



Utrecht University

**Persoonlijkheid en het Zelfbeeld van Jongvolwassen
Vrouwen: Welke Rol Speelt Social Media Gebruik?**

Jessica van Dijk 6282970

Kelly Matthijsen 6127061

Faculteit Sociale Wetenschappen, Universiteit Utrecht

Bachelorthesis Pedagogische Wetenschappen

Premaster Youth, Education & Society

Docent: Asli Unlusoy

Juni 2018

Abstract

Social media is a popular medium with young adults and is used to present themselves online and to maintain social contacts. Female young adults have shown higher frequency of social media use and value the social aspect of social media more than male young adults. But what drives these adults to use media in a certain way and what does this mean for their self-image? This research focused on exploring the relationship between personality types extraversion and neuroticism and the self-image of female young adults between the age of 18 to 25, and what the moderating role is of social use of social media, specifically Instagram. It was expected that extraverted young adults had a positive self-image due to high frequency of social use of social media, which colludes with a high level of self-confidence and a low level of social comparison. Neurotic young adults were expected to have negative self-image due to low frequency of social use of social media, with a low level of self-confidence and a high level of social comparison. An online survey was conducted with 81 females. It appeared that social media had no significant moderating role, which means that social media had no significant effect on the relationship between personality and self-image. Personality type was significant on self-image of female young adults. Future research can contribute to an increase of knowledge about the relationship between personality and self-image of young female adults and the role of social media within this relationship.

Keywords: social media (use), extraversion, neuroticism, Big Five personality, Instagram, social media use, gender, self-image, social comparison

Met de opkomst van verschillende social media platforms zoals Facebook, Instagram of Snapchat, zijn er steeds meer verschillende mogelijkheden voor jongvolwassenen om zich online te profileren, hun sociale leven te onderhouden, of om hun ideeën of meningen te delen over uiteenlopende onderwerpen. Social media netwerken zijn hier de uitgelezen plek voor en bieden veel kansen voor jongvolwassenen om een sociaal wenselijk beeld van zichzelf te creëren (Rosenberg & Egbert, 2011). Wat zou echter de drijfveer kunnen zijn bij jongvolwassenen om zich op een bepaalde manier te profileren binnen social media en wat voor effect heeft dit op hun zelfbeeld? De persoonlijkheid van jongvolwassenen zou hier mogelijk een rol in kunnen spelen. Om deze mogelijkheid verder te onderzoeken richt deze huidige studie zich op de relatie tussen het persoonlijkheidstype en het zelfbeeld van jongvolwassen vrouwen tussen de 18 en 25 jaar en de modererende rol van social media gebruik bij deze relatie.

De jongvolwassenheid is een kritieke periode waarin sociale contacten van belang zijn voor de ontwikkeling (Arnett, 2000). De invloed van leeftijdsgenoten wordt groter naarmate adolescenten richting de jongvolwassenheid gaan en het contact met leeftijdsgenoten kan een rol spelen in het vormen van de persoonlijkheid van een individu (Reitz, Zimmerman, Hutteman, Specht, & Neyer, 2014). Dit contact met leeftijdsgenoten gebeurt tegenwoordig voor een groot deel op online sociale netwerken. Social media wordt door jongvolwassenen voornamelijk gebruikt voor sociale doeleinden, om contacten aan te gaan of om te onderhouden en om zichzelf te profileren door bijvoorbeeld het delen van foto's (Pempek, Yermoyaleva, & Calvert, 2009; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Daarnaast gebruikt een groot deel van de jongvolwassenen social media in om te kijken op het profiel van een ander om te zien wat er in het leven van een ander afspeelde (Pempek et al., 2009). Door het grote aanbod van social media netwerken en het belang van acceptatie door peers (Reitz et al., 2014), is het aannemelijk dat een groot deel van de jongvolwassenen, die actief op social media zijn, zichzelf snel zullen vergelijken met een ander. Dit wordt onderstreept door een onderzoek van Lee (2014), waaruit naar voren kwam dat jongvolwassenen die meer op social media zitten, zichzelf ook meer met anderen vergelijken. Deze bevinding is onder andere gebaseerd op de sociale vergelijkingstheorie.

De sociale vergelijkingstheorie stelt dat men door zich te vergelijken met een ander, hun meningen en capaciteiten evalueert (Festinger, 1954) maar ook het zelfbeeld probeert te verbeteren, waaronder zelfvertrouwen (Gibbons & Buunk, 1999). Binnen dit onderzoek wordt het construct zelfbeeld gedefinieerd door de mate van zelfvertrouwen en de zelfbeoordeling.

Zelfvertrouwen is een persoonlijk oordeel die een individu over zijn eigen vaardigheden, capaciteiten en gedrag heeft en gaat vooral over de emotionele lading die een individu kan voelen wanneer hij reflecteert op zichzelf (Heatherton & Wyland, 2003). Met zelfbeoordeling wordt bedoeld op de manier waarop jongvolwassenen zichzelf zien en beoordelen in vergelijking met hun leeftijdsgenoten. In dit onderzoek wordt de zelfbeoordeling gebaseerd op de mate van sociale vergelijking.

Uit meerdere onderzoeken is naar voren gekomen dat een hoge mate van sociale vergelijking op social media correleert met lager zelfvertrouwen en een hogere frequentie van social media gebruik (Gibbons & Buunk, 1999; Lee, 2014; Vogel, Rose, Okdie, Eckles, & Franz, 2015). Deze bevindingen worden versterkt door onderzoek van Kalpidou en collega's (2011), waar een negatieve correlatie werd gevonden tussen gependeerde minuten op Facebook en het hebben van een laag zelfvertrouwen. Anderzijds zijn er ook onderzoeken geweest die stellen dat social media gebruik ook zelfvertrouwen kan vergroten door het krijgen van positieve online feedback (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006) of juist kansen biedt voor personen met een laag zelfvertrouwen om (sociale) barrières te overwinnen (Ellison et al., 2007). Ongeacht deze tegensprekende bevindingen kan ervan uit worden gegaan dat zelfbeeld en sociale vergelijking sterk met elkaar zijn verbonden.

In het onderzoek van Gibbons en Buunk (1999) naar individuele verschillen in sociale vergelijking, waaronder zelfbeeld, werden de persoonlijkheidstypen van de Big Five ook meegenomen. Hieruit bleek een positieve samenhang tussen neuroticisme als persoonlijkheidskenmerk en een hogere mate van sociale vergelijking met anderen. Een onderzoek van Sheldon (2008) bevestigde daarnaast dat extraverte individuen meer contacten hebben en op doen op social media, waar sociaal angstige personen dit in veel mindere mate hebben. Deze bevindingen zouden verklaarbaar kunnen zijn door de persoonlijkheid van een individu.

Persoonlijkheidskenmerken ontwikkelen zich voornamelijk in de vroege en midden adolescentie. Rond de late adolescentie en de jongvolwassenheid zijn deze kenmerken over het algemeen stabiel (Borghuis, Denissen, Oberski, Sijtsma, Meeus, Branje, Koot, & Bleidorn, 2017). Persoonlijkheid kan worden gedefinieerd aan de hand van de persoonlijkheidskenmerken van de Big Five: (1) openheid, (2) zorgvuldigheid, (3) extravertie, (4) servicegerichtheid en (5) neuroticisme (McCrae & John, 1992). In dit onderzoek wordt de focus gelegd op de persoonlijkheidskenmerken extravertie en neuroticisme omdat deze twee kenmerken volgens eerdere onderzoeken de meest significante

voorspellers zijn van het gebruiken en het opzoeken van sociale contacten via social media (Liu & Campbell, 2017; Bogg, 2017; Annette & Lafreniere; 2017).

Extraversie omschrijft proactief, energiek en sociaal gedrag, maar anderzijds ook impulsief en ongeremd gedrag (McCrae & John, 1992). Bij social media-gebruikers die een hoge mate van extraversie hebben is de kans groter dat zij meer online interactie hebben met andere social mediagebruikers (Choi, Sung, Lee, & Choi, 2017). Daarnaast is er een positieve relatie gevonden tussen extraversie en het regelmatig delen van foto's online en het reageren op andermans foto's (Stachl, Hilbert, Au, Buschek, de Luca, Bischl, Hussmann, & Buehner, 2017). Uit onderzoek van Blackwell en collega's (2017) is gebleken dat extraverte individuen actiever zijn op social media omdat zij meer behoefte zouden hebben aan sociale interactie. Ook blijkt uit onderzoek van Azucar, Marengo en Settanni (2018) dat een hoge online-activiteit, waaronder online interactie met leeftijdsgenoten, een voorspeller kan zijn van extraversie als persoonlijkheidskenmerk.

Neuroticisme duidt angstig, emotioneel instabiel en negatief gedrag aan. Daarnaast kunnen neurotische individuen een laag zelfvertrouwen hebben (McCrae & John, 1992; Selden & Goodie, 2018). Neurotische individuen hebben een grotere kans op het ontwikkelen van algemene psychische stoornissen (Ormel, Jeronimus, Kotov, Riese, Bos, Hankin, Rosmalen, & Oldehinkel, 2013) en op een internetverslaving (Andreassen, Griffiths, Gjertsen, Krossbakken, Kvam, & Pallesen 2013; Tsai, Cheng, Yeh, Shih, Chen, Yang, & Yang, 2009). Daarnaast kunnen zij zich ook eerder sociaal geïsoleerd voelen dan extraverte personen en kunnen neurotische individuen minder interactie hebben met andere social media-gebruikers (Andreassen et al., 2013; Whaite, Shensa, Sidani, Colditz, & Primack, 2018). Individuen die hoog scoren op neuroticisme zouden social media kunnen gebruiken om een gevoel van erbij horen te creëren. Dit zouden zij kunnen doen door informatie te zoeken over andere social media-gebruikers en zich met deze gebruikers te vergelijken (Seidman, 2013).

Dit onderzoek tracht zich te onderscheiden van eerdere studies door de modererende rol van social media mee te nemen in het onderzoeken van de relatie tussen persoonlijkheid en zelfbeeld. Daarnaast zal het onderzoek gaan over social media gebruik op Instagram, gezien er al veel onderzoeken zijn die de focus hebben gelegd op Facebook. Omdat er op Instagram gebruikt wordt gemaakt van het delen van foto's, zou de kans groter kunnen zijn dat er meer sprake is van sociale vergelijking en het effect op het zelfbeeld. De keuze voor Instagram wordt versterkt omdat uit het onderzoek van Pimplek en collega's (2011) is gebleken dat vrouwen aanzienlijk meer foto's plaatsen en bekijken op social media en sneller

foto's verwijderen waar ze in getagd zijn als zij ontevreden waren over hun uiterlijk op de foto. Tevens is er bewust gekozen om de focus te leggen op vrouwen binnen de huidige studie omdat uit onderzoek blijkt dat zij meer gebruik maken van social media dan mannen doen (Moore & McElroy, 2012; Tsai, Chang, Chang, & Chang, 2017; Haffner, Mathews, Fekete, & Finchum, 2017) en ook meer waarde hechten aan het sociale aspect van social media (Kim & Sin, 2015).

Het doel van dit onderzoek is om de relatie tussen de persoonlijkheid en het zelfbeeld van jongvolwassen vrouwen te onderzoeken en de modererende rol van social media gebruik hierin mee te nemen. De onderzoeksvraag luidt: in hoeverre hangt persoonlijkheid samen met het social media gebruik bij jongvolwassen vrouwen tussen de 18 en 23 jaar? Deze onderzoeksvraag wordt uitgesplitst in twee deelvragen: 1) In hoeverre hangt *extraversie* samen met het zelfbeeld van jongvolwassen vrouwen tussen de 18 en 23 jaar en wat is de modererende rol van social media? en 2) In hoeverre hangt *emotionele stabiliteit* samen met het zelfbeeld van jongvolwassen vrouwen tussen de 18 en 23 jaar en wat is de modererende rol van social media?

Gebaseerd op de literatuurstudie kan er ten eerste worden verwacht dat extraverte jongvolwassen vrouwen een hoog zelfbeeld hebben wegens veel (sociaal) gebruik van social media. Bij het hebben van een hoog zelfbeeld wordt er verwacht dat er sprake is van een hoog zelfvertrouwen en een lage mate van sociale vergelijking. Ten tweede wordt verwacht dat neurotische jongvolwassen vrouwen een laag zelfbeeld hebben wegens de mindere mate van (sociaal) gebruik van social media. Bij het hebben van een laag zelfbeeld wordt er een laag zelfvertrouwen verwacht en een hoge mate van sociale vergelijking.

Methode

Participanten

Het onderzoek is uitgevoerd bij jongvolwassen vrouwen met een leeftijd tussen de 18 en 25 jaar. In totaal bestond de steekproef uit 81 participanten, met een gemiddelde leeftijd van 22.6 jaar ($SD = 2.2$). Van de participanten had 88.9% een Nederlandse achtergrond en 11% had een niet-Nederlandse achtergrond. Daarnaast was er ook variatie in opleidingsniveau (geen vervolgopleiding = 1.2%, mbo = 17.3%, hbo = 49.4% en wo = 32%) waarvan 59.3% de opleiding nog niet had afgerond.

Procedure

Om de participanten te benaderen is gebruik gemaakt van een willekeurige selecte steekproef ($N=81$). De vragenlijsten zijn verspreid via social media, zoals Whatsapp en Facebook. Door het gebruiken van deze mediums is er sprake geweest van een sneeuwbaaleffect, waar de vragenlijsten door de respondenten werden doorgestuurd naar andere potentiële respondenten. Door de vragenlijst zo ver mogelijk te verspreiden is getracht zoveel mogelijk data te verzamelen. De respondent van de vragenlijsten namen vrijwillig en anoniem deel aan het onderzoek.

Variabelen

De vragenlijst over social media bestaat in totaal uit 9 vragen. Om de variabele social media op te stellen zijn er 6 items van de social media vragenlijst meegenomen. Deze 6 items geven de hoogste gemiddelde score aan. De items die zijn meegenomen in de analyse betreffen vraag 3 en vraag 5 tot en met vraag 9. Het hoge gemiddelde bij deze vragen indiceert dat de respondenten social media actief gebruiken op sociaal vlak. Om de variabele zelfvertrouwen te maken zijn de uitkomsten van de Rosenberg Self-Esteem Scale samengevoegd tot één variabele. Hetzelfde is gedaan met de INCOM voor zelfbeoordeling en met de vragen over neuroticisme en extraversie.

Meetinstrumenten

Om de constructen te meten is er gebruik gemaakt van een vragenlijst met verschillende onderdelen. De vragenlijst is online uitgezet via SmartSurvey, een online survey-programma (zie bijlage A).

Persoonlijkheid. Om de persoonlijkheidskenmerken van de Big Five te meten is er gebruik gemaakt van de Mini-IPIP vragenlijst. Deze vragenlijst is een beknopte versie van de International Personality Item Pool (IPIP) van Goldberg (1999). De Mini-IPIP bestaat uit twintig vragen die op basis van een factoranalyse op de reguliere IPIP zijn opgesteld (Donnellan, Oswald, Baird, & Lucas, 2006). De Mini-IPIP is door Donnellan et al. (2006) ook getoetst en betrouwbaar met Cronbach's Alpha scores variërend van .62 tot .86. Neuroticisme en extraversie hebben in alle toetsen vrijwel de hoogste betrouwbaarheid scores (Donnellan et al., 2006; Cooper, Smillie, & Corr, 2010).

Social media gebruik. Om het social media gebruik te meten, is een vragenlijst gebruikt die zelf is opgesteld. Deze bestaat uit 10 items en focust zich op het gebruik van de social media app Instagram. Deze 10 items werden gemeten op een 5 puntsschaal van 1 (sterk mee oneens) tot 5 (sterk mee eens). Een voorbeelditem is: *"Ik word onrustig als ik langer dan*

drie uur niet op Instagram heb gekeken.". Meerdere items waren gericht op het sociale gebruik van social media, zoals het delen van foto's met anderen, reageren op andermans foto's, op de hoogte blijven van anderen en het belang van de hoeveelheid likes of volgers. Hier gaat het dus voornamelijk over (sociale) acceptatie, bevestiging geven of zoeken en het onderhouden van sociale contacten. Ook zijn er een aantal vragen gesteld over de frequentie van het social media gebruik.

Zelfvertrouwen. Om het zelfvertrouwen te meten is de Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE) gebruikt (Rosenberg, 1965; Hagborg, 1993). Deze beknopte vragenlijst bestaat uit 10 items en wordt op een Likert-schaal van 5 punten gemeten van 1 (sterk mee oneens) tot 5 (sterk mee eens). Het meetinstrument heeft een interne consistente betrouwbaarheid van .92 Cronbach's Alpha.

Zelfbeoordeling. Voor het meten van de zelfbeoordeling is de sociale vergelijkingstheorie schaal gebruikt van Gibbons en Buunk (1999), ofwel de Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM). Deze vragenlijst bestaat uit 11 items die meet in wat voor mate een individu zichzelf vergelijkt met een ander, zoals het vergelijken van behaalde prestaties of het delen en evalueren van elkaars meningen. De vragen worden gemeten op een 5-puntsschaal van 1 (sterk mee oneens) tot 5 (sterk mee eens). De interne betrouwbaarheid van de INCOM was consistent, met een Cronbach's Alpha van .83.

Data-analyse

Binnen de data-analyse was persoonlijkheidstype de onafhankelijke variabele en het zelfbeeld de afhankelijke variabele. De modererende variabele is het gebruik van social media. Voor de data-analyse is gebruik gemaakt van SPSS 24.

Ondanks dat er in dit onderzoek vanuit werd gegaan dat er een relatie is tussen persoonlijkheid en zelfbeeld, is de relatie nog eens gemeten door de Pearson correlatie te toetsen tussen items van de mini-IPIP en items van de RSE en INCOM. Hier werd een onderscheid gemaakt tussen extraversie en neuroticisme om beide hypothesen apart te toetsen.

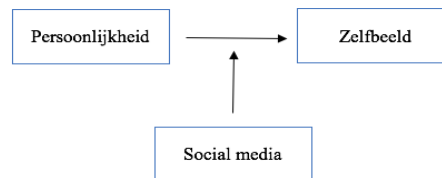
Daarna is door middel van een lineaire regressie gemeten of de samenhang tussen persoonlijkheid en zelfbeeld positief of negatief is, ofwel of een laag of hoog zelfbeeld samenhangt met de persoonlijkheid. Bij de lineaire regressie werden de persoonlijkheidskenmerken extraversie en neuroticisme meegenomen als voorspellers.

Social media gebruik kan het verband tussen persoonlijkheid en zelfbeeld versterken of afzwakken. Om de modererende rol van social media te meten, is er gebruik gemaakt van een moderatie-analyse. Het gebruik van social media dient als modererende rol, omdat

verwacht werd dat deze variabele het verband tussen persoonlijkheid en het zelfbeeld van jongvolwassen vrouwen beïnvloedt (zie figuur 1).

Figuur 1

Moderatieanalyse



De moderatieanalyse werd met een predictor en moderator op intervalmeetniveau uitgevoerd, waarbij social media gebruik op intervalmeetniveau werd meegenomen. Passend bij de hypothesen zou een hoge mate van social media gebruik betekenen dat het verband tussen persoonlijkheid en zelfbeeld sterker zal zijn. Om de moderatie analyse te doen is er een analyse via PROCESS gedaan, waarin er vier modellen zijn opgesteld. Binnen deze modellen waren extraversie en neuroticisme predictoren en zelfbeoordeling en zelfvertrouwen de afhankelijke variabelen. Binnen alle modellen is het sociale gebruik van social media als moderator meegenomen. Bij het analyseren zal er gekeken worden naar de hoofdeffecten van de predictor en moderator en zal het interactie-effect tussen predictor en moderator op de afhankelijke variabele tevens geanalyseerd worden.

Resultaten

Beschrijvende statistieken

De respondenten hebben vragen beantwoord over de mate van social media gebruik en de houding ten opzichte van social media, de mate van (zelf)vergelijking, zelfvertrouwen en persoonlijkheidstype. Deze vragen zijn gesteld op een 5-punts Likert-schaal. Bij de persoonlijkheidskenmerken was een score van 1 dat de score op het persoonlijkheidskenmerk laag was en een score van 5 dat de score op het persoonlijkheidskenmerk hoog was.

De resultaten van de vragenlijsten zijn weergegeven in tabel 1.

Tabel 1

Gemiddelde scores (M) en standaarddeviaties (SD) van de verschillende vragenlijsten.

	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Extraversie	81	3.60	.44
Neuroticisme	81	3.16	.58
Zelfbeoordeling	81	3.40	.52
Zelfvertrouwen	81	3.39	.63
Social media	81	3.37	.65

Data-analyse

Betrouwbaarheidsanalyse. De betrouwbaarheid van de vragenlijsten in de survey is geanalyseerd aan de hand van de Cronbach's Alpha. De vragenlijst die extraversie meet heeft een Cronbach's Alpha van .240, de vragenlijst die neuroticisme meet heeft een waarde van .419. De betrouwbaarheid van deze vragenlijsten is zwak. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de oorspronkelijke mini IPIP uit 50 vragen bestaat, die de 5 typen persoonlijkheid meten. Voor dit onderzoek is een vragenlijst ontworpen met alleen de vragen die passend waren voor de persoonlijkheidstypes neuroticisme en extraversie. De lage betrouwbaarheid kan verklaard worden doordat er gekozen is om de overige drie persoonlijkheidstypen uit te sluiten en niet mee te nemen in de vragenlijst. De vertaalde vragenlijst van de INCOM over zelfbeoordeling scoorde een Cronbach's Alpha van .765. De Rosenberg Zelfvertrouwen schaal scoorde nog hoger met een waarde van .868. Tot slot is social media ook gemeten, deze vragenlijst scoorde .641 op de betrouwbaarheidsanalyse.

Correlaties. De verwachting is dat bij respondenten die een hogere mate van zelfvertrouwen hebben, een lagere sociale vergelijking tussen zichzelf en anderen wordt gevonden. Deze verwachting is door de SPSS-output bevestigd: er is een significante negatieve correlatie gevonden tussen zelfvertrouwen en sociale vergelijking ($r = -.412, p = < .001$). Dit betekent dat hoe hoger de mate van zelfvertrouwen is, hoe lager de mate van sociale vergelijking tussen zichzelf anderen en vice versa.

Regressie- en moderatieanalyse. Het algemene doel van deze studie was om de modererende rol van social media te bestuderen op de relatie tussen persoonlijkheidskenmerken extraversie en neuroticisme en het zelfbeeld. De verwachting was dat er een interactie zou zijn tussen de persoonlijkheidskenmerken en het gebruik van social media op sociaal gebied. Personen met een hoge extraversie zouden meer zelfvertrouwen hebben en social media zou hierin een sterke rol zou hebben. Individuen die hoog scoorden op neuroticisme zouden een lager zelfbeeld hebben, waar social media ook een rol in zou spelen. Om deze hypothesen te toetsen zijn er moderatie-analyses gedaan in SPSS Process macro van Hayes (2016), waarin het sociale gebruik van social media de moderator is, extraversie en neuroticisme de predictoren en het zelfbeeld was uitkomst ofwel de afhankelijke variabele.

Uit de regressieanalyse is gebleken dat het regressiemodel van neuroticisme en zelfbeoordeling wel significant is, maar is de sterkte van het verband tussen de twee variabelen zeer zwak ($F(1, 79) = 5.03, p = .03, r^2 = .06$). Ook is er een significante relatie gevonden tussen neuroticisme en zelfvertrouwen met een matig sterk verband ($F(1, 79) =$

34.05, $p = .000$, $r^2 = .301$). In de regressieanalyse die kijkt of extraversie een voorspeller kan zijn van zelfbeoordeling is een significant effect gevonden, maar is het verband tevens zeer zwak ($F(1, 79) = 4.91$, $p = .030$, $r^2 = .06$). Extraversie is daarentegen geen significante voorspeller voor het zelfvertrouwen ($F(1, 79) = 6.65$, $p = .12$, $r^2 = .078$).

In de moderatieanalyse is het sociale gebruik van social media meegenomen als moderator. Er zijn vier modellen getoetst, waarbij geen model een interactie-effect werd gevonden tussen persoonlijkheid en social media. Bij model 1 werd gekeken naar het interactie-effect van social media en neuroticisme op zelfbeoordeling als afhankelijke variabele. Hier werd een positief hoofdeffect gevonden op neuroticisme ($b = 0.19$, 95% CI [0.07, 0.72], $t = 2.00$, $p = .05$) en social media ($b = 0.33$, 95% CI [0.16, 0.49], $t = 4.02$, $p = .00$), maar werd er geen significant interactie-effect gevonden tussen neuroticisme en social media ($b = 0.20$, 95% CI [-0.14, 0.53], $t = 1.16$, $p = .25$). Dit betekent dat wanneer de score op neuroticisme en social media hoog is, er ook hoog wordt gescoord op zelfbeoordeling. Het interactie-effect is geen voorspeller voor zelfbeoordeling.

In het tweede model werd er ook naar de interactie tussen social media en neuroticisme gekeken, maar dan met zelfvertrouwen als afhankelijke variabele. Hier werd een significant negatief hoofdeffect gevonden op neuroticisme ($b = -0.60$, 95% CI [-0.78, -0.42], $t = -6.55$, $p = .00$), maar werden er geen significante resultaten gevonden bij social media als hoofdeffect ($b = 0.01$, 95% CI [-0.18, -0.19], $t = 0.07$, $p = .95$) en ook het interactie-effect van social media en neuroticisme op zelfbeoordeling was niet significant ($b = 0.13$, 95% CI [-0.36, 0.38], $t = 0.07$, $p = .95$). Dat betekent dat een hoge score op neuroticisme een lage score op zelfvertrouwen voorspelt. Social media en de interactie van social media en neuroticisme zijn geen significante voorspellers op de mate van zelfvertrouwen.

Bij het derde model werd gekeken naar de interactie tussen extraversie en social media op zelfbeoordeling als afhankelijke variabele. Bij dit model werd net aan geen significant negatief hoofdeffect gevonden van extraversie op zelfbeoordeling ($b = -0.21$, 95% CI [-0.43, 0.06], $t = -1.94$, $p = .06$) maar wel een positief hoofdeffect van social media op zelfbeoordeling ($b = 0.34$, 95% CI [0.18, 0.50], $t = 4.18$, $p = .00$). Er werd geen significant interactie-effect gevonden tussen extraversie en social media op zelfbeoordeling ($b = -0.16$, 95% CI [-0.44, 0.12], $t = -1.12$, $p = .27$). De resultaten laten zien dat wanneer er meer social media wordt gebruikt, dat er ook meer sprake zou kunnen zijn van een hoge zelfbeoordeling. De interactie tussen extraversie en social media is geen voorspeller op de mate van zelfbeoordeling en extraversie op zichzelf heeft ook net een onvoldoende significantieniveau.

Bij het vierde en tevens laatste model is er naar dezelfde interactie tussen extraversie en social media gekeken, maar dan met zelfvertrouwen als afhankelijke variabele. Binnen dit model werd alleen een significant positief hoofdeffect gevonden van extraversie op zelfvertrouwen ($b = 0.39$, 95% CI [0.07, 0.72], $t = 2.41$, $p = .02$). Bij social media als variabele werd geen significant hoofdeffect gevonden op zelfvertrouwen ($b = -0.03$, 95% CI [-0.23, 0.18], $t = -0.26$, $p = .80$) en werd er tevens geen significant interactie-effect ($b = -0.23$, 95% CI [-0.68, 0.22], $t = -1.02$, $p = .31$) gevonden van extraversie en social media op zelfvertrouwen. Dit betekent dat het hoog scoren op extraversie een hoog zelfvertrouwen voorspelt. Social media gebruik is geen significante voorspeller voor zelfvertrouwen, net als het interactie-effect van social media en extraversie. De gevonden resultaten zijn visueel weergegeven in bijlage B (model B1-B4).

Discussie

In deze studie is gekeken naar de relatie tussen de persoonlijkheidskenmerken extraversie en neuroticisme en het eigen zelfbeeld, met het sociaal gebruik van social media als moderator. Op basis van literatuurstudie zijn twee hypothesen opgesteld. Ten eerste werd verwacht dat extraverte jongvolwassen vrouwen een hoog zelfbeeld hebben wegens veel (sociaal) gebruik van social media, met een lage mate van sociale vergelijking en een hoog zelfvertrouwen. Ten tweede werd verwacht dat neurotische jongvolwassen vrouwen een laag zelfbeeld hebben wegens de mindere mate van (sociaal) gebruik van social media, wat samen zou gaan met een hoge mate van sociale vergelijking en laag zelfvertrouwen (Gibbons & Buunk, 1999; Lee, 2014; Vogel et al., 2015; Kalpidou et al., 2011; Pemplek et al., 2011). Door middel van online enquêtes zijn 81 jongvolwassenen vrouwen tussen de 18 en 25 jaar bevraagd over hun social media gebruik en zijn de persoonlijkheid, zelfvertrouwen en mate van zelfbeoordeling getoetst. Uit de resultaten bleek dat de hoofdeffecten op zelfbeoordeling en zelfvertrouwen deels significant zijn, maar bij geen enkele analyse was het interactie-effect van social media significant. Dit betekent dat het sociaal inzetten van social media de relatie tussen extraversie of neuroticisme en het zelfbeeld niet beïnvloedt, wat in tegenspraak is met de hypothese.

Binnen het huidige onderzoek bestaat het begrip zelfbeeld uit de mate van zelfbeoordeling en de mate van zelfvertrouwen. Uit resultaten van de data-analyse is gebleken dat een hoge score op neuroticisme en een hoge score op gebruik van social media een hoge mate van zelfbeoordeling voorspelt. Dit komt overeen met het onderzoek van Gibbons & Buunk (1999), waaruit bleek dat neuroticisme samenhangt met een hoge mate van sociale vergelijking. Dat een laag zelfvertrouwen een hoge mate van zelfbeoordeling voorspelt kwam

ook terug in onderzoek van Lee (2014). Een hoge score op neuroticisme voorspelt tevens een lage score op zelfvertrouwen, wat overeenkomt met de theorie van The Big Five en neuroticisme als persoonlijkheidskenmerk (McCrae & John, 1992). In deze theorie wordt beschreven dat een neurotisch persoon vaak een laag zelfvertrouwen heeft. Een hoge score op extraversie blijkt een significante voorspeller te zijn voor het hebben van veel zelfvertrouwen, wat betekent dat extraverte personen een hoger zelfvertrouwen hebben. Dit bevestigt de gestelde hypothese. Social media heeft daarentegen geen significant hoofdeffect op de mate van zelfvertrouwen. Dit spreekt verschillende onderzoeken tegen. Zo vonden Valkenburg, Peter & Schouten (2006) dat het zelfvertrouwen vergroot kon worden door positieve online feedback via social media (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006) en vonden Kalpidou en collega's (2011) dat het besteden van veel tijd op social media gerelateerd was aan een laag zelfvertrouwen. Verder blijkt dat extraversie net aan geen significante voorspeller voor de mate van zelfbeoordeling is ($p = .06$). Echter is social media wel een significante voorspeller. Hoe meer tijd er wordt besteed op social media, hoe meer sprake er is van sociale vergelijking en er dus vaker sprake is van een negatieve zelfbeoordeling (Vogel et al., 2015).

Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat social media los staat van de relatie tussen persoonlijkheid en zelfbeeld. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat social media de mogelijkheid biedt om een andere identiteit aan te nemen. Uit onderzoek blijkt een positieve correlatie tussen neuroticisme en de behoefte om jezelf geïdealiseerd online te presenteren (Seidman, 2013). Zodoende is het mogelijk dat een individu op social media zich anders voordoet dan hij in werkelijkheid is om erbij te horen of geaccepteerd te worden. De zelfpresentatie in het echte leven staat dan los van de online zelfpresentatie. Een andere verklaring zou kunnen zijn dat binnen dit onderzoek het sociale gebruik van Instagram centraal staat. Het is mogelijk dat de uitkomsten van het onderzoek anders zouden zijn als het sociale gebruik van andere social media netwerken worden meegenomen, zoals Facebook of Snapchat. Facebook staat in andere onderzoeken ook centraal als social media netwerk en wordt veel gebruikt door jongvolwassenen (Kalpidou et al., 2011; Labraque, 2014; Lee, 2014; Moore & McElroy, 2012; Rosenberg & Egbert, 2011; Pempek et al., 2009). Facebook gebruik als moderator zou dus andere inzichten op kunnen leveren.

Een volgende verklaring dat social media geen rol zou spelen in de relatie van persoonlijkheid en zelfbeeld is de generaliseerbaarheid van het Big Five model. In meerdere onderzoeken wordt het Big Five model bekritiseerd. Zo is gebleken dat er andere persoonlijkheidskenmerken werden gevonden die niet te verdelen waren onder de vijf

dimensies van de Big Five en dat de Big Five het construct persoonlijkheid dus niet compleet omvatte (Paunonan & Jackson, 2000). Ook werd er geconcludeerd dat het nog niet duidelijk was of de Big Five daarom wel het optimale model was om persoonlijkheid te meten (Saucier & Goldberg, 2001). Dit zou kunnen betekenen dat de persoonlijkheid beperkt is gemeten met het gebruiken van een vragenlijst gebaseerd op de Big Five.

Een derde en tevens laatste verklaring van de ontbrekende modererende rol van social media is dat binnen dit onderzoek gebruik is gemaakt van de Mini-IPIP, maar dat hier selectief vragen uit zijn gehaald die overeenkomen met extraversie en neuroticisme. Hierdoor is de constructie van de vragenlijst uit elkaar gehaald. Dit zou als effect kunnen hebben gehad dat de variabele persoonlijkheid niet adequaat is gemeten, wat de resultaten van dit onderzoek beïnvloed kan hebben.

Sterke punten, limitaties en vervolgonderzoek

Een sterk punt van dit onderzoek is dat er gebruik is gemaakt van wetenschappelijke onderbouwde vragenlijsten die allen, behalve de persoonlijkheidsvragenlijst, een hoge betrouwbaarheidswaarde hadden.

Ten tweede is de keuze en onderbouwing voor de doelgroep van dit onderzoek ook een sterke kant. Dit omdat uit onderzoek blijkt dat vrouwen meer gebruik maken van social media en meer waarde hechten aan het sociale aspect (Moore & McElroy, 2012; Tsai et al., 2017; Haffner et al., 2017; Kim & Sin, 2015). Gecombineerd met de bevinding dat de jongvolwassenheid een kritieke periode is waarin het maken en behouden van sociale contacten een grote rol speelt (Reitz et al., 2014), kan er verwacht worden dat jongvolwassen vrouwen kwetsbaarder zijn voor de effecten van social media op het zelfbeeld en de emotionele ontwikkeling.

Dit onderzoek heeft echter ook een aantal limitaties die van invloed zouden kunnen zijn op de generaliseerbaarheid en betrouwbaarheid. Ten eerste zijn de resultaten gebaseerd op een geringe steekproef. De steekproef bestond uit 81 jongvolwassen vrouwen tussen de 18 en 25 jaar. Door de geringe steekproef is het niet mogelijk om de resultaten te generaliseren naar een grotere doelgroep.

Ten tweede was de betrouwbaarheid op de vragenlijsten van persoonlijkheden laag (Extraversie $\alpha = .240$, Neuroticisme $\alpha = .419$). Deze lage waarden kunnen mogelijk verklaard worden door de vragenlijst die gebruikt is om persoonlijkheid te meten. Deze vragenlijst is oorspronkelijk ontworpen om vijf typen persoonlijkheden te meten. In dit onderzoek zijn er echter twee van de vijf van de persoonlijkheidskenmerken meegenomen. De geselecteerde

vragen die gebruikt zijn in de online enquêtes hadden enig overlap met stellingen die ook andere persoonlijkheidskenmerken meten. Dit kan een verklaring zijn voor het lage betrouwbaarheidsniveau.

Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat de bevindingen de opgestelde hypothesen deels bevestigen. Neuroticisme blijkt een significante voorspeller voor het hebben van een laag zelfvertrouwen en een hoge sociale vergelijking met anderen. Extraversie is voorspelbaar voor het hebben van een hoog zelfvertrouwen. Daarentegen is extraversie niet voorspelbaar voor de mate van zelfbeoordeling, wat de hypothese tegenspreekt. Social media heeft geen modererende rol bij beide hypothesen, dus het zelfbeeld is niet lager of hoger wegens het gebruik van social media bij neurotische of extraverte personen. Dit is tegen de verwachting in. Het huidige onderzoek toont aan dat het type persoonlijkheid een effect heeft op het zelfbeeld van jongvolwassen vrouwen van 18-25 jaar. Ondanks de limitaties van dit onderzoek kunnen de resultaten als aanknopingspunt dienen voor eventueel vervolgonderzoek, wat een bijdrage kan leveren aan kennisvermeerdering over de relatie tussen persoonlijkheid en zelfbeeld van jongvolwassen vrouwen en de rol van social media binnen deze relatie.

De relevantie van dit onderzoek zit hem vooral in het dagelijkse gebruik van social media door jongvolwassenen. Social media is tegenwoordig onmisbaar in het leven van een individu en er kan van worden uitgegaan dat een groot deel van de jongvolwassenen social media geïntegreerd heeft in het dagelijks handelen. Jonge vrouwen zijn nog op zoek naar hun identiteit en hierbij zijn sociale contacten (onder andere op social media) van belang aangezien deze het zelfbeeld kunnen verbeteren. Bij vrouwelijke adolescenten en jongvolwassenen blijft het noodzakelijk om te onderzoeken welke invloed social media kan hebben op het zelfbeeld en hoe verschillende type persoonlijkheden reageren op social media en hiermee omgaan. Op deze manier kunnen individuen gericht de voordelen en gevaren van social media herkennen en hier op een bewuste manier mee omgaan.

Referenties

- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Gjertsen, S. R., Krossbakken, E., Kvam, S., & Pallesen, S. (2013). The relationships between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of Behavioral Addictions, 2*, 90-9.
doi:10.1556/JBA.2.2013.003
- Annisette, L. E., & Lafreniere, K. D. (2017). Social media, texting, and personality: A test of the shallowing hypothesis. *Personality and Individual Differences, 115*, 154-158.
doi:10.1016/j.paid.2016.02.043
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist, 55*, 469-480. doi:10.1037/0003-066X.55.5.469
- Azucar, D., Marengo, D., & Settanni, M. (2018). Predicting the Big 5 personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences, 124*, 150-159. doi:10.1016/j.paid.2017.12.018
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch R., Osborne, C., & Liss M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences, 116*, 69-72.
doi:10.1016/j.paid/2017.04.039
- Bogg, T. (2017). Social media membership, browsing, and profile updating in a representative U.S. sample: Independent and interdependent effects of Big Five traits and aging and social factors. *Frontiers in Psychology, 30*, 11-22. doi:10.3389/fpsycho.2017.01122
- Borghuis, J., Denissen, J. J. A., Oberski, D., Sijtsma, K., Meeus, W. H. J., Branje, S., Koot, H.M., & Bleidorn, W. (2017). Big Five personality stability, change, and codevelopment across adolescence and early adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology, 113*, 641-657. doi:10.1037/pspp0000138
- Choi, T. R., Sung, T., Lee, J-A., & Choi, S. M. (2017). Get behind my selfies: The Big Five

- traits and social networking behaviors through selfies. *Personality and Individual Differences, 109*, 98-101. doi:10.1016/j.paid.2016.12.057
- Cooper, A. J., Smile, L. D., & Corr, P. J. (2010). A confirmatory factor analysis of the Mini IPIP five-factor model personality scale. *Personality and Individual Differences, 48*, 688-691. doi:10.1016/j.paid/2010.01.004
- Donnellan, M. B., Oswald, F. L., Baird, B. M., & Lucas, R. E. (2006). The Mini-IPIP scales: Tiny-yet-effective measures of the Big Five factors of personality. *Psychological Assessment, 18*, 192. doi:10.1037/1040-3590.18.2.192
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook 'friends': Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*, 1143-1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations, 7*(2), 117-140. doi:10.1177/001872675400700202
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology, 76*, 129-142. Verkregen via <http://persweb.wabash.edu/facstaff/hortonr/articles%20for%20class/gibbons%20and%20buunk.pdf>
- Goldberg, L. R. (1999). A broad-bandwidth, public domain, personality inventory measuring the lower-level facets of several five-factor models. *Personality Psychology in Europe, 7*, 7-28. Verkregen van https://projects.ori.org/lrg/PDFs_papers/A%20broad%20bandwidth%20inventory.pdf
- Haffner, M., Mathews, A. J., Fekete, E., & Finchum, G. A. (2017). Location-based social media behavior and perception: Views of university students. *Geographical Review, 108*, 203-224. doi:10.1111/gere.12250

Hagborg, W. J. (1993). The Rosenberg self-esteem scale and Harter's self-perception profile for adolescent: A concurrent validity study. *Psychology in the Schools, 30*, 132-136.

doi:10.1002/1520-6807

Hayes, A. F. (2016). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis. A regression-based approach*. New York, Verenigde Staten: Guilford Publications

Heatherthorn, T. F., Wyland, C. L., & Lopez, S. J. (2003). Assessing self-esteem. *Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures*, 219-233. Verkregen

via

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.455.9468&rep=rep1&type=pdf>

Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 14*, 183-189. doi:10.1089/cyber.2010.0061

Kim, K-S., & Sin, S-C. J. (2015). Use of social media in different contexts of information seeking: Effects of sex and problemsolving style. *Information Research:*

An International Electronic Journal, 20(1). Verkregen van

<https://eric.ed.gov/?id=EJ1060504>

Labrague, J. L. (2014). Facebook use and adolescents' emotional states of depression, anxiety, and stress. *Health Science Journal, 8*, 80-89. Verkregen van

<https://www.researchgate.net/publication/262725734>

Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior, 32*, 253-260.

doi:10.1016/j.chb.2013.12.009

Liu, D., & Campbell, W. K. (2017). The Big Five personality traits, Big Two metatraits and social media: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality, 70*, 229-240.

doi:10.1016/j.jrp.2017.08.004

McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the Five-Factor Model and its applications. *Journal of Personality, 60*, 175-215.

doi:10.1111/j.14676494.1992.tb00970.x

Moore K., & McElroy, J. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior, 28*, 267-274.

doi:10.1016/j.chb.2011.09.009

Ormel, J., Jeronimus, B. F., Kotov, R., Riese, H., Bos, E. H., Hankin, B., . . . Oldehinkel, A.F. (2013). Neuroticism and common mental disorders: Meaning and utility of a complex relationship. *Clinical Psychology Review, 33*, 686–697. doi:10.1016/j.cpr.2013.04.003

Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology, 30*, 227-238. doi:10.1016/j.appdev.2008.12.010

Reitz, A. K., Zimmermann, J., Hutteman, R., Specht, J., & Neyer, F. J. (2014). How peers make a difference: The role of peer groups and peer relationships in personality development. *European Journal of Personality, 28*, 279-288. doi:10.1002/per.1965

Rosenberg, J. & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication, 17*, 1-18. doi:10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x

Saucier, G., & Goldberg, L. R. (2001). Lexical studies of indigenous personality factors: premises, products and prospects. *Journal of Personality, 69*, 847-879.

doi: 10.1111/1467-6494.696167

Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences, 54*, 1368-1374.

54, 402-407. doi:10.1016/j.paid/2012.10.008

Selden, M., & Goodie, A. S. (2018). Review of the effects of Five Factor Model personality traits on network structures and perceptions of structure. *Social Networks*, 52, 81-99. doi:10.1016/j.socnet.2017.05.007

Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and student's Facebook use. *Journal of Media Psychology*, 20, 67-75. doi:10.1027/1864-1105.20.2.67

Stachl, C., Hilbert, S., Au, J., Buschek, D., De Luca, A., Bischl, B., . . . Bühner, M. (2017). Personality traits predict smartphone usage. *European Journal of Personality*, 31, 701-722. doi:10.1002/per.2113

Tsai, T.-H., Chang, H.-T., Chang, Y.-C., & Chang, Y.-S. (2017). Personality disclosure on social network sites: An empirical examination of differences in Facebook usage behavior, profile contents and privacy settings. *Computers in Human Behavior*, 76, 469-482. doi:10.1016/j.chb.2017.08.003

Tsai, H. F., Cheng, S. H., Yeh, T. L. Shih, C. C., Chen, K. C., Yang, Y. C., & Yang, Y. K. (2009). The risk factors of internet addiction – A survey of university freshman. *Psychiatry Research*, 3, 249-9. doi:10.1016/j.psychres.2008.01.015

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior*, 9, 584-590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584

Vogel, E., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256. doi:10.1016/j.paid.2015.06.026

Whaite, E. O., Shensa, A., Sidiani, J. E., Colditz, J. B., & Primack, B. A. (2018). Social media

use, personality characteristics, and social isolation among young adults in the United States. *Personality and Individual Differences*, 124, 45-50.

doi:10.1016/j.paid.2017.10.030

Bijlagen A

Vragenlijst SmartSurvey

Over jou en social media

Page 2: Demografische gegevens

Q1. Wat is je geslacht?

Q2. Wat is je leeftijd?

Q3. In welke provincie woon je?

Q4. Kies de meest recente opleiding die je gevolgd hebt of nog mee bezig bent

Q5. Heb je deze opleiding al afgerond?

DE MODERERENDE ROL VAN SOCIAL MEDIA OP DE RELATIE TUSSEN PERSOONLIJKHEID EN ZELFBEELD

--

Q6. Wat is je burgerlijke staat?

Q7. Wat is je (etnische) achtergrond?

Page 3: Over jou

Q8. Hieronder staan 10 stellingen die gaan over jou/ hoe jij bent als persoon. Selecteer bij elke stelling de best passende optie voor jou.

	Sterk mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Sterk mee eens
Ik ben altijd voorbereid					
Ik raak snel gestressed					
Ik vind het leuk om met verschillende mensen op een feestje te praten					
Ik houd er niet van om in het middelpunt te staan					
Ik zorg ervoor dat andere mensen zich op hun gemak voelen bij mij					
Ik voel mij vaak somber					
Als ik een klusje moet doen, dan stel ik dit vaak uit					
Ik raak snel afgeleid					
Ik ben over het algemeen geïnteresseerd in anderen					
Ik heb niet tot weinig last van stemmingswisselingen					

Page 4: Social media

Q9. Hieronder staan 9 stellingen die gaan over jouw attitude richting Instagram en hoe jij deze app gebruikt. Selecteer bij elke stelling de best passende optie voor jou.

	Sterk mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Sterk mee eens
Ik voel mij onrustig als ik langer dan drie uur niet op Instagram heb gekeken					
Als ik een foto heb geplaatst die na een					

**paar uur erg weinig
likes heeft gekregen,
haal ik de foto van
Instagram af**

**Als ik op Instagram zit
vergelijk ik mijn eigen
leven met het leven van
degenen die ik volg**

**Door op Instagram te
scrollen voel ik mij
beter over mijn eigen
leven**

**Ik kijk gemiddeld 5-10
keer per dag op
Instagram**

**Ik zie Instagram als een
middel om foto's te
delen zodat
vrienden/familie zien
waar ik mee bezig ben**

**Als ik mocht kiezen zou
ik liever 1000 volgers
willen hebben in plaats
van 50**

**Ik post alleen maar
foto's waar ik tevreden
ben over mijn uiterlijk**

**Ik post een 'verhaal'
(Instagram Stories)
wanneer ik iets leuks
doe, om mijn volgers te
laten zien wat voor
leuke dingen ik
onderneem**

Page 5: Over jou

Q10. Hieronder staan 10 stellingen die gaan over jouw persoonlijkheid en zelfbeeld. Selecteer bij elke stelling de best passende optie voor jou.

	Sterk mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Sterk mee eens
Over het algemeen ben ik tevreden met mezelf					
Soms denk ik dat ik niet goed genoeg ben					
Ik vind dat ik veel kwaliteiten heb					
Ik kan dingen net zo goed als de anderen om mij heen					
Ik heb het gevoel dat ik op weinig dingen trots kan zijn					
Ik voel mij soms nutteloos					
Ik vind dat ik het waard ben, of in ieder geval net zoveel waard ben als anderen					
Ik zou willen dat ik meer respect heb voor mezelf					
Ik voel mij soms een mislukking					
Mijn houding tegenover mezelf beschrijf ik als positief					

Page 6: Over jou

Q11. Hieronder staan 10 stellingen die gaan over of en hoe jij jezelf met andere mensen vergelijkt. Selecteer bij elke stelling de best passende optie voor jou.

	Sterk mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Sterk mee eens
Ik vergelijk mijn eigen prestaties vaak met de prestaties van een ander					
Als ik iets wil leren over een bepaald onderwerp, probeer ik uit te vinden hoe anderen over dit onderwerp denken					
Ik vergelijk hoe ik dingen doe met hoe anderen dingen doen					

**Ik vergelijk vaak hoe het gaat met de mensen die dichtbij mij staan (familie of partner)
met hoe het met anderen gaat**

Ik wil altijd weten hoe anderen in een soortgelijke situatie zouden handelen

Ik ben niet het type persoon die zich vergelijkt met anderen

**Als ik wil weten hoe goed ik iets gedaan heb, vergelijk ik dat met hoe anderen dat
hebben gedaan**

**Ik probeer vaak te achterhalen hoe anderen denken over hetzelfde probleem als waar ik
mee zit**

Ik vind het leuk om met personen te praten over gedeelde interesses en meningen

**Ik vergelijk mijn sociale situatie (sociale vaardigheden, populariteit) vaak met die van
met anderen**

Bijlagen B
Moderatie-analyses

Model B1

Interactie-effect van social media en neuroticisme met zelfbeoordeling als afhankelijke variabele

	<i>b</i>	SE	t	<i>p</i>	95% CI
Constante	3.38	0.05	69.10	.00	[3.29, 3.49]
Neuroticisme X	0.19	0.09	2.00	.05	[0.07, 0.72]
Social Media M	0.33	0.08	4.02	.00	[0.16, 0.49]
Interactie X*M	0.20	0.17	1.16	.25	[-0.14, 0.53]

Model B2

Interactie-effect van social media en neuroticisme met zelfvertrouwen als afhankelijke variabele

	<i>b</i>	SE	t	<i>p</i>	95% CI
Constante	3.39	0.06	54.92	.00	[3.27, 3.51]
Neuroticisme X	-0.60	0.09	-6.55	.00	[-.78, -.42]
Social Media M	0.01	0.09	0.07	.95	[-.18, -.19]
Interactie X*M	0.13	0.19	0.07	.95	[-0.36, 0.38]

Model B3

Interactie-effect van social media en extraversie met zelfbeoordeling als afhankelijke variabele

	<i>b</i>	SE	t	<i>p</i>	95% CI
Constante	3.39	0.05	67.82	.00	[3.29, 3.49]
Extraversie X	-0.21	0.11	-1.94	.06	[-.43, 0.06]
Social Media M	0.34	0.08	4.18	.00	[0.18, 0.50]
Interactie X*M	-0.16	0.14	-1.12	.27	[-0.44, 0.12]

Model B4

Interactie-effect van social media en extraversie met zelfvertrouwen als afhankelijke variabele

	<i>b</i>	SE	t	<i>p</i>	95% CI
Constante	3.38	0.07	48.49	.00	[3.24, 3.52]
Extraversie X	0.39	0.16	2.41	.02	[0.07, 0.72]
Social Media M	-0.03	0.10	-.26	.80	[-0.23, 0.18]
Interactie X*M	-0.23	0.22	-1.02	.31	[-0.68, 0.22]