



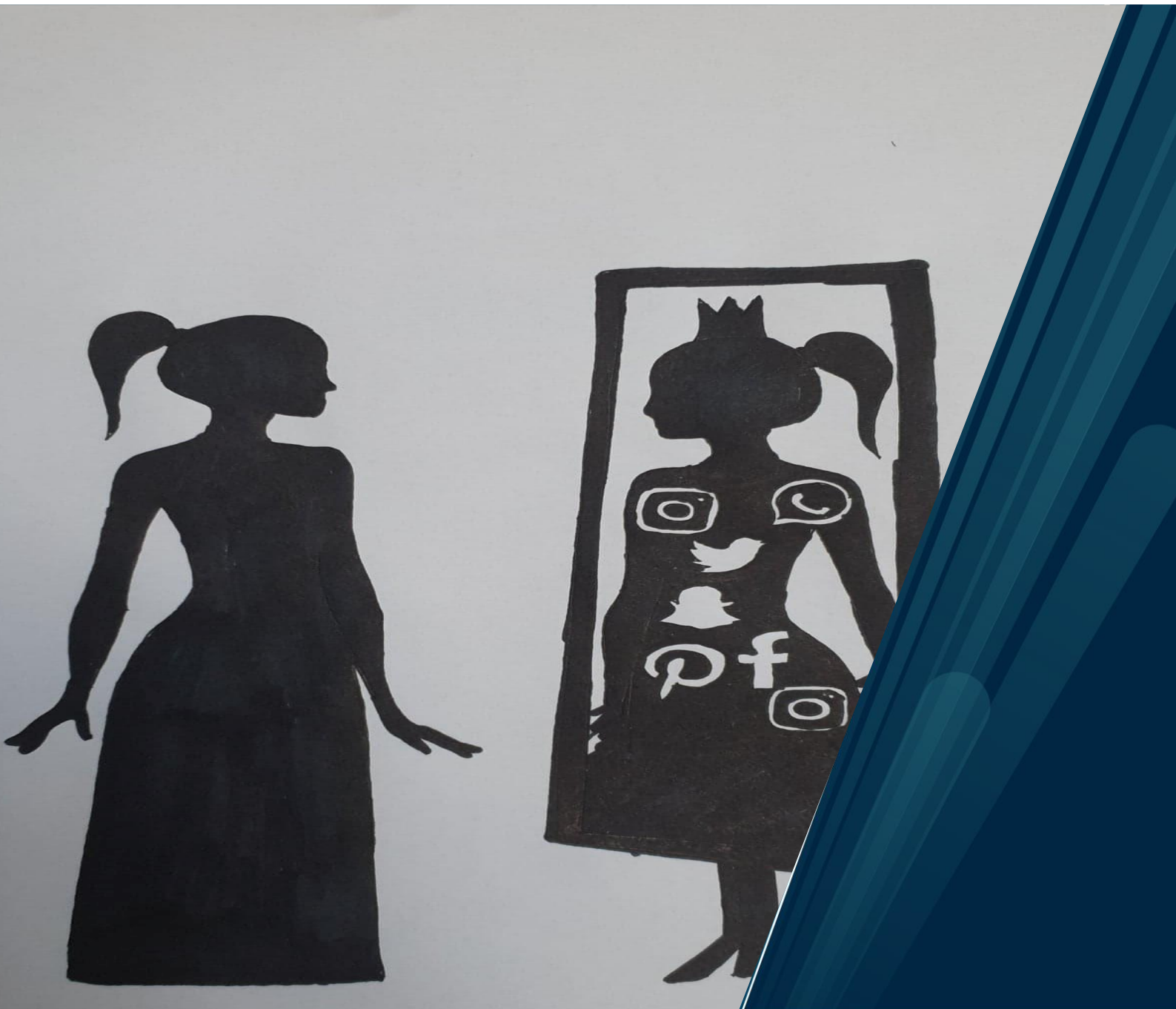
UiT Norges arktiske universitet

Det helsevitenskapelige fakultet

Sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier – en systematisk litteraturgjennomgang

Asma Zeiad, Zulikhan A. Salsanova – MK-17

Masteroppgave i Medisin profesjonsstudium (MED-3950), mai 2022



Forord

Veien til denne masteroppgaven har vært turbulent. Vi ønsket opprinnelig å skrive en kvalitativ studie med spørsmål om leger bruker forståelig språk i kommunikasjon med pre-operative pasienter i ortopedisk avdeling. Vi prøvde å ordne den praktiske utføringen av oppgaven i et halvt år, før vi måtte avslutte i desember 2021 grunnet utfordringer med rekruttering av pasienter fra den valgte avdelingen. Av den grunn måtte vi endre problemstilling. Vi ønsket ikke lenger en oppgave som innebar fysisk rekruttering av pasienter, og ønsket derfor å skrive en litteraturstudie.

Vi begge interesserer oss for psykiatri, og ville derfor velge et tema i den gaten. Et tema vi ofte har diskutert i flere år er hvordan sosiale medier brukes til å fremheve seg selv i dagens samfunn. Vi har lurt og fundert på om dette har sammenheng med narsissisme. Vi tenkte at masteroppgaven blir vår mulighet til å undersøke dette på en systematisk og grundig måte. Derfor var det ikke tvil på hva som skulle holde oss opptatt det neste halvåret.

Vi er veldig glade for at vi begge har hatt like stor interesse og innsats i skrivingen av denne masteroppgaven. Vi fordelte arbeidet likt. Prosjektbeskrivelsen ble skrevet sammen over zoom med deling av skjerm. Søk og innsamling av relevante artikler ble også gjort sammen. De relevante artiklene ble delt mellom oss to, der hver av oss skrev oppsummering av de tildelte artiklene. Tabell 2 viser en oversikt over hvem som har skrevet hva i oppgaven.

I denne masteroppgaven har vi utforsket sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier. I det store og hele har det å skrive denne masteroppgaven vært veldig spennende, men også et krevende arbeid. Ettersom oppgaven er ferdigskrevet, er det på sin plass å takke flere som har hjulpet oss på veien hit.

Først og fremst vil vi takke Anne Høye som har vært til stor hjelp som veileder. Hun har gitt oss rammer og veiledning til hvordan vi bør jobbe med masteroppgaven samt hjulpet oss under skriveprosessen. Takk for hjelpen.

Vi vil også takke Torstein Røe som har vært vår biveileder og som har hjulpet oss med både å utforme problemstilling samt gi forslag til aktuelle veiledere til vår oppgave.

Til sist vil vi takke vår familie som vi har bodd med under skrivningen, og som har gitt oss rom for å fokusere på masteroppgaven. Vi takker begge våre foreldre, og ikke minst våre søsken som har prøvd å være stille mens vi har fokusert på arbeidet.

Tromsø, 5 mai 2022

Asma Zeiad og Zulikhan A. Salsanova

Innhold

Sammendrag.....	5
Innledning.....	6
Definisjon.....	7
Femfaktormodellen for personlighetstrekk.....	10
Selvpromotering.....	13
Formål.....	14
Materiale og metode.....	14
Inklusjonskriterier.....	14
Gjennomføring.....	14
Datainnsamling.....	16
Begrepsforklaring.....	17
Resultater.....	19
Sammenheng mellom narsissisme generelt og selvpromoterende atferd.....	26
Sammenheng mellom narsissisme og bruk av sosiale medier med selv-promoterende motiver.....	30
Fører bruk av sosiale medier til økning/utvikling av narsissisme?.....	31
Diskusjon.....	31
Sammenheng mellom narsissisme generelt og selvpromoterende atferd på sosiale medier.....	32
Sammenheng mellom subtyper av narsissisme og selvpromotering på sosiale medier.....	32
Modererende faktorer for eventuelle sammenhenger.....	34
Sammenheng mellom narsissisme og bruk av sosiale medier med selvpromoterende motiver.....	38
Om bruk av sosiale medier fører til økning/utvikling av narsissisme.....	38
Styrker og svakheter.....	39
Konklusjon.....	41

Referanseliste	42
----------------------	----

Tabelliste

Tabell 1: DSM-5 kriterier for NPF	9
Tabell 2: Oppgavefordeling.....	15
Tabell 3: Oversikt over inkluderte studier.....	19

Figurliste

Figur 1: Flytskjema for seleksjon	17
-----------------------------------------	----

Sammendrag

Bakgrunn: Bruk av sosiale medier har økt de siste tjue årene, og eksplodert det siste tiåret. Et av spørsmålene som har vært stilt er i hvilken grad sosiale medier brukes som et arena for personer med narsissistiske trekk for selvpromotering, og/eller om bruk av sosiale medier kan bidra til at narsissistiske trekk utvikles og opprettholdes.

Problemstilling: Problemstillingen i vår masteroppgave er å undersøke om det er sammenheng mellom narsissistiske trekk og selvpromotering på sosiale medier.

Metode: Dette er en systematisk litteraturstudie med predefinerte inklusjonskriterier for seleksjon av studier. Litteratur ble hentet fra databasene UiT Oria, PubMed og APA PsychNet ved å bruke spesifikke søkeord.

Resultater: Funnene peker i samme retning; de fleste studiene som er inkludert viser en signifikant sammenheng mellom narsissistiske trekk og selvpromoterende atferd på sosiale medier.

Konklusjon: Det er vist en signifikant sammenheng mellom høyt nivå av narsissistiske trekk og selvpromotering på sosiale medier, men man trenger mer forskning på hva som påvirker denne sammenhengen. Det er få studier som fokuserer på modererende faktorer samt andre type selvpromotering enn selfies. Det er også vanskelig å konkludere om bruk av sosiale medier øker eller bidrar til utvikling av narsissisme over tid, og det trengs flere longitudinelle studier for å undersøke dette.

Innledning

Fokuset på effekten av sosiale medier har vært stort de siste 20 årene, og særlig det siste tiåret. 80% av nordmenn bruker sosiale medier, og bruken er økende (1). Antall nettsider og apper som tilrettelegger for å skape og dele innhold med andre brukere er mange. Hva man velger å dele på sosiale medier er veldig varierende. På de fleste sosiale mediene har man muligheten til å presentere seg selv slik man selv ønsker, både atferdsmessig og utseendemessig. Presentasjonen man velger å ha av seg selv kan være autentisk og virkelighetsnært, men den kan også være bedre enn hva virkeligheten egentlig er. Dette kan lett oppnås atferdsmessig gjennom konsekvent bruk av ord der man forsøker å framstå enten mer empatisk, intelligent eller inkluderende. Man kan også forsøke å virke utseendemessig attraktiv ved å ta bilder fra bestemte vinkler, redigere bilder samt bruke filtre som gjør at man ser bedre ut.

Et spørsmål som har dukket opp i takt med den økende bruken av sosiale medier er om det er sammenheng mellom narsissistiske trekk og bruk av sosiale medier. Man er få tastetrykk fra å publisere bilder av seg selv eller ting man har oppnådd. I løpet av kort tid kan man dermed få mange likerklipp, kommentarer og massiv bekreftelse. Man har også muligheten til å dele tanker og meninger omkring mange tema, og ved å skrive noe som de aller fleste er enig i, kan man også få en enorm bekreftelse og støtte selv om man kanskje ikke brenner for det man skriver om. Det er derfor på sin plass å stille spørsmål om motivet og intensjonen bak den enkeltes bruk av sosiale medier. For eksempel kan man lure på om sosiale medier brukes så hyppig som de gjør fordi mange simpelthen kjenner på et sosialt press om å bruke sosiale medier fordi alle andre bruker det? Eller er det slik at bruken av sosiale medier kanskje styres av hvilken personlighetstype man har? Kanskje er det slik at ekstroverte deler mer enn introverte? Det kan være mange årsaker til hvorfor folk velger å bruke sosiale medier slik de gjør, men i denne oppgaven ønsker vi å fokusere på å undersøke sammenhengen mellom selvpromotering på sosiale medier og narsissistiske trekk/narsissisme.

Narsissisme

Definisjon

Ordet narsissisme stammer fra figuren Narkissos i gresk mytologi (2). Han var kjent for sin skjønnhet, men avviste alle romantiske forhold. Han foraktet også de som elsket ham. Til slutt ble han forelsket i sitt eget speilbilde når han så på seg selv i vannet. Begrepet narsissisme er basert på denne myten, og gjenspeiler ekstrem opptatthet og fokus på seg selv. Narsissisme er et vidt og mye brukt begrep. Det benyttes i litteratur, innen psykologi og generelt i kulturen, både for å forklare menneskelig atferd og samhandling, men også for å beskrive trekk ved enkelte psykiske lidelser. Narsissisme blir ofte brukt synonymt med selvopptatthet i dagligtale. Begrepet har et stort nedslagsfelt i dagligspråket, og brukes mye i pop-psykologiske innlegg og videoer på sosiale medier.

Innenfor psykoanalytisk teori har narsissisme hatt ulike betydninger siden begrepet ble introdusert på slutten av 1800-tallet (3). Sigmund Freud hadde en sentral rolle i beskrivelsen av narsissisme. Han delte den inn i primær- og sekundær narsissisme. Primær narsissisme beskrives som en naturlig tilstand hos spedbarn, der barnet står i sentrum for all oppmerksomhet og er kun opptatt av å dekke sine behov (4). Barnet har all sin libido (psykisk energi) kun rettet mot sitt ego. Etterhvert som barnet vokser skjønner det at verden ikke handler om seg selv, og at alle rundt også har et behov som må dekkes. Libido trekkes gradvis fra barnet selv og utover mot andre objekter, dermed rettes såkalte objekt-libido mot andre personer. Sekundær narsissisme inntreffer når libido rettes tilbake mot ego, og bort fra andre objekter (personer). Dermed vil man ha mindre interesse eller kjærlighet til andre enn seg selv. Denne tilbaketrekningen kan f.eks. skyldes udekkede behov i barneårene.

Innen klinisk psykologi og psykiatri er det ingen tydelig definisjon av narsissisme. I det amerikanske diagnosesystemet Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders versjon 5 (DSM-5) er narsissistisk personlighetsforstyrrelse (NPF) en diagnose, men denne diagnosen finnes ikke i ICD-10. ICD-10 står for International

Classification of Diseases versjon 10 (ICD-10) (5). World Health Organization (WHO) eier og leder dette internasjonale diagnosesystemet (6,7). I denne oppgaven bruker vi oftest begrepet narsissisme, som altså er bredere definert enn kun narsissistisk personlighetsforstyrrelse som diagnostisk kategori.

Narsissistisk personlighetsforstyrrelse (DSM-5) versus narsissistiske personlighetstrekk

Definisjonen på personlighetsforstyrrelser i ICD-10 og DSM-5 er svært like (8).

Narsissistisk personlighetsforstyrrelse (NPF) er inkludert som diagnose i det amerikanske diagnosesystemet DSM-5, blant flere andre personlighetsforstyrrelser. Den klassifiseres der som en såkalt gruppe B personlighetsforstyrrelse, som omfatter alvorlige personlighetsforstyrrelser inkludert emosjonelt ustabil, antisosial og hysteriform personlighetsforstyrrelse (5). Diagnosen NPF finnes ikke som en selvstendig definert tilstand i ICD-10. I den nyeste versjonen av det internasjonale diagnosesystemet, ICD-11, som ble lansert i 2019, opereres det kun med én personlighetsforstyrrelse, og ordet narsissisme fremkommer ingen steder der (9).

For at diagnosen NPF skal settes kreves en grundig diagnostisk vurdering, blant annet ved hjelp av et spesialisert personlighetsintervju (som for eksempel SCID-5), utført av psykolog eller psykiater (10). Basert på kriteriene i DSM-5 må kriteriene i tabell 1 være til stede for at diagnosen skal kunne settes (11). I DSM-5 understrekes at disse individene ofte er sårbare, lett føler skam samt har en ekstrem varhet for kritikk. Det er viktig å understreke at NPF ikke er noen entydig kategori. Oppsummert karakteriseres personer med NPF som generelt svært selvopptatte, de regulerer sine følelser og mål gjennom beundring fra andre, er ofte lite empatiske, er overbevist om egen overlegenhet og har ofte mange overfladiske forhold.

Narsissistiske personlighetstrekk eller *narsissistisk personlighetstype* er ikke-medisinske begreper, men benyttes både i psykologien og i ulike kulturelle sammenhenger. Det finnes en rekke selvrapporteringskjema/-instrumenter for å vurdere tilstedeværelsen og graden av narsissistiske trekk, men disse blir i liten grad

benyttet diagnostisk for NPF. Eksempler på selvrapporterings skjema som brukes her er Narcissistic Personality Inventory (NPI) og Pathological Narcissism Inventory (PNI) (12, 13). Det finnes ulike versjoner av NPI. Felles for alle er at de inneholder et sett av spørsmål med to alternativer - ett som beskriver et narcissistisk trekk, og ett som ikke gjør det. I tillegg scorer individer med diagnostisert NPF i DSM-5 systemet høyere på NPI enn personer med andre psykiatriske diagnoser eller kontrollgrupper (12). NPI-40 brukes mest, og kan avdekke flere trekk ved narcissisme slik som autoritær adferd, være selvopptatt, arroganse, utnyttende atferd og oppmerksomhetsøkende atferd.

DISORDER

<i>DSM-5 SECTION III NARCISSISTIC PERSONALITY DISORDER CRITERIA</i>		
General	Typical features of narcissistic personality disorder include variable and vulnerable self-esteem, with self-esteem regulation through exhibitionism and seeking out approval, and grandiosity that is either overt or covert. Characteristic impairments include problems with identity, self-direction, empathy and/or intimacy, along with maladaptive traits from the Antagonism domain.	
Criterion A	Identity	Self-definition and self-esteem regulation based on others to an excessive degree; self-appraisal is exaggerated and overvalued, undervalued, or vacillates between these extremes; emotional regulation shifts with self-esteem.
	Self-Direction	Sets personal goals based on gaining approval from others; standards for oneself are disproportionately high in order to support exceptional view of self, or deficient due to a sense of entitlement; lacks awareness of personal motivations.
	Empathy	Limited ability to recognize or identify with feelings and needs of others; social attunement is excessive, but only when relevant to self; over- or underestimates effects of behavior on others.
	Intimacy	Superficial relationships that are maintained largely to serve self-esteem regulation; relationships lack reciprocity due to a lack of genuine interest in others' experiences and needs for personal gain.
Criterion B	Grandiosity	Overt or covert feelings of entitlement; self-absorbed; sure of one's own superiority; condescension toward others.
	Attention-Seeking	Unreasonable efforts to attract and be the focus of others' attention; exhibitionistic; recognition seeking.

Note. Exact wording paraphrased due to copyright (American Psychiatric Association, 2013).

Tabell 1: DSM-5 kriterier for NPF (11)

Femfaktormodellen for personlighetstrekk

Femfaktormodellen for personlighetstrekk er en psykologisk teori som på empirisk grunnlag beskriver fem hovedgrupper av personlighetstrekk (14). De fem oppsummerende personlighetstrekkene er: 1) åpenhet for erfaring, 2) planmessighet, 3) ekstrovertsjon, 4) omgjengelighet og 5) nevrotisisme. Under hver av hovedgruppene beskrives seks underordnede fasetter som er både uavhengige og samvarierende. Personlighetstrekk kan måles med standardiserte instrumenter, som for eksempel Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) (15). Dette er en test som består av en rekke utsagn, der man skal velge de utsagnene som passer best om seg selv. Hensikten er å komme frem til en personlighetstype basert på de fem oppsummerende domeneene, som representerer dimensjoner det er mulig å skåre mer eller mindre høyt på. Hvordan man bruker sosiale medier kan avhenge av hvilken personlighetstrekk man har. Derfor er det viktig å ha dette i bakhodet når man undersøker motiv og intensjon bak bruk av sosiale medier.

Undertyper av narsissisme

I de ulike diagnosesystemene har man gått bort fra en klar inndeling av undertyper av narsissisme. I litteraturen beskrives imidlertid oftest to hovedtyper narsissisme, *overt (åpen)* og *covert (skjult)*. I studiene beskrives at det ikke er alltid slik at man tilhører kun en av de to undertypene, men at man f.eks. en periode kan ha størst grad av åpen narsissisme og en annen periode ha skjult narsissisme. I litteraturen finnes også flere andre forsøk på inndeling i subtyper, slik som *antagonistisk* og «*communal*» (ingen norsk oversettelse foreligger) narsissisme, *adaptiv/produktiv* og *maladaptiv/destruktiv* narsissisme og *malign* narsissisme. Det er likevel viktig å understreke at det ikke er entydig beskrevet i litteraturen hva de ulike begrepene for narsissisme faktisk innebærer, og at beskrivelsen og inndelingene bare er teorier.

Overt (åpen) narsissisme

Dette er en type narsissisme som også omtales som grandios eller ekshibisjonistisk narsissisme, og som i størst grad samsvarer med kriteriene for narsissistisk personlighetsforstyrrelse (16). Personer med overt narsissisme kjennetegnes av at

de er ekstroverte, arrogante, har oppblåst selvbilde, ekstremt behov for beundring, mangel på empati samt en tendens til å utnytte og konkurrere med andre. God selvfølelse er karakteristisk for denne gruppen, og slike personer kan ha mindre opplevelse av vanskelige følelser slik som tristhet, bekymringer og ensomhet (17). Personer med slike grandios eller ekshibisjonistiske trekk har ofte overvekt av dimensjonene ekstroversjon og åpenhet som personlighetstrekk.

Covert (skjult) narsissisme

Denne typen narsissisme kalles også for hypersensitiv eller sårbar («vulnerable») narsissisme og står i kontrast til mer grandios narsissisme (16). Beskrivelsen av denne subtypen skiller seg fra grandios narsissisme ved et dårligere selvbilde og en sterk følelse av å ikke være god nok. Personer med slike trekk framstår som defensive (kommer raskt i forsvar) og styrt av unngåelsesadferd. De har også en tendens til å føle seg som eller framstå som offer. Personene kan beskrives som svært selvsentrerte, men dette kan forklares av det skjøre selvbildet (17). Covert narsissisme har oftere dimensjonen nevrotisme som personlighetstrekk, altså en økt tendens til grubling, engstelse og ubehagelige følelser som angst og nedstemthet, og lavere grad av dimensjonen medmenneskelighet (18). Det er vanskelig for disse personene å akseptere kritikk.

Antagonistisk og «communal» narsissisme

I litteraturen brukes også begrepene antagonistisk og «communal» narsissisme for å beskrive visse trekk som personer med narsissistisk personlighetstype kan ha. Antagonistisk narsissisme kjennetegnes av intenst fokus på å konkurrere med andre, gjerne ved å bryte regler (18). Det motsatte er communal narsissisme (begrepet har ingen norsk oversettelse), slike personer blir ofte opprørt når moralske regler brytes og de vil anse seg selv som empatiske og godtroende. I litteraturen beskrives det at slike personer skiller seg fra genuine mennesker ved at de med sin adferd ønsker å oppnå sosial makt, og siden de handler slik de gjør ser de på seg selv som mer berettiget til å bli ansett som viktige. Det beskrives videre at de har en reell overbevisning om at de følger moralske regler slik det skal gjøres, men at evnen til å innse at deres behandling av andre ikke samsvarer med egen tro og moralsk

overbevisning.

Adaptiv/produktiv og maladaptiv/destruktiv narsissisme

Noen kategoriserer også narsissisme på bakgrunn av hvordan det påvirker hverdagslivet til personen det gjelder (16). Her skiller man mellom adaptiv narsissisme og maladaptiv narsissisme. Adaptiv narsissisme kjennetegnes av overvekt av egenskaper som framstår som fordelaktige og sunne i hverdagslivet, slik som høyt selvbilde og høy grad av selvstendighet. Maladaptiv narsissisme kjennetegnes av atferd og trekk som er mindre sunne i omgivelsene, slik som aggresjon og utnyttelse av andre. Slike personer vil ofte slite med tilpasning i interpersonlige forhold og ellers i samfunnet. De har også ofte lavt selvbilde, og opplever oftere følelser som tristhet, angst, impulsivitet og håpløshet.

Leadership/autoritær narsissisme

Denne typen er nevnt i noen artikler som er inkludert i vår studie, men det er ikke funnet en konkret og entydig definisjon på hva leadership narsissisme er.

Narsissistisk lederskap oppstår når lederens handlinger styres av narsissistiske motiver slik som arroganse, ønske om makt og egoistiske behov som beundring, uten hensyn til andre (19). Personer med disse trekkene har også tendens til å framstå som gode kandidater til å ta lederroller, gjennom å virke sjarmerende og tilskrive seg egenskaper som gir inntrykk av at de er kvalifisert til å få slike roller.

Malign narsissisme

Narsissisme regnes som malign når de narsissistiske egenskapene, ofte de egenskapene som kjennetegner grandios narsissisme, er uttalt og mer alvorlig (16). Malign narsissisme kjennetegnes av at en person er sadistisk, aggressiv, paranoid og hevngjerrig. Mange av disse egenskapene beskrives også ved antisosial personlighetsforstyrrelse.

Selvpromotering

Selvpromotering kan beskrives som atferd der man forsøker å presentere seg selv som en kapabel, smart og dyktig person (20). Dette kan gjøres ansikt til ansikt, men også gjennom sosiale medier. Selvpromotering kan manifestere seg gjennom klesstil, pratemåte og atferd generelt. Hensikten med selvpromotering er å fremheve seg selv. I jobbsammenheng kan man for eksempel fremheve positive sider ved seg selv for å få jobben man ønsker, og man kan nedskalere negative sider. Man kan også ha behov for å fremheve seg selv i søken etter et romantisk forhold, popularitet eller andre formål. Selvpromotering kan eksempelvis være nødvendig for at en politiker skal få gjennomslag for sine mål. Personer med narsissistiske trekk er ofte opptatte av å oppnå høy sosial status samt bli beundret av andre, og dette kan de oppnå gjennom å promotere seg selv på bestemte måter (21).

Sosiale medier

Sosiale medier er nettsider og apper der man kan skape og dele innhold (22). De mest brukte sosiale medier er Facebook, Snapchat og Instagram (23). 80% av nordmenn mellom 16 og 79 år bruker sosiale medier (1). Bruken er høyest i aldersgruppene 16-24 år (95%), og 25-44 år (91%). Andre hyppig brukte sosiale medier er Tiktok, Twitter, Reddit og Tumblr. Særlig bruken av Tiktok har økt drastisk de siste par årene, men det foreligger enda ingen studier som inkluderer denne plattformen i undersøkelsen av sammenheng mellom narsissisme og selvpromotering (24).

Formål

Hovedformålet med oppgaven er å gjennomføre en systematisk gjennomgang av litteraturen for å undersøke om det er sammenheng mellom narsissisme/narsissistiske personlighetstrekk og bruk av sosiale medier. Delmål:

- A. Er det en sammenheng mellom narsissistiske trekk og selvpromotering på sosiale medier?
- B. Hvilke motiver har personer med narsissistiske trekk når de legger ut innlegg/bilder på sosiale medier?
- C. Hvilke faktorer modererer sammenhengen mellom selvpromotering på sosiale medier hos personer med narsissistiske trekk?
- D. Vil bruk av sosiale medier kunne øke eller bidra til utvikling av narsissisme?

Materiale og metode

Dette er en systematisk litteraturstudie og det har blitt tatt hensyn til kriteriene angitt i PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analysis) med predefinerte seleksjonskriterier og et tydelig definert formål (25).

Inklusjonskriterier

- Artiklene må være skrevet på norsk eller engelsk
- Relevant abstrakt som setter søkelys på både selvpromotering på sosiale medier og narsissisme.
- Narsissisme må ha blitt målt gjennom godkjente skåringskjema, som for eksempel NPI og PNI
- Fulltekst må være tilgjengelig

Gjennomføring

Alt søk og filtrering av relevante artikler, samt abstrakt lesing gjorde vi sammen over Zoom. Under har vi en tabell som viser en oversikt over fordeling av søk og skriving

mellom oss.

Oppgave	Navn
Søk for relevante artikler	Asma og Zolihan
Abstrakt	Asma og Zolihan
Oppsummering av artikler	Fordelt 50/50
Forord	Asma og Zolihan
Innledning	Zolihan
Teori	Narsissisme: Asma Sosiale medier/selvpromotering: Zolihan
Materiale og metode	Tekst: Asma Tabell: Zolihan
Resultater	2 underoverskrifter hver. Siste underoverskrift skrevet sammen
Diskusjon	Asma og Zolihan
Konklusjon	Asma og Zolihan

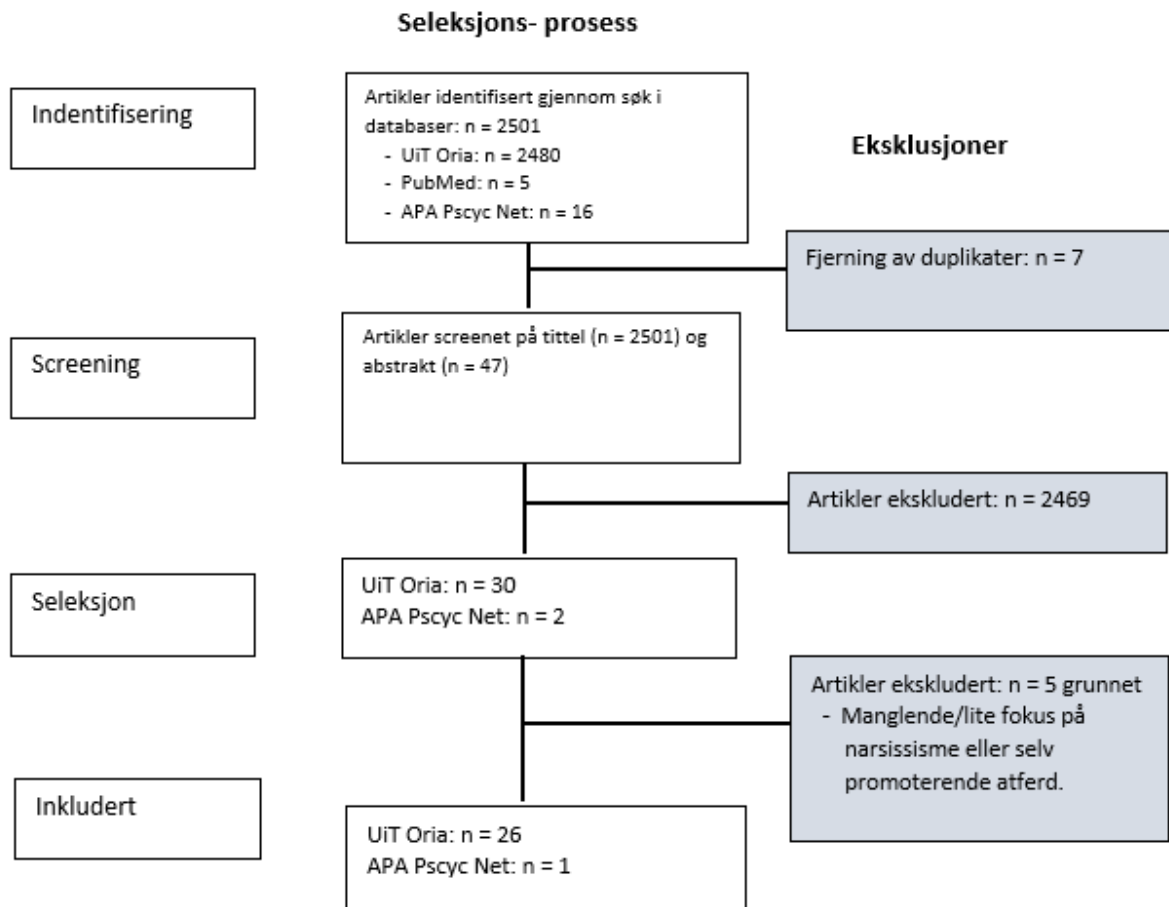
Tabell 2: Oppgavefordeling

Vi fordelte artiklene likt mellom oss, og skrev oppsummering av hver artikkel som er listet under. Forord, innledning, teori og konklusjon ble skrevet sammen. Hver av oss har oppsummert resultater fra de artiklene vi leste. Formål med studien er fordelt på følgende måte mellom oss:

- **Delmål A:** Zolihan
- **Delmål B:** Asma
- **Delmål C:** Zolihan
- **Delmål D:** Asma

Datainnsamling

Vi startet med å søke opp relevante artikler på UiT Oria med søkeordene «Narcissism» og «Self promotion» og «Social media». I filteret for hvilke artikler vi ønsket å ha med måtte artiklene være på engelsk eller norsk. Dette ga oss 2480 treff. Vi leste først kun overskrifter og valgte artikler som hadde alle disse tre søkeordene inkludert. Vi fant relevante artikler frem til vi kom til ca. artikkel nr. 400, og deretter var det ingen artikler som oppfylte våre kriterier så vi stoppet ved ca. artikkel nr. 500. I vår jobb med å filtrere relevante artikler, har vi brukt inklusjonskriterier som er angitt ovenfor. Vi endte opp med 69 relevante artikler fra UiT Oria. På PubMed fikk vi kun 5 artikler hvorav en allerede var hentet fra Oria. På APA PsycNet var det ingen funn på de tre ordene/kombinasjonene. Men på kombinasjonen «Narcissism» og «Social media» var det 16 funn, hvorav to artikler allerede var funnet på Oria, mens to andre hadde relevant overskrift. Når vi søkte «narcissism» og «Self promotion», kom det kun 5 treff, hvorav ingen var relevante. Vi samlet totalt 71 artikler, der to av de var fra APA Psyc Net. Alle abstrakter ble gjennomlest og vi endte opp med 32 relevante artikler. Etter å ha lest alle artiklene var det kun 27 artikler som var relevant. De andre ble ekskludert fordi NPI/PNI eller andre skåringer ikke ble brukt til måling av narsissistiske trekk. I tillegg var det 1 artikkel som ønsket å undersøke sammenheng mellom narsissisme og selv-promotering på sosiale medier, men dette ble ikke gjennomført.



Figur 1: Flytskjema for seleksjon

Begrepsforklaring

Dark Triad/mørk triade: Samlebetegnelse på personlighetstrekkene psykopati, narsissisme og machiavellisme.

- *Machiavellisme:* Et personlighetstrekk som karakteriseres av svært manipulativ og utnyttende adferd samt likegyldighet ovenfor moralske regler
- *Psykopati:* Begrep som brukes om en personlighetstype som karakteriseres av manipulering, misbruk av andre mennesker, lavt empati og ansvarsløshet

Selfies: Selvportrett

Groupies: Et selvportrett sammen med andre personer

Facebook: En online plattform der brukere har mulighet til å opprette egen profil, kommunisere med andre og dele bilder/videoer/innlegg.

Instagram: En online plattform hovedsakelig basert på deling av videoer og bilder/bildetekst med mulighet for kommunikasjon med andre.

Snapchat: En online plattform som hovedsakelig brukes til kommunikasjon med andre ved å dele/motta bilder/videoer som er kun tilgjengelig en kort stund.

Twitter: En online plattform som hovedsakelig brukes til mikroblogging gjennom korte tekst-baserte innlegg.

WeChat og Whatsapp: Er henholdsvis kinesisk og amerikansk plattform som hovedsakelig brukes til kommunikasjon.

Tumblr: En online plattform som brukes til blogging med mulighet for deling av bilder/videoer og tekst-baserte innlegg.

Linkeldn: En online plattform som brukes hovedsakelig til å registrere/synliggjøre egne jobberfaringer og som kan brukes som en «online CV».

Collage: Det er en montasje der man har lagt flere bilder sammen.

PNI: Pathological Narcissism Inventory. Dette er en selvrapporteringsmåling som kartlegger syv dimensjoner av patologisk narsissisme.

NPI: Narcissistic Personality Inventory. Dette er en annen selvrapporterings skjema som kartlegger narsissistiske trekk.

WHO: World Health Organization. Det er en organisasjon som ønsker å utvide helsetjenester over hele verden.

ICD-10: International Classification of Diseases versjon 10. Det er et system som gir en statistisk klassifikasjon av sykdommer og helseproblemer, og er ledet/eiet av WHO.

DSM-5: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders versjon 5. Det er et diagnostisk system som brukes i USA og er utarbeidet av American Psychiatric Association.

Resultater

Tjuesyv artikler er inkludert. Hva de ulike studiene har valgt å inkludere i undersøkelsen av sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier er svært varierende. Oppsummert har følgende elementer blitt undersøkt:

- Sammenheng mellom narsissisme generelt og selvpromoterende atferd på sosiale medier
- Sammenheng mellom subtyper av narsissisme og selvpromotering på sosiale medier
- Modererende faktorer for eventuelle sammenhenger
- Sammenheng mellom narsissisme og bruk av sosiale medier med selvpromoterende motiver
- Om bruk av sosiale medier fører til økning/utvikling av narsissisme

Typer selvpromoterende atferd som er undersøkt er hyppighet av og type innlegg som publiseres samt antall likerklikk/følgere/venner. De fleste artikler har sett på selfie-taking og -deling, og dette er derfor hovedtypen selvpromotering som har blitt fokusert på.

Tabell 3: Oversikt over inkluderte studier

Referanse	Type studie	Sosiale media	Type promotering	Konklusjon
New evidence show self-esteem moderated the relationship between	Tverrsnittsstudie	Facebook, Twitter og Instagram	Selfie-delning (antall)	Denne studien viser at selvbilde påvirker sammenhengen

<p>narcissism and selfies (2018)</p> <p>March E. og McBean T.</p> <p>Nr 1</p>				<p>mellom narsissisme og selfies.</p>
<p>Narcissism or Openness? College Students Use of Facebook And Twitter (2012)</p> <p>McKinney BC, Kelly L og Duran RL</p> <p>Nr 2</p>	<p>Tverrsnitts- studie</p>	<p>Facebook og Twitter</p>	<p>Hyppig bruk, profilbilde oppdateringer, antall venner/følgere</p>	<p>Bruk av sosiale medier har ikke sammenheng med narsissisme, men kan heller være en refleksjon av unge mennesker sin åpenhet om dagliglivet sitt.</p>
<p>Narcissism and self- esteem, different motivation for selfie posting behavior (2018)</p> <p>Biolcati R og Passini S</p> <p>Nr 3</p>	<p>Tverrsnitts- studie</p>	<p>Generelt</p>	<p>Hyppighet av selfie-delning, selfies, groupies og selfie med partner</p>	<p>Selfie er ikke en umotivert handling som kommer uten spesifikk grunn, men heller en form for selv presentasjon som har både sosiale og psykologiske underliggende motiver.</p>
<p>Not all selfies took alike- Distinct selfie motivation to different personality characteristics (2017)</p> <p>Etgar S og Amichai- Hamburger Y</p> <p>Nr 4</p>	<p>Tverrsnitts- studie</p>	<p>Generelt</p>	<p>Motiver for selfie- taking og hyppighet av selfie-delning</p>	<p>Ingen motiver bak selfie hadde relasjon med narsissisme.</p>
<p>Another Brick in Facebook wall, how personality traits relate to the content of status updates (2014)</p> <p>Winter S, Neubaum G, Eimler SC et al.</p> <p>Nr 5</p>	<p>Observasjon s-studie</p>	<p>Facebook</p>	<p>Innhold av innlegg (benevnelser om egen oppnåelse/suksess eller positive karakteristika)</p>	<p>Høyere nivåer av narsissisme har sammenheng med mer bruk av sosiale medier, også til selv- promotering.</p>

<p>Narcissism and social networking Websites (2008)</p> <p>Buffardi LE og Campbell WK</p> <p>Nr 6</p>	Tverrsnittsstudie	Facebook	Innlegg, bilder, om meg seksjon, antall venner og antall grupper man er medlem i	Narsissisme er signifikant assosiert med mer selv-promotering i form av posting av mer tiltrekkende og provokative bilder på Facebook.
<p>Selfie taking may be nonharmful. Evidence from adaptive and maladaptive among Chinese adults (2019)</p> <p>Wu MS, Song C og Ma Y</p> <p>Nr 7</p>	Observasjonsstudie (dårlig forklart metode)	WeChat	Selfie-taking og selfie-delning	Ingen signifikant sammenheng mellom selfie-taking på WeChat og narsissisme generelt, spesielt adaptiv og maladaptiv narsissisme. Ingen økning i generell narsissisme etter selfie-taking.
<p>Television as a moderator between narcissism and self-promoting behavior on Facebook (2016)</p> <p>Shah AA, Bhatti MM, Ansari AA, et al.</p> <p>Nr 8</p>	Tverrsnittsstudie	Facebook	Selfies, redigering av bilder og seleksjon av bilder	Mye TV-bruk kan inspirere folk til å promotere seg selv mer på sosiale medier.
<p>Narcissism and social media use: a meta-analytic review (2016)</p> <p>Mccain J & Campbell WK.</p> <p>Nr 9</p>	Meta-analyse	Facebook, Twitter, Instagram og flere	Tid brukt på sosiale medier, hyppighet av statusoppdateringer, antall venner/følgere, antall bilder av seg selv, osv.	Fleste studier kan konkluderes med en positiv sammenheng mellom narsissisme og sosiale media bruk.
<p>“Selfie-ists” or “Narcissifiers”? A cross lagged panel-analysis of selfie taking and narcissism (2016)</p>	Kohortstudie	Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat og Whatsapp	Hyppighet av selfie-taking og deling	Hyppig selfie deltakelse kan øke narsissistiske trekk (media effekt), og narsissisme kan

Halpern D, Valenzuela S og Katz JE Nr. 10				øke selfie-deltakelse (selv seleksjon). Det ble altså funnet en selv forsterkningseffekt som går begge veier.
Twitter versus Facebook: Exploring the role of narcissism in the motives and usage of different social media platforms (2014) Davenport SW, Bergman SM, Bergman JZ. et al. Nr. 11	Tverrsnittsstudie	Twitter og Facebook	Hyppighet av statusoppdateringer og tweeting samt motiv for det, antall følgere/venner, og viktighet av å bli beundret av andre	Signifikant sammenheng mellom bruk av Facebook/Twitter og personer med narsissistiske trekk.
The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates (2015) Marshall TC, Lefringhausen K og Ferenczi N. Nr. 12	Tverrsnittsstudie	Facebook	Antall venner, aktiv bruk, hvor ofte man sjekker Facebook, hyppighet av statusoppdateringer, antall liker/klikk/kommentarer og motiver for bruk av Facebook	Signifikant positiv assosiasjon mellom narsissisme og bruk av Facebook til å selv-promotere.
The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites (2015) Fox J og Rooney MC. Nr. 13	Tverrsnittsstudie	Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, Pinterest	Mengde selfie-taking, selfie-delning og bilderedigering	Individer med høy narsissisme deler selfies hyppigere.
Instagram: Motives for its use and relationship to	Tverrsnittsstudie	Instagram	Motiv for bruk av Instagram, hvor ofte det brukes,	Narsissisme er signifikant relatert til mengde tid

<p>narcissism and contextual age (2016)</p> <p>Sheldon P og Bryant K.</p> <p>Nr. 14</p>			<p>tid brukt på redigering og bruk av hashtags.</p>	<p>brukt til å redigere bilder før deling av de på Instagram.</p>
<p>Selfie-engagement on social media: pathological narcissism, positive expectation, and body objectification – Which is more influential? (2020)</p> <p>Boursier V, Gioia F & Griffiths MD.</p> <p>Nr. 15</p>	<p>Tverrsnittsstudie</p>	<p>Whatsapp og Instagram</p>	<p>Hyppighet av selfie-deling</p>	<p>Funn av en signifikant positiv sammenheng mellom undertyper av narsissisme og selfie-deling.</p>
<p>Does Facebook usage lead to conspicuous consumption? The role of envy, narcissism and self-promotion (2016)</p> <p>Taylor D & Strutton D.</p> <p>Nr. 16</p>	<p>Tverrsnittsstudie</p>	<p>Facebook</p>	<p>Aktiv og passiv bruk av Facebook og ønske om selvpromotering</p>	<p>Positiv sammenheng mellom høy bruk av Facebook og høyere nivåer av narsissisme.</p>
<p>Putting the self in selfies: how narcissism, envy and self-promotion motivate sharing of travel photos through social media (2020)</p> <p>Taylor D.</p> <p>Nr. 17</p>	<p>Tverrsnittsstudie</p>	<p>Facebook</p>	<p>Innlegg om seg selv, antall venner og ble spurt om selv-promotering</p>	<p>Ønske om selvpromotering motiverer reisende til å poste selfies på sosiale medier.</p>
<p>Narcissism and social media: the role of communal narcissism (2021)</p> <p>Kristinsdottir KH, Gylfason, HF og Sigurvinsdottir R.</p> <p>Nr. 18</p>	<p>Tverrsnittsstudie</p>	<p>Twitter, Facebook og Reddit</p>	<p>Hyppighet av bruk og deling av meninger, selfies, bilder og innlegg, og viktighet for å få likerklipp/retweet s/poeng for det man deler</p>	<p>Signifikant positiv korrelasjon mellom kommunal narsissisme og selv-promoterende atferd på Twitter og Facebook.</p>

<p>Intellectual, narcissistic or machiavellian? How twitter users differ from Facebook only users, why they use Twitter, and what they tweet about (2020)</p> <p>Marshall TC, Lefringhausen K, Ferenszi N. et al</p> <p>Nr. 19</p>	Tverrsnittsstudie	Hovedsakelig Twitter, men også blitt spurt om medlemskap i Snapchat, Facebook og Instagram	Tid brukt på plattformene, antall følgere, hvor mange de følger, hyppighet av tweeting og retweeting	Narsissistiske individer var sterkere motiverte til å bruke Twitter selv-promotering.
<p>The dark side of social media: Associations between the Dark Triad of personality, self-disclosure online and selfie-related behaviors (2017)</p> <p>Sanecka E.</p> <p>Nr. 20</p>	Tverrsnittsstudie	Facebook, Twitter, Instagram og Pinterest	Hyppighet av selfie-taking, deling og redigering	Funn av høyest relasjon mellom narsissisme og selfierelatert atferd blant machiavellianism, narsissisme og psykopati.
<p>The dark side of Facebook: Semantic representations of status updates predict the Dark Triad of personality (2014)</p> <p>Garcia D og Sikström S.</p> <p>Nr. 21</p>	Tverrsnittsstudie	Facebook	Statusoppdateringer, antall venner og tid brukt på Facebook	Konkluderes med at den mørke triaden (machiavellianism, narsissisme og psykopati) kan manifesteres i statusoppdateringer på Facebook.
<p>«The paradox of Narcissus and Echo in the Instagram pond» in the light of the selfie culture from Freudian Evolutionary Psychology: Self-loving and confident but lonely (2018)</p> <p>Jin SV og Ryu E.</p> <p>Nr. 22</p>	Tverrsnittsstudie	Instagram	Selfies/groupies (antall og hyppighet), antall følgere og antallet man følger på Instagram	Positiv signifikant sammenheng mellom narsissisme og selv-promoterende atferd.
<p>Emotional uses of Facebook and Twitter: Its</p>	Tverrsnittsstudie	Facebook og Twitter	Antall venner, hyppighet av	Visse typer bruk av Facebook og

<p>relation with empathy, narcissism, and self-esteem in adolescence (2017)</p> <p>Errasti J, Amigo I og Villadangos M.</p> <p>Nr. 23</p>			<p>innlegg, uttrykk av emosjoner på Facebook, og samme målinger for Twitter</p>	<p>Twitter er assosiert med narsissisme.</p>
<p>“Let Me Take a Selfie”: Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem (2017)</p> <p>Barry CT, Doucette H, Loflin DC. et al.</p> <p>Nr. 24</p>	<p>Tverrsnittsstudie</p>	<p>Instagram</p>	<p>Antall/hypighet av selfies, bruk av hashtags og bildetekst, samt om det var en collage (samling av flere bilder i ett).</p>	<p>Ikke signifikant sammenheng mellom narsissisme, selfie-delning og selvbylde, men en signifikant sammenheng mellom undertyper av narsissisme og selfies.</p>
<p>“Get Out of My Selfie!” Narcissism, Gender, and Motives for Self-Photography Among Emerging Adults (2021)</p> <p>Koterba EA, Ponti F og Ligman K.</p> <p>Nr. 25</p>	<p>Tverrsnittsstudie</p>	<p>Generelt</p>	<p>Antall selfies og selfies tatt med andre</p>	<p>Det er sammenheng mellom noen undertyper av narsissisme og selfie-taking.</p>
<p>“Let Me Take Another Selfie”: Further Examination of the Relation Between Narcissism, Self-Perception, and Instagram Posts (2019)</p> <p>Barry CT, Reiter SR, Anderson AC. et al.</p> <p>Nr. 26</p>	<p>Kohortstudie</p>	<p>Instagram</p>	<p>Antall selfies og analysering av deres utseende/situasjon</p>	<p>Positiv sammenheng mellom selv-promoterende selfies og non-patologisk narsissisme.</p>

<p>Self presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook (2010)</p> <p>Mehdizadeh, S.</p> <p>Nr. 27</p>	<p>Tverrsnitts- studie</p>	<p>Facebook</p>	<p>Tid brukt på Facebook og selv- promoterende innhold</p>	<p>Individer med høyere nivåer av narsissisme har en relasjon med høyere online aktivitet og selv- promotering.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------	-----------------	------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sammenheng mellom narsissisme generelt og selvpromoterende atferd

McKinney, Kelly og Duran undersøkte sammenheng mellom narsissisme og selvpromoterende atferd på Facebook og Twitter (26). Det ble ikke funnet en klar sammenheng mellom narsissisme og hyppighet av Facebook-bruk for å legge ut innlegg eller bilder av seg selv, men det ble funnet en positiv relasjon mellom narsissisme og antall venner (selvrapportert) på Facebook. I samme studie fant man en signifikant relasjon mellom narsissisme og bruk av Twitter for å tweete om seg selv, men ingen relasjon med antall følgere på Twitter. En lignende positiv sammenheng mellom antall venner på Facebook og narsissisme ble også funnet i en svensk studie fra 2013 (27). Positive relasjoner ble også funnet i en tysk studie der narsissisme ble funnet til å være en viktig prediktor for hyppighet av statusoppdateringer (28). Det har også blitt funnet en signifikant positiv korrelasjon mellom NPI-skår og oppfatning av hvor viktig det er å få likerklipp på sosiale media (29). På samme måte har man funnet en signifikant sammenheng mellom narsissisme og oppfatning av hvor viktig det er å ha en beundringsverdig profil som tiltrekker venner eller følgere på Facebook og Twitter (30).

I følge en tverrsnittsstudie som ble gjort av Etgar og Amichai-Hamburger var det ingen positiv sammenheng mellom selfie-taking og narsissisme (31). Lignende resultater finner man i en amerikansk studie hvor man ikke fant noen korrelasjon mellom observert antall Instagram-følgere og narsissisme og heller ikke mellom selfie-delning og narsissisme (32). Wu, Song og Ma viste også i en studie fra 2019 at det er ingen signifikant sammenheng mellom WeChat (kinesisk plattform) og narsissisme generelt (33). Et flertall av studiene fant imidlertid en positiv relasjon

mellom narsissisme og selvpromoterende atferd, både i form av bilder og tekst/informasjon (34, 35, 36, 37, 38). Mer Facebook-bruk ble funnet å være assosiert med høyere nivåer av narsissisme (39, 40). En britisk studie fra 2010, som også hadde hovedsakelig fokus på Facebook, fant en signifikant positiv korrelasjon mellom individer med høyere NPI-skår og selvpromotering innenfor følgende områder: profilbilde, visning av bilder og statusoppdateringer, men man fant ingen signifikant korrelasjon mellom narsissisme og selvpromotering gjennom «om meg»-funksjonen på Facebook, der man kan skrive en kort presentasjon om seg selv på sin Facebook-side (41).

En studie av Sanecka fra 2017 så på den mørke triaden (machiavellisme, narsissisme og psykopati (42, 43)) hos en yngre populasjon (16-25 år) (44). Som resultat fant man at alle disse tre personlighetstrekkene var assosiert med antall selfies som deles og redigeres på sosiale medier, men kun de med narsissistiske trekk hadde høyere sannsynlighet for å ta bilder av seg selv. En tidligere nevnt studie fra Sverige så også på den mørke triaden, og kom frem til at personer med de tre personlighetstrekkene hadde økt bruk av negativt ladde ord i statusoppdateringene på Facebook (27).

Sammenheng mellom subtyper narsissisme og selvpromoterende adferd

Noen av studiene har undersøkt om det bare er enkelte subtyper av narsissisme som er positivt korrelert med selvpromotering på sosiale medier, samt hvilken type selvpromotering som forekommer for de ulike subtypene. To studier fant en signifikant positiv sammenheng mellom grandios/ekshibisjonistisk narsissisme og selvpromotering på sosiale medier i form av publisering av selfies (45, 38). Jin og Ryu fant i en studie en signifikant sammenheng mellom generell narsissisme (men spesielt grandios narsissisme), behov for å være populær og for selvpromoterende atferd (46). I denne studien ble det også vist en signifikant positiv sammenheng mellom narsissisme og behov for å konkurrere om popularitet og oppmerksomhet fra samme kjønn. I en metaanalyse ble det funnet en svak til moderat positiv sammenheng mellom grandios narsissisme og bruk av selvpromotering i form av

publisering av bilder og hyppig statusoppdateringer. Denne sammenhengen var likevel avhengig av modererende faktorer; kun grandios og ekshibisjonistiske aspekter av narsissisme var prediktorer for selfie-taking både blant menn og kvinner. En slik sammenheng ble ikke funnet ved de andre typene av narsissisme. Grandios/ekshibisjonistisk narsissisme er altså den formen for narsissisme som har mest sammenheng med selfie-taking, og den regnes som en maladaptiv form for narsissisme (47). Det ble i ytterligere en studie funnet en signifikant positiv sammenheng mellom ekshibisjonistisk narsissisme og hyppighet av bruk av Twitter, samt publisering av bilder og å ha flere Facebook venner (48). En italiensk studie fra 2020 kom frem til at både grandios og sårbar narsissisme hadde en sterk signifikant positiv sammenheng med selfie-delning for å vise kroppen sin (49).

En amerikansk studie viste en signifikant positiv sammenheng mellom sårbar narsissisme og publisering av selfies som hadde fysisk utseende som fokus (50). I metaanalysen nevnt ovenfor var det generelt ingen sammenheng mellom sårbar narsissisme og bruk av sosiale medier til selvpromotering, men det var få studier som undersøkte dette (47). March og McBean viste i en tidligere nevnt studie fra 2018 at sårbar narsissisme var assosiert med tendens til å dele bilder av seg selv der man er sammen med andre eller vise at man har tilhørighet til andre (45). Subtypen leadership/autoritær narsissisme hadde i denne studien signifikant negativ sammenheng med selvpromotering på sosiale medier, men det ble funnet en signifikant positiv sammenheng i en annen studie fra 2016 (38). Videre ble det i en kinesisk studie fra 2019 ikke vist en signifikant sammenheng mellom selvpromoterende adferd på sosiale medier og narsissisme generelt, og adaptiv og maladaptiv narsissisme spesielt (33). I en studie fra Island ble sammenhengen mellom communal narsissisme og selvpromotering på sosiale medier undersøkt. Den viste at det var en signifikant positiv korrelasjon mellom communal narsissisme og bruk av Instagram og Twitter i form av hyppighet av deling av innlegg og bilder av seg selv, men det var ingen sammenheng med deling på Reddit (51). Til slutt, viste en av studiene negativ sammenheng mellom publisering av collage/montasje og non-patologisk narsissisme, men denne formen for narsissisme var positiv assosiert med bilder der egne prestasjoner og fysisk utseende var i fokus (32).

Modererende faktorer for sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier

Det er få studier som har undersøkt modererende faktorer som kan påvirke sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier. I en tidligere nevnt metaanalyse fra 2018 ble det funnet at personer med høy grad av narsissisme publiserer bilder av seg selv på sosiale medier hyppigere, men denne sammenhengen var moderert av hvilken plattform dette gjøres på (52).

Sammenhengen var påvist sterkere på enkelte plattformer (ikke spesifisert hvilke), men dette funnet var ikke signifikant for Instagram. I samme studie ble det funnet at sammenhengen mellom narsissisme og hyppighet av statusoppdateringer var moderert av kulturelle faktorer hos de inkluderte; sammenhengen var sterkere i grupper fra Russland sammenlignet med grupper fra Asia, Europa og Amerika. En studie fant at økt tid brukt på TV medførte en signifikant økning i sammenhengen mellom narsissisme og selvpromoterende adferd på Facebook (35).

Selvbilde

Det var totalt tre studier som undersøkte sammenhengen mellom narsissisme, selvpromotering og selvbilde. Studien av March og McBean som også så på undertyper av narsissisme, viste en sammenheng mellom grandios/ekshibisjonistisk narsissisme og selvpromoterende atferd på sosiale medier som kun var signifikant positiv hos de med lave eller gjennomsnittlige nivåer av selvbilde (45). Det var derimot to andre studier som viste ingen signifikante relasjoner mellom narsissisme, selvbilde og hyppighet av selfie-delning (29, 50).

Kjønn

Totalt to artikler inkluderte kjønn som modererende faktorer. Grandios og ekshibisjonistiske aspekter av narsissisme ble funnet å være den sterkeste prediktoren for selfies tatt alene hos begge kjønn (47). Det var ingen kjønnsforskjeller når man så på narsissistiske motiver for selfie-delning. En annen studie fant på den andre siden ingen signifikant sammenheng mellom narsissisme, kjønn og selvpromoterende innlegg (41).

Sammenheng mellom narsissisme og bruk av sosiale medier med selv-promoterende motiver

I flere studier var det undersøkt hvilke motiver personer med narsissistiske trekk har når de skal dele noe på sosiale medier. Biolcati og Passini undersøkte hvilken sammenheng som foreligger mellom motivene minnelagring, kommunikasjon, underholdning, oppmerksomhetsøking, narsissisme og selfie-delning (29). Det ble funnet en signifikant positiv sammenheng mellom narsissisme, oppmerksomhetssøking og underholdning som motiv for selfie-delning, men ingen sammenheng med motivene minnelagring og kommunikasjon. En annen studie fra Israel undersøkte hvilken sammenheng motivene selvbekreftelse, tilhørighet og dokumentering hadde med narsissisme og deling av selfies (31). Her ble det ikke funnet noen signifikante sammenhenger med noen av disse motivene.

I en studie ble det funnet en signifikant positiv sammenheng mellom motivene «ønske om å bli beundret» og «ønske om å få mange følgere/venner» og bruk av Facebook/Twitter blant personer med narsissistiske trekk (30). Det var derimot ingen sammenheng med motivet «ønske om å oppdatere andre». Det ble i en studie påvist en signifikant positiv assosiasjon mellom narsissisme og bruk av Facebook til å dele det man selv har oppnådd, for bekreftelse og selvpromotering (53). I en annen studie fant man en positiv sammenheng mellom narsissisme og bruk av Instagram til å se kul ut (38). I en amerikansk studie fra 2020 var det vist at individer med narsissistiske trekk oftere beskrev at motivene for å skrive innlegg på Twitter om personlige prestasjoner var å promotere sin karriere, samt oppmerksomhetsøking og sosialisering (54). Når de skrev innlegg om sosiale aktiviteter, var motivet oppmerksomhetssøking. Personer med høy grad av narsissisme deler oftere mer personlige innlegg om seg selv på Facebook med intensjon om å få flere til å interagere med dem (44). Narsissisme har også positiv sammenheng med behov for tilhørighet og behov for popularitet, samt intensjon om å dele selfies eller groupies for selvpromotering (46). Deltakerne i en av studiene oppga oftere narsissistiske grunner for å publisere selfies (47).

Fører bruk av sosiale medier til økning/utvikling av narsissisme?

To studier undersøkte effekten av selfies eller selvpromotering på narsissisme. Den første av studiene viste ingen forskjell i nivå av generell narsissisme før og etter selfie-taking (33). Selfie-taking viste likevel en signifikant effekt på adaptiv narsissisme.

Den andre studien undersøkte nettopp to ulike hypoteser: 1) Selv-seleksjon og 2) Media-effekt (36). De undersøkte om det er narsissisme som fører til selfie-taking (selv-seleksjon), eller om det er selfie-taking som fører til økte nivåer av narsissisme (media-effekt). Resultatene viste at narsissistiske trekk har en innflytelse på selfie-taking og at dette igjen øker nivåer av narsissisme rapportert av andre over tid. Begge hypoteser stemte altså, og i konklusjonen beskrives at det eksisterer selvforsterkende effekt mellom selfies og narsissisme.

Diskusjon

Oppsummert er det funnet en positiv sammenheng mellom narsissisme og hyppig selfie-taking/publisering og redigering av det som legges ut. Det er to trekk ved narsissisme som kan forklare dette. For det første kjennetegnes narsissistiske individer av å ha sterkt ønske om å bli beundret og være i sentrum. Ved å publisere flere bilder av seg selv kan dette behovet dermed oppfylles. For det andre liker personer med narsissisme å ofte se seg selv i speilet og anser seg selv som mer attraktiv enn andre (55). Publisering av selfies gir dermed muligheten til at både de selv og andre får se hvor «fine» og «attraktive» de er. Bildene er i tillegg redigerte og fotografert i bestemte vinkler med hensikt om å bli mer attraktive, noe som motiverer narsissistiske personer til å publisere flere selfies, fordi dette kan føre til at de blir mer beundret for sin skjønnhet. Den positive sammenhengen mellom antall venner eller følgere på sosiale medier og narsissisme kan skyldes at narsissistiske personer har som mål å oppnå sosial status samt få så mye bekræftelse som mulig. I tillegg kjennetegnes de av å ha flere overfladiske forhold. Ved å ha flest mulig følgere eller venner på sosiale medier oppnår de overnevnte mål. Et annet viktig aspekt hos

individer med narsissistiske trekk er at de har behov for å opprettholde et oppblåst selvbilde av seg selv, og sosiale medier er derfor en rask og lettvinnt måte å gjøre dette på.

Sammenheng mellom narsissisme generelt og selvpromoterende atferd på sosiale medier

Basert på de 16 relevante artiklene som undersøkte narsissisme generelt kan man konkludere med at de fleste resultatene viser en positiv sammenheng mellom selvpromotering og narsissistiske trekk. Den selvpromoterende atferden som er undersøkt er deling av innlegg eller bilder av seg selv (28, 34, 35, 36, 37, 38, 41, 44). Narsissistiske individer har som nevnt en overdreven oppfatning av seg selv, behov for beundring, oppmerksomhet og mål om å oppnå sosial status. Dermed blir sosiale medier en perfekt arena for narsissisme, fordi det gir mulighet for strategisk selv-presentasjon som kan nå til mange personer på kort tid. Gjennom likerklipp, positive kommentarer og økt antall venner og følgere, får narsissistiske individer dermed den beundringen og populariteten de prøver å oppnå. Dette får vi delvis bekreftet gjennom studier som fant en signifikant relasjon mellom narsissisme og det å bli likt eller beundret på sosiale medier gjennom blant annet likerklipp (26, 29, 30). På den andre siden har vi to studier som viser ingen relasjon mellom narsissisme og antall følgere på Twitter og Instagram (26, 29). Den ene av disse var basert på observasjon, og den viste heller ikke noe sammenheng mellom selfie-deling og narsissisme generelt (32). Det er ikke lett å svare på hvorfor observasjonsstudiene ga andre resultater enn de aller fleste andre studiene som baserte seg på selv-rapportert data.

Sammenheng mellom subtyper av narsissisme og selvpromotering på sosiale medier

Alle studier som undersøkte undertypen grandios- og ekshibisjonistisk narsissisme viste en signifikant positiv sammenheng med selvpromotering på sosiale medier. Personer med grandios/ekshibisjonistisk narsissisme kjennetegnes av høy grad av forfengelighet og ønske om å vise seg frem (46). Sosiale medier er en perfekt arena for å vise seg frem, både utseendemessig (mer sexy og tiltrekkende bilder, flere

bilder av kropp (49)), men også gjennom å dele innlegg om egne prestasjoner, opplevelser eller tanker. Dette kan forklare hvorfor personer med grandios/ekshibisjonistisk narsissisme blir tiltrukket av disse plattformene. De fleste studiene har likevel kun undersøkt selvpromoterende adferd på sosiale medier som Instagram, Facebook og Twitter, men ikke eksempelvis mer profesjonelle sosiale medier slik som LinkedIn, der det ikke er sikkert at personer med grandios eller ekshibisjonistiske trekk velger å legge ut samme typer bilder eller innlegg (46).

Det er også funnet sammenheng mellom selvpromotering og sårbar narsissisme, men ikke i alle studier. Personer med sårbar narsissisme karakteriseres av lavt selvbilde, skam og hypersensitivitet (49). Personer med narsissisme generelt regulerer sine følelser gjennom bekreftelse fra andre. Funnet om at de deler mer bilder der fysisk utseende er i fokus og at de bruker generelt mer tid på redigering av bilder, kan forklares av at sosiale medier gir dem muligheten til å ta eller lage et kontrollert bilde av seg selv, og på den måten få beundring som kan hjelpe mot det lave selvbildet. På den måten kan de regulere sine følelser gjennom ekstern bekreftelse.

Sammenheng mellom leadership/authority narsissisme har ikke vært konsistent, men det er ikke mange studier som har undersøkt for denne undertypen. I den studien som fant negativ sammenheng var fokuset kun på selfies (45), og ikke for eksempel på hvilken type innlegg som legges ut. Personer med denne type narsissisme kan være mer opptatt av å fremheve sine prestasjoner eller dele personlige meninger enn å vise seg frem gjennom selfies. Personer med leadership narsissisme har tendens til å forsøke å fremstå som sjarmerende og tilskrive seg selv leder-kvaliteter de egentlig ikke har (20). Basert på dette bør det undersøkes om personer med leadership narsissisme promoterer seg selv på sosiale medier på andre måter enn bare gjennom selfies. Eksempelvis kan man undersøke om de publiserer innlegg med formål om å fremheve kvaliteter gode ledere skal ha, slik som god refleksjonsevne, målbevissthet, engasjement, selvbevissthet, empati og fleksibilitet.

Modererende faktorer for eventuelle sammenhenger

Det er ikke klare og entydige funn for mulige modererende faktorer for sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier. Mange modererende faktorer er relevante, slik som kjønn, kulturell bakgrunn, personlighet og selvbilde.

Selvbilde som modererende faktor

Som nevnt var det en studie som viste en sammenheng mellom grandios/ekshibisjonistisk narsissisme og selfie-delning når selvbilde er lavt eller gjennomsnittlig (45). Dette kan skyldes at narsissistiske individer av denne subtypen deltar i mer selvpromoterende atferd som forsøk på å kompensere for det lave selvbildet de har (21). Selvpromotering på sosiale medier kan ha en appell for personer som plages med lavt selvbilde, fordi det gir mulighet til å uttrykke seg slik man selv ønsker i tillegg til å kontrollere sitt utseende (41). Samtidig må vi være forsiktig med å trekke klare konklusjoner når det gjelder sammenhengen mellom selvbilde, selvpromotering og narsissisme da det er få studier som har undersøkt dette.

Kjønn som modererende faktor

Kjønn som modererende faktor er undersøkt i to av studiene, men uten klare funn. Både kvinner og menn hadde like narsissistiske motiver for selfie-delning ifølge en av studiene, men dette er funn basert på en populasjon som har overvekt av kvinner (47). En annen viste ingen signifikant sammenheng (41). I fremtidige studier kan man forsøke å ha en mer jevn fordeling av antall kvinnelige og mannlige deltakere.

Sosial status og sosial sammenligning som modererende faktorer

To modererende faktorer som er av spesiell interesse er sosial status og sosial sammenligning. Sosial sammenligning finnes av to typer: oppover og nedover sammenligning (56). Sosial sammenligning oppover blant de med lav sosial status vil for eksempel være å sammenligne seg selv med individer med høyere sosial status på sosiale medier. Denne gruppen føler seg mindre kompetent enn de andre som har prestert mer. På motsatt side har vi de med høy sosial status som deltar i sosial sammenligning nedover ved å for eksempel se på innlegg fra individer med lavere

sosial status og føle at de har det bedre. Både nedover og oppover sosial sammenligning og dermed både lav og høy sosial status kan føre til mer bruk av sosiale medier og selvpromotering. Dette er fordi mennesker av lav sosial status vil kunne ende opp med misunnelse gjennom sosial sammenligning oppover, og mennesker av høy sosial status vil kunne ende opp med glede/overlegenhet samt økt selvfølelse. Begge disse emosjonelle responsene kan igjen føre til økt bruk av sosiale medier. Individuer med misunnelse vil gjennom bruk av sosiale medier og selvpromotering vise at de også har det bra, mens den andre gruppen prøver å oppnå mer overlegenhet ved å vise at de har det bedre. Overlegenhet er et av trekkene som kjennetegner narsissistiske individer. Dermed er sosial status og spesielt sosial sammenligning nedover viktige faktorer som kan ha en betydning for mengde selvpromoterende atferd blant narsissistiske individer.

Alder som modererende faktor

Andre faktorer som alder kan også påvirke sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier. Selfie-taking/deling kan eksempelvis være utbredt blant ungdom og tenåringer fordi det er en trend. Dette betyr derfor ikke nødvendigvis at denne gruppen har flere narsissistiske trekk. Men det er få studier som har undersøkt sammenheng mellom narsissistiske trekk og selvpromoterende atferd med alder som modererende faktor. Derfor er det vanskelig å si om selfie-taking/deling eller annet selvpromoterende atferd er et generasjonsfenomen som avhenger av alder eller om dette forekommer uavhengig av hvilken aldersgruppe man tilhører. Dessuten er alderen på deltakerne i de fleste inkluderte studiene mellom 16 og 25 år, og det hadde derfor vært interessant å undersøke om sammenhengen som er funnet mellom narsissisme og selvpromotering blir annerledes dersom eldre aldersgrupper inkluderes.

Kultur og religion som modererende faktorer

Kultur og religion er også faktorer som fremtidige studier burde ta hensyn til. Studiene som er inkludert har oftest hatt en oversikt over fordeling av nasjonalitet i populasjonen, men igjen tatt lite hensyn til betydning av kultur for type selvpromoterende atferd på sosiale medier. Populasjonene i de fleste studiene

kommer fra land med individualistisk kultur der selfies kan være mer utbredt enn det er i kollektivistisk kultur. Vi har en hypotese om at man i kollektivistiske kulturer velger andre selvpromoterende atferd som for eksempel publisering av innlegg eller bilder der fokuset er felleskap og familie. På samme måte har vi en hypotese om at religiøse individer med narsissistiske trekk foretrekker andre selvpromoterende atferd som ikke inkluderer publisering av selfies, men heller publisering av innlegg om religion, religiøse tekster eller bilder/videoer der man utfører religiøse handlinger (deltakelse i fellesbønn, pilegrimsreise, resitering av religiøse tekster, osv.).

Personlighetstrekk som modererende faktor

Personlighetstrekk kan påvirke sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier, men få studier har brukt personlighetstrekk som en modererende faktor. Det er imidlertid gjort mange studier som undersøker sammenhengen mellom personlighetstrekk og bruk av sosiale medier generelt. Etgar og Amichai-Hamburger fant for eksempel at personlighetstrekkene planmessighet og omtilgjengelighet hadde negativ assosiasjon med selv-bekreftelse som motiv for publisering av selfies (31). Dette kan forklares av at de to personlighetstrekkene ikke har behov for ekstern bekreftelse, og er fornøyd med seg selv.

En annen studie fant at personlighetstrekket ekstroversjon var positivt relatert til hyppighet av publisering av facebook innlegg og antall venner på Facebook, men denne studien så kun på de to personlighetstrekkene ekstroversjon og neurotisisme (27). I samme studie var det en positiv sammenheng mellom ekstroversjon og narsissisme, noe som kan skyldes at noen narsissistiske individer har mer grad av ekstroversjon slik som nevnt i teoridelen.

I en studie fra 2020 ble det funnet en positiv sammenheng mellom hyppighet av twitter-innlegg om egen karriere og personlighetstrekket åpenhet (54). Individer med personlighetstrekket åpenhet kjennetegnes av at de er kreative og satser på artistiske og vitenskapelige karrierer. Av den grunn velger de muligens å publisere innlegg med intellektuelle tema. I samme studie ble det funnet at ekstroversjon var forbundet med høyere grad av bruk av sosiale medier, men sosiale medier ble ikke brukt til å sosialisere seg. Dette kan forklares av at personer med ekstroversjon

klarer å sosialisere seg nok i virkeligheten og ikke har behov for dette på sosiale medier. Andre personlighetstrekk var lite undersøkt i denne studien. I fremtidige studier kan det være fordelaktig å inkludere personlighetstrekk som modererende faktorer siden det er vist at det også kan påvirke bruken av sosiale medier.

Personlighetsforstyrrelse som modererende faktor

Ingen av studiene som er inkludert i oppgaven har tatt hensyn til personlighetsforstyrrelser i undersøkelsen av sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier. Emosjonelt ustabil personlighetsforstyrrelse og histrionisk personlighetsforstyrrelse har behov for oppmerksomhetssøking, hvorav sistnevnte gruppe bruker fysisk utseende til å gjøre dette (57, 58). Personer med histrionisk personlighetsforstyrrelse kjennetegnes i tillegg av å ha seksuelt forførende atferd for å tiltrekke seg oppmerksomhet. Publisering av innlegg eller bilder av seg selv kan derfor være en ting de to gruppene bruker for å oppfylle sine ønsker og behov.

Type plattform som modererende faktor

De sosiale mediene som er inkludert har hovedsakelig sett på Facebook, Twitter og Instagram. Det er imidlertid viktig å understreke at sosiale medier brukes ulikt. Vi har en hypotese om at enkelte sosiale medier er lettere å bruke til selvpromotering, og at ulike sosiale medier kan brukes til å promotere seg selv på ulik vis. Eksempelvis har vi observert at Facebook i Norge blant 16-25 åringer har blitt mindre brukt til publisering av innlegg om reisemål, hva man gjør og hva man tenker på, og at dette i større grad er erstattet av Instagram. Facebook blir i denne aldersgruppen mer brukt til å oppdatere informasjon om arbeidsplass og studie. I tillegg har få studier undersøkt for bruk av Snapchat. På Snapchat kan man sende bilder av seg selv, opplevelser eller oppnåelser til mange samtidig, og få massiv personlig bekreftelse fra enkeltindivider i retur. Det kan derfor være lettere å få bekreftelse på Snapchat fordi det ikke skjer offentlig slik som på Instagram og Facebook, hvor alle sammen kan se hva man kommenterer på og gir likerklipp på. Det er derfor hensiktsmessig å undersøke for flere hyppig brukte plattformer slik som Snapchat og Tiktok da dette kan påvirke sammenhengen mellom narsissisme og selvpromoterende atferd.

Sammenheng mellom narsissisme og bruk av sosiale medier med selvpromoterende motiver

De motivene individer med narsissistiske trekk har rapportert som årsak til selfie-delning eller selvpromoterende innlegg har vært oppmerksomhetssøking, underholdning, ønske om å bli beundret og ønske om å få mange venner og følgere, behov for popularitet, samt ønske om å oppdatere andre, og å se kul ut. Personer med narsissistiske trekk har tendens til å ønske komplimenter, samt vise andre hva de oppnår. Dette ser ut til å stemme, sosiale medier gir individer med narsissistiske trekk muligheten til å oppfylle disse ønskene. Popularitet gir økt sosial status, noe narsissistiske individer streber med å oppnå.

Et viktig motiv som ikke nevnes i noen studier er den mulige alternative forklaringen på selvpromotering på sosiale medier for å få inntekt. Sosiale medier har åpnet dørene for flere inntekts- og jobbmuligheter og det er mange som lever av å jobbe på sosiale medier. Hos en del slike individer er dette en fulltidsjobb og deres inntekt er avhengig av popularitet i form av for eksempel antall seere, likerklipp, følgere og kommentarer. Dette burde tas i betraktning når man undersøker selvpromoterende atferd og narsissisme.

Faktorer som også kan spille en rolle her er for eksempel frykt for å gå glipp av noe eller frykt for ekskludering, men ingen av de inkluderte studiene undersøkte dette i sammenheng med narsissisme og selvpromotering. Derfor bør fremtidige studier rette oppmerksomhet mot frykt for å gå glipp av noe som motiv for publisering av innlegg og bilder eller videoer.

Om bruk av sosiale medier fører til økning/utvikling av narsissisme

Kun to artikler undersøkte direkte om det er en sammenheng mellom bruk av sosiale medier og økning av narsissistiske trekk, men funnene er ikke entydige. Den ene studien undersøkte undertyper av narsissisme og selvpromoterende atferd (33). Her ble det sett på WeChat (kinesisk plattform). Denne studien var basert på en populasjon med kun rundt 100 personer og det diskuteres ikke begrensninger ved

studien. På grunn av antatt lav kvalitet på denne studien skal man være forsiktig med å vektlegge funnet om manglende sammenheng mellom generell narsissisme og økning av narsissistiske trekk. I denne studien ble det også funnet at selfie-taking gir økning i adaptiv narsissisme, fordi det ble funnet at etter redigering av selfies rapporterte deltakere høyere selvbilde.

Resultatene fra den andre studien støtter hypotesene om at selfie-taking fører til økning av narsissisme og at narsissisme fører også til økt selfie-taking (36). Basert på dette og tidligere studier kan man argumentere for at dette kan forklares ut fra det faktum at deling og redigering av bilder oppmuntrer folk til å delta mer i selvpromoterende atferd. Dermed kan det hos individer som fra før av har noe nivå av narsissisme og som deltar hyppig i handlinger rundt selfies, øke narsissistiske trekk ytterligere. Denne studien kan vurderes som av bedre kvalitet enn den andre. Den har en større populasjon og diskuterer også egne begrensninger og mulige fremtidige forbedringer.

Styrker og svakheter

Det er mange begrensninger med studiene som er inkludert i denne oppgaven. En av dem er at de fleste ikke tar hensyn til modererende faktorer som kan påvirke sammenhengen mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier. Dette gjelder faktorer slik som personlighetstrekk, selvbilde, kjønn, kultur, utdanning, alder og andre sosiale faktorer.

Måling av selvpromotering på sosiale medier i studier har hovedsakelig blitt kartlagt gjennom hyppighet av selfie-taking/deling og publisering av innlegg. Dette kan i seg selv være en feilkilde fordi det kan være mange andre grunner til hvorfor man velger å publisere et bilde av seg selv. Dette kan være positivt med tanke på at publisering av selfies ansees som negativt, og deltagere kan dermed unngå å svare ærlig på spørsmålet. På den andre siden er de fleste undersøkelsene anonyme, og dermed kan man tenke seg en reduksjon av dette fenomenet. Det er imidlertid noen studier inkluderer direkte spørsmål om motivet for disse handlingene er selv-promotering.

Mesteparten av studiene benyttet selvrapporterings skjema og dette kan også være en svakhet. Problemet med dette er at deltakerne ofte kan ha problemer med å huske korrekt (recall bias) (59), og man er også avhengig av hvor villig deltakerne er til å svare ærlig og nøyaktig på spørsmålene som stilles.

Videre er de fleste studiene tverrsnittstudier og man kan dermed ikke trekke kausale sammenhenger. I tillegg var det mange studier som hadde ubalansert kjønnsfordeling, med en overvekt av kvinner, noe som også kan ha påvirket resultatene. Det er også viktig å understreke at studiene fremover bør skille mellom selfies og andre måter å promotere seg selv på. Eksempler på andre selvpromoteringsmetoder er publisering av bilder av eget hus, eiendeler, barn og kjæreste, dette burde derfor også inkluderes i fremtidige studier. Det er i tillegg ikke gjort longitudinelle studier for å undersøke om bruk av sosiale medier kan øke narsissistiske trekk, noe som trengs for å trekke en slik konklusjon.

En svakhet er at dette er et nytt fagområde for oss, og det er derfor en risiko for misforståelser og for at egen tolkning av resultatene blir mangelfull. Narsissisme er et vanskelig begrep. Det er ikke noen entydig definisjon av begrepet, Det er derfor mange tolkninger, bruk av subtyper og teoretiske tilnærminger som gjør det vanskelig å oppsummere på en systematisk måte og også gjør det vanskelig å trekke konklusjoner om denne sammenhengen gjelder alle med narsissistiske trekk, eller bare enkelte som har visse typer narsissistiske trekk. Begrepet brukes også ulikt i forskjellige land, vist ved at narsissistiske personlighetsforstyrrelse varierer i ulike diagnose-systemer. I tillegg har vi ikke tatt hensyn til hvorvidt de statistiske metodene er egnet til å trekke konklusjoner for den sammenhengen vi har ønsket å undersøke.

Mange studier brukte kortversjoner av NPI-40, slik som NPI-16 og NPI-14, dette kan også ha påvirket resultatene siden deltagerne muligens har andre narsissistiske trekk som ikke fanges opp.

Dette er en systematisk litteraturstudie. Sterke sider med oppgaven er at artikler om temaet er samlet og oppsummert. I tillegg har vi gjort et grundig litteratursøk og

forsøkt å inkludere alle relevante artikler gjennom søkeordene våre i flere ulike databaser. Vi har også kommet med mange forslag til forbedringer for fremtidige studier.

Konklusjon

De inkluderte studiene viser at det er en sammenheng mellom narsissisme og selvpromotering på sosiale medier i form av hyppig publisering av selfies samt innlegg som omhandler en selv og egne prestasjoner. Det er ikke klare konklusjoner når det gjelder viktige modererende faktorer som andre personlighetstrekk, underliggende personlighetsforstyrrelser, selvbilde og kulturelle forhold. Definisjon av begrepet narsissisme og undertyper av narsissisme er ikke entydig, noe som også gjør det vanskelig å trekke konklusjoner om denne sammenhengen gjelder alle personer med narsissistiske trekk, eller bare enkelte som har visse typer narsissistiske trekk. Det er foreløpig ikke gjort longitudinelle studier på om bruk av sosiale medier kan føre til økning i narsissistiske trekk og vice-versa, her trengs mer forskning.

Referanseliste

1. Røgberg O. Fire av fem nordmenn bruker sosiale medier [Internett]. Statistisk sentralt byrå; 2018 Aug 30 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/fire-av-fem-nordmenn-bruker-sosiale-medier>
2. Rhodewalt F. Narcissism [Internett]. Britannica; 2014 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra <https://www.britannica.com/science/narcissism>
3. Lone Z. (Medisinsk gjennomgått av Scientific Advisory Board). Freud and the Nature of Narcissism [Internett]. PsychCentral; 2019 Sep 20 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://psychcentral.com/pro/freud-and-the-nature-of-narcissism#2>
4. Strachey J. Editor's Note to «On Narcissism: An Introduction». Hentet mai 2022. Tilgjengelig fra: <https://cpb-us-e1.wpmucdn.com/blogs.uoregon.edu/dist/d/16656/files/2018/11/Freud-On-Narcissism-1fhlw4o.pdf>
5. Helsedirektoratet. Utredning, behandling og oppfølging av personer med psykoselidelser. 5.4 Personlighetsforstyrrelser. [Hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://www.helsebiblioteket.no/retningslinjer/psykoselidelser/samtidigelidelser/personlighetsforstyrrelser>
6. World Health Organization. About WHO; [Hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://www.who.int/about>
7. Direktoratet for e-helse. Kodeverket ICD-10 (og ICD-11) [sist oppdatert 2022 mars 22, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://www.ehelse.no/kodeverk/kodeverket-icd-10-og-icd-11>
8. Korsgaard HO. Alvorlige personlighetsforstyrrelser [Internett]. Den norske legeforening; 2019 Mar 21 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://www.legeforeningen.no/foreningsledd/fagmed/norsk-barne--og->

[ungdomspsykiatrisk-forening/veiledere/veileder-i-bup/del-2-tilstandsbilder-kapitlene-er-oppsatt-etter-inndeling-i-icd-10/alvorlige-personlighetsforstyrrelser/](#)

9. Gulliksen K. Mens vi venter på ICD-11 [Internett]. Psykologtidsskriftet; 2018 Apr 5 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://psykologtidsskriftet.no/forskningsintervju/2018/04/mens-vi-venter-pa-icd-11>
10. Karterud S. Narsissistisk Personlighetsforstyrrelse [Internett]. Store medisinske leksikon; 2009 Feb 13 [sist oppdatert 2022 februar 17, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra https://sml.snl.no/narsissistisk_personlighetsforstyrrelse
11. American Psychiatric Association. DSM-IV and DSM-5 Criteria for the Personality Disorders. 2012 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: https://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/practicas_profesionales/820_clinica_tr_personalidad_psicosis/material/dsm.pdf
12. Rosario PM & White RM. The Narcissistic Personality Inventory: Test-retest stability and internal consistency. Personality and Individual Differences. 2005 Oct;39(6),1075-1081. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.08.001>
13. Pincus AL, Ansell EB, Pimentel CA, Cain NM, Wright AGC & Levy KN. Initial construction and validation of the Pathological Narcissism Inventory. Psychological Assessment. 2009 Sep;21(3),365-379. <https://doi.org/10.1037/a0016530>
14. Ottesen Kennair LE. Femfaktormodellen [Internett]. Store norske leksikon; 2009 Feb 13 [sist oppdatert 2020 november 15, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra <https://snl.no/femfaktormodellen>
15. Martinsen ØL, Nordvik H & Østbø LE. Norske versjoner av NEO PI og NEO FFI [Internett]. Psykologtidsskriftet; 2005 mai 1 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig

fra: <https://psykologtidsskriftet.no/oppsummert/2005/05/norske-versjoner-av-neo-pi-r-og-neo-ffi>

16. Weiss, B & Miller JD. Distinguishing Between Grandiose Narcissism, Vulnerable Narcissism, and Narcissistic Personality Disorder. Handbook of Trait Narcissism. 2018 Sep 28;3-13. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92171-6_1
17. WebMD Editorial Contributors (medically reviewed by Brennan, D.). Narcissism: Symptoms and Signs [Internett]. WebMD; (u.år) [Hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra <https://www.webmd.com/mental-health/narcissism-symptoms-signs>
18. Telloian C (medisinsk gjennomgått av Ditzell J). 5 Types of Narcissism and How to Spot Each [Internett]. PsychCentral; [sist oppdatert 2021 september 15, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra <https://psychcentral.com/health/types-of-narcissism#overt>
19. Braun S. Leader Narcissism and Outcomes in Organizations: A Review at Multiple Levels of Analysis and Implications for Future Research. Frontiers In Psychology. 2018 Mai 19;8(773) <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00773>
20. Merriam-Webster Dictionary. Self-promotion [Internett]. (u.å) [Hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/self-promotion>
21. Moon JH, Lee E, Lee JA, Choi TR & Sung Y. The role of narcissism in self-promotion on Instagram. Personality and Individual Differences. 2016 Oct;101,22-25. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.05.042>
22. Enli G & Aalen I. Sosiale medier [Internett]. Store norske leksikon; 2011 Des 5 [sist oppdatert 2018 mai 14, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: https://snl.no/sosiale_medier

23. Gaasland TB. Sosiale medier i Norge - brukertall Q2 2021 [Internett]. Viva Media; 2021 august 24 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra:
<https://vivamedia.no/blogg/sosiale-medier-i-norge-brukertall-q2-2021/>
24. Dyle B. Tiktok Statistics [Internett]. Wallaroo; c2022 [sist oppdatert 2022 april 2022, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra:
<https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>
25. Moher D, Liberati A, Tetzlaff J & Altman DG. Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. PLoS Medicine. 2009 Jul 21;6(7):e1000097.
<https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
26. McKinney BC, Kelly L & Duran RL. Narcissism or Openness? College Students Use of Facebook and Twitter. Communication Research Reports. 2012 Apr 30;29(2),108-118. <https://doi.org/10.1080/08824096.2012.666919>
27. Garcia D & Sikström S. The dark side of Facebook: Semantic representations of status updates predict the Dark Triad of personality. Personality and Individual Differences. 2014 Sep;67,92-96.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.10.001>
28. Winter S, Neubaum G, Eimler SC, Gordon V, Theil J, Herrmann J, et al. Another brick in the Facebook wall—How personality traits relate to the content of status updates. Computers in Human Behavior. 2014 Mai;34,194-202. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.048>
29. Biolcati R & Passini S. Narcissism and self-esteem, different motivation for selfie posting behavior. Cogent Psychology. 2018 Feb 15;5(1),1437012.
<https://doi.org/10.1080/23311908.2018.1437012>
30. Davenport SW, Bergman SM, Bergman JZ & Fearington ME. Twitter versus Facebook: Exploring the role of narcissism in the motives and usage of different social media platforms. Computers in Human Behavior. 2014 Mar;32,212-220. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.011>

31. Etgar S & Amichai-Hamburger Y. Not all selfies took alike-Distinct selfie motivation to different personality characteristics. *Frontiers in Psychology*. 2017 May 26;8(842). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00842>
32. Barry CT, Reiter SR, Anderson AC, Schoessler ML & Sidoti CL. "Let Me Take Another Selfie": Further Examination of the Relation Between Narcissism, Self-Perception, and Instagram Posts. *Psychology of Popular Media Culture*. 2019;8(1), 22 <https://doi.org/10.1037/ppm0000155>
33. Wu MS, Song & Ma Y. Selfie taking may be nonharmful. Evidence from adaptive and maladaptive among Chinese adults. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2019 Jun 21;1(3), 240-244. <https://doi.org/10.1002/hbe2.166>
34. Buffardi LE & Campbell WK. Narcissism and social networking Websites. *Pers Soc Psychol Bull*. 2008 Jul 3;34(10):1303-14. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
35. Shah AA, Bhatti MM, Ansari AA & Hussain B. Television as a moderator between narcissism and self-promoting behavior on Facebook. *Peshawar Journal of Psychology and Behavioral Sciences*. 2016 Jan 5;2(2),177-187. <https://doi.org/10.32879/pjpbs.2016.2.2.177-187>
36. Halpern D, Valenzuela S & Katz J. Selfie-ists or Narci-selfiers?: A cross lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. *Personality and Individual Differences*. 2016 Jul;97,98-101. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.019>
37. Fox J & Rooney MC. 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*. 2015 Apr;76,161-165. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017>

38. Sheldon P & Bryant K. Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*. 2016, *Mai*;58,89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
39. Taylor DG & Strutton D. Does Facebook usage lead to conspicuous consumption? The role of envy, narcissism and self-promotion. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 2016 Aug 8;10(3),231-248. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2015-0009>
40. Taylor DG. Putting the self in selfies: how narcissism, envy and self-promotion motivate sharing of travel photos through social media. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2020 Jan 9;37,64-77. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1711847>
41. Mehdizadeh S. Self presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. 2010 Aug 16;13(4),357-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
42. Inancsi T, Lang A & Bereczkei T. A Darker Shade of Love: Machiavellianism and Positive Assortative Mating Based on Romantic Ideals. *Europe's Journal of Psychology*. 2016 Feb 26;12(1),137-152. <https://doi.org/10.5964/ejop.v12i1.1007>
43. Karterud S. Psykopati [Internett]. *Store medisinske leksikon*; 2009 Feb 13 [oppdatert 2022 januar 10, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra: <https://sml.snl.no/psykopati>
44. Sanecka E. The dark side of social media: Associations between the Dark Triad of personality, self-disclosure online and selfie-related behaviors. *Journal of Education Culture and Society* No. 2. 2017;7(2),71-88. <https://doi.org/10.15503/jecs20172.71.88>
45. March E & McBean T. New evidence show self-esteem moderated the relationship between narcissism and selfies. *Personality and Individual*

Differences. 2018 Aug 1;130,107-111.

<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.03.053>

46. Jin SV & Ryu E. «The paradox of Narcissus and Echo in the Instagram Pond» in the light of the selfie culture from Freudian Evolutionary Psychology: Self-loving and confident but lonely. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2018 Nov 27; 62(4),554-577. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1474881>
47. Koterba EA, Ponti F & Ligman K. “Get Out of My Selfie!” Narcissism, Gender, and Motives for Self-Photography Among Emerging Adults. *Psychology of Popular Media*. 2021;10(1),98-104. <https://doi.org/10.1037/ppm0000272>
48. Errasti J, Amigo I & Villadangos M. Emotional uses of Facebook and Twitter: Its relation with empathy, narcissism, and self-esteem in adolescence. *Psychological Reports*. 2017 Jun 12;120(6),997-1018. <https://doi.org/10.1177/0033294117713496>
49. Boursier V, Gioia F & Griffiths MD. Selfie-engagement on social media: pathological narcissism, positive expectation and body objectification – Which is more influential? *Addictive Behaviors Reports*. 2020 Jun;11,100263 <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100263>
50. Barry CT, Doucette H, Loflin DC, Rivera-Hudson N & Herrington LL. “Let Me Take a Selfie”: Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*. 2017;6(1),48-60. <https://doi.org/10.1037/ppm0000089>
51. Kristinsdottir KH, Gylfason HF & Sigurvinsdottir R. Narcissism and social media: the role of communal narcissism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2021 Sep 26;18(19),10106. <https://doi.org/10.3390/ijerph181910106>
52. McCain J & Campbell WK. Narcissism and social media use: a meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture*. 2018;7(3), 308-327. <https://doi.org/10.1037/ppm0000137>

53. Marshall TC, Lefringhausen K & Ferenczi N. The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Personality and Individual Differences*. 2015 Oct;85,35-40.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.04.039>
54. Marshall TC, Ferenczi N, Lefringhausen K, Hill S & Deng J. Intellectual, narcissistic or machiavellian? How twitter users differ from Facebook only users, why they use Twitter, and what they tweet about. *Psychology of Popular Media*. 2020;9(1),14-30. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000209>
55. Burnell K, Ackerman RA, Meter DJ, Ehrenreich SE Underwood MK. Self-Absorbed and Socially (Network) Engaged: Narcissistic Traits and Social Networking Site Use. *Journal of Research in Personality*. 2020 Feb;84,103989
<https://doi.org/10.1016/j.jrp.2019.103898>
56. Grove T (medisinsk gjennomgått av Legg TJ). Please Don't Misunderstand Me Because I Have Borderline Personality Disorder [Internett]. *Healthline*; 2019 Apr 18 [hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra:
<https://www.healthline.com/health/borderline-personality-disorder-what-i-wish-you-knew>
57. Karterud S. Dramatiserende personlighetsforstyrrelse [Internett]. *Store medisinske leksikon*;2009 Feb 13 [sist oppdatert 2022 januar 14, hentet mai 2022]. Tilgjengelig fra:
https://sml.snl.no/dramatiserende_personlighetsforstyrrelse
58. Bleske-Rechek A, Remiker MW & Baker JP. Narcissistic men and women think they are so hot – But they are not. *Personality and Individual Differences*. 2008 Oct;45(5),420-424. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.05.018>
59. Everson TM & Marsit CJ. Epidemiological concepts in environmental epigenetics [Internett]. *Environmental Epigenetics in Toxicology and Public Health*; 2020 [hentet mai 2022] Tilgjengelig fra:
<https://www.sciencedirect.com/topics/neuroscience/recall-bias>

