

T.C
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
REKREASYON YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ SERBEST ZAMAN
TUTUMUNA ETKİSİ: GELİŞMELERİ KAÇIRMA
KORKUSUNUN (FoMO) ARACI ROLÜ VE AİT OLMA
İHTİYACININ DÜZENLEYİCİ ROLÜ**

Andaç AKÇAKESE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Mehmet DEMİREL

KONYA-2023

**T.C
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
REKREASYON YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ SERBEST ZAMAN
TUTUMUNA ETKİSİ: GELİŞMELERİ KAÇIRMA
KORKUSUNUN (FoMO) ARACI ROLÜ VE AİT OLMA
İHTİYACININ DÜZENLEYİCİ ROLÜ**

Andaç AKÇAKESE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN
Doç. Dr. Mehmet DEMİREL**

KONYA-2023



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Andaç AKÇAKESE		
	Numarası	21811701004		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Rekreasyon Yönetimi		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mehmet DEMİREL		
Tezin Adı	Sosyal Medya Bağımlılığının Serbest Zaman Tutumuna Etkisi: Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun (FoMO) Aracı Rolü ve Ait Olma İhtiyacının Düzenleyici Rolü			

Serbest zaman dinlenme, eğlenme ve yenilenme için bir fırsattır. Çoğu zaman, serbest zamanın aktif bir şekilde değerlendirilmesi içsel tatmin için bir ön koşuldur. Serbest zamanın öneminin farkında olmak, yaşamda daha fazla denge, mutluluk ve kişisel gelişim elde etme imkânı yaratır. Bu nedenle, serbest zamanın değerini tam olarak anlamak ve serbest zamana yönelik olumlu tutumlara sahip olmak önemlidir. Bu bilgiler ışığında, serbest zaman tutumunu (SZT) olumlu veya olumsuz yönde etkileyen değişkenlerin saptanması ve elde edilen sonuçlara yönelik önerilerin geliştirilmesi doğrultusunda araştırmada şu amaçlar benimsenmiştir: (a) Sosyal medya bağımlılığı (SMB) ve SZT arasındaki ilişkinin belirlenmesi, (b) SMB ve sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) arasındaki ilişkinin belirlenmesi, (c) SMB ve ait olma ihtiyacı (AOİ) arasındaki ilişkinin belirlenmesi, (d) FoMO ve SZT arasındaki ilişkinin belirlenmesi, (e) AOİ ve FoMO arasındaki ilişkinin belirlenmesi, (f) AOİ ve SZT arasındaki ilişkinin belirlenmesi, (g) SMB ve SZT arasındaki ilişkide FoMO'nun aracı etkisinin belirlenmesi, (h) SMB ve FoMO arasındaki ilişkide AOİ'nin düzenleyici etkisinin belirlenmesi, (i) FoMO ve SZT arasındaki ilişkide AOİ'nin düzenleyici etkisinin belirlenmesi, (j) SMB ve SZT arasındaki ilişkide AOİ'nin düzenleyici etkisinin belirlenmesi. Araştırma evrenini Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi programında öğrenim gören öğrenciler (270 öğrenci) oluşturmuştur. Evreni temsil edebilecek ideal örneklem büyüklüğü Sample Size Calculator isimli program kullanılarak (%95 güven aralığı ve %5 hata payı) 159 öğrenci olarak belirlenmiş, ancak bununla sınırlı kalınmayarak 220 öğrenciye ulaşılmıştır. Veriler, Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), Serbest Zaman Tutum Ölçeği (SZTÖ), Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ) ve Ait Olma İhtiyacı Ölçeği (AOİÖ) kullanılarak anket yöntemi ile elde edilmiştir. Veri analizi doğrultusunda ilk olarak ölçme araçlarının yapı geçerliliği ve güvenilirliği tekrar test edilmiş; ikinci olarak ölçme araçlarının ortalama dağılımları analiz edilmiş; son olarak SPSS programı üzerinde Process Model 4 ve Process Model 59 kullanılarak hipotez testi yapılmıştır. Elde edilen bulgular şu şekildedir: a) SMB ve SZT arasında bir ilişki yoktur, (b) SMB ve FoMO arasında pozitif bir ilişki vardır, (c) SMB ve AOİ arasında pozitif bir ilişki vardır, (d) FoMO ve SZT arasında bir ilişki yoktur (ancak FoMO ve davranışsal SZT arasında pozitif bir ilişki vardır), (e) AOİ ve FoMO arasında pozitif bir ilişki vardır, (f) AOİ ve SZT arasında pozitif bir ilişki vardır, (g) SMB ve SZT arasındaki ilişkide FoMO'nun aracı bir etkisi yoktur, (h) SMB ve FoMO arasındaki ilişkide AOİ'nin düzenleyici bir etkisi yoktur, (i) FoMO ve SZT arasındaki ilişkide AOİ'nin pozitif düzenleyici bir etkisi vardır, (j) SMB ve SZT arasındaki ilişkide AOİ'nin bir etkisi yoktur. Araştırmadan elde edilen bulgular ilgili bölümde tartışılmış ve elde edilen sonuçlara yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, serbest zaman, internet, rekreasyon, gelişmeleri kaçırma korkusu, ait olma ihtiyacı.



ABSTRACT

Author's	Name and Surname	Andaç AKÇAKESE		
	Student Number	21811701004		
	Department	Recreation Management		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Assoc. Prof. Dr. Mehmet DEMİREL		
Title of The Thesis/Dissertation	The Effect of Social Media Addiction on Leisure Attitude: The Mediating Effect of The Fear of Missing Out (FoMO) and The Moderating Effect of The Need to Belong			

Leisure is an opportunity for relaxation, enjoyment, and rejuvenation. Often, actively utilizing leisure is a prerequisite for internal satisfaction. Being aware of the importance of leisure creates opportunities to achieve more balance, happiness, and personal development in life. Therefore, it is important to fully understand the value of leisure and have positive attitudes towards it. In light of this information, the following objectives have been adopted for the research in order to identify the variables that positively or negatively affect leisure attitude (LA) and develop recommendations based on the obtained results: (a) determining the relationship between social media addiction (SMA) and LA; (b) determining the relationship between SMA and the fear of missing out (FoMO); (c) determining the relationship between SMA and the need to belong (NTB); (d) determining the relationship between FoMO and LA; (e) determining the relationship between NTB and FoMO; (f) determining the relationship between NTB and LA; (g) determining the mediating effect of FoMO on the relationship between SMA and LA; (h) determining the moderating effect of NTB on the relationship between SMA and FoMO; (i) determining the moderating effect of NTB on the relationship between FoMO and LA; (j) determining the moderating effect of NTB on the relationship between SMA and LA. The study population consisted of students enrolled in the Recreation Management program (270 students) at Necmettin Erbakan University's Faculty of Tourism. The ideal sample size, representative of the population, was determined as 159 students using the Sample Size Calculator program (with a 95% confidence level and 5% margin of error); however, data were collected from 220 students. The data were collected through a survey using the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), Leisure Attitude Scale (LAS), Fear of Missing Out Scale (FoMOS), and Need To Belong Scale (NTBS). Following data analysis, the construct validity and reliability of the measurement tools were retested. The mean distributions of the measurement tools were analyzed, and hypothesis testing was conducted using Process Model 4 and Process Model 59 in the SPSS program. The study has shown the following results: (a) there was no relationship between SMA and LA; (b) there was a positive relationship between SMA and FoMO; (c) there was a positive relationship between SMA and NTB; (d) there was no relationship between FoMO and LA (although there was a positive relationship between FoMO and behavioral LA); (e) there was a positive relationship between NTB and FoMO; (f) there was a positive relationship between NTB and LA; (g) the relationship between SMA and LA was not mediated by FoMO; (h) the relationship between SMA and FoMO was not moderated by NTB; (i) the relationship between FoMO and LA was positively moderated by NTB; (j) the relationship between SMA and LA was not moderated by NTB. The findings of the study are discussed in the relevant section, and recommendations are developed based on the results obtained.

Keywords: social media, leisure, internet, recreation, fear of missing out, need to belong.



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
BİLİMSEL ETİK SAYFASI



Öğrencinin	Adı Soyadı	Andaç AKÇAKESE		
	Numarası	21811701004		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Rekreasyon Yönetimi		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mehmet DEMİREL		
Tezin Adı	Sosyal Medya Bağımlılığının Serbest Zaman Tutumuna Etkisi: Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun (FoMO) Aracı Rolü ve Ait Olma İhtiyacının Düzenleyici Rolü			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Andaç AKÇAKESE

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
BİLİMSEL ETİK SAYFASI	iii
TABLolar LİSTESİ	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR	viii
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

1.1. Araştırmanın Konusu ve Problemi	3
1.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı	4
1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	5

2. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Zaman	7
2.2. Serbest Zaman	9
2.2.1. Zaman Olarak Serbest Zaman	12
2.2.2. Algılanan Özgürlük Olarak Serbest Zaman	13
2.2.3. Var Olma Durumu Olarak Serbest Zaman	14
2.2.4. İhtiyaç Olarak Serbest Zaman	14
2.2.5. Rekreasyon Olarak Serbest Zaman	15
2.2.6. Maneviyat Olarak Serbest Zaman	16
2.3. Serbest Zaman Tutumu	17
2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı	18
2.5. Ait Olma İhtiyacı	21
2.6. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)	23

3. BÖLÜM: YÖNTEM

3.1. Hipotez Örgüsü	26
3.2. Araştırma Modeli	34
3.3. Araştırma Grubu	35
3.4. Veri Toplama Araçları	36
3.4.1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	36
3.4.2. Serbest Zaman Tutum Ölçeği	37
3.4.3. Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği	37
3.4.4. Ait Olma İhtiyacı Ölçeği	38
3.5. Veri Analizi	38

4. BÖLÜM: BULGULAR

4.1. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)	39
4.1.1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	39
4.1.2. Serbest Zaman Tutum Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	40
4.1.3. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	42
4.1.4. Ait Olma İhtiyacı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	42
4.2. Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA)	43

4.2.1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	44
4.2.2. Serbest Zaman Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	45
4.2.3. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	50
4.2.4. Ait Olma İhtiyacı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	53
4.3. Ortalama ve Güvenirlik Analizleri	55
4.4. Çoklu Normallik Analizi	57
4.5. Bağımsız Gruplar T-Testi.....	58
4.6. MANOVA Analizi	60
4.7. Hipotez Testi	61

5. BÖLÜM: DEĞERLENDİRME

5.1. Tartışma.....	66
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	86
KAYNAKÇA	89



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Araştırma Grubuna İlişkin Tanımlayıcı Bulgular.....	36
Tablo 2. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları	40
Tablo 3. Serbest Zaman Tutum Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları	41
Tablo 4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları	42
Tablo 5. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları	43
Tablo 6. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik AFA-2 Bulguları	43
Tablo 7. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları	45
Tablo 8. Literatürde Önerilen Uyum İndeksi Değerleri	45
Tablo 9. Serbest Zaman Tutum Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları	49
Tablo 10. Serbest Zaman Tutum Ölçeğine Yönelik DFA-2 Bulguları.....	49
Tablo 11. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları	53
Tablo 12. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik DFA-2 Bulguları	53
Tablo 13. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları	55
Tablo 14. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik DFA-2 Bulguları	55
Tablo 15. Ortalama ve Güvenirlik Değerlerine Yönelik Bulgular	56
Tablo 16. Çoklu Normallik Değerlerine Yönelik Bulgular	58
Tablo 17. Cinsiyet Açısından Bağımsız Gruplar T-Testi Bulguları	59
Tablo 18. Sosyal Medya Kaynaklı SZ Katılımı Açısından T-Testi Bulguları.....	59
Tablo 19. Günlük SM Kullanımı Açısından MANOVA Bulguları.....	60
Tablo 20. Günlük SM Kullanımı Açısından MANOVA Post-Hoc Bulguları.....	60
Tablo 21. Hipotez Testi Bulguları	62

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma Modeli	35
Şekil 2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yapısal Eşitlik Modellemesi	44
Şekil 3. Serbest Zaman Tutum Ölçeğini Yapısal Eşitlik Modellemesi	48
Şekil 4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği Yapısal Eşitlik Modellemesi	52
Şekil 5. Ait Olma İhtiyacı Ölçeği Yapısal Eşitlik Modellemesi	54
Şekil 6. Process Model 4'ün Kavramsal ve İstatistiksel Diyagramları	63
Şekil 7. Process Model 59'un Kavramsal ve İstatistiksel Diyagramları	63
Şekil 8. Düzenleyici Etkiye Yönelik Çoklu Regresyon Grafiği.....	64



SİMGELER VE KISALTMALAR

- SM:** sosyal medya.
SMB: sosyal medya bağımlılığı.
SMBÖ: sosyal medya bağımlılığı ölçeği.
SZ: serbest zaman.
SZT: serbest zaman tutumu.
SZTÖ: serbest zaman tutum ölçeği.
FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu.
GKKÖ: gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği.
AOİ: ait olma ihtiyacı.
AOİÖ: ait olma ihtiyacı ölçeği.
ÇD: çok değişkenli.
Z: standartize edilmiş değer.
N: katılımcı sayısı.
 λ : faktör yükü.
 \bar{x} : ortalama.
S.S: standart sapma.
 α : cronbach's alpha güvenilirlik katsayısı.
CR: kompozit güvenilirlik katsayısı.
AVE: toplam açıklanan varyans.
p: anlamlılık değeri.
 β : etki katsayısı.

GİRİŞ

Bilgi çağı olarak adlandırılan günümüzde teknolojinin neredeyse insan yaşamının her unsuru ile etkileşim haline girmesi, insanların popüler kültürü tüketme şeklini biçimlendirmektedir. Bundan yirmi yıl önce radyoda ve televizyonda geçen hayatlar, yerini internetin hegemonyasındaki popüler kültür odaklı yaşam tarzına bırakmıştır. Artık bir serbest zaman alanı olarak nitelendirilen internet, iletişimsel bir etkileşim yolu ve bu tür etkileşimlerin araç haline getirilebildiği bir platformdur. Özellikle internetin önemli bir nimeti olarak görülen sosyal medya platformlarının giderek yaygın hale gelmesi, insanların bu tür sanal alanlarda kendini ifade edebilme fırsatının yanında topluluk ve aidiyet duygusu bulmalarına olanak tanımıştır (Bryce, 2001; Spracklen, 2015).

Serbest zamanın deneyimlenmesi, üretilmesi ve tüketilmesi için sanal bir platform olarak görülen sosyal medya (Arora, 2011), dışsal serbest zaman biçimlerinin yanında bir alternatif olarak yerini almıştır. Bununla birlikte, insanların sosyal medyada gece gündüz fark etmeksizin diğer insanlarla etkileşim kurabilmesi ve her an her yerde içerik paylaşabilmesi, dijital ortam dışında gerçekleştirilen serbest zaman faaliyetlerinin de sosyal medya tarafından şekillenmesine yol açmaktadır (Lin ve Atkin, 2020). Bu nedenle, sosyal medya bugün hem önemli bir serbest zaman alanı hem de diğer serbest zaman faaliyetlerini biçimlendiren önemli bir araçtır.

Sosyal medya kullanımının giderek yaygın hale gelmesi ve özellikle genç bireylerin yaşamlarının her anında sosyal medyaya bağlı şekilde yaşamlarını sürdürmeleri büyük bir sorun teşkil etmektedir. Bu davranış giderek bir bağımlılık haline gelmekte; sosyal medya yarardan çok problem yaratan bir araç şekline bürünmektedir. Sosyal medyanın problemleri, çeşitli psikolojik ve davranışsal sorunlara neden olmaktadır. Bu problemlerin en başında günümüzde önemli bir fenomen haline gelen gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) gelmektedir (Przybylski ve diğ., 2013).

Akıllı telefon ve sosyal medya kullanımının artmasının bir sonucu olarak bilinen FoMO'nun ortaya çıkmasında (Aygur ve diğ., 2019; Aygul ve Akbay, 2019; Elhai ve diğ., 2016), insanlarda doğuştan var olduğu düşünülen ait olma duygusunun önemli bir rolü olduğu bilinmektedir (Alabri, 2022; Sette ve diğ., 2020). Buna göre, ait olma

ihtiyacı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır; ait olma ihtiyacı arttıkça FoMO'da artar (Wiesner, 2017).

Ait olma ihtiyacı insanda doğuştan bulunan bir gereksinim olduğu gibi, insanın ruh sağlığının birincil ihtiyaçlarındandır. Ait olma duygusunun izi insan davranışlarının çoğunda bulunabilmektedir (Baumeister ve Leary, 1995). Ait olma ihtiyacı FoMO'nun önemli bir yordayıcısı olduğu gibi (Alabri, 2022), serbest zaman katılımının ve sosyal medya kullanımının da önemli bir motivasyonel unsuru olarak kabul edilmektedir (Bui ve diğ., 2022; Porter ve diğ., 2010).

Yukarıda anlatılanlar doğrultusunda günümüzde sosyal medyanın serbest zaman davranışlarını biçimlendirebildiği, bilinçsiz sosyal medya kullanımının önemli bir psikolojik sorun haline gelen FoMO'ya yol açtığı ve ait olma ihtiyacının tüm bu kavramlar üzerinde bir tetikleyici unsur olabileceği görülmektedir. Bu kapsamda yapılan bu araştırma, sosyal medya bağımlılığının serbest zaman tutumuna etkisinde ait olma ihtiyacına düzenleyici rolde ve FoMO'ya aracı rolde bir ışık tutmayı amaçlamaktadır.

1. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

1.1. Araştırmanın Konusu ve Problemi

Serbest zaman, özünde bireysel bir kavram olup anlamı bireyin algısına bağlı olarak değişmektedir (Jenkins ve Pigram, 2005). Ancak, her ne kadar öznel bir kavram olsa ve anlamı kişiden kişiye değişse de genel anlamda fiziksel, mental, sosyal, bilişsel ve ruhsal gelişime katkıda bulunur (Creighton-Smith ve diğ., 2017). Serbest zamanın sağladığı bu yararların bilincinde olan bir birey, serbest zamana yönelik olumlu değerler ve tutumlar edinir (Haworth ve Veal, 2004). Bu doğrultuda edinilen değer ve tutumlar, bireyin serbest zaman aktivitelerine yönelik eğilimlerinin biçimlenmesini sağlar (Ragheb ve Tate, 1993).

Serbest zaman tutumunun oluşmasında sahip olunan değer ve tutumların yanında yaşanılan çevre, cinsiyet, gelir durumu, fiziksel aktivite düzeyi ve yaş gibi pek çok unsur rol alabilmektedir (Akgül ve Gürbüz, 2011; Broadhurst, 2002; Torkildsen, 2012). Bunların yanında, günümüzde teknolojinin insan hayatına derinden entegre olması ve teknolojiye ait araçların insan yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, bu araçların insanların tutum ve değerlerini şekillendirmesine yol açmaktadır (Floridi, 2014). Bu araçlar arasında özellikle akıllı telefon, internet ve sosyal medyanın serbest zaman tutumu üzerinde belirleyici olduğu bilinmektedir (Özşaker ve diğ., 2016; Serdar ve diğ., 2022).

İnsanların serbest zamanlarının çoğunu sosyal medya platformlarında geçirmesi, sosyal medyanın insan yaşamına direkt etki eden bir konuma gelmesine yol açmıştır (Kuss ve Griffiths, 2017). Sosyal medyanın insanlara kendini tanımlayabilme ve bir kimlik oluşturma fırsatı vermesi (Spracklen, 2015), insanların hayatlarında olan her şeyi ve meydana gelen her olayı sosyal medyada paylaşmadan duramaz hale gelmelerine neden olmuştur (Dailey ve diğ., 2020). Bu durum, insanda doğuştan var olduğu kabul edilen ve insanların tutumlarını şekillendiren aidiyet gereksinimi ile birleşince tehlikeli bir durum haline bürünmüştür (Stănculescu, 2022; Stănculescu ve Griffiths, 2022). Çünkü, bir bağımlılık haline gelen sosyal medya çeşitli psikolojik ve davranış sorunlarına yol açmaktadır (Hou ve diğ., 2019). Bu sorunların başında FoMO isimli fenomen gelmektedir (Przybylski ve diğ., 2013; Sarıbay ve Durgun, 2019).

Ait olma ihtiyacı FoMO'yu arttıran birincil unsurlardan biridir (Bui ve diğ., 2022). Çünkü, serbest zamanlarının çoğunu ait olma ihtiyaçlarını tatmin etmek için sosyal medyada geçiren bireylerin bu davranışları zamanla bağımlılık haline gelmektedir. FoMO'yu tetikleyen bu bağımlılık hali özellikle genç bireyler açısından risk taşıyan bir durumdur (Yin ve diğ., 2021). Ayrıca, aidiyet kaynaklı sosyal medya bağımlılığı FoMO'ya neden olmakla kalmaz aynı zamanda sosyal medyada geçirdikleri zamana odaklanan bireylerin serbest zamanlarını etkili şekilde yönetememesine ve değerlendirememesine yol açar (Avunduk, 2021; Ezeonwumelu ve diğ., 2021). Bu bilgiler ışığında tasarlanan bu çalışmanın, yukarıda literatür destekli anlatılanlar ışığında belirlenen problemleri aşağıdaki gibidir:

- Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki var mıdır?
- Sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasında bir ilişki var mıdır?
- Sosyal medya bağımlılığı ve ait olma ihtiyacı arasında bir ilişki var mıdır?
- FoMO ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki var mıdır?
- Ait olma ihtiyacı ve FoMO arasında bir ilişki var mıdır?
- Ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki var mıdır?
- Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide FoMO'nun aracı bir etkisi var mıdır?
- Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının düzenleyici bir etkisi var mıdır?
- Sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının düzenleyici bir etkisi var mıdır?
- FoMO ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının düzenleyici bir etkisi var mıdır?

1.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Günümüzde bazı insanlar, zorunlu ihtiyaçları dışında kalan zamanlarının çoğunu sosyal medya platformlarında geçirmektedirler. Serbest zamana yönelik tutum ve değerlerin yeniden şekillenmesinde hatırı sayılır bir etkisi olan (Basmacı, 2018) ve bağımlılık haline gelen bu durum özellikle genç bireylerin mental ve ruhsal sağlıkları açısından büyük bir problem teşkil etmektedir (Lin ve diğ., 2021). Çünkü, temelde insanı özgürleştirmesi ve geliştirmesi gereken serbest zamanın çoğunun sosyal medya kullanımına ayrılması bireylerde bazı psikolojik problemler ortaya çıkarabilmektedir

(Çiftçi, 2018; Karadağ ve Akçınar, 2019). Bunların arasında günümüzde en çok rastlanılanı FoMO olarak bilinen fenomendir. FoMO, sosyal medyanın sürekli kullanımıyla bağlantılıdır ve genç yetişkinlerin yaklaşık %75'inde bulunabilen bir kaygı durumudur (Chaudhry, 2015). Sosyal medya kullanımının yanında temel bir psikolojik gereksinim olan ait olma ihtiyacının da FoMO'nun önemli yordayıcılarından biri olduğu bilinmektedir (Alabri, 2022). Sosyal medya ile pozitif bir ilişki halinde olan FoMO, bu yönüyle bireylerin daha fazla sosyal medya kullanmalarına yol açmakta bu da bireylerin serbest zamanlarının çoğunu bu şekilde geçirmesine neden olmaktadır (Yin ve diğ., 2021). Dolayısıyla, sosyal medya kullanımının FoMO olgusunu ortaya çıkardığı ve bununla birlikte artan FoMO durumunun da daha fazla sorunlu sosyal medya kullanımına yol açarak bilinçsiz bir serbest zaman yönetimine yol açtığı söylenebilir. Buradan yola çıkılarak yapılan araştırmanın önemi, literatürün yukarıda anlatılan temelleri üzerine inşa edilmiştir.

Araştırmanın belirtilen önemi ve amaçları doğrultusunda aşağıdaki varsayımlardan hareket edilecektir:

- Araştırmanın amaçlarına uygun olarak hazırlanan anket formunun araştırmaya katılan bireyler tarafından tarafsız, güvenilir ve içtenlikle değerlendirilip doldurulacağı,
- Hazırlanan anket formunun bilimsel temeller açısından geçerli ve güvenilir olduğu,
- Araştırma amaçları doğrultusunda bilimsel temellere uygun olarak belirlenen örneklem grubunun araştırma evrenini temsil etmede yeterli olduğu,
- Araştırma için hazırlanan ve kullanılan ölçeklerin, araştırma kapsamında gerçekleştirilmek istenen ölçümler doğrultusunda yeterli ve güvenilir olduğu varsayılmıştır.

1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Bu araştırmanın kavramsal altyapısı ulaşılabilen ilgili literatür kaynaklarıyla, veri toplama aşaması ise Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi bölümünde öğrenim gören öğrenciler arasında ulaşılabilen bireylerle ve gönüllülük esasına uygun şekilde yapılan anket çalışmasıyla sınırlandırılmıştır.

- Sosyal medya bağımlılığı, serbest zaman tutumu, FoMO ve ait olma ihtiyacı gibi değişkenler insanların deneyimlerine dayanan öz bildirimlere dayanır. Araştırmaya katılan katılımcılar, bu değişkenlere yönelik gerçek tutumlarını verdikleri yanıtlarda doğru şekilde yansıtmamış olabilirler veya bu değişkenlere yönelik arzularını farkında olmadan abartabilirler. Bu durum, öz bildirimci yanılsama riskini ortaya çıkartmış ve araştırmayı sınırlamış olabilir.
- Rekreasyon yönetiminde öğrenim gören öğrenciler, aldıkları eğitim gereği belirli özelliklere sahiptirler. Özellikle yaş, cinsiyet, sosyo ekonomik durum, deneyimler ve bunun gibi birçok faktör araştırmanın sonuçları üzerinde etkili olmuş ve araştırmayı sınırlamış olabilir.
- Araştırmanın verileri anket yöntemiyle elde edilmiştir. Anket yöntemi, katılımcıların cevaplarını objektif olarak vermesini sağlamak için bazı kısıtlamalara sahiptir. Bundan dolayı, katılımcıların yanıtlarını etkileyebilecek yanıt önyargıları veya anket formülasyonundan kaynaklanan sorunlar ortaya çıkabileceğinden araştırmayı sınırlanmış olabilir.
- Sosyal medya bağımlılığı, serbest zaman tutumu, FoMO ve ait olma ihtiyacı gibi değişkenler kültürel ve bölgesel farklılıklardan etkilenebilir. Araştırmanın yürütülmüş olduğu Konya ilindeki kültürel ve bölgesel faktörler araştırmayı sınırlanmış olabilir.

2. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Zaman

Zaman en büyük gizemlerden biridir. Dünyadaki yaşamın ve gerçekleşen olayların bir parçasıdır. İnsanoğlu geçmişi hatırlar, ancak gelecek üzerinde bir bilgi sahibi değildir. İnsanın gerçekleştirdiği eylemler geçmişte değil, gelecekte bir etki yaratır. Geçmiş artık değiştirilemez ve kontrolün dışındadır, gelecek ise en azından insanın yaşamında verdiği kararlarla belli bir derece kontrol edilebilir. Zaman, insanın anlayabileceğinden uzak bir kavram gibi görünse de hayatı yaşama şeklini derinden etkilemektedir. Dolayısıyla, zamanı en büyük gizemlerden biri yapan şey insana hem anlayamayacağı kadar uzak gelmesi hem de insanın hayatını şekillendirecek kadar yakın olmasıdır (Callender, 2011; Mölder ve diğ., 2016).

Zaman, insanın dünyayı ve onun içindeki yerini anlamasına bir boyut katar. Zamanın yokluğunda dünyanın nasıl olabileceğini hayal edebilmek imkansızdır; olaylar zamanla birlikte gerçekleşir. Zamanın kendisi insanın duyu organları ile algılayamadığı bir şey olsa da yine de doğada var olan, ölçülebilen ve somut sonuçlar gösteren bir olgudur (Evans, 2003; Gürbüz ve Aydın, 2012). Zaman devamlı olarak ilerlemektedir ve zamanın devamlı ilerleyen bir şey olduğu hissi sadece insanlara özgüdür (Adair, 2009).

Zaman, insanoğlunun sahip olduğu en değerli kaynaktır. Bunun en temel nedeni zamanın durdurulmasının, geri döndürülmesinin veya yerinin ona benzer başka bir kaynakla doldurulmasının imkansızlığıdır. Zaman insanoğlunun yılları, ayları, günleri, saatleri, dakikaları ve saniyeleriyle ölçülen hayatıdır. İnsanın yaşadığı her an hayatının geri kalanından giden bir parçadır. Yani, zaman yaşamın kendisidir ve insanın yaşamını güzel kılabilmesi, yaşam kalitesini ve doyumunu yükseltmesi, zamanını en iyi şekilde yönlendirebilmesi gerekmektedir (Adair ve Allen, 1999; Arslan, 2013).

Zamanın en iyi şekilde yönlendirilmesi ve etkili kullanılması bir eğitim işidir. Nitelikli bir eğitim, insana zaman kullanımını konusunda iradesini kullanmasının önemini aşılacaktır. Çünkü, etkili bir zaman kullanımında en önemli rolü irade üstlenir. Nitelikli bir eğitim, eğitim kurumlarının ve ailelerin üzerinde olan bir sorumluluktur. Zamanı nitelikli şekilde değerlendirebilmek doğrultusunda iradesini kullanabilen insan

kendisine, işine ve sosyal hayatına, dinlenme ve eğlenmesine veya zorunlu ihtiyaçlarına ayırdığı zaman arasında bir denge kurar (Cüceloğlu, 1995; Karaküçük, 2014). Kurduğu bu denge, zamanını en verimli ve en etkili şekilde kullanmasını sağlar. Günümüzde zaman para gibidir; zaman da para da sınırlı kaynaklardır. Zaman, etkili bir yönetimle birlikte belli bir derece kazanılabilir veya bilinçsiz bir yönetimle gereksiz şekilde harcanabilir. Zamanı etkin kullanmak insana kazanç sağlarken, verimsiz kullanılması belli başlı maliyetler ortaya çıkaracaktır (Adair, 2009; Karagöz ve diğ., 2010). Bu nedenle, zamanın büyük bölümünün düşük nitelikte yönetilmesi ve zamanın gereksiz şekilde harcanması kaygılanılması gereken bir durumdur (Güçlü, 2001).

Zaman kavramı ile ilgili bilinmesi gereken diğer bir unsur da zamanın algılanış biçimidir. Zaman algısı insandan insana değişiklik gösterir. Çünkü, her insan aynı ortamı ve bu ortamda geçen zamanı aynı şekilde algılayamaz. Organizmaya hoşnutluk hissi veren bir ortamda bulunurken zamanın nasıl geçtiği fark edilmezken, tersine organizmaya acı ve rahatsızlık veren bir ortamda bulunurken zaman geçmek bilmez (Balcı, 1990).

Zamanın algılanış ve kullanılış biçimi bireysel olduğu gibi kültürlere ve toplumlara göre de farklılık gösterir. Gelişmemiş ülkelerdeki veya geleneksel toplumdaki zaman algısı oldukça esnektir. Zaman bu toplumlara göre bitmeyen bir kaynak olarak görülür. Bu toplumların bünyesinde yer alan insanlar çoğunlukla zamanlarını boş şeylerle geçirirler ve zamanı yönetmekten bihaberlerdir (Gürbüz ve Aydın, 2012). Bu durum, gelişmiş ülkeler ve modern toplumlarda ise tam tersidir. Bu toplumların bünyesinde yer alan insanlar zamanın etkili ve verimli şekilde kullanılması gerektiğinin bilincindedirler. Dolayısıyla, modern toplumların geleneksel toplumlara kıyasla zaman kullanımı konusunda “şuurlanmış” toplumlar olduğu söylenebilir (Karaküçük, 2014, s. 11).

Zaman kullanımı temel anlamda ikiye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki fizyolojik ihtiyaçların giderildiği, ailevi sorumlulukların veya bir iş yükümlülüğünün gerçekleştirildiği zamandır. Diğeri ise ailevi sorumlulukların, iş yükümlülüklerinin veya zorunlu ihtiyaçlar gibi herhangi bir yükümlülüğünün olmadığı, istenen şekilde ve özgürce değerlendirilebilecek serbest zamandır.

2.2. Serbest Zaman

Serbest zamanın doğasını anlama ve bu kavramı tanımlama çabaları Antik Yunan'a kadar uzanmaktadır. Antik Yunan'da özellikle Platon ve Aristoteles'in felsefi çalışmalarında serbest zamanın önemi geniş biçimde yer almıştır (Stebbins, 2017). Aristoteles, serbest zamanı "çalışma zorunluluğundan özgür olma durumu" olarak görmüştür. Bu tanım ilk bakışta modern bir serbest zaman fikrine benzese de farklı bir anlam içermektedir. Serbest zaman kavramı temelinde zamanı vurgular. Aristoteles'in bu kısa tanımında zamanın hiçbir rolü bulunmamaktadır. Serbest zaman sadece bir koşul ya da durumdur. Buradaki özgürlük kavramı ise serbest zamanın en önemli unsuru olarak kabul edilmektedir. Aristoteles'e göre çalışmanın amacı yalnızca serbest zaman elde edebilmek, yani özgür olabilmek olmalıdır. Bu yönüyle, serbest zaman hayatı bir Yunanlıya uygun tek hayattır (de Grazia, 1962; Jenkins ve Pigram, 2005). Aristoteles ayrıca tembelliği kesin olarak serbest zamandan ayırmıştır. Onun için serbest zaman mutlaka bir aktiviteyi içermelidir. Yani, serbest zaman esasen aktif olmayı gerektirir (Winnifrieth ve Barrett, 2016).

Antik Yunan'da kölelik sistemi yaygındı. İş ve serbest zaman iç içe geçmiş kavramlardı, fakat bu kavramlar vatandaşlar ve köleler arasında kalın çizgilerle ayrılmaktaydı. Serbest zaman hayatı toplumun üst kesiminde yer alan Antik Yunan vatandaşlarına, çalışma ise vatandaş olmayanlara ve kölelere uygun bir aktivite olarak görülmekteydi (Veal, 2004). Çalışma, Antik Yunan vatandaşları için bir lanet anlamına geliyordu. Yunanca iş anlamına gelen "ponos" kelimesi üzüntü anlamını ifade ediyordu. Çalışmanın abartılan bir erdem olduğunu belirten Antik Yunanlılar, vatandaşlarının hiç çalışmaması halinde hayatın daha iyi olacağını düşündüler. Bu duruma bir çözüm bulmaları gerekti. Buldukları çözüm, Platon ve Aristoteles'in de gerekliliğini ifade ettiği gibi büyük çoğunluğun yani kölelerin çalışarak herkesin ihtiyaçlarını ve maddi mallarını sağlamasıydı. Böylece, azınlık olarak kalan vatandaşlar sanat, bilim, siyaset ve felsefe ile uğraşabilirlerdi. Serbest zaman sadece çalışmanın ve işin "lanetinden" kurtulmuş olanlar tarafından takip edilebilirdi. Antik Yunanlılarda serbest zamanı tanımlamak için kullanılan kavram *skhole* kavramıydı. Bu kavram, "zorunluluktan kurtulmak" anlamına gelmekteydi (Blackshaw, 2010; Torkildsen, 2012).

İş ve serbest zaman kavramlarının Yunan mitolojisinde "castor" ve "pollux" olarak farklı kökenleri vardır ve farklı işlevlere sahiptirler. Buna göre iş, özgür

olmadığında gerilim yaratır ve dayanılmaz hale gelir. Sosyal bir bağ olarak hizmet etmek yerine sahip olanları sahip olmayanlarla karşı karşıya getirebilir. İş sistemi çöktüğünde kaos ortaya çıkar. Serbest zaman ise yaratıcı olmak veya yeniyi aramak yerine çılgın bir kaçışa dönüşebilir. Serbest zaman bir inanç veya ideolojiye benzer şekilde kemikleştiğinde ise özgürlüğünü kaybeder (Zuzanek, 2020).

Tarihsel süreçte aslında çoğu toplumun iş ve serbest zaman kavramları arasında net ayrımlar yaptığı görülmektedir. Serbest zaman, her daim çalışmanın antitezi olarak görülmüştür (Torkildsen, 2012). İş, insanlık tarihi kadar eski bir kavram olarak kabul edilebilir çünkü farklı toplumlardaki ayrıcalıklı insanların dışında herkes bir geçim kaynağı aramak durumunda kalmıştır. Aynı şey serbest zaman için de geçerlidir. Çünkü, çalışma bittikten sonra her daim bir serbest zaman olmuştur (Jenkins ve Pigram, 2005; Stebbins, 2017). İş ve serbest zaman arasındaki bu ilişki önemli bir sosyal araştırma konusudur (Zuzanek, 2020). Tarihsel süreç boyunca iş ve serbest zaman kavramlarının algılanış biçimleri kültürler ve toplumlar arasında farklılık göstermiştir (Broadhurst, 2002).

İş ve serbest zaman kavramlarının ifade ettiği anlam, farklı kültürlerle değişim süreçlerine girerek sürekli olarak gelişmiştir. İş ve serbest zaman kavramları tarihin hangi zaman dilimi incelenirse incelenir, ilgili toplumun bu kavramların anlamını nasıl inşa ettiğine göre değerlendirilmelidir. Örneğin, avcılık faaliyeti avcı-toplayıcı bir toplumda hayati bir gereklilik iken gelişmiş bir sanayi toplumunda lüks bir serbest zaman deneyimi olarak görülmüştür. Günümüzde araştırmacılar, evrensel olarak kabul edilebilir bir serbest zaman aktiviteleri grubunun oluşturulmasının zorluğuna değinirken tarihsel sürecin bu yönünü ele almaktadırlar. Bu nedenle, serbest zaman kavramı bir zihin durumu olarak kabul edilebilir; serbest zaman insanların algıladığı her şey olarak tanımlanabilir (Page ve Connell, 2010; Rojek ve diğ., 2006).

19. yüzyılla birlikte iş hayatı çok daha sistematik ve kontrollü bir hale gelmiştir. İnsanların büyük çoğunluğu üretim faaliyetlerinde yer almaya başlayarak fabrikalarda, dükkanlarda ve ofislerde çalışmaya başlamış, çalışma hayatı günün belirli saatlerinde ve haftanın belirli günlerinde düzenlenen sistemli bir faaliyet haline bürünmüştür. Günümüzde serbest zaman kavramı üzerinde yapılan tanımların başlangıç noktasının bu tarihsel değişim olduğu söylenebilir (Best, 2009).

Sanayi öncesi bir toplumda serbest zaman daha akıcı, esnek ve kendiliğinden gerçekleşen, genellikle aile temelli bir faaliyetti. Sanayileşmenin başlaması ile birlikte makine üretimine geçiş, çalışan nüfusun yaşamını tamamen değiştirerek farklı bir serbest zaman disiplini ortaya çıkardı. Haftalık 65-70 saatlik ve 6 gün süren, zamana dayalı bir iş hayatı rejimi geliştirildi. Zaman artık çalışma zamanı ve çalışma dışı zaman olarak ayrılmaktaydı. Bu katı ayırım, serbest zamanın iş dışı zamanlarda gerçekleşen bir faaliyet olarak tanımlanması için bir temel oluşturdu (Page ve Connell, 2010).

Yakın tarihte Sanayi Devrimi, iş ve serbest zaman arasındaki ayırım üzerinde kuşkusuz en önemli etkiye sahiptir. Sanayi öncesi toplumlarda çalışma hayatı ve kırsal toplum, mevsimlik ve günlük rutinler etrafında örgütlenmiştir. Endüstriyel hayat tarzı ile birlikte yeni bir yaşam biçimi kurulmuş, iş etiği güçlendirilmiş ve iş dışı zamanda yapılan serbest zaman aktiviteleri teşvik edilmiştir (Torkildsen, 2012; Zuzanek, 2020). Sanayi Devrimi sonrası serbest zaman, özellikle gelişmiş endüstriyel toplumlarda yaşam şeklinin tanımlayıcı bir özelliği haline geldi. Farklı insanlar ve gruplar için birçok anlamı olan karmaşık bir olguya dönüştü. Sanayileşmemiş ve ilkel toplumlarda bile sosyal etkileşim için fırsatlar yaratan bir konum edindi (Page ve Connell, 2010). Bu yönüyle, endüstriyel hayat tarzının günlük hayatın biçimini, iş ve serbest zaman deneyimlerini, tutumları, değerleri ve inançları yönlendirdiği söylenebilir (Haworth, 2013).

Serbest zamanın bağımsız bir yaşam alanı olarak algılanmasının tarihi çok eski olmasa da, özerk bir serbest zaman algısının daha çok Sanayi Devrimi sonrası modern döneme ait olduğu söylenebilir (Aytaç, 2002). Modern dönem araştırmaları serbest zaman konusunda dikkati çoğunlukla gelişmiş ülke toplumlarına verse de serbest zaman, gelişme durumlarına bakılmaksızın dünyadaki her toplumu şekillendirmektedir. Serbest zamanın ne anlama geldiğini, günümüz toplumlarında neden önemli olduğunu, neden birçok gelişmiş ve gelişmemiş ülkenin ekonomisinin önemli bir endüstrisi haline geldiğini anlamak içinde yaşadığımız dönemi ve insanların neden serbest zaman aktivitelerine değer verdiğini anlamamıza yardımcı olacaktır. Çünkü, bir toplumun serbest zamanını nasıl değerlendirdiği ve bu zamandan nasıl keyif aldığı o toplumun kimliğini oluşturan önemli bir unsurdur (Page ve Connell, 2010). Bir ulusun kültürü, vatandaşlarının serbest zamanlarını kullanma biçimleriyle zenginleşir veya fakirleşir (Creighton-Smith ve diğ., 2017). Bu nedenle, serbest zaman hem bireylerin refahı, hem de toplumların ve devletlerin sağlıkları için önemlidir (Haworth, 2013).

İngilizce’de *leisure* olarak telaffuz edilen serbest zaman kavramı, Latince *licere* kelimesinden türemiştir. *Licere* kelimesi ilgi çekicidir, çünkü serbest zaman fikrinin temelinde bir belirsizlik ve bulanıklık (kavramın açıkça tanımlanamadığı) olduğunu yansıtmaktadır. *Licere* kelime anlamı olarak “izinli olmak” veya “özgür olmak” anlamına gelmektedir (Blackshaw, 2010; Winniffrith ve Barrett, 2016).

Serbest zaman genel anlamda çalışma zamanından ve kısıtlamalardan geriye kalan zamanda, bireyin hangi aktiviteyi gerçekleştireceğini hiçbir şeye bağlı kalmadan ve tamamen özgürce seçebildiği zaman olarak kabul edilmektedir (Torkildsen, 2012). Serbest zaman, bir zaman türünü temsil ettiğinden bu tanım uygun gibi görünmektedir. Fakat, sadece zaman perspektifi çerçevesinden tanımlanması serbest zamanın içeriğini boşaltmaktadır (Rojek ve diğ., 2006). Serbest zaman kavramı, öznel oluşu ve kişinin algısına göre değişmesi perspektifiyle ele alındığında farklı anlamlar içerebilmektedir (Jenkins ve Pigram, 2005). Burada serbest zamanın gerçekleştirilme amacı devreye girer. Çünkü, bir serbest zaman aktivitesinin gerçekleştirilme amacı aktiviteye tamamen farklı anlamlar yükleyebilir. Serbest zaman araştırmalarının önündeki en büyük zorluklardan biri de budur (Deem, 2002). Literatür incelendiğinde, serbest zamanı algılama biçimlerinin temelde altı ana başlıkta sınıflandırıldığı görülmektedir.

2.2.1. Zaman Olarak Serbest Zaman

Serbest zaman ve zaman ilişkisinin bilmesinden kaçmak zordur (Rojek ve diğ., 2006). Serbest zaman sıklıkla bir zaman türü olarak kabul edildiği için zaman açık bir şekilde tanıma girmektedir (Deem, 2002). Serbest zamana “zaman” perspektifinden bakan görüş, serbest zamanı esasında çalışma ve fizyolojik ihtiyaçlar gibi sorumluluklardan arındırılmış zaman olarak görmektedir. Bu görüşe göre, serbest zamanın en önemli özelliği yükümlülük veya zorlama duygusundan yoksun olmasıdır. Bu yaklaşım, özellikle ulusların ekonomik ve endüstriyel yaşamındaki eğilimlerle ilgilenen ekonomistler ve sosyologlar tarafından kullanılan serbest zaman yaklaşımıdır (Hurd ve diğ., 2021).

Serbest zaman kavramı çoğunlukla iş ve çalışmayla ilişkili görülmektedir. İşten arta kalan, zorunluluktan uzakta bir zaman olarak görülmesinin bunun temel nedeni olduğu söylenebilir (Aytaç, 2002). İş, serbest zamanlarda arzulanan şeylere ulaşmanın ekonomik yoludur. Herhangi bir ekonomik gelirin olmaması serbest zamanlarda

yapılabilecekleri kısıtlayacaktır (Blackshaw, 2010). Günümüzün kapitalist sisteminde serbest zamanın kullanımı, iş hayatında elde edilen gelirin tekrar ekonomik döngüye kazandırılması için önem arz etmektedir. 19. yüzyıldan beri birçok ülkenin, insanların serbest zaman deneyimlerinin düzenlenmesine ve bunun kontrolüne müdahale ettiği görülmektedir (Best, 2009).

Serbest zamana sadece “zaman” perspektifinden bakmak, hem kavramı kısıtlamaktadır hem de serbest zamanın nasıl deneyimlendiği hakkında çok az şey anlatmaktadır. Serbest zamanı anlamının gerçek anahtarı, iş veya çeşitli yükümlülüklerin yerine getirilmesinden sonra kalan zaman değil özgürlük olduğudur (Blackshaw, 2010).

2.2.2. Algılanan Özgürlük Olarak Serbest Zaman

Bu yaklaşıma göre serbest zaman bir “özgürlük durumu” olarak kabul edilmektedir. Özgürlük vurgusu, birçok araştırmacı tarafından serbest zamanın anahtar unsuru olarak görülmektedir. Bu nedenle, serbest zamana yönelik literatürde yapılan birçok tanımlama serbest zamanı ekonomik, sosyal veya fiziksel kısıtlamaların dışındaki özgür olunan zamanla ilişkilendirir (Jenkins ve Pigram, 2005).

Algılanan özgürlük olarak serbest zamanı savunan araştırmacılar, serbest zaman deneyimine olan ihtiyacı “tam bir özgürlük” ve “her türlü kısıtlamadan yoksunluk” duygusu olarak vurgular (Hurd ve diğ., 2021). Özgürlük duygusu bu yönüyle serbest zamana katılım için bir motivasyon unsuru olarak görülmektedir (Iso-Ahola ve Mannell, 2004). Fakat, serbest zaman aktivitelerinin yapısının bireye uygun olmadığı ve bireyi zorladığı durumlarda özgürlük duygusunu ve içsel motivasyonu azalttığı bilinmektedir (Mannell ve diğ., 1988).

Serbest zaman bireye kişisel bir ilgi ya da hobisini takip edebileceği bir yaşam tarzı sunar. Bireye kendi yönünü ve yapmak istediği aktiviteleri seçme imkanı vererek istediği ve daha fazla kontrole sahip olduğu bir yaşam tarzı için özgürlük sağlayabilir (Page ve Connell, 2010). Serbest zaman yeni yaşam, deneyim ve düşünce biçimleri aranan yerdir. Bu yönleriyle potansiyel bir özgürlük alanını temsil eder (Zuzanek, 2020).

Seçim özgürlüğü serbest zamanın önemli bir unsuru ve tanımlayıcı bir özelliğidir. Ancak, serbest zamanın değerlendirilmesi konusunda özgür seçimlere sahip olan insanların sayısı fazla değildir. Herhangi bir insan yeteri kadar serbest zamana sahipse bu zaman dilimini istediği şekilde geçirebilse de, bu seçim özgürlüğünü kısıtlayan bazı unsurlar olabilir. Bunlara eğitim durumu, gelir durumu, ailevi sorumluluklar, yaş, sağlık durumu, cinsiyet, etnik köken, sosyal ilişkiler gibi unsurlar örnek verilebilir (Deem, 2002).

Serbest zaman seçim özgürlüğü anlamına gelir ve bireye özgü şekillerde kullanılır. Esas olarak bireyin düşünmesi, kendini gerçekleştirme, rahatlaması veya zevk alması, kısaca bunlarla alakalı kişisel ihtiyaçlarını karşılayabilmesi anlamına gelmektedir. Seçim özgürlüğü serbest zamanın önemli bir ilkesidir; özgürlük olmadan serbest zamanın değeri kaybedilir. Serbest zaman çoğunlukla gönüllü olarak bir aktiviteye katılım biçimini içerse de bütünsel bir varoluş hali olarak da kabul edilebilir (Hurd ve diğ., 2021; Stebbins, 2017).

2.2.3. Var Olma Durumu Olarak Serbest Zaman

Var olma durumu olarak serbest zaman insanın hayata bakış açısının ailevi sorumluluklar, din, çalışma hayatı veya serbest zaman gibi alanların herhangi birine keskin bir şekilde bölünmemesini, bu alanların hepsine eşit şekilde önem vererek bütüncül bir yaşam tarzını benimsemesini ifade eder. Bu yaklaşım serbest zamanı kişinin becerilerini keşfettiği, diğer insanlarla zenginleştirici deneyimler yaşadığı, yaratıcı ve ilgili olduğu bir kendini gerçekleştirme arayışı olarak görür (Hurd ve diğ., 2021).

İnsanlar bireysel veya grup olarak kendilerini gerçekleştirmelerine yardımcı olan serbest zaman aktivitelerine katılarak, serbest zamana dayalı uygun bir yaşam tarzına ulaşırlar. Böyle bir yaşam tarzına sahip olmanın daha iyi refah düzeyi ve yaşam kalitesi için bir ihtiyaç olduğu söylenebilir (Stebbins, 2013).

2.2.4. İhtiyaç Olarak Serbest Zaman

Literatürde en çok atıfta bulunulan ihtiyaç teorilerinden biri Maslow'un teorisi. Maslow'un teorisinin uygulanmasında bazı zorluklar olsa da (bazı durumlarda ihtiyaçların hiyerarşik düzende sıralanmasının olanaksızlığı gibi) temelinde

bireyin gelişimsel ihtiyaçlarını vurgulamaktadır. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ndeki son ihtiyaçtır (sırasıyla fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygınlık ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme) (McLeod, 2007). İnsanların ihtiyaçlarıyla ilgili literatürde tek bir teori ve fikir birliği olmasa da bazı insan ihtiyaçlarının (özellikle fizyolojik veya güvenlik gibi temel ihtiyaçların) evrensel olduğu söylenebilir. Bu hiyerarşi modeli serbest zaman perspektifinden değerlendirildiğinde, kendini gerçekleştirmenin serbest zamanın nihai hedefi olduğu söylenebilir. Kendini gerçekleştirmeye dayalı ihtiyaçlar ise serbest zaman çatısı altında yer alan oyun veya rekreasyon gibi aktiviteye dayalı eylemler ile karşılanabilir (Torkildsen, 2012).

2.2.5. Rekreasyon Olarak Serbest Zaman

Tarihsel süreç içerisinde serbest zaman ve rekreasyonun anlamı, bireyin çalışma hayatına yenilenmiş şekilde geri dönebilmesi için önemli olduklarına dayalı bir inançtan, kavramların kendi başlarına bireye çok yönlü kazanımlar atfeden hedefler oldukları inancına doğru değişmiştir (Beland, 2008). Günümüzde çoğu insan serbest zaman ve rekreasyon kavramlarının aynı anlama geldiğini düşünse de rekreasyon, serbest zaman kavramından daha dar bir alanı temsil eder. Yapılabilecek en basit ayrımlardan biri serbest zamanı zamanla, rekreasyonu ise aktivite ile tanımlamaktır (Best, 2009; Jenkins ve Pigram, 2005). Yani, rekreasyon serbest zamanın aktivite ile değerlendirilmesidir (Ardahan ve diğ., 2016). Serbest zaman bir ruh halini, bireyin istekleri ve hayatındaki yükümlülükler arasındaki dengeyi yansıtır (Horner ve Swarbrooke, 2012). Rekreasyon ise bireyin serbest zamanda yapmayı tercih ettiği fiziksel, bilişsel, duygusal ve sosyal unsurları içeren ve belli bir tatmin duygusu sağlayan çok yönlü aktiviteler olarak ifade edilir. Bu yönüyle rekreasyonun sağladığı yararlar tahmin edildiğinden çok daha kapsamlıdır. Rekreasyon bireyin kendini geliştirmesinde önemli bir rol oynar (Broadhurst, 2002).

Rekreasyon kavram olarak Latince *recreatio* kökünden gelmektedir; kendi başına bir amaç olabilir ve bir amaca yönelik araç olarak kullanılabilir. Rekreasyon deneyimi bireye yenilenme, dinlenme ve tazelenme fırsatı sunan herhangi bir faaliyeti içerir. Ayrıca kişinin kendini ifade edebilmesini, yaratıcılığını geliştirmesini, yeni deneyimler kazanmasını, sosyalleşmesini ve üretkenliğini arttırmasını sağlar (Kılbaş, 2010; Torkildsen, 2012). Serbest zaman ve rekreasyon aktiviteleri, birey ve toplum

açından potansiyel olarak ödüllendirici bir deneyim biçimini temsil eder. Günümüzde özellikle gelişmiş uluslar açısından ekonomik kalkınmanın ve hükümetlerin sorumluluklarının önemli bir yönünü oluştururlar (Hurd ve diğ., 2021).

Rekreasyon genel anlamda öncelikle spor ve oyun aktivitelerine katılım olarak düşünülmektedir. Fakat, turizm, kültürel, eğlence, sanat, çeşitli hobiler vs. gibi pek çok aktiviteyi bünyesinde barındırır. Rekreasyon bu yönüyle son derece geniş bir serbest zaman değerlendirme biçimini yansıtır. Rekreasyon, aktiviteye katılanların sayısı olarak bireysel veya grup olarak gerçekleştirilebilir. Benzer şekilde bireylerin aktif olarak katıldığı, bizzat aktivitenin içinde rol aldığı veya pasif şekilde izleyici olarak katıldığı aktiviteler şeklinde yapılabilir (Hurd ve diğ., 2021).

İnsan yaşamındaki birçok unsur, serbest zaman ve rekreasyon aktivitelerine katılımı etkiler. Çünkü, serbest zaman/rekreasyon ve yaşamın diğer unsurları arasında güçlü bağlar bulunmaktadır. Cinsiyet, medeni durum, gelir durumu, yaş, sosyal çevre, kişilik ve eğitim düzeyinin bu unsurlardan en önemli olanları olduğu söylenebilir (Broadhurst, 2002; Deem, 2002; Torkildsen, 2012).

Serbest zaman ve rekreasyon bireyler ve toplumlar açısından çeşitli şekillerde kullanılsa da esas olarak düşünme, kendini gerçekleştirme, rahatlama veya zevk alma amacıyla yapılır. Çoğunlukla aktiviteye gönüllü katılım biçimini içerir, bunun yanında manevi bir deneyim olarak da kabul edilir (Hurd ve diğ., 2021).

2.2.6. Maneviyat Olarak Serbest Zaman

Serbest zaman bireyi sosyal, kültürel, fiziksel ve bilişsel yönde geliştirir ve bu gelişimi yaşam boyunca sürdürülebilir hale getirebilir. Serbest zaman, bireylerin kendilerini tanımlarına ve diğer insanlarla olan ilişkileri üzerine düşünebilmelerine yardımcı olur. Ayrıca, bireyin yaşamında bir anlam bulmasına, bütünlük ve iç huzura ulaşmasına, toplumla veya çevresiyle bir bağlantı kurmasına olanak tanır. Bu özellikler, serbest zamanın ruhsal gelişimi sağladığını ve bireyin karakter olarak bir olgunluk durumuna ulaşmasında önemli bir yol olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, serbest zamanın bu yönünün doğrudan maneviyat kavramına bağlı olduğu ve serbest zamanın bireyin sahip olduğu etik algısından etkilendiği söylenebilir (Creighton-Smith ve diğ., 2017).

Serbest zamanın tüm tanımları değerlendirildiğinde özünde bireysel olduğu, amacının, kullanılmasının ve faydalarının da bireylerin algısına bağlı olarak değiştiği söylenebilir. Fakat, genel anlamda serbest zamanın sosyal, kültürel, fiziksel, bilişsel ve ruhsal gelişimi sağladığı ve bu gelişimleri destekleyen bilgi ve becerilerin edinilmesi için fırsatlar sunduğu görülmektedir (Creighton-Smith ve diğ., 2017). Serbest zamanın sağladığı bu faydaların bilincinde olmak, serbest zamanı değerlendirme ve serbest zaman faaliyetlerine katılma konusunda bireyde içsel bir motivasyon gelişmesine olanak tanır. Serbest zaman motivasyonu, bireyin serbest zaman ile ilgili bilgi, değer ve tutum edinmede başarılı olmasını sağlar (Iso-Ahola ve Mannell, 2004, s. 190; Shaw, 1985; Tsai ve diğ., 2014). Bu doğrultuda, serbest zaman ile ilgili edinilecek değerlerin ve tutumların serbest zamanı değerlendirme eğilimini etkileyeceği söylenebilir (Ragheb ve Beard, 1982).

2.3. Serbest Zaman Tutumu

Tutum, gözle görülebilen bazı davranışlara yol açan bir kavramdır. Bireylerin serbest zamana yönelik tutumlarının gözlenmesi, serbest zamana yönelik eğilimlerinin ne biçimde şekillendiği yönünde bilgi sağlar (Akgül ve Gürbüz, 2011). İnsanların serbest zaman faaliyetlerine yönelik tutumları, serbest zaman hakkındaki bilgilerinden/inançlarından, duygusal durumlarından ve bu tür faaliyetlerle ilgili sahip oldukları mevcut davranış kalıplarından etkilenir. Bu doğrultuda, Ragheb ve Beard (1982) serbest zaman tutumunu üç başlıkta sınıflandırmaktadır:

- **Bilişsel Unsur:** Serbest zaman hakkındaki genel bilgi ve inançları, serbest zamanın sağlık, mutluluk ve iş gibi diğer kavramlarla ilişkisine dair inançları ve sosyalleşme, yenilenme, rahatlama, ihtiyaçları giderme ve kendini gerçekleştirme gibi serbest zaman yönelik genel inançları içerir.
- **Duyuşsal Unsur:** Bireyin serbest zaman deneyimlerini değerlendirebilmesini, bu deneyimlerden zevk almasını ve serbest zaman deneyimlerine yönelik duygular yansıtmasını gerekli görmektedir. Bu unsurun, genel anlamda bireyin serbest zaman deneyimlerinden hoşnutluk duyup duymadığını yansıttığı söylenebilir.
- **Davranışsal Unsur:** Bireyin serbest zaman deneyimlerine yönelik davranışsal niyetini ve serbest zaman deneyimleri ile ilgili geçmişte yapılan ve gelecekte yapılması planlanan eylemleri içermektedir.

Bireylerin serbest zaman tutumlarının oluşmasında veya değişmesinde birçok unsur rol oynayabilmektedir. Araştırmalar yaşanılan kent, sosyal çevre, cinsiyet, sahip olunan serbest zaman süresi, serbest zaman memnuniyeti, fiziksel aktivite düzeyi gibi unsurlarla birlikte (Akgül ve Gürbüz, 2011; Choi ve Yoo, 2017; Kaya, 2015; Kim ve diğ., 2015; Rona ve Erol, 2020; Serdar ve diğ., 2022) akıllı telefon kullanımı, internet kullanımı, sosyal medya kullanımı gibi teknolojinin ortaya çıkardığı ve günümüzde oldukça yaygın hale gelen aktivitelerin de serbest zaman tutumu üzerinde belirleyici olduğunu ortaya koymuştur (Bryce, 2001).

21. yüzyılda teknoloji ve serbest zaman arasında kurulan ilişkinin, aslında insanlık için yeni bir gelişme olmadığı söylenebilir. Çünkü, tüm insani faaliyetler gibi serbest zaman da gerçekleştiği toplumun yapısı ve bu toplumların ürettiği teknoloji ile her zaman yakın bir etkileşim içinde olmuştur (Samuel, 1996). Fakat, günümüzün şartlarında insan yaşamının ve teknolojinin dünya tarihinin hiçbir periyodunda olmadığı kadar iç içe geçtiği, teknolojinin insan hayatını adeta esir aldığı (Poser, 2011), insanların zorunluluk ve yükümlülükleri dışındaki zamanlarında kalan serbest zamanlarının çoğunu teknolojinin önemli bir getirisi olan yeni medya araçları ile geçirdikleri görülmektedir. Sosyal medya bu platformların başlıca kullanım alanıdır (Gilanlıoğlu ve Nuran, 2020).

2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı

Dünya yaşamındaki son 50 yıl, teknolojinin – tarihsel sürecin hiçbir diliminde olmadığı kadar – zaman içinde değişip hızla gelişmesine tanıklık etmiştir. Teknoloji artık devasa bir sektör haline bürünmüş ve insan hayatına derin bir şekilde entegre olmuştur. Bu durum, her geçen gün insan yaşamına farklı bir teknolojik aracın girmesine vesile olmaktadır. Bu araçların arasında yer alan sosyal medya günümüzün popüler bir medya aracıdır. Sosyal medya kavramı Instagram, Facebook, Youtube ve Twitter gibi milyonlarca kullanıcıya sahip sosyal paylaşım sitelerini akıllara getirmektedir (Durmuş, 2014).

Sosyal medya kullanımının dünya çapında büyük sayılara ulaşması, bu tür uygulamaların insan yaşamına direkt etki eden bir konum haline gelmesine yol açmıştır. İnsanlar artık sosyal medyada paylaşım yapmadan bir konseri, maçı veya herhangi bir etkinliği takip edemez, hayatlarındaki herhangi bir gelişmeyi sosyal medyada

paylaşmadan duramaz hale gelmişlerdir (Basmacı, 2018). İnsanların mükemmelliyeçilik duygusuyla birleşen bu paylaşım bağımlılığı, paylaşım yapan insanları gören diğerlerinin gördükleri bu mükemmel hayatlarla (!) kendi hayatlarını karşılaştırmalarına yol açmakta, bu durum da özellikle akıllı telefonların adeta esiri haline gelen genç bireyleri olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü, toplumun genç üyeleri görünüşte kendilerinden üst düzey bir hayat yaşayan bu insanları görüp kendileriyle kıyaslamakta, bu da bir yetersizlik duygusu gelişmesine neden olmaktadır (Allaby ve Shannon, 2020; Turel, 2019). Literatür incelendiğinde bu durumun en önemli nedenlerinin insanın kimlik arayışı ve aidiyet duygusuna olan ihtiyacı olduğu söylenebilir (Spracklen, 2015). Sosyal medya platformları böylelikle insanlara kendilerini tanımlayabilme fırsatı veren ve belli bir zümreye ait olabilmelerini sağlayan bir alan haline gelmiştir.

Lin ve Atkin (2020), insanların sosyal medya kullanımına yönelmesinin ve bu tür uygulamalardan kaynaklı bazı davranışlar sergilemesinin nedenlerini altı başlıkta sınıflandırmıştır.

- **Gözetim:** İnsanlar çevrelerinde neler olduğunu, çevrelerindeki olaylardan ve gelişmelerden hangi şekilde etkileneceklerini bilmek isterler.
- **Bilişsel Uyarım:** İnsanlar doğuştan sürekli bir heyecan ve adrenalin arayışı içindedirler.
- **Alışkanlık:** İnsanlar sosyal medyayı kullandıkça doğaları gereği bunu bir rutin haline getirirler. Bu rutin, öngörü süreci olmaksızın bir davranış haline bürünür.
- **Sosyal Kimlik:** İnsanlar sosyal medyada kendilerini sunarak kendi imajlarını oluştururlar ve oluşturdukları bu imajı diğer insanlara onaylatmak için onlarla bağlantı kurma ihtiyacı hissederler.
- **Röntgencilik:** İnsanlar sosyal medyada başkalarının hayatlarını ve yaşadıkları sıkıntıları gözlemlemekten hoşlanırlar.
- **Ruh Hali Yönetimi:** İnsanların çoğu genellikle can sıkıntılarını gidermek, öylesine zaman geçirmek veya günlük yaşamdaki streslerinden uzaklaşmak için sosyal medya platformlarını kullanmaya yönelmektedirler.

Günümüzde iş kolu farketmeksizin neredeyse her insan (pazarlamacılar, medya holdingleri, ünlüler, topluluklar, politikacılar vs.) sosyal medyaya büyük miktarlarda zaman, enerji ve sermaye ayırmaktadır. Bu nedenle, büyük bir endüstri haline gelen

sosyal medya sektörü serbest zaman kullanımı için özel olarak tasarlanmış bir mekan haline gelmiştir. Sosyal medya, insanları kolay şekilde etkileyip popüler kültür eğilimlerine, kitle hareketlerine, topluluk veya siyasi hareketlere kolay bir şekilde yönlendirebilmektedir (Lin ve Atkin, 2020).

Sosyal medya araçlarının insanların davranış biçimlerini yönlendirebilmesi, düşünme ve sorgulama eyleminden yoksun, sadece haz ve beğeni ile şekillenen bir tüketim kültürünü ortaya çıkarmıştır (Gilanlıoğlu ve Nuran, 2020). Sosyal medyanın bu denli insan yaşamına etki eder hale gelmesi, insanların serbest zaman kullanımlarına ilişkin yaşanabilecek potansiyel değişimlerde sosyal medyanın etkisinin sorgulanmasına yol açmaktadır (Arora, 2011; Er ve diğ., 2019). Araştırmalar, sosyal medya kullanım süresiyle serbest zaman tatmin durumunun ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Kocaman Karoğlu ve Atasoy, 2018). Ayrıca, düşük düzeyde serbest zaman doyumunun ve serbest zamanda sıkılma algısının sosyal medya bağımlılığını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Avunduk, 2021; Ayhan ve diğ., 2021).

Sosyal medya kullanımının problemleri bir hale bürünmesi ve gün içinde gereğinin dışına çıkılarak kullanımına oldukça fazla süre ayrılması sosyal medya bağımlılığı olarak ifade edilebilir. Sosyal medya başlangıçta sosyalleşme ihtiyacını gidermek isteyen bireyler açısından kişilerarası bir etkileşim aracı görülüp kullanılsa da (Aksoy, 2018; Ferris ve diğ., 2021) kullanım süresi zamanla eğlence, iletişim, gündemi takip, bilgi paylaşımı ve kişisel sunum gibi amaçlara bağlı olarak artmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019). Sosyal medya kullanım süresinin artması sosyal medya bağımlılığını tetiklemektedir (Balcı ve diğ., 2020; Bilgin, 2018). Sosyal medya bağımlılığı duygusal olarak yalnız hisseden (nevrotik kişilik bozukluğu olan), düşük düzeyde benlik saygısı olan, depresyon ve asosyallik belirtileri gösteren (özellikle ergen) bireylerde oldukça yaygındır (Bányai ve diğ., 2017; Haand ve Shuwang, 2020; Jaradat ve Atyeh, 2017; Pawar ve Shah, 2019; Uyaroğlu ve diğ., 2022). Ayrıca, iletişim becerileri düşük olan ve narsist kişilik özellikleri gösteren bireylerde sosyal medya bağımlılığı görülme olasılığı daha fazladır (Andreassen ve diğ., 2017; İliş ve Gülbahçe, 2019).

Sosyal medya kullanımını problemleri bir hale getirerek bağımlılık durumuna çeviren insanların serbest zamanlarının çoğunu bu platformlarda geçirmeleri hayali bir toplum yaratmada önemli bir rol oynamaktadır. Serbest zamanda sosyal medya kullanımı, sosyal medya platformlarının “performatif” alanlar haline gelmesinin

yollarından biridir. Sosyal medya bu yönüyle gerçekliğin ve kimliğin sosyal inşasının gerçekleştiği bir yer haline gelmiştir. İnsanların sevdiği sporlar, yedikleri yemekler, içtikleri içecekler, okudukları kitaplar, izledikleri filmler ve dinledikleri müzikler, kısacası yaşamlarında yaptıkları her şey insanlara belirli bir kimlik oluşturma fırsatı verir. Çünkü, birey yaşadığı topluma ait hissetmek istiyorsa iyi giyinmeli, rolünü iyi oynamalı ve doğru serbest zaman aktivitesini tercih etmelidir (Spracklen, 2015). Ait olma ihtiyacı en temel insan ihtiyaçlarından biri olmakla birlikte, asgari düzeyde sosyal ilişkiler kurma ve bu ilişkileri sürdürme motivasyonu olarak ifade edilir (Baumeister, 2011).

2.5. Ait Olma İhtiyacı

İnsan, dünyada yaşayan en sokulgan tür olarak bilinir. Çünkü, insanlar tarihsel sürecin her döneminde gruplar halinde yaşama ihtiyacı içinde olmuş, günlük yaşamda birbirleriyle etkileşime girerek ve iş birliği yaparak yaşamlarını sürdürmüşlerdir (Leary ve diğ., 2013). Bu nedenle, insanların sosyal varlıklar olarak evrimleştiği ve sürekli olarak birbirlerine bağlı kaldıkları söylenebilir. Literatürde bu durumun insanın temel bir ihtiyacı olarak kabul edilen ait olma ihtiyacından kaynaklandığı kabul edilmektedir. İnsanlar bu duygu yoluyla sosyal ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri sürdürmek için motive olurlar (Baumeister, 2011).

Baumeister ve Leary (1995)'ye göre ait olma dürtüsünü tatmin edebilmenin iki önemli varsayımı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bir insanın başka insanlarla sık sık duygusal açıdan etkileşime ihtiyaç duymasıdır. İkincisi ise, bu etkileşimler istikrarlı ve kalıcı bir duygusal bağ çerçevesinde gerçekleşmelidir. Çünkü, sürekli farklı kişilerle girilen etkileşimler aynı kişilerle tekrarlanan etkileşimlere göre daha az tatmin edici olacaktır.

İnsan, varlığının bir gereği olarak sürekli aidiyet hissetmeye ve bu aidiyeti sürdürmeye yönelmiştir. Bu nedenle, ait olma ihtiyacı teorisi aidiyet duygusunun tüm kültürlerdeki insanlarda belli bir dereceye kadar bulunduğunu kabul eder. Bu ihtiyacın nasıl ifade edilip tatmin edildiği konusunda insanlar ve toplumlar arasında kültürel ve bireysel farklılıklar olabilir. Ancak, yaşanan toplumun ve kültürün ait olma ihtiyacını tamamen ortadan kaldırması gibi bir durum söz konusu değildir (Baumeister ve Leary, 1995).

Duygular, bilişleri ve davranışları şekillendirir. Benlik saygısı, bireyin diğer insanlarla ilişki kurma çabasının yani ait olma ihtiyacının içsel bir ölçüsü olarak kabul edilir. Benlik saygısı gibi bir iç sürecin kişilerarası ilişkilere hizmet ettiği görüşü, ait olma ihtiyacı teorisinin önemli bir varsayımdır. Ait olma ihtiyacı en temel ve en güçlü insan motivasyonlarından biri olarak ele alındığında, içsel süreçlerin (benlik saygısı gibi) ve içsel yapıların bu yolda evrilmiş ve gelişmiş olabileceği söylenebilir (Baumeister, 2011).

Bir bireyin aidiyet hissetmesi için çevresindeki insanlarla veya içinde bulunduğu toplumla kendisini kıyasladığında eşit hissedebilmesi gerekir. Burada Alfred Adler'in sosyal ilgi kuramı devreye girer. Çünkü, sosyal ilgi kuramı hem ait olma ihtiyacı hem de diğer insanlarla eşitlik duygusu ile ilişkilidir. Adler'e göre çocuktan yetişkinlere fark etmeksizin tüm insanlar topluluğun refahına katkıda bulunma taahhüdünü veren sosyal ilgi veya topluluk duygusuna sahiptir. Sosyal ilgi ve topluluk hissi ayrılmaz biçimde ait olma duygusuna bağlıdır. Yani, topluluk duygusunu beslemenin en önemli yolu ait olma ihtiyacını ele almaktan gelir. Aidiyet hisseden bir birey yüksek sosyal ilgiye sahip olacaktır. Bu yönüyle ait olma duygusu birey ve toplumun ruh sağlığı için önem arz eder. Toplumun tüm üyelerinin aidiyet hissetmesi toplumun refahını arttıracaktır (Adler, 1998; Curlette ve Kern, 2010; Ferguson, 2010).

Ait olma ihtiyacı ruh sağlığının birincil sorunudur (Shifron, 2010). Ait olma ihtiyacının karşılanamaması durumunda saldırganlık ve kendine zarar verme eylemlerinde artış (Latina ve Bayram Özdemir, 2021; Stenseng ve diğ., 2014); yardımseverlik, iş birliği eğilimi ve öz denetim duygusunda azalmalar meydana gelir (Baumeister ve diğ., 2007; Blackhart ve diğ., 2011; de Cremer ve Leonardelli, 2003). Yani, ait olma ihtiyacının karşılanamaması antisosyal tepkilere yol açarken, sosyal olarak herhangi bir kaygı yaşamayan birey olumlu sosyal tepkiler verir (Catanese ve Tice, 2005; Gere ve MacDonald, 2010).

Baumeister ve Leary (1995) ait olma ihtiyacının ortaya çıkmasında bazı varsayımların bulunduğu işaret eder. Buna göre ait olma ihtiyacının varsayımları aşağıdaki gibidir:

- Sosyal bağlar herhangi bir özel koşul gerektirmeden nispeten doğal bir şekilde oluşur.

- İnsanlar sosyal bağları kurmaya istekli oldukları kadar bu bağları koruma konusunda da isteklilerdir. Yani, kurdukları sosyal ilişkileri bitirmekten kaçınırlar. İnsanların bir sosyal bağı bitirmeye karşı direnmeleri ait olma ihtiyacının ne kadar güçlü ve köklü olduğun kanıtlarından biridir.
- İnsanlar sosyal ilişkilerine ve etkileşimlerine önemli ölçüde bilişsel süreç ayırır. Çünkü, ait olma kaygısı insan düşüncesini şekillendirir. İnsanlar durumları ve olayları ilişkiler üzerindeki etkilerine göre yorumlamaya meyillilerdir.
- İnsanlar aidiyet durumunda gerçek, potansiyel veya hayali bazı değişikliklere karşı olumlu veya olumsuz duygusal tepkiler üretir. Yüksek bir aidiyet duygusu pozitif duygular ortaya çıkarırken, düşük veya tatmin edilemeyen bir aidiyet duygusu ise negatif duygular ortaya çıkaracaktır.
- Ait olma ihtiyacı insanların belirli bir miktarda sosyal ilişkiye ihtiyaç duyduğunu savunur. Ait olma duygusunu tatmin edebilen ve yaşamında yeterli derecede sosyal ilişki kuran bir insan, ek sosyal ilişkiler kurmaya diğer insanlara göre daha az ilgi gösterecektir.

Her insan başkaları tarafından kabul edilmek ve ait olma ihtiyacını tatmin etmek ister. Fakat, bu duygu durumlarının düzeyi insandan insana farklılık gösterir. Bu farklılıklar insanların yaşamları üzerinde önemli etkileri olan ve insandan insana değişen temel özellikler, değerler, duygular veya davranışlardan etkilenir (Leary ve diğ., 2013). Günümüzde ait olma ihtiyacının tatmin edilememesi, insanlar tarafından bilinçsiz bir davranış haline getirilen sosyal medya kullanımının önemli nedenlerinden biri olarak gösterilebilir. Aidiyet duygusu kaynaklı sosyal medya kullanımındaki bilinçsiz artış ise önemli bir fenomen haline gelen gelişmeleri kaçırma korkusuna (FoMO) yol açmaktadır (Bui ve diğ., 2022; McGinnis, 2020; Rifkin ve diğ., 2015).

2.6. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)

Günümüz bilgi çağının ileri teknolojisi ve getirdiği yenilikler insan yaşamının çoğu yönünü değiştirmiş ve değiştirmeye de devam etmektedir. İnsanlar artık işlerinin çoğunu ellerinin uçlarındaki akıllı cihazlarla saniyeler içerisinde gerçekleştirir durumdadır. Bu durum, özellikle insanların iletişim araçlarını ve iletişim kurma yollarını da önemli ölçüde şekillendirmiştir. Artık akıllı telefon, tablet ve bilgisayar benzeri araçlar iletişimin en önemli araçları olarak kabul edilmektedir. Fakat, hayatı son derece kolaylaştıran bu tür araçlar dengeli biçimde kullanılmadığı takdirde birtakım

sorunlara yol açmaktadır. Özellikle dijital platformda yer alan internet, akıllı telefon ve sosyal medya gibi unsurlar zamanlı ve yerinde kullanılmadığı takdirde FoMO gibi kaygı bozukluklarına neden olur (Sarıbay ve Durgun, 2019; Tanhan ve diğ., 2022).

Przybylski ve diğ. (2013) FoMO'yu, "bireyin bizzat kendisinin bulunmadığı ortamda başkalarının yaşadığı tatmin edici deneyimleri düşünerek duyduğu bir endişe" olarak tanımlamıştır. Kişinin çevresinde meydana gelen ve onu etkileyen olumlu deneyimlerin farkındalığı tarafından yönlendirilen FoMO (Hayran ve diğ., 2016), günümüzün dijital çağında önemli bir psikolojik sorun olarak kabul edilmektedir (Elhai ve diğ., 2020). Sosyal medya kullanım ve akıllı telefon kullanım süresi, anksiyete, depresyon, düşük refah düzeyi gibi faktörlerin FoMO riskini arttırdığı bilinmektedir (Aygır ve diğ., 2019; Baker ve diğ., 2016; Elhai ve diğ., 2018; Fioravanti ve diğ., 2021; Holte ve Ferraro, 2020; Ibrahim ve diğ., 2022; Kacker ve Saurav, 2020; McAndrew, 2018; O'Connell, 2020; Reer ve diğ., 2019). Ayrıca, genç bireylerde FoMO'ya daha sık rastlanıldığı ortaya konmuştur (Chaudhry, 2015; Franchina ve diğ., 2018).

FoMO, insanların gündemin gerisinde kalması ve çevresindekilerin neler yapıp yapmadığından haberdar olamamasından kaynaklanan psikolojik bir korku/kaygı durumudur. Bu psikolojik sorun özellikle genç bireylerin akıllı telefonlarını ve sosyal medya platformlarında yer alan hesaplarını sürekli kontrol etmelerine neden olmaktadır. FoMO'nun altında yatan en önemli nedenlerin onay alma ve kabul görme ihtiyacı olduğu söylenebilir. Bireyler bu iki ihtiyacı karşılamak amacıyla zamanlarının çoğunu sürekli olarak sanal ortamlarda geçirebilirler. Bu ihtiyacı karşılayamayıp dışlanmışlık hissi yaşayan bireyler ise oluşan stresten kurtulmak isterler (Tanhan ve diğ., 2022). Stres FoMO'nun daha da artmasına yol açar (Milyavskaya ve diğ., 2018).

Sosyal medya platformlarının sosyal olarak meşgul olmak veya sosyalleşmek için zaman ve para açılarından düşük maliyetler gerektirdiği söylenir. Sosyal medyanın bu yönüyle bazı avantajlara sahip olduğu görülse de özellikle FoMO ile boğuşan bireyler açısından risktir (Przybylski ve diğ., 2013). FoMO, sosyal medya kullanımıyla derin bir ilişki içerisindedir. Sosyal medya kullanımı arttıkça FoMO'dan etkilenme olasılığı da artar (Bloemen ve De Coninck, 2020; Cargill, 2019). Fakat, sosyal medya platformları çerçevesinde yapılan araştırmalar her sosyal medya türünün FoMO üzerinde farklı etkiye sahip olabileceğini göstermektedir. Buna göre Instagram platformunun, Facebook ve Snapchat gibi platformlara kıyasla yüksek FoMO düzeyi ile

daha fazla ilişkiye sahip olduğu görülmektedir (Zhang ve diğ., 2021). Ayrıca, FoMO'nun etkisiyle Instagram, Facebook ve Snapchat gibi sosyal medya platformlarının artan kullanımı sosyal medya yorgunluğuna yol açar (Bright ve Logan, 2018; J. A. Roberts ve David, 2020). Çünkü, FoMO düzeyi yüksek olan bireyler sosyal medya platformlarında daha fazla vakit geçirdikçe aşırı bilgi yüklemesine maruz kalırlar. Bu gereksiz bilgi yüklenmesi bireyin sosyal medya yorgunluğundan etkilenmesine neden olur. Bununla birlikte, depresyon ve kaygı gibi psikolojik sorunları olan bireylerin sosyal medya yorgunluğundan etkilenme olasılıkları daha yüksektir (Świątek ve diğ., 2021; Wang, 2021).

Anda kalabilme ve o andaki deneyime dikkatini verebilme anlamına gelen bilinçli farkındalık (Kabat-Zinn, 2009), FoMO ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiye etki eden bir başka faktördür. Weaver ve Swank (2021) bilinçli farkındalığa sahip ve FoMO'ya eğilimli olan bireylerin daha az şekilde problemlili sosyal medya kullanımına yöneldiğini ortaya koymuştur. Buna göre bilinçli farkındalığın FoMO ve problemlili sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği görülmektedir.

Literatürde FoMO'nun engellenmesine yönelik yapılan bazı araştırmalar ve öneriler bulunmaktadır. Örneğin, Brown ve Kuss (2020) sosyal medya kullanımı çerçevesinde FoMO, mental iyi olma hali ve sosyal bağlılık düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla sosyal medyayı sık kullanan bireylere 7 gün boyunca sosyal medyadan uzak kaldıkları bir deney gerçekleştirmiştir. Deney sonucunda mental iyi olma hali ve sosyal bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin pozitif yönde etkilendiği, sosyal bağlılık ve FoMO arasındaki ilişkinin ise negatif yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, katılımcılar deney sonucunda sosyal medyadan yoksun kaldıkları sürenin zamanlarını sosyal medya dışı uygulamalarla doldurma ihtiyacı hissi oluşturduğunu belirtmişlerdir. Bu kapsamda araştırmanın bulguları, FoMO'nun önlenmesi açısından sosyal medya kullanımının belirli sürelerle kesilmesinin önemine dair çıkarımlar sunmaktadır. Bir başka örnek araştırmada Alutaybi ve diğ. (2020), sosyal medyanın ne amaçla tasarlandığına ve sosyal etkileşimlerin nasıl olması gerektiğine dair okuryazarlıkla FoMO'nun azaltılabileceğini belirtmiştir. Bununla birlikte, FoMO'nun bazı serbest zaman aktiviteleriyle en aza indirildiği gözlemlenmiştir (Tomczyk ve Selmanagic-Lizde, 2018).

3. BÖLÜM: YÖNTEM

3.1. Hipotez Örgüsü

H₁: Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipoteze göre, sosyal medya bağımlılığının artmasıyla, serbest zaman tutumunun azalması beklenmektedir. Sosyal medyanın birçok fonksiyonu vardır ve bu platformlar üzerinden farklı eylemlerde bulunmak mümkündür. Bunlar arasında, güncel gelişmeleri ve haberleri takip etmek, arkadaşlarla iletişim kurmak, yeni insanlarla tanışmak gibi eylemler yer alır (Ellison ve diğ., 2007; Valenzuela ve diğ., 2009). Ancak, sosyal medya bağımlılığı durumunda, sosyal medyada gerçekleştirilen bu eylemlerin önemli bir zaman alabileceği ve bunun serbest zamanda yapılabilecek diğer aktivitelere daha az zaman ayrılmasına, bu aktivitelere yönelik olumlu tutumların azalmasına neden olabileceği düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki negatif ilişki, sosyal medyada sürekli olarak güncellenen içeriklerin sürekli tüketimine dayanabilir. Güncellemeler yoluyla içeriklerin çeşitlenmesi, sosyal medya platformlarında daha fazla zaman geçirilmesine ve FoMO hissini tetiklenmesine neden olabilir (Kuss ve Griffiths, 2017; Przybylski ve diğ., 2013). Sosyal medya kullanımı arttıkça FoMO hissini tetiklenmesinin birincil nedeni, sosyal medyanın popüler kültürün önemli bir parçası haline gelmesidir. Popüler kültür, sosyal medyadaki içeriklerle ilgili sürekli olarak güncel kalınması gerektiği hissini dayatmaktadır. Bu nedenle, sosyal medyaya içeriklerin kaçırılmaması için önemli bir zaman ayrılabilir (Dhir ve diğ., 2018; Krasnova ve diğ., 2013). İkincil neden, sosyal medyanın bireysel ve profesyonel yaşamın bir parçası haline gelmesidir. Günümüzde sosyal medya, çeşitli ürün ve hizmetlerin tanıtılması ve pazarlanması için sıklıkla kullanılan bir araçtır. Bu doğrultuda, sosyal medya platformları üzerinde işletmelerin ve markaların etkileşimini artırmak önemlidir. Sosyal medyada ürün ve hizmet sunan kullanıcılar, işletmelerinin veya markalarının etkileşimin arttırmak için bu platformları daha sık şekilde kullanmak zorunda kalabilirler (Elhai ve diğ., 2017; Elhai ve diğ., 2016). Üçüncül neden ise, sosyal medyadaki içeriklerin, kullanıcılar arasında rekabet oluşturucu bir unsur olabilmesidir. Kendilerini bir rekabet içerisinde olduklarını hisseden sosyal medya kullanıcıları,

takipçileri tarafından beğenilmek veya takdir edilmek için sürekli olarak yeni ve ilginç içerikler paylaşma eğiliminde olabilirler. Bu eğilim, FoMO'yu tetikleyen bir unsur olabilir (Appel ve diğ., 2016; Chou ve Edge, 2012). Dolayısıyla FoMO, sosyal medya kullanımının artmasına ve serbest zamanda yapabilecek diğer aktivitelere yönelik olumlu tutumların azalmasına yol açabilir.

Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki negatif ilişki, sosyal medya platformlarında geçirilen zamanın artmasıyla, uyku kalitesinin olumsuz yönde etkilenmesiyle ilgili olabilir. Sosyal medyadaki çoğu içerik, dikkat çekici olması amacıyla tasarlanır ve paylaşılır. Ancak dikkat çekici bu içerikler, beyindeki dopamin seviyesini arttırabilir (Kühn ve Gallinat, 2014; Meshi ve diğ., 2013). Dopamin, keyif ve tatmin duygusu yaratır (Berridge ve Kringelbach, 2008; Wise, 2004). Sosyal medya kullanımından elde edilen keyif ve tatmin duygusu, sosyal medya kullanımının artmasına neden olabilir (Lin ve diğ., 2016). Özellikle, gece saatlerine yayılan sosyal medya kullanımı, uykuya dalma sürecini olumsuz yönde etkileyebilir (Levenson ve diğ., 2016). Bununla birlikte, gece vakti sosyal medya kullanımı, elektronik cihazlardan yayılan mavi ışık nedeniyle beyin melatonin hormonu üretimini arttırır (Harvard Medical School, 2020; Tähkämö ve diğ., 2019). Beynin melatonin hormonunu üretmesi, uykunun düzenlenmesinde önemli bir rol oynar. Bu hormonun üretimi, mavi ışık tarafından engellenebilir (Cajochen ve diğ., 2005; Schmerler, 2015). Dolayısıyla, sosyal medyanın yol açabileceği uykusuzluğun, serbest zamanda yapabilecek diğer aktivitelere yönelik tutumun azalmasına neden olabileceği düşünülmektedir.

H₂: Sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipoteze göre, sosyal medya bağımlılığı arttıkça, FoMO'nun da artması beklenmektedir. Sosyal medya ve FoMO arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koyan pek çok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların sonuçlarına göre, sosyal medya kullanımı ve FoMO arasında doğrudan bir bağlantı vardır (Alutaybi ve diğ., 2020; Jabeen ve diğ., 2023; Ocklenburg, 2021). Bunun en önemli nedeni, sosyal medyanın, günlük yaşamdaki gelişmelerin ve yapılan aktivitelerin paylaşılmasına olanak tanınmasıdır (Przybylski ve diğ., 2013). Ancak, sosyal medyada yapılan paylaşımların sürekli takip edilmesi gerektiği hissi, gelişmelerden geri kalma ve bilgi eksikliği hissi yaşanmasına neden olabilir (Wegmann ve diğ., 2015). Bu geri kalmışlık hissi, sosyal

medyada daha fazla zaman harcamasına ve bununla bağlantılı olarak FoMO hissinin oluşmasına yol açabilir.

Sosyal medya kullanıcıları, yaptıkları paylaşımlar aracılığıyla kendilerini ifade edebilir, düşüncelerini paylaşabilir ve ilgi alanları hakkında bilgiler verebilirler. Sosyal medyanın bu fonksiyonu, beğeni kazanma yoluyla onaylanma ve kabul görme ihtiyacının karşılanmasına olanak tanır (Bailey ve diğ., 2020; Jiang ve Ngien, 2020). Bu nedenle, sosyal medya, kişisel kimliğin ve özgünlüğün yansıtılmasına yardımcı olabilir (Kreling ve diğ., 2022; Zhao ve diğ., 2008). Ancak, sosyal medya kullanımı arttıkça, diğer kullanıcıların yaptıkları paylaşımların sürekli olarak takip edilmesi gerektiği hissi ortaya çıkabilir (Alutaybi ve diğ., 2020). Sosyal medyada, diğer insanların paylaşımlarını sürekli olarak takip eden bir sosyal medya kullanıcısı, kendi hayatını onların hayatı ile kıyaslama eğilimi içine girebilir (Meier ve Johnson, 2022). Bu eğilim, kendi hayatının çok da mükemmel olmadığını düşündürterek, diğer kullanıcılara kendi hayatını daha iyi gösterebilmek için yaptığı paylaşımların sıklığını arttırabilir (O'Day ve Heimberg, 2021; Vogel ve diğ., 2015). Bundan dolayı, kendini ifade etme aracı olarak sosyal medya, FoMO'yu ve sosyal medyayı kullanma sıklığını arttırabilir.

Sosyal medyada, kullanıcılar tarafından yapılan paylaşımlara düzenli olarak maruz kalmak ve bu paylaşımları yapan kullanıcılarla etkileşime girmek, gerçek hayattaki sosyal ilişkilerden farklı bir tecrübe sunar. Bu tür bir sosyal etkileşim, bunları takip eden bireyde yalnızlık hissi oluşmasına neden olabilir (Kusumota ve diğ., 2022; O'Day ve Heimberg, 2021). Yalnızlık hissi, FoMO'yu arttırabilir (Yin ve diğ., 2023). FoMO, sürekli olarak sosyal medyayı kontrol etme ihtiyacı ortaya çıkarır (Przybylski ve diğ., 2013). Zamanın büyük bölümünü sosyal medyada geçirmek, gerçek hayattaki sosyal etkileşimleri daha da azaltır (Primack ve diğ., 2017). Dolayısıyla, FoMO kaynaklı yalnızlık hissi, sosyal medyada daha fazla paylaşım yapılmasına ve sosyal medyada daha fazla sosyal etkileşime girme çabası oluşmasına neden olabilir.

Sosyal medya platformları, insanların hayatlarının gözlemlenebilmesine ve onları takip edilebilmesine olanak tanır. Sosyal medya kullanıcıları, takip ettikleri insanlar tarafından yapılan paylaşımlar nedeniyle, kendi yaşam tarzlarıyla onların yaşam tarzlarını karşılaştırma eğilimi içine girebilirler (Meier ve Johnson, 2022). Bir kullanıcının, yaşam tarzını başka bir kullanıcıyla kıyaslaması, stres, kaygı ve anksiyete gibi olumsuz duygular yaşamasına neden olabilir (Lin ve diğ., 2016). İnsanlar sosyal

medya platformları yoluyla, daha iyi, daha çekici ve daha ilginç bir hayat yaşıyorlarmış gibi görünmek isteyebilirler. Bu da, kullanıcılar arasında rekabet ortamı yaratabilecek bir unsur haline gelir (Chou ve Edge, 2012; Krasnova ve diğ., 2013). Kullanıcılar, oluşan rekabet ortamı nedeniyle kendilerini diğerleriyle yarışıyormuş gibi hissedebilirler. Bu durum, sosyal medya kullanımını arttırabilir.

H3: Sosyal medya bağımlılığı ve ait olma ihtiyacı arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipotez, sosyal medya bağımlılığı arttıkça, ait olma ihtiyacının da artacağını öne sürmektedir. Sosyal medya platformları, benzer ilgi alanlarına sahip kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurabilmelerine ve kendileriyle özdeşleştirebilecekleri gruplar bulabilmelerine olanak tanır. Bu gruplar, kullanıcıların birbirlerine destek olmalarını ve ortak bir amaca hizmet etmelerini sağlar (Ellison ve diğ., 2007; Park ve diğ., 2009). Bunun yanında, sosyal medya platformları, beğeniler, yorumlar ve paylaşımlar yoluyla onaylanma ve kabul görme ihtiyacının giderilmesini sağlayabilir (Bailey ve diğ., 2020; Jiang ve Ngien, 2020). Onaylanma ve kabul görme ihtiyacını karşılayan kullanıcılarda, diğer insanlar tarafından kabul edildikleri ve takdir edildikleri hissi uyanır (Leary ve diğ., 1995; Valkenburg ve diğ., 2006). Dolayısıyla kullanıcılar, sosyal medya üzerinden aldıkları geri bildirimlerle kendilerini iyi hissedebilir ve ait oldukları topluluğun bir parçası olduklarını düşünebilirler. Bu durum, sosyal medya kullanımını daha da arttırabilir.

Sosyal medya, kullanıcıların kendilerini ifade etmelerine olanak tanıyan bir platformdur. Sosyal medyanın insanların kendilerini ifade etmelerine olanak tanıması, özellikle çevrelerinde benzer ilgi alanlarına sahip insanlar bulmakta zorluk çeken kişiler için önemlidir (Ellison ve diğ., 2014; Joinson, 2008). Bu platformlar, insanların ait oldukları topluluğun parçası olduklarını hissetmelerine yardımcı olabilir (Burke ve diğ., 2010; Steinfield ve diğ., 2008). Ancak, sosyal medyanın ait olma ihtiyacının giderilmesi amacıyla aşırı şekilde kullanımı, gerçek hayattaki sosyal ilişkileri zayıflatabilir ve sosyal medyaya bağımlı hale gelmesine yol açabilir.

H4: FoMO ve serbest zaman tutumu arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipotez, FoMO'nun artmasıyla, serbest zaman tutumunun da artacağını öne sürmektedir. İnsan, serbest zamanında sosyal etkileşimler kurmaya yatkın bir varlıktır

(Cacioppo ve Patrick, 2008). Serbest zaman aracı olarak sosyal medya platformları, insanlar arasında sosyal etkileşim kurulmasına olanak tanıyarak sosyal ilişkileri güçlendirebilir (Bekalu ve diğ., 2019). Ancak, sosyal medya kullanımının artmasıyla FoMO oluşma riski de artmaktadır (Alutaybi ve diğ., 2020). FoMO yaşayan bir kişi için, serbest zamanda yapılabilecek sosyal aktivitelerin ve sosyal ortamların cazibesi ilgi çekicidir. Sosyal aktiviteler ve sosyal ortamlar, bir arada olma ve sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılayan alanlardır. Bu alanlarda, sosyal bağlantılar kurulabilir, yeni arkadaşlıklar kurulabilir ve farklı deneyimler yaşanabilir. FoMO yaşayan bir kişi, sosyal aktivitelerin ve sosyal ortamların cazibesini keşfetmek için birçok farklı sebep bulabilir. Bunlar arasında, yeni insanlarla tanışmak, farklı deneyimler yaşamak, yeni bilgiler öğrenmek ve yeni şeyler keşfetmek yer alır (Deniz, 2021; Rozgonjuk ve diğ., 2021). Dolayısıyla, FoMO'nun neden olduğu sosyal aktivitelerden ve sosyal ortamlardan mahrum kalma hissini, kişinin, bu tür aktivitelere olan katılımını ve tutumunu olumlu yönde etkileyebileceği söylenebilir.

H5: Ait olma ihtiyacı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipotez, ait olma ihtiyacının artmasıyla, FoMO'nun da artacağını öne sürmektedir. Sosyal medya gibi dijital platformlar, ait olma ihtiyacını artırmaktadır (Liu ve diğ., 2018; Smith ve diğ., 2021). İnsanlar, bu platformlarda çeşitli paylaşımlar yaparak kendilerini ifade ederler ve sosyal bağlarını güçlendirirler. Sosyal medya kullanıcıları, sürekli olarak diğer insanların neler yaptıklarını ve neler paylaştıklarını takip edebilirler. Diğer insanların hayatlarına dahil olma hissi, kullanıcıda FoMO'yu tetikleyebilir (Tandon ve diğ., 2021). Dolayısıyla, birilerinin hayatına dahil olma hissiyle artan ait olma ihtiyacının, FoMO'yu arttırabileceği söylenebilir.

Teknolojinin gelişimi, iletişim şekillerini değiştirmiştir. Teknolojinin getirdiği modern yaşamla birlikte geleneksel toplum yapısı bozulmuş, insanlar geçmiş dönemlere kıyasla daha az toplumsal bağlarla birlikte yaşamaya başlamıştır. İnternet, akıllı telefon, sosyal medya ve diğer teknolojik cihazlar, insanların zamanlarının çoğunu dijital ortamlarda geçirmelerine yol açmaktadır. Teknolojinin gelişimi ile birlikte oluşan bu modern yaşam tarzı, insanların gerçek hayatta birbirleriyle kurdukları etkileşimlerin azalmasına ve dolayısıyla yalnızlaşmalarına neden olmaktadır (Primack ve diğ., 2017; Twenge ve diğ., 2018). İnsanlar, bu yalnızlık hissinden kurtulmak için daha fazla ait olma ihtiyacı hissedebilirler (Cacioppo ve Patrick, 2008). Yalnızlık hissini, FoMO'ya

neden olduğu bilinmektedir (Yin ve diğ., 2023). Dolayısıyla, yalnızlık hissinden kaynaklanan ait olma ihtiyacının, FoMO'yu arttırabileceği söylenebilir.

Modern yaşam tarzı, yeni deneyimler yaşama arzusunu arttırmaktadır. Yeni şeyler deneme arzusu, insanların kendilerini keşfetmek ve geliştirmek istemesinden kaynaklanmaktadır (Kashdan ve diğ., 2004; Killingsworth ve Gilbert, 2010). Ancak, sosyal medya kullanıcıları, diğer insanların deneyimlediği şeyleri takip ederek, kendilerinin de bu deneyimleri yaşamaları kesin olarak yaşamaları gerektiğini düşünebilirler. Bu arzu, FoMO'ya da neden olabilir ve ait olma ihtiyacını arttırabilir (Valkenburg ve diğ., 2006; Vogel ve diğ., 2014). Ayrıca, günümüzde, insanlar arasında rekabet çok daha fazla hissedilmektedir. Rekabet, insanları sürekli olarak yeni şeyler denemeye ve keşfetmeye itmektedir (Chou ve Edge, 2012). Ancak rekabetten kaynaklanan bu ortam, FoMO'yu tetikleyebilir ve ait olma ihtiyacını arttırabilir.

H6: Ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipotez, ait olma ihtiyacı arttıkça, serbest zaman tutumunun da artacağını öne sürmektedir. İnsanlar, kendilerini bir topluluğun bir parçası hissettikleri zaman, daha mutlu ve daha tatmin olmuş hissederler (Helliwell ve Putnam, 2004). Bu nedenle, serbest zamanlarını, ilgi alanlarına uygun olan topluluklara katılmak için değerlendirebilirler. Serbest zamanı ilgi alanına uygun olan topluluklara dahil olmak için kullanmak, ait olma ihtiyacının tatmin edilmesini sağlar (Ryan ve Deci, 2000; Van Zomeren ve diğ., 2008). Aidiyet hissettikleri topluluk, bir tür desteğin kaynağıdır ve günlük hayatlarındaki stresle başa çıkmalarına yardımcı olabilir (Cohen ve Wills, 1985; Hefner ve Eisenberg, 2009). Serbest zamanda, sosyal amaçlarla yapılan aktiviteler yoluyla stresin azalması ve mutluluğunun artması, serbest zamana yönelik tutumu olumlu yönde etkiler (Pressman ve diğ., 2009). Dolayısıyla, serbest zamanın sosyal ve grup faaliyetlerinde değerlendirilmesinin serbest zaman tutumunu arttıracakđı, bunun da ait olma ihtiyacını daha fazla tatmin edeceği söylenebilir.

H7: Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki negatif ilişkide, FoMO'nun aracı bir etkisi bulunmaktadır.

Bu hipotez, sosyal medya bağımlılığı arttıkça, serbest zaman tutumunun azalacağını ve bunun da FoMO'dan bağımsız bir şekilde gerçekleştiremeyeceğini öne sürmektedir. FoMO, sürekli olarak sosyal medyanın takip edilmesine, sosyal medyadaki

içeriklerin kontrol edilmesine ve bildirimlerin açık tutulmasına neden olur. Bundan dolayı, sosyal medya kullanımının artmasına yol açabilir (Alt, 2015; Elhai ve diğ., 2016). Sosyal medya kullanımının problemleri bir hale bürünmesiyle, kişi, serbest zamanını verimsiz şekilde kullanmış olur ve bu doğrultuda serbest zamandan elde edeceği verim azalabilir (Kushlev ve diğ., 2017). Serbest zamanın büyük bölümünün sosyal medya kullanımına ayrılması, uyku düzenini bozabilir ve sosyal izolasyona neden olabilir (Levenson ve diğ., 2016; Primack ve diğ., 2017). Düzensiz uyku, uyku kalitesini düşürerek kişinin kendini yorgun hissetmesine, enerji eksikliği ve konsantrasyon problemleri yaşamasına; sosyal izolasyon ise, kişinin kendini yalnız, mutsuz ve endişeli hissetmesine neden olur (Cacioppo ve Patrick, 2008; Hawkey ve Cacioppo, 2010; Pilcher ve diğ., 1997; Qualter ve diğ., 2015). Dolayısıyla, düzensiz uyku ve sosyal izolasyonun; motivasyonu, enerjisi ve konsantrasyonu azaltacağı, serbest zamanda yapılabilecek diğer aktivitelerin kısıtlanmasına ve bu aktivitelere yönelik olumlu tutumların azalmasına neden olabileceği söylenebilir.

Stres, FoMO'yla ilişkili olan bir diğer faktördür. FoMO, başkalarının ne yaptığını dair sürekli bir endişe hissi oluşmasına yol açar. FoMO yaşayan kişiler, diğer insanların ne kadar mutlu veya başarılı olduklarını gördükçe, kendilerini yetersiz hissedebilirler veya kendilerine yeterince ilgi gösterilmediği hususunda kaygı yaşayabilirler. Bu da, kendilerine güvensizlik duymalarına, kaygı ve depresyon gibi duygusal sorunlar yaşamalarına neden olabilir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016; Elhai ve diğ., 2016; Przybylski ve diğ., 2013). Beynin motivasyon merkezi, stresli durumlarda olumlu hedeflere yönelik motivasyonu azaltabilir. Beynin önceliği, tehlikeyi önlemek veya etkisini azaltmaktır. Bu, olumlu hedeflere veya ilgi alanlarına odaklanmayı ve bunlar için motivasyon sağlamayı zorlaştırır (Mather ve Lighthall, 2012; Schwabe ve diğ., 2011). Ayrıca stres, beyindeki dopamin ve serotonin gibi mutluluk hormonlarının seviyelerini azaltabilir (Abercrombie ve diğ., 1998; Kirby ve diğ., 2000; Radley ve diğ., 2006). Bu da, serbest zamanda yapılabilecek diğer aktivitelere yönelik motivasyonu azaltarak, zaman içinde serbest zaman aktivitelerine yönelik olumlu tutumların azalmasına yol açabilir.

H8: Sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki pozitif ilişkide, ait olma ihtiyacının düzenleyici bir etkisi bulunmaktadır.

Bu hipotez, sosyal medya bağımlılığı arttıkça FoMO'nun da artacağını ve ait olma ihtiyacının, bu iki değişken arasındaki pozitif ilişkiyi daha da güçlendireceğini öne sürmektedir. Sosyal medya, ait olma ihtiyacını karşılamak için kullanılacak en iyi araçlardan biridir. Sosyal medya kullanıcıları, ait olma ihtiyaçlarını giderebilmek için, diğer kullanıcıların neler yaptığını görmek isteyerek sosyal medyayı sürekli kontrol edebilirler (Sheldon ve diğ., 2011). Sosyal medya, diğer insanların hayatlarından sadece en iyi ve en olumlu anları gösteren bir araçtır. Bu da kullanıcılarda, diğer insanların hayatlarının kendilerinkinden daha iyi olduğu hissini uyandırabilir (Krasnova ve diğ., 2013). Bu nedenle kullanıcılar, diğer insanların yaşamlarını gördükçe, kendilerini yetersiz veya başarısız hissetme eğiliminde olabilirler (Appel ve diğ., 2016). Yetersizlik ve başarısızlık hissi, kullanıcıların kendilerini yalnız ve sosyal bağlantıdan yoksun hissetmelerine neden olabilir. Ancak kullanıcı, yalnızlık ve sosyal bağlantıdan yoksun kaldıkça, daha fazla sosyal medyayı kontrol etmek ve diğer insanların paylaştıklarını görmek isteyecektir (Kusumota ve diğ., 2022; O'Day ve Heimberg, 2021). Bu durum, FoMO'yu tetikleyen bir unsurdur (Yin ve diğ., 2023). Dolayısıyla ait olma ihtiyacından kaynaklanan sosyal medya kullanımı, zamanla bağımlılığa evrilebilir ve bu bağımlılık da FoMO oluşma riskini arttırabilir. Bu doğrultuda, ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkide düzenleyici bir etkiye sahip olabileceği düşünülebilir.

H9: FoMO ve serbest zaman tutumu arasındaki pozitif ilişkide, ait olma ihtiyacının düzenleyici bir etkisi bulunmaktadır.

Bu hipotez, ait olma ihtiyacının, FoMO ve serbest zaman tutumu arasındaki pozitif ilişkiyi daha da arttıracakını öne sürmektedir. İnsan, bir topluluk içinde bulunduğu anda kendini daha güvende hissedebilir ve ait olma ihtiyacını tatmin edebilir (79). FoMO yaşayan bir kişinin, başka insanlarla sosyal etkileşim kurma ve bu insanlar tarafından kabul görme ihtiyacı daha yüksektir (Elhai ve diğ., 2016; Wegmann ve diğ., 2015). Genel anlamda ait olma ihtiyacı olarak adlandırılacak bu duygu, serbest zamanın bir araç olarak kullanılması ve bu doğrultuda farklı insanlarla sosyal etkileşim kurulması doğrultusunda giderilmeye çalışılabilir (Deci ve Ryan, 2000; Teo ve diğ., 2013). Bu sayede kişi, kendini daha mutlu ve daha tatmin olmuş hissedebilir (Pressman

ve diğ., 2009). Dolayısıyla, FoMO yaşayan bir kişinin ait olma ihtiyacının yüksek olacağı, ait olma ihtiyacını gidermek adına serbest zamanında sosyal aktivitelere daha fazla zaman ayıracağı, bu aktivitelerden elde ettiği mutluluk ve tatmin duygusu yoluyla serbest zamana yönelik tutumunun artabileceği söylenebilir.

H₁₀: Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki negatif ilişkide, ait olma ihtiyacının düzenleyici bir etkisi bulunmaktadır.

Bu hipotez, sosyal medya bağımlılığı arttıkça serbest zaman tutumunun azalacağını; ait olma ihtiyacının, bu iki değişken arasındaki negatif ilişkiyi daha da güçlendireceğini öne sürmektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcılara ait olma hissi veren ve onları sosyal bağlar kurmaya teşvik eden özellikler sunar. Bu özellikler arasında arkadaş ekleme, takip etme, beğenme ve yorum yapma gibi eylemler yer alır. Bu eylemler sayesinde kullanıcılar, kendilerini diğer insanlarla bağlantı kurmuş ve bir topluluğun parçası olarak hissederler (Ellison ve diğ., 2007; Manago ve diğ., 2012; Valkenburg ve diğ., 2006). Bu doğrultuda kullanıcılar, diğer insanlarla iletişim kurmak, takipçi ve beğeni sayılarını artırmak amacıyla zamanlarının büyük bir kısmını sosyal medya platformlarında geçirebilirler. Ancak, ait olma ihtiyacının giderilmesi adına sosyal medya kullanımının aşırıya kaçması, bağımlılık riskini ortaya çıkarabilir (Kuss ve Griffiths, 2017; Ryan ve diğ., 2014). Sosyal medya kullanımının giderek artması, kullanıcıların sosyal medya platformlarında geçirdikleri zamanı kontrol edememelerine neden olur. Bu nedenle, kullanıcıların serbest zamanlarında yapabilecekleri diğer aktivitelere olan ilgileri azalabilir (Cengiz ve Er, 2021). Dolayısıyla, ait olma ihtiyacı kaynaklı sosyal medya kullanımının, serbest zamanda yapılabilecek diğer aktivitelere daha az zaman ayrılmasına neden olacağı ve bu aktivitelere yönelik olumlu tutumları azaltacağı söylenebilir. Bu nedenle, ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide düzenleyici bir etkiye sahip olabileceği düşünülebilir.

3.2. Araştırma Modeli

Araştırma nicel bir çalışmadır. Nicel araştırmalar “gerçekliği bağımsız olarak gören; gerçekliğin nesnel olarak gözlenmesini, ölçülmesini ve analiz edilmesini içeren pozitivist görüş temelli araştırmalar” olarak tanımlanmaktadır. Araştırmada nicel araştırma türlerinden korelasyonel araştırma deseni kullanılmış, araştırma tasarımı

Tablo 1. Araştırma Grubuna İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

	N	%
Cinsiyet		
Kadın	125	56.8
Erkek	95	43.2
Yaş		
18-27	220	100
Algılanan Gelir Durumu		
Düşük	53	24.1
Orta	154	70.0
Yüksek	13	5.9
Günlük Sosyal Medya Kullanımı		
1-2 saat	67	30.4
3-4 saat	103	46.8
5 saat ve üzeri	50	22.7
Sosyal Medyada İçerik Paylaşım Sıklığı		
Hiç yapmıyorum	29	13.2
Bazen yapıyorum	161	73.2
Sıklıkla yapıyorum	30	13.6
Sosyal Medya Kaynaklı Serbest Zaman Katılımı		
Katıldım	93	42.3
Katılmadım	127	57.7
Toplam	220	100

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri anket yöntemiyle elde edilmiştir. Verilerin toplanması doğrultusunda ilk aşamada araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu; ikinci aşamada ise Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), Serbest Zaman Tutum Ölçeği (SZTÖ), Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ) ve Ait Olma İhtiyacı Ölçeği (AOİÖ) kullanılmıştır.

3.4.1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

SMBÖ, Andreassen ve diğ. (2016) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlik ve güvenilirliği Demirci (2019) tarafından yapılan tek boyutlu ve toplam 6 ifadeden oluşan bir ölçektir. SMBÖ (1) çok nadir ile (5) çok sık arasında değişen beşli likert tipi derecelendirmeye göre yanıtlanmaktadır. SMBÖ toplam puanı 6-30 arasında değişmektedir. SMBÖ ilk olarak, Andreassen ve diğ. (2012) tarafından geliştirilen Facebook Bağımlılığı Ölçeği'nin (FBÖ) değiştirilmiş versiyonu olarak tasarlanmıştır. FBÖ, başta 6 alt boyuttan ve 18 ifadeden oluşmuştur. Yapı geçerliliğinin saptanması amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve bunun sonucunda modelin iyi uyum sağladığı (RMSEA= .046; CFI= .99) görülmüştür. Güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .82$ olarak bulunmuştur. FBÖ, Andreassen ve diğ. (2016) tarafından SMBÖ olarak yeniden tasarlanmış, tek boyutlu ve 6 ifadeden oluşan yapıya

bürünmüştür. Bu çalışma sonucunda iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .88$ olarak bulunmuştur. SMBÖ'deki her ifade zihinsel uğraş, duygudurum değişikliği, tolerans, yoksunluk, çatışma ve başarısız bırakma girişimi olmak üzere altı temel bağımlılık ölçütünü karşılamaktadır (Griffiths, 2005). Demirci (2019) tarafından SMBÖ'nün Türkçe geçerliğinin saptanması amacıyla yapılan çalışma kapsamında, doğrulayıcı faktör analizi sonucu modelin iyi uyum sağladığı (RMSEA= .046; CFI= .99; TLI= .98; $\chi^2/sd= 11,98$) ortaya konmuştur. Güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .83 olarak bulunmuştur.

3.4.2. Serbest Zaman Tutum Ölçeği

SZTÖ, Ragheb ve Beard (1982) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlik ve güvenirliliği Akgül ve Gürbüz (2011) tarafından yapılan ve bilişsel, duyuşsal, davranışsal olmak üzere üç alt boyuttan ve toplam 36 ifadeden oluşan bir ölçektir. SZTÖ (1) kesinlikle katılmıyorum ile (5) kesinlikle katılıyorum arasında değişen beşli likert tipi derecelendirmeye göre yanıtlanmaktadır. Ragheb ve Beard (1982) tarafından yapılan güvenirlik analizi sonucunda, ölçeğin genelinde iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .94$, duyuşsal alt boyutunda $\alpha = .93$, bilişsel ve davranışsal alt boyutlarında ise sırasıyla $\alpha = .91$ ve $\alpha = .89$ olarak ortaya konmuştur. Akgül ve Gürbüz (2011) tarafından, SZTÖ'nün Türkçe geçerliğinin saptanması amacıyla faktör yapısının uygunluğunu ve yapı geçerliğini test etmek için katılımcıların serbest zaman aktivitelerine yönelik tutum puanlarının varimax dönüştürmesine göre yapılan temel bileşenler faktör analizi, 3 faktörlü yapıyı desteklemiş ve ölçeğin %54'ünü açıklamıştır. Ölçeğin KMO değeri .93 olarak bulunmuştur. Güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin genelinde iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .83$, duyuşsal alt boyutunda $\alpha = .92$, bilişsel ve davranışsal alt boyutlarında ise sırasıyla $\alpha = .81$ ve $\alpha = .91$ olarak bulunmuştur.

3.4.3. Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği

GKKÖ, Przybylski ve diğ. (2013) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlik ve güvenirliliği Gökler ve diğ. (2016) tarafından yapılan tek boyutlu ve toplam 10 ifadeden oluşan bir ölçektir. GKKÖ, (1) hiç doğru değildir ile (5) aşırı şekilde doğrudur arasında değişen beşli likert tipi derecelendirmeye göre yanıtlanmaktadır. Przybylski ve diğ. (2013) tarafından yapılan güvenirlik analizi sonucunda, ölçeğin genelinde iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .90$ olarak ortaya konmuştur. Gökler ve diğ. (2016) tarafından, GKKÖ'nün

Türkçe geçerlilik analizinde AFA'da tek boyutlu bir yapı ortaya konmuş, AFA'da ölçeğin tek boyutlu yapısının toplam varyansın %39.4'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .81$ olarak bulunmuştur.

3.4.4. Ait Olma İhtiyacı Ölçeği

AOİÖ, Leary ve diğ. (2013) geliştirilen tek boyutlu ve toplam 10 ifadeden oluşan bir ölçektir. AOİÖ, (1) bana hiç uygun değil ile (5) bana tamamen uygun arasında değişen beşli likert tipi derecelendirmeye göre yanıtlanmaktadır. AOİÖ'de 1., 3., ve 7. ifadeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek puanlar 1 ile 50 arasında değişmekte olup, yüksek değerler yüksek düzeyde ait olma ihtiyacını vurgulamaktadır. Leary ve diğ. (2013) tarafından yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin iç tutarlılık katsayısı $\alpha = .87$ olarak bulunmuştur. Akın ve diğ. (2014) tarafından, AOİÖ'nin Türkçe geçerlilik analizinde faktör analizi sonuçları, 10 ifadelik ve tek boyutlu modelin iyi uyum sağladığı görülmüştür ($\chi^2 = 52.67$, $df = 33$, $RMSEA = .048$, $GFI = .96$, $CFI = .93$, $AGFI = .94$, $IFI = .94$ ve $SRMR = .052$). Ölçeğin iç tutarlılık güvenirlik katsayısı ise $\alpha = .63$ olarak bulunmuştur.

3.5. Veri Analizi

Araştırma verilerinin analizi için IBM SPSS ve IBM Amos Graphics programları kullanılmıştır. Verilerin analizi doğrultusunda ilk aşamada olarak araştırmaya katılan bireylere yönelik tanımlayıcı bilgilerin ortaya konması için frekans analizi yapılmış, sonrasında araştırma kapsamında kullanılan ölçme araçlarının geçerlilik (AFA ve DFA), güvenirlik (cronbach's alpha ve kompozit güvenirlik) ve çoklu normallik analizleri yapılmıştır. Geçerlilik, güvenirlik ve çoklu normallik analizleri doğrultusunda ilk olarak IBM SPSS programı üzerinden AFA yapılmış, sonrasında IBM Amos Graphics programı üzerinde yapısal eşitlik modellemesi oluşturularak DFA ve çoklu normallik analizi yapılmıştır. Ölçme araçlarının güvenirliği, hem cronbach's alpha analizi hem de kompozit güvenirlik analizi yapılarak ortaya konmuştur. İkinci aşamada ise, SPSS programına ayrı bir eklenti olarak yüklenebilen IBM SPSS Process üzerinde model 4 ve model 59 aracılığıyla çoklu regresyon temelli yol analizi yapılarak, hem değişkenler arasındaki ilişki hem de aracı ve düzenleyici değişkenlerin etkisi incelenmiştir.

4. BÖLÜM: BULGULAR

4.1. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

AFA, bir veri setindeki değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak ve bu değişkenlerin altında yatan faktörleri tanımlamak için kullanılan istatistiksel analiz yöntemidir. Bu yöntem, çok sayıda değişken içeren veri setlerinde kullanılan bir yöntemdir ve birkaç faktör altında yatan temel yapıyı tanımlama amacı taşır. Özellikle sosyal, psikolojik ve ekonomik araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir tekniktir. Bu analizde, her bir değişken için bir korelasyon matrisi oluşturulur. Oluşturulan bu matris, değişkenler arasındaki korelasyonların yoğunluğunu ve yönünü belirler. Korelasyon matrisi oluşturulduktan sonra, veri setindeki tüm değişkenlerin birleştirilmesiyle ortak bir kovaryans matrisi oluşturulur. AFA, veri setindeki değişkenlerin azaltılması, düzenlenmesi ve özetlenmesi açısından önemlidir. Ayrıca bu analiz, veri setindeki yapıyı anlamak, veri setindeki gizli faktörleri ortaya çıkarmak, veri setindeki anlamlı değişkenleri belirlemek ve veri setindeki ilişkileri keşfetmek için kullanılır (Costello ve Osborne, 2005; Fabrigar ve diğ., 1999).

4.1.1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi

SMBÖ'ye yönelik gerçekleştirilen AFA sonuçları tablo 2'de ortaya konmuştur. Ölçme aracının daha önceki geçerlilik bulgularına dayanarak (Demirci 2019; Andreassen ve diğ., 2016), tek boyutlu yapısı gereği rotasyon yöntemi olarak varimax tercih edilmiştir. Varimax rotasyonu, faktör yüklerini birbirinden bağımsız hale getirmeye çalışır ve böylece faktörlerin daha açık ve yorumlanabilir hale gelmesini sağlar. Faktör yüklerini en uygun olarak birbirinden ayırıştırır ve her faktörün kendi açıklanabilir varyansını maksimize eder. Bu nedenle, genellikle tek veya birçok bağımsız faktörün var olduğu veri setlerinde kullanılır. Varimax rotasyonu, diğer faktör rotasyon yöntemleri ile karşılaştırıldığında daha kolay yorumlanabilen faktör yükleri sağlar. Ancak, bazen faktörler arasındaki ilişkileri yok sayarak faktör yüklerinin yanlış yorumlanmasına neden olabilir (Jöreskog, 1967; Kaiser, 1958).

Yapılan AFA sonucu, altı ifadeden ve tek boyuttan oluşan SMBÖ'nün faktör yükleri $\lambda = .66$ ve $\lambda = .81$ arasında değişiklik göstermektedir. Buna göre, faktör yükleri

kabul edilebilir düzeyin üzerindedir ($\lambda \geq .30$) (Tabachnick ve Fidell, 2007). SMBÖ'nün faktör yapısının KMO bulguları açısından çok iyi düzeyde olduğu söylenebilir ($KMO \geq .80$) (Kaiser, 1974). Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri, bir ölçme aracının iç tutarlılığının ve onun uygunluğunun bir ölçüsüdür. KMO değeri, ölçme aracının içindeki değişkenler arasındaki korelasyonların genel uygunluğunu ölçer ve verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemeye yardımcı olur. KMO değeri, 0 ile 1 arasında bir değer alır. .60'tan düşük olan bir KMO değeri, ölçeğin faktör analizi için uygun olmadığını gösterirken, .60 ve üstü bir KMO değeri kabul edilebilir bir uygunluk düzeyidir. .80 ve üzerindeki bir KMO değeri ise çok iyi bir uygunluk düzeyi olarak kabul edilir (Field, 2013; Velicer, 1976). SMBÖ için toplam açıklanan varyans ise %49'dur.

Tablo 2. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları

Değişken	İfade Kodları	λ
SMB	smb1	.810
	smb2	.812
	smb3	.662
	smb4	.643
	smb5	.616
	smb6	.664
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterlilik Ölçütü		.815
Yaklaşık Ki-Kare		353.667
Barlett Küresellik Testi	df	15
	p	.000

SMB: sosyal medya bağımlılığı.

4.1.2. Serbest Zaman Tutum Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi

SZTÖ'ye yönelik gerçekleştirilen AFA sonuçları tablo 3'de ortaya konmuştur. Ölçme aracının daha önceki geçerlilik bulgularına dayanarak (Ragheb ve Beard 1982; Akgül ve Gürbüz, 2011), bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutlardan oluşan üç alt boyutlu yapısı gereği rotasyon yöntemi olarak direct oblimin tercih edilmiştir. Oblimin Rotasyonu, faktörler arasındaki korelasyonları kabul eden ancak faktörlerin bağımsız olduğunu varsayan bir rotasyon yöntemidir. Direct Oblimin Rotasyonu ise bu varsayımı zayıflatır ve faktörler arasındaki korelasyonların bazılarının olabileceğini kabul eder. Böylece, faktörler arasındaki korelasyon yapıları daha gerçekçi ve yansıtıcı hale getirilir. Direct Oblimin Rotasyonu, özellikle AFA aşamasında çok sayıda faktör varsa kullanışlı olabilir (Browne, 2001; DiStefano ve diğ., 2009).

Yapılan AFA sonucu, otuz altı ifadeden ve üç alt boyuttan boyuttan oluşan SZTÖ'nün faktör yükleri bilişsel alt boyutta $\lambda = .56$ ve $\lambda = .91$, duyuşsal alt boyutta $\lambda = .58$ ve $\lambda = .86$, davranışsal alt boyutta ise $\lambda = .31$ ve $\lambda = .88$ arasında değişiklik göstermektedir. Buna göre, faktör yükleri kabul edilebilir düzeyin üzerindedir ($\lambda \geq .30$) (Tabachnick ve Fidell, 2007). SZTÖ'nün faktör yapısının KMO bulguları açısından çok iyi düzeyde olduğu söylenebilir ($KMO \geq .80$). SZTÖ için toplam açıklanan varyans ise %52'dir.

Tablo 3. Serbest Zaman Tutumu Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları

Alt Boyut	İfade Kodları	λ		
		Bilişsel	Davranışsal	Duyuşsal
SZT-BİL	bilissel1	.912		
	bilissel2	.904		
	bilissel3	.647		
	bilissel4	.682		
	bilissel5	.607		.337
	bilissel6	.610		.354
	bilissel7	.883		
	bilissel8	.876		
	bilissel9	.632		
	bilissel10	.634		.344
	bilissel11	.570		.373
	bilissel12	.562		.392
SZT-DAV	davranis1		.487	.386
	davranis2		.716	
	davranis3		.317	
	davranis4		.883	
	davranis5		.783	
	davranis6		.653	
	davranis7		.522	.385
	davranis8		.725	
	davranis9		.356	
	davranis10		.862	
	davranis11		.785	
	davranis12		.679	
SZT-DUY	duyussal1			.787
	duyussal2			.730
	duyussal3	.324		.580
	duyussal4			.861
	duyussal5			.746
	duyussal6			.628
	duyussal7			.771
	duyussal8			.771
	duyussal9			.616
	duyussal10			.869
	duyussal11			.790
	duyussal12			.627
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterlilik Ölçütü			.818	
Barlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare		15426.878	
	df		630	
	p		.000	

SZT: serbest zaman tutumu, BİL: bilişsel, DUY: duyuşsal, DAV: davranışsal.

4.1.3. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi

GKKÖ'ye yönelik gerçekleştirilen AFA sonuçları tablo 4'de ortaya konmuştur. Ölçme aracının daha önceki geçerlilik bulgularına dayanarak (Przybylski ve diğ., 2013; Gökler ve diğ., 2016), tek boyutlu yapısı gereği rotasyon yöntemi olarak varimax tercih edilmiştir. Yapılan AFA sonucu, on ifadeden ve tek boyuttan oluşan GKKÖ'nün faktör yükleri $\lambda = .58$ ve $\lambda = .74$ arasında değişiklik göstermektedir. Buna göre, faktör yükleri kabul edilebilir düzeyin üzerindedir ($\lambda \geq .30$) (Tabachnick ve Fidell, 2007). GKKÖ'nün faktör yapısının KMO bulguları açısından çok iyi düzeyde olduğu söylenebilir ($KMO \geq .80$) (Kaiser, 1974). GKKÖ için toplam açıklanan varyans ise %43'tür.

Tablo 4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları

Değişken	İfade Kodları	λ
FoMO	fomo1	.588
	fomo2	.661
	fomo3	.745
	fomo4	.744
	fomo5	.609
	fomo6	.703
	fomo7	.667
	fomo8	.596
	fomo9	.601
	fomo10	.625
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterlilik Ölçütü		.822
Barlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	856.197
	df	45
	p	.000

FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu.

4.1.4. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi

AOİÖ'ye yönelik gerçekleştirilen AFA sonuçları tablo 5 ve tablo 6'da ortaya konmuştur. AOİÖ'nün daha önceki geçerlilik bulgularına dayanarak (Leary ve diğ., 2013; Akın ve diğ., 2014), tek boyutlu yapısı gereği rotasyon yöntemi olarak varimax tercih edilmiştir. AFA'nın ilk etabında (tablo 4), on ifadeden ve tek boyuttan oluşan AOİÖ'nün faktör yüklerinin $\lambda = .04$ ve $\lambda = .72$ arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Bu doğrultuda, AOİÖ'nin yapı geçerliliğini bozduğu görülen $aoi1\lambda = .21$ ve $aoi7\lambda = .04$ isimli ifadelerinin çıkarılmasına karar verilmiştir. Bununla birlikte, yapı geçerliliğinin ve güvenilirliğinin tam olarak sağlanması adına AFA ile paralel olarak AOİÖ'nün cronbach's alpha değerleri de kontrol edilmiştir. Buna göre, $aoi3$ (α if item deleted = .71) ve $aoi4$ (α if item deleted = .72) isimli ifadelerin ölçme aracının güvenilirliğini bozduğu görülmüştür. Bu ifadeler de AOİÖ'den çıkarılmıştır.

AFA'nın ikinci etabında (tablo 5), faktör yüklerinin $\lambda = .50$ ve $\lambda = .71$ arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Buna göre, ikinci etapta kalan 6 ifadenin faktör yükleri kabul edilebilir düzeyin üzerindedir ($\lambda \geq .30$) (Tabachnick ve Fidell, 2007). AOİÖ'nün faktör yapısının KMO bulguları açısından iyi düzeyde olduğu söylenebilir ($KMO \geq .70$) (Kaiser, 1974). AOİÖ için toplam açıklanan varyans ise %42'dir.

Tablo 5. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik AFA Bulguları

Değişken	İfade Kodları	λ
AOİ	aoi1 (çıkarıldı)	.212
	aoi2	.530
	aoi3 (α sonucu çıkarıldı)	-.407
	aoi4 (α sonucu çıkarıldı)	.349
	aoi5	.720
	aoi6	.621
	aoi7 (çıkarıldı)	.045
	aoi8	.626
	aoi9	.656
	aoi10	.672
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterlilik Ölçütü		.697
Barlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	396.380
	df	45
	p	.000

AOİ: ait olma ihtiyacı.

Tablo 6. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik AFA-2 Bulguları

Değişken	İfade Kodları	λ
AOİ	aoi2	.503
	aoi5	.703
	aoi6	.629
	aoi8	.639
	aoi9	.712
	aoi10	.715
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterlilik Ölçütü		.745
Barlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	261.509
	df	15
	p	.000

AOİ: ait olma ihtiyacı.

4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

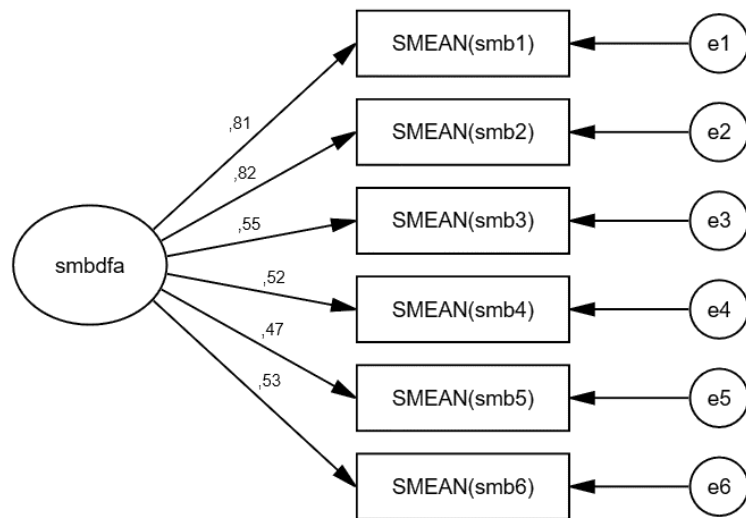
DFA, bir teorinin ölçümlerle uyumunu değerlendirmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Bu analiz yöntemi, önceden belirlenmiş bir faktör yapısını test ederek, bir ölçme aracının altında yatan faktörlerin doğru şekilde ölçülüp ölçülmediğini belirlemeye çalışır. Bu faktör yapısı, hipotezleri test etmek için kullanılan önceden belirlenmiş bir yapıdır. DFA'nın yapısı, önceden belirlenmiş faktörlerin gözlenen ölçümler tarafından açıklanmasına dayanır. DFA, gözlenen değişkenler arasındaki kovaryans matrisini kullanarak faktör yapısını belirler. Bu kovaryans matrisi,

birbirleriyle ilişkili değişkenler arasındaki ilişkileri ölçer ve bu ilişkileri açıklayacak faktörlerin sayısını belirlemek için kullanılır (Brown, 2015; Kline, 2023).

4.2.1. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi

SMBÖ'ye yönelik gerçekleştirilen DFA sonuçları şekil 2 ve tablo 7'de ortaya konmuştur. Faktör yapısı kestirme yöntemi olarak maksimum olabilirlik yöntemi tercih edilmiştir. Maksimum Olabilirlik, bir veri setinin belirli bir olasılık dağılımı modeli tarafından üretilmiş olduğunu varsayarak modelin parametrelerini tahmin etmeye çalışır. Maksimum olabilirlik yöntemi, verilerin faktör yapısına ne kadar iyi uyduğunu ölçmek için kullanılan uyum indeksi değerlerinin hesaplanmasında kullanılır (Maydeu-Olivares, 2017; Olsson, 1979). DFA sonucu elde edilen faktör yüklerinin $\lambda = .47$ ve $\lambda = .82$ arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Buna göre, faktör yükleri kabul edilebilir düzeyin üzerindedir ($\lambda \geq .30$) (Tabachnick ve Fidell, 2007). Uyum indeksi değerleri incelendiğinde, RMR= .06 ve RMSEA= .05 indeksi değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu; $\chi^2/df = 1.695$, GFI= .97, AGFI= .94, CFI= .98 ve NFI= .95 indeksi değerlerinin ise mükemmel düzeyde olduğu söylenebilir (tablo 8). DFA'da uyum indeksi değerleri, bir teorik modelin gözlem verilerine ne kadar iyi uyduğunu ölçmek için kullanılır. Yüksek uyum indeksi değerleri teorik modelin gözlem verilerine iyi uyduğunu gösterirken, düşük uyum indeksi değerleri teorik modelin gözlem verilerine uygun olmadığını gösterir (Brown, 2015; Kline, 2023).

Şekil 2. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik Yapısal Eşitlik Modellemesi



Tablo 7. Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları

Değişken		İfade Kodları		λ					
SMB		smb1		.813					
		smb2		.816					
		smb3		.550					
		smb4		.524					
		smb5		.474					
		smb6		.530					
χ^2	df	χ^2/df	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI	
15.254	9	1.695	.066	.056	.977	.945	.982	.958	

SMB: sosyal medya bağımlılığı.

Tablo 8. Literatürde Önerilen Uyum İndeksi Değerleri

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri
χ^2/df^1	$0 \leq CMIN/DF \leq 2$	$2 \leq CMIN/DF \leq 3$
RMR ²	$.00 \leq RMR \leq .05$	$.05 \leq RMR \leq .10$
RMSEA ²	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 \leq RMSEA \leq .08$
GFI ³	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	$.90 \leq GFI \leq .95$
AGFI ²	$.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$.85 \leq AGFI \leq .90$
CFI ³	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	$.90 \leq CFI \leq .95$
NFI ³	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	$.90 \leq NFI \leq .95$

¹(Kline, 2011); ²(M. W. Browne ve Cudeck, 1992); ³(Baumgartner ve Homburg, 1996; Bentler, 1980; Bentler ve Bonett, 1980; Marsh ve diğ., 2006)

4.2.2. Serbest Zaman Tutumu Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi

SZTÖ'ye yönelik gerçekleştirilen DFA sonuçları şekil 3, tablo 9 ve tablo 10'da ortaya konmuştur. Faktör yapısı kestirme yöntemi olarak maksimum olabilirlik yöntemi tercih edilmiştir. DFA'nın ilk etabında (tablo 9), faktör yüklerinin bilişsel alt boyutta $\lambda = .06$ ve $\lambda = .38$, duyuşsal alt boyutta $\lambda = -.04$ ve $\lambda = .36$, davranışsal alt boyutta ise $\lambda = .11$ ve $\lambda = .50$ arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Ayrıca, uyum indeksi değerleri kabul edilebilir düzeyin altındadır (tablo 8). Bu doğrultuda, bilissel17 $\lambda = .06$, duyuşsal17 $\lambda = .16$, davranissal17 $\lambda = .14$, bilissel8 $\lambda = .11$, duyuşsal8 $\lambda = -.05$, davranissal8 $\lambda = .24$, bilissel9 $\lambda = .14$, duyuşsal9 $\lambda = .06$, davranissal9 $\lambda = .18$, bilissel10 $\lambda = .14$, duyuşsal10 $\lambda = .09$, davranissal10 $\lambda = .14$, bilissel11 $\lambda = .16$, duyuşsal11 $\lambda = -.04$, davranissal11 $\lambda = .21$ ve bilissel12 $\lambda = .17$, duyuşsal12 $\lambda = .07$, davranissal12 $\lambda = .11$ isimli ifadeler, SZTÖ'nün yapı geçerliliğini bozduğu gerekçesiyle çıkarılmıştır.

Yapı geçerliliğini bozan ifadelerin çıkarılmasıyla SZTÖ'yü temsil eden 18 ifade kalmıştır. Kalan 18 ifade, Teixeira ve Freire (2013)'nin 19-27 yaş arası bireylere yönelik geliştirmiş oldukları SZTÖ Kısa Formu ile uyumludur. Bundan yola çıkılarak, SZTÖ'nün yapı geçerliliğinin sınanmasına devam edilmiştir. DFA'nın ikinci etabında

(tablo 10), faktör yüklerinin bilişsel alt boyutta $\lambda = .74$ ve $\lambda = .87$, duyuşsal alt boyutta $\lambda = .71$ ve $\lambda = .85$, davranışsal alt boyutta ise $\lambda = .54$ ve $\lambda = .73$ arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Buna göre, faktör yükleri kabul edilebilir düzeyin üzerindedir ($\lambda \geq 0,30$) (Tabachnick ve Fidell, 2007). Uyum indeksi değerlerinin arttırılması adına bilişsel alt boyutta 1-2 (par change= .31) ve 3-5 (par change= -.40) numaralı ifadeler, duyuşsal alt boyutta 1-2 (par change= .23) numaralı ifadeler, davranışsal alt boyutta ise 4-5 (par change= .30) numaralı ifadeler arasında kovaryans oluşturulmuştur.

SZTÖ'nün bilişsel alt boyutunda, bilissel1 isimli ifadenin karşılığı, “serbest zaman aktiviteleri ile meşgul olmak zamanı akıllıca kullanmaktır” olarak; bilissel2 isimli ifadenin karşılığı ise, “serbest zaman aktiviteleri bireyler ve toplum için faydalıdır” olarak geçmektedir. Bu iki ifadenin doğası üzerine odaklanıldığında, 1 numaralı ifadenin, serbest zamanın etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasıyla ilgili bir kavramı temsil ettiği; 2 numaralı ifadenin ise, serbest zaman aktivitelerinin bireylerin ve toplumun genel refahına katkı sağladığı düşüncesini yansıttığı söylenebilir (Ragheb ve Beard, 1982). Serbest zamanın etkin ve verimli kullanılması ile serbest zamanın bireyler ve toplum için fayda sağlanması arasında bir ilişki olabilir. Çünkü, serbest zamanların etkin bir şekilde değerlendirilmesi, yeteneklerin geliştirilmesini, yeni beceriler kazanılmasını ve bu becerileri toplumun faydasına sunulmasını sağlar (Iwasaki ve diğ., 2010; Torkildsen, 2012). Dolayısıyla, bu iki ifade arasında bir kovaryans oluşturulmasının, elde edilen bulgular ve teorik kapsam dahilinde uygun olduğu söylenebilir.

SZTÖ'nün bilişsel alt boyutunda, bilissel3 isimli ifadenin karşılığı, “serbest zaman aktiviteleri sağlığa olumlu katkıda bulunur” olarak; bilissel5 isimli ifadenin karşılığı ise, “serbest zaman aktiviteleri enerji yenilemeye yardımcı olur” olarak geçmektedir. Bu ifadeler, serbest zaman aktivitelerinin sağlık ve enerji yenileme üzerindeki etkilerini vurgulamaktadır (Ragheb ve Beard, 1982). Serbest zaman aktivitelerinin sağlık üzerindeki olumlu etkileri, genellikle serbest zamanın enerji yenileme fonksiyonuna bağlıdır. Yani serbest zaman, enerji yenilenmesi sağladıkça, sağlığa olan olumlu etkileri artar (Penedo ve Dahn, 2005; Pressman ve diğ., 2009). Bu ilişkinin, 3 ve 5 numaralı ifadeler arasında kovaryans oluşturmayı destekleyen teorik bir temel sağlayabileceği söylenebilir. Bununla birlikte, literatürde serbest zaman aktivitelerinin hem sağlık hem de enerji yenileme üzerindeki etkileriyle ilgili olarak benzer bulgular bulunmaktadır. Birçok araştırma, serbest zaman aktivitelerinin fiziksel

sağlığı ve ruh sağlığını iyileştirdiğini, stresi azalttığını ve enerji yenilemeye katkı sağladığını göstermektedir (Sonnentag ve Fritz, 2015; Standage ve diğ., 2012). Bu empirik bulgular, 3 numaralı ifade ile 5 numaralı ifade arasında bir ilişki olduğunu ve bu ifadelerin birbirlerini tamamladığını desteklemektedir.

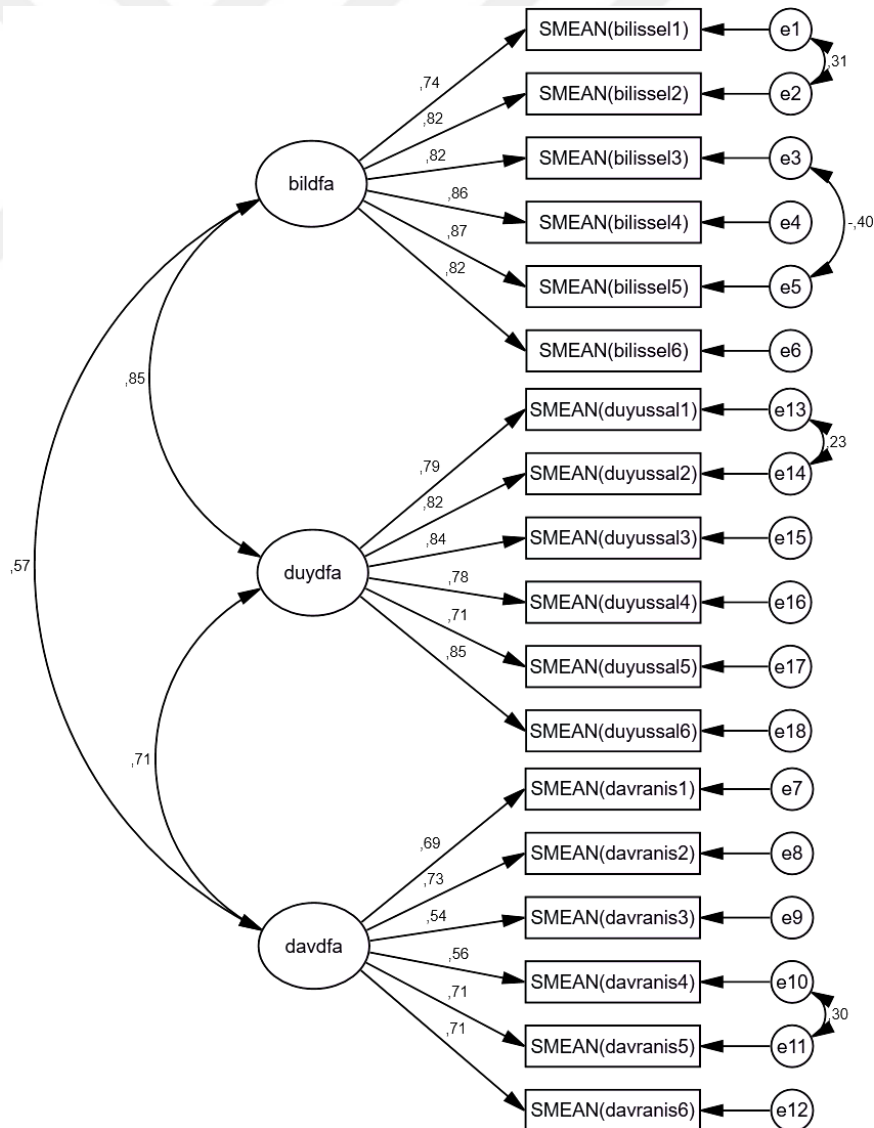
SZTÖ'nün duyusal alt boyutunda, duyussal1 isimli ifadenin karşılığı, “serbest zaman aktivitelerim bana keyif verir” olarak; duyussal2 isimli ifadenin karşılığı ise, “serbest zamanın benim için iyi olduğunu hissediyorum” olarak geçmektedir. Bu iki ifadenin doğası üzerine odaklanıldığında, 1 numaralı ifadenin, katılımcıların serbest zaman aktivitelerinden aldıkları keyif duygusunu ölçtüğü; 2 numaralı ifadenin ise, katılımcıların serbest zamanı olumlu bir şekilde algılamalarını ölçtüğü söylenebilir. Bu iki ifade arasında kovaryans oluşturma önerisinin altında yatan nedenlerden biri, bu ifadelerin benzer anlamları paylaşmasıdır. Yani, her iki ifade de katılımcıların serbest zamanla ilişkili duygusal deneyimlerini ölçmeyi hedeflemektedir (Ragheb ve Beard, 1982). İkinci bir neden olarak, iki ifade arasındaki ilişkinin, bireylerin algısal yakınlığından kaynaklandığı söylenebilir. Serbest zaman aktivitelerinin keyif verici olduğunu düşünen bireyler, bu aktivitelerin kendileri için iyi olduğunu hissetme eğiliminde olabilir (Pressman ve Cohen, 2005; Seligman ve diğ., 2005). Algısal yakınlık, duygu ve düşünceler arasındaki uyum sağlama eğilimini ifade eder (Schachter ve Singer, 1962). Bu durumda, serbest zamanın keyif verici olduğunu düşünen bireyler, bu olumlu algılarını "serbest zamanın benim için iyi olduğunu hissediyorum" şeklinde ifade edebilirler. Dolayısıyla, bu iki ifade arasında bir kovaryans oluşturulmasının, elde edilen bulgular ve teorik kapsam dahilinde uygun olduğu söylenebilir.

SZTÖ'nün davranışsal alt boyutunda, davranis4 isimli ifadenin karşılığı, “meşgulken bile serbest zaman aktivitelerine katılırım” olarak; davranis5 isimli ifadenin karşılığı ise, “serbest zaman aktivitelerine yönelik eğitim ve ön hazırlık için zaman harcayabilirim” olarak geçmektedir. 4 numaralı ifade, bir kişinin yoğun bir şekilde çalışırken veya başka faaliyetlerle meşgulken dahi serbest zaman aktivitelerine katılmayı tercih ettiğini ifade etmektedir. Bu ifade, bir kişinin iş veya diğer sorumluluklarına rağmen serbest zaman aktivitelerine olan ilgisini yansıtabilir. Bu durumda, kişinin serbest zaman aktivitelerine olan tutkusu veya bu aktivitelerin onun için bir rahatlama kaynağı olması gibi faktörler bu davranışsal örüntüyü açıklayabilir. 5 numaralı ifade ise, bir kişinin serbest zamanını, belirli aktiviteleri öğrenme veya bu aktivitelere hazırlanma amacıyla kullandığını ifade etmektedir. Bu ifade, serbest zaman

aktivitelerine yönelik bir bilgi edinme veya beceri geliştirme çabasını göstermektedir (Ragheb ve Beard, 1982). Bu durumda, kişinin serbest zamanını değerlendirme ve öğrenme sürecine katkıda bulunmak için, sahip olduğu motivasyon ve ilgi faktörlerinin etkili olabileceği söylenebilir (Ainley ve diğ., 2002; Renninger ve diğ., 2014). Bu iki ifade arasında kovaryans oluşturulması, kişinin meşgul olduğu dönemlerde bile serbest zaman aktivitelerine yönelik ilgisini ve katılımını yansıtabilir.

Yukarıda literatür destekli bilgiler ışığında oluşturulan tüm kovaryanslar sonrası modelin uyum indeksi değerleri incelendiğinde, RMR= .06, RMSEA= .06, GFI= .89, AGFI= .85 ve NFI= .91 indeksi değerlerinin kabul edilebilir düzeyde; $\chi^2/df= 1.89$ ve CFI= .95 indeksi değerlerinin ise mükemmel düzeyde olduğu söylenebilir (tablo 8).

Şekil 3. Serbest Zaman Tutumu Ölçeğine Yönelik Yapısal Eşitlik Modellemesi



Tablo 9. Serbest Zaman Tutum Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları

Alt Boyut	İfade Kodları	λ						
SZT-BİL	bilisse1	.291						
	bilisse2	.314						
	bilisse3	.366						
	bilisse4	.387						
	bilisse5	.371						
	bilisse6	.386						
	bilisse7 (çıkarıldı)	.069						
	bilisse8 (çıkarıldı)	.110						
	bilisse9 (çıkarıldı)	.149						
	bilisse10 (çıkarıldı)	.145						
	bilisse11 (çıkarıldı)	.163						
	bilisse12 (çıkarıldı)	.173						
SZT-DUY	duyussal1	.316						
	duyussal2	.320						
	duyussal3	.334						
	duyussal4	.367						
	duyussal5	.313						
	duyussal6	.237						
	duyussal7 (çıkarıldı)	.161						
	duyussal8 (çıkarıldı)	-.059						
	duyussal9 (çıkarıldı)	.062						
	duyussal10 (çıkarıldı)	.095						
	duyussal11 (çıkarıldı)	-.046						
	duyussal12 (çıkarıldı)	.073						
SZT-DAV	davranis1	.377						
	davranis2	.428						
	davranis3	.395						
	davranis4	.501						
	davranis5	.430						
	davranis6	.492						
	davranis7 (çıkarıldı)	.149						
	davranis8 (çıkarıldı)	.244						
	davranis9 (çıkarıldı)	.186						
	davranis10 (çıkarıldı)	.144						
	davranis11 (çıkarıldı)	.212						
	davranis12 (çıkarıldı)	.118						
χ^2	df	χ^2/df	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI
4631.944	573	8.084	.393	.180	.295	.181	.759	.735

SZT: serbest zaman tutumu, BİL: bilişsel, DUY: duyusal, DAV: davranışsal.

Tablo 10. Serbest Zaman Tutumu Ölçeğine Yönelik DFA-2 Bulguları

Alt Boyut	İfade Kodları	λ
SZT-BİL	bilisse1	.744
	bilisse2	.819
	bilisse3	.817
	bilisse4	.857
	bilisse5	.875
	bilisse6	.823
SZT-DUY	duyussal1	.795
	duyussal2	.819
	duyussal3	.838
	duyussal4	.781
	duyussal5	.705
	duyussal6	.849

insanlarla karşılaştırma eğilimini yansıtmaktadır. Birinci ifade genel bir korkuyu ifade ederken, ikinci ifade ise arkadaşlarıyla karşılaştırmaya yönelik bir korkuyu ifade etmektedir. Bu benzerlik, bu iki ifade arasında bir kovaryans oluşturmanın nedenlerinden biri olarak gösterilebilir.

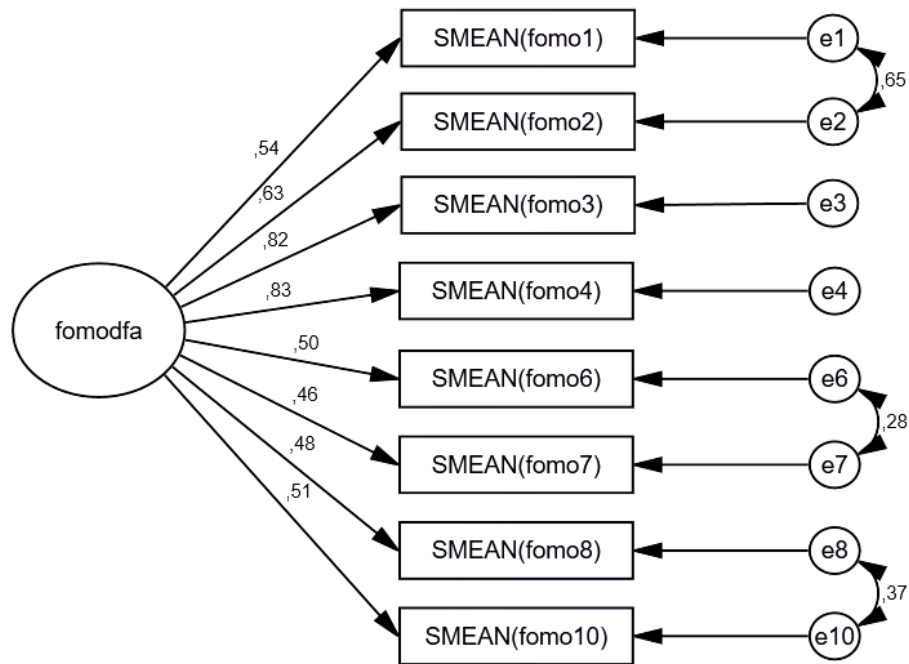
GKKÖ'nün fomo6 isimli ifadesinin karşılığı “bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcıyıp harcamadığımı merak ederim” olarak, fomo7 isimli ifadesinin karşılığı ise “arkadaşlarımla buluşmak için bir fırsatı kaçırmış olmak canımı sıkıyor” olarak geçmektedir. 6 numaralı ifadeye yüksek bir puan veren bireyler genellikle haberleri, sosyal medya güncellemelerini, teknolojik gelişmeleri vb. takip etmek için fazla zaman harcarlar. Bu durum, sosyal etkileşimlere ve arkadaşlarıyla buluşma fırsatlarına daha az zaman ayırmalarına neden olabilir. Bu yüzden, bu bireylerin bir kaçırma korkusu hissi yaşamaları muhtemeldir. 7 numaralı ifadeye yüksek bir puan veren bireyler ise, sosyal aktivitelerin ve toplumsal etkileşimlerin kendileri için önemli olduğunu düşünürler. Bu nedenle, arkadaşlarıyla buluşma fırsatlarını kaçırdıklarında, bu durum canlarını sıkabilir ve bir şeyleri kaçırdıkları korkusuna kapılabilirler (Przybylski ve diğ., 2013). Bireyler, bilgiye ulaşmaya ve güncel olayları takip etmeye büyük bir önem verirken, aynı zamanda sosyal ilişkilere de önem verebilirler. Bu durumda, hem haberleri ve güncel olayları takip etmek için zaman harcıyarak bilgilerini güncel tutmaya çalışırken, hem de sosyal etkileşimlerini sürdürmek için arkadaşlarıyla buluşma fırsatlarını kaçırmamak isterler (Valkenburg ve diğ., 2006; Zywicki ve Danowski, 2008). Ayrıca, teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde ilerlemesi, haberlere ve sosyal medyaya erişimi kolaylaştırmıştır. Bu da, bireylerin güncel olayları ve arkadaşlarının faaliyetlerini takip etmelerini kolaylaştırır. Ancak, bu durum aynı zamanda bireylerin zamanlarının kısıtlanmasına yol açabilir. Bu durumda, bilgiye ulaşma ve sosyal etkileşim arasında bir denge kurma zorunluluğu ortaya çıkarabilir (Krasnova ve diğ., 2013; Reinecke ve Trepte, 2014). Buradan yola çıkılarak, bu iki ifade arasında bir kovaryans oluşturulmasının, elde edilen bulgular ve teorik kapsam dahilinde uygun olduğu söylenebilir.

GKKÖ'nün fomo8 isimli ifadesinin karşılığı “iyi bir zaman geçirdiğimde bunun detaylarını online olarak paylaşmak benim için önemlidir” olarak, fomo10 isimli ifadesinin karşılığı ise “tatile çıktığımda arkadaşlarımla ne yaptığımı takip etmeye devam ederim” olarak geçmektedir. 8 numaralı ifade, kişinin iyi bir zaman geçirdiğinde bu deneyimi online platformlarda veya sosyal medyada paylaşma eğilimini

yansıtmaktadır. Bu ifade, bireylerin deneyimlerini diğerleriyle pay etme ve sosyal medya üzerinden sosyal etkileşim kurma ihtiyacını ifade etmektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının bireyler için önemli bir iletişim aracı olduğunu vurgulamaktadır. 10 numaralı ifade ise, kişinin tatil döneminde bile arkadaşlarının etkinliklerini takip etme isteğini ifade etmektedir (Przybylski ve diğ., 2013). Bireyler, sosyal çevrelerindeki kişilerin yaşamlarını ve deneyimlerini takip etmek, sosyal bağlantıyı sürdürmek ve iletişimde kalmak için sosyal medyayı kullanmaktadır (Ellison ve diğ., 2007; Valenzuela ve diğ., 2009). Tatil dönemi, bu tür takip ve etkileşimlerin daha fazla yoğunlaşabileceği bir zaman olabilir (Lee ve diğ., 2015; Sheldon ve Bryant, 2016). Her iki ifade de sosyal medya kullanımı ve iletişimiyle ilgilidir. İki ifade arasındaki benzerlik, bu iki davranışın birbirleriyle ilişkili olabileceğini göstermektedir. Dolayısıyla, bu iki ifade arasında bir kovaryans oluşturulmasının, elde edilen bulgular ve teorik kapsam dahilinde uygun olduğu söylenebilir.

Yukarıda literatür destekli bilgiler ışığında oluşturulan tüm kovaryanslar sonrası modelin uyum indeksi değerleri incelendiğinde, RMR= .08 ve RMSEA= .06 indeksi değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu, $\chi^2/df= 1.90$, GFI= .96, AGFI= .92, CFI= .97 ve NFI= .95 değerlerinin ise mükemmel düzeyde olduğu söylenebilir (tablo 8).

Şekil 4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik Yapısal Eşitlik Modellemesi



Tablo 11. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları

Değişken	İfade Kodları	λ						
FoMO	fomo1	.595						
	fomo2	.663						
	fomo3	.750						
	fomo4	.757						
	fomo5 (çıkarıldı)	.489						
	fomo6	.595						
	fomo7	.566						
	fomo8	.545						
	fomo9 (çıkarıldı)	.481						
	fomo10	.567						
χ^2	df	χ^2/df	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI
308.561	35	8.816	.166	.189	.753	.612	.686	.664

FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu.

Tablo 12. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğine Yönelik DFA-2 Bulguları

Değişken	İfade Kodları	λ							
FoMO	fomo1	.539							
	fomo2	.633							
	fomo3	.820							
	fomo4	.835							
	fomo6	.495							
	fomo7	.457							
	fomo8	.484							
	fomo10	.511							
	χ^2	df	χ^2/df	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI
	32.294	17	1.900	.089	.064	.966	.927	.977	.954

FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu.

4.2.4. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi

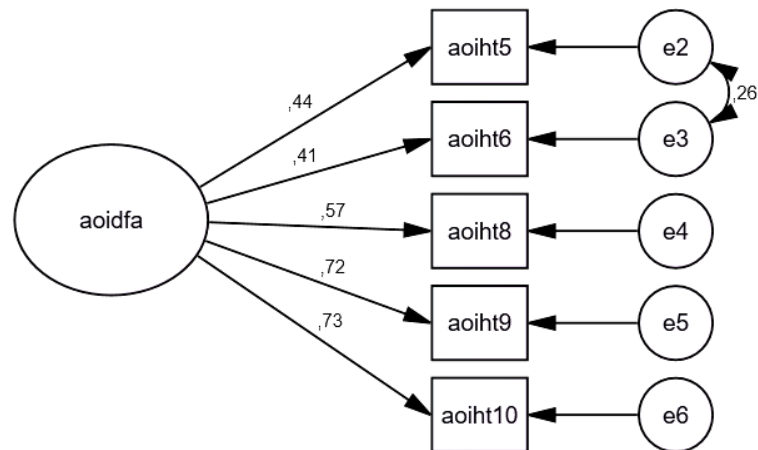
AOİÖ'ye yönelik gerçekleştirilen DFA sonuçları şekil 5, tablo 13 ve tablo 14'de ortaya konmuştur. Faktör yapısı kestirme yöntemi olarak maksimum olabilirlik yöntemi tercih edilmiştir. DFA'nın ilk etabında, faktör yüklerinin $\lambda = .25$ ve $\lambda = .72$ arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Ayrıca, uyum indeksi değerleri kabul edilebilir düzeyin altındadır (tablo 8). Bu doğrultuda, $\lambda = .25$ isimli ifade AOİÖ'nün yapı geçerliliğini bozduğu gerekçesiyle çıkarılmıştır.

Yapı geçerliliğini bozan ifadenin çıkarılmasıyla AOİÖ'yü temsil eden 5 ifade kalmıştır. DFA'nın ikinci etabında, faktör yükü değerlerinin, $\lambda = .41$ ve $\lambda = .73$ arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Buna göre, faktör yükleri kabul edilebilir düzeyin üzerindedir ($\lambda \geq .30$) (Tabachnick ve Fidell, 2007). Uyum indeksi değerlerinin artırılması adına 5-6 (par change = .26) numaralı ifadeler arasında kovaryans oluşturulmuştur.

AOİÖ'nün aoi5 isimli ifadesinin karşılığı “diğer insanların beni kabul etmesini isterim” olarak; aoi6 isimli ifadesinin karşılığı ise “yalnız kalmayı sevmem” olarak geçmektedir. 5 numaralı ifade, sosyal kabul ve başkalarının olumlu değerlendirmesine olan ihtiyacı ifade etmektedir. Bireyler, toplum içinde kabul görmek ve diğer insanlar tarafından beğenilmek isterler. Bu, sosyal etkileşimi artırabilir ve kişinin kendini iyi hissetmesini sağlayabilir. 6 numaralı ifade ise bireyin yalnızlık durumundan hoşlanmadığını ve sosyal bağlantılara olan ihtiyacını yansıtmaktadır. İnsanlar, sosyal varlıklar olduğu için, sosyal etkileşimler ve sosyal bağlantılar kurmaktan memnuniyet duyarlar. Yalnız kalmak, bazı insanlar için kaygı veya mutsuzluk yaratabilir (Cacioppo ve diğ., 2010; Cacioppo ve Patrick, 2008; House ve diğ., 1988; Leary ve diğ., 2013). Bu iki ifade arasında bir kovaryans oluşturarak, sosyal etkileşim ve yalnızlık arasında bir ilişki olduğu varsayılabilir. Yani, sosyal kabul ve sosyal bağlantıya duyulan ihtiyaç arttıkça, yalnızlıktan duyulan rahatsızlık da artabilir (Reis, ve diğ., 2000). Ayrıca, insanlar, toplum içinde kabul görmek ve sosyal bağlantılar kurmak yoluyla duygusal destek ve güven duygusu hissedebilirler (MacDonald ve Leary, 2005; Williams ve Nida, 2011). Bu doğrultuda, 5 ve 6 numaralı ifadeler arasında bir kovaryans oluşturarak, kişinin duygusal rahatlama ve sosyal ilişkilere olan ihtiyacı arasındaki ilişki vurgulanabilir. Dolayısıyla, bu iki ifade arasında bir kovaryans oluşturulmasının, elde edilen bulgular ve teorik kapsam dahilinde uygun olduğu söylenebilir.

Yukarıda literatür destekli bilgiler ışığında, oluşturulan kovaryans sonrası modelin uyum indeksi değerleri incelendiğinde, tüm değerlerin ($\chi^2/df= 1.06$, RMR= .03, RMSEA= .01, GFI= .99, AGFI= .97, CFI= .99, NFI= .98) mükemmel düzeyde dağılım gösterdiği söylenebilir (tablo 8).

Şekil 5. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik Yapısal Eşitlik Modellemesi



Tablo 13. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik DFA Bulguları

Değişken		İfade Kodları		λ					
AOİ		aoiht2 (çıkarıldı)		.256					
		aoiht5		.461					
		aoiht6		.430					
		aoiht8		.567					
		aoiht9		.719					
		aoiht10		.720					
x ²	df	x ² /df	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI	
13.098	7	1.871	.073	.063	.981	.942	.976	.951	

AOİ: ait olma ihtiyacı.

Tablo 14. Ait Olma İhtiyacı Ölçeğine Yönelik DFA-2 Bulguları

Değişken		İfade Kodları		λ					
AOİ		aoiht5		.441					
		aoiht6		.411					
		aoiht8		.569					
		aoiht9		.721					
		aoiht10		.727					
		x ²	df	x ² /df	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	CFI
4.276	4	1.069	.035	.018	.992	.971	.999	.980	

AOİ: ait olma ihtiyacı.

4.3. Ortalama ve Güvenirlik Analizleri

Ortalama analizi, istatistiksel bir analiz yöntemi olarak veri setindeki değişkenlerin ortalamalarını ve ortalamalar arasındaki farkları incelemek için kullanılan bir yöntemdir. Bu analiz, bir veri setinin merkezi eğilimini ve değişkenlik düzeyini anlamak için önemli bir araçtır. Ortalama analizi, genellikle gruplar arasındaki farkları veya zaman içindeki değişimleri anlamak için kullanılır. Bir veri setinde birden fazla grup veya kategori varsa, her bir grup için değişkenlerin ortalamaları hesaplanır ve bu ortalamalar arasındaki farklar incelenir. Bu sayede, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar olup olmadığı belirlenebilir. Ayrıca, zaman içindeki değişimleri incelemek için de ortalama analizi kullanılabilir. Veri setindeki değişkenlerin zaman serilerinin verileri olduğunda, zamanın farklı noktalarında ortalamalar hesaplanır ve bu ortalamaların zaman içinde nasıl değiştiği analiz edilir. Bu şekilde, zaman içindeki eğilimler veya mevsimsel varyasyonlar gibi desenler belirlenebilir. Ortalama analizi, veri setindeki değişkenlerin merkezi eğilimini ve gruplar arasındaki farkları veya zaman içindeki değişimleri anlamak için kullanılan güçlü bir istatistiksel analiz yöntemidir (Stevens, 2012; Tabachnick ve Fidell, 2007).

Güvenirlilik analizi, bir ölçme aracının ne kadar güvenilir olduğunu ve sonuçların ne kadar tutarlı olduğunu ölçmek için kullanılan bir yöntemdir. Bu analiz, bir ölçme aracının kapsamlı bir değerlendirmesini yaparak, ölçüm aracının ölçmek istediği kavramı doğru bir şekilde ölçebilmesini ve sonuçların güvenilir olmasını sağlamayı amaçlar. Güvenirlilik analizi, genellikle bir ölçme aracının iç tutarlılığını, test-tekrar test güvenirliliğini ve ölçüm aracının farklı gruplar arasında gösterdiği tutarlılığı ölçer. Ölçme aracının iç tutarlılığı, ölçme aracındaki tüm maddelerin kavramı ölçmeye yönelik tutarlılık derecesidir. Test-tekrar test güvenirliliği ise, ölçme aracının aynı kişiler üzerinde birden fazla kez uygulanması sonucunda elde edilen sonuçların ne kadar tutarlı olduğunu ölçer. Güvenirlilik analizi, ölçme aracının güvenirliliğini ve sonuçların doğruluğunu değerlendirmek için yaygın bir yöntemdir ve özellikle psikoloji, sosyal bilimler ve eğitim bilimleri alanlarında kullanılmaktadır (Carmines ve Zeller, 1979; DeVellis ve Thorpe, 2021).

Tablo 15. Ortalama ve Güvenirlilik Değerlerine Yönelik Bulgular

Değişken	İfade Sayısı	\bar{x}	S.S	α	CR	AVE
SMB	6	2.82	.919	.791	.793	.402
SZT-BİL	6	4.10	.780	.924	.927	.678
SZT-DUY	6	4.01	.823	.918	.914	.639
SZT-DAV	6	3.45	.822	.828	.821	.436
SZT	18	3.85	.698	.940	.886	.582
FoMO	8	2.45	.838	.836	.820	.376
AOİ	5	2.87	.882	.725	.716	.347

SMB: sosyal medya bağımlılığı, SZT: serbest zaman tutumu, BİL: bilişsel, DUY: duyuşsal, DAV: davranışsal, FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu, AOİ: ait olma ihtiyacı.

SMB, SZT, FoMO ve AOİ'ye yönelik gerçekleştirilen ortalama ve güvenirlilik analizlerine ilişkin bulgular tablo 15'te ortaya konmuştur. İlk olarak, ölçme araçlarının ortalamaları incelendiğinde SMB'nin \bar{x} = 2.82, SZT'nin \bar{x} = 3.85, FoMO'nun \bar{x} = 2.45, AOİ'nin ise \bar{x} = 2.87 ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Buna göre, SMB, FoMO ve AOİ orta düzeyde, SZT ise yüksek düzeyde dağılım göstermektedir. İkinci olarak, ölçme araçlarının cronbach's alpha değerleri incelendiğinde SMB'nin α = .79, SZT'nin α = .94, FoMO'nun α = .83, AOİ'nin ise α = .72 güvenirlilik değerine sahip olduğu görülmektedir. Nunnally (1994)'ye göre bir ölçme aracı için kabul edilebilen minimum iç tutarlılık katsayısı $\alpha \geq 0.70$ 'tir. Buna göre, bu araştırma kapsamında kullanılan tüm ölçme araçlarının cronbach's alpha değerleri güvenilir düzeydedir. Son olarak, ölçme araçlarının kompozit güvenirlilik değerleri incelendiğinde SMB'nin CR= .79 AVE= .40, SZT'nin CR= .88 AVE= .58, FoMO'nun CR= .82 AVE= .37 ve AOİ'nin CR= .71

AVE= .34 kompozit güvenilirlik ve ortalama varyans çıkarımı değerlerine sahip oldukları görülmektedir. Hair ve diğ. (2019)'ne göre bir ölçme aracı için iç tutarlılığın sağlanması adına $CR \geq .70$, geçerliliğin sağlanması adına ise $AVE \geq .50$ olmalıdır. CR açısından tüm ölçme araçları güvenilir düzeyde olsa da AVE açısından SMB, FoMO ve AOİ düşük düzeydedir. Bir ölçme aracının geçerliliğinin sağlanması için AVE değerinin .50 ve üzeri olması beklense de faktör analizi ve cronbach's alpha analizi gibi unsurlar da dikkate alınarak değerlendirme yapılmalıdır (Churchill Jr, 1979; Fornell ve Larcker, 1981; Hair ve diğ., 2011; Hair, 2009). Bunun yanında, literatürde bu ölçme araçlarını kullanan bazı araştırmalarda AVE değerlerinin önerilenden düşük düzeyde kaldığı görülmektedir (Bakioğlu ve diğ., 2022; Mahmood ve diğ., 2022; Przybylski ve diğ., 2013). Dolayısıyla, SMB, FoMO ve AOİ için yapılan faktör analizi ve cronbach's alpha analizi değerlerinin önerilen seviye olduğu görüldüğünden (tablo 7, tablo 12, tablo 14 ve tablo 15) bu araştırma kapsamında geçerli düzeyde oldukları söylenebilir.

4.4. Çoklu Normallik Analizi

Normallik analizi, bir veri setinin normal dağılımı gösterip göstermediğini değerlendirmek için yapılan istatistiksel bir analizdir. Normal dağılım, istatistiksel analizlerde sıkça kullanılan bir varsayımdır ve birçok istatistiksel yöntem normal dağılıma dayanır. Normallik analizi, veri setinin dağılımının normal dağılıma uygun olup olmadığını belirlemek için çeşitli istatistiksel testler kullanır. En yaygın olarak kullanılan testlerden biri, skewness-kurtosis testidir. Skewness ve kurtosis testleri, bir veri setinin simetrisini ve yayılımını değerlendirmek için kullanılan istatistiksel testlerdir. Skewness, veri setinin simetrisini ölçerken, kurtosis ise veri setinin yayılımının sivrilik veya basıklığını ölçer. Çoklu normallik analizi ise, istatistiksel analizlerde kullanılan çok değişkenli veri setlerinin her bir değişkeninin normal dağılıma uygun olup olmadığını değerlendirmek için yapılan bir analizdir. Çoklu normallik analizi, çok değişkenli analizlerde normal dağılım varsayımının geçerli olup olmadığını belirlemek için kullanılır. Çoklu normallik analizinde, değişkenler arasındaki ilişkiler de değerlendirilir (D R Cox ve Small, 1978; Das ve Imon, 2016; Hopkins ve Weeks, 1990).

Tablo 16. Çoklu Normallik Değerlerine Yönelik Bulgular

Değişken	Skewness	C.R.	Kurtosis	C.R.
SMB	.117	.707	-.507	-1.536
SZT	-.718	-4.346	.629	1.905
FoMO	.288	1.745	-.468	-1.417
AOİ	-.083	-.505	-.521	-1.578
ÇD			.722	.773

SMB: sosyal medya bağımlılığı, SZT: serbest zaman tutumu, FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu, AOİ: ait olma ihtiyacı, ÇD: çok değişkenli.

SMB, SZT, FoMO ve AOİ'ye yönelik gerçekleştirilen çoklu normallik analizine ilişkin bulgular tablo 16'da ortaya konmuştur. Ölçme araçlarının skewness ve kurtosis değerleri incelendiğinde, tüm değerler -1 ve +1 aralığında yer almaktadır. George (2011), psikometrik amaçlar doğrultusunda verilerin mükemmel düzeyde dağılım sağlayabilmesi açısından skewness ve kurtosis değerlerinin -1 ve +1 aralığında olması gerektiğini belirtmiştir. Buna göre, araştırma kapsamında kullanılan tüm ölçme araçları mükemmel düzeyde dağılım göstermektedir. Bununla birlikte, çok değişkenli bulgulara yönelik değerler incelendiğinde kurtosis ve kritik oran değerlerinin 5'ten küçük olduğu görülmektedir. Byrne (2001), verilerin çoklu olarak normal dağılabilmesi açısından çok değişkenli bulgular kapsamında kurtosis ve kritik oran değerlerinin 5'ten küçük olması gerektiğini belirtmiştir. Bu durumda, veriler çoklu olarak normal bir şekilde dağılmaktadır.

4.5. Bağımsız Gruplar T-Testi

T testi, iki grup veri kümesi arasında istatistiksel bir farkın olup olmadığını belirlemek için kullanılan bir hipotez testidir. İstatistiksel analizde, parametrik bir test olarak kabul edilir. T testi, araştırmacıların bir hipotez kurmasına ve bu hipotezi test etmesine olanak tanır. Genellikle, grupların ortalamaları arasında bir farkın olup olmadığını belirlemek için kullanılır. İki grup arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için bir p değeri hesaplanır. T testi, örnekleme dağılımının normal dağıldığı ve varyansların homojen olduğu varsayımını gerektirir. İki tür t testi vardır. Bunlar, bağımlı gruplar ve bağımsız gruplar olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu çalışmada kullanılan bağımsız örneklem t testi, iki farklı grup arasındaki farkı değerlendirmek için kullanılır. T testi sonucunda elde edilen p değeri, istatistiksel anlamlılığın bir ölçüsüdür. Eğer p değeri, belirlenen anlamlılık düzeyine (genellikle %5 olarak kabul edilir) göre istatistiksel olarak anlamlı ise, gruplar arasındaki farkın

rastgele oluşmadığı ve gerçek bir fark olduğu düşünülür (Senn, 2001; Student, 1908; Welch, 1947).

Tablo 17. Cinsiyet Açısından Bağımsız Gruplar T-Testi Bulguları

Değişken	Cinsiyet	N	\bar{x}	S.S	t	p
SMB	Kadın	125	2.89	.990	1.316	.190
	Erkek	95	2.73	.813		
SZT	Kadın	125	3.83	.662	-.650	.516
	Erkek	95	3.89	.745		
FoMO	Kadın	125	2.43	.874	-.432	.666
	Erkek	95	2.48	.792		
AOİ	Kadın	125	2.86	.909	-.202	.840
	Erkek	95	2.88	.850		

SMB: sosyal medya bağımlılığı, SZT: serbest zaman tutumu, FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu, AOİ: ait olma ihtiyacı.

Tablo 18. Sosyal Medya Kaynaklı Serbest Zaman Katılımı Açısından Bağımsız Gruplar T-Testi Bulguları

Değişken	SM Kaynaklı SZ Katılımı	N	\bar{x}	S.S	t	p
SMB	Evet	93	2.81	.946	-.172	.863
	Hayır	127	2.83	.903		
SZT	Evet	93	3.96	.688	1.913	.057
	Hayır	127	3.78	.698		
FoMO	Evet	93	2.54	.902	1.353	.177
	Hayır	127	2.39	.785		
AOİ	Evet	93	2.95	.951	1.186	.237
	Hayır	127	2.81	.826		

SMB: sosyal medya bağımlılığı, SZT: serbest zaman tutumu, FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu, AOİ: ait olma ihtiyacı.

Cinsiyet açısından SMB, SZT, FoMO ve AOİ'ye yönelik gerçekleştirilen bağımsız gruplar t-testine ilişkin bulgular tablo 17'de ortaya konmuştur. T testi bulgularına göre SMB [$t(216.657) = 1.31, p < .05$], SZT [$t(218) = -.65, p > .05$], FoMO [$t(218) = -.43, p > .05$] ve AOİ'de [$t(218) = -.20, p > .05$] herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanılmamıştır ($p > .05$).

Sosyal medya kaynaklı serbest zaman katılımı açısından SMB, SZT, FoMO ve AOİ'ye yönelik gerçekleştirilen bağımsız gruplar t-testine ilişkin bulgular tablo 18'de ortaya konmuştur. T testi bulgularına göre SMB [$t(218) = -.17, p > .05$], SZT [$t(218) = 1.91, p > .05$], FoMO [$t(218) = .21, p > .05$] ve AOİ'de [$t(218) = .19, p > .05$] herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanılmamıştır ($p > .05$).

4.6. MANOVA Analizi

MANOVA (Multivariate Analysis of Variance), çoklu değişkenlerin gruplar arasındaki istatistiksel farklılıklarını incelemek için kullanılan bir istatistiksel analiz yöntemidir. MANOVA, tek bir bağımlı değişken yerine birden fazla bağımlı değişkenin gruplar arasındaki farklılıklarını değerlendirmek için kullanılır. MANOVA'nın temel amacı, grupların birden fazla bağımlı değişken üzerindeki etkisini değerlendirmektir. Bu analiz yöntemi, gruplar arasındaki toplam değişkenlik, grup içi değişkenlik ve gruplar arası değişkenlik arasındaki ilişkiyi inceleyerek istatistiksel farklılıkları belirlemeye çalışır. MANOVA analizinde hipotez testi yapılır ve genellikle grupların bağımsız değişkenlere göre bağımlı değişkenlerdeki ortalamaları arasındaki farklılığı değerlendirmek için kullanılır. Bu analiz yöntemi, grupların birbirlerinden istatistiksel olarak farklı olup olmadığını belirlemek ve grupların etkisinin bağımlı değişkenler üzerinde nasıl değiştiğini anlamak için kullanışlıdır (French ve diğ., 2008; Smith ve diğ., 1962; Weinfurt, 1995).

Tablo 19. Günlük SM Kullanımı Açısından MANOVA Bulguları

	Değişken	KT	df	KO	F	p	η^2
Model	SMB	36.357	2	18.179	26.492	.000*	.196
	SZT	2.141	2	1.070	2.219	.111	.020
	FoMO	1.754	2	.877	1.250	.288	.011
	AOİ	1.860	2	.930	1.197	.304	.011
Sabit	SMB	1665.314	1	1665.314	2426.848	.000*	.918
	SZT	2955.270	1	2955.270	6128.234	.000*	.966
	FoMO	1237.168	1	1237.168	1763.721	.000*	.890
	AOİ	1695.875	1	1695.875	2182.651	.000*	.910

Wilks' Lambda= .769 - F= 7.497 - df(8.000-428.000) - p= .000

SMB: sosyal medya bağımlılığı. SZT: serbest zaman tutumu. FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu. AOİ: ait olma ihtiyacı.

*p<.05

Tablo 20. Günlük SM Kullanımı Açısından MANOVA Post-Hoc Testi Bulguları

Değişken	Günlük SM Kullanımı	N	\bar{X}	S.S	p	Anlamlı Fark (Hochberg's GT2)
SMBÖ	(1) 1-2 saat	67	2.32	.848	.000*	3-2,1; 2-1
	(2) 3-4 saat	103	2.84	.817		
	(3) 5 saat +	50	3.45	.823		
SZTÖ	(1) 1-2 saat	67	3.84	.769	.111	
	(2) 3-4 saat	103	3.94	.598		
	(3) 5 saat +	50	3.69	.769		
GKKÖ	(1) 1-2 saat	67	2.59	.822	.277	
	(2) 3-4 saat	103	2.63	.796		
	(3) 5 saat +	50	2.82	.803		
AOİÖ	(1) 1-2 saat	67	2.91	.867	.304	
	(2) 3-4 saat	103	2.78	.883		
	(3) 5 saat +	50	3.00	.895		

SMB: sosyal medya bağımlılığı, SZT: serbest zaman tutumu, FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu, AOİ: ait olma ihtiyacı.

*p<.05

Günlük sosyal medya kullanımı açısından SMB, SZT, FoMO ve AOİ'ye yönelik gerçekleştirilen MANOVA analizine ilişkin bulgular tablo 19'da ortaya konmuştur. Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri (1) 1-2 saat, (2) 3-4 saat, (3) 5 saat ve üzeri olarak ayrılmaktadır. MANOVA bulgularına göre SZT [$F_{(2,217)}= 2.05, p>.05$], FoMO [$F_{(2,217)}= .25, p>.05$] ve AOİ [$F_{(2,217)}= .02, p>.05$] açısından anlamlı bir farklılığa rastlanılmazken ($p>.05$), SMB [$F_{(2,217)}= .03, p>.05$] açısından anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p<.05$). SMB'de hangi sosyal medya kullanım süresi açısından anlamlı farklılıkların olduğunun tespiti için post-hoc testi yapılmıştır. Levene testi bulgularına göre değişkenlerin homojen olarak dağıldığı, ancak varyanslardaki örneklem dağılımlarının eşit olmadığı görülmektedir [(1)n= 67, (2)n= 103, (3)n= 50]. Bu doğrultuda, post-hoc testi olarak Hocberg's GT2 kullanılmıştır (Field, 2013). Post-hoc testi bulgularına göre günde 5 saat ve üzeri sosyal medya kullanan katılımcıların SMB düzeyleri, 1-2 saat ve 3-4 saat sosyal medya kullanan katılımcılara kıyasla anlamlı olarak farklılaşmaktadır. Bu nedenle, günde 5 saat ve üzeri sosyal medya kullanan katılımcıların SMB düzeylerinin daha fazla olduğu söylenebilir.

4.7. Hipotez Testi

Hipotez testi, istatistiksel bir yöntemdir ve veri analizinde kullanılır. Hipotez testi, bir örneklem verisi kullanarak, bir istatistiksel önerme (hipotez) hakkında karar vermek amacıyla yapılan bir süreçtir. Hipotez testi genellikle iki hipotez üzerinde çalışır. Bunlar, sıfır hipotez (H_0) ve alternatif hipotezdir (H_1). Sıfır hipotez, genellikle mevcut durumu veya bir varsayımı ifade ederken, alternatif hipotez, sıfır hipotezi reddetmek için önerilen bir iddiayı ifade eder. Hipotez testi, örneklem verilerinin toplanması ve analiz edilmesi yoluyla gerçekleştirilir. Test istatistiği olarak adlandırılan bir istatistiksel değer, örneklemin gözlemleriyle hesaplanır. Daha sonra, bu test istatistiği, sıfır hipoteze olan uyumu değerlendirmek için bir dağılım üzerinde değerlendirilir. Eğer test istatistiği, sıfır hipotezi destekliyorsa, sıfır hipotez kabul edilir. Ancak, test istatistiği, sıfır hipotezi reddederse, alternatif hipotez kabul edilir. Hipotez testinin sonucu, p değerine dayanır. P değeri, sıfır hipotez altında elde edilen verilerin gözlemlenme olasılığını ifade eder. %95 güven aralığında gerçekleştirilen bir çalışmada elde edilen $p<.05$, sıfır hipotezi reddetmek için güçlü bir kanıt olarak kabul edilir (Pereira ve Leslie, 2009; Savin, 1984).

Tablo 21. Hipotez Testi Bulguları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	β	S.E.	t	p	LLCI	ULCI	Hipotez
SMB	SZT (R ² = .003)	.013	.051	.260	.794	-.087	.114	H ₁ (desteklenmedi)
SMB	FoMO (R ² = .076)	.251	.059	4.240	.000*	.134	.368	H ₂ (desteklendi)
SMB	AOİ (R ² = .057)	.230	.063	3.653	.000*	.106	.354	H ₃ (desteklendi)
FoMO	SZT (R ² = .004)	.056	.056	1.000	.318	-.054	.167	H ₄ (desteklenmedi)
FoMO	SZT-DAV (R ² = .031)	.173	.065	2.645	.008*	.044	.301	H _{4,1} (desteklendi)
AOİ	FoMO (R ² = .286)	.508	.054	9.359	.000*	.401	.616	H ₅ (desteklendi)
AOİ	SZT (R ² = .025)	.125	.052	2.372	.018*	.021	.229	H ₆ (desteklendi)
SMB x FoMO (Aracı)	SZT (R ² = .004)	.014	.015	.964	.336	-.017	.047	H ₇ (desteklenmedi)
SMB x AOİ (Düzenleyici)	FoMO (R ² = .000)	-.022	.044	-.502	.616	-.110	.065	H ₈ (desteklenmedi)
FoMO x AOİ (Düzenleyici)	SZT (R ² = .035)	.121	.042	2.840	.004*	.037	.205	H ₉ (desteklendi)
SMB x AOİ (Düzenleyici)	SZT (R ² = .003)	.037	.044	.848	.397	-.049	.124	H ₁₀ (desteklenmedi)

SMB: sosyal medya bağımlılığı, SZT: serbest zaman tutumu, BİL: Bilişsel, DAV: davranışsal, FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu, AOİ: ait olma ihtiyacı.
*p<.05

Hipotez testine ilişkin bulgular tablo 21’de ortaya konmuştur. SMB ve SZT arasındaki ilişkinin saptanmasına yönelik yapılan basit doğrusal regresyon analizinin bulguları, bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir (B= .01, S.E.= .05, p>.05). Bu doğrultuda, H₁ hipotezinin desteklenmediği söylenebilir.

SMB ve FoMO arasındaki ilişkinin saptanmasına yönelik yapılan basit doğrusal regresyon analizinin bulguları (tablo 21), iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir (B= .25, S.E.= .05, p<.05). Modelin açıklama gücü .07’dir (R₂= .076). SMB değişkeni, varyansın %7.6’sını açıklayabilmektedir. Bu doğrultuda, H₂ hipotezinin desteklendiği söylenebilir.

SMB ve AOİ arasındaki ilişkinin saptanmasına yönelik yapılan basit doğrusal regresyon analizinin bulguları (tablo 21), iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir (B= .23, S.E.= .06, p<.05). Modelin açıklama gücü .05’dir (R₂= .057). SMB değişkeni, varyansın %5.7’sini açıklayabilmektedir. Bu doğrultuda, H₃ hipotezinin desteklendiği söylenebilir.

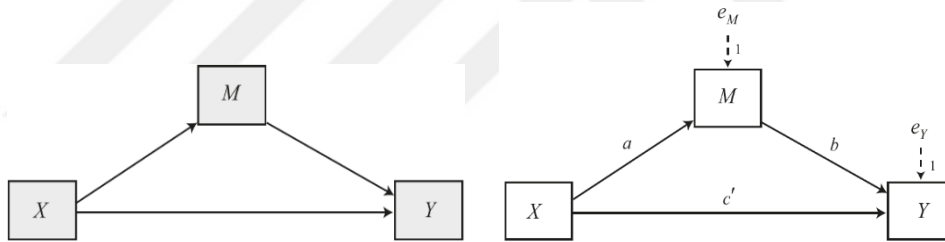
FoMO ve SZT arasındaki ilişkinin saptanmasına yönelik yapılan basit doğrusal regresyon analizinin bulguları (tablo 21), bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir (B= .05, S.E.= .05, p>.05). Bu doğrultuda, H₄ hipotezinin

desteklenmediği söylenebilir. Ancak bu ilişki, SZT-DAV açısından incelendiğinde, FoMO ve SZT-DAV arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($B = .17$, $S.E. = .06$, $p < .05$).

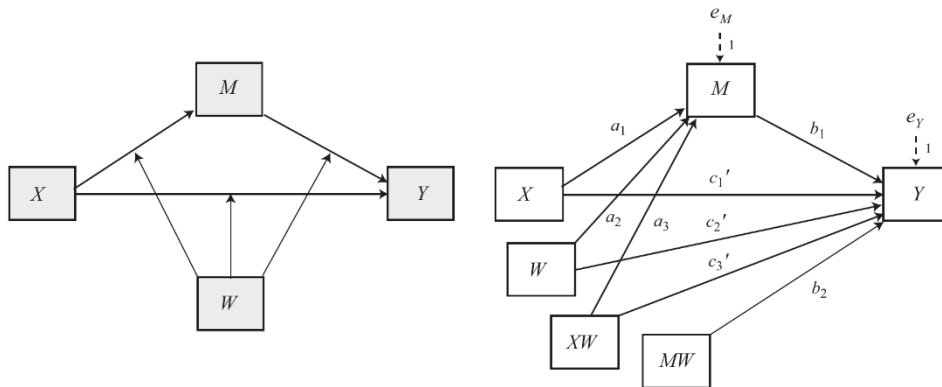
AOİ ve FoMO arasındaki ilişkinin saptanmasına yönelik yapılan basit doğrusal regresyon analizinin bulguları (tablo 21), iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ($B = .50$, $S.E. = .05$, $p < .05$). Modelin açıklama gücü $.28$ 'dir ($R_2 = .286$). AOİ değişkeni, varyansın $\%28.6$ 'sını açıklayabilmektedir. Bu doğrultuda, H_5 hipotezinin desteklendiği söylenebilir.

AOİ ve SZT arasındaki ilişkinin saptanmasına yönelik yapılan basit doğrusal regresyon analizinin bulguları (tablo 21), iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ($B = .12$, $S.E. = .05$, $p < .05$). Modelin açıklama gücü $.02$ 'dir ($R_2 = .025$). AOİ değişkeni, varyansın $\%2.5$ 'ini açıklayabilmektedir. Bu doğrultuda, H_6 hipotezinin desteklendiği söylenebilir.

Şekil 6. Process Model 4'ün Kavramsal ve İstatistiksel Diyagramları



Şekil 7. Process Model 59'un Kavramsal ve İstatistiksel Diyagramları

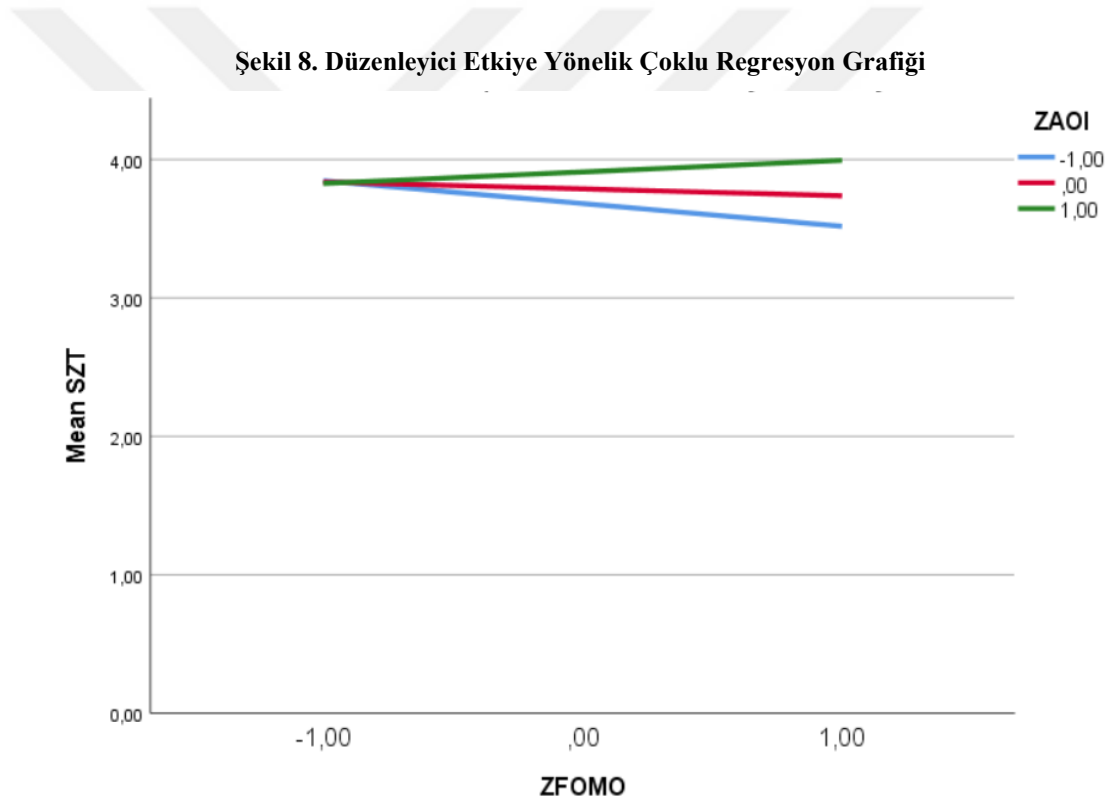


Kaynak: Hayes, A. F. (2017). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach. Guilford publications.

SMB ve SZT arasındaki ilişkide, FoMO'nun aracı etkisinin saptanmasına yönelik olarak, SPSS Process eklentisinin içeriğinde bulunan model 4'ten

yararlanılmıştır (Hayes, 2017) (şekil 6). Model 4 kullanılarak elde edilen bulgular (tablo 21), FoMO'nun, SMB ve SZT arasındaki ilişkide aracı bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir ($B = .01$, $S.E. = .01$, $p > .05$). Bu doğrultuda, H_7 hipotezinin desteklenmediği söylenebilir.

SMB ve FoMO arasındaki ilişkide, AOİ'nin düzenleyici etkisinin saptanmasına yönelik olarak, SPSS Process eklentisinin içeriğinde bulunan model 59'dan yararlanılmıştır (Hayes, 2017) (şekil 7). Model 59 kullanılarak elde edilen bulgular (tablo 21), AOİ'nin, SMB ve FoMO arasındaki ilişkide düzenleyici bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir ($B = -.02$, $S.E. = .04$, $p > .05$). Bu doğrultuda, H_8 hipotezinin desteklenmediği söylenebilir.



SMB: sosyal medya bağımlılığı, SZT: serbest zaman tutumu, FoMO: gelişmeleri kaçırma korkusu, AOİ: ait olma ihtiyacı, Z: standartize edilmiş değişken.
Mean: ortalama
● -1: düşük düzey, ● 0: orta düzey, ● 1: yüksek düzey

FoMO ve SZT arasındaki ilişkide AOİ'nin düzenleyici etkisinin saptanmasına yönelik olarak, SPSS Process eklentisinin içeriğinde bulunan model 59'dan yararlanılmıştır (Hayes, 2017) (şekil 7). Model 59 kullanılarak elde edilen bulgular sonucu (tablo 21), FoMO ve SZT arasında herhangi bir ilişki saptanmasa da AOİ ve FoMO'nun birlikte etkileşimiyle SZT üzerinde düzenleyici değişkenin olumlu bir etkisi

olduğu görülmektedir ($B = .12$, $S.E. = .04$, $p < .05$). Modelin açıklama gücü $.03$ ' dr ($R_2 = .035$). Düzenleyici değişken varyansın %3.5'ini açıklayabilmektedir. Düzenleyici değişkenin etkisi çoklu regresyon grafiğinde görülmektedir (şekil 8). Bu grafiğe göre, FoMO ve AOİ, -1 (düşük düzey), 0 (orta düzey) ve 1 (yüksek düzey) değerlerini almaktadır. Grafik incelendiğinde, FoMO ve AOİ yüksekken SZT'nin yükseldiği görülmektedir. Bu doğrultuda, H_9 hipotezinin desteklendiği söylenbilir.

SMB ve SZT arasındaki ilişkide AOİ'nin düzenleyici etkisinin saptanmasına yönelik olarak, SPSS Process eklentisinin içeriğinde bulunan model 59'dan yararlanılmıştır (Hayes, 2017) (şekil 7). Model 59 kullanılarak elde edilen bulgular (tablo 21), AOİ'nin SMB ve SZT arasındaki ilişkide düzenleyici bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir ($B = .03$, $S.E. = .04$, $p > .05$). Bu doğrultuda, H_{10} hipotezinin desteklenmediği söylenbilir.

5. BÖLÜM: DEĞERLENDİRME

5.1. Tartışma

1. Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki yoktur.

Araştırmanın birinci hipotezi doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmadığı ortaya konmuştur. Serbest zaman, özgürce kullanılacak zaman dilimidir (Blackshaw, 2010). Kişisel tercihlere, ilgi alanlarına ve motivasyonlara bağlı olarak farklı şekillerde değerlendirilebilir (Iso-Ahola, 1980). Sosyal medya kullanımını sadece bir serbest zaman aktivitesi olarak değil, aynı zamanda iletişim, bilgi arayışı ve güncel gelişmelerin takibi gibi amaçlara hizmet eden bir araçtır (Boyd ve Ellison, 2007). Sosyal medyanın çok yönlü doğası, sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmadığını gösteren temel bir faktör olabilir.

Her insan doğuştan gelen genetik mirasla birlikte doğar. Genler, kişilik özelliklerinin ve motivasyonun gelişiminde belirleyicidir (Bouchard ve diğ., 1990; Nettle, 2006). Farklı genetik yapılar beyin kimyası, sinir sistemi ve duygusal tepkiler üzerinde etkilidir. Bu nedenle, kişilik özellikleri ve motivasyon arasındaki farklılıkların bir kısmı genetik mirasa bağlı olarak ortaya çıkar (Hariri ve Holmes, 2006; Risch ve diğ., 2009). Bunun yanında, aile, toplum yapısı ve kültür gibi unsurlar da kişilik özellikleri ve motivasyon üzerinde etkili olan faktörler arasında yer alır (Markus ve Kitayama, 1991; McCrae ve Costa, 1997; Oishi, 2010). Yani, her insan farklı kişilik özelliklerine, motivasyonlara ve yaşam tarzına sahiptir. Bundan dolayı, bireysel farklılıklar sosyal medya bağımlılığı ile serbest zaman tutumu arasında bir ilişki bulunmamasının nedenlerinden biri olarak gösterilebilir.

Sosyal medya çevrimiçi olarak etkileşim ve iletişim kurma imkânı sağlar. Bu doğrultuda, sosyal ihtiyaçların ve beklentilerin karşılanması için kullanılabilir (Nadkarni ve Hofmann, 2012). Fakat, farklı motivasyonlar sosyal medya kullanımının sıklığını etkileyebilir (Wang ve diğ., 2015). Motivasyonlar kişiden kişiye değişiklik gösterir (Vallerand, 1997). Sosyal medya iletişim kurmak veya sosyal etkileşimlerin sürdürülmesi için kullanılabilirken, diğer yandan eğlence, bilgi edinme veya ilgi

alanlarına yönelik içeriklerin keşfedilmesi gibi amaçlarla da kullanılabilir. Bu nedenle, farklı motivasyonlar sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkiyi etkileyebilir.

Sosyal destek, sosyal etkileşimlerden algılanan desteği ve gücü ifade eder (Cohen ve Wills, 1985; House ve diğ., 1988). Sosyal medya bağımlılığı yaşayan bireyler, sosyal etkileşim ihtiyaçlarını sanal ortamda tatmin ettikleri için gerçek dünyadaki ilişkiler için daha az çaba harcayabilirler (Odacı ve Çelik, 2013; Valkenburg ve diğ., 2006). Sosyal destek, gerçek dünyadaki sosyal ilişkilerin güçlenmesine ve sosyal medya bağımlılığının azaltılmasına yardımcı olabilir (Bilgin ve Taş, 2018; Lakey ve Cohen, 2000). Yani, güçlü bir sosyal destek ağına sahip olan bireyler sosyal medyayı daha dengeli bir şekilde kullanabilir ve böylece serbest zamanlarında kendilerini daha verimli aktivitelere yönlendirebilirler. Sanal ortama kıyasla gerçek ortamda gerçekleştirilen serbest zaman aktiviteleri, fiziksel ve psikolojik tatmin sağlar (Pressman ve diğ., 2009). Bu da serbest zamana yönelik olumlu tutumları artırabilir.

Araştırmanın birinci hipotezi doğrultusunda elde edilen bulguların, serbest zaman ve rekreasyon programlarında eğitim görenlerin araştırma katılımcıları üzerinde yaratabileceği olası etkiler açısından da değerlendirilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Serbest zaman ve rekreasyon programları, bünyesinde yer alan öğrencileri genellikle aktif ve dışa dönük şekilde eğitmeyi amaçlamaktadır. Öğrenciler, çoğunlukla aktif ve uygulamalı dersler aldıkları için bu derslerden elde ettikleri çıktılar doğrultusunda okul dışındaki zamanlarını daha zenginleştirici ve farklı deneyimlerle geçirebilirler. Bunun yanında, zaman yönetimi becerileri açısından bilinçlendirilmiş ve bu yönde geliştirilmiş olabilirler. Zamanlarını diğer insanlara kıyasla daha verimli kullanmayı ve önceliklerinin neler olduğunu bildikleri için, sosyal medyayı sık kullansalar dahi serbest zamanlarını verimli bir şekilde planlayabilirler (Mundy ve Odum, 1979; Rojek ve diğ., 2006; Torkildsen, 2012). Bu durumda, sosyal medyanın sık kullanımından kaynaklanan serbest zamana yönelik olumlu tutumların azalması, bu programlarda öğrenim gören öğrenciler açısından olası olmayabilir.

Araştırmanın birinci hipotezi araştırmadan elde edilen sonuçlardan bağımsız olarak değerlendirildiğinde, literatürde sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman ilişkisini inceleyen bazı araştırmaların dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir. Örneğin, Ayhan ve diğ. (2021) sosyal medya bağımlılığının serbest zamanda sıkılma

algısı ve yalnızlık arasındaki ilişkide düzenleyici bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre, sosyal medya bağımlılığı serbest zamanda sıkılma algısı ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi arttırmaktadır. Serbest zamanda sıkılma algısı ve serbest zaman tutumu ilişkisini inceleyen araştırmalara göre, serbest zamanda sıkılma algısı arttıkça akıllı telefon bağımlılığı, internet bağımlılığı ve madde kullanımı gibi sorunların ortaya çıkma olasılığı artmaktadır (Serdar ve diğ., 2022; Wang, 2019; Weybright ve diğ., 2015; Xie ve diğ., 2020). Bu tür aktivitelerin serbest zaman tutumuna yönelik olumlu düşünceleri azaltacağı söylenebilir. Bunun yanında, sosyal medya bağımlılığının serbest zamanda sıkılma algısı ile ilişkili olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla, sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında direkt olmasa da dolaylı bir ilişki olabileceği söylenebilir. Bu konu hakkında özellikle ergen bireyler üzerinde yapılacak olan çalışmaların belirleyici olması muhtemeldir.

2. Sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın ikinci hipotezi doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Sosyal medya bağımlılığı olan insanlar, sosyal aktivitelere katılmak ve bunları deneyimlemek yerine sosyal medya üzerinden bu deneyimleri takip etmekle yetinirler. Bu durum, sosyal medya bağımlılığı ve FoMO'nun birbirini besleyen bir döngü oluşturmasına neden olmaktadır (Przybylski ve Weinstein, 2013; Shaky ve Christakis, 2017).

Sosyal medya platformlarındaki içeriklerin sürekli olarak güncellenmesi, bu platformlara olan ilgiyi canlı tutan bir unsurdur. Yeni içerikler, sosyal medya kullanan bir kullanıcının bunları keşfedebilmesini ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilmesini sağlar (Boyd ve Ellison, 2007; Joinson, 2008). Bu nedenle, içeriklerin sürekli olarak güncellenmesi sosyal medyaya daha fazla zaman harcanmasına ve FoMO oluşmasına yol açabilir. FoMO, sosyal medya platformlarına daha sık girilmesine ve yeni içeriklerin sıkı şekilde takip edilmesine neden olur.

Sosyal medya, bu tür platformlarda fazla zaman harcamasına neden olabilen çeşitli içerikler sunar. Zaman yönetimi doğru şekilde yapılmadığı takdirde sosyal medya bağımlılığı yaygınlaşabilir (Ezeonwumelu ve diğ., 2021). İyi bir zaman yönetimi, sosyal medya kullanımını kısıtlama ve serbest zamanda yapılabilecek diğer faaliyetlere zaman

ayırma becerisini geliştirme konusunda yardımcı olabilir (Cengiz ve Er, 2021). Böylece, FoMO'ya yakalanma olasılığı azalabilir ve sosyal medya platformlarının bağımlılık yapıcı etkisinden uzaklaşılabilir.

Sosyal medya platformları takipçi, beğeni, veya paylaşım gibi unsurlar aracılığıyla kullanıcılar arasında bir rekabet ortamı yaratabilir (Vogel ve diğ., 2014). Bu ortam, sık şekilde sosyal medya kullanan bir kullanıcının kendisini diğer kullanıcılarla sürekli olarak karşılaştırmasına, kendisini yetersiz hissetmesine ve sonuç olarak FoMO yaşamasına neden olabilir (Fardouly ve diğ., 2015; Vogel ve diğ., 2015). Ayrıca bu karşılaştırmalar, kendine olan güveni ve kendine olan saygıyı azaltabilir ve sosyal medyaya daha bağımlı hale gelinmesine yol açabilir (Appel ve diğ., 2016; Chou ve Edge, 2012; Fiske ve Taylor, 1991; Mussweiler, 2003). Bununla birlikte, sosyal medya platformlarındaki rekabet ortamı kullanıcının kendisini sürekli olarak güncel tutması gerektiği hissine kapılmasına ve bunun sonucunda FoMO yaşamasına neden olabilir (Arya ve diğ., 2021; Hunt ve diğ., 2018; Przybylski ve diğ., 2013).

Endorfin, beyinde salgılanan bir neuropeptittir (sinir iletimi sırasında salgılanan peptit hormonu); mutluluk ve zevk hissi verir (Breiter ve diğ., 1996; Kjaer ve diğ., 2002). Sosyal medya kullanımı, beğeni veya paylaşım sayılarının artması gibi durumlarda kullanıcının beyinde endorfin salınımını arttırabilir (Meshi ve diğ., 2015; Sherman ve diğ., 2016). Bu nedenle kullanıcı, sosyal medyaya sürekli olarak geri dönmek isteyebilir. Bu durum, bağımlılık gelişmesinde önemli bir rol oynayabilir. Ayrıca, sosyal medya platformlarındaki rekabet ortamı beğeni veya paylaşım sayılarının artması için kullanıcının diğerlerini takip etmesi veya diğerlerinin yaptıklarını taklit etmesi gerektiğini düşündürtebilir (Arya ve diğ., 2021; Hunt ve diğ., 2018; Przybylski ve diğ., 2013). Bu durum, kullanıcının kendisini daha iyi hissetmesini, hesabındaki beğeni veya paylaşım sayısının artmasıyla beyindeki endorfin salınımının artmasını tetikleyebilir.

Sosyal baskı, belirli bir sosyal norma uygun davranılmasını gerektiren sosyal etkileşimlerdir (Asch, 1955). Sosyal medya kullanıcıları, hesaplarındaki beğeni sayısı ve takipçi sayısı gibi unsurları daha yüksek hale getirmek için sosyal medyada daha çok zaman harcayabilirler (Chua ve Chang, 2016; Wang ve diğ., 2012). Bunun yanında, arkadaşlarının veya takipçilerinin belirli bir olay hakkında yaptıkları paylaşımlara dahil olmamaları halinde dışlanacakları korkusuyla hareket edebilirler (Gardner ve diğ., 2000;

Przybylski ve diğ., 2013). Sosyal medyada popüler olmak ve sosyal normlara uyum sağlamak, özellikle genç bireylerin sosyal baskının etkisi altında kalmalarına neden olabilir (Wang ve diğ., 2016; Valkenburg ve diğ., 2006).

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya platformlarını sürekli olarak kontrol etme, paylaşım yapma, beğeni ve yorumlara yanıt verme gibi davranışlarla kendini gösterir (Primack ve diğ., 2017; Shensa ve diğ., 2017). Sosyal medyada geçirilen uzun süreler, gerçek hayattaki sosyal etkileşimlerin azalmasına ve yalnızlık hissine artmasına neden olur (Allen ve diğ., 2014; Baltacı, 2019; Burke ve diğ., 2010; Rachubińska ve diğ., 2021). Sosyal etkileşimde yoksunluk ve yalnızlık FoMO'ya yol açabilir. FoMO, sosyal medya platformlarına daha fazla bağımlı hale gelmesine neden olabilir (Varchetta ve diğ., 2020).

COVID-19 salgını, FoMO ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin daha da yaygınlaşmasına neden olmuştur. Öyle ki, Chang ve diğ. (2023) FoMO ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin COVID-19 salgını sırasında daha da güçlendiğini ortaya koymuştur. COVID-19 salgını döneminde birçok insan, dış dünyaya erişimini sınırlı hale getirmiş ve sosyal aktivitelere olan katılımını azaltmıştır. Bu durum, birçok insan açısından diğer insanların yaptıkları sosyal aktiviteleri sosyal medya üzerinden takip etme eğilimini arttırmış olabilir. Ancak, sosyal aktivitelerden ve sosyal deneyimlerden mahrum kaldıklarını hissettiklerinde FoMO yaşama ihtimalleri de artabilir (Przybylski ve diğ., 2013).

İlgili literatür, araştırmanın ikinci hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçlarla paralel olarak değerlendirildiğinde sosyal medya kullanımı ve FoMO arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar olduğu görülmektedir. Örneğin, Zıvdır ve Karakul (2023) sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki olduğunu saptamıştır. Bununla birlikte, araştırmalar sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin rolünü incelemiştir (Nair ve diğ., 2022; Sultan, 2021). Bu araştırmalardan elde edilen sonuçlar, beş büyük kişilik özelliğinin (açıklık, sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk, duygusal denge) FoMO ile ilişkili olduğunu; sosyal medya bağımlılığının FoMO ve benlik ifşası arasındaki ilişkiyi güçlendirdiğini ortaya koymuştur.

3. Sosyal medya bağımlılığı ve ait olma ihtiyacı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın üçüncü hipotezi doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı ve ait olma ihtiyacı arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, sosyal medya bağımlılığı ve ait olma ihtiyacı arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Sosyal medya, günümüzün dijital çağında önemli bir fenomen haline gelmiştir. İnternetin gelişimiyle birlikte insanların sosyal ağlarda zaman geçirmesi, içerik paylaşması ve sosyal etkileşimde bulunması yaygın hale gelmiştir. Ancak, sosyal medya kullanımının olumsuz etkileri olduğu konusunda artan bir farkındalık bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının ait olma ihtiyacından kaynaklı daha problemlili bir hale gelebileceği bilinmektedir (Stănculescu, 2022; Stănculescu ve Griffiths, 2022). Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığı ile ait olma ihtiyacı arasında derin bir ilişki olduğu görülmektedir.

Sosyal medya, sosyal etkileşim kurma ve sosyal onay elde etme imkânı verir (Nadkarni ve Hofmann, 2012; Urista ve diğ., 2009). Sosyal medya platformlarında beğeni, paylaşım ve takipçi sayıları gibi metriklerle ölçülen bir popülerite elde edilebilir. Sosyal medyada alınan beğeniler ve olumlu geri bildirimler, kişinin kendisini toplumda kabul görmüş hissetmesini sağlayabilir (Ellison ve diğ., 2007). Sosyal medya platformları, kullanıcılara kendilerini diğer insanlara tanıtmaya ve onlara en iyi hallerini gösterme fırsatı sunar. Diğer insanlardan alınan olumlu geri bildirimler, kullanıcının kendisine olan güvenini artırır ve toplum tarafından onaylandığını hissetmesini sağlar (Burrow ve Rainone, 2017; MacDonald ve diğ., 2003). Bu durum, ait olma ihtiyacını tatmin eder ancak buna bağlı olarak sosyal medya kullanımını arttırabilir (Gangadharbatla, 2008; Stănculescu, 2022; Stănculescu ve Griffiths, 2022).

Sosyal medya kullanıcıları, diğer kullanıcılar tarafından yapılan idealize edilmiş paylaşımlar nedeniyle kendilerini onlarla kıyaslayabilirler (Appel ve diğ., 2016; Chou ve Edge, 2012; Ho ve diğ., 2016; Vogel ve diğ., 2015) Bu nedenle, yapılan kıyaslamalar ait olma ihtiyacını arttırabilir (Yin ve diğ., 2021). Bunun yanında, kullanıcılar beğeni kazanmak veya takdir edilmek için viral olan içeriklere ilgi gösterebilirler. Bu davranış, sosyal statüyü artırma arzusundan kaynaklanmaktadır (Rosenthal-von der Pütten ve diğ., 2019; Vogel ve diğ., 2014). Sosyal statüyü artırma arzusundan kaynaklanan bu ilgi, ait olma ihtiyacının daha fazla tetiklenmesine neden olabilir (Burhan ve Moradzadeh, 2020; Zeigler-Hill ve Dehaghi, 2023). Kullanıcılar, bu tür normlara uygun davranmak için

sürekli olarak sosyal medyayı takip etme ve içerik üretme eğiliminde olabilirler. Bu durum, sosyal medya bağımlılığının nedenlerinden biri olarak gösterilebilir.

Sosyal medyada paylaşılan içeriklerin beğeni veya olumlu geri bildirim alması dopamin salınımını tetikler (Meshi ve diğ., 2013, 2015). Dopamin, keyif ve memnuniyet duygusu yaratır (Berridge ve Kringelbach, 2008; Wise, 2004). Beğeni ve olumlu geri bildirim kullanıcı tarafından bir ödül olarak algılanır. Elde edilen bu ödül, beklenti ve heyecanı artırır. Beklenti ve heyecan duygusu tatmin edildikçe memnuniyet duygusu oluşur. Bu nedenle, artan dopamin seviyesi kullanıcının sosyal medyada sürekli olarak beğeni ve olumlu geri bildirim peşinde koşmasına neden olur (Burhan ve Moradzadeh, 2020; Macit ve diğ., 2018). Dopamin salınımının bağımlılık yaratıcı etkisi, sosyal medya kullanımını arttırarak ait olma hissini daha da güçlendirebilir.

İlgili literatür, araştırmanın üçüncü hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçlarla paralel olarak incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve ait olma ihtiyacı arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığına yönelik eğilimi arttırdığını ortaya koymuştur (Dailey ve diğ., 2020; Pelling ve White, 2009). Bunun yanında, Bilgin ve Taş (2018) algılanan sosyal destek ve sosyal medya bağımlılığı arasında negatif bir ilişki olduğunu saptamıştır. Dolayısıyla, yapılan araştırmalar ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı üzerinde önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

4. FoMO ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki yoktur.

Araştırmanın dördüncü hipotezi doğrultusunda FoMO ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, FoMO ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmadığı ortaya konmuştur. Serbest zaman tutumu, serbest zaman aktivitelerine yönelik genel tavırları ifade eder ve serbest zaman aktivitelerine yönelik katılımı önemli ölçüde etkiler (Ragheb ve Tate, 1993). Serbest zaman aktivitelerine katılan bireylerin öz düzenleme becerileri ve hedefe yönelik davranışları daha yüksektir (Madjlesi ve diğ., 2017). Öz düzenleme becerileri yüksek olan bireylerin FoMO yaşama olasılıkları daha düşüktür (Yusra ve Napitupulu, 2022). Bu nedenle, serbest zaman tutumu yüksek olan bireylerin öz düzenleme becerilerinin de yüksek olacağı ve bu durumun FoMO yaşama olasılığını azaltabileceği söylenebilir.

Sosyal medya kullanıcıları, sosyal medyada takip ettikleri insanların paylaşımlarını ve yaşadıkları deneyimleri gözlemleyebilirler. Ancak, sosyal medya platformlarının bu fonksiyonu kullanıcıları kendilerini sürekli olarak diğer insanlarla karşılaştırmaya teşvik edebilir (Appel ve diğ., 2016; Chae, 2018; Vogel ve diğ., 2014). Bu durum, sosyal medya üzerinde paylaşılan deneyimlerle ilgili bir şey kaçırıldığı hissi yaratabilir ve diğer insanların sosyal hayatlarının daha tatmin edici olduğu algısına neden olabilir (Chou ve Edge, 2012; Krasnova ve diğ., 2013). FoMO olarak adlandırılan bu durum sosyal karşılaştırma kuramıyla bağlantılıdır (Przybylski ve diğ., 2013). Sosyal karşılaştırma kuramına göre, insanlar başkalarıyla kendilerini karşılaştırarak kendi değerlerini ve memnuniyet düzeylerini belirlerler (Festinger, 1954; Suls ve diğ., 2002). FoMO sosyal aktivitelere ve deneyimlere yönelik çevresel etmenlerden kaynaklanan bir kaygıyı ifade ederken (Przybylski ve diğ., 2013), serbest zaman tutumu daha bireysel bir yaklaşımı temsil eder (Ragheb ve Beard, 1982). Bu nedenle, FoMO ve serbest zaman tutumu arasında doğrudan bir ilişki olmaması beklenebilir.

Araştırmanın dördüncü hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçların serbest zaman ve rekreasyon programlarında eğitim görenlerin araştırma katılımcıları üzerinde yaratabileceği olası etkiler açısından da değerlendirilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Serbest zaman ve rekreasyon programlarında eğitim gören öğrencilerin genellikle serbest zamanı aktif bir şekilde değerlendirmeyi tercih eden kişilerden oluşacağı söylenebilir. Bu nedenle, serbest zamanlarını çoğunlukla aktif olarak değerlendiren öğrencilerde FoMO'nun serbest zaman tutumu üzerindeki etkisi daha az olabilir. Öğrencilerin, farklı serbest zaman aktivitelerine katılmak için geniş bir yelpazeye sahip oldukları ve bu nedenle serbest zamanlarını etkin bir şekilde kullanabildikleri düşünülebilir. Bununla birlikte, serbest zaman ve rekreasyon programlarında öğrenim gören öğrenciler genellikle programlama, organizasyon ve etkinlik planlaması gibi becerilere sahip olabilir. Bu doğrultuda, serbest zamanlarını daha verimli ve amaçlı bir şekilde kullanmak için bilinçli zaman yönetimi stratejilerini uygulayabilirler (Mundy ve Odum, 1979; Rojek ve diğ., 2006; Torkildsen, 2012). Öğrenciler zamanlarını iyi planlayarak çeşitli aktivitelere katılma fırsatlarını değerlendirebildikleri için, FoMO'nun serbest zaman tutumu üzerindeki olası etkisi azalabilir.

4.1 FoMO ve davranışsal serbest zaman tutumu arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın dördüncü hipotezi doğrultusunda FoMO ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki saptanmasa da FoMO ve davranışsal serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. İnsan, toplumda kabul görmek ve takdir edilmek ister (Gardner ve diğ., 1999). FoMO, diğer insanlar tarafından kabul görme ve takdir kazanma arzusunu daha da arttırır (Elhai ve diğ., 2016). FoMO, kişinin sosyal durumunu diğer insanlarla karşılaştırmasına yol açabilir (Przybylski ve diğ., 2013). Bir insan, diğer insanların sosyal durumlarının iyi olduğu düşüncesine kapıldığında onlarla rekabet ettiği hissini yaşayabilir (Mussweiler ve Bodenhausen, 2002; Mussweiler ve diğ., 2000). Bu rekabet ortamı davranışsal serbest zaman tutumunu etkileyebilir; daha fazla serbest zaman aktivitesine katılma veya yeni deneyimler yaşama niyetini artırabilir.

İnsan sosyal bir varlıktır ve sosyal ilişkiler kurma ihtiyacı duyar (Cacioppo ve Patrick, 2008). Diğer insanlarla etkileşimde bulunmak, aidiyet hissi ve sosyal destek ihtiyacının tatmin edilmesini sağlar (Baumeister ve Leary, 1995). Bir insan, çevresindeki insanların katıldığı aktivitelere veya deneyimlere dahil olmadığında dışlanmış ve yalnız hissedebilir (Maner ve diğ., 2007; Williams, 2007). Dışlanmışlık ve yalnızlık, FoMO'yla ilişkili olan faktörlerdir (Bonfanti ve diğ., 2023). FoMO, sosyal kabul ve sosyal bağlantı ihtiyacını arttırır. Bu nedenle, FoMO sosyal aktivitelere katılma ve sosyal bağlantı kurma eğilimi oluşmasına neden olur (Przybylski ve diğ., 2013). Bu durum, davranışsal serbest zaman tutumunu etkileyebilir ve daha fazla sosyal aktiviteye katılma niyeti oluşturabilir.

Sosyal medya kullanıcıları, genellikle günlük yaşamlarındaki iyi deneyimleri ve anları paylaşma eğilimindedir (Krasnova ve diğ., 2013). Ancak, bunlar gerçek hayatın tam bir yansıması olmayabilir. Bir kullanıcı, takip ettiği kişilerin paylaştığı iyi ve ilgi çekici deneyimleri görünce onların kendisinden daha tatmin edici deneyimler yaşadığı hissine kapılabilir (Vogel ve diğ., 2014). Bu durum, FoMO'yu tetikler (Przybylski ve diğ., 2013). FoMO, serbest zamanda daha fazla sosyal aktiviteye katılma veya daha fazla sosyal deneyim yaşama niyetini arttırarak davranışsal serbest zaman tutumunu etkileyebilir.

Sosyal medyada yapılan paylaşımların çoğu idealize edilmiş ve filtrelenmiş anları yansıtır (Chua ve Chang, 2016; Lee ve Ma, 2012). Bu durum, FoMO yaşayan

kullanıcıların gerçeklikle uyumlu olmayan bir algıya sahip olmalarına neden olabilir; stres ve kaygı gibi olumsuz duyguları tetikler (Tanhan ve diğ., 2022). Stres ve kaygı, özgüvenin ve özsaygının azalmasına neden olabilir (Leary ve diğ., 1995; Sowislo ve Orth, 2013). Diğer yandan, serbest zaman aktiviteleri stres ve kaygının azaltılmasında etkilidir (Misra ve McKean, 2000; Wijndaele ve diğ., 2007). Bu doğrultuda, FoMO yaşayan insanların kendilerini daha iyi hissetmek ve olumsuz duygulardan kaçınmak için daha fazla serbest zaman aktivitelerine yönelebilecekleri söylenebilir. Böylelikle, davranışsal serbest zaman tutumunun artması yoluyla özgüven ve özsaygı güçlendirilebilir.

Sosyal medyada paylaşılan iyi ve ilgi çekici deneyimler, FoMO yaşayan kişinin de benzer bir tatmin elde edeceği bir deneyimi yaşama arzusunu arttırabilir. Yani, FoMO yeni deneyimler yaşamının hayata anlam katma potansiyeline sahip olduğunu düşündürtebilir (Przybylski ve diğ., 2013). Bu doğrultuda, FoMO yaşayan kişiler diğer insanların yaptıkları aktivitelere ve yaşadıkları deneyimlere dahil olmadıkları hissine kapıldıklarında bu boşluğu doldurmak için daha fazla serbest zaman aktivitesine katılma eğilimi gösterebilirler. Bu durum, davranışsal serbest zaman tutumunu arttırabilir.

5. Ait olma ihtiyacı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın beşinci hipotezi doğrultusunda ait olma ihtiyacı ve FoMO arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, ait olma ihtiyacı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Ait olma ihtiyacı, bir gruba veya topluluğa aidiyet duyma isteğiyle ortaya çıkar. Bu istek, kişinin kendisini güvende, önemli ve anlamlı hissetmesini sağlar (Baumeister ve Leary, 1995; Jetten ve diğ., 2012). Günümüzde ait olma ihtiyacının tatmin edilmesi için sıklıkla kullanılan araçlardan biri sosyal medya platformlarıdır (Alabri, 2022). Fakat, sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte FoMO isimli bir fenomen ortaya çıkmıştır. FoMO, diğer insanların yaşadıkları tatmin edici deneyimlerin görülmesiyle yaşanan endişe ve kaygıdan kaynaklanır (Przybylski ve diğ., 2013). Dolayısıyla, iki kavramın da çevresel faktörlere dayandığı ve bundan dolayı birbirlerine bağlandıkları söylenebilir.

Sosyal medya kullanıcıları, diğer insanların yaşamlarını ve deneyimlerini sergilediği sanal bir ortamda bulunurlar. Kullanıcılar, sosyal medyada gördükleri içerikler nedeniyle diğer insanlarla kendilerini karşılaştırma eğilimine girebilirler

(Steers ve diğ., 2014; Vogel ve diğ., 2014). Bu durum, kendi yaşamlarını sorgulamalarına ve başkalarının daha tatmin edici deneyimler yaşadıklarını düşünmelerine neden olabilir. FoMO'yla ilişkili olan bu davranış, aynı zamanda ait olma ihtiyacıyla da ilişkilidir (Przybylski ve diğ., 2013; Yin ve diğ., 2021). Ait olma ihtiyacı, başkalarının yaşamlarına dahil olma arzusunun tetikler (Baumeister ve Leary, 1995). Başka insanların yaşamlarına dahil olma arzusu, aidiyet hissedilen toplumun normlarına uyma ve toplumsal kabulü sağlama ihtiyacından kaynaklanır (Cialdini ve Goldstein, 1998). Bu nedenle, bu iki değişken arasında bir ilişki olabilir.

Sosyal medya kullanıcıları, anlık olarak güncellenen içerikleri takip etme baskısı hissedebilirler. İçerikleri sürekli olarak takip etme hissi, takip edilen kişilerle etkileşimde kalma isteğinden kaynaklanır. Bu durumda, sosyal medyayı sürekli olarak kontrol etme eğilimi ortaya çıkabilir (Kuss ve Griffiths, 2011). Kullanıcılar, bir yandan içerikleri takip ederken diğer yandan yaptıkları paylaşımlar doğrultusunda beğeni ve yorum gibi geri bildirimler alabilirler. Alınan geri bildirimler sosyal onay hissini yaratabilir (MacDonald ve diğ., 2003; Sciara ve diğ., 2021). Bu döngü, ait olma ihtiyacını arttırabilir ve FoMO'yu tetikleyen bir faktör olabilir.

Gelişen teknoloji ve internete erişimin kolaylaşması anlık olarak bilgiye ulaşma hızını arttırmıştır. Sosyal medya platformları, hızlı ve geniş yelpazeye sahip bir bilgi akışı sunar. Bu, kullanıcıların anlık olarak güncellenen içeriklere erişebilme beklentisini artırır (Bakshy ve diğ., 2012). Bunun yanında, güncellenen içeriklere sürekli olarak erişme isteği diğer kullanıcılarla rekabet etme ve onlar tarafından kabul görme arzusuyla ilişkilendirilir (Chou ve Edge, 2012; Krasnova ve diğ., 2013; Bailey ve diğ., 2020; Jiang ve Ngien, 2020). Bu nedenle, kullanıcılar sosyal medyadaki bilgi bombardımanı içinde kalma korkusuyla hareket edebilirler ve sürekli olarak güncellenen içerikleri takip etme ihtiyacı duyabilirler (Appel ve diğ., 2016; Chou ve Edge, 2012). Ait olma ihtiyacı, bu bilgi akışına entegre olma arzusunun güçlendirebilir; FoMO ise bu bilgilerden mahrum kalma endişesini arttırabilir.

İlgili literatür araştırmanın beşinci hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçlarla paralel olarak incelendiğinde, ait olma ihtiyacı ve FoMO arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar olduğu görülmektedir. Örneğin, Beyens ve diğ. (2016) ergen bireylerin ait olma ihtiyacı ve popülerlik ihtiyacının sosyal medya kullanımıyla pozitif bir ilişkisi olduğunu ve bu ilişkinin FoMO'ya bağımlı bir şekilde gerçekleştiğini ortaya koymuştur.

Malouf ve diğ. (2022) ait olma ihtiyacının sosyal medya kullanımı yoluyla karşılanmasının FoMO ve öz saygı üzerinde bir etkisi olabileceğini saptamıştır. Shodiq ve diğ. (2020) ise ait olma ihtiyacı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirlemiştir.

6. Ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın altıncı hipotezi doğrultusunda ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Ait olma ihtiyacının tatmin edilmesi, sosyal etkileşimler kurulmasını ve bu doğrultuda bir sosyal destek ağı oluşturulmasını sağlar (Baumeister ve Leary, 1995; Wang ve diğ., 2018). Sosyal etkileşim ve sosyal destek hissi, kişinin kendini daha güvende ve motive hissetmesine yardımcı olur (Cohen ve Wills, 1985; Uchino, 2004). Etkileşim kurulan insanlarla paylaşılan ortak ilgi alanları, benzer serbest zaman aktivitelerine katılımı sağlayabilir. Dolayısıyla, ait olma ihtiyacının bu yönünün serbest zamanda sosyal aktivitelere katılmayı teşvik edebileceği ve serbest zamana yönelik olumlu tutumları arttırabileceği söylenebilir.

İnsan, bazı temel ihtiyaçlarını karşılamak için başkalarına bağımlı durumdadır. Özellikle sevgi, aidiyet ve kabul görme gibi duygusal ihtiyaçların karşılanması için sosyal ilişkilere ihtiyaç duyar (Deci ve Ryan, 2000; Weiss ve Rubin, 1974). Grup halinde yaşamak daha iyi bir koruma sağlayıp yiyecek ve kaynak bulma şansını arttırdığından dolayı insan ataları dayanışma ve iş birliği yapmanın avantajlarını yaşamışlardır. Yani, evrimsel açıdan sosyal bağlantılar kurmanın ve sosyal ilişkiler geliştirmenin hayatta kalma ve üreme şansını arttırdığı görülmektedir (Dunbar, 1998; Holt-Lunstad, Smith ve Layton, 2010). Tüm bu nedenlerden dolayı insan, doğası gereği her zaman başkalarıyla bağlantı kurma ve sosyal ilişkiler geliştirme eğiliminde olmuştur. Bu durum, ait olma hissini kaynağını ifade eder (Baumeister ve Leary, 1995). Serbest zaman aktiviteleri, benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla bir araya gelme ve ortak deneyimler paylaşma fırsatı sunduğundan ötürü ait olma ihtiyacının tatmin edilmesi için bir araç olarak kullanılabilir (Glover, 2017). Dolayısıyla, bu tür aktivitelerin ait olma ihtiyacını karşılamada önemli bir rol oynadığı, ait olma ihtiyacı karşılandıkça da onun için bir araç olarak kullanılan serbest zaman aktivitelerine yönelik olumlu tutumların artacağı söylenebilir.

Ait olma ihtiyacının tatmin edilmesi kişilik kimliğinin oluşmasına katkıda bulunur (Brewer, 1991; Jetten ve diğ., 2015). Diğer insanlardan alınan güven ve destek, kendine olan inancı arttırarak benlik saygısını güçlendirebilir (Harter, 1999; Leary ve Baumeister, 2000). Serbest zaman aktiviteleri ise kendini ifade edebilme ve kendini keşfedebilme fırsatı sunar (Stebbins, 2020). Bununla birlikte, serbest zaman aktivitelerine katılmak yeteneklerin geliştirmesine ve becerilerin arttırılmasına yardımcı olabilir. Bu tür aktivitelerde elde edilen ilerleme ve başarılar kendine olan güveni artırır (Hurd ve diğ., 2021; Torkildsen, 2012). Kendine güven kişisel kimlik inşasına katkıda bulunur ve benlik saygısını güçlendirir (Bandura ve diğ., 1999). Böylece, serbest zamana yönelik olumlu tutumlar artabilir. Dolayısıyla, hem ait olma ihtiyacının tatmin edilmesi hem de serbest zaman tutumunun artmasıyla ilişkili olan bu durum, iki değişken arasındaki ilişkinin bir nedeni olarak gösterilebilir.

İlgili literatür araştırmanın altıncı hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçlarla paralel olarak incelendiğinde, ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkiyi destekleyebilecek bazı araştırmalar olduğu görülmektedir. McClelland'ın ihtiyaç teorisi, motivasyon ve ihtiyaçlar arasında güçlü bir bağlantı olduğunu; davranışların motivasyondan etkilenebileceğini öne sürmektedir (Barbuto ve diğ., 2004). Baumeister ve Leary (1995), ait olma ihtiyacının sosyal ilişkiler kurmak ve sosyal grupların bir parçası olmak için temel bir insan motivasyonu olduğunu belirtmiştir. Motivasyon serbest zaman tutumu ile ilişkilidir (Deng ve diğ., 2005; Wu ve diğ., 2021). Serbest zaman tutumu ise serbest zaman aktivitelerine olan katılımı etkilemektedir (Ragheb ve Tate, 1993). Dolayısıyla, ait olma ihtiyacının sosyal ilişkiler kurulmasına yönelik sürekli bir motivasyon sağladığı, bu motivasyonun sosyal amaçlı serbest zaman aktivitelerine katılmayı teşvik ederek serbest zamana yönelik olumlu tutumları arttırabileceği söylenebilir.

7. Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki bulunamazken, FoMO'nun da bu ilişkide aracı bir etkisinin olmadığı ortaya konmuştur.

Araştırmanın yedinci hipotezi doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide FoMO'nun aracılık rolü incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmadığı ve bu ilişkide FoMO'nun da bir aracılığının olmadığı ortaya konmuştur. Her insanın serbest zamanında yapmayı tercih ettiği aktiviteler ve bunlara yönelik

tutumları kişilik özellikleri, yaşanan deneyimler, kültürel ve toplumsal etkiler, değerler ve inançlar gibi birçok nedenden ötürü farklılaşır (Lu ve Hu, 2005; Martin ve Myrick, 1976). Bu nedenle, her insan sosyal medya kullanmak veya kullansa bile bu kullanımı bir bağımlılık eğilime dönüştürmek zorunda değildir (Correa ve diğ., 2013; Özgüven ve Mucan, 2013). Sosyal medya kullanmayan veya az kullanan bir kişide ise FoMO gelişme olasılığı düşük olabilir (Scott ve diğ., 2018; Zıvıdır ve Karakul, 2023). Bundan dolayı, FoMO'nun sosyal medya kullanımı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide aracı bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Sosyal medyanın neden olabileceği olası etkilerin farkında olmak, zararlı eğilimlerin oluşmasının engellenebilmesi için önemlidir. Bilinçli kullanıcılar yaşamlarındaki hedeflerini ve önceliklerini belirleyebilirler. Yani, kendilerini sınırlayabilir ve kendilerine belli başlı kurallar koyabilirler. Bu nedenle, sosyal medya kullanıcılarının bazıları sosyal medyayı bilinçli bir şekilde kullanma ve zamanlarını iyi şekilde yönetebilme becerilerine sahip olabilirler (Akter, 2014; Ezeonwumelu ve diğ., 2021). Sosyal medya kullanımını kontrol altında tutabilen kullanıcılar diğerlerine kıyasla FoMO'ya daha az maruz kalırlar (Scott ve diğ., 2018; Zıvıdır ve Karakul, 2023). Böylelikle, bu kullanıcılar serbest zamanlarında yapabilecekleri diğer aktivitelere odaklanabilirler ve serbest zamana yönelik olumlu tutumlar beslemeye devam edebilirler (Büyükakgöl, 2022; Kaas ve Artımaç, 2017). Bundan dolayı, FoMO'nun sosyal medya kullanımı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide aracı bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Her sosyal medya kullanıcısı, popüler kültürün bir etkisi olan sosyal medyada popüler olma veya takipçi sayısını artırma gibi hedeflerle ilgilenmeyebilir. Bu tür hedeflerle meşgul olmayan kullanıcılarda FoMO oluşma olasılığı daha düşük olabilir (Beyens ve diğ., 2016; Moore ve Craciun, 2021). FoMO'ya maruz kalmamak sosyal medya kullanımının problemleri bir hale bürünmesini engelleyebilir (Aygül ve Akbay, 2019). Böylelikle, bu kullanıcılar sosyal medya kullanımı dışındaki serbest zamanlarını kendileri için daha anlamlı ve değerli olan aktivitelere ayırabilirler ve serbest zamana yönelik olumlu tutumlar beslemeye devam edebilirler (Büyükakgöl, 2022; Kaas ve Artımaç, 2017). Bundan dolayı, FoMO'nun sosyal medya kullanımı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide aracı bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Sosyal medyada olumlu geri bildirimler almak önemli bir motivasyon kaynağı olabilir. Sosyal medya bağımlılığı yaşayan kişiler sürekli olarak geri bildirim arayışı içinde olabilirler. Bu durum, kişinin kendisine verdiği değerin ve güvenin, sosyal medyada aldığı geri bildirimler ile ilişkili hale gelmesine neden olabilir (Jarman ve diğ., 2021; Karahanna ve diğ., 2015). Yeterli seviyede alınmayan geri bildirimler benlik saygısı ve özgüveni düşürebilir (Burrow ve Rainone, 2017). Bu nedenle, benlik saygısı ve özgüven sosyal medya kullanımının problemleri bir hale dönüşmesine yol açarak FoMO üzerinde etkili olabilir (Abel ve diğ., 2016; Hawi ve Samaha, 2017). Fakat, benlik saygısı ve özgüvenin yüksek olması kişinin başka insanların geri bildirimlerine ihtiyaç duymamasına ve bu doğrultuda sosyal medya kullanımını azaltmasına yardımcı olabilir (Şahin ve Kumcağız, 2017). Bundan dolayı, FoMO'nun sosyal medya kullanımı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide aracı bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Araştırmanın yedinci hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçların serbest zaman ve rekreasyon programlarında eğitim görenlerin araştırma katılımcıları üzerinde yaratabileceği olası etkiler açısından da değerlendirilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Serbest zaman ve rekreasyon programları, sosyal etkileşim ve grup temelli aktiviteleri teşvik eden disiplinlerdir. Bu programlara katılan öğrenciler, diğerlerine kıyasla sosyal ortamlarda aktif olma ve grup aktivitelerine katılma fırsatlarına ve eğilimlerine sahip olabilir. Bununla birlikte, serbest zaman ve rekreasyon programları doğayla etkileşimi ve doğa temelli aktivitelere katılımı teşvik eder. Doğayla etkileşim, sosyal medyadan uzaklaşma ve gerçek dünyadaki deneyimlere odaklanma fırsatı sunabilir eder (Mundy ve Odum, 1979; Rojek ve diğ., 2006; Torkildsen, 2012). Serbest zaman ve rekreasyon programlarının bu fonksiyonları, FoMO'nun öğrenciler üzerindeki etkisini azaltabilir.

İlgili literatür araştırmanın sekizinci hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçlardan bağımsız olarak incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman kullanımıyla bağlantılı olan değişkenler arasında ilişki olduğunu ve FoMO'nun da bu ilişkilerde aracılık üstenebileceğini ortaya koyan bazı araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin, Demir ve Çetin (2021) sosyal medya kaynaklı seyahat bağımlılığının riskli seyahat davranışı üzerine etkisinde FoMO'nun bir aracılığı olduğunu belirlemiştir. Koç ve diğ. (2023) ise FoMO'nun sosyal medya bağımlılığı ile depresyon-anksiyete-stres ve öz kontrol arasındaki ilişkide aracı bir etkisinin olduğunu saptamıştır.

8. *Sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki bulunsa da ait olma ihtiyacının, bu ilişkide düzenleyici bir etkisinin olmadığı ortaya konmuştur.*

Araştırmanın sekizinci hipotezi doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının düzenleyici rolü incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasında pozitif bir ilişki olduğu, ancak ait olma ihtiyacının bu ilişkide düzenleyici bir etkisinin olmadığı ortaya konmuştur. Sosyal medya kullanımının arka planında çeşitli motivasyonlar vardır (Chen ve Wang, 2021; Karahanna ve diğ., 2015; Zachos ve diğ., 2018). Bu nedenle, sosyal medyanın aşırı kullanımının nedenleri değişiklik gösterebilir; yani, her zaman ait olma ihtiyacıyla ilişkili olması beklenmeyebilir. Dolayısıyla, ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkiyi her zaman arttıramayacağı söylenebilir.

İçedönük kişilik özelliği daha sessiz ve düşünceli olma eğilimi yaratır. Yani, sosyal etkileşimlerden ziyade daha derinlemesine düşünmeye, iç dünyaya odaklanmaya ve tek başına zaman geçirilmesine yönelir (Asendorpf, 1990). Dışadönük kişilik özelliği ise daha fazla sosyal etkileşime, grup temelli aktivitelere ve sosyal ilişkilere yönelme eğilimi yaratır (McCrae ve Costa, 2008). Kişilik özellikleri her insan açısından farklılıklar oluşturur (McCrae ve Costa, 1997). Bu farklılıklar ait olma ihtiyacı üzerinde belirleyici olabilmektedir. Bu nedenle, bazı insanlar ait olma ihtiyacını daha fazla hissederken diğerleri daha az hissedebilir (Baumeister ve Leary, 1995). Dolayısıyla, farklı kişilik özelliklerinden etkilenen ait olma ihtiyacı sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişki üzerinde etkili olamayabilir.

Sosyal medya bağımlılığı, ait olma ihtiyacını tatmin edebilmek için yanıltıcı bir çözüm olabilir. Sosyal medya platformları sanal ortamlardır. Genellikle metin, fotoğraf, video gibi yazılı veya görsel içerikler üzerinden iletişimi sağlarlar. Bu içerikler yüz ifadeleri, ses tonu ve beden dili gibi gerçek hayattaki iletişimde önemli olan öğeleri eksik bırakır (Park ve diğ., 2009; Walther ve diğ., 2001). Bu, iletişimi daha yüzeysel hale getirir; yani, sosyal medyadaki etkileşimler gerçek hayattakilere kıyasla yüzeysel kalır (Burke ve diğ., 2010; Hampton ve diğ., 2009). Bu nedenle, sosyal medyanın sağladığı fonksiyonlar ait olma ihtiyacını geçici olarak tatmin edebilir ve gerçek bir sosyal etkileşim hissiyatı veremeyebilir. Dolayısıyla, sanal ortamların yüzeyselliği ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişki üzerinde etkili olamamasının bir nedeni olabilir.

Araştırmanın sekizinci hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçların, serbest zaman ve rekreasyon programlarında eğitim görenin araştırma katılımcıları üzerinde yaratabileceği olası etkiler açısından da değerlendirilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Serbest zaman ve rekreasyon programları ekip çalışması ve iş birliği gerektiren uygulamalar içerebilir. Bu ortamlarda, öğrenciler ortak hedeflere yönelik iş birliği yaparak birlikte çalışırken ait olma ihtiyaçlarını tatmin edebilirler. Bununla birlikte, serbest zaman ve rekreasyon programları, spor aktiviteleri ve saha çalışmaları gibi daha fazla sosyal etkileşim içeren uygulamalar ile dolu olabilir. Bu uygulamalar, öğrencilerin birbirleriyle etkileşim kurmasına ve ait olma ihtiyaçlarını tatmin etmelerine yardımcı olabilir (Mundy ve Odum, 1979; Rojek ve diğ., 2006; Torkildsen, 2012). Serbest zaman ve rekreasyon programlarının bu fonksiyonları, ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı ve FoMO ilişkisine olan etkisini azaltabilir.

İlgili literatür araştırmanın sekizinci hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçlardan bağımsız olarak incelendiğinde, ait olma ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkiyi güçlendirdiğini ortaya koyan bazı araştırmalar olduğu görülmektedir. Alabri (2022) ait olma ihtiyacının FoMO'nun önemli bir yordayıcısı olduğunu, sosyal medya kullanımının hem direkt hem de dolaylı etkisiyle ait olma ihtiyacının FoMO'yu arttırdığını belirlemiştir. Wiesner (2017) ise ait olma ihtiyacının FoMO üzerinde önemli bir role sahip olduğunu saptamıştır.

9. FoMO ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki bulunmasa da, ait olma ihtiyacının dahil olmasıyla, yüksek FoMO düzeyi durumunda serbest zaman tutumu üzerinde pozitif düzenleyici bir etki olduğu ortaya konmuştur.

Araştırmanın dokuzuncu hipotezi doğrultusunda FoMO ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının düzenleyici rolü incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre FoMO ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmadığı, fakat bu iki değişken arasına ait olma ihtiyacı dahil edildiğinde yüksek düzey FoMO ve yüksek düzey ait olma ihtiyacı durumunda serbest zaman tutumunun arttığı ortaya konmuştur. Sosyal medya platformları, sürekli olarak güncel kalma ve sosyal etkileşim halinde olma arzusunu besler (Kuss ve Griffiths, 2017). Sosyal medya kullanımını arttırabilecek bu durum, FoMO'yu arttırarak ait olma ihtiyacını daha belirgin hale getirebilir (Alabri, 2022; Beyens ve diğ., 2016; Huan ve diğ., 2014; Varchetta ve diğ., 2020). Yani, FoMO kaynaklı ait olma ihtiyacı sosyal etkileşim kurma arzusunu

arttırabilir (Alutaybi ve diğ., 2018; Browne ve diğ., 2018). Serbest zamana yönelik olumlu tutumlar da ilgi alanlarına yönelik aktivitelere katılmayı ve benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle sosyal etkileşim kurmayı teşvik edebilir (Crandall ve diğ., 1980; Crandall, 1979). Bu nedenle, FoMO destekli ait olma ihtiyacının serbest zaman tutumunu arttırabileceği söylenebilir.

FoMO yeni deneyimler yaşama arzusunu artırır (Przybylski ve diğ., 2013). Yeni deneyimler yaşama arzusu sınırları zorlama, yeni şeyler öğrenme ve kendini geliştirme isteğinden kaynaklanır (Kashdan ve diğ., 2004; Silvia, 2008). Bu, ait olma ihtiyacıyla birleştiğinde hem sosyal kabul arzusunun tatmin edilmesi hem de bireysel olarak gelişebilmek için yeni deneyimlere yönelme ihtiyacının karşılanması anlamına gelir (Baumeister ve Leary, 1995; DeWall ve Bushman, 2011; DeWall ve Richman, 2011; Hartung ve Renner, 2013). Yeni deneyimler yaşama arzusu, risk alma ve macera arayışıyla ilişkilendirilebilir (Zuckerman, 1971, 1979, 1983). Sınırları zorlayan, heyecan verici ve farklı deneyimler yaşamak keyif duygusunu arttırabilir (Hajloo ve Pezeshki, 2013; Kaşıkçı ve Peker, 2022). Serbest zaman tutumu da yeni deneyimler yaşama arzusundan kaynaklanan risk alma eğilimini ve macera arayışını yansıtabilir. Serbest zamanda farklı aktivitelere katılmak, yeni deneyimlerin heyecanını yaşatabilir ve rutinden kaçmanın tadını verebilir (Furnham, 2004; Leung, 2008; Pizam ve diğ., 2001). Bu nedenle, FoMO kaynaklı yeni deneyimler yaşama arzusunun ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkiyi arttırabileceği söylenebilir.

Toplumda kabul görmek ve değerli hissetmek ait olma ihtiyacın tatmin edebilmesi için ön koşullar arasında yer alır. Bu iki unsur sosyal bağlantılar kurma ve bunları sürdürme becerisiyle ilişkilidir (Baumeister ve Leary, 1995; Lee ve Robbins, 1998; Shinn ve diğ., 1984). Sosyal bağlantılar, güncel gelişmelerden haberdar olmayı ve önemli bilgilere erişmeyi kolaylaştırır (Bakshy ve diğ., 2012). Ancak, toplumda kabul görmek ve sosyal ilişkilerin sürdürülmesi amacıyla sürekli olarak gelişmelerin takip edilmesi FoMO'yu tetikleyebilir (Przybylski ve diğ., 2013). Bununla birlikte, serbest zaman aktiviteleri sosyal bağları güçlendiren bir araç görevi görür. Serbest zaman, toplumda yaygın şekilde yapılan aktivitelerle değerlendirilerek daha fazla sosyal etkileşimde bulunabilmeyi sağlar. Bu fonksiyonuyla sosyal ilişkileri güçlendirebilir; toplumsal kabul ve değer ihtiyacının karşılanmasına yardımcı olur (Crandall ve diğ., 1980; Crandall, 1979; Roberts, 2010). Bu nedenle, ait olma ihtiyacı kaynaklı toplumsal

kabul ve değer gereksiniminin FoMO ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkiyi arttırabileceği söylenbilir.

10. Sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki bulunamazken, ait olma ihtiyacının da bu ilişkide düzenleyici bir etkisinin olmadığı ortaya konmuştur.

Araştırmanın onuncu hipotezi doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının düzenleyici rolü incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmadığı, ait olma ihtiyacının da bu ilişkide düzenleyici bir etkisinin olmadığı ortaya konmuştur. Ait olma ihtiyacının tatmini amacıyla sosyal medyanın kullanımına önemli bir zaman ayrılrsa da bu her daim bir bağımlılık durumuna evrilmeyebilir. Özellikle sosyal medyanın yol açabileceği olumsuz etkilerin farkında olmak, sosyal medya kullanımının planlanabilmesine ve sosyal medyanın bilinçli şekilde kullanabilmesine yardımcı olur (Akter, 2014; Sedek, 2021). Serbest zamanın iyi şekilde planlanması, sanal ortamda yapılan aktivitelerin dışında gerçek ortamda yapılan aktivitelere katılarak ait olma ihtiyacının tatmin edilmesini sağlayabilir (Glover, 2017). Dolayısıyla, sosyal medyanın bilinçli kullanımını ve zaman yönetimi becerisi, ait olma ihtiyacı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki etkileşimsel etkinin serbest zaman tutumu üzerinde bir etki yaratmamasının nedenleri olabilir.

Sosyal medya kullanımı bir tür serbest zaman aktivitesidir. Sosyal medya platformları, eğlence ve çeşitli ilgi alanlarına yönelik içerikler sunar. Komik videolar, ilgi çekici paylaşımlar ve ilham verici görseller gibi içeriklerin tüketilmesi, sosyal medya gibi sanal ortamlarda keyifli bir zaman geçirilmesinde etkilidir (Chae, 2018; Valkenburg ve diğ., 2022). Bu içerikler, günlük streten uzaklaşabilmeyi ve kısa bir süre için rahatlamayı sağlayabilir (Whiting ve Williams, 2013; Wolfers ve Utz, 2022). Bu durumda, sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında negatif bir ilişki oluşmayabilir. Dolayısıyla, sosyal medya kullanımından elde edilen rahatlama ve tatmin duygusu, ait olma ihtiyacı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki etkileşimsel etkinin serbest zaman tutumu üzerinde etki yaratmamasının bir nedeni olarak gösterilebilir.

Sosyal medya ait olma ihtiyacının karşılanmasında kullanılabilir tek kaynak değildir. Ait olma ihtiyacı, gerçek hayatta kurulan sosyal etkileşimlerle — aile, arkadaş veya diğer toplumsal ilişkiler — yoluyla tatmin edilebilir (Barbour ve diğ., 2021;

Baumeister ve Leary, 1995). Bu durumda, sosyal medya bağımlılığı ve ait olma ihtiyacı arasında her daim bir ilişki olması beklenmez. Dolayısıyla, ait olma ihtiyacının çeşitli kaynaklar yoluyla da tatmin edilebilmesi, ait olma ihtiyacı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki etkileşimsel etkinin serbest zaman tutumu üzerinde etki yaratmamasının bir nedeni olarak gösterilebilir.

İlgili literatür araştırmanın onuncu hipotezi doğrultusunda elde edilen sonuçlardan bağımsız olarak incelendiğinde, ait olma ihtiyacının sosyal medya kullanımını doğrultusunda serbest zaman tutumunu üzerindeki etkisini inceleyen bazı araştırmalar olduğu görülmektedir. Örneğin, Kim ve diğ. (2016) ait olma ihtiyacının sosyal medya kullanımıyla bir ilişkisi olduğunu; bu durumun, sosyal aktivitelere katılımı kolaylaştırdığını ortaya koymuştur. Allen ve diğ. (2014) ise sosyal medyanın sosyal bağlantıyı teşvik etmede hem olumlu hem de olumsuz duyguların rolü olabileceğini, ancak sosyal medyanın yabancılaşma ve sosyal dışlanmanın da kaynağı olabileceğini belirlemiştir. Yabancılaşma ve sosyal dışlanmanın serbest zaman tutumunu olumsuz şekilde etkileyebileceği düşünülmektedir.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Araştırmadan elde edilen bulgular, ilgili bölümde literatür destekli olarak tartışılmıştır. Buna göre, araştırmanın sonuçları aşağıdaki gibidir:

- Sosyal medyayı kullanma motivasyonları, kişilik özellikleri, sosyal destek ağının yapısı, rekreasyon programlarının aktif, dışa dönük ve zaman yönetimi becerilerini geliştirmeye yönelik doğası, sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmamasının nedenleridir.
- Sosyal medyada sürekli olarak yenilenen içerikler, sosyal medyadaki rekabet ortamı, sosyal medyanın yalnızlık hissini arttırması, sosyal medya kullanımının beyinde endorfin salınımını arttırması, zaman yönetimi becerilerinin eksikliği, COVID-19 pandemi döneminin yaratmış olduğu etkiler, sosyal baskı ve sosyal normlar, sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkinin artmasının nedenleridir.
- Sosyal medyanın sosyal etkileşim ve sosyal onay ihtiyacını karşılaması, sosyal medyadaki rekabet ve kıyaslama ortamı, sosyal medya kullanımının dopamin salınımını arttırması ve sosyal statü ihtiyacı sosyal medya bağımlılığı ve ait olma ihtiyacı arasındaki ilişkinin artmasının nedenleridir.
- Sosyal medyanın insanların yaşamlarının gözlemlenebilmesine olanak tanınması, sosyal karşılaştırma hissi, FoMO'nun sosyal ilişkilerin kalitesiyle; serbest zaman tutumunun ise bireysel tatminle ilgili olması, FoMO ve serbest zaman tutumu arasında bir ilişki olmamasının nedenleridir. Bununla birlikte, dışlanmışlık ve yalnızlık, FoMO'nun sosyal bağlantı, sosyal kabul ve yeni deneyimler yaşama ihtiyacını arttırması, sosyal medyada yapılan idealize edilmiş paylaşımların ilgi çekici olması, özgüven ve özsaygı eksikliği FoMO ve davranışsal serbest zaman tutumu arasındaki ilişkinin artmasının nedenleridir.
- İnsan doğasının sosyal ilişkilere dayanması, sosyal medyadaki rekabet ve kıyaslama ortamı, sosyal medyada sürekli olarak güncellenen içerikler, gelişen teknolojinin anlık bilgiye ulaşımı kolaylaştırması, ait olma ihtiyacı ve FoMO arasındaki ilişkinin artmasının nedenleridir.
- Ait olma ihtiyacının sosyal etkileşim oluşturmayı sağlaması, insan doğasının sosyal ilişkilere dayanması ve kişisel kimliğin oluşturulma süreci ait olma ihtiyacı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkinin artmasının nedenleridir.

- İlgi alanlarının farklılaşması, sosyal medyanın neden olabileceği zararlı etkilere yönelik farkındalık, öncelikli hedefler, benlik saygısı ve özgüvenin yüksek olması, rekreasyon programlarının grup temelli aktiviteleri ve doğayla etkileşimi teşvik etmesi sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide FoMO'nun aracı bir etkisinin olmamasının nedenleridir.
- Sosyal medyayı kullanma motivasyonları, kişilik özellikleri, sosyal medyadaki sosyal etkileşimlerin yüzeyselliği, rekreasyon programlarının ekip ve iş birliğini teşvik etmesi, rekreasyon programlarının çoğunlukla saha çalışmalarını içermesi sosyal medya bağımlılığı ve FoMO arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının düzenleyici bir etkisinin olmamasının nedenleridir.
- FoMO'nun yeni deneyimler yaşama arzusunu arttırması, sosyal etkileşim ihtiyacı ve sosyal medyanın sürekli olarak güncel kalma arzusunu beslemesi ait olma ihtiyacının FoMO ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkiyi güçlendirmesinin nedenleridir.
- Sosyal medyanın neden olabileceği zararlı etkilere yönelik farkındalık, sosyal medyayı kullanma amaçları, sosyal medyanın stresi azaltması ve rahatlamayı sağlması, ait olma ihtiyacının sosyal medya kullanımından bağımsız olarak çeşitli yollarla tatmin edilebilmesi sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu arasındaki ilişkide ait olma ihtiyacının bir etkisinin olmamasının nedenleridir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar neticesinde, sosyal medya bağımlılığı, serbest zaman tutumu, FoMO ve ait olma ihtiyacı değişkenleri arasındaki ilişkileri inceleyecek gelecek araştırmalara ve bu alanlarda çalışan uygulayıcılara ilişkin bazı öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler aşağıdaki gibidir:

- Sosyal medya kullanıcılarının FoMO ve ait olma ihtiyacı konularında farkındalık düzeylerinin arttırılması için eğitim ve bilinçlendirme programları düzenlenebilir. Bu programlar, sosyal medyanın zararlı etkileri ve zaman yönetimi becerileri üzerine odaklanmalıdır.
- Sosyal medyada geniş kitlelere hitap eden içerik oluşturucuların FoMO'yla başa çıkılması konusunda farkındalık edinmeleri için proje temelli çalışmalar yürütülebilir. İçerik oluşturucular daha gerçekçi içeriklerin oluşturulması, sosyal

medya kullanımının dengelenmesi ve toplumsal sorumluluk konularında rehberlik etmelidir.

- Sosyal medya platformlarının kullanıcı dostu arayüzler geliştirmeleri teşvik edilerek kullanıcıların sosyal medya platformlarını daha bilinçli ve daha dengeli şekilde kullanmaları sağlanabilir.
- Sivil toplum kuruluşları, üniversite toplulukları, spor kulüpleri gibi yapılar sosyal medya kullanıcılarına toplumsal destek mekanizması sağlamalıdır. Sosyal medyaya bağımlı kullanıcıların sosyal etkileşimlerinin artırılabilmesi için bu kuruluşlar yoluyla çeşitli aktiviteler ve etkinlikler düzenlenebilir.
- Sosyal medya bağımlılığı, serbest zaman tutumu, FoMO ve ait olma ihtiyacı değişkenlerinin uzun vadeli etkilerini inceleyen araştırma modellerine odaklanılmalıdır. Bu değişkenlerin özellikle psikolojik ve sosyal iyi oluş üzerindeki etkilerinin incelenmesi önerilmektedir.
- Farklı demografik özelliklere sahip katılımcıları içeren araştırmalar yürütmek sosyal medya bağımlılığı, serbest zaman tutumu, FoMO ve ait olma ihtiyacı değişkenlerinin farklı gruplar üzerinde nasıl etkilerinin olduğunu anlamasında yardımcı olabilir.
- Sosyal medya bağımlılığı ve FoMO'nun etkisini azaltabilecek koruyucu değişkenlerin belirlenmesi için araştırmalar yapılmalıdır. Sağlıklı alışkanlıklar, sosyal destek ve duygusal zekâ gibi değişkenlerin etkisi incelenebilir.
- Sosyal medya kullanıcılarının sergilediği davranışları inceleyen uzun vadeli araştırmalar yapılmalıdır. Böylelikle, sosyal medya bağımlılığının zaman içerisinde nasıl değiştiği ve bu değişimin serbest zaman tutumu, FoMO ve ait olma ihtiyacı üzerinde nasıl etki yaratabileceği gözlemlenebilir.

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 (JBER)*, 14(1), 33-44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Abercrombie, H. C., Schaefer, S. M., Larson, C. L., Oakes, T. R., Lindgren, K. A., Holden, J. E., ... Benca, R. M. (1998). Metabolic rate in the right amygdala predicts negative affect in depressed patients. *Neuroreport*, 9(14), 3301-3307.
- Adair, J. (2009). *Effective time management: How to save time and spend it wisely*. Pan Macmillan.
- Adair, J. E. ve Allen, M. (1999). *Time management and personal development*. Thorogood publishing.
- Adler, A. (1998). *Social interest*. Oneworld Publications Limited.
- Ainley, M., Hidi, S. ve Berndorff, D. (2002). Interest, learning, and the psychological processes that mediate their relationship. *Journal of educational psychology*, 94(3), 545. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.94.3.545>
- Akgül, B. M. ve Gürbüz, B. (2011). Boş Zaman Tutum Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(1), 37-43.
- Akın, A., Kaya, M., Akın, Ü., Bilgin, O. ve Uğur, E. (2014). The Need To Belong Scale Turkish Form. *5th International Conference on New Trends in Education and their Implications (ICONTE-2014)* içinde. Antalya, Turkey.
- Aksoy, M. E. (2018). A qualitative study on the reasons for social media addiction. *European Journal of Educational Research*, 7(4), 861-865. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.7.4.861>
- Akter, T. (2014). Social media addiction, resistance, and influence of awareness: Measurement of psychology students' resistance to Facebook addiction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(8), 456. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n8p456>
- Alabri, A. (2022). Fear of Missing Out (FOMO): The Effects of the Need to Belong, Perceived Centrality, and Fear of Social Exclusion. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/4824256>
- Allaby, M. ve Shannon, C. S. (2020). "I just want to keep in touch": Adolescents' experiences with leisure-related smartphone use. *Journal of Leisure Research*, 51(3), 245-263. <https://doi.org/10.1080/00222216.2019.1672506>
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M. ve Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31. <https://doi.org/10.1017/edp.2014.2>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111-119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J. ve Ali, R. (2020). Combating fear of missing out (FoMO) on social media: The fomo-r method. *International journal of environmental research and public health*, 17(17), 6128. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>
- Alutaybi, A., McAlaney, J., Stefanidis, A., Phalp, K. T. ve Ali, R. (2018). Designing social networks to combat fear of missing out. *The 32nd Human Computer Interaction Conference (British HCI'18), Position Papers Track, 2-6 May 2018, Belfast, Northern Ireland*.

- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E. ve Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. ve Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S. ve Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological reports*, 110(2), 501-517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Appel, H., Gerlach, A. L. ve Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current opinion in psychology*, 9, 44-49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Ardahan, F., Turgut, T. ve Kaplan Kalkan, A. (2016). *Her Yöniyle Rekreasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arora, P. (2011). Online social sites as virtual parks: An investigation into leisure online and offline. *The Information Society*, 27(2), 113-120. <https://doi.org/10.1080/01972243.2011.548702>
- Arslan, S. (2013). *Serbest zaman-Rekreasyon ve Serbest Zaman Eğitimi*. Ankara: Nobel.
- Arya, B., Sharma, S. ve Kumar, H. (2021). Fear of Missing Out, Social Media Use, and Psychological Wellbeing Among University Students. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning (IJCBL)*, 11(4), 1-9. <https://doi.org/10.4018/IJCBL.288496>
- Asch, S. E. (1955). Opinions and social pressure. *Scientific American*, 193(5), 31-35.
- Asendorpf, J. B. (1990). Beyond social withdrawal: Shyness, unsociability, and peer avoidance. *Human development*, 33(4-5), 250-259. <https://doi.org/10.1159/000276522>
- Avunduk, Y. (2021). The Relationship between Leisure Satisfaction and Social Media Addictions of Individuals at University. *Journal of Educational Issues*, 7(1), 507-522.
- Aygar, H., Göktaş, S., Akbulut Zencirci, S., Alaiye, M., Önsüz, M. F. ve Metintaş, S. (2019). Association between fear of missing out in social media and problematic internet use in university students. *Dusunen Adam-Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 32(4), 302-308. <https://doi.org/10.14744/DAJPNS.2019.00044>
- Aygül, T. A. ve Akbay, S. E. (2019). Smartphone addiction, fear of missing out, and perceived competence as predictors of social media addiction of adolescents. *European Journal of Educational Research*, 8(2), 559-566. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.8.2.559>
- Ayhan, C., Kaya, H. B., Yalçın, İ. ve Karakaş, G. (2021). The mediating effect of social media addiction on the relationship between leisure boredom and loneliness. *Journal of Human Sciences*, 18(4), 749-759. <https://doi.org/10.14687/jhs.v18i4.6261>
- Aytaç, Ö. (2002). Boş zaman üzerine kuramsal yaklaşımlar. *Fırat üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 12(1), 231-260.
- Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W. ve Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature communications*, 11(1), 4889. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-18539-w>

- Baker, Z. G., Krieger, H. ve LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275.
- Bakioğlu, F., Deniz, M., Griffiths, M. D. ve Pakpour, A. H. (2022). Adaptation and validation of the Online-Fear of Missing Out Inventory into Turkish and the association with social media addiction, smartphone addiction, and life satisfaction. *BMC psychology*, 10(1), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s40359-022-00856-y>
- Bakshy, E., Rosenn, I., Marlow, C. ve Adamic, L. (2012). The role of social networks in information diffusion. *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web* (ss. 519-528). <https://doi.org/10.1145/2187836.2187907>
- Balcı, A. (1990). Zaman yönetimi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 23(1), 95-102. https://doi.org/10.1501/Egifak_00000000852
- Balcı, Ş., Karakoç, E. ve Öğüt, N. (2020). Psychological Well-Being as a Predictor of Social Media Addiction: A Survey on Health Workers. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 7(1), 35-63.
- Baltacı, Ö. (2019). The Predictive Relationships between the Social Media Addiction and Social Anxiety, Loneliness, and Happiness. *International Journal of Progressive Education*, 15(4), 73-82.
- Bandura, A., Freeman, W. H. ve Lightsey, R. (1999). Self-Efficacy: The Exercise of Control. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 13(2). <https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158>
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., ... Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PloS one*, 12(1), e0169839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Barbour, E. K., Smallwood, S. W. ve Hurt, Y. (2021). Examining social activity, need to belong, and depression among college students. *Journal of American College Health*, 1-9. <https://doi.org/10.1080/07448481.2021.1967357>
- Barbuto Jr, J. E., Trout, S. K. ve Brown, L. L. (2004). Identifying sources of motivation of adult rural workers. *Faculty Publications: Agricultural Leadership, Education & Communication Department*, 45(3), 11-21.
- Basmacı, P. (2018). Yeni İletişim Teknolojilerinin Bireyin Serbest Zaman Kullanımına Etkisi ve Kuramsal Açıdan Değerlendirilmesi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 110-126.
- Baumeister, R. F. (2011). Need-to-Belong Theory. *Handbook of Theories of Social Psychology* içinde (ss. 121-140). Sage Publications.
- Baumeister, R. F., Brewer, L. E., Tice, D. M. ve Twenge, J. M. (2007). Thwarting the need to belong: Understanding the interpersonal and inner effects of social exclusion. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 506-520. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00020.x>
- Baumeister, R. F. ve Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Baumgartner, H. ve Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00038-0](https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00038-0)
- Bekalu, M. A., McCloud, R. F. ve Viswanath, K. (2019). Association of social media use with social well-being, positive mental health, and self-rated health:

- disentangling routine use from emotional connection to use. *Health Education & Behavior*, 46(2), 69S-80S. <https://doi.org/10.1177/1090198119863768>
- Beland, R. (2008). The use of leisure time. *Adaptive Behavior Assessment System-II Clinical Use and Interpretation* içinde (ss. 159-178). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-012373586-7.00009-6>
- Bentler, P. M. (1980). Multivariate analysis with latent variables: Causal modeling. *Annual review of psychology*, 31(1), 419-456. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.31.020180.002223>
- Bentler, P. M. ve Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>
- Berridge, K. C. ve Kringelbach, M. L. (2008). Affective neuroscience of pleasure: reward in humans and animals. *Psychopharmacology*, 199, 457-480. <https://doi.org/10.1007/s00213-008-1099-6>
- Best, S. (2009). *Leisure studies: Themes and perspectives*. Sage Publications.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247. <https://doi.org/10.23834/isrjournal.452045>
- Bilgin, O. ve Taş, İ. (2018). Effects of perceived social support and psychological resilience on social media addiction among university students. *Universal Journal of Educational Research*, 6(4), 751-758.
- Blackhart, G. C., Nelson, B. C., Winter, A. ve Rockney, A. (2011). Self-control in relation to feelings of belonging and acceptance. *Self and Identity*, 10(2), 152-165. <https://doi.org/10.1080/15298861003696410>
- Blackshaw, T. (2010). *Leisure*. Routledge.
- Bloemen, N. ve De Coninck, D. (2020). Social media and fear of missing out in adolescents: The role of family characteristics. *Social Media + Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120965517>
- Bonfanti, R. C., Salerno, L., Ruggieri, S. ve Lo Coco, G. (2023). Interplay Between Fear of Missing Out and Loneliness: A Three-Wave Panel Study During the COVID-19 Pandemic. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(6), 447-452. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0182>
- Bouchard Jr, T. J., Lykken, D. T., McGue, M., Segal, N. L. ve Tellegen, A. (1990). Sources of human psychological differences: The Minnesota study of twins reared apart. *Science*, 250(4978), 223-228. <https://doi.org/10.1126/science.2218526>
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Breiter, H. C., Etcoff, N. L., Whalen, P. J., Kennedy, W. A., Rauch, S. L., Buckner, R. L., ... Rosen, B. R. (1996). Response and habituation of the human amygdala during visual processing of facial expression. *Neuron*, 17(5), 875-887. [https://doi.org/10.1016/S0896-6273\(00\)80219-6](https://doi.org/10.1016/S0896-6273(00)80219-6)
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(5), 475-482. <https://doi.org/10.1177/0146167291175001>

- Bright, L. F. ve Logan, K. (2018). Is my fear of missing out (FOMO) causing fatigue? Advertising, social media fatigue, and the implications for consumers and brands. *Internet Research*, 28(5), 1213-1227. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2017-0112>
- Broadhurst, R. (2002). *Managing environments for leisure and recreation*. Routledge.
- Brown, L. ve Kuss, D. J. (2020). Fear of missing out, mental wellbeing, and social connectedness: a seven-day social media abstinence trial. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4566. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124566>
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research*. Guilford Publications.
- Browne, B. L., Aruguete, M. S., McCutcheon, L. E. ve Medina, A. M. (2018). Social and emotional correlates of the fear of missing out. *North American Journal of Psychology*, 20(2), 341-354.
- Browne, M. W. (2001). An overview of analytic rotation in exploratory factor analysis. *Multivariate behavioral research*, 36(1), 111-150. https://doi.org/10.1207/S15327906MBR3601_05
- Browne, M. W. ve Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological methods & research*, 21(2), 230-258. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- Bryce, J. (2001). The technological transformation of leisure. *Social Science Computer Review*, 19(1), 7-16. <https://doi.org/10.1177/089443930101900102>
- Bui, M., 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. <https://doi.org/10.1002/mar.21611>
- Burhan, R. ve Moradzadeh, J. (2020). Neurotransmitter dopamine (DA) and its role in the development of social media addiction. *Journal of Neurology & Neurophysiology*, 11(7), 1-2. 10.35248/2155-9562.20.11.507
- Burke, M., Marlow, C. ve Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* içinde (ss. 1909-1912). <https://doi.org/10.1145/1753326.1753613>
- Burrow, A. L. ve Rainone, N. (2017). How many likes did I get?: Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232-236. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.09.005>
- Büyükakgül, Ü. C. (2022). The relationship between leisure time management and leisure time benefit: A study on private sector employees. *Journal of Human Sciences*, 19(2), 202-207. <https://doi.org/10.14687/jhs.v19i2.6281>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2020). *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (28. bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling: Perspectives on the present and the future. *International Journal of Testing*, 1(3-4), 327-334. <https://doi.org/10.1080/15305058.2001.9669479>
- Cacioppo, J. T., Hawkey, L. C. ve Thisted, R. A. (2010). Perceived social isolation makes me sad: 5-year cross-lagged analyses of loneliness and depressive symptomatology in the Chicago Health, Aging, and Social Relations Study. *Psychology and Aging*, 25(2), 453-463. <https://doi.org/10.1037/a0017216>
- Cacioppo, J. T. ve Patrick, W. (2008). *Loneliness: Human nature and the need for social connection*. WW Norton & Company.
- Cajochen, C., Munch, M., Kriebel, S., Krauchi, K., Steiner, R., Oelhafen, P., ... Wirz-Justice, A. (2005). High sensitivity of human melatonin, alertness,

- thermoregulation, and heart rate to short wavelength light. *The Journal of Clinical Endocrinology & Metabolism*, 90(3), 1311-1316. <https://doi.org/10.1210/jc.2004-0957>
- Callender, C. (2011). *The Oxford handbook of philosophy of time*. OUP Oxford.
- Cargill, M. (2019). *The relationship between social media addiction, anxiety, the fear of missing out, and interpersonal problems*. (Doctoral Thesis). The University of Akron.
- Carmines, E. G. ve Zeller, R. A. (1979). *Reliability and validity assessment*. Sage Publications.
- Catanese, K. R. ve Tice, D. M. (2005). The effect of rejection on anti-social behaviors: Social exclusion produces aggressive behaviors. *The social outcast: Ostracism, social exclusion, rejection, and bullying*, 297-306.
- Cengiz, R. ve Er, B. (2021). Investigation of the Relationship between Free Time Management, Social Media Addiction and Life Satisfaction of University Students during the COVID-19 Pandemic Process. *Journal of Educational Issues*, 7(3), 85-99.
- Chae, J. (2018). Reexamining the relationship between social media and happiness: The effects of various social media platforms on reconceptualized happiness. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1656-1664. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.011>
- Chang, H., Meng, X., Li, Y., Liu, J., Yuan, W., Ni, J. ve Li, C. (2023). The effect of mindfulness on social media addiction among Chinese college students: A serial mediation model. *Frontiers in Psychiatry*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2023.1087909>
- Chaudhry, L. A. (2015). Can you please put your phone away? Examining how the FOMO phenomenon and mobile phone addiction affect human relationships. *Virginia Commonwealth University, Undergraduate Research Posters. Poster 143*.
- Chen, J. ve Wang, Y. (2021). Social media use for health purposes: systematic review. *Journal of medical Internet research*, 23(5), e17917. <https://doi.org/10.2196/17917>
- Choi, S. ve Yoo, Y. (2017). Leisure attitude and satisfaction with leisure and life: proposing leisure prioritization and justification. *World Leisure Journal*, 59(2), 140-155. <https://doi.org/10.1080/16078055.2016.1216886>
- Chotpitayasunondh, V. ve Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in human behavior*, 63, 9-18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Chou, H. T. G. ve Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Chua, T. H. H. ve Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls’ engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in human behavior*, 55, 190-197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Churchill Jr, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73. <https://doi.org/10.1177/002224377901600110>
- Cialdini, R. B. ve Goldstein, N. (1998). Social influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591-621. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015>

- Cohen, S. ve Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-257. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.98.2.310>
- Correa, T., Bachmann, I., Hinsley, A. W. ve De Zúñiga, H. G. (2013). Personality and social media use. *Organizations and social networking: Utilizing social media to engage consumers* içinde (ss. 41-61). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4026-9.ch003>
- Costello, A. B. ve Osborne, J. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical assessment, research, and evaluation*, 10(1), 7. <https://doi.org/10.7275/jyj1-4868>
- Cox, D R ve Small, N. J. H. (1978). Testing multivariate normality. *Biometrika*, 65(2), 263-272. <https://doi.org/10.1093/biomet/65.2.263>
- Crandall, R, Nolan, M. ve Morgan, L. (1980). Leisure and social interaction. *Leisure and social interaction.*, 285-306.
- Crandall, R. (1979). Social interaction, affect and leisure. *Journal of Leisure Research*, 11(3), 165-181. <https://doi.org/10.1080/00222216.1979.11969394>
- Creighton-Smith, B. A., Cook, M. ve Edginton, C. R. (2017). Leisure, ethics, and spirituality. *Annals of Leisure Research*, 20(5), 546-562. <https://doi.org/10.1080/11745398.2017.1295873>
- Curlette, W. L. ve Kern, R. M. (2010). The Importance of Meeting the Need to Belong in Lifestyle. *Journal of Individual Psychology*, 66(1), 30-42.
- Cüceloğlu, D. (1995). *İyi düşün doğru karar ver* (37. basım.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- Dailey, S. L., Howard, K., Roming, S. M. P., Ceballos, N. ve Grimes, T. (2020). A biopsychosocial approach to understanding social media addiction. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(2), 158-167. <https://doi.org/10.1002/hbe2.182>
- Das, K. R. ve Imon, A. H. M. R. (2016). A brief review of tests for normality. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 5-12. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.12>
- De Cremer, D. ve Leonardelli, G. J. (2003). Cooperation in social dilemmas and the need to belong: The moderating effect of group size. *Group dynamics: Theory, research, and practice*, 7(2), 168. <https://doi.org/10.1037/1089-2699.7.2.168>
- De Grazia, S. (1962). *Of time work and leisure*. The Twentieth Century Fund.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). The " what" and " why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Deem, R. (2002). *Work, unemployment and leisure*. Routledge.
- Demir, A. ve Çetin, A. (2021). Digital Media in Sports Organizations: The Mediator Role of Social Media Addiction in FoMO and Compulsive Online Shopping. *Journal of Educational Issues*, 7(2), 252-274. <https://doi.org/10.5296/jei.v7i2.19081>

- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20, 15-22. <https://doi.org/10.5455/apd.41585>
- Deng, J., Walker, G. J. ve Swinnerton, G. (2005). Leisure attitudes: A comparison between Chinese in Canada and Anglo-Canadians. *Leisure/Loisir*, 29(2), 239-273. <https://doi.org/10.1080/14927713.2005.9651331>
- Deniz, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) mediate relations between social self-efficacy and life satisfaction. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 34. <https://doi.org/10.1186/s41155-021-00193-w>
- DeVellis, R. F. ve Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications*. Sage Publications.
- DeWall, C. N. ve Bushman, B. J. (2011). Social acceptance and rejection: The sweet and the bitter. *Current Directions in Psychological Science*, 20(4), 256-260. <https://doi.org/10.1177/0963721411417545>
- DeWall, C. N. ve Richman, S. B. (2011). Social exclusion and the desire to reconnect. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(11), 919-932. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2011.00383.x>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- DiStefano, C., Zhu, M. ve Mindrila, D. (2009). Understanding and using factor scores: Considerations for the applied researcher. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 14(1), 20. <https://doi.org/10.7275/da8t-4g52>
- Dunbar, R. I. M. (1998). The social brain hypothesis. *Evolutionary Anthropology: Issues, News, and Reviews: Issues, News, and Reviews*, 6(5), 178-190. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6505\(1998\)6:5%3C178::AID-EVAN5%3E3.0.CO;2-8](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6505(1998)6:5%3C178::AID-EVAN5%3E3.0.CO;2-8)
- Durmuş, İ. B. (2014). Gençliğin Uğrak Mekânı: Sosyal Medya. *Gençlik ve Kültürel Mirasımız / Youth and Cultural Heritage*, 16-18 Mayıs, 2014, Samsun/Türkiye.
- Elhai, J. D., Dvorak, R. D., Levine, J. C. ve Hall, B. J. (2017). Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations with anxiety and depression psychopathology. *Journal of affective disorders*, 207, 251-259. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.030>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M., Alafnan, A. A., Aldraiweesh, A. A. ve Hall, B. J. (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D. ve Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509-516. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Elhai, J. D., Yang, H. ve Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43, 203-209. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Ellison, N. B., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

- Ellison, N. B., Vitak, J., Gray, R. ve Lampe, C. (2014). Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 855-870. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12078>
- Er, B., Yıldız, K. ve Güzel, P. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Bir Etkinlik Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının İncelenmesi. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 109.
- Evans, V. (2003). *The structure of time: Language, meaning and temporal cognition*. John Benjamins Publishing.
- Ezeonwumelu, V. U., Nwiko, M. N., Okoro, C. C. ve Ekanem, E. I. (2021). Social Media Addiction and Time Management Skills of University Students in Akwa Ibom State, Nigeria. *Global Journal of Social Sciences Studies*, 7(1), 24-34. <https://doi.org/10.20448/807.7.1.24.34>
- Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C. ve Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272-299. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.3.272>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. ve Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image*, 13, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Ferguson, E. D. (2010). Adler's Innovative Contributions Regarding the Need to Belong. *Journal of Individual Psychology*, 66(1), 1-7.
- Ferris, A. L., Hollenbaugh, E. E. ve Sommer, P. A. (2021). Applying the uses and gratifications model to examine consequences of social media addiction. *Social Media + Society*, 7(2), 20563051211019004. <https://doi.org/10.1177/20563051211019003>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (Fourth Edition). Sage Publications.
- 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, 106839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106839>
- Fiske, S. T. ve Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. McGraw-Hill Book Company.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. OUP Oxford.
- 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://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G. ve De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- French, A., Macedo, M., Poulsen, J., Waterson, T. ve Yu, A. (2008). Multivariate analysis of variance (MANOVA).

- Furnham, A. (2004). Personality and leisure activity: Sensation seeking and spare-time activities. *On the psychobiology of personality: Essays in honor of Marvin Zuckerman* içinde (ss. 167-183). Elsevier.
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: Collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration's attitudes toward social networking sites. *Journal of interactive advertising*, 8(2), 5-15. <https://doi.org/10.1080/15252019.2008.10722138>
- Gardner, W. L., Gabriel, S. ve Lee, A. Y. (1999). "I" value freedom, but "we" value relationships: Self-construal priming mirrors cultural differences in judgment. *Psychological science*, 10(4), 321-326. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00162>
- Gardner, W. L., Pickett, C. L. ve Brewer, M. B. (2000). Social exclusion and selective memory: How the need to belong influences memory for social events. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(4), 486-496. <https://doi.org/10.1177/0146167200266007>
- George, D. (2011). *SPSS for windows step by step: A simple study guide and reference, 17.0 update, 10/e*. Pearson Education India.
- Gere, J. ve MacDonald, G. (2010). An update of the empirical case for the need to belong. *Journal of Individual Psychology*, 66(1), 93-115.
- Gilanlioğlu, E. ve Nuran, Ö. Z. E. (2020). Dijital Tüketim Kültürünün Hegemonyası ve Serbest Zaman. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(3), 185-202.
- Glover, T. (2017). Leisure, social space, and belonging. *The Palgrave Handbook of Leisure Theory* içinde (ss. 873-890). Springer. https://doi.org/10.1057/978-1-137-56479-5_49
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E. ve Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 52-59. <https://doi.org/10.5455/apd.195843>
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Güçlü, N. (2001). Zaman yönetimi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 25(25), 87-106.
- Gürbüz, M. ve Aydın, A. H. (2012). Zaman Kavramı ve Yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü Koleksiyonu*.
- Haand, R. ve Shuwang, Z. (2020). The relationship between social media addiction and depression: A quantitative study among university students in Khost, Afghanistan. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 780-786. <https://doi.org/10.1080/02673843.2020.1741407>
- Hair, J. F., Page, M. ve Brunsveld, N. (2019). *Essentials of business research methods*. Routledge.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F. (2009). *Multivariate data analysis*. Faculty and Research Publications.
- Hajloo, N. ve Pezeshki, H. (2013). Compare happiness, psychological tenacity, and sensation seeking among athletes and no athletes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, 1063-1066. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.700>
- Hampton, K. N., Sessions, L. F., Her, E. J. ve Rainie, L. (2009). Social isolation and new technology. *Pew Internet & American Life Project*, 4.

- Hariri, A. R. ve Holmes, A. (2006). Genetics of emotional regulation: the role of the serotonin transporter in neural function. *Trends in Cognitive Sciences*, 10(4), 182-191. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2006.02.011>
- Harter, S. (1999). *The Construction of Self: A Developmental Perspective*. Guilford Publications.
- Hartung, F.-M. ve Renner, B. (2013). Social curiosity and gossip: Related but different drives of social functioning. *PLoS One*, 8(7), e69996. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069996>
- Harvard Medical School. (2020, 7 Temmuz). Blue light has a dark side. *Harvard Health Publishing*. 23 Mayıs 2023 tarihinde <https://www.health.harvard.edu/staying-healthy/blue-light-has-a-dark-side> adresinden erişildi.
- Hawi, N. S. ve Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586. <https://doi.org/10.1177/0894439316660340>
- Hawkey, L. C. ve Cacioppo, J. T. (2010). Loneliness matters: A theoretical and empirical review of consequences and mechanisms. *Annals of Behavioral Medicine*, 40(2), 218-227. <https://doi.org/10.1007/s12160-010-9210-8>
- Haworth, J. (2013). Leisure, life, enjoyment and well-being. *Contemporary Perspectives in Leisure* içinde (ss. 61-75). Routledge.
- Haworth, J. T. ve Veal, A. J. (2004). Work and leisure: Themes and issues. *Work and leisure* içinde (ss. 227-244). Routledge.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications.
- Hayran, C., Anik, L. ve Gürhan Canlı, Z. (2016). Exploring the antecedents and consumer behavioral consequences of "feeling of missing out" (FoMO). *Advances in Consumer Research*, 44, 468.
- Hefner, J. ve Eisenberg, D. (2009). Social support and mental health among college students. *American Journal of Orthopsychiatry*, 79(4), 491-499. <https://doi.org/10.1037/a0016918>
- Helliwell, J. F. ve Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 359(1449), 1435-1446. <https://doi.org/10.1098/rstb.2004.1522>
- Ho, S. S., Lee, E. W. J. ve Liao, Y. (2016). Social network sites, friends, and celebrities: The roles of social comparison and celebrity involvement in adolescents' body image dissatisfaction. *Social Media + Society*, 2(3), 2056305116664216. <https://doi.org/10.1177/2056305116664216>
- Holte, A. J. ve Ferraro, F. R. (2020). Anxious, bored, and (maybe) missing out: Evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior*, 112, 106465. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106465>
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B. ve Layton, J. B. (2010). Social relationships and mortality risk: a meta-analytic review. *PLoS medicine*, 7(7), e1000316. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000316>
- Hopkins, K. D. ve Weeks, D. L. (1990). Tests for normality and measures of skewness and kurtosis: Their place in research reporting. *Educational and Psychological Measurement*, 50(4), 717-729. <https://doi.org/10.1177/0013164490504001>
- Horner, S. ve Swarbrooke, J. (2012). *Leisure marketing*. Routledge.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. ve Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>

- House, J. S., Landis, K. R. ve Umberson, D. (1988). Social relationships and health. *Science*, 241(4865), 540-545. <https://doi.org/10.1126/science.3399889>
- Huang, L.-Y., Hsieh, Y.-J. ve Wu, Y.-C. J. (2014). Gratifications and social network service usage: The mediating role of online experience. *Information & Management*, 51(6), 774-782. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.05.004>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C. ve Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Hurd, A., Anderson, D. M. ve Mainieri, T. (2021). *Kraus' recreation and leisure in modern society*. Jones & Bartlett Learning.
- Ibrahim, S. A. S., Dahlan, A., Pauzi, N. W. M. ve Vetrayan, J. (2022). Fear of Missing Out (FoMO) and its relation with Depression and Anxiety among University Students. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 7(20), 233-238. <https://doi.org/10.21834/ebpj.v7i20.3358>
- Iso-Ahola, S. E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. W. C. Brown Co. Publishers.
- Iso-Ahola, S. E. ve Mannell, R. C. (2004). Leisure and health. *Work and leisure* içinde (ss. 198-213). Routledge.
- Iwasaki, Y., Coyle, C. P. ve Shank, J. W. (2010). Leisure as a context for active living, recovery, health and life quality for persons with mental illness in a global context. *Health promotion international*, 25(4), 483-494. <https://doi.org/10.1093/heapro/daq037>
- İliş, A. ve Gülbahçe, A. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığı ile İletişim Becerileri Arasındaki Yordayıcı İlişkinin İncelenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, (78), 45-60.
- Jabeen, F., Tandon, A., Sithipolvanichgul, J., Srivastava, S. ve Dhir, A. (2023). Social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: The role of narcissism, comparison and disclosure. *Journal of Business Research*, 159, 113693. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113693>
- Jaradat, M.-I. R. M. ve Atyeh, A. J. (2017). Do personality traits play a role in social media addiction? Key considerations for successful optimized model to avoid social networking sites addiction: A developing country perspective. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 17(8), 120-131.
- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A. ve Paxton, S. J. (2021). Motivations for social media use: Associations with social media engagement and body satisfaction and well-being among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 50(12), 2279-2293. <https://doi.org/10.1007/s10964-020-01390-z>
- Jenkins, J. ve Pigram, J. (2005). *Outdoor recreation management*. Routledge.
- Jetten, J., Branscombe, N. R., Haslam, S. A., Haslam, C., Cruwys, T., Jones, J. M., ... Murphy, S. (2015). Having a lot of a good thing: Multiple important group memberships as a source of self-esteem. *PloS one*, 10(5), e0124609. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0131035>
- Jetten, J., Haslam, C. ve Alexander, S. H. (2012). *The social cure: Identity, health and well-being*. Psychology press. <https://doi.org/10.4324/9780203813195>
- Jiang, S. ve Ngien, A. (2020). The effects of Instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media + Society*, 6(2), 2056305120912488. <https://doi.org/10.1177/2056305120912488>
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems* (ss. 1027-1036). <https://doi.org/10.1145/1357054.1357213>

- Jöreskog, K. G. (1967). Some contributions to maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 32(4), 443-482. <https://doi.org/10.1007/BF02289658>
- Kaas, E. T. ve Artımaç, A. (2017). Free Time Management, Leisure Participation and Satisfaction in University Students. *Journal of Educational & Instructional Studies in the World*, 7(4), 20-29.
- Kabat-Zinn, J. (2009). *Wherever you go, there you are: Mindfulness meditation in everyday life*. Hachette Books.
- Kacker, P. ve Saurav, S. (2020). Correlation of missing out (FoMO), anxiety and aggression of young adults. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 8(5), 132-138. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v8.i5.2020.107>
- Kaiser, H. F. (1958). The varimax criterion for analytic rotation in factor analysis. *Psychometrika*, 23(3), 187-200. <https://doi.org/10.1007/BF02289233>
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Karadağ, A. ve Akçınar, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.
- Karagöz, Y., Kingir, S., Mesci, M. ve Akbaş, Z. (2010). Zamanın etkin kullanımını sağlayan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 97-108.
- Karahanna, E., Xu, S. X. ve Zhang, N. (2015). Psychological ownership motivation and use of social media. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 23(2), 185-207. <https://doi.org/10.1080/10696679.2015.1002336>
- Karaküçük, S. (2014). *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*. [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=3C2jBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=Karak%C3%BC%C3%A7%C3%BCK,+S.+\(2014\).+Rekreasyon:+Bo%C5%9F+Zamanlar%C4%B1+De%C4%9Ferlendirme.&ots=oI1_v7yt18&sig=ZB_aOSQPyAuPn9YWcMhRcgd_MVY&redir_esc=y#v=onepage&q=Karak%C3%BC%C3%A7%C3%BCK%2C%20S.%20\(2014\).%20Rekreasyon%3A%20Bo%C5%9F%20Zamanlar%C4%B1%20De%C4%9Ferlendirme.&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=3C2jBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=Karak%C3%BC%C3%A7%C3%BCK,+S.+(2014).+Rekreasyon:+Bo%C5%9F+Zamanlar%C4%B1+De%C4%9Ferlendirme.&ots=oI1_v7yt18&sig=ZB_aOSQPyAuPn9YWcMhRcgd_MVY&redir_esc=y#v=onepage&q=Karak%C3%BC%C3%A7%C3%BCK%2C%20S.%20(2014).%20Rekreasyon%3A%20Bo%C5%9F%20Zamanlar%C4%B1%20De%C4%9Ferlendirme.&f=false) adresinden erişildi.
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Akademik Yayıncılık (35. bs.). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kashdan, T. B., Rose, P. ve Fincham, F. D. (2004). Curiosity and exploration: Facilitating positive subjective experiences and personal growth opportunities. *Journal of personality assessment*, 82(3), 291-305. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8203_05
- Kaşıkcı, F. ve Peker, A. (2022). The Mediator Role of Resilience in the Relationship between Sensation-Seeking, Happiness and Subjective Vitality. *International Journal of Contemporary Educational Research*, 9(1), 115-129.
- Kaya, S. (2015). An Examination of university students' attitudes towards leisure activities. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 6(3), 46-60.
- Kılbaş, Ş. (2010). *Rekreasyon Boş Zamanı Değerlendirme*. Gazi Kitabevi.
- Killingsworth, M. A. ve Gilbert, D. T. (2010). A wandering mind is an unhappy mind. *Science*, 330(6006), 932. <https://doi.org/10.1126/science.1192439>
- Kim, S., Sung, J., Park, J. ve Dittmore, S. W. (2015). The relationship among leisure attitude, satisfaction, and psychological well-being for college students. *Journal of Physical Education and Sport*, 15(1), 70. <https://doi.org/10.7752/jpes.2015.01012>
- Kim, Y., Wang, Y. ve Oh, J. (2016). Digital media use and social engagement: How social media and smartphone use influence social activities of college students.

- Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(4), 264-269. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0408>
- Kirby, L. G., Rice, K. C. ve Valentino, R. J. (2000). Effects of corticotropin-releasing factor on neuronal activity in the serotonergic dorsal raphe nucleus. *Neuropsychopharmacology*, 22(2), 148-162. [https://doi.org/10.1016/S0893-133X\(99\)00093-7](https://doi.org/10.1016/S0893-133X(99)00093-7)
- Kjaer, T. W., Bertelsen, C., Piccini, P., Brooks, D., Alving, J. ve Lou, H. C. (2002). Increased dopamine tone during meditation-induced change of consciousness. *Cognitive Brain Research*, 13(2), 255-259. [https://doi.org/10.1016/S0926-6410\(01\)00106-9](https://doi.org/10.1016/S0926-6410(01)00106-9)
- Kline, R. B. (2011). Convergence of structural equation modeling and multilevel modeling. *The SAGE Handbook of Innovation in Social Research Methods* içinde . SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446268261>
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Kocaman Karoğlu, A. ve Atasoy, B. (2018). Sosyal medya kullanımı ile serbest zaman tatmini arasındaki ilişki. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 826-839. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.330525>
- Koç, H., Şimşir Gökalg, Z. ve Seki, T. (2023). The Relationships Between Self-Control and Distress Among the Emerging Adults: A Serial Mediating Roles of Fear of Missing Out and Social Media Addiction. *Emerging Adulthood*, 21676968231151776. <https://doi.org/10.1177/21676968231151776>
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T. ve Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: a hidden threat to users' life satisfaction? *Wirtschaftsinformatik Proceedings*, 92.
- Kreling, R., Meier, A. ve Reinecke, L. (2022). Feeling authentic on social media: Subjective authenticity across Instagram stories and posts. *Social Media + Society*, 8(1), 20563051221086236. <https://doi.org/10.1177/20563051221086236>
- Kushlev, K., Proulx, J. D. E. ve Dunn, E. W. (2017). Digitally connected, socially disconnected: The effects of relying on technology rather than other people. *Computers in Human Behavior*, 76, 68-74. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.001>
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health*, 8(9), 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (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/ijerph14030311>
- Kusumota, L., Diniz, M. A. A., Ribeiro, R. M., Silva, I. L. C. da, Figueira, A. L. G., Rodrigues, F. R. ve Rodrigues, R. A. P. (2022). Impact of digital social media on the perception of loneliness and social isolation in older adults. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 30. <https://doi.org/10.1590/1518-8345.5641.3526>
- Kühn, S. ve Gallinat, J. (2014). Brain structure and functional connectivity associated with pornography consumption: the brain on porn. *JAMA psychiatry*, 71(7), 827-834. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2014.93>
- Lakey, B. ve Cohen, S. (2000). Social support theory and measurement. *Social support measurement and intervention: A guide for health and social scientists* içinde (ss. 29-52). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/med:psych/9780195126709.003.0002>

- Latina, D. ve Bayram Özdemir, S. (2021). Ethnic harassment and self-harm among immigrant adolescents. *Psychology of Violence*, 11(2), 164-174. <https://doi.org/10.1037/vio0000371>
- Leary, M. R. ve Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in experimental social psychology* içinde (C. 32, ss. 1-62). Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(00\)80003-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9)
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A. ve Schreindorfer, L. S. (2013). Construct validity of the need to belong scale: Mapping the nomological network. *Journal of personality assessment*, 95(6), 610-624. <https://doi.org/10.1080/00223891.2013.819511>
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K. ve Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of personality and social psychology*, 68(3), 518-530. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.3.518>
- Lee, C. S. ve Ma, L. (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in human behavior*, 28(2), 331-339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.002>
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H. ve Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Lee, R. M. ve Robbins, S. B. (1998). The relationship between social connectedness and anxiety, self-esteem, and social identity. *Journal of Counseling Psychology*, 45(3), 338-345. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.45.3.338>
- Leung, L. (2008). Leisure boredom, sensation seeking, self-esteem, and addiction: Symptoms and patterns of cell phone use. *Mediated Interpersonal Communication* içinde (ss. 373-396). Routledge.
- Levenson, J. C., Shensa, A., Sidani, J. E., Colditz, J. B. ve Primack, B. A. (2016). The association between social media use and sleep disturbance among young adults. *Preventive medicine*, 85, 36-41. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2016.01.001>
- Lin, C. A. ve Atkin, D. J. (2020). Social Media and Leisure. *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, 1-5.
- Lin, C., Namdar, P., Griffiths, M. D. ve Pakpour, A. H. (2021). Mediated roles of generalized trust and perceived social support in the effects of problematic social media use on mental health: A cross-sectional study. *Health Expectations*, 24(1), 165-173. <https://doi.org/10.1111/hex.13169>
- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., ... Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among US young adults. *Depression and anxiety*, 33(4), 323-331. <https://doi.org/10.1002/da.22466>
- Liu, Q., Shao, Z. ve Fan, W. (2018). The impact of users' sense of belonging on social media habit formation: Empirical evidence from social networking and microblogging websites in China. *International Journal of Information Management*, 43, 209-223. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.005>
- Lu, L. ve Hu, C.-H. (2005). Personality, leisure experiences and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 6, 325-342. <https://doi.org/10.1007/s10902-005-8628-3>
- MacDonald, G. ve Leary, M. R. (2005). Why does social exclusion hurt? The relationship between social and physical pain. *Psychological Bulletin*, 131(2), 202-223. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.131.2.202>
- MacDonald, G., Saltzman, J. L. ve Leary, M. R. (2003). Social approval and trait self-esteem. *Journal of Research in Personality*, 37(2), 23-40. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00531-7](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00531-7)

- Macit, H. B., Macit, G. ve Güngör, O. (2018). A research on social media addiction and dopamine driven feedback. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 882-897. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.435845>
- Madjlesi, M. H., Zareei, A. ve Nikaeen, Z. (2017). Relationship between Leisure Time and Self-regulation and Goal Orientation among Professional Athletes: a new perspective for improving Athletes' Physical performance. *Biosciences Biotechnology Research Asia*, 14(2), 547-556. <http://doi.org/10.13005/bbra/2478>
- Mahmood, Q. K., Jafree, S. R. ve Sohail, M. M. (2022). Pakistani youth and social media addiction: the validation of bergen Facebook addiction scale (BFAS). *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(1), 581-594. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00391-0>
- Malouf, K. E., Buckles, T., Nelson, M., Pritchard, M. ve Schoenherr, H. (2022). Does Meeting Belongingness Needs Through Social Media Impact One's Fear of Missing Out and Self-Esteem? *Psi Beta Journal of Student Research*, 2(1), 23-38. <https://doi.org/10.54581/XODO5493>
- Manago, A. M., Taylor, T. ve Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 friends: the anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology*, 48(2), 369-380. <https://doi.org/10.1037/a0026338>
- Maner, J. K., DeWall, C. N., Baumeister, R. F. ve Schaller, M. (2007). Does social exclusion motivate interpersonal reconnection? Resolving the "porcupine problem". *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(1), 42-55.
- Mannell, R. C., Zuzanek, J. ve Larson, R. (1988). Leisure states and "flow" experiences: Testing perceived freedom and intrinsic motivation hypotheses. *Journal of Leisure research*, 20(4), 289-304.
- Markus, H. R. ve Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224-253. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.98.2.224>
- Marsh, H. W., Hau, K.-T., Artelt, C., Baumert, J. ve Peschar, J. L. (2006). OECD's brief self-report measure of educational psychology's most useful affective constructs: Cross-cultural, psychometric comparisons across 25 countries. *International Journal of Testing*, 6(4), 311-360. https://doi.org/10.1207/s15327574ijt0604_1
- Martin, W. S. ve Myrick, F. L. (1976). Personality and leisure time activities. *Research Quarterly. American Alliance for Health, Physical Education and Recreation*, 47(2), 246-253. <https://doi.org/10.1080/10671315.1976.10615368>
- Mather, M. ve Lighthall, N. R. (2012). Risk and reward are processed differently in decisions made under stress. *Current Directions in Psychological Science*, 21(1), 36-41. <https://doi.org/10.1177/0963721411429452>
- Maydeu-Olivares, A. (2017). Maximum likelihood estimation of structural equation models for continuous data: Standard errors and goodness of fit. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 24(3), 383-394. <https://doi.org/10.1080/10705511.2016.1269606>
- McAndrew, C. J. (2018). Social media and negative aspects of well-being: Does FOMO play a role? *Bridges: A Journal of Student Research*, 12(12), 3.
- McCrae, R. R. ve Costa Jr, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52(5), 509-516. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.5.509>
- McCrae, R. R. ve Costa Jr, P. T. (2008). The five-factor theory of personality. *Handbook of Personality: Theory and Research* içinde (ss. 159-181). The Guilford Press.

- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of missing out: Practical decision-making in a world of overwhelming choice*. Sourcebooks, Inc.
- McLeod, S. (2007). *Maslow's hierarchy of needs. Simply Psychology*.
- Meier, A. ve Johnson, B. K. (2022). Social comparison and envy on social media: A critical review. *Current Opinion in Psychology*, 101302. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101302>
- Meshi, D., Morawetz, C. ve Heekeren, H. R. (2013). Nucleus accumbens response to gains in reputation for the self relative to gains for others predicts social media use. *Frontiers in Human Neuroscience*, 439. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2013.00439>
- Meshi, D., Tamir, D. I. ve Heekeren, H. R. (2015). The emerging neuroscience of social media. *Trends in cognitive sciences*, 19(12), 771-782. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.09.004>
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N. ve Koestner, R. (2018). Fear of missing out: prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725-737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Misra, R. ve McKean, M. (2000). College students' academic stress and its relation to their anxiety, time management, and leisure satisfaction. *American journal of Health studies*, 16(1), 41.
- Moore, K. ve Craciun, G. (2021). Fear of missing out and personality as predictors of social networking sites usage: The Instagram case. *Psychological Reports*, 124(4), 1761-1787. <https://doi.org/10.1177/0033294120936184>
- Mölder, B., Arstila, V. ve Øhrstrøm, P. (2016). *Philosophy and psychology of time*. Springer.
- Mundy, J. ve Odum, L. (1979). *Leisure education: Theory and practice*. John Wiley & Sons, Inc.
- Mussweiler, T. (2003). Comparison processes in social judgment: mechanisms and consequences. *Psychological review*, 110(3), 472-489. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.110.3.472>
- Mussweiler, T. ve Bodenhausen, G. V. (2002). I know you are, but what am I? Self-evaluative consequences of judging in-group and out-group members. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 19-32. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.1.19>
- Mussweiler, T., Gabriel, S. ve Bodenhausen, G. V. (2000). Shifting social identities as a strategy for deflecting threatening social comparisons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(3), 398-409. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.3.398>
- Nadkarni, A. ve Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243-249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Nair, N. B., Keerthana, S., Abraham, J. M., Symon, A. T. ve John, J. M. (2022). Exploring the Relationship between FoMO and Big Five Personality Traits among Emerging Adults. *International Journal of Engineering Technology and Management Sciences*, 6(5), 445-449. <https://doi.org/10.46647/ijetms.2022.v06i05.069>
- Nettle, D. (2006). The evolution of personality variation in humans and other animals. *American Psychologist*, 61(6), 622-631.
- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric theory 3E*. Tata McGraw-hill education.
- Ocklenburg, S. (2021, 13 Haziran). FOMO and Social Media: A new study links social media use to FOMO. *Psychology Today*. 12 Mayıs 2023 tarihinde <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-asymmetric-brain/202106/fomo-and-social-media> adresinden erişildi.

- O'Connell, C. (2020). How FOMO (Fear of Missing Out), the Smartphone, and Social Media May Be Affecting University Students in the Middle East. *North American Journal of Psychology*, 22(1), 83-102.
- Odacı, H. ve Çelik, Ç. B. (2013). Who are problematic internet users? An investigation of the correlations between problematic internet use and shyness, loneliness, narcissism, aggression and self-perception. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2382-2387. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.026>
- O'Day, E. B. ve Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100070. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070>
- Oishi, S. (2010). The psychology of residential mobility: Implications for the self, social relationships, and well-being. *Perspectives on psychological science*, 5(1), 5-21. <https://doi.org/10.1177/1745691609356781>
- Olsson, U. (1979). Maximum likelihood estimation of the polychoric correlation coefficient. *Psychometrika*, 44(4), 443-460. <https://doi.org/10.1007/BF02296207>
- Özgüven, N. ve Mucan, B. (2013). The relationship between personality traits and social media use. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 41(3), 517-528. <https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.3.517>
- Özşaker, M., Dorak, R. F., Vurgun, N. ve Uludağ, S. (2016). Serbest Zaman Tutum Kapsamında Problemlı İnternet Kullanımı ve Yalnızlık: Rekreatif Aktivitelere Katılım Açısından Bir Değerlendirme. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education (IJTASE)*, 5(3).
- Page, S. J. ve Connell, J. (2010). *Leisure: an introduction*. Pearson.
- Park, N., Kee, K. F. ve Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(6), 729-733. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0003>
- Pawar, T. ve Shah, J. (2019). The Relationship Between Social Media Addiction, SelfEsteem, Sensation Seeking and Boredom among College students. *Indian Journal of Mental Health*, 6(4), 1-7.
- Pelling, E. L. ve White, K. M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking web sites. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(6), 755-759. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0109>
- Penedo, F. J. ve Dahn, J. R. (2005). Exercise and well-being: a review of mental and physical health benefits associated with physical activity. *Current opinion in psychiatry*, 18(2), 189-193.
- Pereira, S. M. C. ve Leslie, G. (2009). Hypothesis testing. *Australian Critical Care*, 22(4), 187-191. <https://doi.org/10.1016/j.aucc.2009.08.003>
- Pilcher, J. J., Ginter, D. R. ve Sadowsky, B. (1997). Sleep quality versus sleep quantity: relationships between sleep and measures of health, well-being and sleepiness in college students. *Journal of psychosomatic research*, 42(6), 583-596. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(97\)00004-4](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(97)00004-4)
- Pizam, A., Reichel, A. ve Uriely, N. (2001). Sensation seeking and tourist behavior. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9(3-4), 17-33. https://doi.org/10.1300/J150v09n03_03
- Porter, H., Iwasaki, Y. ve Shank, J. (2010). Conceptualizing meaning-making through leisure experiences. *Loisir Et Société/Society and Leisure*, 33(2), 167-194. <https://doi.org/10.1080/07053436.2010.10707808>
- Poser, S. (2011). *Leisure time and technology*. Institut für Europäische Geschichte.

- Pressman, S. D. ve Cohen, S. (2005). Does positive affect influence health? *Psychological Bulletin*, 131(6), 925-971. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.131.6.925>
- Pressman, S. D., Matthews, K. A., Cohen, S., Martire, L. M., Scheier, M., Baum, A. ve Schulz, R. (2009). Association of enjoyable leisure activities with psychological and physical well-being. *Psychosomatic Medicine*, 71(7), 725-732. <https://doi.org/10.1097%2FPSY.0b013e3181ad7978>
- Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B. ve James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults. *Computers in human behavior*, 69, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., yi Lin, L., Rosen, D., ... Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American journal of preventive medicine*, 53(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Przybylski, A. K. ve Weinstein, N. (2013). Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(3), 237-246. <https://doi.org/10.1177/0265407512453827>
- Qualter, P., Vanhalst, J., Harris, R., Van Roekel, E., Lodder, G., Bangee, M., ... Verhagen, M. (2015). Loneliness across the life span. *Perspectives on Psychological Science*, 10(2), 250-264. <https://doi.org/10.1177/1745691615568999>
- Rachubińska, K., Cybulska, A. M. ve Grochans, E. (2021). The relationship between loneliness, depression, internet and social media addiction among young Polish women. *Eur Rev Med Pharmacol Sci*, 25(4), 1982-1989. https://doi.org/10.26355/eurrev_202102_25099
- Radley, J. J., Rocher, A. B., Miller, M., Janssen, W. G. M., Liston, C., Hof, P. R., ... Morrison, J. H. (2006). Repeated stress induces dendritic spine loss in the rat medial prefrontal cortex. *Cerebral cortex*, 16(3), 313-320. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhi104>
- Ragheb, M. G. ve Beard, J. G. (1982). Measuring leisure attitude. *Journal of Leisure Research*, 14(2), 155-167. <https://doi.org/10.1080/00222216.1982.11969512>
- Ragheb, M. G. ve Tate, R. L. (1993). A behavioural model of leisure participation, based on leisure attitude, motivation and satisfaction. *Leisure studies*, 12(1), 61-70. <https://doi.org/10.1080/02614369300390051>
- Reer, F., Tang, W. Y. ve Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486-1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Reinecke, L. ve Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 30, 95-102. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.030>

- Reis, H. T., Sheldon, K. M., Gable, S. L., Roscoe, J. ve Ryan, R. M. (2000). Daily well-being: The role of autonomy, competence, and relatedness. *Personality and social psychology bulletin*, 26(4), 419-435. <https://doi.org/10.1177/0146167200266002>
- Renninger, K. A., Hidi, S., Krapp, A. ve Renninger, A. (2014). *The role of interest in learning and development*. Psychology Press.
- Rifkin, J., Cindy, C. ve Kahn, B. (2015). FoMO: How the fear of missing out leads to missing out. *Association for Consumer Research*, 244-248.
- Risch, N., Herrell, R., Lehner, T., Liang, K.-Y., Eaves, L., Hoh, J., ... Merikangas, K. R. (2009). Interaction between the serotonin transporter gene (5-HTTLPR), stressful life events, and risk of depression: a meta-analysis. *Jama*, 301(23), 2462-2471. <https://doi.org/10.1001/jama.2009.878>
- 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://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Roberts, K. (2010). Sociology of leisure. *sociopedia.isa*, 1-13.
- Rojek, C., Shaw, S. ve Veal, A. (2006). *A handbook of leisure studies*. Springer.
- Rona, M. S. ve Erol, A. E. (2020). Investigation of Leisure Time Attitude of University Students According to Some Parameters (Example of Northern Cyprus). *Asian Journal of Education and Training*, 6(3), 479-484.
- Rosenthal-von der Pütten, A. M., Hastall, M. R., Köcher, S., Meske, C., Heinrich, T., Labrenz, F. ve Ocklenburg, S. (2019). "Likes" as social rewards: Their role in online social comparison and decisions to like other People's selfies. *Computers in Human Behavior*, 92, 76-86. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.017>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D. ve Montag, C. (2021). Individual differences in Fear of Missing Out (FoMO): Age, gender, and the Big Five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171, 110546. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110546>
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J. ve Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148. <https://doi.org/10.1556/jba.3.2014.016>
- Samuel, N. (1996). Technology invades leisure. *World Leisure & Recreation*, 38(3), 12-18. <https://doi.org/10.1080/10261133.1996.9674019>
- Sarıbay, B. ve Durgun, G. (2019). Dokunmatik toplumların fobileri: Netlessfobi, nomofobi ve fomo kavramları üzerine bir içerik analizi çalışması. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15, 280-294.
- Savin, N. E. (1984). Multiple hypothesis testing. *Handbook of econometrics*, 2, 827-879. [https://doi.org/10.1016/S1573-4412\(84\)02006-7](https://doi.org/10.1016/S1573-4412(84)02006-7)
- Schachter, S. ve Singer, J. (1962). Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review*, 69(5), 379-399. <https://doi.org/10.1037/h0046234>
- Schmerler, J. (2015, 1 Eylül). Why Is Blue Light before Bedtime Bad for Sleep? *Scientific American*. 23 Mayıs 2023 tarihinde <https://www.scientificamerican.com/article/q-a-why-is-blue-light-before-bedtime-bad-for-sleep/> adresinden erişildi.
- Schwabe, L., Höffken, O., Tegenthoff, M. ve Wolf, O. T. (2011). Preventing the stress-induced shift from goal-directed to habit action with a β -adrenergic antagonist.

- Sciara, S., Contu, F., Bianchini, M., Chiochi, M. ve Sonnewald, G. G. (2021). Going public on social media: The effects of thousands of Instagram followers on users with a high need for social approval. *Current Psychology*, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02172-x>
- Scott, H., Gardani, M., Biello, S. ve Woods, H. C. (2018). *Social media use, fear of missing out and sleep outcomes in adolescence*.
- Sedek, S. S. S. (2021). Innovative solutions for awareness campaign of social media addiction and its consequences. *International Design Journal*, 11(2), 131-156. <https://doi.org/10.21608/idj.2021.152344>
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N. ve Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: empirical validation of interventions. *American Psychologist*, 60(5), 410-421. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.5.410>
- Senn, S. (2001). Two cheers for P-values? *Journal of Epidemiology and Biostatistics*, 6(2), 193-204.
- Serdar, E., Demirel, M., Demirel, D. H. ve Kaya, A. (2022). The Relationship between Leisure Attitude and Smartphone Addiction: Example of Sports Science Students. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 21(1), 180-186.
- Serdar, E., Demirel, M. ve Harmandar Demirel, D. (2022). The Relationship between the Leisure Boredom, Leisure Satisfaction, and Smartphone Addiction: A Study on University Students. *International Journal of Technology in Education*, 5(1), 30-42.
- 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. <https://doi.org/10.1007/s41347-019-00110-0>
- Shakya, H. B. ve Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: A longitudinal study. *American journal of epidemiology*, 185(3), 203-211. <https://doi.org/10.1093/aje/kww189>
- Shaw, S. M. (1985). The meaning of leisure in everyday life. *Leisure Sciences*, 7(1), 1-24. <https://doi.org/10.1080/01490408509512105>
- Sheldon, K. M., Abad, N. ve Hinsch, C. (2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: disconnection drives use, and connection rewards it. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 766-775.
- Sheldon, P. ve Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Sidani, J. E., Bowman, N. D., Marshal, M. P. ve Primack, B. A. (2017). Problematic social media use and depressive symptoms among US young adults: A nationally-representative study. *Social science & medicine*, 182, 150-157. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2017.03.061>
- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M. ve Dapretto, M. (2016). The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological science*, 27(7), 1027-1035. <https://doi.org/10.1177/0956797616645673>
- Shifron, R. (2010). Adler's Need to Belong as the Key for Mental Health. *Journal of Individual Psychology*, 66(1), 10-29.

- Shinn, M., Lehmann, S. ve Wong, N. W. (1984). Social interaction and social support. *Journal of social issues*, 40(4), 55-76. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1984.tb01107.x>
- Shodiq, F., Kosasih, E. ve Maslihah, S. (2020). Need To Belong Dan Of Missing Out Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Psikologi Insight*, 4(1), 53-62.
- Silvia, P. J. (2008). Interest—The curious emotion. *Current directions in psychological science*, 17(1), 57-60. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.00548.x>
- Smith, D., Leonis, T. ve Anandavalli, S. (2021). Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being. *Australian Journal of Psychology*, 73(1), 12-23. <https://doi.org/10.1080/00049530.2021.1898914>
- Smith, H., Gnanadesikan, R. ve Hughes, J. B. (1962). Multivariate analysis of variance (MANOVA). *Biometrics*, 18(1), 22-41. <https://doi.org/10.2307/2527708>
- Sonnentag, S. ve Fritz, C. (2015). Recovery from job stress: The stressor-detachment model as an integrative framework. *Journal of organizational behavior*, 36(S1), S72-S103. <https://doi.org/10.1002/job.1924>
- Sowislo, J. F. ve Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological bulletin*, 139(1), 213. <https://doi.org/10.1037/a0028931>
- Spracklen, K. (2015). *Digital leisure, the internet and popular culture: Communities and identities in a digital age*. Springer.
- Stănculescu, E. (2022). The Bergen social media addiction scale validity in a Romanian sample using item response theory and network analysis. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-18. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00732-7>
- Stănculescu, E. ve Griffiths, M. D. (2022). Social media addiction profiles and their antecedents using latent profile analysis: The contribution of social anxiety, gender, and age. *Telematics and Informatics*, 74, 101879. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101879>
- Standage, M., Gillison, F. B., Ntoumanis, N. ve Treasure, D. C. (2012). Predicting students' physical activity and health-related well-being: A prospective cross-domain investigation of motivation across school physical education and exercise settings. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 34(1), 37-60. <https://doi.org/10.1123/jsep.34.1.37>
- Stebbins, R. A. (2017). *Leisure's legacy: Leisure studies in a global era*. Palgrave Macmillan.
- Stebbins, R. A. (2013). Leisure, happiness and positive lifestyle. *Contemporary perspectives in leisure* içinde (ss. 50-60). Routledge.
- Stebbins, R. A. (2020). *The serious leisure perspective: A synthesis*. Springer Nature.
- Steers, M. N., Wickham, R. E. ve Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731. <https://doi.org/10.1521/jscp.2014.33.8.701>
- Steinfeld, C., Ellison, N. B. ve Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of applied developmental psychology*, 29(6), 434-445. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.002>
- Stenseng, F., Belsky, J., Skalicka, V. ve Wichstrøm, L. (2014). Preschool social exclusion, aggression, and cooperation: A longitudinal evaluation of the need-to-

- belong and the social-reconnection hypotheses. *Personality and social psychology bulletin*, 40(12), 1637-1647. <https://doi.org/10.1177/0146167214554591>
- Stevens, J. P. (2012). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. Routledge.
- Student. (1908). The probable error of a mean. *Biometrika*, 6(1), 1-25. <https://doi.org/10.1093/biomet/6.1.1>
- Suls, J., Martin, R. ve Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Current directions in psychological science*, 11(5), 159-163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00191>
- Sultan, A. J. (2021). Fear of missing out and self-disclosure on social media: the paradox of tie strength and social media addiction among young users. *Young Consumers*, 22(4), 555-577. <https://doi.org/10.1108/YC-10-2020-1233>
- Świątek, A. H., Szcześniak, M. ve Bielecka, G. (2021). Trait anxiety and social media fatigue: Fear of missing out as a mediator. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 1499.
- Şahin, C. ve Kumcağız, H. (2017). Narsisizm ve benlik saygısının sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcı rolü. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 8(30), 2136-2155.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (Fifth Edition.). Boston, MA: Pearson .
- Tähkämö, L., Partonen, T. ve Pesonen, A.-K. (2019). Systematic review of light exposure impact on human circadian rhythm. *Chronobiology international*, 36(2), 151-170. <https://doi.org/10.1080/07420528.2018.1527773>
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P. ve Mäntymäki, M. (2021). Dark consequences of social media-induced fear of missing out (FoMO): Social media stalking, comparisons, and fatigue. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120931. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120931>
- Tanhan, F., Özok, H. İ. ve Tayiz, V. (2022). Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO): Güncel Bir Derleme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(1), 74-85. <https://doi.org/10.18863/pgy.942431>
- Teixeira, A. ve Freire, T. (2013). The Leisure Attitude Scale: psychometrics properties of a short version for adolescents and young adults. *Leisure/Loisir*, 37(1), 57-67. <https://doi.org/10.1080/14927713.2013.776748>
- Teo, A. R., Choi, H. ve Valenstein, M. (2013). Social relationships and depression: ten-year follow-up from a nationally representative study. *PloS one*, 8(4), e62396. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0062396>
- Tomczyk, Ł. ve Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina—Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541-549. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.03.048>
- Torkildsen, G. (2012). *Leisure and Recreation Management*. Routledge.
- Tsai, C., Huang, C. ve Wu, M. (2014). The relevant study of leisure motivation, leisure attitude and health promotion lifestyle of elderly people in Taiwan. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(8), 2423-2426. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1094118>
- Turel, O. (2019). Potential 'dark sides' of leisure technology use in youth. *Communications of the ACM*, 62(3), 24-27. <https://doi.org/10.1145/3306615>
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L. ve Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among US adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3-17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>

- Uchino, B. N. (2004). *Social support and physical health: Understanding the health consequences of relationships*. Yale University Press.
- Urista, M. A., Dong, Q. ve Day, K. D. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication, 12*(2), 215-229.
- Uyaroğlu, A. K., Ergin, E., Tosun, A. S. ve Erdem, Ö. (2022). A cross-sectional study of social media addiction and social and emotional loneliness in university students in Turkey. *Perspectives in Psychiatric Care, 58*(4), 2263-2271. <https://doi.org/10.1111/ppc.13056>
- Valenzuela, S., Park, N. ve Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of computer-mediated communication, 14*(4), 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Valkenburg, P. M., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I. ve Keijsers, L. (2022). Social media browsing and adolescent well-being: Challenging the "Passive Social Media Use Hypothesis". *Journal of Computer-Mediated Communication, 27*(1), zmab015. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab015>
- Valkenburg, P. M., Peter, J. ve Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior, 9*(5), 584-590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Vallerand, R. J. (1997). Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation. *Advances in experimental social psychology* içinde (C. 29, ss. 271-360). Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60019-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60019-2)
- Van Zomeren, M., Postmes, T. ve Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: a quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin, 134*(4), 504-535. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.4.504>
- Varchetta, M., Frascetti, A., Mari, E. ve Giannini, A. M. (2020). Social Media Addiction, Fear of Missing Out (FoMO) and Online Vulnerability in university students. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 14*(1), e1187. <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>
- Veal, A. J. (2004). A brief history of work and its relationship to leisure. *Work and leisure* içinde (ss. 29-47). Routledge.
- Velicer, W. F. (1976). Determining the number of components from the matrix of partial correlations. *Psychometrika, 41*, 321-327. <https://doi.org/10.1007/BF02293557>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K. ve Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences, 86*, 249-256. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. ve Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture, 3*(4), 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Walther, J. B., Slovacek, C. L. ve Tidwell, L. C. (2001). Is a picture worth a thousand words? Photographic images in long-term and short-term computer-mediated communication. *Communication research, 28*(1), 105-134. <https://doi.org/10.1177/009365001028001004>
- Wang, D., Zhu, L., Maguire, P., Liu, Y., Pang, K., Li, Z. ve Hu, Y. (2016). The influence of social comparison and peer group size on risky decision-making. *Frontiers in Psychology, 7*, 1232. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01232>

- Wang, J.-L., Wang, H.-Z., Gaskin, J. ve Wang, L.-H. (2015). The role of stress and motivation in problematic smartphone use among college students. *Computers in Human Behavior*, 53, 181-188. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.005>
- Wang, P., Xie, X., Wang, X., Wang, X., Zhao, F., Chu, X., ... Lei, L. (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. *Personality and Individual Differences*, 128, 133-138. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.035>
- Wang, S. (2021). *Investigating Consumer's Fear Of Missing Out And Social Media Fatigue: An Extended Literature Review*. (Doctoral Thesis). Auckland University of Technology.
- Wang, W. (2019). Exploring the relationship among free-time management, leisure boredom, and internet addiction in undergraduates in Taiwan. *Psychological reports*, 122(5), 1651-1665. <https://doi.org/10.1177/0033294118789034>
- Wang, Z., Tchernev, J. M. ve Solloway, T. (2012). A dynamic longitudinal examination of social media use, needs, and gratifications among college students. *Computers in human behavior*, 28(5), 1829-1839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.001>
- Weaver, J. L. ve Swank, J. M. (2021). An Examination of College Students' Social Media Use, Fear of Missing Out, and Mindful Attention. *Journal of College Counseling*, 24(2), 132-145. <https://doi.org/10.1002/jocc.12181>
- Wegmann, E., Stodt, B. ve Brand, M. (2015). Addictive use of social networking sites can be explained by the interaction of Internet use expectancies, Internet literacy, and psychopathological symptoms. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(3), 155-162. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.021>
- Weinfurt, K. P. (1995). Multivariate analysis of variance. *Reading and understanding multivariate statistics* içinde (ss. 245-276). American Psychological Association.
- Weiss, R. S. ve Rubin, Z. (1974). Doing unto others. *The provisions of social relationships* içinde (ss. 17-26). Prentice Hall Hoboken.
- Welch, B. L. (1947). The generalization of 'STUDENT'S' problem when several different population variances are involved. *Biometrika*, 34(1-2), 28-35. <https://doi.org/10.1093/biomet/34.1-2.28>
- Weybright, E. H., Caldwell, L. L., Ram, N., Smith, E. A. ve Wegner, L. (2015). Boredom prone or nothing to do? Distinguishing between state and trait leisure boredom and its association with substance use in South African adolescents. *Leisure Sciences*, 37(4), 311-331. <https://doi.org/10.1080/01490400.2015.1014530>
- 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. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wiesner, L. (2017). *Fighting FoMO: A study on implications for solving the phenomenon of the fear of missing out*. (Master Thesis). University of Twente.
- Wijndaele, K., Matton, L., Duvigneaud, N., Lefevre, J., De Bourdeaudhuij, I., Duquet, W., ... Philippaerts, R. M. (2007). Association between leisure time physical activity and stress, social support and coping: A cluster-analytical approach. *Psychology of Sport and Exercise*, 8(4), 425-440. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2006.08.001>
- Williams, K. D. (2007). Ostracism. *Annual Review of Psychology*, 58, 425-452. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.58.110405.085641>
- Williams, K. D. ve Nida, S. A. (2011). Ostracism: Consequences and coping. *Current Directions in Psychological Science*, 20(2), 71-75. <https://doi.org/10.1177/0963721411402480>

- Winniffrith, T. ve Barrett, C. (2016). *Philosophy Of Leisure*. Springer.
- Wise, R. A. (2004). Dopamine, learning and motivation. *Nature reviews neuroscience*, 5(6), 483-494. <https://doi.org/10.1038/nrn1406>
- Wolfers, L. N. ve Utz, S. (2022). Social media use, stress, and coping. *Current Opinion in Psychology*, 101305. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101305>
- Wu, Y., Sun, J., Fan, F., Wang, X. ve Peng, Y. (2021). The influence of motivation, attitudes and obstacles for middle school students' participation in leisure activities on their leisure satisfaction in Southwest China. *Frontiers in Psychology*, 5622. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.758858>
- Xie, H., Weybright, E. H., Caldwell, L. L., Wegner, L. ve Smith, E. A. (2020). Parenting practice, leisure experience, and substance use among South African adolescents. *Journal of Leisure Research*, 51(1), 36-55. <https://doi.org/10.1080/00222216.2019.1620144>
- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J. ve Lei, L. (2021). Social networking sites addiction and FoMO: The mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Current Psychology*, 40(8), 3879-3887. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00344-4>
- Yin, Y., Cai, X., Ouyang, M., Li, S., Li, X. ve Wang, P. (2023). FoMO and the brain: Loneliness and problematic social networking site use mediate the association between the topology of the resting-state EEG brain network and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 141, 107624. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107624>
- Yusra, A. M. ve Napitupulu, L. (2022). Hubungan Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa. *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)*, 2(2), 73-80. <https://doi.org/10.25299/jicop.v2i2.8718>
- Zachos, G., Paraskevopoulou-Kollia, E.-A. ve Anagnostopoulos, I. (2018). Social media use in higher education: A review. *Education Sciences*, 8(4), 194. <https://doi.org/10.3390/educsci8040194>
- Zeigler-Hill, V. ve Dehaghi, A. M. B. (2023). Narcissism and psychological needs for social status, power, and belonging. *Personality and Individual Differences*, 210, 112231. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2023.112231>
- 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. <https://doi.org/10.3724/SP.J.1041.2021.00273>
- Zhao, S., Grasmuck, S. ve Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in human behavior*, 24(5), 1816-1836. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012>
- Zıvıdır, P. ve Karakul, A. (2023). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri ve FoMO İlişkisi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 11(1), 1054-1067. <https://doi.org/10.33715/inonusaglik.1168528>
- Zuckerman, M. (1971). Dimensions of sensation seeking. *Journal of consulting and clinical psychology*, 36(1), 45. <https://doi.org/10.1037/h0030478>
- Zuckerman, M. (1979). Sensation seeking and risk taking. *Emotions in personality and psychopathology* içinde (ss. 161-197). Springer.
- Zuckerman, M. (1983). Sensation seeking and sports. *Personality and Individual Differences*, 4(3), 285-292. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(83\)90150-2](https://doi.org/10.1016/0191-8869(83)90150-2)
- Zuzanek, J. (2020). *Time, leisure and well-being*. Routledge.
- Zywica, J. ve Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of

popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 1-34. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x>

