

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) Ölçeği: Sosyal Medya Bağlamına Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin Sınanması

Fear of Missing Out (FoMO) Scale: Adaptation to Social Media Context and Testing its Psychometric Properties

Fatih Çelik¹ , Behçet Yalın Özkara² 



¹Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi,
Vakfıkebir MYO, Pazarlama ve Reklamcılık
Bölümü, Trabzon-Türkiye
²Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Üretim
Yönetimi ve Pazarlama, Eskişehir-Türkiye

ORCID: F.Ç. 0000-0002-3765-5284;
B.Y.Ö. 0000-0002-4178-832X

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Fatih Çelik,
Trabzon Üniversitesi, Vakfıkebir MYO,
Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, T.C.
Trabzon Üniversitesi Vakfıkebir Meslek
Yüksekokulu Cumhuriyet Mahallesi
Cezaevi Caddesi Sağlık Sokak No: 2 61400-
Vakfıkebir-Trabzon-Türkiye
E-posta/E-mail:
fatihcelik2842@gmail.com

Başvuru/Submitted: 10.12.2020

Revizyon Talebi/Revision Requested:
17.06.2021

Son Revizyon/Last Revision Received:
15.12.2021

Kabul/Accepted: 20.12.2021

Online Yayın/Published Online: 25.02.2022

Citation/Atrf: Çelik, F. ve Özkara, B.Y. (2022).
Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) ölçeği:
sosyal medya bağlamına uyarlanması ve
psikometrik özelliklerinin sınanması. *Psikoloji
Çalışmaları - Studies in Psychology*, 42(1):
71-103.

<https://doi.org/10.26650/SP2021-838539>

ÖZ

Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) kavramının ortaya çıkması ile bu konudaki akademik yayın sayısı önemli ölçüde artmaya devam etmektedir. Bireyler FoMO duygusunu genellikle sosyal medya bağlamında yaşıyor olsa da FoMO'yu değerlendirmek için kullanılan ölçeklerin sosyal medya bağlamını doğrudan odağa almadığı görülmektedir. Ayrıca Türkçeye uyarlanmış FoMO ölçeklerinin psikometrik özelliklerinin yeterince sınanmadığı söylenebilir. Bundan dolayı, psikometrik özellikleri açısından güçlü ve sosyal medya bağlamında olan bir FoMO ölçeğinin Türkçe alanyazına kazandırılması bu eksiliği giderebilir. Bu araştırmanın amacı, uluslararası alanyazında geliştirilen Güncel Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ölçeğini (Zhang ve ark., 2020) sosyal medya bağlamında Türkçeye uyarlamaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için Türkiye genelinde 18 yaş üstü sosyal medya kullanan kişilerden oluşan iki ayrı örneklemden çevrimiçi anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Birinci örneklemden ($N = 251$), elde edilen verilerle FoMO ölçeğinin açılımlı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonucunda, ölçeğin orijinalindeki gibi kişisel FoMO ve sosyal FoMO olmak üzere iki faktörlü bir yapı gösterdiği bulunmuştur. Bunun yanında, ikinci örnekleme ($N = 353$) ile doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Bu analiz sonucuna göre, ölçeğin yer aldığı modelin uyum indeksi değerlerinin yeterli seviyede olduğu ve bu şekilde ölçeğin ve iki faktörlü yapısının doğrulandığı görülmüştür. Ayrıca ölçeğin birleşim ve ayrışım geçerliğine sahip olduğu bulunmuştur. Öte yandan, FoMO'nun üst yapı olduğu ikinci düzey DFA sonucunda da modelin uyum indeksi değerlerinin yeterli seviyede olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra, FoMO'nun öncül değişken rolünü test etmek için gerçekleştirilen yol analizine göre, FoMO akıllı telefon bağımlılığı, günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ve günlük ortalama sosyal medya kontrol etme sıklığını pozitif olarak yordamaktadır. Öte yandan, her iki örneklemden toplanan verilerle yapılan analizler sonucunda içsel tutarlılık ve birleşik güvenilirlik açısından ölçümün güvenilir ve madde analizleri neticesinde ölçekte yer alan tüm maddelerin ayırt edici olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, bu çalışma sosyal medya bağlamında FoMO'yu incelemede geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak ilgili ölçeğin kullanılabilmesine yönelik anlamlı katkılar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gelişmeleri kaçırma korkusu, FoMO, sosyal medya, ölçek uyarlama

ABSTRACT

With the emergence of the concept of fear of missing out (FoMO), the number of academic publications on this subject continues to increase. Although individuals generally experience the FoMO feeling in the context of social media, the scales used for the operationalization of FoMO do not directly focus on this context. Moreover, in the previous studies of FoMO scales adapted to Turkish, the psychometric characteristics had not been adequately evaluated. Therefore, adapting a FoMO scale to Turkish in the context of social media, which is robust in terms of psychometric characteristics, can address this gap. This study aims to adapt the new and updated FoMO scale (Zhang et al., 2020) to Turkish in the context of social media. Two samples of data were collected from participants across Turkey, who are over 18 years and are social media users, by using an online survey. An exploratory factor analysis was used for the first sample ($N = 251$) and a two-factor structure emerged as personal and social FoMO similar to the original updated scale. A confirmatory factor analysis (CFA) was performed on the second sample ($N = 353$); goodness of fit values of the model were sufficient and thus the scale and its two-factor structure were confirmed. The scale was further found to have convergent and discriminant validity. Moreover, the goodness of fit values of the model were found to be at a sufficient level because of the second-order CFA, wherein FoMO is a higher-order construct. Furthermore, the path analysis was conducted to evaluate the antecedent variables of FoMO. FoMO positively predicted smartphone addiction, average daily social media usage time, and average daily social media checking frequency. An analysis of the data collected from both samples revealed the internal consistency and composite reliability of the scale, and all items in the scale could be distinguished by the participants. Therefore, this study makes significant contributions to the use of the updated FoMO scale as a valid and reliable measurement tool in examining FoMO in the social media context.

Keywords: Fear of missing out, FoMO, social media, scale adaptation

EXTENDED ABSTRACT

With an increased use of social media, significant changes have occurred in human behavior, and numerous new concepts have started to enter the literature. The fear of missing out (FoMO) is one of these concepts. A few studies related to the FoMO scale have been conducted to operationalize FoMO (Przybylski et al., 2013; Zhang et al., 2020). Among these scales, the most widely used measurement is the first FoMO scale (Przybylski et al., 2013), which has a 10-item structure. The validity and reliability of the Turkish adaptation of this first scale have been tested previously within the scope of two different studies (Can & Satici, 2019; Gökler et al., 2016). Some problems have been noted with this first FoMO scale, particularly the Turkish adaptation. Although FoMO is a concept evaluated in social media, the items in the first scale are not related to social media. Thus, Wegmann et al. (2017) added some items to the first FoMO scale and updated the scale to 12 items for including the factors of state FoMO and trait FoMO. The adaptation of this updated scale to Turkish was performed within empirical research (Balta et al., 2020). However, with the questions arising regarding the scale's adaptation to the Turkish culture, some of the items on the scale still had not been evaluated on social media. Therefore, there is a need for a Turkish version of the new and updated FoMO scale (Çelik & Diker, 2021), which is evaluated in the context of social media.

Validity and reliability studies on the new FoMO scales have recently been conducted by Zhang et al. (2020). At this point, it would be proper to evaluate the new FoMO scales in the context of social media. This research thus aims to adapt the newly developed FoMO scale to Turkish in social media and bring it into the national literature.

Method

To test the psychometric properties of the FoMO scale, data collection was carried out on two different samples using an online survey. In the scale adaptation process, 251 participants were first included in sample 1, and exploratory factor analysis (EFA) was performed to determine the scale's factor structure. Meanwhile, 353 participants took part in the data set collected for sample 2. These collected data were used in the confirmatory factor analysis (CFA) to verify the scale's factor structure.

The factors of the FoMO scale were examined for convergent and discriminant validity. To provide additional evidence for the construct validity of the scale, a structural equation modeling (SEM) analysis was conducted to test whether FoMO was predicted by variables such as smartphone addiction, life satisfaction, average daily social media usage time, and daily social media checking frequency. Finally, reliability and item analyses of the scale were performed.

Results

The EFA results showed that the scale had a two-factor structure, including personal FoMO and social FoMO. CFA was also performed on a different set of data to test and verify the structure of the resulting scale with EFA. As a result of the first-order CFA, all factor loadings were found to be significant and the goodness of fit values were at a sufficient level. In addition, the results of composite reliability (CR) and average variance extracted (AVE)—.70 and .50, respectively—were above the recommended values (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2019). Therefore, the structures have convergent validity among themselves.

Furthermore, the maximum squared variance (MSV) values of the factors in the scale were lower than the AVE values. In addition, the square root values of AVE were higher than the correlation between factors. This shows that the scale has discriminant validity. On the other hand, according to the SEM results, higher-order construct FoMO positively predicted smartphone addiction, average daily social media usage time, and daily social media checking frequency. Finally, the Cronbach's alpha and composite reliability values of the factors of FoMO and the item analysis results of the scale were above the threshold value recommended in the literature (Field, 2009; Hair et al., 2019).

Discussion

This study is expected to make important contributions to the national FoMO literature. The FoMO scale adapted in this research may help in solving the problems in the operationalization of FoMO since it was evaluated within the context of social media. In addition, multi-factor structures, such as the social media FoMO scale adapted in this study, are considered useful for a more personalized assessment (Sette et al., 2020) instead of one-factor structures similar to the first and most used FoMO scale (Przybylski et al., 2013).

This study revealed that the Turkish adaptation of the new and updated FoMO scale had a factor structure similar to the original updated FoMO scale and had convergent and discriminant validity. Furthermore, because of the second-order CFA model, wherein FoMO is the higher-order model, the goodness of fit values were the same as those in the first-order model. This finding indicates that the total score of the scale can be obtained. According to the results of the SEM, a higher-order FoMO presents more valid findings. Finally, the scale was reliable, and the items had distinctive features. In summary, the Turkish version of the updated FoMO scale in the context of social media, which was developed by Zhang and colleagues (2020), is more appropriate than the Turkish FoMO scales currently being used.

Sosyal medya, özellikle akıllı cep telefonlarının hayatlarımıza hızla girmiş olması ile birlikte önemli bir iletişim ve sosyalleşme aracı haline gelmiştir. Dijital medya kullanımları üzerine belli aralıklarla araştırmalar yapan We Are Social Kuruluşu'nun yayınladığı son dönem raporlarına göre, tüm dünya üzerinde sosyal medya kullanıcı sayısı 4.62 milyara ulaşmıştır ve bu insanlar günlük ortalama 2 saat 27 dakikalarını sosyal medya platformlarında geçirmektedirler (Kemp, 2022a). Türkiye'de ise sosyal medya kullanıcı sayısı Şubat 2022 tarihi itibarıyla yaklaşık 69 milyondur ve günlük ortalama kullanım süresi yaklaşık 3 saattir (Kemp, 2022b). Kullanıcıların istedikleri yerde ve zamanda cep telefonları aracılığıyla sosyal medyaya erişimlerinin olması, sosyal medyaya katılımın gündelik yaşamda süreklilik göstermesini sağlamıştır. Ayrıca çevrimiçi ortamdaki sosyal alternatiflerin sıklığı ve çeşitliliği sosyal medya platformlarının daha kapsamlı kullanımına yol açmıştır. Bu durum, gelişmeleri kaçırma korkusu (fear of missing out, FoMO) gibi yeni bir sosyal olgunun ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Elhai ve ark., 2020; Müller ve ark., 2020; Wegmann ve ark., 2017). Öte yandan yapılan araştırmalarda, FoMO'nun bireylerin kullandığı sosyal medya platformu sayısını ve kullanım oranlarını artırdığı ileri sürülmektedir (Tandon ve ark., 2021).

Sosyal medyanın hızla yaygınlaşması ile yeni bir olgu olarak ortaya çıkan FoMO, bireyin çevresindeki gelişmelere katılamama ve onlardan eksik kalma endişesini ifade etmektedir (Casale ve Gordon, 2020). FoMO, psikoloji başta olmak üzere (Fox ve Moreland, 2015), iletişim (Conlin ve ark., 2016), pazarlama (Kang ve ark., 2019), spor (Larkin ve Fink, 2016), eğitim (Alt, 2015) gibi alanlarda araştırılan bir olgu haline gelmiştir. Google Akademik veri tabanında 17 Şubat 2022 tarihi itibarıyla yapılan taramaya göre, sadece 2021 yılında dahi yaklaşık 2.500 çalışmanın FoMO üzerine yapıldığı görülmektedir. Ancak farklı alanlarda gördüğü ilgiye rağmen, sosyal medya özelinde FoMO'nun ölçümünde kullanılan ölçeklerde bazı sorunların yaşandığı görülmektedir (örn., daha çok çevrimdışı kapsama odaklanması, bazı maddelerin Türk kültüründe sorunlu olması vb.). Bu durum, alanyazın bazı çalışmalarda önerildiği gibiyeni FoMO ölçeklerine ihtiyaç duyulmaktadır (Bkz. Sette ve ark., 2020; Song ve ark., 2017; Wegmann ve ark., 2017).

Teorik düzeyde FoMO her ne kadar çevrimiçi bir bağlamda değerlendiriliyor olsa da özellikle alanyazında en çok kullanılan FoMO ölçeği (Przybylski ve ark., 2013) ifadelerinin bir tanesi hariç tümünde günlük yaşamdaki (çevrimdışı) gelişmeleri kaçırma korkusuna odaklanmaktadır (Wegmann ve ark., 2017). Bir başka deyişle, ilgili ölçeğin odağında sosyal medyanın olmaması önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir

(Sette ve ark., 2020). Oysa FoMO'nun sosyal medya bağlamında ele alınması ve araştırmaların sosyal medya kullanıcıları üzerinde gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir (Tandon ve ark., 2021). Çünkü, günümüzde FoMO kavramının özünde ve odağında sosyal medya bulunmaktadır (Buglass ve ark., 2017). FoMO'nun ölçek ifadelerinde, çevrimiçi davranış ve sosyal medya vurgusunun eksikliğinden dolayı bu sınırlamaları gideren güncel ve geçerli FoMO ölçeklerine gereksinim olduğu açıktır (Sette ve ark., 2020). Bu nedenle, özellikle sosyal medyaya odaklanmış ifadelerin yer aldığı yeni FoMO ölçeklerinin geliştirilmesi ve farklı dillere uyarlama çalışmalarının yapılmasına ihtiyaç olduğu görülmektedir (Tandon ve ark., 2021; Zhang ve ark., 2020). Bunun yanı sıra, uluslararası alanyazın ile paralel biçimde ulusal alanyazında da kullanılan FoMO ölçeklerinin psikometrik özelliklerinin sınanmasında kısıtlılıklar olduğu dikkat çekmektedir (Bkz. Can ve Satici, 2019; Gökler ve ark., 2016; Metin ve ark., 2017). Özellikle ulusal alanyazında FoMO ölçeğinin kullanıldığı araştırmalarda da ilgili ölçeğin maddelerindeki sorunlara dikkat çekilmekte (Can ve Satici, 2019; Gökler ve ark., 2016) ve sosyal medya kapsamında yeni bir Türkçe FoMO ölçeğine ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır (Çelik ve Diker, 2021). Ayrıca, FoMO'nun sosyal medya kullanımı bağlamında araştırılması ve sadece öğrenciler değil aynı zamanda daha genel örneklem üzerinde de psikometrik özelliklerinin test edilmesi genel kavramsal bir perspektif oluşturabilmeye imkân sağlayacaktır (Browne ve ark., 2018; Tandon ve ark., 2020).

İlgili açıklamaların ışığında bu çalışmanın amacı, Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen FoMO ölçeğini Türkçeye sosyal medya bağlamına oturtarak uyarlamaktır. Zhang ve arkadaşları (2020) FoMO ölçeğini genel 'etkinlikler' kapsamında geliştirmişlerdir. Bu araştırmada ise 'etkinlikler' yerine 'sosyal medya' kelimesi kullanılmıştır. Çünkü sosyal medyaya katılım göstermek bireyler için bir etkinliğe katılımı da ifade edebilmektedir (Przybylski ve ark., 2013). Bu nedenle, ilgili ölçeğin bağlamından uzaklaşmadığı söylenebilir. Bu uyarlama çalışması, Heggstad ve arkadaşları (2019) tarafından öne sürülen *ölçeği kullanmak için başka bir dile çevirme ve kapsam, referans ve zaman çerçevesini değiştirmeden ölçekte yer alan maddelerin sadece kelimesini değiştirerek yapılan uyarlama* türlerinin bir bileşimi olarak değerlendirilebilir. Sonuç olarak, bu araştırma ile Türkçe alan yazında önemli bir eksiklik olarak gözüken psikometrik açıdan yeterli bir sosyal medyada FoMO ölçeği Türkçeye kazandırılacaktır.

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)

FoMO, diğer insanların deneyimlediği bazı şeyleri kaçırma veya onlardan eksik kalma korkusu olarak tanımlanmaktadır (Przybylski ve ark., 2013). Bir başka tanıma göre

FoMO, özellikle Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformlarını kullanırken kişilerin deneyimlediği endişe, yetersizlik/eksiklik ve öfke durumlarındaki artış olarak açıklanmaktadır (Wortham, 2011). FoMO, özellikle sosyal medyada kişinin merakını giderme isteği, aidiyet duygusu, popülerliğe duyulan ihtiyaç, yeni bir şeyler keşfetmekten memnuniyet duyma, yenilik ve çeşitlilik arayışı gibi nedenlerin sonucunda ortaya çıkmaktadır (Beyens ve ark., 2016; Zhang, 2018). Sosyal medya bağlamında değerlendirildiğinde FoMO, psikolojik ihtiyaç memnuniyeti, genel ruh hali ve genel yaşam memnuniyeti gibi faktörlerin bireyde oluşturduğu eksikliklerden kaynaklanabilmektedir (Przybylski ve ark., 2013). Yapılan çalışmalardan bazıları, FoMO yaşayan bireylerin, kişilerarası ilişkileri geliştirmek adına sosyal medya kullanarak, Maslow'a göre insan davranışının en temel motivasyonlarından biri olan bir gruba ait olmaya (sosyal ihtiyaç) ve bu ortamlarda sosyal kıyaslama yapmaya daha yatkın olduğunu öne sürmektedir (Barry ve Wong, 2020; Sette ve ark., 2020). Özellikle sosyal medyada aktif bir şekilde yer alan gençlerin sosyal bilgilendirmeye (sosyalleşmeye) daha fazla ihtiyaç duydukları için FoMO'ya karşı daha duyarlı oldukları ileri sürülmektedir (Aral ve Walker, 2012; Riordan ve ark., 2020). Bu noktada, Zhang ve arkadaşları (2020) FoMO'nun sosyal yönünü de vurgulayarak FoMO'nun, bireyin kişisel veya sosyal bir amaca ulaşmasına yardımcı olabilecek bir deneyimi kaçırma korkusu olduğunu ileri sürmektedirler. Özellikle sosyal ilişki ve etkileşim gereksinimleri fazla olan bireylerin sosyal FoMO seviyesi artabilmektedir (Rozgonjuk ve ark., 2019). Bu özelliği ile FoMO, karşılanmamış sosyal ilişki ihtiyaçlarından kaynaklanan negatif duygusal bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Elhai ve ark., 2020; Przybylski ve ark., 2013). Özetle, kişi tarafından algılanan (veya gerçek) herhangi bir iletişim kopukluğu bireyde sosyal dışlanma veya yabancılaşma hissi uyandırabilir ve bu durum bireyde zamanla FoMO hissinin veya düşüncesinin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Tandon ve ark., 2021).

Alanyazında insanların aşırı sosyal medya kullanımları FoMO olgusuyla açıklanmaya çalışılmıştır (Beyens ve ark., 2016; Dogan, 2019; Przybylski ve ark., 2013). Çevrimiçi ortamda gerçekleşmekte olan bir şeyi kaçırmanın veya çevrimiçi topluluğun bir parçası olmamanın korkusuyla kullanıcılar, sosyal medyada daha çok zaman geçirerek bağımlı hale gelebilmekte ve kendilerini sosyal medyayı kullanmada zorunlu hissetmektedirler (Müller ve ark., 2020; Wegmann ve ark., 2017). İnsanlar, potansiyel olarak ödüllendirici bir deneyimin 'dışında' kalmamak için sürekli olarak sosyal medya hesaplarını kontrol ederler (Zhang ve ark., 2020). Bu aşamada kullanıcılar her ne kadar sosyal

medya kullanımında aşırı kullanma sonucunda bağımlılık gibi bazı psikolojik sorunlar yaşasalar da sosyal medyayı kullanmaya devam etmektedirler. Bunun temel nedeni arkadaşlarından, ailelerinden, markalardan ve haber kuruluşlarından gelen güncel içerikleri kaçırma endişeleri, başka bir ifadeyle FoMO olabilmektedir (Bright ve Logan, 2018). FoMO'nun teorik temellerine yönelik alanyazında farklı açıklamalar vardır. Örneğin, FoMO'nun psiko-sosyal temelleri olduğu varsayımı nedeniyle Maslow'un (1943) ihtiyaçlar hiyerarşisi modeli kapsamında yorumlanmaktadır. Bu modelde ilk iki seviyedeki fiziksel ve güvenlik gibi temel ihtiyaçlarını karşılayan bireyler, üçüncü seviyeye geldiklerinde sosyalleşme ihtiyacı hissetmeleri beklenmektedir. Bu ihtiyacın artması, özellikle günümüzde sosyal medyanın etkisiyle birleşerek bireylerde FoMO hissinin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Argan ve ark., 2018). FoMO'yu açıklayabilecek bir başka argüman da sosyal dışlanma teorisi olabilir. Bu teori, bireyin ait olduğu bir sosyal gruptan dışlanma kaygısına dayanmaktadır (Baumeister ve Tice, 1990). Bu teoriye göre, bireylerin yaşam doyumu, yaşamın anlamlılığı ve umudu sosyal dışlanmalardan dolayı azalabilmektedir. Ayrıca kıskançlık, yalnızlık, depresyon, mutsuzluk ve suçluluk sosyal dışlanmanın psikolojik etkileri arasındadır (Tunçel ve Kavak, 2017). Bu etkilerle birlikte, diğerleriyle özellikle çevrimiçi ortamda meydana gelebilecek bir iletişim kesintisi, kişide sosyal dışlanma veya yabancılaşma hissi uyandırarak FoMO seviyesinin artmasına yol açabilir (Tandon ve ark., 2021). FoMO nedeniyle özellikle günümüzde sosyal medyada ortaya çıkan akran baskısının (D'Lima ve Higgins, 2021) yanı sıra, sosyal statüsü ve benlik saygısı düşük olan genç bireylerde sosyal dışlanma korkusu daha yüksek olabilmektedir (Argan ve ark., 2018; Argan ve Tokay-Argan, 2018). Kullanıcılar sosyal medyada yayınlanan içerikleri kaçırdıklarında sosyal çevrelerinden dışlanmış hissedebilirler. Bu durum kişiler için stresli olduğundan bir akran baskısı oluşturabilir. Kullanıcılar bu akran baskısından kurtulmak için sosyal medyayı daha fazla kullanma eğiliminde olabilirler. Bu noktada FoMO, kullanıcıların sosyal olarak dahil edilme ihtiyacını karşılamak ve akran baskısını hafifleterek sosyal ilişkileri sürdürmek için sosyal medyada geçici içerik tüketmelerini sağlayan temel bir olgu olabileceği ileri sürülmektedir (Chen ve Cheung, 2019).

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi modeli ve sosyal dışlanma teorisinin yanı sıra FoMO, sosyal karşılaştırma (Reer ve ark., 2019; Talwar ve ark., 2019), benliğin kurgulanması (Dogan, 2019), benlik algılama (Zhang ve ark., 2020), ait olma ihtiyacı (Lai ve ark., 2016), kullanımlar ve doyumlar (Conlin ve ark., 2016), öz-belirleme (Conlin ve

ark., 2016; Fang ve ark., 2020; Przybylski ve ark., 2013) ve dengeleyici internet kullanımı (Dempsey ve ark., 2019; Tandon ve ark., 2020) gibi yaklaşımlarla alanyazında ele alınmıştır.

Çoğu çalışma, FoMO seviyesindeki artışın aşırı sosyal medya kullanımına neden olduğunu ileri sürerken (Blackwell ve ark., 2017; Fabris ve ark., 2020), bazıları da sosyal medya kullanımının artmasıyla FoMO'nun yükselebileceğine de dikkat çekmektedir (Barry ve Wong, 2020; Müller ve ark., 2020; Tandon ve ark., 2021). Başka bir ifadeyle, FoMO aşırı sosyal medya kullanımının hem öncülü hem de sonucu olabilir (Sette ve ark., 2020). Öte yandan, araştırmaların sonuçları FoMO'nun akıllı telefon bağımlılığı (Fuster ve ark., 2017; Wegmann ve ark., 2017), çevrimiçi oyun bağımlılığı (Duman ve Özkara, 2019), sosyal medya bağımlılığı (Blackwell ve ark., 2017), sorunlu/zorlayıcı sosyal medya kullanımı (Çelik ve Diker, 2021; Shen ve ark., 2020), yalnızlık, depresyon, anksiyete ve stres (Çelik ve Diker, 2021; Dempsey ve ark., 2019; Elhai ve ark., 2020) ile pozitif yönde; yaşam doyumu ve duygusal iyi-oluşla ise negatif yönde ilişkisi olduğuna işaret etmektedir (Elhai ve ark., 2020; Przybylski ve ark., 2013; Sha ve ark., 2019)¹.

Alanyazındaki FoMO Ölçek Geliştirme ve Türkçe Uyarlama Çalışmaları

Alanyazında 2013-2020 yılları arasında birçok FoMO ölçeği geliştirildiği ve bunlardan bazılarının Türkçeye uyarlama çalışmaları yapıldığı görülmektedir. Örneğin, Przybylski ve arkadaşları (2013) tarafından alanyazındaki ilk FoMO ölçeğinin geliştirilmesinden sonra, söz konusu bu ölçek bazı güncelleştirmeler de yapılarak birçok kültüre uyarlanmış (Bkz. Al-Menayes, 2016; Balta ve ark., 2020; Can ve Satici, 2019; Casale ve Fioravanti, 2020; Gökler ve ark., 2016; Tomczyk ve Selmanagic-Lizde, 2018; Wegmann ve ark., 2017) ve bu konuda alanyazında yaygın bir şekilde kullanılan bir ölçek olmuştur.

Przybylski ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen FoMO ölçeğinin Türkçeye ilk uyarlama çalışması Gökler ve arkadaşları (2016) tarafından yapılmıştır. Fakat bu ölçek FoMO'yu sosyal medya bağlamında ele almamaktadır. Öte yandan, Can ve Satici (2019), bu ölçeğin sadece üniversite öğrencileri için geçerliğinin ortaya konduğunu ileri sürerek yaş ortalaması daha yüksek bir örneklem üzerinde psikometrik sınamayı tekrarlamışlardır. Söz konusu bu ölçeğin hem sosyal medya kapsamına yönelik olmaması hem de son dönemde ölçeği kullanan araştırmalarda (Çelik ve Diker, 2021; Erdoğan ve

1 FoMO'nun diğer kavramlarla (değişkenlerle) olan ilişkisiyle ilgili tartışmalar için Tandon ve arkadaşlarının (2021) sistematik derleme makalesine bakabilirsiniz.

Şanlı, 2019; Şahin ve Çavuş, 2020) ölçeğin yapı geçerliğine ilişkin bazı sorunların ortaya çıkması sosyal medya bağlamında yeni bir Türkçe FoMO ölçeğinin gerekliliğine işaret etmektedir.

Wegmann ve arkadaşları (2017), Przybylski ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen ölçeğe bazı maddeler ekleyerek ölçeği sürekli (trait) FoMO ve çevrimiçi (state) FoMO olmak üzere iki boyut üzerinden yeniden değerlendirmiştir. Sürekli FoMO, kişinin sabit bireysel karakter özelliklerine odaklanırken, çevrimiçi FoMO dijital bağlanma ve sanal ortamdaki etkileşimlere odaklanmaktadır (Wegmann ve ark., 2017). Bu güncellenmiş FoMO ölçeği, Balta ve arkadaşları (2020) tarafından kullanılmış olsa da ölçeğin psikometrik özelliklerine dair yeterli veri sunulmamıştır. Örneğin, ilgili ölçeğin maddeleri Türkçeye çevrilerek sadece bir kez veri toplanarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiş ve Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı raporlanmıştır. Oysaki ölçek uyarlama çalışmalarının çok daha titiz bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Ayrıca her ne kadar söz konusu çalışmada çevrimiçi FoMO boyutu dijital ve sanal ortama uyarlanırsa da ölçeğin genel yapısı ve maddeleri tam olarak sosyal medya bağlamını yansıtmaktadır (Bkz. Balta ve ark., 2020; Wegmann ve ark., 2017).

Türkçeye uyarlanan FoMO ölçeklerinin yanı sıra, Türkiye’de de Metin ve arkadaşları (2017) tarafından FoMO’yu ölçmek üzere bir ölçek geliştirme çalışması yapılmıştır. Yazarlar, Przybylski ve arkadaşlarının (2013) geliştirdiği ölçeğin akıllı telefon ve sosyal medya kullanımını göz ardı ettiğini ve bu durumunun geçerlik açısından bazı sorunlara neden olabileceğini öne sürerek bu yeni ölçeği geliştirmişlerdir. Fakat bu çalışmada ölçeğin geliştirilme süreci ile ilgili bilgi verilmemiş ve psikometrik sınamalarının sınırlı olduğu görülmüştür. Örneğin, sadece bir kez veri toplama işlemi gerçekleştirilmiş ve bu verilerle açımlayıcı faktör analizi (AFA) uygulanarak ölçekte yer alan toplam 22 madde tek bir faktöre yüklenmiştir. Ayrıca bu işlem sonucunda toplam varyansın sadece %40.62’si açıklanmıştır. Bu oranın, sosyal bilimler araştırmaları için kabul edilebilir seviyenin (%50) altında olduğu görülmektedir (Leech ve ark., 2019). Bunun yanı sıra, yapı geçerliğinin bir başka boyutu olan DFA, ilgili araştırmada uygulanmamış ve ölçeğin ölçüt geçerliği bağlamında da herhangi bir işlem yapılmamıştır (Bkz. Metin ve ark., 2017).

Alanyazında geliştirilen fakat henüz Türkçe uyarlaması yapılmamış farklı FoMO ölçekleri de mevcuttur. Song ve arkadaşları (2017) ilk FoMO ölçeğinin (Przybylski ve

ark., 2013) daha çok sosyal çevre ve duygusal temalara odaklanması nedeniyle bazı eleştiriler getirmişlerdir. Doğu kültürü ile Batı'nın özellikleri arasında büyük farklılıklar bulunduğu ve bu nedenle mevcut FoMO ölçeklerinin Batı kültürüne yönelik geliştirildiği eleştirilerinden yola çıkarak Doğu kültürünün hakim olduğu Çin'de mobil sosyal medya bağlamında yeni bir FoMO ölçeği geliştirmişlerdir. Söz konusu bu ölçek psikolojik, bilişsel, davranışsal ve duyuşsal olmak üzere dört faktörden ve toplam 16 maddeden meydana gelmektedir (Song ve ark., 2017). Bir başka FoMO ölçeği de Sette ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilmiştir. Yazarlar, Przybylski ve arkadaşlarının (2013) ölçeğinin tek faktörlü olmasını eleştirmişler ve çok faktörlü bir psikometrik ölçeğe ihtiyaç olduğunu öne sürmüşlerdir. Bu doğrultuda sosyal medyaya yönelik olarak ait olma gereksinimi, popüler olma ihtiyacı, kaygı ve bağımlılık faktörleri olan toplam 20 maddelik yeni bir FoMO ölçeği geliştirmişlerdir (Sette ve ark., 2020). Öte yandan, Riordan ve arkadaşları (2020) bazı özel durumlarda (sınırlı yer ve zaman vb.) kullanılmak üzere tek maddelik (Gelişmeleri kaçırma korkusu yaşıyor musunuz?) bir FoMO ölçeği geliştirmiştir. Ancak tek maddelik FoMO ölçeğinin, diğer FoMO ölçekleri gibi kapsamlı olamayabileceği ve sadece zaman ve bağlamdan kaynaklı kısıtlı durumlarda kullanılabilceği belirtilmiştir (Riordan ve ark., 2020).

Son olarak, Zhang ve arkadaşları (2020) günlük yaşamdaki genel FoMO durumuna yönelik yeni bir ölçek geliştirme çalışması yapmışlardır. Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen bu genel FoMO ölçeğinin teorik arka planı benlik algılama yaklaşımına (Rosenberg, 1979) dayanmaktadır. Bacanlı (2003) benlik algılama teorisini “kişinin çeşitli kişilik özelliklerinin kendinde bulunuş derecesi hakkındaki değerlendirmelerinin bütünü ya da kendini algılaması” (s. 338) olarak açıklamaktadır. Öte yandan, bu teoriye göre birey, kişisel ve sosyal olmak üzere iki tür benliğe sahiptir. Kişisel benlik, kişinin kendine yönelik bir değerlendirmesi iken, sosyal benlik, başkalarının kişiyi nasıl gördüğüne ilişkin bireyin kendini değerlendirmesidir (Zhang ve ark., 2020). Zhang ve arkadaşları (2020) FoMO'yu benlik ile ilişkilendirmiş ve benlik algılama teorisinde olduğu gibi FoMO'nun da kişisel ve sosyal olmak üzere iki faktörlü olarak değerlendirilmesi üzerinde durmuşlardır. Kişisel FoMO, insanların kendileri için diledikleri deneyimleri kaçırmaktan endişe duyması iken, sosyal FOMO ise, kişinin diğer insanların hoşuna giden deneyimleri de kaçırmaktan endişe duymasıdır (Zhang ve ark., 2020). Özellikle bireyin sosyal olarak yer aldığı grup üyeleriyle ilişkisinin ele alındığı sosyal FoMO yapısı, FoMO'nun toplum ve yerleşik ilişkiler üzerindeki etkilerine

ilişkin kavramsal ve operasyonel bilgilerin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır (Tandon ve ark., 2021). Özetle, benlik algılaması teorisi perspektifinden Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen bu ölçek, FoMO'nun sadece kişisel değil sosyal yönüne de vurgu yapmaktadır.

Zhang ve arkadaşlarının (2020) geliştirdiği bu ölçeğin, araştırmacılar tarafından hem açımlayıcı hem de doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilerek iki faktörlü yapı gösterdiği ve bunun yanı sıra, ilgili ölçeğin birleşim ve ayrışım geçerliğine sahip olduğu da vurgulanarak yapı geçerliği yönünden güçlü bir ölçek olduğu ileri sürülmektedir. Ayrıca, ilgili araştırmada FoMO ölçeğinin nomolojik ağ geçerliğine sahip olduğuna yönelik bulgular elde edilmiştir. Öte yandan, ölçeğin iç tutarlılık ve birleşik güvenilirliği katsayılarının yüksek olduğu ve bu nedenle güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir (Bkz. Zhang ve ark., 2020).

Mevcut araştırmada bu ölçeğin Türkçeye uyarlanması amaçlanmaktadır. Bu ölçeğin seçiminde bazı unsurlar etkili olmuştur. Örneğin, yukarıda söz edildiği gibi ölçeğin teorik arka planı benlik algılama yaklaşımına (Rosenberg, 1979) dayanmaktadır. Sosyal medyayı odağına almış diğer FoMO ölçeklerinde (Bkz. Sette ve ark., 2020; Song ve ark., 2017) teorik bir bakış açısının sunulmamış olması dikkat çekmektedir. Diğer taraftan, Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilmiş olan dokuz maddelik bu ölçek, sosyal medyayı odağına almıştır. Ayrıca bu ölçek, diğer ölçeklere göre, madde sayısı bakımından kısa olması sebebiyle kullanım kolaylığı da sağlamaktadır. Ölçek maddelerinin sayısı olarak fazla olduğu anket formlarında hata oranını artması ve katılımcıların formları tamamlamadan bırakması gibi sorunlar nedeniyle (Peytchev ve Peytcheva, 2017), ölçeğin bu çalışma kapsamında tercih edilmesi bir başka gerekçe olarak değerlendirilebilir.

Tüm bu değerlendirmeler neticesinde bu araştırmada, sosyal medya bağlamında yeni ve güncel bir Türkçe FoMO ölçeğine ihtiyaç olmasından dolayı, Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen FoMO ölçeğinin Türkçeye uyarlanması ve psikometrik özelliklerinin sınanması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, ölçeğin faktör yapısını belirlemek için AFA, farklı bir örneklem ile AFA sonucunda ortaya çıkan yapıyı teyit etmek için DFA yapılacaktır. Ayrıca ölçeğin ayrışım ve birleşim geçerliğine sahip olup olmadığı analiz edilecektir. Bunun yanı sıra, alanyazında birçok farklı çalışmada FoMO'nun akıllı telefon bağımlılığı (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016; Oberst ve

ark., 2017; Wegmann ve ark., 2017), yaşam doyumu (Przybylski ve ark., 2013; Sha ve ark., 2019), günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi (Baker ve ark., 2016; Elhai ve ark., 2020) ve sosyal medyayı kontrol etme sıklığı (Abel ve ark., 2016) gibi değişkenlerin öncülü olabileceği ortaya konulmuştur. Bu nedenle, ölçeğin yapı geçerliğini sınamak adına yapılan analizlerde FoMO'nun akıllı telefon bağımlılığı, günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ve sosyal medyayı kontrol etme sıklığını pozitif bir şekilde yordarken, yaşam doyumunu negatif bir şekilde yordaması beklenmektedir. Son olarak, ölçeğin güvenilirlik analizi için faktörlerin içsel tutarlılık ve birleşik güvenilirlik katsayısına bakılmış ve madde analizleri gerçekleştirilmiştir. Tüm bu analizler sonucunda Türkçeye uyarlanmış sosyal medya odağında yeni bir FoMO ölçeğinin ulusal alanyazına kazandırılması beklenmektedir.

Yöntem

Katılımcılar

Bu çalışmada, AFA ve DFA kapsamı ayrı ayrı değerlendirilecek şekilde iki farklı örneklemden veri toplanmıştır. Veri toplama sırasında 18 ve üstü yaş grubunda yer alan, akıllı cep telefonu ve sosyal medya kullanan kişiler araştırmaya dahil edilmiştir. İlk örneklem 147'si kadın ve 104'ü erkek olmak üzere 251 kişiden oluşmuştur. İkinci örneklemden ise, 207'si kadın ve 146'sı erkek olmak üzere toplam 353 kişi yer almıştır. Her bir veri seti için katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1.

Örneklere Ait Demografik Bilgiler (N = 633)

		İlk Örneklem		İkinci Örneklem	
		N	%	N	%
Cinsiyet	Kadın	147	58.6	207	58.6
	Erkek	104	41.4	146	41.4
Medeni Durum	Bekar	209	83.3	308	87.3
	Evli	42	16.7	45	12.7
Eğitim Durumu	Lise	12	4.8	21	5.9
	Ön Lisans	45	17.9	70	19.8
	Lisans	160	63.7	217	61.5
	Lisansüstü	34	13.5	45	12.7

Günlük Sosyal Medya Kontrol Etme Sıklığı	Hiç	3	1.2	2	.6
	Nadiren	13	5.2	18	5.1
	Bazen	57	22.7	73	20.7
	Sık	123	49	171	48.4
	Çok Sık	55	21.9	89	25.2
Yaş	Yaş Aralığı	18-63		18-53	
	Ortalama	24.53		23.80	
	Standart Sapma	8		6.78	
Günlük Ortalama Sosyal Medya Kullanım Süresi	Saat Aralığı (Min – Maks.)	1-13		1-12	
	Ortalama	3.59		4.16	
	Standart Sapma	2.39		2.46	
Toplam		251		353	

Birinci örneklem için katılımcıların %58'i kadın, %83'ü bekar, %63'ü lisans eğitime sahip ve 18-63 yaş aralığındadır (*Ort.* = 24.53, *SS* = 8). Katılımcıların günlük sosyal medya kontrol etme sıklığı oldukça yüksekken (Sık = %49 ve Çok Sık = %21.9), günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri ortalama 3 saat 59 dakikadır (*SS* = 2.39; Min.= 1 saat, Maks.= 13 saat). İkinci örneklem için ise katılımcıların %58'i kadın, %87.3'ü bekar, %61.5'i lisans eğitimine sahip ve 18-53 yaş aralığındadır (*Ort.* = 23.80, *SS* = 6.78). Ayrıca günlük sosyal medya kontrol etme sıklıkları oldukça yüksek (Sık = %48.4 ve Çok Sık = %25.2) iken, günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri ise ortalama 4 saat 16 dakika (*SS* = 2.46; Min.= 1 saat, Maks.=12 saat) olarak ortaya çıkmıştır.

Veri Toplama Araçları

FoMO'nun çevrimiçi anketler aracılığıyla ölçülebileceği daha önceki çalışmalarda belirtilmiştir (örn., Riordan ve ark., 2020). Bu noktadan hareketle, araştırmanın tüm verileri çevrimiçi anket tekniği ile toplanmıştır. Veri toplama sürecinde kullanılan araçlar toplam iki bölümden meydana gelmektedir. İlk bölümde araştırmada kullanılan ölçeklere ait maddeler bulunurken, ikinci bölümde demografik bilgi formu yer almıştır. Aşağıda araştırma kapsamında anket formlarında kullanılmış olan ölçeklere ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

FoMO Ölçeği

Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği, beş maddeden oluşan kişisel FoMO ve dört maddenin yer aldığı sosyal FoMO şeklinde iki faktörden meydana gelmektedir. Ölçek “1= kesinlikle katılmıyorum” ile “7= kesinlikle katılıyorum” aralığında 7’li Likert tipi bir ölçme aracıdır. Ölçekten en düşük dokuz ve en yüksek 63 puan alınabilmektedir. Orijinal ölçeğin iki faktörlü yapısının AFA sonucunda açıklanan toplam varyansı %61.45’dir. DFA sonucunda, maddelerin standardize faktör yükleri .95 ila .66 arasında değişmektedir. Orijinal ölçeğin, iki faktörlü modelinin uyum indeksi değerleri mükemmel seviyededir ve kişisel FOMO faktörüne ait Cronbach alfa değeri .86 iken, sosyal FoMO için bu değer .92’dir.

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği

Araştırmada kullanılan FoMO ölçeğinin yapı geçerliğini değerlendirmek için Kwon ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen ve Noyan ve arkadaşları (2015) tarafından Türkçeye uyarlanan Akıllı Telefon Bağımlılık Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek tek faktörlüdür ve toplam 10 maddeden (örn., “Çevremdeki insanlar akıllı telefonumu çok fazla kullandığımı söylerler.”) meydana gelmektedir. Ölçek, “1= kesinlikle katılmıyorum” ile “7= kesinlikle katılıyorum” cevap seçeneklerinin yer aldığı 7’li Likert tipindedir. Noyan ve arkadaşları (2015) ölçeğin Cronbach Alfa değerini .87 olarak bulmuşlardır. Bu çalışmada ise, Cronbach Alfa değeri .86 bulunmuştur.

Yaşam Doyumu Ölçeği

Diener ve arkadaşları (1985) tarafından geliştirilen ve Dağlı ve Baysal (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan tek faktörlü Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu ölçek, toplam beş maddeden (örn., “Yaşadığım hayat birçok yönüyle ideallerime yakındır.”) meydana gelmektedir. Ölçek, “1= Hiç Uygun Değil” ile “7= Çok Uygun” cevap seçeneklerinin yer aldığı 7’li Likert tipindedir. Dağlı ve Baysal (2016) araştırmalarında ölçeğin Cronbach Alfa değerini .88 olarak bulurken, bu araştırmada ise .85 olarak tespit edilmiştir.

Demografik Form

Veri toplama araçlarının ikinci kısmında cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum gibi demografik soruların yanı sıra katılımcıların günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ve günlük sosyal medya kontrol etme sıklığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi katılımcılara açık uçlu bir şekilde

yöneltilmiştir. Öte yandan, günlük sosyal medya kontrol etme sıklığı ise “1= Hiç”, “5= Çok sık” cevap seçeneklerinin yer aldığı 5’li Likert tipi şeklinde ölçülmeye çalışılmıştır.

İşlem

FoMO ölçeğinin Türkçeye uyarlanması sürecinde araştırmada kullanılacak ölçekler için yazarlardan e-posta yoluyla izinler alınmıştır. Bu işlemin ardından, Trabzon Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı’na etik onay başvurusunda bulunulmuş ve 28.10.2020 tarihli 81614018-000-E.437 sayılı karar ile gerekli etik izinler alınmıştır. Ayrıca, çalışmada Helsinki Bildirgesi’ndeki araştırma ilkelerine bağlı kalınmıştır.

FoMO ölçeğinin İngilizce formunun Türkçeye çeviri süreci İngilizce dil uzmanı üç farklı akademisyen tarafından gerçekleştirilmiştir. Çevrilen her bir ifadeye ‘etkinlik’ yerine ‘sosyal medya’ kelimesi yazılmıştır (örn., “Bir etkinliğe katılmadığım zamanlarda kendimi üzgün hissederim” yerine “Sosyal medyaya giriş yapamadığım zamanlarda kendimi üzgün hissederim”). Ölçeğin sosyal medya bağlamına uyarlanmış maddelerinin Türkçe dil bilgisi ve anlam açısından uygun olup olmadığını değerlendirmek için iki farklı Türkçe dil uzmanı tarafından gerekli incelemeler yapılmıştır. Daha sonra iletişim ve psikoloji alanında çalışan iki farklı alan uzmanı tarafından ölçek ifadeleri kontrol edilmiş ve ölçek pilot çalışma için uygun hale getirilmiştir. Ölçekte yer alan maddeleri anlam ve uygunluk açısından kontrol etmek için genel örnekleme benzer olduğu düşünülen 29 kişi (13 kadın ve 16 erkek) üzerinde pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma sonucunda maddelerde bazı kelime ve anlam düzeltmeleri (örn., “ait olduğum sosyal grup” yerine “yer aldığım sosyal grup” ve “pişman olduğumu hissederim” yerine “pişmanlık hissederim”) yapılarak FoMO ölçeği veri toplamak için hazır hale getirilmiştir.

Birinci örneklemin veri toplama süreci 29.10.2020–05.11.2020 tarihleri arasında, ikinci örneklemin ise 10.11.2020-20.11.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Tüm veriler çevrimiçi anket kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma için veriler WhatsApp, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar üzerinden ‘Google Formlar’ kullanılarak oluşturulan çevrimiçi anketin elektronik bağlantısı (URL) kullanıcılarla paylaşarak toplanmıştır. Çalışmaya katılım gönüllü ve gizli tutulmuştur.

Veri Analizi

Bu araştırmada FoMO ölçeğinin yapı geçerliğini kapsamlı bir şekilde test etmek için AFA, DFA, birleşim ve ayrışım geçerliği analizleri yapılmıştır. Ölçeğin faktör sayısına, öz değer ve yamaç birikinti grafiğinin yanı sıra Velicer’in (1976) minimum ortalamalar

kısmi (minimum average partial, MAP) korelasyon testi ve Horn'un (1965) paralel analizi sonucunda karar verilmesi alanyazında önerilmektedir (Ledesma ve Valero-Mora, 2007). Bu çalışmada dört farklı yöntemle göre ölçeğin faktör sayısı belirlenmiştir. Öte yandan, toplam açıklanan varyans için %50 eşik değeri dikkate alınmıştır (Leech ve ark., 2019). Ayrıca, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini incelemek için verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Bu çalışmada, alanyazında yer alan çarpıklık için 2.00 ve basıklık için 7.00 eşik değeri önerileri doğrultusunda incelemeler yapılmıştır (Bandalos ve Finney, 2019; Curran ve ark., 1996). Çalışmadaki veri setlerinde yer alan değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılarak normal dağılım gösterdikleri varsayımından hareketle tahminleme yöntemi olarak DFA'da maksimum olabilirlik tercih edilmiştir. Ayrıca her iki faktör analizi yönteminde de en düşük faktör yük oranı için .40 eşik değer olarak değerlendirilmiştir (Pituch ve Stevens, 2016; Wang ve Wang, 2020). Öte yandan, DFA analizinde uyum indeksi değerleri incelenmiş ve alanyazında yaygın kabul edilen değerlere göre kararlar verilmiştir (Byrne, 2016; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 2016). DFA analizleri neticesinde, faktörlerin kendi arasında birleşim ve ayrışım geçerliğine sahip olup olmadıkları da incelenmiştir.

FoMO ölçeğinin güvenilirlik analizleri için içsel tutarlılık güvenilirliği (Cronbach Alfa) ve birleşik güvenilirlik (composite reliability, CR) değerleri incelenirken, madde toplam korelasyonu ve %27 alt-üst grup ortalamaları farkının anlamlılığına bağımsız örneklem *t*-testi ile bakılarak madde analizleri yapılmıştır.

Bu çalışmada, ölçeğin yapı geçerliğine dair daha fazla kanıt elde etmek için FoMO ile yaşam doyumu, akıllı telefon bağımlılığı, günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ve günlük ortalama sosyal medya kontrol etme sıklığı arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi (YEM) analizi yapılmıştır. Araştırmada tüm istatistiksel analizler SPSS 26.0 ve AMOS 24 paket programları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Açımlayıcı Faktör Analizi

Sosyal medya bağlamında FoMO ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasında yapı geçerliğini ve faktör yapısını test etmek için AFA gerçekleştirilmiştir ($N = 251$). Veri analizi sonucunda KMO değeri .84 ve Bartlett Küresel Testi sonucunun anlamlı olduğu bulunmuştur ($\chi^2_{36} = 1200.06; p < .001$). Bu durum, veri setinin faktör analizi için uygun oldu-

ğuna işaret etmektedir (Pallant, 2016). Ölçeğin yapısını incelemek için temel eksen faktörleştirme yöntemi kullanılmış, birden büyük olan öz değer ve yamaç birikinti grafiği incelendiğinde ölçek iki faktörlü bir yapı göstermiştir. Ayrıca, Valicer'in MAP korelasyon testi de ölçeğin iki faktörlü olabileceğini göstermektedir. Orijinal ve gözden geçirilmiş MAP korelasyon sonuçlarına göre, en küçük ortalama kısmi korelasyonun karesi .047 ve en küçük ortalama dördüncü güç kısmi korelasyonu .0063 olarak bulunmuştur. Son olarak paralel analiz sonucuna göre, orijinal verinin birden büyük öz değerleri 4.20 ve 1.97 iken, paralel analiz ile oluşturulan rastgele verinin %95'lik öz değeri birinci faktör için 1.380 ve ikinci faktör için 1.237'dir. Rastgele veride üçüncü faktörün öz değeri orijinal verideki üçüncü faktörden büyük olması nedeniyle paralel analiz sonuçları da iki faktörlü bir yapıya işaret etmektedir. Tüm bu işlemler neticesinde, ölçeğin orijinalindeki gibi iki faktörlü bir yapıya sahip olduğu ortaya çıkmıştır. İki faktörlü yapı, toplam varyansın %60.63'ünü açıklamaktadır. Promax döndürmesinden yararlanılarak elde edilen sonuçlar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2.

FoMO Ölçeğine Ait Tanımlayıcı İstatistikler ve Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (N = 251)

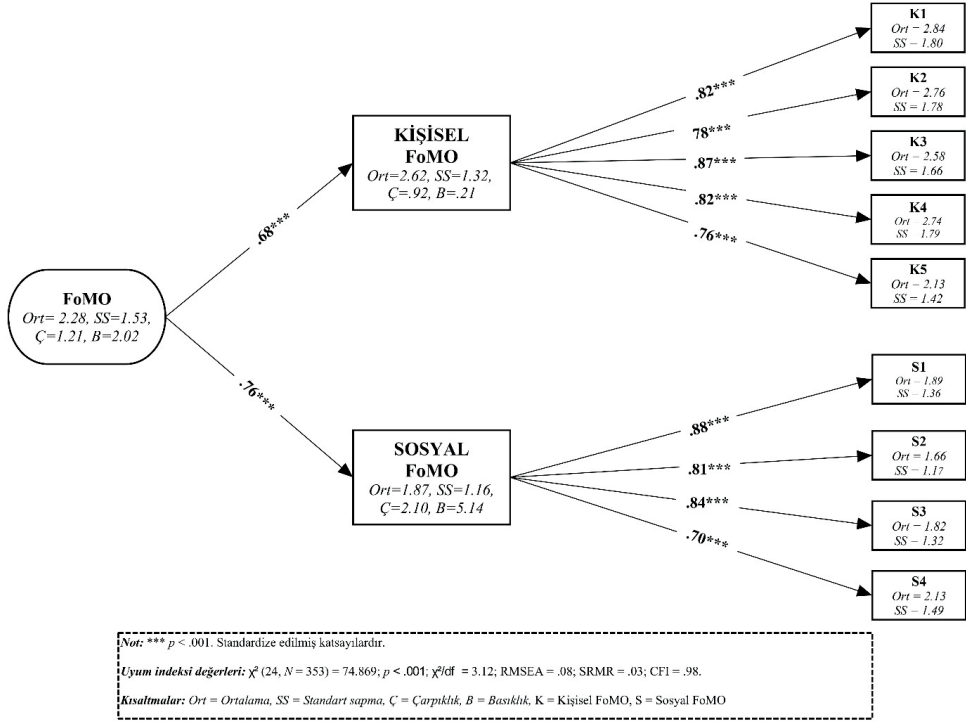
Maddeler	Ort.	SS	Faktör 1	Faktör 2	Ortak Faktör Varyansı
Kişisel FoMO (Öz değer = 4.2, Açıklanan varyans = 42.53, Çarpıklık = 1.41, Basıklık = 1.16)	2.04	1.26			
1. Sosyal medyada aktif olmadığım zamanlarda kendimi endişeli hissederim.			.77		.60
2. Sosyal medyada aktif olmadığım zamanlarda diğer kullanıcılara (çevremdekilere) göre eksik kaldığımı hissederim.			.70		.49
3. Sosyal medyada aktif olmanın önemli ve eğlenceli olduğunu bildiğimden dolayı sosyal medyaya gir(e)mediğim zamanlarda kendimi kaygılı hissederim.			.88		.78
4. Sosyal medyaya giriş yapmadığım zamanlarda kendimi üzgün hissederim.			.72		.52
5. Sosyal medyaya giriş yapmadığım zamanlarda pişmanlık hissederim.			.66		.50
Sosyal FoMO (Öz değer = 1.97, Açıklanan varyans = 18.10, Çarpıklık = .76, Basıklık = -.79)	1.39	.47			
6. Sosyal medyada aktif olmadığım zamanlarda yer aldığım sosyal grubun beni önemsiz birisi olarak gördüğünü düşünürüm.				.81	.66

7. Sosyal medyada aktif olmadığım zamanlarda yer aldığım sosyal gruba layık olmadığımı düşünürüm.	.89	.79
8. Sosyal medyada aktif olmadığım zamanlarda sosyal grubum tarafından dışlandığımı hissedirim.	.90	.80
9. Sosyal medyada aktif olmadığım zamanlarda sosyal grubum tarafından göz ardı edildiğimi/unutulduğumu düşünürüm.	.57	.33

Yapılan analiz sonucunda, iki faktörde yer alan maddelerin ortak faktör varyansları .33 ile .80 arasında değişmekteyken, maddelerin faktör yükleri ise .57 ile .90 arasındadır. Bunun yanı sıra, maddelerin faktörlere dağılımında çapraz yükleme sorunu olmadığı gözükmektedir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi

AFA sonucunda ortaya çıkan yapıyı test etmek ve doğrulamak için ikinci örneklem ($N = 353$) kapsamında toplanan veri seti üzerinde maksimum olabilirlik tahminleme yöntemi kullanılarak DFA gerçekleştirilmiştir. DFA, ilk olarak kişisel FoMO ve sosyal FoMO faktörlerini birinci düzey çok faktörlü bir yapıda yer aldığı model ile test edilirken, daha sonra FoMO'nun üst yapı olduğu ikinci düzey olarak analiz edilmiştir (Bkz. Şekil 1). Hem birinci düzey hem de ikinci düzey DFA sonucunda modellerin uyum indeksi değerleri şu şekildedir; $\chi^2/df = 3.12$; RMSEA= .08; SRMR= .03; CFI= .98. Ayrıca faktörlere ait tüm maddelerin standardize faktör yük oranları istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < .001$) ve .70 ile .88 arasında değişmektedir. Bunun yanı sıra, madde puan ortalamaları 1.66 ile 2.84 arasında ve standart sapmaları da 1.17 ile 1.80 arasında değişmektedir.

Şekil 1. FoMO Ölçeğine Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları ($N = 353$)

Birleşim ve Ayrışım Geçerliği

İkinci örneklem ile FoMO ölçeğine yönelik birleşim ve ayrışım geçerliği analizleri yürütülmüştür. Tablo 3'te gösterildiği üzere, kişisel FoMO faktörüne ait CR değeri .91 iken, sosyal FoMO'nun CR değeri .88 olarak bulunmuştur. Ayrıca, kişisel FoMO ve sosyal FoMO faktörlerinin ortalama açıklanan varyans (average variance extracted, AVE) değeri .66 olarak tespit edilmiştir. Bunun yanında, faktörlerin kendi aralarındaki korelasyon katsayısı .52 iken, maksimum paylaşılan varyansın karesinin (maximum squared variance, MSV) değerleri de AVE değerlerinden daha düşüktür. Ayrıca AVE'nin karekök değerleri faktörler arası korelasyondan yüksektir.

Tablo 3.*FoMO Ölçeğine Ait Birleşim ve Ayrışım Geçerliği Sonuçları (N = 353)*

Faktörler	CR	AVE	MSV	Kişisel FoMO	Sosyal FoMO
Kişisel FoMO	.91	.66	.27	(.81)	
Sosyal FoMO	.88	.66	.27	.52*	(.81)

Not. Parantez içindeki değerler AVE'nin karekök oranlarını göstermektedir. * $p < .001$

Güvenirlik ve Madde Analizleri

Bu çalışma kapsamında FoMO ölçeğinin güvenilirlik analizi için içsel tutarlılık güvenilirliği (Cronbach Alfa) ve birleşik güvenilirlik (CR) değerleri incelenmiştir. AFA amacıyla ulaşılan örnekleme kişisel FoMO faktörüne ait Cronbach alfa değeri .85 ve CR değeri .86 iken, sosyal FoMO faktörünün Cronbach alfa katsayısı .85 ve CR değeri .88 olarak bulunmuştur. Öte yandan DFA için ulaşılan örnekleme ise, kişisel FoMO'nun Cronbach alfa değeri .90 ve CR değeri .91 iken, sosyal FoMO'nun Cronbach alfa katsayısı .89 ve CR değeri .88'dir.

Öte yandan madde toplam korelasyonu analizinde, ölçekte yer alan toplam dokuz maddenin değerleri ilk örneklem için .34 ile .74 ve ikinci örneklem için ise .55 ile .74 arasında değişmektedir. Ayrıca her iki veri setinde de ölçeğin %27 alt-üst grup ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır.

Yapı Geçerliliği Analizi

FoMO ölçeği ile ilgili daha fazla geçerlilik kanıtı sağlamak için FoMO üst yapısı ile akıllı telefon bağımlılığı, yaşam doyumu, günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ve günlük sosyal medya kontrol etme sıklığı arasındaki ilişkilerin inceleneceği YEM analizi öncesinde, analizi öncesinde, değişkenler arasındaki korelasyona bakılmıştır. Tablo 4'e göre, üst yapı olan FOMO ile akıllı telefon bağımlılığı ($r = .60, p < .001$), günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ($r = .24, p < .001$) ve günlük sosyal medya kontrol etme sıklığı ($r = .31, p < .001$) arasında anlamlı ve pozitif korelasyon bulunmuştur. Benzer anlamlı korelasyon oranları kişisel FoMO faktörü ile bu değişkenler arasında da vardır. Öte yandan, FoMO ile yaşam doyumu ($r = -.10, p > .05$) ve kişisel FoMO ile yaşam doyumu ($r = -.03, p > .05$) arasındaki korelasyonun anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan, bir diğer faktör olan sosyal FoMO ile akıllı telefon bağımlılığı arasında pozitif ($r = .37, p < .001$), yaşam doyumu ile ise negatif ($r = -.17, p < .001$) anlamlı bir korelasyon vardır. Fakat, sosyal FoMO ile günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ($r = .07, p > .05$) ve günlük sosyal medya kontrol etme sıklığı arasında ($r = .10, p > .05$) anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır.

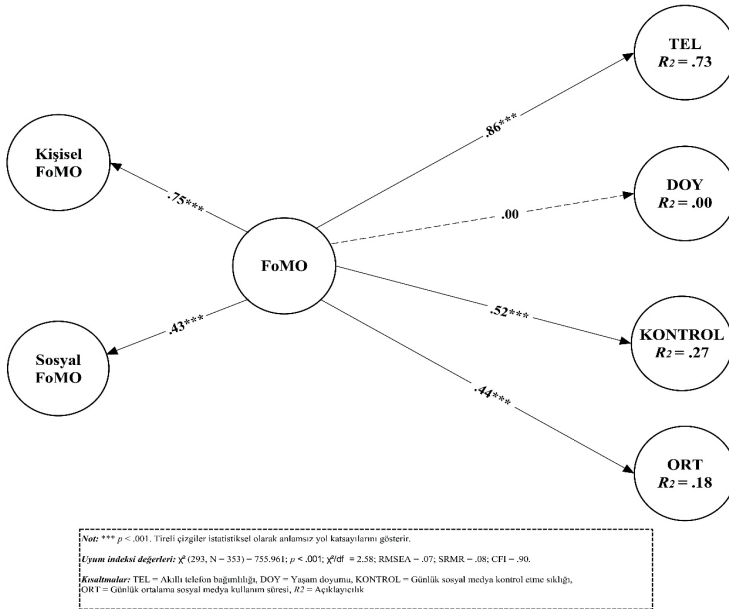
Tablo 4.

Değişkenlere Ait Korelasyon Değerleri ve Güvenirlik Katsayıları (N = 353)

Değişkenler	Cronbach Alfa	CR	1	2	3	4	5	6	7
1- FoMO	.89	.68	-	.92**	.79**	.60**	-.10	.24**	.31**
2- Kişisel FoMO	.90	.91		-	.48**	.61**	-.03	.29**	.39**
3- Sosyal FoMO	.89	.88			-	.37**	-.17**	.07	.10
4- Akıllı telefon bağımlılığı	.86	.86				-	-.02	.38**	.44**
5- Yaşam doyumu	.85	.86					-	.07	.06
6- Sosyal medya kullanım süresi ^a								-	.44**
7- Sosyal medya kontrol etme sıklığı ^a									-

Not. ^a Bu değişkenler tek madde halinde gözlenen değişken şeklinde ölçülmüştür. **p < .001

Değişkenler arasındaki korelasyona bakıldıktan sonra FoMO üst yapısı kullanılarak YEM analizi gerçekleştirilmiştir. YEM analizi sonuçlarına göre, modelin uyum indeksi değerleri şu şekildedir; $\chi^2/df = 2.58$; RMSEA = .07; SRMR = .08; CFI = .90. Ayrıca FoMO'nun diğer değişkenler üzerindeki tahmin gücü için R^2 oranlarına bakılmıştır (Bkz. Şekil 2). Buna göre, FoMO akıllı telefon bağımlılığındaki varyansın %73'ünü açıklamakta iken, günlük sosyal medya kontrol etme sıklığının %27'sini açıklamaktadırlar.

**Şekil 2.** FoMO Ölçeğinin Yapı Geçerliğine Yönelik Yapısal Eşitlik Modellemesi Sonuçları (N = 353)

Şekil 2’de yer alan analiz sonuçlarına göre, FoMO’nun akıllı telefon bağımlılığı ($\beta = .86, p < .001$), günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi ($\beta = .44, p < .001$) ve günlük sosyal medya kontrol etme sıklığını ($\beta = .52, p < .001$) pozitif bir şekilde yordadığı görülmüştür. Öte yandan, FOMO yaşam doyumunu istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yordamamaktadır ($\beta = .00, p > .05$).

Tartışma

Bu araştırmanın amacı, Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen FoMO ölçeğinin sosyal medya bağlamında Türkçeye uyarlama süreci gerçekleştirilerek ulusal alanyazına kazandırılmasıdır. Bu amacı gerçekleştirmek için iki ayrı zamanda farklı örneklerden toplanan veri setleri üzerinde psikometrik analizler gerçekleştirilmiştir.

Öncelikli olarak, ilk toplanan veri seti üzerinde AFA uygulanmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda, ölçeğin orijinalindeki gibi kişisel FoMO ve sosyal FoMO olarak iki faktörlü bir yapı gösterdiği ve maddelerin faktörlere dağılımının orijinal ölçekteki gibi olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, kişisel FoMO faktörü varyansın %42’sini açıklarken, sosyal FoMO faktörü varyansın %18’ini açıklamaktadır. Dolayısıyla bu iki faktör toplam varyansın %60’ına karşılık gelmektedir. Bu oran sosyal bilimler için önerilen eşik değerin üzerinde yer almaktadır (Leech ve ark., 2019).

AFA sonucunda ortaya çıkan ölçeğin yapısını test etmek ve doğrulamak için farklı bir veri seti kullanılarak DFA yapılmıştır. Ölçeğin iki faktörlü yapısı hem birinci düzey DFA hem de FoMO’nun üst yapı olduğu ikinci düzey DFA yoluyla analiz edilmiştir. Her iki model türünde de modellerin uyum indeksi değerlerinin aynı çıktığı ve alanyazında kabul edilebilir bir seviyede oldukları tespit edilmiştir (Byrne, 2016; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 2016). Bu durum, her iki modelin de veri ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Ayrıca ikinci düzey DFA sonuçları, ölçeğin genel toplam puanının alınabileceğine işaret etmektedir. Çünkü, ikinci düzey yapılar, ölçeğin daha büyük bir ölçeğin alt ölçekleri olduğu fikrini desteklemektedir. Bu nedenle, alt ölçekler tek tek incelenebilir veya tek bir ölçekte/üst yapıda toplanabilirler (Noar, 2003).

Öte yandan, DFA bulguları maddelere ait faktör yüklerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve faktör yük oranlarının yeterli seviyede olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda yapılan birleşim ve ayrışım analizleri de Türkçeye uyarlanmış iki faktörlü FoMO ölçeğinin birleşim ve ayrışım geçerliğine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, ölçekte yer alan faktörlerin (kişisel FoMO ve sosyal FoMO) kendi arasında belli

bir derecede korelasyona sahip oldukları fakat aynı zamanda bu korelasyonun çok yüksek olmadığı anlamına gelmektedir (Bkz. Swank ve Mullen, 2017; Throuvala ve ark., 2021).

Cronbach alfa ve birleşik güvenilirlik (CR) analiz sonuçları FoMO ölçeğinin hem iç tutarlılık hem de yapı bakımından güvenilir olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ölçekte yer alan maddelerin ayırt ediciliğini belirlemek ve ölçeğin kendi içinde tutarlılığını değerlendirmek için yürütülen madde analizleri sosyal medyada FoMO ölçeğinde yer alan tüm maddelerin ayırt edici olduğunu göstermiştir.

FoMO ölçeğinin yapı geçerliğine yönelik daha fazla geçerlik kanıtları sunmak için bir YEM analizi gerçekleştirilmiştir. İkinci düzey bir yapının varlığının araştırmacılar tarafından dikkate alınmaması beklenmeyen bulgulara ve zayıf model uyum indeksi değerlerine yol açabilmektedir (Manata ve Spottswood, 2021). Bu noktadan hareketle, FoMO'nun ikinci düzey olduğu YEM analizi sonucunda, FoMO'nun akıllı telefon bağımlılığını, günlük sosyal medya kullanım süresini ve günlük sosyal medya kontrol etme sıklığını pozitif yönde anlamlı bir şekilde yordadığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar alanyazında konuya ilişkin daha önceki sonuçlar ile paralellik göstermektedir (Abel ve ark., 2016; Baker ve ark., 2016; Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016). Fakat alanyazındaki çalışmalardan farklı olarak, bu çalışmada FoMO ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Alanyazında yer alan bazı araştırmalarda, FoMO ile yaşam doyumu arasında ortaya çıkan ilişkinin çok düşük düzeyde olabileceği (Jood, 2017; Sette ve ark., 2020), bazılarında ise FoMO ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı (Barry ve Wong, 2020; Uram ve Skalski, 2020) ortaya konulmuştur. Barry ve Wong'un (2020) yaptıkları çalışmada, bu iki değişken arasında sadece yaş arttığında anlamsız bir ilişkinin ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, genç yetişkinlerde negatif anlamlı ilişki ortaya çıkarken, yetişkinlerde bu ilişki anlamsızla dönebilmektedir. Bunun yanı sıra, FoMO ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiler kültür bağlamında da değişebilmektedir. Örneğin, Türkiye gibi toplulukçu kültürün hakim olduğu toplumlarda bu iki değişken arasındaki ilişki ABD ve Avrupa gibi bireyci kültürün hakim olduğu toplumlara göre farklı yönde olabilmektedir. Toplulukçu kültürlerde yaşayan insanlar, birbirine bağımlı benlik geliştirmeye daha fazla meyilli oldukları ve FoMO deneyimine karşı savunmasızlıkları nispeten daha düşük olduğu için bireyci kültürlerde yaşayanlara göre daha düşük bir yaşam memnuniyeti bildirebilirler (Dogan, 2019). Bu noktadan hareketle, FoMO ve yaşam doyumu ara-

sındaki ilişkiyi daha ayrıntılı bir şekilde incelemek için özellikle kültürler arası daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır (Błachnio ve Przepiórka, 2018; Dogan, 2019). Öte yandan, değişkenler arasındaki ilişkilerin yönü kullanılan ölçekler bağlamında da değişebilir. İlk defa bu araştırma kapsamında FoMO ve yaşam doyumuna ilişkin ölçekler bir arada kullanılmış ve ölçeklerden elde edilen puanlar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Değişkenlerin arasındaki ilişkileri ölçme sürecinde farklı ölçeklerin kullanılması alanyazındaki benzer çalışmalara göre farklı sonuçlar ortaya çıkartabilmektedir (Jood, 2017). Sonuç olarak, her ne kadar bu çalışmada kullanılan yaşam doyumu ölçeği ve FoMO arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmasa da bu ilişkinin yol analizi bağlamında ele alınışıyla dahi alanyazına önemli katkılar sunulduğu düşünülmektedir.

Diğer yandan, kişisel FoMO ve diğer değişkenler arasındaki ilişki durumları FoMO üst yapısına benzerdir. Fakat sosyal FoMO ile günlük sosyal medya kullanım süresi ve günlük sosyal medya kontrol etme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bunun sebebi, sosyal FoMO duyguları yaşayan bireyler akran gruplarından etkilenmeye yönelik daha duyarlı olduklarında sosyal medya kullanımına yönelik daha olumsuz tepkiler verebilmeleri ve hatta günlük rutin sosyal medya kullanımından kaçınmaları olabilir (Chinchanachokchai ve De Gregorio, 2020). Ayrıca, FoMO ve kişisel FoMO'dan farklı olarak sosyal FoMO ile yaşam doyumu arasında negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgular, FoMO ile yaşam doyumu arasındaki ilişkileri inceleyen bazı çalışmalarla da uyumludur (Przybylski ve ark., 2013; Sha ve ark., 2019). Bu çalışmada, sosyal FoMO ile yaşam doyumu arasındaki ilişkinin farklılık göstermesinin sebebi, bir kişinin FoMO yaşamasının onu diğerlerinden geride bırakabileceği ve bunun da yaşam doyumunun düşmesine yol açabileceği olabilir. İnsanlar sadece kendileri için arzu ettikleri deneyimleri kaçırmaktan değil, diğer insanların hoşuna giden deneyimleri kaçırmaktan da endişe duyabilir (Zhang ve ark., 2020) ve bu durum yaşam doyumunu sosyallik bağlamında etkileyebilecektir.

Eğer alanyazındaki çalışmalar ve/veya teoriler yeni geliştirilen/uyarlanan bir ölçekle diğer değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında bazı tahminler yapmaya izin veriyorsa ve söz konusu ölçeğin çalışmasında bu ilişkilerin yönü hakkında bir takım anlamlı sonuçlara ulaşıyorsa, ölçeğin özellikle yapı geçerliğine yönelik güçlü kanıtlar ortaya çıkmış demektir (Noar, 2003). Mevcut çalışmada, Türkçeye uyarlanan sosyal medyada FoMO ölçeğinin, hem kişisel FoMO ve sosyal FoMO olmak üzere iki faktörlü yapısı hem de FoMO'nun üst yapı olduğu ikinci düzey yapısı yapı geçerliği ve güvenilirlik gibi psikometrik özellikler bakımından desteklenmiştir.

Bu araştırmanın FoMO alan yazınına önemli katkılar sunması beklenmektedir. Öncelikle, bu araştırma FoMO ölçeğini sosyal medya bağlamında ele almıştır. Bu bağlamda, FoMO'ya yönelik genel kavramsal çerçeveler geliştirmek için bu çalışmada olduğu gibi öğrencilerin yanı sıra genel sosyal medya kullanıcılarının veri setlerine dahil edilmesi FoMO ölçeğin farklı gruptaki psikometrik özelliklerinin sınanması açısından önemlidir (Browne ve ark., 2018; Tandon ve ark., 2020). Ayrıca bu araştırma ölçeğin uygulanmasında daha önce ortaya çıkan sorunların çözümünde de etkili olabilir. İlk ve en çok kullanılan FoMO ölçeğinde (Bkz. Przybylski ve ark., 2013) olduğu gibi tek faktörlü ölçümler, bireyleri his veya duygu seviyelerine göre sıralamak için kullanılabilirken, bu çalışmada kullanılan FoMO ölçeği gibi çok faktörlü yapılar daha kişiselleştirilmiş bir değerlendirme için faydalı olabilmektedir (Sette ve ark., 2020). Özetle, Zhang ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilmiş FoMO ölçeğinin bu çalışma kapsamında sosyal medya bağlamında Türkçeye uyarlanmış versiyonunun, diğer Türkçe FoMO ölçeklerine göre kavramın sosyal medya açısından değerlendirilmesine daha uygun olabileceği düşünülmektedir.

Bu araştırma, her bilimsel çalışmada olduğu gibi bazı sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak, alanyazındaki çoğu FoMO araştırmasında olduğu gibi bu çalışmada da veriler kolayda örneklem tekniği kullanılarak öz bildirim ölçekleri yoluyla toplanmıştır (Bkz. Tandon ve ark., 2021). Ayrıca metodolojik yaklaşımlar açısından, alanyazındaki FoMO üzerine gerçekleştirilen çalışmaların %88'i kesitsel bir tasarıma sahip iken, sadece yaklaşık %3'ünün deneysel bir tasarımla gerçekleştirildiği belirlenmiştir (Tandon ve ark., 2021). FoMO ile ilgili yapılan çoğu çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da toplanan veriler kesitsel bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, özellikle gelecekte FoMO'nun geçerliğini sınamak için boylamsal veya deneysel çalışmalar yürütülmesi önerilir (Barry ve Wong, 2020; Elhai ve ark., 2020). İkinci olarak, bu çalışmada her ne kadar 18 yaş üstü tüm yaş grubundaki kişiler yer almış olsalar da katılımcılar daha çok genç yaş grubundaki bireylerdir. FoMO ile ilgili alanyazında daha çok gençlere odaklanıldığı dikkat çekmektedir (örn., Tandon ve ark., 2021). Dahası, FoMO gençler arasında daha yaygın bir olgu olduğu için örneklem olarak bu yaş grubundaki kişilerin araştırmalarda yer alması önerilmektedir (Przybylski ve ark., 2013). Fakat bu çalışmada kullanılan FoMO ölçeğinin yetişkinler üzerinde de test edilmesi önemlidir. Çünkü, FoMO bazı araştırmalarda yaşlanmaya karşı duyarlı olabileceği ileri sürülmektedir (Bkz. Zhang ve ark., 2020). FoMO genç yetişkinler arasında daha yaygın olsa da aile etkinliklerinin dışında

kalma hissi yaşlı yetişkinler için daha endişe verici olabilir (Barry ve Wong, 2020). Önceki bir çalışma, yaşlı yetişkinlerin genç yetişkinlerden daha yalnız olduğunu ileri sürmektedir (Nicolaisen ve Thorsen, 2014). Bu durum, yaşlı yetişkinlerin de genç yetişkinler gibi yüksek FoMO yaşayabileceğini göstermektedir.

Üçüncü olarak ise, her ne kadar bu çalışmada iki farklı örneklem bağlamında sosyal medyada FoMO ölçeği ile ilgili veriler toplanıp psikometrik özellikler açısından sınanmış olsa da yeni ölçeklerin doğrulanması tek seferlik bir süreç değildir (Browne ve ark., 2018). Bu nedenle, gelecek araştırmalar bu ölçeğin psikometrik özelliklerini farklı örneklemelerde yeniden sınavarak çapraz geçerliğine dair bulgular elde edebilir. Örneğin, performans kaygısı veya fiziksel/psikiyatrik tanılar gibi dışsal ve objektif kriterler doğrultusunda toplanan bazı verilerle FoMO ölçeğinin ölçüt bağımlı geçerliği incelenebilir. Son olarak, FoMO ile ilgili olarak coğrafik ve kültürler arası çalışma eksikliği olduğu son yapılan sistematik derleme çalışmasında vurgulanmaktadır (Bkz. Tandon ve ark., 2021). Bu nedenle, sosyal medyada FoMO ölçeğinin farklı kültürler üzerinde de hem uyarılma çalışmalarının yapılması hem de çeşitli hipotezlerin sınıandığı araştırmalarda kullanılması önerilmektedir.

Tüm bu sınırlılıklara rağmen, bu çalışma FoMO'yu sosyal medya kapsamında incelemeyi düşünen araştırmacılara geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı sunmaktadır. Ayrıca bu ölçüm aracı, kişisel FoMO ve sosyal FoMO olmak üzere çok boyutlu bir yapıya sahip olmanın yanında FoMO'nun üst yapı olduğu ikinci düzey (second-order) bir yapıya da sahiptir. Bundan dolayı, bu çalışmanın sosyal medya ve FoMO arasındaki ilişkileri daha iyi anlamak adına hem uygulamacılara hem de araştırmacılara önemli fikirler sunması beklenmektedir.

Etik Komite Onayı: Trabzon Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı'na etik onay başvurusunda bulunulmuş ve 28.10.2020 tarihli 81614018-000-E.437 sayılı karar ile gerekli etik izinler alınmıştır. Ayrıca, çalışmada Helsinki Bildirgesi'ndeki araştırma ilkelerine bağlı kalınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Çalışma Konsepti/Tasarım- F.Ç., B.Y.Ö.; Veri Toplama- F.Ç., B.Y.Ö.; Veri Analizi/Yorumlama- F.Ç., B.Y.Ö.; Yazı Taslağı- F.Ç., B.Y.Ö.; İçeriğin Eleştirel İncelemesi- F.Ç., B.Y.Ö.; Son Onay ve Sorumluluk- F.Ç., B.Y.Ö.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: An application for ethical approval was made to Trabzon University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee and the necessary ethical permissions were obtained with the decision numbered 81614018-000-E.437 dated 28.10.2020. In addition, the study adhered to the research principles of the Declaration of Helsinki.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Conception/Design of Study- F.Ç., B.Y.Ö.; Data Acquisition- F.Ç., B.Y.Ö.; Data Analysis/ Interpretation- F.Ç., B.Y.Ö.; Drafting Manuscript- F.Ç., B.Y.Ö.; Critical Revision of Manuscript- F.Ç., B.Y.Ö.; Final Approval and Accountability- F.Ç., B.Y.Ö.

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Grant Support: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynakça/References

- Abel, J. P., Buff, C. L. ve Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. doi:10.19030/jber.v14i1.9554
- Al-Menayes, J. 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. doi:10.5923/j.ijap.20160602.04
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. doi:10.1016/j.chb.2015.02.057
- Aral, S. ve Walker, D. (2012). Identifying influential and susceptible members of social networks. *Science*, 337(6092), 337–341. doi:10.1126/science.1215842
- Argan, M. ve Tokay-Argan, M. (2018). Fomsumerism: A theoretical framework. *International Journal of Marketing Studies*, 10(2), 109-117.
- Argan, M., Tokay-Argan, M. ve İpek, G. (2018). Keşke olsaydım! Bir fomo tüketicinin (fomsumer) anatomisi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 9(1), 43-57.
- Bacanlı, Y. (2003). Mesleki grup rehberliğinin benlik ve meslek kavramlarının bağdaşımına etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 35, 336-359.
- Baker, Z. G., Krieger, H. ve LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275–282. doi:10.1037/tps0000075
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K. ve Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 628–639. doi:10.1007/s11469-018-9959-8
- Bandalos, D. L. ve Finney, S. R. (2019). Factor Analysis: Exploratory and Confirmatory. G. R. Hancock, L. M. Stapleton ve R. O. Mueller (Ed.), *The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences* (2. baskı, s. 98-122.) içinde. New York: Routledge.
- Barry, C. T. ve Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference? *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(12), 2952-2966. doi:10.1177/0265407520945394
- Baumeister, R. F. ve Tice, D. M. (1990). Point-Counterpoints: Anxiety and social exclusion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9(2), 165-195.
- Beyens, I., Frison, E. ve Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. doi:10.1016/j.chb.2016.05.083
- Błażnio, A. ve Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514-519. doi:10.1016/j.psychres.2017.11.012

- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C. ve 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
- Bright, L. F. ve Logan, K. (2018). Is my fear of missing out (FOMO) causing fatigue? Advertising, social media fatigue, and the implications for consumers and brands. *Internet Research*, 28(5), 1213–1227. doi:10.1108/IntR-03-2017-0112
- Browne, B. L., Aruguete, M. S., McCutcheon, L. E. ve Medina, A. M. (2018). Social and emotional correlates of the fear of missing out. *North American Journal of Psychology*, 20(2), 341–353.
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R. ve Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248–255. doi:10.1016/j.chb.2016.09.055
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3. basım). New York: Routledge.
- Can, G. ve Satici, S. A. (2019). Adaptation of fear of missing out scale (FoMOs): Turkish version validity and reliability study. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 32(1), 3. doi:10.1186/s41155-019-0117-4
- Casale, S. ve Fioravanti, G. (2020). Factor structure and psychometric properties of the Italian version of the fear of missing out scale in emerging adults and adolescents. *Addictive Behaviors*, 102. doi:10.1016/j.addbeh.2019.106179
- Casale, S. ve Gordon, L. F. (2020). Interpersonally-based fears during the COVID-19 pandemic: Reflections on the fear of missing out and the fear of not mattering constructs. *Clinical Neuropsychiatry*, 17(2), 88–93. doi:10.36131/CN20200211
- Chen, K. ve Cheung, H. L. (2019). Unlocking the power of ephemeral content: The roles of motivations, gratification, need for closure, and engagement. *Computers in Human Behavior*, 97, 67-74. doi: 10.1016/j.chb.2019.03.007
- Chinchanachokchai, S. ve De Gregorio, F. (2020). A consumer socialization approach to understanding advertising avoidance on social media. *Journal of Business Research*, 110, 474-483. doi:10.1016/j.jbusres.2020.01.062.
- Chotpitayasonondh, V. ve Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18. doi:10.1016/j.chb.2016.05.018
- Conlin, L., Billings, A. C. ve Averset, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communication & Society*, 29(4), 151–164. doi:10.15581/003.29.4.151-164
- Curran, P. J., West, S. G. ve Finch, J. F. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1(1), 16-29. doi:10.1037/1082-989x.1.1.16
- Çelik, F. ve Diker, E. (2021). Covid-19 sürecinde depresyon, stres, gelişmeleri kaçırma korkusu ve zorlayıcı sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiler. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 8(1), 17-43, doi: 10.31682/ayna.783472
- D’Lima, P. ve Higgins, A. (2021). Social media engagement and fear of missing out (FOMO) in primary school children. *Educational Psychology in Practice*, 37(3), 302-338. doi:10.1080/02667363.2021.1947200
- Dağlı, A. ve Baysal, N. (2016). Yaşam Doyumu Ölçeği’ nin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1250–1262. doi:10.17755/esosder.263229
- Dempsey, A. E., O’Brien, K. D., Tiamiyu, M. F. ve Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO)

- and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100150. doi:10.1016/j.abrep.2018.100150
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. doi:10.1207/s15327752jpa4901_13
- Dogan, V. (2019). Why do people experience the fear of missing out (FoMO)? Exposing the link between the self and the FoMO through self-construal. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 50(4), 524–538. doi:10.1177/0022022119839145
- Duman, H. ve Ozkara, B. Y. (2019). The impact of social identity on online game addiction: The mediating role of the fear of missing out (FoMO) and the moderating role of the need to belong. *Current Psychology*, 40(9), 4571–4580. doi:10.1007/s12144-019-00392-w
- Elhai, J. D., Yang, H. ve Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): Overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203–209. doi:10.1590/1516-4446-2020-0870
- Erdoğan, P. ve Şanlı, Y. (2019). Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencilerinde genel özyeterliliğin gelişmeleri kaçırma korkusu üzerine etkisi. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20), 594–620. doi:10.26466/opus.595661
- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C. ve Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106, 106364. doi:10.1016/j.addbeh.2020.106364
- Fang, J., Wang, X., Wen, Z. ve Zhou, J. (2020). Fear of missing out and problematic social media use as mediators between emotional support from social media and phubbing behavior. *Addictive Behaviors*, 107, 106430. doi:10.1016/j.addbeh.2020.106430
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS: And sex, drugs and rock “N” roll*. Sage Publications (3. Basım). Los Angeles: SAGE Publications.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 382–388. doi:10.2307/3151312
- Fox, J. ve Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168–176. doi:10.1016/j.chb.2014.11.083
- Fuster, H., Chamarro, A. ve Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Aloma: revista de psicologia, ciències de l’educació i de l’esport Blanquerna*, 35(1), 23–30.
- Göklér, M. E., Aydın, R., Ünal, E. ve Metintaş, S. (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 53–59. doi:10.5455/apd.195843
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis. Cengage learning* (8. basım.). Andover: Cengage.
- Heggstad, E. D., Scheaf, D. J., Banks, G. C., Monroe Hausfeld, M., Tonidandel, S. ve Williams, E. B. (2019). Scale adaptation in organizational science research: A review and best-practice recommendations. *Journal of Management*, 45(6), 2596–2627. doi:10.1177/0149206319850280
- Horn, J. L. (1965). A rationale and test for the number of factors in factor analysis. *Psychometrika*, 30(2), 179–185.
- Hu, L. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis:

- Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. doi:10.1080/10705519909540118
- Jood, T. E. (2017). *Missing the present of the unknown: The relationship between Fear of missing out (FoMO) and life satisfaction* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). University of South Africa.
- Kang, I., Son, J. ve Koo, J. (2019). Evaluation of culturally symbolic brand: The role of “fear of missing out” phenomenon. *Journal of International Consumer Marketing*, 31(3), 270–286. doi:10.1080/08961530.2018.1520670
- Kemp, S. (2022a, 26 Ocak). *Digital 2022: Global overview report*. Erişim Adresi: https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report?utm_source=Twitter&utm_medium=Social_Media&utm_campaign=Digital_2022&utm_content=eskimon_Twitter_Post_2022_01_26_02
- Kemp, S. (2022b, 15 Şubat). *Digital 2022: Turkey*. Erişim Adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-turkey?rq=turkey>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4. Basım). New York: The Guilford Press.
- Kwon, M., Kim, D.-J., Cho, H. ve Yang, S. (2013). The Smartphone Addiction Scale: Development and validation of a short version for adolescents. *PLoS ONE*, 8(12), e83558. doi:10.1371/journal.pone.0083558
- Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A. ve Aceto, P. (2016). Fear of missing out (FOMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue. *Computers in Human Behavior*, 61, 516–521. doi:10.1016/j.chb.2016.03.072
- Larkin, B. A. ve Fink, J. S. (2016). Fantasy sport, FoMO, and traditional fandom: How second-screen use of social media allows fans to accommodate multiple identities. *Journal of Sport Management*, 30(6), 643–655. doi:10.1123/jism.2015-0344
- Ledesma, R. D. ve Valero-Mora, P. (2007). Determining the number of factors to retain in EFA: An easy-to-use computer program for carrying out parallel analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 12(2), 1-11.
- Leech, L. N., Barrett, C. K. ve Morgan, A. G. (2019). *IBM SPSS for intermediate Statistics: Use and interpretation*. Routledge (5. Basım). New York. doi:10.1017/CBO9781107415324.004
- Manata, B. ve Spottswood, E. (2021). Extending Rice et al. (2017): The measurement of social media affordances. *Behaviour & Information Technology*, 105, 1-14. doi:10.1080/0144929x.2021.1875264.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. doi: 10.1037/h0054346
- Metin, B., Pehlivan, R. ve Tarhan, N. (2017). Üsküdar Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *The Journal of Neurobehavioral Sciences*, 4(2), 40–46.
- Müller, S. M., Wegmann, E., Stolze, D. ve Brand, M. (2020). Maximizing social outcomes? Social zapping and fear of missing out mediate the effects of maximization and procrastination on problematic social networks use. *Computers in Human Behavior*, 107, 106296. doi:10.1016/j.chb.2020.106296
- Nicolaisen, M. ve Thorsen, K. (2014). Who are lonely? Loneliness in different age groups (18-81 years old), using two measures of loneliness. *International Journal of Aging & Human Development*, 78(3), 229–257. doi: 10.2190/AG.78.3.b
- Noar, S. M. (2003). The role of structural equation modeling in scale development. *Structural Equation Modeling*, 10(4), 622-647. doi:10.1207/s15328007sem1004_8
- Noyan, C., Darcin, A., Nurmedov, S., Yilmaz, O. ve Dilbaz, N. (2015). Validity and reliability of the Turkish version of the Smartphone Addiction Scale-short version among university students.

- Anatolian Journal of Psychiatry*, 16, 73. doi:10.5455/apd.176101
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M. ve Chamorro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60. doi:10.1016/j.adolescence.2016.12.008
- Pallant, J. (2016). *SPSS survival manual*. McGraw-Hill (6. Basım). Berkshire: Open University Press.
- Peytchev, A. ve Peytcheva, E. (2017). Reduction of measurement error due to survey length: Evaluation of the split questionnaire design approach. *Survey Research Methods*, 11(4), 361-368. doi:10.18148/srm/2017.v11i4.7145
- Pituch, K. A. ve Stevens, J. P. (2016). *Applied multivariate statistics for the social sciences: Analyses with SAS and IBM's SPSS* (6. Basım). New York: Routledge.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. doi:10.1016/j.chb.2013.02.014
- Reer, F., Tang, W. Y. ve Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486-1505. doi:10.1177/1461444818823719
- Riordan, B. C., Cody, L., Flett, J. A. M., Conner, T. S., Hunter, J. ve Scarf, D. (2020). The development of a single item FoMO (Fear of Missing Out) Scale. *Current Psychology*, 39(4), 1215–1220. doi:10.1007/s12144-018-9824-8
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York, NY: Basic.
- Rozgonjuk, D., Elhai, J. D., Ryan, T. ve Scott, G. G. (2019). Fear of missing out is associated with disrupted activities from receiving smartphone notifications and surface learning in college students. *Computers and Education*, 140(May). doi:10.1016/j.compedu.2019.05.016
- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L. ve Hauck, N. (2020). The Online Fear of Missing out Inventory (ON-FoMO): Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(1), 20–29. doi:10.1007/s41347-019-00110-0
- Sha, P., Sariyska, R., Riedl, R., Lachmann, B. ve Montag, C. (2019). Linking internet communication and smartphone use disorder by taking a closer look at the Facebook and WhatsApp applications. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100148. doi:10.1016/j.abrep.2018.100148
- Shen, Y., Zhang, S. ve Xin, T. (2020). Extrinsic academic motivation and social media fatigue: Fear of missing out and problematic social media use as mediators. *Current Psychology*, 1-17. doi:10.1007/s12144-020-01219-9
- Song, X., Zhang, X., Zhao, Y. C. ve Song, S. (2017). Fearing of missing out (FoMO) in mobile social media environment: Conceptual development and measurement scale. *iConference 2017 Proceedings* (s. 733–738) içinde. doi:10.9776/17330
- Swank, J. M. ve Mullen, P. R. (2017). Evaluating evidence for conceptually related constructs using bivariate correlations. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 50(4), 270-274. doi:10.1080/07481756.2017.1339562
- Şahin, E. ve Çavuş, B. F. (2020). Sosyal medya algısı ve FoMO'nun tüketici satın alma davranışına etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi örneği. *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 149-182.
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N. ve Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72-82. doi:10.1016/j.jretconser.2019.05.026

- Tandon, A., Kaur, P., Dhir, A. ve Mäntymäki, M. (2020). Sleepless due to social media? Investigating problematic sleep due to social media and social media sleep hygiene. *Computers in Human Behavior*, 113. doi:10.1016/j.chb.2020.106487
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N. ve Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782-821. doi:10.1108/intr-11-2019-0455
- Throuvala, M. A., Pontes, H. M., Tsaousis, I., Griffiths, M. D., Rennoldson, M., & Kuss, D. J. (2021). Exploring the dimensions of smartphone distraction: Development, validation, measurement invariance, and latent mean differences of the smartphone distraction scale (SDS). *Frontiers in Psychiatry*, 12. doi: 10.3389/fpsy.2021.642634
- Tomczyk, Ł. ve Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina: Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549. doi:10.1016/j.chilyouth.2018.03.048
- Tunçel, N. ve Kavak, B. (2016). Sosyal dışlanmanın etik olmayan tüketici davranışı gösterme eğilimi üzerindeki etkisi: Deneysel bir çalışma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 47-75.
- Uram, P. ve Skalski, S. (2020). Still logged in? The link between Facebook addiction, FoMO, self-esteem, life satisfaction and loneliness in social media users. *Psychological Reports*, 125(1), 218–231. doi:10.1177/0033294120980970
- Velicer, W. F. (1976). Determining the number of components from the matrix of partial correlations. *Psychometrika*, 41, 321-327.
- Wang, J. ve Wang, X. (2020). *Structural equation modeling: Applications using Mplus* (2. Basım). Hoboken: John Wiley & Sons.
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B. ve Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33–42. doi:10.1016/j.abrep.2017.04.001
- Wortham, J. (2011, 9 Nisan). *Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook wall*. Erişim Adresi: <https://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>
- Zhang, Z. (2018). Fear of missing out: Scale development and impact on brand loyalty. (Yayınlanmış Doktora Tezi). The University of Texas at El Paso.
- Zhang, Z., Jiménez, F. R. ve Cicala, J. E. (2020). Fear Of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619–1634. doi:10.1002/mar.21406

