

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE FOMO DÜZEYİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE VE SOSYAL MEDYA FAKTÖRLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ¹

Halime SUVAY EKER²

Bilge ACAR BOLAT³

Umman Tuğba GÜR SOY⁴

Makale İlk Gönderim Tarihi / Recieved (First): 02.11.2023

Makale Kabul Tarihi / Accepted: 08.11.2023

Atf/©: Suvay Eker, H., Acar Bolat, B., Gürsoy, U. T., (2023). Üniversite Öğrencilerinde Fomo Düzeyinin Demografik Özelliklere ve Sosyal Medya Faktörlerine Göre Değerlendirilmesi. Journal of Management Theory and Practices Research, 4(2), 129 - 147

Özet

Yaşamımızın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya, başkalarıyla bağlantı kurma konusunda önemli faydalar sağlasa da bazı olumsuz duygu durumlarını beraberinde getirmiştir. FoMO (Fear of Missing Out) sosyal medya ile hayatımıza girmiş fobilerden biridir. Sosyal medyanın insanlara sürekli olarak başkalarının hayatlarını izleme fırsatı vermesi ve sosyal medyada paylaşılan her bir etkinliğin anlık olması, kullanıcıların devamlı olarak sosyal medya hesaplarını kontrol etmelerine sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla kullanıcılar sosyal medyadan uzak kaldıklarında sosyal ortamdaki gelişmeleri kaçırma korkusu olarak ifade edilen FoMO duygusunu hissedebilmektedir. Buna ek olarak, kullanıcılar takip ettikleri kişilerin sosyal ilişkilerini veya katıldıkları etkinlikleri gördüğünde onların mükemmel bir yaşama sahip olduğunu düşünerek kendi yaşamlarında eksiklik hissedebilmektedir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin FoMO düzeylerinin demografik özelliklere ve sosyal medya kullanım faktörlerine göre farklılıklarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, araştırma kapsamında veri toplamak için katılımcıların demografik özelliklerini, sosyal medya kullanım faktörlerini ve FoMO düzeylerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşan anket formu kullanılmıştır. Daha sonra, toplanan verilerden elde edilen FoMO düzeylerinin öğrencilerin demografik özelliklerine göre ve sosyal medya kullanım faktörlerine göre farklılıkları Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi kullanılarak incelenmiştir. Alınan sonuçlarda, FoMO'nun demografik özelliklerden cinsiyet, yaş, medeni durum ve aylık ortalama gelire göre farklılaştığı, öğrencilerin okudukları sınıf seviyesine ve gelir kaynağına göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım faktörleri incelendiğinde FoMO'nun sadece sosyal medyada bir günde geçirilen süreye göre farklılık gösterdiği; kullanım süresi, takipçi sayısı, paylaşım sıklığı ve beğeni sayısına göre farklılaşmadığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK), Üniversite Öğrencileri, FOMO

JEL Kodu: C1.

1 Bu yayın Halime Suvay Eker'in İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Sayısal Yöntemler Ana Bilim Dalında savunmuş olduğu Doktora tezinden türetilmiştir.

2 Dr.Öğr. Üyesi, Gedik Üniversitesi, halime.suvayeker@gmail.com, ve Orcid no: 0000-0001-5310-7627

3 Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, bacar@istanbul.edu.tr, Orcid no: 0000-0001-9815-4371

4 Sorumlu Yazar, Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, tugbasim@istanbul.edu.tr, Orcid no: 0000-0002-5143-4058

EVALUATION OF FOMO LEVELS AMONG UNIVERSITY STUDENTS BASED ON DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AND SOCIAL MEDIA FACTORS

Citation/©: Suvay Eker, H., Acar Bolat, B., Gürsoy, U. T., (2023). Üniversite Öğrencilerinde Fomo Düzeyinin Demografik Özelliklere ve Sosyal Medya Faktörlerine Göre Değerlendirilmesi. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 4(2), 129 - 147

Abstract

Social media, which has become an important part of our lives, provides important benefits in connecting with others, but it has brought along some negative emotional. FoMO (Fear of Missing Out) is one of the phobias included in our lives with social media. Social media gives people the opportunity to constantly follow the lives of others and the instantaneous of each activity shared on social media causes users to constantly check their social media accounts. Therefore, when users stay away from social media, they may feel FoMO, which is expressed as the Fear of Missing Out. In addition, when users see the social relationships of the people they follow or the activities they participate in, they may think that they have a perfect life and feel insufficiency in their own lives. In this study, it was aimed to reveal the differences of university students' FoMO levels according to demographic characteristics and social media usage factors. In this respect, a survey consisting of questions to determine the demographic characteristics, social media usage factors and FoMO levels of the participants was used to collect data within the scope of the research. Then, the differences of the FoMO levels obtained according to the demographic characteristics of the students and according to the social media usage factors were examined using Mann Whitney U Test and Kruskal Wallis Test. In the results obtained, it was determined that FoMO differed according to gender, age, marital status and average monthly income among demographic characteristics, but not according to the grade level of the students and income source. When analysed for social media usage factors, it was found that FoMO differed only according to the time spent on social media (in a day), and did not differ according to the duration of use, number of followers, frequency of sharing and number of likes.

Keywords: Social Media, Fear of Missing Out, University Students, FOMO.

JEL Classification: C1.

1. GİRİŞ

Sosyal medyanın, kullanıcılarına birçok olanak sağladığı bilinmektedir. Başkalarıyla iletişim kurabilme, farklı birçok içerik ile keyifli vakit geçirebilme veya alışveriş yapabilme bunlardan bazılarıdır. Hemen hemen herkes tarafından kullanılan sosyal medya aracılığıyla insanlar yer ve zaman kısıtlaması olmadan aileleriyle, arkadaşlarıyla veya başkalarıyla etkileşim kurabilmektedir. Bununla birlikte, kullanıcılar kendi ilgi alanlarını ve deneyimlerini içeren paylaşımlar da yapabilmektedir. Ancak, sosyal medyada paylaşımların anlık olarak gerçekleştirilmesi ve akışının sürekli güncellenmesi kullanıcıların hesaplarını sürekli ziyaret etmelerine neden olmaktadır. Bununla birlikte, takipçilerden gelen beğeni, yorum veya mesajların bildirim olarak gönderilmesi de kullanıcıları devamlı olarak bu ortamlarda aktif tutmaktadır. Dolayısıyla, sosyal medyada zaman geçirmeye alışan kullanıcılarda sosyal ortamlardaki gelişmeleri kaçırma korkusu olarak ifade edilen FoMO (Fear of Missing Out) hissini ortaya çıkması muhtemel olmaktadır.

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinde FoMO düzeyleri araştırılmış, devamında elde edilen FoMO düzeylerinin öğrencilerin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, medeni durum vb.) ve sosyal medya kullanım faktörlerine (kullanım süresi, takipçi sayısı, paylaşım sıklığı vb.) göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

2. FOMO KAVRAMI

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile hayatımıza girmiş fobilerden biri olan FoMO sosyal ortamlardaki gelişmeleri kaçırma korkusu olarak ifade edilmektedir. Przybylski ve diğerleri (2013), FoMO'yu "Başkalarının, herhangi bir kişinin sahip olmadığı ödüllendirici deneyimler yaşayabileceğine dair yaygın bir endişe" ve "Başkalarının yaptıklarıyla devamlı bağlantıda olma isteği" olarak ifade etmişlerdir. Aydın (2018), kişilerin kaçırdığı şeylerin ne olduğunu bilmeseler dahi sürekli olarak diğerlerinin kendilerinden daha iyi bir yaşam sürdüğü algısı ile FoMO'yu açıklamıştır. Şahin ve Çavuş (2020) ise, bireyin, başkalarının kendisinden daha çok tatmin edici deneyimler yaşadığına kanaat getirmesi sonucu, sosyal medyada sürekli aktif bulunarak diğerlerinin neler yaptığını öğrenmeye dair duyulan güçlü bir istek biçiminde ifade etmişlerdir.

Sosyal medyada, diğer insanların gezdikleri yerlere, katıldıkları etkinliklere veya sahip oldukları çekici ürünlere ilişkin paylaşımlardan etkilenen kişilerde, yoksunluk duygusu tetiklenerek FoMO hissi ortaya çıkabilmektedir (Bekman, 2021: 71). Anlaşıldığı üzere başkalarının deneyimlerini bireye aktarmada aracılık rolü bulunan sosyal medya, FoMO ile yakından ilişkilidir. Sosyal medyanın haricinde FoMO, psikoloji, pazarlama ve finans ile ilişkilendirilen disiplinlerarası bir konudur.

FoMO, kişilerde, korku, kaygı veya endişe gibi olumsuz duygu durumlarına neden olan bir kavram olması yönüyle psikoloji ile ilişkisini ortaya koymaktadır. Ayrıca FoMO'nun depresyon, anksiyete, yalnızlık ve olumsuz duygu durumları ile arasındaki ilişkiler yapılan çalışmalarla doğrulanmıştır. Kartol ve Peker (2020), çalışmalarında ergenlerdeki FoMO ile depresyon, anksiyete ve mutluluk arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Alınan sonuçlar, FoMO'nun mutluluk ile arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ancak depresyon ve anksiyete ile pozitif yönde orta düzeyde ilişkili olduğunu göstermiştir. Orta'nın (2020), çalışmasında da üniversite öğrencilerinde FoMO ile psikolojik belirtiler (örneğin, yalnız hissetmek, gelecekle ilgili umutsuzluk duyguları) arasındaki ilişkiler incelenmiş ve elde edilen sonuçlar bu ilişkileri desteklemiştir.

Pazarlama alanında FoMO, ürünlerin veya hizmetlerin tüketicilere kaçırılmayacak bir fırsat ile sahip olabilecekleri düşüncesinin yerleştirilmesiyle karşımıza gelmektedir. Firmaların mal veya hizmetleri

için yapmış oldukları kampanyaları “Son gün yarın”, “Kampanya stoklarla sınırlıdır” veya “Sakin kaçırma” gibi sloganlarla duyurması müşterilerde FoMO hissini meydana getirebilmektedir. Aydın (2018) yaptığı çalışmada, kıtlık algısının FoMO üzerinde etkisini doğrulamış, FoMO’nun da içgüdüsel alımlar üzerinde pozitif yönde etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Şahin ve Çavuş (2020) çalışmalarında, üniversite öğrencilerinin satın alma davranışlarına sosyal medya algısının ve FoMO’nun olumlu yönde etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Kavak ve diğerlerinin (2021) 18 yaş ve üzeri sosyal medya kullanan kişiler üzerinde yaptıkları çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiş FoMO’nun sosyal medya temelli satın alma eğilimi üzerinde, anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu alanda yapılan çalışmalar, tüketiciler açısından sorun olan FoMO’nun, firmalar açısından pazarlama stratejisi olduğunu açıkça göstermektedir.

FoMO, finans alanında ise, kripto para birimlerinin yaygınlaşması ile kendisini göstermiştir. Özellikle Bitcoin yatırımcılarının potansiyel olarak karlı bir yatırımı ya da ticari bir fırsatı kaçırdığında hissettiği korkuyu ifade etmek için kullanılmaktadır. Devamlı olarak kripto para grafiğini takip edip FoMO’dan kaynaklanan korku ve endişenin tesiri altında işlem yapan kişilerin finansal durumu negatif yönde etkilenebilmektedir. Dolayısıyla, yatırımcıların duygularından ziyade rasyonel bir biçimde işlemlerini gerçekleştirmeleri için FoMO faktörünün dikkate alınması önemlidir (BtcTurk, 2021; Güler, 2021:10).

Henüz yeni bir kavram olmasına rağmen, FoMO’nun birçok alanda etkili olması dikkat çekmektedir. FoMO’dan kaynaklı ortaya çıkabilecek olumsuz durumların yaşamımızda büyük hasarlar bırakmaması için bu alanda yapılan çalışmalar ve alınacak tedbirler önem arz etmektedir.

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Sosyal medya kullanımının özellikle gençler arasında daha popüler olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu durum FoMO’nun daha çok gençlerde görülebileğine işaret etmektedir. Literatürde daha önce yapılan çalışmalarda da çoğunlukla gençlerin örneklem olarak seçildiği görülmektedir. Bu konu ile ilgili yapılan çalışmalardan bazıları kısaca açıklanmıştır.

Hattingh ve diğerleri (2022) çalışmalarında, FoMO ve sosyal medya yorgunluğu (aşırı enformasyon, aşırı iletişim ve çevrimiçi özel iyi oluş ve kompülsif sosyal medya kullanımı) arasındaki ilişkiyi araştırmak için bir model önermişlerdir. Instagram ve Snapchat kullanıcılarından toplanan verilerin analiziyle FoMO’nun sosyal medya yorgunluğu ile arasındaki ilişkiler doğrulanmıştır.

Akyol ve diğerleri (2021), Türkiye’de okuyan 235 lisans öğrencisinin katılımıyla problemlili cep telefonu kullanımı ile ruh sağlığı sorunları arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışmış, FoMO ve gerçeklerden kaçışın söz konusu bu ilişkide aracılık rolünün olup olmadığını araştırmışlardır. Alınan sonuçlar FoMO ve gerçeklerden kaçışın aracılık rolünün olmadığını ancak problemlili cep telefonu kullanımı yüksek olan öğrencilerin yüksek düzeyde ruh sağlığı sorunları, gelişmeleri kaçırma korkusu ve gerçeklerden kaçışı olduğu saptanmıştır.

Li ve diğerleri (2021), 1258 Çinli üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada FoMO ve sosyal ağ sitesi kullanımı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Kartol ve Peker (2020), Erzurum ilinde farklı liselerdeki 14 ila 18 yaş aralığında 517 öğrenci üzerinde yaptıkları çalışmada, FoMO ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki olmadığını, fakat FoMO ile depresyon ve anksiyete düzeyi arasında pozitif yönlü orta seviyede anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Dempsey ve diğerlerinin (2019), yaptıkları çalışmada öğrencilerin FoMO, ruminasyon, depresyon ve sosyal kaygı gibi değişkenleri ile problemlili Facebook kullanım şiddetini tahmin eden bir yapısal eşitlik

modeli oluşturulmuş, analiz sonucunda FoMO'nun sosyal kaygı ve problemlili Facebook kullanımına aracılık ettiği doğrulanmıştır.

Uzun ve diğerleri (2019), çalışmalarında ergen ve genç yetişkinlere ait yaş, cinsiyet, sosyal medya hesabı, sosyal medyadaki takipçi sayısı, paylaşılan içeriklerin beğeni sayısı ve yaşam doyum algısı değişkenleri ile FoMO arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Yaşam doyum ile FoMO arasında ters yönlü bir ilişki olduğu ve FoMO'nun yalnızca sosyal medyadaki takipçi sayısına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Yin ve diğerleri (2019), yaş ortalaması 16.80 olan 704 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmada, sosyal ağ siteleri bağımlılığı ile FoMO arasındaki ilişkide kıskançlık duygusunun aracılık rolünün olduğunu ortaya çıkarmışlardır.

Alt ve Boniel-Nissim (2018) yaptıkları çalışmada, Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modelini kullanarak ergenlerin derin ve yüzeysel öğrenme yaklaşımları, FoMO ve problemlili internet kullanım arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Alınan sonuçlar yüzeysel öğrenme yaklaşımı, FoMO ve problemlili internet kullanımı arasında kabul edilen pozitif ilişkiyi doğrulamış, buna ek olarak FoMO'nun yüzeysel öğrenme yaklaşımı ile problemlili internet kullanımı arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini göstermiştir.

4. ARAŞTIRMA

Çalışmanın amacı, örnekleme, varsayımları ve sonuçları bu bölümde açıklanmıştır

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada, sosyal medya kullanımı ile kişinin kendisini diğer insanlarla karşılaştığında, onların daha fazla eğlendiğine veya daha çok deneyim sahibi olduğuna kanaat getirmesiyle hissedilen eksikliği ifade eden FoMO kavramının üniversite öğrencilerinde görülme düzeyini tespit etmek amaçlanmıştır. Bununla birlikte elde edilen FoMO düzeylerinin öğrencilerin demografik özelliklerine göre ve sosyal medya kullanım faktörlerine göre farklılaşp farklılaşmadığı araştırılmıştır.

Çalışma, öğrencilerin sosyal medya kullanımları esnasında FoMO'nun etkisinde kalıp kalmadıklarının farkında olmaları açısından önemlidir. Bu farkındalık sayesinde, FoMO sonucunda psikolojik bir sorun olarak ortaya çıkabilecek depresyon, anksiyete veya kaygı gibi olumsuz duygu durumlarıyla kolaylıkla baş edilebilir. Öte yandan bu çalışma, önümüze kaçırılmayacak bir fırsat olarak çıkan sloganların aslında firmaların pazarlama stratejisi olduğunun ve sadece mal ve hizmetlerin satılması için kıtlık algısı oluşturulduğunun bilincine varmak açısından önemlidir.

4.2. Araştırma Grubu

FoMO'nun sosyal medya kullanımına bağlı olarak gençlerde daha çok görülebileceğinden hareketle çalışma 18 ila 26 yaşları arasında olan ve sosyal medya kullanan üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen çalışma grubunun katılımcılarını çoğunlukla İstanbul Üniversitesinde ve Beykoz Üniversitesinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Çevrimiçi olarak hazırlanan Google Form Anketi, Whatsapp, Instagram ve e-mail yolu ile iletilmiştir. Belirlenen özelliklere sahip 465 katılımcı çalışma grubunu oluşturmuştur.

Araştırma kapsamında veri toplamak için katılımcıların demografik özelliklerini, sosyal medya kullanım faktörlerini ve FoMO düzeylerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşan anket formu kullanılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak cinsiyet, yaş, medeni

durum, öğrenim görülen sınıf, gelir kaynağı ve aylık ortalama gelir miktarı olmak üzere altı soru sorulmuştur. Sosyal medya kullanım faktörlerinde ise kullanım süresi, takipçi sayısı, beğeni sayısı, paylaşım sayısı, günlük ortalama geçirilen süre ve üye olunan sosyal medya sayısına yönelik yedi soru sorulmuştur. Son olarak, FoMO düzeyini saptamak amacıyla Przybylski vd. (2013) tarafından geliştirilen ve Gökler vd. tarafından 2015 yılında Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin kanıtlanması sonucunda literatüre kazandırılan Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ/FoMO) kullanılmıştır. Söz konusu ölçek on maddeden ve tek alt boyuttan (FoMO) oluşmakta olup 5'li Likert tipi ile derecelendirilmektedir.

Çalışma kapsamında öğrencilere anket uygulayabilmek için, İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 30.01.2023 tarihli ve 1598006 sayılı yazı ile etik kurul onayı alınmıştır.

4.3. Araştırma Yöntemi

Çalışma için toplanan veriler SPSS Statistics 26 programı ile analiz edilmiştir. Öğrencilerde FoMO düzeyini belirlemek için kullanılan Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin güvenilir olup olmadığını tespit etmek için Cronbach Alpha katsayısına bakılmıştır. Cronbach Alpha katsayısı 0.70 üzerinde bir değere sahip olduğunda ölçeklerin güvenilirliği kabul edilmektedir (Nunnally, 1978 Akt. Sargın ve Dursun, 2021:344). Bunun yanı sıra Cronbach Alpha değerine alternatif bir güvenilirlik katsayısı olan Birleşik Güvenilirlik (Composite Reliability-CR) değeri hesaplanmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerin kendi aralarında ve oluşturdukları faktörle ilişkili olup olmadığını değerlendirebilmek amacıyla da Çıkarılan Ortalama Varyans (Average Variance Extracted-AVE) değeri hesaplanmıştır. Modelde kullanılan ölçeklerin güvenilir ve geçerli olduğunu kabul etmek için CR değerinin 0,7'nin üzerinde olması, AVE değerinin ise 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd., 2010 Akt. Sargın ve Dursun, 2021: 346).

FoMO ölçeğine ilişkin ifadelerin daha önceki çalışmalarda kabul edildiği gibi tek boyutta toplanıp toplanmadığını incelemek üzere açıklayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Ölçeğin öğrencilerden toplanan verilerle uyumlu olup olmadığını tespit etmek için ise doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır.

FoMO'nun demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığı ise Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi uygulanarak incelenmiştir. Parametrik olmayan verilerde, birbirleriyle ilişkisi olmayan iki örneklemden elde edilen puanların birbirlerinden anlamlı düzeyde farklılaşp farklılaşmadıklarını test etmek amacıyla Mann Whitney U Testi kullanılabilir. Öte yandan, parametrik olmayan verilerde, birbirleriyle ilişkisi olmayan üç veya daha fazla örneklemden elde edilen puanların birbirlerinden anlamlı düzeyde farklılaşp farklılaşmadıklarını ortaya çıkarmak amacıyla Kruskal Wallis Testi kullanılabilir. Tek faktörlü ANOVA analizinin parametrik olmayan karşılığı olarak bilinen Kruskal Wallis Testi, ANOVA'dan farklı olarak ortalamaları değil sıraları kıyaslamaktadır (Seçer, 2015: 201-203).

4.4. Bulgular ve Tartışma

4.4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklere göre dağılımları frekans ve yüzde analizleri ile tespit edilmiş, elde edilen sonuçlar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	300	64,52
Erkek	165	35,48
TOPLAM	465	100
Yaş Aralığı	Frekans	Yüzde
18-20	155	33,33
21-24	214	46,02
25 ve üzeri	96	20,65
TOPLAM	465	100
Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Bekar	417	89,68
Evli	48	10,32
TOPLAM	465	100
Sınıf	Frekans	Yüzde
1. Sınıf	130	27,06
2. Sınıf	169	36,34
3. Sınıf	47	10,11
4. Sınıf	53	11,40
Lisansüstü	66	14,19
TOPLAM	465	100
Gelir Kaynağı	Frekans	Yüzde
Aile	185	39,78
Öğrenim Kredisi	72	15,48
Kendi Kazancı	122	26,24
Burs	79	16,99
Diğer	7	1,51
TOPLAM	465	100
Aylık Ortalama Gelir	Frekans	Yüzde
0-1500	198	42,58
1501-2500	88	18,92
2501-3500	33	7,10
3501-4500	28	6,02
4501 ve üzeri	118	25,38
TOPLAM	465	100

Tablo 1’de sunulan bilgilere bakıldığında, katılımcıların çoğunluğunun kadın, 21-24 yaş aralığında, bekar, 2. sınıfa kayıtlı, gelir kaynağı aile olan ve 0 ila 1500 TL arasında aylık ortalama gelire sahip öğrenciler olduğu anlaşılmaktadır.

Sosyal Medya Kullanım Faktörlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanım faktörlerine göre dağılımları frekans ve yüzde analizleri ile belirlenmiş, elde edilen sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Sosyal Medya Kullanım Faktörlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Kullanma Yılı	Frekans	Yüzde
1 yıldan az	9	1,94
1-3 yıl	62	13,33
4-6 yıl	149	32,04
7 yıldan fazla	245	52,64
TOPLAM	465	100
Takipçi Sayısı	Frekans	Yüzde
0-250	191	41,08
251-400	114	24,52
401-550	62	13,33
551-700	38	8,17
700 ve üzeri	60	12,90
TOPLAM	465	100
Geçirilen Süre (Bir Günde)	Frekans	Yüzde
1 saatten az	43	9,25
1-3 saat	246	52,90
4-6 saat	153	32,90
7 saatten fazla	23	4,95
TOPLAM	465	100
Paylaşım Sıklığı	Frekans	Yüzde
Her gün	24	5,16
1-10 gün	108	23,23
11-20 gün	57	12,26
21-30 gün	56	12,04
30 ve üzeri	220	47,31
TOPLAM	465	100
Beğeni Sayısı	Frekans	Yüzde
0-50	96	22,65
51-100	104	22,37
101-150	116	24,95
151-200	83	17,85
201 ve üzerine	66	14,19
TOPLAM	465	100

Tablo 2’de sunulan bilgilere bakıldığında, çalışmaya katılan öğrencilerin çoğunlukla 7 yıldan fazla süredir sosyal medya kullandıkları, 0 ila 250 arasında takipçileri olduğu, bir günde sosyal medyada 1 ila 3 saat geçirdikleri, sosyal medyalarında 30 gün ve üzerinde paylaşım yaptıkları ve 101 ila 150 arasında beğeni aldıkları anlaşılmaktadır.

Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma (FoMO) Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

On ifadeden ve tek boyuttan oluşan Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma (FoMO) Ölçeğine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. FoMO Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Kısaltmalar	İfadeler	Ort.	S.S.	N
F1	Başkalarının deneyimlerinin benim deneyimlerimden daha doyurucu olması beni korkutur.	2,25	1,178	465
F2	Arkadaşlarımın deneyimlerinin benim deneyimlerimden daha doyurucu olması beni korkutur.	2,09	1,098	465
F3	Arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim.	2,14	1,221	465
F4	Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğim zamanlarda kaygı hissederim.	1,97	1,139	465
F5	Arkadaşlarımın “aralarındaki şakaları, muhabbetleri” anlamak benim için önemlidir.	3,34	1,310	465
F6	Bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcıyıp harcamadığımı merak ederim.	2,86	1,240	465
F7	Arkadaşlarımla buluşma fırsatını kaçırmış olmak canımı sıkır.	3,24	1,369	465
F8	İyi bir zaman geçirdiğimde bunun detaylarını online (çevrimiçi) olarak paylaşmak benim için önemlidir.	2,40	1,224	465
F9	Planlanmış bir buluşmayı kaçırmak canımı sıkır.	3,96	1,187	465
F10	Tatile çıktığımda arkadaşlarımın ne yaptığını takip etmeye devam ederim.	2,64	1,273	465

FoMO ölçeğine ait sonuçların yer aldığı Tablo 3'e bakıldığında, en yüksek ortalamaya (Ort.=3,96) “Planlanmış bir buluşmayı kaçırmak canımı sıkır” ifadesinin sahip olduğu; en düşük ortalamaya ise (Ort.= 1,97) “Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğim zamanlarda kaygı hissederim” ifadesinin sahip olduğu görülmektedir.

4.4.2.FoMO Ölçeğinin Güvenirlilik Düzeyinin İncelenmesi

Araştırma ölçeklerinde güvenilirlik, göstergelerin yani gözlenen değişkenlerin gözlenemeyen (gizli) değişkenleri tanımlama derecesindeki tutarlılığı göstermektedir. Ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin belirlenmesinde genel olarak Cronbach Alpha katsayısına bakılmaktadır (Acar Bolat, 2009: 125). Çalışmada ele alınan on maddeden ve tek boyuttan oluşan FoMO ölçeğinin yapılan analiz sonucunda Cronbach Alpha katsayısı 0.814 olarak bulunmuştur. Bu değer literatürde kabul edilen Cronbach Alpha katsayısının yani 0.70 üzerinde bir değere sahip olduğundan ölçeğin güvenilir olduğu anlaşılmaktadır.

4.4.3.Faktör Analizi

Açıklayıcı Faktör Analizi

Açıklayıcı Faktör Analizi, araştırmada kullanılan FoMO ölçeğinin kabul gördüğü şekilde tek boyutta toplanıp toplanmadığını incelemek amacıyla uygulanmıştır. Ayrıca analiz kapsamında toplanan verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını tespit etmek amacıyla Bartlett Testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri incelenmiştir. İfadeler arasında yüksek korelasyon olup olmadığını kontrol etmeyi sağlayan Bartlett Testi için sıfır hipotezinin reddedilmesi gerekirken, örneklem yeterliliği ölçütü için faydalanılan KMO değerinin ise 0,6'dan büyük olması gerekmektedir. (Gürsakar, 2019: 77).

FoMO ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

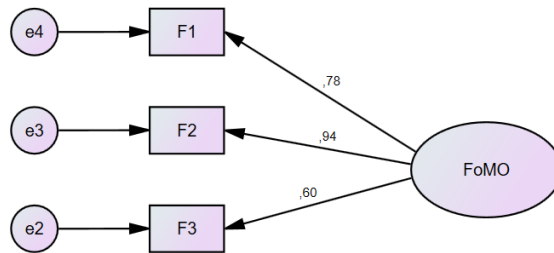
Tablo 4. FoMO Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör Yükleri	
Faktör 1: FoMO		
F1	0,819	
F2	0,857	
F3	0,810	
F4	0,703	
Cronbach Alfa Katsayısı	0,809	
Toplam Açıklanan Varyans	63,926	
Özdeğer	2,557	
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,698	
Bartlett's Test of Sphericity	Chi-Square	715,202
	df	6
	Sig.	0,000

FoMO ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarında KMO değerinin 0,6'dan büyük bulunmasıyla ve Bartlett Testinde sıfır hipotezinin reddedilmesiyle (Sig.=0.000) verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir. Ancak F5, F6, F7, F8, F9 ve F10 ifadelerinin ortak varyans yüklerinin düşük olması ve birden çok faktör altında 0,50'den çok değerle yer almaları sebebiyle çıkarılmaları uygun görülmüştür. Kalan F1, F2, F3 ve F4 ifadelerinin oluşturduğu tek boyutlu faktör ile devam edilmiş bu faktörün toplam varyansın % 63, 926'sını açıkladığı saptanmıştır.

Doğrulayıcı Faktör Analizi

Güvenirlilik ve açıklayıcı faktör analizlerinden sonra FoMO ölçeğinin toplanan veriler ile uyumlu olup olmadığını tespit etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ancak F4 ifadesinin faktör yükünün 0,50'nin altında olduğu görülmüştür. Faktör değerlerinin yükselmesi için Mahalonobis uzaklık ölçüsünden alınan sonuçlar incelenmiş, devamında toplanan verilerden aykırı uçlara sahip olan sekiz tanesinin çıkarılması kararı verilmiştir. Böylece 457 tane katılımcıya ait veri ile tekrar analiz yapılmıştır. Değerin yükseldiği görülmüş ancak F4 ifadesinin değerinin ölçeğin güvenirlilik (CR) ve geçerlilik (AVE) değerlerini olumsuz etkilemeye devam ettiği görülmüştür. Bundan dolayı F4 ifadesi ölçekten çıkarılmıştır. AMOS (Analysis of Moment Structures) programı aracılığıyla uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen FoMO ölçüm modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. FoMO Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Şekil 1 incelendiğinde her bir ifadeye ait standartlaştırılmış regresyon katsayılarının sırasıyla F1 için

0,78, F2 için 0,94 ve F3 için 0,60 olduğu anlaşılmaktadır ve elde edilen bu katsayıların anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, FoMO ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonucunda model uyum indekslerinin kabul edilen eşik değerleri arasında olduğu saptanmıştır ($X^2/df \leq 5$, $GFI \geq .85$, $AGFI \geq .85$, $CFI \geq .90$, $NFI \geq .90$, $TLI \geq .90$, $RMSEA \leq .08$).

4.4.4. Gizli Değişkenlere İlişkin Birleşik Güvenilirlik (CR) ve Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE) Analizleri

Ölçüm modelinin uyum iyiliği değerlerinin iyi olarak sonuçlanmasıyla her bir yapıya ait güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmaktadır. Bu doğrultuda FoMO'ya ait gizli değişkenin sahip olduğu ifadeler ile iyi temsil edilip edilmediği birleşik güvenilirlik (CR) ve çıkarılan ortalama varyans (AVE) analizleri ile araştırılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinden faydalanılarak λ faktör yükleri, ϵ ölçüm hataları olmak üzere CR ve AVE değerleri aşağıdaki formüller yardımıyla hesaplanmıştır (Akt. Çalık vd., 2013: 153).

Tablo 5. FoMO Gizli Değişkenine İlişkin CR ve AVE Değerleri

$$AVE = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum \epsilon} \quad (1)$$

$$CR = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum \epsilon} \quad (2)$$

Değişkenler			AVE	CR
F2	<---		0,943	0,89
F1	<---	FoMO	0,781	0,61
F3	<---		0,60	0,36

Modelde kullanılan ölçeklerin güvenilir ve geçerli olduğunu kabul etmek için CR (birleşik güvenilirlik) değerinin 0,7'nin üzerinde olması, AVE (çıkarılan ortalama varyans) değerinin ise 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd., 2010 Akt. Sargın ve Dursun, 2021: 346). Tablo 5 incelendiğinde, elde edilen CR değerinin 0,7'nin ve AVE değerinin 0,5'in üzerinde olduğu görülmektedir. Böylelikle araştırmada kullanılan FoMO ölçeğinin hem güvenilir hem de geçerli olduğu söylenebilmektedir.

4.4.5. FoMO'nun Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının İncelenmesi

Çalışma kapsamında üniversite öğrencilerinde FoMO düzeyinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak amaçlanmış, bu doğrultuda araştırmaya ilişkin altı hipotez kurulmuştur.

Araştırmaya İlişkin Kurulan Hipotezler

H1: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri öğrenim görülen sınıfa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri gelir kaynaklarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri aylık ortalama gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yukarıda yer alan hipotezlerin desteklenip desteklenmediğini belirlemek amacıyla uygulanan Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi analiz sonuçları aşağıda yer alan tablolarda sunulmuştur.

Tablo 6. FoMO ve Cinsiyet Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Mann Whitney U Testi

Cinsiyet	n	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p
Kadın	294	244,75	71956,00	19331,00	0,001
Erkek	163	200,60	32697,00		
Toplam	457				

Tablo 6’da sunulan analiz sonucu incelendiğinde, kadın ve erkek üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmektedir ($U=19331,000$, $p<.05$). Bu durumda H1 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 7. FoMO ve Medeni Durum Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Mann Whitney U Testi

Medeni Durum	n	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p
Bekar	409	234,69	95989,00	7488,00	0,007
Evli	48	180,50	8664,00		
Toplam	457				

Tablo 7’de sunulan analiz sonucu incelendiğinde, bekar ve evli üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu anlaşılmaktadır ($U=7488,00$, $p<.05$). Bu durumda H2 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 8. FoMO ve Yaş Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Yaş	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
18-20	148	241,62	2	12,519	0,002
21-24	213	239,29			
25 ve üzeri	96	186,72			
Toplam	457				

Tablo 8’de yer alan analiz sonuçlarına bakıldığında, öğrencilerin FoMO düzeylerinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılaşmaya sahip olduğu görülmektedir (Kruskal-Wallis $H=12,519$, $p<.05$). Bu durumda H3 hipotezi desteklenmiştir. Söz konusu farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak için Post Host testlerinden biri olan Tamhane’s T2 testinden faydalanılabilmektedir (Seçer, 2015:89). Uygulanan Tamhane’s T2 testinden alınan sonuçlarda, 18-20 yaş aralığında olan öğrencilerin 25 ve üzeri yaş aralığında olan öğrencilerin FoMO düzeylerine göre (Ort. Fark= 0.36631, $p<0.05$), 21-24 yaş aralığındaki öğrencilerin de yine 25 ve üzeri yaş aralığında olan öğrencilerin FoMO düzeylerine göre (Ort. Fark=0,33325, $p<0.05$) anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir.

Tablo 9. FoMO ve Sınıf Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Sınıf	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
1.Sınıf	125	224,50	4	2,930	0,570
2. Sınıf	168	236,42			
3. Sınıf	45	243,30			
4. Sınıf	53	230,45			
Lisansüstü	66	207,73			
Toplam	457				

Tablo 9’da yer alan analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin FoMO düzeylerinin sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılığa sahip olmadığı saptanmıştır (Kruskal-Wallis $H=2,930$, $p>.05$). Bu durumda H4 hipotezinin desteklenmediği anlaşılmaktadır.

Tablo 10. FoMO ve Gelir Kaynağı Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Gelir Kaynağı	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
Aile	180	234,46	4	6,332	0,097
Öğrenim Kredisi	71	224,63			
Kendi Kazancı	122	201,76			
Burs	77	242,97			
Toplam	450				

Öğrencilerin FoMO düzeylerinin gelir kaynağına göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmeden önce, seçenekler arasında bulunan “Diğer” seçeneği yalnızca 7 kişi tarafından işaretlendiği için, çıkarılması uygun görülmüştür. Kalan seçenekler arasında farklılık olup olmadığı Kruskal Wallis Testi ile araştırılmış ve gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (Kruskal-Wallis $H=6,332$, $p>.05$). Böylelikle üniversite öğrencilerinin FoMO düzeylerinin gelir kaynağından etkilenmediği söylenebilir. Bu durumda H5 hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 11. FoMO ve Aylık Ortalama Gelir Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Aylık Ort. Gelir	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
0-1500	193	247,03	4	14,445	0,006
1501-2500	86	247,20			
2501-3500	33	214,26			
3501-4500	27	214,70			
4501 ve üzeri	118	193,64			
Toplam	457				

Tablo 11’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, öğrencilerinin FoMO düzeylerinin ortalama aylık gelir düzeyine göre anlamlı olarak farklılaştığı anlaşılmaktadır (Kruskal-Wallis $H=14,445$, $p<.05$). Böylelikle öğrencilerin FoMO düzeylerinin aylık ortalama gelir düzeyinden etkilendiği söylenebilir. Bu durumda H_6 hipotezi desteklenmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tamhane’s T2 testi uygulanmıştır. Alınan sonuçlarda 0-1500 TL aralığında geliri olan öğrencilerin, 4500 ve üzeri aralığında geliri olan öğrencilerin FoMO düzeylerine göre (Ort. Fark= 0,35266, $p<0.05$), anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir.

4.4.6.FoMO’nun Sosyal Medya Kullanım Faktörlerine Göre Farklılıklarının İncelenmesi

Çalışma kapsamında üniversite öğrencilerinde FoMO düzeyinin sosyal medya kullanım faktörlerine göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak amaçlanmış bu doğrultuda araştırmaya ilişkin beş hipotez kurulmuştur.

H7: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H8: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri sosyal medya takipçi sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H9: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri sosyal medyada geçirilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H10: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri sosyal medyada paylaşım sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H11: Üniversite öğrencilerinin FoMO düzeyleri gönderi beğeni sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yukarıda yer alan hipotezlerin desteklenip desteklenmediğini belirlemek amacıyla Kruskal Wallis Testi uygulanmış, alınan analiz sonuçları aşağıda yer alan tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 12. FoMO ve Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Kullanım Süresi	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
1 yıldan az	9	179,39	3	2,268	0,519
1-3 yıl	58	224,28			
2-6 yıl	147	223,18			
7 yıldan fazla	243	235,49			
Toplam	457				

Tablo 12’de gösterilen sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin FoMO düzeylerinin, sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmektedir (Kruskal-Wallis $H=2,268$, $p>.05$). Bu durumda $H7$ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 13. FoMO ve Sosyal Medya Takipçi Sayısı Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Takipçi Sayısı	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
0-250	187	224,45	4	1,533	0,821
251-400	113	228,29			
401-550	60	237,88			
551-700	37	216,85			
701 ve üzeri	60	243,14			
Toplam	457				

Tablo 13’te yer alan bilgiler ışığında öğrencilerin FoMO düzeylerinin sosyal medya takipçi sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmadığı belirlenmiştir (Kruskal-Wallis $H=1,533$, $p>.05$). Bu durumda $H8$ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 14. FoMO ve Sosyal Medyada Geçirilen Süre Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Geçirilen Süre	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
1 saatten az	43	176,72	3	13,847	0,003
1-3 saat	240	222,14			
4-6 saat	152	255,93			
7 saatten fazla	22	219,93			
Toplam	457				

Tablo 14’te yer alan sonuçlar incelendiğinde, öğrencilerinin FoMO düzeylerinin sosyal medyada geçirilen süreye göre anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür (Kruskal-Wallis $H=13,847$, $p<.05$). Böylelikle öğrencilerin FoMO düzeylerinin sosyal medyada geçirilen süreden etkilendiği söylenebilir. Bu durumda $H9$ hipotezinin desteklendiği anlaşılmaktadır. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak amacıyla Tamhane’s $T2$ testi yapılmıştır. Alınan sonuçlar günde 3-6 saat aralığında sosyal medyada zaman geçiren öğrencilerin, günde 1 saatten az zaman geçiren öğrencilerin FoMO düzeylerine göre (Ort. Fark= 0,48306, $p<0.05$), anlamlı düzeyde farklılaştığı belirlenmiştir.

Tablo 15. FoMO ve Sosyal Medyada Paylaşım Sayısı Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Paylaşım Sayısı	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
Her gün	24	242,77	4	8,856	0,065
1-10 gün	217	210,55			
11- 20 gün	54	237,61			
21-30 gün	56	258,50			
30 ve üzeri	106	243,68			
Toplam	457				

Tablo 15'te yer alan analiz sonuçlarına bakıldığında öğrencilerin FoMO düzeylerinin sosyal medya paylaşım sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmadığı belirlenmiştir (Kruskal-Wallis H=8,856, p>.05). Bu durumda H10 hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 16. FoMO ve Sosyal Medyada Beğeni Sayısı Değişkenleri Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis Testi

Beğeni Sayısı	n	Sıra Ort.	sd	Kruskal-Wallis H	p
0-50	94	199,54	4	8,002	0,092
51-100	103	240,15			
101-150	114	244,61			
151-200	83	218,57			
201 ve üzeri	63	240,24			
Toplam	457				

Analiz sonuçlarının yer aldığı Tablo 16 incelendiğinde öğrencilerin FoMO düzeylerinin sosyal medya beğeni sayısına göre anlamlı bir farkın olmadığı bulunmuştur (Kruskal-Wallis H=8,002, p>.05). Bu durumda öğrencilerin FoMO düzeylerinin sosyal medyada gönderi beğeni sayısından etkilenmediği söylenebilir ve H11 hipotezi desteklenmemiştir.

SONUÇLAR

Sosyal medya platformları artık yaşamımızın her anında ve her alanında kullanılmaktadır. Dolayısıyla insanların gündelik yaşamlarına dair birçok aktiviteyi de bu platformlarda paylaştığı görülmektedir. Paylaşılan içeriklerin takipçiler üzerinde etkili olmasıyla meydana gelen etkileşim, kullanıcıların sosyal medyada çevrimiçi kalmalarına neden olmaktadır. Başka bir deyişle kullanıcıların gönderilerine yönelik olarak takipçilerinden gelen beğenilerin veya yorumların bıraktığı hoşnutluk kullanıcılar da tekrarlar istediği uyandırabilmektedir. Ancak sosyal medyada geçirilen uzun süreler beraberinde bazı olumsuz duyguları getirebilmektedir. Özellikle insanların birbirlerini kıyaslayabilmesine ortam hazırlayan sosyal medya kullanıcılarında, başkalarının kendilerinden daha üstün bir yaşam deneyimlediğine yönelik bir endişe olan FoMO (sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu) hissi ortaya çıkabilmektedir.

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinde görülen FoMO düzeyi araştırılmış, devamında FoMO'nun demografik özelliklere ve sosyal medya kullanım faktörlerine göre farklılıkları incelenmiştir. Daha önce Uzun vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada demografik değişken olarak cinsiyet ve yaş ele alınmış, FoMO'nun bu değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Alınan sonuçlarda hem yaş hem de cinsiyet değişkenine göre FoMO düzeyinin farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada

ise katılımcıların cinsiyet ve yaş değişkenlerinin yanı sıra medeni durumları, kaçınıcı sınıfa gittikleri, gelir kaynakları ve aylık ortalama gelirleri de FoMO ile ilişkilendirilerek, gruplar arasında farklılaşma olup olmadığı araştırılmıştır. FoMO'nun yaş ve cinsiyet değişkenine göre Uzun ve diğerlerinin (2019) yaptıkları çalışmadan alınan sonuçların aksine farklılaştığı saptanmıştır. Diğer yandan FoMO düzeyinin yine medeni durum ve aylık ortalama gelire göre farklılaştığı, öğrencilerin okudukları sınıf seviyesine ve gelir kaynağı göre farklılaşmadığı görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım faktörlerine göre FoMO düzeylerinde farklılık olup olmadığı araştırıldığında ise FoMO'nun yalnızca sosyal medyada bir günde geçirilen süreye göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Sosyal medya kullanım süresi, takipçi sayısı, paylaşım sıklığı ve beğeni sayısına göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan elde edilen beğeni sayısı ve takipçi sayısına göre FoMO düzeylerinde farklılık olmaması Uzun vd.'nin (2019) çalışmalarından elde ettikleri FoMO'nun beğeni sayısına göre farklılık göstermemesi ile örtüşürken, takipçi sayısına göre artış göstermesi ile örtüşmemektedir.

Bu çalışma, öğrencilerin sosyal medya kullanımları esnasında FoMO'nun etkilerinin fark edilmesi açısından önem arz etmektedir. Öyle ki FoMO'nun etkileri görülüyor ise psikolojik bir sorun olarak ortaya çıkabilecek depresyon, anksiyete veya kaygı gibi olumsuz duygu durumlarıyla kolaylıkla baş edilebilir. Ayrıca sosyal medyada geçirilen sürenin bağımlılık derecesinde olması, insan ilişkileri ve gündelik yaşamdaki aktiviteleri olumsuz yönde etkilemesi, öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süreye sınır koymalarını sağlayabilir. Öte yandan FoMO gibi güncel bir konunun ele alınmasıyla literatüre katkı sağlanacağı ve bu alanda yapılacak farklı çalışmalara ilham olunacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada öğrencilerin demografik özelliklerine ve sosyal medya kullanım faktörlerine göre FoMO düzeyindeki farklılıklar incelenmiştir, öğrencilerin kişilik özellikleri de dahil edilerek çalışma daha geniş bir perspektiften ele alınabilir. Nihayetinde, öğrenciler arasındaki farklılıkları anlayarak FoMO düzeyindeki değişkenlikleri anlamak, gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli bir temel oluşturabilir.

KAYNAKÇA

- Acar Bolat, B. (2009). Firma Performansını Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modellemesi ile İncelenmesi. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akyol, N. A., Ergin, D. A., Krettmann, A. K., & Essau, C. A. (2021). Is the relationship between problematic mobile phone use and mental health problems mediated by fear of missing out and escapism?. *Addictive behaviors reports*, 14, 100384.
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Links between adolescents' deep and surface learning approaches, problematic Internet use, and fear of missing out (FOMO). *Internet interventions*, 13, 30-39.
- Aydın, H. (2018). Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun (FoMO) İçgüdüsel Alımlara Etkisinin Öz Belirleme Kuramı ile Açıklanması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 415-426.
- Bekman, M. (2021). Sosyal Medya Bağımlılığının, FoMO ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almada Aracılık Rolü. Ankara: Nobel.
- BtcTurk., (2021). Fırsatı Kaçırma Korkusu (Fear of Missing Out - FOMO) Nedir? BtcTurk Bilgi Platformu: <https://www.btcturk.com/bilgi-platformu/firsati-kacirma-korkusu-fear-of-missing-out-fomo/> adresinden alındı
- Çalık, M., Altunışık, R., & Sütütemiz, N. (2013). Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Marka Performansı ve Pazar Performansı İlişkisinin İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 137-161.
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiamiyu, M. F., & 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.
- 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(1), 52-59.
- Güler, D., (2021). The Impact of Investor Sentiment on Bitcoin Returns and Conditional Volatilities during the Era of Covid-19. *Journal of Behavioral Finance*. doi:10.1080/15427560.2021.1975285
- Gürsakal, S. (2019). Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz Teknikleri. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Hair, J.R., Black, W.C., Babin, B.J. ve Anderson, R.E. (2010). *Multivari ate data analysis: A global perspective*. New Jersey: Upper Saddle River Pearson Education, Inc.
- Hattingh, M., Dhir, A., Ractham, P., Ferraris, A., & Yahiaoui, D. (2022). Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122099.
- Kartol, A., & Peker, A. (2020). Ergenlerde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (fomo) yordayıcılarının incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(21), 454-474.
- Kavak, B., Özkul, N. E., & Tunçel, N. (2021). Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) nun sosyal medya

- temelli satın alma eğilimi üzerindeki etkisinde cinsiyetin düzenleyici rolü. *Disiplinlerarası Yenilik Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 94-103.
- Li, L., Niu, Z., Mei, S., & Griffiths, M. D. (2022). A network analysis approach to the relationship between fear of missing out (FoMO), smartphone addiction, and social networking site use among a sample of Chinese university students. *Computers in Human Behavior*, 128, 107086.
- Metin Orta, İ. (2020). Fear of Missing Out, Internet Addiction and Their Relationship to Psychological Symptoms. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 7(1), 67-73.
- Nunnally, J. C. (1978). An overview of psychological measurement. *Clinical Diagnosis of Mental Disorders*, 97-146.
- 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.
- Sargın, S., & Dursun, Y. (2021). Sanal İdeal Benlik Uyumunun Tüketicilerin Sosyal Medya İlgilenimi ve Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Bir Yapısal Eşitlik Modellemesi. *Journal of Consumer & Consumption Research/Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 13(2).
- Seçer, İ. (2015). SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi (Practical data analysis with SPSS and LISREL). Ankara: Ani Publishing.
- Şahin, E., & 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 Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 149-182.
- Uzun, V., Gözükara, E., & Bilgin, M. (2019, December). "Bazı Sosyal Medya Değişkenleri Açısından Ergen ve Genç Yetişkinlerin FoMO Düzeylerinin İncelenmesi". *International Journal of Arts and Social Studies*, 2(2), 43-59.
- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J., & Lei, L. (2021). Social networking sites addiction and FoMO: The mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Current Psychology*, 40, 3879-3887.