

BAZI SOSYAL MEDYA DEĞİŞKENLERİ AÇISINDAN ERGEN VE GENÇ YETİŞKİNLERİN FoMO DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ ¹

Vahide UZUN ²

Edanur GÖZÜKARA ³

Mehmet BİLGİN ⁴

ÖZ

FoMO (fear of missing out), genel anlamıyla gündemi kaçırma korkusuyla karakterize edilmiş sosyal kaygı olarak ifade edilebilmektedir. Bu çalışma ergen ve genç yetişkinlerin bazı sosyal medya değişkenleri (takipçi sayısı, beğeni sayısı) ve yaşam doyum algıları ile FoMO (fear of missing out), düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma 4 Şubat – 16 Nisan tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, Türkiye’de ki 14-25 yaş aralığındaki toplam 432 kişiden oluşan ergen ve genç yetişkinler oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama aracı olarak Gökler, Aydın, Ünal, Metintaş tarafından geçerlik güvenirlik çalışmaları yapılan Gelişmeleri Kaçırma Kaygısı Ölçeği (FoMO) ve veri toplama formu kullanılmıştır. Veri analizleri için yüzdelik ölçüleri, t testi ve varyans analizi kullanılmıştır. Çalışmaya katılan 405 kişinin 262’si (%64,7) kadın, 143’ü (%35,3) erkektir. Bu kişilerin 81’i (%20) sadece instagram, 7’si (%1,7) sadece twitter, 10’ u (%2,5) sadece youtube, 307’ si (%75) tüm sosyal medya hesaplarını kullanmaktadır. Araştırma sonucunda ki bulgulara göre cinsiyet, yaş, sosyal medya hesabı ve sosyal medya paylaşımlarına gelen beğeni sayıları ile FoMO (fear of missing out), düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak sosyal medya hesaplarında bulunan takipçi sayısı ve yaşam doyum algı düzeyleri ile FoMO (fear of missing out), düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: takipçi sayısı, FoMO (fear of missing out), ergen, genç yetişkin

Jel Kodları:

¹ Bu makale, 29-30 Kasım 2019 tarihleri arasında Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi’nde sözlü olarak sunulmuş ve özet metin olarak yayınlanmış bildirinin genişletilmiş halidir.

² Toros Üniversitesi, İİBF, vahde.96@gmail.com

³ Toros Üniversitesi, İİBF, psk.edagozukara@gmail.com

⁴ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, mbilgin@cu.edu.tr

EXAMINATION OF FOMO LEVELS OF ADOLESCENTS AND YOUNG ADULTS IN TERMS OF SOME SOCIAL MEDIA VARIABLES

ABSTRACT

FoMO (fear of missing out) can be defined as social anxiety characterized by fear of missing out. This research was conducted to examine the relationship between the levels of FoMO (fear of missing out), with certain social media variables(number of followers, number of likes) and perceptions of life satisfaction among adolescents and young adults.The date of study was April February 4 – April 16. A total of 432 adolescents and young adults between the ages of 14-25 in Turkey consisted the universe of the study. In the research, the data collection tool was used by Gökler, Aydın, Ünal, Metintaş and the data collection form (FOMO) and the Anxiety Scale (FOMO) to evade the developments in validity and reliability studies. Percentile measures, t test and variance analysis were used for data analysis. Of the 405 participants in the study, 262 (64.7%) were female and 143 (35.3%) were male. 81 (20%) of the people who use only instagram only, 7 (1.7%) of the people who use twitter only, 10 (2.5%) of the people who use youtube only, and 307 (75%) of the people who use all social media accounts. According to the findings of the study, there was no significant difference between the number of LIKEs received from gender, age, social media accounts and social media shares and the levels of FOMO(fear of missing out). However, significant differences were found between the number of followers on social media accounts and their perception of life satisfaction and levels of FoMO(fear of missing out).

Keywords: Number of followers, FoMO(fear of missing out), adolescent, young adult

1. Giriş

İçinde bulunulan yüzyılda gelişen teknoloji akıllı telefonlar ve internet teknolojisinin bütünleşmesine ve internetin her zaman ve her yerde kullanılabilir olmasına olanak sağlarken; yeni ve farklı bir iletişim biçimi olarak kullanılan, bireylerin belirli bir platform içerisinde profil veya kişisel hesap oluşturmalarına olanak sağlayarak, bu platformlar içerisinde kişisel hesapları üzerinden yaptıkları paylaşımlarının ve kişilerin ayrıca platformla bağlantılı diğer kişilerin de görülebildiği web tabanlı hizmetler olarak kullanılan sosyal ağ sitelerinin kullanımını oldukça yaygınlaştırmıştır ve geliştirmiştir. İnternet kullanan bireylerin bu sosyal ağ sitelerindeki oluşturmuş oldukları şahsi hesapları aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurmaları, kişisel yorumlarını ve içerikleri ağlar üzerinden paylaşmaları da sosyal medya olarak tanımlanmaktadır. Kolaylıkla erişim sağlanması, bireylerin ihtiyaçlarına göre sürekli güncellenmesi sosyal medyayı kullanım açısından oldukça ideal kılmaktadır. Sosyal medya, insanlar tarafından sadece sınırları belli bir alanda değil, gelişen teknoloji ile insanların kolaylıkla yanlarında bulundurabildikleri boyutlarda olan ve insanların vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelen akıllı telefonlar aracılığıyla; yolda, sokakta, arabada, otobüste vs. günün her saatinde ve yaşamın her alanında aktif olarak kullanılmaktadır. Bireylerin sosyal medya kullanımının çeşitli sebepleri bulunmaktadır: Farklı sosyal ağlar üzerinde üyelikleri bulunan bireylerin kullanım sebepleri farklılık göstermekle birlikte genel olarak aile ve arkadaşları ile iletişim kurarak bu iletişimi sürdürmek, bilgi aramak, bilgiye ulaşmak, bilgiyi paylaşmak, yeni insanlarla tanışmak ve onlara kendini tanıtmak, arkadaşları ve yeni tanıştığı kişilerle iletişimini sürdürmek, kişisel yaşamını paylaşmak, zaman geçirmek, eğlenme ihtiyacını karşılamak, takip etmekte oldukları diğer hesapların paylaşımlarını görmek, kendi hesapları üzerinden görsel, yazılı ya da müzik şeklinde bilgiler paylaşmak, sosyal iletişim kurmak, tanınmak, diğer insanları takip etmek, insanlarla sohbet etmek, kimliklerini açıklamak ve ulaşılan bilgi kaynakları ile kimliklerini keşfetmek sebepli kullanımlar öne çıkmaktadır. Hemen her insanın hayatının parçası haline gelmiş olan bu ağların, çeşitli kullanım alanları bulunmaktadır. Video paylaşımları için; Sevenload, YouTube, Dailymotion, Vimeo; fotoğraf paylaşımları için; Picasa, DeviantArt, Flickr, Photobucket, Instagram; sosyal ağ paylaşımları için; Facebook, Hi5, LinkedIn, Bebo, Elgg, Geni, MySpace; mikro bloglar için; Posterous, Tumblr, FMyLife, Yammer, Jaiku, Plurk, Twitter; ses paylaşımları için; The Hype Machine, Fizzy, Spotify, Last.fm; soru ve cevaplar için; WikiAnswers, Google Answers, Askville; şirket eleştirileri için; Yelp, Customer Lobby gibi çeşitli sosyal ağ siteleri günümüzde kullanılmaktadır. Temel kullanım amacının insanlarla etkileşim ve iletişim kurulması olan sosyal ağ sitelerinde, bireyler kendi sosyal medya hesapları üzerinde oluşturmuş oldukları profiller sayesinde bu amaçlarını gerçekleştirmektedirler. Bu profiller aracılığıyla, üyesi olunan sosyal ağ ile bireyin oluşturmuş olduğu içerikleri, sahip olduğu verileri ve edindiği bilgileri yüzlerce sosyal medya kullanıcısıyla paylaşma imkânı oluşmaktadır. We are social ajansının 2019 yılında hazırlanmış olduğu **internet ve sosyal medya**

istatistiklerinin yer aldığı “Digital 2019 in Turkey” isimli raporda;82,4 milyon nüfusa sahip Türkiye’de nüfusun %72’sini oluşturan 59.36 milyon internet kullanıcısı, nüfusun %63’ünü oluşturan 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı, nüfusun %53’ünü oluşturan 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı olduğu bildirilmiştir.Raporda,52 milyon sosyal medya kullanıcısının %92’sinin Youtube,%84’ünün Instagram,%83’ünün Whatsapp,%82’sinin Facebook ve %58’inin Twitter kullanıcısı olduğu ve sosyal medya kullanıcıların genel olarak 1/3’inin 25-34 yaş grubunda olduğu açıklanmıştır.

Ayrıca raporda insanların, günlerinin 7 saat 15 dakikasını internette geçirirken bu sürenin 2 saat 46 dakikasını sosyal medyaya ayırdığı da belirtilmektedir.İnternetin ve sosyal medyanın doğru olmayan şekilde kullanımı veya çok fazla kullanımı; haftanın en az 8,5 ile 21,5 saatinin çevrimiçi geçirilmesi (Yang ve Tung, 2007) bağımlılık olarak değerlendirilmektedir.Yapılan çalışmalar,gençler arasında internetin çok fazla ve doğru olmayan bir şekilde kullanımının oldukça yaygın bir problem olduğunu göstermektedir.Sosyal ağların;gençlere sunulan çeşitli etkinliklere ve faaliyetlere çok hızlı ve kolay bir şekilde erişim olanağı sağlaması genç bireylerin günlerinin büyük bir çoğunluğunu bu mecralarda arkadaşlarını takip etmekle,kendi durumlarını güncellemekle,gündemle sürekli bağlantı halinde olarak takipte bulunmakla ayrıca yaşam döngüleri ile ilgili anlık bilgi paylaşmakla geçirmelerine neden olmaktadır.Sosyal ağlar üzerinden gerçekleşen bu sürekli takipte olma,gelişmelerden haberdar olma ve güncelleme faaliyetleri;tüm bu davranışları kapsayan ve dünyada Fear of Missing Out (FoMO)olarak isimlendirilen yeni bir olgunun gerçekleşmesine sebep olmuştur.Kavram ilk olarak ABD’de ortaya çıkarak araştırmacılar tarafından FoMO olarak tanımlanmış ve Türkiye’de literatüre ‘gelişmeleri kaçırma korkusu’ (GKK) olarak çevrilmiştir.Bu terim,son zamanlarda gelişen teknoloji ile internet ve akıllı telefonların insanların hayatındaki yeri ve etkisinin gittikçe artmasının beraberinde getirdiği sosyal ağ kullanımlarının yaygınlaşması sonucunda,bireylerin gelişmelerden,güncellemelerden ve gündemden uzak kalma kaygısı duymaları sebebiyle sosyal mecralarda oldukça uzun süreler geçirmelerine sebep olan yeni bir bağımlılık çeşidi olarak ortaya çıkmaktadır.GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu),sosyal ağ kullanıcılarının platform içerisinde ödüllendirici davranış etkisi bulunduran çeşitli deneyimleri yaşamaya dair duydukları kaygı olarak da ifade edilebilmektedir.Gelişmelerden uzak kalma korkusu;gündemi kaçırmak,gelişmelerden uzak kalmak ve başkalarının ne yaptığını izleyememeğekarşı hissedilen korku olarak karakterize edildiği için başkalarıyla sürekli bağlantıda olma isteği ile oldukça ilişkilidir.GKK’ya sahip bireylerin sosyal ağlar üzerinde bağlantılı olduğu kişilerin güncellemelerini ve davranışlarını takip edememesi veya kendi güncellemelerinin izlenememesi bu bireylerin ciddi boyutta rahatsızlık duymasına neden olmaktadır.GKK’ya sahip olan bireyler günlük yaşamlarındaki ilişkilerinde sevgi ve şefkat eksikliği hissettiklerini,sürekli yalnız hissettiklerini ifade etmişlerdir.Yapılan araştırmalar bu bireylerin sosyal ağlarda yaptıkları paylaşımlar ve bu paylaşımların yayılması için gösterdikleri çaba ile günlük

yaşamlarında eksik olan yalnızlık,sevgi ve şefkat duygularını tamamlamaya çalıştıklarını göstermektedir.Ayrıca çalışmalar,GKK'nın gençlerde ve genç erkeklerde daha yüksek düzeyde olduğunu ve bireylerin yaşam doyum düzeyi ile memnuniyet derecesini düşürdüğünü göstermektedir.Bu durum genç yetişkinler üzerinde ilişkin GKK düzeylerinin incelenmesine ilişkin çalışmalar yapılmasını gerekli kılmaktadır.Bu çalışmanın amacı Türkiye'de bulunan ergen ve genç yetişkinlerin yaşa,cinsiyete,sosyal medya hesap türüne,sosyal medya hesaplarında bulunan takipçi sayılarına,paylaşımlarına gelen beğeni sayılarına ve yaşam doyum algı düzeylerine göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri arasındaki ilişkilerin ortaya konulmasıdır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya

Genel ağ ve sosyal etkileşim ile birlikte sosyal medya olgusu ortaya çıkmaktadır. Web 2.0, sosyal ağ veya sosyal iletişim siteleri isimleriyle de tanımlanabilen bu alan, yeni nesil internet uygulamalarını kapsamaktadır.

Sosyal medya, kullanıcılara haberleşme, düşünme ve bilgi aktarımı olanağı sunarak karşılıklı etkileşimi beraberinde getiren çevrimiçi araçların ve internet sitelerinin ortak kullandığı bir terimdir. Web 2.0 2000'li senelerin başlangıcından itibaren O'Reilly Media isimli kuruluş tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Web ortamının bilgi deposu olarak kullanıldığı önceki Web teknolojilerinin aksine teknik bir terim haline gelen Web ortamı, kullanıcıların bilgiyi üretip geliştirdiği ve sonrasında ise üretilip geliştirilen bu bilginin kolay bir şekilde paylaşıldığı ortak ortam haline gelmiştir. Hızlı gelişim ve değişim gösteren internet teknolojisi sosyal medyanın çıkış noktası olan web 2.0'ı takip eden web 3.0 teknolojisini ortaya çıkarmış böylelikle interneti geleneksel iletişim teknolojilerinin sunduğu durumdan bir basamak daha öne çıkararak, internet içeriğinin kullanıcıya dönük yönünü ortaya çıkarmıştır. Böylelikle artan interneti hizmetlerinin verimliliği internet kullanıcılarının ve beraberinde sosyal medya kullanıcılarının sayısını dünya çapında oldukça artırmıştır. We are social ajansının hazırlamış olduğu **'2019 Dünya İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri' 4. Çeyrek Raporunda; internet kullanıcıların sayısını 2019'un son çeyreğinde %10 (416 milyon), sosyal medya kullanıcıların sayısını ise 2019'un son çeyreğinde %9,6 (328 milyon) olarak yayımlamıştır.** Sosyal medya teriminin içerisinde medya olmasına karşın gelenekçi medyadan farklı yönler göstermektedir. Orijinallliğini yaratan en büyük ayrımlılığı, rastgele bir kişinin sosyal medyanın içeriğini yaratabilmesi, bununla ilgili yorumlar yapabilmesi ve katkılar ekleyebilmesidir. Sosyal medya kullanıcıları için; metin, ses, video, resim paylaşımı gibi bir çok etkinliğe olanak sağlamak ve geniş kullanım imkânları sunmaktadır. Sosyal medya en fazla paylaşımın yapıldığı, online medyanın yeni bir çeşidi olarak birçok fırsat sunarak ortaya çıkmış en yeni fikirlerden birisidir ve içerisinde farklı özellikler barındırır: *Katılımcılar:* Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir katılımcıdan geri bildirim alır. *Açıklık:* Sosyal medya hizmetleri geribildirimlere ve katılımcılara açıktır. Bu hizmetler kullanıcılara oy verme, yorum

yapma ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaretlendirirler. Nadiren ulaşımaya yönelik yasaklar koyarlar. *Konuşma*: Gelenekçi medya yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya için fırsat oluşturması açısından daha yararlıdır. *Toplum*: Sosyal medya topluluklara hızlı ve etkili bir tarzda ki oluşum için izin verir. Topluluklar da böylece beğendikleri fotoğraf, politik düşünceler, sevdikleri TV şovları gibi ilgili oldukları durumları paylaşırlar. *Bağlantılık*: Sosyal medyanın birçok tarzı, bağlantılı işler gerçekleştirir; diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak sağlar. Genişçe bir ürün yelpazesinden oluşan online ortamlar ile kullanıcılara etkileşim, işbirliği ve veri paylaşımına izin veren uygulamaları kapsayan genel bir terim olarak karşımıza çıkan sosyal medyanın; bloglar, mikrobloglar, sosyal ağlar, medya (ses, fotoğraf, video, metin) paylaşım siteleri, sosyal imleme, wikiler, sosyal kümeleme, sanal dünyalar, sosyal oyunlar ve çevrimiçi eserler gibi birçok farklı biçimi bulunmaktadır. Makalede ise GKK (Gelişmeleri Kaçırma Kaygısı) ile yakından ilişkili olan sosyal ağlar ele alınmıştır.

2.2.Sosyal Ağlar

Sosyal medyanın uygulama alanları içerisinde bulunan sosyal ağlar, kullanıcılarına üye hesabı üzerinden şahsi profil oluşturma,başkalarının oluşturmuş oldukları profilleri görüntüleme,hesapları aracılığıyla içerik yükleyerek paylaşımlarda bulunma,diğer üyelerle mesajlaşma ve bağlantılar kurma gibi olanaklar sunmaktadır.İnsanların ihtiyaçlarından olan sosyal etkileşimin teknoloji ile sağlandığı bir alan olan sosyal ağlar internet dünyasının sunduğu hizmetler arasında en hızlı gelişen ve büyüyen mecradır.

Sosyal ağ siteleri web tabanlı servislerdir.Servisler,içerikleri belli sistemler vasıtasıyla kullanıcının kişisel profil oluşturmaya,diğer kullanıcıların listesini oluşturarak ağ içerisinde bağlantıları olan kullanıcıların birbirleriyle içerik paylaşımlarında bulunmalarına imkan sağlamaktadır.Ayrıca bu sistemler aracılığıyla sosyal ağ kullanıcıları başkaları tarafından yapılan içerik paylaşımlarını da takip edebilmektedir.Sistemlerin içerikleri ağlara göre değişim göstermektedir.Sosyal ağlar,görsel,yazılı veya ses içeriği şeklinde platforma yüklenen bilginin ağ kullanıcıları arasında paylaşılarak yayılmasını sağlamaktadır.Çoğunlukla sosyal ağ kullanıcıları,sistemler vasıtasıyla oluşturmuş oldukları kişisel profillere sahiptirler.Bu profillerde genellikle kullanıcıların fotoğrafları,bazı kişisel ve biyografik bilgileri bulunmaktadır.Sahip olunan bu kişisel profil sayfaları, ağ kullanıcıları arasında birbirlerini tanıma olanağı yaratarak birbirleriyle etkileşime ve iletişime geçme olanağı sağlamaktadır.Bu şekilde sosyal ağ üyeleri internet üzerinden topluluklar oluşturmaktadırlar.İçinde bulunduğumuz çağda gelişen teknoloji ile gençler kendi aralarındaki iletişimi büyük oranda sosyal ağ siteleri üzerinden gerçekleştirmekte ve her geçen gün gençler ihtiyaçlara göre kolaylıkla güncellenebilen sosyal ağ sitelerine daha fazla ilgi göstermektedir.

2.3.GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)

İnternet teknolojisinin gelişimiyle artan sosyal ağların kullanımının dâhilinde gerçekleşen insan etkileşiminin psikolojik getirilerinden biri “FoMO” (Fear of MissingOut) dur. FoMO, Amerikalı bilim insanlarınca tanımlanmış ve Türkçeye ‘Gelişmeleri Kaçırma Korkusu’ (GKK) olarak çevrilmiştir. Özellikle akıllı telefonların ve internetin hayatımıza girmesi ve bunlarla birlikte yaşamaya başladığımızdan beri , bireylerin sosyal ağlarda ki gelişmeleri kaçırma ve gelişmelerden haberdar olamama korkusu ve kaygısı sebebiyle bu sosyal ağlarda oldukça fazla süreler geçirmelerine neden olarak GKK(gelişmeleri kaçırma korkusu) ortaya çıkmakta ve yeni bir bağımlılık türü olarak göze çarpmaktadır. Yani GKK bireylerin sosyal medya kullanımıyla yakından ilişkili olup, sosyal medya kullanımı üzerinden sosyal ihtiyaçlarının karşılanmaması durumlarında ortaya çıkmakta ve bireyler üzerinde rahatsızlık hissi yaratmaktadır. Gelişmeleri kaçırmaktan korku ya da kaygı duyan bireyler sosyal ağlarda geçirdikleri zaman dışındaki yaşamlarında kendilerini sürekli yalnız hissettiklerini söylemekte, gündelik hayatlarında kurdukları ilişkilerinde ki yarım kalan sevgi ve şefkati bilgi paylaşma ve bu bilginin yayılmasını sağlama gibi davranışlar ile tamamlamaya çalışmaktadırlar. Bu nedenlerden dolayı GKK olan bireylerde sosyal ağlara katılım göstermek daha da çekici olabilmektedir. Przybylski’nin çalışmalarına göre, sosyal ağların kullanımındaki artışın arkasındaki itici güç gelişmeleri kaçırma korkusudur, GKK düzeyleri özellikle genç bireylerde hatta genç erkeklerde daha yüksek bulunmaktadır ve genel yaşamdan aldıkları doyumun ve memnuniyet düzeyinin düşmesine sebep olmaktadır. Ayrıca GKK, araç kullanan sürücülerde ve ders esnasında sosyal ağları kullanan öğrencilerde de yüksektir. Toplumdan izole olmalarına neden olan GKK bireyleri aşırı sosyal medya kullanımını, yüz yüze iletişim kurmaya tercih ederek yalnızlıklarını daha fazla derinleştirmektedirler. Gelişmeleri kaçırma veya dışarıda kalma korkusu olarak da nitelenebilecek olan FoMO(Fear of MissingOut), Van Dijk’in “bağlantıyı kaybetme” ile ilgili yaptığı yorumlarda da kendisini göstermektedir. Nitekim Van Dijk’a göre bazı kullanıcılar bağlantıyı kaybetmenin her ne pahasına olursa olsun önlenmeye çalışılması gerektiğini düşünmekte ve sürekli kontrol ederek yeni ve daha fazla ödüllendirici bağlantılar yaratacaklarına dair sürekli bir umut beslemektedirler(Van Dijk,2016:367).

Bu yorumdan yola çıkarak da FoMO rahatsızlığının sosyal tatmin eksikliği ile ilgisinin yanında bir bağlantıda olma ve bağlı olma halinin yitimi olarak da kendini gösterebileceğini söylemek mümkündür(Karatay,2018).Tüm dünyada olduğu gibi bizim ülkemizde de sosyal medya kullanımı ve sosyal ağlarda harcanan zaman ile bilgi paylaşımı artmaktadır. We are social ajansının hazırlamış olduğu **‘2019 Dünya İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri’ son çeyrek Raporunda;** sosyal medya uygulamalarından birisi olan Facebook’u en çok kullanan ülkeler sıralamasında Türkiye 37 milyonluk bir kullanıcı kitlesi ile ilk 10’da, Instagram kullanımında 37 milyon kullanıcı ile 6. Sırada ve 8,33 milyon Twitter kullanıcı kitlesi ile de 6. sırada olduğu bulunmuştur.

2.4.Yaşam Doyum Algısı

Yaşam doyumu,bir bireyin kişisel yaşamına dair sahip olduğu genel değerlendirmeler ve yargılar bütünü olarak tanımlanmaktadır.Bu yargılar ve değerlendirmeler bütünü subjektif nitelik taşımaktadır.Bireyin yaşamına ilişkin genel yargı ve değerlendirmelerin oluşumunda, kendi yaşamında var olan durumlar ile kişisel olarak standartlara uyduğunu düşündüğü durumlar arasında yaptığı karşılaştırmalar önemli rol oynamaktadır.Yaşam doyumu,kişinin bireysel olarak belirlediği kriterlere göre kendi yaşamı hakkında değerlendirmeler yaparak yargılara sahip olmasıdır yani kişinin öznel iyi oluşunun bilişsel yönüdür.Yaşam doyumu, kişinin yaşamını kalite açısından bir bütün olarak değerlendirdiğinde pozitif olarak standartize etmiş olduğu kriterlere uygunluk açısından elde etmiş olduğu değerdir.Kişinin devam ettirmekte olduğu yaşamındaki öznel iyi oluş derecesidir.Yaşam doyumu, kişinin kendi hayatını bütünsel olarak ele aldığında ne şekilde değerlendirdiğini belirtmektedir. Mutlu kimseler, genel olarak pozitif duygular hisseder ve karşılaştıkları olayları da pozitif bir ruh haliyle değerlendirirler ve minnet duyguları fazla olur. Mutsuz kimseler yaşadıkları ve karşılaştıkları şeyler karşısında panik, nefret, korku gibi duygulara kapılırlar (Sönmez, 2016). Bireyin yaşamına ilişkin sahip olduğu pozitif nitelikteki yargılar ve değerlendirmelerin, negatif nitelikteki yargılar ve değerlendirmelere göre fazla olması bireyin yaşamından aldığı doyumun fazla olduğunu ifade etmektedir.Bireyin yaşam doyumunu etkileyen birçok faktör olabilir. Örneğin, fiziksel ve psikolojik sağlamlık, kendini özgürce ifade edebilme yeteneği, yaşamında üstlenmiş olduğu rol ve sorumluluklar, ailesiyle ve sosyal çevresiyle olan ilişkilerinin niteliği, medeni durumu, eğitim durumu, yaşadığı coğrafya, içinde bulunduğu çevrenin kültür gibi birçok faktör bireyin yaşam doyumunu etkiler.Araştırmalar yaşam doyumunun farklı bileşenleri olduğunu göstermektedir;kişinin sosyal statüsü,sosyal hareketliliği,çevre ile ilişkileri,aile ile ilişkileri,refah şartları,sahip olduğu imkanlar,mesleği,gelir düzeyi,bulunduğu yerin devlet politikaları gibi.Bu bileşenler de göz önünde bulundurulduğunda yaşam doyumunun;kişinin standartlarına ve mevcut kişisel yaşamındaki değişim gösteren şartlara değişim gösterebilen dinamik bir yapısının olduğu görülmektedir.

3.YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir. Bu araştırma karşılaştırma türü betimsel bir yöntem esas alınarak yapılmıştır. Bu araştırmanın bağımsız değişkenleri yaş,cinsiyet,sosyal medya hesabı, sosyal medya takipçi sayısı, beğeni sayısı ve yaşam doyum algısı;bağımlı değişken ise GKK'dır (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu).

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın kapsamını, Türkiye'de bulunan ve sosyal medya kullanıcısı olan ergen-geç yetişkinlerin yaş,cinsiyet,sosyal medya hesabı,sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısı, beğeni sayısı ve yaşam doyum algı düzeyleri ile dünyada literatüre FoMO(Fear of Missing Out), Türkiye de ise GKK(gelişmeleri kaçırma korkusu) olarak geçen kavram arasındaki ilişki oluşturmaktadır.Çalışmanın amacı

ise Türkiye’de bulunan ergen ve genç yetişkinlerin gelişmeleri kaçırma korku (GKK) düzeyleri ile sosyal medya hesaplarındaki takipçi-beğeni sayısı ve yaşam doyumu algı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Çalışma örneğine dâhil edilecek olan katılımcıların ölçütleri; 14-25 yaş aralığında bulunmak, sosyal medya kullanıcısı olmak ve çalışmaya gönüllü katılımcı olmak kriterleri olarak belirlenmiştir. Bu ölçütler sonucunda Türkiye’de 14-25 yaş aralığında bulunan toplam da 432 kişiye ulaşılmıştır. Katılımcı kriterlerini karşılamayan 27 kişi çalışma grubundan çıkarılmıştır. Araştırma evrenini 262’si (%64,7) kadın, 143’ü (%35,3) erkek olan toplamda 405 ergen ve genç yetişkinler oluşturmuştur.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada veri toplama araçları olarak ‘FoMO (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)’ ölçeği ve anket kullanılmıştır.

FoMO (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu): Araştırmada veri toplama aracı olarak, Gökler, Aydın, Ünal, Metintaş (2016) tarafından geçerlik güvenirlik çalışmalarının yapıldığı Gelişmeleri Kaçırma Kaygısı Ölçeği (FoMO) ve anket formu kullanılmıştır. *ANKET*: Anket formunda; bireylerin yaşı, eğitim düzeyleri, sosyal medya kullanıp kullanmadıkları, kullanıyorlarsa hangi sosyal medya hesaplarını kullandıkları, bu hesapların ortalama takipçi sayıları, paylaşımlara gelen ortalama beğeni sayıları ve genel yaşam memnuniyet düzeyleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H1: Ergen ve genç yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)düzeyleri yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: Ergen ve genç yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: Ergen ve genç yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri sosyal medya hesaplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4:Ergen ve genç yetişkinlerin sosyal medya hesaplarında ki takipçi sayılarına göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri anlamlı bir farklılık göstermektedir

H5: Ergen ve genç yetişkinlerin sosyal medya hesaplarında ki paylaşımlarına gelen beğeni sayısı ile GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: Ergen ve genç yetişkinlerin yaşam doyumu algıları ile GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmada değişkenlerin normallik dağılımları ölçütlerini karşılamasından dolayı parametrik istatistiklerden tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılmıştır. Aşağıda bu araştırmada elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

4.1.1. Ergen ve Genç Yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)Düzeylerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

Yaşa göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını tespit edebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Yaşa göre örneklemin betimsel verileri Tablo'1 de gösterilmektedir.

Tablo 1. Yaşa göre örneklemin betimsel verileri

FoMO

	N	X	Ss
14-18	20	26,4500	7,22186
19-25	385	26,5792	7,51593
Toplam	405	26,5728	7,49308

Tablo 1'e göre;

FoMO ölçeğinden alınan puanların düzeyine bakıldığında en yüksek ortalama puanın 19-25 yaş aralığında bulunan kişilere ait olduğu görülmektedir.

Yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Yaşa göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark için Anova sonuçları

FoMO

	Kareler Toplamı	Df	Anlamlılık Düzeyi	f	P
Gruplar Arası	,317	1	,317	,006	,940
Gruplar İçi	22682,784	403	56,285		
Toplam	22683,101	404			

Tablo 2. incelendiğinde yaşa göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri arasında anlamlı fark bulunamamıştır($f=,006$ $p>0,05$). *H1 hipotezi RET edilir.*

4.1.2. Ergen ve Genç Yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) Düzeylerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Cinsiyete göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını tespit edebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Cinsiyete göre örneklemin betimsel verileri Tablo'3 de gösterilmektedir.

Tablo 3. Cinsiyete göre örneklemin betimsel verileri**FoMO**

	N	X	Ss
Kız	262	26,4275	7,11916
Erkek	143	26,8392	8,15316
Toplam	405	26,5728	7,49308

Tablo 3'e göre;

FoMO ölçeğinden alınan puanların düzeyine bakıldığında en yüksek ortalama puanın erkeklere ait olduğu görülmektedir.

Yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyete göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark için Anova sonuçlar**FoMO**

	Kareler Toplamı	Df	Anlamlılık Düzeyi	F	p
Gruplar Arası	15,678	1	15,678	,279	,598
Gruplar İçi	22667,423	403	56,247		
Toplam	22683,101	404			

Tablo 4. incelendiğinde cinsiyete göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri arasında anlamlı fark bulunamamıştır($f=,279$ $p>0,05$). *H2 hipotezi RET edilir.*

4.1.3. Ergen ve Genç Yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) Düzeylerinin Sosyal Medya Hesabına Göre Karşılaştırılması

Sosyal medya hesabına göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını tespit edebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Sosyal medya hesabına göre örneklemin betimsel verileri Tablo 5'de gösterilmiştir.

Tablo 5. Sosyal medya hesabına göre örneklemin betimsel verileri**FoMO**

	N	X	Ss
İnstagram	81	27,0741	6,88799
Twitter	7	26,0000	8,48528
Youtube	10	23,3000	10,90413
Hepsi	307	26,5603	7,50939
Toplam	405	26,5728	7,49308

Tablo 5'e göre;

FoMO ölçeğinden alınan puanların düzeyine bakıldığında en yüksek ortalama puanın instagram kullanan kişilere ait olduğu görülmektedir.

Yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Sosyal medya hesabına göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark için Anova sonuçları

FoMO

	Kareler Toplamı	Df	Anlamlılık Düzeyi	F	P
Gruplar Arası	129,810	3	43,270	,769	,512
Gruplar İçi	22553,291	401	56,243		
Toplam	22683,101	404			

Tablo 6. incelendiğinde GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri arasında anlamlı fark bulunamamıştır($f=,769$ $p>0,05$). *H3 hipotezi RET edilir.*

4.1.4. Ergen ve Genç Yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) Düzeylerinin Takipçi Sayısına Göre Karşılaştırılması

Takipçi sayısına göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını anlamak için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Takipçi sayısına göre örneklemin betimsel verileri Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 7. Sosyal medya hesabına göre örneklemin betimsel verileri

FoMO

	N	X	Ss
0-100	38	22,2105	6,70683
101-249	128	27,2813	7,72860
250-+	239	26,8870	7,28240
Toplam	405	26,5728	7,49308

Tablo 7’ye göre;

FoMO ölçeğinden alınan puanların düzeyine bakıldığında en yüksek ortalama puanın 101-249 kişi arasında ki takipçi sayısına sahip kişilere ait olduğu görülmektedir.

Yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Takipçi sayısına göre GKK düzeyleri aritmetik ortalamaları açısından Anova sonuçları

FoMO

	Kareler Toplamı	df	Anlamlılık Düzeyi	f	P
Gruplar Arası	810,961	2	405,480	7,453	,001
Gruplar İçi	21872,141	402	54,408		
Toplam	22683,101	404			

Tablo 8. incelendiğinde takipçi sayısına göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir($f=7.45$, $p<0,05$). *H4 hipotezi KABUL edilir.*

Farkın kaynağına bakmak için Tukey testi yapılmıştır.

Tukey sonuçlarına göre 0-100 arasında takipçi sayısı olanlar ile 101-249 arasında takipçi sayısı olanlar ve 250-+ takipçi sayısı olanlar arasında anlamlı fark vardır.

4.1.5. Ergen ve Genç Yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) Düzeylerinin

Beğeni Sayısına Göre Karşılaştırılması

Beğeni sayısına göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını anlamak için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Beğeni sayısına göre örneklemin betimsel verileri Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9.Beğeni sayısına göre örneklemin betimsel verileri

FoMO

	N	X	Ss
0-100	144	25,5764	7,32997
101-249	221	27,3394	7,63471
250-+	40	25,9250	6,95549
Toplam	405	26,5728	7,49308

Tablo 9'a göre;

FoMO ölçeğinden alınan puanların düzeyine bakıldığında en yüksek ortalama puanın 101-249 arasında ki beğeni sayısına sahip kişilere ait olduğu görülmektedir.

Yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Beğeni sayısına göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark için Anova sonuçları

FoMO

	Kareler Toplamı	df	Anlamlılık Düzeyi	f	P
Gruplar Arası	289,619	2	144,810	2,600	,076
Gruplar İçi	22393,482	402	55,705		
Toplam	22683,101	404			

Tablo 10. İncelendiğinde beğeni sayısına göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark bulunamamıştır($f=2.60$, $p>0,05$).*H5 hipotezi RET edilir.*

4.1.6. Ergen ve Genç Yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) Düzeylerinin

Yaşam Doymu Algı Düzeylerine Göre Karşılaştırılması

Yaşam doymu algı düzeylerine göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını anlamak için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Yaşam doymu algı düzeylerine göre örneklemin betimsel verileri Tablo 11'de gösterilmektedir.

Tablo 11. Yaşam doymu algı düzeyine göre örneklemin betimsel verileri

FoMO

	N	X	Ss
Memnun değilim	100	28,7300	6,73279
Memnunum	283	25,9859	7,41379
Çok memnunum	22	24,3182	9,80955
Toplam	405	26,5728	7,49308

Tablo 11'e göre;

FoMO ölçeğinden alınan puanların düzeyine bakıldığında en yüksek ortalama puanın yaşam doyumu algısı düzeylerindeki memnun değilim yanıtını veren kişilere ait olduğu görülmektedir.

Yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Yaşam doyumu algısı düzeyine göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark için Anova sonuçları

FoMO

	Kareler Toplamı	df	Anlamlılık Düzeyi	f	P
Gruplar Arası	674,675	2	337,338	6,162	,002
Gruplar İçi	22008,426	402	54,747		
Toplam	22683,101	404			

Tablo 12. incelendiğinde yaşam doyumu algısı düzeyine göre GKK düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir($f=6.16$, $p<0,5$). *H0 hipotezi KABUL edilir.*

Farkın kaynağına bakmak için Tukey testi yapılmıştır. Tukey sonuçlarına göre memnun değilim ile memnunuz ve memnun değilim ile çok memnunuz düzeyleri arasında anlamlı fark vardır.

5. Sonuç ve Öneriler

GKK(gelişmeleri kaçırma korkusu) diğer bireylerin ne yaptığıyla ilgili sürekli olarak bağlantıda kalma isteği şeklinde açıklanabilirken, sosyal medyanın her geçen gün hayatımızla biraz daha bütünleşmesiyle birlikte ortaya çıkarak alan yazınlarında yeni yeni kendine yer edinmiş olan bir konudur. Bu açıdan bakıldığında hem GKK'nın etkilediği hemde GKK üzerinde etki gösteren değişkenler üzerinde çalışmaların yapılması, konu hakkında kapsamlı bir anlayış oluşturulabilme açısından önemlidir. Bu çalışmada ergen ve genç yetişkinlerin farklı bir kaygı türü olarak alan yazılarına giren GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri ile sosyal medya hesaplarında ki takipçi sayıları, paylaşımlarına gelen beğeni sayıları ve yaşam doyum algı düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre çalışmaya katılan ergen ve genç yetişkinlerin GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyleri; yaş, cinsiyet, beğeni sayısı ve sosyal medya hesabına göre farklılık göstermemektedir. Przybylski vd. (2013)’nin çalışmalarına göre GKK düzeyleri genç erkeklerde daha yüksek bulunmaktadır. Ancak bizim çalışmamızda bu yönde herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Araştırma bulgularına göre, örnekleme alınan bireylerin sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayıları ile GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeylerinin incelenmesi sonucu anlamlılık değeri; ,001 bulunmuştur. Bu değer 0,5’ten küçük bulunması takipçi sayısına göre GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeylerinin arttığını göstermektedir. Bu veriler, bireylerin takipçi sayısının artmasıyla ortaya çıkan ‘*bilgi yoğunluğundan, sürekli ve hızlı bir şekilde devam eden, genellikle farkında olmadan gerçekleşen*’ güncelleme ve izleme davranışlarından geri kalındığında ortaya çıkan kaygı ya da korkunun arttığını göstermektedir. Bu kaygı türüne sahip olan bireyler kendilerini, takip

ettikleri bilgi ve izleme davranışlarının niceliğine göre ve takip etkileşiminde oldukları kişi sayısına göre değerlendirmeye başlamaktadırlar. Böylelikle gerçek dünyada kurulan ilişkilerin niteliği sanal âlemde ki takipçi sayısından etkilenmektedir.

Bu etkilenme boyutu günümüzde sosyal ilişkilerin kurulması, devam etmesi ve bitmesi aşamasında koşul olmaya doğru hızla ilerlemektedir. Bu durumun getirisi bireylerin “Ne kadar çok takipçi sayısı varsa o kadar iyi ve popülerdir.” fikriyle hareket etmelerine neden olmakta, böylelikle takipçi sayısı yeterli olmayan bireyler gruptan dışlanma davranışlarına maruz bırakılmaktadır. Sosyal medyadaki gelişmelerden geri kaldığını düşünerek GKK olan bireylerde birçok olumsuz duygu ortaya çıkmaktadır. Sosyal ağ kullanıcılarının hesaplarında yapmış oldukları güncellemelerin ve içerik paylaşımlarının takip edilmemesi ve aynı zamanda başkalarının hesap hareketlerini izleyememeleri GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)’ya sahip bireylere ciddi boyutta rahatsızlık vermektedir. GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)’ya sahip bireyler günlük yaşamlarındaki ilişkilerinde sevgi ve şefkat eksikliği hissettiklerini, sürekli yalnız hissettiklerini ifade etmişlerdir. Yapılan araştırmalar bu bireylerin sosyal ağlarda yaptıkları paylaşımlar ve bu paylaşımların yayılması için gösterdikleri çaba ile günlük yaşamlarında eksik olan yalnızlık, sevgi ve şefkat duygularını tamamlamaya çalıştıklarını göstermektedir. Bu konuyla ilgili olarak GKK olan bireylerin ‘ psikolojik ihtiyaçları’ ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Ayrıca Przybylski vd. (2013)’nin bir diğer bulgusu da GKK(gelişmeleri kaçırma korkusu)’nin yaşam tatmini düşük olan bireylerde daha fazla görüldüğüdür. Araştırma bulgularına göre, örnekleme alınan bireylerin yaşam doyumu algı düzeyleriyle, GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeylerinin incelenmesi sonucu anlamlılık değeri; ,002 bulunmuştur. Bu değer 0,5’ten küçük bulunması yaşam doyumu algısı düzeyi düştükçe GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyinin arttığını göstermektedir. Çalışmanın bu bulguları Przybylski vd. (2013)’nin söylemini destekler niteliktedir. GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)’ya sahip olan bireyler gelişmelerden uzak kalma kaygıları nedeniyle toplumdan ve günlük yaşam akışından soyutlanacak derecede sosyal medyada vakit harcayarak yalnızlık hislerini pekiştirmekte ve derinleştirmektedirler. Bireylerin yaşama karşı bakış açılarının, değerlendirmelerin, yargılarının, yaşama dair beklentilerinin ve bu beklentilerin karşılanma düzeylerinin tümünü temsil eden bir psikolojik özellik olan yaşam doyumu, yaşamla etkileşimin zayıf olmasının yarattığı ruh hali olan yalnızlık duygusu (Yılmaz ve Altınok, 2009) ile oldukça ilişkili ve bağlantılıdır. Bu durum GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu)’nin yaşam doyumu algısı üzerindeki önemli etkisini göstermektedir. Son olarak, bu araştırmaliteratüre yeni yeni girmiş olan ve Türkçe kaynak açısından yeterliliği bulunmayan GKK konusuyla ilgilidir. Bu sebepten dolayı çalışmanın Türkçe kaynak yetersizliğine katkı sağlayacağı ve insanların, hızlı bir şekilde hayatımıza girmeye devam eden sosyal medya hakkında ki bilinç ve farkındalığının artması yönünde faydalı olacağı düşünülmektedir. Konu hakkında çalışma yapacak araştırmacılara, sosyal medya platformu olan Instagramdaki üyelerin, sosyal medya paylaşımlarına

gelen beğeni sayılarının gizlenmesi durumunun, yeni bir gelişme olarak gündemde bulunması dikkate alınarak bu beğeni sayısı ve GKK(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) düzeyi arasındaki ilişkinin daha kapsamlı bir şekilde incelenmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akça Baştürk, E. (2014). Dijital bölünme kavramı bağlamında Türkiye’de Ortaokul Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Ağ Kullanımları: Öğrencilerin İnternet ve Sosyal Ağ Kullanımları:Gaziantep İli Örneği. I.Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi.Kocaeli.

Ayas, T., ve Horzum, M.B. (2012). İlköğretim öğrencilerinin sanal zorba ve mağdur olma durumu. İlköğretim Online, 11(2), 369-380

Balaman, F. ve Karataş, A. (2012). Lise öğrencilerinin internet ortamında sosyal paylaşım sitelerini kullanım amaçları ve sosyal paylaşım unsurları.Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi.1(1). 497-504.

Boyd, D. M. ve Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.

Ceyhan, E., Ceyhan, A.A. ve Gürçan, A. (2007). Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeği’nin Geçerlik Çalışmaları. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 7 (1), 387- 416.

Davies, T. ve Cranston, P. (2008). Youth work and social networking.Interim Report, The National Youth Agency: Leicester, UK.

Dossey L. FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. Explore: The Journal of Science and Healing 2014; 2(10):69-73.

Ellison, N.B., Steinfield, C. and Lampe, C. (2017). The Benefits of Facebook Friends: Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1143-1168.

Fox J, Moreland JJ. The dark side of social net-working sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. Comput Human Behav 2015; 45:168-176.

Gökler,M.E.,Aydın,R.,Egemen,Ü., Metintaş,S.(2016).Sosyal ortamlarda GelişmeleriKaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi.Anadolu Psikiyatri Derg. 17 (1) .53-59.

Hato B. (Compulsive) Mobile Phone Checking Behavior Out of a Fear of Missing Out: Development, Psychometric Properties and Test-Retest Reliability of a C-FoMO-Scale ANR: 610304. Master's Thesis, 2013.

Hızarcı,Ö.(2018).Problemlı cep telefonu kullanımı, sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (gkk), yaşam doyumu ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin demografik değişkenler

açısından incelenmesi (Üsküdar Üniversitesi- Yüksek Lisans Öğrencileri Örneği).Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,İstanbul.

Karatay,S.(2018). Hyperconnectivity kavramı bağlamında mobil sosyal medya uygulamaları: nomofobi ve fomo rahatsızlıklarına yönelik bir araştırma.İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,İstanbul.

Kim, H.K. ve Davis, K.E. (2009). Toward a comprehensive theory of problematic internet use: Evaluating the role of self-esteem, anxiety, flow and the self-rated importance of internet activities (Çevrimiçi Sürüm). *Computers in Human Behavior*, 25,490-500.

Lin, M.F.G., Hoffman, E.S. ve Borengasser, C. (2013). Is social media too social for class? A case study of twitter use. *Tech trends*, 57 (2), 39-45.

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression.*New Media Soc.*10,393-411.

Öztürk,M.F. ve Talas,M.(2015).Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken Journal of World of Turks*, 7 (1), 102.

Park, C.H. ve Kim, Y.J. (2013). Intensity of social network use by involvement: A study of young chinese users. *International Journal of Business and Management*, 8(6).22-33.

Przybylski AK, Murayama K, DeHaan CR. Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out. *Comput Human Behav* 2013; 29(4):1841-1848.

Sevinç,S. ve Bilgin,M.(2017) .Yetişkinlerde sosyal ağ kullanımının beş faktör kişilik özellikleriyle ilişkisi.*Journal of Human Sciences*, 14 (4), 3127.

Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7(18). 775-822.

Yıldırım, N. ve Özmen, B. (2011). Video paylaşım sitelerinin eğitsel amaçlı kullanımı.5th International Computer and Instructional Technologies Symposium.22-24 September, Fırat University, Elazığ.