

Serbest Zaman Etkinlikleri Bağlamında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Validity and Reliability Study of the Fear of Missing Out Scale in the Context of Leisure Activities

^{id} Ersin ESKİLER^a, ^{id} Bünyamin ÖRGEN^b

^aSakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, Sakarya, Türkiye

^bSakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Spor Yöneticiliği ABD, Sakarya, Türkiye

ÖZET Amaç: Kaçırma korkusu, psikoloji alanında ortaya çıkan ve son yıllarda tüketim psikolojisi ve tüketici davranışları alanında dikkat çeken bir konudur. Bununla birlikte kaçırma korkusu kavramının, teorik olarak gelişme aşamasında olduğu ve mevcut kaçırma korkusu ölçeklerinin etkinliklere yönelik kaçırma korkusunu ölçmede yetersiz kaldığını ifade etmek mümkündür. Bu çalışmanın amacı, serbest zaman etkinlikleri bağlamında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği'nin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliğini incelemektir. **Gereç ve Yöntemler:** Araştırma, toplam 553 kişinin katılımıyla 2 ardışık çalışma şeklinde gerçekleştirilmiştir. İlk çalışmada 243 kişiden elde edilen verilere Açıklayıcı Faktör Analizi, 310 kişinin katılımı ile gerçekleştirilen 2. çalışmanın verilerine ise Doğrulayıcı Faktör Analizi uygulanmıştır. **Bulgular:** Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçlarına göre ölçek maddelerinin 0,938-0,657 arasında faktör yük değerlerine sahip 2 faktör altında toplandığı ve toplam varyansın %75'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Doğrulayıcı Faktör Analizi sonucu modelde 2 modifikasyon gerçekleştirilmiş ve modelin iyi/kabul edilebilir uyum indeks değerlerine sahip olduğu belirlenmiştir ($\chi^2/sd=2,406$, Uyum İyiliği İndeksi=0,96, Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi=0,93, Tucker-Lewis İndeksi=0,97, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi=0,98, yaklaşık hataların ortalama kare kökü=0,067, standartlaştırılmış hata kareler ortalamasının karekökü=0,045). Ek olarak ölçeğin benzeşim ve ayırt edici geçerliğinin sağlandığı ve ölçek güvenilirlik katsayılarının kabul edilebilir değerler aldığı görülmüştür. Bulgular, serbest zaman etkinlikleri bağlamında bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunu ölçmek için bu ölçüm aracının Türkçe versiyonunun kullanılabilirliğini göstermektedir. **Sonuç:** Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği, serbest zaman etkinliklerine yönelik bireylerin kaçırma korkusu yönelimini değerlendirmenin yanı sıra tüketici araştırmalarında etkinliklere yönelik kaçırma korkusunun daha geniş bir bağlamda incelemesine, kaçırma korkusu ile ilgili yapılar arasındaki ilişki ve nedenselliğin test edilme olasılığına katkıda bulunmaktadır.

ABSTRACT Objective: Fear of missing out is a topic that has emerged in the field of psychology and has attended in the field of consumption psychology and consumer behavior in recent years. However, it is possible to state that the concept of fear of is under development theoretically and that the current Fear of Missing Out Scales are insufficient to measure fear of missing out for events. Within this scope, the aim of the study was to examine the validity and reliability of the fear of missing out scale in the context of leisure activities for Turkish form. **Material and Methods:** The study was carried out in 2 successive studies with the participation of 553 samples in total. In the 1st study, Explanatory Factor Analysis was applied to the data obtained from 243 participants, and Confirmatory Factor Analysis was performed for the data of the 2nd study, which was carried out with the participation of 310. **Results:** According to the results of the Explanatory Factor Analysis, it was determined that the scale items were gathered under 2 factors with factor loading values between 0.938 and 0.657 and explained 75% of the total variance. As a result of Confirmatory Factor Analysis, 2 modifications were made to the model and it was determined that the model had good/acceptable fit index values ($\chi^2/df=2.406$, Goodness-of-fit Index=0.96, Adjusted Goodness-of-fit Index=0.93, Tucker-Lewis Index=0.97, Comparative Fit Index=0.98, root mean square error of approximation=0.067, standardized root mean square residual=0.045). In addition, it was observed that the convergent and discriminant validity of the scale was ensured and the reliability coefficients of the scale were acceptable. Our findings showed that the Turkish version of this measurement tool could be used to measure individuals' fear of missing out in the context of leisure activities. **Conclusion:** The Fear of Missing Out Scale, in addition to assessing individuals' fear of missing out on leisure activities, contributes to a broader examination of fear of missing out in consumer research, improve the possibility of testing the relationship and causality between structures related to fear of missing out.

Anahtar Kelimeler: Gelişmeleri kaçırma korkusu; tüketim; serbest zaman etkinlikleri; geçerlik ve güvenilirlik

Keywords: Fear of missing out; consumption; leisure activities; validity and reliability

Correspondence: Ersin ESKİLER

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, Sakarya, Türkiye

E-mail: eeskiler@gmail.com



Peer review under responsibility of Turkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences.

Received: 30 Jun 2021

Received in revised form: 17 Nov 2021

Accepted: 19 Nov 2021

Available online: 07 Dec 2021

2146-8885 / Copyright © 2022 by Türkiye Klinikleri. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Günümüzde tüketim, bir ihtiyacı karşılamaktan ziyade hazzın kaynağı konumundadır. Son yıllarda meydana gelen teknolojik, sosyal, politik ve ekonomik değişimler, toplumlar arası sınırların ve kültürel farklılıkların bulanıklaşmasını hızlandırmaktadır. Bu durumun, insanların tüketim eylemlerinde köklü değişimlere neden olduğu ifade edilebilir. Son 30 yıl içerisinde tüketicilerin, canlı konserler, konsol oyunları, ekstrem sporlar, seyahat ve diğer birçok serbest zaman etkinlikleri gibi deneyimlere yapılan harcamalarının hızla arttığı bildirilmektedir.^{1,2} Nitekim insanlar çeşitli tüketim deneyimlerini (satın alınan/hediye edilen bir ürünü, tatili, geziyi veya katıldıkları etkinliği) sosyal medya araçlarından paylaşmakta ve diğerlerinin paylaşımlarını takip etmektedir. Başkalarının ne yaptığı veya hayatlarını nasıl yaşadığına dair eşi görülmemiş bir farkındalık, insanları giderek daha fazla kaçırma korkusuna (fear of missing out) yatkın hâle getirmektedir.

Hodkinson, insan davranışının bir unsuru olarak “kaçırma korkusu” kavramının tarihi kökenlere sahip olduğunu belirtmektedir.³ Bu köklü yapının son yıllarda popüleritesinin artmasındaki temel faktörlerden biri, sosyal medya araçlarının kaçırma korkusunun daha sık ve yoğun yaşanmasına neden olması olarak gösterilmektedir.⁴ Akademik araştırmalarda, kaçırma korkusu teriminin ilk olarak 2010 yılında “FoMO” kısaltması ile yer aldığı, bu tarihten itibaren hızla derinleştiği ve geliştiği gözlemlenmektedir.⁵ Türkçe literatürde kavramın “anı”, “fırsatı”, “gelişmeleri”, “gündemi” ve “yenilikleri” kaçırma korkusu şeklinde kullanıldığı ancak yaygın kullanım şeklinin “gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK)” olduğu söylenebilir.

Çeşitli alanlarda artan bir ilgiye sahip olan GKK, “Başkalarının ödüllendirici deneyimler yaşıyor olabileceğine dair yaygın bir endişe hâli.” olarak tanımlanmaktadır (s:1841).⁴ Przybylski ve ark., GKK konusunda ilk kapsamlı çalışmayı gerçekleştirmişlerdir. Yazarlar, GKK’yi değerlendirmek üzere 10 madde ve tek faktörlü bir ölçek geliştirmiş ve yapının demografik özellikler, iyi oluş hâli, motivasyonel ve davranışsal faktörlerle nasıl bir etkileşimde olduğunu ortaya koymuşlardır. Öz-belirleme kuramı kapsamında, temel psikolojik ihtiyaçlar (TPİ) tatmini düşük olan bireylerin, psikolojik bir rahatsızlık (bir

tür GKK) yaşayacağı ve bu olumsuz durumu ortadan kaldırmanın yollarını (örneğin sosyal medya kullanımı) arayacakları belirtilmektedir. Araştırma bulguları, bu görüşü desteklemektedir. TPİ açısından yeterli düzeyde tatmin olmayan bireylerin, daha düşük iyi oluş hâli ve genel yaşam tatminine sahip oldukları ve GKK’yi daha yüksek seviyelerde yaşadıkları belirlenmiştir. Başkalarının yaptıklarıyla sürekli olarak bağlantıda kalma arzusuyla karakterize edilen GKK çeşitli olumsuz sonuçların temel itici gücü olarak görülmektedir.^{4,6} Örneğin GKK yüksek olan bireylerin, başkalarının ne yaptığını merak etmeleri nedeniyle anın tadını çıkaramayacakları dahası kaygı ve endişe yaşayacakları söylenebilir.⁵ GKK’nin, psikolojik sağlık ve esenliğin yanı sıra kişisel mahremiyette azalma, aile/arkadaşlardan uzaklaşma, artan yalnızlık duyguları ve kişinin hayatından memnuniyetsizlik gibi çevrim dışı (sosyal ağlardan bağımsız gündelik yaşam ile ilgili) olgularla ilişkili olduğu ifade edilmektedir.⁶

Argan ve ark., psikososyal temellere dayalı olarak GKK’yi Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisiyle açıklamışlardır. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi, farklı ihtiyaç düzeylerine (Aşağıdan yukarıya doğru ihtiyaçlar: Fizyolojik, güvenlik, sevgi-ait olma, saygınlık, kendini gerçekleştirme.) dayalı olarak insan motivasyonunu açıklamaya çalışan bir teoridir. Beş aşamalı bu teori, eksiklik ihtiyaçları ve büyüme ihtiyaçları olarak 2’ye ayrılabilir. İlk 4 seviye eksiklik ihtiyaçları ve en üst seviye büyüme ve/veya varlık ihtiyaçları olarak adlandırılmaktadır.⁷ Büyüme ihtiyaçları (kendini gerçekleştirme, kişisel gelişim arayışı gibi), daha iyi olma ve birey olarak gelişme ve ilerleme arzusundan kaynaklanmaktadır. Bu seviyeye ulaşmayı başarmış birey takip eden değil, takip edilen konumunda olacak ve bu birey için GKK bir sorun teşkil edebilecek düzeyde olmayacaktır.⁵ Diğer yandan eksiklik ihtiyaçlarının kaynağı ise bireyin eksikliklerinden kurtulma veya eksik olduğunu düşündüklerini elde etme arzusudur. Eksiklik ihtiyaçlarının ilk 2 seviyesinde tatmine ulaşmış bireyler sevgi-ait olma, sonrasında ise saygınlık ihtiyacı hissedecektir. Nitekim Maslow, gençler için saygı veya itibar ihtiyacının önemini vurgulamakta ve gerçek benlik saygısı veya haysiyetten önce geldiğini ifade etmektedir.⁷ Przybylski ve ark. ise genç

bireylerin görece daha yüksek GKK seviyesine sahip olduğunu belirtmektedir. Sosyal medyanın etkisiyle sevgi-ait olma ve saygınlık gibi psikolojik ihtiyaçları yeterli düzeyde karşılanmayan bireylerde GKK'nin daha şiddetli hissedilmesi muhtemeldir.^{4,5} Bu durumun temel tetikleyicilerinden biri, sosyal medya araçları sayesinde bireylerin daha geniş çevrede, hızlı ve kolay bir şekilde sosyal karşılaştırma gerçekleştirebilmesi olabilir.

Festinger, insanların genellikle başkalarına kıyasla kendilerini (fikir, yetenek vb. açısından) değerlendirme konusunda doğuştan bir dürtüye sahip olduklarını belirtmiştir.⁸ Sosyal karşılaştırma kuramına göre bu dürtü, yaşamımızın merkezinde yer alır ve bireyler kendilerini genel olarak akran grupları veya benzer olduğu bireyler ile karşılaştırma eğilimindedir. Örneğin planladığı etkinliğe gidemeyen birey, karşılaştırma yaptığı sosyal çevresinde başka birinin etkinliğe gittiğini gördüğünde GKK hissetme eğilimi artmaktadır. Öte yandan benlik kavramının bir sosyal karşılaştırmalar ağı üzerine inşa edildiği belirtilmektedir.⁹ Her iki teori, bireyin benlik saygısını geliştirme ve sürdürme sürecinin, bireyin içinde bulunduğu sosyal yapıya eleştirel olarak bağlı olduğunu ifade etmektedir. Benlik kavramı yaklaşımına istinaden Zhang ve ark., GKK'nin benlik kavramına yönelik psikolojik tehditler tarafından etkinleştirildiğini ifade etmektedir.²

Benlik, bireyin dış çevresiyle ve diğer insanlarla karşılaştırmalı olarak kendini değerlendirmesi sonucu kendisi (kim ve ne olduğu) hakkındaki düşünce ve duyguların bütünü olarak tanımlanabilir.^{9,10} Bu tanıma göre benlik, dışsal bilgilerin etkisi altında insanların kendilerini içsel olarak değerlendirme yoluyla oluşturdukları bir olgudur. Bu değerlendirme sürecinde GKK'yi deneyimlemekten kaçınmak, başkaları için popüler ve ilgi çekici olma istekliliği bireyleri sosyal ağlarda daha aktif olmaya yönlendirebilir.¹¹ Zhang ve ark., GKK'nin bireylerin bir fırsattan vazgeçmeleri sonucu, bu durumun benlikleri için bir tehdit oluşturduğunu algıladıklarında ortaya çıktığını ifade etmektedir.^{2,11} Bu kapsamda GKK'nin, kişisel GKK ve sosyal GKK olmak üzere 2 boyuttan oluştuğunu önermekte ve boyutların özel benlik ve sosyal benlik ile ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. GKK'nin esas olarak bireyin kaçırdığı

ancak diğerlerinin deneyimlediği ödüllendirici deneyimlerden kaynaklandığı dikkate alındığında, geçmiş çalışmalarda, toplumun geneliyle ilgili deneyimlere odaklanıldığı görülmektedir.^{2,4} Örneğin bireyler sosyal medyaya erişimleri olmadığında (olaylar, başkaları veya kendileri hakkında ne söylediğini görememeleri hâlinde), yüksek düzeyde GKK hissetmektedir.⁴ Bu olgu, bireylerin kamusal benliklerini yönetme becerilerini engelleyebilir.² Diğer yandan bireyler özel benlikleriyle ilgili deneyimlerde de GKK hissedebilirler. Birey, öz-kimliğini geliştirebileceği veya koruyabileceği herhangi bir tüketim deneyimini kaçırdığında, özel benlik için bir tehdit ortaya çıkar ve bu durum GKK'yi artırabilir. Bu aşamada odak noktası başkalarının ödüllendirici deneyimler yaşıyor olabileceği değil, kişisel olarak bir deneyimden yoksun kalmaktır. Diğer bir ifade ile esas olan kişisel olarak mevcut bir fırsatı tüketememe ve bunu başarmanın getirdiği beklenen gelişimi/sevinci kaçırma durumudur.¹²

Bununla birlikte, GKK'nin konu edildiği çalışmaların özellikle psikoloji ve tıp alanında yoğunlaştığı görülmektedir.^{4,13} Etkileşimli doğası nedeniyle sosyal medyanın GKK ile ilgili davranışlar için etkili bir araç olduğu çeşitli çalışmalarda vurgulanmıştır.¹⁴ Bu çalışmalar, sınırlı bir bakış açısıyla GKK ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır.² Farklı araştırmalarda GKK'nin çevrim içi davranışların yanı sıra çeşitli çevrim dışı tutum ve davranışları da etkilediği ifade edilmektedir.^{6,15-18} Önceki araştırmalar, GKK ile psikolojik nedenler ve/veya sonuçları arasındaki ilişkiyi incelemiş olsa da GKK'nin pazarlama üzerindeki etkisi büyük ölçüde göz ardı edilmiştir.^{5,14} Öyle ki pazarlama alan yazınında GKK'nin kavramsal arka planını ve çevrim dışı tüketici davranışı ile ilişkisini inceleyen akademik araştırmalar oldukça sınırlıdır.^{2,16} Zhang ve ark. na göre GKK ile ilgili bu çalışmaların sınırlı kalmasının nedenlerinden biri GKK'yi çevrim dışı bağlamda ölçmek için uygulanabilir bir psikometrik ölçeğin olmamasıdır.²

Son yıllarda bireyler, özellikle etkinliklere katıl(a)madıklarında, sosyal medya gönderilerinden ve/veya başkalarıyla etkileşimden güçlü bir şekilde etkilenmektedir. Bu durumun, bireylerin gidemedikleri etkinliklerin deneyimleriyle daha fazla ilgi-

lenmeye başlamalarına, kaçırdıkları bir etkinliğe daha fazla katılma istekliliği duymalarına ve tatminlerine yardımcı olacak etkinlik deneyimlerine daha fazla ilgi göstermelerine neden olduğu ifade edilmektedir.¹⁴ Ancak hem çevrim dışı etkinlikler hem de serbest zaman boyutu olan olaylarda yaşanmış deneyimler üzerine niceliksel çalışmaların sayısı sınırlıdır. Bu sınırlılığı gidermek adına mevcut çalışmada, GKK ölçeğinin uyarlaması serbest zaman etkinlikleri bağlamında incelenmektedir. Buna göre çalışmanın amacı, Zhang ve ark. tarafından geliştirilen Gelişmeler Kaçırma Korkusu Ölçeği'nin (GKKÖ) Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliğini değerlendirmektir.²

GEREÇ VE YÖNTEMLER

ÇALIŞMA 1

Katılımcılar

Çalışma grubunun belirlenmesinde, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 243 kişinin yaşları 18-54 yaş arasında ($y_{\text{yaş}}=30,45\pm 8,45$) değişiklik göstermekte olup, %64,6'sı ($y_{\text{yaş}}=30,18\pm 8,19$) erkek, %35,4'ü ($y_{\text{yaş}}=30,94\pm 8,91$) ise kadınlardan oluşmaktadır. Önemli bir çoğunluğu (%81,5) üniversite mezunu olan katılımcıların, %63,4'ü bekâr olduklarını bildirmişlerdir. Meslek durumuna göre katılımcıların %34,2'si kamu görevlisi, diğerleri sırasıyla %30,5'i özel sektör çalışanı, %7,8'i işçi, %3,7'si emekli ve %2,5'i serbest meslek sahibi olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca %21,4'ü düzenli bir işte çalışmadıklarını/ev hanımı olduklarını bildirmişlerdir. Örneklem büyüklüğü konusunda farklı görüşler olmakla birlikte Nunnally değişkenlerin en az 10 katı kadar bir örnek kütleyle ulaşılması gerektiğini, Kline ise çok değişkenli analizlerin uygulanabilmesi için $n>200$ 'ün yeterli bir örnek kütle olacağını ifade etmektedir.^{19,20} Bu kapsamda, 9 maddelik bir ölçüm aracı için mevcut 2 çalışmada ulaşılan gözlem sayısı yeterli görülmektedir.

VERİ TOPLAMA ARACI

Zhang ve ark. tarafından geliştirilen GKKÖ, bireylerin çevrim içi ve çevrim dışı her ortamda deneyimleyebilecekleri duyguları değerlendirmek için kullanılmaktadır.² GKKÖ'nün özgün versiyonu "kişisel ka-

çırma korkusu" (5 madde) ve "sosyal kaçırma korkusu" (4 madde) olmak üzere 2 boyut ve 9 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 1 (Kesinlikle katılmıyorum) ile 7 (Kesinlikle katılıyorum) arasında değişen 7'li Likert tipi bir ölçeklendirmeye sahiptir. Ölçekte ters kodlanacak madde bulunmamaktadır. Araştırmacıların yürütmüş olduğu çalışmalar sonucu, ölçeğin geçerliği ve güvenilirliği desteklenmiştir.² Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonucu, 2 faktörlü bir çözüm ortaya konulmuştur. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) sonucu, GKKÖ'nün uyum iyiliği indeksleri, $\chi^2=44,66$, $sd=25$, Normlaştırılmış Uyum İndeksi=0,98, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi [Comperative Fit Index (CFI)]=0,99, Tucker-Lewis İndeksi (TLI)=0,98 ve yaklaşık hataların ortalama karekökü [root mean square error of approximation (RMSEA)]=0,04 olarak rapor edilmiştir. GKKÖ her bir boyut için sırasıyla 0,86 ve 0,92 Cronbach alfa değerleri ile iyi bir güvenilirlik göstermiştir.

Ölçek maddelerinin Türkçe formunun oluşturulmasında, Brislin tarafından önerilen geri çeviri yöntemi takip edilmiştir. Bu bağlamda, ölçeğin İngilizce-Türkçe-İngilizce çevirileri her iki dile hâkim 3 kişi (spor yönetimi, pazarlama ve İngiliz dili ve edebiyatı alanında çalışan) tarafından gerçekleştirilmiştir.²¹ Elde edilen çeviriler sonucu, benzer ve farklı ifadeler belirlenerek İngilizce seviyesi iyi ve üst seviyede olan 2 yargıcı tarafından ayrı ayrı değerlendirilmesi tamamlanmıştır. Bir sonraki aşamada oluşturulan maddeler tekrar İngilizceye çevrilmiş ve özgün ölçek maddeleri ile karşılaştırılmıştır. Türkçe maddelerin anlaşılabilirliğini belirlemek üzere 79 ($y_{\text{yaş}}=29,34\pm 8,34$, 46 erkek, 33 kadın) kişinin katılımı ile bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Geri bildirimler sonucu GKKÖ'nün Türk örnekleminde kullanılmaya uygun olduğu belirlenmiştir.

VERİLERİN TOPLANMASI

Uyarlama çalışmasının gerçekleştirilmesine ilişkin gerekli izinler, sorumlu yazardan elektronik posta yoluyla (20.3.2020) ve E-26428519-044-11050 sayılı karar (tarih: 30.4.2020) ile Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulundan alınmıştır. Ayrıca çalışma, Helsinki Deklarasyonu Prensipleri'ne uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Farklı rekreasyonel etkinliklere katılan bireylere ulaşabilmek ve veri çeşitliliğini sağlamak adına, katılımcılara çevrim içi

sosyal ağlar (Facebook, Twitter gibi) üzerinden ulaşılmıştır. Tüm katılımcılara araştırmanın konusu, amacı ve önemi hakkında kısa bir bilgilendirme metni sonrası araştırmaya katılmak isteyip-istemediklerine ilişkin bir soru yöneltilmiştir. Google Formlar platformunda oluşturulan çevrim içi anket formu 243 kişi tarafından gönüllü olarak yanıtlanmıştır.

VERİ ANALİZİ

Verilerin analizinde IBM SPSS (SPSS Inc, Chicago, IL) programı kullanılmıştır. Katılımcı özelliklerini belirlemek üzere tanımlayıcı istatistikler, madde geçerliği için madde toplam test korelasyonu değerleri, ölçeğin faktör yapısını değerlendirmek için AFA (Varimax dik döndürme yöntemi) ve güvenilirliğin tespiti için Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı kullanılmıştır. Analiz öncesi verilere ait basıklık ve çarpıklık değerleri incelenerek, bu değerlerin tüm maddeler için ± 2 aralığında olma kriterini karşıladığı (çarpıklık katsayısı -0,751 ile 0,050 ve basıklık katsayısı -0,937 ile -0,531) belirlenmiştir.^{22,23}

BULGULAR

Verilerin AFA'ya uygunluğunu belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi gerçekleştirilmiştir. Örneklem yeterliliği ölçüsü KMO değeri 0,860 ve

Bartlett Küresellik Testi sonucu anlamlı ($\chi^2=1613,59$, $p \leq 0,01$) bulunmuştur. Test sonuçları, verilerin AFA için uygun olduğunu göstermektedir.²²

AFA sonucu, öz değeri 1'den büyük 2 faktörlü yapı elde edilmiştir. Dört maddeden oluşan 1. faktörün açıkladığı varyans %39,80, 5 maddenin yer aldığı 2. faktörün ise %35,24'tür ve toplam açıklanan varyans %75,04 olarak belirlenmiştir. Ayrıca tüm maddelerin 0,938-0,657 arasında faktör yük değerlerine sahip olduğu ve 2 faktörde yüksek yük değerine sahip herhangi bir madde olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 1). Güvenirlilik analizi sonuçları, ölçeğin yeterli düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir.¹⁹

ÇALIŞMA 2

Katılımcılar

Bu aşamada, 1. çalışmada uygulanan prosedür takip edilmiştir. İkinci çalışma, yaşları 18-61 arasında ($_{yaş}=30,63 \pm 9,03$) değişiklik gösteren, %50,3'ü ($_{yaş}=31,73 \pm 9,26$) erkek ve %49,7'si ($_{yaş}=29,51 \pm 8,69$) kadın, toplam 310 kişinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Bu kişilerin %58,1'i bekârdır. Katılımcıların %67,4'ü üniversite, %22,3'ü lise, %6,8'i ortaokul ve %3,5'i ilkokul mezunudur. Meslek grupları açısından, katılımcıların %30,6'sı kamu görevlisi, diğerleri

TABLO 1: AFA ve güvenilirlik analizi sonuçları.

| | Madde-toplam korelasyon | Faktör yükü | | \bar{X} (SS) |
|---|----------------------------|-------------|-------|----------------|
| | | 1 | 2 | |
| Sosyal KK (Cronbach alfa= 0,935) | | | | |
| S3 Etkinlik fırsatlarını kaçırdığımda sosyal gruplarım tarafından dışlandığımı düşünüyorum. | 0,870 | 0,938 | | 5,08 (1,99) |
| S4 Etkinlik fırsatlarını kaçırdığımda sosyal gruplarım tarafından unutulmuş hissediyorum. | 0,876 | 0,915 | | 5,02 (1,94) |
| S1 Olayları veya fırsatları kaçırdığımda sosyal gruplarımın beni önemsiz gördüğünü düşünüyorum. | 0,850 | 0,893 | | 4,81 (1,98) |
| S2 Etkinlik fırsatlarını kaçırdığımda sosyal gruplara uymadığımı düşünüyorum. | 0,790 | 0,801 | 0,343 | 4,71 (1,91) |
| Kişisel KK (Cronbach alfa= 0,858) | | | | |
| K4 Başka şeylerin kısaltmaları nedeniyle etkinliklere katılmıyorsa üzülüyorum. | 0,599 | | 0,855 | 3,21 (1,81) |
| K5 Etkinlik fırsatlarını kaçırdığım için pişmanlık duyuyorum. | 0,745 | | 0,851 | 3,79 (1,74) |
| K3 Etkinlik fırsatlarını kaçırdığımda önemli veya eğlenceli bir şey olması gerektiğini bildiğim için endişeli hissediyorum. | 0,733 | 0,348 | 0,762 | 4,31 (1,73) |
| K2 Etkinlik fırsatlarını kaçırdığımda diğerlerine kıyasla geride kaldığıma inanıyorum. | 0,704 | 0,400 | 0,720 | 4,21 (1,78) |
| K1 Etkinlik fırsatlarını tecrübe etmediğimde endişeli hissediyorum. | 0,594 | | 0,657 | 4,19 (1,69) |
| Tüm maddeler (Cronbach alfa= 0,887) | | | | |
| Özdeğer | | 4,808 | 1,946 | |
| Açıklanan toplam varyans | | %75,04 | | |

Anlaşırlılık açısından faktör yük değeri $< 0,30$ olan maddeler tablo dışı bırakılmıştır; AFA: Açıklayıcı Faktör Analizi; SS: Standart sapma; KK: Kaçırma korkusu.

sırasıyla %27,5'i özel sektör çalışanı, %13,5'i işçi, %7,7'si serbest meslek sahibi olduklarını ve %20,7'si emekli/ev hanımı/düzenli bir işte çalışmadıklarını belirtmişlerdir.

VERİ TOPLAMA ARACI VE PROSEDÜR

Bu çalışma için oluşturulan veri toplama aracı 3 bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde 1. çalışmanın yöntem bölümünde detaylı olarak açıklanmış olan, GKKÖ yer almaktadır. İkinci bölümde, katılımcıların, serbest zaman ilgilenim düzeylerini belirlemek üzere Beaton ve ark. tarafından geliştirilen ve Eskişehir'in Türkçe uyarlamasını gerçekleştirdiği 9 madde ve 3 alt boyuttan (sembolik değer, merkezilik, hedonik değer) oluşan serbest zaman ilgilenim ölçeğine yer verilmiştir.^{24,25} Bu ölçek, bireylerin serbest zaman etkinliklerine ne kadar ilgi/alaka/önem atfettiklerinin belirlenmesinde sıklıkla kullanılmaktadır.²⁴⁻²⁶ Katılımcılardan yanıtların, 1 (Kesinlikle katılmıyorum) ile 7 (Kesinlikle katılıyorum) olarak etiketlenen uç noktalar ile 7'li Likert tipinde verilmesi istenmiştir. Bu ölçeğin alt boyutları için Cronbach alfa değerleri sırasıyla 0,84, 0,85 ve 0,81 olarak belirlenmiştir. Son bölümde, 1. çalışma ile tutarlı olacak şekilde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorulara yer verilmiştir.

VERİ ANALİZİ

Veriler, ilk olarak basıklık ve çarpıklık değerleri kullanılarak normal varsayımı ve aykırı değerlerin varlığını test etmek için incelenmiştir. Mahalanobis uzaklık değerleri yardımıyla veri setinde bulunan 4 uç değer çalışmadan çıkartılmıştır. Veri setinde eksik veri noktalarının olmadığı, çarpıklık ve basıklık değerlerinin, ± 2 aralığında olma kriterini karşıladığı (kişisel kaçırma korkusu için çarpıklık katsayısı -0,02 ile -0,71; basıklık katsayısı -0,52 ile -1,16; sosyal kaçırma korkusu çarpıklık katsayısı 0,38 ile 0,86, basıklık katsayısı -0,78 ile -1,14 aralığında) belirlenmiştir.^{22,23} Dolayısıyla bulgular, normal dağılımın varlığına kanıt olarak değerlendirilmektedir. Gözlenen 9 değişken ile 2 gizil değişkenin yer aldığı ölçüm modeli faktör yapısını incelemek için AMOS 24.0 (SPSS Inc, Chicago, IL) programı kullanılarak DFA (maksimum olasılık tahmin) gerçekleştirilmiştir. Model uyumunun değerlendirilmesinde ise literatürde yaygın kullanılan uyum indeks değerleri kullanılmıştır.

DFA, AFA'da öngörülen yapının veriler ile ne düzeyde uyum sağladığı, her bir ölçek maddesinin katkısının ne olduğu ve ölçeğin kavramı ne kadar iyi ölçtüğünün değerlendirilmesinde yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir.²⁷ Maksimum olasılık tahmin prosedürü ise gözlemlenen verileri yeniden üretme şansı en yüksek olan tahminleri sağladığı için kullanılmıştır.^{20,27}

BULGULAR

DFA sonrası model uyum indeks değerleri, t değerleri ve standardize edilmiş regresyon ağırlıkları incelenmiştir. Analiz sonucu, bazı model uyum indekslerinin önerilen kritik değerler aralığında olmadığı [Uyum İyiliği İndeksi (Goodness-of-fit Index "GFI")=0,92, Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (Adjusted Goodness-of-fit Index "AGFI")=0,86, TLI=0,92, CFI=0,94, RMSEA=0,113, standartlaştırılmış hata kareler ortalamasının karekökü (standardized root mean square residual "SRMR")=0,057] ve χ^2 değerinin serbestlik derecesine oranının ($\chi^2=128,658$, $sd=26$) 4,948 olduğu görülmüştür. Modifikasyon indeks değerleri dikkate alınarak, aynı faktörü açıklayan maddeler (K4 ile K5 ve S1 ile S2) arasında 2 modifikasyon aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Son ölçüm modelinde uyum indeks değerlerinin kritik değer aralıklarında yer aldığı tespit edilmiştir ($\chi^2=57,744$, $sd=24$, $\chi^2/sd=2,406$, GFI=0,96, AGFI=0,93, TLI=0,97, CFI=0,98, RMSEA=0,067 ve SRMR=0,045). χ^2 değerinin serbestlik derecesine oranının 3'ten küçük ve RMSEA'nın 0,05-0,08 arası bir değer alması kabul edilebilir bir model uygunluğu göstergesidir.^{27,28} Diğer yandan, 1'e yakın ve 0,95'in üzerinde bir değere sahip olan GFI, AGFI, TLI, CFI değerleri ile 0,05'ten küçük SRMR değeri iyi model uygunluğu göstergesi olarak kabul edilmektedir.^{20,29} Analiz sonuçlarına göre 9 madde ve 2 faktörden oluşan modelin iyi/kabul edilebilir uyum indeksi değerlerine sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 2'de her bir maddenin ilgili yapı ile ilişkisini gösteren standartlaştırılmış regresyon katsayıları ve bu katsayıların kareleri yer almaktadır. Tüm maddelerin standartlaştırılmış regresyon katsayıları 0,95-0,51 arasındadır ve $p<0,001$ düzeyinde anlamlı-

TABLO 2: GKKÖ'nün faktör yükleri, t değerleri, CR, AVE ve Cronbach alfa değerleri.

| Madde | Tahmin | t değeri | λ | R ² | CR | AVE | α |
|--------------------------|--------|----------|-----------|----------------|-------|-------|----------|
| Sosyal KK (X=3,01±1,65) | | | | | 0,909 | 0,718 | 0,912 |
| S4 | 1,000 | - | 0,900 | ,810 | | | |
| S3 | 1,014 | 26,518 | 0,953 | ,908 | | | |
| S2 | 0,790 | 0,15,579 | 0,720 | ,518 | | | |
| S1 | 0,823 | 18,668 | 0,797 | ,635 | | | |
| Kişisel KK (X=4,25±1,44) | | | | | 0,865 | 0,571 | 0,872 |
| K4 | 1,000 | - | 0,504 | ,254 | | | |
| K3 | 1,715 | 9,095 | 0,884 | ,781 | | | |
| K2 | 1,683 | 8,909 | 0,836 | ,699 | | | |
| K1 | 1,507 | 8,820 | 0,791 | ,626 | | | |
| K5 | 1,390 | 10,429 | 0,704 | ,496 | | | |

$\chi^2/sd(160,52/80)=2,406$; Uyum İyiliği İndeksi=0,96; TLI=0,97; Karşılaştırmalı Uyum İndeksi=0,98; Yaklaşık hataların ortalama karekökü=0,067 (%90 güven aralığı=0,045-0,090); Standartlaştırılmış hata kareler ortalamasının karekökü=0,045; GKKÖ: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği; CR: Birleşik güvenilirlik; AVE: Çıkarılan ortalama varyans; λ : Standartlaştırılmış regresyon katsayıları; α : Cronbach alfa; KK: Kaçırma korkusu.

dır, bu da her bir maddenin ilgili yapısını önemli ölçüde temsil ettiğini göstermektedir.

Modelin güvenilirlik ve geçerlik açısından değerlendirilmesi adına yararlanılan test sonuçları **Tablo 2'**de sunulmuştur. Buna göre her iki yapıya ait Cronbach alfa (sırasıyla 0,912 ve 0,872) ve birleşik güvenilirlik [composite reliability (CR)] değerleri (sırasıyla 0,909 ve 0,865) kabul edilebilir seviye olan 0,70'in üzerindedir.²⁷ Bu değerler, modelin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Benzeşim geçerliği için test edilen çıkarılan ortalama varyans [average variance extracted (AVE)] değerlerinin (sırasıyla 0,718 ve 0,571) 0,50'den, CR değerlerinin de AVE değerlerinden büyük olduğu görülmektedir.^{27,30} Ölçeğin ayırt edici geçerliği, GKKÖ ile ilişkili ancak farklı bir yapı olan serbest zaman ilgilenimi ile değerlendirilmiştir. Bireylerin tüketim faaliyetlerinin açıklanması ve anlamlandırılmasında uzun yıllardır dikkat odağı olan ilgilenim, bir uyarıcı veya durum tarafından tetiklenen dikkat, uyarılma ve motivasyon miktarını ifade eden kişisel bir değişken veya bir içsel durum değişkeni olarak tanımlanmaktadır.³¹ Araştırmalar, ürüne yönelik ihtiyaçların, kendini ifade etme değerinin ve bireysel tepkilerin ilgilenim derecesi üzerinde etkisi olduğunu göstermiştir.^{10,32} Bir ürüne, olguya veya serbest zaman etkinliğine ilişkin tüketici ilgileniminin derecesi, kişinin bilişsel, duygusal ve davranışsal tutumunun

önemli bir belirleyicisidir.³³ Bu nedenle serbest zaman deneyimlerini kaçırma korkusu serbest zaman ilgilenimi ile ilişkili ancak ondan farklı bir kavram olarak ayırt edilebilmelidir. Bu kapsamda, 310 kişiden elde edilen verilerle her iki ölçeğin maddelerinin (toplam 18 madde) yer aldığı AFA gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonucu KMO değeri 0,875 ve Bartlett Küresellik Testi sonucu anlamlı ($\chi^2=3651,06$, $p \leq 0,01$) bulunmuştur. **Tablo 3'**de sunulan test sonuçları verilerin AFA için uygun olduğunu göstermektedir.²²

Aynı veri seti kullanılarak gerçekleştirilen DFA sonucu elde edilen CR ve AVE değerleriyle boyutlar arası ilişkiler **Tablo 4'**te özetlenmektedir.

Ölçeklere ilişkin AVE değerleri incelendiğinde, kişisel kaçırma korkusu için 0,575 ve sosyal kaçırma korkusu için 0,719 olduğu ve serbest zaman ilgilenim ölçeği alt boyutları için bu değerlerin 0,527 ile 0,685 arasında bir değer aldığı tespit edilmiştir. Tüm CR ve AVE değerlerinin önerilen kriterleri karşıladığı görülmektedir.^{27,30} Ayrıca GKKÖ alt boyutları için elde edilen AVE değerlerinin, alt boyutlar arasındaki en büyük korelasyonun karesinden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak ölçeklerin alt boyutları arasındaki korelasyonların düşük ve orta düzeyde, pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, GKKÖ'nün tatmin edici düzeyde ayırt edici geçerliğe sahip olduğunu göstermektedir.

TABLO 3: Ayrım geçerliği için AFA sonuçları.

| Maddeler | Boyutlar | | | | |
|---------------------------|----------|-------|--------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sosyal KK (1) | | | | | |
| S3 | 0,912 | | | | |
| S4 | 0,883 | | | | |
| S1 | 0,840 | | | | |
| S2 | 0,768 | | | | |
| Kişisel KK (2) | | | | | |
| K3 | | 0,819 | | | |
| K1 | | 0,789 | | | |
| K2 | | 0,786 | | | |
| K5 | | 0,781 | | | |
| K4 | | 0,602 | | | |
| Hedonik değer (3) | | | | | |
| HD1 | | | 0,853 | | |
| HD2 | | | 0,836 | | |
| HD3 | | | 0,831 | | |
| Merkezilik (4) | | | | | |
| M1 | | | | 0,807 | |
| M3 | | | | 0,759 | |
| M2 | | | | 0,748 | |
| Sembolik değer (5) | | | | | |
| SD1 | | | | | 0,800 |
| SD2 | | | | | 0,766 |
| SD3 | | | | | 0,528 |
| Öz değer | 3,306 | 3,220 | 2,771 | 2,347 | 2,039 |
| Açıklanan toplam varyans | | | 76,010 | | |

AFA: Açıklayıcı Faktör Analizi.

TABLO 4: Değişkenler arası ilişkiler.

| | CR | AVE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------|-------|-------|---------|---------|---------|---------|---|
| Sosyal KK (1) | 0,910 | 0,719 | - | | | | |
| Kişisel KK (2) | 0,868 | 0,575 | 0,560** | - | | | |
| Merkezilik (3) | 0,854 | 0,663 | 0,318** | 0,413** | - | | |
| Sembolik Değer (4) | 0,767 | 0,527 | 0,213** | 0,444** | 0,816** | - | |
| Hedonik Değer (5) | 0,867 | 0,685 | 0,141* | 0,298** | 0,616** | 0,728** | - |

**p<0,01; *p<0,05; CR: Birleşik güvenilirlik; AVE: Çıkarılan ortalama varyans; KK: Kaçırma korkusu.

TARTIŞMA

Bu çalışmada, GKKÖ Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliği serbest zaman etkinlikleri bağlamında incelenmiştir. Çalışma, bireylerin bir tüketim deneyi-

mine (canlı konserler, ekstrem sporlar, seyahat vb.) katılmadıklarında yaşadıkları GKK boyutlarını daha iyi anlamak ve açıklamak için benlik kavramına dayalı bir içgörü sunmaktadır.² Sonuçlar, GKK'nin tüketici davranışlarındaki rolünü belirlemek için pratik

bir araç olarak görülen ölçeğin, Türkçe versiyonunun erişkin bireyler için geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymuştur.

Çalışma 1'deki AFA sonuçlarına göre GKKÖ'nün Türkçe versiyonu faktöriyel yapısının özgün çalışma ile benzerlik gösterdiği belirlenmiştir. Ölçeğin AFA sonucu elde edilen ve özgün teoriden türetilen boyutsallığının Türkiye örnekleminde doğrulanıp-doğrulanmayacağını tespit etmek üzere DFA gerçekleştirilmiş ve analiz sonucu elde edilen uyum indeks değerlerinin iyi/kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür.^{20,29} Diğer bir ifade ile 2 faktörde kendini oluşturan maddelerce doğru bir şekilde temsil edilmektedir. Dolayısıyla ölçüm modelinin model uyum indeksleri ve temel parametre tahminleri, modelin verilere uygunluğunu ortaya koymaktadır.

Her iki çalışmadan elde edilen veriler kapsamında ölçek ve alt boyutların güvenilirliği için Cronbach alfa katsayısı ile bileşik güvenilirlik değerleri hesaplanmış olup, tüm değerlerin kritik değer olan 0,70'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir.²⁷ Bu değerler, GKKÖ özgün versiyonu için hesaplanan ($\alpha_{KKK}=0,86$, $\alpha_{SKK}=0,92$; $CR_{KKK}=0,95$, $CR_{SKK}=0,96$) değerler ile tutarlılık göstermektedir.² Ölçeğin benzeşim geçerliğinin tespiti için AVE değerleri hesaplanmıştır. Bu değerlerin 0,50'den büyük ($AVE>0,50$) ve faktöre ait CR değerinden küçük ($CR>AVE$) olması gerektiği ifade edilmektedir.^{27,30} Ölçeğin özgün versiyonunda AVE değerlerinin sosyal kaçırma korkusu için 0,73 ve kişisel kaçırma korkusu için 0,56 olarak hesaplandığı rapor edilmiştir. Bu çalışmada ise AVE değerlerinin sırasıyla 0,72 ve 0,57 olarak hesaplandığı ve bu değerlerin önerilen şartları sağladığı belirlenmiştir. Ek olarak GKKÖ alt boyutları için elde edilen AVE değerlerinin, alt boyutlar arasındaki en büyük korelasyonun karesinden daha yüksek olması ayrıt edici geçerlik için de tutarlı kanıtlar sağlamaktadır.

Bu çalışmada, serbest zaman ilgilenimi ile GKKÖ alt boyutları arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bireyler, dış etkilere bağlı olarak diğer sosyal kişi ve/veya gruplara uyum sağlamak için bir etkinliğe daha fazla önem/ilgi gösterebilirler. Yani bireyler çeşitli etkinlik türlerine (aktif/pasif spor katılımı, konser, sanat atölyesi vb.) sembolik ve hedonik değer atfedebilir veya bu etkinlikleri hayatının

merkezinine yerleştirebilirler.^{32,33} Dolayısıyla bireylerin etkinliklere yönelik ilgilenim düzeyi sosyal normlara dayalı bir zorunluluk duygusu veya GKK ile davranışı teşvik edebilir. Zhang ve ark., GKK'yi bireylerin, çevrim içi/çevrim dışı herhangi bir ortamda deneyimleyebilecekleri bir duygu olarak tanımlamaktadır.² Bu bağlamda, bireyler yüksek ilgilenim seviyesine sahip oldukları ve benlik kavramlarını geliştirebilecek her türlü serbest zaman deneyimini kaçırmaktan korkabilirler. Diğer yandan GKK güdümlü etkinlik tüketiminin hem dışsal hem de içsel ödüllere yol açtığı ve tüketimi teşvik ettiği belirtilmektedir.¹⁰ Dolayısıyla odağında GKK olan pazarlama uygulamaları, etkinlik tüketim niyetini teşvik etmek için yararlı bir strateji olarak önerilebilir.

GKK'nin çevrim dışı tüketim davranışlarıyla ilişkilendirildiği sınırlı sayıda çalışma dikkate alındığında, GKKÖ'nün araştırmacılara yeni fırsatlar sunacağı ifade edilebilir. Diğer yandan, yönetim ve pazarlama faaliyetleri özelinde gerçekleştirilecek pazar araştırmalarında GKKÖ'nün fayda sağlayacağı öngörülmektedir. Örneğin bir konser etkinliğinde tüketicilerin sanatçıyla özdeşleşme düzeyleri ne kadar yüksekse o düzeyde GKK hissettikleri rapor edilmiştir.² Bu sonuç GKK'nin pazar segmentasyonu için faydalı olabileceğine işaret etmektedir. Dahası tüketicilerin belirli bir etkinlik/tüketim deneyimine ilişkin hissetmiş oldukları kaçırma korkusu seviyesini belirlemek ve değerlendirmek için bu ölçüm aracından yararlanılabilir ve buna uygun pazarlama stratejileri geliştirilebilir.

Çalışma bulgularının bazı sınırlılıklar içerisinde değerlendirilmesi uygun olacaktır. Veri çeşitliliğini sağlamak ve farklı özelliklere sahip katılımcılara ulaşmak adına çevrim içi anket yöntemi kullanılmış olması, öz değerlendirme raporlarının kullanıldığı çoğu araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bazı katılımcıların ölçeği titizlikle yanıtlamamış olma ihtimalini doğurmaktadır. Ayrıca olasılığa dayalı olmayan bir örnekleme tekniği tercih edilmesi bulguların genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır. Bununla birlikte, ölçeğin farklı yaş grupları, özel etkinlikler vb. sosyokültürel bağlamlarda geçerliğini tam olarak belirlemek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Ölçüm aracının geçmiş çalışmalarda geliştirilen sosyal med-

yada GKK ölçekleri ile ilişkilerinin test edilmemiş olması bir diğer sınırlılıktır. Bu durum uyarlanan ölçeğin mevcut sosyal medyada GKK ölçekleriyle birlikte veya onların yerine kullanılıp kullanılmayacağı sorusunu yanıtızsız bırakmaktadır. Gelecekteki araştırmalarda, farklı GKK ölçeklerinin uygulanabilirliği ampirik olarak test edilebilir/karşılaştırılabilir.² GKKÖ'nün kullanıldığı (geliştirme çalışması dışında) başka bir araştırma olmaması, bulguların zayıf bir şekilde tartışılmasına neden olmuştur. Gelecekteki potansiyel çalışmalar bulguların daha kapsamlı tartışılmasına ve yorumlanmasına imkân sağlayacaktır.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen uygulama ve analizler sonucu GKKÖ'nün serbest zaman etkinlikleri (çevrim dışı tüketim) bağlamında güvenilir ve geçerli bir ölçüm aracı olduğunu söylemek mümkündür. Diğer bir ifade ile ölçeğin Türkçe versiyonunun psikometrik özellikleri, GKK'yi geniş bir yaş aralığında ölçmek için yeterli görülmektedir. GKK, son yıllarda ilgi çeken bir konu olmakla birlikte çevrim dışı tüketim bağlamında GKK'ye ilişkin önemli bir boşluğun olduğu bilinmektedir. Bu uyarlama çalışması kapsamında çevrim dışı tüketici davranışlarında da GKK'ye ilişkin potansiyel araştırmaların artacağı öngörülmektedir. Sonuçlar, serbest zaman etkinliklerine yönelik yaşanabilecek GKK'nin 2 boyutta değerlendirilebileceğini doğrulamaktadır. Dolayısıyla etkinliklerin pazarlama iletişimi faaliyetleri planlanırken, bireylerin hem kişisel

kaçırma korkusu hem de sosyal kaçırma korkusu seviyelerine odaklanması gerektiği düşünülmektedir. GKK çevrim içi tüketim davranışında birçok olumsuz olgu/durum ile ilişkilendirilmesine rağmen günümüzde olumlu tüketici davranışlarının teşvik edilmesinde ve yönlendirilmesinde yararlanılabilecek bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Sonuç olarak GKK serbest zaman etkinliklerine katılımın artırılması için pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasında fayda sağlayabilir.

Finansal Kaynak

Bu çalışma sırasında, yapılan araştırma konusu ile ilgili doğrudan bağlantısı bulunan herhangi bir ilaç firmasından, tıbbi alet, gereç ve malzeme sağlayan ve/veya üreten bir firma veya herhangi bir ticari firmadan, çalışmanın değerlendirme sürecinde, çalışma ile ilgili verilecek kararı olumsuz etkileyebilecek maddi ve/veya manevi herhangi bir destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması

Bu çalışma ile ilgili olarak yazarların ve/veya aile bireylerinin çıkar çatışması potansiyeli olabilecek bilimsel ve tıbbi komite üyeliği veya üyeleri ile ilişkisi, danışmanlık, bilirkişilik, herhangi bir firmada çalışma durumu, hissedarlık ve benzer durumları yoktur.

Yazar Katkıları

Fikir/Kavram: Ersin Eskiler, Bünyamin Örgen; **Tasarım:** Ersin Eskiler; **Denetleme/Danışmanlık:** Ersin Eskiler, Bünyamin Örgen; **Veri Toplama ve/veya İşleme:** Bünyamin Örgen; **Analiz ve/veya Yorum:** Ersin Eskiler; **Kaynak Taraması:** Ersin Eskiler, Bünyamin Örgen; **Makalenin Yazımı:** Ersin Eskiler, Bünyamin Örgen; **Eleştirel İnceleme:** Ersin Eskiler.

KAYNAKLAR

- Morgan B. NOwnership, no problem: an updated look at why millennials value experiences over owning things. Forbes. Published online 2015. [\[Link\]](#)
- Zhang Z, Jiménez FR, Cicala JE. Fear of missing out scale: A self-concept perspective. Psychol Mark. 2020;37(11):1619-34. [\[Crossref\]](#)
- Hodkinson C. 'Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model. J Mark Commun. 2019;25(1):65-88. [\[Crossref\]](#)
- Przybylski AK, Murayama K, Dehaan CR, Gladwell V. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Comput Human Behav. 2013;29(4):1841-8. [\[Crossref\]](#)
- Argan M, Tokay Argan M, İpek G. I wish I were! Anatomy of a fomsumer. J Internet Appl Manag. 2018;9(1):43-57. [\[Crossref\]](#)
- Hogan M. Facebook and the 'Fear of Missing Out' (FoMO). Psychol Today. 2015. [\[Link\]](#)
- McLeod S. Maslow's hierarchy of needs. Simply Psychology. 2020. [\[Link\]](#)
- Festinger L. A theory of social comparison processes. Hum Relations. 1954;7(2):117-40. [\[Crossref\]](#)
- Rogers CM, Smith MD, Coleman JM. Social comparison in the classroom: the relationship between academic achievement and self-concept. J Educ Psychol. 1978;70(1):50-7. [\[Crossref\]](#) [\[PubMed\]](#)
- Koc E. Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. 8. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık; 2019.
- Alutaybi A, McAlaney J, Arden-Close E, Stefanidis A, Phalp K, Ali R. Fear of Missing Out (FoMO) as really lived: five classifications and one ecology. In: 2019 6th International Conference on Behavioral, Economic and Socio-Cultural Computing (BESOC). IEEE. 2019:1-6. [\[Crossref\]](#)

12. Herman D. Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *Journal of Brand Management*. 2000;7(5):330-40. [\[Crossref\]](#)
13. Hato B. (Compulsive) mobile phone checking behavior out of a fear of missing out: Development, psychometric properties and test-retest reliability of a C-FoMO-Scale [Master's Thesis]. Holland: Tilburg University; 2013. Erişim Tarihi: Ocak 2021. Erişim linki: [\[Link\]](#)
14. Argan M, Tokay Argan M. Toward a new understanding of FoMo: 'Fomsumerism.' *J Theory Pract Mark*. 2019;5(2):277-302. [\[Link\]](#)
15. Elhai JD, Levine JC, Dvorak RD, Hall BJ. Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Comput Human Behav*. 2016;63:509-16. [\[Crossref\]](#)
16. Kim J, Lee Y, Kim ML. Investigating "Fear of Missing Out" (FOMO) as an extrinsic motive affecting sport event consumer's behavioral intention and FOMO-driven consumption's influence on intrinsic rewards, extrinsic rewards, and consumer satisfaction. *PLoS One*. 2020;15(12):1-19. [\[Crossref\]](#) [\[PubMed\]](#) [\[PMC\]](#)
17. John M, Melis AP, Read D, Rossano F, Tomasello M. The preference for scarcity: A developmental and comparative perspective. *Psychol Mark*. 2018;35(8):603-15. [\[Crossref\]](#)
18. Larkin BA, Fink JS. Fantasy sport, FoMo, and traditional fandom: how second-screen use of social media allows fans to accommodate multiple identities. *J Sport Manag*. 2016; 30(6):643-55. [\[Crossref\]](#)
19. Nunnally JC. *Psycho-Metric Theory*. 2nd ed. New-York: McGraw-Hill; 1978. [\[Link\]](#)
20. Kline RB. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 2nd ed. New-York: The Guilford Press; 2005. [\[Link\]](#)
21. Brislin RW. The wording and translation of research instruments. In: Lonner WJ, Berry JW, eds. *Field Methods in Cross-Cultural Research*. Vol. 8. Beverly Hills: Sage Publications; 1986. p.137-64. [\[Link\]](#)
22. Tabachnick BG, Fidell LS. *Using Multivariate Statistics*. 5th ed. Boston: Pearson Education Company; 2007. [\[Link\]](#)
23. George D, Mallery P. *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 14th ed. USA: Routledge; 2016. [\[Link\]](#)
24. Beaton AA, Funk DC, Ridinger L, Jordan J. Sport involvement: A conceptual and empirical analysis. *Sport Manag Rev*. 2011;14(2):126-40. [\[Crossref\]](#)
25. Eskiler E. Physically active leisure participants segmentation: PCM stage-based investigation. *Int J Progress Educ*. 2019;15(3):169-79. [\[Crossref\]](#)
26. Kyle GT, Mowen AJ. An examination of the leisure involvement-agency commitment relationship. *J Leis Res*. 2005;37(3):342-63. [\[Crossref\]](#)
27. Hair JF, Black W, Babin B, Anderson R. *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. New Jersey: Pearson; 2010. [\[Link\]](#)
28. Hu LT, Bentler PM. Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Struct Equ Model*. 1999;6(1):1-55. [\[Crossref\]](#)
29. Hu L, Bentler PM. Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychol Methods*. 1998;3(4):424-53. [\[Crossref\]](#)
30. Fornell C, Larcker DF. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *J Mark Res*. 1981;18(1):39. [\[Crossref\]](#)
31. Andrew AM. Involvement: a potentially important mediator of consumer behavior. In: Wilkie WL, Arbor A, eds. *NA-Advances in Consumer Research*. Vol 6. MI: Association for Consumer Research; 1979. p.191-6. [\[Link\]](#)
32. Zaichkowsky JL. Measuring the involvement construct. *J Consum Res*. 1985;12(3):341-52. [\[Crossref\]](#)
33. Bennett R, Härtel CEJ, McColl-Kennedy JR. Experience as a moderator of involvement and satisfaction on brand loyalty in a business-to-business setting 02-314R. *Ind Mark Manag*. 2005;34(1):97-107. [\[Crossref\]](#)