

居民自恋人格量表修订及信效度检验

卢芸霜

重庆建筑工程职业学院 重庆

【摘要】随着网络发展，自拍、在朋友圈、社交网站上分享照片和生活状态变得越来越普遍；在网络上分享自己是否可以归为自恋的某一维度？研究从组织行为视角出发，基于西方经典工具（NPI）及对中国大学生的访谈以及国内学者对于自恋的相关研究，通过质性访谈和问卷调查，修订一个适合我国普通人群的自恋人格问卷。探索性因素分析和验证性因素分析表明，网络社交行为属于自我钦羡维度，且量表的信效度良好。

【关键词】网络社交；自恋；NPI-13；自恋人格量表

【收稿日期】2025 年 2 月 16 日

【出刊日期】2025 年 3 月 18 日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250120

Revision and reliability and validity testing of the narcissistic personality scale

Yunshuang Lu

Chongqing Construction Engineering Vocational College, Chongqing

【Abstract】 With the development of the internet, selfies, sharing photos on social media and social media, and living conditions have become increasingly common; Can sharing oneself online be classified as a certain dimension of narcissism? From the perspective of organizational behavior, based on the Western Classic Instrument (NPI) and interviews with Chinese college students, as well as domestic scholars' research on narcissism, the study revised a narcissistic personality questionnaire suitable for the general population of China through qualitative interviews and questionnaires. Exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis indicate that online social behavior belongs to the dimension of self admiration, and the reliability and validity of the scale are good.

【Keywords】 Social networking, Narcissism, NPI-13, Narcissistic personality scale

1 研究背景

自恋在临床层面被看作为一种人格障碍。DSM-III 首次将自恋人格障碍列为一种独立的人格障碍。自恋在 DSM-IV 中被描述为一种实际存在或幻想中的具有“无限的成功幻想”、“自我重要性的夸大”，以及“需要称赞和注意”等特征的行为模式，拥有这类人格特征的个体渴望被人羡慕，缺乏同情心。在非临床的领域，一般认为自恋是一种长期的、多样化的、综合的人格构造，个体会自己比其他的人都更具优越性，相信自己相对于他人更有资格获取特殊的待遇或者权力；夸大对于自身重要性的感觉，并过分沉迷于关注自身、个体对自身的想象以及他人眼中的自身形象^[1]。

自恋作为一种普遍的人格倾向，其人格特征是相对稳定和连续的，其中包含普遍存在的浮夸感、特权感和自我专注感^[2]，并且强烈的想要得到他人赞赏和认可。

自恋者具有高度的自我中心、自我关注、特权感、优越感等特点。

有研究认为自恋会造成一定程度的痛苦和适应不良；但与之相反，也有部分研究发现，自恋与心理健康的一些良性指标相联系^[3]。周晖等人在对自恋的测量中发现，自恋的部分特征与心理健康的部分指标呈显著负相关，而自恋的另一部分特征则与完全相同的心理健康指标呈负相关^[4]。在一项跨文化研究中，Fukunishi 等发现，中国人的自恋水平高于美国人，而美国人的自恋水平则高于日本人^[5]。这似乎与我们日常感知到的信息有所不同；同时，其他一些研究也显示，集体主义文化中人们的自恋水平相对于个体主义文化中人们的自恋水平较低^[6]。而我国则被认为是典型的集体主义文化国家，中国人自恋的情况到底如何？因此，本文希望能够尝试在中国文化的背景下修订自恋人格量表，为后

作者简介：卢芸霜（1998-）女，汉族，重庆忠县，助教，硕士，重庆建筑工程职业学院，心理学。

续的研究提供一定基础。

Foster 和 Campbell 认为特质自恋不是有或无构成的二分类变量,而是存在于连续谱之中^[6]。Wink 将自恋区分为外显自恋和内隐自恋^[7]。外显自恋即夸大-展现型自恋,内隐自恋即脆弱-敏感型自恋。前者也是自恋研究关注最多的领域,在实际的非临床领域自恋研究中,西方最广泛使用的测量工具是由 Raskin 和 Terry 1988 年编制的自恋人格量表(NPI-40),该量表包括 40 道题,7 个维度,为迫选回答^[8]。但是后续研究表明该量表有可能只存在 4 个因素,分别是权欲,优越感,自我钦羡,特权感^[9]。还有的研究则根据 NPI 提取出 3 个因素^[10]。Ames 和 Anderson 为了简化量表,他们开发了 16 道题的单维度缩减版本(NPI-16)^[11],而 Gentile 等开发了 13 道题的自恋人格精简版本(NPI-13)^[12],包括 3 个维度:领导/权威、夸大的自我表现欲以及特权感/占有欲,这和 Ackerman 等对 NPI-40 维度划分完全相同。

有研究表明 NPI-13 与 NPI-16 都具有很好的区分效度和聚敛效度,且信度良好^[13]。但 NPI-16 仅包含 1 个维度,只能计算总分,通过表面效度的选择来作为自恋测量的指标,因此 NPI-16 的使用受到了较大的限制。同时它与 NPI-40 的维度划分不同,无法准确、全面的包含 NPI-40 要测的内容。此外,NPI-16 中还包含了 NPI-40 中有争议的题目,因此有研究者建议删掉这些题目以提高量表效度。而 NPI-13 则避免纳入有争议题目且维度结构遵循 NPI-40,能够更好的反映 NPI-40 要测量的内容。而分量表的划分对具体问题的研究是至关重要的,分量表有助于从不同角度理解自恋。

我国有学者在自编的自恋人格量表上将自恋分为显性和隐性两个维度^[1],其中显性自恋维度涵盖了特权感、自我钦羡、权欲和优越感几个方面;隐性自恋人格中也包含了与显性自恋相同的特权感和自我钦羡两个维度,此外去掉了权欲和优越感,增加了易感质维度。其他关于自恋的大多数研究主要也是围绕权欲、优越感、自我钦羡、特权感四个维度开展。

随着网络的发展,人们在自恋行为上的表现也随着时间渐渐发生了变化;相较于之前的研究,现在,研究者更倾向于将自恋等人格特质和网络社交等联系起来。姚琦将影响社交网站使用行为的人格因素进一步分为大五人格和次级人格变量^[14],这里的次级人格变量包括自恋、害羞等。杨秀娟等人更是认为,自恋与个体社交网站使用方式之间的关系符合“自我选择效应”,即个体心理因素影响社交网站的使用;显性自恋

者往往希望获得他人关注,隐性自恋者则易感到自卑和焦虑^[15]。根据媒介“使用与满足”理论,自恋者使用社交网站会满足其社会和心理的需要,因此会更加频繁地使用社交网站。国内学者在考察社交网站上的一般性使用行为、不同类型社交平台上、不同性质的使用行为以及具体的使用行为时,均发现了自恋的显著预测作用^[16]。Davenport 等人证实自恋能显著预测大学生在 Twitter 上以及成年人用户在 Facebook 上的主动使用行为^[17]。自恋者倾向于表露更多的文本和视觉信息,发布更具表现性的帖子和主页照片并进行更频繁的位置签到。此外,Sheldon 的研究表明自恋与发布个人照片的频率以及对朋友的照片进行点赞和评论的频率也积极相关^[18]。总之,自恋个体往往会更积极主动而非消极被动地使用社交网站,他们通过积极展示自我(如更新状态)以及与他人互动(如评论他人信息)来塑造积极自我形象并管理来自他人的关注,以此来维持自我概念。

总的来说,自恋的定义和结构还缺乏深入的研究。NPI-13 在前人基础上,既保证了自恋测量的可靠性,又提高了测量的效率。因此,本次量表的修订遵循 NPI-13 的维度结构,并且参照不同的国内研究,主要是对 NPI 在我国经过翻译之后信效度研究,初步确定了权欲、优越感、特权感和自我钦羡四个维度;并且根据前人对于自恋和网络社交的关系研究,在以上四个维度的基础上,添加了与社交网络使用相关的题目。

为了确保本量表确实有效,根据越来越多的关注自恋夸大、表现方面的研究结果;不少研究发现,自恋与自尊存在显著正相关^[19]。因此,本研究选取自尊量表作为效标,验证自恋人格量表的效度。探究在中国文化背景下改编自恋人格量表的信度效度检验及其因素结构。

2 研究方法

2.1 研究对象

访谈采用非结构化访谈,共涉及 15 名来自重庆各个大学的学生。

问卷发放采用网络问卷和随机抽样相结合的方法,通过问卷网的平台,在初测阶段共收集有效数据 354 份,在正式问卷阶段共收集有效问卷 473 份。

2.2 研究工具

2.2.1 修订版自恋人格量表

初始问卷的形成包括文献阅读和非结构化访谈为主;通过对于前人对自恋人格量表的相关研究,从其中选择因子载荷较大的题项进行修改和合并,并通过访谈

的方式加入和网络社交相关的题项，最后形成初测问卷。

初测问卷包含 44 道题目，其中 3 道人口学变量题目，以及 41 道问卷题目。通过问卷网平台发布，共收到有效问卷 354 分。正式问卷删去通过项目分析和探索性因素分析排除掉的 11 道题目，一共包含 45 道题目，其中包含效标量表的 10 道题目；人口学变量 3 道题目；测谎题 2 道，自恋量表 30 道题目，30 道自恋人格量表题目包含 4 个维度；分别为权欲，包含 7 个题项；特权感，包含 9 个题项，自我钦羡，包含 9 个题项；优越感，包含 5 个题项；。采用 Likert 5 点计分，1 表示非常不符合，5 表示非常符合。

2.2.2 自尊量表

采用经典的 Rosenberg 自尊量表，单一维度，10 道题目，其中有 4 道反向计分（原本是 5 道，但是根据中国文化的特色，有学者将其中一道改为正向计分^[20]，本次研究采用了该观点，题项是：我希望我能为自己赢

得更多尊重），采用 Likert 5 点计分，1 表示非常不符合，5 表示非常符合。将反向计分题目转换后加总，总分越高说明个体自尊程度越高。中文版自尊量表经过前人研究具有良好的信度效度。本研究中，该量表的内部一致性信度为 0.834。

2.3 统计方法

本研究使用 SPSS 对数据进行描述统计、独立样本 t 检验、相关分析、差异性检验及探索性因素分析，Amos 进行验证性因素分析。

3 结果与分析

3.1 项目分析

计算出每位被试在所有题目上的总分，并将总分进行降序排序；将总分排在前 27% 的被试划分到高分组，后 27% 划分到低分组；通过独立样本 t 检验计算出高分组和低分组在各个项目上的差异是否显著，以此来排除区分度偏低的题目。

表 1 模式矩阵

	权欲	特权感	自我钦羡	特优越感
我喜欢当领导。	0.868			
我很想成为一个领导。	0.853			
我喜欢领导别人。	0.736			
我喜欢担任决策者这个角色。	0.704			
权力对我有很强的吸引力。	0.697			
我相信自己会成为一个好领导。	0.536			
我几乎敢于挑战任何事情。	0.351			
我常常认为别人说自己坏话。		0.866		
我会给别人讲自己一些不好的事情，让人同情怜悯。		0.765		
我总觉得别人在嫉妒自己。		0.762		
在公共场合如果人们没有注意到我，我会感到索然无味。		0.637		
我认为操纵他人是容易的。		0.539		
我认为自己是一个特殊人物所以应该得到更多。		0.497		
除非我得到一切我应得的，否则我都不会感到满足。		0.496		
我很容易接受陌生人的交友请求。		0.486		
我认为大家都应该在关注自己。		0.437		
我自拍时会摆各种姿势。			-0.877	
我喜欢自拍。			-0.873	
我会对自己的照片精心调整。			-0.783	
我喜欢把自己的照片上传到社交平台上。			-0.725	
我喜欢把我的朋友圈动态弄得丰富多彩。			-0.651	
我的社交动态总是会得到更多关注。			-0.567	
我的朋友圈与众不同。			-0.554	
我常常自我欣赏。			-0.463	
我知道怎样在社交平台保持自己的优势状态。			-0.401	
我很容易让人相信我所说的任何事。				0.75
我比别人能干。				0.629
在审美方面我有不错的品味。				0.534
虽然我并未刻意去引起他人的注意，但仍然常会成为他人关注的中心。				0.488
我是一个特别的人。				0.447

结果表明, 两组被试在 41 个题目上的得分均差异极其显著 (P<0.01)。采用计算题总相关的方法对 41 道题目进行项目分析。结果表明, 所有题目均符合心理测量学指标, 题总相关系数在 0.440-0.717 之间。

根据高低组区分度检验结果, 发现所有题目具有较为良好的区分度, 能够在各题项有效区别高分组和低分组的被试; 对剩余数据进行探索性因素分析。

3.2 效度分析

3.2.1 探索性因素分析

项目分析满足条件后, 采用主成分分析正交旋转对 354 份问卷进行探索性因素分析。

样本适当性度量值 KMO 系数为 0.952, 表明数据符合球形检验, 适合进行探索性因素分析。其次, 采用主成分正交旋转法进行探索性因素分析, 在删去 11 个题项之后各维度基本稳定; 其中, 选取特征值大于 1 的维度, 共分为四个维度, 四个维度能解释总变异的 56.668%。将四个维度根据内容分别为权欲、特权感、自我钦羡、特优越感; 其题目在各个维度上的分布基本与最开始的理论构想一致。

3.2.2 验证性因素分析

采用 Amos 对 473 份有效问卷进行验证性因素分

析, 结果如下表 2。

由表 2 可知, χ^2/df 的值为 2.826, 小于 3, 适配理想; RMSEA 为 0.071, 小于 0, 08, 可接受; GFI, CFI, IFI, TLI 均接近 0.9, ; 综合来看, 权欲、特权感、自我钦羡、优越感整体的模型适配可接受。

表 2 整体拟合系数表

χ^2/df	RMSEA	GFI	CFI	IFI	TLI
2.826	0, 071	0.853	0.896	0.872	0.857

3.2.3 效标关联效度

以自尊量表作为效标, 对自恋人格量表进行效标关联效度检验, 结果见表 3。

结果表明, 修订版自恋量表总分以及其 4 个维度, 权欲、特权感、自我钦羡、优越感都与自尊总分呈显著正相关, 且修订版自恋人格量表的各个维度以及总分之间的相关均显著。

3.3 信度分析

修订版自恋人格量表的内部一致性信度为 0.944, 信度良好; 其中权欲、自我钦羡、优越感、特权感四个维度的内部一致性信度分别为 0.911、0.888、0.820 以及 0.799。

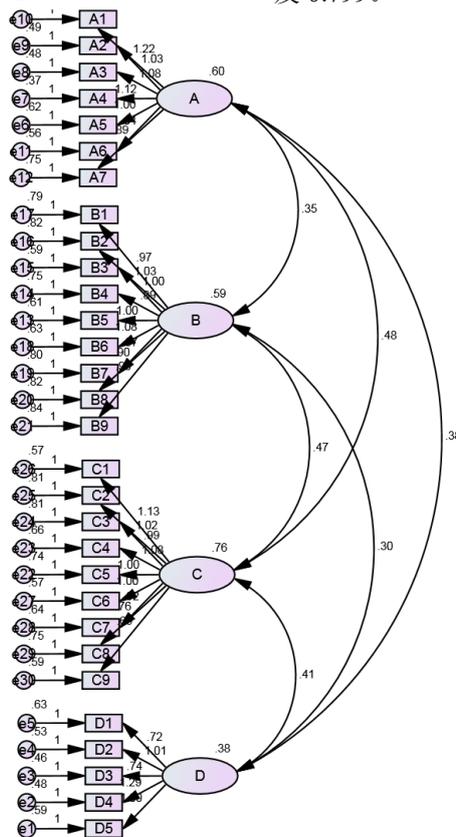


图 1 结构方程模型

表3 校标关联效度

	自恋总分	因素 1	因素 2	因素 3	因素 4
因素 1	0.359**				
因素 2	-0.124**	0.542**			
因素 3	0.251**	0.670**	0.621**		
因素 4	0.403**	0.668**	0.514**	0.640**	
自尊总分	0.245**	0.841**	0.812**	0.885**	0.784**

表4 内部一致性系数

克隆巴赫 Alpha	项数
0.956	30

3.4 人口学变量分析

首先对性别进行独立样本 t 检验,结果表明,性别在自恋总分、权欲、自我倾羨、优越感上的差异不显著,但在特权感维度上差异显著,女生得分均低于男生。通过方差分析探究不同学历的被试在自恋总分以及四个维度上的差异,结果显示其差异均显著。此外,年龄和自恋总分、权欲、特权感、自我钦羨和优越感均无显著相关。

4 讨论

以往的研究比较了使用 Facebook 和不使用 Facebook 的群体在自恋量表上的得分差异,发现使用 Facebook 的被试在自恋、孤独感上具有更高的得分,以及具有更低的责任心;但是本次问卷修订虽然讨论了个体在社交平台上的使用差异,但是并没有探讨使用与否的差异以及个体在使用频率上的差异;此外,本次量表修订的效标过于单一;以往的研究表明自我幸福感量表、人格问卷、攻击性行为量表都与自恋的关系显著;在之后的研究中可以通过以上工具,进一步完善该量表。

在本次修订的量表的过程中,在初始题目的形成中,作者参照了不同文章对于自恋人格量表的翻译、改编或者修订的量表上的不同题目,并且主要是参考了因子载荷较大的题目;带来一个相应的问题就是造成模型的混乱,比如题项中的:我喜欢成为他人关注的焦点,在不同的文献中属于不同的维度;因此类似题目的改编会对模型造成一定影响。在数据分析过程中,作者尝试将有多个因子载荷的题目删掉再进行数据分析,但是分析出的维度就会受到较大影响,原本理论假设的 4 个维度变成了 3 个,并且在题项上的分布也完全不同于预期;因此这也是导致最后模型拟合度不是很

良好的原因。希望这样的问题可以在之后的研究中通过题目的设置进行改进。

在以往对自恋人格量表的编制或者修订中,所有与网络社交有关的题项都被划分到了自我钦羨维度,但是这些题项并不是完全意义上是对于自己身体的迷恋,还有类似于在 NPI 夸大的自我表现欲维度上的含义,因此,到底在网络平台上的自我表现属于自我钦羨还是夸大的自我表现或者是否存在其他的关系有待进一步的探讨。

参考文献

- [1] 郑涌,黄藜.(2005).显性自恋与隐性自恋:自恋人格的心理学探析.心理科学(05),1259-1262.
- [2] Paulhus D L, Williams K M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36(6), 556-563.
- [3] 丁倩,张永欣,魏华,牛更枫 & 周宗奎.(2016).大学生自恋人格、自拍行为与积极情绪的关系.中国临床心理学杂志(03),519-522.
- [4] 周晖(女),周晖(男) & 张豹.(2010).自恋与共情及亲社会行为的关系.中国临床心理学杂志(02),228-231.
- [5] Fukunishi I, Nakagawa T, Nakamura H, et al.. (1996). Relationships between type a behavior, narcissism, and maternal closeness for college students in Japan, the United States of America, and the Peoples Republic of China. *Psychological Reports*, 78(3), 939 - 944.
- [6] Foster J D, Campbell W K, Twenge M. (2003). Individual differences in narcissism: Inflated self-view across the lifespan and around the world. *Journal of Research in*

- Personality, 37(6), 469–486.
- [7] Wink P, Gough H G. (1990). New narcissism scales for the California Psychological Inventory and MMPI. *Journal of Personality Assessment*, 54, 446-463.
- [8] Raskin R, Terry H. (1988). A principal2components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of it's construct validity. *Journal Personality and Social Psychology*, 54(5), 890 -902.
- [9] Emmons R A. (1984). Factor analysis and construct oh the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 48(3), 292-300.
- [10] Kubarych T S., Deary I J., Austin E J. (2004). The narcissistic personality inventory: factor structure in a Non2clinical sample. *Personality and Individual Difference*, 36, 857 – 872.
- [11] Ames D. R.,Rose P.,Anderson C. P.(2006).The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40(4), 440-450.
- [12] Gentile B., Miller J.D. Hoffman B. J., et al.. (2013). a test of two brief measures of grandiose narcissism: The narcissistic personality inventory-13 and the narcissistic personality inventory-16. *Psychological Assessment*, 25(4), 1120-1136.
- [13] 程浩,张向葵,崔力炎 & 郭铜壑.(2020).13 条目自恋人格量表中文版的信度效度研究. *中国临床心理学杂志*(03), 487-491.
- [14] 姚琦,马华维,阎欢, & 陈琦.(2014).心理学视角下社交网络用户个体行为分析. *心理科学进展*, 22(010), 1647-1659.
- [15] 杨秀娟,周宗奎,刘庆奇 & 牛更枫.(2017).自恋与社交网站使用的关系. *心理科学进展*(09), 1552-1564.
- [16] 侯娟,田帅,孙鑫琰,谢思怡,曹庆勋,王小雅 & 方晓义.(2020).大五人格对社交网站使用方式的影响: 自恋的中介作用. *中国临床心理学杂志*(06), 1202-1208.
- [17] Davenport, S. W., Bergman, S. M., Bergman, J. Z., & Fearington, M. E. (2014). Twitter versus facebook: exploring the role of narcissism in the motives and usage of different social media platforms. *Computers in Human Behavior*, 32(mar.), 212-220.
- [18] Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58(May), 89-97.
- [19] 严顺琴 & 张宁.(2009).自恋与自尊:社会赞许性的中介作用. *应用心理学*(01), 56-61.
- [20] 杨福义.(2006).内隐自尊的理论与实验研究(博士学位论文,华东师范大学).
- 版权声明:** ©2025 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

**OPEN ACCESS**