

Konferans Bildirisi

# Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: COVID-19 Pandemi Örneği

Ayşen Kovan (Yüksek Lisans Öğrencisi)



Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü  
ayseen26@hotmail.com

Neşe Ormancı (Öğr. Gör.)



GİRNE Amerikan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi  
dyt.neseormanci54@gmail.com

Başvuru Tarihi: 29.07.2021

Yayına Kabul Tarihi: 11.10.2021

Yayınlanma Tarihi: 28.10.2021

<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.975976>

## Öz

Çalışmanın amacı, üniversitede lisans öğrenimi gören öğrencilerin COVID-19 sürecinde sosyal medya kullanımlarına bağlı olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkinin cinsiyet, yaş, fakülte, sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medya kullanım amaçları değişkenlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemektir. İlişkisel tarama modeline dayanan bu çalışmada, örneklem grubunu 2020-2021 Eğitim-Öğretim döneminde Türkiye’de çeşitli üniversitelerde öğrenim gören 589 lisans öğrencisini oluşturmuştur ve çevrimiçi anket aracılığı ile veriler toplanmıştır. Veri toplama araçlarından; Aydın, Ünal ve Metintaş’ın (2016) Türkçe’ye uyarladıkları Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ) ve Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) uygulanmıştır. Veri analizlerinde; “T-test”, “Spearman Korelasyonu”, “Mann-Whitney U”, “Kruskal-Wallis H” ve “Tamhane’s T2” testleri ile betimsel istatistik analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda, öğrencilerin sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılıkları arasında pozitif düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Araştırma bulgularına göre sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, Sosyal Medya, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK), Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB), Üniversite Öğrencileri, COVID-19.




Conference Paper

# The Relationship between Fear of Missing Out (FoMO) and Social Media Addiction (SMA) on Social Media of University Students: A Case of COVID-19 Pandemic

Ayşen Kovan (MA Student)

 Ankara University Institute of Health Sciences  
ayseen26@hotmail.com

Neşe Ormancı (Lect.)

 Girne American University Faculty of Health Sciences  
dyt.neseormanci54@gmail.com

Date Received: 29.07.2021

Date Accepted: 11.10.2021

Date Published: 28.10.2021

<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.975976>

## Abstract

The aim of the study includes whether the relationship between the fear of missing out and social media addictions due to the use of social media during the COVID-19 process of undergraduate students at the university differs significantly according to the variables of gender, age, faculty, duration of social media use and social media use purposes. In this study, which is based on the relational scanning model, the sample group consisted of 589 undergraduate students studying at various universities in Turkey in the 2020-2021 academic semesters, and data were collected through an online questionnaire. From data collection tools; The Fear of Missing out Scale (SSDS) adapted to Turkish by Aydın, Ünal, and Metintaş (2016) and the Social Media Addiction Scale-Adult Form (SMBÖ-YF) developed by Şahin and Yağcı (2017) were applied. In data analysis; "T-test", "Spearman Correlation", "Mann-Whitney U", "Kruskal-Wallis H" and "Tamhane's T2" tests and descriptive statistical analysis were used. As a result of the findings, it was determined that there is a positive significant relationship between students' fear of missing out on social media developments and their social media addictions. According to the research findings, conclusions and recommendations were given.

**Keywords:** Communication, Social Media, Fear Of Missing Out (FOMO), Social Media Addiction (SMA), University Students, COVID-19.

## Giriş

Teknolojik gelişmeler, insanlık hayatında mikro ve makro düzeyde küresel dönüşümlere neden olmuştur. Bu dönüşümler, çeşitli uygulamalar ve güncellemeler sayesinde sosyal paylaşım ağlarında yerini almıştır. Günümüzde bahsi edilen teknolojik dönüşüm ve gelişmeler, kişilerin bilgi ihtiyaçlarını karşılamalarına, boş zamanları değerlendirmelerine, çevrimiçi kolaylıklardan yararlanmalarına imkân sağlamaktadır (Kırık, 2017). Geçmiş ile günümüz arasında bu imkânların, özellikle iletişim alanında oldukça büyük etkiye sahip olduğu söylenebilir. Geçmişteki iletişim yöntemlerine göre günümüzdeki iletişim çeşitliliğinin yanında etkileşimin artmasına neden olabilmektedir. Bu etkileşim, sosyal medya aracılığıyla yaşam standartlarımızın değişmesini de sağlamıştır (Bulunmaz, 2014). Özellikle sosyal medyanın her geçen gün kullanımının artması, yaşamın birçok alanının değişmesine ve yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Bu yeni kavramlardan biri olan “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” (GKK), diğer kişilerden haberdar olamama korkusuna bağlı olarak vaktin çoğunu sosyal medyada geçirmelerine neden olan bir bağımlılık türü olarak tanımlanmaktadır (Przybylski, Murayama, R. DeHaan, & Gladwell, 2013). Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla beraber kullanımın da orantılı olarak arttığı söylenebilmektedir. Gelişmelerin sıklığı ve sürekli değişen gündemle beraber kişilerin gelişmeleri kaçırma korkuları pekişmektedir (Aydın, 2018). Bu kaygıyı yaşayanların ortak noktaları ise sosyal medyadan uzak kalındığında huzursuzluk, gerginlik; paylaşımların beğeni almaması durumunda ise içedönüklük, düşük psikolojik ve öznel iyi oluş düzeyleri, sosyal izolasyon gibi birtakım ruhsal kökenli problemler yaşama ihtimallerini doğurabilmektedir (Pamuk, 2021). Bundan yola çıkarak aşırı sosyal medya kullanımı, kişilerde olumsuz psikolojik ve sosyal kökenli problemleri meydana getiren “Sosyal Medya Bağımlılığı” (SMB) bunlardan biridir (Guedes, et al., 2016). Böylelikle sosyal medyanın, insan psikolojisi üzerinde beklenmedik etkilere sahip olduğu ve bu etkilerin şiddetleri özellikle kriz durumlarında artabilmekte olduğu belirtilmiştir (Yenice, Pirtini, & Ataman, 2018).

Kriz durumundan kasıt ise olağanüstü durum olarak nitelendirilebileceğimiz ve etkisini halen hissettiğimiz COVID-19 salgını, bu kavramların varlığını daha görünür kılmıştır. İnsanlık yıllarca birçok salgın tehdidiyle karşı karşıya kalmıştır. Bu tür ciddi salgınlar karşısında ‘normal’ yaşam standartların değişikliği mevcut olmakla beraber yaşanan kritik süreç karşısında uyum sağlamak her kişi için aynı olmamaktadır. Fakat ortak nokta, kişilerin kriz durumlarında güvende hissetme ve mevcut durum hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacıdır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından COVID-19’un pandemi olarak ilan edilmesinin ardından kişilerin salgın hakkında daha fazla bilgi edinme ihtiyaçları ortaya çıkmıştır. Diğer yandan bu süreçle ilgili doğru bilgi edinme ve bilgilendirmenin önemi üstünde duran DSÖ, bilgi kirliliğinin en az bu virüs kadar etkili ve tehlikeli olduğunu da vurgulamıştır (Gölbaşı & Metintaş, 2020). Manipülasyonlara açık, yanlış bilgi akışına ve bundan dolayı panik havasının oluşmasına neden olan ‘infodemi’nin altını çizmiştir. Salgınla beraber gündemin tamamen değişmesi ve kişilerin salgın hakkında çıkan haberleri kaçırma korkularına bağlı olarak sosyal medya kullanım eğilimleri arttırmıştır (Yıldırım, 2020).

COVID-19 pandemi sürecinde, güncel haberleri ve gelişmeleri takip etme eğilimlerinin artmasıyla birlikte kişilerin diğer kişiler hakkında merak duygularının daha da artmasına neden olmuştur. Hissedilen kaygının diğer kişiler tarafından da benzer şekilde algılanıp algılanmadığı, bu süreçte diğerlerinin nasıl bir yaşam sürdükleri hakkında bilgi edinme ihtiyacı hissedilmektedir (Abeele & Van Rooij, 2016). Dolayısıyla bu durumu daha

yakından gözlemleyebilmek amacıyla, sosyal medya en uygun ve pratik bir platform konumundadır. Bu noktadan yola çıkarak, bu belirsizliklerle dolu kriz sürecinde kişilerin etkisi altında olduğu ve güncelliğinin altını çizen kavramlardan olan GKK ve SMB, önemini beraberinde getirebilmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının GKK düzeylerinin incelenmesinde, özellikle bağımlılıklar gibi fonksiyonel bozukluklar üzerinde araştırmaların yapılmasının gereksiniminden bahsedilmiştir (Tandon, Dhir, Almugren, AlNemer, & Mantymaki, 2021). Bu açıklamaya bağlı olarak günümüzde sosyal medyanın toplumsal alandaki etkileri ele alındığında, özellikle üniversite öğrencilerini oluşturan genç yetişkinlerin temel alınarak incelenmesi, literatüre anlamlı katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu etkilerin değerlendirilmesi için daha fazla araştırmanın yapılması gerekmektedir. Ayrıca güncel durumun ele alınması ve gelecekte olası benzer salgın/ lar açısından gerek literatüre gerek ise uygulama alanına önemli katkılar sağlaması açısından kritiktir. Sosyal medya kullanımının, özellikle gençler arasında popüler olmasına bağlı olarak GKK ile SMB'nin konu olarak seçilmesi ve konuya uygun örneklem grubunun belirlenmesinin ortak noktası gerek bu kavramların güncel nitelikte olması gerek ise bu olağanüstü kriz olan COVID-19 pandemi sürecinin hâlihazırda yaşanıyor olması adına önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktadan yola çıkarak, literatüre katkı koyması ve yeni çalışmalara referans olması açısından önemli rol üstleneceği beklenmektedir.

Öte yandan araştırmanın birtakım kısıtlılıkları mevcuttur. Araştırma 01.03.2021-01.04.2021 tarihleri arasında, tüm dünyada etkili olduğu gibi ülkemizi de saran COVID-19 pandemi sürecinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklem grubunu genç yetişkinler oluşturmuştur. Bu bağlamda 18-23+ yaş grubunu oluşturan lisans öğrencileri, temel kısıtlılıktır. Ayrıca kesitsel bir araştırma olması, ülke genelinde farklı sosyal ve kültürel katmanlardan öğrencilerle daha büyük örneklemde ve uzunlamasına yapılacak bir araştırma, bu konuyla ilgili daha önemli bilgileri açığa çıkaracaktır. Diğer yandan araştırmanın veri toplama araçları olarak anket yönteminin kullanılması diğer bir kısıtlılığı oluşturmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'de üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımlarına bağlı olarak GKK ve SMB düzeylerinin ilişkili olabilecek etmenleri incelenebilir. Bu kısıtlılıklar, diğer araştırmalar tarafından doldurulacak boşluk niteliğindedir.

### **Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK)**

Gelişmeleri kaçırma korkusu kavramı, yukarıda belirtildiği üzere gündemi kaçırma korkusu olarak bilinirken, diğer yandan bir şeylerden eksik kalma ile ilgili olduğu ifade edilmiştir. Buna maruz kalan özellikle internet ve sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişilerde görülürken, bilgi alma/verme döngüsünden uzakta kalındığında ortaya çıkan kaygının sonucu olarak ele alınmaktadır (Eşitti, 2015). Diğer kişilerin daha doyurucu hayatlar yaşıyor olduğu düşüncesine bağlı olarak, kişinin daha fazla çevrim içi sanal ortamlara bağımlılığına neden olmaktadır. Buna karşılık, kişinin sanal çevresindeki kişileri yakından takip etmesinde güçlü arzular beslemesi olarak tanımlanabilmektedir (Ünal Ç., 2019).

Kişiler, sosyal medya araçları ile birlikte hem yakın çevresini hem de dünyayı yakından takip edebilmektedir. Böylelikle haber alma, bilgi edinme ve dünyayı yakından takip etme kolaylaşmıştır. Kişilerin temel ihtiyaçlarını sosyal medya aracılığıyla karşılaması ve sosyal medyadan edindiği hazla psikolojik iyi olma hallerinin artmasına, gerginliklerinin azalmasını sağlamaktadır (Metin, Pehlivan, & Tarhan, 2017; Söner & Yılmaz, 2018). Bu

imkânlar ile beraber kişiler sosyal medyayı benimsemiş ve her daim kullanıcı olma haline geçmiştir. Hatta bu durum sosyal medya bağımlılığına sebep olabilmekle beraber birtakım psikolojik kökenli problemleri de beraberinde getirebilmektedir. Buna örnek olarak; internetin eksikliği veya bağlanamama durumlarında kişilerde öfke, stres gibi psikolojik duyguların oluşmasına neden olabilmektedir. Genç yetişkinlerin, diğer yaş gruplarına göre daha aktif kullanıcı olmasından kaynaklı bu psikolojik duygu durumların özellikle genç nüfus tarafından yaşanılır olması araştırmanın örneklem grubunun seçilmesinde önemli rol oynamıştır. Ayrıca yapılan araştırmalara göre de sosyal medyadaki GKK'nin gençlerde, diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu saptanmıştır (Kacker & Saurav, 2020; Elhai, Yang, & Montag, 2020; Franchina, Abeele, Van Rooij, Lo Coco, & De Marez, 2018; Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018; Przybylski, Murayama, R. DeHaan, & Gladwell, 2013). Kullanıcıların çoğunluğunu oluşturan gençlerin, özellikle çevrelerindeki kişilerin (akranlar, arkadaşlar) neler yaptıklarını gözden kaçırma riskine karşılık tedirginlik duydukları belirtilmiştir (Çınar, 2017). Bu tedirginlik duygusuna karşılık olumsuz psikolojik ve duygusal durumlardan kaçınmak ve uzaklaşmak isteyen gençlerin aktif sosyal medya tüketicisi olduğu belirtilmiştir (Alioğlu, 2016).

Son yıllarda Türkiye'de de sosyal medya kullanımının özellikle genç yetişkinlerde fazla olduğu istatistiksel verilerle açıklanmıştır. We are Social ve Hootsuite'in yayınladığı (Digital, 2020)' raporunda Türkiye-İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri'ne göre 62 milyon internet kullanıcı (nüfusun %74'ü, 54 milyon sosyal medya kullanıcı (nüfusun %64'ü) ve 77 milyon mobil kullanıcı (nüfusun %92'si) oluşturmaktadır. Yıllık değişim açısından internet kullanıcı sayısı %4, sosyal medya kullanıcı sayısı %4,2 ve mobil kullanıcı sayısı %3,4 artış göstermiştir. Bu rapora göre dünya ortalaması bakımından kullanıcıların günlük geçirdikleri süre 6 saat 43 dakika iken, Türkiye'de bu durum ortalama 7 saat 29 dakika olarak yer almıştır (BBC, 2020). Artan sosyal medya kullanımının yaş gruplarındaki etkisi özellikle COVID-19 ile beraber 16-24 yaş (%58), 25-34 yaş (%50), 35-44 yaş (%42), 45-54 yaş (%34) ve 55-64 yaş (%32) olarak artış göstermiştir (GWI, 2020). Bu noktadan yola çıkarak, sosyal medya kullanıcılarının sayısı küresel çapta bir önceki yıla göre artış göstermekte ve bu küreselliğin sosyal medya bağımlılığına neden olabileceği öngörülebilmektedir.

Ayrıca gelişmeleri kaçırma korkusu birtakım durumlara vurgu yapmaktadır. Bunlar; sosyal medya ağları gelişmeleri kaçırma korkusunun oluşmasında önemli roldedir. Gençlerin aktif kullanıcı olmasından kaynaklı olarak gelişmeleri kaçırma korku düzeyleri orantılı olarak yüksektir. Kişilerin diğer kişileri çevrimiçi olarak takip etmesine bağlı olarak karşılaştırma yapması ve yaşam doyumlarındaki düşüklük, gelişmeleri kaçırma korku düzeyinin artmasına neden olmaktadır. Düşük özgüven ve bağımsızlık duygusundaki eksiklik gelişmeleri kaçırma korkusunun oluşmasına neden olmaktadır ve bu kişiler gelişmeleri kaçırma korkusuna daha meyilli olabilmektedir (Hoşgör, Koç Tütüncü, Gündüz Hoşgör, & Tandoğan, 2017).

Sosyal medyadaki sürekli yenilenen ve çeşitliliğin varlığına karşı kişilerde, gelişmelere yetişememe korkusunu ortaya çıkarabilmektedir. Bu korkuya karşılık olarak güncellemeleri ve gelişmeleri sürekli izleme haline "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu"na neden olabilmektedir. Bu korkunun, sosyal medya bağımlılığını da etkilediği yapılan araştırmalarla belirtilmiştir (Alutaybi, Al-Thani, McAlaney, & Ali, 2020) (Bloemen & De Coninck, 2020) (Rozgonjuk, Sindermann, Elhai, & Montag, 2020) (Fuster, Chamarro, & Oberst, 2017) (Beyens, Frison, & Eggermont, 2016).



## Sosyal Medya Bağımlılığı

İnternetin en yaygın kullanım alanlarından olan sosyal medya; kişilere çevrimiçi paylaşımlar yapmasına, diğer kullanıcılarla iletişim kurmasına olanak sağlayan sosyal paylaşım platformlarının genel adıdır. Bu platformlarda herhangi bir kısıtlamanın olmaması kişilere bir nevi özgürlüğün tanındığı sosyal bir mecradır (Dalkıran, 2016). Sosyal medyanın birtakım işlevlerinin yapı taşları ortaya konulmuştur. Bunlar; kimlik, sohbet, paylaşma, hazır bulunma, ilişkiler, gruplar ve itibar şeklindedir. Kimlikte, kişilerin bu sanal ortamlarda temsili ele alınmıştır. Sohbet, kullanıcıların birbirleriyle iletişim halinde olması ve etkileşimde bulunmalarıdır. Paylaşma, içeriklerin yayınlanmasıdır. Hazır bulunma, kişilerin diğer kullanıcıların nerede olduklarını bilme imkânını sağlamaktadır. İlişkilerde, gerçek hayatın sanal örüntülerini beğeniler ve takipçi-takip edilenler olarak oluşumudur. Gruplarda, belli bir konu ile ilgili duygu ve düşüncelerin ilişkilere döndürüldüğü ve devam ettirildiği birliklerdir. İtibar ise kullanıcılar arasındaki güven düzeyidir (Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre, 2011).

Sosyal medya araçlarına olan ilgi gün geçtikçe artmakta ve kullanıcıların sayısı dikkat çekici şekilde artmaktadır. Kişilerin sosyal medya kullanımlarının artmasına bağlı olarak bağımlılık durumları ortaya çıkmaktadır (Beyens, Frison, & Eggermont, 2016). Bunun nedeni ise kişilerin sosyal ihtiyaçların karşılanması, kişilerarası ilişki kurma ve devamlılığı ile toplumsal beğeni, onay gereksinimlerinden kaynaklanmaktadır (Erdoğan & Şanlı, 2019). Buna bağlı olarak 'Sosyal Medya Bağımlılığı' kavramı öne çıkmaktadır. Kavram olarak davranışsal, bilişsel ve duygusal olarak kişinin yaşamının farklı alanlarında (iş, akademik, sosyal, kişisel, sosyal vb.) gündelik hayatı oyalayan ve duygu durum düzenleme, yineleme ve çatışma gibi sorunlara neden olan psikolojik kökenli bir problem olduğudur (Ünal, 2015; Güler, Versikarani & Keskin, 2019). Sosyal medya kullanımında birincil ihtiyaçların (yeme, içme vb.) ertelenmesi, uç nokta olarak kişisel işlerin, ailenin hatta kişinin kendini ihmal etmesi kişileri sosyal medya bağımlısı olarak tanımlanabilmektedir (Demir & Kumcağız, 2019). Sosyal medyanın kullanıcılarının her geçen gün artmasının nedenleri arasında; yaygın ve ekonomik oluşu, hızlı ve etkileşime açık olması, merak duygusunu giderici etkisi ve eğlence içeriklerinin yoğun olması, hedef kitleye ulaşımın basit olmasının yanında benlik duygusuna yardımcı olması yer almaktadır. Dolayısıyla erişim, erişilebilirlik, kullanım kolaylığı, yenilikleri içermesi ve özgür ortamın olmasından kaynaklı olarak geleneksel medya ile olan farklardan bazılarıdır (Mayfield, 2008). Geleneksel medya ile karşılaştırıldığında sosyal medyanın özgür sahasının birtakım dezavantajları da mevcuttur. Örneğin; bağımlılık oluşumu gibi kişileri belirli durumlar karşısında takıntılı ve kendini kontrol edememesi gibi bazı psikolojik kökenli problemler ortaya çıkabilmektedir (Çiftçi, 2018). Bağıl olarak sosyal medya bağımlılığı ise bu bağımlılık türlerinden birisidir. Kişinin sosyal medyada uzun süre harcaması ve bu zaman yoğunluğunun giderek artması, gündelik yaşam alanlarında olumsuzluğun oluşmasına etki göstermesi olarak belirtilebilir (Aktan, 2018). SMB, internet bağımlılığı ile ilintili olarak karşımıza çıkmaktadır (Longstreet & Brooks, 2017). Özellikle son yıllarda kullanımın ve kullanıcı sayısındaki artış bu bağımlılığın ilerideki süreçlerde çok kritik sorunlara neden olabileceğini düşündürmektedir (Çömlekçi & Başol, 2019).

Genç nesle daha çok hitap eden sosyal medya, gerçek hayat ile toplumsal ilişkilerin çevrimiçi yaşanmasına bağlı olarak gerçek yaşamdan kopuşu meydana getirmektedir (Karagülle & Çaycı, 2014). Yakın çevre ile iletişim kurmakta zorlanan kişi, sosyal medyada iletişim ihtiyaçlarını bu şekilde kapatmaya çalışmaktadırlar. Sanal kimlikler sayesinde

gerçek hayatta yaşadığı sorunları bu şekilde gidermeye çalışan bir grup oluşmaya başlanmıştır. Sosyal medya kullanımının artmasının özünde gerçeklerden uzaklaşma ve olmak istenilen kişinin yaratılmasındaki özgür ortamın oluşturulmasında, sanal benlik sayesinde yeni bir benlik oluşturma çabasının yer almasıdır (Çalışır, 2014a). Gerçek hayatta mutsuz, takdir görmeyen, yalnız, özgüvensiz, başarısız olan kişiler sanal kimliklerle, gerçeğin tam tersi olan durumu yaratarak yeni kimlik oluşturmaktadır (Gümürükçü-Özdemir, 2006). Bu da gerçek benliklerinden uzaklaşması ve soyutlanmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla kendilerini kanıtlama amacı ile sosyal medyada geçirilen zamanın artmasına ve kişilerin sosyal becerilerindeki yetersizliklerini kapatma rolü öne çıkmaktadır. Diğer kişiler hakkında bilgi sahibi olma ve kontrol etme davranışları, gerçek hayatlarındaki sosyal ilişkilerdeki sorunlarını ört bas etme dürtüsünün, sosyal medya kullanarak ortaya çıkan sahte mutluluk algısının sosyal medya bağımlılığına neden olabileceği ortaya atılmıştır (Büyükgebiz-Koca & Tunca, 2019).

Sosyal medya, birçok insanın birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayarak kişilerin yaşamlarını kolaylaştırmasının yanında aşırı kullanım sonuçları ise tartışmalıdır. Teknolojideki hızlı gelişmeler ve bu gelişmelerin günlük hayata hızlı bir şekilde yansmasıyla sosyal medyanın avantajları olduğu gibi dezavantajlarını da beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın sık ve bilinçsiz olarak kullanımı sosyal medya bağımlılığına sebep olabilmektedir (Echeburua & De Corral, 2010). Nitekim yapılan araştırmalar sonucunda; sosyal medyanın kişilerin yaşamlarını etkileyecek gücü olduğunu ve insanların yaşamlarında vazgeçilmezi olduğu bildirilmiştir (Christakis & Fowler, 2012).

## Yöntem

Nicel araştırma yöntemine dayanan bu çalışmada, bulgular tanımlayıcı nitelik taşımaktadır. Genel tarama modeli kapsamında yer alan ilişkiel tarama modelinden yararlanılarak oluşturulan çalışmada, basit rastgele örneklem yöntemi uygulanmış ve veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Türkiye’de çeşitli üniversitelerde öğrenim gören lisans öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur. Araştırma için 2020-21, 22/03/2021 tarih ve 008 karar numarası ile Etik Kurul izni alınmış, veri toplama 01.03.2021-01.04.2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Uygulanan anket soruları üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların sosyodemografik özellikleri hakkında sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Przybylski tarafından geliştirilen ve (Gökler, Aydın, Ünal, & Metintaş, 2016) tarafından Türkçe uyarlamasının geçerlilik ve güvenilirliğinin yapıldığı 10 maddeden oluşan, 5li likert tipi ‘Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği’ (GKKÖ) ile (Şahin & Yağcı, 2017) tarafından geliştirilen 20 maddeden oluşan, 5li likert tipi ‘Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu’ (SMBÖ-YF) uygulanmıştır. Araştırmanın verileri çevrim içi olarak Google Forms aracılığı ile toplanmıştır. Elde edilen veriler Excel’e ardından SPSS 26’ya aktarılmıştır. Ayrıca uygulanan bu ölçeklerin güvenilirlik analiz sonuçları tablo 1’de verilmiştir.

Bu çalışmadan elde edilen verilere dayanarak ölçeklerin güvenilirlik analizinde kullanılan alfa katsayısına bağlı olarak ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Cronbach $\alpha$ Değeri	Sonuç
Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) Ölçeği	0,871	Yüksek derecede güvenilir
Sosyal Medya Bağımlılığı-Yetişkin Formu (SMB-YF)	0,875	Yüksek derecede güvenilir

Elde edilen verilerin doğrultusunda araştırmada kullanılan veri toplama araçlarının güvenilirliği saptanmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye’de farklı fakültelerde lisans ve lisansüstü eğitimini sürdüren öğrenciler iken örnekleme lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Uygulanacak olan anketler öncelikli olarak Google Forms’da düzenlenmiş olup, çeşitli sosyal medya platformlarından ve bu platformlardaki akademik gruplarda paylaşılmıştır. Toplam 830 kişiye form gönderilmiştir fakat 589 anket değerlendirilmek üzere ele alınmıştır.

COVID-19 pandemi süresinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki GKK ile SMB arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Araştırmanın ana araştırma sorusu ‘Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarına bağlı olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılıkları arasında nasıl bir ilişki vardır’ üzerine kurulmuştur. Ana araştırma sorusuna bağlı olarak alt araştırma soruları ise;

Sosyal medyada GKK ile SMB arasında,

- Cinsiyet
- Yaş
- Fakülte
- Sosyal medya kullanım süreleri
- Sosyal medya kullanım amaçları değişkenlerine göre nasıl bir farklılık göstermektedir?

## Bulgular

### Demografik Bulgular

Araştırma dâhilindeki öğrencilerin demografik özelliklere ait bilgiler tablo 2’de yer almaktadır.

Araştırmaya toplam 589 üniversite öğrencisi katılmış olup, 240’ı erkek (%40,7), 349’u kadın (%59,3) katılımcı oluşturmuştur. 18-19 yaş aralığındaki (n=154)(%26,1), 20-21 yaş grubu (n=121)(%20,5), 22-23 yaş grubu (n=104)(%17,7) ve 23 ve üzeri olan (n=210)(%35,7) öğrencinin katılımı mevcuttur. Fakülte dağılımına göre katılımcıların çoğunluğunu Fen-Edebiyat Fakültesi (%15,8) ile IIBF (%15,4) oluştururken; Mimarlık (%6,5) ile Tıp Fakültesi (%4,4) azınlık katılımcı fakültelerdir. Sosyal medya kullanım süreleri değişkenine göre katılımcıların çoğunluğu günlük olarak 2-3 saat (%28,9) ve 4-5 saat (%28,9) vakitlerini sosyal medyada geçirdiklerini belirtmiştir. Buna bağlı olarak sosyal medya kullanım amaçlarını 419 katılımcı (% 71,1) gündemi takip etmek için, 90 katılımcı (%15,3) film-video izlemek veya müzik dinlemek için, 70 katılımcı (%11,9) sohbet etmek için ve 10 katılımcı (%1,7) ise akademik çalışmalar, eğitim ve araştırma yapmak için kullandığını ifade etmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	N	%
Erkek	240	40,7
Kadın	349	59,3
Toplam	589	100,0



<b>Yaş</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
18-19	154	26,1
20-21	121	20,5
22-23	104	17,7
23+	210	35,7
Toplam	589	100,0
<b>Fakülte</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Tıp	26	4,4
Fen-Edebiyat	93	15,8
İletişim	73	12,4
Eğitim	85	14,4
IIBF	91	15,4
Turizm	64	10,9
Mühendislik	47	8,0
Sağlık Bilimleri	72	12,2
Mimarlık	38	6,5
Toplam	589	100,0
<b>Sosyal Medya Kullanım Süreleri</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
2 saatten az	130	22,1
2-3 saat	170	28,9
4-5 saat	170	28,9
6 saat ve üzeri	119	20,2
Toplam	589	100,0
<b>Sosyal Medya Kullanım Amaçları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Gündemi takip etmek	419	71,1
Sohbet etmek için	70	11,9
Film-video izlemek/müzik dinlemek	90	15,3
Akademik çalışmalar, eğitim ve araştırma yapmak	10	1,7
Toplam	589	100,0

Verilerin normallik varsayımını karşılayıp karşılanmadığını saptamak amaçlı basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır (Tablo 3). Ayrıca verilerin normallik testi ile basıklık ve çarpıklık değerleri değerlendirildiğinde normal dağılmadığı saptanmıştır (Tablo 3 – Tablo 4).

**Tablo 3.** Betimsel İstatistikler ve Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

<b>Değişkenler</b>	<b>n</b>	<b>Aritmetik Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Basıklık</b>		<b>Çarpıklık</b>	
	<b>İstatistik</b>	<b>İstatistik</b>	<b>İstatistik</b>	<b>İstatistik</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>İstatistik</b>	<b>Standart Hata</b>
SMBÖ-YF	589	46,25	0,56	1,29	0,10	1,59	0,20
GKKÖ	589	24,30	0,35	0,78	0,11	0,68	0,22

**Tablo 4.** Araştırmada Kullanılan Değişkenlere İlişkin Normallik Testi

<b>Değişkenler</b>	<b>Kolmogorov-Smirnova</b>			<b>Shapiro-Wilk</b>		
	<b>Statistic</b>	<b>Df</b>	<b>Sig.</b>	<b>Statistic</b>	<b>df</b>	<b>Sig.</b>
SMBÖ-YF	,141	589	,000	,887	589	,000
GKKÖ	,116	589	,000	,944	589	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Katılımcıların GKKÖ ile SMBÖ-YF arasındaki ilişkilerine ise Spearman's korelasyon analiziyle bakılmış olup, pozitif düzeyde bir korelasyon olduğu bulgulanmıştır (Tablo 5). Çalışmanın bu verisi literatürdeki diğer çalışma verileri ile uyumludur (Alt, 2017; Blackwell, Leaman, Tramposch, Osborne, & Liss, 2017; Oberst, Wegmann, Stodt, Brand, & Chamarro, 2017; Beyens, Frison, & Eggermont, 2016; Przybylski, Murayama, R. DeHaan, & Gladwell, 2013).

**Tablo 5.** GKKÖ ile SMBÖ-YF Arasındaki İlişki Analizleri

			SMBÖ-YF	GKKÖ
Spearman's rho	SMBÖ-YF	Correlation Coefficient	1,000	,747**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	589	589
	GKKÖ	Correlation Coefficient	,747**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	589	589

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Cinsiyet değişkeni için Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Verilerin sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılıkları ve cinsiyet arasında anlamlı fark yoktur ( $p>0,05$ ) (Tablo 6). Bu bulgu literatürdeki bazı araştıra bulguları ile benzerlik göstermektedir (Ünübol, & Hızlı-Sayar, 2020; Tutgun-Ünal, 2020; Tutgun-Ünal, 2019; Hoşgör, Koç Tütüncü, Gündüz Hoşgör, & Tandoğan, 2017; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016; Filiz, Erol, Dönmez, & Aşkı-Kurt, 2014;). Ancak elde edilen verilerin aksine anlamlı farklılık bulan çalışmalarda mevcuttur (Kartol & Peker, 2020; Karaaslan-Eşer & Ayaz-Alkaya, 2019; Ünal, 2015). Örnek olarak, Ünal (2015)'in çalışmasında kadınların erkeklere göre daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı olduğu belirtilmiştir. Diğer yandan Ünübol & Hızlı-Sayar (2020) cinsiyet ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasında anlamlı farklılığın olmadığını ifade etmiştir.

**Tablo 6.** Cinsiyet İlişkisinin Değerlendirilmesi

	Cinsiyet	N	SMBÖ-YF P	GKKÖ P
Mann-Whitney U	Erkek	240	0,26	0,45
	Kadın	349		
	Toplam	589		

Yaş değişkeninin değerlendirilmesi için Kruskal-Wallis H uygulanmıştır. Katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları ve yaş arasında anlamlı fark vardır ( $p<0,05$ ). Ayrıca hangi yaş grubu arasında fark olduğuna Tamhane's T2 değerine bakılmış olup, 18-19 yaş grubu ile 23+ yaş grubu arasında anlamlı bir fark saptanmıştır ( $p=0,04$ ). Katılımcıların sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu puanı açısından anlamlı olmadığı bulunmuştur (Tablo 7). Tutgun-Ünal (2019) ve Tutgun-Ünal & Deniz (2016)'in çalışmasında ise yaş ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı farklılık elde edilmemiştir. Fakat 20-22 yaş arasındaki öğrencilerin, diğer yaş gruplarına göre daha yüksek sosyal medya bağımlılık düzeyleri olduğunu belirtmiştir. Tutgun-Ünal & Deniz (2020) çalışmasında Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarının sosyal medya seviyeleri ve tercihlerinin süreklilik ve yetkinliklerinin ele alındığı çalışmada, Y ve Z kuşaklarındaki kişilerin sosyal medya kullanımı konusunda daha yetkin oldukları elde edilmiştir. 3 saat ve fazlası günlük kullanımlarında yetkin olabilme durumunun söz konusu olduğu belirtilmiştir. Diğer yandan Ünübol & Hızlı-Sayar (2020) yaş ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasında anlamlı farklılık olduğunu ifade

etmiştir. Araştırmalarında 29 yaş altındaki katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri, 29 yaş üzerindeki katılımcılardan daha yüksek olduğu söylenmiştir.

**Tablo 7.** Yaş İlişkisinin Değerlendirilmesi

	Yaş	N	SMBÖ-YF P	GKKÖ P
Kruskal-Wallis H	18-19	154	,027	,059
	20-21	121		
	22-23	104		
	23+	210		
	Toplam	589		

Fakülte değişkeni ile sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Ayrıca sosyal medya bağımlılıkları ile hangi fakülte grubu arasında fark olduğuna Tamhane's T2 değerine bakılmış olup, İletişim fakültesi ile diğer fakülteler arasında anlamlılık olduğu saptanmıştır ( $p=0,00$ ). Katılımcıların sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu ile İletişim fakültesinin, mühendislik fakültesi ve sağlık bilimleri fakültesi ile anlamlılık yoktur ( $p=0,15$ ;  $p=0,88$ ). Katılımcıların sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu ile İletişim fakültesinin, diğer fakültelerle arasında anlamlı fark olduğu elde edilmiştir ( $p<0,05$ ) (Tablo 8). Benzer bulgulara sahip araştırmalarda literatürde yer almaktadır. Fakülte değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında orta düzey bir ilişki olduğunu belirten Ünal (2015) hemşirelik fakültesi öğrencilerinin bağımlılıklarını orta düzey hesaplamıştır. Diğer yandan İletişim Fakültesi bünyesinde yer alan Yeni Medya ve Gazetecilik bölümü öğrencileriyle yürütülmüş olan çalışmada, düşük seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu elde edilmiştir (Tutgun-Ünal, 2020). Ayrıca İletişim Fakültesi öğrencileri ile yapılan başka bir çalışmada da düşük düzeyde sosyal medya bağımlılığı saptanmıştır. (Tutgun-Ünal, 2019). Tutgun-Ünal & Deniz (2016) fakülte değişkeninde Eğitim, Fen-Edebiyat ve İletişim Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesi öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

**Tablo 8.** Fakülte İlişkisinin Değerlendirilmesi

	Fakülte	N	SMBÖ-YF P	GKKÖ P
Kruskal-Wallis H	Tıp	26	,000	,000
	Fen-Edebiyat	93		
	İletişim	73		
	Eğitim	85		
	IIBF	91		
	Turizm	64		
	Mühendislik	47		
	Sağlık Bilimleri	72		
	Mimarlık	38		
	Toplam	589		

Günlük sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılıkları açısından anlamlı fark vardır ( $p<0,05$ ) (Tablo 9). Öğrencilerin günde geçirdikleri zaman arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının arttığı, bu araştırma bulgularına paralel literatürde de çalışmalar mevcuttur (Tutgun-Ünal, 2020; 2019; Ünal, 2015; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020; 2019; 2016). Tutgun-Ünal (2019), 4-6 saat ya

da 7 saatten fazla sosyal medya kullananların, daha az kullananlara göre sosyal medyaya daha bağımlı olduğunu ileri sürmüştür. Yeni teknolojinin, ucuza ve çok kolay ulaşılabilir olması kişilerde sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile bağımlılıklarına sebep olabildiği düşünülmektedir. Kişilerde her yeni haberden haberdar olma ihtiyacı doğmakta ve bu da sosyal medya bağımlılığı ile sonuçlanabilmektedir.

**Tablo 9.** *Günlük Sosyal Medya Kullanım Sürelerinin Değerlendirilmesi*

	Sosyal Medya Kullanım Süreleri	N	SMBÖ-YF P	GKKÖ p
Kruskal-Wallis H	2 saatten az	130	,000	,000
	2-3 saat	170		
	4-5 saat	170		
	6 saat ve üzeri	119		
	Toplam	589		

Katılımcıların sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılıkları ve sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamlı bir fark vardır ( $p < 0,05$ ). Ayrıca fakülteler ile sosyal medya kullanım amaçları arasında fark olduğuna Tamhane's T2 değerine bakılmış olup, İletişim fakültesinin diğer fakülteler arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır ( $p = 0,00$ ) (Tablo 10). Bu bulgu literatürdeki yapılan bazı çalışmalar ile benzerlik göstermektedir (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016; Hazar, 2011). Ancak elde edilen verilerin aksine sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanan çalışmalarda mevcuttur (Yılmazsoy & Kahraman, 2017; Akyazı & Tutgun-Ünal, 2013; Sezgin, Erol, Dulkadir-Yaman, & Karakaş, 2011). Ayrıca Çalışır (2015)'in çalışma bulgularına göre, öğrencilerin sosyal medya kullanım amacının özellikle bilgi alışverişi, video-film izleme gibi paylaşım ve eğlence ihtiyaçlarının giderilmesinden kaynaklanmaktadır. İletişim kurma, haberleri takip etme ve zaman geçirme ihtiyaçları ile günlük ortalama 1-3 saat sosyal medya kullandıkları elde edilmiştir. Diğer yandan, sosyal medyada paylaşım türü bakımından ise haber ve bilgi paylaşımı yaptıkları belirtilmiştir. Öğrencilerin, arkadaşlarının sosyal medyada neler yaptıklarına dair bilgi edinme ihtiyaçlarına karşılık kullanmaları, bir nevi gözetleme kavramına atıfta bulunulması önemli bir noktaya dikkat çekilmiştir. Bundan yola çıkarak, öğrencilerin hem sosyal çevrelerini hem de kişisel gelişimlerini geliştirmek amaçlı sosyal medya kullandıklarını bildirmiştir. Sosyal medyanın sosyalleşmeye olanak sağlamasına olumlu karşılayan öğrencilerin, özellikle pandemi sürecinde sosyal medya kullanımının artmasını doğrular nitelikte olduğu söylenebilmektedir. Araştırmanın bulgularıyla farklı niteliğe sahip olan Koçer (2012)'in çalışmasında ise üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı olarak çoğunlukla bilgi edinme ve araştırma yapmak olduğunu saptamıştır. Diğer yandan Özkan (2013) ise bu amacın katılımcılar tarafından zaman geçirmek amaçlı olduğunu belirtmiştir.

**Tablo 10.** *Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Değerlendirilmesi*

	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	N	SMBÖ-YF P	GKKÖ p
Kruskal-Wallis H	Gündemi takip etmek	419	,000	,000
	Sohbet etmek için	70		
	Film-video izlemek/müzik dinlemek	90		
	Akademik çalışmalar, eğitim ve araştırma yapmak	10		
	Total	589		

## Sonuç ve Değerlendirme

Sosyal medya, birçok insanın birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayarak kişilerin yaşamlarını kolaylaştırmasının yanında aşırı kullanım sonuçları ise tartışmalıdır. Teknolojideki hızlı gelişmeler ve bu gelişmelerin günlük hayata hızlı bir şekilde yansımalarıyla sosyal medyanın avantajları olduğu gibi dezavantajlarını da beraberinde getirmiştir. Kişilerin sosyal medya sayesinde yeni benlik edinebilmelerine olanak sağlarken tükettikleri mecranın da yine sosyal medya olması dilemmanın oluşmasına neden olmaktadır. Kişilerin kendilerini yeniden ifade edebilmesini sağlarken, benlik inşası sürecinde sosyal medyanın öneminin oldukça önemli olduğu üstünde durulmuştur. Gençlerin psikolojik sorunları olduğu dönemlerde bile sosyal medyada pozitif bir duruş sergilediği, paylaşımlarının beğenilip beğenilmemesi ile yakından ilgilenirken onaylanma ihtiyaçlarını bu yönden tatmin ederek karşılamakta olduğu öne çıkmaktadır (Çalışır, 2014a). Nitekim günlük hayatta bireycilik artık sosyal medya aracılığıyla paylaşarak tüketimi gerçekleştirmektedir. Sosyal medya kişilerin paylaşım yapmalarına gün geçtikçe ivme kazandırarak kişilerin paylaşım yaptıkları süreçte gündemde kalabilmelerine olanak sağlayan bir platform haline gelmiştir. Sanal hareketlerin popüler olduğu bu ortamda artık gerçek dünyadaki gündemin yeterli olmadığı, bu gündemin sanal dünyaya taşınıp bireyciliğin inşası ve tüketilmesi bu çağın getirisi ve götürüsü olarak karşımıza çıkmaktadır (Çalışır, 2014b).

Sosyal medyanın sık ve bilinçsiz olarak kullanımı sosyal medya bağımlılığına ve dolayısıyla kişilerde sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma kaygısına sebep olabilmektedir (Echeburua ve Corral, 2010). Özellikle belirsizliğin yoğun olduğu COVID-19 salgınında kişiler, yaşamlarının çoğunu evlerinde geçirdiğinden sosyal medyayı daha sık kullanır hale gelmiştir. Sosyal medyadaki akış sürekli değiştiğinden kişilerde gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılığı meydana gelebilmektedir.

Teknolojik gelişmeler ile birlikte araştırmacılar artık çeşitli konular üzerinde çalışmalar yapmaktadır. Bu gelişmelere bağlı olarak, çeşitli kavramları mercek altına alarak literatüre kazandırılmasını sağlamaktadır. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılığı buna örnek olarak söylenebilmektedir. Yapılan bu araştırma, pandemi süresinde çeşitli üniversitelerdeki öğrencilerin sosyal medya kullanımlarına bağlı olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi ele almak amacıyla yapılmıştır. YÖK-Tez ve Google Akademik'e göre, bu kavramlarla ilgili yürütülen akademik çalışmalar ve tezlerin dikkat çekici derecede fazla olduğu, kavramların önemini bir kez daha öne çıkarmaktadır. Bu çalışmanın diğer çalışmalardan temel farkı COVID-19 pandemi süreci içerisinde özellikle öğrencilerin deneyimlerine yer vermesidir. Diğer taraftan bu pandemi sürecinde kişilerin yaşamlarında önemli yer tutan sosyal medyanın, gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medyaya olan eğilimleri sonucunda bağımlılıklarının olabilme olanaklarının artmasına neden olduğu öngörülerek oluşturulmuştur. Pandemi sürecinde hızlı gelişen ve komplike duruma gelen toplumsal yaşam, krizleri de beraberinde getirmiştir. Kişilerin alışılanın dışında bir krizle karşı karşıya kalması, özellikle sosyal medyaya daha yakın bir birey olmaya zemin hazırlamıştır. Son yıllarda önemli bir araştırma konusu olan gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya ile harmanlanması araştırmanın motivasyonunu oluşturmuştur. Nicel araştırma yöntemine dayanan çalışmada Kişisel Bilgi Formu, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ) ve Sosyal Medya Bağımlılığı-Yetişkin Formu (SMB-YF) uygulanmıştır. Pandemiden kaynaklı olarak veriler sosyal medya aracılığıyla, genel tarama modeli içinde mevcut olan ilişki tarama modeline bağlı olarak elde edilmiştir.



Elde edilen bulgulara göre katılımcıların sosyal medyadaki GKK ile SMB düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğu elde edilmiştir. Fakülte, sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medya kullanım amaçları arasında GKK ile SMB arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. İletişim fakültesi ile diğer fakülteler arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Fakat cinsiyet değişkeninin GKK ile SMB arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Yaş değişkeni ile GKK arasında anlamlı farklılık bulunmamış, sadece yaşın SMB'ını yordadığı elde edilmiştir. Özellikle 18-19 ve 23+ yaş grubu arasında farklılığın olduğu elde edilen veriler ışığında belirtilmiştir.

Bu sonuçlar doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu arttıkça, sosyal medya bağımlılık durumları da arttığı saptanmıştır. Buna bağlı olarak, öğrencilerin sosyal medyayı işlevsel ve yararlı amaçlar için kullanımın sağlanması oldukça önemlidir. İşlevsel ve bilinçli kullanım için sosyal medya kullanımı ile ilgili çeşitli eğitimlerin düzenlenmesi ve sağlıklı sosyal medya kullanımının özellikle gençler tarafından benimsenmesi adına zaman yönetimi ile ilgili eğitimler, seminerler ve konferansların verilmesinin yararlı olabileceği düşünülmektedir. Yaşadığımız ve etkisini halen hissetmekte olduğumuz COVID-19 pandemisinde üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı yoğun olarak özellikle gündemi yakından takip etmek amacıyla kullanmasına bağlı olarak, gelişmeleri kaçırma korkusu ve bunun sosyal medya bağımlılığına neden olabileceği ortaya çıkmıştır. Fakat akademik amaçlı kullanımın düşük olarak saptanması da gerek derslere katılımları gerek ise akademik açıdan teşvik etmek amaçlı öğrencilerin motive edilmesi ve yönlendirilmesi açısından önemli bir durum teşkil etmektedir.

Sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığını konu alan daha geniş örneklem gruplarıyla nicelik açısından araştırmaların yapılması literatüre anlamlılık sağlayabilir. Ayrıca nitel araştırma yöntemleri (etnografik, odak grup çalışmaları, vaka çalışmaları vb.) ile karma araştırma yöntemlerinden yararlanarak daha zengin içeriklerin elde edilebileceği düşünülmektedir. Farklı sosyo-demografik değişkenler ile farklı yaş grupları (ortaokul, lise, lisansüstü, çalışanlar, orta yaş, yaşlılar vb.) detaylı olarak ele alınabilir. Bu çalışmamızda katılımcıların yaşadıkları illere/bölgelere göre dağılımları hakkında bilginin olmaması, ileride yapılacak çalışmalar açısından da doldurula bilinir boşluk niteliğindedir. Amaçsal ve detaylı bölgesel araştırmalar yapılabileceği gibi, farklı topluluklarda da uygulanabilir.

Ayrıca medya okuryazarlığı hazırlanabilir. Özellikle sosyal medya bağımlılığına yoğun şekilde maruz kalan gençleri korumaya yardım ederken, etkili ve sağlıklı sosyal medya kullanımı ile ilgili ortamların hazırlanmasını da kolaylaştırabilir. Sosyal medya bağımlılıklarını önlemek amaçlı çeşitli sosyal ve kültürel etkinliklere teşvik edilebilir. Sadece boş zamanları doldurmak amaçlı kullanılan bir kaynak olmaktan öte güvenilir bilgiye ulaşmak için de oldukça önemli olacağı düşünülmektedir. Sosyal medya ve bağımlılığı konusunda kampüs içi psikolojik danışmanlık hizmetleri tarafından terapötik müdahaleler ile öğrencilerin ruh sağlığını ve refahını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Abeebe, M., & Van Rooij, A. (2016). OR-02: Fear Of Missing Out (FOMO) as a predictor of problematic social media use among teenagers. *Journal of Behavioral Addictions*, 5(S1), 4-5.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.

- Akyazı, E., & Tutgun-Ünal, A. (2013). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 3(6), 1-24.
- Alioğlu, N. (2016). Duygusal Tatmin Aracı olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Çalışması. *Beypkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1-27.
- Alt, D. (2017). Students' social media engagement and fear of missing out (FoMO) in a diverse classroom. *Journal of Computing in Higher Education*, 388-410.
- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Combating Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media: The FoMO-R Method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6128.
- Aydın, H. (2018). Sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusunun (FoMO) içgüdüsel alımlara etkisinin öz belirleme kuramı ile açıklanması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*(17), 415-426.
- BBC. (2020). *Türkiye'de Sosyal Medya Ne Kadar ve Nasıl Kullanılıyor?* 03 12, 2021 tarihinde BBC: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53259275> adresinden alındı
- Beyens, I., Frison, E., & 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.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 69-72.
- Bloemen, N., & De Coninck, D. (2020). Social Media and Fear of Missing Out in Adolescents: The Role of Family Characteristics. *Social Media + Society*, 6(4).
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak? *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 22-29.
- Büyükgöbüz-Koca, E., & Tunca, M. (2019). İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Yazın Taraması. *Suleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 24(1), 33-53.
- Christakis, N., & Fowler, J. (2012). *Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives*. Little, Brown Spark.
- Çalışır, G. (2014a). Sosyal Medyada Benlik İnşası, Sunumu ve Tüketimi. *The Effect of Digital Communication* (s. 176-186). İstanbul: International Academic Conference.
- Çalışır, G. (2014b). Construction, Presentation and Consumption of Individualism in Social Media. *Journal of Media Critiques-JMC* (s. 85-94). United Kingdom: The Central and Eastern European Online Library.
- Çalışır, G. (2015). Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Humanities Sciences*, 10(3), 115-144.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Journal of Social Studies*, 7(4).

- Çınar, Ç. (2017). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Düzeyi ve İlişkili Etmenler. Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çömlekçi, M., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar University Journal of Social Sciences*, 17(4), 173-188.
- Dalkıran, İ. (2016). Bir İletişim Aracı Olan Sosyal Medyanın Halkla İlişkiler Ekseninde Türk Markaları Tarafından Kullanımı: Ülker ve Eti Üzerinden Bir İnceleme. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1-24.
- Demir, Y., & Kumcağız, H. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), 23-42.
- Digital. (2020). *Global Digital Overview*. 03 12, 2021 tarihinde Digital: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-global-digital-overview-january-2020-v01-226017535?ref=https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/> adresinden alındı
- Echeburua, E., & De Corral, P. (2010). Addiction to New Technologies and to Online Social Networking in Young People: A New Challenge. *Adicciones*, 22, 91-95.
- Elhai, J., Yang, H., & 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*.
- Erdoğan, P., & Şanlı, Y. (2019). Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Sosyal Medya Tutumları Üzerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 615-627.
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemlili İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlili İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. *Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 0(49), 75-97.
- Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F. İ., & Aşkı-Kurt, A. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 2, 17-28.
- Franchina, V., Abeele, M., Van Rooij, A., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10), 2319.
- Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, Online Social Networking and Mobile Phone Addiction: A Latent Profile Approach. *Aloma:Revista de Psicologia, Ciencias de l'Educacio de l'Esport*, 35(1).
- Gökler, M., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S. (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe Sürümünün Geçerlilik ve Güvenilirliğinin Değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 53-59.
- Gölbaşı, S., & Metintaş, S. (2020). COVID-19 PANDEMİSİ VE İNFODEMİ. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 5(COVID-19 Özel Sayısı), 126-37.

- Guedes, E., Sancassiani, F., Carta, M., Campos, C., Machado, S., Spear King, A., et al. (2016). Internet Addiction and Excessive Social Networks Use: What About Facebook? *Clinical Practice and Epidemiology in Mental Health: CP & EMH*, 12, 43.
- Güler, E., Versikarani, D., & Keskin, D. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 1-13.
- Gümrükçü-Özdemir, N. (2006). Sanal Topluluklarda İzlenimi Yönetme. Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- GW. (2020). *Global Web Index's Coronavirus Multi-Market Study-Wave2*. 03 12, 2021 tarihinde [https://img.scoop.co.nz/media/pdfs/2006/Digital\\_2020\\_April\\_Global\\_Statshot\\_Report\\_2.pdf](https://img.scoop.co.nz/media/pdfs/2006/Digital_2020_April_Global_Statshot_Report_2.pdf) adresinden alındı
- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*(32), 151-175.
- Hoşgör, H., Koç Tütüncü, S., Gündüz Hoşgör, D., & Tandoğan, Ö. (2017). Üniversite öğrencileri arasında sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu yaygınlığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies)*, 213-223.
- Kacker, P., & Saurav, S. (2020). Correlation of Missing Out (Fomo), Anxiety and Aggression of Young Adults. *International Journal of Research - Granthaalayah*, 8(5), 132-138.
- Karaaslan-Eşer, A., & Ayaz-Alkaya, S. (2019). Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık durumu ve gelişmeleri kaçırma korkusunun incelenmesi. *SBÜHD Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hemşirelik Dergisi*, 1(1), 27-36.
- Karagülle, A., & Çaycı, B. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 4(1).
- Kartol, A., & Peker, A. (2020). Ergenlerde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (Fomo) yordayıcılarının incelenmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(21).
- Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I., & Silvestre, B. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kırık, A. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1).
- Koçer, M. (2012). Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 70-85.
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 73-77.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media? iCrossing*.
- Metin, B., Pehlivan, R., & Tarhan, N. (2017). Reliability and validity of Uskudar Fear of Missing Out Scale. *The Journal of Neurobehavioral Sciences*, 4(2), 43-46.



- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 51-60.
- Özkan, P. (2013). Sosyal Ağ Kullanıcılarının e-sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri. *II. Uluslararası İletişim, Medya, Teknoloji ve Dizayn Konferansı*, 2-4 Mayıs 2013, Gazimağusa, KKTC.
- Pamuk, M. (2021). Kovid 19 ile İlgili Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(1-1), 3310-3338.
- Przybylski, A., Murayama, K., R. DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J., & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and Social Media's Impact on Daily-Life and Productivity at Work: Do Whatsapp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders Mediate that Association? *Addictive Behaviors*, 110(106487).
- Sezgin, S., Erol, O., Dulkadir-Yaman, N., & Karakaş, A. (2011). BÖTE öğrencilerinin facebook kullanım amaçları ve eğitsel bağlamda kullanımı ile ilgili görüşleri: MAKÜ Örneği. *International Educational Technology Conference*. İstanbul.
- Söner, O., & Yılmaz, O. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G., & Mantymaki, 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.
- Tomczyk, L., & 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.
- Tutgun-Ünal, A. (2019). İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*(2), 49-80.
- Tutgun-Ünal, A. (2020). Social media addiction of new media and journalism students. *TOJET: The Turkish Online of Educational Technology*, 19(2), 1-12.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının incelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2019). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *5. Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmaları Kongresi*. Bandırma.



- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1289-1319.
- Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Ünal, Ç. (2019). Çevrimiçi Sosyal Destek ve Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Anksiyete Bozukluğu Belirti Düzeyi Arasındaki İlişkinin Açıklanmasında Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Yorgunluğunun Aracı Rolü. Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı. Başkent Üniversitesi.
- Ünübol, H., & Sayar, G. H. (2020). Investigation of the association of the fear of missing out with attention deficit and impulsivity in terms of age, gender and tobacco dependence. *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(2), 260-270.
- Yenice, A., Pirtini, S., & Ataman, G. (2018). Sosyal Medyada Kriz Yönetimi ve Kurum İtibarı ile İlişkisi Üzerine Bir Model Uygulaması. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3).
- Yıldırım, M. (2020). Risk Toplumundan Kriz Yönetimine Medya ve Covid-19. *Yeni E*, 43(43), 50-55.
- Yılmazsoy, B., & Kahraman, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Facebook Örneği. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9-20.

# The Relationship between Fear of Missing Out (FoMO) and Social Media Addiction (SMA) on Social Media of University Students: A Case of COVID-19 Pandemic

Ayşen Kovan (MA Student)  
Neşe Ormancı (Lect.)

## Extended Abstract

**Introduction:** Rapidly developing technology not only affects society but also directly affects individual lives. The number of users and duration of use of social media, which is used for different purposes, is increasing day by day. It can be said that the effectiveness of these platforms, which generally meet the purposes of people such as socializing, escaping from reality, acquiring information, having fun, communicating, and spending time, has increased especially during the COVID-19 period. It is known that young adults, especially students realize communication, sharing, self-expression and psychological relaxation thanks to social media, depending on their socialization needs. In addition to these positive features, distraction by spending too much time decreased academic performance, and the presence of factors that prevent socialization are some of the negative features of social media. Addiction to the increasing use of social media among people consists of the desire to satisfy social needs and the need to establish and maintain interpersonal relationships. Depending on the satisfaction of these needs, it can be said that the tendency of young people to follow developments in social media is high. Although it is not known how often and how long the restrictions and quarantines will continue in this process, some people may be nervous in order not to miss any developments. It can be stated that this situation is related to the 'fear of missing out' in the literature. It also points to a structure that includes keeping in touch with other individuals in order not to miss the developments about what they are doing. This situation has come to the fore as a concept that has come to the fore in recent years and is associated with problematic internet-social media use. Social media addiction, which is the concept related to these concepts, is thought to be critical in this process, as the time spent on social media is excessive and the daily situations of people are negatively affected due to the increasing time. With the COVID-19, which we are currently experiencing as a serious pandemic, it is an undeniable fact that the need for more information has arisen for the desire of people to dominate the current situation. To meet these needs, the importance of some concepts related to social media such as 'Fear of Missing Out' (FoMO) and 'Social Media Addiction' (SMA) constitutes the motivation of this research.

**Purpose:** This research is aimed to examine the fear of missing out on social media developments and the status of social media addiction among university students during the pandemic. Depending on this purpose, the concepts of fear of missing out and social media addiction come to the fore and constitute the importance of the concepts of the research. The sample of the research consisted of university students (n=589) from different faculties. The data of the study were collected through the Personal Information Form, the Fear of Missing Out Scale (FoMOS) and the Social Media Addiction Scale-Adult Form (SMAS-AF), and the data were evaluated with SPSS 26.

**Method:** In this research, which is based on the quantitative research method, the findings are descriptive. A simple random sampling method was applied in the research

and the data were obtained by questionnaire method. The research was formed with the participation of university students studying at various universities in Turkey. The applied questionnaire consists of three parts. In the first part, questions about the sociodemographic characteristics of the participants were included. In the second part; A 5-point Likert-type 'Fear of Missing Out Scale' consisting of 10 items to measure the participants' fear of missing out on developments in social environments and a 5-point Likert-type 'Social Media Addiction Scale-Adult Form' consisting of 20 items to measure the social media addiction of the participants were applied.

**Results:** There was no significant relationship between the gender variable and FOMO-SMA. There was a significant difference in SMB between the age variable ( $p=0.027$ ). There was a significant difference especially in the 18-19 and 23+ age group ( $p = 0.04$ ). On the other hand, while there is no significant difference between age and FOMO ( $p=0.059$ ), there is a significant difference between the faculty variable and FOMO-SMB ( $p=0.00$ ). There is a significant difference between the communication faculty students and SMA other faculties, but there is no significant difference between the Communication, Engineering ( $p=0.15$ ) and Health Sciences ( $p=0.88$ ) faculties according to the FOMOS; It has been found that there is a significant difference between other faculties. A significant difference was found between the variable of the duration of social media use and FOMO-SMA ( $p=0.00$ ). There is a significant difference between the participants' social media usage purposes variable ( $p=0.00$ ). In addition, a significant difference was found as a result of the comparison of social media usage purposes and Communication faculty with other faculties ( $p=0.00$ ).

**Conclusion:** The use of social media, which constitutes the popular platforms of the technology age we live in, can also cause digital addiction and similar addictions. FOMO and SMA, which are concepts that have an important effect on their emergence, formed the conceptual framework of the research. As a result of the findings, it was found that there is a positive relationship between FOMO and SMA according to the study.

**Keywords:** Fear Of Missing Out (FOMO), Social Media Addiction (SMA), Social Media, University Students, COVID-19.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**" were followed.

Yazarların çalışmadaki **katkı oranları**; birinci yazar %60, ikinci yazar %40.

**Contribution rates** of the authors in the study; first author 60%, second author 40%.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çakar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

#### **Etik Kurul İzni | Ethics Committee Permission**

Girne Amerikan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu 22/03/2021 tarihli toplantıda alınan 008 no'lu karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Within the framework of the decision taken during the meeting by Social and Human Sciences Ethics Committee of Girne American University dated 22/03/2021 and numbered 008; the study does not contain any ethical issues.