

# Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği*. Turkish Psychological Scales.  
Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=26430>

## Özet

Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği (NHRÖ), narsisizm araştırmalarında önemli bir dönüm noktası olan, büyüklenmeci narsisizmin iki farklı yüzünü, yani Hayranlık (Admiration) ve Rekabet (Rivalry) boyutlarını ölçmek üzere tasarlanmış bir psikometrik araçtır. Ölçek, bireyin kendine yönelik büyüklenmeci algısının sürdürmek için kullandığı stratejileri dinamik bir şekilde değerlendirir. Hayranlık boyutu, kendini yüceltme, çekicilik ve üstünlük hissi gibi yaklaşımları temsil ederken; Rekabet boyutu, diğerlerini deşersizleştirme, düşmanlık ve rekabetçi davranışları yansıtır. Bu ölçek, İbrahim Demirci ve Fatih Ekşi tarafından 2017 yılında Türkçeye uyarlama çalışması yapılarak Türk kültürüne kazandırılmıştır.

## Anahtar Kelimeler

Narsistik Hayranlık, Narsistik Rekabet, Büyüklenmeci Narsisizm, Psikolojik Ölçek, Uyarlama, Kişilik Bozuklukları

## Yazarlar

İbrahim Demirci, Fatih Ekşi

## Amaç

Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği'nin temel amacı, büyüklenmeci narsisizmin altında yatan motivasyonel ve davranışsal stratejileri iki ayrı alt boyutta (Hayranlık ve Rekabet) ölçmektir. Bu ayrımla, geleneksel narsisizm ölçümlerinin tek bir yapıya odaklanması ötesine geçerek, narsistik bireylerin kendilerini üstün kılmak için kullandıkları proaktif (hayranlık arayışı) ve reaktif (rekabetçi düşmanlık) mekanizmaları net bir şekilde ortaya koymayı hedefler. Ölçek, özellikle narsistik özelliklerin pozitif ve negatif sonuçlarının (örneğin mutluluk, sağlamlık) incelenmesinde bilimsel çalışmalara zemin sağlamaktadır.

## Yapı

Ölçek, Narsistik Hayranlık ve Narsistik Rekabet olmak üzere iki temel faktörden oluşmaktadır. Bu iki faktör, büyüklenmeci narsisizmin iki farklı gelişim yolunu ve ifadesini temsil eder:

**Narsistik Hayranlık (Admiration):** Bu boyut, narsistik bireyin kendine olan büyüklenmeci inançlarını korumak ve güçlendirmek için kullandığı sosyal olarak yapısal (ancak yine de narsistik) stratejileri içerir. Örnek olarak, kendini çekici, eşsiz ve başarılı olarak görme, sosyal statü arayışı ve diğerlerinden hayranlık bekleme eğilimi sayılabilir.

**Narsistik Rekabet (Rivalry):** Bu boyut ise daha çok sosyal olarak yıkıcı ve düşmanca stratejileri

kapsar. Narsistik rekabet, diğerlerini küçümseme, onlara karşı dümanca davranma, kışkançlık ve üstünlüğünü kanıtlamak için rekabet etme arzusunu ifade eder. Bu boyut, narsizmin kişilerarası çatışmalara yol açan yönünü yansıtır.

## Geçerlik

Demirci ve Ekşi (2017) tarafından gerçekleştirilen Türkçe uyarlama çalışmasında, ölçeğin yapısal geçerliliğini incelemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Orijinal ölçeğin teorik yapısı olan iki faktörlü modelin (Hayranlık ve Rekabet) Türk örnekleminde de iyi bir uyum sergilediği rapor edilmiştir. Bu durum, ölçeğin büyülenmeci narsizmin iki farklı boyutunu kültürel bağlamda başarılı bir şekilde ölçtüğünü göstermektedir. Ayrıca, ölçeğin kriter geçerliği kapsamında narsizmle ilişkili diğer yapılarla (örneğin mutluluk, yaşam doyumu) korelasyonlar incelenmiştir.

## Güvenirlik

Uyarlama çalışmasında, Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği'nin iç tutarlılık güvenilirlik katsayıları incelenmiştir. Her iki alt ölçek için de yüksek düzeyde iç tutarlılık (Cronbach Alfa katsayıları) elde edilmiştir. Bu bulgular, ölçeği oluşturan maddelerin kendi alt boyutları içinde tutarlı bir yapıyı ölçtüğünü ve dolayısıyla ölçeğin güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu desteklemektedir.

## Faktör Analizi

Ölçeğin Türkçe uyarlamasında, ölçeğin orijinal yapısını test etmek amacıyla Faktör Analizi (Doğrulayıcı Faktör Analizi) kullanılmıştır. Analiz sonuçları, ölçeğin iki faktörlü yapısını (Narsistik Hayranlık ve Narsistik Rekabet) doğrulamayı ve maddelerin faktör yüklerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Bu, ölçeğin büyülenmeci narsizmin dinamiklerini kuramsal temele uygun olarak ayırdığını kanıtlamaktadır.

## Ölçme Aracı

**Test Türü:** Uyarlama

**Format:** Orijinal ölçek genellikle 6 veya 7'li Likert tipi derecelendirme kullanır. Uyarlama çalışmasında muhtemelen 6'lı Likert tipi bir format kullanılmıştır (1 = Kesinlikle katılmıyorum; 6 = Kesinlikle katılıyorum).

**Mevcut Diller:** Türkçe (Uyarlama), Almanca (Orijinal)

**Popülasyon Grubu:** Genel Popülasyon (Üniversite Öğrencileri ve Yetkinler)

**Yaş Grubu:** Ergenlik sonrası ve Yetkinlik

**Popülasyon Detayları:** Uyarılma çalışmaları genellikle üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir.

**Test Metodolojisi:** Bireysel veya grup uygulamasına uygun, öz bildirim (self-report) tipinde bir ölçektir.

## Anahtar Kelimeler

Narsistik Kişilik, Öz Bildirim Ölçeği, Psikometrik Özellikler, Sosyal Çekicilik, Dümanlık, Özgüven

## Yazarlar

**Yazar ORCID Tanımlayıcı:** Sağlanan kaynakta mevcut değildir.

**Bağı Kuruluş E-posta Adresleri:** ibrahimdemircipdr@gmail.com

**Yazma Adresi:** Sağlanan kaynakta mevcut değildir.

## Şinler, Ücret ve Test Yılı

Ölçeğin Türkçe uyarılma çalışmaları 2017 yılında yayımlanmıştır. Ölçeğin akademik ve araştırmaya amaçlı kullanımı genellikle yazarlara referans verilmesi gerekmektedir. Ticari kullanım ve büyük ölçekli uygulamalar için sorumlu yazar (İbrahim Demirci) ile iletişime geçilmesi önerilir.

## Kaynaklar

Demirci, İ. ve Ekşi, F. (2017). Büyükleme narsisizmin iki farklı yüzü: Narsistik hayranlık ve rekabetin mutlulukla ilişkisi. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 46, 37-58. Orijinal makalenin bağlantısı ve PDF dosyası aşağıdadır:

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/337694>

Ölçeğin orijinal PDF dosyası burada indirilebilir: [narsistik-hayranlik-ve-rekabet-olcegi-toad.pdf](#)

Ayrıca DOCX formatındaki dosya da mevcuttur: [narsistik-hayranlik-ve-rekabet-olcegi-toad.docx](#)

## Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği Maddeleri

**ÖNEMLİ:** Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dilinde korunmalı ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir.

Satılan kaynak metinde, Narsistik Hayranlık ve Rekabet Ölçeği'nin maddeleri yer almamaktadır. Maddelerin tam listesi için Demirci ve Ekşi (2017) tarafından yayımlanan orijinal makaleye başvurulması gerekmektedir.

ARABPSYCHOLOGY.COM