



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ARASINDA SOSYAL MEDYADAKİ GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU YAYGINLIĞININ FARKLI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

*Examination In Terms of Different Variables of Prevalence of Fear of Missing Out Among
College Students*

Haydar HOŞGÖR

Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, hosgorsen.haydar@gmail.com

Öğr. Gör. Sema KOÇ TÜTÜNCÜ

İstanbul Şişli Meslek Yüksekokulu, İlk ve Acil Yardım Programı, sema.koc@sisli.edu.tr

Öğr. Gör. Derya GÜNDÜZ HOŞGÖR

İstanbul Şişli Meslek Yüksekokulu, İlk ve Acil Yardım Programı, deryagunduz.hosgor@sisli.edu.tr

Öğr. Gör. Özden TANDOĞAN

Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Ebelik Bölümü, ozdentandogan@halic.edu.tr

Hoşgör, H; Koç Tütüncü, S.; Gündüz Hoşgör, D. & Tandoğan, Ö. (2017). "Üniversite Öğrencileri Arasında Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Yaygınlığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi", Vol:3, Issue:17; pp: 213-223 (ISSN:2149-8598)

ARTICLE INFO

Article History

Makale Geliş Tarihi

Article Arrival Date

25/11/2017

Makale Yayın Kabul Tarihi

The Published Rel. Date

21/12/2017

Anahtar Kelimeler

SMGKK, Sosyal Medya,

Sosyal Ağlar, Akıllı Telefon,

Öğrenci

Keywords

FoMO, Social Media, Social

Networks, Smartphone,

Student

ÖZ

Günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olan akıllı telefonlar, bireylerin sanal dünyada daha fazla yer almalarında önemli bir unsurdur. Özellikle gençlerin yoğun ilgi gösterdiği sosyal medya, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) adı verilen yeni bir fenomenin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Üniversite gençliğini daha fazla etkilediği bilinen FoMO konusunda, Türkçe alan yazında yapılmış olan çalışma oldukça sınırlıdır. Üniversite öğrencilerinde FoMO'nun yaygınlığını incelemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmanın verileri 210 öğrenciden toplanmıştır. Araştırma sonucunda üniversite öğrencileri arasında FoMO yaygınlığının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca FoMO'ya yatkın öğrencilerin; yanlarında sürekli şarj cihazı taşıdığı, uyanır uyanmaz akıllı telefonlarını kontrol ettiği, yatağa akıllı telefonla girdiği, her gün aktif olarak sosyal medyaya bağlandığı, akıllı telefonlarını günlük en az 50 kez kontrol ettiği, en az 7 yıldır bir sosyal medya hesabına sahip olduğu, en az 4 farklı sosyal medya hesabında üyeliği bulunduğu ve günde en az 7 saatini sosyal medyada geçirdiği belirlenmiştir.

ABSTRACT

Smartphones, which have become an integral part of daily life, are an important element in enabling individuals to more take part in the virtual world. Social media, which is particularly attracted by young people, has led to the emergence of a new phenomenon called of Fear of Missing Out (FoMO). In the topic of FoMO, which is known to have more effect on university youth, the study done in the Turkish literature is very limited. The data of the study carried out in order to examine the prevalence of FoMO in university students were collected from 210 respondents. As a result of the research, it was determined that the FoMO prevalence was moderate level among the university students. Carrying a charger at all times, checking smartphone upon wake-up, spending time with smartphone before sleep, connecting to social media actively every day, checking smartphone at least 50 times a day, having a social media account for at least 7 years, membership in at least 4 different social media accounts, and spending at least 7 hours per day on social media were common behaviors among FoMophobic individuals.

1. GİRİŞ

Sosyolojik bir birim olarak insanlar da tıpkı hayvanlar gibi belli bir gruba dahil olma isteği eğilimindedirler. Günümüzde bu gruplara aidiyet hisseden bireyler yalnızca fiziksel değil, sanal ortamlarda da varlık gösterebilmektedir. Her iki durumda da grup üyelerinin belirli bir zaman diliminde birbirlerinin ne yaptıklarını anlama ihtiyacı, her bir bireye ayrı bir önem kazandırmaktadır (Abel, 2016: 33). Esasen sosyal olarak bağlantıda kalmayı istemek, başkalarının ne yaptığını merak

edip bilmek istemek ve tecrübeleri ödüllendirmenin bir parçası olmak bebeklik çağından itibaren var olan temel bir insani ihtiyaçtır ve bu nedenle yalnızca sosyal medya kullanımı ile sınırlı değildir. Bununla birlikte sosyal medyanın sürekli erişilebilirliğinden dolayı bağlanma, paylaşma, tanınma ve arkadaşlarla deneyimler yaşama seçenekleri önemli ölçüde artış göstermiştir (Fuster vd., 2017: 24).

İçinde bulunduğumuz yüzyıldaki teknolojik gelişmelerle beraber insanların hayatlarında hem makro hem de mikro düzeyde birtakım küresel dönüşümler meydana gelmiştir. Bu teknolojik gelişmelerden özellikle akıllı mobil telefonların hayatımıza girmesiyle birlikte, daha önceden başka cihazlarla yaptığımız birçok şeyi artık tek bir cihaz üzerinden yapmak mümkün hale gelmiştir (Akıllı K ve Gezgin, 2016: 52). Akıllı telefonları vasıtasıyla kolaylıkla internete bağlanabilen bireyler, çeşitli uygulama programlarını indirebilmekte, her türlü güncellemeleri gerçekleştirebilmekte, mesajlaşabilmekte, elektronik postalarını kontrol edebilmekte, çevrimiçi müzik dinleyip, film izleyebilmekte, Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal paylaşım ağlarına bağlanabilmekte, Google gibi arama motorlarında sörf yapabilmekte, her türlü bilgi ve haber sitesini okuyabilmekte, oyun oynayabilmekte, fotoğraf çekebildiğinde, faturalarını ödeyebilmekte, online haldeyken alışveriş yapabilmekte ve hatta yemek siparişi verebilme gibi daha pek çok kolaylığın keyfini sürebilmektedir (Hoşgör vd., 2017: 576). Böylelikle 7/24 iletişim halinde kalılabilmekte ve sosyal medya ağları ile etkileşimde bulunma fırsatı ve sıklığı artmaktadır.

Mobil internet, bulut depolama hizmetleri ve sosyal medya uygulamaları gibi yeni mobil hizmetlerin sunulmasıyla birlikte, mobil cihaz ve teknolojilerin benimsenip kullanılma oranları da dünya ölçeğinde artış göstermiştir (Arpacı, 2017: 1). Bu konuda "We are Social" web sitesi tarafından yayınlanan "Digital in 2017 Global Overview" raporu internet, mobil ve sosyal medya kullanıcı istatistikleri ile ilgili olarak oldukça önemli veriler sunmaktadır. Dünya nüfusunun yarısından fazlasının en az 1 tane akıllı telefona sahip olduğu bilgisine yer verilen raporda, Türkiye'ye ait veriler de yer almaktadır. Rapora göre; Türkiye'de 48 milyon internet ve aktif sosyal medya kullanıcısı, 71 milyona yakın mobil hat aboneliği ve akıllı telefonu üzerinden sosyal medyaya bağlanan 42 milyon kullanıcı mevcuttur. En fazla kullanım oranına sahip başlıca sosyal medya platformlarının Youtube (%57), Facebook (%56), Instagram (%45), Twitter (%44) ve WhatsApp (%40) olduğu; Tumblr (%19), Snapchat (%19) ve Pinterest (%19)'in ise en az kullanım oranına sahip olduğu raporlanmıştır. 2016 verileri ile kıyaslandığında, bir yıllık bir zaman diliminde Türkiye'deki internet kullanıcı sayısının %4, aktif sosyal medya kullanıcı sayısının ise %17 arttığı tespit edilmiştir. Raporun en çarpıcı sonuçlarından bir diğeri ise; kullanıcıların gün içerisinde ortalama 7 saatini bilgisayar karşısında, 3 saatini akıllı telefonları üzerinden internete bağlanarak, 3 saatlerini ise sosyal medya ortamlarında geçirdikleri bilgisidir. Bu bağlamda Türkiye'de de akıllı telefonlar üzerinden sosyal medyaya bağlanma durumunun, dünya genelinde olduğu gibi, giderek yaygınlaştığını ifade etmek mümkündür.

Sosyal etkileşim ve içerik oluşturma bağlamında çeşitli teknolojik etkinliklerden oluşan bir yapı olarak karşılık bulan sosyal medya kavramı, bireylerin kendilerini oldukları gibi veya olmak istedikleri bir kimlikle diğerlerine tanıtılabildiği ve onlarla etkileşime geçebildiği bir dünyanın kapılarını aralama fırsatı sunmaktadır (Doğan ve Karakuş, 2016: 58). Günümüzde sosyal ağlar, özellikle gençlere, çeşitli etkinlikler, olaylar ve konuşmalar gibi gerçek zamanlı aktivitelere çok kolay ve hızlı erişim olanağı sağlamaktadır. Genç bireyler bu bilgi yoğunluğu içinde günlerinin büyük bir kısmını sosyal ağlarda bilgi paylaşmakla, gündemi izlemekle ve mevcut durumlarını güncellemekle geçirebilmektedirler (Gökler vd. 2016: 54). Bununla ilgili olarak Baker vd. (2016: 275) genç erişkinlerin neredeyse dörtte üçünün, akranlarının-arkadaşlarının neler yaptığının gözden kaçırma riskiyle karşı karşıya kaldıklarında tedirginlik duydukları belirtmektedir. Mevcut literatürde FoMO (Fear of Missing Out) olarak yer alan bu tedirginlik hali ise negatif ruhsal ve duygusal durumlardan kaçınmak ve bu döngüden uzaklaşmak isteyen bireyleri, özellikle de lise ve üniversite dönemindeki gençleri birer sosyal medya tüketicisi durumuna itebilmektedir.

Genellikle kavramsal psikolojinin bir konusu olarak düşünülen FoMO, bireylerin psikoloji durumlarının bir türünü yansıtmaktadır (Song vd., 2017: 734). Literatürde bu olgunun temellendirilmesinde çoğunlukla Özerk-Benlik (Self-Determination) Kuramı'na atıf yapılmaktadır. Özerk Benlik Kuramı'na göre insanlar gelişmek için doğuştan bir eğilim taşıyan aktif organizmalardır. Ancak bu eğilim kendiliğinden etkinleşmemekte, sosyal çevrenin desteğiyle ortaya çıkmaktadır. O nedenle, insanoğlunun faaliyetleri sosyal bağlam tarafından bazen kolaylaştırılmakta, bazen de zorlaştırılmaktadır. Bu bağlamda aktif organizma ile sosyal bağlam arasındaki etkileşim, Özerk Benlik

Kuramı'nın davranış, deneyim ve gelişim hakkındaki yordamlarına temel oluşturmaktadır (Kart E. ve Güldü, 2008: 190).

Alan yazında fırsatı kaçırma ve bir şeylerden eksik kalma ile ilgili deneyimlenen bir korku olarak yer alan FoMO, gündemi kaçırma korkusu olarak da bilinmektedir. İnternet ve sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanan bireylerde görülen FoMO, sosyal medyada paylaşılan bir gönderiden, bir durum güncellemesinden, son olaylardan ve çeşitli deneyimlerden haberdar olmama, yani bilgilendirme çemberinin dışında kalma kaygısı sonucunda ortaya çıkan bir sorundur (Eşitti, 2015: 80). FoMO; bireyin, başkalarının kendisinden daha tatmin edici deneyimler yaşadığı düşüncesine sahip olması dolayısıyla, sürekli bağlantıda (online) kalarak sanal çevresinin ne yaptığını takip etmek konusunda güçlü bir istek duyması (Alt, 2015: 111) olarak da ifade edilmektedir.

Literatürde FoMO kavramıyla ilgili olarak şu noktaların altı sıklıkla çizmektedir (Dossey, 2014: 69; Przybylski vd., 2013; Gezin vd., 2017: 156; Zunic, 2017: 4; Swar ve Hameed, 2017: 149):

- ✓ FoMO, sosyal medya kullanımının arkasındaki itici bir güçtür.
- ✓ Özellikle tüm dünyada yaygın olarak kullanılmakta olan Facebook, Instagram, Twitter ve Snapchat'in FoMO davranışında önemli bir payı mevcuttur
- ✓ FoMO düzeyi gençlerde, özellikle de genç erkeklerde daha yüksektir.
- ✓ Bireylerin yaşam tatminleri ve tatmin ihtiyaçlarındaki düşüklük, yüksek FoMO düzeyi ile bağlantılıdır.
- ✓ Düşük yetkinlik ve özerklik düzeyine sahip olan bireyler FoMO'ya daha meyillidir.
- ✓ Sosyal medyada herhangi bir paylaşım yapıp yapılmadığı, gelen mesaj, e-mail ve güncellemelerin kontrolü gibi farklı sebeplerle akıllı telefonların sürekli kontrol edilmesi FoMO'nun gelişmesiyle yakından ilgilidir
- ✓ Ders esnasında sınıflarında sosyal medya kullanan öğrencilerde FoMO düzeyi yüksektir.

Günümüzün en önemli sanal iletişim ortamlarından olan sosyal medya, uzakta oldukları sürece sosyal çevrelerinde olup bitenlerle sürekli bağlantılı olma ihtiyacı hisseden bireyler için aslında bir anlamda verimli ve düşük maliyetli bir iletişimin yollarını sunmaktadır. Sosyal medyada fazladan geçirilen zamanın, bireylerin FoMO düzeylerine yapacağı etki göz önünde bulundurulduğunda, Hetz vd. (2015: 267) tarafından yapılmış olan çalışma sonuçları bu bilginin tersini işaret etmesi bakımından önemlidir. İlgili çalışmada, yurtdışında eğitim görmekte olan öğrencilerin %84'ünde FoMO'nun görülmediği tespit edilmiştir. Bu bağlamda eş, aile ve arkadaşlarla sosyal medya üzerinden irtibat kurmak ve bu kişiler ile yakın takip içerisinde olmak öğrenciler için bir anlamda zorunluluk olarak algılandığı için FoMO düzeyleri üzerinde etkili olmadığı yorumunda bulunmak mümkündür.

Al-Menayes (2016: 42); bu fenomen hakkında çok az şey bilindiğini, FoMO'nun yüksek içsel motivasyon ile olumsuz, yüksek dışsal motivasyon ile olumlu bir ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Stead ve Bibby (2017) tarafından 18-30 yaş arasındaki 495 katılımcı ile gerçekleştirilen çalışmada bireylerin FoMO düzeyleri ile duygusal durumları ve psikolojik iyi oluş halleri arasında negatif ilişki; problemleri internet kullanım düzeyleri arasında ise pozitif anlamlı ilişkinin olduğu saptanmıştır. Marlina (2017) tarafından 18-25 yaş arasındaki gençler üzerinde gerçekleştirilmiş olan çalışma da internet bağımlılığı eğilimi ile FoMO arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğu ifade edilmiştir. Literatürde FoMO hakkındaki bilgilerin genellikle dışsal belirtilere odaklandığı ve bunların ise zorlayıcı davranış veya sosyal hastalık olarak nitelendirildiği görülmektedir. Bazı durumlarda FoMO'nun dışsal belirtileri, kişinin kariyerini veya toplumsal duruşunu daha iyi noktalara taşımak ve kendisi hakkında pozitif bir imaj tesis etmek gibi farklı açılardan ele alınabilir. Fakat bilimsel görüş ve tartışmaların pek çoğunda FoMO'nun tedavi edilmesi ve yönetilmesi gereken olumsuz bir takıntı; hatta hastalık olduğu vurgusuna yer verilmektedir.

Dünyada bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişim gösterdiği ve katlanarak devam ettiği bir çağda FoMO olgusu, son zamanlarda bilim insanlarının ilgisini daha da cezbetmeye başlamıştır (Hato, 2013: 4). Buna rağmen, literatür incelendiğinde FoMO hakkında Türkiye'de yapılmış olan çalışmaların oldukça yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmalardan ilki Onay vd. (2015) tarafından yapılmış olup, FoMO ile iş tatmini ve ağ kurma davranışı arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bir diğer çalışma Gökler vd. (2016) tarafından yapılmış ve Przybylski vd. tarafından geliştirilen FoMO ölçeğinin Türkçe'ye geçerlik ve güvenilirliği değerlendirilmiştir. Son çalışma ise Gezin vd. (2017) tarafından, Gökler vd. (2016)'nin geçerlik ve güvenilirlik değerlendirmesi sonucunda Türkçe'ye kazandırdığı ölçek

kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla FoMO konusunun ele alınıp irdelendiği bu çalışmanın, mevcut literatürdeki boşluğun giderilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu çalışmanın temel amacı; üniversite öğrencilerinde FoMO'nun görülme sıklığını incelemektir. Bu kapsamda, aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- I. Öğrencilerin FoMO düzeyi nedir?
- II. Öğrencilerin FoMO düzeyleri ile aşağıdaki değişkenler arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
 - ✓ Cinsiyet,
 - ✓ Bölüm,
 - ✓ Yaş,
 - ✓ Akıllı telefon kullanma süresi,
 - ✓ Akıllı telefonu günlük kontrol edilme sıklığı,
 - ✓ Yanında şarj cihazı taşıma durumu,
 - ✓ Uyanır uyanmaz akıllı telefon kontrol etme durumu,
 - ✓ Uyumadan önce akıllı telefonla (yatakta) vakit geçirme durumu,
 - ✓ Akıllı telefonu gece kapatma durumu,
 - ✓ Sosyal medya hesaplarına sahip olma süresi,
 - ✓ Sosyal medyada sahip olunan hesap sayısı,
 - ✓ Akıllı telefon üzerinden aktif olarak sosyal medya kullanımı,
 - ✓ Günlük sosyal medya kullanım süresi

Tarama yöntemiyle gerçekleştirilen bu çalışmada, verilerin toplanmasında anket yönteminden faydalanılmıştır. Çalışmanın örneklemini İstanbul ilindeki bir vakıf üniversitesinde farklı bölümlerde (sağlık-sağlık dışı) eğitim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Toplamda 210 kullanılabilir anketin elde edildiği çalışmada veriler, 16.10.2017-27.10.2017 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışmaya katılmayı kabul eden öğrencilerin, en az bir sosyal medya hesabına ve akıllı telefona sahip olmaları ön koşulu aranmıştır. Verilerin toplanmasında Przybylski vd. (2013) tarafından geliştirilip, Gökler vd. (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan FoMO (Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) ölçeği kullanılmıştır. Toplamda 10 soru ifadesini içeren ve tek boyutlu bir yapıya sahip olan ölçekte 5 noktalı Likert ölçeği kullanılmıştır (1: Hiç doğru değil; 5: Aşırı şekilde doğru). Kişilerin ölçekten aldıkları puan 10-50 arasında değişmekte olup, ölçeğin belirli bir kesim noktası mevcut değildir. Ölçekten alınan puan arttıkça, katılımcıların sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korku düzeyleri de yükselmektedir. Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının orijinal ölçek için 0,95; Türkçe'ye uyarlanan versiyonu için ise 0,81 olarak hesaplandığı raporlanmıştır. Bu çalışmada ise 0,84 olduğu tespit edilmiştir. Bu katsayısının 0,60 ile 0,80 arasında olması ölçeğin oldukça güvenilir, 0,80 ile 1,00 arasında olması ise yüksek derecede güvenilir olması anlamına gelmektedir (Akyüz, 2014: 353). Bu açıdan ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir bir iç tutarlılığa sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Katılımcıların demografik niteliklerine ait veriler ise; cinsiyet, bölüm, yaş, akıllı telefon kullanma süresi, akıllı telefonu günlük kontrol etme sıklığı, yanında şarj cihazı taşıma durumu, uyanır uyanmaz akıllı telefon kontrol etme durumu, akıllı telefonu gece kapatma durumu, sosyal medya hesaplarına sahip olma süresi, sosyal medyada sahip olunan hesap sayısı, akıllı telefon üzerinden aktif olarak sosyal medya kullanımı ve günlük sosyal medya kullanım süresi gibi değişkenleri içeren ölçekler kullanılarak toplanmıştır. Verilerin toplanmasından önce öğrenciler; konu, içerik ve ankete katılımın gönüllülük çerçevesinde yapılacağı hususlarında bilgilendirilmiştir. Analiz türüne karar verilmeden önce, toplanan verilerin nasıl bir dağılım gösterdiği incelenmiştir. Yapılan Kolmogorov-Smirnov Testi'nde verilerin normal dağılıma uygunluk göstermediği tespit edilmesine üzerine, toplanan verilerin basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerlerine bakılmış ve -1 ile +1 arasında dağılım gösterdikleri görülmüştür (Tablo 2). Kline (2005) normal dağılım için basıklık değerinin -10 ile +10, çarpıklık değerinin ise -3 ile +3 aralığı içerisinde yer alması gerektiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilerek parametrik testlerden bağımsız gruplar için t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmıştır. Bunun yanı sıra sıklık, yüzde, ortalama, standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiklerden de faydalanılmıştır.

3. BULGULAR

Demografik niteliklere ait verilerin yer verildiği Tablo 1 incelendiğinde; katılımcıların %73,3'ünün kadınlardan, %62,9'unun sağlıkla ilgili bir bölümde okuyanlardan, %39'unun 20'den küçük yaşta olanlardan, %59,5'inin 4-6 yıldır akıllı telefon kullananlardan, %35,2'sinin akıllı telefonlarını günlük 17-32 kez kontrol edenlerden, %51,9'unun yanlarında şarj aleti taşıyanlardan, %81,9'unun uyanır uyanmaz akıllı telefonlarını kontrol edenlerden, %94,3'ünün uyumadan önce akıllı telefonları ile zaman geçirenlerden, %88,1'inin akıllı telefonlarını gece kapatmayanlardan, %40,5'inin 4-6 yıldır en az bir sosyal medya hesabına sahip olanlardan, %32,9'unun en az dört adet sosyal medya hesabına sahip olanlardan, %81,4'ünün akıllı telefonları üzerinden aktif olarak sosyal medya kullanıcılarından ve %41'inin ise günlük 1-3 saat arasında sosyal medya kullananlardan oluştuğu görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Nitelikleri

Değişkenler		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	154	73,3
	Erkek	56	26,7
Bölüm	Sağlık	132	62,9
	Diğer	78	37,1
Yaş	20'den Küçük	82	39,0
	20-22 Arası	78	37,1
	23 ve Üzeri	50	23,8
Akıllı Telefon Kullanma Süresi	1 Yıldan Az	4	1,9
	1-3 Yıl Arası	35	16,7
	4-6 Yıl Arası	125	59,5
	7 Yıldan Fazla	46	21,9
Akıllı Telefonu Günlük Kontrol Etme Sıklığı	1-16 Kez	35	16,7
	17-32 Kez	74	35,2
	33-49 Kez	39	18,6
	50 ve Üzeri Kez	62	29,5
Yanında Şarj Cihazı Taşıma Durumu	Evet	109	51,9
	Hayır	101	48,1
Uyanır Uyanmaz Akıllı Telefon Kontrol Etme Durumu	Evet	172	81,9
	Hayır	38	18,1
Uyumadan Önce Akıllı Telefonla Vakit Geçirme Durumu	Evet	198	94,3
	Hayır	12	5,7
Akıllı Telefonu Gece Kapatma Durumu	Evet	25	11,9
	Hayır	185	88,1
Sosyal Medya Hesabına Sahip Olma Süresi	1-3 Yıl Arası	51	24,3
	4-6 Yıl Arası	85	40,5
	7 Yıldan Fazla	74	35,2
Sosyal Medyada Sahip Olunan Hesap Sayısı	1 Tane	35	16,7
	2 Tane	56	26,7
	3 Tane	50	23,8
	4 ve Üzeri Tane	69	32,9
Akıllı Telefon Üzerinden Aktif Olarak Sosyal Medya Kullanımı	Evet	171	81,4
	Hayır	39	18,6
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	1 Saatten Az	29	13,8
	1-3 Saat Arası	86	41,0
	4-6 Saat Arası	65	31,0
	7 Saat ve Üzeri	30	14,3

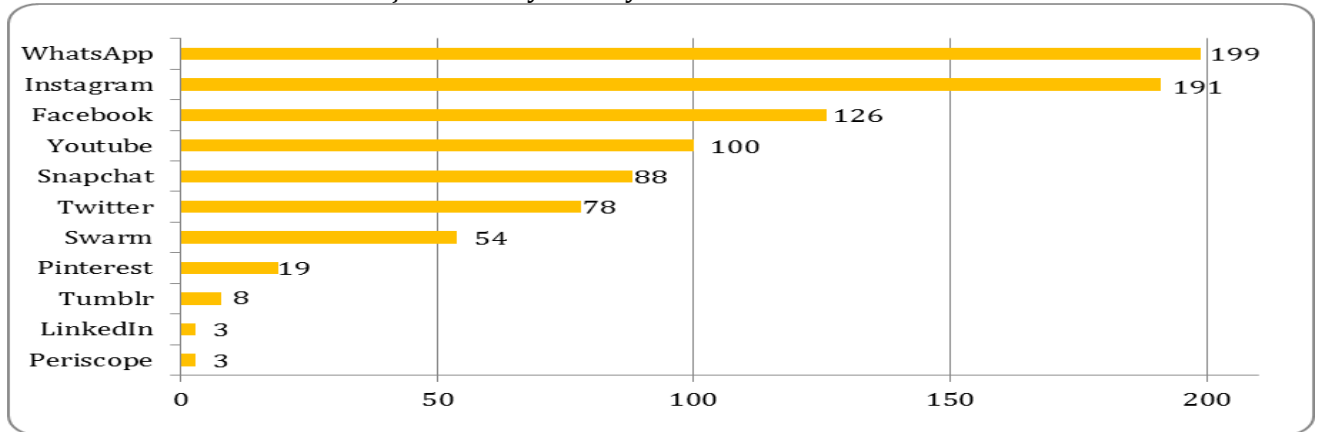
FoMO ölçeğine ait tanımlayıcı bilgilerin yer aldığı Tablo 2 incelendiğinde; katılımcıların genel ölçek ortalamasının 2,86 olduğu ve soruların yarısına ait ortalamanın, genel ölçek ortalamasından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen veriler itibarıyla, öğrenciler arasındaki FoMO prevalansının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri üzerinde bu altı çizili olarak gösterilen bu beş yargı ifadesinin etkili olduğunu belirtmek mümkündür.

Tablo 2. FoMO Ölçeğine Ait Tanımlayıcı Bilgiler

İfadeler	Ort.	SS	Min.	Maks.	Skewness	Kurtosis
Başkalarının benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım	2,29	1,15	1	5	0,75	-0,25
Arkadaşlarımın benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım	2,19	1,12	1	5	0,93	0,14
Arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim	2,32	1,30	1	5	0,72	-0,69
Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğimde kaygı hissederim	2,29	1,22	1	5	0,65	-0,66
Arkadaşlarımın 'aralarındaki şakaları, muhabbetleri' anlamak benim için önemlidir	<u>3,59</u>	1,20	1	5	-0,95	-0,09
Bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcıyorum harcamadığımı merak ederim	<u>3,21</u>	1,24	1	5	-0,46	-0,91
Arkadaşlarımla buluşmak için bir fırsatı kaçırmış olmak canımı sıkır	<u>3,05</u>	1,27	1	5	-0,23	-1,19
İyi bir zaman geçirdiğimde bunun detaylarını online olarak paylaşmak benim için önemlidir	2,76	1,27	1	5	0,19	-1,08
Planlanmış bir etkinliği kaçırmak canımı sıkır	<u>3,81</u>	1,08	1	5	-1,01	0,47
Tatile çıktığımda arkadaşlarımın ne yaptığını takip etmeye devam ederim	<u>3,08</u>	1,20	1	5	-0,17	-1,07
Genel Ölçek Ortalaması	2,86					

Sahip olunan sosyal medya türlerini gösteren Şekil 1 incelendiğinde, öğrenciler tarafından en fazla kullanım düzeyine sahip olan sosyal medya türlerinin sırayla; WhatsApp, Instagram, Facebook, Youtube, Snapchat, Twitter, Swarm, Pinterest, Tumblr, LinkedIn ve Periscope olduğu görülmektedir.

Şekil 1. Sosyal Medya Türlerinin Kullanım



Katılımcıların FoMO düzeyleri ile demografik nitelikleri arasındaki t testine ait istatistiksel farkların yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde; ölçek ortalaması ile eğitim görülen bölüm arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu anlamlı farklılığın ise sağlık dışındaki bölümlerden kaynaklandığı tespit edilmiştir (ort: 3,13; t: -4,12; p<0,05). Ölçek ortalaması ile yanında şarj aleti taşıma değişkeni arasında, yanında şarj aleti taşıdığını belirtenler lehine anlamlı bir farklılık saptanmıştır (ort: 2,96; t: 2,06; p<0,05). Ölçek ortalaması ile uyanır uyanmaz akıllı telefon kontrolü değişkeni arasında, uyanır uyanmaz akıllı telefonunu kontrol edenler lehine anlamlı bir farklılık saptanmıştır (ort: 2,95; t: 3,78; p<0,05). Ölçek ortalaması ile uyumadan önce akıllı telefonla vakit geçirme değişkeni arasında, uyumadan önce zaman geçirenler lehine anlamlı bir farklılık hesaplanmıştır (ort: 2,90; t: 2,96; p<0,05). Ölçek ortalaması ile akıllı telefon üzerinden günlük bazda aktif olarak sosyal medya kullanım durumu değişkeni arasında, aktif olarak sosyal medya kullandığını belirtenler lehine anlamlı bir farklılık görülmüştür (ort: 2,94; t: 3,41; p<0,05). Diğer taraftan ölçek ortalaması ile katılımcıların cinsiyetleri ve akıllı telefonu gece kapatma durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Tablo 3. T Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
Kadın	154	2,87	0,78	0,44	0,663
Erkek	56	2,81	0,76		
Bölüm	N	Ort.	SS	t	p
Sağlık †	132	2,69	0,72	-4,12	0,000*
Diğer ‡	78	3,13	0,80		
Yanında Şarj Cihazı Taşıma Durumu	N	Ort.	SS	t	p
Evet	109	2,96	0,82	2,06	0,041*
Hayır	101	2,74	0,71		
Uyanır Uyanmaz Akıllı Telefon Kontrol Durumu	N	Ort.	SS	t	p
Evet	172	2,95	0,78	3,78	0,000*
Hayır	38	2,44	0,63		
Uyumadan Önce Akıllı Telefonla Vakit Geçirme Durumu	N	Ort.	SS	t	p
Evet	198	2,90	0,76	2,96	0,003*
Hayır	12	2,22	0,76		
Akıllı Telefonu Gece Kapatma Durumu	N	Ort.	SS	t	p
Evet	25	2,70	0,64	-1,09	0,279
Hayır	185	2,80	0,79		
Akıllı Telefon Üzerinden Günlük Aktif Sosyal Medya Kullanımı	N	Ort.	SS	t	p
Evet	171	2,94	0,79	3,41	0,001*
Hayır	39	2,48	0,61		

*p<0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

† Radyoterapi, Fizyoterapi, İlk ve Acil Yardım, Anestezi, Hemşirelik, Ebelik

‡ İşletme, Maliye, Kamu Yönetimi, Bankacılık ve Sigortacılık

Öğrencilerin FoMO düzeyleri ile demografik nitelikleri arasındaki ANOVA testine ait istatistiksel farkların yer aldığı Tablo 4 incelendiğinde; ölçek ortalaması ile akıllı telefonu günlük kontrol etme sıklığı değişkeni arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır (F: 8,84; p<0,05). Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmış ve farkın akıllı telefonunu 1-16 kez (ort: 2,37) kontrol edenler ile 17-32 kez (ort: 2,78), 33-49 kez (ort: 2,97); 50+ kez (ort: 3,15) kontrol edenler arasında olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla öğrencilerin akıllı telefonlarını kontrol etme sıklıkları arttıkça, FoMO düzeylerinin de yükseldiğini ifade etmek mümkündür.

Ölçek ile sosyal medya hesabına sahip olma süresi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür (F: 3,50; p<0,05). Bu farklılıkların ise 1-3 yıl (ort: 2,63) ile 7+ yıldır (ort: 3,00) sosyal medyayı kullanan gruplar arasında olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla öğrencilerin sosyal medya hesabına sahip olma süreleri arttıkça, FoMO düzeylerinin de yükseldiği yorumunda bulunmak olasıdır.

Ölçek ortalaması ile sosyal medyada sahip olunan hesap sayısı değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (F: 5,61; p<0,05). Bu farkın en az 4 tane (ort: 3,14) sosyal medya hesabına sahip olanlar ile 1 tane (ort: 2,56), 2 tane (ort: 2,75) ve 3 tane (ort: 2,78) hesaba sahip olanlar arasında olduğu hesaplanmıştır. Bu bağlamda öğrencilerin üyesi olduğu sosyal medya hesap sayısı arttıkça, FoMO düzeylerinin de yükseldiği yorumunda bulunmak mümkündür.

Ölçek ortalaması ile günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır (F: 11,49; p<0,05). Bu anlamlı farklılığın ise en az 7 saat (ort: 3,45) sosyal medya kullandığını belirtenler ile 1 saatten az (ort: 2,46), 1-3 saat arasında (ort: 2,69) ve 4-6 saat arasında (ort: 2,97) kullandığını ifade edenler arasında olduğu tespit edilmiştir. Buna göre sosyal medyada geçirilen sürenin arttıkça, FoMO düzeyi ortalamasının da artacağını ifade etmek mümkündür. Diğer taraftan ölçek ortalaması ile katılımcıların yaş ve akıllı telefon kullanma süresi değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu açıdan öğrencilerin FoMO düzeyleri üzerinde yaşın ve akıllı telefon kullanma yılının anlamlı bir farklılığa yol açmadığı söylenebilir.

Tablo 4. ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Yaş	Gruplar Arası	1,88	2	0,94	1,56	0,212
	Gruplar İçi	124,61	207	0,60		
	Toplam	126,49	209			
Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Akıllı Telefon Kullanma Süresi	Gruplar Arası	1,27	3	0,42	0,70	0,554
	Gruplar İçi	125,22	206	0,61		
	Toplam	126,46	209			
Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Akıllı Telefonu Günlük Kontrol Etme Sıklığı	Gruplar Arası	14,43	3	4,81	8,84	0,000*
	Gruplar İçi	112,06	206	0,55		
	Toplam	126,49	209			
Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Sosyal Medya Hesabına Sahip Olma Süresi	Gruplar Arası	4,14	2	2069,00	3,50	0,032*
	Gruplar İçi	122,35	207	0,59		
	Toplam	126,49	209			
Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Sosyal Medyada Sahip Olunan Hesap Sayısı	Gruplar Arası	9,65	3	3,22	5,61	0,001*
	Gruplar İçi	116,84	206	0,57		
	Toplam	126,49	209			
Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Gruplar Arası	18,13	3	6,04	11,49	0,000*
	Gruplar İçi	108,36	206	0,53		
	Toplam	126,49	209			

*p<0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bilgi ve iletişim teknolojileri hayatımızın önemli bir parçasını teşkil eder hale gelmiştir. Kişisel bilgisayarlar, tabletler ve akıllı cep telefonlarını içeren yeni teknolojilerin ve sanal iletişimin artması, bireylerin günlük alışkanlıkları ve davranışlarında birtakım değişikliklere ortam hazırlamıştır. Gittikçe tüm dünyayı etkisi altına almaya başlayan ve etki gücü katlanarak artan bu bilgi ve iletişim teknolojileriyle birlikte, ebeveynler ve öğretmenler, çocukların ve gençlerin bu teknolojilerin aşırı derecede veya yanlış bir şekilde kullanılmasının olası olumsuz sonuçları ve uygulamaları konusunda daha fazla endişe yaşar hale gelmişlerdir (Oberst vd., 2017: 42). Günümüzde bu endişe kaynaklarından en fazla mustarip olunanlardan birisi ise özellikle eğitim dönemindeki gençleri hedef alan FoMO'dur. FoMO ile akıllı telefonlar vasıtasıyla sosyal medya kullanımı arasındaki davranış kalıplarının 210 üniversite öğrencisi ekseninde ele alınıp incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın bulgularını şu şekilde özetlemek mümkündür:

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin FoMO düzeylerinin 2,86 ile orta düzeyde olduğu hesaplanmıştır. Gezgin vd. (2017: 163) tarafından 348 öğretmen adayı üzerinde yapılan çalışmada ise bu ortalamanın 2,46 olduğu tespit edilmiştir.

Öğrenciler tarafından en fazla kullanılan sosyal medya ve mobil iletişim uygulamalarının sırayla; WhatsApp, Instagram, Facebook, Youtube, Snapchat, Twitter, Swarm, Pinterest, Tumblr, LinkedIn ve Periscope olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde Gezgin vd. (2017: 163)'nin çalışmasında da, öğrenciler tarafından en fazla kullanım frekansına sahip olan sosyal mecraların WhatsApp, Instagram ve Facebook olduğu sonucuna varılmıştır. Gökler vd. (2016) tarafından 18 yaş üstü 200 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen çalışmada ise öğrencilerin en fazla üyeliği bulunan hesapların sırayla; Facebook, WhatsApp, Instagram ve Twitter olduğu sonucuna varılmıştır. Sevinç ve Bilgin (2017: 3130) tarafından ilköğretim ve lise dönemindeki öğrencilerin 30 yaş üzerindeki velileri

üzerinde yürütülen çalışmada, yetişkinler tarafından en fazla tercih edilen sosyal medya türlerinin sırayla; Facebook, WhatsApp, Youtube ve Instagram olduğu saptanmıştır.

Çalışmada; sağlık eğitimi verilen bölümler dışında farklı bir alanda öğrenim gören öğrencilerin FoMO'ya daha yatkın oldukları saptanmıştır. Eğitim görülen bölümün sağlık hizmetleriyle ilgili bir alanı kapsamaması, öğrencilerin FoMO'nun negatif etkilerine karşı, diğer bölümlerde okuyan öğrencilere kıyasla daha yüksek farkındalık düzeyine sahip olduklarından kaynaklanıyor olabilir.

Yanlarında sürekli olarak şarj cihazı taşıyan, uyanır uyanmaz akıllı telefonlarını kontrol etme eğiliminde olan, uyumadan önce yatağa akıllı telefonları ile girip zaman geçirdiklerini bildiren öğrencilerin daha yüksek FoMO ortalamasına sahip oldukları belirlenmiştir. Bu gibi durumlar, akıllı telefona olan düşkünlüğün bir göstergesi olabildiği gibi, öğrencilerin FoMO düzeyleri üzerinde de etkiye sahiptir. Sosyal medyada neler olup bittiğini takip etme, paylaşımları izleme, durum güncellemeleri gibi özellikle gençlerin daha fazla sıklıkla akıllı telefonlarına başvurmalarını tetikleyen durumlar göz önünde bulundurulduğunda, çalışma kapsamında ulaşılan bulguların önemi daha da netlik kazanmaktadır. Çünkü tüm bu faaliyetler dizisinin yerine getirilmesi için öncelikle şarj edilmiş bir akıllı telefona ve onun sık periyotlarla yer ve zamandan bağımsız olarak kontrol edilmesine ihtiyaç vardır. Literatürde bu değişkenlerin ele alındığı herhangi bir çalışmaya rastlanmaması dolayısıyla mevcut sonuçları kıyaslamak mümkün değildir.

Akıllı telefonları üzerinden her gün aktif olarak sosyal medyaya giriş yapan öğrencilerin ortalaması, sosyal medyaya aktif olarak bağlanmadığını ifade eden öğrencilerden daha yüksek hesaplanmıştır. Bunlara ek olarak üniversite öğrencilerinin akıllı telefonlarını günlük kontrol etme sıklıkları, sosyal medya hesabına sahip olma süreleri, sahip oldukları sosyal medya hesabı sayıları ve günlük bazda sosyal medya kullanma süreleri ile FoMO ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Abel vd. (2016)'nin çalışmasında katılımcıların FoMO düzeyleri ile sosyal medyada harcadıkları zaman arasında pozitif bir ilişki olduğu raporlanmıştır. Bu araştırmadaki bulguların aksine Gezgin vd. (2017)'nin çalışmasında öğrencilerin sosyal medya hesabına sahip olma süreleri ile FoMO düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Diğer yandan mevcut çalışmada olduğu gibi, öğrencilerin sahip oldukları sosyal medya hesaplarının sayısı ile FoMO düzeyleri arasında anlamlı fark olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur (Gökler vd., 2016; Gezgin vd., 2017).

Diğer taraftan akıllı telefon kullanma süresi ile FoMO ortalaması arasında anlamlı bir farklılık görülmediği sonucuna varılmıştır. Konuyla ilgili olarak Elhai vd. (2016) de ne kadar süredir akıllı telefona sahip olduğu ile FoMO düzeyi arasında bir bağlantı olmadığını, bunun yerine akıllı telefonun nasıl ve hangi amaçlar doğrultusunda kullanıldığına odaklanılması gerektiğini belirtmiştir. Benzer şekilde öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve akıllı telefonlarını gece kapatma durumları ile FoMO ortalamaları arasında da anlamlı bir farklılık olmadığı hesaplanmıştır. Bu çalışmanın bulgularına paralel olarak Jood (2017)'un çalışmasında da yaş ve cinsiyet değişkenleri ile ölçek arasında anlamlı farklılık saptanmadığı raporlanmıştır. Kırık vd. (2015) tarafından 13-19 yaş arasındaki 271 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen çalışmada ise öğrencilerin cinsiyetleri ile anlamlı bir farklılık görülmediği, yaş, internette geçirilen günlük zaman ve sosyal medyayı ziyaret etme sıklığı değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edildiği raporlanmıştır. Amerikan kökenli uluslararası JWT Intelligence (2012) reklam şirketi tarafından 60 genç ve 768 yetişkin ile gerçekleştirilen bir çalışmada ise, Amerikan erkeklerinin kadınlara kıyasla FoMO'ya daha meyilli oldukları raporlanmıştır.

Özellikle en çok öğrencilerin maruz kaldıkları FoMO'nun olumsuz etkilerinden kaçınmak için; sosyal medya, akıllı telefon ve problemleri internet kullanımı gibi FoMO düzeyi ile ilişkili olduğu düşünülen unsurların araştırılması ve öğrencilerin FoMO düzeylerinin kökeninde bu sorunlardan hangisinin yer aldığı belirlenmelidir. Ayrıca medya, eğitim, sağlık ve yerel yönetim otoriteleri tarafından konunun önemini netleştirecek şekilde farkındalık düzeyini yükseltecek organizasyonlar planlanabilir. Öğrencilerin sosyal medya ortamlarından yoksun bırakılmasına katkı sağlayan yöntemler yerine sistematik kontrol sağlanmalıdır. Böylelikle öğrencilerin faydasına olan internet kullanım amaçları desteklenmiş olacaktır. Sosyal medya ortamlarında geçirilen fazla sürenin azaltılabilmesi için öğrencilerin boş zamanlarını değerlendirmelerine yönelik çeşitli sosyal, sanatsal ve spor etkinliklerine yönlendirilmeleri önemli görülmektedir.

5. KAYNAKÇA

- Abel, J.P., Buff, C.L., & Burr, S.A. (2016). "Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment", *Journal of Business & Economics Research*, 14(1): 33-44.
- Akıllı, G.K., & Gezgin, D.M. (2016). "Üniversite Öğrencilerinin Nomofobi Düzeyleri ile Farklı Davranış Örüntülerinin Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (40): 51-69.
- Akyüz, İ. (2014). "Siyasal Pazarlama Yaklaşımı ile Seçim Öncesi ve Sonrası Seçmen Davranışının İncelenmesi", *Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.
- Al-Menayes, J. (2016). "The Fear of Missing Out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction", *International Journal of Applied Psychology*, 6(2): 41-46.
- Alt, D. (2015). "College Students' Academic Motivation, Media Engagement and Fear of Missing Out", *Computers in Human Behavior*, 49: 111-119.
- Arpacı, İ. (2017). "Culture and Nomophobia: The Role of Vertical Versus Horizontal Collectivism in Predicting Nomophobia", *Information Development*, 20(10): 1-11.
- Baker, Z.G., Krieger, H., & LeRoy, A.S. (2016). "Fear of Missing Out: Relationships with Depression, Mindfulness, and Physical Symptoms", *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3): 275-282.
- Doğan, U., Karakuş, Y. (2016). "Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Sitleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Yalnızlık", *Sakarya University Journal of Education*, 6(1): 57-71.
- Dossey L. (2014). "FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment", *Explore: The Journal of Science and Healing* 2(10): 69-73.
- Elhai, J.D., Levine, J.C., Dvorak, R.D. & Hall, B.J. (2016). "Fear of Missing Out, Need for Touch, Anxiety and Depression are Related to Problematic Smartphone Use", *Computers in Human Behavior* 63: 509-516.
- Eşitti, Ş. (2015). "Bilgi Çağında Problemlerli İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlerli İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 49(2): 75-97.
- Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). "Fear of Missing Out, Online Social Networking and Mobile Phone Addiction: A Latent Profile Approach", *Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 35(1): 23-30.
- Gezgin, D.M., Hamutoglu, N.B., Gemikonakli, O., & Raman, I. (2017). "Social Networks Users: Fear of Missing Out in Preservice Teachers", *Journal of Education and Practice*, 8(17): 156-168.
- Gökler, M.E., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S. (2016). "Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe Sürümünün Geçerlilik ve Güvenilirliğinin Değerlendirilmesi", *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17 (Ek. 1): 52-59.
- Hato B. (2013). "Compulsive Mobile Phone Checking Behavior Out of a Fear of Missing Out: Development, Psychometric Properties and Test-Retest Reliability of a C-FoMo-Scale", ANR: 610304. Master's Thesis.
- Hetz, P.R., Dawson, C.L., & Cullen, T.A. (2015). "Social Media Use and the Fear of Missing Out (FoMO) while Studying Abroad", *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4): 259-272.
- Hoşgör, H., Tandoğan, Ö., Hoşgör G, D. (2017). "Nomofobinin Günlük Akıllı Telefon Kullanım Süresi ve Okul Başarısı Üzerindeki Etkisi: Sağlık Personeli Adayları Örneği", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5(46): 573-595.
- Jood, T.E. (2017). "Missing the Present for the Unkown: The Relationship Between Fear of Missing Out (FoMO) and Life Satisfaction", *University of South Africa, Master Thesis*.
- JWT Intelligence (2012), Study: The FOMO Gender Gap, <https://www.jwtintelligence.com/2012/03/data-point-the-fomo-gender-gap/> adresinden 24.11.2017 tarihinde alınmıştır.

- Kart, M.E., & Güldü, Ö. (2008). "Self-Determination Scale: The Adaptation Study", Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences, 41(2): 187-207.
- Kemp, S. (2017). "Digital in 2017 Global Overview", <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> adresinden 23 Kasım 2017 tarihinde alınmıştır.
- Kırık, A.M., Arslan, A., Çetinkaya, A., & Gül, M. (2015). "A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction Among Young People in Turkey", International Journal of Science Culture and Sport, 3(3): 108-122.
- Kline, R.B. (2005). "Structural Equation Modeling", 2nd ed., The Guilford Press, New York, NY.
- Marlina, R.D. (2017). "Hubungan Antara Fear of Missing Out (Fomo) Dengan Kecenderungan Kecanduan Internet Pada Emerging Adulthood", Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Master Thesis.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). "Negative Consequences from Heavy Social Networking in Adolescents: The Mediating Role of Fear of Missing Out", Journal of Adolescence, 55: 51-60.
- Onay, M., Saygın, M., Sakallı Ö, S. (2015). "Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Sağlık Çalışanlarının İş Tatmini ve Ağ Kurma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma", 3. Örgütsel Davranış Kongresi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi: Tokat.
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R., & Gladwell, V. (2013). "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out", Computers in Human Behavior, 29(4): 1841-1848.
- Sevinç, S., & Bilgin, M. (2017). "Yetişkinlerde Sosyal Ağ Kullanımının Beş Faktör Kişilik Özellikleriyle İlişkisi", International Journal of Human Sciences, 14(4): 3126-3157.
- Song, X., Zhang, X., Zhao, Y., & Song, S. (2017). "Fearing of Missing Out (FoMO) in Mobil Social Media Environment: Conceptual Development and Measurement Scale", In iConferenre 2017 Proceedings: 733-738.
- Stead, H., & Bibby, P.A. (2017). "Personality, Fear of Missing Out and Problematic Internet Use and Their Relationship to Subjective Well-Being", Computers in Human Behavior, 76: 534-540.
- Swar, B., & Hameed, T. (2017). "Fear of Missing Out, Social Media Engagement, Smartphone Addiction and Distraction: Moderating Role of Self-Help Mobile Apps-Based Interventions in the Youth", In Proceedings of the 10th International Joint Conference on Biomedical Engineering Systems and Technologies, 5: 139-146.
- Zunic, D. (2017). "The Effects of Social Media and Self-Esteem on the Fear of Missing Out (FoMO) and Delinquent Behavior", Florida Southern College, Doctoral dissertation.