



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Web of Science veri tabanına dayalı bibliyometrik analiz: turizm alanında gelişmeleri kaçırma korkusu (FOMO)*

Bibliometric analysis based on Web of Science database: fear of missing out (FOMO) in the field of tourism

Dilan Arabacıoğlu^{1*}, Serhat Harman²

¹ Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, dilanarabacioglu@artuklu.edu.tr, 0000-0003- 1470-0959

² Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, sharman@artuklu.edu.tr, 0000-0003-2845-8657

MAKALE BİLGİSİ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

FOMO, Turizm, WoS, Bibliyometrik analiz

Key Words:

FOMO, Tourism, WoS, Bibliometric analysis

Gönderme Tarihi / Received Date:

22.02.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date:

08.07.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Online:

31.12.2024

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1441490](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1441490)

ÖZET

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile birlikte gündeme gelen FOMO kavramı, gelişmeleri kaçırma korkusu olarak bilinmektedir. Bu çalışma kapsamında “FOMO” kavramının gelişimini incelemek ve çalışma alanlarını belirlemek amacıyla bibliyometrik analiz tekniği kullanılmıştır. Çalışmada Clarivate Analytics bünyesinde yer alan Web of Science (WoS) veri tabanı kullanılarak çeşitli bibliyometrik veriler elde edilmiştir. Çalışmada tarama için yalnızca makale başlığı seçilerek tüm alanlarda tarama yapılmıştır. Verilerin analizlerinin haritalandırılması amacıyla VOSviewer (1.6. 20) programından yararlanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre FOMO kavramı 2013 yılında kullanılmaya başlanmıştır. İlerleyen yıllarda ise kullanım sıklığı artış göstermiştir. Bu çalışma sonucunda FOMO kavramını en çok kullanan alanın multidisipliner psikoloji olduğu görülmektedir. FOMO kavramının en çok kullanıldığı alanlar arasında psikiyatri, madde bağımlılığı, iletişim ve işletme yer almaktadır. Turizm alanında FOMO kavramının WoS veri tabanının taranmasının ardından 2023 yılında kullanıldığı görülmektedir.

ABSTRACT

The concept of FOMO, which came to the fore with the widespread use of social media, is known as the fear of missing out. Within the scope of this study, bibliometric analysis technique was used to examine the development of the "FOMO" concept and to determine the study areas. In the study, various bibliometric data were obtained using the Web of Science (WoS) database within Clarivate Analytics. In the study, only the article title was selected for scanning and all fields were scanned. VOSviewer (1.6. 20) package program was used to map the data analysis. According to the findings of the study, the concept of FOMO started to be used in 2013. In the following years, the frequency of use increased. As a result of this study, it is seen that the field that uses the concept of FOMO the most is multidisciplinary psychology. The areas where the concept of FOMO is most used include psychiatry, substance addiction, communication and business. It is seen that the concept of FOMO in the field of tourism was used in 2023 after scanning the WoS database.

1. Giriş

Günümüz teknoloji çağında internete erişim engeli olan bireylerde şüphe olgusu açığa çıkmaktadır (Wiesner, 2017). Hissedilen şüphe ise beraberinde korkuyu getirmektedir. Bu korku türlerinden biri ise gelişmeleri kaçırma korkusudur (Hodkinson, 2016). Herman (2000, s.335) tarafından ortaya çıkarılan gelişmeleri kaçırma korkusu (fear of missing out) kısaca FOMO kavramı, bireylerin temel ihtiyaçlarını

karşılatabilmesi için motivasyonel bir güç olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin başkalarının neler yaptıklarını öğrenme merakı ile ilişkilendirilen kavram, sürekli bağlantıda ve ilişkide kalma ihtiyacını barındırmaktadır (Elhai vd., 2016). FOMO, bireyde daha uygun seçeneklerinin olabileceği algısını ve seçenekleri koruma zorunluluğu oluşturmaktadır (McGinnis, 2020). Bireylerin diğer seçenekleri değerlendirmek için kullandıkları mecralardan biri sosyal

* Sorumlu yazar /Corresponding author

Arş. Gör. Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, dilanarabacioglu@artuklu.edu.tr, 0000-0003- 1470-0959

** Bu makale Prof. Dr. Serhat HARMAN'ın danışmanlığında Dilan ARABACIOĞLU'nun Mardin Artuklu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne Bağlı” Rehberli Turlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Internetsiz Kalma Korkusunun Tur Tatminine Etkisinde Akış Deneyiminin Rolü: Kapadokya Örneği “isimli doktora tezinden üretilmiştir.

medya ağlarıdır. Akıllı telefonların ve internetin gelişimi ile sosyal medya kullanımının arttığı bilinmektedir (Frampton & Fox, 2021). Bireyler zihinlerini rahatlatmak ve gerginliklerini azaltmak amacıyla sosyal medya ağlarını kullanmaktadır (Whelan vd., 2020). Bu avantajları sunan sosyal medya mecralarının çeşitli olumsuz durumlar açığa çıkardığı da bilinmektedir (Kaur vd., 2021). Bu olumsuz durumlardan biri olan FOMO sosyal medya gibi çevrim içi mecralar ile ilişkilidir (Blackwell vd., 2017).

Alan yazında FOMO kavramına ilişkin yapılan bibliyometrik çalışmalar bulunmaktadır (Çelik vd., 2023; Godara vd., 2023; Utomo vd., 2021). FOMO ile ilgili yapılan bibliyometrik çalışmaların verilerinin 2021 yılına ait olduğu görülmektedir. FOMO kavramının çalışmalarda en çok kullanım oranının ise 2023 yılında olduğu göz önüne alındığında, bu çalışma verilerinin diğer çalışmalardan farklılık gösterebileceği düşünülmektedir. Ayrıca FOMO kavramına ilişkin yapılan çalışmaların daha çok internet ve sosyal medya kullanımı ile FOMO ilişkisi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Akbari vd., 2021; Fioravanti vd., 2021; Zhang vd., 2021). Yapılan bibliyometrik araştırmalarda da çalışma alanlarının turizm bağlamında incelenmediği ve turizmde FOMO'nun kullanımına ilişkin gelişim sürecine yer verilmediği görülmektedir. Bu çalışma kapsamında Fear of Missing Out kavramı Web of Science veri tabanı ile turizm alanında kavramın kullanım durumunu tespit etmek amaçlanmaktadır. Eğilime ve geniş etkiye rağmen, FOMO kavramının turizm alanı ile ilgili çalışma yönü ve araştırmalar hala belirsiz ve nadirdir.

Çalışmada, "FOMO" kavramının gelişimini incelemek ve çalışma alanlarını belirlemek amacıyla bibliyometrik analiz tekniği kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz araştırmacılara farklı yol haritaları oluşturmaya fırsat tanıyan önemli bir tekniktir (Kürklü vd., 2021). Bibliyometrik analizler çalışmalar arasındaki bağlantıları ortaya koymak amacıyla yapılmaktadır (Baker vd., 2020). Analiz aracılığıyla belirli yazarların, dergilerin ve araştırma konularının alan yazına katkısı ve etkisi ölçülmektedir (Zopiatis vd., 2021). Araştırma sonucunda FOMO kavramına ilişkin ilk çalışmaların 2013 yılında başladığı ve en çok çalışmanın ise 2023 yılında yapıldığı görülmektedir. Aynı zamanda FOMO 'ya ilişkin yapılan araştırmalarda psikiyatri, madde bağımlılığı, iletişim ve işletme alanlarına yönelik daha fazla çalışmanın olduğu görülmektedir. WoS veri tabanı taranarak turizm alanında FOMO kavramı kullanılarak 2023 yılında çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Kısaca çeşitli araştırma alanlarında kullanılan FOMO kavramı, bireylere çevrelerindeki kişilerin neler yaptığı konusunda yoğun bir merak duygusu hissettirmektedir. Bireyin bilgiye ulaşamadığı bu durum hayal kırıklığına ve strese neden olmaktadır (Stead & Bibby, 2017).

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FOMO)

Farklı disiplinlerde olduğu gibi psikoloji alanına da konu olan internet, bağımlılık boyutu ile ele alınmaktadır (Sezgin & Karabacak, 2019). Kimi araştırmalar internet kaynaklı bağımlılıkları bir hastalık olarak kavramsallaştırırken kimileri önceden var olan zihinsel bozuklukların belirtisi olarak tanımlamaktadır (Ferguson & Colwell, 2019). Kullanım alanı

gün geçtikçe çeşitlenen internet, bağımlılık gibi psikolojik açılardan olumsuz etkileri de beraberinde getirebilmektedir (Bian & Loung, 2015). İnternet ortamında özellikle sosyal medya olarak adlandırılan platformlarda geçirilen sürelerin artması bağımlılığı tetikleyen önemli bir unsur olarak görülmektedir (Sezgin & Karabacak, 2019). Sosyal medya, bilgisayar vasıtasıyla kullanıcıların profillerini ve sahip oldukları içerikleri kapsayan dijital ortamlardır (Obar & Wildman, 2015). Sosyal medya aracılığıyla bireyler topluma kendilerini istedikleri kimliklerde tanıtabilecekleri sanal bir dünya inşa etmektedirler (Doğan & Karakuş, 2016). Sosyal medyada sürekli vakit geçirme isteği içerisine giren bireyler, sosyal medyanın aşırı kullanımı nedeniyle çeşitli olumsuz durumlar ile karşı karşıya kalabilmektedirler (Montag vd., 2019). Bireylerin sosyal medyayı aşırı kullanımları bağımlılık gibi psikolojik sorunların açığa çıkmasına neden olmaktadır (Eyal, 2014). Sosyal medyayı kullanan bireylerin bir kısmı çevrelerindeki kişilerin neler yaptığını merak etmeye başlayarak sosyal medyayı kullanma sıklığını arttırmaktadırlar. Bilgi edinemedikleri durumlarda ise tedirgin bir ruh hali ortaya çıkmaktadır (Baker vd., 2016). Bu tedirgin ruh hali de alan yazında gelişmeleri kaçırma korkusu olarak bilinen FOMO kavramını açığa çıkarmaktadır.

FOMO bireylerin sosyal medya kullanımı ile ilişkili bir kavramdır. Bireylerde sosyal medyaya ulaşamama durumunda şüphe ve ardından korku açığa çıkabilmektedir (Wiesner, 2017). Bu kapsamda FOMO bireyde endişe, korku ve kaygı duygularını yansıtmaktadır (Fioravanti, 2021). Korku bireyde mutsuzluk ile özgüven eksikliğine neden olan ve bireyin çevresini olumsuz algılamasına neden olan histir (Töremen & Çankaya, 2008). Bir tür korku ve kaygı çeşidi olan FOMO ise alanyazında gelişmeleri kaçırma korkusu, fırsatları kaçırma korkusu veya fear of missing out olarak bilinmekte psikolojik bir durum olarak kavramsallaştırılmaktadır (Duman & Özkara, 2019). Psikoloji alanında Andrew Przybylski ve arkadaşlarının kaygı bozukluğu şeklinde tanımladığı fear of missing out aynı zamanda kayıp ve yoksunluk şeklinde de kavramsallaştırılmaktadır (aktaran Hayran vd., 2016). FOMO temelde sosyal medya ağları ve kullanıcılar arasındaki sorunlu ilişkiyi ortaya koyan psikolojik bir olgudur. Bireyin araç kullanırken telefonunu sürekli kontrol etmesi, uykuya dalmadan önce sosyal medya hesaplarında vakit geçirmesi FOMO'nun psikolojik bulgularından sadece bir kaçıdır (Riordan vd., 2015). Bireylerin ruh sağlığı üzerinde teknolojik unsurların olumsuz çıktıları FOMO'nun psikoloji alanında incelenmesinin nedenini oluşturmaktadır (Bahadır vd., 2022).

FOMO, alan yazında "Öz Belirleme Teorisine" dayandırılmakta ve ortaya çıkan bu korku belirtilen teori ile açıklanabilmektedir (Deci vd., 1996). Teoriye göre bireyler kurdukları sosyal ilişkilerde çeşitli tutum ve davranışları içselleştirmektedirler. Kuramın temel amacı yeni bir davranış sergilendiğinde bu davranışın sürekliliğinin hangi motivasyonlarla sağlandığını ortaya koyabilmektir (Ryan & Deci, 2000). Teoride bu motivasyonları ortaya koymak amacıyla içsel ve dışsal şeklinde iki sınıflandırma yapılmaktadır (Rigby, 1992). İç güdüsel sınıflandırma eğlenme, zevk alma ve memnuniyet şeklinde sıralanırken dış güdüsel sınıflandırma övgü, ödül ve cezalardan oluşmaktadır

(Przybylski vd., 2013). Aynı zamanda öz belirleme davranışı sosyal medya kullanımını etkilemektedir (White, 2015). Sosyal medya kullanımının artış göstermesi beraberinde gelişmeleri kaçırma korkusunu getirmektedir (Çakır, 2020). Böylelikle FOMO hisseden bireyler sosyal medya mecralarını kendileri gibi olan veya kendilerinden farklı yaşamları görmek için kullanılmaktadırlar (Browne vd., 2018). Bu durumların sonucu olarak bireylerde anksiyete, depresyon, bağımlılık ve yalnızlık gibi sorunlar açığa çıkabilmektedir. Temelde problemleri bir sosyal medya kullanımının neticesinde ortaya çıktığı düşünülen FOMO kavramı, kişilerin kaygı düzeylerinde artışa neden olan bir durumdur (Sheldon vd., 2021). O'Connell (2020)'de FOMO'nun bireyleri depresyona sürükleyen ve sosyal medya nedeniyle ortaya çıktığı düşünülen bir kavram olduğunu öne sürmektedir. FOMO'ya sahip kişiler huzursuz bir ruh hali içerisinde olmaktadır (Korkmaz & Dal, 2020). FOMO'ya sahip bireylerin sevgi, şefkat eksikliği ve yalnızlık gibi sorunlar nedeniyle bu belirtilere sahip oldukları düşünülmektedir. İnternet bağımlılığı bireyde yalnızlığı beraberinde getirmektedir (Batıgün & Hasta, 2010). Birey bu eksiklikleri sosyal medya aracılığıyla kapatmayı amaçlamaktadır (Yıldırım, 2018). FOMO hem psikolojik hem de sosyal ihtiyaçlar ile ilişkilidir. Sosyalleşmek amacıyla bireylerin sosyal medya platformlarını kullanması internette uzun vakit geçirmelerine neden olmaktadır. Yalnızca FOMO değil Netlessfobi de bireylerin teknolojik korkuları arasında yer almaktadır. Netlessfobi, bireyin internetsiz kalmaya tahammül edemediği durumları ortaya koymaktadır (Güney, 2017). Netlessfobi'nin yanı sıra bir başka korku türü olan Nomofobi ise bireyin bir mobil cihazdan uzak kalmaya tahammül edememe ve korku yaşama hali olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Correiz, 2015).

3. Yöntem

Araştırmanın amacı birçok farklı disiplinlerdeki çalışmalarda kullanılan "FOMO" kavramının gelişimini ve eğilimini bibliyometrik analiz yöntemi ile incelemektir. Çalışma kapsamında "FOMO" kavramının gelişimini incelemek ve çalışma alanlarını belirlemek amacıyla bibliyometrik analiz tekniği kullanılmıştır. Bibliyometrik çalışmalar, bir çalışma alanındaki yayınların bilimsel katkısı ve etki sürecini sistematik olarak incelemek ve değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır (Rodriguez-Lopez, 2020). Bibliyometrik, her türlü verinin niceliksel açıdan değerlendirilmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda bilimsel anlamda alanyazının görsel olarak sunulabilmesi amacıyla bilimsel haritaların oluşturulmasına imkân veren bir tekniktir (Benckendorff & Zehrer, 2013). Bibliyometrik çalışmalarda yazarlara, konu ve konu başlıklarına, atıf bilgilerine, anahtar kelimelere yazarların kurum ve ülke bilgilerine yer verilebilmektedir (Bouyssou & Marchant, 2011).

Bibliyometrik çalışmalarda yaygın şekilde ortak alıntı, kullanılan anahtar kelimeler ve çalışma alanlarına ilişkin analiz teknikleri kullanılmaktadır (Caviggioli & Ughetto, 2019). Bu kullanımın amacı ise çalışmaların gelişimini haritalandırarak analize daha nesnel bir yaklaşım ortaya koymaktır (Ruiz-Real vd., 2020). Olgular arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla en çok atıf yaklaşımlarının başında ise ortak alıntı gelmektedir. Yaklaşım, iki olgunun kaç kez birlikte kullanılarak alıntılındığını göstermektedir. İki olgu

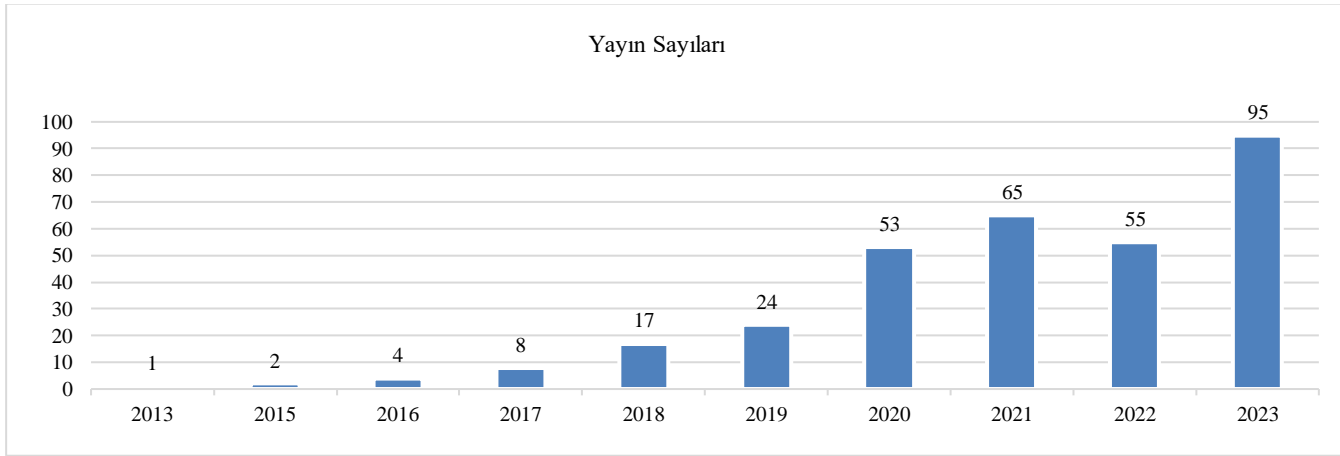
arasındaki alıntılarının sayısında artış olması ise her iki olgu arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır (Zan, 2019). Çalışmada Clarivate Analytics bünyesinde yer alan Web of Science (WoS) veri tabanı kullanılarak çeşitli bibliyometrik veriler elde edilmiştir. Bilimsel dergilerin en etkili veri tabanı olarak bilinen (Ramos-Rodriguez & Ruiz Navarro, 2004) WoS veri tabanı uluslararası erişimi olan hakemli dergileri içinde barındırmaktadır (Kaya & Dinçer, 2023). WoS veri tabanı ayrıca Social Sciences Citation Index (SSCI), Science Citation Index Expanded (SCIE) ve Arts & Humanities Citation Index'in (A&HCI) yer aldığı önemli arama dizinlerine sahiptir (Grzybowska & Awasthi, 2020). Bu dizinlerin araştırmacılara makalelere kuramsal arka plan sağlamak ve konuya ilişkin kaynakları gözden geçirmek gibi çeşitli katkıları bulunmaktadır (Al & Soydal, 2014). Çalışmanın ilk aşamasında WoS veri tabanında "fear of missing out" kavramının başlık olarak kullanıldığı araştırmalar taranmıştır. Tarama sonucu veri tabanında 384 çalışma olduğu görülmüştür. İkinci aşamada tarama kategorisi İngilizce dilinde yazılmış olan makaleler olacak şekilde seçilmiş ve toplamda 324 araştırma çalışma kapsamında değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışmada tarama için yalnızca makale başlığı seçilerek tüm alanlarda tarama yapılmıştır. Makale başlığı bir çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Okuyucular, yazarların her makale için başlık ve anahtar kelimelerini seçerken tedbirli davrandıklarını düşünmektedirler (Whittaker, 1989). Bu nedenle "fear of missing out"a ilişkin yapılan çalışmaların özgünlüğüne odaklanmak için makalede tarama koşulu olarak anahtar kelimeler yerine başlık kategorisi seçilmiştir. Donthu vd. (2021) önerdiği bibliyometrik analiz süreci göz önünde bulundurularak çalışmalar tutarlı sayılar elde edilmesi amacıyla manuel olarak da kontrol edilmiştir. FOMO'ya ilişkin yapılan çalışmalar incelenerek kavramın WoS veri tabanındaki durumu analiz edilmiştir. Bu kapsamda, oluşturulan araştırma soruları ise şu şekildedir:

- FOMO kavramı üzerine çalışmalar hangi alanlarda yapılmıştır?
- FOMO kavramı turizm alanında nasıl kullanılmıştır?
- Gelecekte turizm alanında FOMO kavramı ile ilgili hangi konular çalışılmalıdır?

Çalışmada belirtilen araştırma sorularına yanıt aranması amaçlanmaktadır. Tarama sonucunda değerlendirilmeye alınan araştırmaların 2013-2023 yılları arasında yapıldığı görülmektedir. Çalışmanın veri toplama süreci 14.01.2024 ile 13.02.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Veri toplama sonucu elde edilen makalelerin her biri için yayın yılları çalışma alanları, anahtar kelimeler ve ortak atıflar ile ilgili bilgilerin yer aldığı tablo ve grafikler hazırlanmıştır. Verilerin analizlerinin haritalandırılması amacıyla ise Van Eck ve Waltman (2010) 'nın geliştirmiş olduğu VOSviewer (1.6. 20) paket programından yararlanılmıştır.

4. Bulgular

Şekil 1 incelendiğinde FOMO üzerine ilk kez 2013 yılında çalışma yapıldığı görülmektedir. 2014 yılında çalışma yapılmadığı görülürken 2015 yılından 2019 yılına kadar yapılan çalışmaların seyrek olduğu gözlemlenmiştir. 2020 yılı



Şekil 1. Yıllara göre yayın sayıları

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

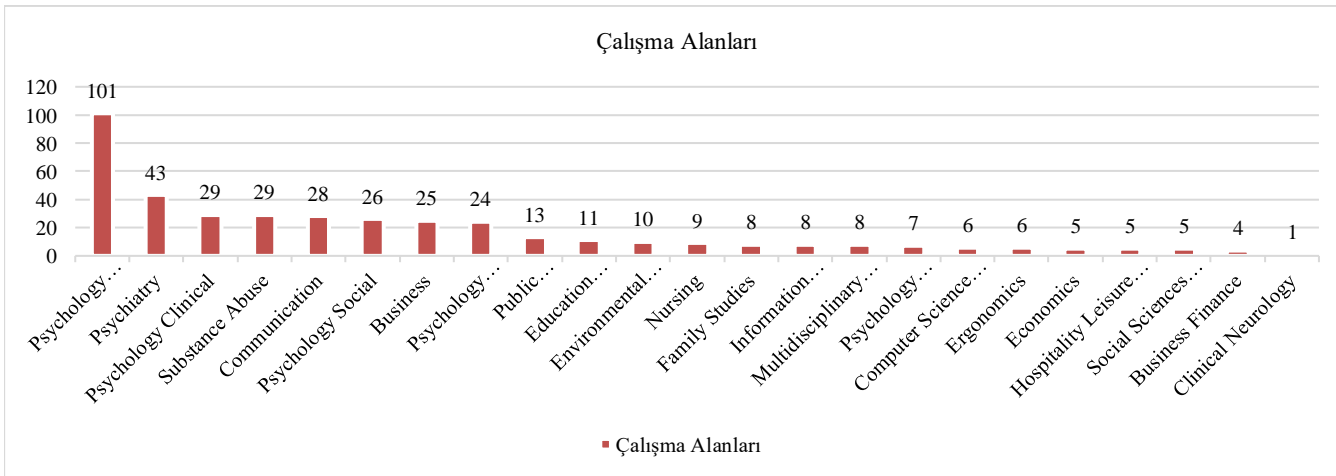
İtibariyle ise gözle görülür bir artış yaşanarak yapılan çalışma sayısı 53'e yükselmiştir. 2021 yılında da çalışma sayılarında artış devam ederken 2022 yılında çalışma sayısında azalma tespit edilmiştir. FOMO kavramı ile ilgili en fazla çalışmanın yapıldığı yıl ise 95 çalışma ile 2023 yılıdır. Bununla birlikte turizm alanında FOMO'ya ilişkin çalışmaların ilk kez 2023 yılında yapıldığı belirlenmiştir.

FOMO kavramı pek çok farklı disiplinde kullanılmaktadır. Şekil 2 FOMO kavramı ile ilgili çalışma alanlarını göstermektedir. Şekil 2'ye göre FOMO kavramını en çok kullanan alan multidisipliner psikolojidir. FOMO kavramının en çok kullanıldığı alanlar arasında Psikiyatri, Madde Bağımlılığı, İletişim ve İşletmenin yer aldığı görülmektedir. Ayrıca çevre bilimi, aile çalışmaları, ekonomi ve turizm alanında da FOMO kavramına ilişkin çalışmaların olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında geliştirilen "FOMO kavramı üzerine çalışmalar hangi alanlarda yapılmıştır?" birinci araştırma sorusuna yanıt verilmiştir. Çalışmanın ikinci araştırma sorusu olan "FOMO kavramı turizm alanında nasıl kullanılmıştır?" sorusuna cevaplamak amacıyla Hospitality Leisure Sport Tourism kategorisinde 2023 yılında yapılan toplam 5 çalışma

incelenmiştir. Kategoride yer alan çalışmalardan 1 tanesinin spor çalışması olduğu tespit edildiği için sadece turizm alanında 4 çalışmaya detaylıca yer verilmiştir.

Dursun Dursun vd. (2023) tarafından incelenen "Sensation seeking and conspicuous consumption in event-based activities: the mediation role of fear of missing out (FOMO)" başlıklı çalışmada olaya dayalı faaliyetlerde heyecan arayışının gösterişçi tüketim üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Ayrıca geliştirilen modelde bu etkide FOMO'nun aracılık rolü incelenmiştir. Çalışmanın bulguları heyecan arayışının gösterişçi tüketimi etkilediğini ve bu ilişkide FOMO'nun aracılık etkisine sahip olduğunu göstermektedir.

Argan vd. (2023) tarafından yapılan çalışmanın ise temel amacı, boş zaman etkinliklerine katılım türü ve sıklığı ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları, FOMO ve heyecan arayışı düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışmanın bulguları boş zaman etkinliklerine sıklıkla katılan bireylerin FOMO ve heyecan arayışının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda sosyal medyadaki aktif arkadaş sayısına göre sosyal medya kullanım sıklığı, kullanım durumu ve boş zaman etkinliklerine katılma sıklığı



Şekil 2. FOMO kavramı ile ilgili çalışma alanları

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1. Çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler

Anahtar Kelime	Sayı	Anahtar Kelime	Sayı	Anahtar Kelime	Sayı
Fear of Missing Out	30	Death Anxiety	1	Self-Regulation	1
Fomo	15	Depression	1	Semantic Segmentation	1
Scale Development	5	Depressive Symptoms	1	Single-Item	1
Fear of Missing Out (Fomo)	4	Digital Addiction	1	Smart Phone Addiction	1
Loneliness	4	Digital Wellbeing	1	Smartphone	1
Social Media	4	E-Safety	1	Smartphone Addiction	1
Social Media Engagement	4	Ecological Momentary Assessment	1	Smartphone Use	1
Adolescence	3	Emotional Intelligence	1	Sns	1
Mindfulness	3	Facebook	1	Social Capital	1
Social Media Use	3	Facebook Intensity	1	Social Interaction	1
Adolescents	2	Family Communication	1	Social Media Fatigue	1
Anxiety	2	Fear-of-Missing-Out	1	Social Media Posting	1
Collectivistic Culture	2	Fomo Scale	1	Social Media Studies	1
Experience Sampling Method	2	Higher Education	1	Social Media Users	1
Internet Addiction	2	Human Motivation	1	Social Network Sites	1
Mental Health Problems	2	Impulsivity	1	Social Networking	1
Older Adults	2	Infodemic	1	Social Networks	1
Pakistan	2	Internet	1	Social Relationships	1
Phubbing	2	Interpersonal Relationships	1	Study Abroad	1
Prevalence Rate	2	Job Performance	1	Study Time	1
Problematic Smartphone Use	2	Liveness	1	Supportive Interaction	1
Psychological Well-Being	2	Measurement	1	Terror Management Theory	1
Psychometric Properties	2	Mediation	1	Uav Imagery	1
Self-Determination Theory	2	Mental Health	1	Validation	1
Social Anxiety	2	Meta-Analysis	1	Validity	1
University Students	2	Mobile Phone	1	Virtual Tourism	1
Academic Achievement	1	Mortality Salience	1	Virtual Travel Experience	1
Academic Motivation	1	Motivation	1	Visit Intention	1
Adaptive Path Planning	1	Multitasking	1	Well-Being	1
Addiction	1	Neuroticism	1	Xenocentrism	1
Adoption Intention	1	Nursing Students	1	Young Adult	1
Adult Attachment	1	Organisational Change	1	Young Adults	1
Adults	1	Parental Behavior	1	Youth	1
Adverse Decision-Making	1	Participatory Culture	1	Identity-Relevant	1
Affect	1	Perceived Stress	1	India	1
Affective Labour	1	Performance Art	1	Individual Differences	1
Affective Processes	1	Precision Agriculture	1	Indulgent Parenting	1
Aggression	1	Presenteeism	1	Investment Behavior	1
Airsim	1	Preservice Teachers	1	Scale	1
Alcohol	1	Primary School	1	Scarcity	1
Amotivation	1	Problematic Whatsapp Use	1	Self-Compassion	1
Attachment	1	Problematic Instagram Use	1	Self-Concept	1
Australian Public Service	1	Psychiatric Symptoms	1	Self-Control	1
Belonging	1	Psychological Need Satisfaction	1	Self-Efficacy	1
Brand Evaluation	1	Psychological Symptoms	1	Self-Esteem	1
Burnout	1	Psychosocial Factors	1	Covid-19	1
Class Time	1	Public Self-Consciousness	1	Covid-19 Pandemic	1
College Students	1	Public Self-Monitoring	1	Critical Consumption	1
Communication Messages	1	Reflective Smartphone Disengagement	1	Cryptocurrencies	1
Compulsive Buying Behavior	1	Relative Deprivation	1	Cryptocurrency	1
Continuous Learning	1	Reliability	1	Culturally Symbolic Brands	1
Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)	1	Representative Survey	1	Death Anxiety	1
Cosmopolitanism	1	Risk Factors	1		

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

arasında ilişki bulunmuştur. Lim vd. (2023)'nin "Fear of missing out and revenge travelling: the role of contextual trust, experiential risk, and cognitive image of destination" adlı çalışmalarında FOMO ve karantina hayatının monotonluğu nedeniyle insanların seyahat etme isteğinde artış yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlar, algılanan bağlamsal güven ve algılanan deneyimsel riskin, FOMO ile intikam yolculuğu arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiğini, varış yerinin bilişsel imajının ise algılanan deneyimsel risk ile intikam yolculuğu arasındaki ilişkiyi düzenlediğini ve bu davranışa katkıda bulunan faktörlerin olduğunu göstermektedir. Uslu ve Tosun, (2023) tarafından yapılan çalışmada sürekli öğrenme

arzusunun, FOMO'nun, katılım ve sanal seyahat deneyiminden (VTE) keyif almanın müze ziyareti niyetleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın bulguları sürekli öğrenme isteğinin FOMO'yu olumlu yönde etkilediğini, katılımın müze ziyaretlerine yönelik tutumları olumlu yönde etkilediğini ve bunun da ziyaret niyetlerini artırdığını ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışmada sürekli öğrenme arzusunun FOMO üzerinde ise önemli etkisi olduğunu ve müze ziyaretlerini de artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 1 FOMO kavramı üzerine yapılan çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeleri göstermektedir. Tabloda görüldüğü üzere 324 çalışmada 158 farklı anahtar kelime kullanılmıştır. Bu

Tablo 2. En fazla atıf alan 20 makale

N	Makale	Yazar	Dergi	Yıl	Atıf
1	Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out	Przybylski et al.	Computers in Human Behavior	2013	1151
2	Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use	Elhai et al.	Computers in Human Behavior	2016	427
3	Online social media fatigue and psychological wellbeing-A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression	Dhir et al.	International Journal of Information Management	2018	402
4	Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction	Blackwell et al.	Personality and Individual Differences	2017	371
5	Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out	Oberst et al.	Journal of Adolescence	2017	353
6	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	Beyens et al.	Computers in Human Behavior	2016	343
7	Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation	Wolniewicz et al.	Psychiatry Research	2018	257
8	College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out	Alt, D.	Computers in Human Behavior	2015	224
9	Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use	Elhai et al.	Computers in Human Behavior	2018	152
10	Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents	Franchina et al.	International Journal of Environmental Research and Public Health	2018	145
11	Depression and anxiety symptoms are related to problematic smartphone use severity in Chinese young adults: Fear of missing out as a mediator	Elhai et al.	Addictive Behaviors	2020	135
12	Fear of missing out: prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO	Milyavskaya et al.	Motivation and Emotion	2018	131
13	Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being	Stead, H. and Bibby, P. A.	Computers in Human Behavior	2017	127
14	Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out	Reer et al.	New Media & Society	2019	119
15	The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being	Roberts, J. A. and David, M. E.	International Journal of Human-Computer Interaction	2020	115
16	Neuroticism, Trait Fear of Missing Out, and Phubbing: The Mediating Role of State Fear of Missing Out and Problematic Instagram Use	Balta et al.	International Journal of Mental Health and Addiction	2020	111
17	Fear of missing out and sleep: Cognitive behavioural factors in adolescents' nighttime social media use	Scott, H. and Woods, H. C.	Journal of Adolescence	2018	109
18	Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media	Fabris et al.	Addictive Behaviors	2020	99
19	Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study	Blachnio, A. and Przepiorka, A.	Psychiatry Research	2018	98
20	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?	Rozgonjuk et al.	Addictive Behaviors	2020	92

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tourism'in çalışmalarda yer aldığı görülmektedir. FOMO'nun turizmde ve turizm alanındaki çalışmalarda yaygınlaşmasının çeşitli avantajları bulunmaktadır. FOMO'nun turizmde bireylerin ziyaret motivasyonunu etkileyen önemli bir tanıtım aracı olarak kullanılabilirliği düşünülmektedir (Kurniawan, 2024). Aynı zamanda FOMO'nun rekabetin yoğun olduğu turizm sektöründe rekabet avantajı elde edilmesi açısından acentalar tarafından kullanımının önemli bir unsur olacağı düşünülmektedir (Hamdan, 2023). Turizm kapsamında FOMO turistler açısından da yenilikçi seyahat deneyimlerinin yaşanmasına imkân vermektedir (Zaman, 2022). Bu çalışma kapsamında yaygınlığının daha çok psikoloji alanında olduğu görülen FOMO'nun turizm sektöründe sıklıkla çalışılan kavramlar arasında olmadığı görülmektedir. FOMO'nun turizm sektörüne sağlayacağı katkılar ve öngörülebilecek faydaları göz önüne alındığında alan yazında turizm alanında daha fazla yer alması gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 2'de görüldüğü gibi, en fazla atıf sayısı 1151 ile

Przybylski vd. (2013) tarafından yapılan çalışmaya aittir. Bu çalışmayı 427 atıf ile Elhai vd. (2016)'nin çalışması takip etmektedir. Dhir vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada yine 402 atıf ile en çok atıf alan makaleler arasında olduğu görülmektedir. En fazla atıf alan makaleler incelendiğinde 15 çalışmanın FOMO, sosyal medya ve internet kullanımı ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Şekil 4'te görüldüğü gibi ortak atıf analizi kapsamında en az 5 atıf alan 49 yazar tespit edilmiştir. Aynı kümede bulunan yazarların yayınlarının birbirlerine benzerlikleri daha yüksek orana sahiptir. Çalışma kapsamında her bir yazarın diğer yazarlarla ortak atıf bağlantı gücü analiz edilmiştir. Analiz sonucunda yazarların 5 küme oluşturduğu görülmektedir. İlk sırada yer alan kırmızı kümede öncü olarak Andrew K. Przybylski ve Ine Beyens gibi yazarlar bulunurken, ikinci sıradaki yeşil kümede ise John D. Elhai ve Sarah L. Buglass ilk sıralarda yer alan yazarlardır. Üçüncü ve dördüncü sıradaki mavi kümede Dorit Alt ve Marina Milyavskaya aktif yazarlar olarak yer almaktadır. Sarı renkte gösterilen dördüncü kümede ise Ursula Oberst ile Zachary G. Baker aktif ve etkili yazarlar

arasında bulunmaktadır. Son olarak mor renkli beşinci kümede ise Richard M. Ryan ve Edward L. Deci en çok alıntı yapılan araştırmacıların başında gelmektedir.

5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma kapsamında FOMO kavramının kullanıldığı çalışmaların çıktılarını bibliyometrik analiz tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir. Bibliyometri, analiz sonuçlarının kolaylıkla görselleştirilmesi amacıyla tercih edilmektedir (Orhan, 2021). Verilerin nicelleştirilmesi sürecini (Grabowska & Saniuk, 2022) içeren bibliyometrik çalışmanın sonuçlarına göre FOMO'nun birbirinden farklı alanlarda kullanılan bir kavram olduğu görülmüştür. FOMO hisseden birey sürekli iletişim halinde kalarak başkalarının yaptıkları faaliyetlerden haberdar olmayı istemektedir (Przybylski vd., 2013). Araştırma sonucunda FOMO kavramına ilişkin ilk çalışmaların 2013 yılında başladığı ve en çok çalışmanın ise 2023 yılında yapıldığı görülmektedir. Aynı zamanda FOMO'ya ilişkin yapılan araştırmalarda Psikiyatri, Madde Bağımlılığı, İletişim ve İşletme alanlarına yönelik daha fazla çalışmanın olduğu görülmektedir. Turizm alanında ise FOMO kavramı kullanılarak 2023 yılında çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Çeşitli araştırma alanlarında kullanılan FOMO kavramı bireylere çevrelerindeki kişilerin neler yaptığı konusunda yoğun bir merak duygusu hissettirmektedir. Bireyin bilgiye ulaşamadığı bu durum hayal kırıklığına ve strese neden olmaktadır (Stead & Bibby, 2017). Çalışmada makale başına yapılan alıntılarının ölçümlerine yönelik analiz yapılmıştır. Bu analiz, alanyazındaki çalışmaların araştırma etkisini ölçmek için kullanılmaktadır (Donthu vd., 2021). Sonuçlar incelendiğinde en fazla atıf alan en etkili yayımların sekiz yıldan daha eski olan çalışmalar olduğu ve atıf sayılarının diğer çalışmalara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir (Elhai vd., 2016; Przybylski vd., 2013). Ayrıca FOMO ile ilgili çalışmalarda "Social Media", "Social Media Use", "Social Media Engagement", "Problematic Instagram Use" gibi anahtar kelimelerin kullanıldığı görülmektedir. Alanyazında FOMO kavramına ilişkin yapılan bibliyometrik çalışmalar göz önüne alındığında (Çelik vd., 2023; Godara vd., 2023; Utomo vd., 2021) bibliyometrik çalışmaların verilerinin ise 2021 yılına ait olduğu görülmektedir. FOMO kavramına ilişkin yapılan çalışmalarda daha çok internet ve sosyal medya kullanımı ile FOMO ilişkisi üzerine odaklanıldığı görülmektedir (Akbari vd., 2021; Fioravanti vd., 2021; Zhang vd., 2021). Ayrıca yapılan bibliyometrik araştırmalarda da çalışma alanlarının turizm bağlamında incelenmediği ve turizmde FOMO'nun kullanımına ilişkin gelişim sürecine yer verilmediği görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında FOMO bibliyometrik analiz kapsamında incelenmiştir. Alanyazında FOMO kavramına yönelik çalışmaların yer aldığı görülmektedir (Çelik vd., 2023; Godara vd., 2023; Utomo vd., 2021). Fakat FOMO kavramına ilişkin yapılan bibliyometrik çalışmaların verileri 2021 yılına aittir. FOMO kavramının çalışmalarda en çok kullanım oranının ise 2023 yılında olduğu göz önüne alındığında, bu çalışma verilerinin diğer çalışmalardan farklılık gösterebileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte incelenen çalışmalarda FOMO ve turizm ilişkisine değinilmemiştir. Bu çalışmada FOMO'nun özellikle turizm alanında kullanımını ortaya koymak amaçlanmıştır. Ayrıca

FOMO 'ya ilişkin yapılan çalışmaların daha çok internet ve sosyal medya kullanımı ilişkisi üzerine yoğunlaştığı göz önüne alındığında (Akbari vd., 2021; Fioravanti vd., 2021; Zhang vd., 2021) yapılan bibliyometrik araştırmalarda da çalışma alanlarının turizm bağlamında incelenmediği ve turizmde FOMO'nun kullanımına ilişkin gelişim sürecine yer verilmediği görülmektedir. Aynı zamanda FOMO'nun genç yetişkinler, ergenler ve çocuklar üzerinde yapılan çalışmalarda kullanıldığı görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde FOMO'nun bu örnekteki bireylerin %70'ini etkilediğini ortaya koymaktadır (Malik vd., 2021). Psikolojiden psikiyatriye, ekonomiden ekolojiye farklı çalışma alanlarında kullanılan FOMO'nun turizm sektöründe kullanım alanının düşük seviyede olduğu görülmektedir.

5.1. Pratik Çıkarımlar

Tüketiciler elde edecekleri deneyimlerin kendilerine uygun olup olmadığını kontrol etmektedirler. FOMO, tüketicilerin bir destinasyonu yeniden ziyaret etme niyetini ve memnuniyetlerini olumsuz şekilde etkileyebilmektedir (Hayran vd., 2016). Pazarlama stratejilerindeki kıtlık algısı ise FOMO'yu harekete geçirmekte ve satın alma eğilimlerini değiştirmektedir. İşletmelerin kıtlık algısı oluşturması FOMO hisseden tüketicilerin satın alma niyetini pozitif etkilemektedir (Şeker, 2022). Böylece müşteriler ürünleri kaçırma korkusu içerisine girerek hızlı bir satın alma süreci gerçekleştirmektedirler. Tüketiciler satın alma karar sürecinde birden fazla unsurdan etkilenebilmektedirler (Çetinkaya & Şahbaz, 2020). FOMO tüketicinin ürün ve hizmetleri tüketme eğilimini artıran önemli bir motivasyon kaynağıdır (Zhang vd., 2020). Korku, tüketici açısından olumsuz bir ruh hali olarak görülmesine rağmen işletmeler bu dezavantajı avantaja dönüştürebilirler. Örneğin "sakın kaçırma" tarzında sloganların kullanımı ve çeşitli reklamlar bu avantajlar arasında yer alabilmektedir (Aydın, 2018). Bu durum tüketicilerin karar verme süreçlerine bir baskı oluşturabilmektedir (Kang vd., 2019). Böylelikle satın alma davranışı FOMO'dan etkilenmektedir (Çetinkaya & Şahbaz, 2019). FOMO'nun etkilerini göz önünde bulundurarak pazarlamacılar ve işletmeler müşteriler ile iletişime girme noktasında bu durumu işletme yararına çevirmelidir (Şeker, 2021). Bu kapsamda FOMO'nun tüketicilerin alışkanlıklarına ve davranışlarına etki eden önemli bir unsur olduğu görülmektedir (İşcan vd., 2022).

Dursun vd. (2023) tarafından yapılan çalışmada amaç heyecan arayışı, gösterişçi tüketim ve gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişkiyi test etmektir. Çalışma sonucunda etkinlik katılımcıları olarak sansasyon arayanların gösterişli tüketime hayran olduklarını ve gelişmeleri kaçırma korkusu nedeniyle benzersiz ve tek seferlik etkinliklere katılmaya istekli olduklarını göstermektedir. Çalışma kapsamında araştırmacılara, etkinlik katılımı da dahil olmak üzere yeni değişkenlerle modelleme yapmaları önerilmektedir. İşletmelere ise çalışma kapsamında daha fazla kar elde etmek amacıyla bu çalışmadaki katılımcı profiline uygun etkinlikler düzenleyebilmeleri önerilmiştir. Argan vd. (2023) yapılan çalışmada ise FOMO, heyecan arayışı ve boş zaman etkinliklerine katılım arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışmada araştırmacılara sosyal medya kullanımı ve boş zaman etkinliklerine katılım, COVID-19'dan etkilenmiş

olabileceğinden gelecek çalışmalarda video oyunları, e-sporlar, sanal gerçeklik oyunları ve metaverse aktiviteleri gibi gerçek boş zaman aktivitelerinin kullanılması önerilmiştir.

5.2. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Araştırmanın çeşitli sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmada WoS veri tabanı kullanılarak bibliyometrik analiz yapılması çalışmanın bir sınırlılığı olarak görülmektedir. Ayrıca çalışmada başlık düzeyinde tarama yapılarak yalnızca makale başlığı seçilerek analiz gerçekleştirilmiştir. Buna ek olarak turizm kavramını kelime olarak sınırlandırmada kullanmak yerine sadece başlıklarda tarama yapılması da yine sınırlılıklar arasında yer almaktadır. Çalışma kapsamında çeşitli öneriler geliştirilmiştir; Pazarlama açısından FOMO kavramının müşterilerin fikirlerini etkileyen bir unsur olduğu bilinmektedir (Hodkinson, 2016). Başkalarının satın aldığı ürünleri sosyal medyada gören tüketicilerin alışveriş deneyimleri gelişmeleri kaçırma korkusuna dönüşebilmektedir. Bu kaygıya sahip tüketiciler en iyi ürünleri başkalarının alacağı düşüncesine sahip olabilmektedir (Ozan & Odabaşı, 2015). Bu aşamada işletmelerin ürünleri pazarlarken FOMO'yu göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Çünkü tüketicilerin deneyimleri FOMO etkisi altında kalabilmektedir (Gürhan Canlı vd., 2016). FOMO'nun işletmeler ve pazarlamacılar tarafından anlaşılması çeşitli stratejilerin geliştirilebilmesi açısından önemli görülmektedir. FOMO'nun sosyal medya aracılığıyla açığa çıkan bir korku olması nedeniyle hizmet sağlayıcılar sosyal medya platformlarına ilişkin bilgi sahibi olmalıdırlar. Bununla birlikte müşteri beklenti ve ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır. İşletmeler FOMO gibi korkuları kendi yararlarına dönüştürebilecek stratejiler geliştirmelidirler. Araştırmacılara bir başka çalışmada Scopus, WoS ve Google Scholar kullanılarak FOMO ve turizm alanında yapılan çalışmalarının incelemeleri önerilmektedir.

Etik Beyan: Araştırmada anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney ve görüşme teknikleri kullanılmaması nedeniyle etik kurul izni alınmamıştır. Bu kapsamda tüm sorumluluk yazarlara aittir.

Yazar Katkı Beyanı: Yazarların katkı oranları eşittir

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Akbari, M., Seydavi, M., Palmieri, S., Mansueto, G., Caselli, G., & Spada, M.M. (2021). Fear of missing out (FOMO) and internet use: A comprehensive systematic review and meta-analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(4), 879-900. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00083>
- Al, U., & Soydal, İ. (2014). Akademik atıf dizinleri ile savaşı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 31(1), 23-42.
- Anastasya, Y. A., Hadiyah, C. M., Amalia, I., & Suzanna, E. (2022). Correlation between fear of missing out and internet addiction in students. *International Journal of Islamic Educational Psychology*, 3(1), 35-43. <http://dx.doi.org/10.18196/ijiep.v3i1.14038>
- Argan, M. T., Koçak, F., Gürbüz, B., Argan, M., & Dinç, H. (2023). Exploring the relationships among fear of missing out (FoMO), sensation seeking and leisure activity participation. *World*

Leisure Journal, 1-23.

<https://doi.org/10.1080/16078055.2023.2244452>

- Aydın, H. (2018). Sosyal medya trendi olan FOMO'nun pazarlama alanında kullanımı üzerine literatür taraması. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Bahadır, E., Tohumcu, M.U., & Kalender, B. (2022). Gelişmeleri kaçırma korkusu (FOMO) üzerine bir gözden geçirme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 771-782. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.1075175>
- Baker, H.K., Kumar, S., & Pandey, N. (2020). A bibliometric analysis of managerial finance: A retrospective. *Managerial Finance*, 46(11), 1495-1517. <https://doi.org/10.1108/MF-06-2019-0277>
- Baker, Z.G., Krieger, H., & LeRoy, A.S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275-282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- Batıgün, A.D., & Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3), 213-219.
- Benckendorff, P., & Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43(Mci), 121-149. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.04.005>
- Bian, M., & Loung L. (2015). Linking loneliness shyness, smartphone addiction symptoms and patterns of smartphone use to social capital. *Social Sciences Computer Review*, 33(1), 61-79. <https://doi.org/10.1177/089443931452877>
- 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*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Bouyssou, D., & Marchant, T. (2011). Ranking scientists and departments in a consistent manner. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(9), 1761-1769. <https://doi.org/10.1002/asi.21544>
- Browne, B.L., Aruguete, M.S., McCutcheon, L.E., & Medina, A.M. (2018). Social and emotional correlates of the fear of missing out. *North American Journal of Psychology*, 20(2), 342-354.
- Cavaggioli, F., & Ughetto, E. (2019). A bibliometric analysis of the research dealing with the impact of additive manufacturing on industry, business and society. *International Journal of Production Economics*, 208, 254-268. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.11.022>
- Çakır, Z. (2020). *Gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotropik ve otonomik kişilik boyutlarının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi]. Türkiye.
- Çelik, F., Koseoglu, M.A., & Elhai, J.D. (2023). Exploring the intellectual structure of "fear of missing out" scholarship: Current status and future potential. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(17), 3406-3430. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2097783>
- Çetinkaya, F.Ö. & Şahbaz, R.P. (2019). Sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusunun kişinin tatil satın alma niyetine etkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 3(3), 383-402. [10.26677/TR1010.2019.168](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.168)
- Çetinkaya, F.Ö. & Şahbaz, R.P. (2020). Gelişmeleri kaçırma korkusunun kuşaklar üzerindeki tatil satın alma niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (4), 152-167. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.676>
- Deci, E.L., Ryan, R.M. & Williams, G.C. (1996). Need satisfaction

- and the self-regulation of learning. *Learning and Individual Differences*, 8(3), 165-183. [https://doi.org/10.1016/S1041-6080\(96\)90013-8](https://doi.org/10.1016/S1041-6080(96)90013-8).
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing- A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141-152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>.
- Doğan, U., & Karakuş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının yordayıcısı olarak yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 57-71. <https://doi.org/10.19126/suje.40198>.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W.M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>.
- Donthu, N., Kumar, S., Ranaweera, C., Sigala, M., & Sureka, R. (2021). Journal of Service Theory and Practice at age 30: past, present and future contributions to service research. *Journal of Service Theory and Practice*, 31(3), 265-295. <https://doi.org/10.1108/JSTP-10-2020-0233>.
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73.
- Duman, H., & Özkara, B.Y. (2019). The impact of social identity on online game addiction: The mediating role of the fear of missing out (FOMO) and the moderating role of the need to belong. *Current Psychology*, 40, 4571-4580. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00392>.
- Dursun, M.T., Argan, M., Tokay Argan, M., & Dinç, H. (2023). Sensation seeking and conspicuous consumption in event-based activities: the mediation role of fear of missing out (FoMO). *International Journal of Event and Festival Management*, 14(4), 488-502. DOI 10.1108/IJEFM-02-2023-0020.
- Elhai, J.D., Levine, J.C., Alghraibeh, A.M., Alafnan, A.A., Aldraiweesh, A.A., & Hall, B.J. (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>.
- Elhai, J.D., Levine, J.C., Dvorak, R.D., & Hall, B.J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509-516. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>.
- Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Portfolio/Penguin.
- Ferguson, C.J., & Colwell, J. (2020). Lack of consensus among scholars on the issue of video game "addiction". *Psychology of Popular Media*, 9(3), 359. <https://doi.org/10.1037/ppm0000243>.
- Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S.B., Probst, A., Falone, A., Ricca, V., & Rotella, F. (2021). Fear of missing out and social networking sites use and abuse: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 122, 106839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106839>.
- Frampton, J.R., & Fox, J. (2021). Monitoring, creeping, or surveillance? A synthesis of online social information seeking concepts. *Review of Communication Research*, 9, 1-42. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.025>.
- Godara, K., Phakey, N., Kumar, A., & Patil, V. (2023). The 50-most cited articles on 'fear of missing out'(FOMO): A citation analysis. *Journal of Concurrent Disorders*. 1-15. <http://dx.doi.org/10.54127/EJPE3338>.
- Grabowska, S., & Saniuk, S. (2022). Business models in the industry 4.0 environment-results of web of science bibliometric analysis. *Journal of Open Innovation Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 1-19. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010019>.
- Grzybowska, K., & Awasthi, A. (2020). Literature Review on Sustainable Logistics and Sustainable Production for Industry 4.0. In K., Grzybowska, A., Awasthi, & R., Sawhney (Eds.), *Sustainable logistics and production in industry 4.0 new opportunities and challenges* (pp. 1-19). Springer.
- Güney, B. (2017). Dijital bağımlılığın dijital kültüre dönüşmesi: Netlessfobi. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, (2),207-213.
- Gürhan-Canlı, Z., Hayran, C., & Sarial-Abi, G. (2016). Customer-based brand equity in a technologically fast-paced, connected, and constrained environment. *AMS Review*, 6(1- 2), 23-32. DOI 10.1007/s13162-016-0079-y.
- Hamdan, H., Yuliantini, T., Raharja, I., Samudro, A., & Ali, H. (2023). Establishing collaborate and share knowledge as a fear of missing out (FOMO) response in improving tourist travel agency innovation performance. *BISMA*, 16(1), 115-143. <https://doi.org/10.26740/bisma.v16n1.p115-143>.
- Hayran, C., Anik, L., & Gürhan Canlı, Z. (2016). Exploring the antecedents and consumer behavioral consequences of feeling of missing out (FOMO). *Association for Consumer Research North American Advances*, 44: 468.
- Herman, D. (2000). Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *Journal of Brand Management*, 7(5), 330-340.
- Hodkinson, C. (2016). Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model. *Journal of Marketing Communications*, 25 (1), 65-88. <https://doi.org/10.1080/13527266.2016.1234504>.
- İşçan, R. V., Kapusuz, N., Bazancır, S., Bayram, İ., & Durukan, T. (2022). Sosyal medya fenomen bağlılığının tüketicilerin kaçırma korkusu (FOMO) ve satın alma niyetlerine etkisi. *International Academic Social Resources Journal*, 7(42), 1219-1228. Doi Number <http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNAL.65056>.
- Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity consumption behavior and Fomo. *Sustainability*, 11, 4734. <https://doi.org/10.3390/su11174734>.
- Kaur, P., Dhir, A., Tandon, A., Alzeiby, E.A., & Abohassan, A.A. (2021). A systematic literature review on cyberstalking. An analysis of past achievements and future promises. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120426. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120426>.
- Kaya, D., & Dinçer, B. (2023). Bibliometric analysis based on web of science database: Spatial thinking, spatial visualization and spatial ability. *Journal of Uludag University Faculty of Education*, 36(1), 174- 201.
- Korkmaz, İ., & Dal, N.E. (2020). Bireysel yenilikçiliğin tüketici yenilikçiliğine etkisinde FOMO'nun aracılık rolü. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 532-567. Doi: 10.15659/ppad.13.2.221.
- Kurniawan, C.N., & Susilo, E.A. (2024). Antecedents and Consequences of FOMO in Tourism: an Empirical Literature Review. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1), 97-109.
- Kürklü, S., Atmaca-Temrel, T., İlbars, T., & Yurdakul, E.S. (2021). Bibliometric analysis of studies on the use of music in treatment. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Ethics-Law*

- History*, 29(2), 250-257.
- Lee, Y., & Na, S. (2023). Fear of Missing Out: An Antecedent of Online Fan Engagement of Sport Teams' Social Media. *Communication & Sport*, 21674795231174565. <https://doi.org/10.1177/21674795231174565>.
- Lim, W. M., Sahoo, S., Agrawal, A., & Vijayvargy, L. (2023). Fear of missing out and revenge travelling: the role of contextual trust, experiential risk, and cognitive image of destination. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 40(7), 583-601. <https://doi.org/10.1080/10548408.2023.2276431>.
- Malik, A., Dhir, A., Kaur, P., & Johri, A. (2021). Correlates of social media fatigue and academic performance decrement: A large cross-sectional study. *Information Technology and People*, 34(2), 557-580. DOI 10.1108/ITP-06-2019-0289.
- McGinnis, P.J. (2020). *Fear of missing out: Practical decision-making in a world of overwhelming choice*. Sourcebooks.
- Montag, C., Wegmann, E., Sariyska, R., Demetrovics, Z., & Brand, M. (2019). How to overcome taxonomical problems in the study of Internet use disorders and what to do with "smartphone addiction"? *Journal of Behavioral Addictions*, 1-7. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.59>.
- O'Connell, C. (2020). How FOMO (Fear of Missing Out), the smartphone, and social media may be affecting university students in the Middle East. *North American Journal of Psychology* 22, 83-102.
- Obar, J.A., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.07.014>.
- Orhan, U. (2021). Bibliyometrik Araştırmalarda Kullanılan Paket Programlar: Bir Karşılaştırma. In O. Öztürk ve G. Gürlü (Eds.), *Bir literatür incelemesi aracı olarak bibliyometrik analiz*, (2. Baskı), (pp. 111-123), Nobel Bilimsel Eserler.
- Ozan Ş., & Odabaşı, H.F. (2015). Yeni köye eski adet: sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu. *3.Uluslararası Öğretim Teknolojileri ve Öğretmen Eğitimi Sempozyumu*, (ss. 9-11). KTÜ, Trabzon.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Ramos-Rodríguez, A.R. & Ruiz-Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: A bibliometric study of the Strategic Management, 1980-2000. *Strategic Management Journal*, 25(10), 981-1004. <https://doi.org/10.1002/smj.397>.
- Rigby, C.S., Deci, E.L., Patrick, B.C. & Ryan, R.M. (1992). Beyond the Intrinsic-Extrinsic Dichotomy: Self-determination in motivation and learning. *Motivation and Emotion*, 16(3), 165-185.
- Riordan, B.C., Cody, L., Flett, J.A., Conner, T.S., Hunter, J., & Scarf, D. (2020). The development of a single item FoMO (fear of missing out) scale. *Current Psychology*, 39, 1215-1220.
- Riordan, B.C., Flett, J.A.M., Hunter, J.A., Scarf, D., & Conner, T.S. (2015). Fear of missing out (FoMO): The relationship between fomo, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2 (7), 1-7.
- Rodriguez-Lopez, M.E., Alc antara-Pilar, J.M., Del Barrio-García, S., & Munoz-Leiva, F. (2020). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102387. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102387>.
- Ruiz-Real, J.L., Uribe-Toril, J., de Pablo Valenciano, J., & Gázquez-Abad, J.C. (2020). Rural tourism and development: Evolution in Scientific Literature and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 20(10), 1-25. <https://doi.org/10.1177/1096348020926538>.
- Ryan, R., & Deci, E. (2000). Self-Determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>.
- Sezgin, A.A., & Karabacak, Z.İ. (2019). Dijital çağda korku ve keyfin yeni tanımı: FOMO ve JOMO. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 49, 1-11.
- Sheldon, P., Antony, M.G., & Sykes, B. (2021). Predictors of problematic social media use: Personality and life-position indicators. *Psychological Reports*, 124(3), 1110-1133. <https://doi.org/10.1177/0033294120934706>.
- Stead, H., & Bibby, P.A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534-540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>.
- Şeker, A. (2021). *Sosyal Bilimlerde Güncel Konulara Teorik Politik ve Ampirik Yaklaşımlar*, Efe Akademi.
- Şeker, A. (2022). Tüketicilerde FOMO'yu (fear of missing out) tetikleyen faktörler ve satın alma davranışlarına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (41), 172-206.
- Töremen, F., & Çankaya, İ. (2008). Yönetimde etkili bir yaklaşım: duyu yönetimi. *Kuramsal Eğitimbilim*, 1(1), 33-47.
- Uslu, A., & Tosun, P. (2023). Examining the Impact of the Fear of Missing Out on Museum Visit Intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 10963480231168608. <https://doi.org/10.1177/10963480231168608>.
- Utomo, P., Kurniasari, F., & Yudianto, A.K. (2021). Fear-of-missing-out behavior phenomena: A Bibliometric Analysis. *Business Excellence and Management*, 11(4), 5-18.
- Van Eck, N.J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>.
- Whelan, E., Najmul I.A., & Brooks, S. (2020). Is boredom proneness related to social media overload and fatigue? A stress-strain-outcome approach. *Internet Research*, 30(3), 869-887. DOI 10.1108/INTR-03-2019-0112.
- White, C. (2015). The impact of motivation on customer satisfaction formation: A self determination perspective. *European Journal of Marketing*, 49(11/12), 1923-1940. DOI 10.1108/EJM-08-2014-0501.
- Whittaker, J. (1989). Creativity and conformity in science: Titles, keywords and co-word analysis. *Social Studies of Science*, 19(3), 473-496. <https://doi.org/10.1177/030631289019003004>.
- Wiesner, L. (2017) *Fighting fomo a study on implications for solving the phenomenon of the fear of missing out*. [Master Dissertation, University of Twente]. Holland.
- Yıldırım, Ç., & Correia, A. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behaviour* 49, 130-137. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.059>.
- Yıldırım, S., & Kışioğlu, A. (2018). Teknolojinin getirdiği yeni hastalıklar: Nomofobi, Netlessfobi, FOMO, *Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 473-480. <https://doi.org/10.17343/sdu.tfd.380640>.
- Zaman, U., Koo, I., Abbasi, S., Raza, S.H., & Qureshi, M.G. (2022). Meet your digital twin in space? Profiling international expat's readiness for metaverse space travel, tech-savviness, COVID-

- 19 travel anxiety, and travel fear of missing out. *Sustainability*, 14(11), 6441. <https://doi.org/10.3390/su14116441>.
- Zan, B.U. (2019). Doğrudan atıf, ortak atıf ve bibliyografik eşleşme yaklaşımlarına dayalı olarak araştırma alanlarının değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 501-516.
- Zhang, Y., Sen, L., & Guoliang, Y. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273-290. 10.3724/SP.J.1041.2021.00273.
- Zhang, Z., Jiménez, F.R., & Cicala, J.E. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619-1634. <https://doi.org/10.1002/mar.21406>.
- Zopiatis, A., Pericleous, K., & Theofanous, Y. (2021). COVID-19 and hospitality and tourism research: An integrative review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48(9), 275–279. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.002>.

Extended Abstract

FOMO is a concept associated with individuals' use of social media. If individuals cannot access social media, doubt and then fear may arise (Wiesner, 2017). In this context, FOMO reflects feelings of anxiety, fear, and anxiety in the individual (Fioravanti, 2021). Fear is a feeling that causes unhappiness and lack of self-confidence in the individual and causes the individual to perceive his environment negatively (Töremen & Çankaya, 2008). FOMO, a type of fear and anxiety, is known in the literature as the fear of missing developments, fear of missing opportunities, or fear of missing out, and is conceptualized as a psychological condition (Duman & Özkara, 2019). Within the scope of this study, it is aimed to determine the usage status of the concept in the field of tourism by performing a bibliometric analysis of the FOMO concept based on the Web of Science database. Despite the trend and wide impact, the study direction and research of the FOMO concept related to the field of tourism are still unclear and rare. In the study, the bibliometric analysis technique was used to examine the development of the "FOMO" concept and to determine the study areas. Bibliometric analysis is an important technique that allows researchers to create different road maps (Kürklü et al., 2021). In the study, various bibliometric data were obtained using the Web of Science (WoS) database within Clarivate Analytics. These directories make various contributions to researchers, such as providing theoretical background to articles and reviewing resources on the subject (Al & Soydal, 2014). In the first stage of the study, studies using the concept of "fear of missing out" as a title were scanned in the WoS database. As a result of the scanning, it was seen that there were 384 studies in the database. In the second stage, the scanning category was selected as articles written in English, and a total of 324 studies were evaluated within the scope of the study. In the study, only the article title was selected for scanning and all fields were scanned. The article title reveals the originality of the study. Readers think that authors act cautiously when choosing titles and keywords for each article (Whittaker, 1989). For this reason, to focus on the originality of the studies on the "fear of missing out", the title category was chosen instead of keywords as the scanning condition in the article. Considering the bibliometric analysis

process suggested by Donthu et al., (2021), the studies were also checked manually to obtain consistent numbers.

According to the research findings, it is seen that the first study on FOMO was conducted in 2013. While it was observed that no studies were conducted in 2014, it was observed that the studies conducted from 2015 to 2019 were sparse. The field that uses the concept of FOMO most is multidisciplinary psychology. It is seen that psychiatry, substance addiction, communication, and business are among the areas where the concept of FOMO is most used. Within the scope of the study, it is seen that 158 different keywords were used in 324 studies. Among these words, it has been determined that "fear of missing out", which stands for the concept of FOMO, is the most used keyword, and its abbreviation "FOMO" is the second most used keyword.

It is seen that scale development studies on FOMO, which has been the subject of recent studies in the literature, have also been carried out (Riordan et al., 2020; Zhang et al., 2020). In this context, it was determined that the words "scale development", "FOMO scale", "scale" and "measurement" were used 6 times as keywords in the studies. however, the keywords "aggression", "death anxiety", "burnout", "mental health", and "psychological well-being" reveal that the concept is mostly used in the field of psychology. It is seen that keywords related to the field of tourism are not widely used, and only "continuous learning", "visit intention", "virtual travel experience" and "virtual tourism" are included in the studies. The highest number of citations belongs to the study by Przybylski et al. (2013) with 1151. This study is followed by the study of Elhai et al. (2016) with 427 citations. When the most cited articles were examined, it was determined that 15 studies were related to FOMO, social media, and internet use. Within the scope of co-citation analysis, 49 authors who received at least 5 citations were identified. Publications of authors in the same cluster have a higher similarity rate to each other. Within the scope of the study, the co-citation connection strength of each author with other authors was analyzed. As a result of the analysis, it is seen that the authors created 5 clusters. In the red cluster, which ranks first, there are leading authors such as Andrew K. Przybylski and Ine Beyens, while in the green cluster, which ranks second, John D. Elhai and Sarah L. Buglass are the leading authors. Research results show that FOMO has also been studied in young adults, adolescents, and children. It supports this finding by revealing that FOMO affects 70% of individuals in this sample in developed countries (Malik et al., 2021) Measurements of citations per article are used to measure the research impact of studies in the literature (Donthu et al., 2021). When the results are examined, it is seen that the most influential publications with the most citations are studies that are older than eight years and that the number of citations is higher than other studies (Przybylski et al., 2013; Elhai et al., 2016). It is seen that FOMO, which is used in different fields of study from psychology to psychiatry, from economics to ecology, is at a low level in the tourism sector. The results show that a total of 5 studies were conducted in the field of tourism in 2023, using the keywords "continuous learning", "visit intention", "virtual travel experience" and "virtual tourism".