

Sosyal Medya Bağlamında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)

FoMO in the Social Media Context

DOI: 10.5281/zenodo.7458921

Fatih ÇELİK ¹

2000’li yılların başında ortaya çıkan ve gün geçtikçe hem kullanıcı hem de platform sayısı hızlı bir şekilde artan sosyal medya, bireylerin yanı sıra kurum ve kuruluşların da iletişim sürecini ciddi anlamda etkilemiştir. Güncel bir araştırma raporuna göre, 7,99 milyarlık dünya nüfusunun yaklaşık %59,3’ü (4,74 milyar) aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Ayrıca, bu kullanıcılar günde ortalama 2 saat 28 dakikasını sosyal medyada geçirmektedir (Kemp, 2022). İnsanların bu denli sosyal medyayı sık ve yoğun bir şekilde kullanmasının arkasında sosyal ihtiyacın karşılanması, eğitim, bilgi arama ve paylaşma, eğlence arayışı, etkileşim, kendini ifade etme, günlük rutin işlerinden uzaklaşma, rahatlama, gelişmeleri takip etme, psikolojik iyi oluşlarına katkıda bulunma ve gözetim gibi çeşitli motivasyonlar vardır (Çelik, Koseoglu ve Elhai, 2022; Whiting ve Williams, 2013). Her ne kadar başlarda sosyal medyanın kullanıcılarına sunduğu bu “parlak yüz” kullanıcılar arasında ve bilimsel araştırmalarda daha çok öne çıkartılsa da özellikle aşırı ve yoğun kullanımın artmasıyla birlikte son yıllarda sosyal medyanın “karanlık yüzü” dikkat çekmeye başlamıştır (Baccarella, Wagner, Kietzmann ve McCarthy, 2018; Salo, Mäntymäki ve Islam, 2018). Zamanla renk tondaki bu değişim ile birlikte sosyal medyanın “karanlık yüzünün” insanların hayatlarını derinden etkilediği fark edilmiştir (Baccarella ve diğerleri, 2018). Gelişmeleri kaçırma korkusu (fear of missing out [FoMO]), sosyal medya çağında ortaya çıkan ve nispeten “karanlık yüz” diyebileceğimiz psikolojik bir yapıyı temsil etmektedir (Çelik ve diğerleri, 2022). Sonuç olarak, sosyal medya platformlarının ve kullanıcı sayılarının yükselişi insan iletişimini kökten değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda FoMO gibi bir dizi “olumsuz” duyguların ortaya çıkmasına yol açmıştır (Al-Busaidi, Dauletova ve Al-Wahaibi, 2022).

FoMO Nedir?

FoMO ile ilgili literatürdeki tanımlara baktığımızda hem çevrimiçi hem de çevrimdışı ortamlara yönelik farklı tanımlarının olduğunu görüyoruz (Çelik ve diğerleri, 2022; Zhang, Jiménez ve Cicala, 2020). Literatürdeki hâkim düşünceye göre, FoMO’nun bireylerin kendilerini sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırdığı yer olan sosyal medya bağlamında ele alınmasının daha makul olacağı ileri sürülmektedir (Zhang ve diğerleri, 2020). Bu noktadan hareketle, bu çalışmada FoMO sadece sosyal medya bağlamında değerlendirilmiştir. Sosyal medya bağlamında FoMO, kişinin Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya platformlarında meydana gelen bir olayın dışında kaldığını düşünerek yaşadığı

¹ Trabzon Üniversitesi, Vakıfkebir MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, fatihcelik2842@gmail.com; fatihcelik@trabzon.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3765-5284.

kaygı, yetersizlik/eksiklik ve endişe artışı olarak tanımlanmaktadır (Gil, Chamarro ve Oberst, 2015). Kullanıcıların sosyal çevrelerindeki kişi, kurum, kuruluş, olgu veya olaylarla ilgili herhangi bir bilgiyi kaçırma endişesi ve diğerlerinin çeşitli sosyal aktivitelerde bulunduğunu gördükten sonra kendilerini onlardan bağlantısız ve eksik kaldığını hissetmesi gibi olumsuz ruh hallerini yansıtan FoMO, bireylerin sürekli çevrimiçi olmalarına yol açmıştır (Bui, Krishen, Anlamlier ve Berezan, 2022; Dhir, Talwar, Kaur, Budhiraja ve Islam, 2021). Kısacası FoMO, insanların hayatlarını ve psikolojik iyi oluşlarını keyifli bir şeyi kaçırdıkları endişesi yaratarak etkilemektedir (Maxwell, Tefertiller ve Morris, 2022). Bu durum, özellikle akıllı telefonların ve tabletlerin sağladığı gerçek zamanlı ve mekân ile zaman sınırlaması olmaksızın sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte daha şiddetli bir hale gelmiştir (Conlin, Billings ve Averset, 2016; Wegmann, Oberst, Stodt ve Brand, 2017). Öte yandan FoMO, insanların sosyal medyayı sürekli kontrol etme ihtiyacı duymalarının ya da herkesin hakkında konuştuğu bir TV programı veya dizisini izlemelerinin nedeni olabilir. Bu aşamada özellikle “kendini bir gruba dahil hissetme ihtiyacı” FoMO'yu yönlendirebilir (Maxwell ve diğerleri, 2022). Bu doğrultuda FoMO, medya ve iletişim başta olmak üzere, psikoloji, sosyoloji, spor bilimleri, sağlık bilimleri, işletme yönetimi, bilgi sistemleri ve pazarlama gibi farklı disiplinlerde giderek artan oranda araştırma konusu haline gelmiştir.

FoMO ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki

Hattingh, Dhir, Ractham, Ferraris ve Yahiaoui'ye (2022) göre, FoMO her ne kadar yakın bir zamanda araştırmacıların dikkatini çekmiş olsa da FoMO'nun kökleri psikolojinin önemli teorilerinden biri olan öz denetim teorisine dayanmaktadır (Deci ve Ryan, 1985). Bu teoriye göre, insanların özerklik, yetkinlik ve ilişkili olma gibi üç temel psikolojik ihtiyacı vardır. Bu temel ihtiyaçların eksikliği FoMO'ya yol açabilmektedir (Dou, Li, Li, Li ve Wang, 2021). Özellikle bireylerin sürekli olarak sosyal desteğe ihtiyaç duymalarının, onların ilişki kurma gereksinimlerini karşılamak için sosyal bağlantılarına yönelmelerine neden olmaktadır. Bu nedenle, FoMO'nun kişisel bağlantılar arayan sosyal medya kullanıcıları arasında güçlü bir şekilde ortaya çıkmasının önemli bir nedeni olabilir (Hattingh ve diğerleri, 2022). Bunun yanı sıra, “FoMO mu sosyal medya kullanımının artmasına neden oluyor yoksa tam tersi artan sosyal medya kullanımı FoMO'nun ortaya çıkmasına veya şiddetlenmesine mi yol açıyor?” Bu soru, son yıllarda iletişim psikolojisi araştırmacıları tarafından sıklıkla merak edilmiş ve önemli araştırmalar yapılmıştır. FoMO temelde sosyal medya kullanımının psikolojik bir etkileyicisi olarak kavramsallaştırılmış olsa da bu ilişki çift yönlü olabilir. Başka bir deyişle, FoMO artan (aşırı) sosyal medya kullanımının hem nedeni hem de bir sonucu olabilir ve bu da iki değişken arasında kısır bir döngünün meydana gelmesine yol açabilir (Fioravanti ve diğerleri, 2021; Sette, Lima, Queluz, Ferrari ve Hauck, 2020).

Buglass, Binder, Betts ve Underwood (2017) aşırı sosyal medya kullanımı ile FoMO arasında pozitif ilişki olduğunu, aşırı sosyal medya kullanımının yüksek FoMO seviyelerine yol açabileceğini yani FoMO'nun sonuç olduğunu ileri sürmektedirler. Ayrıca, yakın zamanlı bir meta analiz çalışmasına göre, sosyal medya kullanımı ve aşırı sosyal medya kullanımı ile FoMO arasında pozitif bir ilişki olduğu ileri sürülmüştür (Fioravanti ve diğerleri, 2021). Bir başka meta

analiz ise, sosyal medya platformu türünün sosyal medya kullanımı ve FoMO arasındaki ilişkiyi düzenlediğini/ılımlaştırdığını ileri sürmektedir (Zhang, Li ve Yu, 2021). Öyle ki, Instagram, Facebook ve Snapchat'e göre, bu ilişkide daha etkili bir düzenleyici (moderation) role sahiptir. Instagram görüntü odaklı olması nedeniyle kullanıcılar tarafından oluşturulan görseller hızlı ve eğlenceli bir şekilde paylaşılır. Bu şekilde platform, kullanıcılara daha fazla güncellik, heyecan ve bilgi zenginliği sağlar ve bireylerin buna özlem duyması ve bu yeni deneyimi kaçırma konusunda daha fazla endişelenmesine yol açar (Zhang ve diğerleri, 2021).

FoMO'nun sosyal medya ile ilgili konularda öncül olduğu, başka bir ifadeyle etkileyen (neden, öncül, bağımsız, egzogen, yordayan vb.) değişken olarak ele alınan araştırmalar da literatürde mevcuttur. Örneğin, önceki yapılan bir araştırmaya göre, FoMO seviyesi yüksek olan bireylerin sosyal medya hesaplarını sürekli olarak kontrol ederek arkadaşları veya takip ettikleri diğer hesaplar hakkında güncel kalmaya çalışmaktadırlar. Bu durum sosyal medya kullanım süresini artırmakta ve bu artış bir tür zorlama veya bağımlılık yapıcı davranış haline gelmektedir (Dhir, Yossatorn, Kaur ve Chen, 2018). FoMO ayrıca, “sosyal ağ kullanımı ve etkileşimlerinin çeşitli yönleriyle ilişkili bıkkınlık, kızgınlık, öfke, hayal kırıklığı, temkinlilik, ilgi kaybı veya azalan ihtiyaç/motivasyon gibi duyguları içeren öznel, çok boyutlu bir kullanıcı deneyimi” (Ravindran, Yeow Kuan ve Hoe Lian, 2014, s. 2317) olarak açıklanan sosyal medya yorgunluğunu en çok etkileyen faktörlerin başında gelmektedir (Dhir ve diğerleri, 2018; Jupowicz-Ginalska, Kisilowska, Baran, Wysocki ve Jasiewicz, 2021). Bunun yanı sıra, güncel bir çalışma sonucunda, FoMO'nun akademik performans üzerindeki olumsuz etkisi, yalnızca öğrenciler yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı yaşadıklarında mevcut olduğu ortaya çıkmıştır (Al-Busaidi ve diğerleri, 2022). Öte yandan, Covid-19 döneminde FoMO'nun zorlayıcı sosyal medya kullanımı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ortaya konulmuştur (Çelik ve Diker, 2021). Tüm bunların aksine, az sayıda da olsa bazı çalışmalar FoMO ve sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiştir (Stead ve Bibby, 2017).

Sonuç

Sosyal medya platformlarına olan ilginin son yıllarda artarak devam etmesine rağmen araştırmacılar sosyal medyanın “parlak yüzünün” yanı sıra, “karanlık yüzünün” de olduğunu ortaya koymaya başlamış ve bu doğrultuda çalışmalar yaparak sosyal medya bağlamında yeni kavramlar ortaya atmışlardır. Bu nispeten yeni kavramlardan birisi de FoMO'dur. Son gerçekleştirilen bir derleme çalışmasına göre, FoMO'nun negatif duygulanım, problemli sosyal medya kullanımı ve problemli akıllı telefon kullanımı gibi daha çok olumsuz durumlarla ilişkili olduğunu ve özellikle 2016 yılından sonra FoMO ile ilgili önemli araştırmalar yapıldığı vurgulanmıştır (Çelik ve diğerleri, 2022). FoMO'nun bir kişilik özelliği olabileceği gibi zamana ve koşullara bağlı olarak değişen bir durum olabileceği düşünüldüğünde (Maxwell ve diğerleri, 2022), sosyal medya bağlamında konunun daha iyi anlaşılabilmesi için özellikle düzenleyici değişken(ler)in yer aldığı araştırma modellerinin test edilmesine literatürde ihtiyaç vardır. Bu ihtiyacın karşılanması, sosyal medyanın bir “karanlık yüzü” olarak FoMO'nun daha iyi anlaşılmasını sağlamakla kalmayacak ayrıca platform tasarlama, uygulamacılara, eğitimcilere, ebeveynlere ve devlet yetkililerine

de bu “karanlık yüzle” mücadele etmede önemli içgörüler sağlayacaktır. Çünkü FoMO, kişiler arasındaki iletişim ve etkileşim süreci ile toplumların refahı üzerinde negatif etkiler yaratma potansiyeline sahiptir. Ayrıca FoMO ve bu tür sosyal medyanın olumsuz yönlerini hafifletmede bireylerin dijital detoks yapmaları ve mümkün olduğunca dijital minimalizm felsefesi ile uyumlu bir şekilde teknolojileri kullanmaları önerilmektedir. Bu sayede, “gerektiği kadar” sosyal medya ve akıllı cep telefonları bireyler tarafından kullanılacak ve aşırı kullanım ile bunun neden olduğu olumsuz sonuçlardan kaçınılabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, FoMO, Sosyal Medya, Sosyal Medyanın Karanlık Yüzü

Kaynakça

- Al-Busaidi, A. S., Dauletova, V. ve Al-Wahaibi, I. (2022). The role of excessive social media content generation, attention seeking, and individual differences on the fear of missing out: A multiple mediation model. *Behaviour & Information Technology*, Erken Görünüm. doi:10.1080/0144929X.2022.2075791
- Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H. ve McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. *European Management Journal*, 36(4), 431-438. doi:10.1016/j.emj.2018.07.002
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R. ve Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255. doi:10.1016/j.chb.2016.09.055
- Bui, M. (Myla), Krishen, A. S., Anlamlier, E. ve Berezan, O. (2022). Fear of missing out in the digital age: The role of social media satisfaction and advertising engagement. *Psychology & Marketing*, 39(4), 683-693. doi:10.1002/mar.21611
- Conlin, L., Billings, A. C. ve Averset, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communication & Society*, 29(4), 151-164. doi:10.15581/003.29.4.151-164
- Çelik, F. ve Diker, E. (2021). Covid-19 sürecinde depresyon, stres, gelişmeleri kaçırma korkusu ve zorlayıcı sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiler. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 8(1), 17-43. doi:10.31682/ayna.783472
- Çelik, F., Koseoglu, M. A. ve Elhai, J. D. (2022). Exploring the intellectual structure of “fear of missing out” scholarship: Current status and future potential. *International Journal of Human-Computer Interaction*, Erken Görünüm. doi:10.1080/10447318.2022.2097783
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19(2), 109-134. doi:10.1016/0092-6566(85)90023-6
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., Budhiraja, S. ve Islam, N. (2021). The dark side of social media: Stalking, online self-disclosure and problematic sleep. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1373-1391. doi:10.1111/ijcs.12659

- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P. ve Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141-152. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012
- Dou, F., Li, Q., Li, X., Li, Q. ve Wang, M. (2021). Impact of perceived social support on fear of missing out (FoMO): A moderated mediation model. *Current Psychology*. Erken Görünüm. doi:10.1007/s12144-021-01404-4
- Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S. B., Probst, 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. doi:10.1016/j.chb.2021.106839
- Gil, F., Chamarro, A. ve Oberst, U. (2015). Addiction to online social networks: A question of “fear of missing out”? *Journal of Behavioral Addictions*, 4(Sup.1). 1-66. doi:10.1556/JBA.4.2015.Suppl.1
- Hattingh, M., Dhir, A., Ractham, P., Ferraris, A. ve Yahiaoui, D. (2022). Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users. *Technological Forecasting and Social Change*, 185. doi:10.1016/j.techfore.2022.122099
- Jupowicz-Ginalska, A., Kisilowska, M., Baran, T., Wysocki, A. ve Jasiewicz, J. (2021). Fear of missing out scale – a nationwide representative cawi survey in poland. *Central European Journal of Communication*, 13(3(27)), 313-332. doi:10.51480/1899-5101.13.3(27).1
- Kemp, S. (2022, 20 Ekim). The Global State of Digital in October 2022. DataReportal – Global Digital Insights. 24 Ekim 2022 tarihinde erişildi. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot> adresinden erişildi.
- Maxwell, L. C., Tefertiller, A. ve Morris, D. (2022). The nature of FoMO: Trait and state fear-of-missing-out and their relationships to entertainment television consumption. *Atlantic Journal of Communication*, 30(5), 522-534. doi:10.1080/15456870.2021.1979977
- Ravindran, T., Yeow Kuan, A. C. ve Hoe Lian, D. G. (2014). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), 2306-2320. doi:10.1002/asi.23122
- Salo, J., Mäntymäki, M. ve Islam, A. K. M. N. (2018). The dark side of social media – and Fifty Shades of Grey introduction to the special issue: The dark side of social media. *Internet Research*, 28(5), 1166-1168. doi:10.1108/IntR-10-2018-442
- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L. ve Hauck, N. (2020). The online fear of missing out inventory (on-FoMO): Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(1), 20-29. doi:10.1007/s41347-019-00110-0

- Stead, H. ve Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534-540. doi:10.1016/j.chb.2017.08.016
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B. ve Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33-42. doi:10.1016/j.abrep.2017.04.001
- Whiting, A. ve Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369. doi:10.1108/QMR-06-2013-0041
- Zhang, Y., Li, S. ve Yu, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273. doi:10.3724/SP.J.1041.2021.00273
- Zhang, Z., Jiménez, F. R. ve Cicala, J. E. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619-1634. doi:10.1002/mar.21406