

# Olup Biteni Kaçırma Keyfi (JOMO) Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması\*

## Validity and Reliability Study of Adapting the Joy of Missing Out (JoMO) Scale into Turkish

İD Zümrül GÜLTEKİN†

İD Gökben BAYRAMOĞLU‡

İD Fırat GÜLTEKİN§

Makale Geliş Tarihi / Received : 03.04.2024

Makale Kabul Tarihi / Accepted : 30.06.2024

Araştırma Makalesi  
Research Article

### Öz

Bu çalışmanın amacı Barry vd. (2023) tarafından geliştirilmiş 13 ifade ve 3 boyuttan oluşan olup biteni kaçırma keyfi (JoMO) ölçeğini Türkçeye uyarlamaktır. Bu amaç doğrultusunda veriler önlisans öğrencilerinden oluşan dört ayrı gruptan elde edilmiştir. İlk olarak 33 katılımcı ile pilot çalışma, ikinci gruptan (n=179) elde edilen verilerle Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), üçüncü gruptan (n=162) elde edilen verilerle Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ve dördüncü gruptan (n=112) elde edilen verilerle ölçüt geçerliliği yapılmıştır. Güvenirlik analizleri için Cronbach Alfa (CA) ve birleşik güvenirlik (CR) değerleri incelenmiştir. Yapı geçerliliğinin tespiti için yapılan AFA analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,885 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğe ilişkin DFA uyum iyiliği değerleri ise  $\chi^2/df=1,739$ , RMSEA=0,068, GFI=0,92, TLI=0,97, CFI=0,97, NFI=0,94 şeklinde hesaplanmıştır. Birleşim ve ayırım geçerlilikleri için AVE, CR ve  $\sqrt{AVE}$  değerleri hesaplanmıştır. Ölçüt geçerliliği için ise öznel zindelik ve yaşam tatmini ile ilişkisine bakılmış ve pozitif yönde ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenirlik analizi sonucunda CA değerlerinin 0,70 üzerinde, CR değerlerinin ise 0,80 üzerinde olduğu görülmüştür. Analizler sonucunda ölçekten 1 ifade çıkarılmış, ölçeğin 12 ifade ve 3 boyutlu olarak Türk kültürüne uygun bir ölçek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Olup Biteni Kaçırma Keyfi, JoMO, Geçerlilik, Güvenirlik

### Abstract

The purpose of this study is to adapt the Joy of Missing Out (JoMO) scale, which consists of 13 items and 3 dimensions developed by Barry et al. (2023), into Turkish. For this aim, data were collected from associate degree students across four distinct groups. Initially, a pilot study was conducted with 33 participants, followed by Exploratory Factor Analysis (EFA) with data obtained from the second group (n=179), Confirmatory Factor Analysis (CFA) with data from the third group (n=162), and criterion validity assessments with data from the fourth group (n=112). For reliability analyses, Cronbach's Alpha (CA) and composite reliability (CR) values were examined. As a result of the EFA analysis conducted to determine the construct validity, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) value was determined as 0.885. CFA goodness of fit values for the scale were calculated as  $\chi^2/df=1,739$ , RMSEA=0,068, GFI=0,92, TLI=0,97, CFI=0,97, NFI=0,94. AVE, CR and  $\sqrt{AVE}$  values were calculated for convergent and discriminant validity. For criterion validity, the relationship between subjective vitality and life satisfaction was examined and it was determined that there were positive relationships. As a result of the reliability analysis of the scale, it was seen that CA values were above 0.70 and CR values were above 0.80. As a result of the analyses, one item was removed from the scale, and it was concluded that the scale, now comprising 12 items and 3 dimensions, is suitable for the Turkish culture.

**Keywords:** Joy of Missing Out, JoMO, Validity, Reliability

\*Bu çalışmayı yapabilmek için Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 29.12.2023 tarihli 2023-1047 sayılı kararla onay alınmıştır.

†Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Alaçam Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Alparslan Mahallesi Bafra Caddesi No:127 55800 Alaçam/Samsun - Türkiye, [zumral.gultekin@omu.edu.tr](mailto:zumral.gultekin@omu.edu.tr)

‡Doç. Dr., Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, [gokbenbayramoglu@hitit.edu.tr](mailto:gokbenbayramoglu@hitit.edu.tr)

§Öğr. Gör. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Alaçam Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, [firat.gultekin@omu.edu.tr](mailto:firat.gultekin@omu.edu.tr)

E-ISSN: 2651-4036 / © 2017-2024 Journal of Management and Labour. This is an open access article.

**Önerilen Atf Biçimi / Recommended Citation:** Gültekin, Z.; Bayramoğlu, G.; Gültekin, F. (2024). Olup Biteni Kaçırma Keyfi (JOMO) Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Yönetim ve Çalışma Dergisi*. 8 (1), 49-76.

## Extended Abstract

### Conceptual Framework

Especially smartphones greatly facilitate individuals' needs to stay connected and be part of social networks. The vast opportunities provided by communication without geographical and physical boundaries have intertwined offline and online lives. This situation has radically transformed not only the ways in which human connections are formed and developed but also the meanings of these connections (Rautela and Sharma, 2022). The power of new media tools on relationships causes people to feel confused and anxious (Baym, 2015). With such easy virtual access to others and their activities is known to lead to many potential problems, such as negative comparisons, body image concerns, Fear of Missing Out (FoMO), or getting caught up in distractions in daily activities. (Barry et al., 2023). FoMO expresses the strong concern that others are having great experiences in an environment where the individual is not present, leading to a constant desire to stay connected with what others are doing (Eitan and Gazit, 2023). Of course, not everyone is sensitive to FoMO in the same way. Some individuals may even define loneliness, being detached and independent from others as a positive experience. This is defined as Joy of Missing Out (JoMO) (Barry et al., 2023). JoMO (Joy of Missing Out) is a concept developed in response to the pressure of staying constantly connected and actively using social media in today's digital age. As the antithesis of FoMO (Fear of Missing Out), JoMO means taking pleasure in avoiding certain activities, doing a digital detox, and increasing inner peace. JoMO represents the enjoyment of independence, inaccessibility, and returning to oneself by preventing the information bombardment created by smartphones and digital technologies. This concept emphasizes the importance of consciously staying away from certain activities and taking pleasure in this state instead of feeling anxious or stressed (Aitamurto et al., 2021; Price, 2021). The term JoMO was first used by blogger Anil Dash in 2012 to describe his preference to bathe his son rather than do anything else after having a baby. The concept of JoMO mentioned on Dash's website was later used in Jenna Wortham's New York Times article in 2013. The term gained popularity when it started to be used by Google CEO Sundar Pichai in 2018. Numerous articles have been published in Psychology Today, Inc, LinkedIn, Forbes, Business Insider, and the New York Times. Today, it is also promoted as a travel trend (Jacobsen, 2021: 69). JoMO, whose conceptual foundation is based on "self-determination" (SDT) theory, is addressed in three sub-dimensions: joy of independence, joy of disconnection, and the joy of self-reflection. Joy of Independence means the ability of an individual to act on their own, make their own decisions, and live independently of external pressures. This preserves the individual's freedom and autonomy, allowing them to make life decisions of their own accord (Ryan and Frederick, 1997). The Joy of Disconnection expresses the satisfaction an individual feels by taking time for themselves, engaging in activities outside the digital world, and maintaining peace during this process. This concept supports the individual in living a more calm and peaceful life by cutting digital connections (Syversten and Enli, 2018; Price, 2021). Joy of Self-Reflection refers to turning inward, spending time alone, and discovering oneself during this process. It is important for the individual to renew themselves, rest mentally and emotionally, and become aware of their inner resources (Storr, 1989; Manusov, 2020). Subjective vitality refers to an individual's awareness of psychological and physical energy resources that can serve their life purpose. Recent psychological studies emphasize that subjective vitality is considered a fundamental indicator of eudaimonia (state of happiness) that allows an individual to discover their potential and lead a life worthy of human dignity (Chang et al., 2022). It is possible to infer the relationship between JoMO and subjective vitality. Reducing digital connection is expected to increase the individual's mental calmness and serene energy levels by decreasing their constant interaction with digital devices. Additionally, by reducing the distraction caused by continuous information flow it is expected to allow the individual to focus on real life. Therefore, it is argued that as JoMO experience increases, subjective vitality levels will also increase. Similarly, as the individual's inner peace

and mental calmness increase, they can distance themselves from the digital world and focus more on their emotions, thoughts, and life goals. Another variable in the study, life satisfaction, is defined as individuals' satisfaction with various areas of their lives and their overall positive evaluation of their lives. Life satisfaction includes judgments about the fulfillment of an individual's needs, goals, and desires and is considered one of the cognitive dimensions of subjective well-being (Diener et al., 1985; Pavot and Diener, 2008). There is a positive relationship between JoMO and life satisfaction. This relationship can be explained by individuals distancing themselves from the digital world and social media addiction, finding their inner peace, and deriving more satisfaction from their lives during this process. The independence, inaccessibility, and returning to oneself that JoMO provides to individuals can increase their levels of life satisfaction. In this context, as JoMO experience increases, individuals' life satisfaction also increases.

### **Aim of the Study**

This study aims to adapt the 13-item and 3-dimensional JoMO scale developed by Barry et al. in 2023 into Turkish and conduct validity and reliability analyses. Developing a scale suitable for Turkish culture will be an important step in understanding individuals' processes of distancing from the digital world and finding their own inner peace.

### **Importance of the Study**

In today's world, social media and digital technologies enable individuals to enhance their social relationships, self-esteem, and life satisfaction while also leading to many adverse effects. FoMO, social media addiction, jealousy, anxiety, and depression are issues that increase the pressure of the digital world on individuals (Kaur et al., 2021; Radtke et al., 2022). In this context, adapting JoMO to Turkish culture will provide a valid and reliable measurement tool that supports individuals in performing digital detox and maintaining a healthier digital life.

### **Findings**

The sample of the research consists of associate degree students. The study was conducted in four stages: pilot study, exploratory factor analysis (EFA), confirmatory factor analysis (CFA), and criterion validity. The pilot study conducted with 33 participants found that the Cronbach's Alpha internal consistency coefficient of the scale ( $\alpha = .802$ ) was sufficient. Item-total correlation values were determined to be ( $r > .30$ ). The EFA performed with data obtained from 179 participants led to the exclusion of one item from the scale, resulting in a 12-item, 3-factor structure. The KMO value of the scale is 0.885, and the Bartlett's Test of Sphericity is  $\chi^2 = 1405.222$ ,  $p < 0.001$ . The total explained variance was found to be 72.222%. The CFA, conducted with data from 162 participants, confirmed the 3-dimensional structure of the scale. CFA results indicated good model fit ( $\chi^2/df = 1.739$ , RMSEA = 0.068, GFI = 0.92, TLI = 0.97, CFI = 0.97, NFI = 0.94). Criterion validity was calculated based on the relationship between the JoMO, subjective vitality and life satisfaction scales. Data from 112 participants showed that the JoMO scale was significantly and positively correlated with subjective vitality ( $r = 0.198$ ) and life satisfaction ( $r = 0.793$ ).

### **Discussion and Conclusion**

Hari's (2023) "Stolen Focus Why You Can't Pay Attention," Han's (2023) "The Burnout Society," and Sayar and Yalaz's (2022) "Digital Fatigue" highlight the negative effects of excessive use of digital technologies and social media platforms on individuals' ability to concentrate. These works highlight that factor such as multitasking, constant connectivity, and easy access to digital channels, as well as feelings of jealousy and inadequacy arising from constant comparisons, make individuals more depressed and exhausted. While it is acknowledged that it may be challenging to disengage from digital tools in today's conditions completely, it is suggested that transitioning to JoMO could mitigate these adverse effects.

Findings that individuals who experience JoMO are happier compared to those with FoMO are also supported by research conducted by Jacobson (2021). The analyses show that the 12-item and 3-dimension JoMO scale is a suitable and reliable measurement tool for Turkish culture. Adapting JoMO to Turkish culture can be an essential step in enhancing individuals' psychological health and overall well-being. Excessive use of social media causes stress, anxiety, depression, and fatigue in individuals (Kaur et al., 2021; Radtke et al., 2022). JoMO can help individuals avoid these adverse effects by performing a digital detox and leading healthier lives. This can make individuals less stressed, more peaceful, and happier. Adapting the JoMO scale into Turkish will help us understand how this concept is perceived and applied in Turkish culture. Cultural differences can affect individuals' approaches to digital technologies and social media. Therefore, conducting validity and reliability analyses of the JoMO scale is crucial for developing a valid and culturally appropriate measurement tool. This scale will serve as a foundation for future research on digital detox and JoMO in Turkey. This study will significantly contribute to academic research on JoMO and digital detox. A valid and reliable JoMO scale will enable researchers in Turkey to examine the effects of digital detox and JoMO on individuals' life satisfaction, subjective vitality, and overall well-being. Additionally, this study will provide a practical tool for psychologists, therapists, and other mental health professionals to help clients distance themselves from the digital world and lead a more balanced life. In conclusion, adapting JoMO to Turkish culture and conducting validity and reliability analyses can be considered an essential step in helping individuals' distance themselves from the digital world, find their inner peace, and increase their life satisfaction. This study reveals the positive effects of JoMO on individuals' psychological health and overall well-being, contributing to the more widespread adoption of digital detox and JoMO in Turkey.

## Giriş

Bağlılığın ve bağlantıda olmanın yüceltiildiği bir dönemin içerisindeyiz. Bağlantıda kalabilmemizin teminatı olan akıllı cep telefonları, çoğu insan için sabah ilk ulaştıkları ve gece ise en son bıraktıkları ve hatta onsuz yaşamayacakları bir şey haline gelmiştir. Cundioğlu'nun (2020: 40) belirttiği üzere doğa gibi teknoloji de asıl gücünü, nimetlerinden yararlandığında değil, mahrum kaldığında göstermektedir. Bu nedenle sosyal medyaya ve dijital cihazlara erişim "temel bir ihtiyaç" olarak tanımlanmaktadır. İnsanların sosyal ilişkilerini, özsaygılarını ve yaşam tatminlerini geliştirmelerine ve kendilerini daha geniş kitlelere tanıtmalarına olanak sağlayan sosyal medya platformları sağladıkları tüm bu olanaklara karşılık; siber takip edilme korkusu, uyku sorunları, kas-iskelet sorunları, gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO), kendini sürekli başkalarıyla kıyaslamının tetiklediği kıskançlık, kaygı, depresyon ve yorgunluk gibi bireylerin öznel iyi oluşunu azaltan bedellerin ödenmesini de beraberinde getirmektedir (Kaur vd., 2021; Radtke vd., 2022).

Sosyal medya ile günlük yaşama giren sorunlardan biri olan FoMO kavramı, *kişinin kendisinin bulunmadığı bir ortamda başkalarının çok güzel deneyimler yaşadığına dair güçlü bir endişe duyması ve bu nedenle başkalarının yaptıklarıyla sürekli olarak bağlantıda kalma arzusunda olmasını* ifade etmektedir (Eitan ve Gazit, 2023). FoMO, ilk olarak Patrick J. McGinnis tarafından 2004 yılında Harvard Business School'un öğrenci gazetesinde "HBS'de Sosyal Teori: McGinnis'in İki FO'su" başlıklı makalede kullanılmıştır. Kavram, inanılmaz derecede kısa sürede Oxford İngilizce sözlüğüne eklenmeyi başaracak bir üne kavuşmuştur. Yazar FoMO'nun yanı sıra "daha iyi bir seçenek korkusu" anlamına gelen FoBO'dan da bahsetmektedir. Birbirini güçlendiren bu iki kavramın etkisiyle kişiler, karar verirken mevcut seçeneklere bağlı kalmayı istemeyen, "belki"lerle dolu bir yaşam içerisinde seçeneklerini değerlendiren, daha iyisini bulabilirim düşüncesiyle sürekli olarak yeni şeylerden haberdar olmaya çalışan ve bu arada kararlarını sürekli erteleyen kişilere dönüşmektedir (McGinnis, 2020). Aslında FoMO duygusu, insanlık için eski bir olgudur. Ancak akıllı telefonların icadından önce kişinin neleri kaçırdığını öğrenmesi pek kolay olmadığı için bu duygunun kişiyi

ele geçirmesi nispeten daha zordu. Yani kişi, bir partiye gitmek için evden (ve kablolu telefondan) uzaklaştığında, başka bir yerdeki partinin daha eğlenceli olup olmadığını öğrenmesi mümkün olmadığı için iyi ya da kötü bulunduğu ortamı deneyimlemek zorunda kalmıştır. Ancak akıllı telefonlar, hem kişinin kaçıracağı her şeyden haberdar olmasını sağlamakta hem de ardı arkası kesilmeyen bildirimlerle kişiyi FoMO'ya boğmaktadır. Bundan kaçınmak için sürekli olarak telefonlarını kontrol etmeye başlayan insanlar, bir süre sonra kendilerini bir kısır döngüye hapsolmuş gibi hissetmektedir. Telefona uzandığında kendisini biran için iyi hissederek telefonundan uzaklaşmakta ama çok kısa bir süre sonra bir şeyleri kaçırıyor olma hissiyle yine telefonuna uzanmaktadır (Price, 2021: 43). Bu bağlamda FoMO kişinin sosyal medya kullanımını artıran bir unsurken aynı şekilde internet ve sosyal medya kullanımı arttıkça FoMO da artabilmektedir (Eitan ve Gazit, 2023). FoMO duygusuyla telefonuna uzanan insanlar, dokunmaya, aşağı-yukarı kaydırmaya devam ederek alışkanlık döngüsünü güçlendirmektedir (Price, 2021: 43).

Kuşkusuz herkes FoMO'ya aynı şekilde duyarlı değildir. Hatta bazı bireyler, yalnızlığı, başkalarından kopuk ve bağımsız olmayı olumlu bir deneyim olarak tanımlayabilmektedir. Bu öz-nitelik ise JoMO (Joy of missing out: olup biteni kaçırma keyfi) olarak tanımlanmaktadır (Barry vd., 2023). FoMO'nun antitezi olarak kabul edilen JoMO, akıllı telefonlar başta olmak üzere dijital teknolojiler tarafından "bilgi bombardımanına tutulan" ve "sürekli olarak erişilebilir olmakla" mücadele eden insanları tanımlamak için kullanılan bir kavramdır (Price, 2021).

Bu kavram, bilinçli olarak belirli etkinlik ya da olaylardan uzaklaşan kişinin, kendisini gergin ya da endişeli hissetmesinden ziyade bu durumdan keyif alabilmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu duygu özellikle kişinin, birbiriyle çelişen çok sayıda seçenek arasında seçim yapmak zorunda kaldığında ortaya çıkan neşe ve heyecan gibi olumlu duyguları ifade etmektedir (Aitamurto vd., 2021). JoMO terimi ilk kez 2012 yılında blogger Anil Dash tarafından bir bebek sahibi olduktan sonra herhangi bir şey yapmaktansa oğluyla banyo yapmayı tercih ettiğini belirtmek üzere kullanılmıştır. Dash'in web sayfasında bahsettiği JoMO kavramı, daha sonra 2013 yılında Jenna Wortham'ın New York Times makalesinde kullanılmıştır. 2018'de Google CEO'su Sundar Pichai tarafından kullanılmaya başlanmasıyla birlikte kavram yaygınlaşmıştır. Psychology Today, LinkedIn, Forbes, Business Insider ve New York Times'da birçok makale yayımlanmıştır. Günümüzde ise bir seyahat trendi olarak da lanse edilmektedir (Jacobsen, 2021: 69).

JoMO alanında yapılan uluslararası çalışmalar incelendiğinde kavramın *pandemi döneminde yaşanan FoMO ve JoMO deneyimleri* (Jacobsen, 2021), *akıllı telefon kullanımı ve bağlantıyı kesme* (Baym, 2015; Aranda ve Baig, 2018; Barr, 2019; Brennen, 2019; Radtke vd., 2022; Eitan ve Gazit, 2023), *mindfulness ve sosyal medya* (Chan vd. 2022), *dijital minimalizm* (Newport, 2019), *öznel iyi oluş* (Nguyen, 2021) ve *turizm sektörü* (Fuste-Forne ve Hussain, 2021) olmak üzere çeşitli değişkenler ve konular açısından incelendiği görülmektedir. Türkçe literatürde JoMO ile ilgili üç çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalardan ikisi, kavramın teorik altyapısını ortaya koymaya çalışan derleme (Aydın, 2022) ve kitap bölümü (Kerse, 2023) şeklindedir. Sezgin ve Karabacak (2019) ise FoMO ve JoMO'yu korku ve keyfin yeni tanımları olarak incelemiş ve keyif ve korku duygusu üzerinden bir değerlendirme yapmışlardır. Ulusal literatürdeki JoMO konusunda ampirik çalışmaların kısıtlı olmasında, kavramın nispeten yeni olmasının ve geçerliliği-güvenirliliği test edilerek Türkçeye uyarlanmış bir ölçeğin bulunmamasının etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, Barry vd. (2023) tarafından geliştirilmiş olan ve üç boyuttan (Bağımsız Olma Keyfi, Ulaşılamama Keyfi ve Özüne Dönme Keyfi) oluşan JoMO ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasını amaçlayan bu çalışmanın, ulusal literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Ölçeğin ölçüt geçerliliğini test etmek için JoMO kavramıyla yakından ilişkili olabileceği düşünülen öznel zindelik ve yaşam tatmini değişkenlerinin seçilmesine karar verilmiştir. *Öznel*

*zindelik* kavramı, bireyin canlı ve enerjik olma durumunu ifade etmektedir (Yılmaz, 2023). Literatürde JoMO ve öznel zindelik kavramları arasındaki ilişkiyi doğrudan inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak her iki kavramın da kendi kaderini belirleme teorisi ve özerklik-yeterlilik-ilişki ihtiyaçlarının tatmin edilmesiyle yakından ilişkili olması bakımından bu iki değişken arasındaki ilişkinin incelenmesinin hem ölçeğin ölçüt geçerliliğinin test edilmesine hem de literatürdeki bu eksikliğin giderilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Kendi iç huzurunu bulmak için bilinçli olarak bazı etkinliklerden (örneğin sosyal medya gibi sürekli bilgi akışı sağlayan platformlardan) uzak durmayı tercih eden kişilerin, daha yüksek düzeyde özerklik hissi yaşadıkları ve gerektiğinde daha iyi ilişkiler kurmak için zaman zaman gönüllü olarak yalnızlığı tercih ettikleri için daha sakin bir enerjiye sahip olmaları beklenmektedir. Bu bağlamda JoMO, kişinin daha yüksek bir öznel zindeliğe ulaşmasını kolaylaştırabilir. Bu bağlamda iki kavram arasında pozitif bir korelasyon olacağı düşünülmektedir.

Yaşam tatmini, mutluluğun veya öznel iyi oluşun “bilişsel” kavramsallaştırılması olarak tanımlanmakta ve kişinin ihtiyaçlarının, hedeflerinin ve isteklerinin karşılanmasına ilişkin yargılarını içermektedir. Diğer bir ifade ile belli bir zaman ya da yaşamın belli bir alanından (örneğin iş, ilişkiler, sağlık) hissedilen memnuniyet düzeyini ifade etmektedir (Sirgy, 2012). Sosyal medya ve yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar (Vigil ve Wu, 2015; Longstreet ve Brooks, 2017; Bayramoğlu ve Gültekin, 2023) bulunmakla birlikte doğrudan JoMO ile yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak bireyler, sürekli olarak sosyal etkinliklere ya da çevrim içi etkileşimlere katılmak zorunda hissetmediklerinde ve kendi seçtikleri aktivitelere ya da dinlenmeye zaman ayırdıklarında yaşamdan alacakları memnuniyetlerinin artacağı ve dolayısıyla iki kavram arasında pozitif bir korelasyon olacağı varsayılmaktadır.

## 1. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde JoMO, öznel zindelik ve yaşam tatmini kavramlarına ilişkin teorik çerçeve çizilmeye çalışılmıştır.

### 1.1. JoMO: Olup Biteni Kaçırma Keyfi

2000’li yıllarda Twitter, Facebook ve YouTube gibi sosyal medya platformlarının yükselişi, medya ortamını daha da dönüştürerek insanların daha önce mümkün olmayan bir düzeyde bilgi paylaşmasına ve bu bilgilerle bağlantı kurmasına olanak tanımıştır. Mobil cihazların gelişmesi ve yüksek hızlı internetin artan kullanılabilirliği, insanların sosyal medyayı her zaman her yerde tüketebilmesine ve erişebilmesine imkan sağlamıştır. Dijital teknolojiler gelişmeye devam ettiği sürece, muhtemelen yeni medya biçimleri ortaya çıkmaya devam edecek ve içerik oluşturma, tüketme ve diğerleriyle etkileşim kurma şeklimiz de değişmeye devam edecektir (Dhiman, 2023). Bu durum insanların ister iş hayatında ister sosyal hayatlarında sürekli bağlantıda kalmalarına da neden olmakta ve olmaya da devam edecektir.

Özellikle akıllı telefonlar, bireylerin bağlantıda kalma ve sosyal ağlar içerisinde yer alma gereksinimlerini karşılamalarını büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır. Coğrafi ve fiziksel sınırlar olmaksızın iletişim kurabilmenin sağladığı geniş olanaklar sayesinde çevrimdışı ve çevrimiçi yaşam iç içe geçmiş durumdadır. Bu durum, insani bağların oluşturulma ve geliştirilme biçimlerinin yanı sıra bu bağların anlamını da radikal bir şekilde dönüştürmektedir (Rautela ve Sharma, 2022).

Kuşkusuz dijital teknolojiler, insanlara sosyal çevrelerini düzenleme ve yeni insanlarla tanışma konusunda daha fazla kontrol olanağı sağlamaktadır. Artık insanlar konuşmak için yeni fırsatlar yaratabilmekte ya da istemediklerinde etkileşim kurmaktan (telefonla ilgileniyormuş gibi görünme, sesli aramaları meşgule verme, istenmeyen e-postaları filtreleme vb.) kaçınabilmektedir. Ayrıca flört etme ya da ilişkileri bitirme gibi stres ve gerginlik yaratan görüşmelerden kaçınmak için kısa mesaj ya da e-posta gibi sözsüz iletişim araçlarının arkasına

sığınabilmektedir. Ancak nasıl ki kişi, bu dijital seçenekleri stratejik amaçlarla kullanabiliyorsa başkaları da onu yönetmek için kullanabilmektedir. İletişim için her an ve her yerde ulaşılabilir olunması gerektiği düşüncesi ve en kısa sürede bu talebe yanıt verme çabalarıyla birey, giderek kendi özerkliğinden daha fazla taviz vermek zorunda kalmaktadır. İnsanlar, kendilerini güçlendirdiğine inandıkları sürekli temas halinde olmanın tuzağına düşmüş durumdadır. Eskiye nazaran çok geniş bir grupta iletişim kurma olanağı sağlayan yeni medya, aynı zamanda kişilerarası iletişimde sınırları bulanıklaştırmaktadır (Baym, 2015). McLuhan bu durumu “önce biz araçları yaparız, daha sonra bu araçlar bizi şekillendirir” diyerek açıklamaktadır (Odaman-Uşaklıgil vd., 2023).

Başkalarına ve onların faaliyetlerine bu kadar kolay sanal erişimin; olumsuz kıyaslamalara, beden imajı kaygılarına, FoMO’ya ya da günlük faaliyetlerde dikkat dağıtıcı unsurlara kapılma gibi birçok olası sorunlara yol açtığı bilinmektedir (Barry vd., 2023). Bu durum, son yıllarda dijital teknolojilerinin insan hayatındaki yerini sorgulamaya yönelik olarak giderek büyüyen bir trendin başlamasına neden olmuştur. Bu trendle birlikte yeni medyanın fişini çekme, yavaşlama, kısıtlama ve/veya devre dışı bırakma yönündeki görüşler giderek popüler hale gelmektedir (Brennen, 2019). Bu trendle yakından ilişkili olan JoMO, dijital kültürün parlak nesnelere direnmek amacıyla bireyin güçlendirilmesini içermektedir. Sosyal medyayı tüketirken pasif olan ve şuursuzca sayfalar arasında gezinirken karşısına çıkan şeylerin insafına kalan insan, JoMO’yu kucakladığında hayatının kontrolünü geri almak için bilinçli bir karar vermektedir. Bu ise hayatın birçok alanı için olumlu bir dalgalanma etkisi yaratmaktadır. JoMO, hayatta anlamlı seçimler yapmayı ve gerçek mutluluğu bulma arayışını savunmaktadır (Bunny, 2018). Diğer bir deyişle JoMO bir davranışta bulunmaya yönelik bir seçimle karakterize edilmektedir. Bu eğlenceli şeyleri kaçırmaya odaklanmaktan ziyade eğlenceli bir şeyi yapmaya karar vermektir. Bu bir evcil hayvanla oynamaktan akşam yemeğini dışarıda yemeye kadar her şey olabilir. FoMO; korku, endişe ve pişmanlık gibi olumsuz duyguları içerirken, JoMO daha çok katılma, tatmine ve hem yeniden bağlanmaya hem de bağlantıyı kesmeye odaklanmaktadır (Jacobsen, 2021: 69).

### 1.1.1. JoMO’nun Kavramsal Altyapısı

JoMO’nun kavramsal alt yapısı, “Kendi Kaderini Belirleme” (KKB) teorisine dayanmaktadır. KKB teorisi, sağlıklı yaşamın ve gelişmenin güdüsel nedenlerini açıklamaya çalışan makro motivasyon teorisidir (Sheldon ve Titova, 2023). Bu teori; canlılığı, motivasyonu, sosyal entegrasyonu ve refahı kolaylaştıran bireysel gelişim unsurlarının ve sosyal bağlama ilişkin faktörlerin yanı sıra tükenmeye, parçalanmaya, anti-sosyal davranışlara ya da mutsuzluğa neden olan faktörleri de eleştirel bir şekilde araştırmaktadır (Ryan ve Deci, 2017: 3).

KKB teorisi, eyleme yönelik içsel (özerk) ve dışsal (kontrollü) motivasyonu incelemektedir. *İçsel motivasyon*, bilişsel/sosyal gelişim için önem taşıyan ve yaşam boyunca keyif/canlılığın temel kaynağını oluşturan özümseme, ustalık, ilgi ve keşfetmeye yönelik doğal eğilimi; dışsal motivasyon ise bireyin eylemi dış faktörlerin etkisiyle gerçekleştirmesini ifade etmektedir. Dışsal motivasyon, bireyin özgür iradesi ve içsel motivasyonu üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir ancak belirli koşullar sağlandığında kişi bunu içselleştirerek içsel motivasyonun bir parçası haline getirebilmektedir (Lemay vd., 2019).

KKB, insanların motivasyonlarını ve psikolojik iyi oluşunu belirleyen özerklik, yeterlilik ve ilişki içerisinde olmak üzere üç temel psikolojik ihtiyacı olduğu görüşüne dayanmaktadır. Buradan hareketle teori; biyolojik, sosyal ve kültürel koşulların hem genel olarak hem de belirli alan ve çabalarda psikolojik gelişim, katılım ve sağlıklı yaşam için insanın kapasitesini nasıl güçlendirdiğini ya da zayıflattığını açıklamaya çalışan altı mini teoriden oluşmaktadır (Ryan ve Deci, 2017: 3):

- Bilişsel değerlendirme teorisi (ödüllerin, geri bildirim ve diğer dış olayların içsel motivasyon üzerindeki etkileri ve içsel motivasyonu etkileyen içsel ve kişilerarası süreçleri incelemektedir)
- Organizmacı bütünleşme teorisi (içselleştirme ve dışsal motivasyonun farklılaşması)
- Nedensellik yönelimleri teorisi (güdüsel yönelimlerdeki bireysel farklılıklar)
- Temel psikolojik ihtiyaçlar teorisi (özerkliğin doyumunu ve hayal kırıklığı, psikolojik sağlıkla ilgili yeterlilik ve ilişki)
- Hedef içerikleri teorisi (özlemler, yaşam hedefleri ve bunların çeşitli sonuçlarıyla ilişkiler)
- İlişkiler motivasyon teorisi (yakın ilişkilerde benlik)

Sosyal medya kullanımı açısından incelendiğinde organizmacı bütünleşme teorisinin ve temel psikolojik ihtiyaçlar teorilerinin ön plana çıktığı ifade edilebilmektedir.

*Organizmacı bütünleşme teorisi*; insan motivasyonu ve gelişimine ilişkin bir teori olarak KKB, organizmacı bir yaklaşım olarak formüle edilmiştir. Bu görüş, canlı varlıkların davranışlarını belirleyen bazı temel özelliklere sahip olduğu noktasından hareket etmektedir. Bu özelliklerin ilki **organizasyondur**. Buna göre canlılar, aktif ve sistemli bir biçimde varlıklarını sürdürme ve geliştirme yönünde çalışırlar. Böyle bir organizasyon, çeşitli parçaların hiyerarşik olarak koordine edilmesini ve sonuçta uyumlu bir davranışın ortaya çıkmasını ifade etmektedir. Sosyal organizmalarda bu organizasyon, öz düzenleme ve uyum yoluyla bireyin sosyal ağla bütünleşmesini sağlar. Bu organizasyon; özerklik (benlik içerisinde bütünleşme) ve homonomi (benliğin daha büyük bir sosyal grupla bütünleşme) olmak üzere ikili eğilim üzerinden tanımlanmaktadır (Ryan ve Vansteenkiste, 2023). Organizma perspektifinin altında yatan bir diğer unsur ise **kişi merkezli ve psikoloji odaklı** olmasıdır. Canlılar, amaçlı varlıklardır. Buna göre bireyler, yalnızca dış güçlerin kontrol ettiği bir pasif bir varlık değil faaliyet ve deneyim merkezidir. Bu nedenle insan davranışları, sadece dışsal bir baskı ile değil aynı zamanda içsel bir referans çerçevesinden ele alınarak analiz edilmeli ve anlaşılmalıdır. Bu bakış açısına göre çevre bile aslında birey tarafından algılanan, tepki verilen ve çoğunlukla kendi ihtiyaçları/hedefleriyle ilgili psikolojik değişkenler üzerinden tanımlanan ve analiz edilen bir şeydir. Bu anlamda KKB teorisinin organizmacı bakış açısı tanımı gereği kişi merkezlidir ve motivasyon dinamiklerini aktörün psikolojik bakış açısından anlamaya çalışmaktadır. **Kişilik**, insan organizmasının ortaya çıkan diğer bir özelliğidir ve sadece öz bilinci değil aynı zamanda “fail” olmayı da içermektedir. İnsan kendi davranışları üzerinde düşünebildiği ve alternatif eylem yollarını değerlendirebildiği için davranışları üzerinde yukarıdan aşağıya doğru bir etki uygulayabilir. Diğer bir deyişle kişi, kendi eylemlerini ve deneyimlerini düzenleyebilir (Ryan ve Vansteenkiste, 2023).

KKB'nin öne sürdüğü ve JoMO bakımından incelenmesinde yarar olduğu düşünülen teorilerden ikincisi ise *temel psikolojik ihtiyaçlar* teorisidir (TPİT). TPİT'e göre insanlar üç temel ihtiyacı karşılamaya çalışırlar: özerklik, yeterlilik ve ilişki içinde olmak. Bu ihtiyaçların karşılanması, psikolojik gelişim (içsel motivasyon), bütünlük (kültürel uygulamalarının içselleştirilmesi ve asimilasyonu) ve iyi oluş (yaşam tatmini, psikolojik sağlık ve zindelik) için gereklidir. Temel ihtiyaçların belirlenmesi, yalnızca psikolojik sağlığın gereksinimlerini tanımlamakla kalmaz aynı zamanda sosyal çevrenin insanların psikolojik olarak gelişmesi ve büyümesi için içermesi gereken unsurları da tanımlar (Ryan ve Deci, 2001). Sosyal bağlar ve ortamlar bu ihtiyaçları desteklemekte ya da kısıtlamaktadır (Vialle vd., 2023).

**Özerklik**, kişinin eylemlerinde, düşüncelerde ve hislerinde, isteklilik ve özgünlük deneyimini ifade etmektedir. Özerklik kişinin amaçları ve eylemleri konusunda “birlik içerisinde olması” nedeniyle bütünlüğü yansıtmaktadır. **İlişki içinde olmak**, samimiyet, bağlanma ve ilgi deneyimini ifade etmektedir. Kişi, önemseydiği kişilerle bağ kurduğunu hissettiğinde tatmin olur, aksi durumda ise sosyal dışlanma ya da yabancılaşma duygusu yaşamaktadır. **Yeterlilik**,



etkililik, ustalık ve yeterlilik deneyimiyle ilgilidir. Bu ihtiyaç konusunda hayal kırıklığı yaşayan birey, kendisini başarısız ve çaresiz hissetmektedir (Vansteenkiste vd., 2023).

Temel psikolojik ihtiyaçlar teorisi, KKB'nin diğer mini teorileri arasında tutkal görevi üstlenmektedir. Özerklik, yeterlilik ve ilişki içinde olmaya dayalı psikolojik ihtiyaçlar; içsel motivasyonun geliştirilmesi ve sürdürülmesini (*bilişsel değerlendirme teorisi*) ve düzenlemelerin, normların ve tutumların kademeli olarak içselleştirilmesini (*organizmacı bütünleşme teorisi*) açıklamaktadır. Bu ihtiyaçlar aynı zamanda önemli kişilik farklılıklarını (*nedensellik yönelimi teorisi*), yaşam hedeflerinin farklı etkilerini (*hedef içerik teorisi*) ve sağlıklı ve olgun ilişkilerin karakteristik faktörlerini (*ilişki motivasyonu teorisi*) anlamının temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle temel psikolojik ihtiyaçlar teorisi, diğer alt teorilerin tutarlı bir çerçeveye yerleştirilmesine yardımcı olmaktadır (Vansteenkiste vd., 2023).

Yukarıdaki ifadeleri özetlemek gerekirse insanlar kendi yaşamlarını daha bilinçli ve istedikleri şekilde yönlendirebilen aynı zamanda bazı aktiviteleri tercih ederken bazılarını reddederek kendi mutluluklarını ve iç huzurlarını artırabilirler. JoMO, bu anlamda KKB teorisinin inşa ettiği temeller üzerinden kavramsallaştırılabilmektedir.

### 1.1.2. JoMO'nun Boyutları

JoMO kavramı bağımsız olma keyfi, ulaşılama keyfi ve özüne dönme keyfi olmak üzere üç temel boyutta incelenmektedir. Bu boyutlar aşağıda açıklanmaktadır.

#### Bağımsız Olma Keyfi

KKB teorisinde vurgulanan özerklik, JoMO'nun temelini oluşturmaktadır. Bu anlamda insan hayatı, sevgi ve ait olma ile bağımsız ve özerk olma güdüsü olmak üzere iki karşıt dürtünün etkileşiminde geçmektedir. Kimliğini yeniden şekillendirmeye ve eserleriyle kendi yaşamının ve evrenin anlamını keşfetmeye çalışan birçok yaratıcı kişi (yazar, besteci ve ressam) bunu diğer insanlardan uzakta yapılan meditasyon ya da dua gibi sadece kendi içerisinde değerli bir bütünleştirme süreci olarak değerlendirmektedir. Bu kişilerin en önemli anları, yeni bir içgörü elde ettiği ya da yeni bir keşif yaptığı anlardır. Bu anlar ise her zaman olmasa da esas olarak yalnız olduğu zamanlardır (Storr, 1989).

Ryan ve Frederick (1997), özerk ve bağımsız olmanın kişinin enerji dinamiklerinde önemli bir etkisi olabileceğini ileri sürmektedir. Özerk davranışlar, kişinin akışa geçmesi ya da kendisini ifade etmesi olarak deneyimlenen davranışlardır. Oysa kontrollü eylemler; kişinin belirli şekillerde düşünmesine, hissetmesine ya da davranmasına yönelik dış taleplerden kaynaklanmaktadır. Örneğin bir öğrenci sınavdan yüksek not almak için çalıştığında kontrollü bir davranış sergilemektedir. Diğer bir deyişle dışsal motivasyonla hareket etmektedir. Motivasyon kaynağının dışarıdan gelmesi, kişinin enerjisinin azalmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda başka faktörlerin denetimi ya da kontrolünde eylemlerini sürdüren kişiler, görevlerini başardıklarında mutlu olmalarına rağmen canlılıklarında bir artış meydana gelmemektedir. Ancak özerk ve kendi eylemleri üzerinde kontrol sahibi olan kişilerin, görevlerini başardıklarında mutlu olmanın yanı sıra daha canlı oldukları da tespit edilmiştir. Bu varsayımlarını desteklemek için ağı klinikleri ve kilo verme merkezlerinde inceleme yapan araştırmacılar, kendi özgür iradesiyle bu merkezlerde olan kişilerin, dışsal faktörlerin etkisiyle orada olan kişilerden daha fazla canlılık sergilediklerini tespit etmiştir (Ryan ve Frederick, 1997).

Brennen (2019) dijital medyadan çıkışla ilgili olarak yazdığı kitap kapsamında 105 kişiyle görüşmüş ve bireylerin yeni teknolojileri kabul etme ya da reddetmelerinde kendi kimliklerini oluşturma isteğinin belirleyici bir faktör olduğunu tespit etmiştir. Bu kişiler; dijital bağlantıyı kesme kararlarını kendileri için merkezi olan sorunları ve endişeleri aktif bir şekilde sergilemenin önemli bir yolu olarak tanımlamışlardır. Bu açıdan bağlantıyı koparmayı tercih eden insanların çoğu eylemlerini, kendileri üzerinde güç uygulayan teknolojilere karşı bir

direnış hareketinden ziyade teknoloji karşısında bağımsızlıklarını, otoritelerini ve hakimiyetlerini savunmaya yönelik bir tavır olarak tanımlamışlardır.

Özetle söyleme gerekirse bağımsız olma keyfi, bireyin kendi başına hareket etmesinden, kendi kararlarını alıp uygulamasından ve başkalarına bağımlı olmadan yaşamının kontrolünü eline almasından dolayı yaşadığı memnuniyeti ifade etmektedir. Sosyal baskılardan ve dışsal beklentilerden uzaklaşarak JoMO'yu deneyimleyen kişiler, kendi kararlarını özgürce alma yetisini keşfedebilmektedir. Bu bağlamda bağımsız olma keyfi, kişinin kendi yeteneklerine, güçlerine ve otantikliğine olan inancını da artırabilmektedir.

### **Ulaşılama Keyfi**

Iyer (2014: 42) tarafından yapılan gözlemlere göre, dünya çapında seyahat ederken karşılaşılan en dikkat çekici sürprizlerden biri, teknolojik gelişmelere sınırlar koyma gerekliliği üzerine en mantıklı argümanları sunan bireylerin çoğunlukla bu teknolojilerin geliştirilmesinde önemli roller üstlenmiş, geçmişin kısıtlamalarını rahatlıkla aşabilen kişiler olmasıdır. Wallace'a göre (2020) Google'ın CEO'su Sundar Pichai, "dijital iyi oluş" kavramını kamuoyuna sunduğu esnada, arka plandaki duvarda "olup biteni kaçırma keyfi" ifadesi yer almaktaydı. Pichai'nin vurguladığı üzere, kaçırılan aktivitelerden duyulan rahatsızlığı bertaraf etmenin ve akıllı telefonların bilinçli kullanımını sağlamanın anahtarı, cihazlardaki bildirimleri devre dışı bırakmaktan geçmektedir. Bu bağlamda, dünyanın hızlandırılması yönünde çalışmalar yürütenler ile yavaşlamanın önemini en çok savunan bireyler paradoksal bir şekilde aynı kişiler olabilmektedir (Syversten ve Enli, 2018).

Syversten ve Enli (2018) ile Nidoy (2023) tarafından yapılan araştırmalar göstermektedir ki, dijital teknolojilerin olumsuz etkilerinin yoğun şekilde incelendiği ve eleştirildiği günümüzde, bireyler dijital medyanın müdahaleci yapısından sıyrılmak adına çeşitli direniş stratejilerine başvurumaktadırlar. Bu stratejiler, dijital detoksu benimseme, çeşitli hizmet ve platformları kullanım dışı bırakma ya da internet bağlantısını tamamen kesme gibi yöntemleri içermektedir. Özellikle son birkaç yıldır, her yılın Mart ayının ilk Cuma günü, geniş katılımlı "Ulusal (veya Küresel) Fişten Çekme Günü" etkinliği düzenlenmektedir. Bu özel gün, Cuma akşamı gün batımından başlayıp Cumartesi akşamı gün batımına dek süren 24 saatlik bir zaman diliminde, bireylerin dijital teknolojileri, elektronik cihazları ve sosyal medyayı bir kenara bırakıp, diğer aktivitelerle meşgul olmalarını teşvik etmek amacıyla belirlenmiştir (Radtko vd., 2022).

Dijital teknolojilerin kullanım sürelerinin kontrol altına alınmasına yardımcı olmak amacıyla, kullanım süresini ölçen ve sınırlandıran uygulamalar geliştirilmiştir. Bu uygulamalar, Apple'ın Screen Time/iOS ve Google'ın Digital Wellbeing/Android gibi işletim sistemlerine entegre edilmiş olanların yanı sıra, Forest, Offtime, Flipd gibi bağımsız uygulamaları da içermektedir. Bu çeşitli girişimler, bireysel kullanıcıların yanı sıra, çalışanlarının iş saatlerini denetlemek isteyen işverenler veya çocuklarının teknoloji kullanımını sınırlandırmak isteyen ebeveynler gibi farklı hedef gruplarına yönelik olabilir. Bu araçlar, bireylerin dijital araçlardan uzak durma, telefonlarını sessize alma, aramalara cevap vermemek, cihazı bir yana koymak veya fiziksel olarak kendilerinden uzaklaştırmak gibi öz disiplin geliştirmeye yönelik eylemleri desteklemektedir. Ayrıca, dijital teknolojiler aracılığıyla sağlanan iletişimin miktarını, zamanlamasını ve içeriğini azaltmak veya kesmek için inziva, kamp ve tatil gibi alternatifler de bireylere sunulmaktadır (Jorge vd., 2022).

Barr (2019) tarafından belirtildiği üzere, 25-44 yaş aralığındaki bireylerin yarısından fazlası, günlük market alışverişleri de dâhil olmak üzere, ihtiyaçlarının büyük bir kısmını çevrimiçi olarak gerçekleştirmektedir. Nidoy (2023) ise, giderek artan bir şekilde bağlantılı bir dünyada, özellikle teknolojik altyapıya dayalı toplumlarda bu tür bir kopuşun neredeyse imkânsız hale geldiğini öne sürmektedir. Amerikan Psikoloji Birliği'nin "Amerika'da Stres" raporuna göre, Amerikalı yetişkinlerin üçte ikisi periyodik olarak dijital detoksun veya bağlantının kesilmesinin mental sağlık için faydalı olacağını düşünmektedir. Ancak, bu bireylerin sadece

dörtte biri hayatlarında bunu gerçekleştirmektedir. Price (2021: 16), bu tutarsızlığı dikkate değer bulmaktadır. Kuntsman ve Miyake (2016), dijital detoks veya bağlantı kesme eylemlerinin teşvik edilmesi amacıyla kullanılan çeşitli cihazlar, araçlar ve teknolojilerin etkinliğini sorgulamaktadırlar. Bu bağlamda, “Temelinde yine dijital teknolojilere dayanıyorsa, dijital bağlantının kesilmesi gerçekten mümkün müdür?” sorusunu ortaya atmaktadırlar (aktaran Brennen, 2019).

Tüm bu zorluklar nedeniyle dijital detoks, tamamen bağlantıyı kesmekten ziyade sürekli bağlantıda olmanın yarattığı olumsuzluklara karşı bir direnişe evrilmiş gibi görünmektedir (Syversten ve Enli, 2018). Aslında insanların dijital detokstan kastettiği şey bir denge kurabilmektir (Barr, 2019). Yavaş medya, medya detoksu, medya orucu veya fişten çekme olarak da adlandırılan bu uygulamaların, tıpkı şekerden arınma gibi sistemlerimizi yeniden kalibre edeceğini, daha uyumlu hale getireceğini ve daha ölçülü dozlarda sosyal medya tüketeceğimizi veya en azından yaşamın sosyal medya sosuna bulanmasının yaratacağı olumsuz etkilerine dair kişisel farkındalık kazanacağımızı varsaymaktadır (Woodstock, 2014).

Bu bağlamda, bireysel çözümlerin yanı sıra kurumsal önlemlerin de alınmaya başlandığına dair örnekler gözlemlenmektedir. Örneğin, bilgisayar çipi üreten Intel, çalışanlarının verimliliğini ve yaratıcılığını artırmak amacıyla her hafta salı günleri dört saat “sessiz süre” uygulamasını hayata geçirmiştir. Bu süre zarfında, 300’den fazla mühendis ve yöneticiden, e-posta kutularını ve telefonlarını kapatmaları ve ofis kapılarına “rahatsız etmeyin” işareti asmaları talep edilmektedir. Çalışanların bu uygulamaya olumlu tepki vermesi üzerine, şirket, açık düşünmeyi desteklemek amacıyla sekiz haftalık bir programı devreye almıştır (Iyer, 2014: 45).

Dijital medyanın aşırı kullanımını sınırlamaya yönelik bu dijital çözümler, aşırı bilgi yükü, sosyal medya yorgunluğu ve tekno-stres gibi olguları azaltarak dijital sağlığın iyileştirilmesini hedeflemektedir. Bu çözümler, iş ve özel yaşam arasındaki sınırların daha net çizilmesini de sağlamayı vaat etmektedir. Kullanıcıları bireysel ve toplumsal düzeyde daha anlamlı eylemlere yönlendirerek, sadece iyi hissetme üzerine değil, gerçek anlamda “iyi olma” hali üzerine odaklanmalarını teşvik etmektedir. JoMO, bu denli bağlantılı bir toplumda dijital direnişin yükselen bir akımını ifade etmektedir.

### Özüne Dönme Keyfi

İnsanın kendi benliğini geliştirmesi açısından başkalarıyla kurulan iletişim, pek çok kültürde önemli bir değer olarak kabul edilmekte ve teşvik edilmektedir. Başkalarıyla birlikte olmanın temel bir insani gereksinim olduğu düşüncesinden hareket eden araştırmacılar, başkalarından uzakta zaman geçirme arzusunu görmezden gelme ve hatta karşı çıkma eğilimindedir. Bunu tercih etmeyi hatalı bir şekilde öznel iyi oluş eksikliğine bağlı bir durum olan yalnızlıkla eş değer görmektedir (Manusov, 2020). Oysaki insanın başkalarıyla etkileşim kurduğu anlar kadar, kendi başınayken yaşadıkları da çok önemlidir (Storr, 1989: xiv).

Hyde vd. (2010), yalnızlığı sessiz iletişim kurma biçimi olarak tanımlamaktadır. İngilizcede ses olmadan iletişim kurmak için dinginlik (stillness), suskunluk (silence), sükûnet (quiet) olmak üzere üç kelime tercih edildiğini belirten yazarlar, tek bir kelime sessizliğin özünü yansıtan her şeyi kapsamayacağından dolayı bu üç kelimenin hepsine gereksinim olduğunu ifade etmektedir. Oxford İngilizce sözlüğünün, “sakinleştirmek”, “uyuşturmak”, “yatıştırmak”, “ağlamayı durdurmaya teşvik etmek” ve “bir kişinin çalkantılarını kontrol etmesi” olarak zarif bir şekilde tarif ettiği gibi dinginlik (stillness) kelimesi, ek bir duygusal çağrışıma da sahiptir. Suskunluk (silence), sesin veya konuşmasının kesilmesine neden olmak, zorlayıcı olma veya tartışmada bir başkasının üstesinden gelme duygusunu ifade etmektedir. Aynı zamanda ateşkesi veya düşmanın topunun üstün ateşle etkisiz hale getirilmesini belirtmek için askeri bir terim olarak da kullanılmaktadır. Sükûnet (quiet) kelimesi ise içsel bir huzur duygusunu çağırıştırır. Kişi, kendisiyle veya ilahi bir varlıkla huzur içinde sessizce dinlenmek için hayatın iç ve dış gürültüsünü susturur. Bu anlamda sessizliğin kendisi, kişinin yaşamdaki amacını sabitlemesine

ve ona odaklanmasına olanak sağlayan “çok güçlü bir sözcük” olabilir. Yalnızlık zaman zaman mahremiyetle de ilişkilendirilmektedir. Mahremiyet “kendini başkalarının varlığından uzaklaştırmaktan” ziyade “başkalarıyla olan temas miktarının kontrol edilmesi” olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda yalnızlık; dinginliğe, sessizliğe ve mahremiyete izin vermesi birçok yaratıcı ve manevi geleneğin bir parçası olmuştur (aktaran Manusov, 2020). Bu nedenle sükûnet sadece yeterli kaynağa sahip olanlar için bir lüksten ziyade pek farkında olunmayan içsel kaynaklarını bir araya getirmek isteyen herkes için bir gerekliliktir (Iyer, 2014: 6).

Özellikle ergenler ve yetişkinler için isteyerek seçilen yalnız zamanların, bireylere ve ilişkilerine sayısız fayda sağlayabileceği vurgulanmaya başlanmıştır. Bu haliyle yalnızlık, doğası gereği paradoksaldır. Yalnız olmak ve kendi özüne dönmek için zamana sahip olması insanın, başkalarıyla birlikte olma yeteneği açısından önem taşımaktadır (Manusov, 2020). Örneğin, Abraham Lincoln ’ün 1862-1864 yıllarının yaz ve güz aylarında kaldığı özel köşkün; iç savaşın travmalarını anlayıp, karşı karşıya olduğu zor kararları irdelemesinde büyük rol oynadığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Ulaşmak için her gece at sırtında uzun bir yol tepmeyi göze aldığı bu köşk Lincoln’a, Beyaz Saray’da asla bulamayacağı “*derin düşünmek için uygun zaman ve mekân*” sağlıyordu (Newport, 2019: 88)

Özüne dönmek için bireyin, gönüllü yalnızlığa gereksinimi vardır. Bu durum, sıklıkla yanlış anlaşılabilir, birçok bireyin gerçekleştiremeyeceği bir tür "*inziva*" olarak kabul edilmektedir. Ancak gönüllü yalnızlık, dış çevreden ziyade, bireyin zihinsel iç dinamikleriyle ilişkilidir. Diğer bir ifadeyle, gönüllü yalnızlık, bireyin zihninin, diğer zihinlerden gelen girdilere maruz kalmadığı bir hal olarak tanımlanabilir. Bu perspektiften bakıldığında, bir birey, kalabalık bir kafeterya veya metro da olmasına rağmen gönüllü yalnızlığı deneyimleyebilir; tersine, eğer zihni başkalarından gelen bilgilerle meşgulse, تنها bir ortamda dahi yalnızlık hissi yaşamayabilir. Dolayısıyla, gönüllü yalnızlık, başkalarından gelen bilgilere olan reaksiyonu durdurarak, bulunulan yerden bağımsız olarak kişisel düşünce ve deneyimlere odaklanmayı gerektirir (Newport, 2019: 93).

### 1.1.3. JoMO Kavramına İlişkin Literatür Taraması

JoMO ile ilgili olarak literatürde yapılan çalışmalar Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** JoMO’ya İlişkin Literatür Taraması

Yazar	Araştırılan Değişkenler	Bulgular
Aitamurto, vd., (2021)	JoMO, FoMO, 360° video izleme deneyimi	Sinematik Sanal Gerçeklik (CVR) veya 360 derece video kullanımıyla ilgili sürükleyici izleme deneyimlerini inceleyen bu çalışmada, kullanıcıların FoMO duygusunun, küresel çapta gerçekleşen paralel olaylara dair farkındalıklarından kaynaklandığı; ancak bunun yanı sıra JoMO duygusunu da deneyimledikleri belirlenmiştir. Tekrarlanan izleme durumlarında, FoMO hissini azaldığı, fakat JoMO'nun sabit bir şekilde korunduğu gözlemlenmiştir. Araştırmacılar, bu bulguları, FoMO ve JoMO'nun sürükleyici bir video izleme deneyiminde birbirini tamamlayan iki özellik olarak değerlendirebileceği ve FoMO'nun önceden varsayıldığı kadar olumsuz bir etken olmayabileceği şeklinde yorumlamışlardır.
Aurel ve Paramita (2021)	Y kuşağı, JoMO, FoMO	Pandemi sürecinde uygulanan geniş kapsamlı sosyal kısıtlamaların tetiklediği Instagram kullanımındaki artış bağlamında, Y kuşağına ait aktif Instagram kullanıcıları arasında FoMO ve JoMO semptomlarının incelenmesi ve bu semptomların Temel Kişilerarası İlişkiler Yönetimi modeli çerçevesinde, katılım, kontrol ve şefkat gibi üç temel kişilerarası iletişim ihtiyacı ile ilişkisinin analiz edilmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın bulguları, pandemi sürecinde, özellikle sevgi ve bağlılık ihtiyacının, Y kuşağı Instagram kullanıcılarının FoMO veya JoMO

		semptomlarını deneyimlemede en belirgin etken olduğunu ortaya koymuştur. Aşırı kişisel şefkat duygusuyla ilişkilendirilen FoMO, ilişkilerin ve sevginin kaybedilmesinden duyulan korkuya dayanırken; JoMO, gerçek hayattaki ilişkilere odaklanmayı ve bu ilişkilerdeki güvensizlikler nedeniyle kişilerarası sevgiye yönelik JoMO deneyimini içermektedir.
Chan vd. (2022)	FoMO, JoMO ve mindfulness	Araştırmacılar, problemlili sosyal medya kullanımının yol açtığı olumsuz sonuçlardan biri olarak kabul edilen FoMO sorununu azaltmaya ve bireysel öznel iyi oluşu artırmaya katkıda bulunabilecek JoMO yaklaşımının benimsenmesine destek olabilecek bir sosyal medya farkındalık uygulaması önerisinde bulunmaktadırlar.
Rautela ve Sharma (2022)	FoMO, JoMO, internetin sorunlu kullanımı, psikolojik ve zihinsel sağlık, sosyal medya yorgunluğu	Psikolojik ve zihinsel sağlık bağlamında sosyal medya yorgunluğu ile FoMO ve JoMO arasındaki ilişkinin değerlendirildiği araştırmada, problemlili internet kullanımının zihinsel ve psikolojik sağlık üzerinde, FoMO ve sosyal medya yorgunluğu üzerinde anlamlı ve olumlu etkileri olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, sosyal medya yorgunluğunun, JoMO'yu destekleyen ve bireylerin bağlantıyı kesme arzusunu anlamlı ve olumlu yönde etkileyen bir faktör olarak önemli rol oynadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, FoMO'nun sosyal medya yorgunluğu üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.
Eitan ve Gazit (2023)	FoMO etkisi, sosyal medya yoğunluğu ve demografik faktörler	Facebook'ta 4 Ekim 2021'de yaşanan ciddi teknik servis arızası sonucu dünya çapında 6 saat süren bir "kesinti" yaşanmış ve bu durum, sosyal medya hesaplarına erişim sağlayamayan yetişkinler arasında stresin ve duygusal gerilimin yordayıcılarını incelemek amacıyla 571 katılımcıyla bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, başlangıçta endişe duyan bireylerin, kesintinin küresel çapta olduğunun farkına vardıldıktan sonra daha rahatladığı, bazı bireylerin sadece olumsuz duygular tecrübe ettiği, bazı katılımcıların olumlu duygular hissettiği ve hatta JoMO duygusunu deneyimlediği ve bazı katılımcıların da duruma karşı kayıtsız kaldığı gözlemlenmiştir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, JoMO kavramı çoğunlukla FoMO kavramı ile karşılaştırılmış ve güncel bir konu olarak ele alındığı görülmektedir. Sosyal medya kullanımının artışı, FoMO kavramının daha fazla araştırılmasına neden olsa da son yıllarda FoMO'nun antitezi olarak ortaya çıkan JoMO'nun da literatürde yavaş yavaş yer almaya başladığı ve araştırmacıların ilgisinin arttığı söylenebilir.

## 1.2. Öznel Zindelik ve Yaşam Tatmini Kavramları

Öznel zindelik, bireyin yaşam amacına hizmet edebilecek psikolojik ve fiziksel enerji kaynaklarının farkında olmasını ifade etmektedir. Güncel psikoloji araştırmaları, öznel zindeliğin bireyin kendi potansiyelini keşfetmesine ve insan onuruna yaraşır bir yaşam sürdürmesine olanak sağlayan temel bir eudaimonia (mutluluk hali) belirteci olarak kabul edildiğini vurgulamaktadır (Chang vd., 2022). Bu kavram, farklı kültürel bağlamlarda çeşitli isimlerle tanımlanmaktadır. Antik Çin Taoizm'inde, "ch" ve "jing" terimleri içsel enerjinin doluluğunu belirtirken; Japon kültüründe "Ki" kavramı, bireyin zihinsel ve fiziksel sağlığını canlandırmak için gerekebilecek enerji ve gücü ifade etmektedir (Bostic vd., 2000). Psikodinamik geleneğin önde gelen teorisyenleri (Freud, Jung, Lifton vd.) enerji konusunu ele almış ve bireyin enerjiye olan yatırımının bu enerjinin artışına ya da azalışına etki edebileceği konusunda genel bir mutabakata varmışlardır (Nix vd., 1999). Bu perspektifte, enerji kavramı öznel zindeliğin temel taşlarından biri olarak görülmekte ve bireysel refah ile öznel zindeliğin sürdürülmesi için optimum enerji düzeyinin önemi vurgulanmaktadır (Fini vd., 2010).

Öznel zindelik veya bireyin kullanımına sunulan enerjiye sahip olma hissi, fenomenolojik açıdan dikkat çeken dinamik bir durum olarak tanımlanmaktadır. İnsanlar, sahip oldukları enerji düzeyindeki değişimleri, hastalık veya yorgunluk gibi fiziksel koşulların yanı sıra psikolojik faktörlerin de bir sonucu olarak algılamaktadırlar (Nix vd., 1999).

Kendini zinde hissetme, insan deneyiminin tanıdık fakat oldukça değişken bir boyutudur. İnsanlar, özel durumlar veya olaylar karşısında kendilerini enerjik ve canlı hissedebilirken, diğer zamanlarda kendilerini “bıkın” ya da “tükenmiş” olarak tanımlayabilirler. Bu pozitif canlılık ve enerji hissi, sadece fiziksel aktivite, uyarılma veya kalori depolanması gibi unsurlardan ibaret değildir. Bireylerin zindelik algıları, fiziksel durumların (örneğin; hastalık ve yorgunluk) yanı sıra psikolojik faktörlerin (örneğin; bir amaca sahip olmak, etkili olmak gibi) bir yansıması olarak çeşitlilik gösterir. Fenomenolojik merkeziliği ve hem fiziksel hem de psikolojik faktörlerle ilişkili görünen değişkenliği nedeniyle, öznel zindelik ve canlılık hissi, bireysel refahın önemli bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Ryan ve Frederick, 1997). Bu kapsamda, zindelik kavramı, yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda zihinsel canlılığı da kapsamakta ve bu nedenle fiziksel ve psikolojik sağlıkla doğrudan ilişkilendirilmektedir (Yılmaz, 2023).

Öznel zindeliğine ilişkin kavramsal çerçevenin oluşturulmasında Ryan ve Frederick’in (1997) önemli bir etkisi vardır. Öznel zindeliğe ilişkin ölçek, bu yazarlar tarafından geliştirilmiştir. Bostic vd. (2000) ise Ryan ve Frederick (1997) tarafından geliştirilen öznel zindelik ölçeğinin yapısal geçerliliğini yapısal eşitlik modeli ile tespit etmişlerdir. Ryan ve Frederick (1997) öznel zindeliği yüksek olan bireylerin; uyanık, enerjik ve canlı olduklarını; buna karşın öznel canlılığı düşük olan bireylerin ise daha fazla ağrı vb. fiziksel belirtiler, etkisiz vücut fonksiyonu ve somatizasyon belirtileri konularında şikâyetle bulduklarını tespit etmişlerdir.

Jang vd. (2021), 18-67 yaşa arasında facebook kullanıcıları arasında yürüttükleri çalışmalarında Facebook’ta içerik üretmek için stratejik kişisel sunum stili benimseyen kullanıcıların daha fazla mutluluk ve öznel canlılık bildirdikleri tespit edilmiştir.

Bu araştırma sonuçlarından hareketle JoMO ve öznel zindelik arasındaki ilişkiye dair şöyle bir çıkarım yapılabilir. Dijital bağlantıyı keserek, bireyin sürekli olarak dijital cihazlarla etkileşim içerisinde olmasını azaltarak, zihinsel dinginlik ve sakin enerji düzeyini artırması beklenmektedir. Ayrıca sürekli bilgi akışının yarattığı dikkat dağınıklığını azaltarak, bireyin gerçek hayata odaklanmasına olanak sağlaması beklenmektedir. Bu nedenle JoMO deneyimi arttıkça öznel zindelik düzeyi artacağı düşünülmektedir. Benzer şekilde bireyin iç huzuru ve zihinsel dinginliğini arttıkça, dijital dünyadan uzaklaşmalarına ve kendi duygu-düşüncelerine ve yaşam amaçlarına daha fazla odaklanabilirler. Böylelikle iki kavram arasında pozitif bir korelasyon olması öngörülmektedir.

Yaşam tatminini ise Pavot ve Diener (2008), öznel iyi oluşun alt boyutlarından birisi olarak tanımlamışlardır. Yaşam tatmini bir kişinin yaşamı ile ilgili standartlarının bir bileşeni olarak da değerlendirilebilir. Diener vd. (1985) yaşam tatminini, “kişinin koşullarının uygun bir standart olduğu düşünülen bir şeyle karşılaştırmasına dayanan bilişsel bir yargılama süreci” olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla yaşamdaki başarı algısı ile bazı standartlar arasındaki fark ne kadar düşükse, yaşam tatmini o kadar yüksek olmaktadır. Yaşam tatmini ve yaşam kalitesinin diğer göstergeleri, kişinin, olumlu ya da olumsuz genel bir değerlendirmesini yansıtmaktadır (Longstreet ve Brooks, 2017). İnsanların diğer insanlarla ilişkilerinin ve etkileşimlerinin kalitesi, onların refah duyguları ve yaşam tatmini değerlendirmeleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Maddux, 2018: 2).

Günümüz insanının ister iş hayatında ister günlük hayatında sürekli olarak dijital teknolojilere maruz kalması öznel zindelik düzeylerini ve yaşam tatminlerini etkilediği yapılan çalışmalarla da görülmektedir. Buna bağlı olarak dijital teknolojilerden uzak kalmaya çalışmak, gelişmeleri kaçırma korkusu yerine olup biteni kaçırma keyfini yaşayabilmek bir miktarda olsa zindeliklerini pozitif yönde etkileyebilecek ve yaşamlarından tatmin olmalarını sağlayabilecektir. Dolayısıyla olup biteni kaçırma keyfi hem örgütler açısından hem de bireyler açısından önemli örgütsel ve bireysel çıktılara neden olabilmesi gerekçesiyle gelecekte de araştırmacılar tarafından çalışılacak ve önemi yavaş yavaş anlaşılan bir konu olacağı söylenebilir.

## 2. Yöntem

Çalışmanın bu kısmında ölçeğin çeviri çalışmasına, veri toplama araçlarına ve veri analizlerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

### 2.1. Ölçeğin Çeviri Çalışması

Ölçek uyarlama süreci başlatılmadan önce ölçeği Türkçeye uyarlayabilmek için ölçeği geliştiren sorumlu araştırmacı olarak belirtilen Barry'den e-posta yoluyla izin istenmiştir. Araştırmacının 07.11.2023 tarihinde izni vermesinden sonra etik kurul izni aşamasına geçilmiştir. Araştırmanın yapılabilmesi için *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 29.12.2023 tarihli 2023-1047 sayılı kararla onay alınmıştır.*

Alınan etik kurul izninden sonra ölçeğin Türkçe çeviri aşamasına geçilmiştir. Ölçek çevirisi için literatürde önerilen farklı yöntemlerin olduğu görülmüştür. Bu çalışmada Brislin'in (1986) önerdiği yöntem kullanılmıştır. Brislin'in önerdiği yöntem beş aşamadan oluşmaktadır. Yöntemin aşamaları şu şekildedir (Brislin, 1986):

- Ölçek öncelikle kaynak dil olan İngilizceden hedef dil olan Türkçeye çevrilir.
- Bu çeviri değerlendirilir.
- Türkçeye çevrilen ölçek kaynak dil olan İngilizceye tekrar çevrilir.
- Bu çevirinin de tekrar değerlendirmesi yapılır.
- Son olarak her iki çevirinin değerlendirilmesi için uzman görüşü alınır.

Çalışmada öncelikle ölçek ilk olarak 2 İngilizce uzmanı öğretim elemanı ve 1 İngilizce öğretmeni tarafından Türkçeye çevrilmiştir. İkinci aşamada 3 ayrı çevirisi yapılan ölçek yönetim ve organizasyon alanında uzman bir öğretim üyesine ve Türk dili alanında çalışma yapan bir öğretim görevlisine incelenmiş ve tek bir ölçek formu haline dönüştürülmüştür. Üçüncü aşamada tekrar 1 dil uzmanı tarafından İngilizceye geri çevrilmiştir. Dördüncü aşamada ölçeğin orijinal hali ile tekrar çevrildiği halinin uyumluluğu incelenmiş ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Son olarak bir iletişim ve bir örgütsel davranış alanında çalışan iki akademisyenden uzman görüşü alınmış ve ölçeğe böylelikle son şekli verilmiştir.

### 2.2. Çalışma Grubu

Olan Biteni Kaçırma Keyfi (JoMO) ölçeğini Türkçeye uyarlamak amaçlı yapılan bu çalışmada veriler, sıklıkla sosyal medyayı kullanan ön lisansta okuyan Z kuşağından elde edilmiştir. Veriler bir devlet üniversitesinin bir meslek yüksekokulunda okuyan öğrencilerden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak farklı gruplardan elde edilmiştir. Grupların belirlenmesinde öğretim şekli ve bölümlere göre ayırım yapılmıştır. Çünkü ölçek uyarlama çalışmalarında temel olarak yapı ve ölçüt geçerliklerine ihtiyaç duyulmakta ve bu geçerlilik analizleri için farklı gruplardan veri toplanması gerekmektedir.

Öncelikle Türkçeye çeviri aşaması bittikten sonra ölçek dağıtımına hazır hale getirilmiştir. Hazırlanan ölçek ifadelerinden oluşturulan ölçek formu ilk olarak 33 kişilik bir öğrenci grubuna dağıtılmış ve pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmadan sonra ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla AFA, DFA, birleşim ve ayrışım geçerlilikleri yapılmıştır. Bu analizler için 2 ayrı gruptan veriler elde edilmiştir. 1. grup Ulaştırma Hizmetleri Bölümünde okuyan 179 öğrenciden oluşmaktadır. Bu veriler AFA'ya tabi tutulmuştur. 2. grup ise Yönetim ve Organizasyon Bölümü ile Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümünde okuyan 162 öğrenciden oluşmaktadır. Bu veriler DFA'ya tabi tutulmuştur. Literatürde AFA için örneklem büyüklüğünün madde sayısının en az 5 veya 10 katı katılımcı olması gerektiği ifade edilmiştir (Kline, 1994). Ölçeğin madde sayısı 13 olduğundan araştırmadaki çalışma grubunun örneklem büyüklüğünün AFA için yeterli olduğu anlaşılmıştır. DFA için örneklem büyüklüğünün ise en az 150 katılımcı olması gerektiği ifade edilmiştir (Kline, 2011). İkinci grubunda örneklem büyüklüğünün DFA için uygun olduğu görülmektedir. Son olarak ölçeğin ölçüt geçerliliğini

yapabilmek için öznel zindelik ve yaşam tatmini ölçekleri kullanılmıştır. Ölçüt geçerliliği için 112 öğrenciden yeniden veri toplanmıştır.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak amaçlı üç ölçek kullanılmıştır. Ölçeklere ilişkin bilgiler aşağıdaki gibidir.

Olan Biteni Kaçırma Keyfi (JoMO) ölçeği Barry vd. (2023) tarafından geliştirilmiş 13 ifade ve 3 boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte 3 ifade “Özüne Dönme Keyfi (ODK)” boyutunu, 4 ifade “Ulaşılamama Keyfi (UK)” boyutunu ve 6 ifade “Bağımsız Olma Keyfi (BK)” boyutunu açıklamaktadır.

Araştırmada öğrencilerin Öznel Zindelik düzeyini ölçmek için Ryan ve Frederick (1997) tarafından geliştirilmiş, Uysal vd. (2013) tarafından Türkçeye uyarlanmış 7 ifadeli tek boyuttan oluşan ölçek kullanılmıştır.

Yaşam Tatminini ölçmek için, Diener vd. (1985) tarafından geliştirilmiş, Bekmezci ve Mert (2018) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmış, tek boyuttan ve 5 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır.

Ölçeklerin tamamı 5’li Likert tipinde hazırlanmıştır.

### 2.4. Veri Analizleri

Ölçek uyarlama çalışması için öncelikle pilot çalışma yapılmıştır. Daha sonra yapı geçerliliğini test etmek amacıyla AFA, DFA, birleşim ve ayrışım geçerlilikleri yapılmıştır. Son olarak ölçeğin ölçüt geçerliliği test edilmiştir. Güvenirlik katsayısı için her iki grup için Cronbach Alfa ve Birleşik Güvenirlik (CR) katsayıları incelenmiştir. Analizler yapılırken SPSS ve AMOS istatistik programlarından yararlanılmıştır.

## 3. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında örnekleme ilişkin bilgilere, pilot çalışmaya, yapı geçerlilikleri ve ölçüt geçerliliği bilgilerine ve son olarak güvenirlik analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

### 3.1. Pilot Çalışma

Ölçeğin çeviri aşamasından sonra belirlenen örneklem grubunda test edilmeden önce pilot bir öğrenci grubunda test edilmiştir. Pilot uygulamada 14 kadın ve 19 erkek olmak üzere 33 öğrenciden veriler elde edilmiştir. Pilot çalışmada ölçeğin güvenirlik kat sayısına bakılmıştır. Ayrıca ölçek sorularının anlaşılıp anlaşılmadığı da bu şekilde test edilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alfa kat sayısı yani iç tutarlılık oranı ( $\alpha = .802$ ) olarak hesaplanmış. Madde toplam korelasyon değerlerinin ise ( $r > .30$ ) olduğu bulgulanmıştır. Ölçekte anlaşılmayan bir maddenin olmadığı ve pilot gruptan elde edilen iç tutarlılık sonucunun da yeterli olması sonucunda ölçek formunun örneklem gruplarına dağıtılma aşamasına geçilmiştir.

### 3.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Bu araştırma, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Alaçam Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören ve üç farklı bölümde okuyan ön lisans öğrencileri arasından toplanan verilere dayanmaktadır. Veri toplama işleminin bu öğrenci grubu üzerinden gerçekleştirilmesinin temel sebebi, bu bireylerin Z kuşağının bir parçası olmaları ve yoğun bir şekilde sosyal medya kullanmalarındadır. Twenge (2018) tarafından "süper bağlantılı nesil" olarak nitelendirilen bu kuşağın, FoMO düzeyleri hakkında yapılan mevcut çalışmalar (Uyar vd., 2018; Karakuyu, 2019; Gültekin, 2023), araştırmacıları JoMO'nun bu nesilde var olup olmadığını sorgulamaya itmiştir. Bu bağlamda, söz konusu öğrenci grubu, JoMO'nun incelenmesi için uygun bir örneklem olarak değerlendirilmiştir. Örnekleme ait demografik değişkenler ve sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur.



**Tablo 2.** Örneklemelere İlişkin Demografik ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bilgiler

1. Grup (n=179)			2. Grup (n=162)		
Cinsiyet	n	%	Cinsiyet	n	%
Kadın	75	40,9	Kadın	86	53,1
Erkek	104	58,1	Erkek	76	46,9
Yaş	n	%	Yaş	n	%
18-20	113	63,1	18-20	104	64,2
21-24	58	32,5	21-24	52	32,0
25 ve üzeri	8	4,4	25 ve üzeri	6	3,8
Öğrenim Şekli	n	%	Okuduğu Bölüm	n	%
Örgün	117	65,4	Yön. ve Org.	101	62,3
UZEM	62	34,6	Büro Yön ve Sek.	61	37,7
Sınıf	n	%	Sınıf	n	%
1.Sınıf	68	38,0	1.Sınıf	62	38,3
2.Sınıf	86	48,0	2.Sınıf	76	46,9
Uzatmış	25	14,0	Uzatmış	24	14,8
Sosyal medya Uygulaması	n	%	Sosyal Medya Uygulaması	n	%
Facebook	2	1,1	Facebook	1	0,6
Instagram	138	77,1	Instagram	127	78,4
Twitter (X)	18	10,1	Twitter (X)	21	13,0
Diğer	10	5,6	Diğer	6	3,7
Kullanmıyor	11	6,1	Kullanmıyor	7	4,3
Süre	n	%	Süre	n	%
1 saatten az	3	1,7	1 saatten az	4	2,5
1-2 saat arası	33	18,4	1-2 saat arası	28	17,3
2-3 saat arası	67	37,4	2-3 saat arası	56	34,6
3 saatten fazla	65	36,3	3 saatten fazla	67	41,4
Hiç	11	6,1	Hiç	7	4,3
Paylaşım Sıklığı	n	%	Paylaşım Sıklığı	n	%
Her gün	7	3,9	Her gün	6	3,7
2 günde bir	3	1,7	2 günde bir	5	3,1
3-6 günde bir	28	15,6	3-6 günde bir	25	15,4
Haftada bir	20	11,2	Haftada bir	19	11,7
15 günde bir	26	14,5	15 günde bir	23	14,2
Ayda bir	68	38,0	Ayda bir	58	35,8
Paylaşım yapmam	27	15,1	Paylaşım yapmam	26	16,0
<b>Toplam</b>	<b>179</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>162</b>	<b>100,0</b>
3. Grup (n=112)					
Cinsiyet	n	%	Bölüm	n	%
Kadın	46	41,1	Ulaştırma Hiz.	73	59,9
Erkek	66	58,9	Yön. ve Org.	39	40,2
<b>Toplam</b>	<b>112</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>112</b>	<b>100</b>

Tablo 2 incelendiğinde 1. grupta katılımcıların %58,1'i erkek, %63,1'i 18-20 yaş arasında, %65,4'ü örgün eğitim öğrencisi, %48'i ikinci sınıf, %77,1'i Instagram kullanıcısı, %37,4'ü günlük 2-3 saat arasında sosyal medya kullanmakta, %38'i sosyal medyada ayda bir kere paylaşım yaptığını belirtmiştir. 2. grupta katılımcıların %53,1'i kadın, %64,2'si 18-20 yaş arasında, %62,3'ü yönetim ve organizasyon bölümü öğrencisi, %46,9'u ikinci sınıf, %78,4'ü Instagram kullanıcısı, %41,4'ü günlük 3 saatten fazla sosyal medya kullanmakta %35,8'i sosyal medyada ayda bir kere paylaşım yaptığını belirtmiştir. 3. grupta katılımcıların %58,9'u erkek, %59,9'u ulaştırma hizmetleri bölümü öğrencisidir.

### 3.3. Betimleyici İstatistikler

Araştırmada yapı geçerliliğini test etmeden önce ölçeğin normallik dağılımına bakmak gerekmektedir. Ayrıca ölçeğe ilişkin ortalamalar ve standart sapmalar da incelenmiştir. Ölçeğin

gruplara göre normallik dağılım sonuçları, ortalama ve standart sapma sonuçları Tablo 3 yer almaktadır.

**Tablo 3.** Çalışma Gruplarına İlişkin Betimleyici İstatistikler

1. Grup				
Ölçek	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama	Standart Sapma
JoMO	-,989	1,329	3,80	,0538
Bağımsız Olma Keyfi	-,971	1,180	3,83	,0587
Özüne Dönme Keyfi	-1,217	2,063	4,09	,0571
Ulaşılama Keyfi	-,667	,151	3,52	,0751
2. Grup				
Ölçek	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama	Standart Sapma
JoMO	-,640	,658	3,63	,0637
Bağımsız Olma Keyfi	-,801	,338	3,62	,0753
Özüne Dönme Keyfi	-1,186	2,086	3,99	,0649
Ulaşılama Keyfi	-,331	-,649	3,26	,0864
3. Grup				
Ölçek	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama	Standart Sapma
JoMO	-,117	,078	3,45	,0503
Bağımsız Olma Keyfi	-,721	,755	3,73	,0622
Özüne Dönme Keyfi	-,692	,615	3,82	,0718
Ulaşılama Keyfi	,541	,769	3,05	,0613
Öznel Zindelik	-,513	,574	3,28	,0639
Yaşam Tatmini	-,155	,041	3,53	,0559

Literatürde çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ve +1,5 arasında olması gerektiği belirtilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu bilgiye göre 1. ve 2. gruplarda özüne dönme keyfi boyutu dışında diğer boyutların ve ölçeklerin normal dağıldığı görülmektedir. Ancak Jondeau ve Rockinger (2003) alt boyutlar şeklinde incelenen normallik dağılımlarında, çarpıklık ve basıklık katsayılarının +3 ile -3 arasında değişebileceğini bununda normal dağılım göstergelerine göre uygun olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumda ölçeğin tümünün ve boyutlarının normal dağılım gösterdiği söylenebilir. Ortalamalar incelendiğinde ise özüne dönme keyfi boyutunun üç grupta da en yüksek ortalama sahip olduğu tespit edilmiştir.

### 3.4. Yapı Geçerliliği

JoMO ölçeğinin yapı geçerliliği için üç gruptan elde edilen verilerle AFA, DFA, birleşim ve ayrışım geçerlilikleri yapılmıştır.

#### 3.4.1. Açıklayıcı Faktör Analizi

AFA'da öncelikli olarak örneklem yeterliliği incelenmiştir. Örneklem yeterliliğinin belirlenmesinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerine bakılmaktadır. KMO değerinin 0,60'tan büyük olmasının yanında, Barlett Küresellik Testinin ise anlamlı olması ( $p < 0,05$ ) istenmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 303). Ölçeğe ait KMO değeri 0,885 ve Barlett Küresellik Test değeri ise  $p = 0,000$  şeklindedir. Bu değerler örneklem faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

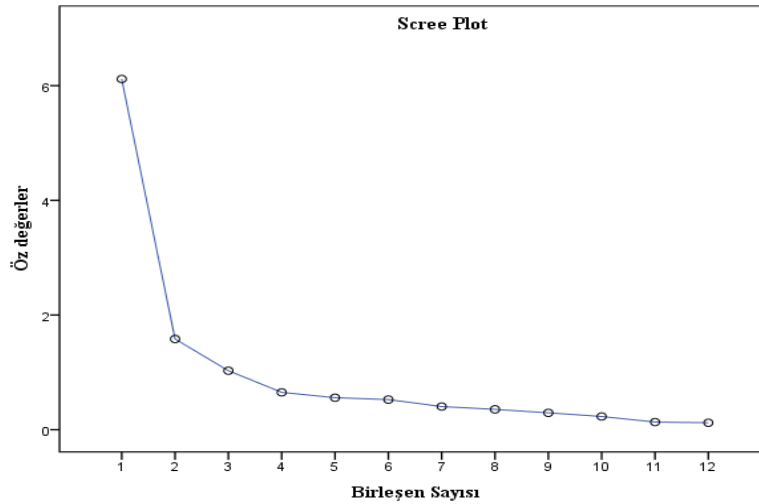
Yapılan AFA sonucunda 13 ifadeli ve 3 boyuttan oluşan JoMO ölçeğinde "Bağımsız Olma Keyfi" boyutunun altıncı (BK6: Kendi düşüncelerim ve duygularıyla baş başa kalmak benim için bir ödüdür) ifadesi farklı birçok madde altında yer aldığı için ölçekten çıkarılmıştır. Geri kalan 12 ifadenin 3 faktörlü yapı oluşturduğu tespit edilmiştir. JoMO ölçeğine ait AFA sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. AFA Sonuçları

Bağımsız Olma Keyfi	Faktör Yükleri	Faktör Açıklayıcıları (Açıklanan Varyans)	Öz Değerler
BK2	,841	50,966	6,116
BK4	,823		
BK3	,793		
BK5	,572		
BK1	,524		
<b>Ulaşılama Keyfi</b>			
UK1	,962	13,118	1,581
UK4	,897		
UK3	,891		
UK2	,783		
<b>Özüne Dönme Keyfi</b>			
ODK2	,875	8,578	1,029
ODK3	,792		
ODK1	,779		
Açıklanan Toplam Varyans: %72,222 KMO:0,885 <b>Bartlett Küresellik Testi: <math>\chi^2= 1405,222</math></b> SD: 66 <b>p=,000</b>			

Tablo 4 incelendiğinde toplam açıklanan varyansın %72,222 olduğu ve tüm faktör yüklerinin 0,50'den yüksek olduğu görülmektedir. AFA'da faktör sayısını belirlerken ifadelerle ait özdeğerlerin 1'in üzerinde olanlarının ve yamaç grafiğinin kontrol edilmesi önerilmektedir (George ve Mallery, 2003). Özdeğerler incelendiğinde ölçeğin 3 faktörlü bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Yamaç grafiği Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1. Yamaç Grafiği



### 3.4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

DFA analizi yapılırken öncelikle t değerleri (C.R) incelenmiştir. Bu değerlerin 0,05 anlamlılık düzeyinde 1,96'dan büyük ve 0,01 anlamlılık düzeyinde 2,576'dan büyük olması beklenmektedir (Çelik ve Yılmaz, 2013: 150). Analiz sonucunda ölçeğe ait t değerinde herhangi bir sorun olmadığı anlaşılmıştır. Daha sonra faktör yükleri incelenmiş, 0,50 altında bir faktör yükünün olmamasına dikkat edilmiştir (Gürbüz, 2019). AFA analizi sonucunda çıkarılan BK6 ifadesi, DFA yapılırken analize dahil edilmiştir. Ancak DFA analizi sonucunda yine aynı maddenin faktör yükünün 0,30'un altında olması nedeniyle ölçekten çıkarılmıştır.

t değerleri ve faktör yükleri incelendikten sonra ölçeğe ait uyum iyiliği değerlerine bakılmıştır. Ölçeğe ait uyum iyiliği olarak  $\chi^2/df$ , RMSEA, GFI, TLI, CFI, NFI değerleri incelenmiştir. Ölçeğe ait uyum iyiliği değerleri Tablo 5'te yer almaktadır.

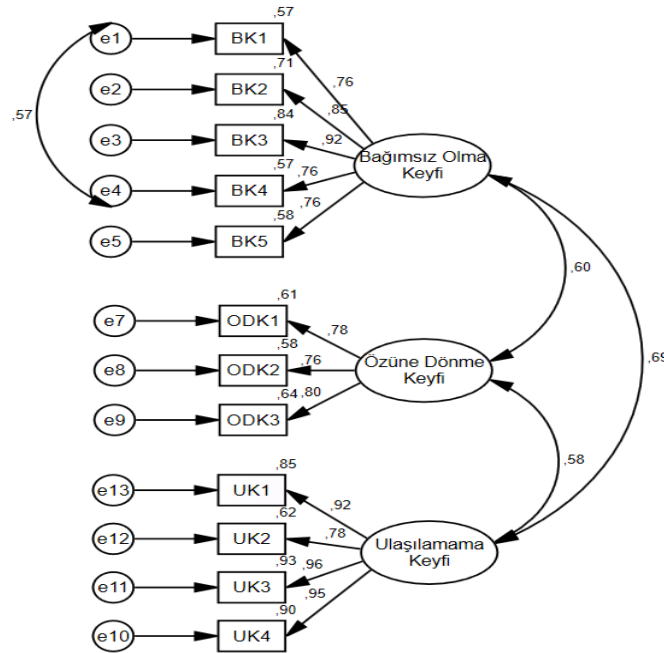
**Tablo 5.** DFA Uyum İyiliği Değerleri

Ölçek	$\chi^2/df$	RMSEA	GFI	CFI	TLI	NFI
JoMO (Modifikasyon Öncesi)	2,661	0,102	0,87	0,94	0,93	0,92
JoMO (Modifikasyon Sonrası)	1,739	0,068	0,92	0,97	0,97	0,94
Mükemmel Uyum *	$\leq 3$	$\leq 0.05$	$\geq 0.90$	$\geq 0.95$	$\geq 0.95$	$\geq 0.95$
Kabul edilebilir Uyum*	$\leq 5$	$\leq 0.08$	$\geq 0.80$	$\geq 0.85$	$\geq 0.80$	$\geq 0.80$

**Kaynak:** Simon vd. (2010)

Tablo 5 incelendiğinde JoMO ölçeği uyum iyiliği değerlerinde ilk analiz uygulandığında sadece RMSEA değerinin kabul edilebilir değer aralığında olmadığı görülmüştür. Programın önerdiği modifikasyon yapıldıktan sonra tüm değerlerin beklenen değer aralıklarında olduğu görülmektedir. Ölçeğe ait ölçüm modeli Şekil 2'de yer almaktadır.

**Şekil 2.** Ölçeğe Ait Ölçüm Modeli



Modele ilişkin standart yol katsayılarına ( $\beta_0$ ), standart olmayan yol kat sayılarına ( $\beta_1$ ), standart hatalarına (S.E) ve C.R değerlerine ait bilgiler Tablo 6'da yer almaktadır.

**Tablo 6.** JoMO DFA Ölçüm Değerleri

			$\beta_0$	$\beta_1$	S.E.	C.R.	P
BK5	<---	Bağımsız Olma Keyfi	0,763	1			
BK4	<---	Bağımsız Olma Keyfi	0,756	1,045	0,105	9,939	***
BK3	<---	Bağımsız Olma Keyfi	0,917	1,169	0,095	12,367	***
BK2	<---	Bağımsız Olma Keyfi	0,845	0,976	0,086	11,346	***
BK1	<---	Bağımsız Olma Keyfi	0,756	1,055	0,106	9,949	***
ODK3	<---	Özüne Dönme Keyfi	0,802	1			
ODK2	<---	Özüne Dönme Keyfi	0,764	0,974	0,104	9,372	***
ODK1	<---	Özüne Dönme Keyfi	0,782	0,952	0,1	9,552	***
UK4	<---	Ulaşılama Keyfi	0,95	1			
UK3	<---	Ulaşılama Keyfi	0,964	1,035	0,037	27,939	***
UK2	<---	Ulaşılama Keyfi	0,785	0,792	0,055	14,517	***
UK1	<---	Ulaşılama Keyfi	0,921	1,049	0,046	22,923	***

Tablo 6 incelendiğinde standartlaştırılmış faktör yüklerine göre Bağımsız Olma Keyfi alt boyutunu en iyi açıklayan ifade BK3 ( $\beta_0=0,917$ ), Özüne Dönme Keyfi boyutunu en iyi açıklayan ifade ODK3 ( $\beta_0=0,802$ ), Ulaşılama Keyfi alt boyutunu en iyi açıklayan ifade UK3 ( $\beta_0=0,964$ ) olduğu görülmektedir.

### 3.4.3. Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği

Ölçek uyarlama çalışmasında yapı geçerliliğini test etmek için ayrıca birleşim ve ayrışım geçerlilikleri yapılmıştır. Ölçeğin birleşim geçerliliği için ortalama açıklanan varyans (AVE) ve birleşik güvenilirlik (CR) değerleri incelenmiştir. Ölçeğin ayrışım geçerliliği için ise AVE değerinin karekökü ( $\sqrt{AVE}$ ) hesaplanmıştır. Fornell ve Larcker (1981) birleşim geçerliliği için AVE değerinin 0,50'nin üzerinde olması gerektiğini ve CR değerinin ise 0,70'in üzerinde olması gerektiğini, ayrışım geçerliliği için ise  $\sqrt{AVE}$  değerinin araştırmada yer alan yapılar arasındaki korelasyon katsayılarından yüksek olması gerektiğini belirtmişlerdir. Tablo 7'de birleşim, ayrışım geçerlilikleri ve faktörlere ilişkin korelasyon katsayılarına ait bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 7.** Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği

Ölçek Faktörleri	AVE	CR	BK	ODK	UK
Bağımsız Olma Keyfi (BK)	0,656	0,905	(0,809)		
Özüne Dönme Keyfi (ODK)	0,613	0,826	0,524**	(0,782)	
Ulaşılama Keyfi (UK)	0,824	0,949	0,685**	0,536**	(0,907)

\*\*p<0,01, Parantez içindeki değerler  $\sqrt{AVE}$  değerleridir.

Tablo 7 incelendiğinde faktörlere ilişkin AVE ve CR değerlerinin istenen değerlerden yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin birleşim geçerliliği olduğu anlaşılmaktadır.  $\sqrt{AVE}$  değerinin de faktörler arasındaki korelasyon kat sayılarından yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda ölçeğin ayrışım geçerliliği de sağlanmıştır.

### 3.5. Ölçüt Geçerliliği

JoMO ölçeğinin ölçüt geçerliliğini belirleyebilmek için 5 ifadeden oluşan tek boyutlu Yaşam Tatmini Ölçeği ile 7 ifadeden oluşan Öznel Zindelik Ölçeği kullanılmıştır. Ölçüt geçerliliği için 112 öğrenciden tekrar veri toplanmıştır. Ölçeğe ilişkin ölçüt geçerliliğine ait korelasyon değerleri Tablo 8'de görülmektedir.

**Tablo 8.** JoMO Ölçeği Ölçüt Geçerliliğine İlişkin Bulgular

	JoMO	ODK	UK	BK	ÖZ	YT
<b>JoMO</b>	1					
<i>Özüne Dönme Keyfi (ODK)</i>	,734**	1				
<i>Ulaşılama Keyfi (UK)</i>	,652**	,386**	1			
<i>Bağımsız Olma Keyfi (BK)</i>	,851**	,594**	,250**	1		
<b>Öznel Zindelik (ÖZ)</b>	,198*	,258**	,273*	,229**	1	
<b>Yaşam Tatmini (YT)</b>	,793**	,781**	,491**	,632**	,158	1

\*p&lt;0,05 ve \*\*p&lt;0,01

Tablo 8 incelendiğinde JoMO ölçeğinin tamamı ve boyutlarının Öznel Zindelik ve Yaşam Tatmini ile pozitif yönde bir ilişkisi olduğu görülmektedir. JoMO ve Öznel Zindelik arasındaki korelasyon 0.198 olarak belirtilmiştir. Bu değer ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ancak nispeten zayıf olduğunu gösterir. Bu korelasyon katsayısı, JoMO hisseden bireylerin öznel zindelik düzeylerinde bir artış olabileceğini, ancak bu iki değişken arasındaki ilişkinin diğer psikolojik veya davranışsal faktörlere kıyasla daha az belirgin olduğunu göstermektedir.

JoMO ve Yaşam Tatmini arasındaki korelasyon 0.793 olarak gösterilmiştir. Bu değer ilişkinin istatistiksel olarak çok anlamlı ve güçlü olduğunu göstermektedir. Bu, JoMO hisseden bireylerin yaşam tatmin seviyelerinin de yüksek olma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Yani, Olup Biteni Kaçırma Keyfi duygusu yüksek olan kişilerin, genel olarak hayatlarından memnuniyetlerinin de yüksek olduğunu işaret etmektedir. Bu bulgu, JoMO'nun bireylerin genel yaşam kalitesi ve mutluluğu üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir. Bu durumda ölçeğe ilişkin ölçüt geçerliliğinin olduğu anlaşılmaktadır.

### 3.6. Güvenirlik Analizi

JoMO ölçeğinin iç tutarlılıklarını belirleyebilmek için hem Cronbach Alfa (CA), hem de birleşik güvenirlilik (CR) katsayıları incelenmiştir. Ayrıca her iki grup için madde toplam korelasyonları incelenmiştir. Ölçeklere ilişkin güvenirlilik kat sayıları Tablo 9'da yer almaktadır.

**Tablo 9.** Ölçeğin İki Gruba İlişkin İç Tutarlılık Kat sayıları

Ölçek Faktörleri	1. Grup		2. Grup	
	CA	CR	CA	CR
Bağımsız Olma Keyfi	0,835	0,841	0,902	0,905
Özüne Dönme Keyfi	0,797	0,857	0,825	0,826
Ulaşılama Keyfi	0,930	0,935	0,948	0,949

Fornell ve Larcker (1981) CR değerinin 0,70'in üzerinde olması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca sosyal bilimlerde CA değerinin 0,70'in üzerinde olması istenmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015). Tablo 10 incelendiğinde hem CR değerlerinin hem de CA değerlerinin beklenen değerlerin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre ölçeğin her iki grupta güvenilir bir ölçek olduğu anlaşılmıştır. Ölçek madde toplam korelasyonları da incelenmiştir. Her iki ölçekte de güvenilirliği düşüren ve bu nedenle atılması gereken herhangi bir madde olmadığı tespit edilmiştir.

## Sonuç

Hari'nin (2023) "Çalınan Dikkat", Han'ın (2023) "Yorgunluk Toplumu" ve Sayar ve Yalaz'ın (2022) "Dijital Yorgunluk" isimli kitaplarında, dijital teknolojilerin ve sosyal medya platformlarının aşırı kullanımının bireylerin odaklanma yeteneğine olumsuz etkilerinin olduğu vurgulanmaktadır. Bu durumun bireylerdeki tükenmişliği ve depresyonu artırdığı ifade edilmiştir. Günümüz koşullarında dijital araçlardan tamamen uzaklaşmanın zor olabileceği kabul edilmekle birlikte, JoMO kavramına geçişin, bu olumsuz etkileri hafifletebileceği öne sürülmektedir. JoMO deneyimi yaşayan bireylerin, Gelişmeler Kaçırma Korkusu deneyimine sahip kişilere göre daha mutlu olduklarına dair bulgular, Jacobson (2021) tarafından yürütülen

bir araştırmada da desteklenmektedir. Bu bağlamda, bireylerin JoMO düzeylerinin ölçülmesi önem arz etmektedir. Bu amaçla Barry vd. (2023) tarafından bir JoMO ölçeği geliştirilmiştir. Bu çalışmada, Barry vd. (2023) geliştirdiği JoMO ölçeğinin Türkçeye uyarlanması güvenilirlik ve geçerlilik analizleri gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada pilot çalışma dâhil olmak üzere tüm veriler, ön lisans öğrencilerinden oluşan toplam 4 gruptan elde edilmiştir. İlk olarak ölçek Brislin'in (1986) önerdiği beş adımdan oluşan süreç takip edilerek Türkçeye çevrilmiştir. Türkçeye uyarlanması gerçekleştirilen ölçeğin ifadelerinin anlaşılabilirliği, 33 üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklem üzerinde test edilmiştir. Bu ön değerlendirme sonucunda, ifadelerin netliği ve anlaşılabilirliği konusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Yapı geçerliliğini belirlenmesi amacıyla, 179 öğrenciden toplanan veriler üzerinden Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), 162 öğrenciden elde edilen verilerle ise Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. DFA analizleri sonucunda, birleşim ve ayrışım geçerlilikleri de incelenmiştir. Son olarak, ölçeğin ölçüt geçerliliğini değerlendirmek üzere, dördüncü bir öğrenci grubundan toplanan verilere öznel zindelik ve yaşam tatmini ölçekleri eklenerek analiz yapılmıştır.

Yapılan AFA analizi sonucunda bağımsız olma keyfi boyutunun altıncı (BK6) "*Kendi düşüncelerim ve duygularıyla baş başa kalmak benim için bir ödüldür*" ifadesi binişik madde olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. AFA analizi sonucunda ölçeğin açıklanan varyansı %72,222 olarak hesaplanmış ve üç faktörlü bir yapı olduğu tespit edilmiştir. DFA analizi sonucunda BK6 maddesi yine düşük faktör yükü nedeni ile ölçekten çıkarılmak zorunda kalmıştır. DFA sürecinde, analiz programının önerdiği bir modifikasyonun uygulanması ile modelin uyum iyiliği değerleri beklenen aralıklara ulaşmıştır. Ölçek için yapılan birleşim geçerliliği analizi sonucunda, AVE ve CR değerlerinin, istenilen aralıklarda olduğunu tespit edilmiştir. Ayrışım geçerliliği, AVE'nin karekökü değerlerinin karşılaştırılması ile incelenmiş ve bu değerlerin de kabul edilebilir aralıklarda olduğu belirlenmiştir. Ölçüt geçerliliği analizinde, JoMO ile öznel zindelik ve yaşam tatmini arasında pozitif korelasyonlar tespit edilmiştir, bu da ölçüt geçerliliğini destekler niteliktedir. Güvenirlik analizleri kapsamında, ölçeğin iç tutarlılık katsayıları olan Cronbach Alfa (CA) ve Bileşik Güvenirlik (CR) değerleri incelenmiş ve her iki değer de 0,70'in üzerinde olduğu görülerek ölçeğin yüksek güvenirliliğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Bu analizlerin tamamı, ölçeğin geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu doğrulamaktadır.

Yapılan bu analizler sonucunda ölçeğin Türk kültüründe 12 ifade ve 3 boyutlu olarak yapılacak çalışmalarda kullanılabileceği anlaşılmıştır. Ölçeğin Türkçe ifadeleri Tablo 10'da yer almaktadır.

Bu çalışmayla, Türk akademik literatürüne JoMO ölçeğinin uyarlanması aracılığıyla yeni bir ölçüm aracı kazandırılması amaçlanmıştır. JoMO'nun bireyler ve örgütler üzerindeki çeşitli tutum ve davranışlar üzerinde etkili olabileceği öngörülmektedir. Bu bağlamda, uyarlanan ölçek sayesinde bu tür tutum ve davranışların belirlenmesi kolaylaştırılmayı hedeflenmektedir.

Ancak, bu çalışmanın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Elde edilen veriler yalnızca ön lisans öğrencilerinden toplanmıştır. Bu durum JoMO'nun yalnızca gençler üzerindeki etkisini yansıtmıyor olabilir. Oysa JoMO'nun yetişkinler üzerinde de önemli etkileri olabileceği düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, ölçeğin örgütsel bağlamda değerlendirilmesi ve çeşitlendirilmiş demografik özelliklere sahip katılımcılarla yeniden test edilmesi faydalı olabilir. Ayrıca, zaman ve maliyet sınırlamaları nedeniyle veri toplama süreci tek bir Meslek Yüksekokulu ile sınırlı kalmıştır. İleriki araştırmalarda, lisans ve lisansüstü düzeydeki öğrencileri de içeren genişletilmiş bir katılımcı grubuyla ölçeğin tekrar test edilmesi ve sonuçların karşılaştırılması önerilmektedir.

Tablo 10-Ölçek ifadeleri

Olup Biteni Kaçırma Keyfi (JoMO)
<b>Bağımsız Olma Keyfi</b>
<b>BK1-</b> Ben yanlarında olmadığım zamanlarda bile arkadaşlarımla iyi vakit geçirmesinden mutlu olurum.
<b>BK2-</b> Kendi yaptığım plana uyduğumda başarılı olurum.
<b>BK3-</b> Yalnız zaman geçirdikten sonra dinlenmiş hissederim.
<b>BK4-</b> İyi vakit geçirdiğimde, ayrıntıları internette başkalarıyla paylaşmayı düşünmem.
<b>BK5-</b> Yeni bir şeyler üretmek için ilhama ihtiyaç duyduğumda, bağımsız çalışmaktan keyif alırım
<b>BK6-</b> <i>Kendi düşüncelerim ve uygulamalarımla baş başa kalmak benim için bir ödüdür*</i>
<b>Ulaşılamama Keyfi</b>
<b>UK1-</b> Telefonda veya internetten ulaşamamak hoşuma gider
<b>UK2-</b> Arkadaşlarımla zaman geçirmektense zamanımı yalnız geçirmek beni daha çok memnun eder
<b>UK3-</b> Bazen arkadaşlarımla neler yaptığımı takip etmemek hoşuma gider
<b>UK4-</b> Tek başıma tatil yapmaktan keyif alırım
<b>Özüne Dönme Keyfi</b>
<b>ODK1-</b> Yalnız kaldığımda kendi kendime düşünmekten keyif alırım.
<b>ODK2-</b> Kendi başıma geçirdiğim zaman, diğer insanlarla daha güçlü/daha derin ilişkiler kurmama olanak tanır.
<b>ODK3-</b> Başkalarının ne yaptığıyla ilgilenmek yerine kendi işimi yaparım.
*Ölçekten çıkarılan ifade

**Hakem Değerlendirmesi:** İki bağımsız hakem tarafından değerlendirilmiştir.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Mali Destek:** Yazarlar bu çalışma için mali destek almamıştır.

**Peer Review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The authors have no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The authors did not received financial support for this study.

## Kaynakça

- Aitamurto, T., Won, A. S., Sakshuwong, S., Kim, B., Sadeghi, Y., Stein, K. ve Kircos, C. L. (2021). From FOMO to JOMO: Examining the Fear and Joy of Missing Out and Presence in a 360° Video Viewing Experience. In Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (s. 1-14). CHI Conference on Human Factors in Computing Systems .
- Aranda, J. H. ve Baig, S. (2018). Toward "JOMO": The Joy of Missing Out and the Freedom of Disconnecting. 20th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services, 1-8. <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3229434.3229468>
- Aurel, J. G. ve Paramita, S. (2021, August). FoMO and JoMO Phenomenon of Active Millennial Instagram Users at 2020 in Jakarta. In International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021) (pp. 722-729). Atlantis Press.
- Aydın, H. (2022). FOMO, YOLO ve JOMO sosyal Medya Hastalıklarının Tüketim Bağlamında Değerlendirilmesi Üzerine Literatür Taraması. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 37. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ulikidince>
- Barr, S. (2019). When Consumers Say They Want A Digital Detox, This Is What They Really Mean. Forbes. Erişim Adresi: <https://www.forbes.com/sites/stevenbarr/2019/12/23/when-consumers-say-they-want-a-digital-detox-this-is-what-they-really-mean/?sh=22fca08fae7e>. Erişim Tarihi: 21.02.2024
- Barry, C. T., Smith, E. E., Murphy, M. B., Halter, B. M. ve Briggs, J. (2023). JOMO: Joy of Missing Out and Its Association with social Media Use, Self-Perception And Mental Health. Telematics and Informatics Reports, 10. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100054>
- Baym, N. K. (2015). Personal Connections in the Digital Age. John Wiley



- Bayramoğlu, G. ve Gültekin, F. (2023). Z Kuşağının Sosyal Medya Bağımlılığının Yaşam Doyumu Üzerine Etkisi. *Turkuaz Uluslararası Sosyo-Ekonomik Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 27-53.
- Bekmezci, M. ve Mert, İ. S. (2018). Yaşam tatmini Ölçeğinin Türkçe Geçerlilik Ve Güvenirlilik Çalışması. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(8), 166-177.
- Bostic, T. J., McGartland Rubio, D. ve Hood, M. (2000). A Validation of the Subjective Vitality Scale Using Structural Equation Modeling. *Social Indicators Research*, 52(3), s. 313-324. <https://doi.org/10.1023/a:1007136110218>
- Brennen, B. (2019). *Opting Out of Digital Media*. Roudledge.
- Brislin, R. W. (1986). The Wording and Translation of Research Instruments. In J. W. Lonner, W. J., & Berry (Ed.), *Field Methods in Cross-Cultural Research* (pp. 137-164). SAGE Publications, Inc
- Bunny, S. (2018, November). Opting for JOMO (Joy of missing out). *Good Health (Australia Edition)*, 126-127. Erişim adresi: <https://www.magzter.com/tr/stories/Health/Good-Health-Magazine-Australia/Opting-For-JOMOJoy-Of-Missing-Out>. Erişim tarihi: 10.01.2024
- Çelik, H. E. ve Yılmaz, V. (2013). *Lisrel 9.1 ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Chan, S. S., Van Solt, M., Cruz, R. E., Philp, M., Bahl, S., Serin, N. ve Canbulut, M. (2022). Social Media and Mindfulness: From the Fear of Missing Out (FOMO) to The Joy of Missing Out (JoMO). *Journal of Consumer Affairs*, 56(3), 1312-1331. <https://doi.org/10.1111/joca.12476>
- Chang, W. H., Kuo, C.-C. ve Ni, Y.-L. (2022). Mindfulness Enhances Changes in Athletes' subjective Vitality: The Moderating Role of Coach Interpersonal Style. *Asian Journal of Sport and Exercise Psychology*, s. 190-197. <https://doi.org/10.1016/j.ajsep.2021.10.002>
- Cundioğlu, D. (2020). *Motto. İstanbul: Kapı Yayınları*.
- Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J. ve Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75
- Dhiman, D. B. (2023). Key issues and new challenges in new media technology in 2023: A critical review. *Journal of Media & Management*, 5(1), 1-4.
- Eitan, T. ve Gazit, T. (2023). No Social Media For Six Hours? The emotional Experience of Meta's Global Outage According to FoMO, JoMO and Internet Intensity. *Computers in Human Behavior*, 138. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107474>
- Fini, A. A., Kavousian, J., Beigy, A. ve Emami, M. (2010). Subjective Vitality and Its Anticipating Variables on Students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 150-156. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.064>
- 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/10.2307/3151312>
- Fuste-Forne, F. ve Hussain, A. (2021). Looking Throug A Tourist Gaze: The Joy of Missing Out (JOMO) and The Case of Mussels. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Art*, 13(2), 1-8. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/67556/1/67556.pdf>
- George D. ve Mallery P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon
- Gültekin, Z. (2023). Sosyal Medyada Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun (FoMO) Tükenmişliğe Etkisi: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. *Örgütsel Davranış Kavramlar ve Araştırmalar-II kitabı içinden*. (Ed) Bengü Hırlak. Özgür Yayınları
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (2.Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. (2019). *Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Han, B-C (2023). *Yorgunluk Toplumu. (Çeviren: Samet Yalçın)*. İnkıta Kitap.

- Hari, J. (2023). Çalınan Dikkat Neden Odaklanamıyoruz? (Çeviren: Barış Engin Aksoy). Metis Yayınları
- Iyer, P. (2014). Sükûnet Sanatı: Hiç Bir Yere Gitme Maceraları. (Çeviren: N. Yaraç) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Jacobsen, S. (2021). FOMO, JOMO and COVID: How Missing Out and Enjoying Life are impacting How We Navigate a Pandemic. *Journal of Organizational Psychlog*, s. 67-73. <https://doi.org/10.33423/jop.v21i3.4309>
- Jang, W. E., Chun, J. W., Kim, J. J. ve Bucy, E. (2021). Effects of self-Presentation Strategy and Tie Strength On Facebook Users' Happiness and Subjective Vitality. *Journal of Happiness Studies*, 1-19.
- Jondeau E. ve Rockinger M. (2003). Conditional Volatility, Skewness, and Kurtosis: Existence, Persistence, and Comovements. *Journal of Economic Dynamics & Control*, 27, 1699 – 1737.
- Jorge, A., Amaral, I. ve Alves, A. M. (2022). "Time Well Spent": The Ideology of Temporal Disconnection as A Means For Digital Well-Being. *International Journal of Communication*, 16, s. 1151-1572.
- Karakuyu, A. (2019). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkuları Ve Yalnızlık Durumlarının Nomofobilerine Katkısı. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(54), 93-106.
- Kaur, P., Islam, N., Tandon, A. ve Dhir, A. (2021). Social media Users' Online Subjective Well-Being And Fatigue: A Network Heterogeneity Perspective. *Technological Forecasting & Social Change*, 172.
- Kerse, Y. (2023). JOMO (Joy of missing out) concept: Don't be afraid, let it escape. H. S. Fettahoğlu, & F. G. Bilginer Özsaatçi (Dü) içinde, *Digital transformation of marketing: Marketing 5.0*. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub254.c1341>
- Kline, P. (1994). *An Easy Guide To Factor Analysis*. New York: Routledge.
- Kline, R. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York.
- Lemay, D. J., Doleck, T. ve Bazalais, P. (2019). Self-determination, loneliness, Fear of Missing Out, and Academic Performance. *Knowledge Management & E-Learning*, 11(4), s. 485-496.
- Longstreet, P. ve Brooks, S. (2017). Life Satisfaction: A key to Managing İnternet & Social Media Addiction. *Technology in Society*, 50, s. 73-77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Maddux, J. E. (2018). *Subjective Well-Being and Life Satisfaction*. (J. E. Maddux, Dü.) New York and London: Roudledge.
- Manusov, V. (2020). In praise Of Voluntary Solitude: The "Fertile Void" and İts Role In Communication And Relationships. *Atlantic Journal of Communication*, 28(1), s. 68-83. <https://doi.org/10.1080/15456870.2020.1684158>
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of Missing Out: Practical Decision- Making in a World of Overwhelming Choice*. Sourcebooks.
- Newport, C. (2019). *Dijital Minimalizm: Ekran Bağımlılığı ve Teknoloji Yorgunluğu Sarmalından Kurtulmak İçin Bir Yol Haritası*. (Çeviren: Cansel Mavituna) İstanbul: Metropolis.
- Nguyen, M. H. (2021). Managing socail Media Use in an "always-on society": Exploring Digital Wellbeing Strategies That People Use To Disconnect. *Mass Communication and Society*, 24(6), s. 795-817. <https://doi.org/10.1080/15205436.2021.1979045>
- Nidoy, M. G. (2023). Digital resistance: Resisting digital technologies in a connectes society. *kommunikation. medien*, 15. <https://doi.org/10.25598/JKM/2023-15.36>
- Nix, G. A., Ryan, R. M., Manly, J. B. ve Deci, E. L. (1999). Revitalization through self-regulation: The effects of autonomous and controlled motivation on happiness and vitality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 266-284. <https://doi.org/10.1006/jesp.1999.1382>

- Odaman-Uşaklıgil, H. ve Baltaş, A. (2023, Nisan). Dijital Obeziteden Korunabilmek. Harvard Business Review Türkiye. Erişim adresi: <https://hbrturkiye.com/dergi/dijital-obeziteden-korunabilmek>. Erişim Tarihi: 20.01.2024
- Pavot, W. ve Diener, E. (2008). The Satisfaction With Life Scale and The Emerging Construct Of Life Satisfaction. *Journal Positive Psychol.*, 3(2), 137-152. <https://doi.org/10.1080/17439760701756946>
- Price, C. (2021). Dijital Detoks: Telefon Bağımlılığına Son! (Çevirmen: Selin Özkan) İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Radtke, T., Apel, T., Schenkel, K., Keller, J. ve von Lindern, E. (2022). Digital Detox: An Effective Solution In The Smartphone Era? A Systematic Literature Review. 10(2), s. 190-215. <https://doi.org/10.1177/20501579211028647>
- Rautela, S. ve Sharma, S. (2022). Fear of Missing Out (FOMO) to The Joy of missing out (JOMO): Shifting Dunes of Problematic Usage of The Internet Among Social Media Users. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 20(4), 461-479. <https://doi.org/10.1108/JICES-06-2021-0057>
- Ryan, R. M. ve Frederick, C. (1997) On Energy, Personality And Health: Subjective Vitality As A Dynamic Refl Ection Of Well-Being. *Journal Of Personality*, 65, 529-565. <https://doi.org/10.1111/J.1467-6494.1997.Tb00326.X>
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research On Hedonic And Eudamonic Well-Being. *Annual Review of Psychology*, 52. <https://www.wisebrain.org/papers/HappinessLR.pdf>
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York, London: Guilford Press
- Ryan, R. M. ve Vansteenkiste, M. (2023). *Self-Determination Theory: Metatheory, Methods, and Meaning*. R. M. Ryan (Dü.) içinde, *The Oxford handbook of self-determination theory* (s. 3-33). New York: Oxford University Press.
- Sayar, K. ve Yalaz, B. (2022). *Dijital Yorgunluk*. Kapı yayınları.
- Sezgin, A. S. ve Karabacak, Z. İ. (2019). Dijital Çağda Korku ve Keyfin Yeni Tanımı: FoMO ve JoMO. *İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi* (49), 1-11. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1959630>
- Sheldon, K. M. ve Titova, L. (2023). Social media Use And Well-Being: Testing an Integrated Self-Determination Theory Model. *Media Psychology*, 26 (6), 637-659.
- Simon, D., Kriston, L., Loh, A., Spies, C., Scheibler, F., Wills, C., ve Härter, M. (2010). Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the Autonomy-Preference-Index (API). *Health expectations*, 13(3), 234-243. doi: 10.1111/j.1369-7625.2009.00584.x <https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2185259>
- Sirgy, M. J. (2012). *The psychology of Quality of Life: Hedonic Well-Being, Life Satisfaction, And Eudaimonia*. New York, Londra: Spinger.
- Storr, A. (1989). *A Return to The Self*. New York: Ballantine.
- Syversten, T. ve Enli, G. (2018, May). *Digital Detox: Resisting media and Regaining Authentic Life*. ICA. [https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/76333/3/DigitalDetox\\_Convergence\\_Enli.pdf](https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/76333/3/DigitalDetox_Convergence_Enli.pdf)
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. ve Ullman, J. B. (2013). *Using Multivariate Statistics*, 6, 497-516, Boston, MA: pearson.
- Twenge, J. M. (2018). *İ-Nesli*. (Çeviren: Okhan Gündüz). Kaktüs Yayınları.
- Uyar, A., Birvural, A. ve Karakuyu, A. (2018). Ön lisans Öğrencilerinin FoMO Düzeylerinin Belirlenmesi ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(28), 3276-3281.

- Uysal, R., Satıcı, S. A. ve Akın, A. (2013). Mediating Effect of Facebook® Addiction on The Relationship Between Subjective Vitality and Subjective Happiness. *Psychological reports*, 113(3), 948-953. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.113x32z3>
- Vansteenkiste, M., Soenens, B. ve Ryan, R. M. (2023). Bacis psychological needs theory: A conceptual and empirical review of key criteria. R. M. Ryan (Dü.) içinde, *The Oxford handbook of self-determination theory* (s. 84-123). Oxford Library of Psychological.
- Vialle, S. J., Machin, T. ve Abel, S. (2023). Better than Scrolling: Digital Detox in The Search For The Ideal Self. *Psychology of Popular Media*. <https://doi.org/10.1037/ppm0000496>
- Vigil, T. R. ve Wu, H. D. (2015). Facebook Users' Engagement and Perceived Life Satisfaction. *Media and Communication*, 3(1), 5-16. <https://doi.org/10.17645/mac.v3i1.199>
- Wallace, H. (2020). What JOMO Is (& Why You Need It). 02 22, 2024 tarihinde meQ: The World's Leading Workforce Resilience Expert: [https://www-mequilibrium-com.translate.google/resources/what-jomo-is-why-you-need-it/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=tr&\\_x\\_tr\\_hl=tr&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www-mequilibrium-com.translate.google/resources/what-jomo-is-why-you-need-it/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc).
- Woodstock, L. (2014). Media Resistance: Opportunities for Practice Theory and New Media Research. *International Journal of Communication*, 8, 1983-2001. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2415/1186>
- Yılmaz, M. F. (2023). Investigating the Mediating Role of Problematic Internet Use in The Relationship Between The Coping Humor And Subjective Vitality Of University Students. *The Universal Academic Research Journal*. <https://research.ebsco.com/c/zqmxbj/viewer/pdf/6nmnit4fvv>.