

تدوین و اعتبار سنجی مقیاس ترس از در حاشیه ماندن در جامعه ایرانی

هانا اسدی^۱

فواد شریفی^۲

چکیده

هدف اصلی این مطالعه توسعه و بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی سازگاری مقیاس ترس از در حاشیه ماندن در میان جمعیت نوجوانان و جوانان ایرانی بود. این پژوهش از نوع مطالعات همبستگی بود، جامعه پژوهش ۳۸۰ نوجوان و جوان ایرانی ۱۶ تا ۲۴ ساله بودند که در سال ۱۴۰۰ در مدارس و دانشگاه‌های اردبیل مشغول به تحصیل بودند که به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. پس از ترجمه پرسشنامه اصلی به فارسی که شامل ۱۰ سوال بود، پرسشنامه ترس از در حاشیه ماندن توسط یک پرسشنامه ۱۸ سوالی اندازه‌گیری شد که نسبت به پرسشنامه اصلی تغییر یافته است. تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی برای بررسی شواهد اعتبار ساختاری آن انجام شد. یافته‌ها نشان داد که پرسشنامه ترس از در حاشیه ماندن با سه خرده مقیاس فقدان، اجبار و مقایسه و ۱۸ سوال، از لحاظ روانسنجی از پایایی (۰/۹۵) و برازندگی (۰/۶۲) خوبی برخوردار است. ساختار عاملی تأییدی نیز، مدل سه عاملی پیشنهادی پرسش‌نامه یاد شده را تأیید کرد. از پرسشنامه تحلیل عاملی شده ترس از در حاشیه ماندن می‌توان برای تشخیص و کمک به نوجوانان و جوانان در معرض خطر آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده کرد.

واژه‌گان کلیدی: ترس از در حاشیه ماندن، تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تأییدی، نوجوانان، جوانان.

۱- دانشجوی دکتری رشته مشاوره، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول)

hana.asadi.1362@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد مشاوره خانواده، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

مقدمه

امروزه با گسترش تلفن‌های هوشمند و سایر دستگاه‌های تلفن همراه در سال‌های اخیر، تعداد کاربران رسانه‌های اجتماعی در همه کشورها به سرعت در حال افزایش است. بر اساس آخرین گزارش‌های منتشر شده توسط سازمان (ما اجتماع هستیم)^۱ که به صورت دوره‌ای در مورد استفاده از رسانه‌های دیجیتال تحقیق می‌کند، تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان به ۴٫۶۲ میلیارد نفر رسیده است و این افراد به طور متوسط ۲ ساعت و ۲۷ دقیقه در روز را در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی سپری می‌کنند (کمپ^۲، ۲۰۲۲). مرکز آمار ایران هم با هدف شناخت فعالیت‌ها و رفتارهای فرهنگی خانوار و استفاده از آن در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی کشور اقدام به طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانواده‌های ایران کرده است. این آمارگیری در سال ۹۹ برای سنین بالای ۱۵ سال صورت گرفته، گزارش این مرکز نشان می‌دهد در سال ۹۹ بیش از ۶۵ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیشتر حداقل در یک شبکه اجتماعی عضو بوده‌اند. این آمار از افزایش ۱۲ درصدی کاربران شبکه‌های اجتماعی حکایت دارد. گسترش نفوذ گوشی‌های هوشمند طی سال‌های گذشته بالاخص تاثیر کرونا بر دورکاری و آموزش مجازی، در ثبت این آمار بی تاثیر نبوده است. اطلاعات تازه مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که شیب عضویت در شبکه‌های اجتماعی صعودی است؛ چنان‌که طبق آمار رسمی، میزان عضویت ایرانی‌ها در شبکه‌های اجتماعی از نرخ رشد ۲۲ درصدی برخوردار شده است. با افزایش علاقه ایرانی‌ها به شبکه‌های اجتماعی میزان عضویت ایرانی‌ها از ۵۳ درصد در اواسط دهه ۹۰ به ۶۵ درصد رسیده است. معنی این ارقام آن است که ۵۵ میلیون ایرانی حداقل در یکی از شبکه‌های اجتماعی عضو هستند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹). رسانه‌ای شدن و خانگی شدن، توصیف‌کننده گذران بخش عمده فراغت در فضای مجازی است که جوانان ایرانی بیش از همه در این فضا سرگرم‌اند (ذکایی، ۱۳۸۳). کاربران ایرانی خصوصاً جوانان به علت موانع و محدودیت‌های موجود و برای فرار از هنجارهای اجتماعی و در جهت گسترش تعاملات اجتماعی با دیگران به فضای مجازی روی می‌آورند. به موازات افزایش تعاملات

^۱- We Are Social

^۲- camp

مجازی جوانان، از تعاملات واقعی آنان کاسته می شود یکی از مهم ترین کاربردهای فضای مجازی و به خصوص شبکه های اجتماعی، گذران اوقات فراغت است که می تواند هم سو با فراهم آوری جنبه های مثبت برای پرکردن اوقات فراغت، آسیب های جدی نیز به همراه داشته باشد امروزه بسیاری از جوانان به فعالیت های اجتماعی شبکه ای اشتغال دارند و برای ساختن زندگی خود از روابط و مناسبات اینترنتی استفاده می کنند (سعیدی، نعیمی، محبوب زاده، ۱۴۰۰). فضای مجازی و سرگرمی های مجازی اینترنتی و به خصوص شبکه های ارتباطی و دوست یابی که به طور فزاینده ای در حال گسترش هستند، معمولاً به تغییر و تحولات بنیادین در سرمایه اجتماعی، انزوا و بریدگی از مشارکت های محسوس و عینی، تغییر روابط از اجتماعات و گروه های آشنا به اجتماعات شبکه ای، قطعه قطعه شدن افراطی سلیقه ها و خرده فرهنگ ها و در نتیجه توده وارسازی منجر می شود (قنبری برزیان و زهرانی، ۱۴۰۰). تحقیقات متعددی (طاهری، ۱۳۹۴؛ میرمحمدی، ۱۳۹۴ قنبری برزیان، ۱۳۹۷؛ عنبری، حسین زاده و حقیقتیان، ۱۳۹۸). نشان می دهند که کاربران جوان ایرانی، روزانه حداقل ۴ ساعت در فضای مجازی زیست مجازی دارند. استفاده فزاینده از فناوری رایانه و نفوذ گسترده اینترنت، بسیاری از افراد خصوصاً دانش آموزان را با اختلال بهداشت روانی و ارتباطات اجتماعی ناشی از ابتلا به اعتیاد فضای مجازی مواجه ساخته است (ین، کو، ین و، یانگ^۱، ۲۰۰۷). برا اساس آمار، هر ایرانی بین ۵ تا ۹ ساعت وقت خود را در فضای مجازی می گذراند. بیش از ۶۰ درصد کاربران ایرانی، از تلگرام به عنوان وسیله ای برای گذران وقت و سرگرمی استفاده می کنند (مرکز فناوری اطلاعات و وزارت ارشاد، ۱۳۹۵). مردم به طور فعال رسانه های اجتماعی را انتخاب می کنند زیرا می خواهند نیازهای خاص خود مانند تعامل اجتماعی، سرگرمی، جستجوی اطلاعات و اشتراک گذاری را برآورده کنند (دولان، کاندویت، فهی، و گودمن، ۲۰۱۶؛ تالاو، السعد، الروشیدان، الحجیل، و الفهد^۲، ۲۰۱۸). مردم تمایل دارند به گروه خاصی تعلق داشته باشند. امروزه این وضعیت نه تنها به صورت فیزیکی، بلکه به صورت مجازی نیز خود را نشان می دهد. اعضای گروه باید بفهمند که افراد دیگر در یک دوره زمانی معین چه کاری انجام می

1- Yen, Ko, Yen, Wu, yang

2- Dolan, Conduit, Fahey, and Goodman, Talaw, Al-Saad, Al-Roshidan, Al-Hajil, and Al-Fahd

دهند (آبل، باف و برر^۱ 2016). گسترش فناوری تقریباً نیمی از جمعیت جهان را قادر ساخته است که از طریق تلفن‌های هوشمند به اینترنت دسترسی داشته باشند (Statista.com, 2021) فضای مجازی، نماد جامعه شبکه‌ای است که در سطحی گسترده در جامعه جهانی مورد استفاده قرار می‌گیرد (نصیری، احمدوند، ۱۴۰۰). با این حال، این مزایای گسترده دارای هزینه‌هایی مانند استفاده بیش از حد توسط برخی افراد است که محققان را به مطالعه این رفتار سوق داده است (گریفیث، نیو و می 2020؛ یانگ^۲، 2011). استفاده شدید از رسانه‌های اجتماعی باعث ایجاد تغییرات رفتاری در کاربران آن می‌شود. دسترسی کاربران به شبکه‌های اجتماعی از طریق تلفن همراه خود در هر کجا و هر زمان که بخواهند، تداوم مشارکت در رسانه‌های اجتماعی را در زندگی روزمره تضمین کرده است. علاوه بر این، فراوانی و تنوع جایگزین‌های اجتماعی در محیط آنلاین منجر به استفاده گسترده‌تر از بسترهای رسانه‌های اجتماعی شده است. این وضعیت راه را برای ظهور یک پدیده اجتماعی جدید، ترس از در حاشیه ماندن (FoMO) هموار کرد (الهای، یانگ و مونتاگ، 2020؛ مولر، وگمان، استولز و برند، 2020؛ وگمن، اوبرست، استودت و برند^۳، 2017). فومو که با گسترش سریع رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک پدیده جدید ظهور کرد، بیانگر اضطراب فرد از عدم امکان مشارکت در تحولات پیرامون خود و کمبود آنها است (کازال و گوردون^۴، 2020). ترس از در حاشیه ماندن که اخیراً جای خود را در ادبیات پیدا کرده است، از حروف اول کلمات انگلیسی "Fear Of Missing Out" تشکیل شده است و اولین بار توسط پرزیبلسکی توصیف شد. فومو به عنوان نگرانی گسترده‌ای تعریف شده است که دیگران ممکن است در غیاب فرد تجربیات مفیدی داشته باشند (پرزیبلسکی، مریاما، دی هان، گلدول^۵، 2013). فومو، نوعی اضطراب اجتماعی است (دوسی^۶، 2014) ناشی از نگرانی از اینکه دیگران ممکن است زندگی رضایت‌بخش‌تری

1- Abel, Baf and Berr

2- Griffiths, Niu & Mei, Yang

3- Elha, Yang & Montag, Muller, Wegman, Stolz and Brand, Wegman, Oberst, Stoudt and Brand

4- Casal and Gordon

5- Perzibelsky, Merima, De Hahn, Gladwell

6- Dosi

نسبت به خودشان داشته باشند. فومو به عنوان "یک دلهره فراگیر از اینکه دیگران ممکن است تجربیات ارزشمندی داشته باشند که فرد در آنها غایب است" و "میل به ارتباط مستمر با آنچه دیگران انجام می دهند" تعریف شده است (پرزبیلسکی و همکاران، 2013). طبق تعریف دیگری که توسط *JWT Intelligence (2011)* پیشنهاد شده است، فومو عبارت است از "احساس ناراحت کننده و گاهی همه جانبه ای که شما را فرامی گیرد نسبت به آنچه که همتایان شما چه فعالیتی انجام می دهند، یا در اختیار داشتن چیزهای بیشتر یا بهتر از شما". یافته های تحقیقات قبلی در مورد فومو نشان داده است که فومو به طور مثبت با تجربیات اجتماعی و عاطفی منفی، مانند بی حوصلگی، تهایی، تحریک پذیری و بی کفایتی مرتبط است (آبل، باف، و بر، 2016؛ ادواردز، 2017؛ لامپ، الیسون، و استاینفیلد^۱، 2007). سایر محققان همچنین نشان داده اند که فومو با ویژگی های مثبتی مانند رفاه، خلق و خوی کلی و رضایت از زندگی ارتباط منفی دارد (برک، مارلو و لتو، 2010؛ پرزبیلسکی و همکاران، 2013؛ وورثام^۲، 2011). فومو در نتیجه دلایلی مانند میل به ارضای کنجکاوی، احساس تعلق، نیاز به محبوبیت، رضایت از کشف چیزهای جدید، جستجوی نوآوری و تنوع، به ویژه در رسانه های اجتماعی پدیدار می شود (بینز، فریسون و اگرمنت، 2016؛ ژانگ^۳، 2018). مطالعات نشان داده اند که فومو تعداد و نرخ استفاده از پلتفرم های رسانه های اجتماعی مورد استفاده توسط افراد را افزایش می دهد (تاندون، دیر، آلموگرن، آل نمر، منتیمای^۴، 2021). کاربران از ترس در حاشیه ماندن از چیزی که آنلاین اتفاق می افتد یا عضوی از جامعه آنلاین نیستند، ممکن است با صرف زمان بیشتر در رسانه های اجتماعی معتاد شوند و احساس کنند مجبور به استفاده از رسانه های اجتماعی هستند (مولر و همکاران، 2020؛ وگمن و همکاران، 2017). دائماً حساب های رسانه های اجتماعی خود را بررسی می کنند تا از یک تجربه بالقوه با ارزش دور نمانند (ژانگ، جیمenez، سیکالا^۵، 2020). کاربران به استفاده از رسانه های اجتماعی ادامه می دهند، حتی اگر در نتیجه استفاده بیش از حد از رسانه های اجتماعی، برخی مشکلات

1- Abel, Baf and Berr, Edwards, Lampe, Ellison, and Steinfeld

2- Burke, Marlowe and Lento, Przybelski et al, Wortham

3- Beyens, Frison & Eggermont, Zhang

4- Tandon, Dhir, Almugren, AlNemer, Mäntymäki

5- Zhang, Jiménez, Cicala

روانی مانند اعتیاد را تجربه کنند. دلیل اصلی این امر ممکن است نگرانی از دست دادن محتوای مهم از دوستان، خانواده، برندها و سازمان های خبری، به عبارت دیگر فومو باشد (برایت و لوگان^۱، ۲۰۱۸). برخی از مطالعات نشان می‌دهند که افرادی که فومو را تجربه می‌کنند، بیشتر از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود روابط بین فردی، تعلق داشتن به یک گروه (نیاز اجتماعی)، انجام مقایسه‌های اجتماعی در این محیط‌ها استفاده می‌کنند (بری و وانگ، ۲۰۲۰؛ ست، لیما، کوئلوز، فراری و هاک^۲، ۲۰۲۰). ادعا می‌شود که به ویژه جوانانی که به طور فعال در رسانه های اجتماعی درگیر هستند نسبت به فومو حساس تر هستند زیرا به اطلاعات اجتماعی (اجتماعی شدن) بیشتر نیاز دارند (آرال و واکر، ۲۰۱۲؛ ریوردان، کودی، فلت، کانر، هانتر و سکارف^۳، ۲۰۲۰). ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) نیز بر جنبه اجتماعی فومو تأکید می‌کنند و پیشنهاد می‌کنند که فومو ترس در حاشیه ماندن از تجربه ای است که می‌تواند به فرد در دستیابی به یک هدف شخصی یا اجتماعی کمک کند. به طور خاص، افراد با نیازهای اجتماعی و روابط اجتماعی بالا ممکن است سطح فومو اجتماعی خود را افزایش دهند (روزگونجوک، الهای، رایان، اسکات^۴، ۲۰۱۹). با این ویژگی، فومو به عنوان یک حالت عاطفی منفی ناشی از نیازهای برآورده نشده روابط اجتماعی ظاهر می‌شود (الهی و همکاران، ۲۰۲۰؛ پرزیبلسکی و همکاران، ۲۰۱۳). به طور خلاصه، هر گونه شکست ارتباطی درک شده (یا واقعی) ممکن است باعث ایجاد احساس طرد اجتماعی یا بیگانگی در فرد شود و این ممکن است باعث شود که فرد احساس یا فکر فومو را در طول زمان ایجاد کند (تاندون و همکاران، ۲۰۲۱). توضیحات مختلفی برای مبانی نظری فومو وجود دارد. به عنوان مثال، با توجه به این فرض که فومو دارای مبانی روانی-اجتماعی است، در محدوده مدل سلسله مراتب نیازهای مزلو (۱۹۴۳) تفسیر می‌شود. در این مدل، انتظار می‌رود افرادی که نیازهای اساسی خود مانند فیزیولوژیک و امنیت را در دو سطح اول برآورده می‌کنند، با رسیدن به سطح سوم احساس نیاز به جامعه پذیری کنند. افزایش این نیاز، به ویژه امروزه، همراه با تأثیر رسانه های

1- Bright & Logan

2- Barry, Wong, Sette, Lima, Queluz, Ferrari & Hauck

3- Aral and Walker, Riordan, Cody, Flett, Conner, Hunter & Scarf

4- Rozgonjuk, Elhai, Ryan, Scott

اجتماعی، می تواند باعث ایجاد احساس فومو در افراد شود (آرگان و توکای آرگان^۱، 2018). بحث دیگری که می تواند فومو را توضیح دهد می تواند نظریه طرد اجتماعی باشد. این نظریه مبتنی بر اضطراب طرد شدن از گروه اجتماعی است که فرد به آن تعلق دارد (باومیستر و تاپس^۲، 1990). بر اساس این نظریه، رضایت از زندگی، معنادار بودن و امید به زندگی ممکن است به دلیل طرد اجتماعی کاهش یابد. علاوه بر این، حسادت، تنهایی، افسردگی، ناراحتی و احساس گناه از جمله اثرات روانشناختی طرد اجتماعی هستند (تونسِل و کاواک^۳، 2017). همراه با این اثرات، قطع ارتباط با دیگران، به ویژه در محیط آنلاین، ممکن است باعث احساس طرد اجتماعی یا بیگانگی شود که منجر به افزایش سطح فومو می شود (تانلدون و همکاران، 2021). علاوه بر فشار همسالان که در رسانه های اجتماعی به دلیل فومو ظاهر می شود (دی لیمّا و هیگینز^۴، 2021). ترس از طرد اجتماعی ممکن است در افراد جوان با موقعیت اجتماعی پایین و عزت نفس پایین بیشتر باشد (آرگان و همکاران، 2018). کاربران ممکن است وقتی محتوای ارسال شده در رسانه های اجتماعی را از دست بدهند، احساس طرد شدن از حلقه های اجتماعی خود کنند. از آنجایی که این وضعیت برای افراد استرس زا است، می تواند فشار همسالان را ایجاد کند. کاربران ممکن است تمایل بیشتری به استفاده از رسانه های اجتماعی برای خلاص شدن از این فشار همسالان داشته باشند. در این مرحله، استدلال می شود که فومو ممکن است یک پدیده اساسی باشد که کاربران را قادر می سازد تا محتوای موقتی را در رسانه های اجتماعی مصرف کنند تا نیاز به شمول اجتماعی را برآورده کنند و با کاهش فشار همسالان، روابط اجتماعی را حفظ کنند (چن و چونگ^۵، 2019). در حالی که اکثر مطالعات نشان می دهند که افزایش سطح فومو باعث استفاده بیش از حد از رسانه های اجتماعی می شود (بلک ول، لیمن، ترامپوش، آزبورن و لیس، 2017؛ فابریس، مارنگو، لونگویاردی و ستانی^۶، 2020). برخی همچنین اشاره می کنند که فومو ممکن است با افزایش استفاده از رسانه های

1- Argan & Tokay-Argan

2- Baumeister and Tice

3- Tunsel and Kavak

4- De Lima and Higgins

5- Chen and Chong

6- Blackwell, Leaman, Tramposch, Osborne, Liss, Fabris, Marengo, Longobardi & Settanni

اجتماعی افزایش یابد (بری و وان، ۲۰۲۰؛ مولر و همکاران، ۲۰۲۰؛ تاندون و همکاران، ۲۰۲۱). از سوی دیگر، نتایج مطالعات نشان داد که فومو باعث اعتیاد به گوشی‌های هوشمند (فوستر، چامارو و اوبرست، ۲۰۱۷؛ وگمن و همکاران^۱، ۲۰۱۷)، اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی (بلک ول و همکاران، ۲۰۱۷)، استفاده مشکل‌ساز/اجباری از رسانه‌های اجتماعی (چلیک و دیگر، ۲۰۲۱؛ شن، ژانگ، خین^۲، ۲۰۲۰)، تنهایی، افسردگی، اضطراب و استرس (چلیک و دیگر، ۲۰۲۱؛ دمپسی، اوبراین، تیامیو، الهای^۳، ۲۰۱۹؛ الهی و همکاران، ۲۰۲۰). می‌شود این نشان می‌دهد که رابطه منفی با رضایت از زندگی و بهزیستی عاطفی وجود دارد (الهی و همکاران، ۲۰۲۰؛ پرزیلسکی و همکاران، ۲۰۱۳؛ شا، ساریسکا، ریدل، لاکمان، مونتاگ^۴، ۲۰۱۹). اگرچه فومو در یک زمینه آنلاین در سطح نظری ارزیابی می‌شود، اما تمام عبارات مقیاس فومو نسخه اصلی به جز یکی بر ترس در حاشیه ماندن از پیشرفت‌های زندگی روزمره (آفلاین) تمرکز دارند. (وگمن و همکاران، ۲۰۱۷). به عبارت دیگر، نبود رسانه‌های اجتماعی در قانون توجه مقیاس به عنوان یک نقص مهم در نظر گرفته می‌شود (ست، لیما، کوئلوز، فراری، هاک^۵، ۲۰۲۰). این وضعیت به مقیاس‌های فومو جدید نیاز دارد، همانطور که در برخی از مطالعات به آن پیشنهاد شده است (ست و همکاران، ۲۰۲۰؛ سونگ، ژانگ، ژائو، سونگ^۶، ۲۰۱۷؛ وگمن و همکاران، ۲۰۱۷). با این حال، در نظر گرفتن فومو در زمینه رسانه‌های اجتماعی و انجام تحقیقات بر روی کاربران رسانه‌های اجتماعی مهم است (تاندون و همکاران، ۲۰۲۱). از آنجا که رسانه‌های اجتماعی در هسته و تمرکز مفهوم فومو قرار دارند (بوگلاس، بایندر، بتس، آندروود^۷، ۲۰۱۷). با توجه به عدم تاکید بر رفتار آنلاین و رسانه‌های اجتماعی در بیانیه‌های مقیاس فومو، واضح است که نیاز به مقیاس‌های فعلی و معتبر فومو وجود دارد که این محدودیت‌ها را برطرف کند (ست و همکاران، ۲۰۲۰). به همین دلیل،

1- Fuster, Chamarro & Oberst, Wegman et al

2- Çelik and Diker, Shen, Zhang & Xin

3- Dempsey, O'Brien, Tiamiyu, Elhai

4- Sha, Sariyska, Riedl, Lachmann, Montag

5- Sette, Lima, Queluz, Ferrari, Hauck

6- Song, Zhang, Zhao, Song

7- Buglass, Binder, Betta, Underwood

مشاهده می شود که نیاز به توسعه مقیاس های فومو جدید با عبارات متمرکز بر رسانه های اجتماعی و مطالعات انطباق با زبان های مختلف وجود دارد (تاندون و همکاران، 2021؛ ژانگ و همکاران، 2020). با توجه به اینکه پژوهش در زمینه مفهوم ترس از در حاشیه ماندن از لحاظ روانشناختی و جامعه شناختی اهمیت زیادی دارد و نیاز به یک ابزار معتبر و روا که مبتنی بر بافت فرهنگی و سن نمونه آماری باشد ضروری به نظر می رسد، لذا این پژوهش با هدف توسعه و اعتبار سنجی مقیاس ترس از در حاشیه ماندن مبتنی بر بافت فرهنگی کشور ایران و با تمرکز بر نوجوانان و جوانان انجام گرفته است.

روش

طرح پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است که با استفاده از ضرایب همبستگی و تحلیل عاملی اکتشافی در صدد توسعه و بررسی مشخصات روانسنجی و ساختار عاملی مقیاس ترس از در حاشیه ماندن در جامعه ایرانی است. برای بررسی روایی سازه از همبستگی درونی و برای ساختار عاملی مقیاس از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. پایایی مقیاس با استفاده از روش آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. شرکت کنندگان در پژوهش، تمامی دانش آموزان و دانشجویان ایرانی بودند بودند که در مقطع دبیرستان و در دانشگاه های شهر اردبیل مشغول به تحصیل بودند، بر مبنای برآورد حجم مکفی نمونه در روش تحلیل عاملی و در نظر گرفتن نمونه بزرگتر، تعداد ۳۸۰ نفر از دانش آموزان و دانشجویان از طریق نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. برای سنجش مقیاس ترس از در حاشیه ماندن، بر اساس نسخه اصلی که ۱۰ سوال داشت و تک عاملی بود، ۱۰ سوال دیگر براساس نتایج پژوهش های انجام گرفته در این حوزه و با در نظر گرفتن تطابق سوالات با فرهنگ ایرانی به آن اضافه گردید. و در سه خرده مقیاس برای بررسی روایی محتوایی و صوری پرسشنامه برای ۱۲ تن از اساتید و متخصصان حوزه روانشناختی جهت بررسی و ارائه نظر ارسال شد. در فرایند نظرخواهی از متخصصان، پس از دریافت بازخوردها ۲ سوال از سوالات اضافه شده به پرسشنامه اصلی حذف و پرسشنامه مقدماتی از ۱۸ سوال تشکیل شد. سپس به منظور استخراج عوامل مقیاس از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. تحلیل نشان داد که پس از

بیست و پنج بار چرخش آزمایشی روی داده‌ها ۱۸ سوال و سه عامل به نام فقدان (۶ سوال)، اجبار (۶ سوال)، مقایسه (۶ سوال) به دست آمد. در نهایت با هدف اجرای اولیه آزمون مقیاس روی ۳۰ نفر از دانش‌آموزان و دانشجویان اجرا شد، پس از بررسی روشن بودن سوالات پرسشنامه، اجرای اصلی بر روی گروه هدف انجام شد. سوالات پرسشنامه به صورت مقیاس پنج درجه‌ای از صدق نمی‌کند (۱) تا به شدت صدق می‌کند (۵) نمره‌گذاری می‌شود. پایایی کل پرسشنامه ۰/۹۵، برای عامل فقدان ۰/۸۶، برای عامل اجبار ۰/۸۸، و برای عامل مقیاس ۰/۹۲ به دست آمد. روایی پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تاییدی انجام گرفت.

یافته‌ها

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی

متغیرها	فراوانی	درصد
جنسیت	مذکر	۱۳۶
	مونث	۲۴۳
	۱۵-۱۸	۴۴
	۱۹-۲۱	۱۷۱
سن	۲۲-۲۴	۱۶۵
	واتس آپ	۱۸۸
	اینستاگرام	۱۱۴
	تلگرام	۳۱
بیشترین استفاده از شبکه اجتماعی	یوتیوب	۲۶
	سایر شبکه های اجتماعی (فیس بوک، توییتر....)	۲۱
	۸،۲	۳۰،۰
	۶،۸	۴۳،۴
میزان استفاده از شبکه اجتماعی در طول روز	۳ تا ۶ ساعت	۱۱۶
	۴ تا ۶ ساعت	۲۳۴
	۶ ساعت به بالا	۳۰
	۷،۹	۳۰،۵

تجزیه و تحلیل دموگرافیک چندین عامل را شامل می‌شود، به عنوان مثال، جنس، سن، بیشترین استفاده از رسانه‌های اجتماعی، و مدت زمان دسترسی به رسانه‌های اجتماعی در ۱ روز. همانطور که در جدول ذکر شده است. شرکت کنندگان ۱۳۶ مرد (۳۵٫۸٪) و ۲۴۳ زن (۶۳٫۹٪)، بیشترین کاربر رسانه‌های اجتماعی در سنین ۱۹ تا ۲۱ سال (۴۵٪ درصد) بودند. پرکاربردترین رسانه‌های اجتماعی واتس اپ (۴۹٫۵٪ درصد)، اینستاگرام (۳۰٪ درصد) هستند که بیشترین مدت زمان دسترسی به رسانه‌های اجتماعی ۴ تا ۶ ساعت در روز (۶۱٫۶٪ درصد) است.

تحلیل اکتشافی

به منظور استخراج عوامل مقیاس ترس از در حاشیه ماندن از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. ملاک استخراج عوامل، شیب نمودار اسکری و ارزش ویژه بالاتر از یک بود که با روش چرخش واریماکس مورد سنجش قرار گرفتند. ضمناً برای ارزیابی مناسب بودن اندازه نمونه (۳۸۰) از آزمون کفایت کایزر-میر-اوکلین *KMO* و آزمون کرویت-بارتلت استفاده شد. آزمون کفایت کایزر-میر-اوکلین برابر با ۷۹۹/ و در سطح مطلوب و رضایت بخش بود و نتیجه آزمون کرویت بارتلت نیز از لحاظ آماری معنادار بود. برای تعیین تعداد عاملها از ملاک ارزش‌های ویژه بالاتر از ۱ و نمودار اسکری استفاده شد. نتایج نشان داد که این آزمون سه عامل دارد که در مجموع ۵۷/۳۳ درصد از واریانس کل پرسشنامه را تبیین می‌کند. ضمناً از نقطه برش ۴۵٪ استفاده شد. از آنجایی که در حاشیه ماندن باعث افسردگی و اضطراب و بالا رفتن *FOMO* در فرد می‌شود با توجه به اینکه اکثر ماده‌های عامل اول پیرامون در حاشیه ماندن می‌چرخد، لذا عامل اول به همین نام نامگذاری شده است. تامل در ماده‌های عامل دوم حکایت از آن دارد که فرد مجبور است دائماً شبکه‌های اجتماعی خود را بررسی کند که رویداد یا موقعیت منتشر شده از دوستان یا اطرافیان را از دست ندهد، با استناد به این عبارات عامل دوم به نام اجبار نامگذاری شد. سومین عامل پرسشنامه به نام مقایسه نامگذاری گردید چرا که ماده‌های آن بیشتر روی این مساله که فرد مدام خود را در زمینه شبکه‌های اجتماعی با دیگران مقایسه می‌کند. جدول ۲ نشان می‌دهد دامنه بارهای عاملی خرده مقیاس فقدان از ۹۸٪ تا ۸۸٪، اجبار از ۶۷٪ تا ۷۱٪ و مقایسه از ۷۷٪ تا ۷۳٪ برآورد شد.

جدول شماره ۲- میزان بارگذاری گویه‌ها بر اساس تحلیل عاملی به روش چرخش واریماکس

ردیف	عبارت	بارگذاری	بارگذاری
فقدان	۱ وقتی فرصت ملاقات با دوستان را از دست می‌دهم عذاب می‌کشم.	۹۸	
	۲ وقتی می‌فهمم دوستانم بدون من در حال خوش گذرانی هستند نگران می‌شوم.	۹۷	
	۳ اگر ندانم دوستانم چه کار می‌کنند، احساس نگرانی می‌کنم.	۹۱	
	۴ من خیلی احساس ناراحتی می‌کنم وقتی دوستانم تعطیلاتشان را می‌گذرانند و عکس هایشان را در شبکه‌های اجتماعی می‌بینم در حالی که من دعوت نشدم.	۹۳	
	۵ وقتی یک دور همی برنامه‌ریزی شده را از دست می‌دهم، آزارم می‌دهد	۸۹	
	۶ وقتی خوشگذرانی دیگران را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنم خیلی حسرت می‌خورم.	۸۸	
تأثیر	۱ وقتی به تعطیلات می‌روم، همچنان کارهایی که دوستانم انجام می‌دهند را تحت نظر دارم.	۶۷	
	۲ وقتی چیزهای جدیدی می‌خرم، فوراً عکس آن چیزها را به اشتراک می‌گذارم.	۷۶	
	۳ من همیشه وقتی دوستانم در تعطیلات هستند شبکه‌های اجتماعی آنها را بررسی می‌کنم.	۸۸	
	۴ وقتی لحظات خوشی دارم، برای من مهم است که جزئیات را به صورت آنلاین به اشتراک بگذارم.	۶۴	
	۵ به محض اینکه که یک اعلان از یک شبکه اجتماعی دریافت می‌کنم، حتی اگر در حال انجام فعالیت‌های مهم دیگری هستم، بلافاصله پاسخ خواهم داد.	۵۹	
	۶ دانستن آخرین اخباری که در شبکه‌های اجتماعی در مورد آن صحبت می‌شود، برایم مهم است	۷۱	

۱	وقتی احساس می‌کنم مهارت‌هایم به خوبی دیگران نیست، احساس ناراحتی می‌کنم.			۷۷
۲	من همیشه نگران این هستم که دوستانم معنای ارزشمندتری از زندگی خود داشته باشند.			۷۵
۳	من خیلی عصبی می‌شوم وقتی همان کاری را که دوستانم انجام می‌دهند، انجام می‌دهم و پیشرفتم کندتر از همسالانم است			۸۱
۴	برای من مهم این است که از دیگران عقب نمانم			۸۱
۵	اغلب اوقات صفحات شخصی و فعالیتهای دیگران را در شبکه‌های اجتماعی ورق می‌زنم.			۷۴
۶	وقتی می‌بینم افراد دیگری در شبکه‌های اجتماعی "لایک" بیشتری نسبت به من دریافت می‌کنند، مضطرب می‌شوم.			۷۳

جدول ۳- همبستگی درونی عاملها با نمره کل مقیاس را نشان می‌دهد. این همبستگیها بر

اساس متغیرهای مکنون، محاسبه شده اند، از این رو، در محاسبه آنها خطای اندازه گیری به حساب آمده است. این همبستگیها که دامنه آنها از ۶۹/۸۵ تا ۸۵/۸۵ است. تماماً در سطح ۰/۱. به لحاظ آماری معنادار هستند.

جدول ۳- ماتریس همبستگی درونی ابعاد با مقیاس کلی

مقیاس	نمره کل مقیاس	۱	۲	۳
فقدان	۰/۸۵۶**	1		
اجبار	۰/۸۳۴**	۰/۷۱۲**	1	
مقایسه	۰/۷۹۲**	۰/۶۹۳**	۰/۷۰۸**	1

** همبستگی در سطح ۰/۱. معنادار است

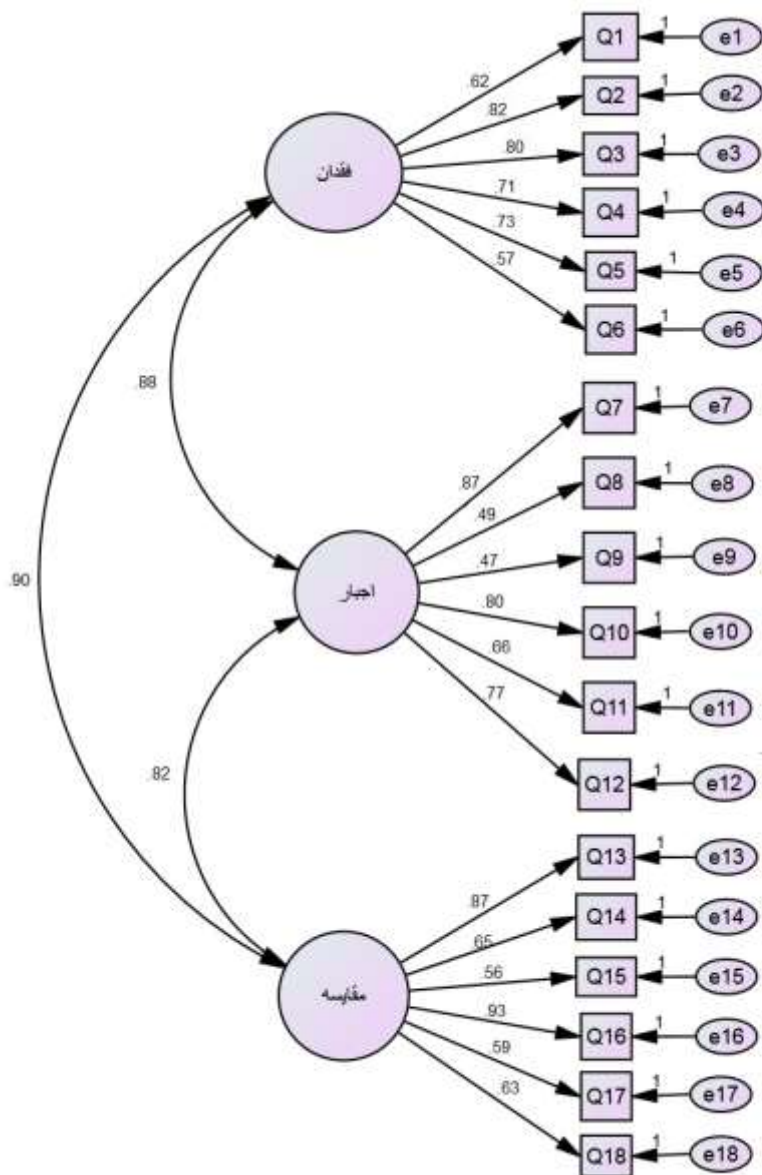
تحلیل عاملی تاییدی

به منظور تعیین روایی عوامل استخراج شده مقیاس ترس از در حاشیه ماندن (عوامل سه گانه) از ترم افزار *AMOS 24* استفاده شد. برای انجام این تحلیل از برآورد حداکثر درست نمایی استفاده شد.

جدول شماره ۴- مقایسه ساختارهای عاملی مقیاس ترس از در حاشیه ماندن

الگو	X2	DF	X2/DF	GFI	AGFI	CFI	IFI	RMSEA
یک عاملی	142/8	65	2/197	/88	/78	/88	/790	/110
دو عاملی	135/88	64	2/123	/83	/8	/81	/80	/107
سه عاملی	83/33	61	1/36	/9	/9	/94	/92	/62

بر اساس جدول شماره ۳ خطای ریشه میانگین مجذور میانگین تقریب (*RMSEA*) برابر با ۰/۶۲ است که از میزان ملاک کوچکتر است و در نتیجه برازش مدل را تایید می کند و همچنین شاخص های *GFI, AGFI, CFI, IFI* با توجه به مقادیر به دست آمده و حدود مجاز این مقادیر میتوان گفت که در مجموع مدل تحلیل عاملی تاییدی در جهت تبیین و برازش از وضعیتی مناسب برخوردار است. در خصوص مقادیر این گونه شاخصها صاحب نظرانی همچون هو و بنتلر^۱ (۱۹۹۵) پیشنهاد می کنند که وقتی *GFI, CFI, IFI* کوچکتر از ۰/۸ باشد، نشان دهنده ی برازش مناسب و کافی مدل است. مقادیر تحلیل نیز حاکی از آن است که مدل سه عاملی نسبت به دو عامل دیگر برازش بهتری با داده ها دارد.



بحث و نتیجه گیری

این مطالعه با هدف توسعه و اعتبار سنجی مقیاس ترس از در حاشیه ماندن در نوجوانان و جوانان ایرانی انجام شد و نشان داد که مقیاس ۱۸ ماده ای اصلاح شده ترس از در حاشیه ماندن ابزاری معتبر و قابل اعتماد برای نوجوانان و جوانان ایرانی است. برای دستیابی به این هدف، تحلیل‌های روان‌سنجی بر روی مجموعه داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه‌های دانش آموز و دانشجو ساکن در شهر اردبیل انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون اسکری نشان داد که پرسشنامه ترس از در حاشیه ماندن از سه عامل فقدان، اجبار و مقایسه تشکیل شده است که در مجموع این سه عامل ۵۷/۳۳ درصد از واریانس کل پرسشنامه ترس از دست دادن را تبیین می‌کند. نتایج مربوط به پایایی آزمون نشان داد که آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰/۸۵، و به همین ترتیب برای خرده مقیاسهای فقدان ۰/۸۵، برای اجبار ۰/۸۳، و برای مقیاس ۰/۷۹ به دست آمد. تحلیل همچنین نشان می‌دهد که دامنه بارهای عاملی خرده مقیاس فقدان از ۰/۹۸ تا ۰/۸۸، اجبار از ۰/۶۷ تا ۰/۷۱، و مقایسه از ۰/۷۷ تا ۰/۷۳، برآورد شد. تحلیل روایی پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تاییدی نشان داد که شاخص‌های نیکویی برازش (GFI) ۰/۹، جذر میانگین مجذورات خطای تقریب ($RMSEA$) ۰/۶۱، شاخص برازندگی فزاینده (IFI) ۰/۹۲، و شاخص برازندگی مقایسه ای (CFI) ۰/۹۴ است. وقتی میزان IFI ، CFI ، GFI کوچکتر از ۰/۸ باشد لذا این شاخص‌ها نشان دهنده برازش مناسب و کافی مدل می‌باشند (هو و بنتلر، ۱۹۹۹). تحلیل نیز حاکی از آن بود که مدل سه عاملی پیشنهادی نسبت به دو مدل دیگر از برازش بهتری برخوردار است و چون نسبت مجذور خی به درجه آزادی ۱/۳۶ است لذا مدل سه عاملی، مدلی مناسب تشخیص داده شد. نتایج این یافته با نتایج برخی از یافته‌های ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) که مدلی دو عاملی را برای مقیاس پیشنهاد داد، همچنین با نتایج پژوهش دیان ورونیکا و همکاران (۲۰۲۱) که مدلی سه عاملی و ۱۶ سوالی را برای مقیاس به دست آورد و همچنین با نتایج پژوهش جیان پیانگ و همکاران (۲۰۲۱) که مدلی چهار عاملی و ۱۵ سوالی را برای پژوهش خود به دست آورد، هماهنگ است. با توجه به نتایج به دست آمده در ارتباط با مقیاس ترس از در حاشیه ماندن و خرده مقیاسهای آن، توسعه و تعیین ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس ترس از در حاشیه ماندن مبتنی بر بافت فرهنگی کشورمان تازگی و نوآوری

این پژوهش است. همچنین تعیین اولویت زیرمقیاس ها از لحاظ اهمیت اثرگذاری و بار عاملی بر روی مقیاس ترس از در حاشیه ماندن دادن نوآوری دیگر این پژوهش محسوب می شود. به طور کلی بر اساس این پژوهش مقیاس توسعه یافته ترس از در حاشیه ماندن نسخه ایرانی، مقیاسی معتبر و قابل قبول برای بسیاری از پژوهشهای مرتبط با رسانه های اجتماعی و فضای مجازی بر روی نوجوانان و جوانان ایرانی است.

این پژوهش به نوبه خود با محدودیت هایی روبه رو بود. نمونه پژوهش از جمله محدودیت های این مطالعه است. نوجوانان و جوانان شهر اردبیل نمی تواند نمونه معرف خوبی از همه نوجوانان و جوانان ایرانی باشد، لذا رعایت احتیاط در بافت های قومی کشور پیشنهاد می شود. از این رو پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی، مقیاس بر روی نوجوانان و جوانان غیر اردبیلی اجرا شود و مقیاس های دیگری بر مبنای این مقیاس تهیه شود و نقاط ضعف آن برطرف و امکان مقایسه شاخص های روانسنجی فراهم گردد. در تحقیقات آینده، گروه های سنی گسترده تر، شغل و مقایسه بافت اجتماعی و بین فرهنگی برای گسترش بحث نتایج ضروری است. مطالعه آینده نگر همچنین نیاز به کشف ارتباط بین فومو، اعتیاد به اینترنت و سایر علائم روانی از ضروریات مهم است. با این وجود، افزایش استفاده از اینترنت و رسانه های اجتماعی در میان نوجوانان و جوانان، تحقیقات بیشتری را برای درک بهتر مکانیسم نهفته در رفتار اینترنتی و پیامدهای آن بر سلامت روان آنان ضروری می کند. آموزش در مورد رفتار آنلاین سالم، تعامل با افراد دیگر بدون احساس اضطراب در مورد از دست دادن برای نوجوانان و جوانان حیاتی است. علیرغم محدودیت ها، یافته های حاضر نشان داد که *FoMO-I* ابزار مفیدی با ویژگی های روانسنجی خوب برای ارزیابی فومو در میان نوجوانان و جوانان است. این مطالعه بسیار مهم است زیرا تحقیقات بین فرهنگی را در مقیاس های فومو غنی می کند و ابزار معتبری برای اندازه گیری فومو در ایران ارائه می دهد. به طور خاص، *FoMO-I* دارای اعتبار سازه بالا، پایایی خوب و عدم تغییر اندازه گیری قابل اثبات است. علیرغم محدودیت ها، یافته ها نشان می دهد که فهرست آنلاین فومو ابزاری قابل اعتماد و معتبر برای تعیین سطوح ترس آنلاین از در حاشیه ماندن در بین نمونه های ایرانی است.

منابع

- ۱) ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۳). **جوانان و فراغت مجازی، مطالعات جوانان**، تهران: نشر تیسرا.
- ۲) سعیدی، میلاد؛ نعیمی، ابراهیم و محبوب‌زاده، میلاد (۱۴۰۰). «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در هیجانات تحصیلی فرزندان». **فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مشاوره**، ۴(۱)، ۶۹-۸۱.
- ۳) طاهری، زهرا هاشمیان فر و سیدعلی ربانی خوراسگانی، علی (۱۳۹۴). **تبیین و گونه شناسی سبک زندگی متأثر از فضای مجازی در بین جوانان ۳۴-۱۵ ساله شهر اصفهان**، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه شناسی گرایش جامعه شناسی اقتصاد و توسعه، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
- ۴) عبری، علی؛ حسین زاده، علی حسین و حقیقتیان، منصور (۱۳۹۸). «تحلیل جامعه شناختی تأثیر میزان استفاده از فضای مجازی بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر ایلام)». **فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی**، ۱۰(۵۷)، ۲۷۵-۳۱۱.
- ۵) قنبری برزینان، علی و رضایی، ابراهیم (۱۳۹۷). **تأملی بر تعامل دانشجویان در فضای مجازی - چالش‌ها و نگرانی‌ها**، تهران: انتشارات حکمت و عرفان.
- ۶) قنبری برزینان، علی و زهرانی، داود (۱۴۰۰). «تبیین جامعه شناختی تأثیر فضای مجازی بر سبک‌های فراغتی دانشجویان دختر(مورد مطالعه: دانشجویان دختر دانشگاه اصفهان)». **دو فصلنامه پژوهش‌های انتظامی زنان و خانواده**، بهار و تابستان، ۹(۱)، ۱۳۷-۱۷۵.
- ۷) مرکز آمار ایران (۱۳۹۹). گزارش متوسط زمان صرف شده در فضای مجازی در مناطق شهری.
- ۸) مرکز فناوری اطلاعات و وزارت ارشاد (۱۳۹۵). «تلگرام: سرگرمی ۶۰ درصد کاربران ایرانی»، **ماهنامه پردازشگر**، ۱۳(۱۲۳)، ۸-۹.
- ۹) میرمحمدی، داود (۱۳۹۴). **تحولات هویتی و فضای مجازی در ایران**، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- ۱۰) نصیری، اعظم و احمدوند، محمدعلی (۱۴۰۰). «نقش واسطه‌ای التزام عملی به نماز در رابطه بین روابط والد فرزندی و نگرش به ارتباط با جنس مخالف در نوجوانان». **فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مشاوره**، ۴(۳)، ۲۲-۱.

- 11) Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33–44.
- 12) Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517.
- 13) Aral, S. ve Walker, D. (2012). Identifying influential and susceptible members of social networks. *Science*, 337(6092), 337–341.
- 14) Argan, M. ve Tokay-Argan, M. (2018). Fomsumerism: A theoretical framework. *International Journal of Marketing Studies*, 10(2), 109–117.
- 15) Barry, C. T. ve Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference? *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(12), 2952–2966.
- 16) Baumeister, R. F. ve Tice, D. M. (1990). Point-Counterpoints: Anxiety and social exclusion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9(2), 165–195.
- 17) Beyens, I., Frison, E. ve Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8.
- 18) Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C. ve Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72.
- 19) Bright, L. F. ve Logan, K. (2018). Is my fear of missing out (FOMO) causing fatigue? Advertising, social media fatigue, and the implications for consumers and brands. *Internet Research*, 28(5), 1213–1227.
- 20) Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R. ve Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248–255.
- 21) Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social wellbeing. *Postgrad Med J.*, 85, 455–459.
- 22) Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social wellbeing. *Postgrad Med J.*, 85, 455–459.
- 23) Casale, S. ve Gordon, L. F. (2020). Interpersonally-based fears during the COVID-19 pandemic: Reflections on the fear of missing out and the fear of not mattering constructs. *Clinical Neuropsychiatry*, 17(2), 88–93.
- 24) Çelik, F. ve Diker, E. (2021). Covid-19 sürecinde depresyon, stres, gelişmeleri kaçırma korkusu ve zorlayıcı sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiler. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 8(1), 17–43.

- 25) Chen, K. ve Cheung, H. L. (2019). Unlocking the power of ephemeral content: The roles of motivations, gratification, need for closure, and engagement. *Computers in Human Behavior*, 97, 67-74.
- 26) D'Lima, P. ve Higgins, A. (2021). Social media engagement and fear of missing out (FOMO) in primary school children. *Educational Psychology in Practice*, 37(3), 302-338.
- 27) Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiamiyu, M. F. ve Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100150.
- 28) Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behavior: A uses and gratifications perspective. *J Strateg Mark.*, 24(3-4), 261-277.
- 29) Edwards, F. (2017). An investigation of attention-seeking behavior through social media post framing. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 3(1), 25-44.
- 30) Elhai, J. D., Gallinari, E. F., Rozgonjuk, D., & Yang, H. (2020). Depression, anxiety and fear of missing out as correlates of social, non-social and problematic smartphone use. *Addictive behaviors*, 105, 106335. doi: 10.1016/j.addbeh.2020.106335. Epub 2020 Feb 7. PMID: 32062337
- 31) Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C. ve Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106, 106364.
- 32) Fuster, H., Chamarro, A. ve Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Aloma: revista de psicologia, ciències de l'educació I de l'esport Blanquerna*, 35(1), 23-30.
- 33) Hu, L. & Bentler, P.(1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- 34) JWT Intelligence. (2011). Fear of missing out (FOMO). Retrieved from <https://www.jwt.com/en/news/fomojwtexploresfearofmissingoutphenomenon>.
- 35) Kemp, S. (2022). Digital 2022: Global overview report.. Erişim Adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview->

- report?utm_source=Twitter&utm_medium=Social_Media&utm_campaign=Digital_2022&utm_content=eskimon_Twitter_Post_2022_01_26_02
- 36) Kwon, M., Kim, D.-J., Cho, H. ve Yang, S. (2013). The Smartphone Addiction Scale: Development and validation of a short version for adolescents. *PLoS ONE*, 8(12), e83558.
- 37) L., Griffiths, M. D., Niu, Z., & Mei, S. (2020). Fear of missing out (FoMO) and gaming disorder among Chinese university students: Impulsivity and game time as mediators. *Issues in Mental Health Nursing*, 41(12), 1104-1113.
- 38) Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2007). A familiar face (book): profile elements as signals in an online social network. In *CHI 2007 proceedings*. New York: ACM.
- 39) Lifthiah, L., Dahriyanto, F., & Tresnawati, R. (2016). Personality traits prediction of fear of missing out in college students. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(4), 128–136.
- 40) Müller, S. M., Wegmann, E., Stolze, D. ve Brand, M. (2020). Maximizing social outcomes? Social zapping and fear of missing out mediate the effects of maximization and procrastination on problematic social networks use. *Computers in Human Behavior*, 107, 106296.
- 41) Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Comput Hum Behav.*, 29(4), 1841–1848.
- 42) Rao, T. (2017). Social media is as harmful as alcohol and drugs for millennials. Retrieved from <https://theconversation.com/social-media-is-as-harmful-as-alcohol-and-drugs-for-millennials-78418><https://wearesocial.com/digital-2020>
- 43) Riordan, B. C., Cody, L., Flett, J. A. M., Conner, T. S., Hunter, J. ve Scarf, D. (2020). The development of a single item FoMO (Fear of Missing Out) Scale. *Current Psychology*, 39(4), 1215–1220.
- 44) Rozgonjuk, D., Elhai, J. D., Ryan, T. ve Scott, G. G. (2019). Fear of missing out is associated with disrupted activities from receiving smartphone notifications and surface learning in college students. *Computers and Education*, 140(May).
- 45) Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent use of social networking sites is associated with poor psychological functioning among children and adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 380–385.
- 46) Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L. ve Hauck, N. (2020). The Online Fear of Missing out Inventory (ON-FoMO):

- Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(1), 20–29.
- 47) Sha, P., Sariyska, R., Riedl, R., Lachmann, B. ve Montag, C. (2019). Linking internet communication and smartphone use disorder by taking a closer look at the Facebook and WhatsApp applications. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100148.
 - 48) Shen, Y., Zhang, S. ve Xin, T. (2020). Extrinsic academic motivation and social media fatigue: Fear of missing out and problematic social media use as mediators. *Current Psychology*, 1-17.
 - 49) Song, X., Zhang, X., Zhao, Y. C. ve Song, S. (2017). Fearing of missing out (FoMO) in mobile social media environment: Conceptual development and measurement scale. *iConference 2017 Proceedings* (s. 733–738) içinde.
 - 50) Statista.com (2021). Number of smartphone users worldwide from 2016 to 2021 (in billions). Retrieved September 02, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>.
 - 51) Talaue, G. M., AlSaad, A., AlRushaidan, N., AlHugail, A., & AlFahhad, S. (2018). The impact of social media on academic performance of selected college students. *International Journal of Advanced Information Technology*, 8(4), 27–35.
 - 52) Tandon, A., Dhir, A., Almgren, I., AlNemer, G. N. ve Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782-821.
 - 53) Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of missing out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549.
 - 54) Tunçel, N. ve Kavak, B. (2016). Sosyal dışlanmanın etik olmayan tüketici davranışı gösterme eğilimi üzerindeki etkisi: Deneysel bir çalışma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi eDrgisi*, 7(2), 47-75.
 - 55) Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B. ve Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33–42.
 - 56) Wortham, J. (2011). Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook wall. Erişim Adresi:
<https://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>

- 57) Yen, J. Y., Ko, C. H., Yen, C. F., Wu, H. Y., & Yang, M. J. (2007). The comorbid psychiatric symptoms of Internet addiction: attention deficit and hyperactivity disorder (ADHD), depression, social phobia, and hostility. *Journal of adolescent health*, 41(1), 93-98.
- 58) Young, K. S. (2011). CBT-IA: The first treatment model for internet addiction. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 25(4), 304-312.
- 59) Zhang, Z. (2018). Fear of missing out: Scale development and impact on brand loyalty. (Yayınlanmış Doktora Tezi). The University of Texas at El Paso.
- 60) Zhang, Z., Jiménez, F. R. ve Cicala, J. E. (2020). Fear Of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619–1634.