

Üniversite Öğrencileri Arasında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ile Yalan Haber Paylaşımı Arasındaki İlişkide Sosyal Medya Kullanımının Aracılık Rolü

The Mediating Role of Social Media Use in the Relationship between Fear of Missing Out (FoMO) and Sharing Fake News among University Students

Emre Osman Olkun¹ , Sükrü Balcı¹ 

¹ Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Konya

Özet

Bu çalışmanın amacı, FoMO'nun yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisini ve bu süreçte sosyal medya kullanım davranışının aracılık rolünü incelemektir. Günümüzde çoğu insan, sosyal medyayı geniş kitlelerle iletişim kurmanın, kendilerini ve hayatlarını göstermenin veya başkalarının hayatlarını tanımının bir yolu olarak kullanabilmektedir. Sosyal medyaya erişim kolaylığı, FoMO gibi kaygı ve rahatsızlık hissine sahip insanlara önemli fırsatlar sunmaktadır. Bir yönüyle sosyal medya "yalan haberlerin", yani kasıtlı olarak yanlış bilgiler içeren haberlerin, bol miktarda çoğalmasına da olanak tanınmaktadır. Sosyal medyada insanların çevrimiçi bilgileri doğrulamaya yönelik düşük eğilimleri, beraberinde yalan haber paylaşımını artırmaktadır. Teknolojik araçların günden güne etkisini daha fazla hissettirdiği bu çağda, FoMO gibi psikolojik problemlerin, yalan haber paylaşım davranışını nasıl etkilediğini ortaya koyması ve ilgili literatüre güncel bilgiler kazandırması bakımından bu araştırmanın sonuçları önem taşımaktadır. Nicel araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmada veriler 388 üniversite öğrencisinden yüz yüze anket tekniğiyle toplanmıştır. Sonuçlar, FoMO'nun yalan haber paylaşımı üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisini göstermektedir. Katılımcıların FoMO düzeyindeki artış, sosyal medya kullanımını artırmaktadır. Ayrıca FoMO'nun yalan haber paylaşım davranışı üzerindeki etkisinde sosyal medya kullanımı aracı rolü oynamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Etki, FoMO, Sosyal Medya, Üniversite Öğrencileri, Yalan Haber Paylaşımı

Sosyal medya kullanımının günden güne arttığı günümüzde bireyler zamanlarının önemli bir bölümünü bu araçlarda harcamaya başlamışlardır. Zamanla bağımlılık seviyesine ulaşabilen bu kullanım, bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Günümüzün önemli toplumsal meseleleri arasında gösterilen yalan haber ve yalan haberin yayılmasında başat bir rolü olduğu dile getirilen sosyal medya, aynı zamanda kullanıcıların

Abstract

The aim of this study is to examine the effect of FoMO on fake news sharing and the mediating role of social media usage behavior. Today, most people use social media as a way to communicate with large audiences, show themselves and their lives, or get to know the lives of others. Ease of access to social media offers significant opportunities to people with anxiety and discomfort, such as FoMO. However, social media also allows for the proliferation of "fake news", that is, news containing deliberately false information. The low tendency of people to verify online information on social media increases the sharing of fake news. The results of this research are important in terms of revealing how psychological problems such as FoMO affect the false news sharing behavior, and bringing up-to-date information to the relevant literature in this age where technological tools are gaining stronger influence day by day. Employing quantitative methodology, the data were collected from 388 university students using a face-to-face survey technique. The results show that FoMO has a positive and significant effect on fake news sharing. The increase in the FoMO level of the participants increases the use of social media. In addition, the use of social media plays a mediator role in the effect of FoMO on false news sharing behavior.

Keywords: Fake News Sharing, FoMO, Influence, Social Media, University Students

vazgeçemediği bir araç haline gelmiştir. Bireylerin Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ile yalan haber paylaşımı arasındaki ilişkide sosyal medyanın aracılık rolü varsayımıyla ele alınan bu çalışmada da yalan haber kavramıyla birlikte, yalan haber-sosyal medya ilişkisi ve bireylerin FoMO etkisiyle yalan haber paylaşımında sosyal medyanın ne denli etkisinin olduğu analiz edilmeye çalışılmıştır.

İletişim / Correspondence:

Doç. Dr. Emre Osman Olkun
Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Gazetecilik Bölümü, Konya
e-posta: emreolkun@selcuk.edu.tr

Yükseköğretim Dergisi / TÜBA Higher Education Research/Review (TÜBA-HER), 14(2), 23-36. © 2024 TÜBA
Geliş tarihi / Received: Nisan / April 4, 2023; Kabul tarihi / Accepted: Ağustos / August 4, 2023

Bu makalenin atfı künyesi / How to cite this article: Olkun, E. O. ve Balcı, Ş. (2024). Üniversite öğrencileri arasında gelişmeleri kaçırma korkusu (fomo) ile yalan haber paylaşımı arasındaki ilişkide sosyal medya kullanımının aracılık rolü. *Yükseköğretim Dergisi*, 14(2), 23-36. doi: 10.53478/yuksekogretim.1277063

ORCID: E. O. Olkun: 0000-0002-1839-7507; Ş. Balcı: 0000-0002-0477-0622

Kavram itibarıyla kökeni uzun bir geçmişe dayanan yalan haber, özellikle sosyal medyanın da etkisiyle son yıllarda sıklıkla karşılaşılmaya ve kullanılmaya başlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) son başkanlık seçimleri ile birlikte Covid-19 pandemisi gibi küresel birçok olayda insanların daha sık başvurduğu yalan haber (Melek, 2020), ulusal konularda da rastlanılan ve insanları etkileyen bir hale gelmiştir. Özellikle son yıllarda yalan haber iddiaları, bireylerin medyayı nasıl algıladıklarını ve demokratik süreçte nasıl katıldıklarını anlamının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. O halde yalan haber ne demektir? En yaygın olarak yalan haber terimi, insanlar tarafından dezenformasyon yaymak amacıyla oluşturulan yanlış haber hikayelerini ifade etmektedir. Bu durumda yalan haber en genel anlamıyla, okuyucuları yanıltmak amacıyla bilerek yanlış bilgilerin iletilmesi anlamına gelmektedir (Axt ve ark., 2021). Başka bir deyişle yalan haber, başka bir varlığa zarar verme niyeti olsun veya olmasın, yayılan yanlış bilgi, dezenformasyon ve kötü bilgiyi kapsadığı kabul edilmektedir. Bunun yanında yalan haber; doğru veya haberleri taklit eden, halkı meşru olduğuna inandırmak için kurnazca sunulan ve uydurulmuş içerikler olarak da tanımlanabilmektedir (Balakrishnan ve ark., 2021).

Yalan haberlerin geneline bakıldığında tamamen yanlış bilgi içermediği de görülebilmektedir. Bu anlamda yalan haberleri, içeriği tamamen yanlış olan bilgilerden ayıran şey ise aldatma niyetidir. Bu anlamda dezenformasyon ve yanlış bilgilendirme ayrımını yapmak gerekmektedir. Dezenformasyon terimi, bir kişiye, sosyal gruba, kuruluşa veya ülkeye zarar vermek için bilinçli oluşturulan içeriği açıklamak için kullanılırken, yanlış bilgilendirme yalnızca yanıltır ve temel amacı zarar vermek değildir (Greifeneder ve ark., 2021). Ancak zarar verme niyetini belirlemek her zaman kolay olmadığı için yalan haberle yanlış bilgi arasında ayırım yapmak da her zaman mümkün olamamaktadır.

Yanlış bilgi, toplumda yayılma ve kamuoyunu etkileme kapasitesine sahip mizah için tasarlanmış ve aldatma amacı gütmeyen yanlış bilgileri de ifade etmektedir. Bunun yanında doğru veya yanlış olduğu teyit edilmiş söylentiler, kelime anlamı bakımından doğrulanamayan ve yayılma eğiliminde olan komplo teorileri de bu kategoride sayılabilir (Ackland ve Gwynn, 2021). Yalan haberlerde olduğu gibi komplo teorilerinde de hem bilgilere kanıt dayalı bir şekilde inanmamızı hem de kanıtların üzeri kapatıldığı için kusurlu veya eksik doğrulamayla yetinmemiz söylendiği ikili bir bağlantı kurmaktadır. Bu ikili bağlantı nedeniyle komplo teorileri, büyümlü düşüncenin çekiciliğini korurken, gerçeğin asla ortaya çıkmayacağı bilgiler sunmaktadır. Bu durumda da komplo teorileri makul ve neredeyse bilimsel olan bir sahte gerçeklik önermektedir (Albarracin, 2021).

Yalan haberler, yeni haberlerin anında etkileşime ve yayılmasına izin veren sosyal medya platformları ve anlık mesajlaşma uygulamalarının popüleritesi nedeniyle dünya çapında büyük bir sorun haline gelmiştir. Yalan haberlerle ilgili bilgiler genellikle, kötü niyetli kullanıcılarla birlikte bilgileri

doğrulamaya zahmetine girmeyen kullanıcılar ve sosyal medya botları tarafından sosyal medya platformlarında paylaşılan yanlış bilgileri yaymak için oluşturulmuş kötü amaçlı web siteleri tarafından yayılmaktadır. Yalan haberler genellikle kötü amaçlı ve kaynağı belirsiz web sitelerinde bulunsa da Facebook, Twitter, WhatsApp, Telegram gibi sosyal medya platformları doğrulanmamış içeriğin hızlı bir şekilde yayılması için de sıklıkla kullanılmaktadır (Balakrishnan ve ark., 2021). Özellikle genç kullanıcılar, anlık mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla mobil cihazlarında hızlı dolaşan yanlış bilgilere ve yalan haberlere sıklıkla maruz kalmaktadır. Haber kisvesi altında, çekici bir format ve öfke söylemiyle oluşturulan yalan haberler, gençlerin farklı duygularına hitap ederek yoğun bir şekilde paylaşılmaktadır. Bu haberler özellikle kişisel adres defterlerindeki bir kişiden, yani tanıdıkları birisinden geliyorsa, içeriği kontrol bile etmeden tekrar paylaşılması sıklıkla karşılaşılan bir durumdur (Diz ve ark., 2020). Bu hızlı yayılmayı engellemek için Facebook ve WhatsApp, yalan haberlerin kasıtlı olarak yayılmasına sebep olan platformların kötüye kullanılmasını önlemek için birçok önlem başlatmasına rağmen (Talwar ve ark., 2019), yalan haberin yayılmasında tam anlamıyla başarılı olamamışlardır.

Yalan haberlerin içeriğindeki bilgiler genellikle bir haber ya da olayla ilgilidir ve yalan haberi oluşturan kişi veya kişiler adına kötü bir amaç için oluşturulmaktadır. Yalan haberleri yayın kişi veya kişileri bağlamadığı düşüncesi de sorunludur. Çünkü bu yalan haberi paylaşan kişiler bunu genellikle ekonomik ya da ideolojik sebeplerle gerçekleştirmektedir (Ackland ve Gwynn, 2021). Bu sebeple yalan haberin yayılmasında yalan haberi hazırlayanlarla birlikte yayanların da önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Yapılan birçok araştırma (Dwivedi ve ark., 2018; Kim ve Dennis, 2019; Kim ve ark., 2019) gösteriyor ki; sosyal medyanın yüksek etkileşimli yapısı ve denetimsiz içeriğin yayılmasına izin veren özellikleri nedeniyle sosyal medyayı kullanırken kazanılan bazı hazlar yalan haber paylaşımına yol açabilmektedir (Apuke ve Bahiyah, 2021). Bundan dolayı, yalan haberlerin yayılmasında insan faktörünün önemi göz önünde alınmalıdır. Yalan haberlerin yayılmasıyla mücadele için, kullanıcıların sosyal medya içeriğiyle karşılaşarak tekrar paylaşma kararı verdiğinde, paylaşımın bilgi kalitesini derinlemesine araştırılması gerekmektedir (Koohikamali ve Sidorova, 2017). Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, halk tarafından oluşturulan yalan haberin gerçeklik algısındaki rolü hem algının oluşmasında hem de yalan haberlerin yayılmasında önemli oranda etkilidir (Melek, 2020). Bundan dolayı internette yalan haberlerin yayılması, sadece devleti yöneten iktidarlar ve politika yapımcılar için değil aynı zamanda, kuruluşlar, işletmeler ve vatandaşlar da olmak üzere toplumun tamamını etkileyen ve endişe veren bir durumdur (Talwar ve ark., 2020).

Günümüzde sosyal medyada yayınlanan yalan haberler sosyal medya kullanıcılarının geneli için endişe oluşturmaktadır. Bunun yanında sosyal medyada yalan habere maruz kalan



insanların bunu hissetme oranları ise oldukça düşüktür. Daha da önemlisi, kullanıcıların yalan haberlerle nasıl başa çıktığıyla ilgili belirsizliklerdir (Yang ve Horning, 2020). Günümüzde yalan haberlerin kontrol edilmesi için çok sayıda çalışmayla birlikte birçok teyit sitesi ortaya çıkmasına rağmen, sosyal medya kullanıcıların birçoğunun bu sitelerden habersiz olduğu ya da nasıl kullanacağını bilmediği düşünülmektedir.

Yalan haberlerin sosyal medyada paylaşılması, insanların üzerinde hiçbir kontrole sahip olmadığı duygusal tepkiler tarafından da belirlenebilmekte ve gölgelenebilmektedir (Alvi ve Saraswat, 2021). Özellikle birçok ülkede yaşanan siyasi kutuplaşmadaki artış, sosyal medyada insanların yalan haberlere maruz kalma ve akabinde bu haberlere inanma oranını da çoğaltmaktadır (Ackland ve Gwynn, 2021). Bununla birlikte toplum tarafından tanınan bilinen kişiler veya seçkinler tarafından sosyal medyadan paylaşılan içerikler bireysel kullanıcılar veya sahte haber sitelerinden çok daha geniş kitlelere doğrudan ulaşabilmektedir. Bundan dolayı bu kişiler tarafından paylaşılan yalan haberler sahte haber sitelerinden veya bireysel paylaşım yapanlardan çok daha ciddi sonuçlar doğurabilmektedir (Lyons ve ark., 2021).

Yalan haberler birçok kişi tarafından demokrasi için de gerçek ve mevcut bir tehlike olarak görülmektedir. Bununla ilgili Avrupa Birliği dahil çok sayıda ülke bu sorun için araştırmalar başlatmış, konuyu tartışmak için oturumlar düzenlemiş veya komiteler oluşturmuştur (Lyons ve ark., 2021). Bununla birlikte sosyal medyada yayınlanan yalan haberleri tespit etmek, çürütmek ve ortadan kaldırmak için sürekli ve sistematik olarak etkili çalışmalar gerçekleştirilmesi kaçınılmaz bir gerçektir. Yalan haberlerle mücadele, sosyal medya çağında belki de en zorlu işlerden biri olsa da demokrasiyi ayakta tutmak için kesinlikle çok değerli bir çaba olacağı söylenebilir (Yang ve Horning, 2020).

Özetlemek gerekirse; internet günümüzde yüksek oranda sorunlu bir şekilde kullanılmaktadır. Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin sosyal medyada geçirdikleri saat sayısı önemli ölçüde artmaktadır. Sanal bağımlılıklar da dâhil olmak üzere istenmeyen alışkanlık ve davranışların gelişmesi sosyal medyanın kontrolsüz kullanımının sonuçlarından biridir. Bu tür istenmeyen davranışlardan biri, genç neslin akıllı telefonlarının ve bilgisayarlarının aşırı kullanımına yol açan sosyal medyanın yoğun kullanımından kaynaklanan FoMO'dur (Cabrera ve ark., 2019). Son yıllarda literatürde sıkça tartışılan FoMO, İngilizce 'Fear Of Missing Out' sözcüklerinin ilk harflerinden oluşan kısaltmasıyla tanımlanmaktadır. FoMO kavramı literatürde ilk kez Przybylski tarafından ifade edilmiştir (Erdoğan ve ark., 2021).

Bireylerin, kendisinin bulunmadığı durumlar veya ortamlarda başkalarının ödüllendirici tecrübeler yaşama ihtimaline dair yaygın bir endişe olarak ifade edilen FoMO, başkalarının

yaptıkları ile sürekli olarak bağlantıda kalma arzusuyla karakterize edilmektedir. Bu düşünce doğrultusunda, düşük seviyedeki temel ihtiyaç tatmini, FoMO ve sosyal medya katılımıyla iki şekilde ilişkili olabilmektedir. İlk olarak bağlantı doğrudan olabilir; temel ihtiyaç doyumu düşük olan bireyler, başkalarıyla temasa geçmek için bir kaynak, sosyal yetkinliği geliştirmek için bir araç ve sosyal bağları derinleştirmek için bir fırsat olarak algılandığından sosyal medya kullanımına yönelebilmektedirler. İkincil olarak temel ihtiyaçlar ile sosyal medya etkileşimi arasındaki ilişki dolaylı da yani FoMO aracılığıyla bağlantılı olabilmektedir. İhtiyaç açıklarının, bazılarını bir şeyleri kaçırma korkusuna karşı genel bir duyarlılığa yönlendirmesi koşuluyla, ihtiyaç tatmininin sosyal medya kullanımıyla ancak FoMO ile bağlantılı olduğu ölçüde bağlantılı olması mümkündür. Farklı bir şekilde söylenecek olursa, bir şeyleri kaçırma endişesi, psikolojik ihtiyaçlardaki yoksunlukları sosyal medya katılımına bağlayan bir arabulucu görevi görebilmektedir (Przybylski ve ark., 2013).

Aynı zamanda günlük hayatta sıklıkla kullanılan akıllı mobil cihazlar aracılığıyla dijital dünyada bulunma ve yeni iletişim platformları olan sosyal medyada devamlı var olma isteği sonucunda oluşan korku şeklinden edilen FoMO'da, bu hissi veya fobiyi yoğun yaşayan bireyler, tam olarak ne kaçırdıklarının farkında olmamalarına rağmen, sürekli olarak başkalarının kendisinden çok daha kaliteli bir hayata sahip olduğunu düşünebilmektedirler (Aydın, 2018).

Teknolojik gelişmelerin insanların hayatında önemli değişimler yaşattığı günümüz dünyasında teknoloji, sağladığı faydalarla birlikte olumsuz sonuçlar da doğurmaktadır. Bu olumsuz durumların iyi anlaşılması, tam olarak neyi ifade ettiği, kaynağının bilinmesi ve bu çerçevede uygun müdahalelerin yapılması önemlidir. Bu olumsuz sonuçlardan biri olarak kabul edilen ve özellikle son yıllarda çok sayıda insanın hayatını etkileyen FoMO'nun da iyi anlaşılması, mücadele ve müdahaleler açısından önem arz etmektedir (Tanhan ve ark., 2022). FoMO ile birlikte özellikle sosyal medya kullanımında yaşanan artış ve akabinde yalan haber paylaşma sıklığındaki yükseliş konusu çeşitli araştırmalarda farklı yönlerle ele alınmaktadır.

Literatür incelendiğinde sosyal medya kullanımı ile FoMO ve yalan haber paylaşma ilişkisiyle ilgili çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür. Bu araştırmalardan biri olan Alvi ve Saraswat'ın (2021) Hindistan'da yaptıkları araştırmaya göre, insanların güncel ve dolu içerikli sosyal ağlara yakınlığı yansıtmak için sosyal medyada yalan haber paylaştığı görülmektedir. Araştırmada katılımcıların çoğunluğu haberin gerçekliğini doğrulamadan, hızlı bir şekilde kendi çevrelerinde paylaşmaktadır. Çalışmada elde edilen dikkat çekici bir sonuç da sansasyonel, duygusal ve şok edici bilgiler edinme niyetinin, sosyal medya kullanıcılarını yalan haberleri paylaşmaya sevk etmesidir. Çalışma ayrıca, haberleri doğrulatmanın paylaşım oranını azalttığını ortaya koymaktadır.

Cabrera ve arkadaşlarının (2019) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları başka bir çalışmada, FoMO ve sosyal medya kullanımının öğrenciler arasında sorunlu internet kullanımını arttırdığını tespit etmişlerdir.

2022 yılında ABD’de yapılan bir çalışmada, sosyal medya kullanımı ve yalan haber arasındaki bağı ortaya koymayı hedefleyen fenomenolojik çalışmanın birincil amacı, sosyal medya ortamlarında yalan haberlerin cazibesini ve tehlikesini anlamaktır. Çalışmanın sonuçlarına göre sosyal medya, 2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında yalan haberlerin yayılması için son derece verimli bir zemin olduğunu kanıtlamış ve yalan haber alma ile paylaşma kombinasyonunu, bunların katılımcıların yaşamları üzerindeki etkilerini araştırmak için zengin bir fırsat sağlamıştır (Shirsat ve ark., 2022)

Erdoğan ve Şanlı (2019) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan FoMO’nun sosyal medya davranışları hakkındaki etkisini konu edinen çalışmalarına göre ise, öğrencilerin FoMO ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkinin pozitif yönde anlamlı olduğu sonucuna varmışlardır.

Ergenlerin FoMO ile Facebook kullanım arasındaki ilişkiyi inceleyen bir başka çalışmaya göre, ergen bireyler akran etkileşimlerini kaçırma duygularından dolayı önemli oranda stres yaşadıklarını ortaya koymaktadır. Bu nedenle, ergenlerin FoMO’su, ergenlerin Facebook kullanımıyla ilgili stresini, özellikle Facebook’taki akranlarına ait olmama stresi ile Facebook’ta popüler olmama stresini de artırmakta ve paylaşımlarını etkilemektedir (Beyens ve ark., 2016).

Sosyal medya kullanımının karanlık tarafı ile sosyal medya kullanıcıları arasındaki yalan haber paylaşım davranışlarının ilişkilerinin incelendiği bir çalışmada ise sosyal karşılaştırma teorisi, kendi kaderini tayin teorisi, rasyonel seçim teorisi ve psikoloji ve iletişim üzerine çığır açan çalışmalar kullanılarak formüle edilen araştırma modelini test etmek için 1022 sosyal medya kullanıcılarından büyük bir kesitsel veri toplanmıştır. Çalışma sonuçları, çevrimiçi güven, kendini ifşa etme, FoMO ve sosyal medya yorgunluğunun (kasıtlı olarak) yalan haber paylaşımı ile pozitif ilişkili olduğunu göstermektedir (Talwar ve ark., 2019).

Selçuk Üniversitesi öğrencileri arasından seçilen bir örneklem üzerinde yürütülen bu çalışma; FoMO’nun yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisi ve bu süreçte sosyal medya kullanım davranışının aracılık rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Teknolojik araçların gündün güne etkisini daha fazla hissettirdiği bu çağda, FoMO gibi psikolojik problemlerin, yalan haber paylaşım davranışını nasıl etkilediğini ortaya koyması ve ilgili literatüre güncel bilgiler kazandırması bakımından bu araştırmanın sonuçları önem taşımaktadır.

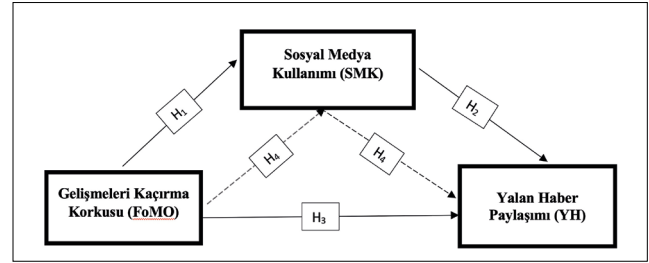
Yöntem

Bu çalışmada; gelişmeleri kaçırma korkusunun, sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisinde, sosyal medya kullanımının aracılık rolü incelenmektedir. Nicel araştırma yönteminden yararlanılan çalışmada, 388 kişiden sağlanan veriler mercek altına alınmaktadır.

Araştırma Modeli

Gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medyada yalan haber paylaşımı ilişkisinde, sosyal medya kullanım aracılığını analiz etmeye ilişkin bu araştırma, ilişkisel tarama modeli olarak dizayn edilmiştir. Bu model, iki veya ikiden çok değişken arasındaki ilişkiyi esas almakta; değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkilerini ortaya koymaya yönelik olarak tercih edilmektedir (Creswell, 2017). Modelde FoMO bağımsız değişkeni, sosyal medyada yalan haber paylaşımı bağımlı değişkeni ve sosyal medya kullanımı ise aracı değişkeni oluşturmaktadır.

■ **Şekil 1.**
Araştırma Modeli.



Hipotez 1: Gelişmeleri kaçırma korkusunun, sosyal medya kullanımı üzerinde pozitif anlamlı etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 2: Sosyal medya kullanımının, sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

Hipotez 3: Gelişmeleri kaçırma korkusunun, sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

Hipotez 4: Gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medyada yalan haber paylaşımı ilişkisinde, sosyal medya kullanımının aracılık rolü bulunmaktadır.

Araştırma Grubu

Bu çalışmanın evrenini, Selçuk Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren öğrenciler oluşturmaktadır. Üniversite öğrencileri gibi toplumun genç ve ergen kesimi, yetişkinlere nazaran daha çok FoMO yaşama eğiliminde olduğu bilinmektedir. Bunun başlıca sebebi, genç bireylerin teknolojik cihazları daha fazla kullanmasıdır. Bu kişilerin, sosyal medya platformlarında hayatlarını, başkaları ile



karşılaştırma eğilimi sebebiyle, FoMO'yu tecrübe etme potansiyeline daha çok sahiptirler (Anwar ve ark., 2020). Artık toplumsal hayatta insanlar, başkalarının nasıl davrandığına ve düşündüğüne; bu durumun kendilerine ne şekilde yansıdığına önem veren sosyal varlıklar haline gelmiştir (Abel ve ark., 2016). Bu merak, gençler arasında teknoloji kullanımını tetiklemektedir. Çünkü dijital ortamlar, önemli boş zaman aktivitelerinden birine dönüşmekte ve genç bireylerin çoğalarak, 'gerçek yaşam' benliklerinin bir uzantısı şeklinde görülmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). Bilhassa başkalarının dünyasıyla devamlı haberdar olma ve onların yaşamında olup biteni gözlemleme isteği, üniversiteli gençlerin sosyal medya gibi teknolojik araçlara ilgisi ile paylaşımlarını çoğaltmaktadır (Abel ve ark., 2016; Fioravanti ve ark., 2021).

Çalışmanın örneklemini belirlemede Olasılıksız Örneklem Alma Tekniğinden biri olan, Yargısal Örneklem Tekniği esas alınmış ve 400 üniversite öğrencisi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Ön inceleme sonrasında 388 anketin analiz için uygun olduğu tespit edilmiştir. Anketlerin geri dönüşüm oranı yüzde 97'dir. Çalışmada görüş bildiren örneklem grubu, sayı olarak yüzde 5 kesinlik seviyesinde ($\pm 0,05$ örnekleme hatası), araştırma nüfusunu temsil etme yeteneğine sahiptir (Erdoğan, 2003; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004).

Örneklemdaki kişilerin; yüzde 47,7'si erkeklerden, yüzde 52,3'ü ise kadınlardan oluşmaktadır. Yüzdeler veriler, cinsiyet açısından karşılaştırma yapmaya uygundur. Yaş sorusunun betimleyici istatistiği, araştırma sorularına cevap veren üniversite öğrencileri arasında, en düşük 18, en yüksek 57 yaşındaki katılımcının bulunduğu göstermektedir. Görüşüne başvuru alan kişilerin yaş ortalaması ise 21,32'dir.

Veri Toplama Araçları

FoMO Ölçeği (Fear of Missing Out Scale-FoMO): Araştırma kapsamında kullanılan bu ölçek; Przybylski ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen, 5'li Likert (1= Hiç doğru değil, 5= Son derece doğru) tipinde 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçek bireyin, akranları ve sosyal gruplarıyla temas halinde olmadığına dair bir sosyal kaygı biçimi (Baumeister ve Tice, 1990) ya da dışlanmışlık hissi (Pundir ve ark., 2021) içeren maddeleri bir araya getirmektedir. Katılımcılar, her bir maddenin ne kadar doğru olduğunu (örneğin, "Planlanmış bir toplantıyı kaçırmak canımı sıkar.") 1 ile 5 arasında puanlayarak bildirmektedirler. Ölçekte FoMO skorları, ölçek maddelerinde yüksek puan alan maddelerin ortalamasının alınmasıyla meydana getirilmiştir. Türkçe'ye uyarlamasını Gökler ve arkadaşlarının (2016) yaptığı ölçek, gerekli iç tutarlılığa ve alanda uygulanabilme geçerliliğe (Cronbach's $\alpha = ,81$) sahiptir. Çalışmada ölçeğin geneli için güvenilirlik katsayısı ,84 olarak bulunmuştur. Ölçüm aracındaki düzeltilmiş madde-toplam korelasyon katsayılarının ,342 ile ,613 arasında olduğu görülmektedir.

Yalan Haber Paylaşımı Ölçeği: Yalan Haber Paylaşımı Ölçeği, Apuke ve Omar (2021) tarafından, yakın tarihli çalışmalar (Khan ve Idris, 2019; Talwar ve ark., 2019) göz önünde bulundurularak geliştirilmiştir. Beş maddelik ölçek, 5'li Likert (1= Kesinlikle Katılmıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum) şeklindedir. Yazarlar, maddelerin belirsizliğini azaltmak için, veri toplamadan önce 30 katılımcı ile bir pilot çalışma gerçekleştirmiş ve uzman görüşlerinden yararlanmışlar, sonrasında ölçeğin güvenilirliğini ,82 olarak belirlemişlerdir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlaması, gerekli izinler alındıktan sonra, bu çalışmanın araştırmacıları tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda dil geçerliği açısından; alanında uzman 3 akademisyene, İngilizce ve Türkçe uyarlamasını karşılaştırmaları istenmiş ve sahada uygulanan ölçeğin maddeleri arasındaki Korelasyon Analizi sonuçları mercek altına alınmıştır. Böylelikle, nihai Türkçe ölçek hazır hale getirilmiştir. Ölçekte "Sosyal medyada günlük gelişmelerle ilgili, sonradan şaka olduğunu öğrendiğim bilgileri paylaşıyorum", "Sosyal medyada günlük gelişmelerle ilgili doğru görünen içerikler paylaşım ve sonradan gerçek dışı olduğunu öğrendim", "Sosyal medyada, günlük gelişmelerle ilgili abartılı olan, ancak paylaşım anında, abartılı olduğum farkında olmadığım içerikler paylaştım", "Güvenilir kaynaklar aracılığıyla gerçekleri kontrol etmeden, günlük gelişmelerle ilgili, sosyal medyada içerik paylaşıyorum" ve "Yazının tamamını okumadan, sosyal medyada, günlük gelişmelerle ilgili içerik paylaşıyorum" gibi maddeler bulunmaktadır. Ölçekten alınacak en düşük puan 5, en yüksek puan 25'tir. İlgili çalışmada ölçüm aracının güvenilirlik katsayısı Cronbach's $\alpha = ,88$ 'dir. Ölçekteki maddelerin düzeltilmiş madde-toplam korelasyon katsayıları; ,460 ile ,655 aralığındadır. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonucunda tek boyutlu yapı ortaya konulmuştur. Eigenvalue değeri 2,71>1'den büyük olan tek boyut, toplam varyansın yüzde 54,27'sini açıklamaktadır (KMO= ,794; $X^2 = 525,10$; $p = ,000$).

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMUIS): Bu ölçeğin (Social Media Use Integration Scale-SMUIS), orijinal hali Jenkins-Guarnieri ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilmiştir. '1 Hiç katılmıyorum,' '6 Tamamen katılıyorum' şeklinde 6'lı Likert şeklinde dizayn edilen ölçek 10 maddeden oluşmaktadır. "Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum" şeklinde olan ölçeğin 8'inci maddesi ters kodlanmaktadır. Ölçekten elde edilen puanların yüksek olmasının sosyal medya kullanım seviyesinin arttığı anlamına gelirken, ölçekten en yüksek 60 en düşük 10 puan elde edilebilmektedir. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri ,91 olarak bulgulanmıştır. Akin ve arkadaşlarının (2015) Türkçe'ye uyarlamasını yaptığı ölçeğin tamamı için iç tutarlılık katsayısı, ,87; boyutları olan sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı için ,87, sosyal rutinlerle bütünleşme için ,71, olarak hesaplanmıştır. Balci ve Sarıtaş'ın (2019) çalışmasında Cronbach's Alpha= ,83 olarak bulunmuştur. Ölçekte bulunan maddelerin düzeltilmiş madde-toplam korelasyon katsayıları ise ,369 ile ,643 aralığında olan bu araştırmada ise ölçek güvenilirlik katsayısı, 88'dir.

Kişisel Bilgi Formu: Örneklemdeki bireylerin sosyo-demografik özelliklerini (cinsiyet ve yaş) belirlemek amacıyla oluşturulan bu bölüm araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır.

Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Araştırma için veriler; örneklemdeki üniversite öğrencileriyle fiziksel ortamda yüz yüze görüşme yöntemiyle, 1-15 Nisan 2022 tarihleri aralığında toplanmış ve istatistik programı desteğiyle bilgisayar ortamında işlenmiştir. Çalışmada yer alan *Gelişmeleri Kaçırma Korkusu* (Skewness (Çarpıklık): ,031; Kurtosis (Basıklık): -,020), *Sosyal Medya Kullanımı* (Skewness: -,252; Kurtosis: -,043) ve *Yalan Haber Paylaşımı* (Skewness: ,995; Kurtosis: ,444) ölçekten elde edilen Skewness ve Kurtosis oranları -1,0 ile +1,0 aralığında olduğu için sahadan toplanan verilerin normal dağıldığı söylenebilir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkinin gücü ve yönünü belirlemede *Korelasyon Analizi*; cinsiyete göre farklılıkları tespit etmek amacıyla da *Bağımsız Örneklem T-Testi* kullanılmıştır. FoMO ve sosyal medya kullanımının, yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisini incelemeye *Yapısal Eşitlik Modeli* (Yol Analizi) esas alınmıştır.

Etik Kurul Kararı

Bu araştırmanın gerekli etik kurul izni, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Etik Kurulundan 28.03.2022 tarihli E-261902 sayılı belge ile alınmıştır. Örneklemde yer alan üniversite öğrencilerinin araştırmaya katılımlarının gönüllülüğe dayalı olduğu bilgisi kendilerine çalışmaya katılımlarından önce verilmiştir.

Bulgular ve Yorum

Bu başlık altında öncelikli olarak, ölçeklerin geçerlilik analizleri ile betimleyici istatistik ve korelasyon analizleri sunulmaktadır. Daha sonra FoMO'nun sosyal medya kullanımı ve yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisi ile sosyal medya kullanımının yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisine ilişkin analiz sonuçları değerlendirilmektedir. Son olarak da FoMO'nun, sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisinde, sosyal medya kullanımının aracılık rolü mercek altına alınmaktadır.

Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Araştırma kapsamında yararlanılan FoMO, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Yalan Haber Ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlik oranlarını belirtmek üzere; yakınsak geçerlik için Cronbach's α katsayısı ile AVE (Average Variance Extracted) ve CR (Composite Reliability) değerleri (Cronbach's α katsayısı SPSS programında, AVE ve CR değerleri Excel programı ile hesaplanmıştır) incelenmiştir. Çünkü yapısal modelde anlamlı bir ilişki için analiz öncesinde, ölçme modelinin istenilen geçerlilik ve güvenilirliğe sahip olması beklenmektedir (Çiçek ve Kılınç, 2020).

Tablo 1.

FoMO, Sosyal Medya Kullanımı ve Yalan Haber Ölçeklerinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları.

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's α	AVE	CR
FoMO Ölçeği	10	0,84	0,46	0,83
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	10	0,88	0,42	0,81
Yalan Haber Ölçeği	5	0,88	0,54	0,85

FoMO= Gelişmeleri Kaçırma Korkusu; SMK= Sosyal Medya Kullanımı, YH= Yalan Haber Paylaşımı.

Sonuçlar incelendiğinde, ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu dikkat çekmektedir (Özdamar, 2002). Yalan Haber Ölçeği için AVE değerlerinin 0,50'nin üstünde; diğer iki ölçek için ise 0,50 altında olduğu görülmektedir. CR değerleri her üç ölçek için 0,70'ten yüksektir. AVE değerlerinin 0,5'ten büyük olması gerekmektedir. Literatür incelendiğinde CR değerinin 0,60'tan büyük olduğu sonuçlarda, AVE değerinin 0,50'den küçük olmasının kabul edilebilir olduğu belirtilmektedir (Hair ve ark., 2010). Yine yakınsak geçerlilik analizi sonuçları; CR \geq 0,7 ve CR>AVE koşulunu karşılamaktadır (Byrne, 2016; Eskiler ve Altunışık, 2017; Fornell ve Larcker, 1981; Gözmen Elmas ve Aşçı, 2021).

Tablo 2.

FoMO, Sosyal Medya Kullanımı ve Yalan Haber Paylaşımı Ölçeklerinin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonuçları.

Ölçek / Model	$\Delta\chi^2$	p	df	$\Delta\chi^2/df$	RMSEA	GF	CFI	SRMR
FoMO	108,248	,000	34	3,184	,075	,940	,928	,053
SMK	97,457	,000	34	2,886	,069	,949	,946	,045
YH	11,533	,000	4	2,883	,070	,988	,985	,026

Not: RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation; GF= Goodness of Fit Index; CFI= Comparative Fit Index; SRMR= Standardized Root Mean Square Residual.
* $p < ,001$

Araştırma kapsamında her üç ölçeğin yapı geçerliliğini sağlamak adına ise, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmış ve ölçeklerin tek faktörlü yapısı test edilmiştir.

Tablo 2'de sunulan uyum indeksleri için, kabul edilen değerlerin sağlandığı (Hooper ve ark., 2008; Meydan ve Şeşen, 2011; Simon ve ark., 2010) ve ölçeklerin test edilen yapılarının doğrulandığı dikkat çekmektedir.

Ölçeklerin Betimleyici İstatistikleri ve Korelasyon Analizi Araştırmanın amacını ortaya koymak için izlenen yolda; gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve can sıkıntısı ölçeklerine ait betimleyici istatistik sonuçları ve birbirleriyle olan ilişkileri Tablo 3'te sunulmuştur.



Betimleyici istatistik sonuçları; üniversite öğrencilerinin FoMO ($\bar{X}= 26,37$) ve sosyal medyada yalan haber paylaşımı ($\bar{X}= 7,21$) düzeylerinin çok yüksek olmadığına dikkat çekmektedir.

Tablo 3.

FoMO, Sosyal Medya Kullanımı (SMK) ve Yalan Haber Paylaşımı (YH) Ölçekleri İçin Betimleyici İstatistik ve Korelasyon Analizi Sonuçları.

Ölçekler	Betimleyici İstatistikler				Korelasyon Analizi		
	Min.	Max.	\bar{X}	SD	1	2	3
1. FoMO ¹	10	48	26,37	6,83	-	,529**	,320**
2. SMK ²	10	48	28,40	7,59		-	,289**
3. YH ³	5	25	7,21	3,05			-

Not: FoMO= Gelişmeleri Kaçırma Korkusu; SMK= Sosyal Medya Kullanımı; CS= Yalan Haber
** $p < ,001$

Tablo 3 incelendiğinde FoMO, sosyal medya kullanımı ve yalan haber paylaşımı arasında pozitif anlamlı ilişkilerin varlığı dikkat çekmektedir. FoMO ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönlü orta düzey ($r(388)=,529$); FoMO ile yalan haber paylaşımı arasında pozitif yönde zayıf düzey anlamlı ilişki ($r(388)=,320$) söz konusudur. Sosyal medya kullanımı ile yalan haber paylaşımı arasında da pozitif yönlü zayıf ilişkinin ($r(388)=,289$) varlığı bu araştırma ile belirlenmiştir. Bu durumda FoMO ve sosyal kullanım düzeyi arttıkça, sosyal medyada yalan haber paylaşımında bir artış yaşanmaktadır.

Cinsiyete Göre Fark Testleri

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre FoMO ($t(386)= -2,17$; $p < ,05$) ve sosyal medya kullanım düzeyleri ($t(386)= -2,77$; $p < ,01$) anlamlı farklılık göstermektedir. Ancak öğrencilerin cinsiyeti, sosyal medyada yalan haber paylaşımı açısından bir farklılık oluşturmamaktadır ($t(386)= 1,44$; $p > ,05$).

Tablo 4.

Cinsiyete Göre FoMO, Sosyal Medya Kullanımı (SMK) ve Yalan Haber Paylaşımı (YH) Düzeyindeki Farklılık.

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	Sig.	Cohen's d
FoMO Ölçeği	Erkek	185	25,58	-2,17	,030	-0,22
	Kadın	203	27,09			
SMK Ölçeği	Erkek	185	27,29	-2,77	,006	-0,28
	Kadın	203	29,41			
YH Ölçeği	Erkek	185	7,45	1,44	,149	0,14
	Kadın	203	7,00			

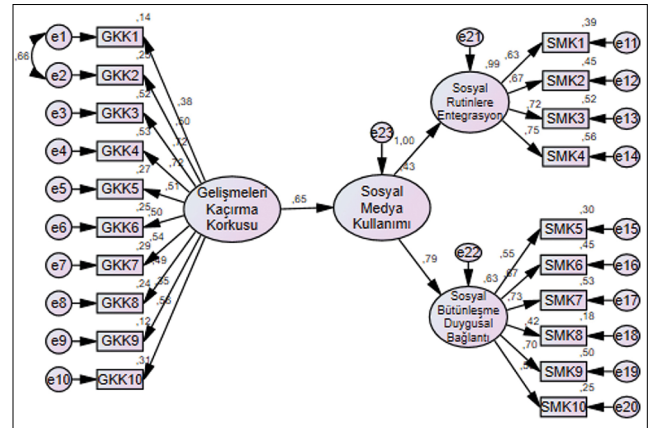
Betimleyici istatistik sonuçları; kadınların ($\bar{X}= 27,09$) FoMO düzeylerinin, erkeklere ($\bar{X}= 25,58$) nazaran daha yüksek olduğuna işaret etmektedir. Anlamlı farklılığın etki büyüklüğü açısından Cohen (1988)'s d değeri incelendiğinde; zayıf düzey etkinin ($d= -0,22$) varlığı dikkat çekmektedir. Benzer şekilde sosyal medya kullanımı açısından kadınların ($\bar{X}= 29,41$), erkeklere ($\bar{X}= 27,29$) üstünlüğü söz konusudur. Burada da farklılığın etki büyüklüğü zayıf düzeydedir ($d= -0,28$).

Etki Analizleri

Bu başlık altında ilk olarak FoMO, sosyal medya kullanım davranışı üzerindeki etkisini test etmek üzere, yapısal eşitlik modeli (Yol Analizi) uygulanmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 5'te ortaya konulmuştur.

Şekil 2.

Yol Analizi 1 (Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Sosyal Medya Kullanımına Etkisi).



Analiz sonuçları FoMO'nun, sosyal medya kullanımı (SMK) üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin ($\beta= ,654$; $p < ,001$) olduğuna dikkat çekmektedir. FoMO düzeyindeki bir birimlik artış, sosyal medya kullanım davranışı üzerinde 0,654'lük artışa neden olmaktadır. Bu artışın pozitif yönlü olduğu ise; tahmini β değeri üstünden gösterilmektedir. Uyum iyiliği değerlerinin ise kabul edilebilir düzeyde olduğu (Hooper ve ark., 2008; Meydan ve Şeşen, 2011; Simon ve ark., 2010) belirlenmiştir. Modelde yer alan FoMO Ölçeğinde; e1 ile e2 maddeleri arasında iyileştirme yapılmıştır. Bu sonuçlar aynı zamanda, Hipotez 1'in doğrulandığını göstermektedir.

Tablo 5.

FoMO'nun Sosyal Medya Kullanımı (SMK) Üzerindeki Etkisine İlişkin Yol Analizi Sonuçları.

Etki	Tahmin (β)	Standart Hata	t	p	Sonuç
FoMO → SMK	,654	0.079	6.272	***	Kabul

Uyum İndeksleri:
 $\Delta\chi^2/df= 2,216$; RMSEA= 0,056; GFI= 0,906; AGFI= 0,881; IFI= 0,916; CFI= 0,916; SRMR= 0,053
 *** $p < ,001$



Üçüncü modelde FoMO'nun, sosyal medyada yalan haber paylaşım davranışı üzerindeki etkisi mercek altına alınmış ve buradan sağlanan veriler Tablo 7'de sunulmuştur. Oluşturulan yapısal modelde FoMO'nun yalan haber paylaşımı üzerinde, anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin ($\beta = ,383$; $p < ,001$) olduğu elde edilmiştir. FoMO'daki bir birimlik artış, sosyal medyada yalan haber paylaşımında 0,383'lük bir artışa sebebiyet vermektedir. Etkinin pozitif yönlü olduğu ise; tahmini β değeri üzerinden gösterilmektedir. Uyum iyiliği değerlerinin ise kabul edilebilir düzeyde olduğu bulgulanmıştır. Modelde yer alan FoMO Ölçeğinde; e1 ile e2 maddeleri arasında iyileştirme yapmaya ihtiyaç duyulmuştur. Bu sonuçlarla birlikte, Hipotez 3'ün doğrulandığı söylenebilir.

Tablo 7. FoMO'nun Yalan Haber Paylaşımı (YH) Üzerindeki Etkisine İlişkin Yol Analizi Sonuçları.

Etki	Tahmin (β)	Standart Hata	t	p	Sonuç
FoMO → YH	,383	0.100	4.482	***	Kabul

Uyum İndeksleri:
 $\chi^2/df = 2,548$; RMSEA= 0,063; GFI= 0,924; AGFI= 0,897; IFI= 0,917; CFI= 0,916; SRMR= 0,065

*** $p < ,001$

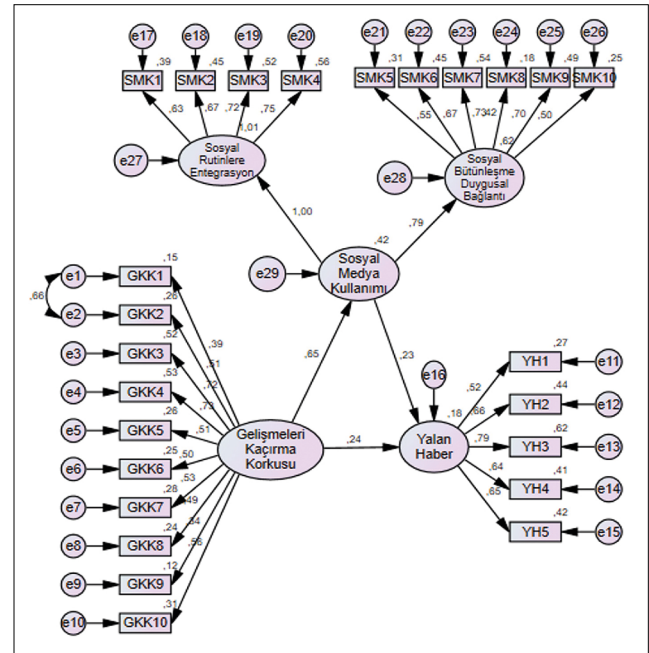
Literatür incelendiğinde, benzer sonuçları ortaya koyan çalışmalar (Ahmed, 2022; Talwar ve ark., 2019) yer almaktadır. FoMO'nun sosyal medyada haber paylaşımı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan bireylerin, sosyal medya ortamında başkalarıyla gönderi paylaşma olasılığı daha yüksektir. Bu durum beraberinde sosyal ağlarda, yalan haber paylaşımını artırmaktadır (Ahmed, 2022). Son zamanlarda yürütülen araştırmalar (Apuke ve Bahiyah, 2021; Chen ve ark., 2015; Talwar ve ark., 2019) kullanıcıların, sanal topluluğun ayrılmaz bir parçası olmak istedikleri için, yalan haber paylaşımında bulduklarını bildirmektedir. Gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayanlar ve birincil bilgi kaynağı olarak sosyal medyaya güvenenler; haber paylaşımı yoluyla başkalarıyla bağlantı kurma dürtüsünü daha çok hissedebilir; yanlışlıkla veya istemeyerek, yeni karşılaştıkları yanlış bilgileri

paylaşabilirler (Vosoughi ve ark., 2018). Nottingham Trent Üniversitesi'ndeki (2016) psikologlar tarafından yapılan bir araştırma, FoMO'yu dedikodu paylaşımıyla ilişkilendirmiş ve FoMO'nun, insanları çevrimiçi ortamda daha cesaretli (pervasız) hale getirdiğini tespit etmişlerdir. FoMO nedeniyle artan sosyal medya kullanımı, artan kırılganlık ve pervasızlığın, kullanıcıların yalan haber paylaşımını tetikleyebileceği savunulmaktadır. Ayrıca, azalan öz-denetim, içerikleri paylaşmadan önce, haberleri doğrulamak için gösterilen çabaları azaltmaktadır (Talwar ve ark., 2019).

Son olarak bu araştırma kapsamında FoMO'nun sosyal medyada Yalan Haber (YH) paylaşımı üzerindeki etkisinde, sosyal medya kullanım davranışının aracılık rolü olup olmadığını test etmek için Şekil 5'te sunulan ve Tablo 8'de regresyon ağırlıkları verilen yapısal eşitlik modeli dizayn edilmiştir.

Şekil 5.

Aracılık Analizi (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ve Yalan Haber İlişkisinde Sosyal Medya Kullanımının Aracılık Rolü).



Tablo 8. FoMO ve Yalan Haber Paylaşımı İlişkisinde Sosyal Medya Kullanımının Aracılık Rolü.

Etki (Aracı yokken)	Tahmin (β)	Standart Hata	t	p	Sonuç
FoMO → YH	,383	0,100	4,482	***	Kabul
Doğrudan Etki (Aracı varken)					
FoMO → SMK → YH	,237	0,112	2,494	0,013*	Kabul
Dolaylı Etki (Aracı varken)	Tahmin (β)		Güven Aralığı		
FoMO → SMK → YH	,147		(0,030 – 0,267)		Anlamlı (Aracılık var)

Uyum İndeksleri:
 $\chi^2/df = 2,097$; RMSEA= 0,053; GFI= 0,901; AGFI= 0,869; IFI= 0,904; CFI= 0,903; SRMR= 0,060

*** $p < ,001$, * $p < ,050$

Oluşturulan modelde aracı yokken FoMO'nun, sosyal medyada yalan haber paylaşımında pozitif yönde anlamlı etkisinin varlığı görülmektedir ($\beta = ,383$; $p < ,001$). Bu anlamlı etkide aracı değişken olan sosyal medya kullanımının rolü incelenmiş; elde edilen modelin sonuçları doğrultusunda, yüzde 95 güven aralığında bulunan değerlerin 0'ı içermemesiyle (0.030-0.267) sosyal medya kullanımının aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

FoMO ile yalan haber paylaşımı ilişkisinde sosyal medyanın kullanımının aracılık ettiğinin ortaya çıkmasından sonra söz konusu aracılığın türünü bulmak için doğrudan etkinin anlamlı olup olmadığı da mercek altına alınmıştır. Sonuç olarak doğrudan etkinin anlamlı olduğu, ancak etki kat sayısı değerinin azaldığı sonucuna varılmış ($\beta = ,237$; $p < ,01$) ve aracının, kısmi aracı olduğuna karar verilmiştir. Yapılan analizlerde elde edilen uyum iyiliği oranlarının kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, Hipotez 4'ün doğrulandığını ortaya koymaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırma; üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklem üzerinde, FoMO'nun sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerindeki olası etkilerini test etmek üzere dizayn edilmiştir. Öncelikli olarak çalışmada FoMO'nun sosyal medya kullanımını artırdığı bulgulanmıştır. **Çoğu insan, sosyal medyayı geniş kitlelerle iletişim kurmanın, kendilerini ve hayatlarını göstermenin veya başkalarının hayatlarını tanımanın bir yolu olarak kullanabilir. Sosyal medyaya erişim kolaylığı, FoMO gibi kaygı ve rahatsızlık hissine sahip insanlara önemli fırsatlar sunmaktadır.** Sosyal medya platformlarını kullanıcılar geniş bir izleyici kitlesiyle etkileşim kurma, iletişim halinde olma, faaliyetleri tanıtmaya ve başkalarını takip etmenin bir yolu olarak kullanmaktadırlar. Başkalarının ne yaptığını bilmeye yönelik bu erişim, huzursuz, endişe dolu, bir şeyi kaçırma duygularına sahip insanların sosyal medya kullanımını artırabilmektedir (Hetz ve ark., 2015). Bizim çalışmamızda ortaya çıkan sonuçları destekler düzeyde Przybylski ve arkadaşları (2013), genç yetişkinlerden meydana gelen bir örneklemle FoMO'nun duygusal ve davranışsal bağıntılarını araştırmış ve FoMO'nun daha yüksek Facebook kullanımıyla olumlu bir şekilde ilişki gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. Daha spesifik olarak, araştırmalar, FoMO'dan muzdarip insanların sosyal ağ siteleriyle sağlıklı ilişkiler içinde olma eğiliminde olduklarını bulmuştur (Çetinkaya ve ark., 2021).

Bunun yanında FoMO'nun sosyal medya kullanımını teşvik etmesi de muhtemeldir. Sosyal medyayı daha fazla kullanan bireyler, aynı zamanda daha yüksek düzeyde bir şeyi kaçırma korkusu taşımaktadır (Valkenburg ve ark., 2016). Bilindiği gibi insanlar, başkalarıyla ilişki içinde olmak için doğuştan gelen bir dürtüye sahiptir. Sosyal medya, bu tür bağlantılar kurmaya çalışmak için her yerde mevcut olan bir kanaldır. Bununla birlikte, sosyal medyanın ikili doğası, bağlantı kurmak için neredeyse sonsuz sayıda fırsatla karşı

karşıya kalındığında, bu tür sosyal medya kullanımının kişinin FoMO'sunu artırabileceğini düşündürmektedir. FoMO, sosyal medya yoğunluğunu yönlendirir ve sosyal medya yoğunluğu aracılığıyla, sosyal bağlantı üzerinde dolaylı bir olumlu etkiye sahiptir. Bu nedenle, FoMO'nun bazı durumlarda daha fazla sosyal bağlantı duygusuna yol açabilecek bir faktör olabileceği ileri sürülmektedir (Roberts ve David, 2020). Günümüz toplumlarında sosyal medyanın kullanımı, giderek daha popüler hale geldikçe FoMO ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi anlama ihtiyacı devam etmektedir. Bu ilişkiyi bilmenin önemi, insanların nasıl etkileşim kurabileceklerini daha iyi anlamak için temeldir (Abel ve ark., 2016).

Bu çalışmada aynı zamanda sosyal medya kullanımının (SMK) sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerinde pozitif anlamlı etkisi ortaya konulmuştur. Son on yılda, sosyal medya, kolay erişim, hızlı yayılma ve düşük maliyet nedeniyle, haber kullanımı için giderek daha popüler hale gelmeye başlamıştır. Bununla birlikte, sosyal medya 'yalan haberlerin', yani kasıtlı olarak yanlış bilgiler içeren haberlerin, bol miktarda çoğalmasına da olanak tanımaktadır. Bu haliyle sosyal medyadaki yalan haberlerin dikkate değer olumsuz toplumsal etkileri söz konusudur. Farklı toplumsal olaylar sırasında, herhangi bir doğrulama olmadan yayılan haberler, kendilerine iletilen tüm içeriklere inanma eğiliminde oldukları için sıradan insanların güvenini etkileyebilmektedir. Sosyal medyadaki bu yoğun bilgi yayılımı, haber ekosisteminin özgünlük dengesini bozarak, bireyleri olduğu kadar toplumu da olumsuz etkileyebilir. Yalan haber; bireylerin sadece yorumlama biçimini değiştirmekle kalmaz, aynı zamanda onları kasıtlı olarak önyargılı veya yanlış inançları kabul etmeye ikna eder. Bazı haberler, insanların güvensizliğini tetiklemek ve kafalarını karıştırmak, neyin yanlış neyin doğru olduğunu ayırt etme yeteneklerini engellemek için kasıtlı olarak yaratılabilmektedir (Khan ve ark., 2020).

Sosyal medya kullanımı ile ilişkili olarak FoMO'nun da yalan paylaşımı üzerinde pozitif anlamlı etkisi, bu çalışmanın ulaştığı bir başka önemli sonuçtur. Bilindiği gibi sosyal medyanın yaşantımızdaki yerinin, başkalarının sürekli nelerle meşgul olduğunun ve neyi dile getirdiğini bilme ihtiyacını ve isteğini (ve fırsatını) artırdığı bir gerçektir. Günümüzde ilgiye erişebilmek her zamankinden daha kolay olduğu için, sosyal medyanın insanların bilgiyi tüketmelerinde aracı işlevi gördüğü ve onları bilgiyi tüketmede bağımlı hale getirdiği tartışılmaktadır. Sosyal medya, insanlara başkalarıyla kolay bir şekilde bilgi paylaşma fırsatı vermesiyle birlikte onlara, başkalarının ne yaptığını ve ne söylediğini sürekli olarak kontrol etme fırsatı sunar (Abel ve ark., 2016). FoMO düzeyi yüksek bireyler, sosyal ağlarda başka kullanıcılarla daha fazla etkileşim içerisinde olabilirler. Bu durum beraberinde sosyal ağlarda, yalan haber paylaşımını tetikleyebilmektedir. Özetlemek gerekirse, FoMO nedeniyle artan sosyal medya kullanımı, artan savunmasızlık ve pervasızlık, kullanıcıların yalan



haber paylaşımında da artış yaşanmasına neden olabileceği savunulmaktadır. Araştırmalar, internette daha fazla zaman geçiren kullanıcıların, çevrimiçi bilgileri paylaşmadan önce doğrulamadığını belirtmektedir (McGrew ve ark., 2018). Diğer bir ifadeyle sosyal medya ortamında bazı zamanlar insanların başkalarına aldırış etmeden, bilgileri doğrulamak yerine, endişeden hareket ettikleri ve dedikodu bilgilerini paylaşma eğilimi taşıdıkları söylenebilir (Weiss ve ark., 2021).

Sonuç olarak bu çalışmada üniversite öğrencilerinden elde edilen veriler ışığında, FoMO'nun sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisi ile bu süreçte sosyal medya kullanımının aracılık rolü incelenmiştir. Gelecekteki araştırmalarda toplumun farklı kesimleri örnekleme dâhil edilebilir. Yine gelecekteki araştırmalar farklı psikolojik değişkenlerin (sosyal kaygı, narsisizm, benlik sunumu vb.) sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla dizayn edilebilir.

Kaynakça

- Abel, J. P., Buff, C. L. ve Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33-44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>.
- Ackland, R. ve Gwynn, K. (2021). Truth and the dynamics of news diffusion on Twitter. M. Greifeneder, M. Jaffe, E. Newman, ve N. Schwarz (Ed.) içinde, *The Psychology of Fake News Accepting, Sharing and Correcting Misinformation* (s. 27-46). Routledge. <http://dx.doi.org/10.4324/9780429295379-4>.
- Ahmed, S. (2022). Disinformation sharing thrives with fear of missing out among low cognitive news users: a cross-national examination of intentional sharing of deep fakes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 16(1), 89-109. <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2034826>.
- Akın, A., Özbay, A. ve Baykut, İ. (2015). Sosyal medya kullanımı ölçeğinin Türkçe formunun geçerliği ve güvenilirliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 647-652.
- Albarracín, D. (2021). Conspiracy beliefs knowledge, ego defense and social integration in the processing of fake news. M. Greifeneder, M. Jaffe, E. Newman, ve N. Schwarz (Ed.) içinde, *The Psychology of Fake News Accepting, Sharing and Correcting Misinformation* (s. 196-219). Routledge.
- Alvi, I. ve Saraswat, N. (2021). Motivation versus intention of sharing fake news among social media users during the pandemic—a SEM model. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 20(2), 40-62. <https://doi.org/10.17477/jcea.2021.20.2.040>.
- Anwar, Z., Fury, E. D. ve Fauziah, S. R. (2020). The fear of missing out and usage intensity of social media. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 395, 183-187. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.038>.
- Apuke, O. D. ve Bahiyah, O. (2021). Fake news and COVID-19: Modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Information*, 56, 101475. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>.
- Axt, J. R., Landau, M. J., ve Kay, A. C. (2021). Fake news attributions as a source of nonspecific structure. M. Greifeneder, M. Jaffe, E. Newman, ve N. Schwarz (Ed.) içinde, *The Psychology of Fake News Accepting, Sharing and Correcting Misinformation* (s. 220-234). Routledge.
- Aydın, H. (2018). Sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusunun (FoMO) içgüdüsel alımlara etkisinin öz belirleme kuramı ile açıklanması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi İJEAIS*, 17. ÜİK Özel Sayısı, 415-426. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.439179>.
- Balakrishnan, V., Ng, K. S. ve Rahim, H. A. (2021). To share or not to share—The underlying motives of sharing fake news amidst the COVID-19 pandemic in Malaysia. *Technology in Society*, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101676>.
- Balci, Ş. ve Saritaş, H. (2019). Sosyal medya kullanımının bir belirleyicisi olarak narsisizm: Konya'da yaşayan kullanıcılar üzerine bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (AKİL)*, 31, 689-709. <https://doi.org/10.31123/akil.530398>.
- Baumeister, R. F. ve Tice, D. M. (1990). Point-counterpoints: anxiety and social exclusion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9(2), 165-195. <https://doi.org/10.1521/jscp.1990.9.2.165>.
- Beyens, I., Frison, E. ve Eggermont, S. (2016). I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>.

- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Routledge.
- Cabrera, G. A., Andal, A. B., Delariarte, C. F. ve Tanganco, G. J. (2019). Fear of missing out and social networking site usage: Predictors of problematic internet use among college students. *Asia Pacific Journal of Academic Research in Social Sciences*, 4, 56-61.
- Chen, X., Sin, S. C., Theng, Y. L. ve Lee, C. S. (2015). Why students share misinformation on social media: Motivation, gender, and study-level differences. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(5), 583-592. <http://dx.doi.org/10.1016/j.acalib.2015.07.003>.
- Cohen, J. (1988). *The Analysis of variance. In statistical power analysis for the behavioral sciences (Second Edition b.)*. Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>.
- Creswell, J. W. (2017). *Eğitim araştırmaları nicel ve nitel araştırmanın planlanması, yürütülmesi ve değerlendirilmesi*. (H. Ekşi, Çev.), EDAM Yayınları.
- Çetinkaya, A., Kırık, A. M. ve Gündüz, U. (2021). Fear of missing out and problematic social media use: A Research among university students in Turkey. *Academic Journal of Information Technology*, 12(47), 12-31. <http://dx.doi.org/10.5824/ajite.2021.04.001.x>.
- Çiçek, B. ve Kılınç, E. (2020). Teknostresin presentizm ve işten ayrılma niyetine etkisinde dönüşümcü liderliğin aracı rolü. *Business and Economics Research Journal*, 11(2), 555-570. <http://dx.doi.org/10.20409/berj.2020.267>.
- Diz, P. H., Jimenez, J. C. ve Cozar, S. R. (2020). Teens' motivations to spread fake news on WhatsApp. *Social Media+ Society*, 1-14. <http://dx.doi.org/10.1177/2056305120942879>.
- Dwivedi, Y. K., Kelly, G., Janssen, M., Rana, N. P. ve Clement, M. (2018). Social media: the good, the bad, and the ugly. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 419-423. <http://dx.doi.org/10.1007/s10796-018-9848-5>.
- Erdoğan, A., Yılmaz, Y. ve Hocaoğlu, Ç. (2021). Modern çağın yeni hastalığı: Gelişmeleri kaçırma korkusu "FOMO" nedir? Bir gözden geçirme. *Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology*, 3(3), 217-222. <https://doi.org/10.35365/ctjpp.21.3.23>.
- Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist metodoloji: bilimsel araştırma tasarımı, istatistik yöntemler, analiz ve yorum*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, P. ve Şanlı, Y. (2019). Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumları üzerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 615-627. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.598768>.
- Eskiler, E. ve Altunışık, R. (2017). Rol model alma davranışının pozitif sözlü iletişim ve satın alma niyeti üzerine etkisinde marka bağlılığının aracılık rolü. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı(17)*, 687-696. <http://dx.doi.org/10.17130/ijmeh.2017ICMEB1735483>.
- Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S. B., Prostamo, A., Falone, A., Ricca, V. ve Rotella, F. (2021). Fear of missing out and social networking sites use and abuse: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 122, 1-12. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2021.106839>.
- Flanagin, A. J. ve Metzger, M. J. (2000). Perceptions of internet information credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 515-540. <https://doi.org/10.1177/107769900007700304>.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/3151312>.
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E. ve Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkiye sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(Ek1), 53-59.
- Gözmen Elmas, A. ve Aşçı, F. H. (2021). The contesting orientations scale: Validity and reliability study. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 13(3), 470-476.
- Greifeneder, R., Jaffe, M. E., Newman, E. J. ve Schwars, N. (2021). What is new and true about fake news? M. Greifeneder, M. Jaffe, E. Newman ve N. Schwarz (Ed.) içinde, *The Psychology of Fake News Accepting, Sharing and Correcting Misinformation* (s. 1-8). Routledge. <http://dx.doi.org/10.4324/9780429295379-1>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis seventh edition prentice hall*. Pearson.
- Hetz, P. R., Dawson, C. L. ve Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259-272. <https://doi.org/10.1080/15391523.2015.1080585>.
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research*, 6(1), 53-60. <https://doi.org/10.21427/D7CF7R>.
- Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L. ve Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38-50. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0030277>.
- Khan, M. L. ve Idris, I. K. (2019). Recognise misinformation and verify before sharing: a reasoned action and information literacy perspective. *Behaviour and Information Technology*, 38(1), 1-49. <http://dx.doi.org/10.1080/0144929X.2019.1578828>.
- Khan, M., Jain, A., Chouhan, R. ve Sheikh, S. H. (2020). Fake news identification on social media. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 9(1), 365-370. <http://dx.doi.org/10.17577/IJERTV9IS010183>.
- Kim, A. ve Dennis, A. R. (2019). Says who? The effects of presentation format and source rating on fake news in social media. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 43(3), 1025-1039. <http://dx.doi.org/10.25300/MISQ/2019/15188>.
- Kim, A., Moravec, P. L., ve Dennis, A. R. (2019). Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings. *Journal of Management Information Systems*, 36(3), 931-968. <http://dx.doi.org/10.1080/07421222.2019.1628921>.
- Koohikamali, M. ve Sidorova, A. (2017). Information re-sharing on social network sites in the age of fake news. *Information Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 20, 215-235. <https://doi.org/10.28945/3871>.
- Kuss, D. ve Griffiths, M. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/2Fijerph14030311>.
- Lyons, B. A., Merola, V. ve Reifler, J. (2021). How bad is the fake news problem? R. Greifender, M. Jaffe, E. Newman, ve N. Schwarz (Ed.) içinde, *The Psychology of fake news accepting, sharing, and correcting misinformation* (s. 11-26). Routledge. <https://psycnet.apa.org/doi/10.4324/9780429295379-3>.
- McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M. ve Wineburg, S. (2018). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. *Theory and Research in Social Education*, 46(2), 165-193. <http://dx.doi.org/10.1080/00933104.2017.1416320>.



- Melek, G. (2020). Covid-19 ve yalan haber: Pandemi sürecinde yalan haber-"fake news" tanımlamalarının literatürdeki tipolojisi. E. Eroğlu ve F. Ünal Çolak (Ed.) içinde, *Sosyal Bilimci Gözüyle Pandemi Covid-19 Üzerine Araştırma, Uygulama ve Tartışmalar* (s. 179-194). Literatürk.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Miller, S. (2022, Haziran 1). *FoMO: Are you a slave to FoMO?* Retrieved from ABC news website: <https://abcnews.go.com/Health/Wellness/fearmissing-slave-fomo/story?id=16629972> adresinden alındı
- Nottingham Trent University (2016). *FOMO' a vicious circle for social media users [News]*. Retrieved from: <https://www.ntu.ac.uk/about-us/news/articles/2016/10/fomo-a-vicious-circle-for-social-media-users> adresinden alındı
- Özdamar, K. (2002). *Paket programlarla istatistiksel veri analizi-1* (4 b.). Kaan Kitabevi.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computer in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Pundir, V., Devi, E. B. ve V, N. (2021). Arresting fake news sharing on social media: a theory of planned behavior approach. *Management Research Review*, 44(8), 1108-1138. <http://dx.doi.org/10.1108/MRR-05-2020-0286>.
- Roberts, J. A. ve David, M. E. (2020). The Social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386-392. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1080/10447318.2019.1646517>.
- Shirsat, A., Gonzalez, A. F. ve May, J. J. (2022). Proposing a model of social media user interaction with fake news. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 20(1), 134-149. <http://dx.doi.org/10.1108/JICES-10-2020-0104>.
- Simon, D., Kriston, L., Loh, A., Spies, C., Scheibler, F., Wills, C. ve Harter, M. (2010). Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the autonomy-preference-index (API). *Health Expectations*(13), 234-243. <https://doi.org/10.1111/j.1369-7625.2009.00584.x>.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6 b.). Pearson Publications.
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N. ve Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72-82. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2019.05.026>.
- Talwar, S., Dhir, A., Singh, D., Virk, G. S. ve Salo, J. (2020). Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 1-11. <https://doi.org/10.1016%2Fj.jretconser.2020.102197>.
- Tanhan, F., Özok, H. İ. ve Tayız, V. (2022). Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO): Güncel bir derleme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(1), 74-88. <https://doi.org/10.18863/pgy.942431>.
- Valkenburg, P. M., Peter, J. ve Walther, J. B. (2016). Media effects: Theory and research. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 315-338. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>.
- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
- Weiss, A. P., Alwan, A., Garcia, E. P. ve Kirakosian, A. T. (2021). Toward a comprehensive model of fake news: A new approach to examine the creation and sharing of false information. *Societies*, 11(3), 82. <http://dx.doi.org/10.3390/soc11030082>.
- Yang, F. ve Horning, M. (2020). Reluctant to share: How third person perceptions of fake news discourage news readers from sharing "real news" on social media. *Social Media+Society*, 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305120955173>.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Yayıncılık.
- Zhou, Z., Jin, X.-L., Vogel, D. R., Fang, Y. ve Chen, X. (2011). Individual motivations and demographic differences in social virtual world uses: An exploratory investigation in second life. *International Journal of Information Management*, 31(3), 261-271. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.007>.

Bu makale Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 Unported (CC BY-NC-ND 4.0) Lisansı standartlarında; kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (gevrimici bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarıyla açık erişim olarak yayımlanmaktadır. / *This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 Unported (CC BY-NC-ND 4.0) License, which permits non-commercial reuse, distribution and reproduction in any medium, without any changing, provided the original work is properly cited.*

Yayıncı Notu: Yayıncı kuruluş olarak Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA) bu makalede ortaya konan görüşlere katılmak zorunda değildir; olası ticari ürün, marka ya da kuruluşlarla ilgili ifadelerin içerikte bulunması yayıncının onayladığı ve güvence verdiği anlamına gelmez. Yayıncının bilimsel ve yasal sorumlulukları yazar(lar)ına aittir. TÜBA, yayınlanan haritalar ve yazarların kurumsal bağlantıları ile ilgili yargı yetkisine ilişkin iddialar konusunda tarafsızdır. / *Publisher's Note: The content of this publication does not necessarily reflect the views or policies of the publisher, nor does any mention of trade names, commercial products, or organizations imply endorsement by Turkish Academy of Sciences (TÜBA). Scientific and legal responsibilities of published manuscript belong to their author(s). TÜBA remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.*

