

Szerző: **Csernai Panna**, ([csernai17@gmail.com](mailto:csernai17@gmail.com))

Témavezető: **prof. dr. Námesztovszki Zsolt, Juhász Kovács Cintia** egyetemi tanárok

Intézmény: **Újvidéki Egyetem, Magyar Tannyelvű Tanítóképző Kar, Szabadka**

## **Rezümé - A FOMO jelenség vizsgálata**

A szakdolgozat a közösségi média és az internetfüggőség kapcsolatát vizsgálja, különös tekintettel, hogy a FOMO (Fear of Missing Out) jelensége milyen szerepet játszik e folyamat kialakulásában és erősödésében. A digitális függőségek és a FOMO kialakulása mellett kitér a különféle használati szokásokra, következményekre, kockázatokra, megoldásokra, és a kezelési lehetőségekre.

A dolgozat kérdőíves kutatás eredményeire épít. A Google kérdőív segítségével került megvizsgálásra, mennyire ismerik a kitöltők a fogalmakat, hogyan befolyásolja a közösségi média és az internet a mindennapi életüket, milyen hatással van rájuk és hogy alakul ki a függőség ezen a területen.

A kérdőívet 14 és 77 év közötti személyek töltötték ki, mivel úgy gondolom, hogy a téma mindenkit érint, aki naponta digitális eszközöket használ, így nem köthető egy bizonyos korcsoporthoz a jelenség vizsgálata.

A kutatási kérdések nagy részére választ kaptunk, melyek szerint a kitöltők naponta használják a közösségi média kísérésére az okostelefonjukat. Az eredményekből továbbá megtudhattuk azt is, hogy az kitöltők tisztában vannak azzal, hogy mit jelent az internetfüggőség, és szerintük ez 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.

**Kulcsszavak:** *internetfüggőség, közösségi média, FOMO jelenség, kezelési stratégiák*

## **Résumé - The examination of the "FOMO" phenomenon**

This thesis investigates the relationship between social media and internet addiction, with a particular focus on the role of the FOMO (Fear of Missing Out) phenomenon in the development and intensification of this process. In addition to the emergence of digital addictions and FOMO, it addresses various usage habits, consequences, risks, solutions, and treatment options. The thesis is based on the results of a questionnaire survey. Using a Google form, it examined how well the respondents understand the concepts, how social media and the internet influence their daily lives, what impact it has on them, and how addiction develops in this area.

The questionnaire was filled out by individuals aged between 14 and 77, as I believe that the topic affects everyone who uses digital devices daily, thus the examination of the phenomenon cannot be tied to a specific age group.

We received answers to most of the research questions, indicating that respondents use their smartphones daily to keep up with social media. The results also revealed that respondents are aware of what internet addiction means and believe it is a consequence of excessive device use; however, they are unfamiliar with the concept of FOMO and have not experienced it, just as only a small percentage reported experiencing phantom vibration and nomophobia. Furthermore, the research establishes that social media significantly reduces offline meetings, but it does not greatly affect the maintenance of personal relationships and friendships, and online content does not necessarily encourage action. Additionally, the up-to-date information about acquaintances, events, and trends through social media is not necessarily deemed important. Respondents moderately feel like they are addicted to social media and feel uncomfortable when they do not have their smart device with them. The results indicate that the use of social media does not increase the feeling of FOMO, and the respondents do not feel that others' lives are more exciting than their own.

**Keywords:** *internet addiction, social media, FOMO phenomenon, treatment strategies*