

A FOMO jelenség vizsgálata

VMTDK DOLGOZAT

Mentor: prof. dr. Námesztovszki Zsolt, Juhász Kovács Cintia
Hallgató neve, évfolyama, e-mail címe:: Csernai Panna, IV. évfolyam,
csernai17@gmail.com

Szabadka, 2024.

Tartalomjegyzék

Bevezető:	2
1. Közösségi média	3
2. A függőség fogalma	4
2.1. Az internetfüggőség	5
2.2. A problémás okostelefon használat	8
2.2.1. A nomophobia, smombie és a fantomvibrálás jelenség fogalma	8
2.2.2. Közösségi média függőség	9
2.3. Kezelés	11
3. FOMO jelenség	12
3.1. Megoldási lehetőségek és stratégiák a FOMO kezelésére	14
3.1.1. JOMO fogalma	15
3.1.2. FOMO-R módszer	16
3. Kutatás	17
3.1 A kutatás módszertana	17
3.2 Kutatási kérdések	17
3.3. Eredmények	18
Összefoglaló	31
Irodalomjegyzék	32
Ábrajegyzék	37

Bevezető:

A 21. században az internet jelenléte a mindennapi életünk részévé vált. Ezt jól mutatja az a tény, hogy egyre több tevékenységet végzünk online: beszélgetünk, vásárolunk, játszunk, szórakozunk, és így tovább. Az okostelefonok elterjedése, valamint a közösségi média térnyerése tovább erősíti ezt a tendenciát, így offline és online világunk egyre inkább összefonódik. (Falmann, 2015) Bányász Péter (2015) írásában olvasható hogy a digitális bennszülöttek számára „a közösségi média, az okostelefonok használata már-már a Maslow-féle szükséglet hierarchia legalsó szintjén, a fiziológiai szükségletek szintén jelentkezik. Jellemző rájuk továbbá, hogy napjaik nagy részét online töltik, a tartalomfogyasztást, a kapcsolattartást elsődlegesen ezeken az eszközökön végzik, illetve elvárják, hogy az élet minden területén érvényesüljenek a közösségi alapelvek, mint a transzparencia, hozzáférés, megoszthatóság, bevonás, komment lehetőség.” (Bányász, 2015) A digitális bennszülöttek vagyis a Z generáció életének elengedhetetlen része a social media, a telefonkészülék. Szubjektív véleményem, hogy sokan elgondolkodtunk már azon, hogy rengeteg időt töltünk a képernyőink előtt, és biztos vagyok benne, hogy az is megfordult sokak fejében, hogy lehet, hogy telefonfüggők vagyunk... Demetrovics Zsolt és Koronczai Beatrix tanulmányában (2010) az áll, hogy azok az emberek jelentősen hátrányba szorulnak, akiknek nincs internet hozzáférésük, vagy legalább e-mail címük. “Egyáltalán nem túlzás azt mondani, hogy függővé váltunk az internettől, mind egyénileg, mind társadalmi szinten. Belegondolni is nehéz, hogy mi történne, ha akár csak egy napra leállna az internet. Ez a hétköznapi értelemben vett függőség azonban nem okoz problémát, sőt, amíg nincs áram szünet vagy váratlan fennakadás a szolgáltatásban, addig kifejezetten hatékonyabbá, jobba teszi az életünket ez az eszköz.” (Demetrovics és Koronczai, 2010)

Az elmúlt években több tanulmány beszámolt az internet árnyoldalairól. (Hullám és Muha, 2010; Demetrovics és Koronczai, 2010; Kiss, 2021) Számos olyan cikkel vagy videóval találkozunk naponta, mely azt taglalja, hogy a közösségi médiának milyen negatív oldalai vannak, és hogy mire figyeljünk - amennyire jó és hasznos lehet számunkra, annyira negatívan is tud hatni ránk. A dolgozatom fő témája a Fomo jelenség vizsgálata, mely kapcsolódik a közösségi média függőséghez, illetve az internetfüggőséghez. Fontosnak tartom ezt a témát, mert a közvetlen környezetemben is azt tapasztalom, hogy görcsösen ragaszkodunk a telefonjainkhoz, az internethez, és főleg a közösségi médiához. Miért? Nélküle nem tudunk létezni? Ez már társadalmi probléma, mondhatjuk, hogy népbetegség?

1. Közösségi média

Ma már mindenki „gyárthat ” különféle tartalmakat a közösségi médiába és természetesen azon túl, akár informatív vagy oktató jelleggel, vagy csupán szórakoztatásra, ez maga az önkifejezés tengere, a véleménynyilvánítás óceánja. „A közösségi média nem csak információkat nyújt a média követői számára, de a tájékoztatással egyidejűleg interakcióba is lép a hálózat résztvevőivel. Ez az interakció megvalósítja a két-, sőt több irányú kommunikációt. Ez a kommunikáció lehet akár eredeti tájékoztatáshoz fűzött megjegyzés vagy hozzászólás, lehet felhívás valamilyen cselekvésre, lehet ajánlás valamilyen más üzenet, tájékoztatás megismerésére vagy például közvélemény-kutatásban, szavazásban történő részvételre.” - olvasható Barát Tamás tanulmányában. Leegyszerűsítve, a social média sajátossága, hogy interaktív és legalább kétirányú kommunikációt valósít meg.

A közösségi média a 2000-es évek elején robbant be a köztudatba és azóta is töretlenül fejlődik, lényegében olyan online platformok összessége, ahol a felhasználók maguk hoznak létre és osztanak meg tartalmakat (szöveges bejegyzéseket, képeket, videókat stb.). A napjainkban népszerű platformok, mint a Facebook, Instagram, YouTube, TikTok mellett nem szabad elfelejteni a korai úttörőket sem. Az IWIW magyar fejlesztésű platformja 2002-től 2014-ig ívelte át a magyar internetezők életét, bizonyítva, hogy a tartalmat generáló közösségek iránti igény már a kezdetektől fogva létezett. Az IWIW megszűnése viszont jól mutatja, hogy a siker nem garantált, és a platformoknak alkalmazkodniuk kell a változó felhasználói igényekhez ahhoz, hogy fennmaradhassanak. A trendek változnak, és újabb szereplők lépnek a piacra. (Bányász, 2015)

A legnagyobb mérföldkő a Facebook megjelenése volt, ugyanis a nagy áttörést Mark Zuckerberg indította el, a korábban "The Facebook" nevű platformmal, mely később lett Facebook néven ismert. Ez volt az első közösségi hálózat, amely átlépte az 1 milliárd regisztrált felhasználói fiókot, ezzel is jelezve a platform növekvő népszerűségét és a kommunikáció átalakulását. (Erdei és Marczin, 2023) Azóta már jó néhány közösségi oldal megtalálható az interneten, így mindenki kedvére válogathat közöttük, és saját igényére alakíthatja.

2. A függőség fogalma

Ha napjainkban a túlzott eszközhasználatról beszélünk, akkor az mit jelent? Mennyi idő az, amit a képernyők előtt töltünk átlagosan naponta? Milyen hatással van ez ránk?

Egy 2017-es felmérés adatai alapján a magyar lakosság 65%-a rendelkezik infokommunikációs eszközzel, okostelefonnal, ami nem meglepő, hiszen a médiának és az információs technológiának egyre jelentősebb szerepe van. Az okostelefonok forradalmasították az internethez való gyorsabb, egyszerűbb, könnyebb hozzáférést - ez korábban korlátozott volt (pl. asztali számítógép, otthoni internet). A fiatal generációknál így új szokások és viselkedési minták is kialakultak. Ők elképzelhetetlennek tartják az életet okostelefon nélkül. Ezek a hatékony eszközök áthatják a mindennapokat, befolyásolva a kommunikációt, a tanulást, a kapcsolattartást, sőt az életmódot és a gondolkodásmódot is. A fiatalok nyitottak az "okostechnológiák" iránt, és magabiztosan alkalmazzák azokat a tanulás, a szórakozás és a kapcsolatteremtés terén. (Pikó és Kiss, 2019) Természetesen ez nem azt jelenti, hogy a fiatal generáció telefon függőségben szenved. Holló Csaba (2023) úgy fogalmaz a tanulmányában, hogy "a függőség ragaszkodást, hozzászokást, szükségletet jelent" és kiemeli, hogy a függőség nem csupán egy viselkedés, hanem annál komolyabb probléma, ha a következők is fennállnak:

- Tartós és gyakran ismétlődő viselkedés (nem csak átmenetileg)
- Az ember gondolkodását uralja (gondolatait, kognitív torzításait)
- Vágy uralja az ember érzéseit. Erős sóvárgás a viselkedés által kiváltott öröm, boldogság, eufória és kielégülés után.
- Menekülés és hangulatjavítás
- Tolerancia (egyre nagyobb mértékű vagy intenzitású viselkedésre van szükség a kívánt hatás eléréséhez.)
- Viselkedés uralom: A negatív következmények ellenére is uralja a személy viselkedését.
- Az élet más területeinek elhanyagolása: beszűkülő a társas kapcsolatok, életminőség romlása
- Interperszonális és intrapszichés konfliktusok a káros következmények miatt
- Megvonási tünetek, kellemetlen testi vagy lelki tünetek a viselkedés abbahagyásakor
- Időszakos absztinencia (önkéntes tartózkodás) után visszaesés

Ha ezek a jellemzők szélsőséges mértéket öltenek, az ember képtelen kontrollálni a viselkedését, és kényszeresen újra és újra végrehajtja, akkor ezt szenvedélybetegségnek vagy

addikciónak nevezzük. “Egyes függőségekre az embernek szüksége van a túléléshez, például a csecsemő függése a szülőktől, vagy egy rákos beteg gyógyszerfüggősége, ezeket egyes szerzők mértéküktől függetlenül nem tekintik szenvedélybetegségeknek. Vannak olyan függőségek is, amiket a társadalom támogat, például munkafüggőség vagy testedzésfüggőség. Hasonló a helyzet az okostelefonnal is: a szülők sok esetben előszeretettel nyomják a gyermekük kezébe azért, hogy a gyereket megnyugtassa, később pedig haragszanak a gyermekre, amiért folyton használja. Megállapíthatjuk tehát, hogy a függőség értelmezése nem teljesen egységes, a társadalom hozzáállása is ellentmondásos, viszont a fentiek mindenképpen irányadóak.” (Holló, 2023) Guld Ádám szerint a függőség egy olyan állapot, ami jelentősen megzavarja a hétköznapi életünket és káros hatással van a testi-lelki egészségünkre, a kapcsolatainkra és a teljesítőképességünkre. Például romlik a teljesítményünk az iskolában vagy a munkahelyen, egyre gyakoribbak a konfliktusok a környezetünkkel, tönkre mennek a barátságaink, a szerelmi kapcsolataink és a családi köteleink, valamint megromlik az egészségünk. (Guld, 2022)

A függőségnek két fő típusa van: a kémiai és a viselkedési addikció. A kémiai addikció esetében valamilyen anyagot juttatunk a szervezetünkbe, míg a viselkedési addikció egy bizonyos tevékenységhez vagy eszközhöz kapcsolódik. Az endorfin felszabadulása, amely a hipotalamuszban és az agyalapi mirigyben történik, az egyik felelős a függőség kialakulásáért. Az endorfint, amelyet boldogsághormonként is ismerünk, a fájdalmat vezető idegsejtek közötti szinapszisok gátlásával kellemes érzést vált ki. (Mészáros, 2015) Az internethasználat, különösen annak bizonyos aspektusai, mint az online játék, illetve a közösségi oldalak, nagy mennyiségű dopamin felszabadulásával jár, ami a jutalmazó rendszer rendkívül gyors aktiválásához és a tevékenység ismétlésének kényszeréhez vezet. (Szapáry és mtsai, 2022)

2.1. Az internetfüggőség

A rengeteg számítógép, internet és mobiltelefon használata miatt egy új társadalom jön létre, az információs társadalom. “Az USA-ban már a 90-es évek közepén felismerték, hogy vizsgálni kell az Internet-használat egyénre és közösségekre gyakorolt hatásait, veszélyeit. A túl gyakori ember-gép interakció viselkedési függőség kialakulásához vezethet.” (Hullám és Muha, 2010) Az internetfüggőség fogalmának és kritériumainak megalkotásában dr. Ivan K. Goldberg és dr. Kimberly Young úttörő munkát végeztek. Goldberg korábban már publikált más addiktív viselkedési formákról, és felismerte a hasonlóságokat az internetfüggőség, a

munkamániás viselkedés és a kóros szerencsejáték között. E megfigyelések alapján javasolta az Internetfüggőségi Zavar (IAD) besorolását a viselkedési addikciók közé. Kimberly Young az internetfüggőség kutatásának vezető alakja Amerikában, kidolgozta és standardizálta az egyik legelterjedtebben használt kérdőívet az internetfüggőség felmérésére. (Hullám és Muha, 2010) Számos tanulmány foglalkozik az internetfüggőség konkrét megállapításával, viszont egy pontos és egységes álláspont, definíció még nem létezik. Más betegségekhez illetve más függőségekhez képest az internetaddikció kialakulásában számos tényező játszik szerepet. Egy multifaktoriális eredetű függőség. (Szapáry és mtsai, 2022) Az évek során az elnevezés kapcsán is több terminológia merült fel: az internetfüggőség és internetaddikció mellett a patológiás, a túlzott (excesszív), a maladaptív, a problémás vagy a kompulzív internethasználat. A legelterjedtebb az internetfüggőség és a problémás internethasználat kifejezés. Az internetaddikció egyértelműen betegségre utal, míg a problémás internethasználat csak azt jelzi, hogy az internethasználat bizonyos formái károsak lehetnek. Nem világos, hogy az internetfüggőség önálló betegség-e, vagy más zavarok, mint például a szorongás vagy depresszió tünete. Az internetes problémák tehát lehetnek más mentális zavarok megnyilvánulásai is. Mindenesetre az internetfüggőség, mint jelenség és fogalma viszont mára elfogadott a pszichológiában és a pszichiátriában is. Bár az önálló betegségként való elismeréséről még viták folynak, az Amerikai Pszichiátriai Társaság (APA) a DSM-5 kézikönyvében, melyet 2013-ban adtak ki már bekerült, viszont nem mint betegség, hanem tünetként van számontartva. Ez azt jelzi, hogy az internetaddikció egyre nagyobb figyelmet kap, és lehetséges, hogy a jövőben hivatalosan is elismert zavar lesz. (Demetrovics és Koronczai 2010) “A DSM5, a pszichiátriai diagnosztikák 2013-ban megjelent kézikönyve szerint függőnek tekinthető az alany, ha legalább 5 tünet 12 hónapig jelen van az alábbiak közül:

1. Az internettel való intenzív foglalkozás
2. Egyre több időt kell ahhoz az interneten töltenie, hogy elégedett legyen
3. Többszöri sikertelen erőfeszítés arra, hogy kézben tartsa, csökkentse vagy abbahagyja az internet használatot
4. Nyugtalanság, rosszkedvűség, levertség, ingerlékenység, ha csökkenteni vagy abba akarja hagyni az internetezést
5. Tovább időzik a hálón a tervezettnél
6. Fontos kapcsolatok, munka, tanulmányi lehetőségek veszélybe kerülnek az internetezés miatt

7. Hazudozás a családtagoknak vagy másoknak, hogy titokban tartsa az interneten való idő mennyiségét
8. Internethasználat a problémák vagy a rossz érzések (tehetetlenség, büntudat, aggodalom, levertség) elől való menekülésre” (Mészáros, 2015)

Az Orvosi Hetilapban megjelent tanulmányban az áll, hogy a problémás internethasználat nem csupán az internet mértéktelen használatát jelenti, hanem kényszeres viselkedést, amely hosszú távon súlyos következményekkel járhat az egyén mindennapi életében. Ez a kontrollvesztett internetezés új szindrómának tekinthető a függőségek sorában: az internetfüggők életmódja gyökeresen megváltozik, és képtelenné válnak az internethasználat önálló csökkentésére, akár külső nyomásra sem. Az internet elérhetőségének hiánya elvonási tüneteket okoz, mint például idegesség, nyugtalanság és ingerlékenység. (Szapáry és mtsai, 2022) Galán Anita tanulmányában úgy fogalmaz, “ hogy internetfüggőnek tekinthető az a személy, aki élete jelentős részét internetezéssel, vagy az arról való gondolkodással, álmodozással tölti, ami már személyes kapcsolathálójának, iskolai, munkahelyi teljesítményének, szabadidejének rovására megy.” Továbbá kiemeli, azt is, hogy a függőséggel kapcsolatos első kutatások az internethasználat időtartamával vonható össze, ami mára már tévesnek bizonyul, hiszen ez egy nagyon összetett téma. (Galán, 2014) Az internet egyfajta közvetítő a digitális eszközökön, ugyanis mindenki más tevékenységre használja. Így a kutatók is megkülönböztették az internetfüggőség típusait. A már említett szakértő, Young és társai egy olyan szempontrendszerrel dolgozott ki, amely a kóros játékszenvedély kritériumaira épül. Szerinte internetfüggő az, akinél a nyolc tünetből legalább öt megjelenik. Azonban mások kritizálják Young módszerét, mivel egyik megközelítés sem alkalmaz olyan klinikai vizsgálatot, amely egyértelműen meghatározná, hogy hogyan válik valaki problémás internethasználóvá. Richard A. Davis két típust határoz meg: specifikus (egy bizonyos funkció túlzott használata, pl. online játék) és generalizált változatot (az internet túlzott, sokrétű használata). “Az internetfüggőség az internetes tartalomtól és/vagy szolgáltatástól, s nem az internettől, mint csatornától való függőség. Ebből következően azon esetekben, ahol az internet pusztán közvetítő eszköz (online szerencsejáték, online szexfüggőség) maga az elsődleges függőség kerül a fókuszba, s annak online elérhetősége csak egy speciális eleme az eredeti addikciónak.” (Demetrovics, 2013)

2.2. A problémás okostelefon használat

Ebben a témakörben elengedhetetlen felvetni azt a kérdéskört, hogy vajon lehet-e különválasztani egymástól függetlenül az okostelefon- és internetfüggőséget vagy már újabban a közösségi média függőséget? A vélemények sokfélék és erősen megoszlanak. Az okostelefonok internetkapcsolattal rendelkeznek, így a két fogalom nehezen elkülöníthető, Egyes kutatók úgy vélik, hogy az okostelefon csupán eszköz az internethez való hozzáféréshez, míg mások szerint a készülék önmagában is függőséget okozhat, hiszen manapság már mindenki zsebében ott lapul és számos előnnyel jár. (például online szórakozás és kapcsolattartás.) Bizonyított, hogy a két viselkedési addikció (okostelefon- és internetfüggőség) között erős összefüggés van. Ezt támasztja alá az is, hogy a közösségimédia-függőség is kapcsolódik mindkettőhöz. Azonban az okostelefonok nem csak internetes használatra alkalmasak. Lehet rajtuk fényképezni, videózni, zenét hallgatni, filmet nézni, játszani, kommunikálni, stb. Ez alapján az okostelefon- és internetfüggőség között vannak eltérések a függőséget tekintve. Kiss Hedvig tanulmányában olvasható, hogy a kutatók a problémás okostelefon használat három típusba sorolható: *veszélyes, helytelen és túlzott használat*. Egy 2019-es metaanalízis szerint a serdülők 23,3%-a problémás felhasználó, ami népegészségügyi problémát jelent, és ártalomcsökkentési stratégiák szükségesek. (Kiss, 2021) A mobiltelefon egyfajta kényelmet ad nekünk de számos negatív hatása is van. A szakirodalmak már leírtak olyan jelenségeket mint például a *nomophobia*, a közösségi média esetében a *FoMo* jelenséget, az okostelefonnal kapcsolatban pedig *smombie* jelenséget, (Pikó és Kiss, 2019) vagy a fantomvibrálás jelenség is ebbe a csoportba tartozik.

2.2.1. A nomophobia, smombie és a fantomvibrálás jelenség fogalma

A modern technológia és a digitális eszközök mindennapi életünk szerves részei, ami által új viselkedési minták és jelenségek jöttek létre. Az okostelefonok és az állandó online jelenlét következtében számos új kifejezés is kialakult. Ebben az összefüggésben különös figyelmet érdemel a nomophobia, a smombie és a fantomvibrálás jelensége.

A *nomofóbia* kifejezés a "no mobile phone phobia" ("nincs nálam telefon fóbia") szavak összevonásából ered, és azt a szorongást, idegességet és belső feszültséget írja le, amely akkor alakul ki az emberben, ha nem tudja használni a mobiltelefonját. (Guld, 2022). Ha nem lehet nálunk a telefonunk, vagy nem használhatjuk, ijedséggel és szorongással reagálunk. (Villányi, 2019)

A *smombie* jelenségre a magyarországi sajtó is felfigyelt. A HVG hetilap úgy írja le, hogy “egy angol szóösszevonás eredménye a smombie, vagyis a „smartphone zombie”, akik egyre többen vannak, és jó esetben csak járdán mennek belefeledkezve mindenbe.” Ez a jelenség azokat az embereket jelöli, akik túlzott mértékben merülnek el a mobiltelefonjuk használatában, gyakran a környezetük iránti figyelmen kívül hagyása mellett, így veszélyeztetik magukat és másokat is. Dél-Koreában, ahol a mobiltelefon-használók aránya a legmagasabb a világon, 2017-ben 1600 gyalogos halt meg ez a jelenség miatt. A probléma súlyosságára reagálva vörös-kék-sárga fényekkel és okostelefon-értesítéssel figyelmeztető rendszert hoztak létre a zebránál, hogy a magába mélyedt telefonozók észleljék a veszélyeket. Néhány országban például pénzbírságot kapnak a figyelmetlen gyalogosok. (HVG.hu, 2019; Kovács, 2019)

A *fantomvibrációs szindrómát* a szakirodalom a mobiltelefonok túlzott használata miatt kialakuló jelenségeként írja le, mely során a telefon rezgésének hamis érzékelése tapasztalható. Azt érezzük, hogy a telefonunkról értesítés érkezett, és közben pedig nem. Ez pszichés tüneteket okozhat, súlyosabb esetekben mentális problémákhoz vezethet. A kezelés a mobilhasználat csökkentésében és a rezgés kikapcsolásában rejlik. (Camran, 2022)

2.2.2. Közösségi média függőség

A közösségi média függőségének fogalmát általában az olyan “kóros” viselkedésre használják, amelyben az egyén a közösségi média használatára való késztetést érzi, és a felhasználási idő aránytalanul nagy részét tölti ezen a platformon. A közösségi média függősége különböző típusokban jelentkezhet: a tartalomfüggőség, a közösségi média alkalmazások használatával járó tevékenységfüggőség és az egyének közötti kapcsolatokra való függőség is figyelemre méltó probléma. (Kapus, 2021) A függőség kialakulása szoros összefüggésben áll az online platformok által kínált funkciókkal és tartalmakkal. Az alkalmazások által biztosított folyamatos ingerek, érzelmi hatások és az azonnali pozitív visszajelzések miatt az emberek könnyen rabjává válhatnak a közösségi médiának. (Tóth, 2021)

A dolgozatban már szó volt a közösségi médiáról, arról, hogy hogyan működik, és mit nyújt a felhasználók számára. Ahhoz, hogy megértsük, hogy komoly problémákat is szülhet a túlzott közösségi média használat, fontos mélyebbre ásni a témában. Elsősorban meghatározónak tartom kiemelni azt, hogy a mobiltelefonon lévő internethasználat és a közösségi média függőség nagyon hasonló, mivel mindkettő ugyanazt a problémát okozza: az emberek

túlságosan is ragaszkodnak az internethez, és ez negatív hatással van az életükre. A mobiltelefonok még veszélyesebbek is lehetnek, mert mindig velünk vannak. Ez azt jelenti, hogy bármikor, bárhol használhatjuk őket, így nehezebb ellenállni a kísértésnek. A Wi-Fi elterjedése és az ingyenes közösségi média alkalmazások pedig még könnyebbé teszik a használatukat. A mobiltelefonok napjainkban szinte minden internetes alkalmazáshoz hozzáférést kínálnak, emellett lehetővé teszik hang- és videohívások lebonyolítását, szöveges üzenetek küldését, és videók rögzítését. Számos olyan alkalmazás készült kifejezetten kis képernyőkre, amelyek tartalma bármilyen kijelzőn megjeleníthető. Ráadásul, a mobiltelefonok mindig elérhetők, szemben az asztali számítógépekkel vagy akár a laptopokkal. (Al-Menayes, 2015)

Mint már említettem, az internetet különböző céllal használjuk: böngészés, kommentelés, e-mail, chat, vásárlás, zene, film, videók, közösségi oldalak... Nem csak informál és szórakoztat, de fontos szerepet játszik a kapcsolatteremtésben is. A családdal, barátokkal és csoportokkal köt össze, enyhítve az elszigeteltség érzését. Különösen a fiatalok számára fontos a kortárs csoportokhoz tartozás, a kizártság mentális problémákhoz vezethet. Azonban a közösségi média használata nem mentes a kockázatoktól. A "lájkok" és a visszajelzések befolyásolhatják az önértékelést, torzítva az önképet. Az "én csak online vagyok érdekes" és az "offline értéktelen vagyok" típusú kognitív torzítások az online térben való túlzott jelenlétet vonja maga után és identitáshamisításhoz, sőt személyiségfejlődési zavarokat is okozhat. (Holló, 2023) Holló Csaba továbbá a tanulmányában Wegmann és Brand modelljét jobban kifejti, mely szerint a problémás közösségi média használat kétféle indítatásból jön létre. Az egyik, a „félelemvezérelt, kompenzációkereső út”. Vannak, akik félnek a társas kapcsolódástól a való életben, nem rendelkeznek megfelelő társas készségekkel vagy félnek a visszautasítástól, ezért online keresik a társaságot, hiszen ott könnyebb kapcsolatokat teremteni, sokféle a lehetőség és kevesebb a kockázat. A közösségi médiában kiélhetik a valakihez tartozás szükségletét, csökkenthetik a magányosságukat és a depressziójukat. A másik út a „jutalomvezérelt út”, mely a másik szöges ellentéte. Azért használják a közösségi médiát, mert szeretik a figyelmet és a megerősítést. ”Énbemutatósi szükségletük van”. Ilyenek például azok, akiknek nagy a valahova tartozás igényük, vagy akik szeretik népszerűnek érezni magukat. Fontos nekik, hogy mások elismerjék és dicsérjék, például lájkokkal és pozitív kommentekkel. “Mindkét út esetén az egyének valamilyen szinten megkapják azt, amit szeretnének, így viselkedésük első esetben negatív irányú, második esetben pozitív irányú megerősítést nyer. Ez a viselkedés azonban nem megoldást ad a problémákra, hanem azokat felerősíti, vagy legalábbis konzerválja (nem kényszeríti rá az

egyént a fejlődéshez szükséges lépésekre), így alakul ki a függőség. Természetesen, a problémás közösségimédia-függőség kialakulásában is szerepet játszanak a függőségekkel kapcsolatosan leírt általános tényezők, továbbá kutatások szerint az olyan személyiségjellemzők is, mint a diszpozicionális mindfulness (ítélkezésmentes figyelmi fókusz jelenbeli tapasztalatokra, érzelmekre, észlelésre és kogníciókra) alacsony szintje, grandiózus narcizmus (nagyképűség, agresszió és dominancia vonásai), alacsony érzelmi intelligencia, érzelemkezelési problémák, alacsony önkontroll, szorongó kötődés, rumináció, és olyan mentális egészségjellemzők, mint szorongás, depresszió, magányosság, öngyilkossági gondolatok, hiperaktivitás.” (Holló, 2023) A legnagyobb veszély általában a serdülőket, a fiatalokat érinti. A közösségi média függőség “előfordulása ezekben a korcsoportokban elérheti akár a 25–30%-ot, feltehetően azért, mivel ők az első generáció, amely a mobileszközök és a közösségi média korszakában született, megtapasztalván ennek előnyeit és árnyoldalait.” (Szapáry és mtsai, 2022)

2.3. Kezelés

A problémás internethasználat új keletű, ezért még nem alakultak ki hatékony kezelési módszerek, és kevés tudományos kutatás áll rendelkezésre. Klausz Melinda a könyvében úgy fogalmaz, hogy “a függőség leküzdése nem egyszerű folyamat, érdemes aprólékosan kidolgozott tervvel nekifogni és elsőként feltárni a függőség feltételezhető okát, amely az orvosláshoz is utat jelenthet”. Klausz kiemelni, hogy, “ha az online időtartam meghaladja az offline kétszeresét, akkor ideje a valós barátaink, ismerőseink felé fordulni és tudatosan kikapcsolni minden technikai eszközt a környezetünkben először csak 5-10 percre, majd fokozatosan hosszabb időre.” (Klausz, 2013) Ismételten megemlíteném Az online platformok/közösségi média hatása a függőségre - Addiktív zavarok című szakértői elemzést, ahol kiemelik, hogy az internetfüggőség kezelése a viselkedés, a gondolkodásmód és a családi dinamika változásával történik. Cél az impulzivitás csökkentése, a torz gondolatok megváltoztatása, az internethasználat mérséklése, a stressz egészséges kezelése, a családi kapcsolatok javítása. Csak is súlyosabb esetekben lehet indokolt a gyógyszeres kezelés. A tanulmányban olvasható, hogy “Brevers és Turel kifejezetten a közösségimédia-használat kapcsán a sikeres önkontrolltechnikákat vizsgálták. Az általuk vizsgált önkontroll-stratégiák: *az elérés teljes megakadályozása* (ilyenkor az illető olyan helyzetet hoz létre, vagy választ ki, ahol a közösségi média elérése akadályozott, pl. olyan helyen tölt napokat, ahol nincs WIFI), *az elérés részleges megakadályozása* (maga szabályozza az elérést, pl. a telefon

távolhelyezése), *a készülék beállításának módosítása* (pl. repülőgép üzemmódba helyezi a telefont), *használati idő limitálása* (pl. este 11 óra után nem telefonozik), *belső beszéd* (pl. figyelmezteti önmagát, mi a következő fontos feladata), *nyílt önkontroll* (ellenáll a közösségimédia-használatnak addig, amíg befejezi a fontos feladatot). Ezek egy része reaktív (a pillanatban történő) cselekvés (pl. belső beszéd), másik része proaktív, a szituáció megváltoztatását célozza (az elérés megakadályozása). Hatékonyabb olyan stratégiát alkalmazni, amely hamarabb avatkozik be, és megakadályozza a kísértés kialakulását.” (Koronczai Beatrix és mtsai, 2023) Más függőségekhez hasonlóan a problémás internethasználat is összetett. A konkrét irányelvek még vitatottak, de kijelenthető, hogy a megelőzés kiemelten fontos. A szülőknek nagy felelősségük van abban, hogy támogató és egészséges családi környezetet biztosítsanak, amelyben gyermekeik nem érzik szükségét az internet világába menekülni a megértésért. (Szapáry és mtsai, 2022)

3. FOMO jelenség

Napjainkban a lehetőségek száma korlátlan, arról, hogy mi történik a “nagyvilágban” időben értesülhetünk, ugyanakkor “a mindentudás még lehetetlen, a nem-tudás azonban már egyre nagyobb szorongást okoz.” - ez a FOMO, Bánszegi Rebeka (2016) megfogalmazásában. A FOMO egy nagyon aktuális jelenség, az az angol „Fear of Missing Out” kifejezés betűiből tevődik össze, egy mozaikszó, ami magyarul, azt jelenti, hogy „félelem attól, hogy lemaradunk vagy kimaradunk”. “Andrew Przybylski brit pszichológus, a téma egyik legelső kutatója, valamint a speciális FOMO kérdőív megalkotója is egyben, szerinte a jelenség átható félelem attól, hogy mások tartalmas élményeket szereznek nélkülünk.” (Bánszegi, 2016) Kővári Edit, Hargitai Dávid Máté és Liska Fanny a tanulmányukban úgy fogalmaz, hogy a FOMO “arra a félelemre utal, amikor egy felhasználó tart attól, hogy az online tartalmakat és mások interakcióit nem láthatja, nem időben reagálhat rájuk, vagy vesz részt előben az adott aktivitáson. A FOMO érzése szorongáshoz, alvászavarokhoz, a koncentráció hiányához és a közösségi médiától való krónikus függéshez vezethet.” A jelenség tehát a közösségi médiához, az online terekhez kapcsolódik. A rengeteg online információforrás néha túlterhelheti a felhasználókat, és a túl sok választási lehetőség zavaró lehet. “Az általánosan elfogadott definíció Przybylski és társainak a nevéhez kötődik. A FOMO-t, egy mindent átható nyugtalanságként írják le, amely során az egyént a „folyamatosan kapcsolatban maradás” vágya keríti hatalmába.” Viszont a fogalom elsőnek Dan Herman nevéhez köthető, aki a marketing területén figyelt fel először a jelenségre. Az ő

teóriája alapján a FOMO a vásárlói motivációra vonatkozik, hogy a fogyasztó folyamatosan naprakész akar lenni a legújabb trendek, termékek és szolgáltatások terén, a kínálati oldal pedig azt sugallja, hogy ha valaki kimarad, az nem tudja tartani a lépést a korrallal. A XXI. századi értelmezésben Patrick McGinnis nevéhez fűződik a FOMO jelenség, amelyről először a Harvard iskolai újságban megjelent cikk írt. Ebben a cikkben McGinnis először beszélt a főként fiatalokat érintő társadalmi jelenségről és "betegségről". (Kővári és mtsai, 2023) Egy állandó jelenlét kényszere a különböző közösségi oldalak. Sokan érezzük a kényszert, hogy folyamatosan böngésszük a közösségi média felületeit, és aktívan tevékenykedjünk rajtuk. Ez a belső késztetés a "valahova tartozás" alapvető emberi vágyából ered, ami a Maslow-piramis harmadik szintjén, a "közösséghez való tartozás" szükségletek között található. A közösségi média által naprakészek vagyunk. Természetes, hogy bárhol vagyunk tudunk csatlakozni az internetre, azon belül is a Facebookra vagy Instagramra, így a Fomo egy valós félelemmé is vált. Kezdetben csak az unalom elűzésére vesszük elő a telefonunkat, hogy rápillantsunk a legfrissebb hírekre és történésekre, majd később megszokássá, rutinná válik és észrevétlenül pótcselekvéssé alakul, mint a dohányzás vagy az ujjropogtatás. Azok, akik beleesnek ebbe a csapdába, az internethasználattól való megvonás esetén elvonási tüneteket tapasztalhatnak. "A FOMO kialakulásában az is szerepet játszik, hogy az információ egyre nagyobb értékkel bír. Egyre több irányból és egyre több dologról szerezhetünk információt, és nem elég egyszer tudomást szerezni valamiről, hanem folyamatosan naprakésznek kell lenni. A tények, helyzetek napról napra, de akár percről percre változhatnak. Nagyon könnyű lemaradni és rettentő nehéz utolérni az aktualitásokat. Mivel több mindenről kell informáltnak lenni, szinte képtelenség elmélyült tudást, információt gyűjteni, valamint meg kell birkózni azzal is, hogy ki kell tudunk szűrni a rengeteg információból a számunkra hasznos és releváns tudásanyagot. Ez magyarázza az emberek felületes ismereteit, hiszen nincs idő elmélyülni és tanulmányozni bármit is, de a csökkent időtartamú koncentrációképeséget is magyarázza, az agyunk ugyanis csak így képes a minket körülvevő információáradatot befogadni." (Bak és Kővári, 2019) "A kimaradástól való félelem a legfontosabb oka lehet annak, hogy napszaktól függetlenül ismételtelen használjuk a közösségi médiát más tevékenységek rovására." (Al-Menayes, 2015) viszont a közösségi média csak egy eszköz, egy csatorna, amelyet az ember saját igényeihez igazított, hiszen azért hat ránk ennyire, mert a közösségi kapcsolatok iránti vágyunk kielégítésére lett kitalálva. (Bánszegi, 2016) A jelenség nem újkeletű, azonban a tudomány csak az utóbbi években kezdett komolyabban foglalkozni vele, hiszen az ember természeténél fogva kíváncsi, és az új dolgok felfedezése mindig is motiváló erő volt. Míg korábban az

információk lassabban jutottak el hozzánk, ma az internet és a közösségi média révén minden azonnal elérhető, így minden korosztály érintve van a témában. (Herendi, 2016) Tehát mondhatjuk, hogy a közösségi média egy nagyobb teret adott a Fomo-nak, pedig már korábban is jelent volt. (például létezik munkahelyi Fomo is) (Kővári és mtsai, 2023)

Ha azt vesszük észre, hogy:

- túl sok időt töltünk hírek és friss események követésével
- több közösségi oldalt is aktívan használunk
- gyakran étkezések közben illetve lefekvés előtt és felkelés után is gyakran használjuk a közösségi médiát
- zavar, ha nem tudjuk, hogy mivel foglalkoznak éppen a barátaink, illetve még nyaralás közben is, azt figyeljük, hogy mit csinálnak
- nyugtalanít, ha ki kell hagyni egy baráti összejövetelt
- megosztunk minél több részletet a közösségi médiában, ha jól érezzük magunkat valahol

Ezek az állítások nem adnak végleges diagnózist, viszont a magas pontszám a Fomo jelenség jelenlétét jelzi az egyén életében, ami negatív következményekkel jár. (Herendi, 2016)

3.1. Megoldási lehetőségek és stratégiák a FOMO kezelésére

Ahogy a digitális függőséget, úgy a FOMO-t sem tudjuk egyetlen módszerrel kezelni. Sokan tapasztalják a negatív hatásait, de hiányoznak a megfelelő eszközök és stratégiák. Jessica Scharder (2018) úgy fogalmaz, hogy a Fomo mértéke az életkorral csökken és vannak különböző technikák, amik segítenek, például a figyelem átirányítás és a tudatosítás. (Scharder, 2018) “Ha képesek vagyunk felismerni és megérteni FoMO-tüneteinket, azok vezérfonalként szolgálhatnak egy teljesebb élet felé. A tudatosításban segíthet az önreflexió, a meditáció, a mozgás, a flow élmények, és természetesen a valódi, tartalmas emberi kapcsolatok.” (Bánszegi, 2016) Amy Sullivan klinikai egészségpszichológus szerint a fomo kezelése és leküzdése a következő fő módszerekkel támogatható:

1. Érzelmek felismerése és határok felállítása: Fontos, hogy időben észleljük, amikor a közösségi média stresszt okoz, és ennek kezelésére határokat kell felállítani, például időkorlátok bevezetésével vagy a közösségi média használatának ideiglenes megszüntetésével.
2. Kiváltó ok azonosítása: Fel kell ismerni azokat a helyzeteket vagy eseményeket, amelyek előidéznek a FOMO-t.

3. Önértékelés fejlesztése: Saját értékek felismerése például listák készítése, amelyek tartalmazzák azokat a dolgokat, amelyek örömet okoznak és növelik az önbizalmat.
4. A közösségi média valóságának értékelése: Tudatosítani kell, hogy amit a közösségi médiában látunk, gyakran nem a teljes valóságot tükrözi, és érdemes megkérdőjelezni a látottakat.
5. Szakmai segítségkérés: Ha a helyzet komplex, érdemes mentális egészségügyi szakember segítségét kérni, aki segíthet a FOMO kezelésében és a valósággal való kapcsolat helyreállításában. (Sullivan, 2023)

A szakirodalomban legfőképpen kétféle módszerrel, megoldási móddal lehet találkozni: a FOMO ellentrendjével a JOMO-val, valamint a FOMO-R módszerrel.

3.1.1. JOMO fogalma

A JOMO (Joy of Missing Out) szintén a közösségi média oldalakhoz köthető jelenség. A tudomány térképén egyre markánsabban kirajzolódik egy "ellentrend", a tudatosság vezérelte lecsatlakozás. Ez a tendencia az online platformokról történő szándékos, jóleső visszalépést jelenti, a Joy of Missing Out (JOMO) jegyében. A JOMO hívei a digitális detoxikációt választják, a nyaraláson, a vakáción, a természetben töltött időben, a közös étkezésekben keresik a feltöltődést és a mélyebb kapcsolódást a valósággal. "Ha a FOMO-t egy érzelmi „trendnek” vagy társadalmi „hatásnak” a JOMO fogalma az értelmes döntések meghozatalát támogatja az életben és az igazi boldogság megtalálására való törekvést támogatja. A JOMO-ra tekinthetünk úgy is, mint egy logikai és szociológiai jelenségre, amely a FOMO-ra adott választ”. Néhány kutatás azt mutatja, hogy a FOMO és a JOMO jelenségei nem teljesen különállóak, mivel szoros kapcsolatban állnak egymással. A felhasználók gyakran mindkét érzést átélik. A FOMO-t a párhuzamos események tudatos jelenléte indukálja, ugyanakkor ez nem zárja ki a JOMO-t, amely a kutatások szerint egy adott élvezetes helyzetben viszonylag állandó szinten maradhat, míg a FOMO szintje a körülmények változásával jelentősen ingadozhat. (Kővári és mtsai, 2023) A JOMO (a kihagyás öröme) segít az embereknek a FOMO (a lemaradástól való félelem) érzésének kezelésében. A JOMO lényege, hogy tudatosan válasszuk meg, mivel töltjük az időnkét, és így elérjük a boldogságot, anélkül hogy mások tevékenységeihez igazodnánk. Dr. Susan Albers pszichológus szerint a fogalom a tudatos döntések meghozatalára összpontosít, hogy a saját boldogságunkra koncentrálhassunk, mely segít csökkenteni az összehasonlításokat másokkal, például a közösségi média révén. A szakértő azt is kiemeli, hogy az introvertált emberek általában

jobban azonosulnak a JOMO-val, mivel komfortosabban érzik magukat a csendes időtöltések során. A JOMO és FOMO egyensúlyát fenn kell tartani, mivel mindkettőnek megvannak a maga előnyei, és a közösségi média használatának korlátozása segíthet csökkenteni a FOMO érzését, és több lehetőséget biztosít a JOMO elérésére. (Albers, 2023)

3.1.2. FOMO-R módszer

Alutaybi és társai korábbi kutatásokra építve kifejlesztették a FOMO-R (FOMO-csökkentés) módszerét, mely egy hat lépésből álló program, amelynek célja a kimaradástól való félelem (FOMO) negatív hatásainak enyhítése a közösségi médiában. A módszer olyan technikai elemeket foglal magában, mint az automatikus válasz, szűrés, állapot, oktatás a FOMO előfordulásáról és a kezeléséhez szükséges készségek; pl. önbeszéd és ellenőrző listák. A FOMO-R módszer hat lépését még egy önsegítő útmutató és négy kis iránymutató könyv egészíti ki. Az önsegítő útmutatóban el van magyarázva a Fomo közösségi médiában való előfordulása, illetve bemutatja a FOMO-R-t és ismerteti a módszer használatát. Az első füzet, az önértékelő füzet, mely a Fomo besorolásait mutatja be, a második az ellenintézkedések füzet, ami a FOMO elleni küzdelemben alkalmazható stratégiákra összpontosít. Különböző technikák tanulhatóak meg, amelyek segítenek leküzdeni a negatív gondolatokat, az aggodalmat és a szorongást, amit a FOMO okoz. A harmadik füzet a visszaesés megelőzésére szolgáló füzet, különböző tanácsokat és technikát kínál, amelyeknek a célja, hogy segítsenek megbirkózni a visszaesés problémájával, és végül a negyedik, az elutasítás technikáját mutatja be. Ez a stratégia akkor segít, ha a második füzetben szereplő technikák nem bizonyultak hatékonynak. Megtanulható, hogy hogyan mondjunk nemet a FOMO csábításaira, és hogyan fókuszáljunk a saját boldogságunkra és jólétünkre. A módszer hatékonyságát bizonyító kiértékelések azt mutatják, hogy a FOMO-R modell jól alkalmazható a különböző FOMO-típusok kezelésében. (Alutaybi és társai, 2020)

Az iránymutató könyvek a következő linken tölthetők le:

<https://www.mdpi.com/1660-4601/17/17/6128/s1>

3. Kutatás

3.1 A kutatás módszertana

A kutatásomhoz a Google Űrlapok szolgáltatását választottam, mivel ez az egyik legnépszerűbb és legkényelmesebb eszköz űrlapok, felmérések, tesztek és szavazások létrehozására. A platform egyszerű és ingyenes. A megosztás, az adatok gyűjtése és rendezése is rendkívül hatékony, ami jelentősen megkönnyítette a munkámat. Az eredmények könnyedén kategorizálhatók, így a Google Űrlapok ideális megoldásnak bizonyult a kutatásomhoz. Összesen 20 kérdésből álló Google kérdőívet készítettem, melyet a hipotéziseim vizsgálatára használtam. A kérdőívet online osztottam meg az Instagram történetemben és Facebook oldalamon, valamint néhány ismerősöm is továbbította saját felületein.

A kutatásomban nem volt meghatározva egy bizonyos korcsoport, hiszen a téma, amivel foglalkozom, mindenkit érint, így a legfiatalabb kitöltő 14 éves a legidősebb pedig 77 éves volt. A kérdőívemben olyan kérdések szerepelnek, hogy az alanyok ismerik-e a fogalmakat (Fomo jelenség, internetfüggőség, fantomvibráció, nomofóbia), illetve hogyan cselekszenek és hogyan vélekednek a megfogalmazott állításokról. A hangsúlyt leginkább arra helyeztem, hogy miképpen hat rájuk a közösségi média befolyása és a Fomo jelenség megtapasztalása, valamint az internetfüggőség.

3.2 Kutatási kérdések

Öt kutatási kérdéscsoportot fogalmaztam meg, amelyek a kérdőíves kutatás alapját adták:

KK1: Vajon a megkérdezettek naponta használják-e a közösségi média kísérésére az okostelefonjukat?

KK2: Vajon a megkérdezettek többsége ismeri-e a "FOMO" jelenség fogalmát, és tapasztalta is, valamint tisztában vannak-e a digitális függőség fogalmával, amelyet a gyakori internet- és közösségi média-használattal hoznak összefüggésbe?

KK3: Vajon a megkérdezettek közepes mértékben érzik magukat közösségi média függőknek, illetve rosszul érzik-e magukat, ha nincs náluk az okoskészülékük és úgy vélik-e, hogy a közösségi média használata növeli a FOMO érzését, ami által gyakran érzik azt, hogy mások élete izgalmasabb, mint a sajátjuk?

KK4: Vajon a megkérdezettek számára nagyon fontos, hogy naprakész információkkal rendelkezzenek ismerőseikről, eseményekről és trendekről a közösségi médián keresztül, és a közösségi média nagymértékben csökkenti-e az offline találkozásokat, valamint befolyásolja-e a személyes kapcsolataikat. Emellett az online tartalmak ösztönzik-e őket arra, hogy különleges élményekben vegyenek részt, hogy elkerüljék a kimaradást?

KK5: Vajon az emberek nagy része tapasztalta már a “fantomvibrációt” és a “nomofóbiát”?

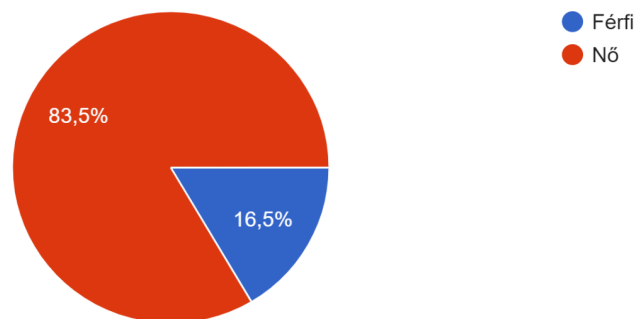
3.3. Eredmények

A beérkezett válaszokat Excel táblázatban elemeztem, grafikonokkal és diagramokkal szemlélítve az eredményeket, így értékeltem ki a kérdőívet és az ábrák segítségével végeztem el az adatok statisztikai elemzésének kimutatását, és így állapítottam meg, hogy a kapott eredmények választ adnak-e a kutatási kérdésekre.

A kérdőívet 188-an töltötték ki, 157 (83,5%) nő és 31 (16,5%) férfi.

Nem:

188 válasz



1. diagram: A nemek aránya

A felmérésben konkrét korosztály nem volt meghatározva, így széles a skála a korcsoportokat illetően: A legfiatalabb kitöltő 14 éves (0,5%) a legidősebb pedig 77 (1,1%) éves volt. Viszont a legtöbb kitöltés a 2001-es generáció tagjaitól érkezett (7,5%), és azt követi az 1999-ben születettek (7,0%).

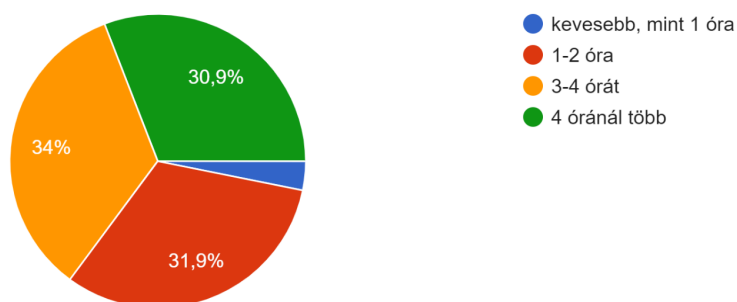
születés éve	kitöltések száma	százalékarány
1947-1969	33	17,6%
1970-1979	24	12,8%
1980-1989	27	14,4%
1990-1999	53	28,2%
2000-2010	51	27%

1. Táblázat: Korcsoportok aránya

A korosztály meghatározása mellett, fontosnak tartottam meghatározni azt is, hogy az egyének mennyi időt töltenek naponta a digitális eszközeiken.

1. Mennyi időt tölt el átlagosan naponta a digitális eszköz használatával? (számítógép, telefon, tablet, stb.)

188 válasz



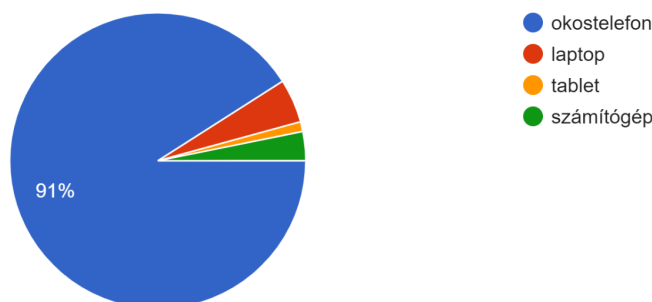
2. diagram: Közösségi média használata órákban mérve

A diagramon a napi közösségi médiahasználat látható órákban mérve. 34% (68) a 3-4 órát jelölte meg, 31,9% (60) a napi 1-2 órát, 30,9% (58) a napi 4 óránál többet és csak 3,2% (6) választotta az egy óránál kevesebbet. A kitöltők naponta használnak digitális eszközöket és bár a százalékszámok nagyon közel állnak egymáshoz, mégis megállapítható, hogy a legtöbb kitöltő naponta 3-4 órát használja a digitális készülékét.

Gondolatmenetemet tovább folytatva érdekelt, hogy vajon melyik digitális készülék a legelterjedtebb és pontosan mire használják leggyakrabban a megjelölt eszközt.

2. Melyik digitális készüléket használja a leggyakrabban?

188 válasz



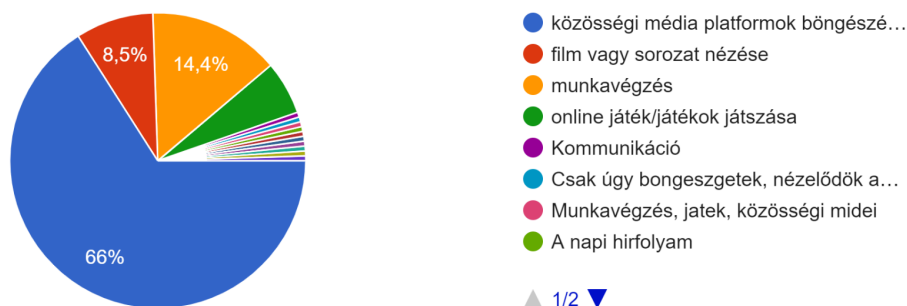
3. diagram: Digitális készülék

A diagramon egyértelmű, hogy válaszadók nagy része az okostelefont részesíti előnyben, ami nem meglepő, hiszen manapság mindenki zsebében ott lapul az okostelefon.

A megkérdezettek több, mint fele leggyakrabban az okostelefont használja, túlnyomóan beigazolódott, mivel a válaszadók 91% (171) az okostelefont jelölte meg, 4,8% (9) a laptopot, 3,2% (6) számítógép és 1,1 % (2) a tabletet. Az eredményekből az is kiderül, hogy az idősebb generáció (50+) tagjai jelölték leginkább a számítógép és laptop lehetőségeket, és csak nagyon kevés fiatalok jelölte meg ezeket az eszközöket.

3. Milyen tevékenységet végez leggyakrabban az előző kérdésben megválaszolt eszközön?

188 válasz



4. diagram: Leggyakoribb tevékenység az okoseszközön

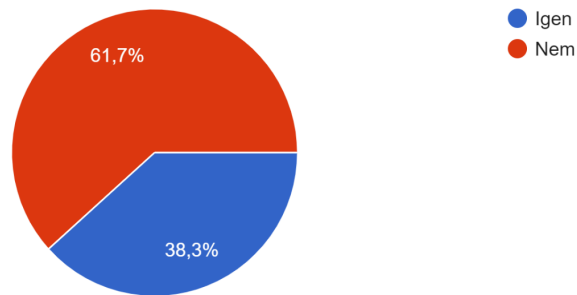
Szemmel láthatóan, a közösségi média platformok böngészése túlnyomóan jelenik meg, 66%-a (124) a kitöltőknek a közösségi oldalakat használja leggyakrabban. A válaszadók

14,4% (27) munkavégzésre használja leggyakrabban, 8,5% (16) film vagy sorozat nézésre és 5,9% (11) pedig online játékokra, játszásra. Továbbá nagyon kis arányban jelenik meg további tevékenység (0,5%), mint például a tanulás, a kommunikáció vagy a napi hírfolyamok böngészése.

Mivel a diplomadolgozatom egyik fő témája a közösségi média és azon belül FOMO jelenség valamint az internetfüggőség vizsgálata így elengedhetetlennek találtam a következő kérdéseket, miszerint vajon a kitöltők ismerik-e a fogalmat. Az eredmények nagyon változatosak lettek, viszont a digitális függőségről már sokan hallottak.

4. Ismeri a FOMO jelenség fogalmát? („Fear of Missing Out”- „félelem attól, hogy lemaradunk vagy kimaradunk”)

188 válasz

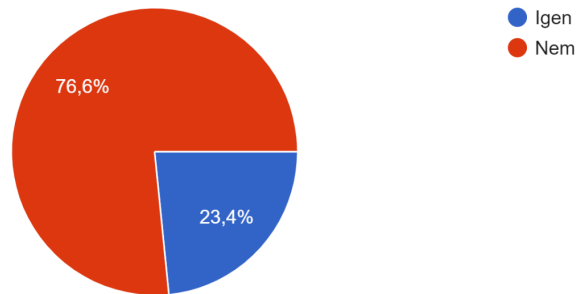


5. diagram: FOMO jelenség ismerete

A kutatási kérdések közé tartozott, hogy a megkérdezettek milyen arányban ismerik a FOMO jelenséget. Az eredményekből kiderül, hogy a megkérdezettek több mint fele nem ismeri a “FOMO” jelenség fogalmát, és nem is tapasztalta, ugyanis 61,7% (116) nem ismeri a fogalmat, és csak 38,3% (72) ismeri.

5. Tapasztalt-e valaha szorongást a közösségi média használatával kapcsolatban, attól tartva, hogy valamiről lemarad?

188 válasz

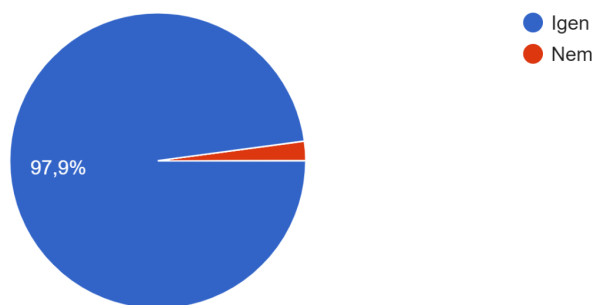


6. diagram: Szorongás a lemaradástól, kimaradástól

A diagram eredménye alapján a válaszadók 76,6% (144) nem tapasztaltak szorongást a közösségi média használatával kapcsolatban, attól tartva, hogy lemaradnak vagy kimaradnak és csak 23,4% (44) igen.

6. Hallott már a digitális függőség fogalmáról?

188 válasz



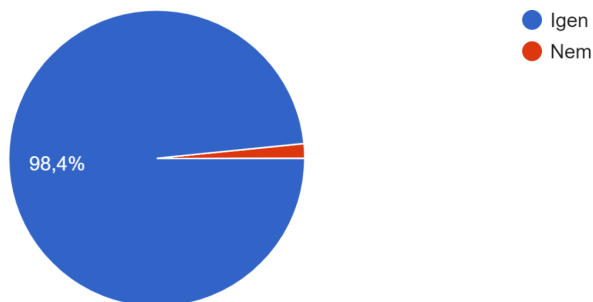
7. diagram: Digitális függőség fogalma

Bizony ezzel a fogalommal napi szinten találkozhatunk, hiszen kijelenthetjük, hogy szinte szállóigeként terjed, és leginkább azokat az embereket bélyegezzük meg vele, akik szemmel láthatóan sokat babrálják az okoseszközeiket, de, hogy a pontos értelmezése mindenki számára érthető-e, az már vitatott. A megkérdezettek vajon ismerik-e vagy legalább hallottak-e már a fogalomról? 97,9%-a (184) azt válaszolta, hogy hallott már a digitális függőségről és 2,1%-a (4) a kitöltők közül pedig nem.

Lassan elérkezünk a számomra legizgalmasabb kérdések felé, vizsgálódom, hogy vajon a gyakori internet- és közösségi média-használat függőséghez vezethet-e és hogy a kitöltők tapasztalták-e már a “fantomvibrációt” és a “nomofóbiát”.

7. Ön szerint a gyakori internet- és közösségi média-használat függőséghez vezethet?

188 válasz

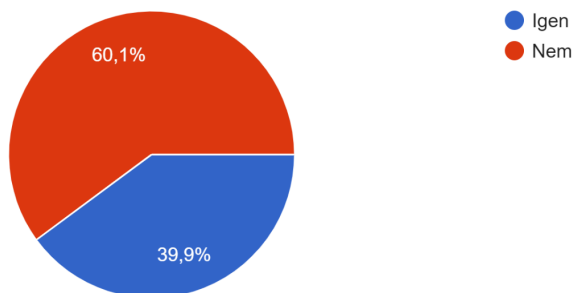


8. diagram: Internet- és közösségi média függőség

A diagram jól mutatja a tényállást a válaszok alapján 98,4% (185) állítja, hogy a gyakori internet- és közösségi média-használat függőséghez vezethet és 1,6% (3) szerint nem.

8. Ön tapasztalta már a “fantomvibrációs” szindrómát? (A fantomvibráció az a jelenség, amikor úgy érzi, hogy a telefonja rezeg vagy cseng, de valójában nem)

188 válasz

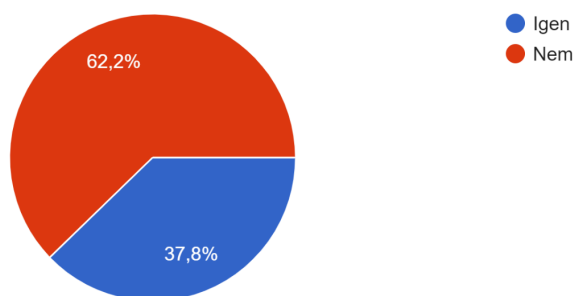


9. diagram: A “fantomvibrációs” szindróma tapasztalása

A kérdés alapján arra voltam kíváncsi, hogy vajon hányan tapasztalták már meg a “fantomvibrációs” szindróma jelenségét, azt, amikor úgy érezzük, hogy a telefonunk rezeg vagy cseng, de valójában nem. Az eredmény nagyon meglepett, hiszen a válaszadók 60,1% (113) nem tapasztalta a jelenséget és 39,9% (75) igen.

9. Ön tapasztalta már a “nomofóbiát”? (Szorongás, idegesség és belső feszültség, amely akkor alakul ki az emberben, ha nem tudja használni a mobiltelefonját.)

188 válasz



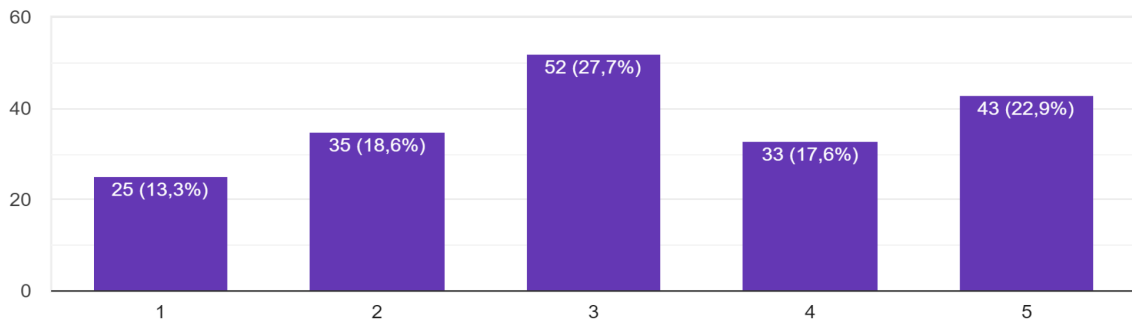
10. diagram: A “nomofóbia” jelenség

Ahogy az előző diagram eredménye meglepett, úgy ez a kutatási kérdés sem nyert megerősítést. Meg voltam róla győződve, hogy a legtöbb válaszadó tapasztalt szorongást, idegességet és belső feszültséget akkor, amikor nem tudták használni a mobiltelefonjukat. A kitöltők 62,2% (117) nem tapasztalta a jelenséget és 37,8% (71) pedig igen.

Elérkeztem a kutatásom azon részéhez, ahol a Likert-skála alapján határoztam meg kutatásom további felmérését. Ezt a skálát a kérdőíves kutatásokban alkalmazzák, ugyanis az emberek véleményének vagy attitűdjeinek mérésére kiváló lehetőséget ad. Egy kijelentést ad meg, amelyre a válaszadók egy sor előre meghatározott válasz közül választhatnak, amelyek fokozatosan erősödő egyetértési vagy egyet nem értési szinteket jelölnek.

A válaszadóknak meg kellett határozni, hogy milyen mértékben értenek egyet az általam megfogalmazott állításokkal. (1. Egyáltalán nem értek egyet, 2. Kevésbé értek egyet, 3. Közepesen értek egyet, 4. Inkább egyetértek, 5. Teljesen egyetértek)

10. Milyen mértékben ért egyet a következő állításokkal? Kérem jelölje azt a választ, ami a legjobban illik Önre: (1. Egyáltalán nem értek egy...y hétig nem tudnám az okostelefonomat használni.
188 válasz



11. diagram: Okostelefon hiány

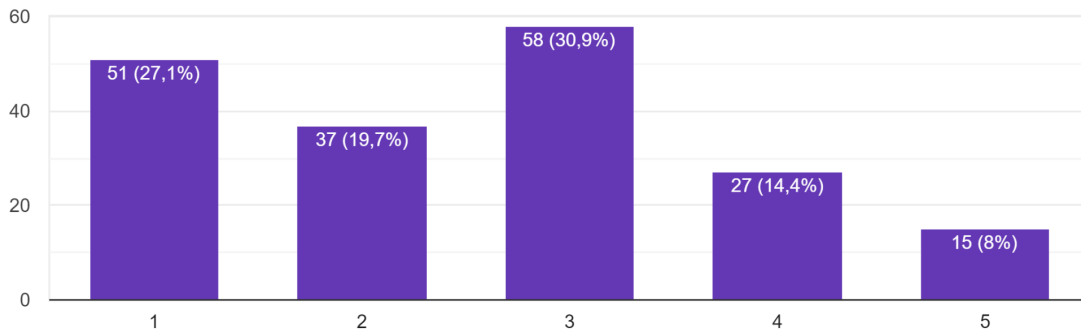
Elsősorban arra kérdeztem rá, hogy vajon rosszul érezné magát az egyén, ha egy hétig nem tudná az okostelefonját használni. A legtöbb válasz a skála 3-as számára érkezett, mely egy semleges válasznak titulálható, ez számokban annyit tesz, hogy 52-en (27,7%) közepesen értenek egyet az állítással, a válaszadók, 43 (22,9%) kitöltő pedig rosszul éreznék magukat, ha nincs náluk az okoskészülékük, és a válaszok közül ez a második helyen foglal helyet.

A következő állítás eredményei nagyon érdekesnek bizonyultak, mivel már a mondat is nagyon elgondolkodtató, illetve a függőség meghatározása is, mint ahogyan erről már a dolgozatomban is szó volt. Az iPhone készülékeken nyomon követhetjük, hogy egy nap mennyi időt használjuk a közösségi médiát, sőt, lehetőség van időkorlátot is beállítani.

Amikor elérjük a beállított, meghatározott időtartamot, a telefon figyelmeztetést küld, jelezve, hogy az idő lejárt. Bár használhatjuk tovább a platformot, mégis ez egy figyelmeztetés lehet, mely lehetőséget ad arra, hogy tudatosabban kezeljük a különböző közösségi média felületeket.

Függőnek érzem magam a közösségi médiától.

188 válasz



13.

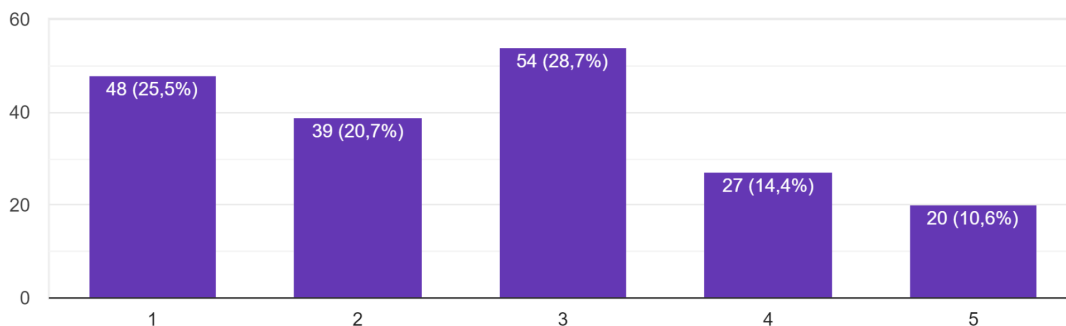
12. diagram: Közösségi média függőség

A kutatási kérdések közé tartozott az is hogy a megkérdezettek függőnek érzik-e magukat. Az eredmény alapján közepes mértékben érzik magukat közösségi média függőnek a kitöltők, ugyanis 58-an, azaz a kitöltők 30,9%-a közepes mértékben tartja magát függőnek és 51 kitöltő vagyis 27,1% egyáltalán nem tartja magát függőnek a közösségi médiától, valamint kitöltők csupán 8% érzi magát közösségi média függőnek.

A dolgozatomban kiemelten szó volt a FOMO jelenség fogalmának meghatározásáról. Így a következő kérdést elengedhetetlennek tartottam, hiszen a naprakész információk jelenléte valamint a kimaradástól való félelem szorosan összefügg.

Fontosnak tartom, hogy naprakész információkkal rendelkezem az ismerőseimről, az eseményekről, vagy a trendekről a közösségi médián keresztül.

188 válasz



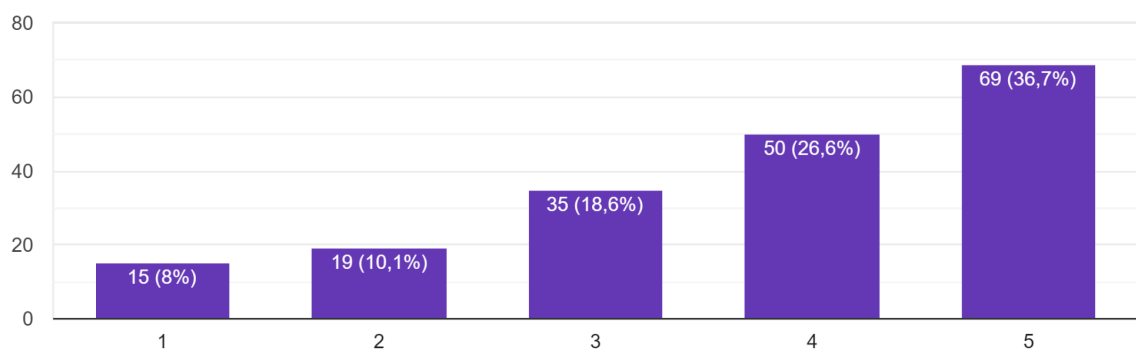
13. diagram: A közösségi média adta lehetőségek folytonos követése

Vajon a megkérdezetteknek nagyon fontos az, hogy naprakész információkkal rendelkezzenek-e az ismerőseikről, eseményekről, vagy trendekről a közösségi médián keresztül? 54 kitöltőnek (28,7%) közepesen fontos és 48 (25,5%) kitöltőnek valamint 39 (20,7%) kitöltőnek egyáltalán nem illetve kevésbé fontos.

A válaszadók csupán 10,6%-a érzi nagyon fontosnak, azt hogy naprakész információval rendelkezzen az ismerőseiről, eseményekről és trendekről. A 4-es számra mely azt jelenti, hogy "inkább fontosnak tartsa" 27 válasz érkezett mely a kitöltők 14,4%-a.

A közösségi média használata nagymértékben csökkenti az offline találkozásokat.

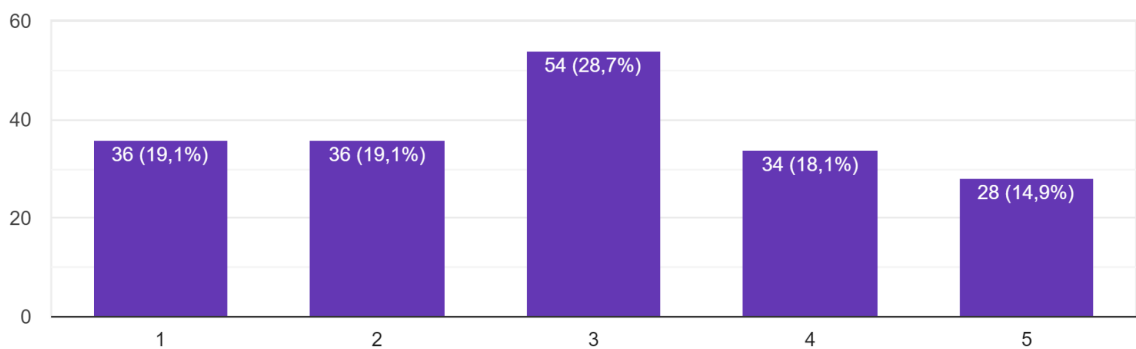
188 válasz



14. diagram: A közösségi média befolyása az offline találkozásra

Látható a diagrammon, hogy a legtöbb szavazat arra érkezett, hogy teljesen egyetértenek azzal, hogy a megkérdezetteknek a közösségi média használata nagymértékben csökkenti az offline találkozásait. A legtöbb válasz az 5-ös számra érkezett 69 kitöltővel (36,7%) és csak 15 ember, a kitöltők 8%-a gondolja úgy hogy a közösségi média nem csökkenti az offline találkozásokat.

A közösségi média felhasználása befolyásolja a személyes kapcsolataimat és baráti viszonyaimat.
188 válasz

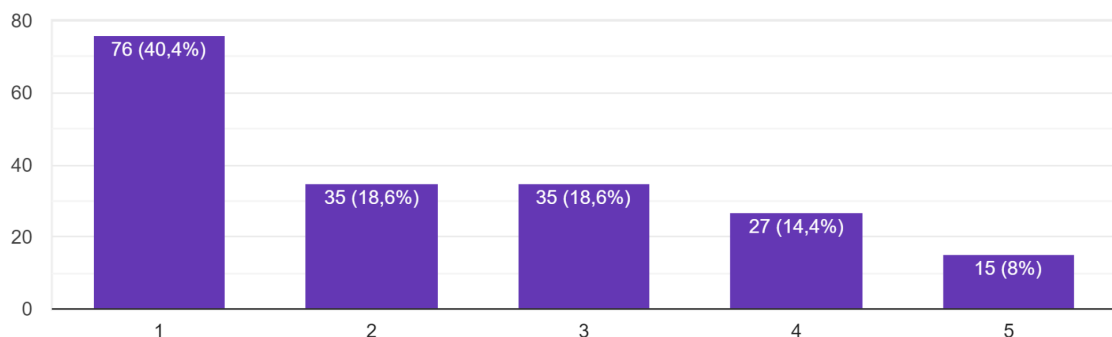


15. diagram: Személyes kapcsolatok és baráti viszonyok befolyása

A közösségi média teljes mértékben csökkenti az offline találkozásokat, viszont a személyes kapcsolatok és a baráti viszonyok ápolásában más a helyzet. Az itt kapott eredmények alapján a legtöbb válasz a 3-as számra érkezett 54 kitöltővel, mely szerint a 28,7% közepesen ért egyet azzal, hogy a közösségi média felhasználása befolyásolja a személyes kapcsolatokat, baráti viszonyokat. 36 kitöltő (19,1%) gondolja úgy, hogy nem befolyásolja, és szintén 36-an gondolják úgy hogy egyáltalán nem befolyásolja, míg 34 (18,1%) kitöltő szerint igen és 28 (14,9) kitöltő pedig teljesen egyezik az állítással.

A közösségi média használata növeli bennem a FOMO érzését („Fear of Missing Out”- „félelem attól, hogy lemaradunk vagy kimaradunk”).

188 válasz

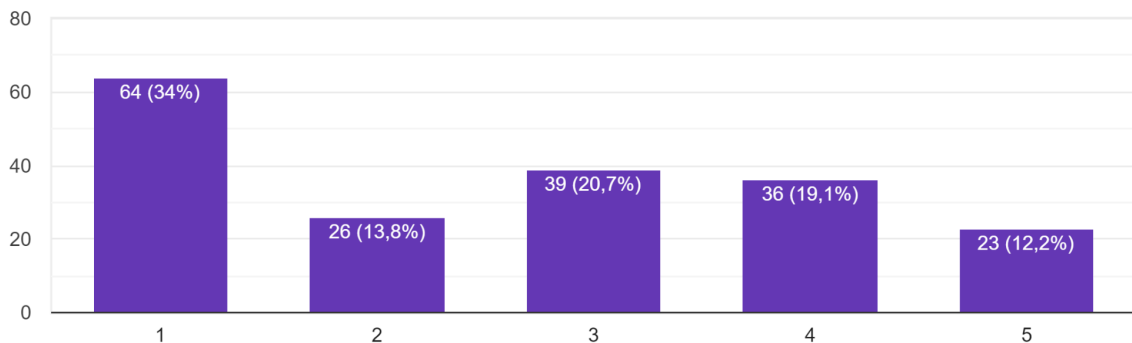


16. diagram: Fomo érzése a közösségi médiában

Vajon a megkérdezettek szerint a közösségi média használata növeli a FOMO érzését? Az eredmények mást mutatnak, ugyanis a 188 kitöltő közül 76 kitöltő egyáltalán nem ért egyet az állítással, tehát 40,4%-a, és csak 15 (8%) kitöltő igen.

A közösségi média használata során gyakran érzem, hogy mások élete izgalmasabb, mint az enyém.

188 válasz



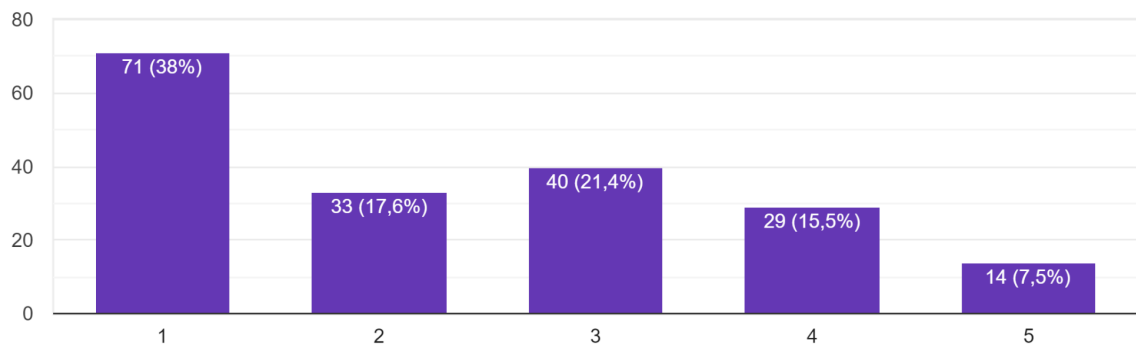
17. diagram: A közösségi média hatása az emberi érzésekre

Ez az állítás szorosan összekapcsolódik a Fomo jelenségével, mert a közösségi média felhasználói gyakran összehasonlítják saját életüket a megosztott tartalmakkal. Amikor valaki azt érzi, hogy mások élete izgalmasabb, ez erősíti a hiányérzetet (a kimaradást) és a felhasználó szorongást tapasztalhat amiatt, hogy lemarad valami izgalmasról, különösen ha az élményekhez társas kapcsolatok is kapcsolódnak. A közösségi média által generált idealizált képek és élmények fokozzák ezt az érzést, mivel jellemzően csak a pozitív, boldog pillanatokot osztják meg, ami torzíthatja a valóságot. Kutatási kérdésem között szerepelt az is, hogy vajon a közösségi média használata során a válaszadók gyakran érzik azt, hogy mások élete izgalmasabb, mint a sajátjuk. 64-en a kitöltők 34 % egyáltalán nem ért ezzel egyet és csak 23-an a kitöltők 12,2% igen.

Elérkeztem, az utolsó kutatási kérdésemhez, ahol arra voltam kíváncsi, hogy vajon az online tartalmak cselekvésre ösztönzik-e a felhasználókat.

Az online tartalmak gyakran arra ösztönöznek, hogy valami különlegeset csináljak, hogy elkerüljem a kimaradást és hasonló élményekben vegyek részt, mint amit látok.

187 válasz



18. diagram: Az online tartalmak cselekvésre ösztönzése

A megkérdezettek válaszai alapján jól látszik, hogy egyáltalán nem értenek egyet azzal, hogy az online tartalmak arra ösztönzik őket, hogy valami különlegeset csináljanak, hogy elkerüljék a kimaradást és hasonló élményekben vegyenek részt, mint amit láttak. 71-en a kitöltők 38% egyáltalán nem és csupán 14-en a kkitöltők 7,5 %-a ért teljesen egyet az állítással, azonban 40-en a kitöltők 21,4% semleges válasszal erősítette meg a feltételezést.

Összefoglaló

A digitalizáció korában a közösségi média elengedhetetlen része lett az életünknek. Az állandó elérhetőség és a folyamatos információáradat azonban új kihívások elé állítja a társadalom minden tagját, mint például a közösségi média- és internetfüggőség. A dolgozat fő célja elsősorban az volt, hogy bemutassam az internet és azon belül a közösségi média árnyoldalát, a függőséget és ezen belül a kimaradástól való félelem jelenségét, illetve azokat a következményeket, amelyek a túlzott eszközhasználat következtében alakulhat ki. Az internet számos nemes célt tud szolgálni és nagyban megkönnyíti a mindennapjainkat, viszont árnyoldala is van, amely súlyos problémát tud maga után vonni.

Ezen a témán belül végeztem el a kutatásomat. A kérdőívet 188-an töltötték ki, 157 (83,5%) nő és 31 (16,5%) férfi. A kutatás során szándékosan eltekintettem a korcsoportok szűkítésétől, hiszen a problémás internethasználat nem korlátozódik egyetlen életkorra sem. Ennek köszönhetően az eredmények szélesebb körben értelmezhetőek. A legfiatalabb adatközlő 14 éves volt a legidősebb pedig 77. Az eredmények kimutatták, hogy megkérdezettek naponta használják a közösségi média kísérésére az okostelefonjukat, és a kitöltők (68) 34%-a a 3-4 órát tölt képernyő előtt. Az eredményekből megtudhattuk azt is, hogy az kitöltők tisztában vannak azzal, hogy mit jelent internetfüggőség, és szerintük a túlzott eszközhasználat következménye, viszont a Fomo jelenség fogalmát nem ismerik és nem is tapasztalták, ahogyan a fantomvibráció és a nomofóbia jelenségét is kevés százalék tapasztalta. Ezen felül a kutatás alapján megállapítható az a tény, hogy a közösségi média nagymértékben csökkenti az offline találkozásokat, viszont a személyes kapcsolatok és a baráti viszonyok ápolását nem befolyásolja nagymértékben és az online tartalmak sem feltétlenül ösztönöznek cselekvésre, illetve a közösségi médián keresztül a naprakész információk az ismerősökről, eseményekről és trendekről sem feltétlenül fontosak. A megkérdezettek közepes mértékben érzik magukat közösségi média függőknek és rosszul érzik magukat, ha nincs náluk az okoskészülékük. Az eredmények azt mutatják, hogy a közösségi média használata nem növeli a FOMO érzését és a adatközlők nem érzik azt, hogy mások élete izgalmasabb, mint a sajátjuk. A digitális világ folyamatosan változik, és együtt kell változnunk vele, azért, hogy előnyeinkre tudjuk fordítani. A mértékletesség, a digitális detox időszakok beiktatása, a kritikus gondolkodás, valamint a való életben történő tevékenységek előtérbe helyezése kulcsfontosságú. A függőség elkerüléséhez elengedhetetlen tudatosítsuk magunkban, azt, hogy mi irányítjuk a technológiát, nem pedig fordítva.

Irodalomjegyzék

Tudományos források :

- Aarif Alutaybi, Dena Al-Thani, John McAlaney and Raian Ali: Combating Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media: The FoMO-R Method, 2020
<https://www.mdpi.com/1660-4601/17/17/6128#app1-ijerph-17-06128>
- Bak Gerda és Kővári Edit: Generációk digitális kompetencia vizsgálata: a FoMO mint jelenség és a tudatos közösségi média alkalmazása, 2019
http://epa.niif.hu/00300/00315/00128/pdf/EPA00315_kozgazdasz_2019_1_53-76.pdf
- Baráth Tamás: Média és társadalom – társadalmi (közösségi) média, Tudományos Közlemények 2011 (old. 151-164.)
https://www.epa.hu/02000/02051/00015/pdf/EPA02051_Tudomanyos_Kozlemenyek_25.pdf#page=153
- Csutorás Gábor Ákos: Disszertációtervezet, 2020
<https://antk.uni-nke.hu/document/akk-copy-uni-nke-hu/Disszert%C3%A1ci%C3%B3tervezet%20-%20Csutor%C3%A1s%20G%C3%A1bor.pdf>
- Demetrovics Zsolt: Viselkedési addikciók: spektrumszemléletű kutatások, 2013
https://real-d.mtak.hu/656/7/dc_372_12_doktori_mu.pdf
- Demetrovics Zsolt és Koronczai Beatrix: Az internet árnyoldala: problémák és függőség, Oktatás Informatika (44. old.), 2010
https://www.eltereader.hu/media/2013/05/Okt_Inf_2010_1_2_opt.pdf
- Dr. Hullám István és Dr. Muha Lajos: Új típusú függőségek az információs társadalomban és azok hatása az informatikai biztonságra, Hadtudományi szemle, 3. évfolyam 2. szám, 2010
https://tudasportal.uni-nke.hu/xmlui/bitstream/handle/20.500.12944/2245/EPA02463_hadtudomanyi_szemle_2010_2_070-076.pdf?sequence=2
- Dr. Kiss Hedvig: A problémás internet-, okostelefon- és közösségi médiahasználat jellegzetességei, protektív és rizikótényezői fiatalok körében, 2021
https://doktori.bibl.u-szeged.hu/id/eprint/10810/2/Kiss_Hedvig_tezisfuzet_2021_hu.pdf
- dr. Pais Ella Regina: Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához – tanulmány, 2013

https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais_alapvetese_k_a_z_generacio_tudomany-kommunikaciojahoz_-_tanulmany_2013.pdf

- Dr.Tóth Gábor: Internetfüggőség és következményei egészségügyi dolgozók körében, 2021
<https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/34088/toth-gabor-phd-2021.pdf?sequence=1>
- Erdei Dániel és Marczin Tamás: A közösségi média hatása az életünkre, 2023
<https://dea.lib.unideb.hu/items/da3c08ed-9e88-4c82-8e03-5d84d4f3b0eb/full>
- Falmann Tímea: A Z generáció digitális identitása a közösségi médiában, 2015
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1015/884>
- Galán Anita: Az internetfüggőség kialakulása és prevalenciája A hazai és nemzetközi kutatási eredmények összefoglalása, 2014
<https://core.ac.uk/download/pdf/161064974.pdf>
- Guld Ádám (2022) *A Z generáció médiahasználata- jelenségek, hatások, kockázatok*, Budapest, Libri Könyvkiadó
- Holló Csaba: A túlzott digitális eszközhasználat fontosabb jellemzői és oktatási vonatkozásai, 2023
<https://people.inf.elte.hu/szlavi/InfoDidact23/Manuscripts/HCs.pdf>
- Jamal Al-Menayes: Psychometric Properties and Validation of the Arabic Social Media Addiction Scale, 2015
<https://www.hindawi.com/journals/jad/2015/291743/>
- Kapus Krisztián: Internetfüggőség és kiegészítés a középiskolai oktatásban, 2021
<https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/34089/kapus-krisztian-phd-2021.pdf?sequence=1>
- Klausz Melinda Megosztok, tehát vagyok (2013) *A közösségi média és az Internet szép új világa*, Copyright Kiadó És Nyomda
- Koronczai Beatrix, Király Orsolya, Horváth Zsolt, Paksi Borbála és Demetrovics Zsolt: Az online platformok/közösségi média hatása a függőségre. Addiktív zavarok Szakértői elemzés, 2023
<https://onlineplatformok.hu/files/e3cca87c-ff0f-4248-988f-6cbb5a727da9.pdf>
- Kővári Edit, Hargitai Dávid Máté és Liska Fanny: Aki kimarad, az tényleg lemarad? hallgatók mindennapi és munkahelyi fomo-jelenségének és közösségimédia-függőségének összefüggés-vizsgálata három magyar egyetemen,

2023

<https://real.mtak.hu/168047/1/1053-Tanulmanyszovege-6924-1-10-20230615.pdf>

- Mészáros Adél: Áldás vagy ártalom? Az internetfüggőség. Szocioblog, 2015
<https://bbteszocioblog.blogspot.com/2015/01/aldas-vagy-artalom-az-internetfuggoseg.html?m=1>
- Nemzetbiztonsági Szemle 2015. III. Évfolyam, II. Szám – Különlenyomat – Bányász Péter: *A közösségi média, mint nyílt forrású információszerzés fontos területe* (old. 21-36.)
<https://tudasportal.uni-nke.hu/xmlui/bitstream/handle/20.500.12944/10179/b%C3%A1ny%C3%A1sz%20-%20nbszemle-20152-banyasz.original.pdf?sequence=2>
- Pikó Bettina, Kiss Hedvig: Az okostelefon- és közösségimédia-használat néhány sajátossága egy fiatalok körében végzett online felmérés alapján, *Információs Társadalom* XIX, 1. szám (2019): 108–122.
<https://infstars.infonia.hu/pub/infstars.XIX.2019.1.5.pdf>
- Roberta Katz, Sarah Ogilvie, Janes Shaw, Linda Woodhead (2021) *The Art of Living in a Digital Age*, University of Chicago Press
https://books.google.rs/books?hl=en&lr=&id=sd-SEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP8&dq=Members+of+Gen+Z+are+influencing+their+social+behavior+through+their+integration+with+the+digital+world.&ots=w5C6iBeC-W&sig=NgRmDJaMd1dlCEq6glRUuOKoZk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Szapáry Ádám, Kovács Miklós, Tóth Gábor, Váradi Imre, Mészáros János, Kósa Gábor, Kapus Krisztián, Bankó Zoltán, Tibold Antal és Fehér Gergely :
Internetfüggőség: a 21. század orvosi kihívása? - Orvosi Hetilap, 63. évfolyam, 38. szám, 2022
<https://akjournals.com/view/journals/650/163/38/article-p1506.xml>
- Tari Annamária (2023) *Z generáció*, Tercium Kiadó
- Tóth Gábor,, Tibold Antal, Fejes Éva, Kapus Krisztián, Fehér Gergely:
Internetfüggőség, alvászavar, depresszió és életminőség összefüggésének vizsgálata a bajai kórház dolgozóinak körében, 2021
<https://real.mtak.hu/132135/1/2aaa2bf0523c25b50afaab38f47ab280.pdf>

Internetes források:

- A BME kommunikáció és médiatudomány szak blogja: Elfér a zsebedben és sosem unatkozol mellette. Mi az?, 2019
<https://konzervtelefon.blog.hu/?layout=5&page=8>
Elérés dátuma: 2024.07.07.
- Cleveland Clinic: Amy Sullivan - FOMO Is Real: How the Fear of Missing Out Affects Your Health, 2023
<https://health.clevelandclinic.org/understanding-fomo>,
Elérés dátuma: 2024.07.07.
- Cleveland Clinic: Susan Albers - What Is JOMO? How To Enjoy Missing Out, 2023
<https://health.clevelandclinic.org/jomo-the-joy-of-missing-out>
Elérés dátuma: 2024.07.07.
- Dermnet: Camran Yasin Miah - Phantom vibration syndrome, 2022
<https://dermnetnz.org/topics/phantom-vibration-syndrome>
Elérési dátum: 2024.07.07.
- Digitális Család: Villányi Gergő - FOMO, FOBO, JOMO stb.- Kifejezések, amit minden szülőnek ismernie kell! 2019
<https://www.digitaliscsalad.hu/fogalomtar/fomo-fobo-jomo-stb-kifejezesek-amit-minden-szulonek-ismernie-kell>
Elérési dátum: 2024.07.07.
- FY pszichoforyou: Herendi Kata - Te is folyamatosan rettegsz attól, hogy lemaradsz valamiről?, 2016
https://pszichoforyou.hu/fear_of_missing_out/
Elérés dátuma: 2024.07.07.
- HVG.hu: Tudja, kik azok a smombie-k? Őket kéne valahogy megvédeni, 2019
https://hvg.hu/cegauto/20190325_okostelefon_kzlekedes_balesetmegelozes
Elérés dátuma: 2024.07.07.

- Intuit Mailchimp: FOMO in Marketing: Scarcity Sells
<https://mailchimp.com/resources/fomo-marketing/>
Elérés dátuma: 2024.07.07.
- Kránitz Éva MBA, vezetőfejlesztési tanácsadó: Z generáció, 2024
<https://vezetofejlesztes.hu/z-generacio-jellemzoi/>
Elérési dátum: 2024.07.07.
- Médiapiac.com: Szebegyinszki Szilvia: FOMO – a kimaradástól való félelem, ami függőséget okoz, 2020
<https://mediapiac.com/marketing/FOMO-a-kimaradastol-valo-felelem-ami-fuggoseget-okoz/114402/>
Elérés dátuma: 2024.07.07.
- Mindset Pszichológia.hu, Bánszegi Rebeka, FoMO - Tényleg mindenről lemaradunk? 2016,
<https://mindsetpszichologia.hu/fomo-tenyleg-mindenrol-lemaradunk>
Elérési dátum: 2024.07.07.
- Nottingham Trent University: Fear of missing out' driving social media addiction, study suggests, 2028
<https://www.ntu.ac.uk/about-us/news/news-articles/2018/06/fear-of-missing-out-driving-social-media-addiction.-study-suggests>
Elérés dátuma: 2024.07.07.
- Psychology Today: Jessica Scharder - The Science of FOMO and What We're Really Missing Out On, 2018
https://www.psychologytoday.com/us/blog/ritual-and-the-brain/201804/the-science-fomo-and-what-we-re-really-missing-out?utm_source=mandiner&utm_medium=link&utm_campaign=mandiner_202102
Elérési dátum: 2024.07.07.

- Válasz online: A figyelem kizsákmányolása zajlik, egyre profibb gépezettel – Guld Ádám médiakutató Z generációról és politikáról, 2022
<https://www.valaszonline.hu/2022/06/29/guld-adam-z-generacio-interju/>
Elérés dátuma: 2024.07.07.

Ábrajegyzék

1. diagram: A nemek aránya
2. diagram: Közösségi média használata órákban mérve
3. diagram: Digitális készülék
4. diagram: Leggyakoribb tevékenység az okoseszközön
5. diagram: FOMO jelenség ismerete
6. diagram: Szorongás a lemaradástól, kimaradástól
7. diagram: Digitális függőség fogalma
8. diagram: Internet- és közösségi média függőség
9. diagram: A “fantomvibrációs” szindróma tapasztalása
10. diagram: A “nomofóbia” jelenség
11. diagram: Okostelefon hiány
12. diagram: Közösségi média függőség
13. diagram: A közösségi média adta lehetőségek folytonos követése
14. diagram: A közösségi média befolyása az offline találkozásra
15. diagram: Személyes kapcsolatok és baráti viszonyok befolyása
16. diagram: Fomo érzése a közösségi médiában
17. diagram: A közösségi média hatása az emberi érzésekre
18. diagram: Az online tartalmak cselekvésre ösztönzése
1. Táblázat: Korcsoportok aránya