



**KARANLIK İLE AYDINLIĞIN SAVAŞI:
TARAFTARLARDA KARANLIK VE AYDINLIK ÜÇLÜ İLE
EMPATİ, SCHADENFREUDE,
TAKIM KİMLİĞİ VE FAIR PLAY İLİŞKİSİ
Doktora Tezi**

Ansay HIZAL

Eskişehir 2024

**KARANLIK İLE AYDINLIĞIN SAVAŞI: TARAFTARLARDA KARANLIK VE
AYDINLIK ÜÇLÜ İLE EMPATİ, SCHADENFREUDE, TAKIM KİMLİĞİ VE
FAIR PLAY İLİŞKİSİ**

Ansay HIZAL

DOKTORA TEZİ

**Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı
Spor Yönetimi ve Rekreasyon Doktora Programı
Danışman: Prof. Dr. Metin Argan**

**Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Nisan 2024**

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ansay HIZAL'ın “Karanlık ile Aydınlığın Savaşı: Taraftarlarda Karanlık ve Aydınlık Üçlü ile Empati, Schadenfreude, Takım Kimliği ve Fair Play İlişkisi” başlıklı tezi 26/04/2024 Tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek “Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca Spor Yöneticiliği Anabilim dalında Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

	<u>Unvanı Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı)	: Prof. Dr. Metin ARGAN	
Üye	: Doç.Dr. Sabri KAYA	
Üye	: Doç.Dr. Veli Onur ÇELİK	
Üye	: Doç.Dr. Velittin BALCI	
Üye	: Doç.Dr. Hüseyin ÇEVİK	

Prof. Dr. Saime ÖNCE
Enstitüsü Müdürü

ÖZET

KARANLIK İLE AYDINLIĞIN SAVAŞI: TARAFTARLARDA KARANLIK VE AYDINLIK ÜÇLÜ İLE EMPATİ, SCHADENFREUDE, TAKIM KİMLİĞİ VE FAIR PLAY İLİŞKİSİ

Ansay HIZAL

Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı

Spor Yönetimi ve Rekreasyon Programı

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Nisan 2024

Danışman: Prof. Dr. Metin Argan

Bu araştırma, Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve diğer spor kulüplerinin taraftarlarının karanlık üçlü, aydınlık üçlü, schadenfreude, takım kimliği, empati ve fair play düzeylerini belirlemeyi ve bu özellikler arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır. Nicel araştırma yöntemleri kullanılarak, kolayda ve kartopu örnekleme yöntemleri ile 709 futbol taraftarından çevrimiçi anket yoluyla veri toplanmıştır. Çeviri-geri çeviri yöntemiyle Türkçeye uyarlanan ölçekler, AFA ve DFA ile test edilmiştir. Yakınsak geçerlik için AVE ve CR değerleri, ayırt edici geçerlik için HTMT ve iç tutarlık için Alpha değerleri hesaplanmıştır. Model 1, karanlık üçlü, schadenfreude ve takım kimliği yapılarından, Model 2 ise aydınlık üçlü, duyuşsal empati, takım kimliği ve fair play yapılarından oluşmaktadır. Sonuçlara göre, Model 1’de karanlık üçlü ile schadenfreude ve schadenfreude ile takım kimliği arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Karanlık üçlü ile takım kimliği arasında doğrudan ilişki bulunmamakla birlikte, schadenfreude’nin aracılık etkisi tespit edilmiştir. Model 2’de ise aydınlık üçlü ile duyuşsal empati arasında pozitif, aydınlık üçlü ile takım kimliği arasında negatif ilişki; duyuşsal empati ile fair play arasında negatif, takım kimliği ile fair play arasında pozitif ilişki belirlenmiştir. Ayrıca, duyuşsal empatinin aydınlık üçlü ile fair play arasında aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Aydınlık üçlü, Karanlık üçlü, Schadenfreude, Takım kimliği, Empati, Fair play

THE WAR BETWEEN DARKNESS AND LIGHT: THE RELATIONSHIPS
BETWEEN DARK-TRIAD, LIGHT-TRIAD, EMPATHY, SCHADENFREUDE,
TEAM IDENTIFICATION AND FAIR PLAY, AMONG FANS.

Ansay HIZAL

Department of Sports Management

Programme in Sports Management and Recreation

Anadolu University, Graduate School, April, 2024

Supervisor: Prof. Dr. Metin Argan

This study aims to determine the dark triad, light triad, schadenfreude, team identity, empathy and fair play levels of Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray and other sports clubs' fans and to examine the relationships between these characteristics. Using quantitative research methods, data were collected from 709 football fans through an online survey using convenience and snowball sampling methods. The scales, which were adapted into Turkish by translation-back translation method, were tested with EFA and CFA. AVE and CR values for convergent validity, HTMT for discriminant validity and Alpha values for internal consistency were calculated. Model 1 consists of the constructs of dark triad, schadenfreude and team identity, and Model 2 consists of the constructs of light triad, affective empathy, team identity and fair play. According to the results, a positive relationship was found between the dark triad and schadenfreude and between schadenfreude and team identity in Model 1. Although there was no direct relationship between the dark triad and team identity, the mediating effect of schadenfreude was found. In Model 2, there was a positive relationship between the light triad and affective empathy, a negative relationship between the light triad and team identity, a negative relationship between affective empathy and fair play, and a positive relationship between team identity and fair play. In addition, affective empathy was found to have a mediating effect between the bright trio and fair play.

Key words: Light triad, dark triad, Schadenfreude, Team identification, Emphaty,
Fair play.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın her aşamasında bana rehberlik eden, değerli bilgi ve tecrübeleriyle yol gösteren, desteğini esirgemeyen ve bana sonsuz sabır gösteren tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Metin ARGAN'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmamın değerlendirilmesi ve geliştirilmesi aşamalarında kıymetli geri bildirimleriyle bana yol gösteren, engin bilgi ve tecrübeleriyle çalışmamı yönlendiren Doç.Dr. Veli Onur ÇELİK ve Doç.Dr. Sabri KAYA'ya içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, bana akademik anlamda yeni bakış açıları kazandıran Doç.Dr. Velittin BALCI ve Doç.Dr. Hüseyin Çevik'e de gönülden teşekkür ederim. Onların yapıcı eleştirileri ve önerileri, bu çalışmanın kalitesini artırmada büyük katkı sağlamıştır.

Bu çalışmaya gönüllü olarak katılan, tüm Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş taraftarlarına ve bu kıymetli taraftarlara ulaşmamı sağlayan Mr. Manager YouTube kanalına teşekkürlerimi sunarım.

Her zaman yanımda olduklarını hissettiren ve destek veren sevgili arkadaşlarım, Dr.Öğr.Üyesi Elvin ONARICI GÜNGÖR'e, Dr.Öğr.Üyesi Arıkan EKTİRİCİ'ye, Doç. Dr. Hüseyin KÖSE'ye, Doç.Dr. Barış GÜROL'a, Araş.Gör. Dr. Ümit Can BÜYÜKAKGÜL'e, Doç.Dr. Arif YÜCE'ye, Dr.Öğr. Üyesi Umut SEZER'e ve saygıdeğer büyüklerim Doç.Dr. Dilek YALIZ SOLMAZ'a, Dr.Öğr.Üyesi Türkan Nihan SABIRLI'ya, Doç. Dr. Gülsün GÜVEN'e, ve Turgay SAKÇI'ya yürekten teşekkür ederim.

Son olarak beni her koşulda destekleyen annem Nezihat HIZAL'a, babam Abdülkadir HIZAL'a ve Onay KIRATLI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

26.04.2024

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Ansay HIZAL

İÇİNDEKİLER

Sayfa

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xiii
GÖRSEL	xiv
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	xv
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	3
1.2. Araştırmanın Konusu	4
1.3. Araştırmanın Amacı	4
1.4. Araştırmanın Önemi	5
1.5. Araştırma Varsayımları	6
1.6. Araştırma Sınırlılıkları	6
2. ALAN YAZIN	7
2.1. Karanlık Üçlü	7
2.1.1. Narsizm	9
2.1.2. Makyavelcilik	12
2.1.3. Psikopati	15
2.2. Aydınlik Üçlü	17
2.2.1. Kantçılık	19
2.2.2. Hümanizm	20
2.2.3. İnsanlığa inanç	22
2.3. Schadenfreude	23
2.4. Takım Kimliği	26
2.5. Empati	29
2.6. Fair Play	31
3. MODEL GELİŞTİRME VE HİPOTEZLER	35
3.1. Model 1 ve Hipotezler	35

3.1.1. Karanlık Üçlü ve Schadenfraude İlişkisi.....	35
3.1.2. Schadenfraude ve Takım Kimliği İlişkisi	36
3.1.3. Karanlık Üçlü ve Takım Kimliği İlişkisi	37
3.2. Model 2 ve Hipotezler	39
3.2.1. Aydınlık üçlü ve duyuşsal empati ilişkisi.....	39
3.2.2. Aydınlık üçlü ve takım kimliği ilişkisi	39
3.2.3. Duyuşsal empati ve takım kimliği ilişki.....	40
3.2.4. Duyuşsal empati ve fair play ilişkisi.....	41
3.2.5. Takım kimliği ve fair play ilişkisi.....	42
4. YÖNTEM.....	45
4.1. Etik Bildirim	45
4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	45
4.3. Veri Toplama Araçları	47
4.3.1. Model 1'e İlişkin Veri Toplama Araçları	48
4.3.2. Model 2'ye İlişkin Veri Toplama Araçları.....	48
4.2.3. Prosedür	49
4.4. Araştırma Modeli.....	51
4.5. Verilerin Analizi	53
5. BULGULAR.....	55
5.1. Pilot Çalışma.....	55
5.1.1. Model 1 ve Model 2'deki Ölçeklere İlişkin Pilot çalışma.....	55
5.1.1.1. Model 1'de yer alan Ölçeklere İlişkin AFA, DFA Analizleri...	55
5.1.1.2. Model 2'de yer alan Ölçeklere İlişkin AFA, DFA Analizleri...	58
5.2. Araştırma Katılımcılarına İlişkin Demografik Bulgular	61
5.3. Taraftarlığa İlişkin Tanımlayıcı Bulgular	62
5.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)	63
5.4.1. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin Normal Dağılım.....	63
5.4.2. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)	64
5.3.2.1. Karanlık üçlü ölçeği.....	65
5.3.2.2. Schadenfraude ölçeği.....	66

5.3.1.3. <i>Takım kimliği ölçeği</i>	67
5.4.3. Aydınlık Üçlü Modelindeki (Model 2) Ölçeklere İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)	68
5.4.3.1. <i>Aydınlık üçlü (model 2) ölçeklerine ilişkin normal dağılım</i>	68
5.4.3.2. <i>Aydınlık üçlü ölçeği</i>	69
5.4.3.3. <i>Duyuşsal empati ölçeği</i>	71
5.4.3.4. <i>Fair play ölçeği</i>	72
5.5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Bulguları	72
5.5.1. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin DFA Sonuçları	73
5.5.1.1. <i>Karanlık üçlü DFA sonuçları</i>	73
5.5.1.2. <i>Schadenfraude ölçeği dfa sonuçları</i>	75
5.5.1.3. <i>Takım kimliği ölçeği dfa sonuçları</i>	76
5.5.2. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin Birleşik DFA sonuçları	77
5.5.3. Aydınlık üçlü modelindeki (Model 2) ölçeklere ilişkin DFA sonuçları	79
5.5.3.1. <i>Aydınlık üçlü ölçeği</i>	79
5.5.3.2. <i>Duyuşsal empati ölçeği</i>	80
5.5.3.3. <i>Takım kimliği ölçeği DFA sonuçları</i>	81
5.5.3.4. <i>Fair play ölçeği</i>	82
5.5.4. Aydınlık Üçlü Modelindeki (Model 2) Ölçeklere İlişkin Birleşik DFA sonuçları	83
5.5.5. Geçerlik ve Güvenirlik	85
5.5.5.1. <i>Karanlık üçlü modeline (Model 1) ilişkin geçerlik ve güvenirlik</i>	85
5.5.5.2. <i>Aydınlık üçlü modeline (model 2) ilişkin geçerlik ve güvenirlik</i>	86
5.5.6. Karanlık Üçlüye (model 1) Yönelik Yapısal Eşitlik (YEM) Modeli Analizi Sonuçları	88
5.5.6.1. <i>Karanlık üçlü modeline (model 1) yönelik aracılık analizleri</i> ..	90

5.5.7. Aydınlık Üçlüye (Model 2) Yönelik Yapısal Eşitlik (YEM) Modeli Analizi Sonuçları	90
5.5.7.1. Aydınlık üçlü modeline (model 2) yönelik aracılık analizleri ..	92
6. TARTIŞMA	94
7. TEORİK VE UYGULAMAYA YÖNELİK ÇIKARIMLAR	103
7.1. Teorik Çıkarımlar	103
7.2. Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar	104
8. SINIRLILIKLAR VE GELECEK ÇALIŞMALARA YÖNELİK ÖNERİLER	107
KAYNAKÇA	109
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Karanlık üçlü faktörleri.....	56
Tablo 2. Schadenfreude ölçeğine ilişkin AFA ve DFA	57
Tablo 3. Takım kimliği ölçeğine ilişkin AFA ve DFA	57
Tablo 4. Aydınlik üçlü faktörleri	58
Tablo 5. Empati ölçeğine ilişkin AFA ve DFA.....	59
Tablo 6. Fair play ölçeğine ilişkin AFA ve DFA.....	60
Tablo 7. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları	61
Tablo 8. Katılımcıların taraftarlıklarına ilişkin tanımlayıcı özelliklerine göre dağılımlar	63
Tablo 9. Model 1’de yer alan ölçeklere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri.....	64
Tablo 10. Karanlık üçlü faktörleri.....	66
Tablo 11. Schadenfraude Ölçeği	67
Tablo 12. Takım kimliği ölçeği.....	67
Tablo 13. Model 2’de yer alan ölçeklere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri.....	69
Tablo 14. Aydınlik üçlü faktörleri ve ifadeleri	70
Tablo 15. Duyuşsal empati ifadeleri	71
Tablo 16. Fair play ifadeleri.....	72
Tablo 17. Karanlık üçlü ölçeğinin boyutları ve ifadeleri	74
Tablo 18. Karanlık üçlü ölçeğine ilişkin model uyum değerleri.....	75
Tablo 19. Schadenfraude ölçeğinin ifadeleri	75
Tablo 20. Schadenfreude ölçeğine ilişkin model uyum değerleri.....	76
Tablo 21. Takım kimliği ölçeğinin ifadeleri	76
Tablo 22. Takım kimliği ölçeğine ilişkin model uyum değerleri.....	77
Tablo 23. Model 1’e ilişkin veriler	78
Tablo 24. Model 1’e ilişkin model uyum değerleri.....	79
Tablo 25. Aydınlik üçlü ölçeğine ilişkin veriler	79
Tablo 26. Aydınlik üçlü ölçeğine ilişkin model uyum değerleri	80
Tablo 27. Duyuşsal empati ölçeğine ilişkin veriler.....	80
Tablo 28. Duyuşsal empati model uyum değerleri	81
Tablo 29. Takım kimliği ölçeğine ilişkin veriler	81
Tablo 30. Takım kimliği model uyum değerleri	82

Tablo 31. Fair play uyum değerleri.....	82
Tablo 32. Fair play ölçeği model uyum değerleri	83
Tablo 33. Model 2'ye ilişkin veriler	84
Tablo 34. Model 2'ye ilişkin uyum değerleri.....	85
Tablo 35. Model 1'e ilişkin geçerlilik ve güvenirlik değerleri	86
Tablo 36. Karanlık Üçlü Modeline İlişkin HTMT değerleri.....	86
Tablo 37. Model 2'ye ilişkin geçerlilik ve güvenirlik değerleri	87
Tablo 38. Aydınlik Üçlü Modeline İlişkin HTMT değerleri	88
Tablo 39. Model 1 için yol katsayısı ve hipotez testleri	90
Tablo 40. Model 1 için aracılık analizleri	90
Tablo 41. Model 1 için yol katsayısı ve hipotez testleri	91
Tablo 42. Model 2 için aracılık analizleri	92

ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Araştırma modeli 1	38
Şekil 2. Araştırma modeli 2	44
Şekil 3. Örnek büyüklüğü formülü	46
Şekil 4. Model 1.....	89
Şekil 5. Model 2.....	91



GÖRSEL

Sayfa

Görsel 1. Örnek Twitter paylaşımı.....	51
---	-----------



SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

%	:	Yüzde
AFA	:	Açımlayıcı Faktör Analizi
AGFI	:	Adjusted Goodness-of-Fit Index (Düzeltilmiş İyi-lik Uyum İndeksi)
AVE	:	Average Variance Extracted (Ortalama Varyans Çıkarımı)
CFI	:	Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)
CR	:	Composite Reliability (Yapı Güvenirliği)
df	:	Degress of Freedom (Serbestlik Derecesi)
DFA	:	Doğrulayıcı Faktör Analizi
FIFA	:	Fédération Internationale de Football Association (Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği)
FY	:	Faktör Yüğü
GFI	:	Goodness-Of-Fit Index (İyilik Uyum İndeksi)
HTMT	:	Heterotrait-monotrait Ratio Statistics
IFI	:	Incremental Fit Index (Arttırmalı Uyum İndeksi)
KMO	:	Kaiser-Meyer-Olkin Testi
N	:	Frekans
NFI	:	Normed Fit Index (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)
NNFI	:	Non-Normed Fit Index (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi)
Ort.	:	Ortalama
RMSEA	:	Root Mean Square Error of Approximation (Yaklaşım Hatasının Ortalama Kareköğü)
S.S.	:	Standart Sapma
SRMR	:	Standardized Root Mean Square Residual (Standardize Edilmiş Ortalama Karekök Artık)
YEM	:	Yapısal Eşitlik Modeli
α	:	Alpha Katsayısı
β	:	Beta Katsayısı
χ^2	:	Ki-kare

1. GİRİŞ

Spor sosyolojisi ve psikolojisi alanında uzun süredir büyük bir ilgi odağı olan taraftar davranışlarının incelenmesi, önemli bir araştırma alanı olarak kabul edilmektedir (Cialdini vd., 1976; Wann & James, 2001; Funk, Mahony & Ridinger, 2002; Wann, 2006; Wann & James, 2019). Spor etkinlikleri, taraftarların duygusal tepkilerini ve sosyal ilişkilerini şekillendiren karmaşık bir ortam sunmaktadır. Ancak, taraftar davranışlarının altında yatan karanlık ve aydınlık unsurların doğası hala tam olarak anlaşılamamıştır. Bu iki yapıyı değerlendiren çalışmalar incelendiğinde, politik davranış (Peterson & Palmer, 2021), genel insan doğası (Kaufman, 2019; Serbest & Sökmen, 2021), liderlik (Kaletta & Reuther, 2021), havacılık (Erhan, 2022), girişimcilik (Cooke, 2020; Polatçı & Yeloğlu, 2021) ve sporcuların davranışları (Vaughan vd., 2019) gibi konulara odaklanan çalışmaların olduğu görülmüştür. Ancak, spor taraftarının karanlık ve aydınlık özelliklerine odaklanan çalışmalara rastlanamamıştır. Bu bağlamda, bu çalışmanın temel motivasyonu, futbol taraftarlarının duygusal deneyimlerini karanlık ve aydınlık özelliklerine göre değerlendirmek olmuştur. Araştırmanın temel amacı, bu iki karşıt gücün taraftarların empati, schadenfreude, takım kimliği, duyuşsal empati ve fair play gibi önemli konulardaki duygusal tepkilerini ve davranışlarını nasıl etkilediğini anlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, iki farklı model geliştirilmiş ve hipotezler oluşturulmuştur. Model 1, karanlık üçlü, schadenfreude ve takım kimliği arasındaki ilişkileri incelemektedirken, Model 2, aydınlık üçlü, duyuşsal empati, takım kimliği ve fair play yapıları arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır.

Çalışmada, ana araştırmanın tasarımını ve uygulanabilirliğini test etmek, veri toplama yöntemlerini değerlendirmek, potansiyel sorunları ve zorlukları tanımlamak için pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma sırasında ortaya çıkan sorunlar ve zorluklar, ana araştırmanın tasarımını ve uygulanmasını etkileyebilecek potansiyel riskleri belirlememize yardımcı olmuştur. Bu sorunları çözmek ve araştırmanın güvenilirliğini artırmak için uygun düzeltici önlemler alınmıştır. Örneğin, düşük faktör yüklerine sahip yapıların maddelerinin anlaşılabilirlikleri kontrol edilerek yeniden ele alınıp gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Düzeltilmeler sonrası, anket tekniği ile ana çalışma için veriler toplanmıştır. Çalışmada, verileri analiz etmek için tanımlayıcı istatistikler kullanılmış, ölçek maddeleri arasındaki ilişkileri belirlenmiş örneklem büyüklüğünün yeterliliği ve faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Aynı zamanda, ölçeklerin yapısı ve geçerliği için doğrulayıcı

faktör analizi yapılmış ve güvenirlik için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Yakınsak geçerliğin analizinde ise ortalama varyans çıkarımı (AVE) ve bileşik güvenirlik (CR) değerleri hesaplanmıştır. Önerilen modellerin desteklenip desteklenmediğini belirlemek için çeşitli uyum indeksleri hesaplanmış ve çoklu değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için yapısal eşitlik modellemesi uygulanmıştır. Ayrıca, arabuluculuk analizleri ile aracılık etkileri değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bulgularına göre, Model 1 yapıları incelendiğinde, karanlık üçlü ile schadenfreude arasında anlamlı ilişkinin olduğu ancak karanlık üçlü ile takım kimliği arasındaki ilişkinin ise anlamlı bulunmamıştır. Ancak, schadenfreude'nin aracılık etkisinin test edilmesi sonrasında, karanlık üçlü ile takım kimliği arasında anlamlı bir aracılık etkisi belirlenmiştir. Bu sonuç, schadenfreude'nin taraftarlık ile takım kimliği arasında arabuluculuk yaptığını göstermektedir. Daha sonra, Model 2 yapıları incelendiğinde, aydınlık üçlü ile duyuşsal empati arasında, aydınlık üçlü ile takım kimliği arasında, duyuşsal empati ile fair play arasında ve takım kimliği ile fair play arasında anlamlı ilişkiler belirlenmiştir. Özellikle, aydınlık üçlü ile fair play arasında duyuşsal empatinin aracılık etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan, Model 2 içerisinde yer alan diğer yapılar arasında herhangi bir aracılık etkisinin gözlemlenmediği belirlenmiştir. Bu sonuçlar, taraftar davranışlarını etkileyen karanlık ve aydınlık özellikler arasındaki karmaşık ilişkileri açığa çıkarmada önemli bir adımı temsil etmektedir. Elde edilen bulgular, taraftarların duygusal deneyimlerini ve davranışlarını daha iyi anlamak için çeşitli faktörlerin rolünü değerlendirirken, aracılık etkileri üzerine odaklanarak bu ilişkileri daha derinlemesine inceleme fırsatı sunmaktadır. Bu çalışmanın bir başka sonucu ise, spor pazarlaması ve taraftar katılımı stratejilerinde yatmaktadır. Spor pazarlamacıları, karanlık ve aydınlık unsurların taraftar davranışını nasıl şekillendirdiğini ayırt ederek yaklaşımlarını daha etkili bir şekilde uyarlayabilirler. Örneğin, taraftarlar arasında schadenfreude veya rekabet duygularının tetikleyicilerini anlamak, organizasyonların daha kapsayıcı bir taraftar topluluğunu teşvik eden ve olumsuz duyguları azaltan pazarlama kampanyaları ve katılım girişimleri geliştirmelerini sağlayabilir. Spor pazarlamacıları, takımla olumlu etkileşimleri ve duygusal bağları besleyerek taraftar sadakatini artırabilir ve artan bilet satışları, ticari ürün alımları ve sponsorluk anlaşmaları yoluyla gelirlerini arttırabilirler. Özetle bu çalışmanın sonuçları, taraftar davranışlarının karmaşıklığının ve çeşitliliğinin anlaşılmasında ve spor

etkinliklerindeki sosyal etkileşimleri daha derinlemesine değerlendirmesinde yardımcı olacaktır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Araştırma problemi kapsamında öncelikle önerilen iki modeldeki (Model 1 ve Model 2) değişkenlerin düzeylerinin belirlenecek olup, daha sonra ise modellere ilişkin değişkenler arası ilişkileri ortaya koyan problemler üzerinde durulmuştur.

Önerilen modellerdeki değişkenlerin düzeyinin belirlenmesi bağlamında araştırmanın problemlerini şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- Taraftarların karanlık üçlü boyutlarına ilişkin düzeyleri nasıldır?
- Taraftarların schadenfreude düzeyleri nasıldır?
- Taraftarların takım kimliği düzeyleri nasıldır?
- Taraftarların aydınlık üçlü boyutlarına ilişkin düzeyleri nasıldır?
- Taraftarların empati düzeyleri nasıldır?
- Taraftarların fair play düzeyleri nasıldır?

Araştırma kapsamında Model 1 olarak tasarlanan/önerilen modeldeki karanlık üçlü, schadenfreude, takım kimliği ile Model 2 olarak tasarlanan aydınlık üçlü empati, takım kimliği ve fair play arasındaki ilişkiler test edilmiş olup, bu kapsamdaki araştırma problemler aşağıdaki gibidir:

- Karanlık üçlü ile schadenfreude arasındaki ilişki nasıldır?
- Schadenfreude ile takım kimliği arasındaki ilişki nasıldır?
- Karanlık üçlü ile takım kimliği arasındaki ilişki nasıldır?
- Aydınlık üçlü ile empati arasındaki ilişki nasıldır?
- Aydınlık üçlü ile takım kimliği arasındaki ilişki nasıldır?
- Duyuşsal empati ile fair play arasındaki ilişki nasıldır?
- Takım kimliği ile fair play arasındaki ilişki nasıldır?

Son olarak, tez kapsamında önerilen iki modeldeki (Model 1 ve Model 2) aracılık etkilerine ilişkin problemler aşağıdaki gibi ifade edilmiştir.

- Schadenfreude'nin karanlık üçlü ile takım kimliği arasındaki ilişkide aracılık rolü nasıldır?
- Empati ve takım kimliğinin aydınlık üçlü ile takım kimliği arasındaki ilişkide aracılık rolü nasıldır?

- Takım kimliğinin empati ile fair play arasındaki ilişkide aracılık rolü nasıldır?

1.2. Araştırmanın Konusu

Araştırmanın temel konusunu futbol taraftarlarının karanlık üçlü ve aydınlık üçlü düzeylerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Karanlık üçlü, narsisizm, Makyavelizm ve psikopati gibi üç farklı özelliği içeren bir kategori olarak tanımlanır Paulhus & Williams, 2002). Bu özelliklere sahip olan insanlar genellikle kendini ön plana çıkarmaya çalışarak, ikiye yüz, bencil ve manipülatif davranışlar sergilerler. Bu kişiler genellikle kontrolcü ebeveynler olarak algılanarak, umursamaz ve dürüst olmayan sevgililer veya arkadan bıcağı kullanan iş arkadaşları olarak görülürler. Bu özellikler, etik, ahlaki ve sosyal olarak kabul edilebilir davranışlardan sapmalar gösterdiği için karanlık üçlü altında kategorize edilir. Her bir özellik kendine özgüdür; narsisizm benlik görüşünü şişirirken, Makyavelizm başkalarını manipüle etmeye odaklanır, psikopati ise antisosyal davranışlarla ilişkilidir. Bununla birlikte, Makyavelizm ve psikopati, duygusal olarak diğer insanlardan kopuktur ve ahlaki değerlendirmeleri göz ardı eder. Her üç özellik de sosyal olarak kabul edilebilir davranışlardan farklıdır (Paulhus & Williams 2002). Kaufman, vd. (2019) tarafından oluşturulan “Aydınlık üçlü” yapısı ise, Kantçılık, hümanizm ve insanlığa inanç şeklinde kategorize edilmiştir. Kantçılık, diğer bireylere piyon gibi davranılmaması gerektiği inancını temsil ederken, hümanizm insanlığın tüm benliğiyle saygı görmesi gerektiği inancını ifade eder. İnsanlığa inanç ise genel olarak insanların iyi olduğu düşüncesini yansıtmaktadır. Bu kategoriler, insanın potansiyel gücünü temsil eder ve insanların negatiften pozitifte geçme eğilimini vurgular.

Taraftarların karanlık ve aydınlık özelliklerinin ortaya konması neticesinde araştırmanın bir diğer konusu karanlık üçlü, empati, takım kimliği arasındaki ilişkiler ve aydınlık üçlü, duyuşsal empati, takım kimliği, fair play arasındaki ilişkilerin incelenmesidir.

1.3. Araştırmanın Amacı

Spor yönetimi ve spor pazarlaması alanlarında spor taraftarlarıyla ilişkili birçok bilimsel çalışma bulunmaktadır. Ancak, spor taraftarlarının kişilik özelliklerini (karanlık ve aydınlık – olumsuz ve olumlu) belirlemeye yönelik bilimsel çalışmalar dar kapsamlarda değerlendirilmiştir. Bu açıdan bakıldığında çalışmanın temel amacı ve ana motivasyonu Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray spor kulüplerinin ve diğer spor

kulüplerinin taraftarlarının karanlık üçlü (Jones & Paulhus, 2014), aydınlık üçlü (Kaufman vd., 2019), schadenfreude (Dalakas & Melancon, 2012) takım kimliği (Gwinner & Swanson, 2003), empati (Vossen, Piotrowski & Valkenburg, 2015), fair play (Iturbide-Luquin & Elosua-Oliden 2017) düzeylerini ortaya koymaktır. Sonrasında bu yapıların, aralarındaki olası etki ve ilişkileri incelemektir.

Araştırma çerçevesinde, yukarıda araştırma problemleri bölümü altında da ifade edildiği gibi ve araştırma problemleriyle paralel şekilde yanıt aranacak sorular aşağıda verilmiştir:

- Karanlık üçlü ile schadenfreude arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Karanlık üçlü ile takım kimliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Schadenfreude ile takım kimliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Aydınlık üçlü ile duyuşsal empati arasında ilişki var mıdır?
- Aydınlık üçlü ile takım kimliği arasında ilişki var mıdır?
- Duyuşsal empati ile fair play arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Duyuşsal empati ile takım kimliği arasında ilişki var mıdır?
- Takım kimliği ile fair play arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Yapılar arasında aracılık etkileri var mıdır?

1.4. Araştırmanın Önemi

Aydınlık ve karanlık kişilik özelliklerinin zıt yapısını anlamaya yönelik bilimsel çalışma oldukça sınırlıdır. İnsan doğasının hem karanlık (olumsuz) yönlerini hem de aydınlık (olumlu) yönlerini keşfetmeye yönelik daha ilkeli ve daha çok veriye dayalı yaklaşımlar geliştirmek amacıyla daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Yapılan bu çalışma Türk futbol taraftarlarının aydınlık ve karanlık düzeylerini belirlemede, spor ortamlarında çoğunlukla ortaya çıkan duygu durumu olan schadenfreude gibi, takım kimliği düzeyleri, empati ve fair play özelliklerinin karanlık ve aydınlık kişilik özellikleriyle ne gibi ilişkileri olduğunu belirlemek açısından öncü bir çalışmadır (Model 1’de karanlık üçlü, schadenfreude ve takım kimliği arasındaki ilişkileri incelenirken, model 2’de aydınlık üçlü, takım kimliği, empati ve fair play arasındaki ilişkiler incelenmiştir). Bu açıdan değerlendirildiğinde alana ciddi katkılar sunabileceği ya da farklı bakış açıları sunabileceği düşünülmektedir. Çalışma bulgularının ortaya koyduğu sonuçların, potansiyel sponsorları, spor iletişimcileri, spor yöneticileri ve spor

pazarlamacıları açısından pratik çıkarımlar sunacağı, bu çalışmaya benzer çalışmaların, farklı spor branş taraftarları üzerinde uygulanmasının, branşlar arası taraftar bakış açılarının benzerliğinin veya farklılaşmanın değerlendirilmesi noktasında önemlidir. Aynı zamanda, kişinin salt olarak olumsuz kişilik özelliklerine sahip olmayabileceğini ve yine salt olarak sadece olumlu kişilik özelliklerine sahip olmayabileceğini ortaya koyması bakımından alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Kaufman vd., 2019, s. 11). Futbol taraftarlarının davranışlarının, olası etkilerinin ve davranışların ilişkili olduğu kavramların ve yapılarının anlaşılması bakımından önemlidir. İlave olarak, alan yazın incelendiğinde, futbol taraftarlarının karanlık ve aydınlık kişilik özelliklerinin birlikte değerlendirildiği çalışma sayısının oldukça az olması bu çalışmanın önemini artırmaktadır. Karanlık ve aydınlık kişilik özellikleriyle birlikte, schadenfreude, takım kimliği, empati ve fair play gibi yapıların da çalışma modellerinde yer alması, çalışmayı daha da önemli kılmaktadır.

1.5. Araştırma Varsayımları

Çalışmaya yönelik varsayımlar aşağıda sıralanmıştır:

- Çalışma katılımcılarının beyanlarına dayalı olarak futbol taraftarı olduğu varsayılmıştır.
- Çalışma katılımcılarının, tarafsız ve samimi olarak ifadelere yanıt verdikleri varsayılmıştır.
- Çalışma amaçlarına yönelik oluşturulan formda yer alan ifadelerin, katılımcılar tarafından doğru okunduğu ve anlaşıldığı ve doğru şekilde cevaplandığı varsayılmıştır.
- Araştırmada kullanılan ölçeklerin istenilen kavramları tam olarak ölçtüğü varsayılmıştır.

1.6. Araştırma Sınırlılıkları

- Araştırma, yapıldığı tarihler olan 02 Ocak 2023 ile 01 Haziran 2023 ile sınırlıdır.
- Araştırma, coğrafi olarak Türkiye ile sınırlıdır.
- Araştırma, sınırlı sayıda spor kulübüne ve taraftarına odaklanmıştır.
- Araştırma, çalışmaya katılan futbol taraftarı ile sınırlıdır.
- Araştırmanın süresi, doktora tez dönemiyle sınırlıdır.

2. ALAN YAZIN

2.1. Karanlık Üçlü

"Karanlık Üçlü" veya karanlık kişilik özellikleri olarak da ifade edilen bu terim, patolojik olmayan itici ve kötü niyetli üç kişilik özelliğinin karışımını tanımlayan psikolojik bir yapıdır. Bu kişilik özellikleri: narsisizm, Makyavelizm ve psikopatidir (Paulhus & Williams, 2002; Jones & Paulhus, 2014; Secret, 2020, s. 12; Grežo & Adamus, 2022, s. 3). Bu kişilik özelliklerinin normları ihlal eden birçok eylemde anahtar rol oynadığı düşünülmektedir (Muris vd., 2017, s. 183). Brandon (2020, s. 12) karanlık üçlüyü, insanlığın bildiği en yıkıcı ve zararlı üç psikolojik kişilik özelliğini barındıran tema olarak tanımlamaktadır. Karanlık üçlünün yapısında rahatsız edicilik, duygusuzluk, aldatma, benmerkezcilik, dürüstlük-alçakgönüllülük eksikliği, kişilerarası manipülasyon ve sömürü eğilimi gibi özellikler bulunmaktadır (Paulhus & Williams 2002). Karanlık üçlü özellikleri kalıtsal olup intikam, öfke, saldırgan mizah, hile, sosyal egemenlik yönelimi, önyargı, tek gecelik ilişki stratejileri dâhil olmak üzere çok sayıda istenmeyen bireysel farklılık ve davranışla ilişkilendirilir (Goodboy & Martin, 2015, s. 2). Narsisizm, kendini geliştirme eğilimi veya kişinin kendi kişiliği veya görünümü hakkında gerçekçi olmayan olumlu bir görüşle ilgilidir. Makyavelcilik, ahlak üzerine alışılmadık bir bakış açısı, düşük empati ve birinin kendi çıkarları için başkalarını aldatma ve manipüle etme istekliliği ile karakterize edilen bir özelliği ifade eder. Psikopati ise dürtüsellik ve heyecan arayışının yanı sıra düşük empati, endişe ve muhalif olma eğiliminden oluşur. (van der Linder, vd., 2020, s. 3866).

Karanlık üçlünün karanlık özü düşünüldüğünde alanın saldırganlık ve şiddet, kendini geliştirme için güçlü güdüler, başarı, güç, para, hazcılık dâhil olmak üzere çok çeşitli itici psikososyal sonuçları tahmin etmeye odaklanmış olduğu görülmektedir (Kaufman vd., 2019, s. 2). Psikopatoloji alan yazınında toplum düzeyinde narsisizm, Narsisistik Kişilik Bozukluğu ile ilişkilendirilirken, sub-klinik psikopati ve Makyavelenizm her ikisi de klinik psikopatiyle ilişki göstermektedir (Veselka, Schermer & Vernon, 2012, s. 419).

Makyavelcilik, narsisizm ve psikopati üçlüsü, kişiler arası zararlı olan ancak adli veya klinik müdahale gerektiren seviyelere ulaşmayan kişilik gruplarından en öne çıkan unsurlar olarak ortaya çıkmıştır. Teorik olarak farklı olmasına rağmen, üçlünün standart ölçüleri orta ve pozitif yönde ilişki kurma eğilimindedir (Paulhus, 2020, s. 3450). Her üç

yapının klinik olmayan ölçümlerindeki son gelişmeler, normal popülasyonlardaki deneysel ilişkilerin değerlendirilmesine izin vermiştir. Makyavelciliğin psikopatiyle, narsisizmin psikopatiyle ve Makyavelciliğin narsizmle örtüştüğüne dair sonuçlara ulaşılmıştır (Paulhus & Williams 2002, s. 557). Paylaşılan noktalar duygusuzluk, yani başkalarıyla empati eksikliği olarak anlaşılmaktadır. Örtüştükleri noktalar nedeniyle, dış değişkenlerle olan korelasyonları/ilişkileri karışık olma eğilimindedir. Bu nedenle, benzersiz özelliklerini birbirinden ayırmak için uygun istatistiksel prosedürler kullanılarak birlikte çalışılmalıdır (Zeigler-Hill, 2020, s. 3450). Her üç karanlık özellik kavramsal düzeyde manipülatif olarak tanımlanabilse de özelliklerin her birinde yüksek puan alan bireylerin belirli manipülatif davranışları, bireyin hangi özelliğe yüksek puan verebileceğine bağlı olarak belirgindir. Buna göre bu kötü niyetli özellikler birbiriyle ilişkilidir ancak ilişki güçlü değildir, bu nedenle karanlık özelliklerin birbirinden bağımsız olduğu ileri sürülür (Paulhus & Williams, 2002; Garcia & Rosenberg, 2016, s. 2).

Evrimsel bir perspektiften incelendiğinde, birçok kişi antisosyal kişilik özelliklerinin neden sosyal varlıklar arasında ortaya çıktığını ve çoğaldığını sorgulamıştır. Yaşam öyküsü teorisine göre, bu tür bireysel farklılıklar, yavruların hayatta kalma ve üreme olasılığını en üst düzeye çıkarmaya yardımcı olmanın bir yolu olabilir. Karanlık Üçlü özelliklerinin olası bir açıklaması şudur: her karanlık özelliğin kendisini evrimsel olarak avantajlı kılan bir işlevi vardır. Bu özellikler, eş edinme gibi bireylerin sosyal hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olan farklı stratejilerin geliştirilmesiyle ilişkilidir. Bu özelliklerinde yüksek olan bireylerin, antisosyal kişiliklerine rağmen kişilerarası ve sosyal hedeflere ulaşmalarına yardımcı olduğu için farklı aldatma stratejileri kullanmaktadırlar (Jonason & Webster, 2012; Fox & Rooney, 2015, s. 162).

Bahsedilen özelliklerin aksine, karanlık üçlü özelliklerinin olumlu yanları da bulunmaktadır. Özellikle kendileri için bir şeyler kazanma olasılıklarının olduğu durumlarda, karanlık üçlü özelliklerine sahip kişiler sadık arkadaşlar, etkili liderler ve kahraman kurtarıcılar olabilmektedirler (Lyons, 2019, s. 2). Aşağıda karanlık üçlüyü oluşturan narsizm, Makyavelcilik ve psikopati üzerinde durulmuş olup, her birine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

2.1.1. Narsizm

Narsisizm kavramı, Yunan Narcissus mitine ve onun Homeros ilahilerinde yeniden anlatılmasına kadar dayandırılabilir. Psikoloji, narsisizmi yüz yıldan fazla bir süredir kişilik patolojisinin bir özelliği (yani karanlık bir özellik) olarak kabul etmiştir. Sigmund Freud, narsisizmin klinik fenomenini, kendini sevme, hayranlık ve kendini övme tavırlarının yanı sıra şefkat ve özsaygı kaybı korkusu olarak tanımlamıştır. Sosyal psikologlar ve kişilik psikologları, on yıllardır normal bir kişilik özelliği boyutu olarak kavramsallaştırılan narsisizmin uyumsal ve uyumsuz ilişkilerini araştırmaktadırlar (Dowgwillo, Dawood & Pincus, 2016, s. 25).

Narsisizm genellikle kendini beğenme, kibir ve bencillik gibi kavramlarla ilişkilendirilir ve kendine hayranlık, büyüklük duygusu ve kronik bir onaylanma ihtiyacı olarak tanımlanır. Narsist kişi benmerkezcidir, kendini beğenir; kendilerini benzersiz görürler ve sürekli olarak gerekli ilgi ve saygı eksikliğinden mustarıptırlar (Bereczkei, 2018, s. 45). Bu eksiklikleri giderilmediğinde kontrollerini kaybederler, öfkelenir ve huzursuz olurlar (Necula, 2020, s. 48). Kibirli, kayıtsız ve görünüşte oldukça yüksek özgüvene sahipler, ancak bu durum çoğu zaman kendileriyle ilgili memnuniyetsizliklerini gizlemeye yaramaktadır. Özel ayrıcalıkları olduğunu düşünmektedirler ve başkalarının başarısını son derece kıskanmaktadırlar, herkesin kendi çıkarlarına hizmet etmek için orada olduğuna inanmaktadırlar. Çoğu durumda empatik kaygı duymalarına ve sıklıkla suçluluk sergilemelerine rağmen, başkalarının ihtiyaçlarını ve duygularını dikkate alamazlar (Bereczkei, 2018, s. 45). Bununla birlikte, savunmasızlık ve öz saygı gibi kırılabilirlik gibi olumsuz duygular da ortaya çıkabilir. Görkemli narsisizm, ihtişam, egemenlik ve saldırganlık özelliklerini yansıtırken, savunmasız narsisizm, güvensizlik, işe yaramazlık ve yetersizlik unsurlarının yanı sıra yetersizlik duygularına yol açan olumsuz etkiler sunar (Necula, 2020, s. 48).

Lyons (2019, s. 11) narsistlik oldukça istikrarlı bir özellik olarak kavramsallaştırılmış olsa da son kırk yılda gençler arasında “narsisizm salgını” olduğunu vurgulamıştır. Özellikle bu salgının, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversite öğrencilerinde görüldüğünü, öğrencilerin narsisizm düzeylerinin önceki kuşaklara göre daha yüksek olduğunu ve bu değişimin bir kısmı 2002-2007 yılları arasında, kısa bir süre içinde meydana geldiğini ifade etmiştir. Narsisizm salgınının arkasındaki nedenler hala tartışılıyor olsa da salgının nedenleriyle bazı fikirlerin olduğunu, özellikle tüketimi

özendirmedeki artış, zenginlik, medya, ünlülere maruz kalma ve sosyal medya kullanımı gibi nedenler olabileceğini sıralamıştır.

Sağlıksız bir şekilde yüksek narsistlik düzeyine sahip olmanın en uç noktası, psikologların "patolojik narsisizm" olarak ifade ettiği seviyedir. Bu teşhis edilebilir bir psikolojik bozukluktur. Patolojik narsisizm, anormal bir benlik duygusuyla ilişkilidir ve patolojik narsistlerin alışılmadık şekilde her durumda en önemli şey olarak kendileriyle meşgul oldukları anlamına gelir. Olayları sadece bakış açılarından değerlendirerek başkalarının bakış açısından göremezler. Aslında, belki de diğer insanların kendilerine ait bakış açıları olduğunu bile farkında olmayabilirler. Narsistlerin diğer insanlarda ilgilendiği tek şey, diğer insanların kendilerine verdiklerine yanıtlardır (Canavan, 2020).

Narsisizm, çeşitli şekillerde tüketimle ilişkilendirilmiştir. Tüketimin, abartılı ve teşhirci eğilimler için bir çıkış noktası olarak hizmet edebileceği ifade edilmiştir. Narsist tüketicilerin, öne çıkmalarına ve dikkat çekmelerine yardımcı olan parlak renkli seçenekler gibi daha benzersiz ürünleri tercih etme eğiliminde oldukları, gösteriş amacıyla lüks mallar ve markalar aramaya daha yatkın oldukları gözlenmiştir (Canavan, 2020).

Ergenlik dönemindeki gençlerdeki karanlık üçlü üzerine yapılan çalışma, narsisizm ve sosyal sonuçlar arasındaki ilişkiyi anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu çalışma, narsisizmin bazı yönlerinin (örneğin, otorite ve kendine yeterlilik gibi sosyal olarak uygun olanlar) ergenlik dönemindeki davranışları etkileyebileceğini göstermektedir. Ancak, uyumsuz narsisizm (örneğin, sömürücülük) gençlik döneminde davranış sorunlarına yol açmaktadır (Truhan, 2023).

Narsisizm, bir kişinin kendi kendini aşırı sevme ve kendini büyük görmesi olarak tanımlanır. Bu narsist kişilik özünde yaralanmış ve kendine şüphe duymaktan çok, başkalarının onayına bağlı ve hatta bağımlı olarak yorumlanır. Son zamanlarda yapılan çalışmalarda narsisizm, "kendini beğenmişlik" veya "sosyal bencillik" olarak tanımlanan bir kavram olarak da ele alınmaktadır. Narsist kişiler, kendilerini eşsiz ve önemli gördükleri için başkalarından özel muamele ve tanınma beklerler. Ancak modern narsisizm modelleri kişilerin savunmasız yönlerini de kabul etmektedir. Güncel araştırmalar, narsistik kişilerin içsel kırılganlıklarını kamufle ettiğini ileri sürer. Ancak bu model için ampirik destek tartışmalıdır. Narsisizm, psikodinamik psikolojiden köken alan bir modeldir ve narsistlerin gerçekten kendilerini tanımadıklarını iddia eder (Golec de Zavala, 2023, s. 20).

Narsistler daha fazla yardım davranışı sergilese de bu davranışlar genellikle dikkat çekmek için yapılmaktadır ve bu da narsistlerin egoist motivasyonlarını yansıtmaktadır. Bu yüzden narsisizmin eylemci yönü, olumlu sosyal davranışlarla ilişkilendirilmektedir, çünkü bu davranışların öz imajı güçlendirebileceği ve özellikle spor gibi ortamlarda görünür olabileceği vurgulanmıştır (Van Puyenbroeck, 2020).

Spor ve narsisizmin birbiriyle uyumu, spor bilimlerinde popüler bir konudur (Matosic, 2016; Roberts, Woodman & Sedikides, 2018; Lotfollahi, Salehian & Peyghan, 2024). Bazı ünlü sporcular, narsistik kişilik özellikleriyle tanınır ve bu durumun örneklerine rastlanabilir. Futbolcu Zlatan Ibrahimovic'in narsistik nitelikleriyle tanındığı ve Ibrahimovic gibi başka sporcuların da narsistik özellikleri bulunmaktadır. Örneğin, Ronaldo'nun "Beni kıskanıyorlar. Başka bir açıklamam yok" şeklindeki söylemleri ve Floyd Mayweather'in "Hiçbir dövüşçünün Floyd Mayweather ile boy ölçüşebilecek zihinsel ya da fiziksel çevikliğe sahip olduğunu düşünmüyorum" sözleri narsistik olarak değerlendirilebilir. Sporcuların narsistik kişiliklerini sergilediği sözler ve davranışlar, narsisizm ve spora dair ilgi çekici bir araştırma alanı sunmaktadır (Cin & Yaşar, 2022).

Narsizmi spor bağlamında ele alan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların da çoğu sporcuların narsist özelliklerinin birtakım değişkenlerle birlikte değerlendirildiği görülmektedir. Örneğin; Roberts vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada, ortada bir zafer söz konusu olduğunda narsisizm ile performans arasında pozitif bir ilişki olduğu, zafer söz konusu olmadığında herhangi bir ilişkinin olmadığı bulunmuştur. Vaughan & Madigan (2021) yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmış ve rekabet söz konusu olduğunda, narsisizm ve spor performansı arasındaki ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer sonuçların elde edildiği bir başka çalışmada yüksek narsisist skorları elde edenlerin, zor bir hedefle karşılaştıklarında bunun üstesinden gelme ve performanslarını artırma eğiliminde oldukları fakat hedef nispeten kolay olduğunda, bu kişilerin performans gelişiminin sınırlı olduğu tespit edilmiştir (Wallace & Baumeister, 2002). Leggat vd. (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise; narsist sporcuların takım atmosferine zarar verdiğini ve takım uyumunu düşürdüğünü belirtmişlerdir. Ayrıca, narsist sporcuların, sadece kendi önemlerini düşünerek takım arkadaşlarının yeteneklerini ve duygularını göz ardı ettiklerini, hatalarını takım arkadaşlarına yükleyerek bölücü bir etki yarattıklarını, narsist sporcuların manipülasyonlarının, kusurlarını örtbas etmelerini sağladığını, takım arkadaşları üzerinde olumsuz etki yarattığını ifade etmişlerdir. Narsizmin varlığını sporcu boyutunda ele alan bir başka çalışmada, vücut geliştirme

sporcularının, sosyal medya bağımlılığı ve narsisizm düzeyleri incelenmiştir, çalışma sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile sporcuların narsisizm düzeyleri arasında yüksek ve pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur (Argan, vd, 2019).

Narsizmi spor taraftarlığı boyutunda ele alan bir çalışmada, Larkin & Fink (2019) sporda taraftarların, özellikle mağlubiyetler ve eleştiriler karşısında rakip takıma ve yetkililere karşı gerçek dışı, aşırı duygusal ve saldırgan olma konusunda geniş bir maziye sahip olduklarını ifade etmiştir. Kolektif narsisizmin spor salonlarında, spor barlarında ve diğer yerlerde düzenli olarak sergilenen kötü fonksiyonlu taraftarlık ve saldırganlığı ile ilgili olumsuz sonuçları açıklamada önemli ve anlamlı bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır.

Spor taraftarları tarafından ifade edilen kolektif narsisizmin faydaları kesinlikle dezavantajlarından daha ağır basmaktadır. Yüksek kimlikli taraftarların saldırgan bir şekilde hareket ederek birçok soruna neden olabildikleri bilinse de desteklerinin etkin şekilde olduğu göz ardı edilemez. Hakemlerin kararlarını etkileyen, oyuncuların motivasyonunu ve performansını artıran ve takımı evinde daha başarılı sonuçlara götüren bir iç grubun sahip olduğu aşırı tutku, "ev sahibi avantajı" olgusunun kesinlikle var olduğunu kanıtlamaktadır. Sporda narsisizmle ilgili tartışmaları çözme çabalarında, basit bir cevap olmadığı açıktır. Narsisizm, oyunun bileşenine bağlı olarak bir takımın başarısı için avantajlı ya da zararlı olarak değerlendirilebilir (Gouveia, 2022). Özgen & Argan (2017) tarafından yapılan, 275 spor taraftarı üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada narsizm düzeyinin yaşla birlikte değiştiği sonucuna ulaşmışlardır. Aynı çalışmada cinsiyet değişkeni incelendiğinde, kullandıkları ölçme aracının bir boyutu dışında anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

2.1.2. Makyavelcilik

Makyavelcilik, Christie & Geis (1970)'in "Makyavelcilikte Çalışmalar" adlı yayınından bu yana sosyal ve kişilik psikolojisinde yaygın olarak araştırılan bir kavram olmuştur. Terim, liderlere hedeflerine ulaşmak için aldatma taktiklerini kullanmalarını tavsiye eden 16. yüzyıl filozofu, diplomat ve siyaset teorisyeni Niccolo Machiavelli'den gelmektedir (Lyons, 2019, s. 8). Niccolo Machiavelli'nin yazmış olduğu "The Prince", siyasi iktidarı ele geçirmeye ve elinde tutmaya çalışanlar için bir el kitabı niteliği taşımaktadır. Machiavelli bu kitabında, felsefi ideallerden ziyade tarihsel örneklerden yararlanarak, ahlaki açıdan doğru bir adamın bile vicdansız insanlarla uğraşırken

acımasız, ahlaksız ve aldatıcı yöntemleri kasıtlı olarak kullanması gerektiğini ifade etmiştir (O'Boyle Jr, vd., 2012). "Makyavelci" teriminin kullanımı geleneksel olarak, kullanılan araçların etkisine bakılmaksızın belirli hedeflere ulaşmak için, vicdansız davranışları, hileleri, aldatmacayı ve kurnazlığı birleştiren kişilere, özellikle politikacılara atfedilmiştir (Metze, 1968, s. 15).

Makyavelist bireyler, ahlaki değerlerden kopmayı normal görmektedir. Bu tür bir anlayış, bireyin nihai hedefine ulaşmak için ahlaksız araçlar kullanırken kendilerini suçlamasını ve utanmasını engeller. Makyavelci bireyler, herhangi bir utanma ya da kendini kınama olmaksızın etik olmayan davranışlarda bulunabilir. Bu tür kişiler, herhangi bir suçluluk veya pişmanlık duygusu olmadan kasıtlı olarak etik olmayan bir şekilde hareket edebilirler (Gürlek, 2021, s. 39). Manipülasyonun hayatta başarılı olmak için en önemli şey olduğuna inanırlar. Bu nedenle son derece alaycı ve ilgisiz olmakla birlikte buna göre davranırlar. Her türlü stratejiye açık olmaları gerektiğini düşünerek manipülasyon taktiklerini kişisel amaçlar için kullanırlar. Bu nedenle, yalan söylemeye veya başkalarını övme yoluna başvururlar (Necula, 2020, s. 48). Kısaca, Makyavelciliğin temel unsurları (a) manipülatiflik, (b) duygusuz etki ve (c) stratejik çıkarıcı bir yönelim olarak görünmektedir. Bu son unsur genellikle araştırmacılar tarafından göz ardı edilmektedir (Jones & Paulhus, 2014, s. 29).

Makyavelistlerin, güç ve nüfuz konusundaki görüşleri genellikle kötü niyetli olarak algılansa da bazı yazarlar bu görüşlerin aslında daha az kötü niyet olabileceğini belirtmektedir. Gerçek Makyavelistlerin, başkalarının hoşnutsuzluğuna maruz kalmadan gerekli kaynakları elde edebildiği ve bu kaynakları kullanarak kolektif hedeflere olumlu katkılarda bulunabileceği vurgulanmıştır. Ayrıca Makyavelistlerin liderlik için yüksek motivasyona sahip olduğu, stratejik düşünme yeteneklerine sahip olduğu ve karmaşık güç dinamiklerini yönlendirmek için politik becerilerini ustaca kullandığı da belirtilmiştir. Bu da Makyavelistlerin lider ve politikacı olarak yeteneklerini başkalarının çıkarına hareket etmek için kullanabileceklerini göstermektedir (Castille, Buckner & Thoroughgood, 2018).

Rekabetçi bir bağlamda, Makyavelizmden yüksek puan alan bireyler üstün gelmek için sömürücü taktikler kullanırlar. Makyavelistlerin kişisel çıkarlarını en üst düzeye çıkardıkları ve her ne pahasına olursa olsun bir rekabeti kazandıkları bulunmuştur. Bunu yaparken, toplumu ve aileyi göz ardı ederler. Bu durum, kazanmak için kullandıkları

taktiklerin ne kadar etik olduğuna bakmaksızın rekabeti kazanma istekleriyle açıklanabilmektedir (Goncalves & Campell, 2014).

Makyavelist özellikleri yüksek bireyler sosyal bağlama duyarlıdırlar ve yararlı olduğunda iş birliği ve rekabet taktikleri arasında geçiş yapabilirler. Yüksek seviye Makyavelist özellikler duygusal manipölasyonu onaylar, örneğin, iki kişiyi birbirine düşürebilirler, “göze girmek” için başkalarına iltifatlarda bulunurlar ya da başkalarını suçlu hissettirmek için duygusal becerilerini kullanabilirler. Bu özelliği yüksek olan bireylerin, soğukkanlı karar verme ve stratejik manipölasyonun bireylerin kariyerlerini ilerletmelerine yardımcı olacağı pazarlama, iş ve satış alanları gibi kariyerlerde başarılı olmaları şaşırtıcı değildir (Lyons, 2019, s. 9).

Antrenörlerin görüşlerinin değerlendirildiği bir çalışmada, antrenörlerin makyavelist bireyler hakkındaki düşüncelerinin başkalarını manipüle eden ve her yolun mübah olduğu yönünde görüldüğü yönündedir. Antrenörlerin, makyavelist kişilerle iletişim kurarken temkinli olduklarını o kişilerle empati kurmaya çalıştıklarını belirttikleri ifade edilmiştir (Yavuz & Şahin, 2023). Yapılan spor branşı, Makyavelizm ile etkileşime girerek fiziksel saldırganlık üzerinde belirli etkilere sahip olmaktadır. Bireysel sporlarda Makyavelist özelliklerin fiziksel saldırganlık üzerinde takım sporu yapanlara göre daha güçlü etkileri bulunmaktadır. Bu durum, bireysel sporlarda rekabet ruhunun daha ziyade benmerkezcisi olması ve başarı arzusunun sporcuların bunu başarmak için her şeyi yapabilecekleri başlı başına bir amaç olabilmesi ile açıklanabilir. Takım sporlarında ise belirli bir grup uyumu yaratılır, rekabet ruhu takım üyeleriyle paylaşılır ve başarı için iş birliği esastır. Dolayısıyla, Makyavelist kötülüğe rağmen, takım sporları yapan sporcular daha az agresif olma eğilimindedir çünkü başarıları iyi takım ilişkilerine bağlıdır (Florin vd., 2021).

Ermiş (2022)’in yapmış olduğu çalışmada spor yapılan yıl arttıkça, Makyavelcilik seviyesinin arttığı, bu durumun, her sporcunun her geçen yıl kendi branşından beklentisinin artması ve bu amaçla farklı arayışlar içine girebilmesi ile açıklanabildiğini, her geçen yıllla birlikte sporcunun hedefine ulaşmasına katkı sağlayabilecek her türlü durumu kabullenmesi olarak ifade edilmiştir. Paulhus, Molin & Schuchts (1979) yüksek makyavelist taktikleri kullanma eğilimlerinin araştırdıkları çalışmada, Makyavelist taktikleri kullanma özelliğine sahip futbolcuların sahada avantaj elde etmek için kuralları akıllıca zorladığı, düşük makyavelist taktiklere sahip oyuncuların ise daha adil bir oyun anlayışına sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, yüksek makyavelist taktiklere sahip

futbolcuların koçlarla ilişkilerinde manipölasyonu kullanarak daha fazla oynama süresi elde edebilecekleri ifade edilmiştir. Tomankawa (2017) 13 yaşındaki spor yapan kızlarda Makyavelist davranışları görüldüğünü ve fiziksel aktivitenin bu davranışları desteklediğini tespit etmiştir. Buna ek olarak, boy ve kilo gibi fiziksel özelliklerin de Makyavelist davranışların gelişimi için önemli faktörler olduğu belirlenmiştir. Spor etkinliğinde gönüllü olarak görev alanlar üzerinde yapılan bir araştırmada, gönüllülerin %91'inde Makyavelist özellikleri yüksek olduğu bulunmuştur. Bu da gönüllü olarak etkinlikte görev alanların amaçlarına ulaşmak için manipölasyon yapma ve insanlarla iletişim sırasında güçlü yönlerini gösterdiklerinin işareti olarak değerlendirilmiştir (Perenko, Gant & Bondar, 2017).

2.1.3. Psikopati

Psikopati; riskli, dürtüsel davranışlar ve duygusuz, duygusal olmayan ve istismarcı kişilerarası yönelim ile karakterize bir kişilik özelliğidir (Lyons, Centifanti & Foell 2016, s. 1). Psikopati başlangıçta, düşük düzeyde anksiyete, korku ve pişmanlığın eşlik ettiği dürtüsel ve antisosyal eğilimlerin bir karışımı olarak ifade edilmiştir. Psikopati ölçümleri genellikle bu fikirlerden yola çıkılarak oluşturulmuştur ve sonuç biri kişilerarası ve duygusal özellikleri yansıtan, diğeri ise antisosyal yaşam tarzını yansıtan iki faktörle kavramsallaştırılmıştır (McDonald, Donnellan & Navarrete, 2012, s. 602). Psikopat bireyler, sapkın bilişlerle güçlendirilmiş, yıkıcı işlevsiz kişilerarası davranış kalıpları kullanırlar ve kişisel kazanç için cazibe ve manipölatif teknikleri kullanırlar. Diğer karanlık üçlü özelliklerinin aksine ne pahasına olursa olsun, yüksek dürtüsellik ve umursamaz, uygunsuz, ahlaksız ve hatta şiddet içeren davranışa eğilim ile karakterize edilirler (Wai & Tiliopoulos, 2012, s. 795). Cleckley, “The Mask of Sanity” adlı kitabında psikopatinin teşhis edilmesiyle ilgili bazı kriterler belirlemiştir. Bunlar arasında yüzeysel çekicilik, kaygı eksikliği, suçluluk eksikliği, güvenilmezlik, sahtekârlık, benmerkezcilik, kalıcı yakın ilişkiler kurmada başarısızlık, cezadan öğrenememe, duygu yoksulluğu, birinin davranışının diğeri üzerindeki etkisine dair iç görü eksikliği ve ileriye planlayamamadır (Blair, Mitchell & Blair, 2005, s. 7). Makyavelliler ve narsistlerde olduğu gibi, subklinik psikopatinin temel bir özelliği empatik eksikliktir. Empati kuramamaları, pişmanlık, suçluluk ve pişmanlık noksanlığı ile tamamlanmaktadır (Wai & Tiliopoulos, 2012, s. 795).

Psikopati tek bir yapıdan değil, birkaç yapının bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Ancak, psikopatinin faktörlerinin ne olduğuna dair hala tartışmalar sürmektedir. Bulgular, genellikle psikopatiyi değerlendirmek için kullanılan ölçeğe bağlı olarak çalışmadan çalışmaya değiştiğini göstermektedir. Örneğin üçlü modele göre, psikopati cesaret, anlamsızlık ve engellemeden oluşur (Lyons, 2019, s. 12). Bir başka modele göre psikopatinin birincil ve ikincil olarak ikiye ayrıldığı iki faktörlü yapı bulunmaktadır (Hagen, 2020). Bu yapıda birincil psikopatlar 'soğukkanlılıklarını' korurlar ve göreceli olarak ahlaksızlıktan beslenen planlı davranışlarını dikkatlice uygularlar. İkincil psikopati, olumsuz duygulara yanıt olarak başkalarına zarar verebilecek dürtüsel ve duygusal olarak dengesiz bir karaktere yol açan çevresel faktörlere göre, duygusal olarak şartlandırılmış bir adaptasyondur (Wai & Tiliopoulos, 2012, s. 795). Birincil psikopati aynı zamanda başarılı psikopati olarak da adlandırılır, çünkü düşük suçluluk ve empati toplumda güç elde etmek için harika bir araç olabilmektedir. İkincil psikopati ise başarısız psikopati yönüdür ve bir kariyerden çok suça ve hapis cezasına yol açmaktadır (Lyons, 2019, s. 12).

Psikopati karmaşıktır, ancak özünün duygusuzluk olduğu söylenebilir. Psikopatik kişiliğe sahip kişiler semptomlar çok güçlü değilse genellikle hayatlarını sürdürebilir ve çalışabilir, çünkü bu akıl hastalığı ile ilgili değildir (Mihevc, Gregoric & Klopota, 2020, s. 225). Psikopatikler mükemmel iletişimci ve insan manipölasyonunun ustalarıdır. Psikopatlar, Makyavelliler ve narsistlerden daha riskli davranışlara eğilimlidirler, tehlikelere ve krizlere tahammül ederler. Bir şeyler ters giderse kendileri için olumsuz sonuçları düşünmezler ve bunlarla uğraşmazlar; bunun yerine, her şeyden önce önemli olan ulaşmak istedikleri hedeftir (Mihevc, Gregoric & Klopota, 2020, s. 225).

Psikopat profilinde, pişmanlık duymama ve anti-sosyal davranış eğiliminin olmaması önemli semptomlardır. Bu kişiler dürtüsel davranabilir ve zayıf davranış kontrolü sergileyebilirler, ayrıca heyecan arayışında olabilirler. Futbol maçlarında taraftar şiddetiyle ilgili olarak, bu faktörün önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir (Russel & Goldstein, 1995). Araştırmalar, psikopatların tehlikeli uyarıcılara daha hızlı bir şekilde tepki verdiğini ve dış çevreden gelen girdileri daha hızlı işlediklerini göstermiştir (Russel & Goldstein, 1995). Bu görüşü destekleyen bir başka çalışmada, psikopatinin dürtüsellik ve heyecan arama davranışıyla karakterize edildiği ve yüksek dürtüsellik seviyelerinin aceleci davranışları teşvik edebileceği belirtilmektedir. Örneğin, Kış Olimpiyat Oyunları sırasında Polonya sporcularının performansları

nedeniyle çevrimiçi saldırılara maruz kalmıştır ve bu da olumsuz tepkilere yol açmıştır. Bu durum, sporcuların zihinsel refahı ve performansı üzerindeki etkisiyle ilgili tartışmalara neden olmuştur. Bir sporcu, kışkırtıcı bir gönderi paylaşarak bu saldırganlığa yanıt vermiştir. Özetle, psikopati ve yüksek dürtüsellik seviyelerinin değerlendirici, aşağılayıcı ve yapıcı eleştiri içermeyen bir hızlı tepkileri teşvik edebileceği belirtilmiştir (Sorokowski vd., 2020). Beyin morfolojisi ile psikopatik özellikler arasındaki ilişkiyi araştırmak için sosyal olarak uyumlu elit kadın Judo sporculardan ve sporcu olmayan sağlıklı bireylerden oluşan (kontrol grubu) iki grup üzerinde yapılan çalışmada, sporcu grubu, kontrol grubuna göre empatik ilgi ve perspektif alma konusunda düşük puanlar alırken, daha yüksek öfke ve psikopati düzeyleri sergilemiştir (González-Alemañy vd., 2023).

Psikopati taraftar saldırganlığı bakımından ele alındığında, araçsal saldırganlıkla ilişkilendirilmiştir. Taraftar saldırganlığı, taraftarlar arasında, rakip takımlara, antrenörlere, oyunculara ve hatta hakem ekibine yönelik saldırgan davranışları içerir. Araçsal saldırganlık, psikopati teşhisi konmuş kişiler tarafından sergilenen saldırgan davranışların incelenmesine dayanır. Araçsal saldırganlık, önceden planlanmış ve birini soyarak para elde etmek gibi hedeflere ulaşmayı ve harici hedeflere ulaşmayı amaçlar (örneğin takımın kazanmasına yardımcı olmak) (Pradhan vd., 2021).

2.2. Aydınlik Üçlü

Karanlık kişilikleri, kalıpları, düşünceleri ve duyguları araştırmak insan doğasının karanlık tarafı hakkındaki anlayışı derinleştirebilse de araştırmacılar insan doğasının daha aydınlık tarafında da araştırma yapılması gerektiğini düşünmüşlerdir. Scott Barry Kaufman, psikoloji ve insan deneyimi üzerine daha iyimser bir bakış açısına sahip ve karanlık üçlünün zıttı olarak insanların olumlu özelliklerini vurgulamıştır (Kaufman vd., 2019). Daha öncesinde bahsedildiği gibi karanlık üçlü (Furnham, Richards & Paulhus, 2013), insanların kötü niyetli karakterinin üç karanlık özellik olan Makyavelcilik, narsisizm ve psikopati (Paulhus & Williams, 2002) ile temsil edilmektedir. Light triad, olarak ifade edilen aydınlık üçlü kavramı, karanlık üçlünün ters puanlı bir sürümü olmadığı ve amacın, olumlu kişilik özelliklerinin bir modelini ve ölçme aracının oluşturulması olarak değerlendirilmiştir (Kaufman vd., 2019; Campbell & Crist, 2020). Bir çalışma sonucunda Kaufman vd. (2019, s. 7) aydınlık üçlüyü; Kantçılık, hümanizm ve insanlığa inanç olarak sınıflamışlardır. Bu sınıflamaya göre; Kantçılık, başkalarına

piyon olarak davranılmaması gerektiği inancını, hümanizm, insanlığın tüm benliğiyle saygıya layık olduğu inancını, insanlığa olan inanç ise genel olarak insanların iyi olduğu düşüncesini ifade etmektedir (Kaufman vd., 2019, s. 7; Cooke, 2020, s. 10). İnsanlığa olan inanç, hümanizm ve Kantçılık, insanın potansiyel gücünü temsil eden ve insanlarda olumsuzdan olumluya kayma eğiliminin altını çizen pozitif odaklı faktörler olarak düşünülebilir. Aynı zamanda insanların büyük ölçüde, sakıncalı ve egoist düşüncelere ve insanları bencil, değişken ve kötü niyetli yollarla meşgul olmaya yönelten karşı koyma yeteneğini yansıtır (Gerymski & Krok 2019, s. 342).

Gerymski & Krok'e (2019, s. 342) göre tüm boyutlarıyla birlikte ele alındığında, aydınlık üçlü, günlük davranışlarda gösterilen, diğer insanlara karşı şefkatli ve yararlı bir yönelimi yansıtır. Üç faktörün kavramsal anlamları incelendiğinde, bu üçlünün genel olarak iyimser bir insana bakışını yansıtan pozitif psikoloji alanına kök salmış olduğu oldukça dikkat çekici olduğunu belirtmişlerdir.

Yapılan kısıtlı araştırmalar gösteriyor ki, aydınlık üçlü özelliği yüksek katılımcıların daha yaşlı, çoğunlukla kadın ve çocuklulardan daha az öngörülemezlik yaşadıkları sonucuna varmıştır. Katılımcılar ayrıca daha yüksek düzeyde dindarlık, maneviyat, yaşam doyumu, başkalarını kabul etme, kendilerinin ve diğerlerinin iyi olduğuna dair inanç, şefkat, empati, deneyime açıklık ve vicdanlılık özellikleri gösterdikleri belirtilmiştir (Cooke, 2022, s. 8).

Aydınlık üçlü, pozitif psikolojiyi ele alarak ortaya çıkmış bir benzersiz bir yapıdır (Kaufman vd., 2019; Campbell & Crist, 2020; Stavrakı vd., 2023). Pozitif psikoloji, insanların hayatlarını değerli hissetmelerini sağlayan faktörlerin bilimsel olarak incelenmesi ve uygulanmasıdır (Vallerand & Verner-Filion, 2013). Spor taraftarlarının, taraftar topluluklarına üyelikten olumlu psikolojik faydalar elde etmesinden (Yoshida vd., 2013) hareketle, spor taraftarlığı ile pozitif psikoloji arasında ilişki bulunduğu, olumlu özelliklerin aynı zamanda refah ve huzur için de önemli olmasından dolayı psikolojinin geniş alanına girdiğinden söz etmek mümkün olabilmektedir (Laborde, vd., 2017). Ayrıca, sporseverlerin spor etkinliklerini izlediklerinde heyecanlanma ve uyarılma yaşamaktadırlar. Ancak, insanların duygusal sonuçları tahmin etme konusunda zayıf oldukları bilindiğinden, sporseverlerin maçları izlerken şaşırtıcı tepkiler verdiği ve korku filmleri izlerken verilen tepkilere benzediği vurgulanmaktadır. Örneğin; bir galibiyetin ardından sporseverlerin yaşadığı rahatlama ve coşkunun, strese değer bir sonuç olduğu

ifade edilmektedir (Hirt & Clarkson, 2011). Aşağıda aydınlık üçlüyü oluşturan Kantçılık, hümanizm ve insanlığa inanç boyutlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

2.2.1. Kantçılık

Kantçılık, doğruluk ve manipülatif olmama ile ilişkilidir. Dolayısıyla, bu özelliğe sahip kişiler, hile ve aldatmacaları inançlarına aykırı bir şey olarak görebilirler. Kantçılık özellikleri yüksek kişilerin, kişilerarası ilişkilerinde hileye karşı daha olumsuz tutumlar gösterdiği tespit edilmiştir. (Curtis, 2023, s. 1). Kaufman, vd. (2019) yaptıkları çalışmada yer alan Kantçılık boyutunu Immanuel Kant'ın kategorik buyruğunun ikinci ilkesine dayandırmışlardır. Karanlık üçlü çerçevesinde yer alan Makyavelcilik ile mantıklı, biraz da alaycı karışıklık oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Kant'ın bu ilkesi: “Öyle davran ki ister kendi kişiliğinde ister başkasının kişiliğinde olsun, insanlığı her zaman asla yalnızca bir araç olarak değil aynı zamanda bir amaç olarak kullan” şeklindedir. Kant, “Groundwork II”de insanlığın kendinde bir amaç olduğunu, mutlak değere sahip olduğunu, haysiyetli olduğunu, bedelinin ödenemeyeceğini, asla sadece bir araç olarak kullanılamayacağını ve kategorik buyruğun temeli olarak işlev gördüğünü savunur. Bu argümanların nasıl yorumlanacağı konusunda pek çok tartışma olsa da ve bu çeşitli iddiaların birbiriyle tam olarak nasıl bir ilişki içinde olduğu belirsiz olsa da Kant'ın etik düşüncesinde insanlığın merkezi bir yer işgal ettiği son derece açıktır. Kant'ın insanlığa ilişkin bu tartışması, birçok insanın (hem Kant akademisyenlerinin hem de ahlak felsefecilerinin) insanlığın değerinden bahsetmesine yol açmıştır. Haysiyeti, kategorik buyruğun temeli olarak işlev gören ve insanlığa neden saygı duyulması gerektiğini açıklayan bir değer türü olarak yorumlamalarını sağlamıştır (Bader, 2023, s. 153).

Immanuel Kant, sporu aile, iş, ahlak, hükümet ve bilimin ciddi dünyasından duyusal bir dikkat dağıtma biçimi olarak göürdü. Şüphesiz Kant, atletik faaliyetin, failin kendisini ilahi olarak düzenlenmiş bir doğanın nihai amacı olarak tanımladığı yarı-dinsel bir aydınlanma ile doruğa ulaşabileceği fikrini şaşırtıcı bulurdu, hatta belki de saçma olarak değerlendirirdi. Ancak, sporun rasyonel ve bedenlenmiş kendini ifade etme, iç ve dış doğa ile 'sembolik mücadele', kendini tanıma ve kendini geliştirme için sunduğu anlam yapıları bu sonuca yönelmeye neden olmaktadır. (Schmid, 2013).

Rudd (2017) yapmış olduğu çalışmada spor seyircilerinin saldırgan davranışları ve alaycı yorumlarının ahlaki açıdan ele alınması gerektiğini savunmuştur. Bu argümanı, Immanuel Kant'ın evrensellik ve saygı ilkeleri aracılığıyla desteklemiştir. “Evrensellik

ilkeleri, saldırgan seyircilerin eylemlerinin evrenselleştirilmesi durumunda bu eylemlerin herkes için iyi olup olmayacağını değerlendirmeyi gerektirir. Ayrıca, saldırgan seyircilerin kendi benliklerine ve diğer insanlara yönelik saldırgan eylemleri onaylamaya istekli olup olmadığı da sorgulanmaktadır. Kant'ın saygı kuralı ise, insanların bir araç olarak değil, bir amaç olarak muamele görmesi gerektiğini savunmaktadır. Saldırgan spor seyircilerinin, rakip oyuncularını bir araç olarak kullanarak amaçlarına ulaşmaya çalışırken, sportmenlik ve ahlaki değerlere ters düştükleri belirtilmektedir. Bu nedenle, alaycı yorumlar ve saldırgan davranışlar spor etiği ve sportmenlik ile uyumlu değildir”.

2.2.2. Hümanizm

Hümanizm terimi Latince “humanitas” kelimesinden gelmektedir (Light & Light, 2021, s. 16). İnsanların rasyonel olduklarında, kültürel olarak çeşitlilik gösterdiklerinde ve geçinmek zorunda olduklarında üzerinde birleşecekleri ahlaki kod olarak ele alınmaktadır (Pinker, 2018) ve tarihsel bir perspektiften bakıldığında, birbirinden oldukça farklı iki hareketi ifade etmektedir. Birincisi, on beşinci yüzyılın ortalarından on altıncı yüzyılın sonuna kadar olan dönemdir. Rönesans Hümanizmi olarak adlandırılan bu dönemde, sanatta ve felsefede antik çağın yeniden keşfedildiği ve akademisyenlerin, filozofların ve sanatçıların kendilerini "hümanist" olarak adlandırdıkları dönemdir. Hümanizmin ikinci dönemi aydınlanma döneminde (on sekizinci yüzyılın sonu) gelişmiştir ve Fransız devrimi büyük ölçüde o dönemin hümanist ruhuna dayanan insan özgürlüğü ve demokrasi ilkelerinden ilham almıştır. Bu dönemde hümanizm, insan onuru ve insanlık gibi değerlere odaklanan eğitimsel ve pedagojik ideallerle ilişkilendirilmiştir (Werthner vd., 2022, s. vi). Hümanizm kelimesinin, insanın özerkliğini ve onurunu ve insanlar arasındaki insancıl ilişkilerin değerini vurgulayan bir yaşam tutumunu ifade etmek için kullanılması bu döneme rast gelmektedir (Von Wright, 1977).

Hümanistik psikoloji, 20. yüzyılın ortalarında deterministik teorilere tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşım, klasik psikanaliz ve davranışçılık teorilerinin aksine, bireycilik ve kendini gerçekleştirme kavramlarına dayanan bir ilerici bakış açısını benimser. Hümanistler, insan davranışını bütüncül bir şekilde anlamaya çalışır ve bunun için sadece bilinçdışı veya biyolojik faktörleri izole etme eğiliminde değildir, bireyin tüm yönlerini görmeyi hedefler ve psikologların insanları bir bütün olarak değerlendirmesini teşvik eder. Bu bakış açısı, özgürlük, serbestlik ve bireysel gelişim gibi kavramları destekleyen bir liberal hareket olarak görülebilir. Davranışçılığın indirgemeci

yaklaşımının aksine, hümanistik psikoloji insan davranışını daha kapsamlı bir şekilde incelemeyi amaçlar (Light & Light, 2021, s. 17).

Plummer (2021) hümanizmi, odak merkezi insan ve onun çoklu faaliyetleri olan tutarlı bir felsefe ve idealler bütünü olarak tanımlamıştır. Ayrıca, hümanizm, bireysel farklılıkları ve yetenekleri kabul ederek tüm bireylere odaklanır ve tüm bireylerin örtük bir sosyal sözleşmeyi destekleyerek kendilerinden en iyi şekilde faydalanmak istedikleri temel ve bağlayıcı felsefesine sahiptir, şeklinde özetlemiştir.

Hümanizm, bilimsel ve teknolojik gelişmeleri takdir etmekle beraber, ahlaki değerlere de önem veren bir yaklaşımdır. İnsanların bir araya gelip tartışması, farklılıkların bir arada barışçıl bir şekilde yaşamasına olanak sağlar. Hümanizm, bir etik ilkeler setine hitap eder ve amaçlara ulaşmak için kullanılan yöntemler etik düşüncelerle sınırlanmalıdır. Hümanizm, demokratik devrimlerin başarısına da katkıda bulunmuştur. Temel değeri insan özgürlüğü olan açık toplum fikrini destekler. Hümanizm ve demokrasi birlikte ilerler ve demokratik yaşam şekli, insana sağladığı olumlu faydalarla açıklanır. İnsan uygarlığı, modern teknoloji ve bilgi-medya devrimi ile yeni bir evreye girmiştir. Küresel bir aile haline geldiğimiz bu dönemde, çeşitli kültürlerin ortak bir zemin bulması gerekmektedir. Bu ortak zemin, dünya toplumuna olan sorumluluklarımızı ortaya koyan bir küresel etik ve gelişmekte olan gezegensel bir hümanist medeniyet anlayışını temel almalıdır (Kurtz, 2001).

Olimpizm, hümanizm olarak da adlandırılabilir. Fransız Baron'un Olimpiyat fikri, 20. yüzyıl liberal hümanizminin ruhuyla yeniden canlandırılmıştır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin Olimpik Şartı, Olimpizmin amacının, sporun, barışı seven ve insan onuruna saygı duyan, hiçbir ayırım gözetmeksizin, karşılıklı anlayış, dostluk, dayanışma ve dürüst oyun ruhu içinde insan ve toplumun uyumlu gelişimine hizmet etmesi olduğunu belirtmektedir. Olimpizm ortak, basit ihtiyaçlara ve eşitlik, adalet ve özgürlük gibi temel ahlaki değerlere atıfta bulunur. Coubertin sporun, nefret, aşağılama, sosyal eşitsizlik ve savaşa karşı barış, dostluk, kardeşlik ve rakibe saygı gibi son derece hümanist bir şekilde çatışma çözümünün bir örneği olduğuna inanıyordu. Ulusal farklılıklara saygı ve ortak değerlerin tanınması temelinde uluslararası bir topluluk yaratmanın mümkün olduğunu ve Olimpiyat fikrinin tüm modern dünyanın malı olarak kabul edilmesi gerektiğini savunmuştur (Foszczyńska, 2020).

2.2.3. İnsanlığa inanç

İnsanlığa inanç, bireylerin, insanların çoğunluğunun başkalarının iyiliğini önemseydiğine, bu nedenle genellikle dürüstlük ve toplumun yararına hareket ettiğine inanma eğiliminin altında yatan aydınlık bir kişilik özelliğidir (McKnight & Chervany, 2000; McKnight & Chervany, 2001; Preston-Roedder, 2013).

İnsanlığa inanç, kişi ile toplumun diğer üyeleri arasında uyum ve dayanışma doğurduğu, bu nedenle, bireylerin başkalarına ve onların eylemlerine güvenme eğiliminde olduğunu, bu tür eylemlerin başkalarına (veya çevreye) fayda sağladığına dair kanıt olmasa bile, toplumsal refahı artırmaya yönelik karşılıklı davranışları teşvik ettiğini ifade eder (Bowen, Musarra & Qu, 2022). Preston-Roedder (2013) insanlığa olan inancın prososyal davranışsal bir yansıması, insanların genel olarak iyi ve geleceğin zorluklarına karşı duyarlı olduğu inancıyla ortaya çıktığını vurgulamıştır.

En ikna edici biçimiyle insanlığa inanç; şiddet, bağnazlık, kurumsal uzlaşmazlık ve hatta suikast tehdidi karşısında bile, kendisine zulmedenlerin ve muhaliflerinin çoğunun hatalarını anlayıp adalet davasında müttefik olma konusunda olumlu bir potansiyele sahip olduklarına dair sarsılmaz inancından sapmayı reddeden Gandhi gibi bireylerde kendini gösterir. Benzer şekilde, öldürücü kilise bombalamalarına, şiddet yanlısı ayrımcıların bile içlerinde tüm insanların değerini anlama potansiyeline sahip oldukları iddiasıyla karşılık veren Martin Luther King, Jr. düşünülebilir (Tweed, Mah & Conway, 2021, s. 299).

İnsanlığa olan inanç, insanları doğru davranmaya teşvik eder ve diğer insanlar hakkındaki inançları, onları bu beklentileri doğrulayacak şekilde hareket etmeye sevk edebilir. Bu durum, insanların beklentilerine uydukları durumlarda açıkça görülebilir. Örneğin, zorlu bir derste başarılı olabileceğine inanan bir öğrenci, öğretmenini memnun etmek veya hayal kırıklığına uğratmaktan kaçınmak için özellikle çalışacak ve iyi bir performans sergileyecektir. İnsanların insanlığa olan inancı, onların diğer insanlara karşı olumlu davranışlar sergilemesine yol açar. Bu insanlar, insanların doğru davranacağına inanma eğilimindedir ve insanların doğru davranması da insanları iyi davranmaya teşvik eder. Bu kavram sosyal psikologlar tarafından yaygın olarak tartışılan bir konudur ve insanların inançlarının, insanların davranışlarını etkileyebileceğini gösterir (Preston-Roedder, 2013). İnsanlığa inanç, bir bireyin insan doğası hakkındaki inancını ifade eder. Güvene dayalı inançlara benzer şekilde güvenilirlik, yetkinlik ve dürüstlükten oluşur. İnsanlığa inancı güçlü olan bir kişi genellikle başkalarına güvenmeye yatkındır (Lokshina, Knieszova & Lanting, 2022, s. 9).

Yukarıda karanlık üçlü ve aydınlık üçlü ve bunları oluşturan boyutlara ilişkin bilgiler verildikten sonra, önerilen iki modeldeki (Model 1 ve Model 2) diğer değişkenlere aşağıda yer verilmiştir.

2.3. Schadenfreude

Günümüzde schadenfreude, alan yazında güçlü bir duygu olarak görülmektedir. Etkileri ve öngörücü rolü, politik psikoloji, yönetim ve örgütsel davranış, medya çalışmaları ve spor psikolojisi dahil olmak üzere çeşitli uygulamalı disiplinler tarafından araştırılmaktadır (Okan, Altınığne & Işıksal, 2023).

Schadenfreude, bir başkasının başarısızlığına verilen bir tepkidir ve kişilerarası sık etkileşim ve modern teknoloji tarafından kolaylaştırılan, yaygın olarak deneyimlenen bir duygudur (Moisieiev, Dimitriu & Jain, 2020, s. 1525). Almanca Schaden (zarar) ve Freude (neşe) kelimelerinin birleşimi olan schadenfreude başkalarının talihsizliklerinden duyulan haz anlamına gelir (Van Dijk, Ouwerkerk, Smith & Cikara 2015, s. 248) ve taraflar arasında mevcut bir uzlaşmaz ilişki olduğunda sergilenmesi daha olası olmaktadır (Phillips Melancon & Dalakas 2014, s. 176). Başkalarının talihsizliğinden zevk almaya atıfta bulunan, psikolojik bir süreç olan schadenfreude (Smith ve ark. 1996) çok spesifik bir sevinç türü olarak nitelendirilebilir (Van Dijk, vd., 2015, s. 249). Ancak, sevinç daha çok arzu edilen bir olaydan memnun olmakla ilgiliyken, schadenfreude başka biri için istenmeyen olduğu varsayılan bir olaydan memnun olmakla ilgilidir (van Dijk & Ouwerkerk, 2014, s. 7). Başarıdan duyulan gururdan, zevkli uyaranların tetiklediği neşeden ve bir tehdidin ortadan kalkması sonucu oluşan rahatlama farklıdır (Cecconi, Poggi & D'Errico, 2020, s. 2; Liv d., 2019, s. 361).

Başkalarının başarısızlığına tepki olarak sosyal karşılaştırma yoluyla ortaya çıkan ve sosyal olarak kınanabilir bir duygu olarak anılan schadenfreude kesinlikle yeni bir fenomen değildir. Sokrates, 2500 yılı aşkın bir süre önce kötü niyetli bir zevk için bir tetikleyici üzerine düşünerek: "Arkadaşların talihsizliklerinden duyulan zevkin kıskançlıktan kaynaklandığını söylemedik mi?" (Kramer, Yucel-Aybat & Lau-Gesk 2011, s. 141) diyerek, kıskançlık ve schadenfreude arasındaki ilişkiyi vurgulamıştır. Smith vd. (1996) ise schadenfreude'yi, insanların başka bir kişinin sahip olduğu bir şeyi istediğinde ortaya çıkan kıskançlık duygusundan farklı olarak; kıskançlık olumsuz bir duygusal durumdur, ancak schadenfreude hedonik zevk içeren olumlu bir duygudur şeklinde belirtmişlerdir.

Şimdiye kadar schadenfreude'nin ifadelerindeki net farklılıkları bulmak için hiçbir girişimde bulunulmamışken, duygu tarafında schadenfreude'nin farklı kategorileri olduğu ileri sürülmüştür. Bunlardan biri, Christian Cecconi'nin tipolojisidir. Bu tipolojiye göre schadenfreude'nin kaçınma, adaletsizlik, özdeşim kurma ve bedel olarak ifade edilen dört türü bulunmaktadır (Cecconi, Poggi & D'Errico, 2020, s. 2). Bir başka tipolojiye göre schadenfreude'nin saldırganlık, rekabet ve adalet şeklinde ifade edilen ayrılabilir fakat birbiriyle ilişkili üç türü olduğu ifade edilmektedir (Wang, Lilienfeld & Rochat, 2019, s. 1). Cikara & Fiske (2012) bu yolları: gözlemciler talihsizlikten kazanç sağladığında, gözlemciler bir başkasının talihsizliği hak ettiğini düşündüklerinde ve kıskanılan kişilik talihsizlik yaşadığında (s. 63), olarak belirtmişlerdir.

Yaklaşık otuz yıl önce Feather, schadenfreude üzerine ilk laboratuvar çalışmasını gerçekleştirmiş ve yüksek statülü bireylerin gözden düştüğünde insanların nasıl duygusal tepkiler verdiğini incelemiştir. Toplumsal olarak başarılı bireyler gözden düştüğünde insanların bazen zevk alabileceklerine dair yaygın inancı doğrulayan bu çalışmada, katılımcıların, başarılı bir kişinin talihsizliğinden daha büyük bir zevk alma eğiliminde olduklarını ve talihsizliği ortalama başarılı olan birinden daha fazla hak ettiğini düşünme eğiliminde oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Wang, Lilienfeld & Rochat 2019, s. 1). Bir başka çalışmada, schadenfreude duygusunun ahlaki bencilliği artırabileceği ve grup düzeyinde rekabet gücünü etkileyebileceği belirtilmektedir. Schadenfreude, başkalarının başarısızlıkları ve acı çekmeleri karşısında duyulan sevinç anlamına gelir ve insanların ahlaki meseleleri çarpıtmalarına neden olabilir. Bu duygu, gruplar arasında rekabeti artırabilir ve bireyler arasında ahlaki bencilliği teşvik edebilir. Kıskançlık, hoşlanmama, hak edilmemişlik, düşmanlık ve aşağılık duyguları, schadenfreude'yi tetikleyen ana nedenler arasında yer alır (Raut vd, 2023, s. 5).

Taraftarların duygularının sadece destekledikleri takım tarafından değil aynı zamanda rakibin sonuçlarından da güçlü bir şekilde etkilenmektedir (Demir & Rigoni, 2014, s. 2). Sporun rekabetçi doğası ve takımlar arasındaki büyük rekabet, diğer takımlara karşı düşmanlığı beslemek için taraftar kimliğine çok elverişli bir bağlam oluşturur. Spor endüstrisinde Schadenfreude, rakip bir takımın başarısız olması veya kaybetmesi gibi küçük eğilimlerden, sevilmeyen oyuncuların ağır veya ciddi sakatlıklarını kutlama gibi daha sert tepkilere doğru genişleyen davranışları barındırır (Dalakas & Phillips Melancon, 2012, s. 53). Ortaya çıkan bu davranışlar rakiplerle, spor taraftarları arasındaki davranışlara benzer şekilde düşmanca bir ilişki yaratır (Harker & Jensen, 2020, s. 636).

Araştırmacılar, schadenfreude'nin ahlaki değerlendirmesi ve hangi duygusal deneyimlerin gerçek schadenfreude olarak görülmesi gerektiğini veya hangilerinin görülmemesi gerektiği konusunda halen fikir ayrılığına düşmektedirler. Bu tartışma muhtemelen önümüzdeki zamanlarda da devam edecektir (van Dijk & Ouwerkerk, 2014, s. 6). İnsanların schadenfreude deneyimlemesi için, herhangi bir maddi anlamda fayda sağlamasalar bile başkalarının talihsizliğinden psikolojik olarak kazanç sağlaması gerekir (Van Dijk, vd., 2015, s. 250). Schadenfreude, ahlaki bencilliğin bir yönü ve duygusal altyapısının bir parçası olarak tanımlanabilir. Bu, ahlaki meseleler ve durumlarla ilgili değerlendirmelerimizi, kendimizi iyi ve haklı göstermek için çarpıtma eğilimimizle ilgilidir. Olayın nesnel gerçekliğinde bağımsız olarak kendimizi veya grubumuzu doğru, rakip kişi veya grubu yanlış olarak görmeye eğilimliyiz. Halihazırda sevmediğimiz birinin başına kötü bir şey geldiğinde ve kendimizi çatışma içinde veya rekabet halinde hissettiğimizde, bu bizim dünyayla doğru bir ilişki içinde olduğumuz ve düşmanımızın yanlış içinde olduğu hissini derinleştirir (Arnett, 2022, s. 8).

Taraftarların beyzbol takımlarının müsabakalarını izlerken ve müsabaka sonuçlarını değerlendirirken MRI beyin taramaları ile beyzbol taraftarlarının incelendiği çalışma sonucuna göre; taraftarların, destekledikleri takımlar iyi oynadığında veya müsabakayı kazandığında beynin mutluluk bölgesinin harekete geçtiğini göstermiştir. Daha da ilginç, rakip takım kaybettiğinde veya kötü oynadığında taraftarların daha da yüksek düzeyde mutluluk gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer sonuç ise, taraftarı olduğu takım müsabakayı kaybettiğinde beynin öfke ve acı alanlarının harekete geçtiği yönünde olmuştur (Cikara, Botvinick & Fiske, 2011),

Sporun birçok zevki ve aynı şekilde üzüntüsü kendine özgüdür ancak sporda bulunan hiçbir duygu schadenfreude kadar yaygın görülmemektedir (Schurtz vd., 2014, s. 174). Özellikle kendilerini belirli bir sosyal gruba yüksek oranda özdeşleştiren bireyler, sosyal toplulukların üyesi olmayanlara göre daha büyük bir schadenfreude hissetme ve davranışı gösterme olasılığına sahiptir (Amani, 2019, s. 30).

Hoogland vd., (2015) schadenfreude'nin, sosyal ilişkilerde yararlı bir işlev gördüğünü öne sürmüşlerdir ve grup bireyleri arasında rekabetçi motivasyonu ve gruplar arasında grup içi uyumu artırdığını ifade etmişlerdir. Dış grupların başına talihsizlikler geldiğinde schadenfreude ne kadar güçlü olarak ortaya çıkıyorsa, grup içi kimliği de o kadar güçlü olarak destekleyeceği görüşünü savunmuşlardır.

Schadenfreude'un, rakip takımla ilişkili hedeflere yönelik tepkilerin ortaya çıkmasına neden olmakta ve bu durum özellikle takım sponsorları için oldukça önemlidir. Şirketler marka imajlarını oluşturmak ve marka sadakatini artırmak için sponsorluklara başvurmaktadır. Ancak, takım kimliği yüksek taraftarların sevmedikleri, takımlarına sponsor olan firmalara karşı olumsuz tutumlar geliştirebileceği, bu durumun da şirketlerin sponsor olacakları takımları seçerken dikkatli olmaları gerektiği anlamına gelmektedir. Sponsorların bu şekilde, rakip takımların taraftarlarını yabancılaştırmayacak veya misilleme davranışlarını teşvik etmeyecek şekilde davranmalarını gerektirmektedir (Dalakas & Phillips Melancon, 2012).

İlia vd. (2022), schadenfreude duygusunun üç temel motivasyona dayandığını belirtmiştir: saldırganlık, rekabet ve adalet. Saldırganlık temelli schadenfreude, grup kimliğiyle bağlantılıdır, çünkü kendi grubunun başarısı için diğer grupları yenme gerekliliği doğurabilir. Rekabet temelli schadenfreude ise bireysel başarı ve kıskançlıkla ilişkilidir; kendi çıkarınızı gözetmek adına başkalarını aşmakla ilgilidir. Adalet temelli schadenfreude ise, etik dışı davranışlar sergileyen kişilerin cezalandırılmasından kaynaklanan memnuniyetle ilgilidir. Örneğin, ihanet veya hırsızlık gibi davranışlarda bulunan bir kişinin cezalandırılmasından duyulan bu memnuniyet, adalet hissiyle bağlantılıdır. Schadenfreude duygusunun nedeninin önemi büyüktür ve genellikle diğerlerini insanlık dışı olarak görmeyi içerir (s. 79).

2.4. Takım Kimliği

Spor taraftarlığı ile spor izleyiciliği arasında önemli bir ayrım olduğunu ifade edilmektedir. Spor taraftarları, bir takıma veya sporcuya ilgi duyan ve onları takip eden bireylerdir. Spor izleyicileri ise spora katılarak veya medya aracılığıyla spor etkinliklerine tanıklık eden kişilerdir. Ancak, bu terimler genellikle birbirinin yerine kullanılmaktadır ve bu da kafa karışıklığına yol açabilmektedir. Taraftarlar ve seyirciler arasındaki ayrım önemlidir çünkü bazıları spor etkinliklerine nadiren katılırken, bazıları da tuttukları takımla hiç ilgilenmezler. Örneğin, bedava bilet alan biri, sadece arkadaşlarıyla zaman geçirmek için bir maça gidebilir, ancak bu kişi bir spor izleyicisi olarak sınıflandırılabilir, ancak bir spor taraftarı olarak kabul edilemez. Sonuç olarak, bu ayrımın dikkate alınması, araştırmacılar ve uygulayıcılar için önemlidir (Wann & James, 2019).

Takım kimliği, spor tüketimiyle ilişkili bir fenomen olarak kabul edilmektedir (Gau, James & Kim, 2009, s. 76) ve spor, yüksek düzeyde duygusal bağlılık ve kimlik

yaratması nedeniyle diğer eğlence kaynaklarından ayrılmaktadır (Sutton vd., 1997, s. 15). Bağlılık, bir nesneye yönelik tutumun psikolojik önemini ve değerini temsil etmektedir. Taraftarlar takımlarıyla kişisel ve sosyal kimliklerini özdeşleştirerek bağlılık geliştirebilirler. Bu süreç, taraftarların takımlarına olan ilgilerini artırabileceği gibi, nefret gibi olumsuz duyguları da beraberinde getirebilir. Taraftarların tuttıkları takımlara duydukları duygusal ilişkiler, rakip takımlara karşı da benzer şekilde olumsuz duygulara yol açabilir. Özet olarak, taraftarlığın ve bu bağlılıkla ilişkili yapıların anlaşılması, futbol kulüplerinin sürdürülebilirliği için önemlidir (Deveci-Şirin & Şirin, 2023).

Sosyal kimlik teorisine göre, bir grupta özdeşleşme, belirli bir gruba ait olmaktan veya onunla ilişki kurmaktan gelen kişisel anlam ve değer nedeniyle kişinin özsaygısını artırmaktadır. Takım kimliği yoluyla bir birey, bir takımla psikolojik bir bağlantı kurar, kendisini o takımın parçası olarak düşünür ve takımı iyi performans gösterdiğinde dolaylı başarı yaşar (Gau, James & Kim, 2009, s. 77). Sosyal kimlik teorisi, bireylerin benlik algılarına olumlu yansıyan sosyal kategorilere katılmaya çalıştıkları fikri üzerine kurulmuştur. Bu temelden hareketle sosyal kimlik teorisinin üç temel ilkesi tanımlanmıştır. Birincisi, pozitif bir sosyal kimliği sürdürmek için bireyler kendi benlik algılarına eşit veya biraz daha iyi olarak görülen gruplara katılmaya çalışacaklardır. İkinci olarak, pozitif sosyal kimlik, bir grup içi ve ilgili bir dış grup arasındaki olumlu karşılaştırmalara dayanır. Bu nedenle bireyler, grubun rakiplerinden olumlu bir şekilde farklı olduğunu ve akranlarına kıyasla grubun değerli bir üyesi olduklarını değerlendirirlerse olumlu bir sosyal kimlik sürdüreceklerdir. Üçüncüsü, bireylerin sosyal kimliklerini benlik algılarında olumsuz olarak değerlendirdikleri durumlarda; grubu terk etmeye veya olumlu bir şekilde değiştirmeye çalışacaklardır (Lock vd., 2021, s. 283).

Bir spor takımının pazarlama ve iletişim işlevleri sahadaki başarıyı doğrudan etkileyemez. Bu nedenle takım kimliği takım performansının uzun vadeli mali başarısı ve topluluğun spor eğlence hiyerarşisindeki konumu üzerindeki etkilerini en aza indirebilmesi açısından önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Sutton vd., 1997, s. 15). Spor takımı kimliği, “bireylerin kendilerini takımın taraftarı olarak algıladıkları, takıma dahil oldukları, takımın performansı ile ilgilendikleri ve takımı kendilerinin bir temsili olarak görme dereceleri” olarak tanımlanmıştır (Branscombe & Wann, 1992, s. 1015; Wann vd., 2016, s. 72). Sutton vd. (1997, s. 16-17) takım kimliğini üç farklı düzeyde değerlendirilebileceğini ifade etmişlerdir. Bunlar; (a) düşük düzey kimlik {sosyal taraftarlar}, (b) orta düzey kimlik (odaklı hayranlar) ve (c) yüksek düzey

kimlik (kazanılmış hayranlar). Ayrıca, taraftar kimlik düzeylerinin belirlenmesinin, iki önemli yönetsel fayda sağladığını da ifade etmiştir. Bunlar; (a) fiyat duyarlılığının azalması ve (b) performans-sonuç duyarlılığının azalmasıdır. Düşük düzeyde kimliğine sahip taraftarlar, takımlarını benliklerinin küçük bir parçası olarak görürler ve bu nedenle takım performanslarına hafif düzeyde tepkiler gösterirler. Ancak yüksek düzeyde özdeşleşen taraftarlar için, takım takipçisi rolü kimliklerinin merkezi bir bileşenidir ve kendilerini isteyerek takımlarının bir neferi olarak tanımlarlar. Bu kişiler, takımla olan yakın ilişkileri nedeniyle takımı kendilerinin bir uzantısı olarak görürler. Bu sebeple, takımın başarıları onların başarıları, takımın başarısızlığı da onların başarısızlıkları olarak algılanır. Yüksek düzeyde özdeşleşen taraftarların tepkileri duygusal, bilişsel ve davranışsal olarak oldukça aşırı olabilmektedir (Wann & James, 2019).

Taraftar kimliği ve takımla özdeşleme kavramları alan yazında birbirinin yerine kullanıldığı görülmektedir, çünkü her iki kavram da bir dayanışma duygusuna, bir grupta özdeşleşmeye ve "onlara karşı biz" zihniyetine odaklanmaktadır (Watkins, 2018, s. 10). Bir taraftar, spor takımı kimliği duygusu geliştirdiğinde, takım kimliğinin sosyal psikolojik sağlık üzerinde olumlu bir etkisi olduğuna inanılır. Ancak, bunun nedeni takım kimliğinin kendisi değil, daha çok takım kimliğinin başkalarıyla önemli bağlantılara yol açabilmesidir (Wann, 2006, s. 275).

Sporda takım kimliği ve sporun tüketimi arasındaki ilişkiye dair günümüz anlayışı büyük ölçüde spor pazarlaması ve spor yönetimi alanlarındaki araştırmalar sonucu oluşmuştur (Wann, 2009, s. 365). Özellikle, 1990'lardan bu yana, spor pazarlaması araştırmacıları takım kimliğinin nedenlerine ve sonuçlarına odaklanmıştır, takım kimliğinin çeşitli spor pazarlaması değişkenlerini etkilediğini göstermiştir (Mahmoudian, 2023). Bu araştırmalara göre spor tüketimi üç genel kategoriye ayrılabilir. Bunlar oyun tüketimi, takımla ilgili tüketim ve sponsorluk tüketimidir. Oyun tüketimi, spor etkinliklerine katılım şeklinde doğrudan tüketimi ve medya kanalları (radyo, televizyon ve İnternet) aracılığıyla sporu takip ederek dolaylı tüketimi içerir. Takımla ilgili tüketim, taraftarların takımla ilgili ürünleri ne ölçüde satın aldıkları ve ilgi gösterdikleri (takım formaları, posterleri ve şapkaları vb.) ile ilgilidir. Son olarak, sponsorluk tüketimi, taraftarların sponsorların ürünlerine yönelik algıları ve sponsorların müşterisi olmalarıyla ilgilidir (Wann, 2009, s. 365). Zheng & Tan (2022) uygulamada taraftar kimliği kriterlerinin bir bağlamdan diğerine büyük farklılıklar gösterebileceğini, çünkü taraftar olarak kendini tanımlama kriterlerinin genellikle tüm taraftar topluluğunda farklı

olduğunu belirtmiştir. Örneğin, birçok spor taraftarı kimliğini aile terbiyesi yoluyla edinir ve özellikle geleneksel bölgesel takımların (örneğin, çeşitli şehir tabanlı futbol takımları) olduğu senaryolarda babadan çocuğa aktarılır.

Spor taraftarları spor markalarına önemli miktarda finansal ve duygusal destek sağlar, bu nedenle sürekli bağlı ve mutlu bir taraftar kitlesi takımın yararına olmaktadır (Watkins, 2018, s. 17). Benzer şekilde Brown-Devlin & Devlin (2020, s. 365) ve Yuan & Gao (2022) yüksek takım kimliği derecesine sahip spor taraftarlarının, etkinliklere katılma, daha fazla miktarda spor medyası tüketme ve takımın sponsorlarını destekleme olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir (s. 365). Wakefield (2007, s.32) taraftarlar çoğunlukla kimliklerini güçlendirmek ve kendilerinin taraftarı olduğu takımı başkalarına göstermek için takımlarıyla ilgili ürünler satın aldıklarını, bu durumun da lisanslı ürün satışlarında önemli etkileri bulunduğunu belirtmiştir. Özellikle takım kimliği yüksek taraftarların takımın diğer taraftarlarına sergiledikleri/gösterdikleri takım formaları, takım tişörtleri, logolu aksesuarlar ve diğer öğeler, başka taraftarların da bu ürünleri satın almasında tetikleyici olabileceğini ifade etmiştir.

2.5. Empati

Empati, "bir başkasının algılanan refahı ile uyumlu başkasına yönelik duygusal bir tepki" olarak tanımlanmaktadır (Batson vd., 1997, s. 1059). Bir başka tanımda, kendini bir başka kişinin yerine koyma ve olaylara onun açısından bakma, o kişinin duygu ve düşüncelerini doğru anlayıp hissetme ve bu durumu onlara aktarma, karşıdaki kişiye kendisini doğru anladığını ifade edebilmesi olarak tanımlanan empati (Kalkan, 2022, s. 336), son yirmi yılda hem akademik alanda hem de kamusal söylemde oldukça belirgin bir yer edinmiştir. Ayna nöronlarda başlatılan veya en azından tetiklenen empati, özellikle psikoloji, psikanaliz, evrimsel antropoloji ve biyolojinin yanı sıra farklı sosyal ve kültürel araştırma alanlarında merkezi bir rol oynamaya başlamıştır (Weigel, 2017, s 1), [Ayna nöronlar hem belirli eylemlerin yürütülmesi hem de bu eylemlerin gözlemlenmesi sırasında aktive olan tek hücreli nöronlardır (Debes, 2017, s. 54)]. Empati kavramının, birçok araştırmacının insancıl sosyal duyguların, tutumların ve davranışların kökenlerini, süreçlerini ve sonuçlarını takip edebileceği geniş bir çatı sağladığına şüphe yoktur. Geniş bir terim olan empati, kuşkusuz üretken ve birleştiricidir ancak, empati alanı genişledikçe, kavramsal tutarlılığı ve netliğinin azalması gelişmesini zorlaştırmaktadır (Hall & Schwartz, 2019, s. 225). En basit şekilde empati; başka bir kişinin benzersiz duygusal

deneyimlerini anlama ve bunlara yanıt verme kapasitesini ifade etmektedir (Decety & Jackson, 2006, s. 54). Bir başka tanımda empati anlama veya kavramadan kaynaklanan duygusal bir tepki olarak belirtilmiştir (Lee, Kim & Liew, 2020, s. 1790). Smith (2008, s. 239) empatiyi hizmet alanında, müşterileri ve ihtiyaçlarını tanıma ve kişiselleştirilmiş bir hizmet sunma yeteneği olarak tanımlarken, Cant & Wiid (2012; s. 1312) yine hizmet alanında empatiyi, çalışanların müşterilere bireysel ilgi gösterme istekliliğini ve yanıt verme, çalışanların müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet sunma istekliliği olarak tanımlamışlardır. Empati, sempati ile karıştırılmamalıdır. Sempati, başka bir kişiye acıma veya başkasına duyulan üzüntüyü içerirken empati, hissetme ve anlama süreci olarak değerlendirilmektedir (Groover, 2005, s. 179).

Yapısı kapsamlı şekilde araştırılan empatinin, birçok araştırmacı tarafından; bir başkasının duygusal durumunun, koşulunun anlaşılmasından veya algılanmasından kaynaklanan ve diğer kişinin hissettiği ya da hissetmesi beklenen şeyle aynı veya çok benzer olan duygusal yanıt olarak tanımlanabileceği konusunda hemfikirdir (Eisenberg & Strayer, 1987, s. 5; Lee, Kim & Liew, 2020, s. 1790). Modern bağlamda empatiyi değerlendirdiğimizde ise; bilişsel, duygusal ve çok boyutlu yaklaşım olarak üç ana bakış açısıyla ele alınmaktadır (Park, Turner & Pastore, 2016, s. 281 – 282) ve hem bir kişilik özelliği hem de duruma özgü bir deneyim tarafından tetiklenen bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Westberg, vd., 2020, s. 720).

Başkalarının duygularına karşı duyarlı olma ve anlayış gösterme yeteneği olarak kısaca özetlenebilecek empati (Arnold & Boggs, 2020, s. 205), hizmet alanında Parasuraman vd. (1991) tarafından, müşteriyle ilişki kurma ve isteklerini yerine getirmek için her birine özel ilgi gösterme yeteneğini ifade ederken, insanların ruhuna göre her müşteriye özel bir şekilde davranılması anlamına geldiği, Redmond (1985) tarafından iletişimin bir boyutu ve güçlü bir iletişim becerisi olmanın da ötesinde ayrı bir kapsayıcı kavram olarak görüldüğü vurgulanmaktadır.

İnsanlar başkalarıyla empati kurabilir ve böylece doğrudan duygusal uyarım olmadan da hislerini ve duygularını paylaşabilirler. Hemcinslerimizin zihinsel ve duygusal durumlarını "anlama", "algılama" ve "kavrama" yeteneği, "sosyal hayvanlar" olarak varlığımızın çok önemli bir noktasıdır. Sadece başkalarıyla etkili ve hoş bir şekilde iletişim ve etkileşim kurmamızı değil, aynı zamanda başkalarının eylemlerini, niyetlerini ve duygularını tahmin etmemizi de sağlar. Bu paylaşma becerisi, çevremizdeki insanların zihinsel durumları ve eylemleri, şimdiki ve gelecekteki durumları hakkında daha yüksek

düzeyde bir anlayış içerir ve prososyal davranışı teşvik edebilir (Duradoni vd., 2023, s. 2644).

Başkalarına duyarlı bireyler olarak tanımlanan empatik kişiler (Costa, Glinia & Drakou, 2004, s. 332), müsabakalar sırasında başkalarının haklarını ve refahını dikkate almada ve mantığın uygulanmasına yardımcı olarak sporda saldırganlığı azaltabileceği, fair play için de önemli bir değer olarak nitelendirilebileceği belirtilmiştir. Bu açılardan değerlendirildiğinde empatinin taraftar davranışları açısından sporda büyük bir potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkün olabilmektedir (Argan, Argan ve Kaya, 2018, s. 62).

Empatinin olumlu yönlerinden dolayı (örneğin, toplum yanlısı davranış), spor sosyolojisi ve spor psikolojisinde, fiziksel aktivite ve empati arasındaki ilişkiye dikkat çekilmiştir. Örneğin, strateji temelli takım sporlarına katılmanın perspektif alma yeteneğini geliştirebileceğini, düşük düzeyde empatik eğilime sahip sporcuların daha düşük benlik saygısına sahip oldukları ve daha ben merkezli oldukları ifade edilmiştir (Park, Turner & Pastore, 2008, s. 170). Araştırmalar sonucunda, spor müsabakaları gibi bazı sosyal ortamlarda gözlemlenen nezaketsiz davranışların, genel olarak başkalarının refahına yönelik bir endişe eksikliğinden kaynaklandığını göstermekte ve empati eksikliğinin arttığı ve güvensiz bağlanma tarzlarının yaygınlaştığı belirlenmiştir. Bu durum, bireysel çıkarları merkeze alan ahlaki davranış kurallarının sosyal kurumlara sızdığı anlamına gelebilmektedir. Spor taraftarlığı da benzer bir yapıya sahip olabilir. Örneğin, bazı taraftarlar kendi zevkleri için başkalarının zarar görmesini isteyebilirler. Yüksek sesli tezahüratlardan, görüş engelleyici pankartlara, düzensiz içki tüketiminden rahatsız edici küfürlere kadar birçok davranışta bu durum gözlemlenebilir (Wann & James, 2019, s. 152).

2.6. Fair Play

19. yüzyıl üst ve üst orta sınıf İngilizler tarafından yaratılan yeni bir şövalye ruhu olarak belirtilen fair play, kökeni spora dayanan, anlayışlı olmakla ilişkili bir kavramdır. Dürüst oyun olarak ifade edilen bu kavram, sadece sporun temel bir ögesi değil, aynı zamanda iş veya diğer rekabetçi ortamlarda, başkalarına ve kurallara saygıyı ifade eden, daha genel bir felsefe haline gelmiştir (Renson, 2009, s. 5-12). Bir başka deyişle, fair play geçmişte sadece adalet kavramıyla ilişkiliyken (Steenbergen, Knop & Elling, 2001, s.137), günümüzde fair play spor etiğinin ana ilkesidir. İki şekilde var olabilen kesin

olarak tanımlanmış kurallara göre rekabetin gidişatını ana hatlarıyla belirler. Bunlardan ilki resmidir, dürüst olmayan veya uygunsuz bir şekilde kazanmayı yasaklayan yukarıdan aşağıya bir dış emir yoluyla, çünkü bu, adalet kavramının radikal bir çelişkisidir. İkincisi ise gayri resmidir, çok daha önemli, ancak uygulanması da daha zordur; katılımcının formüle edilmiş (ya da edilmemiş) bir değerler sistemine dayanan bireysel ahlaki yeterlilik düzeyinin büyük rol oynadığı ve gerçek hayattaki bir durumda davranışlarını belirlediği bir yöntemdir (Bronikowska vd., 2019, s. 3).

Fair play en basit ifadeyle oyunun kurallarına uyarak, adil bir rekabete katılmak olarak tanımlanabilir. Oyunun kurallarına uymak, gerçek, saf, katıksız ve hilesiz zaferler elde etmeyi istemek demektir. Bu, fair play ilkesinin evrensel doğasına işaret etmektedir. Fair play, sporun en yüksek değeri olarak kabul edilir ve olmadığında sporun anlamı kaybolmaktadır. Farklı ırklardan, dinlerden, kültürlerden, politik sistemlerden ve milletlerden insanlar için ortak bir değerdir. Yaygın kabul görmüş ve evrensel karaktere sahip bir fikirdir (Kowalska, 2019, s. 1251).

Fair play, sporcuların müsabakalar sırasında zor koşullarda bile sabırlı, tutarlı ve bilinçli bir şekilde kurallara uymaları, rakibin hak etmediği zaaflarından yararlanmaya çalışmamaları ve rakibi bir düşman olarak değil, oyunu oynamanıza imkân veren eşit bir kişi ve ortak olarak görmeleri ile kendini gösterir (Dilnoza, 2023). Fair play'in kurallara göre oynamaktan çok daha geniş bir anlamı vardır; rakiplere saygı duymak, doğru ruh ve tavırla katılmak, fırsat eşitliğine değer vermek, takım arkadaşına ve rakip sporcuya karşı sorumlu davranmak anlamına gelir (Siedentop, Hastie & Van Der Mars, 2011, s. 52). Saygı, dostluk, takım ruhu, adil rekabet, dopingsiz spor, eşitlik, dürüstlük, dayanışma, hoşgörü, özen, mükemmellik ve neşe gibi yazılı ve yazılı olmayan kurallara saygı, fair play için hem yaşanıp hem de öğrenilebilen yapı taşlarıdır (Loland, 2015, s. 334). Fair play sadece etik bir davranış veya tesadüfi olarak ortaya çıkan bir davranış değildir. Bütün bir ahlaki psikolojiyi, yazılı olmayan bir kuralı, mertliği ve geleneksel kuralları temsil eder. Dürüst mücadeleyi, yazılı ve yazılı olmayan kurallara saygıyı, rakibe saygıyı ifade eden birden çok anlamı olan bir terimdir ve sportif bir davranıştır. (Popescu & Masari, 2011, s. 25). Yapılan tanımlar incelendiğinde fair play kavramının iki farklı şekilde ele alındığı görülmektedir. Yazılı kurallara uygunluk “formal fair play” şeklinde değerlendirilirken, yazılı olmayan kurallara uygunluk “informal fair play” şeklinde değerlendirilmiştir (Loland & McNamee 2000, s. 64; Loland, 2015, s. 335).

Çağdaş Olimpik spor, fair play ilkesini teşvik ederek ahlaki değerleri geliştirebilir. Fair play, adil bir rekabete katılmayı ve oyunun kurallarına uymayı ifade eder. Bu ilke, "katıksız" zaferler elde etme arzusunu yansıtır ve evrensel bir niteliğe sahiptir. Spor müsabakalarında fair play'in önemi geçmişten günümüze kadar devam etmektedir. Fair play, sporun en yüksek değeri olarak kabul edilir ve sporun anlamını belirler. Ayrıca, farklı ırklar, dinler, kültürler, siyasi sistemler ve milletler için ortak bir değerdir. Fair play, geniş çapta kabul gören ve evrensel bir karaktere sahip olan bir fikirdir (Kowalska, 2019, s. 1251; Wang, 2023). Fair play ilkeleri sadece müsabakalara doğrudan katılanları değil, ebeveynleri, antrenörleri, yetkilileri, taraftarları olsun, spora katılan herkes için geçerli kabul edilir (Loland, 2013). Ancak, günümüzde spordaki hiçbir konu, etik değerlerin erozyona uğraması kadar medyanın, spor yöneticilerinin, antrenörlerin, sporcuların ve taraftarların ilgisini çekmiyor gibi görünüyor. Hatta spor etiğinin bir oksimoron haline geldiği, çünkü fair play'in temelini oluşturan ahlaki ilkelerin ihlal edildiğini iddia edilmektedir. Aynı şekilde, sporla uğraşan pek çok kişi spor bağlamında ahlaki düşünme yetisini kaybetmiş ya da hiç geliştiremediği düşünülmektedir. Fair play tüm yarışmacıların eşit başarı şansına sahip olmasını gerektirdiğinden, ahlaki bilgi, ahlaki değerlendirme ve ahlaki eylem çok önemlidir. Ancak çoğu zaman, zafer arayışı ve galip gelenin elde edeceği ödüller, bireyin sportmenliğe ve kurallara göre oynamaya olan inancını gölgede bırakmaktadır (Lumpkin & Beller, 1994). Benzer durumu, Sezen-Balçıklı & Çar (2017) sporun kazanma baskısının ön plana çıkması, ahlaki değerlerin yerini maddi değerler gibi başka nedenlerin alması, sporla ilgilenen herkesi yanlış tutum ve davranışlara yönlendirmeye başlamış, özellikle spordan ticari ve siyasi beklentilerin artarak devam etmesi, ahlaki beklentileri ikinci plana itmiştir, şeklinde ifade etmiştir. Kazanmanın nihai ve baskın değer olduğu yerde, kasıtlı faul yapmak, korkutma ve şiddet kullanmak ve hakemi aldatmak gibi geçmişte kınanan birçok uygulama artık adil kabul edilmektedir (McIntosh, 1979, s.127).

Bugün spor faaliyetleri, fair play ve kurallara uymaya dayalı prensipleri ile çelişen birçok girişimle karşı karşıyadır. Fair play'e en büyük tehdit, artık kazanmaya verilen aşırı önemdir ve bu durum şiddet, hile, doping kullanımı ve istismara yol açmaktadır. Fair play, spor katılımcılarına ek olarak, sporla ilgilenen herkesi de kapsamaktadır ve her bir grubun fair play'i teşvik etmek için sorumlulukları bulunmaktadır (Wang, 2013). Örneğin; sporcular saygı, adil bir oyun ve takım çalışması gibi olumlu değerler

sergilediğinde iyi birer rol model haline gelir ve başkalarına da aynı değerleri benimsemeleri için ilham verirler (Martin & Bush 2015).



3. MODEL GELİŞTİRME VE HİPOTEZLER

Doktora tezi kapsamında önerilen iki modele (Model 1 ve Model 2) ilişkin hipotezlere ve hipotezlerin gerekçelerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Model 1 ve Hipotezler

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan Model 1 ve hipotezler Şekil 3'te yer almaktadır.

3.1.1. Karanlık Üçlü ve Schadenfreude İlişkisi

Karanlık Üçlü özelliklerinin sadece saldırgan davranışlarla değil, aynı zamanda schadenfreude gibi karanlık duygularla da ilişkili olduğu düşünülebilir. Örneğin, birinin acısı, bu duruma maruz kalanlar için sempatiklik yaratabilirken, kimi zaman bir başkasının acısı ya da üzüntüsü, buna tanık olan bireyin bu durumdan zevk almasına da neden olabilmektedir (Erzi, 2020). Yapılan çalışmalar, karanlık üçlü seviyeleri yüksek bireylerin, yüksek schadenfreude duygusunu yaşadıklarını ve bu bireylerin başkalarının talihsizliklerinden daha fazla zevk almakta ve eğlenmekte olduklarını göstermektedir (James vd., 2014; Crysel & Webster, 2018). Ayrıca çalışmalar, duygusal işleme ve kişilerarası yeteneklerde eksiklikler gösteren karanlık kişiliklere sahip bireylerin, yüksek riskli yasal durumlara maruz kaldıklarında artan bir schadenfreude yoğunluğu yaşadıklarını göstermektedir (Porter vd, 2014).

Çeşitli çalışmalar medyanın schadenfreude duygularını harekete geçirme kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir. Örneğin, bir nörogörüntüleme çalışması beyzbol taraftarlarının rakiplerinin oyun simülasyonunu izlerken nasıl tepki verdiklerini araştırmıştır. Bu çalışma, beynin belirli bölgelerinin aktive olduğunu ve bu aktivasyonun zevk duygusu ve rakip takım taraftarlarına zarar verme isteği gibi antisosyal davranışlarla ilişkili olduğunu göstermiştir (Myrick & Chen, 2022). Schadenfreude ve spor arasındaki psikolojik bağlantı nöroloji bilimi tarafından da desteklenmektedir. Cikara vd. (2011) beyzbol taraftarlarının, taraftarı oldukları takımların ve rakip beyzbol takımlarının müsabakalarını ve maç sonuçlarını izlerken MRI beyin taramaları ile gözlemlemiştir. Sonuçlar, spor taraftarlarının, takımları iyi oynadığında ya da bir maç kazandığında beynin mutluluğu ifade eden bölgesini harekete geçirdiğini göstermiştir. Daha da ilginç, rakip takım kaybettiğinde ya da kötü oynadığında taraftarlar daha da yüksek düzeyde

mutluluk göstermiştir. Karanlık kişilik özellikleri sergileyen bireylerin ahlaki kopuşa daha meyilli olduğu ve schadenfreude yaşamaya daha yatkın olduğu düşünülmektedir (Erzi, 2020). Yapılan bir başka çalışmada, başkalarını manipüle etmek ve yüksek Makavelizm seviyesine sahip olanların sosyal olarak kabul edilemez davranışlarını gizlemek için bir araç olarak gördükleri ifade edilmiştir (Martin vd., 2012).

Bu bilgiler değerlendirildiğinde karanlık kişilik özelliği ile schadenfreude arasındaki ilişkinin sonucu olarak geliştirilen hipotez:

H₁: Karanlık üçlü boyutları ile schadenfreude arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

3.1.2. Schadenfraude ve Takım Kimliği İlişkisi

Kendilerini sosyal gruplarıyla güçlü bir şekilde özdeşleştiren insanlar sıklıkla gruplar arası schadenfreude yaşarlar. Bu, sıfır toplamli ortamlarda adaptif olmasa da doğal bir tepkidir: 'onlar' için olumsuz sonuçlar 'bizim' için olumlu sonuçlara işaret eder ve bu nedenle zevk uyandırır. (Cikara, 2015, s. 12). Yapılan çalışmalar, schadenfreude'nin spor taraftarları arasında kolayca görülebildiğini ortaya koymuştur (Leach vd., 2003; Smith vd, 2009; Dalakas & Melancon, 2012; Smith & van Dijk, 2018). Genellikle, bir kişinin takımıyla özdeşleşmesi (grup içi) sadece kendi takımını desteklemede değil, aynı zamanda (grup dışı) rakiplere karşı olumsuz duygularda da kendini göstermektedir. Taraftarların rakip takımla alay etmeleri, aşağılayıcı bir şekilde tezahürat yapmaları ve rakip oyuncunun ciddi bir şekilde sakatlanmasını alkışlamak gibi daha yoğun duygusal tepkilerinin altında yatan schadenfreude duygusudur. (Hoogland vd., 2015).

Sosyal kimlik teorisinin temel özelliklerinden biri, grupların kendi gayri resmi norm ve değerlerini benimsemesi ve sergilemesidir. Futbol bağlamında, schadenfreude göze çarpan bir norm olarak düşünülebilir. Bazı taraftarlar, diğer grup üyelerinin ortak zevk ve karşılıklı desteğiyle bu norma gönülden uyabilirken, diğerlerinin sosyal onay ve kabul görme ihtiyacından ya da diğer grup üyelerinin tepkilerinden kaçınmak için daha az istekli bir şekilde uyabileceği düşünülebilir (Angell, 2016, s. 196-197).

Koyama ve Reade'e (2009) göre, taraftarlar sadece takımları iyi performans gösterdiğinde değil, rakip takım yenildiğinde de fayda elde etmektedir. 1998 (FIFA) Dünya Kupası'nda Almanya'nın elenmesine Hollandalıların verdiği tepki buna örnek olabilir. Almanya'nın farklı bir grupta yer almasına ve turnuvadan Hollanda'dan daha önce elenmesine rağmen, Hollanda'daki futbol taraftarlarının Almanya'nın Hırvatistan'a beklenmedik mağlubiyetinden memnuniyet duydukları belirlenmiştir Dahası,

katılımcıların futbola olan ilgisi arttıkça, katılımcıların Almanya'nın mağlubiyetinden duydukları memnuniyet düzeyinin de arttığı belirlenmiştir (Leach vd, 2003).

Gwinner & Swanson (2003) taraftar kimliğinin, tüketicilerin grup içi sponsorlara yönelik tepkilerini etkileyebileceğini öne sürmüşlerdir. Yüksek düzeyde özdeşleşmiş, takım kimliği düzeyi yüksek taraftarların, destekledikleri takımın sponsorunu tanıma ve ona ilgi duyma, markaya karşı olumlu tutumlar geliştirme ve daha yüksek bir sempati duyma olasılıklarının daha yüksek olabileceğini belirtmişlerdir. Ancak, rakip taraftarlar için bu durumun ne sonuçları olabileceğini de sorgulamışlardır.

Grup kimliği ve rekabetçi bağlam, schadenfreude'nin ortaya çıkmasını kolaylaştıran faktörler olarak tanımlanmıştır. Bu sosyal motivasyonlar, empati araştırmalarına ışık tutmuştur ve sosyal ilişkiler ve rekabet söz konusu olduğunda empatik tepkilerin nasıl azaldığını göstermiştir. İlginç bir şekilde, başkalarının duygularını paylaşma durumu grup üyeliğine bağlı olarak değişebilir. Gruplar arası empati, bir iç grup üyesinin duygularını paylaşmaya daha istekli olabileceği anlamına gelir (Zamorano, vd., 2022). Yukarıdaki açıklamalardan, alan yazın ve tartışmalardan yola çıkarak, takım kimliği ile schadenfreude arasındaki bir ilişki olduğu görüşünden hareketle oluşturulan hipotez:

H₂: Schadenfreude ve takım kimliği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

3.1.3. Karanlık Üçlü ve Takım Kimliği İlişkisi

Sosyal Kimlik Teorisi'ne göre, insanların düşünme, hissetme ve hareket etme biçimleri, kendilerini özdeşleştirdikleri gruplar tarafından büyük ölçüde şekillendirilir (Tajfel ve Turner, 1979; Ashforth ve Mael 1989). Bu bakış açısı Lindström (2021) spor taraftarı açısından değerlendirdiğinde, “takım özdeşleşmesi/takım kimliği, bir takım taraftarının/spor tutkununun takımını ne ölçüde kendi öz kimliğinin bir uzantısı olarak gördüğünü ifade eder” şeklinde açıklamıştır. Trail, Fink ve Anderdson (2000), bu bakış açısını kavramsallaştırarak, takım kimliğini bir taraftarın takımla psikolojik bir bağ hissetme derecesi olarak ifade etmişlerdir.

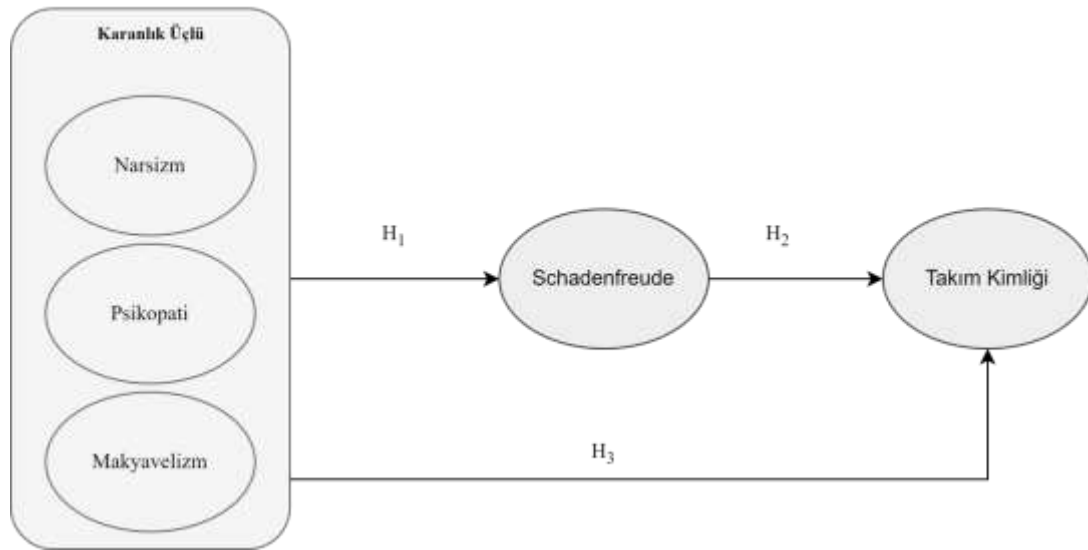
Taraftar kimliği genel olarak insanları sporla yüksek ya da düşük düzeyde ilgilenenler olarak sınıflandırılmıştır. Yüksek taraftar kimliğine sahip taraftarların maçlara katılma, bilet satın alma, sponsor ürünlerini satın alma ve takım ürünlerini satın alma olasılığı, düşük takım kimliği düzeyine sahip olanlara kıyasla daha yüksektir (Schultz & Sheffer, 2018).

Takım kimliğinin psikolojik sağlıkla olumlu yönde ilişkili olduğu (Wann vd. 2001), bununla birlikte, araştırmacılar takım kimliğinin potansiyel karanlık tarafına da dikkat çekmişlerdir. Spesifik çalışmalar rakip taraftarlara saldırıda bulunan taraftarların yüksek takım kimliğine sahip olduğunu göstermektedir (Wann vd., 2003; Porat, 2010). Ayrıca, takımın performansı, takım kimliği yüksek taraftarların kimlikleri için çok önemli olduğundan, takıma (ve dolayısıyla kendi kimliklerine) yardımcı olmak için hem yasadışı hem de normları ihlal eden eylemlerde bulunmaya isteklidirler. Takım kimliği yüksek düzeyde olan spor taraftarlarının ile hile yapmayı düşünme istekliliğinin ilişkili olmadığını da belirtmek gerekir. Dolayısıyla, hile yapma eğilimini öngören tek başına taraftarlık değil, daha ziyade söz konusu takım kimliği düzeyinin yüksekliğidir (Wann vd. 2001). Antisosyal eylemler ve taraftar şiddeti üzerine geçmiş çalışmalar ve sonuçları birleştirildiğinde (Wann vd. 2001), takımla özdeşleşmenin karanlık bir tarafı olduğu vurgusundan hareketle, oluşturulan hipotez:

H₃: Karanlık üçlü ve takım kimliği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

Model 1'e ilişkin olarak karanlık üçlü ile takım kimliği arasında schadenfreude'nin bir aracılık etkisine sahip olup olmadığını ortaya koymak için geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir:

H₄: Karanlık üçlü ve takım kimliği arasında schadenfreude aracılık etkisine sahiptir.



Şekil 1. Araştırma modeli 1

3.2. Model 2 ve Hipotezler

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan Model 2 ve hipotezler Şekil 2’de yer almaktadır.

3.2.1. Aydınlik üçlü ve duyuşsal empati ilişkisi

Sezen-Balçıkanlı & Sezen (2017) yaptıkları çalışmada empati geliştirmeye vurgu yaparak, farklı bakış açıları sergilemek, rakibi düşman olarak görmekten kaçınmak, sert ve saldırgan davranışları kontrol etmek, galibiyet veya mağlubiyet durumlarında ölçülü tavırlar sergilemenin spor için olumlu sonuçlar sağlayacağını ifade etmişlerdir (s. 33). Çoğu çalışma, empatinin toplum yanlısı davranışlarda bulunmadaki önemli rolünü vurgulamaktadır. Ancak, son zamanlarda yapılan çalışmalar, çok yüksek düzeyde duyuşsal empatinin yüksek sıkıntıya neden olduğu ve sonuç olarak pro-sosyal davranış için zararlı olabileceği sonucuna varmıştır. Bu gibi durumlarda, bireyler artık başkalarına yardım etmek için motive olmamakta, kendi duygularıyla ilgilenmeyi tercih etmektedir (Bălan, Ionescu & Stan 2023; Stevens ve Taber, 2021).

Günümüzde, aydınlık üçlü ile ilgili yapılan araştırmalar yapının yeni olması nedeniyle oldukça az olmasına rağmen, araştırmacıların, insanlığın olumlu yönlerine olan ilgisi yavaş yavaş artmaya başlamıştır. Bu araştırmalar sonucu; cömertlik, fedakârlık ve empati gibi özellikleri araştıran bazı çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte, insan doğası spektrumu üzerine yapılan çalışmaların birçoğunun dar kapsamda olduğu ve sınırlı özellikleriyle ilgilendiği, yani anlayışı derinleştirmek için hem karanlık hem de aydınlık yönleri birlikte değerlendiren araştırmaların gerekli olduğu belirtilmektedir (Cooke, 2020, s. 10).

Yukarıdaki açıklamalar değerlendirildiğinde, aydınlık üçlü ve duyuşsal empati arasındaki ilişkilerin incelenmesi gerektiği fikrinden hareketle oluşturulan hipotez:

H₁: Aydınlik üçlü ile duyuşsal empati arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

3.2.2. Aydınlik üçlü ve takım kimliği ilişkisi

Sosyal gruplarla özdeşleşme, olumlu psikolojik durumlara ulaşma motivasyonu ile hareket eder ve taraftarlar, gruplarının çekiciliğini artırmak için çeşitli stratejiler kullanabilir. Örneğin, taraftarlar, takımlarının kötü performansı ile karşılaştıklarında, grup üyeliğinin diğer çekici yönlerine odaklanarak ve olumsuz yönlerini görmezden gelerek, olumlu kimliklerini korumak için alternatif bağlantı yolları ararlar. Ayrıca, daha

bağlı olan taraftarlar, olumsuz haberlere karşı direnç gösterme eğilimindedir ve takımlarını daha olumlu bir şekilde savunur. Pazarlamacılar, bu artan bağlılık ve davranışları şekillendiren sosyal yapısal ve bireysel güçleri anlamak için spor ve ilgili varlıklara yönelik bu bağlılığı araştırabilirler.

Karanlık yapıların sosyal olguları anlamak için önemli olduğu kabul edilirken, insan davranışının olumlu taraflarını da anlamaya ihtiyaç duyulmaktadır (Lukić & Živanović, 2021). Bu bakış açısını daha da genişletmek amacıyla Kaufman vd. (2019) tarafından ortaya atılan aydınlık üçlü kavramı ortaya çıkmıştır. Aydınlık üçlü, insanlığın potansiyel güçlü yönlerini temsil etmekte ve insan doğasına olumsuz bir yaklaşımdan olumlu bir yaklaşıma geçme eğilimini yakalayarak yapıcı ve etik etkileşimi vurgulamaktadır. Aydınlık üçlü faktörleri aynı zamanda insanları bencil, değişken ve düşmanca davranışlara yönelten düşünce ve arzulara büyük ölçüde direnme yeteneğini de yansıtmaktadır (Constantin & Florin, 2023, s. 21). Olumlu kişilik özelliklerinin daha yüksek bir genelleştirilmiş kimlik yarattığı da bilinmektedir. (Manninen, 2016).

Takım kimliği yüksek taraftarların, rakip takım taraftarlarına veya spor yetkililerine karşı sözlü ve fiziksel saldırganlık sergileme olasılıklarının daha yüksek olduğu bilgisinden (Wann vd., 2003; Porat, 2010) yola çıkarak, aydınlık kişilik özellikleri olan futbol taraftarlarının da daha düşük takım kimliğine sahip olabileceğinden hareketle oluşturulan hipotez:

H₂: Aydınlık üçlü ile takım kimliği arasında anlamlı negatif bir ilişki vardır.

3.2.3. Duyuşsal empati ve takım kimliği ilişkisi

Bir eğlence biçimi olarak spor, kişisel bağlılık duygusu nedeniyle güçlü bir duygusal bağlılık uyandırabilir. Aslında, birçok taraftarın takım kimlikleri sonucunda yaşadıkları "aşırı duygusal yoğunluk" ve sporun rekabetçi doğası, sporu diğer tüketim deneyimlerinden ayırır. Duyguların ve onları etkileyen değişkenlerin anlaşılması, taraftar davranışının karmaşıklığını kavramak ve taraftarlığa daha bütüncül bir bakış açısı sağlamak açısından önemlidir (Westberg vd., 2020).

Takım kimliği, özel bir sosyal kimlik türüdür ve ekip üyelerinin belirli bir organizasyonel temelli takımla "birlik" duygusu yaşama derecesini yansıtır. Sosyal kimlik teorisine göre kendini tanımlama ihtiyacı ve anlam arayışı kimlik süreci için birincil itici gücü sağlar. Yüksek düzeyde takım kimliği oluşturan taraftar, ekip üyelerinin kendilerini tanımlama ve anlam duygusuna ulaşma kabiliyetlerine katkıda bulunur.

Takım kimliği, bir üyenin takımla ne hangi düzeyde bağlı olduğunu temsil eden bireysel düzeyde bir yapıdır (Desivilya, Somech & Lidgoster, 2010). Sosyal psikologlar, bireylerin sosyal durumlarda kendilerini gruplarla algılanan üyelik statülerine göre kategorize edeceklerini öne sürmektedir. Üyelik statüsü "grup içi" üyeleri "grup dışı" üyelere ayırmaya yardımcı olur. Takım kimliği, grup içi üyelik bilgisine ve bunun algılanan değerine ve duygusal önemine dayanan bir benlik kavramını temsil eder. Sonuç olarak, takım kimliği bir grup tüketicinin bir spor takımıyla ilişkili olarak geliştirdiği ve yönettiği belirli bir sosyal kimlik biçimini temsil eder. Sembolik bir tüketim biçimi olarak hem grup içi hem de grup dışı üyelere yönelik bir mesajı temsil eder (Westberg vd., 2020). Empati ise, taraftarların süregelen kimliklerini desteklemek için kullanabilecekleri bir tepkidir. Empati grup kimliği ile ilişkilidir ve bu gruba karşı daha olumlu bir tepkiyi teşvik edebilir. Sonuç olarak, taraftar davranışları ve takım kimliği arasındaki ilişkilerin anlaşılması, spor pazarlamacıları için önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Westberg vd., 2020). Argan, Argan & Kaya (2018) takım kimliği ve empati arasındaki ilişkileri değerlendirdikleri çalışmada, orta düzeyde takım kimliğine sahip olan taraftarların empati ve sempati düzeylerinin de orta düzeyde olduğu takım kimliği yüksek olanların bilişsel empati düzeyinin de yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıdaki açıklamalar değerlendirildiğinde takım kimliği ile empati arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla oluşturulan hipotez:

H₃: Duyuşsal empati ile takım kimliği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

3.2.4. Duyuşsal empati ve fair play ilişkisi

Empati bilişsel bir durumdur ve özdeşleşme ise bilişsel ve duyuşsal bir durumdur. Takım kimliği, başka bir kişiyle aynı olayları görmekle kalmaz, aynı zamanda onun umutlarını ve korkularını da benimser. Empati, zamanla artan bir görüş birliği ile ortaya çıkar ve spor gibi alanlarda da diğer insanları anlama şeklimizi etkiler. Taraftarlar ve taraftar olmayanlar da oyuncularla empati yapma eğilimindedir; fark sadece taraftarların bir takımla bağ oluştururken, taraftar olmayanların bunu yapmamasıdır. Empati, diğer insanların ne düşündüklerini ve hissettiklerini anlama dürtümüzü sürekli etkiler. Bu süreç genellikle bilinçsizdir, ancak bazen bilinçli deneyimlerimizin bir parçası haline gelir, örneğin birinin utandığını gördüğümüzde kendimizi onun yerine koyarak utanırız veya birine hakaret edildiğini gördüğümüzde sinirleniriz (Taylor, 2021).

Fair play'in tanımı çok çeşitlilik gösterse de formülasyonlarda ortak bir payda vardır. Fair play kavramı spordan kaynaklanmakta, ancak sadece ahlak, empati, sportmenlik, başkalarına saygı ile yakından ilgili bir kavram değildir, aynı zamanda bir felsefe olarak da görülebilir. Günümüzde fair play kavramı ve ruhu hayatın her alanında mevcuttur. Ancak fair play kavramının kökeni spordur. Yüzyıllar boyunca bu büyük çerçeveleri çoktan aşmış ve hayatın her alanında düşünmeyi teşvik eden günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Sezen-Balçıklanlı, Hideg & Ceren, 2022; Hideg, 2022).

Empatinin ahlaki ilkelerle yakından ilişkili olduğu ve bu ilkelerin ahlaki yargı ve muhakeme üzerinde etkili olduğu düşünüldüğünde, empatik becerilerin fair play davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu düşünülebilir (Sezen-Balçıklanlı, 2009). Ancak, taraftarlar, takımlarının kazanmasını istediğinden dolayı maçlarda objektifliklerini kaybedebilir ve tuttıkları takım lehine her şeyi algılamak ve yorumlamak eğiliminde olabilirler. Bu tutku ve bağlılık, spor atmosferinde heyecan ve stres yaratır ve bu heyecan ortamında sporcuların, antrenörlerin, hakemlerin ve diğer seyircilerin psikolojik durumları genellikle göz ardı edilir ve fair play gibi unsurlar ihlal edilebilir (Akbulut, 2020).

Yukarıda açıklanan bilgilerden yola çıkarak oluşturulan hipotez:

H₄: Duyuşsal empati ile fair play arasında anlamlı negatif bir ilişki vardır.

3.2.5. Takım kimliği ve fair play ilişkisi

Taraftarların takımlarına olan bağlılıklarını göstermek amacıyla verdikleri tepkiler önemlidir. Bu tepkiler bazen haksız veya gerçek dışı olabilir ancak taraftarların takımlarına duydukları tutkunun bir ifadesidir. Bu tutum, bireyin içsel tepkilerinin yanı sıra sosyal bir gruba ait olma ve diğer taraftarlarla ilişkilerini sürdürme ihtiyacının bir sonucu olarak da değerlendirilebilir. Taraftarlar, takımlarının başarılı veya başarısız olması durumunda BIRGing (başarılı olduğunda takımın bir parçası olduğunu hissetme) ve CORFing (başarısız olduğunda takımı reddetme) davranışlarının izlerini gösterirler (Yıldız, 2016). Takım kimliği, sporseverlerin takımlara olan bağlılığında değişkenlik gösterir. Takım kimliği yüksek düzeyde olan taraftarlar, takıma bağlılıklarını sürdüren, takımın başarısızlıklarından bağımsız olarak sadık olan kişilerdir. Diğer taraftan, takımsal bağlılıkları geçici olan ve sadece takımın performansına bağlı olan kişiler de vardır. Takım kimliği yüksek taraftarlar daha fazla BIRG ve daha az CORF eğilimindeyken,

daha az özdeşleşen taraftarlar ise daha az BIRG ve daha fazla CORF eğiliminde oldukları gözlenmiştir. Bu etki, takım kimliğinin daha yüksek olduğu taraftarlarda daha da belirginleşmektedir (Madrigal, 1999).

Taraftarların takımlarıyla giderek daha fazla kimlik oluşturmaları, şike ve teşvik primi olaylarının kabul edilebilir olarak görülmesine de yol açmaktadır. Ancak, taraftarların bu tür olaylar nedeniyle takımlarının mağlup olmasını istememeleri, sporda etik ve fair play anlayışını zedelediği için üzerinde durulması gereken bir konudur. Futboldaki tüm paydaşların spor etiği ve fair play anlayışına uyması, dünyada sosyolojik, ekonomik ve kültürel sonuçları olan futbolun gelişimine büyük katkı sağlayabilir (Yıldız, 2016).

Yukarıda açıklanan bilgiler göz önünde bulundurarak oluşturulan hipotez:

H₅: Takım kimliği ile fair play arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

Araştırma modeli 2'ye ilişkin olarak bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkide aracılık etkisinin olabileceği öngörülmektedir. Buna göre aydınlık üçlü ile fair play arasındaki ilişkide takım kimliği ve duygusal ilişkinin aracı bir role sahip olduğu öngörüsünden hareketle geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir:

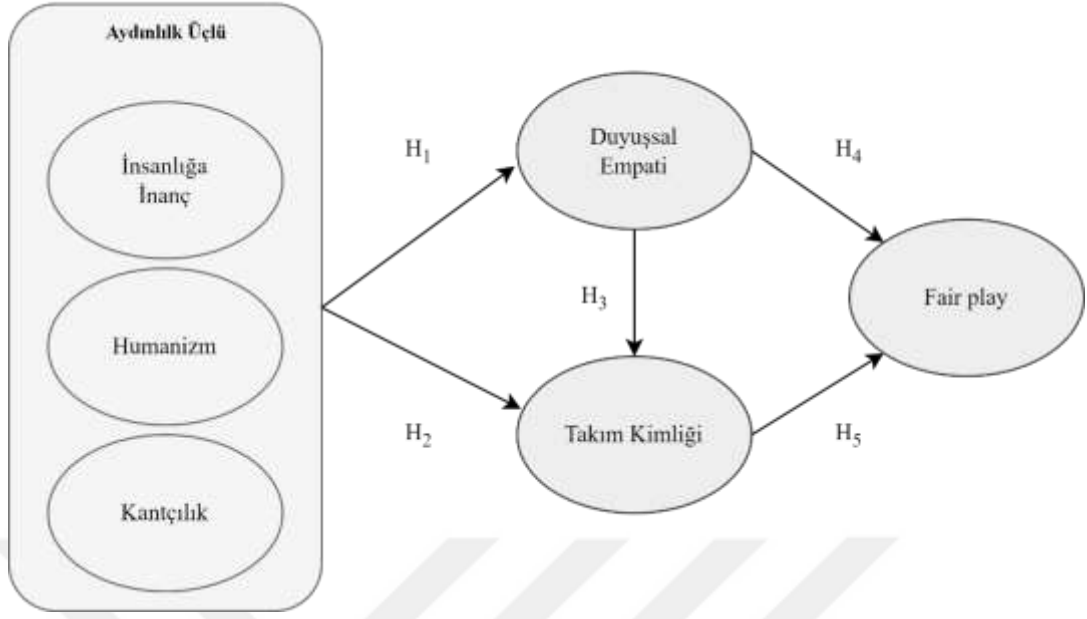
H₆: Aydınlık üçlü ve fair play arasında takım kimliği aracılık etkisine sahiptir.

H₇: Aydınlık üçlü ve fair play arasında duygusal empati aracılık etkisine sahiptir.

Benzer şekilde aynı araştırma modelinde, aydınlık üçlü ile takım kimliği arasındaki ilişkide duygusal empatinin aracı bir role sahip olduğu öngörüsünden hareketle geliştirilen hipotez ile; duygusal empati ile fair play arasındaki ilişkide takım kimliğinin aracılık etkisinin olabileceği beklentisini ortaya koyan hipotez aşağıdaki gibidir:

H₈: Aydınlık üçlü ve takım kimliği arasında duygusal empati aracılık etkisine sahiptir.

H₉: Duygusal empati ve fair play arasında takım kimliği aracılık etkisine sahiptir.



Şekil 2. Araştırma modeli 2

4. YÖNTEM

Bilimsel araştırmalarda, ölçme araçlarının uygulanması çeşitli prensipler ve sistemli bir süreç gerektirir. Bu çalışmada izlenen süreç, araştırma problemlerinin ve değişkenlerin belirlenmesiyle başlamıştır. Ardından, araştırma çerçevesinde yer alan değişkenler göz önünde bulundurularak, araştırmaya yönelik araştırma modelleri ve hipotezler oluşturulmuştur. Sonraki aşamada, araştırmanın evren ve örneklemini belirlenmiştir. Tüm bu aşamalardan sonra, veri toplama araçları amaçlara uygun olacak şekilde uyarlanmıştır. Uyarlanan bu veri toplama araçlarında yer alan ifadelerin anlaşılabilirliğini geliştirmek ve yapıların daha sağlıklı değerlendirmek amacıyla pilot çalışma uygulanmıştır. Pilot çalışma süreci, çalışmanın uygulanacağı yeri ve zamanı belirleme, uzman görüşlerinin alınması, ölçeklerin uygulanması ve sonuçlarının değerlendirilmesi, değerlendirme sonrasında, ifadelerde değişiklik şeklinde süreçte ilerlemiştir. Son haline gelen veri toplama araçları uygulanarak, sonuçları istatistik programlarına aktarılıp analizler uygulanmıştır. Analiz sonrasında, elde edilen sonuçlar rapor edilmiştir.

4.1. Etik Bildirim

Bu çalışma için Eskişehir Teknik Üniversitesi Etik Kurulu'ndan (E-87914409-050.03.04-1339, 30/03/2021 tarihli 6/1 sayılı) etik kurul onayı alınmıştır.

4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemini

Çalışma amaçlarına ulaşmak adına, araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme ve kartopu örnekleme kullanılmıştır. Kolayda örnekleme tüm örnekleme teknikleri arasında maliyeti en düşük ve en az zaman alan yöntemdir. Örnekleme birimlerinin seçimi öncelikle araştırmacıya bırakılır (Dash & Malhotra, 2016 s. 347-348). Kartopu örnekleme yönteminde örneklem oluşturma süreci genellikle araştırma kriterlerine uyan ve araştırmaya katılmaya davet edilen az sayıda kişiyle başlar. Onay veren katılımcılardan daha sonra araştırma kriterlerini karşılayan ve aynı zamanda istekli katılımcılar olabilecek diğer kişileri de yönlendirmeleri istenir. Onlar da diğer potansiyel katılımcıları yönlendirir ve süreç bu şekilde devam eder. Dolayısıyla, araştırmacılar sosyal ağlarını kullanarak ilk bağlantıları kurar ve bu

bağlantılardan bir örnekleme dinamiği gelişerek artan bir katılımcı zinciri yakalanması amaçlanır (Parker, Scott & Geddes 2019, s. 3).

Araştırmanın evrenini Türkiye’deki en çok taraftarı olan futbol takımlarının taraftarları oluşturmaktadır. Ancak bu tip bir evrene ulaşmanın gerek maliyet gerekse de zaman açısından sınırlılıklar barındırması ve taraftar sayılarına ilişkin kesin bilgilerin olmaması nedeniyle araştırma ana kütleyi temsil yeteneğine sahip bir örneklem üzerinden çevrimiçi anket formuyla gerçekleştirilmiştir.

Örneklem, ilgilenilen bir popülasyondan vaka olarak adlandırılan belirli sayıda analiz biriminin (insanlar, haneler, firmalar, vb.) seçilmesidir. Genel olarak, örneklem büyüklüğü (n), tüm popülasyonun (N) bazı özelliklerini küçük ölçekte yeniden üretmek için seçilir. Bir örneklem, evrenin gerçek bir temsilcisi olmalı ve evrenin tüm özelliklerine sahip olmalıdır (Banarjee, 2019, s. 169). Ayrıca, örneklem sadece temsili olmakla kalmamalı, aynı zamanda güvenilir faktörler üretmek için yeterli büyüklükte olmalıdır (Kline, 1994, s. 73). Örneklemen, basitçe, küçük alt kümenin popülasyonun ilgili tüm çeşitliliğini ve özelliklerini içermesi gerekmektedir. Popülasyonu net bir şekilde tanımladıktan sonra, popülasyonun nitelikleri (demografik özellikler, davranışlar) hakkında iyi bilgiye sahip olunursa örnekleme nispeten kolay bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Funk, Alexandris & McDonald, 2023, s. 57). Comrey & Lee (1992) örneklem büyüklüğünün 100 ile 500 arasında değişmesi gerektiğini belirtirken, faktör analizi için yeterli örneklem büyüklüğünü 100 (zayıf), 200 (uygun), 300 (iyi), 500 (çok iyi), 1,000 ve üzeri (mükemmel) olarak sınıflamışlardır. Bir başka görüş, ifade sayısına göre örneklem büyüklüğü belirleme yöntemi sunmuştur. Bu görüşe göre, çalışmada bulunan ifade sayısının 3 ile 6 katı arasında, en az 5 katı olması gerektiği ifade edilmiştir (Cattell, 1978, s. 534; Gorsuch, 1983, s. 332) Bu noktada 46 ifadeden oluşan çalışmanın uygulandığı (n=709) taraftar sayısının gözlem sayısı konusunda yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Bir başka görüşe göre örneklem büyüklüğünün hesaplanması için Taherdoost (2017) aşağıdaki formülü önermiştir:

$$n = \frac{P(100 - P)Z^2}{E^2}$$

n = gerekli örneklem büyüklüğü; P = bir durum veya koşulun gerçekleşme yüzdesi; E = gerekli maksimum hata yüzdesi; Z = gerekli güven düzeyine karşılık gelen değer.

Şekil 3. Örnek büyüklüğü formülü

Bu formüle dayanarak yapılan hesap sonucu 384 sayısı elde edilmiştir. Çalışmada veri toplamak için anket yöntemi tercih edilmiştir. Anketler, spor pazarlaması araştırmacılarının farkındalık, tutumlar, davranışlar, demografik özellikler, yaşam tarzı ve ilgilenilen diğer değişkenler gibi birincil verileri toplamasına olanak tanımaktadır (Shank & Lyberger, 2014, s. 114).

4.3. Veri Toplama Araçları

Hambleton ve Patsula (1999)'nın aşağıda belirttiği gerekçelerden yola çıkarak çalışmada kullanılan ölçekler amaçlara uygun olarak uyarlanmıştır:

1. Çoğunlukla bir test uyarlamak ikinci kültürde yeni bir test geliştirmekten daha az maliyetli ve daha hızlıdır.
2. Yapılacak testin amacı kültürel ya da ulusal değerlendirme yapmak olduğunda, uyarlanmış bir test, ikinci kültürde denk bir test geliştirmenin en etkili yoludur.
3. İkinci bir kültürde test geliştirmek için uzmanlık bilgisi yetersiz olabilir.
4. Asıl test iyi bilinen bir test olduğunda, o testin uyarlamasının vereceği güven duygusu yeni geliştirilecek olan bir teste duyulacak güvenden daha fazla olacaktır.
5. Bir testin çok kültürlü sürümlerinden çıkarılan sonuçlar testi alan adaylar için çoğunlukla doğru olacaktır.

Ayrıca, Brislin'in (1970) önerdiği çeviri-geri çeviri yöntemiyle ölçeklerin Türkçeye uyarlama adımları gerçekleştirilmiştir. Bu aşağıda ifade edilmiştir (her ölçek için aynı adımlar uygulanmıştır):

1. İlk Çeviri: Ölçek, anadili Türkçe olan ve alan iki İngiliz Dili ve Edebiyatı öğretim üyesi tarafından Türkçeye çevrilmiştir.
2. Değerlendirme: İlk çeviri, alanda uzman kişilik bir değerlendirme grubu tarafından gözden geçirilmiştir. Bu aşamada soruların anlaşılabilirliği, kelime ve cümle yapıları, bilim alanına ve kültürel uygunluğa göre değerlendirilmiştir.
3. Geri Çeviri: Uzlaşılan Türkçe çeviri, anadili Türkçe olan fakat ilk çeviriyi yapmayan iki farklı İngiliz Dili ve Edebiyatı öğretim görevlisi tarafından İngilizceye geri çevrilmiştir.

4. Karşılaştırma ve Düzeltmeler: Geri çeviri sonucu elde edilen ölçek ile orijinal ölçek karşılaştırılmış ve anlam üzerinde önemli fark yaratmayan bazı düzeltmeler yapılmıştır.
5. Son Değerlendirme: Son hali verilen ölçek, alanda uzman, iyi seviyede İngilizce bilen dört kişi tarafından değerlendirilmiştir.
6. Nihai Onay: Değerlendirmelerin olumlu sonuçlanmasının ardından ölçeğin son hali belirlenmiş ve mevcut çalışmada kullanılmasına karar verilmiştir.

4.3.1. Model 1'e İlişkin Veri Toplama Araçları

Karanlık kişilik özelliklerini belirlemek amacıyla, Jones & Paulhus (2014) tarafından geliştirilen on iki madde içeren, karanlık üçlü ölçeği (Short Dark Triad, SD3) çalışma amaçlarına uygun şekilde Türkçe'ye uyarlanmıştır. Çeviri sonrası ölçek, “İnsanların bana hayran olmasını isterim.”, “genellikle pişmanlık duymam”, “amacıma ulaşmak için başkalarını kendi çıkarlarım doğrultusunda kullanma eğilimindeyimdir” gibi on iki ifadeden oluşmaktadır. Dalakas & Melancon (2012) tarafından geliştirilen schadenfreude ölçeği dört ifadeden oluşmaktadır ve çalışma amaçlarına uygun olarak Türkçe'ye uyarlanmıştır. Ölçekte; “Ezeli rakibe sponsor olmuş bir işletmenin kapanmasına sevinirim” ve “ezeli rakibin teknik direktörünün hukuki sorunlar yaşamasına sevinirim” gibi ifadeler yer almaktadır. Takım kimliği seviyelerini belirlemek amacıyla Gwinner & Swanson (2003) tarafından geliştirilen takım kimliği (fan identification) ölçeği çalışma amaçlarına uygun Türkçe'ye uyarlanmıştır. Çeviri sonucunda ölçekte, “Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum”, “biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algılarım” şeklinde altı ifade yer almaktadır.

4.3.2. Model 2'ye İlişkin Veri Toplama Araçları

Kişinin olumlu yönlerini ve iyi olarak belirtilen özelliklerini belirlemek amacıyla, Kaufman vd. (2019) tarafından geliştirilen on iki madde içeren aydınlık üçlü (the light triad) ölçeği amaçlara uygun şekilde Türkçe'ye uyarlanmıştır. Çeviri sonrası ölçek, “İnsanların iyi yönlerini görmek isterim”, “başkalarının başarılarını takdir ederim” ve “insanları dinlemekten keyif alırım.” gibi on iki ifadeden oluşmaktadır.

Vossen, Piotrowski & Valkenburg (2015) tarafından geliştirilen empati ölçeğinin, amaçlara uygun şekilde Türkçe'ye çevirisi yapılmıştır. Çeviri sonrası ölçek, "arkadaşım korkmuşsa ben de korkarım" ve "arkadaşım üzgünse ben de üzgün olurum" gibi dört ifadeden oluşmuştur.

Taraftarların fair play düzeylerini belirlemek amacıyla Iturbide-Luquin & Elosua-Oliden (2017) tarafından geliştirilen fair play ölçeği, amaçlara uygun şekilde Türkçe'ye uyarlanmıştır. Ölçek, "Rakip takımın kışkırtmalarına/tahriklerine karşılık veririm", "hakemin kararının adil olup olmadığını sorgularım" şeklinde dört ifadeden oluşmaktadır.

Çalışmada yer alan, ölçeklerin Türkçe uyarlamaları, Brislin'in (1970) belirttiği test uyarlama süreci gözetilerek gerçekleştirilmiştir.

Model 1 ve model 2'de yer alan ölçeklerdeki tüm ifadeler 5'li Likert Ölçeği ("5" kesinlikle katılıyorum, "4" katılıyorum, "3" ne katılıyorum/ ne de katılmıyorum, "2" katılmıyorum "1" kesinlikle katılmıyorum) ile değerlendirilmiştir. Çalışmada kullanılan anketin son bölümünde cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu, medeni durumu, aylık ortalama gelir, taraftarı olunan futbol kulübü, müsabakalara katılma sıklıkları, stadyumda müsabaka izleme sıklığı, deplasmanda müsabaka izleme sıklığı ve müsabakaları medyada takip etme durumları yer almaktadır.

4.2.3. Prosedür

Çalışmada kullanılan ölçekler anket formu olarak düzenlenmiş olup, anket çevrimiçi (Google Forms) ortamda uygulanmıştır. Çevrimiçi anketler, veri toplamanın kolay, rahat ve ucuz bir yolu oldukları için giderek daha popüler hale gelmektedir. Çevrimiçi anketler sayesinde, veriler çok kısa bir zaman diliminde toplanabilmekte, bu da zaman ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Aynı zamanda araştırmacılara büyük miktarda veri potansiyeline sahip geniş, çeşitli ve küresel bir nüfusa erişim sağlamaktadır. Ayrıca, çevrimiçi veri toplamanın veri kaybına karşı koruma sağladığı ve verilerin analizi için bir veri tabanına aktarılmasını kolaylaştırdığı ifade edilmektedir (Lefever, Dal & Matthíasdóttir, 2007, s. 575).

Bu çalışmada da verilerin toplanmasında Google Forms'dan yararlanılmıştır. Google Forms, web tabanlı anketler tasarlamak ve geliştirmek için kullanılan bulut tabanlı bir veri yönetim aracıdır (Mondal vd., 2018), bu araç Google Inc. tarafından sağlanmaktadır ve web tabanlı anketler oluşturmak ve kullanmak için herkesin kullanımına açıktır (Vasanth Raju & Harinarayana, 2016). Google Formlar kullanılarak

oluşturulan bir anket, günün veya gecenin uygun olduğu bir zamanda ya da katılımcıya uygun günün herhangi bir saatinde yanıtlanabilir. Zaman kısıtlaması olmadığından, görüşülen kişi sorular ve sonraki yanıtları üzerinde düşünmek için zaman harcayabilir. Bu strateji, araştırma sürecinin daha yansıtıcı olmasını sağlayarak katılımcıların görüşme verileri ve deneyimleri üzerinde düşünmelerine olanak tanıdığı için özellikle yararlıdır. Ayrıca Google Formların diğer özellikleri aşağıda açıklanmıştır: (Ha, 2022, s. 4):

- Belirli projeler için yapı, stil, içerik ve düzenin özelleştirilme imkânı sunması
- Çok kullanıcılı hesaplar aracılığıyla ekip iş birliği.
- Ankete logolar ve Tekdüzen Kaynak Konum Belirleyici bağlantıları, resimler, ses ve video yerleştirme.
- Anketin düzeninin ve boyutunun görüntülediği cihaza uyarlanabilirliği.
- Katılımcının sonraki sorulara geçmeden önce bir sorunun yanıtlanmasını gerektiren zorunlu yanıt.
- Anketlerin mükerrer doldurulmasını önlemek için şifre güvenliği ve verilerin güvenli ve emniyetli bir şekilde korunması.
- Araştırmacıların anında geri bildirim sağlamak istemesi durumunda tamamlanan bir anketin bildirimleri.
- Veri tabanlarında kullanılabilecek veya istatistiksel paketler kullanılarak daha fazla analiz edilebilecek cevapların indirilmesi ve dışa aktarılması.
- Cevapların, sonuçların veya dosyaların doğrudan bağlantılar aracılığıyla başkalarıyla paylaşılması.

Çalışmanın verileri, 02.01.2023 - 01.06.2023 tarihleri arasında, yeterli katılımcı sayısına ulaşmak için farklı zamanlarda dört dalga halinde bağlantı paylaşımı yapılarak elde edilmiştir. Ulaşılan kişilerden de yakınlarına çalışmanın bağlantısını ulaştırmaları istenmiştir. Veri toplama formu öncesinde, çalışmanın amacı ve yöntemi açıklanmış olup, katılımcının gönüllü olarak çalışmaya katıldığını “onaylıyorum” kutucuğunu işaretleyerek çalışmada yer alan ifadeleri görmesi sağlanmıştır. İfadeleri cevaplama süresi yaklaşık 7-8 dk’dır. Çalışmaya katılım bağlantısı, Whatsapp aracılığıyla veya taraftar derneklerinin sosyal medya hesaplarından paylaşılarak ve futbol üzerine yayın yapan sosyal medya içerik üreticilerinin aracılık etmesiyle toplanmıştır (Bkz. Görsel 1).



Görsel 1. Örnek Twitter paylaşımı

Çalışma verilerinde eksik veri (missing value) bulunmamaktadır. Bunun nedeni de çalışma ifadelerinin her birinin doldurulması zorunlu olarak ayarlanmasından kaynaklanmaktadır. Veri toplama sürecinin sonunda veriler Google Form uygulamasından dışa aktarılmış ve ardından verilerin hatasız olmasını sağlamak için veri temizliği yapılmıştır. Google Form uygulaması veri setine “zaman damgası” dışında ek bir bilgi eklemediğinden dolayı, veri temizleme aşaması basitçe gerçekleştirilmiştir. İndirilen Excel formatındaki veri dosyası analiz için SPSS programına aktarılmıştır. 709 futbol taraftarına uygulanan çalışmada, uç değer olarak sekiz 8 katılımcının yanıtları çalışmadan çıkarılarak analizlere geçilmiştir.

4.4. Araştırma Modeli

Bu çalışmada verilerin temel özelliklerini tanımlamak için tanımlayıcı (betimleyici) istatistiklerden, ölçülen değişkenler arasında ilişkileri aramak ve tanımlamak için ilişkisel (bağıntısal) istatistiklerden yararlanılmıştır.

Tanımlayıcı istatistikler, bir dizi veriyi tanımlamaya yardımcı olan tekniklerdir. Tanımlayıcı istatistiklere örnek olarak bir dizi skorun bir grafik veya tablo halinde düzenlenmesi ve tüm bir skor kümesini tanımlayan ortalama skor gibi tek bir özet değer hesaplanması verilebilir. Tanımlayıcı istatistiklerin amacı, bulguların net bir şekilde iletilmesi için verileri düzenlemek, özetlemek ve basitleştirmektir (Gravetter, 2021, s. 383). Bir başka ifadeyle tanımlayıcı istatistikler okuyuculara bir araştırma projesinde

incelenen değişkenler hakkında genel bir bakış sunar ve en temel araştırma bulgularını özetler (Zlokovich, Corts & Moussa, 2023, s. 469).

Davranış tanımlamak için sıklıkla kullanılan tanımlayıcı istatistikler, merkezi eğilimi ölçen istatistiklerdir. Merkezi eğilim ölçüleri, bir dağılımın 'merkezinde' veya yakınında olma eğilimine sahip tek değerlerdir. Bir veri kümesini tek bir değere indirgendiğinde bir miktar anlam kaybetse de merkezi eğilimin istatistiksel ölçümleri tek bir değerini veri kümesini anlamlı bir şekilde temsil etmesini sağlar (Privitara, 2022, s. 372). Daha geniş bir ifadeyle; tanımlayıcı istatistikler, değişkenlerin dağılımları hakkında bilgi vermek üzere tasarlanmıştır ve bu geniş kategoride merkezi eğilim ölçüleri (ortalama, medyan, mod), ortalama etrafındaki değişkenlik ölçüleri (standart sapma ve Varyans), normallikten sapma ölçüleri (Çarpıklık ve Basıklık), dağılımın yayılımı ile ilgili bilgiler (maksimum, minimum ve aralık) ve standart hata dahil olmak üzere belirli ölçülerin kararlılığı veya örnekleme hatası hakkında bilgiler yer alır (George & Mallery, 2022, s. 112).

Bağıntısal yaklaşım daha ziyade, doğal olarak ortaya çıkan bir puan kümesinin doğal olarak ortaya çıkan başka bir puan kümesiyle ilişkili olup olmadığını belirlemekle ilgilenir (Ho, 2018, s. 5). Ölçülen iki değişken arasında ortaya çıkabilecek çok sayıda ilişki örüntüsü vardır ve ikiden fazla değişken değerlendirildiğinde daha da fazla sayıda örüntü ortaya çıkabilir. Bağıntısal araştırma tasarımlarının yakalamaya çalıştığı da tam olarak günlük yaşamın bir parçası olan bu karmaşıklığıdır (Stangor, 2014, s.160).

Betimsel ve bağıntısal tasarım, davranış ile ilgili çalışmalar için mükemmel bir şekilde uygundur çünkü korelasyon gösteren değişkenler, aralarındaki ilişkiyi vurgulamaya gerek kalmadan doğal olarak ortaya çıkar. Ayrıca, tanımlayıcı bir araştırma tasarımı, incelenen bağımlı ve bağımsız değişkenlerin mevcut durumuna genel bir bakış sağlarken, bağıntısal çalışmalar iki veya daha fazla değişkeni, grubu veya varlığı karşılaştırmaya yardımcı olur (Stangor, 2011; Balida, Tumati & Al Saadi, 2022, s. 222-223).

Önerilen modeller ve hipotezler bölümünde ortaya konan iki modele ilişkin hipotezler test edilmiştir.

4.5. Verilerin Analizi

Nicel araştırma yürütürken, ortaya atılan araştırma sorularını yanıtlamak ve/veya araştırmacı tarafından ortaya atılan hipotezleri test etmek için verilerin toplanması aşamasından sonra verilerin analiz edilmesi gerekir (Ho, 2018, s. 9).

Bu araştırmada verilerin analiz edilmesinde IBM SPSS 21 ve LISREL 8'den yararlanılmıştır. SPSS veri işleme ve analizi için çok uygundur ve sosyal bilimler, doğa bilimleri ve iş araştırmaları gibi çeşitli konulardaki araştırmalar için oldukça güçlü bir araçtır (George & Mallery, 2019, s. 2).

Çalışmadaki verilerin analizinde, betimleyici istatistiklerden yararlanılmış ve merkezi eğilim ölçüleri (ortalama, medyan, mod, yüzde), ortalama etrafındaki değişim ölçüleri (standart sapma, varyans), normallikten sapma ölçüleri (çarpıklık, basıklık) hesaplanmıştır.

Ayrıca, Model 1 ve Model 2'de bulunan ölçeklerin maddeleri arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla Pearson korelasyon analizi, veri setinin örneklem büyüklüğünün yeterliliği ve/veya faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's test of sphericity testlerinden yararlanılmıştır. Sonrasında AFA uygulanmıştır. AFA sonucu oluşan ölçeklerin yapısı DFA ile test edilerek uyumluluğu kontrol edilmiş ve geçerliği sağlanmıştır. Faktör yüklerine ilişkin genel bir kural olarak ,71'in üzerindeki yükler mükemmel, ,63 çok iyi, ,55 iyi, ,45 orta ve ,32 zayıf olarak değerlendirilmektedir (Tabachnick & Fidell, 2007).

Ölçeğin güvenirliliği iç tutarlılık üzerinden Cronbach Alfa katsayısı ile analiz edilmiştir. Yakınsak geçerliğin analizinde ise ortalama varyans çıkarımı (AVE) ve bileşik güvenirlik (CR) değerleri hesaplanmıştır. DFA ile kurulan model 1 ve model 2'nin desteklenip desteklenmediğine karar vermek için uyum indeks değerlerinden ve χ^2/sd , yaklaşım hatasının ortalama karekökü (RMSEA), standardize edilmiş ortalama karekök artık (SRMR), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), arttırımlı uyum indeksi (IFI), normlu uyum indeksi (NFI), normsuz uyum indeksi (NNFI), uyum iyiliği indeksi (GFI), düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi (AGFI) değerleri hesaplanmıştır. Modellerin uyumlu olduğunun anlaşılmasından sonra çalışmada YEM uygulanmıştır. YEM çok sayıda değişken arasındaki ilişkileri eşzamanlı olarak inceleyen istatistiksel bir yöntemdir. YEM, tek bir prosedür olarak değil, ilgili istatistiksel teknikler ailesi olarak kabul edilir. Bu analiz teknikleri ailesi, değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkilerle birlikte bir değişkenin ölçüm özelliklerini inceler ve genellikle regresyon ve faktör analizinin bir

kombinasyonu olarak görülür. YEM kullanımı genellikle, araştırmacının ilgilenilen değişkenler arasındaki ilişkiler için bir “model” önerdiği ve gözlemlenen verilerin ilişkilerin yönlülüğü ve önemine dair kanıt sağlayıp sağlamayacağını incelediği doğrulamayı bir yaklaşımdır (Collier, 2020, s. 1).

Son olarak, aracılık analizleriyle aracılık etkilerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bootstrap tekniği, %95 güven aralığında 5000 örnekleme yüksek bir temsiliyet sağlamaktadır. Bootstrap testleri, standart hataları tahmin etmek ve güven aralığı elde etmek için yeni örneklem verilerini yeniden üretme esasına dayanmaktadır (Mallinckrodt vd., 2006; Preacher & Hayes, 2008).



5. BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında öncelikle pilot çalışma ve ardından ana çalışmadan elde edilen bulgular değerlendirilecektir.

5.1. Pilot Çalışma

Pilot çalışma Eskişehirspor taraftarı olduğunu belirten 89 kişiye çevrimiçi Google Form aracılığıyla ulaşılarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %7,9'unu kadınlar, %92,1'ini ise erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu (%41,6) 36-41 yaş aralığında olduğu, %30,8'inin işçi %25'nin memur olduğu, aylık ortalama gelirlerinin 8001tl ve üzeri şeklinde beyan ettikleri, eğitim durumlarının üniversite (ön lisans ve lisans) düzeyinde olduğu (%56,2), %60'nın evli, 25 yıl ve üzeri Eskişehirspor taraftarı olduklarını (%68,5) ve çoğunlukla stadyumda müsabakaları takip ettiklerini (%65,2) belirtmişlerdir.

5.1.1. Model 1 ve Model 2'deki Ölçeklere İlişkin Pilot çalışma

5.1.1.1. Model 1'de yer alan Ölçeklere İlişkin AFA, DFA Analizleri

Model 1 içerisinde yer alan ölçeklere uygulanan AFA sonuçlarına göre birinci ölçek olan karanlık üçlü ölçeğinin KMO değeri ,815, (>70) Bartlett Test for Sphericity (BTS) değeri de 1154,370 olarak hesaplanmıştır. AFA sonrası üç faktöre ayrılan on iki ifadenin toplam güvenilirliği (Cronbach Alpha= α) ,90 olarak bulunmuştur. Ayrıca ifadelerin orijinal ölçekte yer alan faktörler altında toplandığı görülmüştür.

Narsizm faktörüne ait α değeri ,93, psikopati faktörüne faktöre ait α değeri ,94, Makyavelcilik faktörüne ait α değeri ,94 olarak bulunmuştur. Ortaya çıkan üç faktörün güvenirlik katsayılarının ,70'ten (Nunnally & Bernstein, 1994: 32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir. Ölçekte açıklanan varyans değerinin % 66 (>%52) olduğu belirlenmiştir (Henson & Roberts 2006).

Tablo 1. Karanlık üçlü faktörleri

Faktörler	AFA Faktör Yüğü	DFA Faktör Yüğü
<i>Narsizm (Alpha: ,93; AVE: ,77; CR: ,93)</i> -İnsanların bana hayran olmasını isterim. -İnsanların bana ilgi göstermelerini isterim. -İnsanlardan özel iyilikler beklerim -Prestij ya da statü arama eğilimindeyim.	,886 ,919 ,880 ,879	,92 ,96 ,82 ,81
<i>Psikopati (Alpha: ,94; AVE: ,77; CR: ,93)</i> -Genellikle pişmanlık duymam. -Hissiz ya da duygusuz olma eğilimindeyim. -Davranışlarımın ahlaki olup olmamasıyla fazla ilgilenmiyorum. -Alaycı bir eğilime sahibim.	,890 ,919 ,908 ,857	,93 ,98 ,84 ,76
<i>Makyavelcilik (Alpha: ,95; AVE: ,83; CR: ,95)</i> - Amacıma ulaşmak için geçmişte hile yaptım ya da yalana başvurdum - Amacıma ulaşmak için başkalarını kendi çıkarlarım doğrultusunda kullanma eğilimindeyimdir. - Amacıma ulaşmak için pohpohlamayı kullandım. - Başkalarını kendi düşünceme yönelik olarak kullanma eğilimindeyim.	,852 ,958 ,937 ,916	,82 ,98 ,95 ,90
<i>Toplam Açıklanan Varyans: %66.442 (Narsizm: 48,488; Psikopati: 21,198; Makyavelcilik: 16,791) Özdeğerler 2,015; 2,544; 5,819 sırasıyla.</i>		

AFA sonrasında, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Analiz sonrası faktör yükleri incelendiğinde ,76 ile ,98 arasında değiştiği hesaplanmıştır. AVE değerlerinin ,73 ile ,83 arasında olduğu, CR değerlerinin ,93 ile ,95 arasında değiştiği hesaplanmıştır. (Bkz. Tablo 1).

Karanlık üçlü ölçeğine ilişkin iyi uyum indeksleri incelendiğinde; χ^2 (122,573) sd (50), χ^2 /sd (2,451), RMSEA (,130) SRMR (,067), CFI (,93), IFI (,93), NFI (,96), NNFI (,96) değerleri aldığı hesaplanmıştır. RMSEA, GFI ve AGFI değerleri haricindeki diğer uyum iyiliği değerlerinin alan yazına göre kabul edilebilir değerler aldığı görülmüştür.

Model 1’de yer alan ölçeklerden biri olan schadenfreude ölçeğine AFA uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğü değerlendirilmiştir schadenfreude ölçeğinin KMO değeri ,870 olarak hesaplanmıştır. Bartlett Test for Sphericity (BTS) değeri ise 589,715 olarak hesaplanmıştır. Bu bilgiler değerlendirildiğinde, veri setinin AFA uygulamaya uygun olduğu değerlendirilebilmektedir.

Tablo 2. *Schadenfreude ölçeğine ilişkin AFA ve DFA*

Faktörler	AFA Faktör Yüğü	DFA Faktör Yüğü
<i>Schadenfreude (Alpha: ,98; AVE: ,93; CR: ,98)</i>		
-Ezeli rakibe sponsor olmuş bir işletmenin kapanmasına sevinirim.	,978	,97
-Ezeli rakibin teknik direktörünün hukuki sorunlar yaşamasına sevinirim.	,969	,95
-Ezeli rakipten bir oyuncunun hak etmediği halde bir sezonluk ceza almasına sevinirim.	,980	,98
-Ezeli rakibin stadyumunun zarar görmesine sevinirim.	,976	,97
<i>Toplam Açıklanan Varyans: %95,183, Özdeğer: 3,807</i>		

AFA sonucu dört ifadeden oluşan tek faktörlü yapı ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yapının toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,98 olarak hesaplanmıştır. Ölçek ifadelerinin faktör yükleri incelendiğinde ,95 ile ,98 arasında değiştiği hesaplanmıştır. AVE değeri ,93 CR değerinin ise ,98 olduğu ve toplam varyansın yaklaşık %95'ini açıkladığı Tablo 2 incelendiğinde görülmektedir.

DFA temelinde schadenfreude ölçeğinin uyum indeksleri incelendiğinde; χ^2 (6,275) sd (2), χ^2 /sd (3,137), RMSEA (,158) SRMR (,005), CFI (,99), IFI (,99), NFI (,99), NNFI (,96) değerleri aldığı hesaplanmıştır. RMSEA dışındaki hesaplanan diğer tüm uyum iyiliği değerlerinin alan yazına göre kabul edilebilir değerler aldığı görülmüştür (Hu & Bentler 1999),

Tablo 3. *Takım kimliği ölçeğine ilişkin AFA ve DFA*

Faktörler	AFA Faktör Yüğü	DFA Faktör Yüğü
<i>İçselleştirme (Alpha: ,688; AVE: ,42; CR: ,69)</i>		
- Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum.	,732	,74
- Biri takımımı eleştirdiğinde bunu kişisel hakaret olarak algılarıım	,865	,64
- Takımım hakkında konuşurken, "onlar" yerine genellikle "biz" derim.	,680	,57
<i>Sahiplenme (Alpha: ,854; AVE: ,66; CR: ,85)</i>		
-Takımının başarısı benim başarımdır.	,841	,79
- Biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algılarıım.	,866	,87
-Basında takımımı eleştiren bir şey olursa bundan utanırım.	,863	,79
<i>Toplam Açıklanan Varyans: %70,274 (İçselleştirme: 19,506; Sahiplenme: 50,768) Özdeğerler 1,170; 3,046 sırasıyla.</i>		

Takım kimliği ölçeğine AFA uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğü değerlendirilmiştir. Ölçeğin; KMO değeri ,766 (>,70), olarak hesaplanmış, Bartlett Test for Sphericity (BTS) değeri ise 589,715 olarak hesaplanmıştır. Bu bilgilerden yola çıkarak, veri setinin AFA uygulamaya uygun olduğu değerlendirilebilir.

AFA sonucu altı ifadeden oluşan iki faktörlü yapı ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yapının toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,81 olarak belirlenmiştir. Ortaya çıkan ilk yapı içselleştirme değeri de sahiplenme şeklinde isimlendirilmiştir. İçselleştirme faktörünün α değeri ,688, AVE değeri ,42, CR değeri ise ,69 olarak hesaplanmıştır (Bkz. Tablo 3). Sahiplenme faktörünün α değeri ise ,854, AVE değeri ,66, CR değeri ise ,85 olarak hesaplanmıştır. DFA sonrası faktör yükleri incelendiğinde ,57 ile ,79 arasında değiştiği hesaplanmıştır.

Takım kimliği ölçeğinin uyum indeksleri incelendiğinde; χ^2 (11,210), sd (8), χ^2 /sd (1,401), RMSEA (,060) SRMR (,005), CFI (,98), IFI (,98), NFI (,94), NNFI (,96), GFI (,96), AGFI (,90) değerleri aldığı görülmektedir. RMSEA dışındaki hesaplanan diğer tüm uyum iyiliği değerlerinin alan yazına göre mükemmel uyum değerleri aralığında olduğu, RMSEA değerinin ise kabul edilebilir değer aralığında olduğu görülmüştür (Hu & Bentler 1999).

5.1.1.2. Model 2’de yer alan Ölçeklere İlişkin AFA, DFA Analizleri

Aydınlık üçlü ölçeğine AFA uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğü değerlendirilmiştir. Ölçeğin; KMO değeri ,882 (>,70), olarak hesaplanmış, Bartlett Test for Sphericity (BTS) değeri ise 1441,427 olarak hesaplanmıştır. Bu bilgiler değerlendirildiğinde, veri setinin AFA uygulamaya uygun olduğu değerlendirilebilir.

Tablo 4. *Aydınlık üçlü faktörleri*

Faktörler	AFA Faktör Yüğü	DFA Faktör Yüğü
<i>İnsanlığa inanç (Alpha: ,97; AVE: ,74; CR: ,92)</i>		
- İnsanların iyi yönlerini görmek isterim.	,834	,92
- Diğer insanların bana karşı adil davranacaklarını düşünüyorum.	,837	,96
- Bence insanlar çoğunlukla iyidir.	,866	,82
- Beni inciten/kıran insanları çabuk affederim.	,782	,81
<i>Humanizm (Alpha: ,92; AVE: ,82; CR: ,97)</i>		
- Beğendiğim insanlara hayran olabiliyorum.	,827	,93
- Başkalarının başarılarını takdir ederim.	,846	,98
- Başkalarına değerli davranma eğilimindeyim.	,860	,84
- Farklı insanları dinlemekten keyif alırım.	,857	,76
<i>Kantçılık (Alpha: ,95; AVE: ,82; CR: ,95)</i>		
- Dürüstlüğü ilgi çekici olmaya tercih ederim.	,837	,82
- İnsanları kendi çıkarlarım için kullanmak, beni rahatsız eder.	,801	
- İtibarımı zedelese bile, özgün veya farklı biri olmayı tercih ederim.		,98
- İnsanlarla menfaatim olduğu için değil, onlara değer verdiğim için konuşurum.	,850	,95
	,820	,90
<i>Toplam Açıklanan Varyans: %87,653 (İnsanlığa İnanç: 11,392; Humanizm: 67,727; Kantçılık: 8,535) Özdeğerler 1,367; 8,127; 1,024 sırasıyla.</i>		

AFA sonucu on iki ifadeden oluşan üç yapı belirlenmiştir. Belirlenen bu yapıların toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,956 olarak hesaplanmıştır. Ortaya çıkan ilk yapı insanlığa inanç olarak isimlendirilmiş, α değeri ,97, AVE ,74, CR 92 olarak hesaplanmıştır. Belirlenen ikinci yapı alan yazınla uyumlu şekilde, hümanizm olarak isimlendirilmiştir. Bu yapının α değeri ,92 AVE ,82, CR değeri ,97 olarak hesaplanmıştır. Üçüncü son yapının ismi Kantçılık olarak belirlenmiş ve α değeri ,95, AVE değeri ,82, CR değeri ise ,95 olarak hesaplanmıştır (Bkz. Tablo 4).

DFA sonrası, aydınlık üçlü ölçeğinin uyum indeksleri incelendiğinde; χ^2 (1551,614), sd (51), χ^2 /sd (2,973), RMSEA (,151) SRMR (,06), CFI (,93), IFI (,93), NFI (,90), NNFI (,96), GFI (,96), AGFI (,90) değerleri aldığı görülmektedir.

Tablo 5. Empati ölçeğine ilişkin AFA ve DFA

Faktörler	AFA Faktör Yüğü	DFA Faktör Yüğü
<i>Bilişsel empati (Alpha: ,840; AVE: ,57; CR: ,84)</i>		
<i>Sıklıkla insanlar bana nasıl hissettiklerini söylemeden bile onların nasıl hissettiğini anlayabilirim.</i>	,848	,79
<i>Arkadaşım saklamaya çalışsa bile onun sinirli olduğunu anlayabilirim</i>	,798	,83
<i>Birinin mutlu olmadığı halde mutluymuş gibi davrandığını anlayabilirim.</i>	,691	,70
<i>Diğerlerinin nasıl hissettiklerini kolayca anlayabilirim.</i>	,822	,70
<i>Duyuşsal empati (Alpha: ,832; AVE: ,56; CR: ,83)</i>		
<i>Arkadaşım korkmuşsa ben de korkarım.</i>	,784	,93
<i>Arkadaşım üzgünse ben de üzülürüm.</i>	,774	,92
<i>Arkadaşım sinirliyse ben de sinirlenirim.</i>	,782	,48
<i>Etrafımdaki insanlar gerginse ben de gergin olurum.</i>	,785	,58
<i>Toplam Açıklanan Varyans: %70,274 (İçselleştirme: 19,506; Sahiplenme: 50,768) Özdeğerler 1,170; 3,046 sırasıyla.</i>		

Empati ölçeğine AFA uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğü değerlendirilmiştir. Ölçeğin; KMO değeri ,766 (>,70), olarak hesaplanmış, Bartlett Test for Sphericity (BTS) değeri ise 589,715 olarak hesaplanmıştır. Bu bilgiler değerlendirildiğinde, veri setinin AFA uygulamaya uygun olduğu değerlendirilebilir.

AFA sonucu sekiz ifadeden oluşan iki faktörlü yapı ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yapının toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,86 olarak hesaplanmıştır. Ortaya çıkan ilk yapı bilişsel empati, ikinci yapı duyuşsal empati şeklinde isimlendirilmiştir. Bilişsel empati faktörünün α değeri ,840, AVE değeri ,57, CR değeri ise ,84 olarak hesaplanmıştır (Bkz Tablo 5). Duyuşsal empati faktörünün α değeri ise ,832, AVE değeri ,56, CR değeri ise ,83 olarak hesaplanmıştır. DFA sonrası faktör yükleri incelendiğinde ,70 ile ,93 arasında değiştiği hesaplanmıştır.

Empati ölçeğinin uyum indeksleri incelendiğinde; χ^2 (45,510) sd (19), χ^2 /sd (2,395), RMSEA (,127) SRMR (,076), CFI (,92), IFI (,92), NFI (,87) değerleri aldığı görülmektedir. Bu durum değerlendirildiğinde, uyum değerlerinin (RMSEA, NFI) belirtilen kriterlerin altında kaldığı, diğer değerlerin kabul edilir değer aralıklarında olduğu görülmektedir (Hu & Bentler 1999).

Fair play ölçeğine AFA uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğü değerlendirilmiştir schadenfreude ölçeğinin KMO değeri ,870, olarak hesaplanmıştır. Bartlett Test for Sphericity (BTS) değeri ise 589,715 olarak hesaplanmıştır. Bu bilgiler değerlendirildiğinde, veri setinin AFA uygulamaya uygun olduğu değerlendirilebilmektedir.

Tablo 6. Fair play ölçeğine ilişkin AFA ve DFA

Faktörler	AFA Faktör Yüğü	DFA Faktör Yüğü
<i>Fair play (Alpha: ,789; 51: ,93; CR: ,80)</i>		
- Rakip taraftar bana saldırdığında aynı şekilde karşılık veririm.	,812	,70
- Rakip takımın kışkırtmalarına/tahriklerine karşılık veririm.	,833	,78
- Hakemin kararının adil olup olmadığını sorgularım.	,590	,45
- Rakip sert oynadığında, takımımın sert oynamasını desteklerim.	,882	,87
<i>Toplam Açıklanan Varyans: %61,969 Özdeğer: 2,479</i>		

DFA sonrası, fair play ölçeğinin uyum indeksleri incelendiğinde; χ^2 (2,545), sd (2), χ^2 /sd (1,272), RMSEA (,056) SRMR (,005), CFI (,99), IFI (,99), NFI (,97), NNFI (,96), GFI (,96), AGFI (,90) değerleri aldığı görülmektedir.

Pilot çalışma verilerine uygulanan AFA ve DFA sonrası güvenilirlik katsayılarının ve iyi uyum indekslerinin eşik değerlerin altında kalması sonucu, ilgili ölçekler üzerinde, uzman görüşleri doğrultusunda, ifadeler yeniden ele alınmış ve değerlendirilmiştir. Karanlık üçlü ölçeğindeki; “alaycı olma eğilimindeyim” ifadesi yerine, “alaycı bir eğilime sahibim”, “pişmanlık duymaktan kaçınırım” ifadesi yerine “genellikle pişmanlık duymam” ifadeleri kullanılmıştır. Ayrıca, aydınlık üçlü ölçeğindeki; “İnsanların iyi taraflarını görmek eğilimindeyimdir” ifadesi yerine “İnsanların iyi yönlerini görmek isterim” ifadesi, “dürüst olmayı çekiciliğe tercih ederim” ifadesi yerine “dürüstlüğü ilgi çekici olmaya tercih ederim” vb. ifadeleri kullanılmıştır. Bu düzeltmeler sonrası, araştırmada kullanılacak ölçekler son hallerini almıştır.

5.2. Araştırma Katılımcılarına İlişkin Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerinin, yaşlarının, meslek durumlarının, eğitim durumlarının ve aylık ortalama gelir düzeylerinin frekans ve yüzde verileri Tablo 7’de gösterilmiştir.

Katılımcıların, %70,7’si (490) erkek, %30,9’u (219 kişi) kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde, % 30,5’inin (216 kişi) 22 ve daha küçük yaşta olduğu, % 17,8’inin (126 kişi) 23 – 27 yaş aralığında olduğu, %7,8’inin (55 kişi) 28 – 32 yaş aralığında olduğu, %7,9’unun (56 kişi) 33 – 38 yaş aralığında olduğu ve %36,1’inin (256 kişi) 38 ve daha üzeri yaşta olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları

Değişken	Frekans	%
Cinsiyet		
Kadın	219	30,9
Erkek	490	69,1
Yaş		
22 ve <	216	30,15
23 - 27	126	17,8
28 – 32	55	7,8
33 – 38	56	7,9
39 ve >	256	36,1
Meslek		
Memur	128	18,1
İşçi	61	8,6
Emekli	19	2,7
Yönetici	26	3,7
Esnaf	9	1,3
Serbest Meslek	28	3,9
Öğrenci	278	39,2
Mühendis	46	6,5
Diğer	114	16,1
Eğitim Durumu		
İlköğretim	4	0,6
Lise	84	11,8
Üniversite (Lisans veya Önlisans)	506	71,4
Lisansüstü (Yüksek lisans veya Doktora)	115	16,2
Medeni Durum		
Evli	256	36,1
Bekar	436	61,5
Diğer	17	2,4
Toplam	709	%100

Katılımcıların meslek grupları incelendiğinde, %18,1’inin (128 kişi) memur, %6,1’inin (61 kişi) işçi, %2,7’sinin (19 kişi) emekli olduğu, %3,7’sinin (26 kişi) yönetici,

% 1,3'ünün serbest meslekle uğraştığı, % 39,2'sinin (278 kişi) öğrenci olduğu, %6,5'inin (46 kişi) mühendis olduğu ve %16'sinin (114 kişi) diğer meslek gruplarında olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; %0,6'sının (4 kişi) ilköğretim, %11,8'inin (84 kişi) lise, %71,4'ünün (506 kişi) üniversite (lisans veya ön lisans), %16,2'sinin (115 kişi) lisansüstü (yüksek lisans veya doktora) eğitim duruma sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde, %36,1'inin (256 kişi) evli, % 61,5'inin (436 kişi) bekar olduğu, %16,2'sinin (17 kişi) diğer seçeneğini işaretlediği anlaşılmaktadır.

5.3. Taraftarlığa İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Araştırmaya katılanların taraftarlıklarına ilişkin tanımlayıcı bulguların frekans ve yüzde verileri Tablo 8'de gösterilmiştir.

Katılımcıların %26,2'sinin (186 kişi) Beşiktaş taraftarı olduğu, %28,5'inin (202 kişi) Fenerbahçe taraftarı olduğu, %37'sinin (262 kişi) Galatasaray taraftarı olduğu, %8,5'inin diğer takımların taraftarı olduğu görülmektedir. Katılımcıların bir sezondaki stadyumda müsabaka izleme durumları değerlendirildiğinde, %51,5'inin (365 kişi) stadyumda hiç müsabaka izlemedikleri, %25'inin (177 kişi) 3 veya daha az müsabaka izledikleri, %9,6'sının (68 kişi) 4-7 kez müsabaka izledikleri, %6,2'sinin (44 kişi) 8-12 kez müsabaka izledikleri, %7,8'inin (55 kişi) 13 veya daha fazla kez stadyumda müsabaka izledikleri görülmektedir. Katılımcıların bir sezondaki deplasmanda müsabaka izleme durumları değerlendirildiğinde, %69,4'ünün (492 kişi) deplasmanda hiç müsabaka izlemedikleri, % 22,4'ünün (159 kişi) 3 veya daha az müsabaka izledikleri, %3,8'inin (27 kişi) 4-7 kez müsabaka izledikleri, %2,1'inin (15 kişi) 8-12 kez müsabaka izledikleri, % 2,3'ünün (16 kişi) 13 veya daha fazla deplasmanda müsabaka izledikleri görülmektedir. Katılımcıların müsabakaları medyada takip etme durumları incelendiğinde; %89'4'ünün (634 kişi) evet seçeneğini işaretlediği, %10,6'sının (75 kişi) hayır seçeneğini işaretlediği görülmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların taraftarlıklarına ilişkin tanımlayıcı özelliklerine göre dağılımlar

Değişken	Frekans	%
Taraftarı Olunan Futbol Kulübü		
Beşiktaş	186	26,2
Fenerbahçe	202	28,5
Galatasaray	262	37,0
Diğer	59	8,5
Stadyumda Müsabaka İzleme Sıklığı		
Hiç	365	51,5
3 veya daha <	177	25,0
4-7	68	9,6
8-12	44	6,2
13 veya daha >	55	7,8
Deplasmanda Müsabaka İzleme Sıklığı		
Hiç	492	69,4
3 veya daha <	159	22,4
4-7	27	3,8
8-12	15	2,1
13 veya daha >		
Müsabakaları Medyada Takip Etme Durumu		
Evet	634	89,4
Hayır	75	10,6

5.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

5.4.1. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin Normal Dağılım

Tablo 9’da görüleceği üzere karanlık üçlü, schadenfreude ve takım kimliği ölçeklerine ilişkin ifadelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri değerlendirilmiştir.

Tablo 9 incelendiğinde; çarpıklık değerlerinin $-0,311 - 1,509$ (<2) aralığında olduğu, basıklık değerlerinin de $-1,310$ ile $2,438$ (<7) aralığında yer aldığı görülmektedir. Çarpıklık değerlerinin tümü ± 2 aralığında ve basıklık değerlerinin tümü ± 7 aralığında yer almaktadır. Bu da verilerin normal dağıldığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Watkins, 2021, s.144).

Tablo 9. Model 1’de yer alan ölçeklere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri

Değişken	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Karanlık Üçlü Ölçeği		
- İnsanların bana hayran olmasını isterim.	,816	-,106
- İnsanların bana ilgi göstermelerini isterim.	,641	-,535
- İnsanlardan özel iyilikler beklerim	,789	-,122
- Prestij ya da statü arama eğilimindeyim.	,923	,167
- Genellikle pişmanlık duymam.	,826	,097
- Hissiz ya da duygusuz olma eğilimindeyim.	1,194	1,202
- Davranışlarımın ahlaki olup olmamasıyla fazla ilgilenmiyorum.	1,509	2,438
- Alaycı bir eğilime sahibim.	1,167	,851
- Amacıma ulaşmak için geçmişte hile yaptım ya da yalana başvurdum	1,126	,489
- Amacıma ulaşmak için başkalarını kendi çıkarlarım doğrultusunda kullanma eğilimindeyimdir.	1,178	,400
- Amacıma ulaşmak için pohpohlamayı kullandım.	1,020	,546
- Başkalarını kendi düşünceme yönelik olarak kullanma eğilimindeyim.	1,295	1,729
Schadenfreude Ölçeği		
- Ezeli rakibe sponsor olmuş bir işletmenin kapanmasına sevinirim.	1,210	,413
- Ezeli rakibin teknik direktörünün hukuki sorunlar yaşamasına sevinirim.	1,219	,702
- Ezeli rakipten bir oyuncunun hak etmediği halde bir sezonluk ceza almasına sevinirim.	1,433	,948
- Ezeli rakibin stadyumunun zarar görmesine sevinirim.	1,476	1,015
Takım Kimliği Ölçeği		
- Biri takımımı eleştirdiğinde bunu kişisel hakaret olarak algılarım.	,792	-,499
- Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum.	,417	-1,090
- Takımım hakkında konuşurken, "onlar" yerine genellikle "biz" derim.	-,311	-1,169
- Takımının başarısı benim başarımdır.	-,010	-1,310
- Biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algılarım.	,463	-,900
- Basında takımımı eleştiren bir şey olursa bundan utanırım.	,408	-,812

5.4.2. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Araştırma kapsamında kullanılan karanlık üçlü, Schadenfreude ve takım kimliği ölçeklerine ilişkin boyutların belirlenmesi amacıyla AFA uygulanmıştır. AFA araştırmacılar tarafından teori üretmek için kullanılan bir tekniktir. Daha büyük bir değişkenler kümesini temsil edebilecek daha az sayıda gizli faktörü belirlemeyi amaçlar (Henson & Roberts 2006, s.395).

Açımlayıcı faktör analizinin (AFA) uygulanması için örneklem yeterliliğine bakmak gerekmekte ve yeterliliğe karar vermek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testinden yararlanılmaktadır (Zhang vd., 2003). KMO değerlerinin <,50 olmasının kabul edilemez olduğu ifade edilmiş (Kaiser, 1974), ancak araştırmacılar kabul edilebilirlik için minimum ,60 değerini önerirken $\geq$,70 değerini tercih etmişlerdir (Watkins, 2021, s. 63). Yaygın görüşe göre de ,5 ile ,7 arasındaki değerler vasat, ,7 ile ,8 arasındaki değerler iyi, ,8 ile ,9 arasındaki değerler harika ve ,9'un üzerindeki değerler mükemmel şeklinde

yorumlanmaktadır (Hutcheson & Sofroniou, 1999, s. 225; Field, Miles ve Field 2012, s.769; Hair vd, 2014, s.102). Ayrıca, Henson & Roberts (2006) bir ölçme aracıda açıklanan varyans değerinin %52 ve üzerinde sağlanması gerektiğini belirtmişlerdir.

5.3.2.1. Karanlık üçlü ölçeği

Verilerin faktör AFA uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve Barlett küresellik test sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda Barlett küresellik test sonuçları (3841,965, df: 66, p: ,00) ve KMO değeri (,830) olarak tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında değerlendirdiğimizde çalışmanın veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir (Kaiser, 1974), Ayrıca, tüm faktörler için öz değer (eigenvalue) 1'den büyük olarak atanmıştır.

AFA sonucunda üç faktöre ayrılan on iki ifadenin toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,824 olarak bulunmuştur. Birinci faktöre ait α değeri ,901, ikinci faktöre ait α değeri ,778, üçüncü faktöre ait α değeri ,823 olarak bulunmuştur. Birinci faktör, narsizm, ikinci faktör psikopati, üçüncü faktör Makavelcilik olarak isimlendirilmiştir. Ortaya çıkan üç faktörün güvenirlik katsayılarının ,70'ten (Nunnally & Bernstein, 1994, s.32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, Henson & Roberts (2006) bir ölçme aracıda açıklanan varyans değerinin %52 ve üzerinde sağlanması gerektiğini ifade etmektedirler, bu ölçekte açıklanan varyans değerinin %68 olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 10). Bu noktada açıklanan toplam varyans değerinin yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 10. *Karanlık üçlü faktörleri*

Faktörler	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans (Özdeğer)
<i>Narsizm</i> -İnsanların bana hayran olmasını isterim. -İnsanların bana ilgi göstermelerini isterim. -İnsanlardan özel iyilikler beklerim -Prestij ya da statü arama eğilimindeyim.	,874 ,899 ,835 ,842	34,342 (4,121)
<i>Psikopati</i> -Genellikle pişmanlık duymam. -Hissiz ya da duygusuz olma eğilimindeyim. -Davranışlarımın ahlaki olup olmamasıyla fazla ilgilenmiyorum. -Alaycı bir eğilime sahibim.	,735 ,781 ,790 ,759	14,395 (1,727)
<i>Makyavelcilik</i> - Amacıma ulaşmak için geçmişte hile yaptım ya da yalana başvurdum - Amacıma ulaşmak için başkalarını kendi çıkarlarım doğrultusunda kullanma eğilimindeyimdir. - Amacıma ulaşmak için pohpohlamayı kullandım. - Başkalarını kendi düşünceme yönelik olarak kullanma eğilimindeyim.	,779 ,830 ,794 ,784	20,006 (2,401)
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		%68,744

AFA sonucu ortaya çıkan faktörler incelendiğinde; birinci faktör olan narsizm faktörü altında dört ifade bulunmaktadır ve bu ifadeler taraftarların narsist kişilik özelliklerini belirlemeye yöneliktir. İfadelerin faktör yükleri ,842 - ,899 arasında değişmekte ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %34'ünü açıklamaktadır. İkinci faktör olan psikopati faktörü dört ifadeden oluşmakta olup, katılımcıların psikopatik kişilik özelliğini değerlendirmeye yöneliktir. İfadelerin faktör yükleri incelendiğinde ,735 - ,790 arasında değiştiği görülmektedir. Toplam açıklanan varyansın yaklaşık %14'ünü açıklamaktadır. Son faktör olan Makyavelcilik altında dört ifade yer aldığı görülmektedir. Taraftarların Makyavelci kişilik özelliklerini değerlendirmeye yönelik ifadelerin yer aldığı faktördeki faktör yükleri incelendiğinde, ,779 - ,830 arasında değiştiği hesaplanmıştır ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %20'sini açıklamaktadır.

5.3.2.2. Schadenfraude ölçeği

Verilerin faktör AFA uygunluğunu test etmek Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve amacıyla Barlett küresellik test sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda Barlett küresellik test sonuçları (938,148, df: 6, p: ,00) ve KMO değeri (,796) olarak tespit edilmiştir (>70). Bu bilgiler ışığında değerlendirdiğimizde çalışmanın veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir (Kaiser, 1974),

Tablo 11. Schadenfraude Ölçeği

Faktör	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans (Özdeğer)
-Ezeli rakibe sponsor olmuş bir işletmenin kapanmasına sevinirim.	,793	64,561 (2,582)
-Ezeli rakibin teknik direktörünün hukuki sorunlar yaşamasına sevinirim.	,776	
-Ezeli rakipten bir oyuncunun hak etmediğı halde bir sezonluk ceza almasına sevinirim.	,821	
-Ezeli rakibin stadyumunun zarar görmesine sevinirim.	,823	
Toplam Açıklanan Varyans		%64,561

AFA sonucunda dört ifadeden oluşan tek bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapının toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,817 olarak bulunmuştur. Ortaya çıkan tek faktörün güvenirlik katsayılarının ,70'ten (Nunnally & Bernstein, 1994, s.32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir. Schadenfraude ölçeğinde toplam açıklanan varyans değerinin %64 olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 11).

Taraftarların bir başkasının acısından zevk alma düzeylerini belirlemeyi ve değerlendirmeyi amaçlayan ifadelerin yer aldığı bu boyuttaki faktör yükleri incelendiğinde, ,770 - ,823 arasında değiştiğı hesaplanmıştır ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %64'ünü açıklamaktadır.

5.3.1.3. Takım kimliği ölçeğı

Verilerin faktör AFA uygunluğunu test etmek Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve amacıyla Barlett küresellik test sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda Barlett küresellik test sonuçları (1459,152 df: 15, p: ,00) ve KMO değeri (,791) olarak tespit edilmiştir (>70).

Tablo 12. Takım kimliği ölçeğı

Faktör	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans (Özdeğer)
<i>İçselleştirme</i>		
- Biri takımımı eleştirdiğinde bunu kişisel hakaret olarak algılarım.	,756	17,850 (1,071)
- Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum.	,800	
- Takımım hakkında konuşurken, "onlar" yerine genellikle "biz" derim.	,762	
<i>Sahiplenme</i>		
- Takımının başarısı benim başarımdır.	,796	51,431 (3,086)
- Biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algılarım.	,843	
- Basında takımımı eleştiren bir şey olursa bundan utanırım.	,852	
Toplam Açıklanan Varyans		%69,280

AFA sonucunda iki faktöre ayrılan altı ifadenin toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,808 olarak bulunmuştur. Birinci faktöre ait α değeri ,901, ikinci faktöre ait α değeri ,778'dir. Birinci faktör, içselleştirme, ikinci faktör sahiplenme olarak isimlendirilmiştir. Ortaya çıkan iki faktörün güvenirlik katsayılarının ,70'den (Nunnally & Bernstein, 1994, s.32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, Henson & Roberts (2006) bir ölçme aracında açıklanan varyans değerinin %52 ve üzerinde sağlanması gerektiğini ifade etmektedirler, bu ölçekte açıklanan toplam varyans değerinin yaklaşık %69 olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 12). Bu noktada hesaplanan açıklanan toplam varyans değerinin yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Taraftarların takım kimliği düzeylerini değerlendirmeyi amaçlayan ifadelerin yer aldığı birinci içselleştirme faktöründeki faktör yükleri incelendiğinde, ,756 - ,800 arasında değiştiği, sahiplenme faktöründeki faktör yüklerinin de ,796 - ,852 arasında değişiklik gösterdiği hesaplanmıştır ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %69'unu açıkladığı belirlenmiştir.

5.4.3. Aydınlik Üçlü Modelindeki (Model 2) Ölçeklere İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

5.4.3.1. Aydınlik üçlü (model 2) ölçeklerine ilişkin normal dağılım

Tablo 13'te görüleceği üzere aydınlık üçlü, duyuşsal empati ve fair play ölçeklerine ilişkin ifadelerinin çarpıklık ve basıklık değerlerinin; çarpıklık -1,779 – ,802 (<2) aralığında, basıklık değerlerinin de -1,507 ile 4,529 (<7) aralığında yer aldığı görülmektedir. Çarpıklık değerlerinin tümü ± 2 aralığında ve basıklık değerlerinin tümü ± 7 aralığında yer almaktadır. Bu da verilerin normal dağıldığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Watkins, 2021, s.144).

Tablo 13. Model 2’de yer alan ölçeklere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri

Değişken	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Aydınlık Üçlü Ölçeği		
- İnsanların iyi yönlerini görmek isterim.	-,878	,403
- Diğer insanların bana karşı adil davranacaklarını düşünüyorum.	-,646	,247
- Bence insanlar çoğunlukla iyidir.	-,709	,153
- Beni inciten/kıran insanları çabuk affederim.	-,887	,818
- Beğendiğim insanlara hayran olabiliyorum.	-1,180	3,126
- Başkalarının başarılarını takdir ederim.	-1,700	4,529
- Başkalarına değerli davranma eğilimindeyim.	-1,550	3,961
- Farklı insanları dinlemekten keyif alırım.	-1,559	3,862
- Dürüstlüğü ilgi çekici olmaya tercih ederim.	-1,749	4,049
- İnsanları kendi çıkarlarım için kullanmak, beni rahatsız eder.	-1,589	3,272
- İtibarımı zedelese bile, özgün veya farklı biri olmayı tercih ederim.	-,935	1,837
- İnsanlarla menfaatim olduğu için değil, onlara değer verdiğim için konuşurum.	-1,449	2,845
Duyuşsal Empati Ölçeği		
- Arkadaşım korkmuşsa ben de korkarım.	,001	-,893
- Arkadaşım üzgünse ben de üzülürüm.	-,594	-,069
- Arkadaşım sinirliyse ben de sinirlenirim.	-,072	-,716
- Etrafımdaki insanlar gerginse ben de gergin olurum.	-,358	-,741
Fair play Ölçeği		
- Rakip taraftar bana saldırdığında aynı şekilde karşılık veririm.	,610	-,759
- Rakip takımın kışkırtmalarına/tahriklerine karşılık veririm.	,802	-,207
- Hakemin kararının adil olup olmadığını sorgularım.	-,098	-1,507
- Rakip sert oynadığında, takımımın sert oynamasını desteklerim.	,218	-1,303

5.4.3.2. Aydınlık üçlü ölçeği

Verilerin faktör AFA uygunluğunu test etmek Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve amacıyla Barlett küresellik test sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda Barlett küresellik test sonuçları (3003,577, df: 66, p: ,00) ve KMO değeri (,845) olarak tespit edilmiştir.

Faktör Analizi Bulguları Araştırma kapsamında kullanılan aydınlık üçlü, takım kimliği, duyuşsal empati ve fair play ölçeklerine ilişkin boyutların belirlenmesi amacıyla AFA uygulanmıştır. AFA araştırmacılar tarafından teori üretmek için kullanılan bir tekniktir. Daha büyük bir değişkenler kümesini temsil edebilecek daha az sayıda gizli faktörü belirlemeyi amaçlar (Henson & Roberts 2006, s.395).

Tablo 14. *Aydınlık üçlü faktörleri ve ifadeleri*

Faktörler	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans (Özdeğer)
<i>İnsanlığa İnanç</i> - İnsanların iyi yönlerini görmek isterim. - Diğer insanların bana karşı adil davranacaklarını düşünüyorum. - Bence insanlar çoğunlukla iyidir. - Beni inciten/kıran insanları çabuk affederim.	,657 ,832 ,838 ,764	15,590 (1,871)
<i>Humanizm</i> - Beğendiğim insanlara hayran olabiliyorum. - Başkalarının başarılarını takdir ederim. - Başkalarına değerli davranma eğilimindeyim. - Farklı insanları dinlemekten keyif alırım.	,697 ,807 ,793 ,671	10,792 (1,295)
<i>Kantçılık</i> - Dürüstlüğü ilgi çekici olmaya tercih ederim. - İnsanları kendi çıkarları için kullanmak, beni rahatsız eder. - İtibarımı zedelese bile, özgün veya farklı biri olmayı tercih ederim. - İnsanlarla menfaatim olduğu için değil, onlara değer verdiğim için konuşurum.	,771 ,796 ,692 ,788	36,316 (4,358)
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		%62,698

AFA sonucunda üç faktöre ayrılan on iki ifadeden oluşan ölçeğin toplam güvenilirliği (Cronbach Alpha= α) ,839 olarak hesaplanmıştır. Birinci faktöre ait α değeri ,802 ikinci faktöre ait α değeri ,781, üçüncü faktöre ait α değeri ,806 olarak hesaplanmıştır. Birinci faktör, insanlığa inanç, ikinci faktör hümanizm, üçüncü faktör Kantçılık olarak isimlendirilmiştir. Ortaya çıkan üç faktörün güvenilirlik katsayılarının ,70'ten (Nunnally & Bernstein, 1994, s.32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, Henson & Roberts (2006) bir ölçme aracında açıklanan varyans değeri %52 ve üzerinde sağlanması gerektiğini ifade etmektedirler, bu ölçekte açıklanan varyans değeri yaklaşık %62 olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 14).

AFA sonucu ortaya çıkan faktörler incelendiğinde; birinci faktör olan insanlığa inanç faktörü altında dört ifade bulunmaktadır ve bu ifadeler taraftarların katılımcıların insanlığa olan inançlarını değerlendirmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır. İfadelerin faktör yükleri ,657- ,838 arasında değişmekte ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %15'ini açıklamaktadır.

Hümanizm olarak isimlendirilen ikinci faktör dört ifadeden oluşmakta olup, katılımcıların hümanist kişilik özelliklerini değerlendirmeye yöneliktir. İfadelerin faktör yükleri incelendiğinde ,671 - ,807 arasında değiştii görülmektedir. Toplam açıklanan varyansın yaklaşık %10'unu açıklamaktadır.

Son faktör olan Kantçılık faktöründe altında dört ifade yer aldığı görülmektedir. Taraftarların Kantçı kişilik özelliklerini değerlendirmeye yönelik ifadelerin yer aldığı

faktördeki faktör yükleri incelendiğinde, ,779 - ,830 arasında değiştiği hesaplanmıştır ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %36'sını açıklamaktadır.

5.4.3.3. Duyuşsal empati ölçeği

Verilerin faktör AFA uygunluğunu test etmek Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve amacıyla Barlett küresellik test sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda Barlett küresellik test sonuçları (697,414 df: 6, p: ,00) ve KMO değeri (,728) olarak tespit edilmiştir. Veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğu tespit edildikten sonra, araştırma kapsamında kullanılan Duyuşsal Empati ölçeğine ilişkin boyutların belirlenmesi amacıyla AFA uygulanmıştır.

Tablo 15. Duyuşsal empati ifadeleri

Faktör	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans (Özdeğer)
<i>Duyuşsal Empati</i> - Arkadaşım korkmuşsa ben de korkarım. - Arkadaşım üzgünse ben de üzölürüm. - Arkadaşım sinirliyse ben de sinirlenirim. - Etrafımdaki insanlar gerginse ben de gergin olurum.	,755 ,727 ,849 ,702	57,789 (2,312)
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		%57,789

AFA sonucunda dört ifadeden oluşan tek bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapının toplam güvenilirliği (Cronbach Alpha= α) ,754 olarak hesaplanmıştır. Ortaya çıkan tek faktörün güvenilirlik katsayılarının ,70'ten (Nunnally & Bernstein, 1994, s.32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilmektedir. Duyuşsal empati ölçeğinde toplam açıklanan varyans değerinin yaklaşık %57 (>52) olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 15).

AFA sonucu ortaya çıkan yapı incelendiğinde; duyuşsal empati faktörü altında dört ifade bulunmaktadır ve bu ifadeler taraftarların duyuşsal empati kişilik özelliklerini belirlemeye yöneliktir. İfadelerin faktör yükleri ,702 - ,849 arasında değişmekte ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %57'sini açıklamaktadır. Yeterli faktör yüküne sahip olmayan dört ifade çalışmadan çıkarılmıştır.

5.4.3.4. Fair play ölçeği

Verilerin faktör AFA uygunluğunu test etmek Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve amacıyla Barlett küresellik test sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda Barlett küresellik test sonuçları (755,821, df: 6, p: ,00) ve KMO değeri (,741) olarak tespit edilmiştir. Verilerin analiz yapmaya uygun olduğu belirlendikten sonra araştırma kapsamında kullanılan fair play ölçeğine ilişkin boyutların belirlenmesi amacıyla AFA uygulanmıştır.

Tablo 16. Fair play ifadeleri

Faktör	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans (Özdeğer)
<i>Fair play</i> - Rakip taraftar bana saldırdığında aynı şekilde karşılık veririm. - Rakip takımın kışkırtmalarına/tahriklerine karşılık veririm. - Hakemin kararının adil olup olmadığını sorgularım. - Rakip sert oynadığında, takımımın sert oynamasını desteklerim.	,682 ,758 ,760 ,864	59,121 (2,365)
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		%59,121

AFA sonucunda dört ifadeden oluşan tek bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapının toplam güvenirliği (Cronbach Alpha= α) ,754 olarak hesaplanmıştır. Ortaya çıkan tek faktörün güvenirlik katsayılarının ,70'ten (Nunnally & Bernstein, 1994, s.32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilmektedir. Ölçeğinde toplam açıklanan varyans değerinin yaklaşık %59 (>52) olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 16).

AFA sonucu ortaya çıkan yapı incelendiğinde; fair play yapısı altında dört ifade bulunduğu ve bu ifadeler taraftarların fair play davranışlarını belirlemeye yönelik olduğu görülmektedir. İfadelerin faktör yükleri ,862 - ,864 arasında değişmekte ve toplam açıklanan varyansın yaklaşık %59'unu açıklamaktadır.

5.5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Bulguları

AFA sonucunda ortaya çıkan boyutların ve faktör yapısının sınanması amacıyla Doğrulayıcı Modelde yer alan ölçeklerin her birine, modelde yer alan ölçeklerin oluşturduğu yapılara bu aşamada DFA uygulanmıştır. DFA, bir ölçüm modelini önceden belirlemek için teorik veya içerik bilgisi gerektirir ve ardından belirlenen modelin gözlenen göstergelerin ortalamalarına, varyanslarına ve kovaryanslarına ne kadar iyi

uyduğunu ele alır (Roos & Bauldry, 2021, s.3). Doğrulayıcı faktör modeli yaklaşımlarında, varsayılan bir faktör modelinin anlamlılığını, yani örnek verilerin modeli doğrulayıp doğrulamadığını istatistiksel olarak test etmeye çalışır ve modele uyan ilave veri örnekleri hipotezlenen modelin geçerliğini daha da teyit eder (Schumacker & Lomax, 2004, s.168). Özetle, DFA anket veya ölçme araçlarındaki maddelerin altında yatan gizli faktörlerin yapı geçerliğini test etmek için kullanılır (Whittaker & Schumacker, 2022, s. 186).

5.5.1. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin DFA Sonuçları

DFA sonrası elde edilen bulgular aşağıda tablolar ve açıklamalarıyla birlikte değerlendirilmiştir. Ki-kare değeri büyük örnekleme hassas olduğundan araştırmacılar çoğunlukla ek uyum indekslerine başvurmaktadır. Bu nedenle modelin uyum iyiliği, normlu uyum indeksi (NFI), normsuz uyum indeksi (NNFI), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), arttırmalı uyum indeksi (IFI) yaklaşım hatasının ortalama karekökü (RMSEA), uyum iyiliği indeksi (GFI), düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi (AGFI), standardize edilmiş ortalama karekök artık (SRMR) ile değerlendirildi. İyi bir model uyumu için serbestlik derecesi (χ^2/sd) ile normalize edilen ki-kare değeri 3'ü geçmemelidir (Chiu & Wang, 2008). Hu & Bentler (1999) CFI için ,95 ve SRMR için ,09 kesme noktasını önermişlerdir. Chiu, Hsu & Wang (2006)'a göre, AGFI ve NNFI sırasıyla ,8 ve ,9'u geçmelidir. Ayrıca ,1'den yüksek RMSEA değerleri zayıf uyumu, ,08 veya daha düşük değerler yeterli uyumu, ,06'dan küçük değerlerin ise iyi uyumu gösterdiği belirtilmiştir. (Browne & Cudeck, 1993). Uyum iyiliği için; Ki-Kare (χ^2), serbest dağılım (sd), RMSEA, SRMR, CFI, IFI, NFI, NNFI, GFI, AGFI değerleri hesaplanmıştır.

5.5.1.1. Karanlık üçlü DFA sonuçları

Çalışmanın amaçlarına ulaşması adına elde edilen verilere ilişkin katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda ortaya çıkan boyutların ve faktörlerin aritmetik ortalamalarının değerlendirilmesinin genel bir fikir oluşturacağı düşünülmektedir. Buna göre ilgili ifadelerin faktör yükleri ve t değerleri Tablo 17'de aktarılmıştır. Faktör yüklerinin, (,57) ile (,88) arasında değiştiği, t değerinin ise (15,14) ile (28,91) arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 17. *Karanlık üçlü ölçeğinin boyutları ve ifadeleri*

Faktör/İfadeler	FY	t
<i>Narsizm</i>		
-İnsanların bana hayran olmasını isterim.	,86	27,86
-İnsanların bana ilgi göstermelerini isterim.	,88	28,91
-İnsanlardan özel iyilikler beklerim	,80	24,69
-Prestij ya da statü arama eğilimindeyim.	,79	24,64
<i>Psikopati</i>		
-Genellikle pişmanlık duymam.	,57	15,14
-Hissiz ya da duygusuz olma eğilimindeyim.	,64	17,52
-Davranışlarımın ahlaki olup olmamasıyla fazla ilgilenmiyorum.	,80	22
-Alaycı bir eğilime sahibim.	,79	22,42
<i>Makyevelizm</i>		
- Amacıma ulaşmak için geçmişte hile yaptım ya da yalana başvurdum	,72	20,77
- Amacıma ulaşmak için başkalarını kendi çıkarlarım doğrultusunda kullanma eğilimindeyimdir.	,78	22,92
- Amacıma ulaşmak için pohpohlamayı kullandım.	,77	22,49
- Başkalarını kendi düşünceme yönelik olarak kullanma eğilimindeyim.	,75	21,55
FY= Faktör yükü		

Faktör yüklerine ilişkin genel bir kural olarak ,71'in üzerindeki yükler mükemmel, ,63 çok iyi, ,55 iyi, ,45 orta ve ,32 zayıf olarak değerlendirilmektedir (Tabachnick & Fidell, 2007).

Kabul edilebilir model uyumu için çeşitli ölçütler mevcuttur. RMSEA'nın ,06 veya daha az, SRMR'nin ,08 veya daha az, CFI'nin ,95 veya daha fazla olması önerilmektedir. Bu kriterlerin katı olmaması dikkat çekicidir ve "yakın" ifadesinin kullanılması vurgulanmaktadır. ki-kare, RMSEA, CFI ve SRMR için %90 güven aralığının raporlanması önerilmektedir. $\leq$,05 RMSEA değerlerinin yakın bir uyuma işaret ettiği, ,05 ile ,08 arasındaki değerlerin makul, kabul edilebilir uyum olduğu ve $\geq$,10 RMSEA değerlerinin zayıf uyuma işaret ettiği belirtilir. CFI değerlerinin "kabaca ,9'dan büyük olması araştırmacının modelinin makul ölçüde iyi bir uyuma sahip olduğunu gösterebilir" (Harrington, 2009, s. 53).

Tablo 18 incelendiğinde, karanlık üçlü ölçeğinden elde edilen değerlerin tamamının beklenen değer aralığında olduğu görülmektedir. Bu verilere göre, ilgili değerler içerisinde χ^2 (206,21) sd (51), χ^2 /sd (4,04) değerlerinin kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, RMSEA (,066) SRMR (,50), CFI (,97), IFI (,97), NFI (,96), NNFI (,96), GFI (,95), AGFI (,93) değerlerinin mükemmel uyum aralığında olduğu saptanmıştır (Hair vd.,1998; Hu & Bentler 1998; Brown & Cudeck 1993).

Tablo 18. *Karanlık üçlü ölçeğine ilişkin model uyum değerleri*

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	206,21	-		
Sd	51	-		
χ^2 /Sd	4,04	1 ile 3 arası; < 5	Kabul edilebilir	Kline (2005)
RMSEA	,066	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,050	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	,97	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,97	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	,96	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	,96	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	,95	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,93	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.4.1.2. Schadenfraude ölçeği dfa sonuçları

Tablo 19 incelendiğinde schadenfreude ölçeğine ilişkin faktör yükleri ve t değerleri yer aldığı görülmektedir. Tabloya göre, ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerinin, (,68) ile (,77) arasında değiştiği, t değerinin ise (18,87) ile (28,91) arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 19. *Schadenfraude ölçeğinin ifadeleri*

Faktör/İfadeler	FY	t
<i>Schadenfraude</i>		
-Ezeli rakibe sponsor olmuş bir işletmenin kapanmasına sevinirim.	,70	19,57
-Ezeli rakibin teknik direktörünün hukuki sorunlar yaşamasına sevinirim.	,68	18,87
-Ezeli rakipten bir oyuncunun hak etmediği halde bir sezonluk ceza almasına sevinirim.	,77	21,82
-Ezeli rakibin stadyumunun zarar görmesine sevinirim.	,77	22,09
FY= Faktör yükü		

Schadenfreude ölçeğinden elde edilen değerlerin yer aldığı Tablo 20 incelendiğinde, değerlerin tamamının beklenen aralıkta olduğu görülmektedir. Bu verilere göre, ilgili değerler içerisinde χ^2 (11,11), sd (2), χ^2 /sd (5,55), RMSEA (,08) değerlerinin kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, SRMR (,019), CFI (,99), IFI (,99), NFI (,99), NNFI (,98), GFI (,99), AGFI (,96) değerlerinin mükemmel uyum aralığında olduğu hesaplanmıştır.

Tablo 20. Schadenfreude ölçeğine ilişkin model uyum değerleri

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	11,11	-		
Sd	2	-		
χ^2/Sd	5,55	1 ile 3 arası; < 5	Kabul Edilebilir	Kline (2005)
RMSEA	,08	< ,08; ,06	Kabul Edilebilir	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,019	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	,98	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	,99	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,96	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.4.1.3. Takım kimliği ölçeği dFA sonuçları

Tablo 21 incelendiğinde takım kimliği ölçeğine ilişkin faktör yükleri ve t değerleri yer aldığı görülmektedir. Ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerinin, (,49) ile (,90) arasında değiştiği, t değerinin ise (13,02) ile (26,97) arasında değiştiği saptanmıştır. Yeterli faktör yüklerine sahip olmayan iki ifade çalışmadan çıkarılmıştır.

Tablo 21. Takım kimliği ölçeğinin ifadeleri

Faktör/İfadeler	FY	t
<i>Takım Kimliği</i>		
- Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum.	,49	13,02
- Takımının başarısı benim başarımdır.	,73	20,87
- Biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algılayım.	,90	26,97
- Basında takımımı eleştiren bir şey olursa bundan utanırım.	,69	19,48
FY= Faktör yükü		

Takım kimliği ölçeğinin model uyum iyiliği değerlerinin yer aldığı Tablo 22’de görüleceği üzere, χ^2 (1,93), sd (2), χ^2/sd (,965), RMSEA (0), SRMR (,008), CFI (,99), IFI (,99), NFI (1), NNFI (1), GFI (1), AGFI (,99) değerlerinin mükemmel uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 22. *Takım kimliği ölçeğine ilişkin model uyum değerleri*

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	1,93	-	-	
Sd	2	-	-	
χ^2/Sd	,965	1 ile 3 arası; < 5	Mükemmel	Kline (2005)
RMSEA	0	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,008	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	1	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,99	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.5.2. Karanlık Üçlü Modelindeki (Model 1) Ölçeklere İlişkin Birleşik DFA sonuçları

Karanlık üçlü, Schadenfraude, takım kimliği (Model 1) ve Aydınlık üçlü, takım kimliği, duyuşsal empati, fair play (Model 2) ölçeklerinde yer alan boyutların doğrulanması ve ölçme modellerinin test edilmesi amacıyla yapılan DFA sonrasında her iki modele ilişkin tüm örtük ve gözlenen değişkenler yeniden analiz edilerek, modellerin doğruluğu test edilmiştir. Bu amaçla, standardize edilmiş faktör yükleri ve hata varyansları hesaplanmıştır.

Tablo 23'te görüldüğü üzere Model'1'e ilişkin ifadelerin faktör yüklerinin, (,49) – (,91) arasında değiştiği, t değerlerinin (13,05) – (28,97) arasında değiştiği saptanmıştır. Faktör ortalamalarının (1,619) – (2,645) arasında değiştiği, ifade ortalamalarının da (1,241) - (3,057) arasında değiştiği, ifadelere ait standart sapmaların ise (,4442) – (1,440) arasında değiştiği, faktörlere ait standart sapmaların (,3894) – (1,050) arasında değiştiği saptanmıştır.

Tablo 23. Model 1'e ilişkin veriler

Faktör/İfadeler	FY	t	ORT	SS
<i>Narsizm</i>			2,109	,9235
-İnsanların bana hayran olmasını isterim.	,86	27,86	2,084	1,062
-İnsanların bana ilgi göstermelerini isterim.	,88	28,97	2,218	1,069
-İnsanlardan özel iyilikler beklerim	,80	24,66	2,050	1,022
-Prestij ya da statü arama eğilimindeyim.	,79	24,62	2,081	1,070
<i>Psikopati</i>			1,619	,5944
-Genellikle pişmanlık duymam.	,57	15,13	1,844	,8676
-Hissiz ya da duygusuz olma eğilimindeyim.	,64	17,51	1,664	,8113
-Davranışlarımın ahlaki olup olmamasıyla fazla ilgilenmiyorum.	,80	23,03	1,455	,6784
-Alaycı bir eğilime sahibim.	,79	22,47	1,514	,6941
<i>Makyevelizm</i>			1,512	,5528
- Amacıma ulaşmak için geçmişte hile yaptım ya da yalana başvurdum	,73	20,83	1,383	,5695
- Amacıma ulaşmak için başkalarını kendi çıkarlarım doğrultusunda kullanma eğilimindeyimdir.	,78	23,02	1,600	,7326
- Amacıma ulaşmak için pohpohlamayı kullandım.	,77	22,41	1,607	,7784
- Başkalarını kendi düşünceme yönelik olarak kullanma eğilimindeyim.	,75	21,57	1,383	,5695
<i>Schadenfreude</i>			1,289	,3894
-Ezeli rakibe sponsor olmuş bir işletmenin kapanmasına sevinirim.	,70	19,47	1,299	,4851
-Ezeli rakibin teknik direktörünün hukuki sorunlar yaşamasına sevinirim.	,68	18,73	1,361	,5492
-Ezeli rakipten bir oyuncunun hak etmediği halde bir sezonluk ceza almasına sevinirim.	,77	22,18	1,256	,4622
-Ezeli rakibin stadyumunun zarar görmesine sevinirim.	,78	22,36	1,241	,4442
<i>Takım Kimliği</i>			2,645	1,050
- Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum.	,49	13,05	2,504	1,352
- Takımının başarısı benim başarımdır.	,72	20,59	3,057	1,440
- Biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algıları.	,91	27,54	2,497	1,303
- Basında takımımı eleştiren bir şey olursa bundan utanırım.	,69	19,38	2,520	1,235
FY= Faktör yükü; ORT= Aritmetik ortalama; SS= Standart sapma (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum)				

Model 1'e ilişkin yapıların, model fit değerlerinin yer aldığı Tablo 24 değerlendirildiğinde χ^2 (411,91), sd (160), χ^2 /sd (2,57), RMSEA (46), SRMR (,042), CFI (,97), IFI (,97), NFI (95), NNFI (,95), GFI (95), AGFI (,93) değerlerinin mükemmel uyum aralıklarında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 24. Model 1'e ilişkin model uyum değerleri

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	411,91	-		
Sd	160	-		
χ^2/Sd	2,57	1 ile 3 arası; < 5	Mükemmel	Kline (2005)
RMSEA	,046	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,042	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	,97	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,97	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	,95	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	,96	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	,95	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,93	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

Uyum indekslerinin mükemmel düzeylerde olduğu, dolayısıyla doğrulayıcı modelin yapısal eşitlik modelinin gerçekleştirilmesi için uygun olduğu görülmüştür.

5.5.3. Aydınlik üçlü modelindeki (Model 2) ölçeklere ilişkin DFA sonuçları

5.5.3.1. Aydınlik üçlü ölçeği

Aydınlik üçlü ölçeğine ilişkin değerlerin yer aldığı Tablo 25 incelendiğinde, ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerinin, (,60) ile (,82) arasında değiştiği, t değerinin ise (16,19) ile (24,24) arasında değiştiği saptanmıştır.

Tablo 25. Aydınlik üçlü ölçeğine ilişkin veriler

Faktör/İfadeler	FY	t
<i>İnsanlığa İnanç</i>		
- İnsanların iyi yönlerini görmek isterim.	,61	16,57
- Diğer insanların bana karşı adil davranacaklarını düşünüyorum.	,77	22,18
- Bence insanlar çoğunlukla iyidir.	,80	22,44
- Beni inciten/kıran insanları çabuk affederim.	,72	20,77
<i>Humanizm</i>		
- Beğendiğim insanlara hayran olabiliyorum.	,62	16,70
- Başkalarının başarılarını takdir ederim.	,82	24,24
- Başkalarına değerli davranma eğilimindeyim.	,76	21,78
- Farklı insanları dinlemekten keyif alırım.	,64	17,45
<i>Kantçılık</i>		
- Dürüstlüğü ilgi çekici olmaya tercih ederim.	,73	20,59
- İnsanları kendi çıkarlarım için kullanmak, beni rahatsız eder.	,76	21,61
- İtibarımı zedelese bile, özgün veya farklı biri olmayı tercih ederim.	,60	16,19
- İnsanlarla menfaatin olduğu için değil, onlara değer verdiğim için konuşurum.	,73	20,41
FY= Faktör yükü		

Aydınlık üçlü ölçeğine DFA uygulanmıştır, model fit değerleri Tablo 26’da gösterilmiştir. Buna göre; χ^2 (230,55), sd (51), χ^2 /sd (4,52), RMSEA (,63), kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, SRMR (,053), CFI (,97), IFI (,97), NFI (96), NNFI (,96), GFI (95), AGFI (,92) değerlerinin ise mükemmel uyum aralıklarında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 26. *Aydınlık üçlü ölçeğine ilişkin model uyum değerleri*

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	230,55	-		
Sd	51	-		
χ^2 /Sd	4,52	1 ile 3 arası; < 5	Kabul Edilebilir	Kline (2005)
RMSEA	,063	< ,08; ,06	Kabul Edilebilir	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,053	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	,97	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,97	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	,96	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	,96	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	,95	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,92	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.5.3.2. Duyuşsal empati ölçeği

Duyuşsal empati ölçeğine ilişkin değerlerde Tablo 28’de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerinin, (,58) ile (,86) arasında değiştiği, t değerinin ise (13,96) ile (18,96) arasında değiştiği saptanmıştır. Yeterli faktör yüküne sahip olmayan bir ifade çalışmadan çıkarılmıştır.

Tablo 27. *Duyuşsal empati ölçeğine ilişkin veriler*

Faktör/İfadeler	FY	t
<i>Duyuşsal Empati</i>		
Arkadaşım korkmuşsa ben de korkarım.	,58	13,96
Arkadaşım sinirliyse ben de sinirlenirim.	,86	18,96
Etrafımdaki insanlar gerginse ben de gergin olurum	,63	14,97
FY= Faktör yükü		

Duyuşsal empati ölçeğinin model fit değerlerinin yer aldığı Tablo 28’de görüleceği üzere, χ^2 (1,93), sd (2), χ^2 /sd (,965), RMSEA (0) SRMR (,008), CFI (,99), IFI (,99), NFI (1), NNFI (1), GFI (1), AGFI (,99) değerlerinin mükemmel uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 28. Duyuşsal empati model uyum değerleri

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	1,93	-		
Sd	2	-		
χ^2 /Sd	,965	1 ile 3 arası; < 5	Mükemmel	Kline (2005)
RMSEA	0	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,008	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	1	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,99	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.5.3.3. Takım kimliği ölçeği DFA sonuçları

Takım kimliği ölçeğine ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 29 incelendiğinde ve değerlendirildiğinde ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerinin, (,49) ile (,90) arasında olduğu, t değerinin ise (13,02) ile (26,97) arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 29. Takım kimliği ölçeğine ilişkin veriler

Faktör/İfadeler	FY	t
<i>Takım Kimliği</i>		
- Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum.	,49	13,02
- Takımının başarısı benim başarımdır.	,73	20,87
- Biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algıladım.	,90	26,97
- Basında takımımı eleştiren bir şey olursa bundan utanırım.	,69	19,48

Daha önceki başlıklarda bahsedildiği gibi, takım kimliği ölçeğinin model fit değerlerinin yer aldığı Tablo 29’de görüleceği üzere, χ^2 (1,93), sd (2), χ^2 /sd (,965), RMSEA (0), SRMR (,008), CFI (,99), IFI (,99), NFI (1), NNFI (1), GFI (1), AGFI (,99) değerlerinin mükemmel uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 30. *Takım kimliği model uyum değerleri*

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	1,93	-		
Sd	2	-		
χ^2/Sd	,965	1 ile 3 arası; < 5	Mükemmel	Kline (2005)
RMSEA	0	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,008	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,97	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	1	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,99	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.5.3.4. Fair play ölçeği

Fair play ölçeğine ilişkin değerlerin yer aldığı Tablo 31 incelendiğinde ve değerlendirildiğinde ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerinin, (,52) ile (,86) arasında olduğu, t değerinin ise (13,70) ile (23,52) arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 31. *Fair play uyum değerleri*

Faktör/İfadeler	FY	t
<i>Fair play</i>		
- Rakip taraftar bana saldırdığında aynı şekilde karşılık veririm.	,52	13,70
- Rakip takımın kışkırtmalarına/tahriklerine karşılık veririm.	,65	17,33
- Hakemin kararının adil olup olmadığını sorgularım.	,64	17,13
- Rakip sert oynadığında, takımımın sert oynamasını desteklerim.	,86	23,52

Fair play ölçeğinden elde edilen değerler incelendiğinde değerlerin tamamının beklenen aralıkta olduğu görülmektedir. Bu verilere göre, ilgili değerler içerisinde χ^2 (4,99), sd (2), χ^2/sd (2,495), RMSEA (0), SRMR (,015), CFI (1), IFI (1), NFI (,99), NNFI (,98), GFI (1), AGFI (,98) değerlerinin mükemmel uyum aralığında olduğu hesaplanmıştır (Bkz. Tablo 32).

Tablo 32. *Fair play ölçeği model uyum değerleri*

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	4,99	-		
Sd	2	-		
χ^2/Sd	2,495	1 ile 3 arası; < 5	Mükemmel	Kline (2005)
RMSEA	0	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,015	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	1	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	,99	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	1	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,98	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.5.4. Aydınlık Üçlü Modelindeki (Model 2) Ölçeklere İlişkin Birleşik DFA sonuçları

Tablo 33'te görüldüğü üzere Model 2'ye ilişkin ifadelerin faktör yüklerinin, (,53) – (,80) arasında değiştiği, t değerlerinin (13,75) – (24,24) arasında değiştiği saptanmıştır. Faktör ortalamalarının (2,504) – (4,419) arasında değiştiği, ifade ortalamalarının da (2,174 - (4,537) arasında değiştiği, ifadelere ait standart sapmaların ise (,5677) – (1,535) arasında değiştiği, faktörlere ait standart sapmaların (,5650) – (1,352) arasında değiştiği saptanmıştır.

Tablo 33. Model 2'ye ilişkin veriler

Faktör/İfadeler	FY	t	ORT	SS
<i>İnsanlığa İnanç</i>			3,917	,7134
- İnsanların iyi yönlerini görmek isterim.	,60	16,33	4,203	,8014
- Diğer insanların bana karşı adil davranacaklarını düşünüyorum.	,77	22,26	3,851	,8825
- Bence insanlar çoğunlukla iyidir.	,80	23,61	3,761	,9776
- Beni inciten/kıran insanları çabuk affederim.	,74	21,03	3,854	,9282
<i>Humanizm</i>			4,371	,5650
- Beğendiğim insanlara hayran olabiliyorum.	,61	16,69	3,854	,9282
- Başkalarının başarılarını takdir ederim.	,82	24,24	4,255	,7178
- Başkalarına değerli davranma eğilimindeyim.	,76	21,78	4,486	,6981
- Farklı insanları dinlemekten keyif alırım.	,64	17,47	4,328	,7706
<i>Kantçılık</i>			4,419	,5677
- Dürüstlüğü ilgi çekici olmaya tercih ederim.	,73	20,56	4,447	,7750
- İnsanları kendi çıkarlarım için kullanmak, beni rahatsız eder.	,76	21,51	4,537	,6746
- İtibarımı zedelese bile, özgün veya farklı biri olmayı tercih ederim.	,61	16,26	4,174	,7538
- İnsanlarla menfaaım olduğu için değil, onlara değer verdiğim için konuşurum.	,73	20,51	4,517	,6585
<i>Takım Kimliği</i>			2,504	1,352
- Başkalarının takımım hakkında ne düşündüğüyle çok ilgileniyorum.	,49	13,02	2,645	1,050
- Takımının başarısı benim başarımdır.	,74	20,53	3,057	1,440
- Biri takımımı övdüğünde bunu kişisel bir övgü olarak algıları.	,90	25,70	2,497	1,303
- Basında takımımı eleştiren bir şey olursa bundan utanırım.	,69	19,26	2,520	1,235
<i>Duyuşsal Empati</i>			3,152	,9038
- Arkadaşım korkmuşsa ben de korkarım.	,57	14,17	3,050	1,125
- Arkadaşım sinirliyse ben de sinirlenirim.	,88	20,34	3,138	1,101
- Etrafımdaki insanlar gerginse ben de gergin olurum.	,60	14,83	3,269	1,162
<i>Fair play</i>			2,595	1,040
- Rakip taraftar bana saldırdığında aynı şekilde karşılık veririm.	,53	13,75	2,301	1,258
- Rakip takımın kışkırtmalarına/tahriklerine karşılık veririm.	,66	17,53	2,174	1,164
- Hakemin kararının adil olup olmadığını sorgularım.	,65	17,23	3,149	1,535
- Rakip sert oynadığında, takımımın sert oynamasını desteklerim.	,86	23,69	2,757	1,443

FY= Faktör yükü; ORT= Aritmetik ortalama; SS= Standart sapma

Bu verilere göre, ilgili değerler içerisinde χ^2 (615,51), sd (191), χ^2/sd (3,17) değerlerinin kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, RMSEA (,058) SRMR (,51), CFI (,95), IFI (,95), NFI (,93), NNFI (,94), GFI (,92), AGFI (,90) değerlerinin mükemmel uyum aralığında olduğu hesaplanmıştır. Tablo 34'te uyum iyiliği indeksleri incelendiğinde kabul edilebilir düzeylerde olduğu, dolayısıyla ölçüm modeli analizi sonucunda veri ve model uyumunun sağlandığı ifade edilebilir.

Tablo 34. Model 2'ye ilişkin uyum değerleri

Model Fit Değerleri				
Ölçüm Değişkenleri	Ölçüm Değeri	Kabul Düzeyi	Sonuç	Referans
χ^2	615,51	-		
Sd	194	-		
χ^2/Sd	3,17	1 ile 3 arası; < 5	Kabul edilebilir	Kline (2005)
RMSEA	,058	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
SRMR	,051	< ,08; ,06	Mükemmel	Hair vd.(1998); Hu & Bentler (1998)
CFI	,95	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
IFI	,95	> ,90; ,95	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NFI	,93	> ,90; ,95	İyi	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
NNFI	,94	> ,90; ,95	İyi	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
GFI	,92	> ,90	Mükemmel	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)
AGFI	,90	> ,90	İyi	Brown & Cudeck (1993); Hair vd. (1998)

5.5.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Çalışma kapsamında elde edilen verilere göre, model 1 ve model 2'yi oluşturan boyutlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi için korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Korelasyon analizine yönelik veriler aşağıda aktarılmıştır.

5.5.5.1. Karanlık üçlü modeline (Model 1) ilişkin geçerlik ve güvenirlik

Yakınsak geçerliğin analizinde uygulanan iki ölçüt bulunmaktadır, bunlar; ortalama varyans çıkarımı (AVE) ,50'den büyük olmalıdır ve bileşik güvenirlik (CR) ,70'den büyük olmalıdır (Fornell & Larcker, 1981). Ek olarak, faktörlerin yakınsak geçerliğini değerlendirmek için faktör yükleri hesaplanmıştır. DFA modellerindeki faktör yüklerinin ,60 veya daha üzerinde olması önerilmektedir bu da her bir ölçütün altta yatan gizli değişkendeki varyansın tutarlı bir oranını açıkladığını göstermektedir (Chin, 1998; Meehl, 1990).

Ölçüm modelinin yapı geçerliğini (yakınsak ve ayırıcı) belirlemek için tüm yapıların AVE (ortalama varyans çıkarımı) değerleri hesaplanmış ve tüm değerler ,50'nin üzerinde bulunmuştur. En düşük AVE değeri “psikopati” faktöründe (,50) olduğu gözlenirken, en yüksek değer, “narsizm” (,69) faktöründe olduğu gözlemlenmiştir (Bkz. Tablo 35).

Tablo 35. Model 1'e ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik değerleri

Boyutlar	NAR	PSI	MAK	SCH	TK
NAR	,83				
PSI	,183**	,70			
MAK	,271**	,308**	,75		
SCH	,082*	,145**	,236**	,73	
TK	-,019	-,018	-,010	,172**	,71
ORT	2,10	1,61	1,51	1,28	2,64
SS	,92	,59	,55	,39	1,05
Alpha	,90	,77	,82	,81	,79
AVE	,69	,50	,57	,53	,51
CR	,83	,72	,77	,74	,73
<i>Notlar:</i> NAR: Narsizm, PSI: Psikopati, MAK: Makyavelcilik, SCH: Schadenfreude, TAK: Takım Kimliği, ORT: Ortalama, SS: Standard sapma, CR: Bileşik güvenilirlik, AVE: Ortalama varyans çıkarımı Dikey değerler AVE'nin kara kökünü temsil eder. *p < 0.05; **p < 0.01					

Tablo 35 incelendiğinde, en düşük Alpha değerine sahip faktörün ,77 ile “psikopati” faktöründe hesaplandığı, en yüksek değer ise “Narsizm” faktöründe hesaplandığı (,90) gözlemlenmiştir. CR değerleri incelendiğinde en düşük değer, “psikopati” faktöründe (,72) olduğu, en yüksek değer “narsizm” faktöründe (,83) olduğu anlaşılmıştır.

Ayrt edici geçerliği doğru bir şekilde değerlendirmek için korelasyonların heterotrait monotrait oranı (HTMT) önerilmektedir (Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2015; Hair vd., 2018, s. 776). Bu gerçek korelasyon, diğer bir söylemle zayıflatılmış korelasyon olarak da bilinir. İki yapı arasındaki zayıflatılmış korelasyonun 1'e yakın olması ayrt edici geçerliğin eksik olduğunun işareti olarak değerlendirilir (Sarstedt, Ringle & Hair, 2021, s.122). Ancak, Henseler, Ringle ve Sarstedt (2015) tarafından önerilen daha muhafazakâr kurala göre, HTMT değerleri genellikle ,85 veya daha düşük olması gerektiği ifade edilmiştir. Hesaplamalar sonucu elde edilen değerler incelendiğinde (Bkz. Tablo 36), tüm değerlerin eşik değer olarak kabul edilen ,85 altında olduğu görülmüştür.

Tablo 36. Karanlık Üçlü Modeline İlişkin HTMT değerleri

Boyutlar	NAR	PSİ	MAK	SCH	TK
NAR					
PSI	,208				
MAK	,308	,394			
SCH	,095	,187	,293		
TK	,026	,019	,005	,216	

5.5.5.2. Aydınlik üçlü modeline (model 2) ilişkin geçerlik ve güvenilirlik

Ölçüm modelinin yapı geçerliğini (yakınsak ve ayırıcı) belirlemek için tüm yapıların AVE (ortalama varyans çıkarımı) değerleri hesaplanmış ve duyuşsal empati ve

fair play dışındaki tüm faktör değerleri ,50 üzerinde hesaplanmıştır. Tablo 37 incelendiğinde en düşük AVE değerleri “fair play” faktöründe (,47) ve duyuşsal empati faktöründe (,49) olduğu görülmektedir. En yüksek AVE değerinin ise, “insanlığa inanç” (,53) faktöründe olduğu gözlemlenmiştir. Hair vd. (1998) CR’nin ,60’tan büyük olduğu durumlarda AVE’nin ,50’den küçük çıkmasının kabul edilebileceğini, ayrıca AVE< ,50 durumunda CR>AVE koşulu sağlandığında yine benzeşim geçerliğinin kabul edilebileceğini belirtmişlerdir.

Yapıların güvenilirliğini belirlemek için Cronbach's Alpha, AVE ve CR katsayıları hesaplanmış ve en düşük Alpha değerine sahip faktörün ,71 ile “duyuşsal empati” faktöründe hesaplandığı, en yüksek değerlerin ise “insanlığa inanç” (,80) ve Kantizm (,80) faktörlerinde hesaplandığı gözlenmiştir. CR değerleri incelendiğinde en düşük değer, “duyuşsal empati” faktöründe (,54) olduğu, en yüksek değer ise “narsizm” faktöründe (,74) olduğu anlaşılmıştır. Güvenirlik katsayısının ,70’in üzerinde olması, ölçeğin güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir (Nunnally & Bernstein, 1994).

Tablo 37. Model 2’ye ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik değerleri

Boyutlar	İNS	HUM	KAN	TK	DEMP	FP
İNS	,73					
HUM	,334**	,71				
KAN	,302**	,477**	,71			
TK	,027	-,035	-,053	,71		
DEMP	,215**	,046	,036	,059	,70	
FP	-,175**	-,104	-,132	,081*	-,116**	,68
ORT	3,917	2,504	4,419	2,645	3,152	2,595
SS	,7134	,5650	,5677	1,050	,9038	1,040
Alpha	,80	,78	,80	,79	,71	,76
AVE	,53	,50	,50	,51	,49	,47
CR	,74	,72	,72	,73	,54	,70

Notlar: İNS: İnsanlığa inanç, HUM: Humanizm, Kan: Kantçılık, DEM: Duyuşsal empati, FP: Fair play, ORT: Ortalama, SS: Standard sapma, CR: Bileşik güvenilirlik, AVE: Ortalama varyans çıkarımı.
Dikey değerler AVE’nin kara kökünü temsil eder.
*p < 0.05; **p < 0.01

Ölçüm modelinin dış geçerliği için tüm yapılar arasındaki ilişkiler incelenmiş ve korelasyon katsayıları istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca, ölçüm modelinin ayırt edici geçerliği için tüm yapılar arasındaki ilişkiler incelenmiş ve neredeyse tüm korelasyon katsayılarının altı tanesinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur (Bkz. Tablo 37).

Tablo 38. *Aydınlık Üçlü Modeline İlişkin HTMT değerleri*

Boyutlar	İNS	HUM	KAN	TK	DEMP	FP
İNS						
HUM	,424					
KAN	,382	,604				
TK	,013	,039	,049			
DEMP	,270	,095	,094	,128		
FP	,215	,135	,177	,084	,205	

Hesaplamalar sonucu elde edilen değerler incelendiğinde, Aydınlık üçlü Modeline İlişkin HTMT değerlerinin eşik değer olarak kabul edilen (Henseler, Ringle ve Sarstedt (2015) ,85 altında olduğu görülmüştür (Bkz. Tablo 38).

5.5.6. Karanlık Üçlüye (model 1) Yönelik Yapısal Eşitlik (YEM) Modeli Analizi Sonuçları

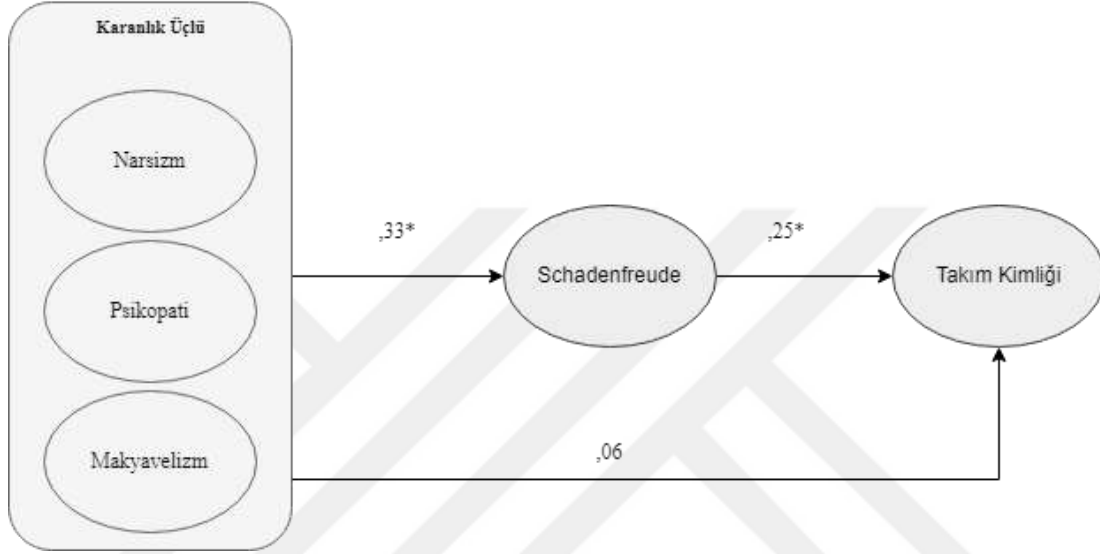
Karanlık üçlü modelindeki değişkenlere ilişkin geçerlik ve güvenirlik doğrulanmasının ardından araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yapısal bir model (Bkz. Şekil 4) geliştirilmiştir. Model 1’deki değişkenler olan; karanlık üçlü, schadefreude ve takım kimliği arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için yapısal eşitlik modeli (SEM) uygulanmıştır.

YEM, sınanmak istenen modelin toplanan veriler ile uygunluğuna yönelik uyum indeksleri sunmaktadır. Bu kapsamda uyum iyiliği indeksleri bir modelin uyumuna karar verme noktasında gözetilmesi gereken değerler olarak ifade edilmektedir (Hooper vd., 2008; Bryne, 2016, s. 3-4; Kline, 2016, s. 9-11). Çalışmada uyum indeksleri ve kabul edilebilir indeks değerleri $\chi^2/sd < 5$, Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA), Standardize Edilmiş Artıkların Ortalama Karekökü (SRMR) $< ,08$, Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (CFI), Normlaştırılmış Uyum Endeksi (NFI), Normlaştırılmamış Uyum Endeksi (NNFI), Artımlı Uyum Endeksi (IFI), Uyum İyiliği Endeksi (GFI) ve Düzeltilmiş Uyum İyiliği Endeksi (AGFI) $> ,9$ olarak kabul edilmiştir (Byrne 1998; Hooper vd. 2008; Steiger 2007). Bazı uyum iyiliği indekslerinin değerlerinin 0-1 olacak şekilde aşağı yukarı standart olarak benimsenmiştir, burada 1.0 değeri en iyi sonucu göstermektedir (Kline, 2023, s. 163).

Yapılan analizler sonucunda modelde yer alan değerlerin χ^2 (416,29), sd (164), χ^2/sd (2,538), RMSEA (,047), SRMR (,043), CFI (,97), IFI (,97), NFI (,95), NNFI (,96), GFI (,94), AGFI (,93) mükemmel uyum iyiliği değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir (Schermelleh vd., 2003; Schumacker & Lomax, 2010, s.76; Hooper vd., 2008; Hu &

Bentler, 1999; Hoyle, 2012, s.210-223; Tabachnhick & Fidell, 2014, s.770-775; Kline, 2016, s.262-280).

Devam eden süreçte araştırma kapsamında gerekçeleri ile ortaya konulan hipotezler test edilmiştir. Araştırmada yer alan model 1 ve ilişki değerleri Şekil 4'te gösterilmektedir.



Şekil 4. Model 1

Karanlık üçlü, Schadenfreude ve takım kimliği arasındaki ilişki Maximum Likelihood tahmini ile yol analizi kullanılarak test edilmiştir. Tablo 39 ve Şekil 4'te görüleceği gibi, üç ilişki göstergesi arasındaki bağlantılar için Maximum Likelihood tahmini ile yol analizinin sonuçlarını göstermektedir. Yapılan analizlerin sonuçlarında sunulan H₁, H₂ hipotezleri kabul edilirken H₃ hipotezi kabul edilmemiştir. H₁ hipotezi için (karanlık üçlü boyutları ile schadenfreude arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır) yapılan analiz sonucunda, karanlık üçlü boyutları ile schadenfreude arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur ($\beta = 0,46$, $t = 5,90$, $p < 0,05$). H₂ hipotezi için (schadenfreude ile takım kimliği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır) yapılan analiz sonucunda, schadenfreude ile takım kimliği arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır ($\beta = 0,25$, $t = 4,90$, $p < 0,05$). Ancak, H₃ hipotezi için (karanlık üçlü boyutları ile takım kimliği arasında anlamlı bir ilişki vardır) yapılan analiz sonucunda, karanlık üçlü boyutları ile takım kimliği arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir ($\beta = -0,06$, $t = -1,15$, $p > 0,05$).

Tablo 39. Model 1 için yol katsayısı ve hipotez testleri

Hipotezler	İlişki	Std. Yüklere (β)	T değeri	Sonuç
H ₁	KARUÇ → SCH	,33	5,90*	Kabul
H ₂	SCH → TK	,25	4,90*	Kabul
H ₃	KARUÇ → TK	-,06	-1.15	Ret
* p < ,05; KARUÇ: Karanlık üçlü; SCH: Schadenfreude; TK: Takım Kimliği.				

5.5.6.1. Karanlık üçlü modeline (model 1) yönelik aracılık analizleri

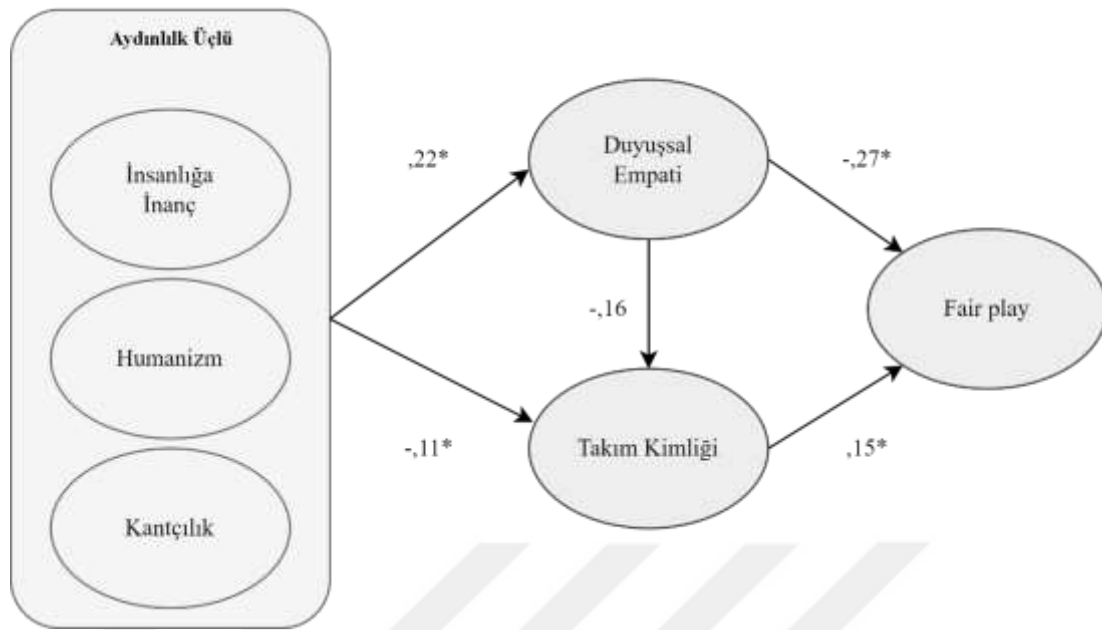
Model 1'e ilişkin ilave olarak aracılık (mediation) analizi gerçekleştirilmiştir. Karanlık üçlü ile takım kimliği arasındaki schadenfreude'nin aracılık etkisini test etmek amacıyla aracılık (mediation) testi gerçekleştirilmiştir. Aracılık testi, modelin dolaylı etkilerinin önyüklemeli (bootstrap) güven aralıkları (5.000 örneklem) incelenerek gerçekleştirilmiştir. Tablo 40 iki değişken arasındaki schadenfreude'nin aracılık etkisini göstermektedir. Aracılık analizi, SCH'nin (schadenfreude) TK (takım kimliği) ile KARUÇ (karanlık üçlü) arasındaki aracılık etkisinin (KARUÇ → SCH → TK) anlamlı olduğunu desteklemiştir ($\beta = ,07$, $p < ,01$, $SE = ,021$, %95 CI = ,04 – ,12). Dolayısıyla Model 1'deki H₄ desteklenmiştir. .

Tablo 40. Model 1 için aracılık analizleri

Dolaylı Etki						
				95% CI		
Hipotez	İlişki	β	SE	L	U	Sonuç
H ₄	KARUÇ → SCH → TK	,07**	,021	,04	,12	Kubul
*p < .05; **p < .01						

5.5.7. Aydınlik Üçlüye (Model 2) Yönelik Yapısal Eşitlik (YEM) Modeli Analizi Sonuçları

Aydınlık üçlü modelindeki değişkenlere ilişkin geçerlik ve güvenirlik doğrulanmasının ardından araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yapısal bir model (Bkz. Şekil 5) geliştirilmiştir. Model 1'deki değişkenler olan; aydınlık üçlü, takım kimliği, duyuşsal empati ve fair play arasındaki ilişkileri değerlendirmek amacıyla yapısal eşitlik modeli (YEM) uygulanmıştır.



Şekil 5. Model 2

Yapılan analizler sonucunda model 2’de yer alan değerlerin χ^2 (698,41), sd (201), χ^2 /sd (3,47), RMSEA (,059), SRMR (,043), CFI (,94), IFI (,94), NFI (,92), NNFI (,93), GFI (,92), AGFI (,90) uyum iyiliği değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir. RMSEA, SRMR, CFI, IFI, GFI değerleri mükemmel uyum aralığında olurken, NFI, NNFI ve AGFI değerlerinin iyi uyuma işaret ettiği belirtilebilir. Araştırma kapsamında gerekçeleri ile ortaya konulan hipotezler test edilmiştir. Araştırma modeli ve ilişki değerleri Şekil 41’de gösterilmektedir.

Tablo 41. Model 1 için yol katsayısı ve hipotez testleri

Hipotezler	İlişki	Std. Yüklere (β)	T değeri	Sonuç
H ₁	AYUÇ→DEMP	,22	3,78*	Kabul
H ₂	AYUÇ →TK	-,11	-2,15*	Kabul
H ₃	DEMP→TK	,16	11,81*	Kabul
H ₄	DEMP→FP	-,27	-4,75*	Kabul
H ₅	TK→FP	,15	3,27*	Kabul

* p < ,05; AYUÇ; Aydınlık üçlü; DEMP: Duyuşsal empati; TK; Takım kimliği; FP: Fair play

Aydınlık üçlü, takım kimliği, duyuşsal empati ve fair play arasındaki ilişki Maximum Likelihood tahmini ile yol analizi kullanılarak test edilmiştir. Tablo 41 ve Şekil

5'te görüleceği gibi, beş ilişki göstergesi arasındaki bağlantılar için Maximum Likelihood tahmini ile yol analizinin sonuçlarını göstermektedir. Yapılan analizlerin sonuçlarında sunulan H₁, H₂, H₃, H₄ H₅ hipotezleri kabul edilmiştir.

H₁ hipotezi kapsamında aydınlık üçlü ile duyuşsal empati arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($\beta = ,22$, $t = 3,78$). H₂ hipotezi kapsamında ise aydınlık üçlü ile takım kimliği arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($\beta = -0,11$, $t = -2,15$). H₃ hipotezi için duyuşsal empati ile takım kimliği arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($\beta = 0,16$, $t = 11,81$). H₄ hipotezi kapsamında duyuşsal empati ile fair play arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($\beta = -0,27$, $t = -4,75$). Son olarak, H₅ hipotezi için takım kimliği ile fair play arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ($\beta = 0.15$, $t = 3.27$).

5.5.7.1. Aydınlık üçlü modeline (model 2) yönelik aracılık analizleri

Tablo 42. Model 2 için aracılık analizleri

Dolaylı Etkiler						
				95% CI		
Hipotez	İlişki	β	SE	L	U	Sonuç
H ₆	AYUÇ → TK → FP	,00	,007	-,02	,01	Ret
H ₇	AYUÇ → DEMP → FP	-,03*	,014	-,06	-,00	Kabul
H ₈	AYUÇ → DEMP → TK	,02	,013	-,01	,05	Ret
H ₉	DEMP → TK → FP	,01	,006	-,00	,02	Ret
*p < .05; **p < .01						

Model 2'deki takım kimliği ve duyuşsal empati değişkenlerinin aracılık etkilerine ilişkin olarak aracılık (mediation) analizi gerçekleştirilmiştir. Aydınlık üçlü ile takım kimliği arasındaki duyuşsal empati aracılık etkisini, ayrıca aydınlık üçlü ile fair play arasındaki duyuşsal empati ve takım kimliğinin aracılık etkilerini test etmek amacıyla aracılık (mediation) testi gerçekleştirilmiştir. Aracılık testi, modelin dolaylı etkilerinin önyüklemeli (bootstrap) güven aralıkları (5.000 örneklem) incelenerek gerçekleştirilmiştir. Tablo 42, bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerde aracılık diğer bir değişkenin etkisini göstermektedir. Aracılık analizi sonuçları, sadece AYUÇ (aydınlık üçlü) ile FP (fair play) arasındaki ilişkide DEMP'in (duyuşsal empati) istatistiksel olarak anlamlı bir aracılık etkisine sahip (AYUÇ → DEMP → FP)

olduğu ($\beta = -.03$, $p < .05$, $SE = .01$, %95 CI = - .06 – -.00) sonucunu desteklemiştir (H₇). Buna karşın AYUÇ ile TK arasındaki DEMP’in aracılık etkisi (AYUÇ → DEMP → TK; $\beta = .02$, $p > .05$, $SE = .01$, %95 CI = -.01 – .05); AYUÇ ile FP arasındaki TK’nin aracılık etkisi (AYUÇ → TK → FP; $\beta = .00$, $p > .05$, $SE = .01$, %95 CI = -.02 – .01) ve son olarak DEMP ile FP arasındaki TK’nin aracılık etkisi (DEMP → TK → FP; $\beta = .01$, $p > .05$, $SE = .01$, %95 CI = - .00 – .02) istatistiksel bakımdan anlamlı bulunmamıştır (H₆, H₈ ve H₉).



6. TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde, futbol taraftarlarının, model 1’de yer alan karanlık üçlü, schadenfreude (Dalakas & Melancon, 2012), takım kimliği (Gwinner & Swanson, 2003) ve model II’de yer alan aydınlık üçlü, duyuşsal empati (Vossen, Piotrowski & Valkenburg, 2015), takım kimliği, fair play (Iturbide-Luquin & Elosua-Oliden, 2017) değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik araştırma sonuçlarına, alan yazına yönelik çıkarımlara, çalışma amaçları kapsamında ortaya çıkan bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının; çoğunluğu erkek, 22-32 yaş grubu, öğrenci, üniversite (önlisans/ lisans) mezunu, bekar bireylerden oluşmaktadır. Ayrıca, çalışmaya katılan futbol taraftarları, taraftarı olunan futbol takımı olarak çoğunlukla Galatasaray olarak belirten, bir sezonda stadyumda müsabaka izleme sıklığını hiç olarak belirtmiş, benzer şekilde deplasmanda müsabaka izleme sıklığı olarak hiç olarak belirtmiş ancak müsabakaları medya üzerinden takip eden bireylerden oluşmaktadır.

Araştırma çerçevesinde, model 1’de yer alan karanlık üçlü, schadenfreude (Dalakas & Melancon, 2012), Takım Kimliği (Gwinner & Swanson, 2003) ve model 2’de yer alan aydınlık üçlü, empati (Vossen, Piotrowski & Valkenburg, 2015), takım kimliği, fair play (Iturbide-Luquin & Elosua-Oliden, 2017) ölçekleriyle ilgili boyutların tanımlanması amacıyla açıklayıcı faktör analizi (AFA) yöntemi kullanılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinden ve Barlett küresellik testinden yararlanılmıştır. Hesaplamalar sonucu, veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğu belirlenmiştir (Kaiser, 1974). Model 1’de yer alan üç ölçeğe ve Model 2’de yer alan dört ölçeğe ait toplam güvenirlik katsayılarının ,70’in üzerinde hesaplanması her iki modelde yer alan ölçeklerin güvenilir olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir (Nunnally & Bernstein, 1994, s.32-34).

Model 1’de yer alan ölçeklere AFA uygulanması sonucunda; on iki ifadeden oluşan karanlık üçlü ölçeğinde, narsizm, psikopati ve Makyavelcilik olarak isimlendirilen üç faktör ortaya çıkarken, dört ifadeden oluşan schadenfreude ölçeğinde tek bir faktör, altı ifadeden oluşan takım kimliği ölçeğinde ise içselleştirme ve sahiplenme olarak isimlendirilen iki faktör yapısı belirlenmiştir. Karanlık üçlü ölçeğinden elde edilen faktörler varyansın %68’ini açıklarken, schadenfreude yapısı toplam varyansın yaklaşık %64’ünü, takım kimliğinden elde edilen faktörler varyansın yaklaşık %69’unu

açıklamaktadır. Açıklanan toplam varyans değerlerinin %52'nin üzerinde olması alan yazında yeterli olarak ifade edilmektedir (Henson & Roberts, 2006).

Model 2'de yer alan ölçeklere uygulanan AFA sonrasında; on iki ifadeden oluşan aydınlık üçlü ölçeğinde, insanlığa inanç, hümanizm ve Kantçılık olarak isimlendirilen üç faktör belirlenmiştir. Dört ifadeden oluşan empati ölçeği, duyuşsal özelliklerin bir arada tek yapı oluşturmasından dolayı duyuşsal empati olarak isimlendirilmiştir. Altı ifadeden oluşan takım kimliği ölçeği içselleştirme sahiplenme olarak yeniden belirlenmiştir. Dört ifadeden oluşan fair play ölçeğinde tek bir faktör yapısı ortaya çıkmıştır. Aydınlık üçlü ölçeğinden elde edilen faktörler varyansın yaklaşık %62'sinin açıklarken, duyuşsal empati ölçeği varyansın yaklaşık %57'sini, takım kimliği ölçeğindeki faktörler varyansın yaklaşık %69'unu, fair play yapısı varyansın %59'unu açıklamaktadır (>52) (Henson & Roberts, 2006).

AFA sonuçlarına dayanarak, ortaya çıkan faktörlerin test edilmesi amacıyla doğrulayıcı modelde yer alan her bir ölçeğe yönelik ve bu ölçeklerin oluşturduğu yapıları incelemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. Modelin uyum iyiliği χ^2 , df, NFI, NNFI, CFI, IFI, RMSEA, GFI, AGFI ve SRMR gibi çeşitli uyum indeksleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Model uyumunun yeterliliğini belirlemek üzere her bir indeks için belirli kesme noktaları önerilmiştir (Browne & Cudeck, 1993; Hu & Bentler, 1999; Chiu, Hsu & Wang, 2006; Chiu & Wang, 2008; Harrington, 2009; Schumacker & Lomax, 2016; Whittaker & Schumacker, 2022). Model 1'de yer alan karanlık üçlü ölçeğine uygulanan DFA sonuçlarından elde edilen uyum değerlerinin, alan yazında genel olarak kabul gören standartlara uygun olduğu hesaplanmıştır. Ayrıca, karanlık üçlüyü oluşturan gözlenen değişkenlere ait standardize edilmiş faktör yüklerinin alan yazında belirtilen değerlerin (Tabachnick & Fidell, 2007) üstünde olduğu hesaplanmıştır. Tüm bu bilgiler değerlendirildiğinde, üç faktörlü karanlık üçlü yapısının doğrulandığı ifade edilebilir. Schadenfreude ölçeğine uygulanan DFA sonuçları neticesinde elde edilen uyum iyiliği değerlerinin ikisi (χ^2 /sd, RMSEA) kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, diğer tüm uyum iyiliği değerlerinin mükemmel uyum gösterdiği belirlenmiştir. Faktör yükleri de değerlendirildiğinde, tek faktörlü schadenfreude yapısının doğrulandığından söz etmek mümkün olabilmektedir. Model 1'de yer alan bir diğer ölçek olan takım kimliği ölçeğinde uyum iyiliği değerlerinin tamamının mükemmel uyuma işaret ettiği, faktör değerlerinin de referans değerlerin üzerinde hesaplanmasından dolayı dört ifadeden oluşan bu yapının da doğrulandığı belirtilebilir. Ayrıca, Model 1'i

oluşturan tüm yapıların birleşik DFA sonuçları değerlendirildiğinde, gözlenen değişkenlere ait faktör yüklerinin referans değerlerin üzerinde olduğu, uyum iyiliği değerlerinin de biri hariç tamamının mükemmel uyum değerleri aldığı, dolayısıyla doğrulayıcı modelin yapısal eşitlik (YEM) modelinin gerçekleştirilmesi için uygun olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Model 1'in yapı geçerliğini (yakınsak ve ayırıcı) belirlemek için tüm yapıların AVE değerleri hesaplanmış ve tüm değerler ,50'nin üzerinde bulunmuştur (Fornell & Larcker, 1981). Yakınsak geçerliğin bir diğer ölçütü olan CR değerleri incelendiğinde tüm değerlerin ,70 üzerinde olduğu hesaplanmıştır (Fornell & Larcker, 1981). Alpha değerleri incelendiğinde tüm değerlerin ,70'in üzerinde olduğu belirlenmiştir. Ayırt edici geçerlik içinse HTMT değerleri hesaplanarak, tüm değerlerin eşik değer olan ,85'in altında olduğu hesaplanmıştır (Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2015). Dolayısıyla, Karanlık üçlü modelindeki (Model 1) değişkenlere ilişkin geçerlik ve güvenirlik doğrulanmasının sağlandığından söz edilebilir.

Karanlık Üçlü modelinde (Model 1) yer alan değişkenlere ilişkin geçerlik ve güvenirlik doğrulamalarının tamamlanmasının ardından, araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla bir yapısal model oluşturulmuştur. Model 1'deki değişkenler, yani karanlık üçlü, schadenfreude ve takım kimliği arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için yapısal eşitlik modeli YEM kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda modelde yer alan değerlerin, mükemmel uyum iyiliği değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir (Schermmelleh vd., 2003; Schumacker & Lomax, 2010, s.76; Hooper vd., 2008; Hu & Bentler, 1999; Hoyle, 2012, s.210-223; Tabachnhick & Fidell, 2014, s.770-775; Kline, 2016, s.262-280).

Karanlık üçlü, schadenfreude ve takım kimliği arasındaki ilişki, Maximum Likelihood tahmini kullanılarak gerçekleştirilen yol analizi ile test edilmiştir. Gerçekleştirilen analizlerin sonuçlarına göre, araştırma kapsamında geliştirilen Model 1'e ait H_1 , H_2 hipotezleri kabul edilirken H_3 hipotezi kabul edilmemiştir. Karanlık üçlü boyutları ile schadenfreude arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olduğu, schadenfreude ile takım kimliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu, karanlık üçlü boyutları ile takım kimliği arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır.

Karanlık üçlü boyutları ile schadenfreude arasındaki istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki, bireylerin karanlık üçlü özelliklerinin sadece saldırgan davranışlarla değil, aynı zamanda schadenfreude gibi karanlık duygularla da ilişkili olabileceğini

göstermektedir. Bu bağlamda, bir kişinin acısı veya başarısızlığı, bu durumu gözlemleyen bireylerin bazen sempati duygularını harekete geçirebileceği gibi, aynı zamanda bu durumdan zevk almalarına da neden olabilmektedir. Bu durum, bireyler arasında duygu transferinin karmaşıklığını vurgulamaktadır (Erzi, 2020). Yapılan çalışmalar, karanlık üçlü özelliklere sahip bireylerin yüksek schadenfreude duyguları yaşadıklarını ve başkalarının talihsizliklerinden daha fazla zevk aldıklarını göstermiştir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, alan yazınla paralellik göstererek, karanlık üçlü özelliklere sahip bireylerin, başkalarının olumsuz durumlarından zevk aldıklarını ortaya koymaktadır (James vd., 2014; Crysel & Webster, 2018; Ilia vd, 2022; Yee & Lee, 2024). Schadenfreude'nin daha detaylı bir şekilde ele alınması, insanlığın karanlık yönünün kökenlerini anlamak adına önemli katkılar sunabilir (Wang, Lilienfeld & Rochat, 2019). Bu bağlamda, karanlık üçlü özellikleri ile schadenfreude arasındaki pozitif ilişkinin incelenmesi, bireylerin olumsuz duygularını başkalarının talihsizlikleri üzerinden tatmin etme eğilimlerini anlamak açısından değerli katkılar sunabilir.

Schadenfreude ile takım kimliği arasındaki anlamlı pozitif ilişki, taraftar davranışlarının sosyal dinamikleri açısından önemli bir bağlantıyı ortaya koymaktadır. Taraftarlar, rakip takımların başarısızlıklarından aldıkları zevk ile kendi takımları arasında güçlü bir bağlantı kurma eğilimindedir. Bu durum, taraftarların sadece takımlarına olan bağlılıklarını değil, aynı zamanda rakip takımlara yönelik hissettikleri olumsuz duyguların da bu bağlılığı etkileyebileceğini göstermektedir (Cikara vd., 2014). Dalakas ve Philips-Melancon'un (2012) çalışması, kazanma yapısının öneminin, taraftar kimliği ile schadenfreude arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini ortaya koymuştur. Schadenfreude, özellikle rakip takımın başarısız olduğu durumlarda grup içindeki özdeşleşmenin bir fonksiyonu olarak artış göstermektedir. Ancak, rakip olmayan bir takımın başarısızlığı durumunda bu artışın olma olasılığı daha düşüktür. Bu durum, grup içi kimliğin, özellikle rakip takımın kaybettiği durumlarda gösterilen tepkiyle güçlü bir şekilde bağlantılı olduğunu göstermektedir. Özetle, bu çalışmanın bulguları, spor taraftarlarının kimlik düzeyi ve schadenfreude arasında anlamlı bir ilişki olduğunu desteklemektedir (Argan, Argan, Kaya, 2018; Cikara vd., 2014; Combs vd., 2009).

Yapılan bu araştırmada, karanlık üçlü boyutları ile takım kimliği arasında doğrudan ve anlamlı bir ilişki saptanamamıştır, ancak yapılan aracılık analizi neticesinde karanlık üçlü ile takım kimliği arasındaki ilişkinin schadenfreude üzerinden gerçekleştiği saptanmıştır. Bu bulgu, karanlık üçlü özellikler ile takım kimliği arasında doğrudan bir

ilişki bulunamamasına rağmen, aralarındaki ilişkinin schadenfreude üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. Yani, karanlık üçlü özelliklere sahip bireylerin takım kimliği ile bağlantısı, başkalarının başarısızlığı veya acı çekmesinden zevk alma eğilimi olan schadenfreude üzerinden dolaylı olarak gerçekleşmektedir. Sonuç olarak bu bulgu, karanlık üçlü özellikler ile takım kimliği arasındaki ilişkinin karmaşıklığını, bu ilişkinin aracılık etkilerini anlamak için önemli bir adım olarak değerlendirilebileceği gibi karanlık üçlü özelliklere sahip bireylerin, schadenfreude ile daha güçlü bir şekilde ilişkilendirilmesi, takım kimliği oluşumunu etkileyebileceğini göstermektedir. Bu bulgu ayrıca, karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sosyal ilişkiler ve grup kimliği oluşumu üzerindeki etkisini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Ayrıca, aracılık etkisinin varlığı, bu ilişkinin nasıl işlediğini ve neden bazı kişilerin takım kimliğini daha fazla benimsediğini anlamamıza olanak tanıyabilir. Bu da karanlık üçlü özelliklere sahip bireylerin takım kimliği oluşumunda schadenfreude duygusunun önemli bir rol oynayabileceğini düşündürmektedir. Brubaker, Montez & Church (2021) yaptıkları çalışmada karanlık kişilik özelliklerinin, schadenfreude üzerinden “troll” davranışları etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu da karanlık kişilik özelliklerinin schadenfreude üzerinden farklı psikolojik çıktıların olduğu anlamına geldiğini göstermektedir.

Model 2’de bulunan aydınlık üçlü ölçeğine uygulanan DFA sonuçlarından elde edilen uyum iyiliği değerlerinin, alan yazınla uyumlu olduğu belirlenmiştir (Browne & Cudeck, 1993; Hu & Bentler, 1999; Chiu, Hsu & Wang, 2006; Chiu & Wang, 2008; Harrington, 2009; Schumacker & Lomax, 2016; Whittaker & Schumacker, 2022). Faktör yüklerinin de benzer şekilde alan yazında belirtilen değerlerden (Tabachnick & Fidell, 2007) yüksek olduğu hesaplanmıştır. Bu bilgiler değerlendirildiğinde aydınlık üçlüyü oluşturan üç faktörlü yapının doğrulanmış olduğundan söz edilebilir. Model 2’nin bir diğer unsuru olan duyuşsal empati ölçeğinin tüm uyum iyiliği değerlerinin mükemmel uyuma işaret ettiği, faktör yüklerinin de alan yazında belirtilen kabul edilebilir değerlerin üzerinde olması nedeniyle dört ifadeden oluşan tek faktörlü yapının doğrulanmış olduğu ifade edilebilir. Takım kimliği ölçeğinde uyum iyiliği değerlerinin tamamının mükemmel uyuma işaret ettiği, faktör değerlerinin de referans değerlerin üzerinde hesaplanmasından dolayı dört ifadeden oluşan bu yapının da doğrulandığından söz edilebilir. Son olarak, Model ‘de yer alan fair play ölçeğine uygulanan DFA sonrasında elde edilen uyum değerlerinin mükemmel uyum gösterdiği, standardize edilmiş faktör yüklerinin de alan yazında belirtilen değerlerin üzerinde değerler aldığı belirlenmiştir. Model 2’yi oluşturan

yapıların birleşik DFA sonuçları incelendiğinde, gözlenen değişkenlere ait faktör yüklerinin referans değerlerin üzerinde olduğu, uyum iyiliği değerlerinin de biri hariç (χ^2/sd) tamamının mükemmel uyum değerleri aldığı, dolayısıyla doğrulayıcı modelin yapısal eşitlik modelinin (YEM) gerçekleştirilmesi için uygun olduğu şeklinde değerlendirilebilir.

Model 2'nin yapı geçerliğini belirlemek için modelde yer alan tüm yapıların AVE değerleri hesaplanmış ve iki yapının ,50'nin altında kaldığı (duyuşsal empati ,49, fair play ,47) tespit edilmiştir. (Fornell & Larcker, 1981). Yakınsak geçerliğin bir diğer ölçütü olan CR değerleri incelendiğinde bir yapının hesaplanan değerinin ,70'in altında olduğu (duyuşsal empati ,54) hesaplanmıştır (Fornell & Larcker, 1981). Hair vd. (1998) CR'nin ,60'tan büyük olduğu durumlarda AVE'nin ,50'den küçük çıkmasının kabul edilebileceğini, ayrıca AVE değerinin ,50'den küçük hesaplanması durumunda CR>AVE koşulu sağlandığında yine benzeşim geçerliğinin kabul edilebileceğini belirtmişlerdir. Model 2'de yer alan Alpha değerleri incelendiğinde tüm yapıların ,70'in üzerinde değer aldığı hesaplanmıştır. Ayırıcı geçerlik içinse HTMT değerleri hesaplanarak, tüm değerlerin eşik değer olan ,85'in altında olduğu hesaplanmıştır (Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2015). Tüm bilgilerden yola çıkarak değerlendirme yapıldığında, Aydınlık üçlü modelindeki (Model 2) değişkenlere ilişkin geçerlik ve güvenirlik doğrulanmasının sağlandığı ifade edilebilir.

Aydınlık üçlü modeli (Model 2) içinde yer alan değişkenlere yönelik geçerlik ve güvenirlik doğrulamaları tamamlandıktan sonra, araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla bir yapısal model oluşturulmuştur. Model 2'deki değişkenler olan aydınlık üçlü, duyuşsal empati ve fair play arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için YEM uygulanmıştır. Analizler sonucunda, modeldeki değerlerin üç tanesi (NFI, NNFI ve AGFI) iyi uyum değerleri aralığında yer alırken diğer uyum iyiliği değerleri mükemmel uyum iyiliği ölçütlerine uygun olduğu belirlenmiştir (Schermelleh vd., 2003; Schumacker & Lomax, 2010, s.76; Hooper vd., 2008; Hu & Bentler, 1999; Hoyle, 2012, s.210-223; Tabachnick & Fidell, 2014, s.770-775; Kline, 2016, s.262-280). Model 2'deki yapılar arasındaki ilişki, Maximum Likelihood tahmini ile gerçekleştirilen yol analizi ile test edildi. Analiz sonuçlarına göre, araştırma kapsamında geliştirilen Model 2'ye ait tüm hipotezler (H₁, H₂, H₃, H₄, H₅) kabul edilmiştir.

Bu bağlamda, çalışmanın bulgularından biri olarak aydınlık üçlü modeli ile duyuşsal empati arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, bireylerin

olumlu kişilik özelliklerinin, duyuşsal empati yetenekleri ile bağlantılı olabileceğini işaret etmektedir. Aydınlik üçlü modeli, bireylerin genel olarak açık, anlayışlı ve olumlu karakter özelliklerini barındıran bir kişilik profiline sahip olduğunu öne sürer. Dolayısıyla, bu modelde yer alan kişilik özellikleri, bireylerin başkalarının duygusal durumlarını anlama ve paylaşma yetenekleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Alan yazındaki diğer çalışmalarla da uyumlu bir şekilde, aydınlık üçlü modeli ile duyuşsal empati arasındaki bu pozitif ilişki, insanların pozitif kişilik özelliklerinin empatik yetenekleriyle uyum içinde olduğunu destekler niteliktedir (Kaufman vd., 2019; Krok, Zarzycka & Telka, 2023). Araştırma sonuçları, bu iki önemli psikolojik faktör arasındaki ilişkinin sadece teorik bir çerçeve olmaktan öte, somut ve ölçülebilir bir bağlantıyı yansıttığı olarak yorumlanabilir.

Aydınlık üçlü modeli ile takım kimliği arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, aydınlık üçlü özelliklere sahip bireylerin takım kimliği düzeyinde bir azalmayı işaret etmektedir. Bu negatif ilişkinin anlamı, aydınlık üçlü kavramının genellikle olumlu kişilik özelliklerini temsil etmesine rağmen, bu özelliklere sahip bireylerin takım kimliğinin daha düşük olma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Aşırı hümanizm veya insanlığa inanç gibi özellikler, takımın ortak hedeflerine odaklanmakta zorluk yaratabileceği anlamına gelebilir. Alan yazın incelendiğinde, aydınlık üçlü yapısı ile takım kimliği arasındaki ilişkilere rastlanamamıştır. Elde edilen bu bulgunun alana katkı sağlayacağı ve ortaya çıkan bu negatif ilişkinin araştırılmaya değer olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Duyuşsal empati ile takım kimliği arasındaki pozitif ilişki, taraftarların duyuşsal empati düzeyinin yükseldikçe, takım kimliğini daha güçlü bir şekilde hissetme eğiliminde olduklarını göstermektedir (Westberg vd., 2020). Bu durum, empatinin taraftarlar için sadece bir duygu deneyimi olmanın ötesine geçerek, onların bir takımın bir parçası olarak kendilerini hissetmelerinde önemli bir araç olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir (De Jong vd., 2021). Haidt (2003) tarafından ifade edildiği üzere, empati, bir taraftarın duygusal olarak bağlandığı sporcularla bir kimlik örtüşmesi yaşatma potansiyeline sahiptir. Taraftarlar, duygusal olarak bağlı oldukları sporcuların yaşadığı olumsuz durumlar karşısında duydukları acı ve empati artırabilir. Bu kimlik örtüşmesi, taraftarların sadece zaferleri değil, aynı zamanda zorlukları ve başarısızlıkları da paylaşma eğiliminde olduklarını gösterir. Sporcuların başarılarına sevinç duyarken,

zorluklarına karşı da duyarlılık gösteren taraftarlar, takımlarına olan bağlılıklarını derinleştirebilirler.

Duyuşsal empati ile fair play arasındaki negatif ilişki, çalışmanın önemli bir bulgusu olarak ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, duyuşsal empati düzeyinin arttıkça, fair play değerlerine karşı olumsuz bir tutumun gelişebileceğini göstermektedir. Bu sonuç, alan yazındaki diğer çalışmalardan farklı bir perspektif sunmaktadır (Sezen-Balçıkanlı, 2009; Argan, Argan ve Kaya, 2018). Empati, sportif davranışları belirleyen ve sporcuların sahip olması gereken önemli bir yetenektir. Sportmenlik anlayışını doğrudan etkileyen bu yetenek, bir sporcu için sadece kendi performansını değil, aynı zamanda diğer oyuncular, taraftarlar ve hakemlerle olan ilişkilerini de şekillendirir (Sezen-Balcıkanlı & Yıldırım, 2019). Ancak, çalışmanın bulguları, duyuşsal empati ile fair play arasındaki ilişkinin negatif olduğunu tespit ederek, bu konudaki alan yazındaki genel kabullere ek bir bakış açısı sunduğu şeklinde değerlendirilebilir. Negatif bir ilişki, yüksek duyuşsal empati düzeyine sahip bireylerin, fair play değerlerine daha eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşabileceğini işareti olarak değerlendirilebilir. Bu durum, duygu odaklı bir empati ile objektif spor kuralları ve fair play prensipleri arasında bir çatışma olabileceği anlamına gelebilir. Özellikle yoğun rekabetin yaşandığı durumlarda, duyuşsal empati, adil olma anlayışını etkileyerek sportmenlik değerlerine karşı olumsuz bir tutumu beraberinde getirebilir. Bu bulgu, spor yöneticileri, antrenörler ve taraftarlar için önemli bir perspektif sunmaktadır. Spor etiği ve fair play değerlerinin vurgulanması kadar, duyuşsal empatinin nasıl yönetileceği, eğitilebileceği ve spor ortamlarında nasıl denge sağlanabileceği konularında daha fazla araştırma ve geliştirme ihtiyacını ortaya koymaktadır.

H₅ hipotezi kapsamında yapılan analizler sonucunda, takım kimliği ile fair play arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuç, çalışmanın temel hipotezlerinden biri olan takım kimliği ile fair play arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, takım kimliği ile fair play arasındaki olumlu ilişkinin spor taraftar davranışları üzerindeki etkilerini vurgulamaktadır. Yüksek bir takım kimliğine sahip olan bireylerin, fair play değerlerine daha bağlı olma eğiliminde oldukları ve bu değerlere daha fazla önem verdikleri söylenebilir. Bu durum, taraftarların sadece takımlarına değil, aynı zamanda takımlarının temsil ettiği değerlere ve spor etiğine de duyarlı olduklarını göstermektedir. Takım kimliği ile fair play arasındaki bu pozitif ilişki, spor organizasyonları ve taraftar grupları için önemli bir bilgi kaynağı olabilir. Bu bağlamda, spor etiğinin ve fair play değerlerinin vurgulanması, taraftarların takımlarıyla

olan bağılılıklarını artırmanın yanı sıra, adil ve etik bir spor kültürünün gelişimine de katkı sağlayabilir. Bu bulgu, spor etiği eğitim programlarının ve kampanyalarının, taraftarların fair play değerlerine olan duyarlılıklarını artırmada etkili bir araç olabileceğini düşündürmektedir.

Aracılık etkisinin incelendiği H₇ sonucuna göre, aydınlık üçlü ile fair play arasındaki ilişkide duyuşsal empatinin istatistiksel olarak anlamlı bir aracılık etkisine sahip olduğu bulunmuştur. Yani, aydınlık üçlü ile fair play arasındaki ilişkide duyuşsal empati aracılık etkisi göstermektedir. Bu sonuç, duyuşsal empatinin aydınlık üçlü ve fair play arasındaki ilişkide önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Bu bulgu neticesinde, aydınlık üçlü kişilik özelliklerine sahip bireylerin daha yüksek düzeyde duyuşsal empati kurma eğiliminde olduğunu ve bunun da fair play davranışlarını teşvik ettiğinden söz edilebilir. Ancak, diğer hipotezler (H₆, H₈ ve H₉) için aracılık etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Yani, aydınlık üçlü ile takım kimliği arasındaki duyuşsal empati aracılık etkisi, aydınlık üçlü ile fair play arasındaki takım kimliği aracılık etkisi ve duyuşsal empati ile fair play arasındaki takım kimliği aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir.

7. TEORİK VE UYGULAMAYA YÖNELİK ÇIKARIMLAR

Çalışmanın bu kısmında teorik ve uygulamaya yönelik çıkarımlar kapsamlı olarak ele alınarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

7.1. Teorik Çıkarımlar

Bu çalışmanın teorik çıkarımları geniş kapsamlıdır ve çeşitli alanlardaki bilgi birikimine önemli katkılar sağlamaktadır. İlk olarak, araştırma, narsisizm, psikopati ve Makyavelizm gibi karanlık üçlü kişilik özellikleri arasındaki etkileşimi ve bu özelliklerin futbol taraftarlığı bağlamında schadenfreude ve takım kimliği üzerindeki etkisini anlamak için yeni bir teorik çerçeve sunmaktadır. Bu ilişkilerin kurulmasıyla, çalışma psikolojik teorileri spor ve futbol taraftar davranışları alanına genişleterek bu alanda önemli bir katkı sağlamaktadır.

İkinci olarak, karanlık üçlü içindeki narsisizm, psikopati ve Makyavelizm gibi farklı faktörlerin tanımlanması ve bunların schadenfreude üzerindeki farklı etkileri, spor taraftarları bağlamında bu özelliklerin nasıl ortaya çıktığına dair incelikli bir anlayış sunmaktadır. Bu detaylı bakış açısı, taraftar toplulukları içindeki duygusal deneyimleri ve sosyal dinamikleri şekillendirmede bireysel karanlık üçlü bileşenlerinin oynadığı benzersiz rolleri vurgulayarak mevcut psikolojik çerçeveleri zenginleştirmektedir.

Ayrıca, bu çalışma aydınlık üçlü özelliklerinin, insanlığa inanç, hümanizm ve Kantçılık gibi, empati, fair play ve takım kimliği üzerindeki etkilerini araştırarak taraftar katılımının olumlu yönünü de vurgulamaktadır. Spor bağlamında olumlu psikolojik özelliklere yönelik araştırmaların genişletilmesi, taraftar davranışının hem olumsuz hem de olumlu yönlerini kapsayan potansiyel ikili doğasını vurgulayarak teorik çerçeveyi zenginleştirmektedir. Bununla birlikte, bulgular, spor pazarlaması ve yönetimi alan yazınına taraftar psikolojisini anlamanın önemini vurgulayarak pazarlama stratejilerinin ve taraftar katılımı girişimlerinin geliştirilmesine yönelik değerli içgörüler sağlamaktadır. Karanlık ve aydınlık üçlü özelliklerinin taraftar tutum ve davranışları üzerindeki etkisinin farkına varmak, spor kuruluşlarına pazarlama çabalarını belirli taraftar segmentlerine göre uyarlamak için değerli bir rehberlik sunmaktadır.

Özetle, bu çalışmanın teorik çıkarımları spor psikolojisi alanının sınırlarını aşarak kişilik özellikleri, duygusal deneyimler ve taraftarlık bağlamında geniş teorileri etkilemektedir. Karanlık ve aydınlık üçlü özelliklerinin yerleşik psikolojik çerçevelere entegrasyonu, spor alanındaki insan davranışını anlamamıza katkıda bulunmakta ve ilgili

alanlarda gelecekteki araştırmalar için yollar amaktadı. Bu teorik çıkarımlar, futbol taraftar davranışları ve taraftar psikolojisi üzerine daha derinlemesine bir anlayış sağlamak ve gelecekteki araştırmalara temel oluşturmak adına önemlidir.

7.2. Uygulamaya Yönelik ıkarımlar

Bu alışma, futbol taraftar davranışlarını anlamak, pazarlamayı yönlendirmek ve geniş psikolojik teorilere katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Metodolojik aşamalar ve elde edilen bulgular ışığında, çalışmanın uygulamaya yönelik çıkarımları şitli boyutlarda değerlendirilebilir. Bu bağlamda, futbol taraftarlarının demografik ve davranışsal profillerinden, psikolojik faktörlerin ölçümüne, ilişkisel analizlerden yapısal eşitlik modeline kadar geniş bir perspektif sunarak, araştırma kapsamında ortaya çıkan uygulamaya yönelik çıkarımlar ne çıkmaktadır.

Çalışma, futbol taraftarlarının demografik ve davranışsal profillerini belirleyerek, geniş, erkek, niversite mezunu ve genellikle medya üzerinden müsabakaları takip eden bir profil ortaya koymuştur. Bu bilgiler, futbol organizasyonları ve spor pazarlamacıları için hedef kitlelerini daha iyi anlamalarına ve etkileşim stratejilerini geliştirmelerine katkı sağlayabilir. Bu alışma, karanlık l ve aydınlık l kişilik özelliklerini ölçmek için kullanılan ölçekleri ve diğer ölçekleri değerlendirerek, geçerlik ve güvenirlik değerlendirmelerini yaparak Türkçe alan yazına kazandırmıştır. Aynı zamanda bu çalışma, benzer araştırmalarda kullanılan ölçeklerin geçerliğini ve güvenirliğini doğrulayarak, psikolojik faktörlerin ölçümünde etkili olduğu düşünülen araçlar sunmaktadır. Aynı zamanda, karanlık l kişilik özellikleri ile schadenfreude ve takım kimliği arasındaki ilişkileri, aydınlık l kişilik özellikleri ile duyuşsal empati, takım kimliği ve fair play arasındaki ilişkileri inceleyerek futbol taraftar davranışları ve psikolojisi üzerine daha derin bir anlayış sunmaktadır.

Bu alışma, yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanarak karanlık l özellikler ile schadenfreude ve takım kimliği arasındaki ilişkileri, aydınlık l özellikler ile duyuşsal empati, takım kimliği ve fair play arasındaki ilişkileri test etmiştir. Bu, karmaşık ilişkileri anlamak ve modellemek isteyen araştırmacıları değerli bir örnek olabileceği gibi çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenirlik değerlendirmelerini yaparak, bu ölçeklerin güvenilir ve geçerli sonuçlar elde etmeye uygun olduğunu göstermiştir. Bu, benzer çalışmaların güvenilir ve geçerli sonuçlar elde etmek için bu ölçekleri kullanabileceği anlamına gelmektedir.

Bu çalışmanın, futbol taraftar davranışlarını çeşitli boyutlarda ele alarak önemli çıkarımlar sunduğu düşünülmektedir. Öncelikle, futbol taraftarlarının genel profili üzerindeki detaylı analiz, spor organizasyonlarının ve markalarının hedef kitleye özgü pazarlama stratejileri oluşturmalarına yönelik önemli bilgiler sağlamaktadır. Demografik faktörlere dayalı belirlenen özelliklerin, reklam kampanyaları ve etkileşim stratejileri açısından daha etkili olabileceği. Ayrıca, karanlık ve aydınlık üçlü kişilik özelliklerini temel alarak futbol taraftarlarını kişilik temelli segmentlere ayırma potansiyelini ortaya koymaktadır, bu da pazarlamacılara ve spor organizasyonlarına kişiselleştirilmiş etkileşim stratejileri geliştirmek için bir fırsat sunmaktadır. Taraftar ilişkileri yönetimi açısından, taraftarların kişilik özellikleri ile schadenfreude, takım kimliği, duyuşsal empati ve fair play arasındaki karmaşık ilişkileri anlamak adına bir çerçeve sunularak, spor organizasyonlarının taraftar ilişkilerini daha etkili bir şekilde yönetmelerine ve taraftar bağlılığını artırmalarına katkı sağlanabileceği belirtilmiştir. İçgörülere dayalı pazarlama stratejileri açısından, karanlık üçlü ve aydınlık üçlü kişilik özelliklerinin futbol taraftar davranışları üzerindeki etkilerinin anlatılması, markaların duygusal bağ kurma ve etkileşim stratejilerini daha iyi anlamalarına yardımcı olarak, daha etkili pazarlama stratejileri geliştirmelerine olanak tanıyabilir. Ayrıca, çalışma fair play gibi olumlu futbol değerlerinin, aydınlık üçlü kişilik özellikleri ile ilişkilendirildiğini göstererek, spor organizasyonlarının sosyal sorumluluk projeleri ve etkinlikleri üzerinden taraftar bağlılığını artırmak adına yeni stratejiler geliştirmelerine olanak sağlayabilir. Futbol taraftar psikolojisinin karanlık ve aydınlık üçlü kişilik özellikleri açısından analiz edilmesi, bu alandaki psikolojik dinamikleri daha iyi anlamamıza katkı sağlayarak, spor psikologları ve danışmanları için taraftarlarla yapılan çalışmalarda daha etkili stratejiler geliştirmek için temel oluşturabilir.

Yukarıda bahsedilenlere ek olarak bu çalışma; karanlık üçlü ve aydınlık üçlü kişilik özellikleri arasındaki farklılıkları ve benzerlikleri vurgulayarak, futbol taraftar davranışlarındaki aydınlık ve karanlık kişilikler arasındaki dinamikleri açıklamaya çalışmıştır. Bu tür karşılaştırmalı analizler, farklı kişilik özelliklerinin futbol taraftarlığı üzerindeki etkilerini anlamak isteyen araştırmacılara yol gösterebilir. Özellikle karanlık üçlü özelliklerin schadenfreude ve saldırgan davranışlarla olan ilişkisi, taraftarlar arasındaki şiddeti tetikleyebilecek faktörleri anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu bilgiler, spor organizasyonları ve yetkililerinin şiddet olaylarını önlememeye yönelik müdahaleler geliştirmelerine imkanlar tanıyabilir. Ayrıca, aydınlık üçlü özelliklerin

empati ve fair play ile olan olumlu ilişkisi, taraftarlar arasında pozitif davranışların teşvik edilmesine yönelik stratejiler oluşturulmasına katkıda bulunabilir. Bu bağlamda tez, futbol müsabakalarında şiddeti azaltmak ve daha adil bir spor ortamı yaratmak için önemli bulguları ortaya koyduğu düşünülmektedir.



8. SINIRLILIKLAR VE GELECEK ÇALIŞMALARA YÖNELİK ÖNERİLER

Bu çalışmanın kapsamında her iki model açısından ortaya konan sonuçlar alan yazına ve uygulamaya dönük olarak önemli katkılar sağlamasına karşın, her araştırmacının özgün doğası gereği birtakım sınırlılıklar içermektedir. Ancak bu sınırlılıklar gelecek araştırmalar için fırsatlar da sunmaktadır. Bu araştırma, 02 Ocak 2023 ile 01 Haziran 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, coğrafi olarak Türkiye ile sınırlıdır. Gelecekte yapılacak kültürler arası çalışmalar mevcut bulgulara daha fazla kanıt sağlayabilir. Çalışmanın temel odak noktası, sınırlı sayıdaki spor kulübüne ve bu kulüplere ait futbol taraftarlarıdır. Özellikle futbol taraftarları üzerinde yoğunlaşılacak bu çalışma, katılımcı kitlesi bu spesifik grupla sınırlıdır, ancak gelecek çalışmalarda, daha fazla futbol takımı taraftarları da çalışmalara dahil edilerek, taraftar profillerinin çıkarılması noktasına destek sağlayabilir. Benzer şekilde farklı spor branşı taraftarlarının yer aldığı çalışma tasarımı oluşturularak branşlara özgü taraftar profillerinin çıkarılmasına yardımcı olabilir. Pilot çalışma ve ana çalışmada yer alan örneklem grubunun büyük çoğunluğunun stadyumlarda müsabakaları takip etmemesi bu araştırmanın sınırlılıklarından biri olarak değerlendirilebilir. Gelecekteki çalışmalarda, örneklem grubunun daha çeşitli hale getirilmesi veya stadyumlarda müsabaka izleyen taraftarlara odaklanılması daha genellenebilir sonuçlar elde edilmesi noktasında faydalar sağlayabilir.

Araştırmanın gerçekleştirilme süresi, doktora tez dönemiyle uyumlu olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede, elde edilen veriler, çıkarılan sonuçlar ve bulgular belirtilen tarih aralığı ve coğrafi sınırlar içinde değerlendirilmiştir. Daha geniş tarih aralığında ve daha geniş bir örnekleme gerçekleştirilmesi, bu çalışmadan elde edilecek sonuçları daha ileri bir noktaya taşıyabilir. Aynı zamanda çalışmanın tasarımı da bu çalışmanın bir sınırlılığıdır. İleride yapılacak çalışmaların deneysel tasarımlar, nitel tasarımlar ya da karma tasarımlar oluşturularak test edilebilmesi, kanıtları daha da zenginleştirebilir. Çalışmada yer alan değişkenler farklılaştırılarak ya da farklı değişkenler çalışmaya dahil edilerek bulguların kapsamı genişletilebilir. Çalışmadaki bir başka sınırlılık, karanlık kişiliğin bir bileşeni olarak sadizm önerilmesine (Buckels, Jones & Paulhus, 2013) rağmen bu çalışmada yer almamıştır. Gelecekteki çalışmaların, karanlık kişilik özellikleri değerlendirilirken, sadizmin de ölçme aracına dahil edildiği karanlık dörtlü yapısı ele alınabilir.

Sporun evrimi, çağdaş taraftarlık dinamiklerini etkileyen pek çok faktörü ortaya çıkarmıştır. Bu faktörlerden biri de teknolojinin hızla ilerlemesi ve dijitalleşmedir.

Özellikle internet kullanımı, sosyal medya etkileşimi ve dijital platformlardaki etkileşimler, modern taraftar davranışlarını önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Spor takımlarına olan bağlılık, geleneksel anlamda stadyumlarda coşkulu bir şekilde yaşanan deneyimlerin ötesine geçmiş, dijital dünyada da yoğun bir şekilde varlık göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda, teknoloji kullanımı üzerine odaklanan değişkenler, taraftarların çevrimiçi etkileşimleri, dijital taraftar kimliği ve çevrimiçi takım bağlılıkları gibi konuları içerebilir. Taraftarların arasındaki sosyal ilişkileri anlamak için sosyal ağ değişkenleri de ele alınabilir. Arkadaşlık, aile bağları ve diğer sosyal ilişkiler, taraftarların takımlarıyla ilişkilerini şekillendirebilmektedir. Bu durum, spor takımlarının sadece bir müsabakanın ötesinde bir topluluk oluşturduğunu ve sosyal bağların önemli bir bileşeni olduğunu göstermektedir. Ayrıca, araştırmanın gerçekleştirildiği tarih aralığında meydana gelen olayların etkilerini anlamak için zamanla değişen değişkenlere odaklanmak da önemlidir. Önemli spor etkinlikleri, takım performansındaki değişiklikler veya toplumsal olaylar gibi faktörler, taraftar davranışlarını etkileyebilir ve bu değişen dinamikler, taraftarların duygusal deneyimleri üzerinde de etkili olabilir. Taraftarların duygusal deneyimleri ve duygu durumları üzerine odaklanmak, spor etkinlikleri sırasında yaşanan hissiyatları anlamamıza yardımcı olabilir. Sevinç, hayal kırıklığı, stres ve coşku gibi duygusal tepkileri ölçen değişkenler eklemek, taraftarların duygusal bağlılıklarını daha iyi anlamamıza katkı sağlayabilir. İlave olarak, spor takımlarını birer marka olarak ele almak ve taraftarların marka sadakatini ölçmek, bu ilişkinin ticari boyutunu anlamamıza yardımcı olabilir. Marka sadakati, taraftarların belirli bir spor takımına olan uzun vadeli bağlılıklarını ve desteklerini yansıtabilir. Spor takımlarına duyulan bağlılık ve taraftar davranışları, sadece geleneksel atmosferde değil, aynı zamanda dijital dünyada da karmaşık bir yapı sergilemektedir. Teknolojik gelişmeler ve dijital platformların etkileşimiyle birlikte, taraftarlar arasındaki bağlar daha da güçlenmiş ve çeşitlenmiştir. Bu noktada, taraftarlık üzerine odaklanan değişkenlerin genişletilmesi, gelecekteki araştırmalara temel oluşturabilir ve sporun toplumsal ve kültürel dinamiklerini anlamamıza derinlemesine katkı sağlayabilir. Bu değişkenlerin ele alınması, sadece taraftarların duygusal dünyasını değil, aynı zamanda ticari ve sosyal boyutlarını da kapsayarak geniş bir perspektif sunabilir.

Çalışma ifade edilen bu sınırlılıklar ışığında yorumlanmalı ve gelecekteki çalışmalarda bu çalışmanın sınırlılıklarının göz önünde bulundurulması önemlidir.

KAYNAKÇA

- Amani, D. (2019). Fan Identification, Brand Community Identification, and Oppositional Brand Loyalty towards Sponsors of a Rival Sports Team: The Mediating Role of Schadenfreude. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 3(2), 25-40.
- Angell, R. J., Gorton, M., Bottomley, P. & White, J. (2016). Understanding fans' responses to the sponsor of a rival team. *European Sport Management Quarterly*, 16(2), 190-213.
- Argan, M., Argan, M. T. & Sabri, K. (2018). The Role of Empathy and Sympathy on Team Identification: The Determinants of Team-Based Approach. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 23(2), 59-74.
- Argan, M., Köse, H., Özgen, C. & Yalınkaya, B. (2019). Do sports, take photo and share: Phubbing, social media addiction and narcissism of body builders. *European Journal of Physical Education and Sport Science*. 5(9), 80.
- Arnett, J. J. (2023). Joy: An integrative theory. *The Journal of Positive Psychology*, 18(1), 1-14.
- Arnold, E. C. & Boggs, K. U. (2020). *Interpersonal relationships e-book: professional communication skills for nurses* (8. Edition). Elsevier Health Sciences.
- Ashforth, B. E. & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of management review*, 14(1), 20-39.
- Bader, R. M. (2023). The dignity of humanity. S. Buss ve L. N Theunissen (Eds), *Rethinking the Value of Humanity* içinde (s. 153-180), Oxford: Oxford University Press.
- Bălan, A. S., Ionescu, M. C. & Stan, A. (2023). Light triad personality traits and coping strategies in teachers. *Current Trends in Natural Sciences*, 12(23), 150-159.
- Batson, C. D., Polycarpou, M. P., Harmon-Jones, E., Imhoff, H. J., Mitchener, E. C., Bednar, L. L., ... & Highberger, L. (1997). Empathy and attitudes: Can feeling for a member of a stigmatized group improve feelings toward the group?. *Journal of personality and social psychology*, 72(1), 105.
- Bereczkei, T. (2017). *Machiavellianism: The psychology of manipulation*. Routledge.
- Blair, J., Mitchell, D. & Blair, K. (2005). *The psychopath: Emotion and the brain*. Blackwell Publishing.

- Bowen, K. T., Musarra, G. & Ou, Y. C. (2022). How and when Narcissism and faith in humanity drive sustainable consumption. *Psychology & Marketing*, 39(9), 1706-1724.
- Branscombe, N. R. & Wann, D. L. (1992). Role of identification with a group, arousal, categorization processes, and self-esteem in sports spectator aggression. *Human relations*, 45(10), 1013-1033.
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of cross-cultural psychology*, 1(3), 185-216.
- Bronikowska, M., Korcz, A., Pluta, B., Krzysztozek, J., Ludwiczak, M., Łopatka, M., Wawrzyniak, S., Kowalska, J.E. & Bronikowski, M. (2019). Fair play in physical education and beyond. *Sustainability*, 11(24), 7064.
- Brown-Devlin, N. & Devlin, M. B. (2020). Winning with personality: Underscoring antecedents for college students' motives for team identification. *Communication & Sport*, 8(3), 364-388.
- Browne, M. W. & Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological methods & research*, 21(2), 230-258.
- Brubaker, P. J., Montez, D. & Church, S. H. (2021). The power of schadenfreude: Predicting behaviors and perceptions of trolling among Reddit users. *Social Media Society*, 7(2), 1-13.
- Buckels, E. E., Jones, D. N. & Paulhus, D. L. (2013). Behavioral confirmation of everyday sadism. *Psychological science*, 24(11), 2201-2209.
- Campbell, W. K. & Crist, C. (2020). *The New Science of Narcissism. Understanding One of the Greatest Psychological Challenges of Our Time and What You Can Do About It*. Boulder: Sounds True Publishing.
- Canavan, B. (2020). *Contemporary Consumption, Consumers and Marketing: Cases from Generations Y and Z*. Routledge.
- Cant, M. & Wiid, J. (2012). Service quality and spectator satisfaction on university sporting grounds. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 11(12), 1311-1324.
- Castille, C. M., Buckner, J. E. & Thoroughgood, C. N. (2018). Prosocial citizens without a moral compass? Examining the relationship between Machiavellianism and unethical pro-organizational behavior. *Journal of business ethics*, 149(4), 919-930.

- Cecconi, C., Poggi, I. & D'Errico, F. (2020). Schadenfreude: Malicious Joy in Social Media Interactions. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-18.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS quarterly*, 7-16.
- Chiu, C. M. & Wang, E. T. (2008). Understanding Web-based learning continuance intention: The role of subjective task value. *Information & management*, 45(3), 194-201.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H. & Wang, E. T. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision support systems*, 42(3), 1872-1888.
- Christie, R. & Geis, F. L. (1970). *Studies in machiavellianism*. Academic Press.
- Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S. & Sloan, L. R. (1976). "Basking in reflected glory: Three (football) field studies". *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(3), 366-375.
- Cikara, M. & Fiske, S. T. (2012). Stereotypes and schadenfreude: Affective and physiological markers of pleasure at outgroup misfortunes. *Social Psychological and Personality Science*, 3(1), 63-71.
- Cikara, M. (2015). Intergroup schadenfreude: Motivating participation in collective violence. *Current opinion in behavioral sciences*, 3, 12-17.
- Cikara, M., Botvinick, M.M. & Fiske, S.T. (2011), Us versus them: social identity shapes neural responses to intergroup competition and harm, *Psychological Science*, 22(3), 306-313.
- Cikara, M., Bruneau, E., Van Bavel, J. J. & Saxe, R. (2014). Their pain gives us pleasure: How intergroup dynamics shape empathic failures and counter-empathic responses. *Journal of experimental social psychology*, 55, 110-125.
- Cin, H. & Yaşar, O. M. (2022). The relationship among narcissism, Machiavellianism and happiness of female football players. *VIREF Revista de Educación Física*, 11(4), 144-157.
- Collier, J. E. (2020). *Applied Structural Equation Modeling using AMOS: Basic to Advanced Techniques*. Routledge.
- Combs, D. J., Powell, C. A., Schurtz, D. R. & Smith, R. H. (2009). Politics, schadenfreude, and ingroup identification: The sometimes happy thing about a

- poor economy and death. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 635-646.
- Constantin, R.M. & Florin, S.D. (2023). An explorative study regarding the relationship between the Light Triad of personality, counterproductive work behavior and organizational citizenship behaviour, *Review of Socio-Economic Perspectives*, 8(2), 19-28.
- Cooke, P. (2020). Dark Entrepreneurship, the 'Dark Triad' and Its Potential 'Light Triad' Realization in 'Green Entrepreneurship'. *Urban Science*, 4(4), 45.
- Cooke, P., Nunes, S., Oliva, S. & Lazzeretti, L. (2022). Open Innovation, Soft Branding and Green Influencers: Critiquing 'Fast Fashion' and 'Overtourism'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 52.
- Costa, G., Glinia, E. & Drakou, A. (2004). The role of empathy in sport tourism services: A review. *Journal of Sport & Tourism*, 9(4), 331-342.
- Crysel, L. C. & Webster, G. D. (2018). Schadenfreude and the spread of political misfortune. *PloS one*, 13(9), e0201754.
- Curtis, G. J. (2023). It Kant be all bad: Contributions of Light and Dark Triad traits to academic misconduct. *Personality and Individual Differences*, 212, 112262.
- Dalakas, V. & Melancon, J.P. (2012), Fan identification, Schadenfreude toward hated rivals, and the mediating effects of Importance of Winning Index (IWIN), *Journal of Services Marketing*, 26(1), 51-59.
- Dash, M. & Malhotra, N. K. (2016). Marketing Research an Applied Orientation. *Indian Institute of Management Lucknow*.
- De Jong, D., Hortensius, R., Hsieh, T. Y. & Cross, E. S. (2021). Empathy and schadenfreude in human–robot teams. *Journal of Cognition*, 4(1).
- Debes, R. (2017). Empathy and mirror neurons. In *The Routledge handbook of philosophy of empathy* (pp. 54-63). Routledge.
- Decety, J. & Jackson, P. L. (2006). A social-neuroscience perspective on empathy. *Current directions in psychological science*, 15(2), 54-58.
- Demir, E. & Rigoni, U. (2017). You lose, I feel better: Rivalry between soccer teams and the impact of schadenfreude on stock market. *Journal of Sports Economics*, 18(1), 58-76.
- Desivilya, H. S., Somech, A. & Lidgoster, H. (2010). Innovation and conflict management in work teams: The effects of team identification and task and

- relationship conflict. *Negotiation and Conflict Management Research*, 3(1), 28-48.
- Deveci-Şirin, H. & Şirin, E.F. (2023). The Effect of Fans' Perceptions of Psychological Commitment to their Team on Respect and Hatred towards Opponents. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 25(2), 219-230.
- Dilnoza, Y. (2023). Sports, Culture And Society. *American Journal Of Social Sciences And Humanity Research*, 3(11), 152-163.
- Dowgwillo, E. A., Dawood, S. & Pincus, A. L. (2016). The dark side of narcissism. V. Zeigler-Hill ve D. K. Marcus (Eds), *The Dark Side Of Personality* içinde, (s. 25-44), Washington: American Psychological Association.
- Duradoni, M., Gursesli, M. C., Fiorenza, M., Donati, A. & Guazzini, A. (2023). Cognitive Empathy and the Dark Triad: A Literature Review. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 13(11), 2642-2680.
- Eisenberg, N. & Strayer, J. (1987). Critical issues in the study of empathy. N. Eisenberg and J. Strayer (Eds), *Empathy and its development* içinde(s.3-16). England: Cambridge University Press.
- Erhan, T. (2022). Karanlık ve Aydınlık Üçlü Kişilik Özellikleri Bağlamında Yapıcı Sapma Davranışı: Havacılık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Aviation Research*, 4(1), 146-163.
- Ermiş, S. A. (2022). Examination of Athletes' Dark Personality Traits in Terms of Demographic Variables. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 5(Özel Sayı 1), 47-62.
- Erzi, S. (2020). Dark Triad and schadenfreude: Mediating role of moral disengagement and relational aggression. *Personality and Individual Differences*, 157, 109827.
- Field, A., Miles, J. & Field, Z. (2012). *Discovering statistics using R*. Sage publications.
- Florin, V., Germina, C., Raluca, S., Alexandru, C., Alina, C. & Robert, M. (2021). Dark triad and aggression in a sport students romanian sample. *Ovidius Univ. Ann. Ser. Phys. Educ. Sport/Sci. Mov. Health*, 21, 210-219.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Foszczyńska, B. (2020). The convergence of Olympism and Confucianism. *Studies in Sport Humanities*, 26, 17-24.

- Fox, J. & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161-165.
- Funk, D. C., Alexandris, K. & McDonald, H. (2023). Sport consumer involvement (2. Edition). Routledge.
- Funk, D. C., Mahony, D. F. & Ridinger, L. L. (2002). Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the sport interest inventory (SII) to explain level of spectator support. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1), 33-43.
- Furnham, A., Richards, S. C. & Paulhus, D. L. (2013). The Dark Triad of personality: A 10 year review. *Social and Personality Psychology Compass*, 7(3), 199-216.
- Garcia, D. & Rosenberg, P. (2016). The dark cube: dark and light character profiles. *PeerJ*, 4, e1675.
- Gau, L. S., James, J. D. & Kim, J. C. (2009). Effects of team identification on motives, behavior outcomes, and perceived service quality. *Asian Journal of Management and Humanity Sciences*, 4(2-3), 76-90.
- Gerymski, R. & Krok, D. (2019). Psychometric properties and validation of the Polish adaptation of the Light Triad Scale. *Current Issues in Personality Psychology*, 7(4), 341-354.
- Golec De Zavala, A. (2023). The Psychology of Collective Narcissism: Insights from Social Identity Theory (1st ed.). Routledge.
- Goncalves, M. K. & Campbell, L. (2014). The Dark Triad and the derogation of mating competitors. *Personality and Individual Differences*, 67, 42-46.
- González-Alemañy, E., Armony, J., Rodríguez-Olivera, A. & Bobes-Leon, M. (2023). Brain structural correlates of psychopathic traits in elite female combat-sports athletes.
- Goodboy, A. K. & Martin, M. M. (2015). The personality profile of a cyberbully: Examining the Dark Triad. *Computers in human behavior*, 49, 1-4.
- Gouveia, S. (2022). Rethinking narcissism in sports: advantageous or detrimental to a team's success?. *MacEwan University Student eJournal*, 6(1).
- Grežo, M. & Adamus, M. (2022). Light and Dark core of personality and the adherence to COVID-19 containment measures: The roles of motivation and trust in government. *Acta psychologica*, 223, 103483.

- Grover, S. M. (2005). Shaping effective communication skills and therapeutic relationships at work: The foundation of collaboration. *Aaohn Journal*, 53(4), 177-182.
- Gürlek, M. (2021). Shedding light on the relationships between Machiavellianism, career ambition, and unethical behavior intention. *Ethics & Behavior*, 31(1), 38-59.
- Hagen, A. (2020). History of Involvement with Combat Sports and Severity of Subtypes of Psychopathy.
- Haidt, J. (2003). The moral emotions. In R.J. Davidson, K.R. Scherer & H.H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852–870). Oxford, England: Oxford University Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (1998). *Multivariate data analysis*. Uppersaddle River. Multivariate Data Analysis (5th ed) Upper Saddle River, 5(3), 207-219.
- Hall, J. A. & Schwartz, R. (2019). Empathy present and future. *The Journal of social psychology*, 159(3), 225-243.
- Hambleton, R.K. & Patsula, L. (1999). Increasing the validity of adapted tests: myths to be avoided an guidelines for improving test adaptation practcies 1,2.
- Harker, J. L. & Jensen, J. A. (2020). Adding insult to rivalry: Exploring the discord communicated between rivals. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(4), 633-649.
- Harrington, D. (2009). *Confirmatory factor analysis*. Oxford university press.
- Henseler, J., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135.
- Henson, R. K. & Roberts, J. K. (2006). Use of exploratory factor analysis in published research: Common errors and some comment on improved practice. *Educational and Psychological measurement*, 66(3), 393-416.
- Hideg, G. (2022). Tools Supporting the Measurement of Fair Play in Sport. *Central European Journal of Educational Research*, 4(1), 75-79.
- Hirt, E. R. & Clarkson, J. J. (2011). The Psychology of Fandom: Understanding the Etiology, Motives, and Implications of Fanship. L.R. Kahle & A. Close (Eds). *Consumer Behavior Knowledge for Effective Sports and Event Marketing* içinde (s. 93-120). New York: Routledge.

- Hoogland, C. E., Ryan Schurtz, D., Cooper, C. M., Combs, D. J., Brown, E. G. & Smith, R. H. (2015). The joy of pain and the pain of joy: In-group identification predicts schadenfreude and gluckschmerz following rival groups' fortunes. *Motivation and Emotion*, 39(2), 260-281.
- Hu, L. T. & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Iliu, I., Rad, D., Dughi, T., Egerau, A., Demeter, E. & Rad, G. (2022). Schadenfreude and Life Satisfaction: Effect of Anger and Aggressiveness. *Technium Social Sciences Journal*, 28, 76-88.
- James, S., Kavanagh, P. S., Jonason, P. K., Chonody, J. M. & Scrutton, H. E. (2014). The Dark Triad, schadenfreude, and sensational interests: Dark personalities, dark emotions, and dark behaviors. *Personality and Individual Differences*, 68, 211-216.
- Jonason, P. K. & Webster, G. D. (2010). The dirty dozen: A concise measure of the dark triad. *Psychological assessment*, 22(2), 420.
- Jones, D. N. & Paulhus, D. L. (2014). Introducing the short dark triad (SD3) a brief measure of dark personality traits. *Assessment*, 21(1), 28-41.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *psychometrika*, 39(1), 31-36.
- Kaletta, J. & Reuther, K. (2021). Dark Triad Versus Light Triad: A Comparison and Analysis in the Context of Agile Leadership. In *European Conference on Management, Leadership & Governance* (pp. 241-XI). Academic Conferences International Limited.
- Kalkan, N. (2022). Investigation of the Effect of High School Students' Attitudes to Physical Education Course on Empathic Behavior in Sports Environment. *Education Quarterly Reviews*, 5(1).
- Kaufman, S. B. (2019). The light triad vs. dark triad of personality. *Scientific American Mind*, 30(4), 20-23.
- Kaufman, S. B., Yaden, D. B., Hyde, E. & Tsukayama, E. (2019). The light vs. dark triad of personality: Contrasting two very different profiles of human nature. *Frontiers in psychology*, 10, 467.
- Kline, P. (2014). *An easy guide to factor analysis*. Routledge.

- Kline, R. B. (2023). Principles and practice of structural equation modeling. Guilford publications.
- Kline, T. J. (2005). Psychological testing: A practical approach to design and evaluation. Sage publications.
- Kowalska, J. E. (2019). The principle of fair play in education of football fans. *Journal of Education, Health and Sport*, 9(9), 1246-1253.
- Koyama, M. & Reade, J. J. (2009). Playing like the home team: An economic investigation into home advantage in football. *International Journal of Sport Finance*, 4(1), 16-41.
- Kramer, T., Yucel-Aybat, O. & Lau-Gesk, L. (2011). The effect of schadenfreude on choice of conventional versus unconventional options. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 116(1), 140-147.
- Krok, D., Zarzycka, B. & Telka, E. (2023). The perception of COVID-19, the Light Triad, harmony and ethical sensitivity in late adolescents: The role of meaning-making and stress. *Scientific Reports*, 13(1), 8122.
- Kurtz, P. (2001). *Skepticism and humanism: The new paradigm*. Taylor & Francis.
- Laborde, S., Guillén, F., Watson, M. & Allen, M. S. (2017). The light quartet: Positive personality traits and approaches to coping in sport coaches. *Psychology of Sport and Exercise*, 32, 67-73.
- Larkin, B. & Fink, J. S. (2019). Toward a better understanding of fan aggression and dysfunction: The moderating role of collective narcissism. *Journal of Sport Management*, 33(2), 69-78.
- Leach, C. W., Spears, R., Branscombe, N. R. & Doosje, B. (2003). Malicious pleasure: schadenfreude at the suffering of another group. *Journal of personality and social psychology*, 84(5), 932.
- Lee, H. W., Kim, S. & Liew, J. (2020). Spectator Sports as Context for Examining Observers' Agreeableness, Social Identification, and Empathy in a High-Stakes Conflict Situation. *Psychological Reports*, 124(4), 1788-1806.
- Lefever, S., Dal, M., & Matthíasdóttir, Á. (2007). Online data collection in academic research: advantages and limitations. *British journal of educational technology*, 38(4), 574-582.

- Leggat, F. J., Smith, M. J. & Figgins, S. G. (2020). Talented but disruptive: An exploration of problematic players in sports teams. *Journal of Applied Sport Psychology*, 32(4), 357-376.
- Lindström, J. (2021). Personality and team identification predict violent intentions among soccer supporters. *Frontiers in sports and active living*, 3, 741277.
- Lock, D., Taylor, T., Funk, D. & Darcy, S. (2012). Exploring the development of team identification. *Journal of Sport Management*, 26, 283-294.
- Lokshina, I., Kniezova, J. & Lanting, C. (2022). On Building Users' Initial Trust in Autonomous Vehicles. *Procedia Computer Science*, 198, 7-14.
- Loland, S. & McNamee, M. (2000). Fair play and the ethos of sports: an eclectic philosophical framework. *Journal of the Philosophy of Sport*, 27(1), 63-80.
- Loland, S. (2013). *Fair play in sport: A moral norm system*. Routledge.
- Loland, S. (2015). Fair play. M. McNamee & W. J. Morgan (Eds), *Routledge handbook of the philosophy of sport* içinde, (s. 333-29). Oxon, New York: Routledge.
- Lotfollahi, S., Salehian, M. H. & Peyghan, R. H. (2024). Self-Esteem and Exploitation in Elite and Non-Elite Athletes. *Journal of Social Studies*, 10(2), 34-38.
- Lukić, P. & Živanović, M. (2021). Shedding light on the Light Triad: Further evidence on structural, construct, and predictive validity of the Light Triad. *Personality and Individual Differences*, 178, 110876.
- Lyons, M (2020). Psychopathology Networks. V. Zeigler-Hill, T. K. Shackelford (Eds), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* içinde (s. 4170-4174). Switzerland: Springer, Cham.
- Lyons, M. (2019). *The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy in everyday life*. Academic Press.
- Madrigal, R. (1995). Cognitive and affective determinants of fan satisfaction with sporting event attendance. *Journal of leisure research*, 27(3), 205-227.
- Mahmoudian, A., Boroujerdi, S. S., Ko, Y. J. & Delshab, V. (2023). The Impact of Perceived Team Reputation on Team Identification in the Context of European Football League Teams. *Corporate Reputation Review*, 1-16.
- Mallinckrodt, B., Abraham, W. T., Wei, M. & Russell, D. W. (2006). Advances in testing the statistical significance of mediation effects. *Journal of counseling psychology*, 53(3), 372.

- Martin, C. A. & Bush, A. J. (2000). Do role models influence teenagers' purchase intentions and behavior?. *Journal of consumer marketing*, 17(5), 441-453.
- Matosic, D., Ntoumanis, N., Boardley, I. D., Stenling, A. & Sedikides, C. (2016). Linking narcissism, motivation, and doping attitudes in sport: A multilevel investigation involving coaches and athletes. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 38(6), 556-566.
- McDonald, M. M., Donnellan, M. B. & Navarrete, C. D. (2012). A life history approach to understanding the Dark Triad. *Personality and Individual Differences*, 52(5), 601-605.
- McKnight, D. H. & Chervany, N. L. (2000). What is trust? A conceptual analysis and an interdisciplinary model. *AMCIS 2000 Proceedings*, (382).
- McKnight, D. H. & Chervany, N. L. (2001). Conceptualizing trust: A typology and e-commerce customer relationships model. In *Proceedings of the 34th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 10-pp). IEEE.
- Meehl, P. E. (1990). Why summaries of research on psychological theories are often uninterpretable. *Psychological reports*, 66(1), 195-244.
- Metze, C. M. (1968). *Machiavellian and authoritarian power orientations* (Doctoral Dissertation, Oklahoma, The University of Oklahoma.
- Mihevc, Z., Gregoric, M. & Klopota, I. (2020). The Dark Triad–Reality And Perspective. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 222-229.
- Moisieiev, D., Dimitriu, R. & Jain, S. P. (2020). So happy for your loss: Consumer schadenfreude increases choice satisfaction. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1525-1538.
- Muris, P., Merckelbach, H., Otgaar, H. & Meijer, E. (2017). The malevolent side of human nature: A meta-analysis and critical review of the literature on the dark triad (narcissism, Machiavellianism, and psychopathy). *Perspectives on Psychological Science*, 12(2), 183-204.
- Myrick, J. G. & Chen, J. (2022). Schadenfreude after watching the news: How audiences respond to media coverage of partisans disclosing illnesses. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(1), 135-155.
- Necula, C. N. (2020). The Relation between the Dark Triad and Social Media Addiction, with the Moderating Role of Social Anxiety in Young People. *Journal of*

- Experiential Psychotherapy/Revista de PSIHOterapie Experientiala*, 23(3), 47-59.
- Nunnally J. C., Bernstein I. H. (1994). *Psychometric theory* (3. Edition). New York, NY: McGraw-Hill.
- O'Boyle Jr, E. H., Forsyth, D. R., Banks, G. C. & McDaniel, M. A. (2012). A metaanalysis of the dark triad and work behavior: *A social exchange perspective. Journal of Applied Psychology*, 97(3), 557.
- Okan, M., Altınığne, N. & Işıksal, D. G. (2023). The Nature of Schadenfreude in Consumption Contexts: A Systematic Literature Review. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 8(22), 1018-1039.
- Özgen, C. & Arğan, M. (2017). The Turkish version of the grandiose narcissism scale: a validity and reliability study of football team fans. *Athens Journal of Sports*, 4(3), 165-180.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. *MIT sloan management review*, 39- 48.
- Park, M., Turner, B. A. & Pastore, D. L. (2008). Effective public service advertisements to attract volunteers for the Special Olympics: An elaboration likelihood perspective. *Sport management review*, 11(2), 165-192.
- Park, M., Turner, B.A., Pastore, D. L., Chitiyo, M. & Yoh, T. (2016). Information processing of audiences exposed to public service advertising messages for Special Olympics: A cognitive response approach. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Parker, C., Scott, S. & Geddes, A. (2019). Snowball sampling. *SAGE research methods foundations*.
- Paulhus, D. L. & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of research in personality*, 36(6), 556-563.
- Paulhus, D., Molin, J. & Schuchts, R. (1979). Control profiles of football players, tennis players, and nonathletes. *The Journal of Social Psychology*, 108(2), 199-205.
- Peterson, R. D. & Palmer, C. L. (2021). The dark is rising: Contrasting the dark triad and light triad on measures of political ambition and participation. *Frontiers in Political Science*, 3, 657750.

- Petrenko, I., Gant, H. & Bondar, A. (2017). Communicative competence of sport volunteers. *Slobozhanskyi herald of science and sport*, (1 (57)), 58-61.
- Phillips-Melancon, J. & Dalakas, V. (2014). Brand rivalry and consumers Schadenfreude: The case of Apple. *Services Marketing Quarterly*, 35(2), 173-186.
- Pinker, S. (2018). *Enlightenment now: The case for reason, science, humanism, and progress*. Penguin UK.
- Plummer, K. (2021). *Critical humanism: A manifesto for the 21st century*. John Wiley & Sons.
- Polatçı, S. & Yeloğlu, H. O. (2021). Karanlık ve aydınlık kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Journal of Organizational Behavior Review*, 3(1), 73-87.
- Popescu, V. & Masari, G. A. (2011). Comparative analysis of athletes' fair play attitude according to specific variables conditioned by sports training and competition. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 12, 24-29.
- Porat, A. B. (2010). Football fandom: A bounded identification. *Soccer & society*, 11(3), 277-290.
- Porter, S., Bhanwer, A., Woodworth, M. & Black, P. J. (2014). Soldiers of misfortune: An examination of the Dark Triad and the experience of schadenfreude. *Personality and Individual Differences*, 67, 64-68.
- Pradhan, S., Lee, N. A., Snyckski, S. & Laraway, S. (2021). Alcoholics Fanonymous: The relationships between reasons for drinking, aggression, and team identification in sports fans. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 19(4), 626-649.
- Preacher, K. J. & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891
- Preston-Roedder, R. (2013). Faith in humanity. *Philosophy and Phenomenological Research*, 87(3), 664-687.
- Raut, S. K., Rana, S., Kathuria, S. & Alon, I. (2023). The Dark Side of Members' Heterogeneity Within Online Brand Communities and Global Virtual Teams: An Extension to Schwartz's Value Theory. *Journal of Global Marketing*, 1-19.

- Redmond, M. V. (1985). *The Relationship between perceived communication competence and perceived empathy*. *Communication Monographs*, 52(4), 377-382.
- Renson, R. (2009). Fair play: its origins and meanings in sport and society. *Kinesiology*, 41(1), 5-18.
- Roberts, R., Cooke, A., Woodman, T., Hupfeld, H., Barwood, C. & Manley, H. (2019). When the going gets tough, who gets going? An examination of the relationship between narcissism, effort, and performance. *Sport, Exercise, and Performance Psychology*, 8(1), 93.
- Roberts, R., Woodman, T. & Sedikides, C. (2018). Pass me the ball: Narcissism in performance settings. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 11(1), 190-213.
- Roos, J. M. & Bauldry, S. (2021). Confirmatory factor analysis. Sage Publications.
- Rudd, A. (2017). Sport spectator behavior as a moral issue in college sport. *Journal of Amateur Sport*, 3(1).
- Russell, G. W. & Goldstein, J. H. (1995). Personality differences between Dutch football fans and nonfans. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 23(2), 199-204.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M. & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.
- Schmid, W. T. (2013). A Kantian theory of sport. *Journal of the Philosophy of Sport*, 40(1), 107-133.
- Schultz, B. & Sheffer, M. L. (2018). The mascot that wouldn't die: A case study of fan identification and mascot loyalty. *Sport in Society*, 21(3), 482-496.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Psychology Press.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R.G. (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling*. (4. Edition). New York: Routledge.
- Schurtz, D. R., Combs, D., Hoogland, C. & Smith, R. H. (2014), Schadenfreude in sports and politics: a social identity perspective W.W. van Dijk and J.W. Ouwerkerk (Eds). *Schadenfreude: Understanding pleasure at the misfortune of others* içinde, (s. 170-185). Cambridge: Cambridge University Press.

- Secret, S. (2020). Dark Psychology and Manipulation Improve Your Life by Understanding Persuasion, Body Language, Emotional Influence, with Secret Techniques against Deception, Hypnosis, NLP Secrets, and more
- Sezen-Balçıkanlı, G. (2009). Fair play and empathy: A research study with student teachers. *Journal of US-China Public Administration*, 6(4), 79-84.
- Sezen-Balçıkanlı, G, Hideg, G. & Ceren G.A. (2022), “An analysis of the methods used by physical education teachers in fair play education in Türkiye, Hungary and Kenya”. Fair Play. *Revista de Filosofía, Ética y Derecho del deporte*. (22)1-20.
- Sezen-Balçıkanlı, G. & Çar, B. (2021). Türkiye fair play ödülllerinin formal ve informal fair play davranışları çerçevesinde incelenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 19(3), 116-135.
- Sezen-Balçıkanlı, G. & Sezen, M. (2017). Professional sports and empathy: relationship between professional futsal players’ tendency toward empathy and fouls. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 73(1), 27-35.
- Siedentop, D., Hastie, P. A. & Van Der Mars, H. (2011). Complete Guide to Sport Education. (2. Edition) United States of America: Human Kinetics.
- Smith, A. C. (2008). *Introduction to sport marketing*. Hungary: Routledge.
- Smith, R. H. & van Dijk, W. W. (2018). Schadenfreude and glückschmerz. *Emotion Review*, 10(4), 293-304.
- Smith, R. H., Powell, C. A., Combs, D. J. & Schurtz, D. R. (2009). Exploring the when and why of schadenfreude. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(4), 530-546.
- Smith, R. H., Turner, T. J., Garonzik, R., Leach, C. W., Urch-Druskat, V. & Weston, C. M. (1996). Envy and schadenfreude. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(2), 158-168.
- Sorokowski, P., Kowal, M., Zdybek, P. & Oleszkiewicz, A. (2020). Are online haters psychopaths? Psychological predictors of online hating behavior. *Frontiers in psychology*, 11, 553.
- Stavraki, M., Artacho-Mata, E., Bajo, M. & Díaz, D. (2023). The dark and light of human nature: Spanish adaptation of the light triad scale and its relationship with psychological well-being. *Current Psychology*, 42(31), 26979-26988.

- Steenbergen, J., Knop, P. De & Elling, A.H.F. (2001) Values and Norms in Sport: Critical Reflections on the Position and Meanings of Sport in Society. Oxford: Meyer & Meyer.
- Sutton, W. A., McDonald, M. A., Milne, G. R. & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sport marketing quarterly*, 6, 15-22.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2007). Experimental designs using ANOVA (Vol. 724). Belmont, CA: Thomson/Brooks/Cole.
- Taylor, P. (2021). *Comparative Philosophy of Sport and Art*. Cham: Springer International Publishing.
- Tománková, K. (2017). The incidence of machiavellianism in early and middle adolescent physically active girls. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*.
- Trail, G. T., Fink, J. S. & Anderson, D. F. (2003). Sport spectator consumption behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 12(1).
- Truhan, T. E., Sedikides, C., Armour, C. & Papageorgiou, K. A. (2023). A tri-directional examination of adolescent personality, perceived parenting, and context in influencing adolescent behavioral outcomes. *Journal of Adolescence*.
- Tweed, R. G., Mah, E. Y. & Conway III, L. G. (2021). Bringing coherence to positive psychology: Faith in humanity. *The Journal of Positive Psychology*, 16(3), 298-309.
- Vallerand, R. J. & Verner-Filion, J. (2013). Making people's life most worth living: On the importance of passion for positive psychology. *Terapia psicológica*, 31(1), 35-48.
- van der Linden, D., Pelt, D. H., Dunkel, C. S. & Born, M. P. (2020). Personality, personnel selection, and job performance. *Encyclopedia of personality and individual differences*, 3863-3872.
- van Dijk, W. W. & Ouwerkerk, J. W. (2014), Introduction to schadenfreude. W.W. van Dijk & J.W. Ouwerkerk (Editors). *Schadenfreude: Understanding pleasure at the misfortune of others* içinde, (s. 1-13). Cambridge: Cambridge University Press.
- van Dijk, W. W., Ouwerkerk, J. W., Smith, R. H. & Cikara, M. (2015). The role of self-evaluation and envy in schadenfreude. *European Review of Social Psychology*, 26(1), 247-282.

- Van Puyenbroeck, S., Stouten, J., Hofmans, J., Van Meervelt, K. & Broek, G. V. (2020). Characterizing positive and negative 'voicers' in elite sport teams: The role of the Five Factor Model and narcissism in players' frequency and passing on of voice. *Psychology of Sport and Exercise*, 48, 101648.
- Vaughan, R. S. & Madigan, D. J. (2021). The winner takes it all: The mediating role of competitive orientations in the Dark Triad and sport task performance relationship. *European Journal of Sport Science*, 21(8), 1183-1192.
- Vaughan, R. S., Madigan, D. J., Carter, G. L. & Nicholls, A. R. (2019). The Dark Triad in male and female athletes and non-athletes: Group differences and psychometric properties of the Short Dark Triad (SD3). *Psychology of Sport and Exercise*, 43, 64-72.
- Veselka, L., Schermer, J. A. & Vernon, P. A. (2012). The Dark Triad and an expanded framework of personality. *Personality and Individual Differences*, 53(4), 417-425.
- Von Wright, G. H. (1977). *What is humanism?*. University of Kansas.
- Wai, M. & Tiliopoulos, N. (2012). The affective and cognitive empathic nature of the dark triad of personality. *Personality and Individual Differences*, 52(7), 794-799.
- Wakefield, K. L. (2007). *Team sports marketing*. Elsevier.
- Wallace, H. M. & Baumeister, R. F. (2002). The performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory. *Journal of personality and social psychology*, 82(5), 819.
- Wang, C. (2023) Students' Attitudes and Behaviors towards Fair Play in Sport. *Open Journal of Social Sciences*, 11, 89-104.
- Wang, S., Lilienfeld, S. O. & RoCHAT, P. (2019). Schadenfreude deconstructed and reconstructed: A tripartite motivational model. *New Ideas in Psychology*, 52, 1-11.
- Wann, D. L. & James, J. D. (2019). *Sport fans: The psychology and social impact of fandom*. Routledge.
- Wann, D. L. (2006). Understanding the positive social psychological benefits of sport team identification: The team identification-social psychological health model. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 10(4), 272.
- Wann, D. L. & James, J. D. (2001). "Spectator Sport and Well-Being: A Meta-Analysis". *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 23(3), 175-192.

- Wann, D. L., Havard, C. T., Grieve, F. G., Lanter, J. R., Partridge, J. A. & Zapalac, R. K. (2016). Investigating sport rivals: Number, evaluations and relationship with team identification. *The Journal of Fandom Studies*, 4(1), 71-88.
- Wann, D. L., Haynes, G., McLean, B. & Pullen, P. (2003). Sport team identification and willingness to consider anonymous acts of hostile aggression. *Aggressive Behavior: Official Journal of the International Society for Research on Aggression*, 29(5), 406-413.
- Wann, D. L., Hunter, J. L., Ryan, J. A. & Wright, L. A. (2001). The relationship between team identification and willingness of sport fans to consider illegally assisting their team. *Social behavior and personality: an international journal*, 29(6), 531-536.
- Wann, D. L. (2009). The Causes and Consequences of Sport Team Identification. A.A. Raney & J. Braynt (EDS, *Handbook of sports and media* içinde (s. 358-382), The Causes and Consequences of Sport Team Identification Routledge.
- Watkins, B. (2018). *Sport teams, fans, and twitter: The Influence of social media on relationships and branding*. Rowman & Littlefield.
- Watkins, M. W. (2021). A step-by-step guide to exploratory factor analysis with SPSS. Routledge.
- Weigel, S. (2017). The Heterogeneity of Empathy. In *Empathy* (pp. 1-23). London: Palgrave Macmillan.
- Werthner, H., Prem, E., Lee, E. A. & Ghezzi, C. (2022). *Perspectives on digital humanism*. Springer Nature.
- Westberg, K., Stavros, C., Farrelly, F. & Smith, A. C. (2020). Fan empathy as a response to athlete transgressions. *Sport Management Review*, 23(4), 719-735.
- Whittaker, T. A. & Schumacker, R. E. (2022). *A beginner's guide to structural equation modeling*. New York: Routledge.
- Yavuz, İ. & Şahin, İ. (2023). Spor Örgütlerinde Çalışan Antrenörlerin Karanlık Dörtlü Davranışına Yönelik Görüşleri. *Yalova Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(2), 120-138.
- Yee, J. W. & Lee, S. L. (2024). The Dark Triad Traits, Humor Styles, and Schadenfreude: Others' Misery as the Devil's Laughing Stocks 1. *Japanese Psychological Research*, 66(1), 90-97.

- Yoshida, M., Gordon, B. S., Heere, B. & James, J. D. (2015). Fan community identification: An empirical examination of its outcomes in Japanese professional sport. *Sport Marketing Quarterly*, 24, 105-119.
- Yuan, S. & Gao, Y. (2022). When sports sponsorship incurs brand risk: the roles of team performance, brand familiarity and team identification. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. 23(4), 767-784.
- Zamorano, F., Carvajal-Paredes, P., Soto-Icaza, P., Stecher, X., Salinas, C., Muñoz-Reyes, J. A., ... & Billeke, P. (2022). Us versus them mentality in football fans: Significant social defeat engages the mentalization network and disengages cognitive control areas. *F1000Research*, 11, 1009.
- Zeigler-Hill, V. (2020). V. Zeigler-Hill, V., T.K. Shackelford, (Eds). *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* içinde (s. 5841-5843). Springer, Cham.
- Zhang, X. (2006). Factor analysis of public clients' best-value objective in public–privately partnered infrastructure projects. *Journal of Construction Engineering and management*, 132(9), 956-965.
- Zheng, X. & Tan, J. (2022). Identification and performance: A study of fan culture in the Internet Era. *China Social Science Review*, 1(01), 128-160.

EKLER

EK-1. Etik Kurul Uygunluk Belgesi

Eskişehir Teknik Üni. Evrak Tarih ve Sayısı: 02.04.2021 - 13396



T.C.
ESKİŞEHİR TEKNİK ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Hukuk Müşavirliği

Sayı :E-87914409-050.03.04-13396
Konu :30/03/2021 tarihli 6/1 sayılı Etik Kurul
Kararı hk.

02.04.2021

DAĞITIM YERLERİNE

İlgi : 09/03/2021 tarih ve E-18467716-604.02.02.-10600 sayılı yazınız.

İlgi yazınıza istinaden Rektörlüğümüze gönderilen Prof. Dr. Metin ARGAN'ın danışmanlığını, Ansay HIZAL'ın yazarlığını yaptığı "Karanlık ile Aydınlığın Savaşı: Taraftarlarda Karanlık ve Aydınlik Üçlü ile Empati, Schadenfreude, Takım Kimliği ve Fair-Play ilişkisi" başlıklı doktora tez çalışmasına ilişkin başvurusu Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından incelenmiş olup etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve uygulama dosyasının hazırlanmasında, ilgili kurumun bulunması halinde Etik Kurulu Yönergesinin dikkate alınması hususunda gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Gürsoy ARSLAN
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel
Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Başkanı

Dağıtım:
Gereği:
Spor Bilimleri Fakültesi Dekanlığına

Bilgi:
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : BSLKFM2MPE

Belge Takip Adresi : <http://belgedogrulama.eskisehir.edu.tr/BelgeDogrulama.aspx>

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Ansay HIZAL

Yabancı Dil : İngilizce

Doğum Yeri ve Yılı :

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2016, Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı (Tezli Yüksek Lisans)
- 2005, Anadolu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu, Spor Yöneticiliği Bölümü
- 2008 – 2022, Stadyum Sorumlusu, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi
- 2022 – 2023, Spor Tesisleri Sorumlusu, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi

Yayınları ve/veya Bilimsel/Sanatsal Faaliyetleri:

- Şimşek, K. Y. & Hızal, A. (2023). Ticari Rekreasyon İşletmeleri için Belediye Etkinlik Duyurumlarının İncelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi & Spor Bilimleri Dergisi*, 18(2).
- Sabırlı, T. N., Argan, M., Yetim, G. & Hızal, A. (2019). Boş zaman tatmini, yaşam tatmini ve mutlulukta sosyal medya bağlılığının rolü: 50 yaş ve üzeri bireyler üzerinde bir araştırma. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14(2), 263-279.

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri:

- Eskişehir Teknik Üniversitesi Spor Kulübü, Eskişehir