

Erasmus Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları ve “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” (FoMO)

Eda SEZERER ALBAYRAK¹

Özet

İnsanların sosyal medya platformlarından (Facebook, Twitter, Instagram vs.) gündelik yaşam pratiklerini (yeme – içme, sosyalleşme, vs.) sürekli ve daimi olarak paylaşmaları, kendilerini takip eden bireyler tarafından izlenme ve onların paylaşımlarını kaçırma korkusunu ortaya çıkarmıştır. “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” (FoMO-Fear of Missing Out), bir tür bağımlılık yaratarak sosyal medya aracında yer alan diğerlerini takip etme arzusuyla kendinden geçen takipçilerde, sosyal medya aracında takip ettikleri bireyin nerede, ne zaman ne yaptığını merak ederek bu gerçekleştirilen eylemleri kendisinin de yaşamak istemesi aynısı olmasa bile “mış gibi” yapabilme isteği ya da yapılan her etkinlikten haberdar olma endişesi bulunmaktadır. Bu karma yöntem pilot çalışması, sosyal medyanın yurtdışındaki öğrenim alma deneyimini nasıl etkilediğini ve özellikle yurtdışında okuyan öğrencilerin FoMO deneyimini yaşayıp yaşamadıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Anket sonuçlarına ve yurtdışında öğrenim gören öğrencilerden toplanan odak grup verilerine dayanarak, katılımcıların sosyal medyayı hangi sıklıkla kullandıkları, sosyal medya kullanım amaçlarında herhangi bir değişikliğin olup olmadığı, yurtdışında oldukları süre zarfında sosyal medya platformlarında gördükleri yakın çevresine ait paylaşımların duygu durumlarını hangi yönde etkilediği ve sosyal medya platformlarına erişim sıkıntısı yaşadıklarında bu durum karşısında verdikleri tepkiler ölçülmeye çalışılmıştır. İlgili araştırma, bir vakıf üniversitesinde öğrenim görmekte olup, 2019/2020 Akademik yılında 6 ay süre boyunca Erasmus öğrenim hareketliliği programı ile yurt dışında eğitim gören öğrenciler ile gerçekleşmiştir. Bu çalışmada, sosyal medya platformlarının aynı rutinde devam eden hayatlara renk katan bir yaşam aracı olarak görüldüğü ve sosyal yaşantıda gerçekleşen değişimlerde sosyal medya platformlarına duyulan gereksinimin azaldığı sonucuna varılmıştır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, İletişim ve Tasarım Bölümü, eda.albayrak@karatay.edu.tr **Orcid ID:** 0000-0002-2195-0772

Bu makaleye atıf için: Sezerer Albayrak, E. (2021). Erasmus Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Ve “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” (FoMO). *Aksaray İletişim Dergisi*, 3(1), 86-104. doi:10.47771/aid.837200

Anahtar Kelimeler: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO), Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yurtdışında Eğitim

Social Media Usage of Erasmus Students and "Fear of Missing Out" (FoMO)

Abstract

The fact that people share their daily life practices (eating, drinking, socializing, etc.) on social media platforms (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) continuously and permanently has revealed the fear of being followed by individuals who follow them and missing their posts. FoMO (Fear of Missing Out) is a kind of addiction in individuals, enthralled by the desire to follow others on social media platforms, wondering where, when and what the individual they follow is doing these actions. Even if the desire to live is not the same, the desire to be able to "pretend" or to be aware of every activity that is done creates anxiety. This mixed method pilot study aims to determine how social media affects the study abroad experience and whether students, especially those studying abroad, experience the FoMO. Based on the survey results and focus group data collected from students studying abroad, it was tried to measure how often the participants used social media, whether there was any change in their purpose of using social media, and in what way the postings of their immediate surroundings they saw on social media platforms during their stay abroad affected their mood and their reactions when they had difficulty in accessing social media platforms. The related research was carried out with students studying at a foundation university and studying abroad for 6 months in the 2019/2020 academic year with the Erasmus study mobility program. In this study, it was concluded that social media platforms are seen as a life tool that adds color to the lives continuing in the same routine, and the need for social media platforms decreases in the changes in social life.

Key Word: Social Media, Fear Of Missing Out (FoMO), Social Media Addiction, Studying Abroad

Giriş

Tarih süresince toplumlar teknoloji ve bilimin gelişmesinden etkilenmişlerdir. Teknoloji ve bilim, toplumları şekillendirmiş değiştirmiş ve evrenselleştirmiştir. Bu bakış açısıyla geçmişten günümüze toplumlar, teknoloji ve bilim değişken bir süreç içerisinde olsa da

neticede sürekli olarak etkileşim içerisinde olmuşlardır. Bu etkileşimle bağlantılı olarak, toplumlar her geçen gün teknoloji sayesinde zaman ve mekân olarak yakınlaşmışlardır. Bu durumda bugün, teknoloji çağında tüm dünya toplumları ortak teknoloji ağları aracılığı ile küresel bir iletişim ağına dönüşmüştür. Özellikle son yüzyılda iletişim aracı olarak internet ağının kullanılması ve sosyal medya ağlarının insan hayatına girmesi ile toplumların yaşamlarında hızla değişiklikler meydana gelmiştir. Sosyal medya ortamlarında bireyler, toplumsal algıyı çeşitlendirerek paylaşımlarda bulunmaya başlamışlardır.

İnsanlar, sosyal medyayı geniş bir izleyici kitlesiyle iletişim kurmanın bir yolu olarak, kendilerini ve maceralarını tanıtmmanın bir yolu olarak kullanabilirler. Sosyal medya, tüm dünyadaki insanların sosyal desteği deneyimlemek için aile ve arkadaşlarıyla iletişim kurmasına ve bağlantı kurmasına olanak tanır. Sosyal medyaya bağlanabilmek, birbirlerinden uzakta yaşayan arkadaşlar ve aileler için önemlidir ve onu kullananlara duygusal destek sağlayabilir. Sosyal medya yurtdışında olmakla birleştiğinde başka roller de üstleniyor İnsanlar coğrafi olarak arkadaşlarından ve ailelerinden ayrıldığında, sosyal medya ilişkileri ve bağlantı kurmak için kullanılabilir. Sosyal medyadaki mesajlar ve iletişim; bağlılık, artan sosyal destek ve azalan yalnızlık ile ilişkilidir (Burke, Marlow ve Lento, 2010:56-59; Kim ve Lee, 2011:89-92; Kim ve Tussyadiah, 2013). İnsanlar sosyal medyayı geniş bir izleyici kitlesiyle iletişim kurmanın, kendilerini ve maceralarını tanıtmının veya evlerinde başkalarını takip etmenin bir yolu olarak kullanabilir. Başkalarının evde neler yaptığını bilmemizi sağlayan bu erişim, aynı zamanda da yokluğunda, huzursuz kaygı dolu, kaçırma duygular için bolca fırsat sağlar. Aslında, bireylerin sahip olduğu sanal bağlantıların sayısı arttıkça buna daha fazla önem verilmektedir. Sosyal medya kullanımı, kişinin sosyal medya kullanımını kontrol edememesini ve diğer yaşam görevlerine müdahale edecek ölçüde kullanılması FoMO gibi bazı hastalıkların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. İlgili çalışma ile eğitim almak için farklı bir ülkede ailesinden ve arkadaşlarından ayrı olan öğrencilerin mevcut sosyal medya kullanım yoğunluğunun değişip değişmediğini, sosyal medya platformlarını yurtdışında hangi amaçlarla kullanmaya devam ettiklerini ve gündemi kaçırmama isteğinin ne şekilde değiştiğini görmek ve bunu ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Sosyal Medya ve FoMO

Sosyal medyanın hayatımızdaki yeri kaçınılmaz bir haldedir. Sosyal medya aracılığıyla iletişim, elektronik iletişimin en popüler yöntemlerinden biridir. Sosyal medyayı kullanmak, insanların yaşamlarına kolay erişim sağlar ve kullanıcıları için bir duygusal destek aracı olabilir. İnsanların diğer sosyal gruplara ait olma gibi içsel bir ihtiyacı vardır (Baumeister ve

Leary, 1995). Bu, insanların aile ya da bir arkadaş grubu gibi diğer sosyal yapıların bir parçası olmak istediğini göstermektedir. Sosyal izolasyon bunun tersini oluşturur ve insanlar bundan kaçınmaya çalışır. Facebook ve Twitter, bir kişinin fikrini binlerce ve milyonlarca kişiyle paylaşmayı mümkün kılmakta, bu da bir kişinin 20 yıl önce ulaşabildiğinden daha fazla insana ulaşmasını sağlamaktadır ve bu durum, kişilerin aidiyet ihtiyacını karşılamaktadır. Sosyal medya kullanımı, insanlarla ve ağlarla bağlantıları güçlendirebilen ve aile üyeleri ile yakın arkadaşlar arasındaki iletişimi güçlendirebilen sosyal sermayeyi de teşvik eder (Li ve Chen, 2014:96). Sosyal medya kullanımında dikkate alınması gereken önemli bir faktör de benlik sunumu kavramıdır. Bazı insanlar, başkalarının kendilerini sosyal medyada nasıl görebilecekleri konusunda aşırı endişe duyar ve yayınladıkları görüntülere ve içeriklere çok dikkat ederler (Kim ve Tussyadiah, 2013:118). Sosyal medyadaki en önemli faktörlerden biri, onu kullanırken hissettiği bağlılık duygusudur. Sosyal medya genellikle kendini tanıtmaya ve başkalarının bilgilerine kolay erişim için olumsuz ilgi çeker, ancak birçok işlevi vardır. Sosyal ağlar, kullanıcılar için duygusal destek ve sosyal sermaye (Joinson, 2008) ile benlik sunumu ve bağlantılılık için bir platform sağlayabilirler. Sosyal ağ siteleri, sosyal sermaye üzerindeki etkilerine dikkat çekmiştir (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007:113-115; Joinson, 2008; Lin ve Lu, 2011:89). Sosyal sermaye, kişisel ilişkilerin yararını tanımlayan bir yapı olarak tanımlanmıştır (Lin ve Lu, 2011). Putnam (1993) tarafından iki tür sosyal sermaye tanımlanmıştır: bunlardan ilki, “köprü kurma”, insanların yeni insanlar ve ağlarla bağlantı kurduğu yerdir ve ikincisi ise “birleştirme”, insanların aile ve yakın arkadaşlar gibi zaten güçlü bağlar aracılığıyla iletişim kurduğu ve destek sağladığı yerdir. İnsanlar, başkalarının onları nasıl algıladığıyla ilgilenir ve Goffman da söylediği gibi başkalarını etkilemek için kendilerini olumlu bir imajda sunarlar (aktaran Kim ve Tussyadiah, 2013). Facebook, Twitter ve Instagram gibi siteler, ilişkileri sürdürmek, kurmak ve geliştirmek için kullanılır (Joinson, 2008). Araştırmalar, kullanıcıların sosyal desteğin farkında olduklarını ve sosyal medyada kendilerini temsil edecek fotoğrafları seçerken bilinçli olduklarını göstermektedir (Valkenburg, Peter ve Schouten, 2006:63).

Farklı amaçlarla (sosyalleşme, kaçış, bilgilenme, eğlenme, iletişim, vakit geçirme) kullanılan sosyal medyanın kullanıcı sayısı ve kullanım süresi her geçen gün katlanarak artmaktadır (Hazar, 2011:151). We Are Social “Dijital 2020” 2. Çeyrek raporuna göre 4.57 milyar internet kullanıcısı, dünya nüfusunun %59’unu; 3.81 milyar sosyal medya kullanıcısı, dünya nüfusunun %49’unu; 5.16 milyar mobil kullanıcısı, dünya nüfusunun %66’sını oluşturmaktadır. Yine aynı raporda, "Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 60'ının online

olduğunu ve bu yılın ortalarında ise dünya nüfusunun yarısından fazlasının sosyal medya kullanacağını gösteriyor" deniliyor.

(<https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-2-c-eyrek/>). Öyle ki sosyal ortamlarda, bir arkadaşınızın veya başka bir kişinin bir sosyal medya sitesinde yayınladıkları, beğendikleri veya okudukları şeyler hakkında konuşmalarını duymadan birkaç saatten fazla zaman geçirmek neredeyse imkânsız hale gelmiştir. Sosyal medya kullanımı, kişinin sosyal medya kullanımını kontrol edememesini ve diğer yaşam görevlerine müdahale edecek ölçüde kullanmasını içeren sosyal medya bağımlılığına yol açabilir (Ryan, Chester, Reece ve Xenos, 2014). Örneğin, FoMO (Fear Of Missing Out), yani kaçırma korkusu, akıllı telefonların yaygınlaşması yüzünden özellikle genç nesiller arasında fark edilen yeni internet bağımlılık türlerinden biridir.

Hetz ve diğerleri (2015:98-99) FoMO ile ilgili “çeşitli bilgi biçimlerine (metin, multimedya) erişim eksikliği ile bağlantılı sosyal bir yapı” olarak bahsetmiştir. Günümüzde FoMO, bir şeyi kaçırmanın mutluluğunuza zarar verebileceği korkusuyla ateşlenen, aynı anda iki veya daha fazla yerde olmak için karşı konulmaz bir dürtü olarak tanımlanabilmektedir. (JWTIntelligence, 2012). Grohol (2011) ise FoMO’yu “sosyal bağlantının her şeyden çok daha önemli olduğu” düşüncesinin ortaya çıkardığı kaygı durumu olarak tanımlamaktadır ve FoMO’nun sosyal ilişkilerimiz yoluyla bize sızan çok gerçek bir duygu olduğunu ifade etmektedir. Sosyal çevre ile herhangi bir bağlantı kesildiğinde, kullanıcı bu kesintinin nedenini bilmediği için kaygı yaşar, ait olma ihtiyacı güçlü olduğu ve tatmin edilemediği içinse bu durum bir şeyleri kaçırma korkusu ile sonuçlanır. FoMO, insanların bir sosyal gruba ait olma ihtiyacından kaynaklanır ve toplum kadar eskidir (Beckers, 2014:125). Çünkü zamanımızı planlama ve başka bir şeyi kaçırarak şekilde harcama konusunda her zaman endişeleniriz. İnsanlar "bilgili" olmaktan hoşlanırlar ancak JWT Intelligence (2012) tarafından yapılan ankete göre, ankete katılanların% 83’ü hayatlarının aşırı hızlı olduğunu hissettiğini, yapacak, okuyacak, satın alacak ve izleyecek çok şey olduğunu ve belli bir noktadan sonra çok yoğun ve baskın olduğunu belirttiler. Ancak tüketecek ve algılayacak çok fazla veri olduğu hissine rağmen, insanlar hâla mümkün olduğunca çok şey özümsemeye devam etmektedirler.

İnternet, akıllı telefon aracılığıyla erişilebilen bir anlık iletişim kanalı sunmaktadır. Bununla birlikte, bir sosyal çevre ile bu sürekli bağlantı olumsuz bir tarafa sahiptir. Bilgi paylaşımının bu kadar kolay erişilebilir olması, bağlantı kesildiğinde bir şeyin gözden kaçabileceği korkusu yaratır (Herrmann, 2011). Öte yandan, ait olma ihtiyacı, gelen bir mesajla ilgili bir bildirim

aldığında kullanıcıyı da etkiler. Kullanıcı, katılma arzusuna sahiptir. Ancak, kullanıcı katılamıyorsa ve bu mesajı cevaplayamıyorsa, yine ait olma ihtiyacı karşılanamaz. Bu, bir şeyi kaçırma korkusuyla sonuçlanır. (Przybylski, Murayama, De Haan & Gladwell, 2013).

Geçmişten günümüze teknolojinin baş döndüren değişimi, bilgiye hızlıca erişimimizden parmak ucumuz ile birçok işi hızlıca ve kolaylıkla halletmemize kadar birçok avantajlar sunsa da modern toplumda aynı zamanda bir teknolojik paradoks da yaratabilmektedir. Bu paradoks, aile ve arkadaşlar ile kolayca iletişim halinde kalmak için geliştirilen sosyal medya ile ilgilidir. Sosyal medya “FoMO'nun ateşindeki gazyağı gibidir” (Miller, 2012: 2). Geçmiş araştırmalar, FoMO'nun sinirlilik, kaygı ve yetersizlik duygularından oluştuğunu, bireyin sinirlilik, kaygı ve yetersizlik duygularının sosyal medya web sitelerine giriş yapıldığında yoğunlaşma eğiliminde olduğunu göstermiştir (JWTIntelligence 2012; Wortham, 2011). Wiesner'e (2017: 63) göre FoMO, sosyal medya aracılığıyla başkalarıyla iletişim kurmaya çalışırken bir şeyi kaçırma hissini anlatır. Bu, sürekli güncelleme ihtiyacı hissettiği için veya iletişim açısından olabilecek gelen bilgi eksikliğinden kaynaklanabilir. Amaç, kişinin ait olma ihtiyacını karşılamaktır.

FoMO, çevrimiçi kalma, medya mesajları alma, çevrimiçi oyunlara, diğer web sayfalarına, İnternet hizmetleri aracılığıyla bilgi alışverişine pasif veya aktif olarak katılma gibi güçlü bir ihtiyaçla bağlantılıdır. Çoğu durumda yetersiz olan bu ihtiyacı karşılayamama, olumsuz duygular uyandırır (Hetz vd. 2015). Sürekli kaçırma korkusu yaşayan bireylerde çok fazla sosyal katılımı vadeden sosyal medya katılımı çekici gelebilmektedir (Przybylski vd., 2013:1841). Sosyal medya aracılığıyla bilgiye olan bu sürekli bağlantı, insanların başkalarının söylediklerini, yaptıklarını ve hatta satın aldıklarını takip edememe konusunda daha kötü hissetmelerine neden olabilir.

FoMO'yu deneyimleyen kullanıcılar, bilgi edinimini artırarak endişesini azaltmaya çalışır. Bu, kullanıcıya yeni bilgiler sağladığı için zorunlu olarak sosyal medyaya bağlı kalmasını sağlar ve kullanıcıların gerçek ortamlarında dikkatsizliğe yol açabilmektedir. FoMO, bireyi psikolojik düzeyde etkileyebilir. Kişi, arkadaşlarının ne yaptığı konusunda güncel bilgiler edinemediği ya da onlara katılamadığı zaman, hüsrana uğramış, zihinsel olarak tükenmiş ve sosyal olarak dışlanmış hissetmeye başlayabilir. Sosyal ağlarda paylaşımda bulunmak bu nedenle günlük rutin haline gelir ve bu da kişinin çalışma davranışını etkileyebilir ve hatta arkadaşlarını takip etmesine neden olabilir. Son olarak, toplumsal düzeyde, FoMO; insanların sadece telefonlarına ilgi gösterdiği bir topluma (Heads-Down Generation) yol açabilmektedir. (Buchenau ve Fürtbauer, 2015).

Araştırmanın Amacı

Sosyal medya günümüz toplumunda yerini almış bir ritüel olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya nüfusunun %59'u yani 3,81 milyar kişi aktif bir şekilde sosyal medya platformlarını kullanmaktadır (Hootsuite, 2020). Bu denli yüksek kullanım oranlarına sahip olan sosyal medya platformlarının ne amaçla kullanıldığı ve bu platformları kullanmanın kendilerine verdiği hissiyatın önemi gün geçtikçe artmaktadır.

Bireylerin çevresinde olup biten herhangi bir şeyi kaçırmamanın kendilerine doğuracağı mutsuzluk ve korku, bireylerin aynı anda iki veya daha fazla yerde olabilme çabalarını arttırmıştır. Birçok birey için sosyal medya platformları bu mutsuzluk ve korkudan kurtulmanın bir aracı olarak görülmektedir.

Araştırmanın Evreni

Bu çalışmada, bir vakıf üniversitesinde öğrenim gören ve Avrupa'nın farklı ülkelerine Erasmus+ öğrenim programı ile hareketliliğe katılan 26 öğrenci araştırmaya katılmıştır. Yapılan bu çalışmada örneklemini bir vakıf üniversitesinde eğitim gören ortalama 21 ile 24 yaş aralığında olan 7'si erkek, 19'u kadın öğrenciden oluşan toplam 26 öğrenci oluşturmaktadır. Bu öğrencilerden 9 kişi Polonya, 8 kişi Litvanya, 5 kişi İtalya, 2 kişi Romanya, 1 kişi İngiltere ve 1 kişi Almanya'ya Erasmus değişim programı ile seyahat etmişlerdir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Nitel araştırmalar keşfetme, anlama, anlamlandırma ve derinlemesine inceleme amacındadır. Kuram oluşturma temeline dayanan nitel araştırma özelden genele varan bir çerçeve çizer. Bu anlamda genellenebilirdir. Öte yandan, nicel araştırma kuramı test etmeye dayandığı için genelden özele gider. Bu sebeple genellenemez. Bu araştırmaya katılan katılımcılar buldukları ülkeden başka bir ülkeye 6 ay boyunca Erasmus programı kapsamında eğitim görmek amacıyla seyahat etmiş öğrenci grubudur. Bu katılımcıların yaş aralıklarına bakıldığında 21-24 yaş aralığında olmaları ve yaş aralığının birbirine yakın olması daha geniş yaş aralığı için yapılabilecek yorumlar adına bir kısıtlılık doğurmaktadır. Bununla beraber rutin hayatlarından ayrılıp daha değişik kültür ve coğrafyada eğitim gören katılımcıların vermiş oldukları tepkiler genel hayatlarına göre değişik bir yaşam sürmeleri ve farklı sosyalleşme faaliyetleri içinde olmaları bir kısıtlılık olarak görülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, Konya iline bağlı bir vakıf üniversitesinde öğrenim görmekte olup, 2019/2020 yılı Akademik yılında Erasmus öğrenim hareketliliği programı ile yurt dışında eğitim gören öğrenciler kapsamında 20 Eylül- 20 Ekim 2020 tarihleri arasında uygulanmıştır. 26 katılımcının bu süre zarfında sosyal medya platformlarını kullanım sıklığı ve amacı bakımından incelenerek onların sosyal medya platformlarını kullanmalarında “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” olup olmadığı ölçmek için hazırlanmıştır. Yapılan bu çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Karma yöntem araştırmaları, nitel ve nicel yöntemler bir arada sunularak yaklaşım ve kavramların birleştirmesi olarak adlandırılmıştır (Creswell, 2003). Karma yöntemdeki amaç, çeşitli yöntemler kullanarak olayları bir çerçeve dâhilinde sunmak, analiz edebilmek ve bir araya getirebilmektir. Johnson ve Turner (2003) karma yöntem ile yapılan araştırmalarının temel ilkesini, farklı strateji, yöntem ve yaklaşımlar kullanarak çoklu veriler toplamak şeklinde ifade etmektedirler. Creswell (2006), karma yöntem araştırmalarında nicel ve nitel yaklaşımlar birlikte kullanılmak her iki yaklaşımı tek başına kullanmaya oranla araştırma problemlerini daha iyi anlamamızı sağlar şeklinde bir önermede bulunmuştur.

Yapılan bu çalışmada katılımcılara yöneltilen nicel sorular Google Forms altyapısından faydalanılarak hazırlanmıştır. Hazırlanan bu sorular gönüllü onam formu imzalatılmış olan katılımcılara online olarak iletilmiş olup kendilerinden bu sorulara cevap vermeleri istenmiştir.

Nicel sorulara cevap veren katılımcılarla daha sonrasında telekonferans sistemi aracılığı ile tek tek görüşülmüş olup, bu görüşme esnasında yarı yapılandırılmış görüşme soruları kendilerine iletilmiştir. Yazılı olarak genişçe toplanan verilerin özetlenmesi, kodlanması, konulara göre sınıflandırılması yapılmıştır. Bu verilerin problem ve alt problemlere göre seçilmesi, üzerinde derinlemesine ve genişlemesine çalışılması, sonra basitleştirilmesi, soyut hale getirilmesi ile nitel veriler incelenmiştir.

Bulgular

Yapılan bu çalışmanın nicel araştırma yönteminde iki farklı ölçek kullanılmıştır. İlk olarak (Ellison, Steinfield ve Lampe'nin 2007 yılında gerçekleştirmiş oldukları “Facebook Yoğunluk Ölçeği” kullanılmıştır. Fakat bu ölçekte yer alan “Facebook” ifadesi katılımcıların birden çok sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanmalarından dolayı “Sosyal Medya” ifadesi olarak değiştirilmiştir.

Bu çalışmada yer alan nicel araştırma yönteminde kullanılan bir diğer ölçek ise Przybylski, Murayama, DeHaan ve Gladwell'in 2013 yılında yapmış oldukları "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu" ölçeğidir (Fear of Missing Out Scale). Çalışmada kullanılan ölçekler, filolog araştırmacı tarafından Türkçe'ye profesyonel olarak çevrilmiştir.

Güvenilirlik sonucu (α) 0.844 çıkmış olan ve literatürde 0,70 ve üzerinin güvenilirlik düzeyi geçerli bulunan bu Sosyal Medya Yoğunluk Ölçeği 8 farklı soru ve 5'li Likert yöntemi ile katılımcılara uygulanmış olup, istatistiksel sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Sosyal Medya Yoğunluk Ölçeği İstatistik Sonuçları

#	Ortalama	Standart Sapma
Sosyal Medya günlük hayatımın bir parçasıdır.	3,81	1,04
İnsanlara sosyal medya platformlarında olduğumu söylemekten mutlu oluyorum.	2,85	0,92
Sosyal medya günlük rutininim değişmez bir parçasıdır.	3,39	0,84
Bir süre sosyal medya hesaplarıma girmediğim zaman dünyadan olup bitenden haberim yokmuş gibi hissediyorum.	2,92	1,18
Kendimi sosyal medya toplumunun bir parçası olarak hissediyorum.	3,31	1,23
Sosyal medya kapatılırsa üzülürüm	3,73	1,2
Geçtiğimiz hafta günlük ortalama kaç dakikayı sosyal medya platformlarında harcadınız?	2,96	1,47
Sosyal medya platformlarında toplamda yaklaşık olarak kaç arkadaşınız vardır?	3,69	1,24
TOPLAM SKOR	3,33	1,14

Likert Aralığı; 1- Kesinlikle Katılmıyorum 5- Kesinlikle Katılıyorum

Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde, katılımcıların ortalama olarak günlük 3-4 saat aralığında sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Bu verinin yanında katılımcıların ortalama 350 – 400 arası aktif takipçi sayılarına sahip oldukları görülmektedir. Sosyal medyayı günlük hayatının bir parçası olarak gören katılımcı sayısı incelendiğinde %50 oranında katılımcı bu görüşe katıldığını söylerken 26 katılımcıdan 7 tanesi ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. Sosyal medya platformlarına erişimin kapanması durumunda bu yeni duruma üzüleceklerini söyleyenlerin yüzdesi %65,4 olarak gerçekleşmiştir.

Ortalama puan olarak en düşük değerlere sahip olan "İnsanlara sosyal medya platformlarında olduğumu söylemekten mutlu oluyorum." sorusuna verilen cevaplar ($\mu = 2,85$) ve "Bir süre sosyal medya hesaplarıma girmediğim zaman dünyadan olup bitenden haberim yokmuş gibi hissediyorum." sorusuna verilen cevaplar ($\mu = 2,92$) incelendiğinde, katılımcıların sosyal

medya platformlarını bir gösteriş ve haber alma platformu olarak görmekten çok hayatlarında var olan günlük rutinin bir parçası olarak gördükleri görüşünü ($\mu = 3,39$) desteklemektedir.

Güvenilirlik sonucu (α) 0.870 çıkmış olan literatürde 0,70 ve üzerinin güvenilirlik düzeyi geçerli bulunan bu Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) Ölçeği 10 farklı soru ve 5'li Likert yöntemi ile katılımcılara uygulanmış olup, istatistiksel sonuçlar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) Ölçeği İstatistik Sonuçları

#	Ortalama	Standart Sapma
Başkalarının benden daha ilgi uyandırıcı deneyimleri olmasından korkarım.	2,31	1,08
Arkadaşlarımın benden daha ilgi uyandırıcı deneyimleri olmasından korkarım.	2,00	0,975
Arkadaşlarımın ne yaptığını bilmediğim zaman meraklanırım.	2,54	1,03
Arkadaşlarımın bensiz eğlendiklerini gördüğümde üzülürüm.	3,08	0,89
Arkadaş grubumun içinde dönen "gruba özel şakaları" bilmek benim için önemlidir.	3,89	0,97
Bazen sosyal medyada neler olup bittiğine ayak uydurmak için çok fazla zaman harcayıp harcamadığımı merak ediyorum.	3,04	1,09
Arkadaşlarımla buluşma fırsatını kaçırmak canımı sıkır.	3,69	1,12
İyi vakit geçirdiğimde ayrıntıları çevrimiçi olarak paylaşmak benim için önemlidir (örn. Durum güncelleme).	2,54	1,31
Planlı bir buluşmayı kaçırmak beni üzer.	4,11	1,07
Tatile gittiğimde, arkadaşlarımın ne yaptığını takip etmeye devam ederim.	2,65	0,93
TOPLAM SKOR	2,99	1,01

Likert Aralığı; 1- kesinlikle Katılmıyorum 5- Kesinlikle Katılıyorum

Katılımcılara sorulan Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar incelenmiştir. İstatistiki ortalamalar açısından en yüksek puana sahip ($\mu=4,11$ - $\mu=3,89$ - $\mu=3,69$) üç sorunun sonucunda, katılımcıların arkadaşları ile olan sosyal hayatlarındaki buluşmalardan ve bu buluşmalarda yer alan ortak paylaşımlardan uzakta kalma korkusunu yaşadıkları görülmektedir.

Sosyal medya kullanım yoğunluk ölçeğinde çıkan sonuca paralel olarak Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ölçeğinde de katılımcıların sosyal medya platformlarını bir gösteriş ve haber alma platformu olarak görmekten çok hayatlarında var olan günlük rutinin bir parçası olarak gördükleri görüşünü desteklemektedir.

Katılımcılar ile yapılmış olan yarı yapılandırılmış görüşmeler ile kendilerinden yurtdışında oldukları süre zarfında; sosyal medya platformlarını kullanım sıklıkları ile geçmiş dönem arasında herhangi bir değişikliğin olup olmadığı, sosyal medya platformlarında yaptıkları durum güncellemelerinde ve yaptıkları paylaşımlarda herhangi bir farklılık olup olmadığı, arkadaş ve aile çevresi tarafından yapılan paylaşımların kendilerini nasıl etkilediği ve yurtdışında oldukları süre boyunca sosyal medya platformlarına erişimde yaşadıkları problemler var ise bu problemlerin kendileri için herhangi bir olumsuzluğa sebebiyet verip vermediği konusunda düşünceleri alınmıştır.

İlk olarak, katılımcılardan Sosyal Medya'yı Türkiye'de iken hangi sıklık ve amaçla kullanıyordunuz? Erasmus programı ile gittiğiniz ülkede ikamet ederken kullanım sıklığınız ve amacınızda herhangi bir değişiklik oldu mu? sorularına cevap aranmıştır. 26 katılımcının 12 tanesi sosyal medya platformlarını genellikle buldukları ortam için herhangi bir bilgi edinme ve yardım alma amaçlı kullandıklarını ve sosyal medya platformlarını bir üretkenlik ve verimlilik aracı olarak gördüklerini söylemişlerdir. C.A. 21, Kadın, bu süreçle ilgili kullanım sıklığından şu şekilde bahsetmiştir:

“Evet, sosyal medya kullanım sıklığımda değişiklik oldu. Erasmus ile yurtdışına gittiğim zaman sosyal medyayı daha çok bulduğum şehir ve çevrelerinde neler olduğunu öğrenmek,, keşfetmek, bulduğum coğrafyadaki insanların yaşam şekillerini daha kolay ve detaylı görebilmek için kullandım. Genç ve dinamik toplulukların daha çok nerede oldukları hakkında sosyal medya paylaşımları sayesinde haberdar olarak, kendim de o yerlere giderek yeni arkadaşlıklar kurdum. Bu arkadaşlıklar bana yabancı dilimin de gelişmesinde büyük fayda sağladı.”

Bir diğer katılımcı ise paylaşımlarında almış olduğu yorumların kendisinin orada olma sebebini daha iyi anlamasına sebebiyet verdiğini ve bunun da başarısını arttırdığını şu şekilde vurgulamıştır:

“Türkiye de ilken de daha çok yeni yerler gördüğümde bu yerler ile ilgili anılarımı sosyal medya platformları aracılığı ile paylaşmaktan ve arkadaşlarımdan bu paylaşımlarım hakkında yazdıkları yorumları okumaktan keyif alırdım. Erasmus ile gittiğim ülkede de aynı şekilde yeni yerler yeni tecrübelerim olduğu için bunları paylaşmak hoşuma gidiyordu. Yorumlara baktığım zaman Erasmus programı ile ilgili oldukça fazla yorumun gelmesi ve bu program hakkında arkadaşlarımdan benden bilgi almaya çalışması, katılmış olduğum yurtdışı eğitiminin ne kadar da önemli olduğunu bana bir kez daha gösterdi. Bundan dolayı eğitime daha çok

önem verdim ve paylaşımlarımı daha çok eğitim amaçlı yapmaya karar verdim.” (F.A. 21, Kadın).

Sosyal medya platformları sayesinde katılımcıların elde ettikleri üretkenlik ve verimlilik konularına vurgu yapan 12 katılımcı haricinde 7 katılımcı ise Erasmus programı süresince sosyal medya platformlarında geçirdikleri zamanın gözle görülür bir şekilde azaldığını ve sosyal medya platformlarını belli zamanlarda hiç hatırlamadıklarını söylemişlerdir.

“Sosyal medyayı Türkiye’de olduğum zaman her gün kesintisiz bir şekilde kullanıyordum. Litvanya’ya Erasmus ile gittiğimde kullanım sıklığım büyük ölçüde azaldı. Bunun en büyük sebebi yeni bir ülke, yeni bir şehir, yeni insanlar ve yeni kültürler tanıma fırsatım olması sosyal medyada vakit geçirme istediğinden daha üstün geldi. Erasmus programıyla gittiğim ülkede sosyal medyayı kullanma amacım farklı yerleri insanlara gösterebilmek adına değişti.” (K.B. 20, Erkek)

Sosyal medya platformlarında geçirilen zamanın Türkiye’de olduğu süre zarfında katılımcıların rutin bir yaşantı sürmelerinden dolayı bir zaman öldürme aracı olarak kullanıldığını, yeni bir coğrafyada ve farklı bir kültürde bulunulduğunda sosyal medya platformlarını kullanmanın herhangi bir öneminin kalmadığını bir katılımcı şu şekilde bahsetmiştir:

“İtalya tarihi ve kültürü o kadar geniş ve etkileyiciydi ki, bu kültürden eksik kalmamak ve etrafımda olup bitenlerden haberdar olamama korkusu beni çok etkiledi. Kendime yapmış olduğum günlük planda Erasmus eğitimi sonrası gezilecek ve öğrenilecek o denli çok kültürel aktivite olduğu için sosyal medya platformlarına girecek herhangi bir boş vaktim olmadı. Anladım ki aslında sosyal medya gözümde büyüttüğüm kadar büyük bir dünya değilmiş. Gözümle gördüğüm ve elimle dokunduğum birçok yenilik bana sosyal medyadan daha çok zevk verdiğini fark ettim.” (F.Y. 22, Kadın)

Katılımcılardan 7 tanesi Erasmus programı ile gitmiş oldukları yurtdışı seyahatleri esnasında sosyal medya platformlarını kullanım sıklıklarının arttığını vurgulamışlardır. Bu 7 katılımcının ortak özelliği ise Türkiye’deki arkadaş, aile çevresinden ve güncel ulusal olaylardan haberdar olabilmek için kullanım sıklığının artış gösterdiğini söylemeleridir.

“Yurtdışında olduğum süre zarfında ailem ve arkadaşlarım benim neler yaptığımı merak ediyorlardı. Onlarla iletişime geçebilmek ve benim neler yaptığımı görebilmeleri için sosyal medya platformlarını sıklıkla kullandım. Gece uyumadan önce sosyal medya platformlarına

girerek gündemi kaçırmak korkusu ile sosyal medya hesaplarımı gün aşırı kontrol ettim.”

(B.G. 23, Erkek)

Katılımcıların Erasmus programı ile gittikleri yurtdışı seyahatleri esnasında sosyal medya platformlarında yapmış oldukları durum güncellemeleri ve fotoğraf paylaşımlarında herhangi bir değişiklik olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların %82’lik kısmı paylaşımlarında ciddi anlamda artış olduğunu söylemişlerdir. Bu artışın sebebi ise yeni yerleri keşfettikleri ve bu keşifleri takipçileri ile paylaşmak olduğunu dile getirmişlerdir.

Sosyal medya platformlarında yapmış oldukları durum güncellemeleri ve fotoğraf paylaşımlarının artmasında sebeplerden birinin arkadaşlarının yanında olmaması ve kendileri ile bu paylaşımlar sayesinde haberleşme ve yanlarında olma hissiyatı yaratma olduğunu söylemişlerdir. Bir katılımcı yeni keşfettiği yerler ile ilgili yapmış olduğu paylaşımları yapma sebebini şu şekilde açıklamıştır:

“Türkiye’de olduğum zamanlarda genellikle arkadaş ortamında yapmış olduğumuz etkinlikleri birbirimizi etiketleyerek paylaşımlarda bulunurken, yurtdışında olduğum dönemde ise gezdiğim, eğlendiğim ve keşfettiğim yeni heyecanların fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmaya başladım. Böylelikle arkadaşlarım bu paylaşımların altına yorum yazdılar ve karşılıklı onlarla konuşma fırsatı bulabildim.” (A.S.Y. 22, Erkek)

Bir diğer katılımcı ise sosyal çevresindeki arkadaşlarının yokluğunu şu şekilde dile getirmiştir:

“Normalde arkadaşlarım hep yanımda olduğu için sosyal medya platformlarında pek fazla bir paylaşım yapmazdım. Fakat yurtdışında olduğum dönemde neredeyse bütün gördüğüm yerlerin fotoğraflarını bu platformlara yükleyerek paylaşımlarda bulundum.” (U.O. 21, Kadın)

Katılımcıların duygu durumlarını sosyal medya platformları ne denli etkilediğini ölçebilmek için onlara, yurtdışına gittiğiniz dönemde, Türkiye’de kalan arkadaşlarınız, aileniz ve yakınlarınızın yapmış olduğu ve hep birlikte oldukları, eğlendikleri vb. paylaşımlarını gördüğünüzde ne hissettiniz? sorusu yöneltilmiştir. Arkadaş çevresi tarafından yapılan paylaşımları gören katılımcıların %84’ü, bu paylaşımları gördükçe mutlu olduklarını söylemişlerdir. Aile bireylerin paylaşımlarını gören katılımcıların duygu durumları da arkadaşlarının paylaşımlarını gördüğündeki duygu durumları gibi yüksek bir yüzdeye sahip olduğu görülmüş fakat bu yüzdede mutluluk yerini özlem ve üzüntüye bırakmıştır.

Katılımcılardan bir tanesi arkadaşlarının yapmış olduğu sosyal medya paylaşımlarını gördüğünde yaşadığı mutluluğu şu şekilde dile getirmiştir:

“Arkadaşlarımın yapmış olduğu paylaşımları gördüğümde, onların mutlu olduğunu ve eğlenceli vakitler geçirdiklerini bilmek bana mutluluk veriyordu. Hemen paylaşımlarının altına yorum yazıyor ve mutluluklarına ortak oluyordum. Biliyordum ki onlarda benim yapmış olduğum eğlenceli paylaşımlarda benim adıma mutlu oluyorlardı.” (B.K. 22, Kadın)

Katılımcıların sosyal medya platformlarında gördüğü paylaşımlar aile ile ilgili olduğu durumlarda mutluluk yerini özleme çevrildiği dile getirilmiştir. Bir katılımcı yaşadığı bu durumu şu şekilde aktarmıştır:

“Bu süre zarfında ailem ile ilk defa bu kadar uzun ayrı kaldığım için içimde onlara karşı özlem hissediyordum. Sosyal medyada onların yapmış oldukları paylaşımları gördüğümde onları ne kadar çok özlediğim aklıma geliyor ve içimi bir hüüzün kaplıyordu.” (A.Ö. 23, Kadın)

Bir katılımcı ise ailesine olan özlemini dile getirirken başından geçen bir olayı şu şekilde dile getirmiştir:

“Almanya’da olduğum dönemde kardeşimin doğum gününe katılamamıştım. Ailem ona bir doğum günü partisi düzenlemişti ve yaptıkları paylaşımlarda yer almamam beni çok üzmüştü. Akşam yurda giderken ilk gördüğüm pastaneden bir pasta alarak hemen kardeşimi görüntülü aradım ve doğum gününü uzaktan da olsa kutlama şansım oldu.” (F.A. 24, Kadın)

Katılımcılara Erasmus programı esnasında sosyal medya platformlarına giriş engeli ile karşılaşp karşılaşmadıkları, karşılaşmışlar ise bu durumun kendilerini nasıl etkilediği ile ilgili görüşleri alınmıştır. 26 katılımcının 9 tanesi herhangi bir engelle karşılaşmadıklarını söylemişlerdir. Erişim engeli ile karşılaşan 17 katılımcının 11 tanesi bu engelin kendileri için herhangi bir sorun teşkil etmediğini ve günlük hayatlarına sosyal medya platformları olmadan devam ettiklerini söylemişlerdir. Engelle karşılaşan 6 katılımcının 4 tanesi sosyal medya platformlarını daha çok buldukları ortam hakkında bilgi edinebilmek için kullandıklarını ve bu durumun kendilerini zorladığını söylemiştir. Bir katılımcı görüşme esnasında bu durumu şu şekilde vurgulamıştır:

“Sosyal medya platformları ile aktivitelerimi düzenlemekteydim. Sosyal medyaya erişimim olmadığı zamanda günlük planlarımı yapamamaktaydım ve tamamen bilinçsiz bir şekilde gezmekteydim.” (F.K.Ö. 22, Erkek)

Bir diğerk katılımcı ise sosyal medyayı Erasmus programı esnasında oluşturduğu yeni arkadaşlıklar için kullandığını ve erişim engelinin kendini zorladığını dile getirmiştir.

“Erasmus programına katılan değişik ülkelerden insanlarla arkadaşlık kurduğum dönemde onlarla sosyal medya platformları aracılığıyla haberleşme sağlıyordum. Erişimimin kısıtlı olduğu dönemde kendilerinden haber alamamak ve birçok sosyal aktiviteden mahrum kalmak beni çok üzmüştü.” (H.S.D. 21, Kadın)

İki katılımcı ise sosyal medya platformlarının kendileri için aileleri ve arkadaşları arasında bir köprü görevi gördüğünü ve erişimin kısıtlı olduğu dönemlerde kendilerini yalnız hissedip, korkuya kapılmalarına sebebiyet verdiğini dile getirmişlerdir. Bir katılımcı bu durumu şu şekilde anlatmıştır:

“Sosyal medya hesaplarıma giremediğim dönemde hiç kimseden haber alamamak beni çok ürkütmüştü. Kendimi yalnız ve dışlanmış hissetmeme sebebiyet verdi. Ailem ile iletişime geçememek, arkadaşlarımdan haber alamamak beni o kadar çok etkiledi ki yaptığım hiçbir aktiviteden keyif alamaz pozisyona gelmiştim.” (N.Ö. 20, Kadın)

Sonuç

Bireylerin, çevresinde olup biten olaylar takip etmenin ve diğerk bireylerin yaşamış olduğu deneyimleri irdelemenin kendilerine vermiş olduğu haz ve tatmin duygusu bu bilgilere ulaşılama korkusu ile birleştiğinde kaygı ve endişenin yol açtığı, psikolojik bir rahatsızlık olan FoMO'nun ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir.

Bireylerin sürekli olarak sosyal medya platformlarını güncelleme davranışları, “acaba bir şey mi kaçırdım?”, “şu an kim ne paylaştı?” gibi korkular yaşamaktadırlar. Bu korkular, bireylerin davranışlarına etki etmekte ve sürekli olarak telefon veya tabletlerini kontrol ederek sosyal medya platformlarında oldukça fazla vakit geçirmelerine sebebiyet vermektedir. Bu platformlarda geçirilen fazla vakit ise bir bağımlılık türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapılan bu çalışmada ilk olarak katılımcılara sosyal medya yoğunluk ölçeği uygulanmıştır. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların ortalama günlük 3-4 saat arasında sosyal medya platformlarında yer almaları ve bu platformları günlük hayatın bir parçası olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. Katılımcıların sosyal medya platformlarını bir gösteriş olarak görmemeleri ve bir haber kaynağı olarak çok yoğun kullanmamaları, bu platformları daha çok FoMO bağlamında kullandıklarının bir göstergesidir.

Yapılan bir diğer ölçek testi olan FoMO yoğunluk ölçeği sonuçları incelendiğinde de sosyal medya yoğunluk ölçeğinde çıkan sonuçlara paralel bir şekilde sonuçların çıktığı görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya platformlarını arkadaş ve aile çevresi ile aralarında bir köprü olduğunu ve sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlarda kendilerinin yer almamasının vermiş olduğu hüzün bir FoMO göstergesi olarak görülmektedir.

Katılımcıların Erasmus programı kapsamında yurtdışında oldukları dönemde sosyal medya platformlarını kullanma sıklığı ve amaçları arasında bir farkın olup olmadığı incelendiğinde 26 katılımcıdan 7 tanesinin kullanım sıklığının arttığı görülürken 12 tane katılımcının kullanım amacının tamamen farklılaştığı ve sosyal medyayı bir üretkenlik platformu olarak kullandıkları görülmüştür. Bu katılımcıların sosyal medya güncellemelerindeki artışın büyük bir yüzdeyle ifade edilmesi yeni yerlerin keşfedilmesinden ve uzakta oldukları süre zarfında kendilerinden sosyal medya platformları sayesinde söz ettirme isteklerinin olmasının bir göstergesidir.

Kendini sosyal medya platformları sayesinde gösterebilen bu katılımcılar, bu süre zarfında sosyal medya platformlarında gördükleri arkadaşlarına ait paylaşımlarda mutluluğu yaşarken ailelerinin paylaşımlarında üzüntüye kapılmaları, sosyal medyanın iletişim aracı olarak denli güçlü bir platform olduğunu göstermektedir.

Tüm bunların yanında sosyal medya platformlarına giriş engeli ile karşılaşan 17 katılımcının vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde yalnızca 2 katılımcının bu engel karşısında haber alma korkusu yaşadığı görülmektedir. 11 katılımcının vermiş olduğu cevaplar yorumlandığında, katılımcıların başka kültür, coğrafya ve rutin yaşam standartlarından farklı bir yaşam sürmelerinden dolayı sosyal medya platformlarına erişimin kendilerinde herhangi bir olumsuz etki yaratmadığı görülmektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya katılımcılar için güncel hayatın bir parçası olarak karşımıza çıkan bir yaşam aracı pozisyonundadır. Bu pozisyonda olmasının en önemli sebeplerinden biri katılımcıların sosyal yaşantısının standart olması ve sosyal medya kullanıcılarının çevresinde olup biteni yakından takip ederek sosyal yaşamlarına bir renk katmak istemeleridir. Başka bir sosyal yaşantıya geçildiğinde bu alışkanlıkların büyük ölçüde azaldığı sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal Medya ve “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” ile ilgili toplumda farkındalık yaratma adına eğitimler düzenlenmeli ve bu tarz çalışmalar farklı uygulamalar ile geliştirilmelidir.

İlgili konu ile Türkçe yayın sayısının artırılması sağlanmalı ve bu konuda daha çok araştırma yapılması konusunda ön ayak olunmalı ve başta gençler olmak üzere toplumun birçok kesiminin bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Baumeister, Roy ve Leary, Mark (1995), “The Need to Belong: Fesire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation”, *Psychological Bulletin*, 117(3), ss. 497.

Beckers, Li (2014), “Fear of Missing out”, <http://www.spiegel.de/netzwelt/reeperbahnfestival/fomo-mode-erscheinung-fear-of-missing-out-a-992740.html>, Erişim Tarihi: 24.11.2020

Creswell, John (2003), *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches* (2nd ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

Creswell, John (2006), *Understanding Mixed Methods Research*, (Chapter 1). http://www.sagepub.com/upm-data/10981_Chapter_1.pdf, Erişim Tarihi: 23.11.2020

Ellison, Nicole, Steinfield, Charles, ve Lampe, Cliff. (2007). “The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital And College Students’ Use Of Online Social Network Sites.” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x

Goertler, Senta (2015), “Study Abroad And Technology: Friend or Enemy? Issues”. <http://ftmag.com/studyabroad-and-technology> (Erişim Tarihi: 21.09.2020).

Grohol, J. (2011), “FOMO Addiction: The Fear of Missing Out”. www.psychocentral.com (Erişim Tarihi: 13.11.2020)

Hazar, Murat (2011), “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32(1), s.151-176.

Herman, Dan (2011), *The Fear of Missing Out*. [http://www.danherman.com/The-Fear-of-Missing-Out-\(FOMO\)-by-Dan-Herman.html](http://www.danherman.com/The-Fear-of-Missing-Out-(FOMO)-by-Dan-Herman.html) (Erişim Tarihi: 03.10.2020).

Hetz, Patricia, Dawson, Christi, ve Cullen, Theresa. (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.
<http://dx.doi.org/10.1080/15391523.2015.1080585>
- JWTIntelligence (2012), Fear Of Missing Out (FOMO).
http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMOupdate_3.21.12.pdf
- Joinson, Adam (2008), “Looking At, Looking Up Or Keeping Up With People? Motives And Use Of Facebook”. In Proceedings Of The Sıgchı Conference On Human Factors In Computing Systems (ss. 1027–1036). doi:10.1145/ 1357054.1357213
- Johnson, Burke ve Turner, Lisa (2003), Data Collection Strategies In Mixed Methods Research. A. Tashakkori ve C. Teddlie (Editörler), Handbook Of Mixed Methods In Social And Behavioral Research (ss. 297-319). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kim, Jamie ve Tussyadiah, Ip (2013), “Social Networking And Social Support İn Tourism Experience: The Moderating Role Of Online Self-Presentation Strategies”, Journal of Travel & Tourism Marketing, 30, 78–92. doi:10.1080/10548408.2013.751220
- Li, Xiaoqian ve Chen, Wenhong (2014), “Facebook or Renren? A comparative study of social networking site use and social capital among Chinese international students in the United States”, Computers in Human Behavior, 35, 116–123.
- Lin, Kuanyu ve Lu, Hsipeng (2011), “Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory”, Computers in Human Behavior, 27, 1152–1161. doi:10.1016/j.chb.2010.12.009
- Mikal, Jude ve Grace, Kathryn (2012), “Against Abstinence-Only Education Abroad: Viewing Internet Use During Study Abroad As A Possible Experience Enhancement”, Journal of Studies in International Education, 16, 287–306. doi:10.1177/1028315311423108
- Miller, Sarah (2012), Fear of Missing Out: Are You A Slave to FOMO?
http://abcnews.go.com/health/wellness/fearmissingslavefomo/story?id=16629972&singlePage=true#.T_Tg48015. (Erişim Tarihi: 5.10.2020).
- Przybylski, Andrew, Murayama, Kou, Dehaan, Cody, ve Gladwell, Valerie (2013), “Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates Of Fear Of Missing out”, Computers in Human Behavior, 29(4), s.1841-1848

Valkenburg, Patti, Peter, Jochen ve Schouten, Alexander (2006), “Friend Networking Sites And Their Relationship To Adolescents’ Wellbeing And Social Self-Esteem”. *Cyberpsychology and Behavior*, 9, 584–590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584

Wiesner, Lars (2017), Fighting Fomo. A Study On Implications For Solving The Phenomenon Of The Fear Of Missing Out .Master Thesis, University of Twente September

<https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-2-ceyrek/> Erişim Tarihi: 11.11.2020

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53259275>. Erişim Tarihi: 23.11.2020

<https://hootsuite.com/resources/digital2020-q4-update> Erişim Tarihi: 20.09.2020