stronger compared to the one at a low level of the need to think (H1a). It is thought that the relationship between the tendency towards materialism and the extended self in the virtual world is insignificant for a high level of the need to think.

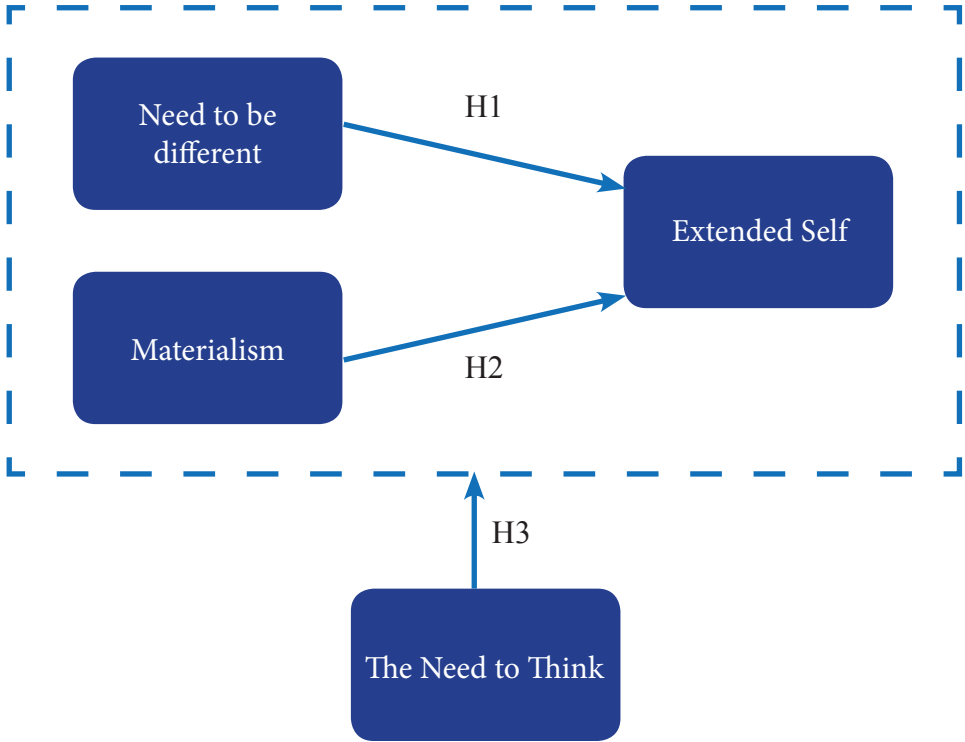


Figure 1. Research Model

3. Method

The analyses were performed with 253 sample data determined by the snowball sampling method. Accordingly, the sample consists of people who play MMORPG known as “Massively Multiplayer Online Role-Playing Games” and create avatars in these games. In the formation of the snowball sample, first of all, the university communities formed by the people who play the game were interviewed, and they were asked to share the survey over their online accounts and with their friends who play the game. Hypotheses were evaluated by PASW 18 program through multiple regression analysis.

For the scale of the Need to Think (NT), the article of Cacioppo et al. (1984) was used; for the Need to Be Different (NBD), the article of Tian et al. (2001) and the shortened version of the mentioned scale of Ruvio et al. (2008) were used; and for the scale of Materialism (M), articles of Wong et al. (2003), and Richins and Dawson (1992) were used. Since there is not any other study on quantitative operationalization of the extended self in the literature, Dodson’s (1996) scale for “Extended Self for Mountain Bike Owners” was adapted in the measurement of the concept of Extended Self (ES) for the virtual world.

4. Findings and Discussion

Before carrying out regression analysis, Exploratory Factor Analysis (EFA) was conducted through PASW 18 in order to check the factor load; Principal Components method was used for this, and the Varimax rotation method was carried out. To assess the sample sufficiency, Kaiser-Meyer Olkin (KMO) test was carried out. Having KMO values over 0.70 (for NBD, 0.818; for NT, 0.722; for M, 0.850; for ES 0.939) indicates that the data is appropriate for factor analysis (Dziuban and Shirkey, 2007). The limit value accepted for factor load within the scope of EFA was determined as 0.40. Within Bartlett's sphericity test results, the fact that there is a sufficient correlation between the variables for factor analysis is supported at 0.000 significance level (Dziuban and Shirkey, 2007).

After factor analysis, the remaining variables and Cronbach's Alpha values for each factor were checked. Those which did not comply with the determination made for factor loads and the variables whose reliability values (Cronbach's alpha) were not appropriate were excluded. In this way, it was observed that unidimensionality validity was established. For the Scale of the Need to Think, Cronbach's Alpha reliability was found to be under 0.70 (0.698); however, the mentioned variable is the moderator variable in the measurement of the model. Since the reliability values of the variables of Extended Self in Virtual World (0.944), the Need to Be Different (0.841), and Materialism (0.818) were over 0.70, in the study, there was no need to raise questions for the variables at this stage (Nunnally and Bernstein, 1994).

Table 1. Pearson Correlation Coefficients

	NT	NBD	M
The Need to Think (NT)	1		
The Need to Be Different (NBD)	0.154**	1	
Materialism (M)	0.012*	0.152**	1

* significant at 0,01 level; ** significant at 0,05 level.

A correlation test was carried out after the reliability test. Correlation values between independent variables vary from 0.012 to 0.154 (Table 1), and indicate a low correlation. This situation indicates that there is not any multicollinearity problem (Roth, 1995). In addition, Variance Increase Factor (VIF), tolerance values and Condition Index (CI) were checked. These values also indicate that there is not any multicollinearity problem (Table 2).

Multiple Regression Analysis was used to test the hypotheses of the study. Firstly, whether the moderator effect of the Need to Think (NT) variable was significant for the whole model was determined by hierarchical regression analysis which included the multiplication of the three independent variables (NBD, M, and NT)

and the NT variable with the other variables. Accordingly, firstly independent variables and then the interaction term formed by multiplying independent variables were included in the regression model. Since regression results are significant ($\Delta R^2=0.033$, sig.0.000), it can be stated that the NT has a moderator effect on the model (Sharma et al., 1981). Furthermore, since it is thought that considering different levels of the NT variable can provide important results, data were divided into two for low and high levels of the NT, and regression analysis was repeated for each level.

Table 2. Regression Results for Low Level of the Need to Think

	Beta/Sig. (t-value)	VIF (Tolerance value)	CI
The Need to Be Different (NBD)	0.118/0.153 (1.438)	1.001 (0.990)	5.601
Materialism (M)	0.214/0.010 (2.601)	1.001 (0.990)	9.765
R ²			0.061
Corrected R ²			0.047
Sig. F			0.013
Y=Extended Self in Virtual World (ES)			

According to the results of regression analysis carried out for low NT level (Table 2), it is statistically significant to consider the extended self (ES) in the scope of the owned avatar within the frame of materialism (M) and the need to be different (NBD) ($R^2=,047$). In this context, according to the results of regression, while the relationship between NBD and ES was not supported for low NT level, the relationship between M and ES was supported at 0.05 significance level.

Table 3. Regression Results for High Level of the Need to Think

	Beta/Sig. (t-value)	VIF (Tolerance value)	CI
The Need to Be Different (NBD)	0.484/0.000 (5.132)	1.143 (0.875)	6.830
Materialism (M)	0.099/0.294 (1.056)	1.143 (0.875)	8.670
R ²			0,278
Corrected R ²			0,262
Sig. F			0,000
Y=Extended Self in Virtual World (ES)			

According to the results of regression analysis carried out for high NT level (Table 3), it is statistically significant to consider the extended self (ES) in the scope of the

owned avatar within the frame of the need to be different (NBD) and materialism (M) ($R^2=.262$). According to regression results, while the relationship between NBD and ES was supported at 0.000 level for low NT level, the relationship between M and ES was not supported at 0.05 level.

5. Conclusion and Suggestions

According to the extended self-theory, the self can be extended with many possessed objects. Accordingly, the avatars that people have in the virtual world can be evaluated within this scope. In addition, it is stated that personal traits such as the need to be different, materialism and the need to think have an effect on the self. In this context, in the study, while the effect of the need to be different and materialism tendency on the self was included directly in the model, the need to think was added to the model as a moderator variable.

According to the results of the analysis, it was considered to be statistically significant to discuss the effect of the need to be different and the materialism variables on the extended self-dependent variable in the context of the avatar within the moderator effect of the need to think. Accordingly, while there is a statistically significant relationship between materialism variable and extended self for low levels of the need to think, a statistically significant relationship was found between the need to be different and extended self at a high level of the need to think. In addition, the explanatory power of the model increases significantly at high levels of the need to think ($R^2=.262$) compared to low levels ($R^2=.047$).

The need to think is expressed as a concept that is thought to have an effect on the self more in the intellectual field (Dollinger, 2003). Accordingly, the need to be different has an intellectual equivalence, and it is theoretically significant that the need to be different has an effect on the self at high levels of the need to think. Both concepts are thought to have a relationship with creativity (Dolinger, 2003), and in this sense, it is thought that a high level of the need to think may affect the need to be different in the creation process of the personal self. On the contrary, materialism is located outside the intellectual sphere. In individuals with high materialism tendencies, ownership and consumption are at the center of their lives, and it is stated that they associate personal success and happiness with consumption (Dickhäuser and Reinhard, 2006; Polyorat and Alden, 2005) rather than enjoying challenging activities (Richins and Dawson, 1992). Moreover, it is stated that concepts related to consumer cultures such as materialism and hedonism are not related to the high level of the need to think (Lins et al., 2013).

According to this, there are studies which reveal the effects of both the need to be different (such as Belk et al., 1989; Lim and Reeves, 2009) and materialism (Richins and Dawson, 1992; Richins, 1994; Sivadas and Vankatesh, 1995 and Belk, 2014) on the self. However, although there are studies that suggest that the relationship between different thinking processes and self can be discussed (Hunt

et al., 1996), there are not any studies that discuss the effect of the mentioned relationship on the extended self in the virtual world. In this sense, it is considered that the mentioned result is important for the literature.

The study presents original results in terms of addressing the dimension of the self in the virtual world and discussing its relationship with different personal characteristics. In the study, avatars are discussed as the virtual element of the extended self. It is considered that it shall be useful to evaluate other elements of the virtual self and other personal traits that may have an impact on the self in future studies. In addition, discussing the factors of personal traits other than the need to be different, the need to think, and the tendency towards materialism in relation to the extended self can provide important results.