

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

SOSYAL ORTAMLARDAKİ GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU (FoMO) VE İLİŞKİLİ FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ: LİSANS ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Dilay TEKE¹ & Tuncay YILMAZ²

Öz

Teknolojik gelişmelerin ve uygulamaların arttığı bilgi toplumunda yeni korkularla da yüzleşmekteyiz. Nitekim teknolojinin ortaya çıkardığı bu problemlerden birisi de “Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)”dur. Dijital araçlarla her an bildirim alan bireyler yaşamlarında aceleci olma, ani ve dürtüsel kararlar verme eğiliminde olmaktadır. Özellikle kuşaklar ile ilgili çalışmalar yapan araştırmacılar Z kuşağının gün geçtikçe daha hızlı ve daha çok iş değiştirdiğini dile getirmektedir. Ayrıca kısa sürede her an bilgiye ulaşan bireyler gelişmelerden haberdar olmadıkları zaman mutsuz olmaktadır. Psikolojik iyi halleri ve yaşam kaliteleri etkilenmektedir. Sosyal medyada başka bireylerin mutlu yaşamlarını gören birey daha çok mutsuzlaşmakta ve kendini yetersiz hissetmektedir. Dolayısıyla bir döngüye giren birey sosyal medyada daha çok zaman harcamaktadır. Zaman kontrolü üzerinde hâkimiyetini yitiren kişi yapması gereken işleri yetiştirememektedir. Bireylerin çalışma yaşamını, eğitimlerini, öğrenme süreçlerini ve toplumla kurdukları ilişkiyi etkileyen bu bağımlılığın psikolojik ve sosyolojik açıdan etkileri bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı da Z kuşağı lisans öğrencilerinde FoMO düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesidir. 414 üniversite lisans öğrencisine anketler uygulanmış ve veriler SPSS ile çözümlenmiştir. Uygulanan t-testi, ANOVA, regresyon analizi sonucunda gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığının birbirini etkilediği anlaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi artışının kişinin mutluluk düzeyini azalttığı belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medyada harcanan süre arttıkça gelişmeleri kaçırma korkusunun arttığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO), Sosyal Medya Bağımlılığı, Mutluluk, Z Kuşağı, Teknoloji.

JEL Kodları: O30, O33, Z13.

Başvuru: 20.02.2023 **Kabul:** 08.12.2023

¹ Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Politika ABD, dilay.teke@gmail.com, Kocaeli, Türkiye, ORCID No: 0000-0003-1266-2469

² Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, tyilmaz@sakarya.edu.tr, Sakarya, Türkiye, ORCID No: 0000-0003-3167-4457

FEAR OF MISSING OUT ON DEVELOPMENTS IN SOCIAL MEDIA (FoMO) AND EVALUATION OF RELATED FACTORS: A FIELD RESEARCH AMONG UNDERGRADUATE STUDENTS³

Abstract

We also face new fears in the information society which technological developments and applications are increasing. As a matter of fact, one of these problems caused by technology is "Fear of Missing Out on Social Media (FoMO)". Individuals who receive notifications at any time through digital tools tend to make hasty and impulsive decisions in their lives. In particular, researchers who work on generations state that the Generation Z changes jobs faster and more day by day. In addition, individuals who reach knowledge at any time in a short time are unhappy when they are not aware of the developments. As a result, their psychological well-being and quality of life are affected. The individual who encounters the happy lives of other individuals on social media becomes more unhappy and feels inadequate. Therefore, the individual entering a cycle spends more time on social media. The person who loses his control over time not able to complete the work he needs to do. This addiction that affects individuals' working life, education, learning processes and their relationship with society has psychological and sociological effects. The aim of this study is to examine the relationship between FoMO level, Social Media Addiction and Happiness level in generation Z undergraduate students. Corresponding questionnaires were applied to 414 undergraduate students and the data were analyzed using SPSS. As a result of the applied t-test, ANOVA, and regression analysis, it was understood that the FoMO and Social Media Addiction affect each other. It has been determined that an increase in the level of Social Media Addiction reduces the level of happiness of the person. Additionally, as the time spent on social media increases, it has been observed that the FoMO increases.

Keywords: *Fear of Missing Out in Social Media (FoMO), Social Media Addiction, Happiness, Generation Z, Technology.*

JEL Codes: *O30, O33, Z13.*

"Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır."

1. GİRİŞ

Bilgi toplumu olarak adlandırılan dijital çağda her an her yerden bilgiye hızla ve kolaylıkla ulaşılabilmektedir. Özellikle teknoloji geliştikçe yeni icatlar ve uygulamalar bireylere sunulmakta ve toplumsal yaşam "hız" etrafında şekillenmektedir. Bilgisayarlar, akıllı cep telefonları, akıllı saatler, tabletler ve internet aracılığıyla kişiler sürekli yeni ve yoğun bilgi akışına maruz kalmaktadır. Teknolojik araçların yanında sosyal medya platformlarının da gelişmesi iletişim kurmayı ve

³ The Extended English Summary is located the end of the Article.

bilgiye ulaşmayı yeni bir boyuta taşımıştır. Ekranı bakarak gelişmeler takip edilmekte, zaman hızla tüketilmekte ve diğer bireylerin yaşamına kolaylıkla erişilebilmektedir. Kişi bir taraftan kendini sosyal medya üzerinden gelen beğenilerle, yorumlarla değerlendirmekte öte yandan yoğun ve sürekli bilgi içerisinde bireyin gerçeklik algısı zayıflamaktadır. Sosyal medyada neyin gerçek neyin sahte olduğu ya da kimin mutlu kimin mutsuz olduğu bir yanılsamaya dönüşmüştür. Dolayısıyla artık yaşamı meşgul eden, sürekli gelişmelerden haberdar olmayı sağlayan yeni bir alan olarak “sosyal medya” teriminin ortaya çıktığı söylenebilir.

Sosyal medya platformlarının yaşamımıza sağladığı kolaylıklar yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Dijitalleşen dünyada bireyler cihazlar aracılığıyla sürekli etkileşim içinde yer almaktadır. Bu nedenle bilgi toplumunda ön plana çıkan teknolojinin getirdiği ciddi problemlerden birisi “Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)” ile açıklanabilir.

Bu çalışmanın amacı da Z kuşağı lisans öğrencilerinde FoMO ve ilişkili faktörleri belirlemektir. FoMO, sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Not ortalaması, kişilik tipleri, cinsiyet ile FoMO arasındaki ilişkinin test edilmesi planlanmıştır. Araştırma Sakarya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 11.05.2022 tarihli, E-61923333-050.99-130457 sayılı, “01” nolu karar onayı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada lisans öğrencileri tarafından doldurulan FoMO, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Mutluluk sorgulama formlarına ait verilerin SPSS ile analiz edilmesi hedeflenmiştir. Literatürde FoMO, sosyal medya bağımlılığı, mutluluk arasındaki ilişki tespit edilmemiştir. Bu nedenle çalışmanın özgün nitelikte olduğu düşünülmektedir.

1.1. Kuşaklar ve Teknoloji: Dijital Dünyada Z Kuşağı

Dünyada ortaya çıkan ekonomik ve sosyal değişimlerle meydana gelen zaman dilimleri jenerasyon yani kuşak olarak adlandırılmaktadır. Diğer bir ifadeyle kuşak, aynı zaman aralığında doğan ve benzer nitelikler taşıdığı belirtilen grupları tanımlamaktadır. Kuşakların çalışma yöntemleri, yetiştirme modelleri, iletişimleri, karakterleri ve beklentileri de bu farklı zaman aralıkları içinde şekillenmiştir. Bu nedenle sosyolojik boyutta kuşaklar arası farklılıklar gündeme gelmektedir. Sosyologlar kuşakların doğum yılları aralıklarında yaşanan olaylardan etkilendiğini ve karakterlerinin biçimlendiğini belirtmiştir. Özellikle teknoloji alanında yaşanan gelişmeler karşısında kuşaklar bu kavramla sınıflandırılmaya başlanmıştır. Yani bir tarafta yeniliklere, hızla, teknolojiye uyum sağlayan genç nesil yer alırken diğer tarafta geleneklerine bağlı, yeniliklere uyum sağlamakta zorlanan yetişkinler yer almaktadır (Keleş, 2011: 129; Kuyucu, 2017; Etc, 2018: 104; Kaya, 2020: 35-36). Bu nedenle dijital teknolojiler kuşak anlayışına farklı anlamlar kazandırmıştır.

Kuşakların sınıflandırılmasında 1927-1945 arası doğanlar “Sessiz Kuşak”, 1946-1964 yılları arası dünyaya gelenler “Bebek Bombardımanı” ya da “Bebek Patlaması Kuşağı”, 1965-1979 arası doğanlar “X Kuşağı”, 1980-1999 arası dünyaya gelenler “Y

Kuşağı”, 2000 ve sonrası doğanlar ise “Z Kuşağı” olarak kabul edilmektedir (Etcı, 2018: 107-108; Tane, 2019; Kuran, 2019).

Jenerasyonlar içerisinde Z Kuşağı teknoloji ile yakın yaşamaktadır. Hatta bu kuşak teknoloji aracılığıyla uzaktan etkileşimde kalabildiği için “network gençleri” olarak da tanımlanmaktadır. Karar almada zorlandıkları, tatminsiz oldukları ve tüketme eğilimlerinin bulunduğu ifade edilmektedir. Birçok şeyin kendilerine göre kişiselleştirilmesini talep etmektedirler (Toruntay, 2011: 81-82). Çünkü kuşağın büyük bölümü sosyal medya kullanmaktadır ve kendi tercihlerine göre araştırma yapabilmektedir. Satın almadan önce siteler üzerinde inceleme gerçekleştirmektedir. Bu nedenle dijital dünyanın içinde doğdukları söylenebilir (Taş vd., 2017: 1038). Z Kuşağı dijital iletişim teknolojilerine erişimleri nedeniyle önceki nesillerden farklı bir büyüme deneyimi geçirmiştir. Sosyal ilişkileri, tutumları, iletişim biçimleri ve kimlikleri teknoloji ile biçimlenmiştir (Bassiouni ve Hackley, 2014). Sanal dünyada yaşar ve kolayca iş değiştirebilirler (Steinerowska-Streb ve Wziątek-Staško, 2016). Dijital dünyanın temsilcisi olan bu kuşak özgürlüğe de oldukça önem vermektedir. Doğayı, insanları kısacası her unsuru dikkate almaktadır. Saygısızlıktan hoşlanmamakta ve insan hak ve özgürlüklerine duyarlı davranmaktadır. (Kuran, 2019: 131-132). Dinlemeyi ve kişilerle yüz yüze iletişimi ön planda tutmamaktadır. Genellikle iletişimi internet aracılığıyla kurmayı tercih etmektedir (Jiri, 2016: 109). Bu nedenle Z kuşağı diğer nesillere göre farklı problemler yaşamaktadır. İnternet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı da bu sorunlar içerisinde yer almaktadır (Sarı, 2022: 9-10).

1.2. FoMO (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu), Sosyal Medya Bağımlılığı ve Mutluluk Arasındaki İlişki

Dijital çağda teknolojik cihazlar ve sosyal medya uygulamaları ile bilgiye hızlı ve kolay ulaşım sağlanmaktadır. Akıllı telefonlarla internete her yerden bağlanılabilmekte, e-postalar kontrol edilebilmekte, çeşitli uygulama programları ile güncellemeler sağlanabilmekte, haber sitelerine ulaşılabilenkte, oyun oynanabilmekte, film izlenebilmekte, alışveriş yapılabilenkte, yemek sipariş edilebilmekte ve sosyal paylaşım ağlarına ulaşılabilenkte. We Are Social ve Hootsuite tarafından yapılan “*THE GLOBAL STATE OF DIGITAL IN JULY 2022*” isimli araştırmada internet, sosyal medya, mobil kullanım ile ilgili sonuçlar açıklanmıştır. Raporda küresel çapta internet kullanımının artmasının dijital büyümeyi de gösterdiği anlaşılmıştır. Ancak raporda asıl üzerinde durulan unsur teknolojinin kullanılıp kullanılmamasından ziyade ne amaçla kullanıldığı ve teknolojinin sunduğu fırsatlardan gerçek manada nasıl yararlanıldığıdır (Digital 2022 July Statshot, 2022; Hoşgör, Tandoğan ve Gündüz Hoşgör, 2017: 576). Günümüzde mobil telefonlar ile internet kullanımı yüksek düzeydedir. Nitekim gelişmelerden her an haberdar olma isteği nedeniyle akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmış olduğu düşünülebilir.

Birçok yetişkinin kullandığı mobil cihazları özellikle gençler daha çok tercih etmektedir. Çünkü mobil cihazlar ile kolay ve hızlı erişim sağlanmakta ve bu durum gençler üzerinde bağımlılığa yol açmaktadır (Hoşgör, Tandoğan ve Gündüz Hoşgör, 2017: 576). Böylece bireylerin sürekli bağlantıda kalarak gelişmeleri takip etmeye çalışması “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Fear of Missing Out (FoMO)” isimli yeni bir kavramı ortaya çıkarmıştır. Essex Üniversitesi'nden Przybylski ve diğerleri (2013) tarafından kaleme alınan “*Motivational, emotional and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior*” isimli çalışmada daha fazla internet ve sosyal medya kullanımı ile olan bitenden sürekli haberdar olma isteği “FoMO” olarak adlandırılmıştır. Bireyin bulunmadığı ortamlarda diğer kişilerin doyurucu deneyimler yaşaması endişeye yol açmıştır. Kişilerin ne yaptığını ve ne satın aldığını bilmek sosyal medya araçları ile kolaylaşmıştır. Bu nedenle başkalarıyla sürekli etkileşimde kalma isteği ortaya çıkmıştır. Kişi sosyal medya platformlarında vakit harcayarak gelişmeleri kaçırmamaktadır. Diğer bir ifadeyle kaybetmekten korkmak sosyal medyaya katılımı arttırmaktadır (Przybylski vd., 2013; Diktaş ve Yücekaya, 2023). Özellikle mobil cihazlar ile her an her yerde veriye ulaşabilme imkânı bireylerin algı biçimini de değiştirmiştir. Artık devamlı güncel olmak, haber almak, çevremizle iletişim halinde bulunmak vazgeçilmez ihtiyaca dönüşmüştür. FoMO internet ve mobil cihaz (cep telefonu) kullanımını yaygınlaştırmıştır (Hato, 2013: 33). Çünkü internet ve sosyal medyadaki gönderiden, deneyimden ve olaydan mahrum kalan kişi bilgilendirme çemberinin dışında kalma endişesi yaşamaktadır (Eşitti, 2015: 80). Bu endişe ise özellikle lise ve üniversite çağındaki gençleri daha çok etkilemekte ve sosyal medya tüketicisi olmalarına yol açmaktadır (Hoşgör, Koç Tütüncü, Gündüz Hoşgör ve Tandoğan, 2017: 214). Bu nedenle sosyal medya ile FoMO arasında bir ilişki olduğu belirtilebilir.

Kişilerin sosyal medya ile aşırı vakit geçirmesi, bu mecralarda bulunmak için aşırı istek duyması, toplumsal yaşamdaki diğer görevlerini aksatması ve diğer kişiler ile olan iletişiminin etkilenmesi “sosyal medya bağımlılığı” olarak açıklanmıştır (Andreassen vd., 2014; Andreassen ve Pallesen, 2014). Sosyal medya bağımlılığı sonucu bireyler bu platformlarda vaktinin çoğunu tüketmektedir. Kişisel, sosyal ve mesleki sorumluluklarını aksatmaktadır. Bireyin yaşamında psikolojik, sosyal ve fiziksel problemler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bağımlılıktan söz edebilmek için kişinin sosyal medyada fazla zaman harcaması, kişinin yaşamında bu faaliyetin merkezi konuma ulaşması ve sosyal ilişkilerin bu etkinliklere katılanlarla kurulması gözlenmelidir (Şahin ve Yağcı, 2017: 525; Tarhan, 2021: 69-70). Ancak yaşanan bu sorunların yanında ve harcanan zaman karşısında vakit geçirilen platformların bireydeki güven gereksinimini karşılayıp karşılamadığı çelişkilidir. Yani birey güven duymadığı ama katılmaktan da kendini alıkoyamadığı bir ortam döngüsünde yer alabilmektedir.

Nitekim internette okunan haberlere güvenen kişilerin ortalaması %50’yi dahi geçememiştir. Çevrimiçi kanallarla haberlerin takip edilme oranı artsa dahi kişilerin bu haberlere şüpheyle yaklaştığı söylenebilir (Digital 2022 July Statshot, 2022). Bu nedenle güven duyulmayan bir ortamda gündemi takip etmek zaman tüketmektir. Kişi devamlı meşgul olmakta ancak doygunluk sağlayan bilgiye, habere ve iletişime

ulaşamamaktadır. Bu durum kişiyi yalnızlaştırabilmekte ve mutsuzluğa yol açabilmektedir. Dolayısıyla FoMO'nun, sosyal medya bağımlılığının mutsuzluk ile bağlantısı irdelenebilir. Çünkü Dossey (2014: 69) tarafından da belirtildiği gibi sosyal medya bir taraftan gelişmelerin sürekli takip edilmesini sağlarken diğer taraftan kişilerin kendini daha yalnız hissetmesine yol açabilmektedir. Sosyal ağ “sosyal” olmaktan çıkarak bir oksimorona dönüşmektedir (Dossey, 2014: 69).

Oysaki bireyin güven, neşe, umut gibi olumlu hisleri, öfke, nefret, üzüntü gibi olumsuz hislerden daha çok yaşaması, hayattan doyum alması mutluluk göstergesi olarak açıklanmaktadır. Yani kişi sıklıkla olumlu duygular yaşar ve hayatından yüksek düzeyde memnun olur ise öznel iyi oluşu da pozitif yönde etkilenmektedir (Eryılmaz, 2011: 45). Aslında mutluluk kavramı kişiye göre değişim gösterebilmekte ve tespit edilmesi zor olabilmektedir. Ancak geçmişten günümüze mutluluk teriminin açıklanması ve insan mutsuzluğunun derinlemesine araştırılması üzerinde durulmuştur. Günümüzde sosyal medyanın yaşama dahil olması ile mutluluk beğeni ile ilişkilendirilmiştir. Sanal dünyada artan beğeni bireyi mutlu etmeye başlamıştır (Diener, 1984: 542; Balcı ve Demir, 2018: 342). Ancak daha önceki yıllarda yapılan çalışmalarda mutluluk daha farklı unsurlarla açıklanmıştır. Wilson (1967) çalışmasında mutlu kişileri sağlıklı, endişesiz, eğitilmiş, dışa dönük, özgüveni ve morali yüksek kişiler olarak açıklamıştır. Mutluluğu bu standartta değerlendirecek olursak gelişmeleri kaçırma korkusu endişeye yol açmakta, sosyal medya bağımlılığı sağlığı etkilemekte ve kişi ekrana bağlı kalmaktadır. Bu nedenle mutsuzluğun ortaya çıkma ihtimali artmaktadır.

1.3. Gelişmeleri Kaçırma İstemeyen Z Kuşağının Sosyal Medya Bağımlılığı

Z kuşağı dünyanın her köşesinde olan biteni izleyip takip edebilmektedir. Bu nedenle beklemek yerine hızla her bilgiye ulaşabilmektedirler. Gelişim ve erişim Z kuşağının bağımlı olmasına sebebiyet veren unsurlardandır. Her an her şeyi kontrol edebilmek için sürekli internet bağlantısına ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü kaçırma korkusu nedeniyle gelişmeleri sürekli takip etmek gerekmektedir. Diğer kuşaklarda da kaçırma korkusu mevcuttu, ancak bu nesnelere sınırlı kalmıştı. Z kuşağı ise nesnelere ötesinde başkalarının deneyimlerine de tanık olmaktadır. Bir seyahat, konser, yemek deneyimi uzaktan bağlantı ile görülmektedir. Bu nedenle başkalarının sahip olduklarının yanında neler yaptıklarının da bilinmesi özentiye yol açmaktadır. Z kuşağı kıskançlık, bir şeylerden mahrum kalma, yetersiz olma, endişe, korku durumları ile büyümektedir. Hatta depresyon yaşama ihtimalleri bile artmaktadır. Ayrıca sürekli uyarıcıya maruz kalmak iş yaşamlarına yansımakta ve dikkat dağınıklığı ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle gelişmeleri kaçırma korkusu Z kuşağında hızla iş değiştirmeye sebebiyet vermektedir. Öte yandan kariyerlerinde de daha iyi olan bir seçeneği kaybetme korkusu taşımaktadırlar. Uzun sürelerle çalışırken etraftaki deneyimlerden uzak kalma tedirginlik yaratmaktadır (Stillman ve Stillman, 2018: 141-149).

Bu endişeyi azaltmanın yolu da daha çok interneti, çevrimiçi uygulamaları, bilgisayarları kullanmaktır. Tarhan (2021: 71) gençlerin teknolojik yeteneklerinin

geliştiğini ancak bu durumun bağımlılığa dönüşebildiğini belirtmiştir. Özellikle üniversite öğrencilerinin bilgisayar ve internet kullanımı artmakta ve ortaya çıkan bağımlılık karşısında savunmasız kalabilmektedirler (Tarhan, 2021: 71). Nitekim Gürsakal (2018: 85) tarafından da Z kuşağının sosyal medya aracılığı ile kişilerle görüştüğü belirtilmiştir. Dolayısıyla Z kuşağında FoMO ve sosyal medya bağımlılığı arasında ilişki olabilir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmanın konusu Z kuşağında FoMO, sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk arasındaki ilişkidir. Bu nedenle çalışmada Z kuşağı olan üniversite lisans öğrencilerinde gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO), sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk arasındaki ilişkinin araştırılması, ilgili faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Böylece günümüzde Z kuşağının teknoloji ile olan bağlantısı anlaşılacak ve gelecekte iş yaşamına katılacak Z kuşağı için öneriler geliştirilebilecektir. İnsan kaynakları yöneticileri için adayların işe alım süreçlerindeki beklentileri anlaşılabilir. Sürekli iş değiştirmeye yatkın nesil için alternatif seçenekler oluşturulabilir. Gençlerin de kendilerini tahlil etmesi, dijital dünya ile kurdukları yakınlığı düzenlemesi sağlanabilir.

Nicel araştırma desenlerinden ilişkisel tarama modeli ile gerçekleştirilen çalışmada değişkenler analiz edilmiştir ve anlamlı farklılıklar saptanmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 107). Çalışmada olasılığa dayalı örneklem türlerinden “basit tesadüfi örneklem” ile üniversite öğrencilerine ulaşılması hedeflenmiştir. Seçkisiz örnekleme yöntemlerinden basit seçkisiz örneklem olarak da bu tür adlandırılmaktadır. Seçkisiz örneklem ya da basit tesadüfi örneklemin evreni temsil etme gücünün yüksek olduğu ifade edilebilir. Böylece daha geçerli genellemeler yapılabilmektedir. Her örneklem biriminin eşit seçilme olasılığı da bulunmaktadır. Bir bireyin seçimi diğer kişilerin seçilmesine etki etmemektedir. Bu nedenle belirlenen örneklem büyüklüğüne ulaşıncaya kadar kişiler eşit seçilme olasılığına sahiptir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 134-135; Yıldırım ve Şimşek, 2016: 113-115).

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcılara Ait Bilgiler		Frekans (N)	Yüzde (%)
CİNSİYET	Kadın	314	75,8
	Erkek	100	24,2
	Toplam	414	100
SINIF	Hazırlık Sınıfı	3	,7
	Birinci Sınıf	21	5,1
	İkinci Sınıf	94	22,7
	Üçüncü Sınıf	201	48,6
	Dördüncü Sınıf	95	22,9
Toplam	414	100	

Bu çalışmada da Tablo 1’den görüleceği üzere Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi İnsan Kaynakları Yönetimi bölümü öğrencileri ile Siyasal Bilgiler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri öğrencilerinden toplam 414 kişiye ulaşılmıştır. Her öğrencinin eşit seçilme olasılığı göz önünde bulundurularak basit tesadüfi örneklem uygulanmıştır. Örneklem büyüklüğü Özen ve Gül (2007: 415-416) tarafından açıklandığı üzere bilimsel çalışmalarda önem taşıyan unsurdur. Betimsel çalışmalarda evrenin %10’u kabul edilir bir örneklem büyüklüğüdür. Bu çalışmada ise evrenin (1567 öğrenci) %26,41 civarında örneklem sayısına ulaşılmıştır. Çünkü korelasyon analizi yapılan bir çalışmada örneklemin daha fazla olması geçerliliği yükseltmektedir (Özen ve Gül, 2007: 415-416).

Araştırma zaman boyutu açısından kesitsel bir araştırmadır. Zamanda tek bir noktada olan durum ile ilgili bilgiler incelenmiştir (Neuman, 2016: 56-57). Bu kesitsel çalışmada 2021-2022 eğitim-öğretim yılının bahar döneminde ve 2022-2023 yılının güz döneminde anketler aracılığıyla veriler toplanmıştır. Google Forms üzerinden çevrimiçi anketler ile ölçekler öğrencilere ulaştırılmış ve uygulanmıştır.

Çalışmada aşağıdaki araştırma sorularının ve hipotezlerin test edilmesi hedeflenmiştir;

- Gelişmeleri kaçırma korkusunun (FoMO) sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.
- Gelişmeleri kaçırma korkusunun mutluluk üzerinde negatif ve anlamlı etkisi vardır.
- Üniversite öğrencilerinin gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği puan ortalamaları, sosyal medya bağımlılığı ölçeği puan ortalamaları, mutluluk ölçeği puan ortalamaları sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.
- Üniversite öğrencilerinin gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği puan ortalamaları, sosyal medya bağımlılığı ölçeği puan ortalamaları, mutluluk ölçeği puan ortalamaları dijital değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak FoMO Ölçeğinden, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formundan (SMB-YF), Oxford Mutluluk Ölçeğinden ve tarafımızca geliştirilen Kişisel-Dijital Bilgi Formundan yararlanılmıştır (Gökler vd., 2016; Doğan ve Sapmaz, 2012; Hills ve Argyle, 2002; Przybylski vd., 2013; Şahin ve Yağcı, 2017). Araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel ve dijital bilgi formunda öğrencilerin cinsiyeti, not ortalaması, okudukları sınıf gibi sosyo-demografik bilgiler yer almaktadır. Ayrıca sahip oldukları teknolojik araçlar, kullandıkları sosyal medya platformları, sosyal medya platformlarında geçirdikleri süre, ziyaret sıklığı, takipçi sayısı, kullanım amaçları ve kişilik özellikleri hakkında dijital bilgi formu aracılığıyla bilgi alınmıştır.

Çalışmamızda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği kullanılmıştır. ABD’li bilim insanları tarafından Fear of Missing Out olarak adlandırılan durum (FoMO)

Türkçe'ye gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK) olarak çevrilmiştir. Przybylski ve diğerleri (2013) tarafından geliştirilen bu ölçek Gökler ve diğerleri (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır Beşli Likert tipindeki ölçek 10 sorudan oluşmaktadır (Przybylski vd., 2013; Gökler vd., 2016).

Araştırmamızda kullanılan ölçeklerden bir diğeri sosyal medya bağımlılığı-yetişkin formu (SMB-YF) ölçeğidir. Şahin ve Yağcı tarafından (2017) geliştirilen ölçek 20 maddeden oluşmaktadır. Beşli Likert tipindeki ölçeğin sanal tolerans ve sanal iletişim olmak üzere 2 alt boyutu bulunmaktadır (Şahin ve Yağcı, 2017).

Araştırmada son olarak Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilen Oxford Mutluluk Ölçeği kullanılmıştır. Doğan ve Sapmaz'ın (2012) çalışmasında ölçeğin Türkçe versiyonu geliştirilmiştir. Altılı Likert tipinde derecelendirme içeren ölçek 29 maddeden oluşmaktadır. Ancak Doğan ve Sapmaz (2012) çalışmalarında 5. Maddeyi (Sabahları nadiren dinlenmiş olarak uyanırım) faktör yükünün düşük olması nedeniyle (0.13) çıkartmıştır. Dolayısıyla çalışmamızda Doğan ve Sapmaz (2012) tarafından uyarlanan ölçek kullanıldığı için 5. Madde analiz dışı bırakılmıştır (Hills ve Argyle, 2002; Doğan ve Sapmaz, 2012).

3. BULGULAR

Nicel verilerin çözümlenmesinde SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programından yararlanılmıştır. Güvenilirlik analizi, normallik dağılımı, t-testi, tek yönlü ANOVA testi (post-hoc Tukey), Pearson Korelasyon testleri uygulanmıştır. Ancak bu testlere karar vermeden önce normallik dağılımı ve geçerlilik-güvenilirlik analizi yapılmıştır.

FoMO ölçeğinin, SMB-YF'nun, SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutunun, SMB-YF Sanal İletişim alt boyutunun, Oxford Mutluluk ölçeğinin iç tutarlılığını belirlemeye yönelik Cronbach's Alpha testi uygulanmıştır. FoMO ölçeğinin $\alpha=.769$ katsayısının $0.60 \leq \alpha < 0.80$ oldukça güvenilir aralıkta yer aldığı görülmektedir. SMB-YF'nun $\alpha=.848$ katsayısının $0.80 \leq \alpha < 1.00$ yüksek derecede güvenilir aralıkta yer aldığı görülmüştür. SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutunun $\alpha=.775$ katsayısının $0.60 \leq \alpha < 0.80$ oldukça güvenilir aralıkta yer aldığı anlaşılmıştır. SMB-YF Sanal İletişim alt boyutunun $\alpha=.788$ katsayısının $0.60 \leq \alpha < 0.80$ oldukça güvenilir aralıkta yer aldığı fark edilmiştir. Oxford Mutluluk ölçeğinin $\alpha=.905$ katsayısının $0.80 \leq \alpha < 1.00$ yüksek derecede güvenilir aralıkta yer aldığı görülmüştür (Bekman, 2020: 189).

Tablo 2. Ölçeklere Ait Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

	Çarpıklık	Basıklık
FoMO Ölçeği	-,355	-,295
SMB-YF	-,019	,050
SMB-YF-Sanal Tolerans	,015	,243
SMB-YF-Sanal İletişim	,192	-,043
Oxford Mutluluk Ölçeği	-,151	,050

Çalışmada kullanılan ölçeklerin normallik dağılımını test etmek için çarpıklık ve basıklık katsayıları Tablo 2'den görüleceği üzere incelenmiştir. Değişkenlerin +1 ile -1 arasında yer alması sonuçların normal dağıldığını göstermektedir (Hair vd., 2010). Bu bağlamda analizlerde parametrik testler kullanılmıştır.

Tablo 3. Ölçeklerin Puan Ortalamalarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklaşmasına Dair Bağımsız Örneklem t-Testi

	<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	\bar{X}	<i>Ss</i>	<i>sd</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Oxford Mutluluk Ölçeği	Kız	314	3,86	,717			
	Erkek	100	3,68	,752	412	2,169	,031
SMB-YF	Kız	314	2,67	,568			
	Erkek	100	2,51	,597	412	2,396	,017
SMB-YF-Sanal Tolerans	Kız	314	2,93	,645			
	Erkek	100	2,70	,663	412	3,037	,003

Tablo 3'te belirtildiği üzere Oxford mutluluk ölçeği puan ortalamalarının, SMB-YF puan ortalamalarının ve SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutu puan ortalamalarının üniversite öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmış farklılaşmadığı bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre Oxford mutluluk ölçeği puan ortalaması, SMB-YF puan ortalaması, SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutu puan ortalaması daha yüksek bulunmuştur. Kız öğrencilerin daha çok sosyal medya bağımlısı olduğu ve sosyal ortamlardaki gelişmelerden devamlı haberdar olmak istedikleri söylenebilir.

Tablo 4. Ölçeklerin Ortalamalarının Uyumadan Önce Akıllı Telefona Bakmak Değişkenine Göre Farklaşmasına Dair Bağımsız Örneklem t-Testi

	<i>Uyumadan Önce Akıllı Telefona Bakmak</i>	<i>N</i>	\bar{X}	<i>Ss</i>	<i>sd</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
SMB-YF-Sanal Tolerans	Evet	401	2,89	,649			
	Hayır	13	2,44	,732	412	2,434	,015

Tablo 4'te SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutu puan ortalamalarının üniversite öğrencilerinin uyumadan önce akıllı telefona bakmaları değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmış farklılaşmadığı bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir.

Uyumadan önce akıllı telefona bakanların SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutu puan ortalaması daha yüksektir. Dolayısıyla uyumadan önce akıllı telefona bakanların daha çok sosyal medya bağımlısı olduğu ifade edilebilir. Sosyal medyada vakit geçirmenin uyku gibi temel ihtiyaçların önüne geçtiği anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Ölçeklerin Puan Ortalamalarının Uyanır Uyanmaz Bildirimlere Bakmak Değişkenine Göre Farklılaşmasına Dair Bağımsız Örneklem t-Testi

<i>Uyanır Uyanmaz Bildirimlere Bakmak</i>	<i>N</i>	<i>X̄</i>	<i>Ss</i>	<i>sd</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	
FoMO Ölçeği	Evet	348	2,71	,668	412	2,678	,008
	Hayır	66	2,47	,645			
SMB-YF	Evet	348	2,68	,581	412	4,159	,000
	Hayır	66	2,36	,488			
SMB-YF- Sanal Tolerans	Evet	348	2,95	,647	412	5,534	,000
	Hayır	66	2,48	,558			

Tablo 5’te FoMO ölçeği puan ortalamalarının, SMB-YF puan ortalamalarının, SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutu puan ortalamalarının üniversite öğrencilerinin uyanır uyanmaz bildirimlere bakmak değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşır farklılaşmadığı bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. Uyanır uyanmaz bildirimlere bakanların puan ortalaması daha yüksek bulunmuştur. Dolayısıyla uyanır uyanmaz bildirimlere bakanların daha çok gelişmeleri kaçırma korkusuna ve sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu ifade edilebilir. Anlaşılmaktadır ki bildirimleri takip etme ve gelişmeler hakkında bilgi sahibi olma durumu kişinin öncelikli konumunda yer almaktadır.

Tablo 6. Ölçeklerin Puan Ortalamalarının Sosyal Medya Uygulamalarında Günlük Harcanan Süre Değişkenine Göre Farklılaşmasına Dair Bağımsız Örneklem t-Testi

<i>Sosyal Medya Uygulamalarında Günlük Harcanan Süre</i>	<i>N</i>	<i>X̄</i>	<i>Ss</i>	<i>sd</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	
FoMO Ölçeği	4 Saate Kadar	342	2,62	,674	412	-3,425	,001
	5 Saat ve Üzeri	72	2,91	,594			
SMB-YF	4 Saate Kadar	342	2,55	,565	412	-6,480	,000
	5 Saat ve Üzeri	72	3,01	,486			

SMB-YF-Sanal Tolerans	4 Saate Kadar	342	2,76	,612			
	5 Saat ve Üzeri	72	3,41	,585	412	-8,285	,000
SMB-YF-Sanal İletişim	4 Saate Kadar	342	2,29	,672			
	5 Saat ve Üzeri	72	2,52	,598	412	-2,719	,007

Tablo 6’da FoMO ölçeği puan ortalamalarının, SMB-YF puan ortalamalarının, SMB-YF Sanal Tolerans ve Sanal İletişim alt boyutu puan ortalamalarının üniversite öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarında günlük harcanan süre değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. 5 saat ve üzeri sosyal medyada süre harcayanların 4 saate kadar sosyal medyada süre harcayanlara göre puan ortalaması daha yüksektir. Dolayısıyla gelişmelerden sürekli haberdar olma isteğinin sosyal medya bağımlılığını etkilediği ve kişinin sosyal medyada daha uzun süre vakit harcamasına yol açtığı söylenebilir.

Tablo 7. Ölçeklerin Puan Ortalamalarının Sosyal Medya Uygulamalarını Ziyaret Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşmasına Dair Bağımsız Örneklem t-Testi

<i>Sosyal Medya Uygulamalarını Ziyaret Sıklığı</i>		<i>N</i>	<i>\bar{X}</i>	<i>Ss</i>	<i>sd</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
SMB-YF	Günde, Haftada, Ayda Bir ya da Birkaç Kez	30	2,32	,666			
	Her Gün Birden Çok Kez	384	2,65	,565	412	-2,719	,007
SMB-YF-Sanal Tolerans	Günde, Haftada, Ayda Bir ya da Birkaç Kez	30	2,47	,778			
	Her Gün Birden Çok Kez	384	2,90	,636	412	-3,524	,000

Tablo 7’de SMB-YF puan ortalamalarının ve SMB-YF Sanal Tolerans alt boyutu puan ortalamalarının üniversite öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını ziyaret sıklığı değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. Her gün birden çok kez sosyal medya uygulamalarını ziyaret edenlerin puan ortalaması daha yüksektir. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığının kişinin zamanını verimli kullanmasını olumsuz yönde etkilediği söylenebilir.

Tablo 8. Ölçeklerin Puan Ortalamalarının Bildirimleri Fark Edince Bakmak Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına Dair Bağımsız Örneklem t-Testi

<i>Bildirimleri Fark Edince Bakmak</i>		<i>N</i>	\bar{X}	<i>Ss</i>	<i>sd</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
FoMO Ölçeği	Hemen Bakarım	126	2,81	,644	412	2,904	,004
	Müsait Olunca Bakarım	288	2,61	,671			
SMB-YF	Hemen Bakarım	126	2,85	,595	412	5,227	,000
	Müsait Olunca Bakarım	288	2,53	,546			
SMB-YF-Sanal Tolerans	Hemen Bakarım	126	3,18	,650	412	6,634	,000
	Müsait Olunca Bakarım	288	2,74	,612			
SMB-YF-Sanal İletişim	Hemen Bakarım	126	2,44	,714	412	2,204	,028
	Müsait Olunca Bakarım	288	2,29	,638			

Tablo 8’de FoMO ölçeği puan ortalamalarının, SMB-YF puan ortalamalarının, SMB-YF Sanal Tolerans ile Sanal İletişim alt boyutu puan ortalamalarının üniversite öğrencilerinin bildirimleri fark edince bakmak değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. Hemen bildirimlere bakanların müsait olunca bildirimlere bakanlara göre puan ortalaması daha yüksektir. Dolayısıyla gelişmeleri kaçırma korkusunun artması kişide bildirimlere anında bakma isteği uyandırdığı söylenebilir. Bu durum sonucunda bireyin dikkatinin bildirimlerle dağıldığı ve yapması gereken işi ertelediği düşünülebilir.

Tablo 9. Ölçeklerin Puan Ortalamasının Sosyal Medyada Günlük Harcanan Süreye Göre Oluşan Farklılığın ANOVA Sonuçları

<i>Sosyal Medyada Günlük Harcanan Süre</i>	<i>N</i>	\bar{X}	<i>Ss</i>	<i>Varyans Kaynağı</i>	<i>Kareler Toplamı</i>	<i>Sd</i>	<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>Fark</i>
1 Saatten Az	14	2,32	,664	Gruplar Arası	7,056	4	1,764	4,058	,003	1 saatten az-5-6 saat arasında
1-2 Saat	126	2,58	,672	Gruplar İçi	177,772	409	,435			
3-4 Saat	202	2,66	,671	Toplam	184,828	413				1-2 saat-5-6 saat arasında
5-6 Saat	53	2,94	,553							
7 Saat ve Daha Fazla	19	2,84	,707							

Tablo 9'dan görüleceği üzere üniversite öğrencilerinin FoMO ölçeğinden aldıkları puan ortalamasının sosyal medyada günlük harcanan süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla One-Way ANOVA testi uygulanmıştır ve anlamlı farklılığa rastlanılmıştır (F: 4,058; p=,003 p<0.05). Post-Hoc Testi olarak Tukey testi yapılmıştır ve farklılığın 1 saatten az sosyal medyada günlük süre harcayanlar (\bar{X} = 2,32) ile 5-6 saat sosyal medyada günlük süre harcayanlardan (\bar{X} = 2,94) kaynaklandığı anlaşılmıştır. Bir diğer farklılığın da 1-2 saat sosyal medyada günlük süre harcayanlar (\bar{X} = 2,58) ile 5-6 saat sosyal medyada günlük süre harcayanlardan (\bar{X} = 2,94) kaynaklandığı fark edilmiştir. Bu nedenle gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medyada daha çok vakit geçirmeye yol açtığı söylenebilir.

Tablo 10. Ölçekler Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi

		FoMO Ölçeği Ortalaması	SMB-YF	Oxford Mutluluk Ölçeği Ortalaması
FoMO Ölçeği Ortalaması	r	1	,463**	-,109*
	p		,000	,026
SMB-YF Ortalaması	r	,463**	1	-,227**
	p	,000		,000
Oxford Mutluluk Ölçeği Ortalaması	r	-,109*	-,227**	1
	p	,026	,000	

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır. Sig. (2-uçlu).

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır. Sig. (2-uçlu).

Korelasyon katsayısının mutlak değeri olarak 0,70–1,00 arasında olması yüksek, 0,70–0,30 arasında olması orta, 0,30–0,00 arasında olması ise düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2019: 32). Tablo 10'a göre; (1) Üniversite öğrencilerinin FoMO ölçeğinden aldıkları puan ortalaması ile SMB-YF'nun tümünden aldıkları puan ortalaması arasında ($r = ,463^{**}$, $p < 0.01$) anlamlı ve orta düzeyde pozitif ilişki vardır. (2) Üniversite öğrencilerinin FoMO ölçeğinden aldıkları puan ortalaması ile Oxford mutluluk ölçeğinden aldıkları puan ortalaması arasında ($r = -,109^*$, $p < 0.05$) anlamlı ve düşük düzeyde negatif ilişki vardır. (3) Üniversite öğrencilerinin SMB-YF'dan aldıkları puan ortalaması ile FoMO ölçeğinden aldıkları puan ortalaması arasında ($r = -,227^{**}$, $p < 0.01$) anlamlı ve düşük düzeyde negatif ilişki vardır. Yani gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasında ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyi artmakta ve mutluluk düzeyi de azalmaktadır. Anlaşılmaktadır ki sosyal medyada vakit geçirmek kişinin mutluluğunu engelleyen bir faktördür. Gelişmeleri kaçırmamak adına sürekli sosyal medya takip edilmektedir. Bu durumun da mutsuzluğa yol açtığı söylenebilir.

Ayrıca çalışmada kullanılan sosyal medya uygulamalarının frekans ve yüzde dağılımları da analiz edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarının frekans ve yüzde dağılımlarına göre “Whatsapp (N: 400, %96,6)” ilk sırada, “Instagram (N: 391, %94,4)” ikinci sırada, “Youtube (N: 362, %87,4)” üçüncü sırada ve “Twitter (N: 261, %63)” dördüncü sırada yer almaktadır. Özellikle akıllı cep telefonlarından ulaşılan uygulamaların ön plana çıktığı söylenebilir. Ayrıca “Facebook (N: 81, %19,3)” uygulamasının artık çok fazla tercih edilmediği, “Discord (N: 1, %0,2)”, “Reddit (N: 2, %0,5)” gibi anlık mesajlaşma, haber paylaşma platformlarının, dijital oyun uygulamalarının nadir de olsa dijital bir kültüre yerleştiği görülmektedir.

Çalışmada sosyal medya uygulamalarını kullanım amaçlarının frekans ve yüzde dağılımları incelenmiştir. Üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarının amaçları incelenmiş ve frekans, yüzde dağılımları sıralanmıştır. Öğrencilerin sosyal medyayı ilk sırada “Gündemi takip etmek (N: 384, %92,8)” ikinci sırada “Fotoğraf/video paylaşmak (N: 260, %62,8)”, üçüncü olarak da “Sohbet etmek (N: 259, %62,6)” için kullandıkları anlaşılmıştır. Gelişmeleri kaçırmamak adına gündemi takip etmenin lisans öğrencileri arasında önemli olduğu söylenebilir.

Çalışmada üniversite öğrencilerinin kendilerini betimledikleri kişilik özelliklerinin frekans ve yüzde dağılımları analiz edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin kendilerini betimledikleri kişilik özelliklerinin frekans ve yüzde dağılımları sıralanmıştır. Öğrenciler kendilerini ilk sırada “empatik (N: 265, %64)”, ikinci sırada “sosyal (N: 231, %55,8)”, üçüncü sırada “yenilikçi (N: 189, %45,7)” ve “rahat (N: 189, %45,7)” olarak belirtmiştir. Üniversite öğrencilerinin kendilerini betimledikleri özellikler içinde en az “optimist (N: 46, %11,1)” yer almaktadır. Bu ifadenin oldukça sınırlı olması mutluluk düzeyi ile ilişkilendirilebilir. Çünkü ekran üzerinde fazla vakit geçirmenin iyimser olmayı da olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılabılır.

Çalışmada üniversite öğrencilerinin sahip olduğu teknolojik cihazların frekans ve yüzde dağılımları incelenmiştir. Üniversite öğrencilerinin sahip oldukları teknolojik cihazların frekans ve yüzde dağılımlarına göre en çok “akıllı telefon (N: 412, %99,3)” ilk sırada, “dizüstü bilgisayar (N: 341, %82,2)” ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca internetsiz cep telefonunun (N: 9, %2,2) oldukça az tercih edildiği görülmektedir. Telefonun temel kullanım amacının internete dönüştüğü söylenebilir.

4. TARTIŞMA

Gençlerin sosyal medya kullanım amaçlarının ilk sırada “Gündemi takip etmek” olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla 21. yüzyılda bireylerin haberlere sosyal medya aracılığı ile ulaştığı söylenebilir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının bir diğeri de “Fotoğraf/video paylaşmak”, üçüncü olarak da “Sohbet etmek”dir. Görülmektedir ki kişiler her an sanal dünyaya bağlı olmak ve kendilerini bu alanda tanıtmak ve tanımlamak istemektedir. Öğrenciler kendilerini ilk sırada “empatik”, ikinci sırada “sosyal”, üçüncü sırada “yenilikçi” ve “rahat” kelimeleri ile tanımlamıştır. Gençlerin “sosyal” kelimesi ile kendilerini tasvir etmeleri üzerinde durulabilir. Çünkü sanal dünyaya sıklıkla bağlı olmak ve yüz yüze iletişim yerine cep telefonları aracılığıyla bağlantı kurmak sosyal olmayı farklı bir boyuta taşımaktadır. Bilgi toplumunda sosyal, aktif olmanın yolu bilgi ve iletişim teknolojileriyle ilişkili olabilir.

Çalışmamızda Oxford Mutluluk Ölçeği puan ortalaması kız öğrencilerde daha yüksek bulunmuştur. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması da daha yüksektir. İlgili literatür incelendiğinde Koçak ve Traş (2021) tarafından üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşamın anlamı arasındaki yordayıcı ilişki incelenmiştir. Cinsiyet değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Ancak Baş ve Diktaş (2020) tarafından sosyal medya bağımlılığına ilişkin durumların incelendiği çalışma bulunmaktadır. Baş ve Diktaş ‘ın (2020) analizine göre ise erkeklerin kızlara göre sosyal medya bağımlılığı yüksek bulunmuştur.

Araştırmamıza göre uyanır uyanmaz bildirimlere bakanların, uyanır uyanmaz bildirimlere bakmayanlara göre FoMO ölçeği puan ortalaması daha yüksektir. İlgili literatür incelendiğinde Oral ve diğerleri tarafından (2021) tıp fakültesi dönem 3 öğrencilerinde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişkili faktörler belirlenmiştir. Araştırmamızla Oral ve diğerleri (2021) tarafından yapılan çalışma sonucu benzer doğrultudadır. Çalışmanın sonuçlarına göre gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği puanının uyumadan önce telefonla vakit geçiren ve sabah uyanır uyanmaz bildirimlere bakan kişiler de anlamlı olarak yüksek olduğu anlaşılmıştır (Oral vd., 2021: 619).

Çalışmamızda üniversite öğrencilerinde 4 saate kadar sosyal medyada süre harcayanların, 5 saat ve üzeri sosyal medyada süre harcayanlara göre FoMO ölçeği puan ortalaması daha düşüktür. İlgili literatür incelendiğinde Coşkun ve Karayağız-

Muslu'nun (2019) ergenlerde sorunlu cep telefonu kullanımı ve FoMO düzeyini tanımladıkları çalışmasında akıllı telefon kullanım saatinin arttıkça GKKÖ arttığı belirtilmiştir. Çalışmamızda da benzer sonuca ulaşılmıştır.

Çalışmamızda günde, haftada, ayda bir ya da birkaç kez sosyal medya uygulamalarını ziyaret eden üniversite öğrencilerinin her gün birden çok kez sosyal medya uygulamalarını ziyaret edenlere göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması daha düşüktür. Kırık ve diğerleri (2015) tarafından gençlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi incelenmiştir. Çalışmamızla benzer doğrultuda Kırık ve diğerleri (2015) sosyal medya bağımlılığının internette geçirilen günlük zamanla ilişkili olduğunu belirtmiştir.

Çalışmamızda hemen bildirimlere bakanların, müsait olunca bildirimlere bakanlara göre FoMO ölçeği puan ortalaması daha yüksektir. Hoşgör, Koç Tütüncü, Gündüz Hoşgör, ve Tandoğan (2017) tarafından üniversite öğrencilerinde FoMO yaygınlığı araştırılmıştır. Çalışmamızla benzer sonuca ulaşılmıştır. Hoşgör, Koç Tütüncü, Gündüz Hoşgör, ve Tandoğan (2017: 221) tarafından uyanır uyanmaz akıllı telefonuna bakan, uyumadan önce telefonla vakit geçiren kişilerde FoMO ortalamasının daha yüksek olduğu belirtilmiştir.

SONUÇ

Z kuşağında FoMO ve ilişkili faktörlerin belirlenmesi amacıyla uygulanan bu çalışmada gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığının birbirini etkilediği anlaşılmıştır. Gelişmeleri kaçırma korkusu arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır. Bu bağımlılık da mutluluğu etkilemekte ve kişinin mutluluk düzeyi azalmaktadır. Nitekim çalışmamızda hemen hemen bütün lisans öğrencilerinin akıllı telefon kullandığı ve dizüstü bilgisayara sahip olduğu fark edilmiştir. Telefonun temel kullanım amacının artık internet olduğu da söylenebilir. Ayrıca katılımcıların büyük bir çoğunluğu “Whatsapp” kullanmaktadır. “Instagram”, “Youtube”, Twitter kullanıcıları da katılımcılar içerisinde oldukça fazladır. Teknoloji ve internet ile gençlerin yakın olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak diyebiliriz ki 21. yüzyılda yaşamın her anında teknolojiden ve internetten faydalanılmaktadır. Bu nedenle bir tarafta sonsuz bilgi çeşitliliği sunan teknoloji, diğer tarafta da yanlış teknoloji kullanımı sonucu tükenen zaman, azalan mutluluk düzeyi yer almaktadır. Ancak teknolojinin doğru kullanımı ile bilgi dünyasının araçlarından olumlu kazanımlar elde edilebilir. Nitekim bunun için de üniversitelerde doğru teknoloji kullanımı ile ilgili derslere yer verilebilir. Özellikle Z kuşağının internet aracılığıyla bilgiye ulaştığı göz önünde bulundurulmalıdır. Kuşaklararası farklılıkları en aza indirmek için de teknoloji okuryazarlığı ile ilgili çalışmalar yapılmalıdır. Çalışma yaşamında Z kuşağının varlığı dikkate alınmalı ve gençlerin sık iş değiştirmelerinin önüne geçilmesi için teknoloji tabanlı uygulamalar sunulmalıdır. İnsan kaynakları profesyonellerinin işe alım süreçlerinde Z kuşağının bu özelliklerini ön planda tutması faydalı olabilir.

ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Bunlar;

- Z kuşağının doğru, bilinçli teknoloji ve internet kullanımını için gençlere yönelik eğitimler düzenlenebilir. Ders içeriklerine bu doğrultuda konular eklenebilir.
- Uygulanan çalışma nicel araştırma deseniyle gerçekleştirilmiştir. Çalışma nitel araştırma deseni ile tasarlanabilir. Derinlemesine mülakatlar yapılarak gençlerin teknoloji kullanım alışkanlıkları incelenebilir.
- İşverenler ya da insan kaynakları uzmanları tarafından Z kuşağının teknoloji kullanım alışkanlıkları irdelenebilir.

FEAR OF MISSING OUT ON DEVELOPMENTS IN SOCIAL MEDIA (FoMO) AND EVALUATION OF RELATED FACTORS: A FIELD RESEARCH AMONG UNDERGRADUATE STUDENTS

1. INTRODUCTION

In addition to the conveniences that social media platforms provide to our lives, they also have negative effects. In the digitalized world, individuals are in constant interaction through devices. For this reason, one of the serious problems brought by the technology that comes to the fore in the knowledge society is the “Fear of Missing Out on Social Media (FoMO)”.

The aim of this study is to determine FoMO and related factors in Generation Z undergraduate students. FoMO is the study of the relationship between social media addiction and happiness. It is planned to examine the relationship between cumulative grade point average, personality types, gender and FoMO. For the implementation of the study, required permissions were obtained from Sakarya University Social and Human Sciences Ethics Committee. In the study, it was aimed to analyze the data from the FoMO, Social Media Addiction and Happiness questionnaires completed by undergraduate students using SPSS. To our knowledge, the relationship between FoMO, Social Media Addiction and Happiness has not been shown. Therefore, the study is considered to be original.

2. METHODS

The research is a cross-sectional study in terms of time dimension. Data about the situation at a single point in time has been examined (Neuman, 2016: 56-57). In this cross-sectional study, data were collected through questionnaires in the spring semester of the 2021-2022 academic year and in the fall semester of 2022-2023. The study was carried out with the approval of the ethics committee (E-61923333-050.99-130457). The scales were delivered and applied to the students with online questionnaires via Google Forms.

In the study, it is aimed to analyze test the following hypotheses;

- FoMO has a positive and significant effect on Social Media Addiction.
- FoMO has a negative and significant effect on Happiness.
- University students' fear of missing out scale mean scores, social media addiction scale mean scores, and happiness scale mean scores differ significantly according to socio-demographic variables.
- University students' FoMO scale mean scores, social media addiction scale mean scores, and happiness scale mean scores differ significantly according to digital variables.

In the research, FoMO Scale, Social Media Addiction Scale-Adult Form (SMB-YF), Oxford Happiness Scale and Personal-Digital Information Form developed by us were used as data collection tools (Gökler et al., 2016; Doğan & Sapmaz, 2012; Hills & Argyle, 2002; Przybylski et al., 2013; Şahin and Yağcı, 2017). In addition, the personal and digital information form prepared by the researchers includes socio-demographic data such as students' gender, grade point average, and the class they are studying.

3. RESULTS

In order to test the normality distribution of the scales used in the study, the skewness and kurtosis coefficients were examined. The fact that the variables are between +1 and -1 indicates that the results are normally distributed (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). In this context, parametric tests were used in the analyses.

It is understood that there is a significant relationship between the FoMO, Social Media Addiction, and Happiness. As the level of FoMO increases, the level of Social Media Addiction increases and the level of Happiness decreases among Generation Z students.

4. DISCUSSION

In our study, the mean score of the Oxford Happiness Scale was found to be higher in female students. Social media addiction mean score of female students is higher than male students. When the relevant literature is examined, Koçak and Traş (2021) examined the predictive relationship between social media addiction in university students and the FoMO on social media and the meaning of life. There was no significant difference between the mean score of social media addiction according to the gender variable. However, there is a study by Baş and Diktaş (2020) examining the situations related to social media addiction. According to the analysis of Baş and Diktaş (2020), social media addiction of boys was found to be higher than girls.

In our study, those who looked at notifications immediately had a higher FoMO scale mean score than those who looked at notifications when they were available. The prevalence of FoMO in university students was investigated by Hoşgör, Koç Tütüncü, Gündüz Hoşgör, and Tandoğan (2017). Similar results were obtained in our study. It was stated by Hoşgör, Koç Tütüncü, Gündüz Hoşgör, ve Tandoğan (2017: 221) that

the FoMO average is higher in people who look at their smart phone as soon as they wake up and spend time on the phone before going to sleep.

CONCLUSION

In conclusion, we can say that in the 21st century, we benefit from technology and the internet in every moment of life. For this reason, on the one hand, there is a technology that offers an endless variety of information, and on the other, there is the time consumed as a result of the use of wrong technology and the decreased level of happiness. However, with the correct use of technology, positive gains can be obtained from the tools of the information world. As a matter of fact, for this, proper technology use courses can be given in academic institutions. In particular, it should be taken into account that the Generation Z has access to information via the internet. In order to minimize intergenerational differences, studies on technology literacy should be carried out. The existence of the Generation Z in working life should be taken into account and technology-based applications should be offered to prevent young people from changing jobs frequently. It may be beneficial for human resources professionals to prioritize these features of the Generation Z in their recruitment processes.

Several proposals have been developed according to the our findings. These;

- Trainings can be organized for young people to ensure correct, conscious technology and internet use of Generation Z. Topics can be added to the course contents accordingly.
- The applied study was carried out with a quantitative research design. The study can be designed with a qualitative research design. Young people's technology usage habits can be examined by conducting in-depth interviews.
- Generation Z's technology usage habits can be examined by employers or human resources experts.

KAYNAKÇA

- Andreassen C. S., Torsheim, T., Pallesen, S. (2014). Predictors of use of social network sites at work-a specific type of cyberloafing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19 (4), 906-921.
- Andreassen C.S. ve Pallesen S. (2014). Social network site addiction – An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20 (25), 4053–61.
- Balcı Ş. ve Demir Y. (2018). Sosyal Medya Kullanımı İle Mutluluk Düzeyi Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir İnceleme. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (71), 339-354.
- Bassiouni D. ve Hackley C. (2014). ‘Generation Z’ Children’s Adaptation to Digital Consumer Culture: A Critical Literature Review. *Journal of Customer Behaviour*, 13 (2), 113-133.
- Baş K. ve Diktaş A. (2020). Social Media Dependency of Pre-Service Social Studies Teachers. *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 21 (1), 193-207.
- Bekman, M. (2020). *Halkla İlişkiler Uygulamalarında Dijital Medyanın Kullanımı: Sosyal Medya Bağımlılığının, FoMO ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almada Aracılık Rolü*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.
- Büyüköztürk, Ş. (2019). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Akademi.
- Coşkun S. ve Karayagız Muslu G. (2019). Investigation of Problematic Mobile Phones Use and Fear of Missing Out (FoMO) Level in Adolescents. *Community Mental Health Journal*, (55), 1004–1014.
- Diener E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95 (3), 542-75.
- Digital 2022 July Statshot (2022). Erişim: 08.10.2022, <https://wearesocial.com/au/blog/2022/07/the-global-state-of-digital-in-july-2022/>
- Diktaş, A. ve Yücekaya, P. (2023). The Effect of Fear of Missing Out and Organizational Indifference on Cyberloafing Behavior: A Study on Pre-Service Social Studies Teachers. *Journal of Social Sciences and Education*, 6 (Education Special Issue), 111-143.
- Doğan T. ve Sapmaz F. (2012). Oxford Mutluluk Ölçeği Türkçe formunun psikometrik özelliklerinin üniversite öğrencilerinde incelenmesi. *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi*, 25(4), 297–304.
- Dossey L. (2014). FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment. *Explore (NY)*, 10(2), 69-73.
- Eryılmaz, A. (2011). Investigating adolescents’ subjective well-being with respect to using subjective well-being increasing strategies and determining life goals. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 24, 44-51.
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemlı İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 49, 75-97.

- Etcı, H. (2018). *Sendikal Kriz Çıkılmazında Sendikalara Yönelik Algı ve Y Kuşağı: Eskişehir Örneği*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Eskişehir.
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., ve Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(Ek1), 53-59.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri Felsefe – Yöntem – Analiz* (5. Baskı), Ankara: Seçkin Yayınları.
- Gürsakal, N. (2018). *Küreselleşme Teknoloji Ağlar ve Güç*, Bursa: Dora Yayınları.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. ve Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.), New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hato, B. (2013). (Compulsive) mobile phone checking behavior out of a fear of missing out: development, psychometric properties and test-retest reliability of a c-FoMO-scale. Faculty of Humanities Tilburg University, Yüksek Lisans Tezi, Tilburg.
- Hills, P. ve Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: A compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 33(7), 1073–1082.
- Hoşgör, H., Tandoğan, Ö., ve Gündüz Hoşgör, D. (2017). Nomofobinin Günlük Akıllı Telefon Kullanım Süresi ve Okul Başarısı Üzerindeki Etkisi: Sağlık Personeli Adayları Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(46), 573-595.
- Hoşgör, H., Koç Tütüncü, S., Gündüz Hoşgör, D. ve Tandoğan, Ö. (2017). Üniversite Öğrencileri Arasında Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Yaygınlığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(17), 213-223.
- Jiri, B. (2016). The Employees of Baby Boomers Generation, Generation X, Generation Y and Generation Z in Selected Czech Corporations as Conceivers of Development and Competitiveness in Their Corporation. *Journal of Competitiveness*, 8(4), 105-123.
- Kaya, K. (2020). Dijital Nesil: K Kuşağı. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(6), 34-54.
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanların Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya, A. ve Gül, M. (2015). A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108-122.
- Koçak, M. ve Traş, Z. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Yaşamın Anlamı Arasındaki Yordayıcı İlişkiler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1618-1631.
- Kuran, E. (2019). *Telgraftan Tablete “Türkiye’nin 5 Kuşağına Bakış”* (11. Baskı), İstanbul: Destek Yayınları.

- Kuyucu, M. (2017). Y Kuşağı Ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872.
- Neuman, W. L. (2016). *Toplumsal araştırma yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* 1. Cilt (8. Basım), Çev: Sedef Özge, Ankara: Yayın odası.
- Oral, B., Yıldız, O., Şimşek, A., Ural, A. Z., Aras, E. B., Aslıtürk, H. ve Çöl, M. (2021). Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Dönem 3 Öğrencilerinde Sosyal Ortamlardaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Değerlendirilmesi ve İlişkili Faktörler. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8(4), 613-620.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 394-422.
- Przybiski, A.K., Murayama, K., DeHaan C.R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, motional and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Sarı, A. (2022). *Sosyal Medya Kullanımının Z Kuşağı Üzerindeki Bağımlılık Yansımaları*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Steinerowska-Streb, I. ve Wziątek-Staško, A. (2016). Effective Motivation of Multigeneration Teams-Presentation of own Research Results. Management International Conference, Pula, Croatia, 1-4 Haziran 2016, 79-93.
- Stillman, D. ve Stillman, J. (2018). *İşte Z Kuşağı - Genç Kuşak İşyerini Nasıl Dönüştürüyor?* (Çev: Duygu Pınar Kayıhan ve Ferhat Erduran). İstanbul: İKÜ Yayınevi.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-538.
- Tane, M. (2019). *X ve Y kuşaklarının sendikalaşma algısı: Bursa ili örneği*. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- Tarhan, N. (2021). Davranışsal Bağımlılıklar. Nevzat Tarhan ve Serdar Nurmedov (Eds.), *Bağımlılık Sanal veya Gerçek Bağımlılıkla Başa Çıkma (9. Baskı)* içinde. (s. 57-136). İstanbul: TİMAŞ Yayınları.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M., ve Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Toruntay, H. (2011). *Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Wilson W. (1967). Correlates of avowed happiness. *Psychological Bulletin*, 67(4), 294-306.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA / EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS
Fikir veya Kavram / <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak / <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Dilay TEKE Tuncay YILMAZ
Tasarım / <i>Design</i>	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / <i>Designing method, scale and pattern</i>	Dilay TEKE Tuncay YILMAZ
Veri Toplama ve İşleme / <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlenmek ve raporlamak / <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Dilay TEKE Tuncay YILMAZ
Tartışma ve Yorum / <i>Discussion and Interpretation</i>	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / <i>Taking responsibility in evaluating and finalizing the findings</i>	Dilay TEKE Tuncay YILMAZ
Literatür Taraması / <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak / <i>Review the literature required for the study</i>	Dilay TEKE Tuncay YILMAZ