

De Relatie tussen Narcisme en het Gebruik van Facebook

Eindscriptie Bacheloropleiding Psychologie en Gezondheid

Departement Tilburg School of Social and Behavioral Sciences

Tilburg University

Auteur: Niels Hoogstraten

ANR: 486500

Supervisor: Kim Nicolaije

Datum: 24-06-2013

Samenvatting

Inleiding

Deze studie heeft de relatie tussen narcisme en het gebruik van Facebook onderzocht. Het is mogelijk dat het gebruik van Facebook narcistische karaktertrekken versterkt of creëert.

Methode

Er zijn dertien experimentele studies onderzocht over dit onderwerp. Er is gezocht naar artikelen in PsycINFO en ScienceDirect. Artikelen werden onderworpen aan een checklist voor methodologische kwaliteit.

Resultaten

Er lijkt een positieve relatie tussen zijn tussen narcistische persoonlijkheidstrekken en zelfpromotie op Facebook, in de vorm van zowel foto's en tekst. Ook hebben narcisten egocentrischere motieven om Facebook te gebruiken. Over de vraag of narcisme invloed heeft op de hoeveelheid vrienden en de hoeveelheid Facebook gebruik is nog onduidelijkheid.

Discussie

De bevindingen dat er een relatie is tussen narcisme en zelfpromotie op Facebook zouden gebruikt kunnen worden door de klinische praktijk of door voorlichtingsbureaus om mensen die last hebben van een narcistische persoonlijkheid, of bijvoorbeeld hun ouders, bewust te maken van deze relatie. Over de vraag of narcisten meer Facebook vrienden hebben en meer tijd op Facebook besteden is nog onduidelijkheid, er dient meer onderzoek gedaan te worden met bij voorkeur een universele manier om Facebook gebruik te meten.

Keywords

Facebook, narcisme, sociale media, persoonlijkheid, NPI, internet

Inleiding

Sociale media sites, waaronder Facebook, worden steeds populairder. Elke maand zijn er 1.11 miljard mensen actief op Facebook (<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>). Het doel van Facebook is om mensen de mogelijkheid te geven om verbonden te blijven met vrienden en familie en om gebruikers de mogelijkheid te geven om te delen en uit te drukken wat voor hen belangrijk is (<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>). Er is uit onderzoek gebleken dat er twee hoofdmotieven zijn om Facebook te gebruiken: de behoefte om ergens bij te horen, en de behoefte om jezelf te presenteren (Nadkarni & Hoffman, 2012).

Narcisme is de fascinatie van mensen met zichzelf. Narcisten vinden zichzelf over het algemeen dat beter dan anderen, en geloven dat ze uniek en speciaal zijn (Leung, 2013). Een gevaar is dat Facebook deze karaktertrekken zou kunnen versterken of zelfs kan creëren. Ten eerste omdat sociale media sites bestaan uit grote aantallen oppervlakkige contacten, en gebleken is dat narcisten oppervlakkige contacten verkiezen boven intieme relaties (Buffardi & Campbell, 2008). Ten tweede omdat sociale netwerk sites bij uitstek gecontroleerde omgevingen zijn. Er kan precies bepaald worden hoe men waargenomen wordt door de wereld, wat het een geschikte plek maakt om aan zelf-promotie te doen en om aandacht te vragen.

Omdat narcisten weinig zelfvertrouwen hebben zijn ze afhankelijk van externe bronnen van bewondering. Narcisten hebben dus een aantal strategieën om hun vergrootte ego in stand te houden, zoals aandacht zoekend gedrag, dominantie en competitiedrang in sociale situaties (Bergman, 2011). In dit onderzoek zal er onderzocht worden hoe de persoonlijkheidstrek narcisme zich uit op de sociale netwerk site Facebook. Dit kan relevant zijn op een aantal verschillende manieren. Er is al veel onderzoek gedaan naar de relatie tussen Facebook en narcisme, maar om een duidelijk beeld te krijgen van de exacte relatie is het van belang dat deze onderzoeken ook met elkaar vergeleken worden. De relatie tussen Facebook en narcisme is belangrijk daar narcisme ernstige consequenties kan hebben voor

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

onder andere iemands relaties met anderen (Buffardi & Campbell, 2008). Een narcistische karaktertrek zou zelfs uit kunnen groeien tot een narcistische persoonlijkheidsstoornis zoals genoemd in de DSM. Er zal in dit onderzoek gekeken worden wat het effect van de persoonlijkheidstrekk narcisme is op het aantal vrienden, de hoeveelheid tijd besteed aan Facebook, het aantal foto's, de inhoud van die foto's en de hoeveelheid zelf-promotie die er tentoongesteld wordt.

Methode

Zoekstrategie

Bij PsycINFO is er gezocht op narcissism and Facebook. Dit leverde 13 resultaten op, waarvan er 10 gebruikt zijn. Verder is er specifiek gekeken naar onderzoeken die gingen over narcisme. Als het artikel over een andere persoonlijkheidstrekk ging is het niet gebruikt. Bij ScienceDirect is er ook gezocht op narcissism and Facebook, dit leverde 81 artikelen op, hier zijn er 3 van gebruikt, die nog niet bij PsycINFO waren gevonden.

Selectiecriteria

Er zijn alleen Engelse artikelen gebruikt waar de volledige versie van beschikbaar was. Aangezien alle artikelen over dit onderwerp recent zijn, daar Facebook pas sinds 2004 bestaat, is er geen onderscheid gemaakt naar publicatiedata van de artikelen. Alleen artikelen die een aparte vragenlijst gebruikten om narcisme te meten, zoals de NPI, zijn gebruikt. Artikelen zijn niet gebruikt als narcisme slechts een onderdeel was van een grotere persoonlijkheidsinventaris. Er is gezocht op narcissism en Facebook in het gehele artikel, dus niet alleen in de titel. Zie Figuur 1.

Kwaliteitsbeoordeling

De artikelen zijn beoordeeld op een aantal methodologische kenmerken. Zo is er gekeken of onderzochte variabelen duidelijk werden uitgelegd. Ook is er onderzocht of de meetinstrumenten valide waren. Verder is er gekeken of er voldoende kenmerken van de

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

studiepopulatie beschreven waren. Tevens of er minimaal 50 proefpersonen werden gebruikt per onderzoek. En ook is gekeken of de data op een overzichtelijke manier werd geanalyseerd en gepresenteerd. Zie Tabel 1.

Resultaten

Studie karakteristieken

In totaal zijn er 13 studies gebruikt. Deze studies zijn allemaal gepubliceerd tussen 2008 en 2013. Er zijn in de geselecteerde studies verschillende instrumenten gebruikt om verschillende onderdelen van narcisme en Facebook gebruik te meten. De studies hadden allemaal een experimenteel design. De bevindingen van deze studies zijn samengevat in Tabel 2.

Methodologische kwaliteit

De studies zijn vergeleken op methodologische kwaliteit. Zie hiervoor Tabel 3. Alle artikelen zijn beoordeeld als uitstekend, daar ze allemaal minstens 12 van de 13 punten hadden. Zeven onderzoeken kregen 13 punten en zes onderzoeken kregen 12 punten. Het gemiddelde was dus 12,53. De enige tekortkoming in de studies was dat Facebook gebruik werd gemeten in subjectieve termen zoals vaak of niet vaak in plaats van een concreet aantal per tijdseenheid. Voor het overige waren de alle studies uitstekend, zij hadden bijvoorbeeld allemaal voldoende proefpersonen onderzocht, gedegen statistische analyses gebruikt, en gebruikte termen duidelijk uitgelegd.

Narcisme en hoeveelheid Facebook activiteit

Ljepava, Orr, Locke en Ross (2013) hebben een onderzoek gedaan waarin aan participanten werd gevraagd hoeveel ze van Facebook gebruik maakten. Hiervan werden alleen de extremen gebruikt voor het onderzoek. Dit waren mensen die ofwel meer dan twee uur per dag aan Facebook besteedden of wel helemaal niet op Facebook actief waren. Aan hen werd ook de NPI voorgelegd om hun narcisme te meten. De NPI staat voor Narcissistic

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Personality Inventory en is opgesteld door Raskin en Terry (1988). Het is de meest gebruikte manier om te meten of iemand een narcistische persoonlijkheid heeft. Verder werd ook nog de Hypersensitive Narcissism Scale voorgelegd. Deze vragenlijst is gemaakt om verborgen narcisme te meten (Ljepava et al., 2003). Hieruit bleek dat mensen die geen Facebook gebruikten, vaak lagere scores hadden op de NPI en hogere scores op de HSNS.

In vergelijkbaar onderzoek van Ryan en Xenos (2011) werd aan participanten de NPI-29 voorgelegd, een variant op de NPI-40. Ook werd hen de Facebook Questionnaire voorgelegd, gemaakt door Ross et al. (2009). Deze vragenlijst bevat vragen zoals: 'hoe vaak zit je gemiddeld op Facebook?'. Ook uit dit onderzoek bleek dat Facebook gebruikers over het algemeen vaak in een hogere mate narcistisch waren dan mensen die geen Facebook gebruikten.

Ong, Ang, Ho, Lim, Goh en Lee (2011) hebben onderzoek gedaan naar de relatie tussen het aantal Facebook updates en narcisme. In dit onderzoek zijn kinderen tussen de 12 en 18 jaar met een Facebook account onderzocht op twee scholen in Singapore. Om narcisme te meten is de 12-item Narcisistic Personality Questionnaire for Children-Revised gebruikt. Op de Facebookpagina's van de proefpersonen is ondermeer gekeken naar hoe vaak de Facebook status werd ge-update. Dit werd gedaan door de proefpersonen te vragen om een schatting van het aantal keren dat zij hun Facebook updaten per week. Het bleek dat mensen met een meer narcistische persoonlijkheid hun status vaker updaten dan mensen met een minder narcistische persoonlijkheid. Dit was gecorrigeerd voor extraversie.

Ook door Leung (2013) werden vergelijkbare bevindingen gedaan. Deze studie bestond uit een telefoonsurvey waarin participanten werden gevraagd naar hun Facebook-gebruik. Er werd ondermeer gevraagd: 'Op een normale dag, hoe vaak besteed je tijd aan het updaten van je status op Facebook en het posten van berichten op de Facebook pagina's van anderen?' Dit werd gemeten met een likert-schaal die liep van 1: nooit tot 5: heel vaak.

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Narcisme werd gemeten met de NPI, maar niet de volledige versie ervan. Er werden 15 van de 40 vragen uit de NPI gebruikt. Statistische analyses toonden aan dat deze vragenlijst nog steeds valide was. Vervolgens werd narcisme onderverdeeld in verschillende dimensies, namelijk: 'authority' (autoriteit), 'exhibitionism' (exhibitionisme), 'exploitativeness' (uitbuitelij) en 'vanity' (ijdelheid). Er werd gevonden dat het item dat meette in hoeverre men Facebook inhoud genereert, zowel door de eigen status te updaten als door het reageren op de status van anderen, alleen significant correleert met de dimensie 'exhibitionism'. 'Exhibitionism' is de behoefte aan complimenten en het zijn van het middelpunt van de aandacht (Leung, 2013). Dit was dus slechts een gedeeltelijke bevestiging van de hypothese van de onderzoekers dat dit item met alle vier de dimensies zou correleren.

Mehdizadeh (2010) vermeldt ook dat er samenhang is tussen narcisme en statusupdates. Zij had echter niet precies het aantal statusupdates gemeten maar het algemene Facebook gebruik. De participanten van het onderzoek werden allemaal door de onderzoeker toegevoegd als vriend op Facebook waarna hun pagina's gecodeerd werden. Er werd bij de participanten gevraagd om een schatting te maken van het aantal keer per dag ze hun Facebook checkten en hoeveel tijd ze dan aan Facebook besteden per sessie. Ook werd bij hen narcisme gemeten. Dit werd gedaan met de NPI-16, de verkorte versie van de NPI-40. Er werd geconcludeerd dat mensen die hoger scoorden op de NPI-16 significant vaker hun Facebook checkten en ook significant langer op Facebook zaten per sessie.

Ook Buffardi en Campbell (2008) vermelden dat er wel samenhang is tussen narcisme en frequentie van Facebook gebruik. In het onderzoek werd aan 129 participanten met een Facebook account de NPI-40 voorgelegd. Om te meten in hoeverre ze een narcistische persoonlijkheid hadden vulden ze de NPI-40 in. Daarna werden hun Facebook pagina's opgeslagen en geanalyseerd. Dit werd gedaan door 128 andere studenten. Er werd onder andere gekeken naar de hoeveelheid inhoud die de Facebook eigenaren posten over zichzelf

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

en de hoeveelheid algemene Facebook interactie. Er werd geconcludeerd dat er een significante positieve correlatie bestaat tussen de hoeveelheid interactie op Facebook en de NPI score van de Facebook eigenaar, maar dat er geen correlatie bestaat tussen de NPI score van de Facebook eigenaar en de hoeveelheid informatie die de hij over zichzelf postte. In dit onderzoek werd er ook gevraagd aan de beoordelaars wat hun globale impressie van de Facebook eigenaar was die ze aan het beoordelen waren. Er werd gekeken naar het gemiddelde van de mate waarin de beoordelaar de Facebook eigenaar narcistisch, arrogant, egocentrisch en ijdel vond om een narcistische impressie compositie te maken. Het bleek dat deze narcistische impressie compositie zowel correleerde met hoeveelheid informatie gepost over zichzelf als de hoeveelheid interactie op Facebook.

Al deze bevindingen sloten echter niet aan bij onderzoek dat werd gedaan door McKinney, Kelly en Duran (2012). Door deze onderzoekers werden aan studenten ondermeer vragen gesteld over hoe de studenten gebruik maakten van sociale netwerk sites. Een gedeelte van de vragen had betrekking op de frequentie van Facebook gebruik. Er werd gevraagd naar de frequentie van Facebook gebruik in het algemeen, Facebook gebruik om vrienden over zichzelf te vertellen, of Facebook gebruik om te kijken wat vrienden aan het doen zijn. Participanten konden hierop antwoorden met een vijf punts likert-schaal variërend van 1: minder dan een paar keer per maand tot 5: vele keren per dag. Er bleek geen correlatie te bestaan tussen narcisme en de frequentie van het gebruik van Facebook.

Ook Bergman (2011) meldt dat er geen samenhang is. In dit onderzoek moesten studenten vragenlijsten invullen. Een daarvan was de NPI-40. Drie aparte vragenlijsten waren opgesteld om het gebruik van sociale netwerk sites te analyseren. Er werd ondermeer gevraagd aan de studenten hoe vaak ze hun Facebook status updaten. Dit werd gedaan door middel van een 10 punts likert-schaal variërend van 1: nooit tot 10: meer dan vier keer per dag. Ook werd hen gevraagd om het aantal minuten dat zij per dag spendeerden op Facebook

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

te schatten. Narcisme werd gemeten door middel van de NPI-40. De conclusie van dit onderzoek was dat aantal statusupdates of aantal minuten per dag besteed op Facebook beiden niet correleerden met narcisme.

Door Skues, Williams en Wise (2012) is ook geen samenhang gevonden. In dit onderzoek moesten psychologie studenten de Facebook Questionnaire invullen, gemaakt door Ross et al. (2009). Dit is een vragenlijst bestaande uit 28 vragen over het Facebook gebruik van de participant. Een van die vragen was hoeveel minuten ze per dag aan Facebook besteedden. Ook werd de participanten de NPI-16 voorgelegd om te meten of zij een narcistische persoonlijkheid hadden. De score op de NPI-16 bleek niet te correleren met het aantal gerapporteerde minuten besteed aan Facebook.

Narcisme en aantal Facebookfoto's

In een onderzoek van Ong et al. (2011) zoals hierboven al beschreven werd, werd ook aan de participanten gevraagd hoeveel foto's van zichzelf ze op Facebook hebben staan. Dit bleek niet te correleren met hun NPI scores, wanneer er gecorrigeerd werd voor extraversie.

Dit werd ook onderzocht door McKinney et al. (2012). Ook hier werd geconcludeerd dat er geen relatie is tussen de mate waarin iemand narcistisch is en de hoeveelheid foto's die hij van zichzelf op Facebook post.

Narcisme en aantal Facebookvrienden

Een aantal studies hebben onderzocht of er een relatie is tussen de mate waarin iemand narcistisch is en de hoeveelheid vrienden die hij heeft op Facebook. Door Carpenter (2012) is er samenhang gevonden tussen narcisme en aantal vrienden op Facebook. Participanten moesten vragen beantwoorden over hun Facebook gebruik waarna ze bepaalde vragen van de NPI moesten beantwoorden. Dit waren vragen uit de 'grand exhibitionism' en 'entitlement' dimensies van de NPI zoals vastgesteld door Ackerman et al. in 2011. 'Exhibitionism' is de behoefte aan complimenten en het zijn van het middelpunt van de aandacht en 'entitlement' is

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

het geloof dat jij een voorrecht hebt en dat er dingen aan jou toe horen te komen. Een van de vragen van de NPI was hoeveel vrienden de participant had op Facebook. Dit bleek te correleren met de 'grand exhibitionism' dimensie van de NPI maar niet met de 'entitlement' dimensie.

Ook McKinney et al. (2012) concluderen dat er samenhang is. In dit onderzoek dat eerder al genoemd werd, werden de participanten ook gevraagd naar hun aantal Facebook vrienden. Het bleek dat er een positief significant verband bestond tussen narcisme en aantal Facebook vrienden.

De zelfde conclusies zijn getrokken in onderzoek uitgevoerd door Gentile, Twenge, Freeman, Keith en Campbell (2012). In deze studie moesten participanten de NPI invullen om hun narcisme te laten meten. Hierna moesten ze een aantal vragen beantwoorden over hun Facebook gebruik. Het bleek dat mensen die hoger scoorden op de NPI rapporteerden dat ze meer vrienden hadden dan degenen die lager scoorden op de NPI.

Door Skues et al. (2012) is echter weer geen samenhang gevonden. Dit onderzoek is ook al beschreven bij het onderzoek naar het verband tussen narcisme en de hoeveelheid Facebook activiteit. De score op de NPI-16 bleek hier niet te correleren met het aantal gerapporteerde vrienden op Facebook.

Ook Ong et al. (2011) hebben geen samenhang gevonden. In dit onderzoek dat al eerder werd genoemd, werd aan de participanten van het onderzoek ook gevraagd naar een schatting van het aantal vrienden dat ze hebben op Facebook. Dit bleek niet te correleren met de scores op de NPQCR, de NPI versie die speciaal op kinderen afgestemd is.

Narcisme en inhoud van Facebook foto's

Naast kwantitatieve verbanden is er ook gezocht naar kwalitatieve verbanden. Door Ong et al. (2011) werd aan de participanten gevraagd om hun uiterlijk te beschrijven zoals het weergegeven wordt in hun profielfoto. Ze moesten aangeven in hoeverre ze zichzelf op de foto

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

fysiek aantrekkelijk, glamoureu, modieu en cool vonden. Een profiel foto beoordelingsscore werd samengesteld uit het gemiddelde van deze vier kwalificaties. Nadat er gecontroleerd was voor leeftijd, klas en geslacht, bleek narcisme significant te correleren met de Facebook profielfoto ratings. Dus hoe hoger de narcisme score was, des te mooier vonden de participanten hun eigen foto.

In het onderzoek uitgevoerd door Kapidzic (2013) werden studenten van een universiteit bestudeerd. Onder andere narcisme werd gemeten aan de hand van de NPI-16. Ook werd er met vragenlijsten gemeten wat voor de participanten van belang was in het kiezen van een foto. Er werd geconcludeerd dat narcisme een significante voorspeller is voor het van belang vinden van aantrekkelijkheid en persoonlijkheid maar niet van het weergeven van sociale banden. Ook werd gekeken of geslacht hier ook effect op had, dit bleek niet het geval te zijn.

In het onderzoek uitgevoerd door Bergman (2011) dat eerder al genoemd is, werd aan de participanten gevraagd in hoeverre ze 'een hoop foto's van alleen zichzelf op Facebook posten' en of 'de meeste foto's die ze op Facebook posten foto's van hun vrienden zijn'. Er werd geconcludeerd dat narcisme positief gecorreleerd is met het posten van foto's waarin alleen de participant zelf zichtbaar is en dat het niet gecorreleerd is met het posten van foto's van hun vrienden.

In het onderzoek uitgevoerd door Buffardi en Campbell (2008), dat hierboven ook al beschreven is, werd aan de groep participanten die Facebook pagina's moesten beoordelen, gevraagd om de profielfoto's van de Facebook eigenaren te analyseren op de kenmerken: hoeveelheid gedragen kleding, niet bescheiden, fysieke aantrekkelijkheid, zelf-promotend, sexy en ijdel. Ook moesten ze de foto's beoordelen in de 'bekijk foto's van mij' sectie van de Facebook eigenaar. Dit werd beoordeeld op de kenmerken: spannend, leuk, niet bescheiden, provocatief, egocentrisch en zelf-promotend. Alles werd gedaan op een zeven punts likert-

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

schaal. Conclusies waren dat de profielfoto's van de Facebook-eigenaren die hogere scores op de NPI hadden, werden beoordeeld als significant fysiek aantrekkelijker, meer zelf-promotend, en meer sexy, dan degenen met lagere narcisme scores. De foto's van participanten met hogere scores op de NPI in de 'over mij' sectie werden beoordeeld als leuker, maar niet als meer provocatief of zelf-promotend, dan de foto's van participanten met lagere scores op de NPI.

DeWall, Buffardi, Bonser en Campbell (2011) hebben ook een onderzoek gedaan naar Facebook foto's en narcisme. Het onderzoek bestond uit 80 proefpersonen. De mate van narcisme in hun persoonlijkheid werd gemeten met de NPI. Hierna werd de Facebook pagina van de participant opgeslagen om geanalyseerd te worden. Profielfoto's werden door beoordelaars beoordeeld op de kenmerken 'zelf-promotend' en 'sexy'. De 'Over Mij' sectie, waarin Facebook gebruikers zichzelf kunnen beschrijven, werd geanalyseerd met een taalkundig programma. Dit programma onderzocht ondermeer hoeveel 'first-person singular pronouns' de participanten gebruikten op hun Facebook. Dit zijn woorden zoals 'I' en 'me'. Het bleek dat bij mensen die relatief weinig gebruik maken van dit soort woorden, narcisme gerelateerd bleek te zijn aan het meer aandacht naar zich toe trekken in de profielfoto. Bij mensen die deze woorden vaak gebruikten bleek dit niet zo te zijn.

Narcisme en gedrag op Facebook

In het onderzoek uitgevoerd door Carpenter (2012), dat reeds genoemd werd in het onderzoek naar het verband tussen narcisme en aantal Facebook vrienden, moesten de participanten beoordelen in hoeverre ze deden aan bepaald Facebook gedrag zoals: zelf-promotend gedrag, het accepteren van vreemden als vrienden, en het tegen gemene Facebook berichten ingaan. Ook moesten ze aangeven in hoeverre ze zich geïrriteerd, boos of geërgerd voelden als mensen niet zo veel als ze zouden willen reageerden op hun Facebook status. Daarnaast werd hen gevraagd naar het verschil tussen de hoeveelheid sociale steun die ze

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

bieden aan anderen en de steun die ze zelf zoeken. De ‘grand exhibitionism’ dimensie van de NPI was de enige substantiële voorspeller van zelf-promotend Facebook gedrag. Ook was ‘grand exhibitionism’ positief geassocieerd met de mate waarin participanten vreemdelingen als vrienden accepteren. ‘Entitlement’ was hier tegen de voorspelling van de onderzoekers in ook een voorspeller van. Ook hebben deze auteurs onderzocht in hoeverre narcisme met antisociaal gedrag samenhangt. ‘Entitlement’ was een substantiële voorspeller van het tegen gemene berichten ingaan op Facebook, het zoeken van meer sociale steun dan men aanbiedt en het checken van Facebook om te kijken wat anderen over hen zeggen. Er werd echter niet geconstateerd dat de ‘entitlement’ dimensie van de NPI correleerde met het boos worden wanneer mensen niet reageren op hun Facebook status.

In het onderzoek uitgevoerd door Mehdizadeh (2010) dat al eerder genoemd is, worden verschillende secties van de Facebook pagina’s van de participanten door de onderzoeker beoordeeld op zelf-promotend gedrag. Voor deze studie is onder zelf-promotend gedrag verstaan het proberen om anderen te overtuigen van zijn of haar positieve kwaliteiten. Er werd bijvoorbeeld gekeken naar sexy poses die mensen aannemen op foto’s, en zelf promotende teksten in hun statusupdates hadden staan. Elke Facebook sectie werd beoordeeld met een vijf-punts likert schaal. Er werden significante correlaties gevonden in de secties: profielfoto, bekijk foto’s van mij, status updates, en notities. Er werd ontdekt dat mannen meer zelf-promotende inhoud in de secties ‘over mij’ en ‘notities’ hadden staan en vrouwen in de ‘profielfoto’ sectie.

In het onderzoek uitgevoerd door Buffardi en Campbell (2008) werd ook onderzocht of er een link was tussen bepaald gedrag op Facebook en narcisme. Dit onderzoek is hierboven reeds beschreven. Verschillende secties van Facebook werden op persoonlijkheidskenmerken geanalyseerd. Het bleek dat de score op de narcisme schaal van de Facebook eigenaar positief correleerde met zelf-promotende inhoud in de ‘over mij’ sectie.

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Ook correleerde narcisme met zelf-promotende quotes. Het bleek dat hun quotes minder entertainend en slim bedacht werden gevonden. Er werd ook geconcludeerd dat de narcisme scores op de NPI van de Facebook eigenaren positief correleerden met de impressie van narcisme die de beoordelaars hadden van de Facebook pagina's. Ook correleerden de NPI scores veel met 'agency' (individualiteit), en niet met 'communion' (gemeenschap).

Het onderzoek uitgevoerd door DeWall et al. (2011) heeft ook verbanden gevonden tussen gedrag op Facebook en narcisme. De mate van narcisme werd gemeten met de NPI-40. Hierna werd de Facebook pagina van de participant opgeslagen om geanalyseerd te worden. De 'over mij' sectie, waarin Facebook gebruikers zichzelf kunnen beschrijven, werd door een taalkundig programma geanalyseerd, zoals eerder genoemd werd. Dit programma onderzocht ondermeer hoeveel 'first-person singular pronouns' de participanten gebruikten op hun Facebook. Dit zijn woorden zoals 'I' en 'me'. Het bleek dat mensen die hoger scoorden op de NPI vaker dit soort woorden gebruiken.

In het onderzoek uitgevoerd door Gentile et al. (2012) dat hierboven al beschreven is, moesten participanten ofwel een kwartier hun Facebook bewerken en er daarna vragen over beantwoorden ofwel in de controle conditie, een kwartier naar Google Maps kijken en daar vragen over beantwoorden. Daarna moesten ze de NPI invullen. Er werd onderzocht of de mensen die hun Facebook hadden bewerkt hogere scores op de NPI zouden rapporteren. Dit bleek niet het geval te zijn. Ook werden in dit onderzoek een aantal vragen over Facebook gesteld. Het bleek dat mensen die hoger scoorden op de NPI het er significant minder mee eens waren dat reacties van vrienden hun stemming verbeterden.

Doel van het gebruik van Facebook

In het onderzoek uitgevoerd door Leung (2013), zoals hierboven al werd beschreven, is geconcludeerd dat mensen die hoog scoren in de 'exhibitionism' dimensie van narcisme in significant grotere mate de volgende motieven aangaven om gebruik te maken van

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Facebook: sociale/affectieve behoeftes, het ventileren van negatieve gevoelens, herkent willen worden en entertainment. De entertainment motivatie was ook gelinkt aan de 'exploitativeness' (uitbuitelij) dimensie van narcisme. Met 'exploitativeness' wordt bedoelt dat narcisten zoveel mogelijk van anderen willen profiteren. De behoefte om herkent te willen worden was gelinkt aan de ijdelheid dimensie van narcisme, en sociale/affectieve behoeften waren gelinkt aan de autoriteit/superioriteit dimensies van narcisme.

In het onderzoek uitgevoerd door Bergman (2011) zoals hierboven al eerder werd beschreven, werd aan participanten gevraagd hoe belangrijk het voor hen was om zoveel mogelijk mensen online te kennen en hoe belangrijk het voor hen was om zoveel mogelijk mensen face-to-face te kennen. Het bleek dat narcisme wel gerelateerd was aan het zoveel mogelijk mensen online willen kennen maar niet aan het face-to-face willen kennen van zoveel mogelijk mensen. Ook bleken narcisten meer te geloven dat sociale netwerk vrienden geïnteresseerd zouden zijn in waar ze mee bezig waren, en bleek dat narcisten meer behoefte hebben om te weten waar anderen mee bezig zijn. Verder werd ook aan participanten gevraagd wat voor hen belangrijk was bij hun profiel: dat het profiel hen aantrekkelijk doet laten lijken voor anderen, dat het profiel anderen hen wil laten uitnodigen als vriend, dat andere mensen onder de indruk zijn van hun profiel, en dat hun profiel hen goed doet laten over komen voor anderen. Dit werd beoordeeld op een vijf punts likert-schaal. Dit werd samengevoegd tot een item dat meet in hoeverre het van belang is voor de participant dat het Facebook profiel een positief beeld van hen geeft aan anderen. Er werd geconcludeerd dat narcisme positief gecorreleerd was met het gerapporteerde belang van dat de Facebookpagina een positief beeld over hen geeft aan anderen.

Discussie

Twee onderzoeken, namelijk die van Ljepeva et al. (2013) en Ryan en Xenos (2011) hebben geconcludeerd dat Facebook gebruikers vaak hogere scores op de NPI hebben dan

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

mensen die geen Facebook gebruiken. Hier is dus geen tegenstrijdigheid over in de literatuur. Een oorzaak hiervan zou kunnen zijn dat Facebook bij uitstek een plek is voor narcisten, daar het een goede plek is voor gecontroleerde zelf-promotie en aandacht zoeken (Buffardi en Campbell, 2008). Ljepeva et al. (2013) hebben echter gevonden dat mensen die geen Facebook gebruiken wel lager scoren op de NPI maar hoger op de HSNS. Zij schrijven dat de NPI openlijk narcisme meet en de HSNS verborgen narcisme. Het zou dus zo kunnen zijn dat alle verbanden tussen NPI en Facebook-gebruik eerder openheid over het narcisme meten dan het narcisme zelf. Dit dient dus in het achterhoofd gehouden te worden bij het evalueren van onderzoeken waar de NPI in gebruikt wordt.

Vier onderzoeken hebben geconcludeerd dat mensen met een meer narcistische persoonlijkheid meer bezig zijn met Facebook dan mensen met een mindere narcistische persoonlijkheid. Dit was in overeenstemming met hun hypothesen, daar er verwacht werd dat narcisten zoveel mogelijk aandacht willen van hun publiek, en dit kan door bijvoorbeeld vaak hun statusupdate te updaten. Er werd in verschillende onderzoeken ondermeer geconcludeerd dat narcisten vaker hun status updaten, meer inhoud genereren, vaker hun Facebook checken, langer op Facebook blijven per sessie en meer interactie hebben met anderen op Facebook. Drie onderzoeken vonden echter geen relatie tussen hoeveelheid Facebook gebruik en narcisme. De manier waarop narcisme is gemeten is geen waarschijnlijke verklaring voor deze verschillen in gevonden resultaten. Alle onderzoeken gebruikten de NPI of gevalideerde varianten daarvan. Wat wel een mogelijke verklaring zou kunnen zijn is de manier waarop de hoeveelheid Facebook gebruik is gemeten. Dit varieerde enorm per onderzoek. Zo werd er bijvoorbeeld gevraagd naar: het aantal status updates per week, of er nooit of heel vaak gebruik werd gemaakt van Facebook, het aantal keer dat Facebook werd gecheckt per dag, of de participanten Facebook vaak gebruiken variërend van nooit tot vele keren per dag en het aantal minuten besteed op Facebook per dag. Ook werd het gemeten doordat de onderzoekers

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

zelf op de Facebook pagina's gingen kijken naar de hoeveelheid berichten. Als er zoveel verschillende manieren worden gebruikt is het lastig om onderzoeken te vergelijken omdat er gemakkelijk verschillen zullen ontstaan. Suggesties voor vervolg onderzoek is om een universele manier te gebruiken om Facebook gebruik te meten. De onderzoeken die geen relatie vonden tussen narcisme en hoeveel Facebook activiteit gaven aan dit zelf verassend te vinden. Een verklaring die Bergman (2011) gaf voor het niet vinden van een verband is dat Facebook niet alleen een middel is om aandacht te zoeken en zelfvertrouwen te krijgen maar ook een gewoon communicatiemiddel, dat in de plaats is gekomen van telefoongesprekken en brieven. Hierdoor zouden niet-narcisten het middel ook veel kunnen gebruiken, maar om andere redenen.

Ook is er gemeten in hoeverre narcisme invloed heeft op het aantal foto's van zichzelf op Facebook. Hierover waren de resultaten wel eenzijdig. Narcisten hebben niet meer foto's op Facebook dan minder narcisten. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat narcisten erg gecontroleerd willen bijhouden hoe ze overkomen op anderen via hun Facebook. Als men dat moet bijhouden voor heel veel foto's kan dat veel moeite kosten. Dan zou men kunnen verkiezen om aandacht te besteden aan een kleiner aantal foto's waar men heel voordelig op staat.

Verder is er onderzocht of narcisme invloed heeft op het aantal Facebook vrienden dat men heeft. De hypothese was vaak dat narcisten veel vrienden op Facebook zouden hebben omdat zij goed functioneren in oppervlakkige omstandigheden en Facebook een plek is waar relatief gemakkelijk honderden vrienden gemaakt kunnen worden (Buffardi & Campbell, 2008). Ze zullen graag een groot publiek hebben om zoveel mogelijk aandacht te krijgen (Carpenter, 2012). Drie onderzoeken concluderen dat er wel een verband is, twee onderzoeken concluderen dat er geen verband is. De onderzoeken die het verband tegenspreken, waren dezelfde onderzoeken die ook geen verband konden vinden tussen

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

narcisme en hoeveelheid Facebook gebruik. Een daarvan is het onderzoek van Ong et al (2011). Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat dit onderzoek heeft plaats gevonden bij jongere kinderen, in de leeftijd van 12 tot 18 jaar. Het is mogelijk dat deze leeftijd de resultaten beïnvloed heeft. Het zou kunnen dat kinderen in die leeftijd nog geen mogelijkheden hebben om een groot vriendennetwerk op te bouwen omdat ze nog vooral met hun eigen klas en hun familie omgaan. Als het kind nog geen mogelijkheid heeft gehad een groot vriendennetwerk op te bouwen zou het zo kunnen zijn dat er daarom nog niet veel tijd aan besteed wordt. Een andere verklaring die Ong et al. (2011) zelf noemen is dat er in dit onderzoek is gecorrigeerd voor extraversie, en dat dit in andere onderzoeken niet gedaan is. Het zou dus kunnen dat de verbanden in de andere onderzoeken die gevonden zijn tussen narcisme en Facebook, eigenlijk komen doordat narcisten mogelijk extravert zijn. Ook bij Skues et al. (2012) is op beide gebieden geen relatie gevonden. Wel noemen zij dat het resultaat significantie naderde. Dit zou dus ook aan toeval kunnen hebben gelegen.

Naast deze kwantitatieve onderzoeksvragen is er ook gekeken naar kwalitatieve onderzoeksvragen. Zo is er gekeken naar narcisme en de inhoud van de verschillende foto's die op Facebook werden gepost. Verschillende onderzoeken hebben geconcludeerd dat er relaties zijn tussen narcisme en de inhoud van de foto's die op Facebook worden gepost. Zo werd er door Ong et al. (2011) geconcludeerd dat mensen hun eigen foto's mooier vonden als de participanten in hogere mate narcistisch waren. Door Kapidzich (2013) werd geconcludeerd dat mensen met grotere narcistische karaktertrekken hun foto's vaak kiezen omdat ze er aantrekkelijk op staan of omdat ze hun persoonlijkheid accuraat weergeven, en niet omdat hun sociale banden erop te zien zijn. Door Bergman (2011) werd geconcludeerd dat narcisten vaker foto's van alleen zichzelf op Facebook zetten en minder foto's samen met anderen. Door Buffardi en Campbell (2008) werd geconcludeerd dat onafhankelijke beoordelaars de foto's van narcistische mensen aantrekkelijker, meer zelf-promotend en

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

sexyer vinden. Dewall et al. (2011) concludeerden dat narcisme positief gerelateerd is aan het naar zich toetrekken van aandacht in de profielfoto maar alleen als de teksten op hun Facebook niet vaak woorden zoals I en Me bevatten. Al deze onderzoeken hebben verschillende conclusies getrokken over de inhoud van foto's op Facebook en vrijwel allemaal sluiten ze aan bij de lijn der verwachting. Mensen met een narcistische persoonlijkheid gebruiken zelf-promotie als strategie en dit kan invloed hebben op hun foto's op Facebook. Daardoor zullen ze vaak foto's kiezen waar ze sexy of aantrekkelijk op staan.

Naast zelfpromotie in foto's is er ook gekeken naar zelfpromotie in de overige inhoud op Facebook. Carpenter (2012) concludeerde dat de 'grand exhibitionism' dimensie van narcisme de enige substantiële voorspeller van zelf-promotend gedrag was. 'Entitlement' en 'exhibitionism' waren beide gerelateerd aan het accepteren van vreemdelingen als vrienden. Verder was 'entitlement' gerelateerd aan het tegen gemene berichten ingaan, het zoeken van meer sociale steun dan men zelf biedt en het checken van Facebook om te kijken wat anderen over hen zeggen. Er werden significante relaties gevonden door Mehdizadeh (2010) tussen narcisme en zelfpromotend gedrag in de profielfoto de bekijk foto's van mij, de notities en de status updates sectie. Buffardi en Campbell (2008) hebben geconcludeerd dat de Facebook inhoud van mensen die hoog scoren op de narcisme schaal zelf promotender is in de 'over mij' sectie en er ook meer zelf-promotende quotes worden gepost die vaak minder slim bedacht en minder entertaintent zijn. Ook correleerde narcisme met 'agency' maar niet met 'communion'. Dit wil zeggen dat narcisten meer individualistisch zijn en minder streven naar gemeenschap.

De Wall et al. (2011) hebben geconcludeerd dat mensen die hoog scoren op de NPI index significant vaker de woorden 'I' en 'me' gebruiken op hun Facebook. Door Gentile et al. (2012) werd geconcludeerd dat mensen geen hogere scores op de NPI rapporteren nadat ze een kwartier op Facebook hebben gezeten. Ook concludeerden zij dat mensen die hoger

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

scoorden op de NPI het er significant minder mee eens waren dat vrienden hun stemming verbeterden. Ook de resultaten van al deze onderzoeken vielen in de lijn der verwachting. Narcistische persoonlijkheden gebruiken vaak zelf-promotie als strategie om hun ego groot te houden, en gebruiken Facebook hiervoor als middel (Buffardi & Campbell, 2008).

Verder zijn er onderzoeken bestudeerd die de motieven van mensen bestudeerden om gebruik te maken van Facebook. Door Leung (2013) is geconcludeerd dat de 'exhibitionism' dimensie van narcisme gecorreleerd is aan de volgende motieven om gebruik te maken van Facebook: sociale/affectieve behoeften, het ventileren van negatieve gevoelens, herkent willen worden en de behoefte aan entertainment. Dit ligt in de lijn der verwachting, omdat mensen die hoog scoren op de 'exhibitionism' dimensie van narcisme graag in het middelpunt van de aandacht staan. De entertainment motivatie was ook gerelateerd aan de 'exploitativeness' dimensie van narcisme. Ze noemden dat het logisch is dat de 'entitlement' dimensie niet gelinkt is aan het hebben van sociale/affectieve behoeften omdat deze mensen geen affectie nodig hebben omdat ze door hun narcisme al geloven dat ze speciaal zijn. Door Bergman (2011) is geconcludeerd dat narcisten het belangrijk vinden om zoveel mogelijk mensen online te kennen maar niet om zoveel mogelijk mensen persoonlijk te kennen. Een verklaring die Bergman (2011) hiervoor zelf noemt is dat het onderhouden van face-to-face relaties zware emotionele investeringen kost en mensen met een narcistische persoonlijkheid hier niet van houden. Ook is het voor narcisten belangrijker dat hun profielpagina een positief beeld aan anderen over hen geeft. Er zijn al met al diverse resultaten gevonden die informatie geven over de connectie tussen narcisme en Facebook gebruik maar elk onderzoek heeft een eigen opzet en eigen onderzoeksvragen waardoor het lastig is de onderzoeken met elkaar te vergelijken.

Limitaties van deze studie

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Limitaties van deze studie zijn dat er alleen gekeken is naar Facebook gebruik en niet naar andere vormen van sociale media, zoals Twitter, Hyves en Myspace. Voor een completer beeld zouden er meer sociale media sites onderzocht moeten worden. Ook is er enkel naar Engelse artikelen gekeken waardoor er mogelijk onderzoeken zijn misgelopen. Omdat het onderzoek tussen narcisme en Facebook pas recent is begonnen zijn er nog slechts 13 onderzoeken over dit onderwerp bekend. Omdat veel van deze onderzoeken hebben plaatsgevonden in het afgelopen jaar is het waarschijnlijk dat er snel onderzoeken bij zullen komen. Het is dus mogelijk dat deze review snel verouderd zal zijn.

Conclusie

Er is een relatie tussen narcisme en Facebook gebruik op verschillende manieren. Narcisten doen aan zelfpromotie via Facebook in de vorm van hun foto's en de inhoud van hun berichten. Er is gebleken dat narcisten niet meer foto's op hun Facebook hebben dan anderen maar dat de inhoud van hun foto's meer egocentrisch is. Ook is gebleken dat narcisten andere motieven hebben om Facebook te gebruiken dan minder narcisten. De bevindingen van dit onderzoek zouden door de klinische praktijk of voorlichtingsbureaus gebruikt kunnen worden om cliënten die last hebben van een narcistische persoonlijkheidsstoornis, of bijvoorbeeld hun ouders, bewuster te maken van de relatie tussen narcisme en Facebookgebruik. Onderzoeken lijken ook te bewijzen dat narcisten meer tijd aan Facebook besteden en meer vrienden hebben maar hierover is nog tegenspraak in de literatuur. Een oorzaak hiervan zou kunnen zijn dat Facebook gebruik op verschillende manieren is gemeten. Er zou meer onderzoek gedaan moeten worden naar deze vraagstellingen met een universele manier om Facebook gebruik te meten.

Literatuurlijst

- Ackerman, R. A., Witt, E. A., Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., & Kashy, D. A. (2011). What does the narcissistic personality inventory really measure? *Assessment*, 18, 67–87.
- Bergman, S. M. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why, *Personality and Individual Differences*, 50, 706-7011. Doi: 10.1016/j.paid.2010.12.022
- Buffardi, L.E., Campbell, W.K. (2008), Narcissism and Social Networking Web Sites, *Bulletin Personality and Social Psychology*, 34, 1303-1314 Doi: 10.1177/0146167208320061
- Carpenter, C.J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior, *Personality and Individual Differences*, 52, 482–486. Doi: 10.1016/j.paid.2011.11.011
- Chen, B., Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28, 2091–2099
- DeWall, C. N., Buffardi, L. E., Bonser, I., Campbell W.K. (2011). Narcissism and implicit attention seeking: Evidence from linguistic analyses of social networking and online presentation. *Personality and Individual Differences* 51, 57–62. Doi: 10.1016/j.paid.2011.03.011
- Gentile, B., Twenge, J.M., Freeman, E.S., Keith Campbell, W.K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior*, 28 , 1929–1933. Doi: 10.1016/j.chb.2012.05.012
- Husson, O., Molf, F., Van de Poll-Franse, L.V. (2010). The relation between information provision and health related quality of life, anxiety and depression among cancer survivors: a systematic review. *Annals of Oncology*. Doi: 10.1093/annonc/mdq413

- Kapidzic, S. (2013). Narcissism as a Predictor of Motivations Behind Facebook Profile Picture Selection, *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16, 1, 2013. Doi: 10.1089/cyber.2012.0143
- Leung, L. (2013). Generational differences in content generation in social media: The roles of the gratifications sought and of narcissism. *Computers in Human Behavior*, 29, 997–1006. Doi: 10.1016/j.chb.2012.12.028
- Ljepava, N., Orr, R.R., Locke, S., Ross, C. (2013). Personality and social characteristics of Facebook non-users and frequent users. *Computers in Human Behavior*, 29, 1602–160. Doi: 10.1016/j.chb.2013.01.026
- McKinney, B.C., Kelly, L., Duran, R.L. (2012). Narcissism or Openness?: College Students' Use of Facebook and Twitter, *Communication Research Reports*, 29:2, 108-118. Doi: 10.1080/08824096.2012.666919
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook., *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 12, 4. doi:10.1089/cyber.2009.0257
- Nadkarni, A., Hofmann, S.G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243–249. Doi: 10.1016/j.paid.2011.11.007
- Ong, E.Y.L, Ang, R.P., Ho, J.C.M, Lim, J.C.Y., Goh, D.H., Lee, C.S. Chua, A.Y.K. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and individual differences*, 50, 180-185. Doi: 10.1016/j.paid.2010.09.022
- Raskin, R., Terry, A. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 5,890-902. Doi: 10.1037//0022-3514.54.5.890

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Ross, C., Orr, E.S., Sisic, M., Arsenault, J.M., Simmering, M.G., Orr, R.R. (2009).

Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578-586. Doi: 10.1016/j.chb.2008.12.024

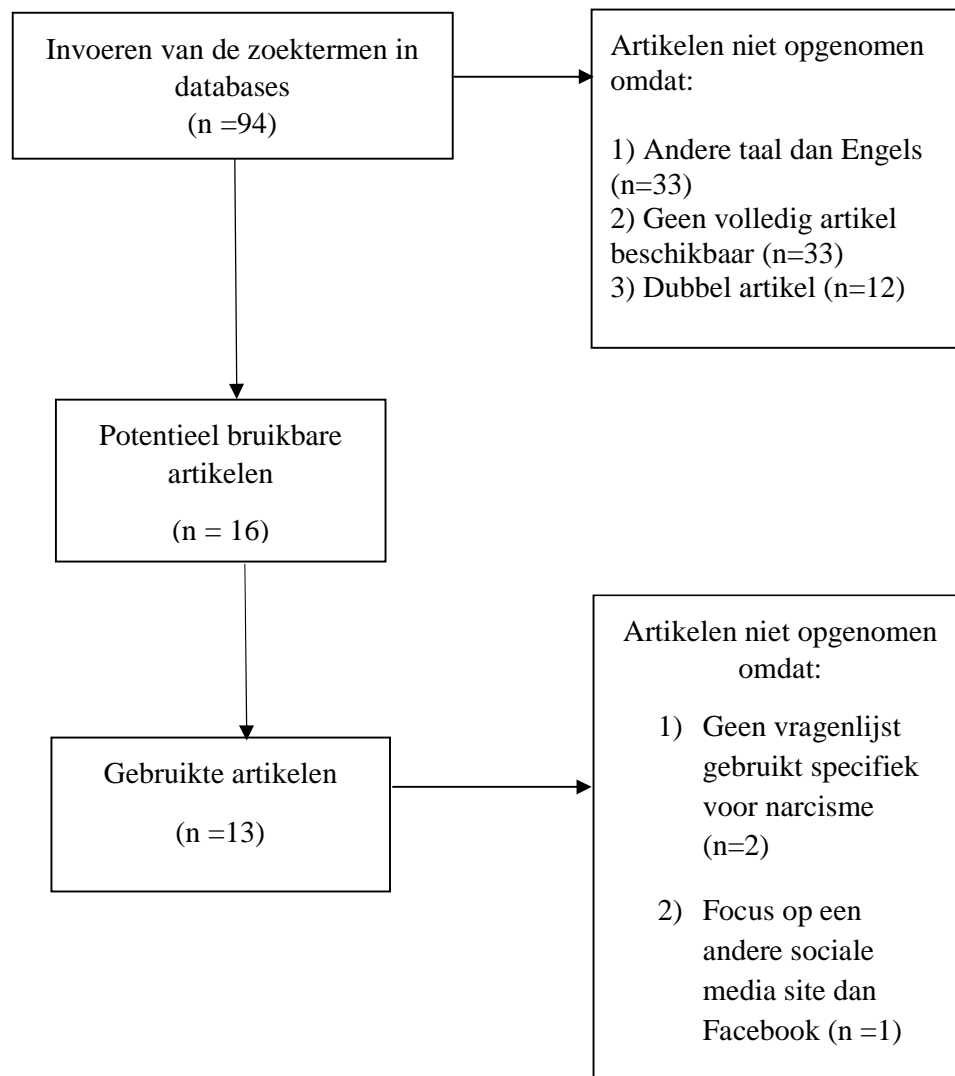
Ryan, T., Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage.

Computers in Human Behavior, 27, 1658-1664. Doi: 10.1177/1073191110382845

Skues, J. L., Williams, B., Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem,

loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28, 2414, 2419. Doi: 10.1016/j.chb.2012.07.012

Figuur 1. Stroomschema van papers geaccepteerd en afgewezen tijdens de selectieprocedure.



DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Tabel 1. Lijst van criteria ter beoordeling van de methodologische kwaliteit van de studies.

Informatieverzameling:

- A. Valide instrument gebruikt om narcisme te meten
- B. Facebook gebruik gemeten op objectieve manier (vragen om getallen, niet vragen om weinig of veel)
- C. Onderzochte variabelen worden beschreven

Studiepopulatie

- D. Beschrijving van de studiepopulatie, bestaande uit tenminste 2 sociaal demografische variabelen.
- E. Beschrijving van inclusie en exclusie criteria.
- F. De studiegrootte bestaat uit ten minste 50 proefpersonen.

Data analyse

- G. Het proces van het verzamelen van gegevens wordt vermeld (interview, vragenlijsten)
- H. Frequentie, gemiddelde, mediaan, standaard deviatie of percentages worden weergegeven.
- I. Er is gebruik gemaakt van een geschikte analyse techniek.
- J. De belangrijkste uitkomsten zijn vermeld.
- K. Statistiek bewijs voor de gevonden resultaten wordt gegeven.

Discussie

- L. De betekenis van de gevonden resultaten wordt beschreven.
- M. Er worden limieten genoemd van het onderzoek

Deze checklist is geïnspireerd door de checklist van Husson en Mols (2010).

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Tabel 3. Overzicht van alle gebruikte studies.

Studie	Steekproef	Kenmerken design	Resultaten
Ong, E.Y.L., Ang, R.P., Ho, J.C.M., Lim, J.C.Y., Goh, D.H., Lee, C.S. Chua, A.Y.K. (2011)	N:275 pp. Gesl: 165 vrouw, 109 man Leeftijd: 12 tot 18 Bezigheid: Schoolkinderen	Narcisme gemeten met: 12 item NPQC-R Facebook gebruik gemeten met: Participanten gevraagd om schattingen in getallen (open vragen) en meningen	Narcisten updaten hun status vaker dan niet narcisten, gecorrigeerd voor extraversie. Geen relatie tussen narcisme en aantal vrienden of aantal foto's. Narcisten vonden hun eigen foto's mooier.
Carpenter, C.J. (2012)	N: 294 pp. Gesl: 32% man, 68% vrouw Leeftijd: 18 tot 65 jaar Bezigheid: 74.1% college students	Narcisme gemeten met: GE en EE subschalen van de NPI Facebook gebruik gemeten met: Participanten gevraagd om schattingen op een likertschaal van nooit tot 'all the time'	Aantal vrienden hangt samen met GE dimensie van narcisme maar niet met EE dimensie. Zelfpromotend gedrag op Facebook hangt samen met de Grand Exhibitionism dimensie van narcisme. Entitlement was een substantiële voorspeller van het tegen gemene berichten ingaan, het zoeken van meer sociale steun dan men aanbiedt en het checken van Facebook wat anderen over hen zeggen.
Skues, J. L., Williams, B., Wise, L. (2012).	N: 393 pp. Gesl: 300 vrouwen, 93 mannen Leeftijd: gemiddelde leeftijd 20.59 jaar Bezigheid: first year undergraduate psychology students	Narcisme gemeten met: NPI-16 Facebook gemeten met: The Facebook Questionnaire, bestaande uit zowel dichotome items, vijfpunts rating schalen en vragen om een numeriek antwoord.	Aantal vrienden hangt niet samen met narcisme. Narcisme hangt niet samen met tijd besteed per dag aan Facebook.

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Studie	Steekproef	Kenmerken design	Resultaten
Leung, L. (2013).	N: 586 pp. Gesl: 49% man, 51% vrouw Leeftijd: 18-69. 266 net-gen (1977 – 1997), 143 Gen X (1965 – 1976), 187 babyboom (1946- 1964)	Narcisme gemeten met : NPI-40 Facebook gemeten met: Schattingen op 5-puntsschaal varierend van nooit tot 'very often'.	Mensen die hoger scoren op de Exhibitionisme dimensie van narcisme genereren meer inhoud op Facebook. De 'exhibitionism' dimensie van narcisme hangt samen met de motieven: sociale/affectieve behoefden, het uitlaten van negatieve gevoelens, herkenningsbehoefden en entertainment. De 'exploitativeness' (uitbuitelij) dimensie werd gelinkt aan de entertainment motivatie. De ijdelheid dimensie werd gelinkt aan behoefte aan herkenning. De autoriteit/superioriteit dimensies waren gelinkt aan cognitieve en sociaal/affectieve behoefden.
McKinney, B.C., Kelly, L., Duran, R.L. (2012).	N: 233 pp. Geslacht: 144 vrouwen, 89 mannen Leeftijd: gemiddeld 19.77 Bezigheid: Undergraduate students in communication classes	Narcisme gemeten met NPI-40. Facebook gemeten met: Schattingen op een vijf punts schaal varierend van nooit to 'many times a day'.	Er worden geen relaties gevonden tussen narcisme en frequentie van Facebook gebruik. Het aantal foto's van zichzelf was niet gerelateerd aan narcisme. Er was significant positief resultaat tussen narcisme en aantal vrienden.

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Studie	Steekproef	Kenmerken design	Resultaten
Kapidzic, S. (2013).	N: 280 pp. Gesl: 51% vrouwen, 49% mannen Leeftijd: 18 – 25 jaar Bezigheid: Students at communication courses	Narcisme gemeten met: NPI-40. Facebook gemeten met: Facebook intensity scale, vragen over gebruik werden gesteld met vijfpunts schalen variërend van sterk oneens tot sterk eens.	Narcisten kiezen profielfoto's significant meer omdat ze er aantrekkelijk op zijn of omdat ze hun persoonlijkheid weergeven, niet omdat het hun sociale banden laat zien.
Bergman, S. M. (2011).	N: 374 pp. Gesl: 53.6 % man, 46.4% vrouw Leeftijd: gemiddeld 20.77 Bezigheid: undergraduate students	Narcisme gemeten met: NPI-40 Facebook gemeten met: Schattingen in de vorm van open vragen, numerieke antwoorden.	Narcisme correleert niet met statusupdates of aantal minuten op Facebook per dag. Narcisten posten meer foto's van zichzelf maar niet meer foto's van vrienden op Facebook. Narcisme is gerelateerd aan het zoveel mogelijk mensen online willen kennen maar niet aan het face-to-face willen kennen van zoveel mogelijk mensen. Narcisten geloven meer dat sociale netwerk vrienden geïnteresseerd zijn in waar ze mee bezig zijn, en hebben meer behoefte om te weten waar anderen mee bezig zijn.
Mehdizadeh, S. (2010)	N: 100 PP. Gesl: 50 vrouw, 50 man Leeftijd: 18 tot 25 jaar Bezigheid: studenten aan engelse universiteit	Narcisme gemeten met: NPI-16 Facebook gemeten met: Participanten gevraagd om schattingen, open vragen, numerieke antwoorden. Facebook beoordeeld door auteur zelf.	Er werd geconcludeerd dat mensen die hoger scoorden op de NPI-16 significant vaker hun Facebook checkten en ook significant langer op Facebook zaten per sessie. Er werden significante correlaties tussen narcisme en zelfpromotend gedrag gevonden in de secties: profiel foto, bekijk foto's van mij, status updates, en notities

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Studie	Steekproef	Kenmerken design	Resultaten
Buffardi, L.E., Campbell, W.K. (2008)	N: 129 Facebook owners Gesl: ? (vraag aan begeleidster: er stond 156 participanten (100 vrouwen) waarvan 129 toestemming gaven Facebook te analyseren, de rest is uitgesloten van de analyse Is N dan 156 of 129? Als het 129 is is onbekend hoeveel vrouwen) Gesl: 100 vrouwen, 56 mannen. (?) Leeftijd: 18 tot 23 jaar Bezigheid: Undergraduate students	Narcisme gemeten met: NPI-40 Facebook gemeten met: Facebook geanalyseerd door 129 beoordelaars.	Er is een significante positieve correlatie bestaat tussen de hoeveelheid interactie op Facebook en de NPI score van de Facebook eigenaar. Geen correlatie gevonden tussen de hoeveelheid informatie die de Facebook eigenaren posten over zichzelf en de mate waarin ze een hogere NPI score hadden. Profielfoto's van narcisten werden aantrekkelijker, sexier, en meer zelfpromotend gevonden dan foto's van minder narcisten. Foto's in de bekijk foto's sectie werden beoordeeld als leuker, maar niet als meer provocatief of zelf- promotend. NPI score correleerde met zelf-promotende inhoud in de over mij sectie en zelf- promotende quotes. Het bleek dat quotes van narcisten minder entertainend en slim bedacht werden gevonden. NPI scores van Facebook eigenaren correleren positief met de impressie die beoordelaars hebben van hun pagina's.

DE RELATIE TUSSEN NARCISME EN HET GEBRUIK VAN FACEBOOK

Studie	Steekproef	Kenmerken design	Resultaten
DeWall, C. N., Buffardi, L. E., Bonsler, I., Campbell W.K. (2011)	N: 80 Gesl: 55 vrouwen, 25 mannen Leeftijd: Gem 18.89 Bezigheid: Undergraduate students	Narcisme gemeten met: NPI-40 Facebook gemeten met: Zowel geanalyseerd door een taalkundige programma, als foto's beoordeeld door vijf codeerders.	Narcisten die weinig first person singular pronouns gebruiken trekken significant meer de aandacht naar zich toe via hun profielfoto's, narcisten die vaker singular pronouns gebruiken doen dit niet. Mensen met een hogere score op de NPI gebruiken significant vaker woorden als ik en me op Facebook.
Ljepava, N., Orr, R.R., Locke, S., Ross, C.,(2013).	N: 106 Gesl: 91 vrouwen, 15 mannen Leeftijd: 18 – 42 jaar. Gemiddeld 21.34 Bezigheid: Undergraduate students	Narcisme gemeten met: NPI-40 en Hypersensitive Narcissism Scale. Facebook gemeten met: Facebook Peer Usage Questionnaire, vragen op een vijfpuntsschaal van sterk oneens tot sterk eens.	Mensen die geen Facebook hebben scoren lager op de NPI maar hoger op de HSNS.
Gentile, B., Twenge, J.M., Freeman, E.S., Keith Campbell, W.K. (2012).	N: 72 Gesl: 27 mannen, 45 vrouwen Leeftijd: 18 – 22 jaar Bezigheid: Undergraduate studenten	Narcisme gemeten met: NPI-40 Facebook gemeten met: Gevraagd om meningen op een vijfpuntsschaal.	Mensen die hoger scoren op de NPI hebben meer vrienden dan mensen die lager scoren. Het bleek dat mensen die hoger scoorden op de NPI het er significant minder mee eens waren dat reacties van vrienden hun stemming verbeterden.
Ryan T., Xenos, S. (2011)	N:1635 Gesl: 556 mannen, 768 vrouwen. Leeftijd: 18-44 Bezigheid: Internetgebruikers	Narcisme gemeten met: NPI-29 Facebook gemeten met: Facebook Questionnaire (Ross et al.)	Mensen die Facebook gebruiken scoren hoger op de NPI dan mensen die geen Facebook gebruiken.