



JATSS, 2024; 6(2), 156-178

First Submission:24.05.2024

Revised Submission After Review:11.06.2024

Accepted For Publication:28.06.2024

Available Online Since:30.06.2024

Research Article

Adaptation of Extended Self Scale into Turkish: Validity and Reliability Study

A. Cenk Kati^a & Ali E. Şevik^b

Abstract

The purpose of this study is to adapt and examine the psychometric properties of Turkish form of Extended Self Scale. The original scale was developed in the context of “mountain biking”. This adaptation study set the context of extended self as “aautomobile owning”; in order to lead to other Turkish studies on self and consumption relations that might study extended self with other consumption materials. The study was conducted on 311 automobile owners over 18 years old. Scale was studied in general survey method and translation method used was translation-back translation method. The psychometric properties of the scale were examined by internal consistency, exploratory and confirmatory factor analysis and item analysis methods with SPSS and AMOS programmes. The exploratory and confirmatory factor analysis determined the scale structure with 3 factors. The model’s and CFA’s compatibility was examined through index values; and index values of the scale were determined as “acceptable” and “excellent”. The Chi-Square per Degrees of Freedom Ratio was found to be 2.758, the Comparative Fit Index (CFI) was 0.93, and the Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) was 0.075. The reliability of the Extended Self Scale was assessed using the internal consistency coefficient (Cronbach's Alpha) method, and the internal consistency coefficient of the scale was found to be 0.928. As the analysis of the research regarded; on self and consumption based field studies; Extended Self Scale can be defined as a scale which can be used in determining the self extension tendency.

Keywords: reliability, adoption, self, extended self, consumption

JEL Codes: D11, D12, E21, I100, I112

^a Master’s Degree Student, Çanakkale Onsekiz Mart University, MD Education Institute, Department of Interdisciplinary Behavioural Science, Çanakkale/Turkey, cenkkati@comu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-7930-9515>, (Corresponding Author)

^b Asst. Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Medicine, Department of Mental Health and Illness, Çanakkale/Turkey, aliemresevik@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4651-2859>



JATSS, 2024; 6(2), 156-178

İlk Başvuru:24.05.2024

Düzeltilmiş Makalenin Alınışı:11.06.2024

Yayın İçin Kabul Tarihi:28.06.2024

Online Yayın Tarihi:30.06.2024

Araştırma Makalesi

Genişletilmiş Benlik Ölçeği Türkçe Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

A. Cenk Katı^a & Ali E. Şevik^b

Öz

Bu araştırmanın amacı; “Genişletilmiş Benlik Ölçeği”ni (GBÖ), Türkçeye uyarlamak ve psikometrik özelliklerini değerlendirmektir. Orijinal “Genişletilmiş Benlik Ölçeği” genişletilmiş benliği dağ bisikleti deneyimi bağlamı üzerinden değerlendirmektedir. Bu çalışmada genişletilmiş benliğin bağlamı; benlik, genişletilmiş benlik ve tüketim ilişkisi çalışmalarında diğer tüketim materyallerine uyarlanabilmesi açısından ön açıcı olabilmesi amacı gözetilerek “otomobil sahibi olmak” olarak belirlenmiştir. Çalışmanın örneklemini, 18 yaşından büyük 311 otomobil sahibi oluşturmuştur. Ölçek genel tarama modeliyle çalışılmış, Türkçeye çevrilirken çeviri-geri çeviri yöntemi kullanılmıştır. Ölçeğin psikometrik özelliklerini değerlendirebilmek amacıyla elde edilen veriler üzerinde SPSS ve AMOS programları aracılığıyla Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA), Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) madde analizi ve güvenirlilik testi uygulanmıştır. DFA ile modelin uyumu; çeşitli uyum indeksi değerleri aracılığıyla incelenmiş ve gerekli çalışmalar gerçekleştirildikten sonra ölçeğin model uyum indeksi değerleri; “kabul edilebilir” ve “mükemmel düzeyde” olarak belirlenmiştir. Kikare Serbestlik Derecesi Değeri 2,758, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) 0,93 ve Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA) değeri 0,075 olarak belirlenmiştir. Genişletilmiş Benlik Ölçeği’nin güvenirliliği ise, iç tutarlılık (Cronbach Alpha) yöntemi kullanılarak araştırılmıştır. Yapılan analizde ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,928 olarak bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre; bu çalışmada geçerlik ve güvenirlilik sınaması yapılan Genişletilmiş Benlik Ölçeği’nin, alanda hem benlik, hem tüketim eksenli çalışmalarda benlik genişletme eğiliminin belirlenmesinde kullanılabilecek bir ölçüm aracı olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: güvenirlilik, uyarlama, benlik, genişletilmiş benlik, tüketim

JEL Kodlar: D11, D12, E21, I100, I112

^a Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Davranış Bilimleri Anabilimdalı, Çanakkale/Türkiye, cenkkati@comu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-7930-9515> (Sorumlu Yazar)

^b Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Çanakkale/Türkiye, aliemresevik@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4651-2859>

Giriş

Benlik

James, benliği; “maddesel, sosyal ve ruhsal türlerinden oluşan bilen ben” ve “saf egodan oluşan bilinen ben” olarak kategorilere ayırır. Bilen benlik; şimdi ve gelecekte kimlik algısını oluşturmak için bireyin kendilik hali ile ilgili bilgi çerçevesini belirlemek üzerine işlev göstermektedir. (Asıl, 2017). En doğrudan anlamıyla benlik, bireyi kendisi yapan, diğerlerinden ayıran özellikleri, öz varlığıdır. Benlik, bir özne olarak kişinin, kendisi hakkında bir nesne olarak düşündüğü, algıladığı, farkında olduğu özelliklerinin toplamıdır.

Benlik birçok farklı biçimde sınıflandırılmaktadır. Örneğin; benlik bireyin algılarına bağlı olarak benlik imajı ekseninde iki şekilde kategorilendirilir. Bunlar; “Kimim?” ile ilişkili Gerçek Benlik ve “Kim olmak istiyorum?” ile ilişkili İdeal Benliktir. Bireyler gerçek benliklerini ideal benliklerine ulaştırmayı, ideal benliklerinin belirleyici özelliklerini gerçekleştirmeyi hedeflerler. Bu bağlamda, ideal benliği gerçekleştirmeye ulaşma anahtarlarından biri ise tüketimdir (Asıl, 2017).

Bir diğer benlik sınıflandırması ise benlik kurgusunu konu almaktadır. Benlik kurgusunun alt kategorileri ilişkisel benlik ve özerk benlik kavramlarıyla tanımlanmıştır (Kağıtçıbaşı, 2007). Özerk benlik kurgusu; kişinin kendi öz yönetiminde muktedir olduğunu; kendi kararlarını alıp uygulamaya koyabildiğini, bunu yaparken de çevreden bağımsız olarak, kendi öz kaynaklarını kullanabildiğini ifade etmektedir (Özdemir, 2012). Markus ve Kitayama’ya göre (1991) ilişkisel benlik, kişinin çevresel ilişkileri ile yapılanan, sosyal çevre üzerinden değişen ve esneyen bir niteliğe sahiptir. Dolayısıyla ilişkisel benlik kurgusuna sahip kişiler, benliklerini sosyal bir etkileşim üzerinden ve çevresel ve kültürel koşullardan etkilenererek inşa etmektedirler.

Tüketim aracılığı ile benlik inşa etme / benlik genişletme üzerine gerçekleştirilen araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin Dittmar ve Durry 2020 yılında gerçekleştirdikleri bir çalışmada; satın alma ve benlik arasında, benlik imajı merkezli bir bağ tanımlamışlardır. 2012’de yapılan bir araştırmada ise hem gösterişçi hem de gösterişçi olmayan tüketim eğilimlerinde gerçek benlik kurgusu ile marka tercihi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu neticesine varılmıştır (Bozzo & Khan, 2012).

Genişletilmiş Benlik

Genişletilmiş benlik; Russel Belk tarafından çerçevesi çizilen bir teoridir. Genişletilmiş benlik teorisinde Belk, insanların “sahip olduğu veya sahiplik hissettiği” tüm maddesel ve gayrimaddi varlıkların benliğe eklendiğini ve benliğin bu varlıklarla yeniden tanımlandığını; yani kişilerin benliklerini bu varlıklarla genişlettiklerini ifade etmektedir. Genişletilmiş benlik teorisinde kişinin benliğine ekleyerek benliklerini genişlettikleri varlıklar kişiyi tanımlamada ve temsil etmede önemli birer simge haline gelmektedirler (Çıldır & Fettahoğlu, 2022).

Çıkış noktası tüketim kavramının postmodern dönemin bağlamıyla yeniden tanımlanmaya başlaması olan Genişletilmiş Benlik kuramında, Belk insanların satın alarak elde ettiği ürünleri, nesnelere, satın aldıktan sonra genellikle farkında olmadan, kendisinin bir eşyası olarak değil; kendisinin bir uzantısıymış gibi gördüğünü ifade eder. Birey artık kendisinden bir parça olarak gördüğü bu varlıkları benliğiyle bütünleştirir ve böylece genişletilerek oluşan bu yeni benlik “genişletilmiş benlik” olarak ifade edilmiştir (Günlü & Uz, 2020). “İnsanlar sahip oldukları aracılığı ile kendi kimliklerini oluşturmakta ve benliklerini tanımlamaktadır. Aynı zamanda sahip oldukları aracılığı ile benliklerini güçlendirerek genişletmekte ve çevrelerine tanıtmaktadır” (Belk, 1988). Sahibi olunan varlıklara duyulan bağlanma hissi, genişletilmiş

benliğe giden sürecin aracıdır. Bu varlıklar hem bireyin kendine yönelik tanımlamalarında hem de diğer insanlara kendini ifade etmesinde birer sembol olurlar (Sabah, 2019). Belk'e göre sahip olduğumuz nesne ve eşyalarla da ilişkilene biçimimiz ömür boyu sabit şekilde sürmez. Kişi hayatı boyunca yaşadığı olumlu ve olumsuz deneyimlerle değiştiği gibi, sahip olduğu veya ileride sahip olacağı varlıklarla da ilişkisi değişir ve dönüşür (Çildir & Fettahlıoğlu, 2022). Teoriye Belk (2013) ve diğerleri tarafından yapılan eklemelerle, genişletilmiş benlik sadece bireyin yakın çevresindeki nesnelere, sahip olunan eşyalardan oluşmaz; kişinin düşünce ve deneyimleri, ile sanal ortamda oluşturduğu kimlikler, diğer kişilerle sahip olunan bağlar, üyesi olunan gruplar üzerinden de oluşabilir (Günlü & Uz, 2020). Genişletilmiş benlik teorisi; 2000li yıllarda hem Belk (2013) hem diğer araştırmacılar tarafından; insanların sadece sahip olunan nesnelere değil, sosyal medya kimlikleri, kişiler ve gruplar, inanç, düşünce ve duygusal deneyimler üzerinden benliklerini genişlettiği şeklinde bir bağlamda ele alınmaya devam edilmiştir.

Örneğin; Dodson, 1996 yılında gerçekleştirdiği çalışmada; yüksek heyecanlı eşik deneyimlerin yeni bir benlik inşasında önemli dönüm noktası olduğu ve duygu ve deneyimlerin de genişletilmiş benliğe eklenildiği bağlamını ele almıştır. Duygu ve deneyimler esnasında aracı olan materyallerin de eşik deneyimle birlikte benliğe eklenerek benliği genişleteceği hipotezini kurduğu araştırmasının sonucunda; eşik bisiklet deneyimi yaşamak ile, bisiklet üzerinden genişletilmiş benlik arasında pozitif yönlü bir korelasyon olduğu neticesine ulaşmıştır.

Araştırmalar genel olarak değerlendirildiğinde; Belk'in "Sahip olduğumuz nesnelere, düşüncelerimiz, duygusal deneyimlerimiz, kişi ve grup aidiyetlerimiz, sosyal medya kimliklerimiz üzerinden benliğimiz genişler" teorisine dayanarak sahip olunan ya da tüketilen materyallerin, tüketim eğilimlerinin, deneyimlerin, taraftarlığın, spor hobilerinin, sosyal medya kimlikleri gibi değişkenlerin genişletilmiş benliğe etkisinin araştırıldığı; yeni gelinlerin tüketim alışkanlıkları ya da ailede çocuk için gerçekleştirilen kıyafet alışverişleri üzerinden tüketim ve genişletilmiş benlik ilişkisinin de araştırıldığı görülmektedir. (Akgül, 2020; Belk, 1988; Belk, 2013; Candiotta & Piredda, 2019; Chen vd., 2020; Chen vd., 2015; Cluci vd., 2021; Çelik & Oflazoğlu, 2020; Gündüz, 2020; Sabah, 2017; Çelik, 2020; Solomon, 2019; Öztürk, 2019) Benlik teorileriyle ilgili alan araştırmalarında da; kişilerin ideal benliklerine ulaşmak amacıyla ya da ilişkisel benlik inşası sürecinde tüketimi araçsallaştırdığı ve benlik genişlettiği kabul edilmektedir. (Akın, 2021; Alarçın, 2019; Balıkcıoğlu, 2019; Bozzo & Khan, 2012; Bettman vd, 2011; Binay, 2010; Baltacı, 2019; Baltacı, 2020; Dittman & Drury, 2000; Goffman, 2009; Olson, 2020; Schuster & Wolf, 2019; Tektaş & Uğur, 2018; Toth, 2014)

Genişletilmiş Benliğin Ölçülmesi

Genişletilmiş benliğin nicel olarak ölçülebilmesi; benlik, benlik inşası, tüketim (tüketim eğilimleri, tüketici davranışları, tüketilen materyaller vs. ve benlik), aidiyet ilişkisi (grup aidiyeti, aile aidiyeti, marka aidiyeti, inanç aidiyeti vs. ve benlik) üzerine yapılacak çalışmalar için ölçülebilir veri sağlayacak olması açısından oldukça işlevseldir. Türkçe literatüre bakıldığında, benlik inşası, benlik kurguları, benlik ile tüketim ilişkisi gibi konularda birçok araştırmanın gerçekleştirildiği; ancak genişletilmiş benliğin nicel olarak ölçülebildiği Türkçe dilinde bir ölçek uyarlama ya da geliştirme çalışması yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda; Dodson'un 1996 yılında "Peak Experiences and Mountain Biking: Incorporating the Bike into the Extended Self" isimli çalışmada geliştirdiği Genişletilmiş Benlik Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması ve geçerlik-güvenirlilik çalışmasının yapılmasının ülkemiz literatüründe de bir ihtiyacı karşılayacağı, ileride yapılacak benlik, genişletilmiş benlik ve benlik tüketim ilişkisi araştırmaları için referans oluşturacağı öngörülmektedir.

Dodson'un Genişletilmiş Benlik Ölçeği; genişletilmiş benliği "dağ bisikleti sürme esnasında yaşanan eşik deneyim" üzerinden ölçmek amacıyla geliştirdiği 6'lı likert tipinde oluşturulmuş bir ölçektir. Dodson (1996), ölçeği geliştirirken; alan yazın çalışmalarını temel alarak, genişletilmiş benlik kavramının 6 temel özelliğini; "Kimliğin merkezi olmak", "Bağlanma", "Bulaşma", "Bakım," "Bağımlılık", "Elden Çıkarma" şeklinde ifade etmiş, bununla birlikte ölçeği tek faktörlü olarak oluşturmuştur. Türkçe alanyazında daha önce sadece Çelik ve Oflazoğlu'nun 2020 yılında gerçekleştirdiği "Farklı Olma İhtiyacı ve Materyalizm Eğiliminin Genişletilmiş Benlik Üzerindeki Etkisi" isimli çalışmalarında "avatar sahibi olmak" bağlamı üzerinden Türkçe'ye çevrilerek "Sanal Dünyada Genişletilmiş Benlik" ismiyle, tek faktörlü olarak kullanılmıştır. Bu çalışma kapsamında kullanılan "Sanal Dünyada Genişletilmiş Benlik" ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları belirtilmemekle birlikte; KMO değeri 0,939 olarak; Cronbach Alfa katsayısı da 0,944 olarak açıklanmıştır.

Türkçe alanyazında kullanılacak Genişletilmiş Benlik Ölçeğinin benlik ve tüketim ilişkisi araştırmalarında yol açıcı olabilmesi adına bir tüketim materyali üzerinden uyarlanmasının işlevsel olduğu değerlendirilmiştir. Kişinin benliğine ekleyerek benliğini genişleteceği tüketim materyalini belirleyebilmek amacıyla literatüre bakıldığında çeşitli çalışmalarda materyal ve benlik ilişkisinin incelendiği görülmektedir. Örneğin; Grubb ve Hupp 1968 yılında Benlik algısı ve marka (otomobil markası) tercihi üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir ve rakip iki marka otomobil sahiplerinin, kendilerini, kendi markaları üzerinden algıladıkları stereotiplerle ifade ettikleri ve rakip markadan farklı bir benlik konsepti inşa ettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Sivadas ve Vankatesh'in 1995 yılında üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri çalışmada, kişilerin sahip oldukları şeyler arasında kendilerini en bağlı hissettikleri materyaller "otomobil, müzik sistemi ve ev hayvanı" olarak ifade edilmiş ve ürüne bağlanma ile o ürün üzerinden benlik genişletme arasında olumlu korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Shuster ve Wolf'un 2019 yılında genel tüketici örneklemini ile yaptığı çalışmada ise yine "otomobil, ev eşyası, bisiklet" ürünlerindeki mülkiyet ile benlik genişletme arasında ilişki tespit edilmiştir. 2019 yılında gerçekleştirilen başka bir çalışmada, çevre dostu otomobil sahibi olmanın ve lüks araba sahibi olmanın otomobil üzerinden benlik genişletme ile anlamlı bir ilişkisi olduğu neticesine varılmıştır (Aliyev vd., 2019). Cluci vd. (2021) yaptıkları çalışmada, erkek öğrencilerin gerçek benlikleri ile en çok özdeşleştirdikleri ürünlerin "araba, gömlek, parfüm ve cüzdan" olduğunu belirtmişlerdir. Aynı çalışmada her iki cinsiyetin de "daha kusursuz bir benlik temsili için" sahip olmak istedikleri nesnelere "araba, ev, pahalı akıllı telefon" olarak ifade edilmiştir.

Çeşitli çalışmalarda otomobiller hem statü sembolü olarak görülen hem kişilik, kimlik atfedilen, hem de özellikle erkek cinsiyeti özelinde "çocuk, sevgili, arkadaş" gibi kategorilendirilen materyaller olarak ifade edilmiştir. Bununla birlikte birçok kişinin otomobilini "kendileri gibi" tanımladığı ve "benliklerine bir protez gibi eklediği"; otomobil ile yapılan çalışmalarda karşılaşılan ifadelerdir (Belk, 2004; Yolcu, 2013).

Araştırmalar ekseninde, Dodson'un Genişletilmiş Benlik Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması ve geçerlik-güvenirlik çalışması "otomobil sahibi olmak" üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin "otomobil sahibi olmak üzerinden" uyarlanmasının genişletilmiş benlik çalışmalarında diğer tüketim materyallerine uyarlanması açısından da ön açıcı olacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Araştırma Etiği

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Etik Kurulu'nun; **24.04.2024 tarih ve 06/57 sayılı** toplantı kararıyla birlikte çalışmanın etik onayı alınmıştır. Çevrimiçi gerçekleştirilen anket çalışmasına katılan kişilere önce araştırmanın bağlamı hakkında bilgi verilmiş ardından onamları alınmıştır. Ayrıca orijinal ölçek çalışmasını gerçekleştiren Kimberley J. Dodson ile e-mail aracılığı ile iletişime geçilmiş ve ölçeği uyarlama ve kullanım için izni ve onayı alınmıştır.

Araştırma Modeli

Çok sayıda kişiden oluşan bir evrenden alınacak bir örnek grup üzerine tarama yapılarak, elde edilen nicel veriler üzerinden evren için genel bir kaniya ulaşmak amacıyla; araştırma, nicel araştırma deseni ve genel tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir. (Karasar, 2018)

Araştırma Grubu

Araştırmanın örneklemini 18 yaşından büyük otomobil sahipleri oluşturmaktadır. Araştırma 311 otomobil sahibi ile gerçekleştirilmiştir. Literatüre bakıldığında; ölçek uyarlama için gerekli örneklemin büyüklüğü konusunda belirtilen kriterlere bakıldığında; Guilford (1954)'a göre örnekleme büyüklüğü 200 katılımcıdan fazla olmalı, Anderson vd. (2010)'ne göre her ölçek maddesi için "en az 5 katılımcı" olmalıdır. Everitt (1975)'e göre ise her madde için "en az 10 katılımcı" olmalıdır. 20 maddelik Genişletilmiş Benlik Ölçeği için madde sayısının 10 katını geçecek şekilde belirlenen katılımcı sayısı, literatürde ifade edilen örnekleme büyüklüğünü karşılamaktadır.

Veri Toplama Araçları

Demografik Bilgiler Formu ve Genişletilmiş Benlik Ölçeği kullanılmıştır.

Demografik Bilgiler Formu; Kişilerin yaş, cinsiyet, maddi durumu, mesleği, geliri gibi kişisel bilgileri ile, otomobillerine dair yaş, marka tercihi gibi bilgilerin bulunduğu 19 sorudan oluşmaktadır.

Genişletilmiş Benlik Ölçeği; Dodson'un 1996 yılında geliştirdiği ve dağ bisikleti sürme deneyimi üzerinden kullandığı Genişletilmiş Benlik Ölçeği temel alınarak; otomobil sahibi olmak üzerine uyarlanmış ve Türkçe'ye çevrilmiştir.

Çeviri Aşaması

Orijinal ölçek 20 maddeden oluşan; tek faktörlü, 6'lı likert tipi bir ölçektir. Ölçek maddelerinin çevirisinden önce, 6'lı likert tipi derecelendirmenin Türkçesi ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. 6'lı likert ölçeğin derecelendirmesinde Türkçe çeviride; "Katılıyorum" derecesinden sonra gelen "Kısmen katılıyorum ve Kısmen katılmıyorum" derecelerinin Türkçe anlamlarının birbirine yakınlığı sebebiyle; "Katılıyorum"dan sonraki dereceler "Kararsızım" olarak ifade edildiğinde Türkçe dil yapısında anlamsal olarak daha net bir tanım içerdiği değerlendirilmiştir. Bu sebeple bu çalışmada likert dereceleri sıralaması "Kesinlikle Katılmıyorum / Katılmıyorum / Kararsızım / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde belirlenmiş ve ölçek 5'li likert tipi olarak kullanılmıştır.

Genişletilmiş Benlik Ölçeği; çeviri - geri çeviri yöntemiyle Türkçe'ye çevrilmiştir. Ölçeğin orijinal formu olan İngilizce hali; bir İngiliz Dili ve Edebiyatı bölümü akademisyeni ve bir İngiliz Dili ve Edebiyatı Mezunu yeminli tercüman tarafından öncelikle bire bir olarak Türkçe'ye çevrilmiştir. İki çeviri karşılaştırılarak yapılan düzeltmelerin ardından, ölçeğin "dağ

bisikleti deneyimi” bağlamının “otomobil sahibi olmak” bağlamına uyarlanabilme aşamasında bir Dr. Öğr. Üyesi Psikolog’dan destek alınmıştır.

Orijinal ölçeğin bazı maddelerinde bulunan “biking” kavramı orijinal ölçeğin araştırdığı bisiklet sürme deneyimi/hobisini işaret eden bir kavramdır; bire bir çeviride “bisiklet sürmek” olarak çevrilmiştir fakat “otomobil sahibi olmak” bağlamına uyarlama aşamasında “otomobil sahibi olmak” olarak aktarılmıştır. Söz konusu kavram için otomobil sahibi olmak uyarlamasının seçilmesinin sebebi, orijinal ölçekte benlik genişletme öznesi olarak “dağ bisikleti sürme esnasında eşik deneyim” belirlenmişken; bu çalışmada, benlik genişletmenin öznesi olarak “otomobil sahibi olma”nın belirlenmiş olması ve “genişletilmiş benlik” kavramının otomobil sahibi olmak alanında özelleştirilmesinin hedeflenmiş olmasıdır.

Orijinal ölçeğin başka bir maddesinde bulunan “dağ bisikletçisi olma” kavramı; otomobil sahibi olmak bağlamına uyarlanma aşamasında; “otomobil meraklısı olmak” olarak aktarılmıştır. “Otomobil meraklısı tanımı”; Belk’in 2004 yılındaki çalışmasında otomobillerini kendi uzantıları gibi gören, bakım ve ilgi konusunda fetiş düzeyde alışkanlıkları bulunan insanlar için “car enthusiasts” olarak kullandığı tanımın Türkçe çevirisi olarak kullanılmıştır.

Orijinal ölçeğin bire bir çevirisinde; “Bisikletçilik (bisiklet sürme hobisi), benim için sahip olduğum herhangi bir bisikletten daha önemlidir.” olarak çevrilen maddesinde; çalışmanın araştırdığı bisiklet sürme deneyiminin/hobisinin sadece bisiklet sahibi olmak ile olan farkının tespit edilmeye çalışıldığı değerlendirilerek; uyarlama aşamasında; kişi için otomobilin sahibi olmanın anlamını otomobilin işlevinden ayırt edebilmek amacıyla; “Otomobil, benim için bir yerden bir yere götüren bir araçtan fazlasıdır” çevirisi kullanılmıştır.

Bu aşamada bir Uzm. Psikolog’dan yardım alınarak Türkçe’ye çevirilen ölçek maddeleri ile orijinal İngilizce ölçek maddeleri arasında anlamsal tutarsızlıklar varsa tespit edilmesi ve giderilmesi için iki form arasında karşılaştırma yapılmıştır. Son olarak ölçek yeminli tercüman tarafından tekrar İngilizceye çevrilerek kontrol edilmiştir. İngilizce olan orijinali ve Türkçe çevirisi tekrar karşılaştırılmış ve ölçek Türkçe dilinde son halini almıştır.

Genişletilmiş Benlik Ölçeği’nin Türkçe’ye çeviri sonrası, yapı geçerliliği ve güvenilirlik analizleri yapılmadan önceki 20 maddelik hali Tablo 1’de görülebilir.

Tablo 1*Genişletilmiş Benlik Ölçeği Maddeler Türkçe Çeviri*

No	Madde
GBÖ1	Otomobilimin hayatımda özel bir yeri vardır.
GBÖ2	Otomobil sahibi olmak hayatımda özel bir yer tutar.
GBÖ3	Otomobilim kimliğimin merkezi bir parçasıdır.
GBÖ4	Otomobil sahibi olmak kim olduğumu tanımlayan önemli bir parçadır.
GBÖ5	Otomobilime duygusal olarak bağlı hissediyorum.
GBÖ6	Otomobilim, olduğum kişi ve olmak istediğim kişi arasındaki farkı azaltmama yardım eder.
GBÖ7	Otomobil sahibi olmak, olmak istediğim kişi olmama katkı sağlar.
GBÖ8	Otomobilim çalınırsa bir parçamın eksik kaldığımı hissederim.
GBÖ9	Otomobil sahibi olmasaydım bir parçam eksikmiş gibi hissederdim.
GBÖ10	Otomobilim olmasaydı başka bir insan olurum.
GBÖ11	Otomobilimi başkalarına ödünç vermekten çekinirim çünkü geri aldığımda farklı olacağından korkarım.
GBÖ12	Otomobilim bozulduğunda ihanete uğramış hissederim.
GBÖ13	Otomobilimin bakımlı olması benim için önemlidir.
GBÖ14	Otomobilime iyi bakarım.
GBÖ15	Otomobilimi elden çıkarmak istersem değerini bilecek birine gitmesini isterim.
GBÖ16	Bir otomobil meraklısı olarak tanınmak isterim.
GBÖ17	Otomobilime güvenirim.
GBÖ18	Otomobil, benim için bir yerden bir yere götüren bir araçtan fazlasıdır.
GBÖ19	Yeni bir otomobile ihtiyacım olsa da, eskisini elimde tutmak isterim.
GBÖ20	Otomobilim düzgün çalışmadığında, beni yüz üstü bırakmış gibi hissederim.

Açıklama. Orijinal ölçeğin Türkçe çevirisidir.

Çalışmanın sonunda ulaşılan verilere göre, ölçek 19 madde ve “Bağlanma, Kimliğin Merkezinde Olma ve Bağımlılık” başlıkları altında 3 alt faktör yapısıyla belirlenmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliği ve güvenirlik analizlerinden sonraki 19 maddelik nihai versiyonu Ek-1’de bulunmaktadır.

Bulgular

Tanımlayıcı Özellikler

Araştırmanın sonuçlarına göre; katılımcıların %87,5’i erkek ve %12,5’i kadındır. Tüik verilerine göre 2022 yılında ehliyet sahibi olan kişilerin %29,4’ünü kadınlar oluşturmaktadır. Verilerde ayrıca 2022 yılında ehliyet sahibi 32 milyon 321 bin kişi olduğu belirtilirken, araç sayısının 15 milyon 221 bin olduğu belirtilmektedir. Ehliyet sahibi kişilerin yaklaşık yarısının aracının olduğu çıkarımı üzerinden, ankete katılan kişilerde kadın oranının, ülke genelinde araç sahibi kadın oranıyla tutarlı bir dağılım gösterdiği düşünülmektedir. Katılımcıların %15,1’i orta öğretim ve lise, %69,5’i lisans ve %15,4’ü lisans üstü eğitim düzeyindedir. 311 katılımcının yaşlarının ortalaması 30,07 olmuştur. Katılımcıların medeni durumları Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2*Medeni Durum Dağılımı*

Medeni Durum Dağılımı		
	Sayı	Yüzde
Bekar, Tek Yaşayan	73	23,5
Bekar, Ailesi ile Yaşayan	121	38,9
Evli ya da Partneri ile Birlikte Yaşayan	110	35,4
Boşanmış ya da Dul, Çocuksuz	4	1,3
Boşanmış ya da Dul, Çocuklu	3	1,0
TOPLAM	311	100,0

Açıklama. Yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Katılımcıların gelir düzeyi ölçüm aralıkları, Mayıs 2024 tarihli asgari ücret düzeyi olan 17.000-TL ve katları olarak belirlenmiştir. Katılımcıların ortalama hane geliri 73.930,00-TL olarak gözlenmektedir. Katılımcıların hane gelirleri Tablo 3’de görülmektedir. Katılımcılara hane gelirlerinin yanında aylık gelirlerinin yeterliliği sorulmuştur. Buna göre aylık hane gelirleri katılımcıların %5,8’i tarafından “Çok Yetersiz”, %51,4’ü tarafından “Yetersiz”, %36,7’si tarafından “Yeterli” olarak tanımlanmıştır. Aylık hane gelirini “yeterinden daha fazla” ya da “çok daha fazla” olarak tanımlayanların toplam oranı %6,1’dir.

Tablo 3*Gelir Düzeyi Dağılımı*

Gelir Düzeyi Dağılımı		
	Sayı	Oran
17.000-34.000	51	16,4
34.001-51.000	74	23,8
51.001-68.000	44	14,1
68.001-85.000	38	12,2
85.001 - 102.000 TL	39	12,5
102.001 - 119.000 TL	18	5,8
119.001 - 136.000 TL	11	3,5
136.001 - 153.000 TL	10	3,2
153.001 - 170.000 TL	6	1,9
170.001 TL ve üzeri	20	6,4
TOPLAM	311	100,0

Açıklama. Yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Katılımcıların %25,7’si otomobili sıfır kilometre olarak satın almışken, %74,3’ü ikinci el/kullanılmış olarak satın almışlardır. Katılımcıların otomobillerinin ortalama yaşı 11,89’dur. Katılımcıların kendi beyanlarına göre otomobillerinin yaklaşık maddi değerlerinin ortalaması ise 987.304,00-TL olarak hesaplanmıştır. Katılımcılar ortalama olarak mevcut otomobillerine 35 aydır sahip olmakla birlikte otomobil değiştirme sıklıkları ortalama 57 ay olarak hesaplanmıştır.

Borçlanmadan peşin ödeme ile otomobilini satın alanların oranı %44,7’dir. Kredi çekip borçlanarak otomobil sahibi olanların toplam oranı %41,8 olmuştur. Bu oranın yarısı borcunun tamamını ödemiş, diğer yarısı ise hala ödemeye devam etmektedir. Katılımcıların %8,7’si ise

eski otomobilini takasta kullanıp geri kalan ödemeyi borçlanma yoluna gitmeden finanse etmiş; %4,8'i ise eski otomobilini takasta kullanmış ve geri kalan ödeme için borçlanma yoluna gitmiştir.

Katılımcıların %20,3'ü ekonomik koşullarının olumlu ya da olumsuz şekilde değişmesi sebebiyle otomobilini değiştirmeye karar vermektedir. %34,7'si ise otomobillerinin eskimesi ve bakım maliyetlerinin yükselmesi sebebiyle otomobil değişikliği kararı vermektedir. Farklı türde bir otomobil ihtiyacı üzerine değişiklik kararı verenlerin oranı %14,8 olarak ölçülmüştür. Keyfi sebepler sonucunda otomobilini değiştirdiğini belirtenler ise %28,5 olmuştur.

Yapı Geçerliliği

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Çalışmada açımlayıcı ve ardından doğrulayıcı faktör analizleri kullanılarak Genişletilmiş Benlik Ölçeği'nin yapı geçerliliği değerlendirilmiştir. Ölçeğin Türkçe versiyonunun faktör yapısını anlamak için açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Bu analizle, ölçeğin farklı (alt) boyutları sorgulanmıştır ve toplanan verilerin analizler için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ile Bartlett testi ile araştırılmıştır. KMO değeri; .90 ile mükemmel, .80 ile çok iyi, .70 ile iyi, .60 ile orta ve .50 ile zayıf olarak kabul edilmektedir.

Bu analiz sonucunda KMÖ değeri 0,911 olarak bulunmuştur ve mükemmel olarak değerlendirilmektedir. Barlett Küresellik Testi χ^2 değeri ise 3796,249 ($p \leq .000$) olarak bulunmuştur. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı ise 0,926 olarak bulunmuştur. Çarpıklık ve basıklık değerleri ise -0,474 ve -0,450 olarak bulunmuştur. Böylece verilerin normal dağılım gösterdiği ve faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmüştür.

Promax döndürme yönteminin kullanıldığı maksimum benzerlik analizi sonucunda GBÖ'de; %41,510 - %7,054 ve %5,484 ile toplam açıklanan varyansın %54,048 olarak ölçüldüğü üç faktörden oluşan bir yapı gözlenmiştir. Ancak 11. Madde olan; "Otomobilimi başkalarına ödünç vermekten çekinirim çünkü geri aldığımda farklı olacağından korkarım." maddesinin faktör yükünün 0,242 ile 0,3 değerinin altında kaldığı görülmüştür. Bu nedenle, bu örnekte yer alan katılımcıların genişletilmiş benlik eğiliminin motivasyonel, kültürel ve ekonomik açıdan bu soruyla uyumlu olmadığına karar verilmiş, söz konusu değişken çıkartılmış ve veriler tekrar analize tabi tutulmuştur.

Tekrar edilen analiz neticesinde KMÖ değeri 0,911 olarak bulunmuştur ve mükemmel olarak değerlendirilmektedir. Barlett Küresellik Testi χ^2 değeri ise 3730,165 ($p \leq .000$) olarak bulunmuştur. 3. Faktör 2 maddeden oluşmuş; fakat toplam varyans içindeki payı %5,738 olarak gerçekleşmiştir. Yeniden gerçekleştirilen analiz sonucunda açıklanan toplam varyans yine üç faktörlü bir yapıda %56,18 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin faktör yükü değerleri 0,476 ile 0,977 arasında yer almaktadır. Ölçeğin tespit edilen 3 faktörden oluşan yapısı ve maddelerin faktör yükleri Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4*Faktör Yapısı ve Faktör Yükleri*

No	Madde	1	2	3
GBÖ1	Otomobilimin hayatımda özel bir yeri vardır.	0,863	-0,010	-0,088
GBÖ18	Otomobil, benim için bir yerden bir yere götüren bir araçtan fazlasıdır.	0,829	0,020	0,035
GBÖ5	Otomobilime duygusal olarak bağlı hissediyorum.	0,746	0,088	0,005
GBÖ14	Otomobilime iyi bakarım.	0,738	-0,162	0,003
GBÖ2	Otomobil sahibi olmak hayatımda özel bir yer tutar.	0,713	0,138	-0,053
GBÖ13	Otomobilimin bakımlı olması benim için önemlidir.	0,678	-0,153	0,112
GBÖ16	Bir otomobil meraklısı olarak tanınmak isterim.	0,642	0,087	0,063
GBÖ15	Otomobilimi elden çıkarmak istersem değerini bilecek birine gitmesini isterim.	0,576	-0,067	0,045
GBÖ17	Otomobilime güvenirim.	0,509	-0,015	-0,091
GBÖ19	Yeni bir otomobile ihtiyacım olsa da, eskisini elimde tutmak isterim.	0,486	0,224	-0,049
GBÖ8	Otomobilim çalınırsa bir parçamın eksik kaldığını hissederim.	0,417	0,280	0,039
GBÖ6	Otomobilim, olduğum kişi ve olmak istediğim kişi arasındaki farkı azaltmama yardımcı eder.	-0,110	0,977	-0,026
GBÖ7	Otomobil sahibi olmak, olmak istediğim kişi olmama katkı sağlar.	-0,100	0,956	-0,044
GBÖ4	Otomobil sahibi olmak kim olduğumu tanımlayan önemli bir parçadır.	0,100	0,744	0,013
GBÖ10	Otomobilim olmasaydı başka bir insan olurum.	-0,125	0,638	0,139
GBÖ3	Otomobilim kimliğimin merkezi bir parçasıdır.	0,355	0,481	0,055
GBÖ9	Otomobil sahibi olmasaydım bir parçam eksikmiş gibi hissederdim.	0,306	0,476	-0,045
GBÖ20	Otomobilim düzgün çalışmadığında, beni yüz üstü bırakmış gibi hissederim.	0,008	-0,014	0,888
GBÖ12	Otomobilim bozulduğunda ihanete uğramış hissederim.	-0,008	0,071	0,811

Açıklama. Yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Çalışmada katılımcıların Dodson'un (1996) ifade ettiği genişletilmiş benlik özellikleri arasından; bağlanma, bakım ve elden çıkarma gibi genişletilmiş benlik özelliklerini birbiriyle sıkı sıkıya ilişkilendirdiği ve bu özelliklerin 1 nolu faktörü oluşturduğu görülmektedir. Otomobillerin Türkiye'deki sosyo kültürel anlamlarının yanında ekonomik değerinin yüksekliğinin de etkisiyle bu üç nitelik birbiriyle ilişkilendiği değerlendirilmektedir. Örnekleme sahip olunan otomobilin ortalama yaşı 11,89 olurken, otomobillerin hane gelirinin ortalama 13,36 katı kadar bir değere sahip olduğu görülmektedir. Neredeyse 12 yaşındaki bir otomobil için hane gelirinin 13 katından fazla ödeme yapan bireylerin duygusal olarak bağlı olduğu otomobillere ekonomik olarak da bağlı olduğu düşünülmekte, dolayısıyla bu bağlamda bakım ile elden çıkarma niteliklerinin, bağlanma niteliği ile birlikte temsil edildiği değerlendirilmektedir. 2 nolu faktörün kimliğin merkezi olmak niteliğine dair maddelerden, 3 nolu faktörün ise bağımlılık niteliğine dair maddelerden oluştuğu görülmektedir. Bu kapsamda 1 nolu faktör "Bağlanma", 2 nolu faktör "Kimliğin Merkezinde Olmak" ve 3 nolu faktör ise "Bağımlılık" olarak adlandırılarak Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) aşamasına geçilmiştir.

Doğrulatoryı Faktör Analizi (AFA)

İlk olarak faktör analizi varsayımları incelenmiş ve aykırı değer, çoklu bağlantı veya teklik durumları değerlendirilmiş, belirlenen sorunlar çalışıldıktan sonra DFA uygulanmıştır.

Araştırmada kullanılan genişletilmiş benlik ölçeğinin örnekleme uygun olup olmadığı AMOS yazılımından yararlanılarak doğrulatoryı faktör analizi testi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, daha önceden belirlenen ve az sayıda faktörle sınıflandırılmış ölçeklerin, çalışmanın gerçekleştirildiği örnekleme uyup uymadığını kontrol etmeyi amaçlar (Meydan & Şeşen, 2015). Bu sayede kuramsal bir temelden destek alarak çok sayıda değişkenden türetilen faktörlerin gerçek verilerle uyumunu değerlendirilebilir (Sümer, 2000). Doğrulatoryı Faktör Analizi sırasında, modelin uygunluğunu belirlemek için çeşitli uyum iyiliği indekslerinden yararlanılmaktadır. Farklı uyum indeksleri arasında güçlü ve zayıf yönler bulunduğu için, modelin uygunluğunun kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi için birden fazla indeksin kullanılması işlevsel olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada, model uyumu öncelikle kıkare serbestlik derecesi değeri ile ölçülmüştür. Bu oranın ≤ 3 olması iyi bir uyum gösterdiği, ≤ 5 olması ise kabul edilebilir bir uyum olarak değerlendirildiği ifade edilmektedir. Karşılaştırmalı (CFI), Artan (IFI), Görelı (RFI), Normlaştırılmış (NFI) Uyum İndeksleri ile Uyum İyiliği İndeksi (GFI) ve Tucker Lewis İndeksi (TLI) için değerlerin ≥ 0.95 olması iyi uyum düzeyi olarak, 0.90-0.94 arası değerlerin olması ise kabul edilebilir uyum düzeyi olarak değerlendirilmektedir. Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI) değeri için ise 0,90-1,00 arası iyi uyum, 0,85-0,90 arası ise kabul edilebilir uyum düzeyi olarak belirtilmektedir. Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA) değerinin 0.05'ten küçük olması iyi uyum, 0.06-0.08 arasında olması ise kabul edilebilir uyum olarak belirtilmektedir (İlhan & Çetin, 2014).

Yapılan doğrulatoryı faktör analizi ardından oluşan model uyum indeksleri incelemesinde; Kıkare Serbestlik Derecesi Değeri X^2/sd : 4,265 - Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI): 0,867 - Artan Uyum İndeksi (IFI): 0,867 - Görelı Uyum İndeksi (RFI): 0,809 - Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI): 0,834 - Uyum İyiliği İndeksi (GFI): 0,828 - Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI): 0,780 - Tucker Lewis İndeksi (TLI): 0,847 - Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA): 0,103 olarak bulunmuştur.

Üç faktörlü modelin uyum özelliklerinin daha iyi düzeyde olmasına yönelik değişiklik önerilerinin incelenmesi sonucunda E4-E6 (GBÖ14-GBÖ13) - E1-E5 (GBÖ1-GBÖ2) - E12-E13 (GBÖ6-GBÖ7) - E14-E16 (GBÖ4-GBÖ3) numaralı maddelerin hata varyansları arasında uygulanacak bir modifikasyon ile modelin daha iyi uyum göstereceği belirlenmiştir.

- “GBÖ 13 - Otomobilimin bakımlı olması benim için önemlidir.” ile “GBÖ 14 - Otomobilime iyi bakarım.” (E6-E4)
- “GBÖ 1 - Otomobilimin hayatımda özel bir yeri vardır.” ile “GBÖ 2 - Otomobil sahibi olmak hayatımda özel bir yer tutar.” (E1-E5)
- “GBÖ 6 - Otomobilim, olduğum kişi ve olmak istediğim kişi arasındaki farkı azaltmama yardım eder.” ile “GBÖ 7 - Otomobil sahibi olmak, olmak istediğim kişi olmama katkı sağlar.” (E12-E13)
- “GBÖ 3 - Otomobilim kimliğimin merkezi bir parçasıdır.” ile “GBÖ 4 - Otomobil sahibi olmak kim olduğumu tanımlayan önemli bir parçadır.” (E16-E14)

Soru çiftleri incelendiğinde; bu soru çiftlerinin katılımcılar tarafından benzer anlamlarda algılanarak cevaplandırıldığı değerlendirilmiş ve uygulanacak modifikasyonların modelin kuramsal çerçevesine uygun olduğuna karar verilmiştir. Gerekli modifikasyon çalışmaları sonrası ise Tablo 5'deki uyum indeksi değerlerine ulaşılmıştır.

Tablo 5*DFA Uyum İndeks Değerleri*

Model Uyum İndeksleri	
Kikare Serbestlik Derecesi Değeri (χ^2/sd)	2,758
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI)	0,930
Artan Uyum İndeksi (IFI)	0,931
Görelî Uyum İndeksi (RFI)	0,876
Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI)	0,895
Uyum İyiliği İndeksi (GFI)	0,886
Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI)	0,850
Tucker Lewis İndeksi (TLI)	0,918
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)	0,075

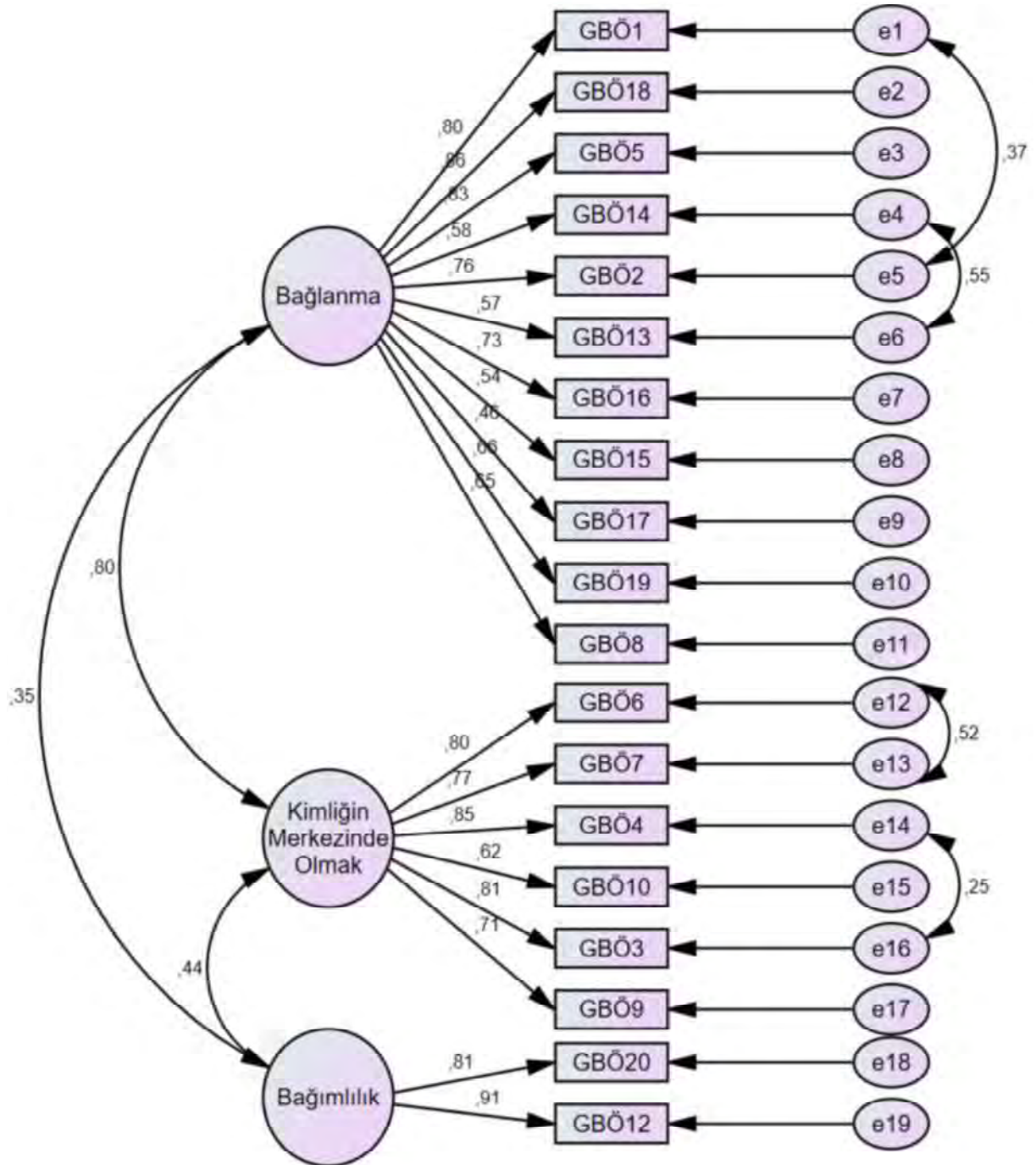
Açıklama. Yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Model Uyum İndeksi değerleri incelendiğinde; Kikare Serbestlik Derecesi (χ^2/sd) değerinde iyi uyum; Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI), Artan Uyum İndeksi (IFI), Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI), Tucker Lewis İndeksi (TLI) ve Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA) indekslerinde kabul edilebilir uyum değerleri olduğu görülmektedir. Görelî Uyum İndeksi (RFI), Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI) ve Uyum İyiliği İndeksi (GFI) değerlerinde ise kabul edilebilir değer sınırı olan 0,900 değerine oldukça yakın değerler bulunmaktadır.

Doğrulayıcı faktör analizi için AMOS uygulaması ile elde edilen Path Grafiği ve Parametre Değerleri Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1

Path Grafiği ve Parametre Değerleri



Açıklama. Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Path grafiği üzerinden yapılan incelemede, üç faktörlü bir yapıda oluşan ölçek maddelerinin faktör yük değerlerinin “.46-.72” aralığında olduğu belirlenmiştir.

Madde Analizi ve Güvenirlik

Bu çalışmada, Genişletilmiş Benlik Eğilimi Ölçeği'nin maddelerinin toplam puanlarının yordama yeteneğini ve ölçeği temsil etme kapasitesini değerlendirebilmek için madde analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizin sonuçlarına göre, düzeltilmiş madde-toplam korelasyon değerlerinin .383 ile .769 aralığında değiştiği tespit edilmiştir. Bu durum, ölçek maddelerinin ölçeği uygun düzeyde temsil ettiğini ortaya koymaktadır. Madde-toplam korelasyonuna dair ayrıntılı bilgiler Tablo 6'da bulunmaktadır. Ölçeğin güvenirlilik analizi ise, iç tutarlılık (Cronbach Alpha) testi ile ölçülmüştür. Yapılan analizde ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,928 olarak bulunmuştur. İç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alfa değerinin 0,70'in üzerinde çıkması, ölçeğin iç tutarlılığının sağlandığını göstermektedir.

Tablo 6

Genişletilmiş Benlik Ölçeği Madde Analizi

Genişletilmiş Benlik Ölçeği Madde Analizi		
No	Madde	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyon Değerleri
GBÖ1	Otomobilimin hayatımda özel bir yeri vardır.	0,689
GBÖ2	Otomobil sahibi olmak hayatımda özel bir yer tutar.	0,719
GBÖ3	Otomobilim kimliğimin merkezi bir parçasıdır.	0,763
GBÖ4	Otomobil sahibi olmak kim olduğumu tanımlayan önemli bir parçadır.	0,743
GBÖ5	Otomobilime duygusal olarak bağlı hissediyorum.	0,738
GBÖ6	Otomobilim, olduğum kişi ve olmak istediğim kişi arasındaki farkı azaltmama yardım eder.	0,714
GBÖ7	Otomobil sahibi olmak, olmak istediğim kişi olmama katkı sağlar.	0,701
GBÖ8	Otomobilim çalınırsa bir parçamın eksik kaldığını hissederim.	0,636
GBÖ9	Otomobil sahibi olmasaydım bir parçam eksikmiş gibi hissederdim.	0,676
GBÖ10	Otomobilim olmasaydı başka bir insan olurum.	0,516
GBÖ12	Otomobilim bozulduğunda ihanete uğramış hissederim.	0,419
GBÖ13	Otomobilimin bakımlı olması benim için önemlidir.	0,547
GBÖ14	Otomobilime iyi bakarım.	0,531
GBÖ15	Otomobilimi elden çıkarmak istersem değerini bilecek birine gitmesini isterim.	0,485
GBÖ16	Bir otomobil meraklısı olarak tanınmak isterim.	0,687
GBÖ17	Otomobilime güvenirim.	0,410
GBÖ18	Otomobil, benim için bir yerden bir yere götüren bir araçtan fazlasıdır.	0,769
GBÖ19	Yeni bir otomobile ihtiyacım olsa da, eskisini elimde tutmak isterim.	0,615
GBÖ20	Otomobilim düzgün çalışmadığında, beni yüz üstü bırakmış gibi hissederim.	0,383

Açıklama. Yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Sonuç

Bu çalışmanın hedefi, K.J. Dodson tarafından dağ bisikleti deneyimi bağlamında oluşturulan "Genişletilmiş Benlik Ölçeği" (GBÖ)'nin Türkçe'ye sahip olmak üzerinden adaptasyonunu yapmak ve psikometrik özelliklerini incelemektir. GBÖ'nün Türkçe adaptasyonu ve geçerlik ile güvenirlik çalışmalarının yapılması, ölçüm aracının literatürde daha iyi anlaşılmasına ve yeni çalışmalar yapılabilmesine yönelik önemli bir katkı sunacaktır.

Çalışmada ilk olarak çeviri, geri çeviri yöntemi kullanılarak GBÖ'nün Türkçe uyarlaması oluşturulmuştur. Türkçe uyarlamanın yapılmasının ardından oluşan ölçek; açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizine, iç tutarlılık katsayısının hesaplanmasına ve madde analizine tabi tutulmuştur.

Açımlayıcı faktör analizi yapıldığında, toplam varyansın %54'ünü açıklayan üç faktörlü bir yapı belirlenmiştir. Ancak, "Otomobilimi başkalarına ödünç vermekten çekinirim çünkü geri aldığımda farklı olacağımdan korkarım." ifadesine karşılık gelen 11. Madde'nin faktör yükü 0,242 ile 0,3'ün altında olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, bu örneklemdaki katılımcıların genişletilmiş benlik kavramına motivasyonel, kültürel ve ekonomik açılardan bu maddeyle uyum sağlamadığını göstermiş, bu nedenle ilgili madde çıkarılarak analiz yeniden yapılmıştır. Yeniden gerçekleştirilen analiz sonucunda açıklanan toplam varyans yine üç faktörlü bir yapıda %56,18 olarak bulunmuştur.

Açımlayıcı faktör analizi neticesinde tespit edilen üç faktörlü yapı ile doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin güvenirliği, iç tutarlık katsayısı hesaplanarak değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, ölçeğin güvenilir sınırlar içinde olduğunu göstermektedir. Böylece 19 maddeden oluşan ve "Bağlanma", "Kimliğin Merkezinde Olmak" ve "Bağımlılık" olarak adlandırılan üç faktörden oluşan Genişletilmiş Benlik Ölçeği ortaya çıkmıştır. Oluşan ölçek yapısı Tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 7*Ölçeğin Yapısı*

No	Faktör	Madde
GBÖ1	Bağlanma 1	Otomobilimin hayatımda özel bir yeri vardır.
GBÖ17	Bağlanma 2	Otomobil, benim için bir yerden bir yere götüren bir araçtan fazlasıdır.
GBÖ5	Bağlanma 3	Otomobilime duygusal olarak bağlı hissediyorum.
GBÖ13	Bağlanma 4	Otomobilime iyi bakarım.
GBÖ2	Bağlanma 5	Otomobil sahibi olmak hayatımda özel bir yer tutar.
GBÖ12	Bağlanma 6	Otomobilimin bakımlı olması benim için önemlidir.
GBÖ15	Bağlanma 7	Bir otomobil meraklısı olarak tanınmak isterim.
GBÖ14	Bağlanma 8	Otomobilimi elden çıkarmak istersem değerini bilecek birine gitmesini isterim.
GBÖ16	Bağlanma 9	Otomobilime güvenirim.
GBÖ18	Bağlanma 10	Yeni bir otomobile ihtiyacım olsa da, eskisini elimde tutmak isterim.
GBÖ8	Bağlanma 11	Otomobilim çalınırsa bir parçamın eksik kaldığını hissederim.
GBÖ6	Kimliğin Merkezi 1	Otomobilim, olduğum kişi ve olmak istediğim kişi arasındaki farkı azaltmama yardım eder.
GBÖ7	Kimliğin Merkezi 2	Otomobil sahibi olmak, olmak istediğim kişi olmama katkı sağlar.
GBÖ4	Kimliğin Merkezi 3	Otomobil sahibi olmak kim olduğumu tanımlayan önemli bir parçadır.
GBÖ10	Kimliğin Merkezi 4	Otomobilim olmasaydı başka bir insan olurum.
GBÖ3	Kimliğin Merkezi 5	Otomobilim kimliğimin merkezi bir parçasıdır.
GBÖ9	Kimliğin Merkezi 6	Otomobil sahibi olmasaydım bir parçam eksikmiş gibi hissederdim.
GBÖ19	Bağımlılık 1	Otomobilim düzgün çalışmadığında, beni yüz üstü bırakmış gibi hissederim.
GBÖ11	Bağımlılık 2	Otomobilim bozulduğunda ihanete uğramış hissederim.

Açıklama. Yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

19 maddelik Genişletilmiş Benlik Ölçeği “Kesinlikle Katılmıyorum”dan (1 Puan), “Kesinlikle Katılıyorum”a (5 Puan) doğru sıralanan 5’li likert tipinde bir ölçektir. Ölçekten alınabilecek puanlar 19 ila 95 arasında değişmektedir. Kişinin Genişletilmiş Benlik Ölçeği’nden aldığı puanın yüksekliği, (otomobil sahibi olmak üzerinden) benlik genişletme eğiliminin yüksekliği olarak değerlendirilir. 19 Maddelik Genişletilmiş Benlik Ölçeği; Ek-1’de görülebilir.

Sonuç olarak; Türkiye’de yaşayan otomobil sahibi yetişkinlerden oluşan bir örneklem üzerinden yapılan araştırmanın neticesinde bulunan verilere göre; ölçek, genişletilmiş benlik eğilimini ölçebilecek düzeyde geçerlik ve güvenilirliğe sahiptir.

Çalışma internet üzerinden, katılımcıların çevrimiçi anket çalışmasına katılması ile gerçekleştirilmiştir. Herhangi bir meslek grubu, gelir düzeyi, yaş, cinsiyet sınırlamasına gidilmemesi sebebiyle; “otomobil sahibi olmak” üzerinden oldukça kapsayıcı bir örneklem ile gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple farklı meslek kategorilerinde, farklı gelir düzeylerinde farklı yaş gruplarında çalışılabilecek veriler elde edildiği düşünülmektedir. Ölçeğin kapsayıcı bir örneklem ile uyarlanması ve insanların sahip olduğu nesnelere olan ilişkisinin dinamiklerinden biri olan benlik genişletmeyi nesnelere üzerinden ölçmek için işlevsel ve pratik bir yöntem olması, literatüre yapacağı katkıya işaret olarak değerlendirilebilir.

Çalışmada genişletilmiş benliğin nesnesi; literatür çalışmaları incelendiğinde benliğe eklenen ürünler arasında öne çıkması sebebi ile “otomobil” olarak seçilmiştir. Otomobilin oldukça pahalı bir tüketim ürünü olduğu, çalışmanın yapıldığı sırada en düşük fiyatlı yeni otomobilin asgari ücretin yaklaşık 53 katı değerinde olduğu değerlendirildiğinde, ülkemiz ekonomik koşullarında her gelir düzeyinde yatırım ya da tasarruf aracı işlevleri sebebiyle de sahip olunan, kendi ekonomik dinamikleri olan bir ürün olduğu dikkate alınmalıdır. Dolayısıyla; Genişletilmiş Benlik alanında kullanılmak üzere farklı çeşitlerdeki ve kategorilerdeki ürünlerin, kişilerin kendilerini tanımlarken benliklerine ekledikleri sosyal medya kimliklerinin, taraftarlık, hayvan severlik gibi toplumsal özelliklerin de nesne olarak belirlendiği genişletilmiş benlik ölçme uyarlama çalışmalarının yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akgül D. (2020). Gösterişçi tüketim ile benlik genişleten #pembegelinler: netnografi uygulaması. *Nitel Sosyal Bilimler*, 2(1), 40-59.
- Akın, S. M. (2021). Benlik kurgusu ve materyalizmin gösterişçi tüketim eğilimine etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 22(1), 219-239.
- Alarçin, Y. E. (2019). Benlik, kendini izleme ve gösterişçi tüketim ilişkisine yönelik bir araştırma. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 361-390.
- Aliyev, F., Seuring, S. & Wagner, R. (2019). Common and contradictory motivations in buying intentions for green and luxury automobiles. *Sustainability*, (11), 3268-3287.
- Anderson, R. E., Hair, J. F., Black, W. C. & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson Publishing.
- Asıl, S. (2017). Tüketimde benlik algısı: Sosyal medya hesaplarında tüketici olmak. *ÇOMÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 1-22.
- Balıkçioğlu, B. (2016). Benlik-imajı uyumunun retoriği: Bana ne tükettiğini söyle sana kim olduğunu söyleyeyim. *İnsan ve Toplum Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 537-553.
- Baltacı, A. (2019). *Kompulsif satın almada durumsal faktörler ve benlik algısının etkisi üzerine bir araştırma*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Baltacı, A. (2020). Tüketici davranışlarında benlik saygısı kavramı: Bir literatür taraması. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 257-269.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168.
- Belk, R. W. (2004). Men and their machines. *Advances in Consumer Research*, (31), 273-278.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, (40), 477-500.
- Bettman, R. J., Ferraro, F. & Escalas J. E. (2011). Our possessions, our selves: Domains of self-worth and the possession-self link. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 169-177.
- Binay, A. (2010). Tüketim vasıtasıyla oluşturulan postmodern kimlikler. *Global Media Journal Turkish Edition*, 1(1), 18-31.
- Bozzo, C. & Khan, M. A. (2012). *Self concept and brand preference: Moderating role of type of product usage* [Conference Presentation]. International IJAS Conference for Academic Disciplines, USA.
- Candiotto, L. & Piredda, G. (2019). The affectively extended self: A pragmatist approach humana.mente. *Journal of Philosophical Studies*, (36), 121 – 145.
- Chen, C. H., Wu, M.S. & Nguyen, B. (2015). Luxury brand purchases and the extended self: A cross-cultural comparison of young female consumers in Taiwan and the UK. Asia-Pacific. *Journal of Business Administration*, 7(3), 153-173.
- Chen, Y., Chiang, J., Lin, C. & Zhang, Y. (2020). A study on demand for visible good – Status signaling through children's clothing. (CEIBS Working Paper, No. 030/2020/MKT, 2020).

- Cluci, M., Manolica, A. & Roman, T. (2021). The consumer explained through the extended-self. "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series, 21(1), 572-580.
- Çelik, S. Ş. & Oflazoğlu, S. (2020). Avatarın kadar konuş: Farklı olma ihtiyacı ve materyalizm eğiliminin genişletilmiş benlik üzerindeki etkisi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, (25), 1-19.
- Çetin B. & İlhan M. (2014). LISREL ve AMOS programları kullanılarak gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli analizlerine ilişkin sonuçların karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5(2), 26-42.
- Çildir, Ç. & Fettahoğlu S. H. (2022). Genişletilmiş benlikte Diderot etkisi: Bağlamsal bir kavram olarak eşik deneyimlerin brikolaj çalışması ile teorik entegrasyonu. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(58), 1552-1567.
- Dittmar, H. & Drury, J. (2000). Self-image – is it in the bag? A qualitative comparison between "ordinary" and "excessive" consumers, *Journal of Economic Psychology*, 21 (2), 109-142.
- Dodson, J. K. (1996). Peak experiences and mountain biking: Incorporating the bike into the extended self. *Advances in Consumer Research*, (23), 317-322.
- Everitt, B. (1975). Multivariate analysis: The need for data, and other problems. *British Journal of Psychiatry*, (126), 237-240.
- Goffman, E. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. (Çev. B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları. (Orijinal yayın tarihi, 1956)
- Guilford, J. P. (1954). *Psychometric methods* (2nd ed.). McGraw-Hill Publishing.
- Günlü, A. & Uz B. A. (2020). Genişletilmiş benlik kuramı bağlamında nomofobi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(5), 3853-3873.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2007). *Family, self, and human development across cultures: Theory and applications* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Karasar, N. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (24. bs.) Nobel Yayın Dağıtım.
- Markus, R. H. & Kitayama, S. (1991) Culture and the self. *Psychological Review*, 2 (98) , 224-253.
- Meydan, C. H. & Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Olsson, B. M. (2020). *Do you really need it? A qualitative study of conspicuous consumption in relation to self-identity* [Unpublished master degree thesis]. Lund University, Sweden.
- Öztürk, A. Ş. (2019). *Çeyize yönelik tüketim olgusunu kuşaklararası anlamak: Fenomenolojik bir araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi].Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Sabah, Ş.(2017) Pırlantam olmadan asla. Kadınların bireysel kimlik ve pırlanta evlilik yüzüğü ilişkileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.17 (2),67-84

- Sabah Ç. Ş. (2020). “Gecekondu varken AnkaraGüçsüz kalmaz”: Genişletilmiş benlik kuramı ve tüketim bağlamında futbol taraftarlığı, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10 (2), 509-- 547.
- Schuster, C. & Wolf, U. (2019). *I own, therefore I am? The role of material possession for consumers' selfperception and attitude towards non-ownership consumption modes* [Unpublished master degree thesis]. Leuphana University, Lüneburg.
- Sivadas, E. & Venkatesh, R. (1995). An examination of individual and object-specific influences on the extended self and its relation to attachment and satisfaction, *Advances in Consumer Research*, (22), 406-412.
- Solomon, R. M. (2019). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson Publishing.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3 (6), 49-74.
- Tektaş Ö. Ö. & Uğur, B. (2018). Benlik uyumu ve fonksiyonel uyumun tüketici-marka bağı üzerindeki etkisi: Cep telefonu kullanıcıları üzerine bir çalışma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, (22), 249-272.
- Toth, M. (2014). *The role of self-concept in consumer behaviour* [Unpublished master degree thesis]. University of Nevada, Las Vegas.
- Türkiye İstatistik Kurumu (t.y.). Motorlu Kara Taşıtları Araştırması. Mayıs 05, 2024 de <https://data.tuik.gov.tr> den erişildi
- Yolcu, T. (2013). *Türk tüketicilerindeki otomobil imgesinin kültürel kodları üzerine bir araştırma* [Konferans Sunumu]. 11. International Conference on Knowledge, Economy and Management, Malta.

Ekler

Ek 1: Genişletilmiş Benlik leđi

No	Madde
GBÖ1	Otomobilimin hayatımda özel bir yeri vardır.
GBÖ2	Otomobil sahibi olmak hayatımda özel bir yer tutar.
GBÖ3	Otomobilim kimliğimin merkezi bir parçasıdır.
GBÖ4	Otomobil sahibi olmak kim olduğumu tanımlayan önemli bir parçadır.
GBÖ5	Otomobilime duygusal olarak bağlı hissediyorum.
GBÖ6	Otomobilim, olduğum kişi ve olmak istediğim kişi arasındaki farkı azaltmama yardım eder.
GBÖ7	Otomobil sahibi olmak, olmak istediğim kişi olmama katkı sağlar.
GBÖ8	Otomobilim alınrsa bir parçamın eksik kaldığını hissedirim.
GBÖ9	Otomobil sahibi olmasaydım bir parçam eksikmiş gibi hissedirdim.
GBÖ10	Otomobilim olmasaydı başka bir insan olurdu.
GBÖ11	Otomobilim bozulduğunda ihanete uğramış hissedirim.
GBÖ12	Otomobilimin bakımlı olması benim için önemlidir.
GBÖ13	Otomobilime iyi bakarım.
GBÖ14	Otomobilimi elden çıkarmak istersem değerini bilecek birine gitmesini isterim.
GBÖ15	Bir otomobil meraklısı olarak tanınmak isterim.
GBÖ16	Otomobilime güvenirim.
GBÖ17	Otomobil, benim için bir yerden bir yere götüren bir araçtan fazlasıdır.
GBÖ18	Yeni bir otomobile ihtiyacım olsa da, eskisini elimde tutmak isterim.
GBÖ19	Otomobilim düzgün çalışmadığında, beni yüz üstü bırakmış gibi hissedirim.

Information About the Article/Makale Hakkında Bilgiler

The Ethical Rules for Research and Publication / Araştırma ve Yayın Etiği

The authors declared that the ethical rules for research and publication followed while preparing the article.

Yazarlar makale hazırlanırken araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu beyan etmiştir.

Conflict of Interests/ Çıkar Çatışması

The authors have no conflict of interest to declare.

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Grant Support/ Finansal Destek

The authors declared that this study has received no financial support.

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Author Contributions/ Yazar Katkıları

The draft process of the manuscript/ Taslağın Hazırlanma Süreci A.C.K./A.E.Ş., Data Collection/Verilerin Toplanması A.C.K./A.E.Ş., Writing The Manuscript/ Makalenin Yazılması A.C.K./A.E.Ş., Submit, Revision and Resubmit Process/ Başvuru, Düzeltme ve Yeniden Başvuru Süreci A.C.K./A.E.Ş.