



Araştırma Makalesi (Research Article)

GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSUNUN (FOMO) OTEL ÇALIŞANLARININ İŞ MOTİVASYONUNA ETKİSİ (THE EFFECT OF FEAR OF MISSING OUT (FOMO) ON WORK MOTIVATION OF HOTEL EMPLOYEES)

Emine ÇALLAK¹ (orcid.org/ 0009-0002-3310-4810)

Melek Ece ÖNCÜER^{2*} (orcid.org/ 0000-0003-2614-5884)

¹Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, Türkiye

²Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kuşadası-Aydın, Türkiye

Özet

Yabancı literatürde Fear of Missing Out (FoMO), Türkçe literatürde Gelişmeleri Kaçırma Korkusu olarak bilinen bu olgu, incelenen alan yazında daha çok sosyal medya ile ilişkilendirilmiş, insanların sosyal medya platformlarında sıklıkla vakit geçirerek günceli ve gelişmeleri sürekli olarak takip etme eğiliminde oldukları görülmüştür. Kavram, literatürde farklı teoriler ile de ilişkilendirilerek tanımlanmaya çalışılmıştır. İş motivasyonu ise bireylerin göstermiş oldukları çaba ve emeklerin karşılığını alabilmeleri ile ilgilidir. Çalışmanın amacı; Gelişmeleri Kaçırma Korkusu'nun (FoMO) otel çalışanlarının iş motivasyonunu nasıl ve ne şekilde etkilediğini belirlemektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler, turizm fakültesi mezunu on beş kişi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda FoMO'nun otel çalışanlarının iş motivasyonuna etkisi olduğu saptanmıştır. Otel çalışanlarına telefon kullanımı ile esneklik sağlanmasının iş motivasyonlarını olumlu yönde etkileyeceği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, FoMO, İş Motivasyonu, Sosyal Medya

Abstract

This phenomenon, known as Fear of Missing Out (FoMO) in the foreign literature, has been mostly associated with social media in the literature, and it has been observed that people tend to constantly follow the current and developments by spending time on social media platforms. The concept has been tried to be defined by associating it with different theories in the literature. Work motivation, on the other hand, is related to the ability of individuals to receive the reward of their efforts and efforts. Purpose of the study; the aim is to determine how and in what way the Fear of Missing Out (FoMO) affects the job motivation of hotel employees. Interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the study. The interviews were conducted with fifteen tourism faculty graduates. As a result of the research, it was determined that FoMO has an effect on the job motivation of hotel employees. It has been determined that providing flexibility to hotel employees from time to time regarding the use of telephone will positively affect their work motivation.

Keywords: Fear of Missing Out, FoMO, Work Motivation, Social Media

Giriş

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu olarak bilinen FoMO; internetin yaygınlaşması, sosyal medya platformlarının çeşitlenmesi ile birlikte insanlar arasında daha sık görülen bir psikolojik sorun haline dönüşmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarının etkisinin artması ile birlikte bireylerin arkadaşlarının, ailelerinin ve merak ettikleri kişilerin neler yaptıklarını, neler satın aldıklarını ve neler hakkında konuştuklarını öğrenebilmeleri daha da kolaylaşmaktadır. Bununla beraber insanlar bu sosyal medya platformlarında daha fazla etkileşime girerek birbirlerine öneriler sunmakta, bazı işletmeler de buradan ürün ve hizmetlerini tanıtarak tüketiciler ile olan etkileşimini bu araçlar sayesinde daha da arttırmaktadır. Etkileşimin sık ve yoğun olduğu sosyal medya platformlarında her an yeni gelişmeler yaşanmakta ve yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır (Przybylski vd., 2013: 1846- 1847). Günümüz teknolojisinin de hızlı bir şekilde ilerlemesi ile artan bu yoğun ve hızlı etkileşim, bireyleri iş hayatlarında da etkilediği söylenmektedir (Alat ve Filizöz, 2021: 65). Bireyler çalışma ortamlarında kaygı, endişe, stres gibi duygular yaşayabilirler. Yaşanılan bu duyguların yanında bireylerin fırsatları kaçırma

* Sorumlu yazar: eoncuer@adu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2023.313

konusunda kendini çalışma arkadaşları ile kıyaslaması da FoMO'nun tetiklenmesine neden olabilmektedir (Gürer ve Solmaztürk, 2022: 3).

Bu çalışmanın amacı; günceli/gelişmeleri kaçırma korkusu olarak da bilinen FoMO'nun otel çalışanlarının iş motivasyonlarını nasıl etkilediği sorusuna cevap aramaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmış, sorular literatürden elde edilen bulgular ile hazırlanarak oluşturulmuştur. Ayrıca çalışmada FoMO kavramını daha net açıklayabilmek için, FoMO ile ilişkilendirilen Öz Belirleme Teorisi, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Sosyal Karşılaştırma Teorisi, Sosyal Dışlanma Teorisi ve Alderfer'in ERG Teorisi'nden de bahsedilmiş, özellikle FoMO'nun etkisinin yoğun olarak görüldüğü alan olan sosyal medya ve FoMO ilişkisine de değinilmiştir. Araştırmanın amacına yönelik olarak belirlenen iş motivasyonu ve türlerinden de çalışmada bahsedilmiştir. Araştırmanın son bölümünde ise araştırmaya dair yöntem ve bulgular yer almaktadır.

Kavramsal çerçeve

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)

Oxford Sözlük (2023) kaçırma korkusunu, kişinin ilginç veya heyecan verici bir olayın başka bir yerde oluyormuş gibi yaşadığı kaygı hissi olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde teknolojinin ve internetin yaygınlaşması, kolayca erişim sağlandığı bir ortamda, her kesime hitap edebilecek birçok etkinlik, olay ve gelişmeler yaşanmaktadır. Bilgi ve içerik akışının çok hızlı olduğu bu sistem içerisinde bireyler, günceli takip etmeye, gelişmeleri kaçırmamaya yönlendirilmektedirler. Ağırlıklı olarak gençlerin internet ortamında daha fazla vakit geçirmeye ve sürekli etkileşim içerisinde kalmaya çalıştıkları görülmektedir. Buradan hareketle ABD'li bilim insanları tarafından yeni bir olgu tanımlanmıştır. Yabancı literatürde 'Fear of Missing Out (FoMO)', Türkçe literatürde ise 'Gelişmeleri Kaçırma Korkusu' olarak yerini almıştır. Teknolojik gelişmeler, sosyal ağların çeşitliliği, hızlı internet ulaşımı gibi birçok etmen kullanıcıları sürekli olarak bu gelişmelerden haberdar olma isteği içerisine çekmektedir (Gökler vd., 2015: 54).

FoMO ile ilgili yapılan tanımların çoğunda, teknolojik gelişmelerin etkisinin fazlaca olduğu görülmektedir. İnsanların birbirleri ile olan iletişim biçimleri değişmiş ve hızlanmıştır. İnsanlar günümüzde dünyanın neresinde olursa olsunlar birbirleri ile iletişime geçip, etkileşim kurabilmektedirler. Kolaylaşan iletişimle birlikte insanlar, kendilerinin sahip olmadığı ya da deneyimleyemedikleri şeyleri görmüş, bunları kendilerinde bir eksiklik olarak algılayıp, korku, endişe ve strese kapılmışlardır. Bununla beraber insanların beklentileri, psikolojileri, ruh halleri, istek ve beklentileri de bu eksiklik duygusunun büyümesinde önemli etkenler olarak ortaya çıkmıştır (Alat ve Filizöz, 2021: 67).

Metz (2019) yaptığı bir çalışmada, FoMO'ya sahip kişilerin; sürekli olarak telefonları ile ilgilenme, sosyal medyayı sıklıkla kontrol etme, kişiler ile iletişimlerinde sürekli olarak planlarını sorma, çevresindekilerin sosyal aktivite tekliflerini geri çevirememesi ve içerisinde buldukları sosyal etkinlik onları rahatsız etse de oradan ayrılamama gibi özelliklere sahip olduklarını ortaya koymuştur. Przybylski vd. (2013: 1846-1847) ise yaptıkları çalışmada özellikle FoMO ve sosyal medyanın birbiri ile olan ilişkisinden söz etmektedir. Sosyal medya araçları ile insanlar; aileleri, arkadaşları ve tanıdıklarının neler yaptıklarını, neleri satın aldıklarını ve ne ile ilgili yorumlar, beğeniler yaptıklarını kolay bir şekilde öğrenebilmektedirler. İnsanlar yakınları hakkındaki bilgilere çok kısa sürede ulaşabilirken, bu durum FoMO etkisi altında kalan kişilerde yaşadıkları kaygı ve stresin artmasına da neden olmaktadır. Etkileşimin bu kadar yoğun olması insanların güncel olayları kaçırabilecekleri endişesini arttırarak sosyal ve iş hayatlarındaki motivasyonu da çoğu zaman olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir.

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ile İlişkilendirilen Teoriler

FoMO ile birlikte kullanılan ve aralarında bir ilişki olduğu ortaya çıkan bazı teoriler bulunmaktadır. Bunlar; 'Öz Belirleme Teorisi', Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Sosyal Karşılaştırma Teorisi, Sosyal Dışlanma Teorisi, Görelî Yoksunluk Teorisi ve Alderfer'in ERG Teorisidir.

Öz Belirleme Teorisi: Ryan ve Deci (2000) tarafından geliştirilen Öz Belirleme Teorisi, FoMO ile ilişkilendirilen teorilerden birisidir. Bu teoride insan psikolojisi ve motivasyonu ele alınmaktadır. Ryan ve Deci'nin ileri sürdüğü Öz Belirleme Teorisinde insanların kendini iyi hissedebilmesi için üç gereksinim bulunmaktadır. Bunlar; özerklik, yeterlilik ve sürekli ilişkili olmaktır. Özerklik; kişilerin kendi yaşantılarında ve hareketlerindeki sorumluluğu ifade etmektedir. Yeterlilik; kişinin kendini yeterli hissetmesi ile ilgilidir. İlişkili olma ise kişinin çevresindeki insanlar ile olan bağlarını ifade etmektedir (Przybylski vd., 2013: 1841-1842). Sosyal medya araçları da aslında bu üç gereksinimi de gidermede dolayısıyla insanların iyi hissetmesinde bir araçtır. Bu gereksinimlerin tatmin düzeyinin azalması insanların psikolojik olarak

huzursuzluk hissetmelerine neden olmaktadır. Bu doğrultuda, psikolojik olarak huzursuzluk hisseden bireyler sosyal medya araçlarını kullanarak hissettikleri bu huzursuzlukları gidermeye çalışmaktadırlar. Huzursuzluklarını gideren bireyler motivasyon olarak kendilerini daha iyi hisseder ve FoMO'yu daha az yaşarlar.

Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi: Abraham Maslow tarafından ortaya atılan İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisinde, insan ihtiyaçları beş gruba ayrılmıştır. Maslow'a göre insan, ilk olarak temel ihtiyaçlarını karşılamalı daha sonra da ihtiyaç duyduğu diğer gruptaki ihtiyaçlarına yönelmelidir. Beş gruba ayrılmış ihtiyaçlarda insanlar en alt basamaktan başlar ve üst basamaklardaki ihtiyaçlara doğru yönelim gösterirler. Bu teoride insan, en temel ihtiyaçlarını karşılamadan diğer ihtiyaçlarının farkına varamamaktadır. Maslow'a göre sıralamada en alt basamakta yeme-içme, uyku, barınma gibi insanın temel ihtiyaçları bulunmaktadır. Sıralamada daha sonra güvenlik ihtiyacı yer almaktadır. İnsanlar, kendilerini güvende hissetmedikleri alanda yaşadıkları endişe ve stres yüzünden diğer gereksinimlerinin farkına varamayabilmektedirler. Bir sonraki basamakta, ait olma ve sevgi ihtiyacı bulunmaktadır. Bu grupta insanlar çevresindekilerle sevgi bağı kurarak, bir aidiyet hissi oluşmasını istemektedirler. Çevresinde aidiyet duygusunun oluşmasından sonra ise saygı ihtiyacı doğmaktadır. İnsanlar sevmek ve sevilmenin haricinde saygı duyulmayı da istemektedirler. Son basamakta ise kendini gerçekleştirme ihtiyacı yer almaktadır. Bu aşamada insanlar başarıları ve deneyimleri ile amaçları doğrultusunda kişisel tatminlerini gerçekleştirmektedirler (Yıldırım, 2015: 404-405). Bireyler özellikle sosyal, saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadır. Buradan hareketle insanlar bu basamaklardaki ihtiyaçlarını gerçekleştiremediklerinde ya da yetersiz hissettiklerinde gelişmeleri kaçırdıklarını düşünüp endişeye kapılabilmektedirler. Bu da psikolojik olarak kişilerin yıpranmasına sebep olabilmektedir (Argan, Argan ve İpek, 2018: 45).

Sosyal Karşılaştırma Teorisi: Leon Festinger tarafından geliştirilen teoride insanların kendilerini diğerleriyle kıyaslayarak, sahip olmadıklarını fark ettiği ve bir endişeye kapıldığı ileri sürülmektedir. Bu endişe sonucunda insanlarda yoksunluk duygusu ortaya çıkmaktadır. Yoksunluk duygusu kişinin içinde bulunduğu psikolojik durumlara göre çeşitlilik göstermektedir. Günümüzde insanlar sahip oldukları neredeyse her şeyi sosyal medya aracılığı ile paylaşımlar yaparak, diğer insanlarda yoksunluk duygusunun oluşmasına ya da artmasına sebep olmaktadır. Diğerlerinin sahip oldukları ve yakaladıkları fırsatlar gibi insanları mutlu eden olayların, kişinin kendi sahip olamadığı ve yaşayamadığı durumlarda FoMO duygusunu daha da arttırabilmektedir (Argan vd., 2018: 45-47).

Sosyal Dışlanma Teorisi: İnsanlar hayatları boyunca bir aidiyet duygusuna sahip olmayı, diğer bir deyişle; bir yere, kişiye ya da gruba ait olmayı istemektedirler. Aidiyet sosyal bir canlı olan insanın en temel duyguları arasında sayılmaktadır. İnsanlar yaşadıkları çevrede kabul görmek, sevmek ve saygı duyulmak isterler. Bu bağlamda birbirleri ile olan iletişim ve etkileşimlerini düzenli olarak sürdürmek ve uzun süre devam ettirmek isterler. Aidiyet Teorisi ile de ilişkilendirilen Sosyal Dışlanma Teorisi, bireylerin sosyal hayatlarında kendilerini bir yere ait hissetmek istemeleri fakat ait hissettikleri yerde dışlanabilme korkusu yaşamaları ile ilgili bir teoridir. Yaşadıkları korku ve endişe ile FoMO duyguları tetiklenebilir. (Civelek, 2022: 29-30).

Alderfer'in ERG Teorisi: Alderfer'in ERG Kuramı, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ni üç kategori altında toplaması ile oluşturduğu bir teoridir. Bunlar; var olma (Existence) ihtiyacı, ilişkide bulunma (Relatedness) ihtiyacı ve gelişme (Growth) ihtiyacıdır. Var olma ihtiyacı; insanın temel ihtiyaçlarını karşılaması ile ilgilidir. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'nde yer alan fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları bu kategoride toplanmıştır. İlişkide bulunma ihtiyacı; kişilerin temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra gelen sosyal ihtiyaçları ile ilgilidir. Bireyler bu kategoride diğer insanlar ile duygu ve düşüncelerini paylaşarak bir bağ kurma arayışı içindedirler. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'nde yer alan ait olma ve sevgi ihtiyacı bu kategoride yer almaktadır. Gelişme ihtiyacı ise; bireylerin fizyolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra kendilerini geliştirme ve başarılı olma ihtiyaçlarını gerçekleştirmeleri ile ilgilidir. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'nde yer alan kendini gerçekleştirme ihtiyacına karşılık gelmektedir (Balkanlı, 2019:14).

Konu ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Teknolojik gelişmeler ve internete olan erişimin yaygınlaşması ile insanların iletişim kanalları da bu doğrultuda gelişme göstermiştir. Bu değişim ve gelişimlerden biri de sosyal medya araçlarında yaşanmıştır. Günümüzde insanlar bu araçlar sayesinde birbirlerinden kolaylıkla haberdar olup iletişime geçebilmektedir. Bu kadar hızlı erişimin sağlandığı ve insanların bu tür ortamlarda sürekli olarak aktif olması, insanların tutumlarında bazı değişikliklerin yaşanmasına neden olmaktadır. İnsanlar genellikle çevresindekilerin yaşamlarını sosyal medya araçları ile takip ederek sürekli bir etkileşim içerisindedirler. Sadece yakın çevreleri değil merak ettikleri her alanda sürekli olarak aktif paylaşım yapan hesaplar aynı zamanda sürekli takip etmeyi

ve değerlendirmeyi de beraberinde getirmektedir. Teknolojinin gelişmesi, internete erişimin kolaylaşması ve özellikle sosyal medya platformlarının çeşitliliği, takip etmeyi ve edilmeyi daha da cazip kılmaktadır. Günümüzde sürekli olarak bu platformlarda insanları takip etmek, günlük bir yaşam rutinine dönüşmektedir (Çetinkaya, 2019: 44).

Aydın (2018) yaptığı bir çalışmada, FoMO'ya sahip bireylerin sosyal medya platformlarında sürekli olarak vakit geçirmelerinin işletmeler tarafından bir fırsata dönüştürülebileceğine dikkat çekmektedir. FoMO'ya sahip bireyler sosyal medya araçları ile çevresindeki insanların satın alımlarını, yorumları ve görüşlerini kolaylıkla takip edebilmektedir. Bu kapsamda işletmeler, ürün ve hizmetlerinin tanıtımlarını sosyal medya mecralarında yoğunlaştırıp, iyi bir şekilde gerçekleştirebilirlerse sektördeki diğer rakiplerinden daha iyi sonuç elde edebilmektedirler. Ayrıca FoMO'ya sahip bireylerin günceli ve fırsatları kaçırma korkusu, anında satın alımları da etkileyebileceği çalışmanın öne çıkan sonuçlarından biri olmuştur. Gürdin (2019) yapmış olduğu bir çalışmada, kadınlar ile erkeklerin sosyal medyayı hedonik dürtülerle kullanmaları açısından da bir farklılık gösterdiğini, kadınların hedonik dürtülerle daha fazla hareket ettiğini ortaya koymuştur. Bunun nedeni ise, kadın kullanıcıların günceli kaçırma korkusunun erkek kullanıcılarından daha fazla olmasıdır. Zıvıdır ve Karakul'un (2023) öğrenciler üzerinde yaptığı bir başka çalışmada; öğrencilerin sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkularının diğer gruplara göre daha yüksek olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Tıpkı diğer bağımlılıklar gibi olan sosyal medya bağımlılığının da arkasında FoMO etkisi görülmektedir. FoMO etkisinin daha yüksek olduğu öğrencilerin kendilerini tanımlamaları istendiğinde sosyal medya bağımlılığına sahip olduklarını ifade eden değerlendirmeler yaptıkları görülmüştür. Bu farkındalığın, FoMO'ya sahip kişilerce sahip olunması araştırmanın dikkat çeken sonuçlarından biri olmuştur. Aynı çalışmada FoMO'nun kadınların erkeklere göre farklılık gösterdiği, internet ve sosyal medyada geçirilen süreye göre FoMO'nun etkisinin de değişkenlik gösterdiği sonucu ortaya çıkmıştır.

İnsanların sosyal medyada olan gelişmeleri takip etmesi sonucu telefon, tablet ve bilgisayarlarına sürekli bakıp, kontrol etme ihtiyacı duydukları görülmektedir. Sonuç olarak bakıldığında bu durumun da bir bağımlılık göstergesi olduğu söylenebilir. Sosyal platformdaki gelişmeleri sürekli olarak takip etmek istemeleri insanların günlük rutinlerinin bir parçası olmaya başlamıştır. Kullanıcıların bu kadar yoğun bir şekilde sosyal medya platformlarını takip etmek istemelerindeki asıl sebep ise FoMO olarak gösterilmektedir (Albayrak Sezerer, 2021:100).

Przybylski vd. (2013) yaptıkları bir çalışmada FoMO'ya dair ölçeğin oluşturulmasına katkı sağlayan sonuçlar ortaya çıkarmışlardır. Daha önce yapılmış olan çalışmalarda FoMO'nun kadınlar ve gençler arasında daha çok görüldüğü bulgularına rastlansa da bu çalışmada FoMO'nun en çok gençler ve erkekler arasında görüldüğü tespit edilmiştir. Ayrıca sosyal medya kullanımı ve FoMO arasında pozitif bir ilişkinin olduğu da belirlenmiştir.

Hoşgör vd. (2017) üniversite öğrencileri arasında sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilgili yaptıkları çalışmada ortaya çıkan sonuçta, sağlık alanında öğrenim gören öğrencilerin diğer alanlarda eğitim görenlere göre FoMO'ya olan yatkınlığının daha az olduğunu ortaya koymuşlardır. Gittikleri her yere şarj aleti götürün, sabah uyanır uyanmaz telefonunu kontrol eden ve yatmadan önce telefonu ile daha fazla zaman geçiren öğrencilerin FoMO'ya olan yatkınlıklarının daha yüksek olduğu sonucu çıkmıştır.

Şenel, (2018) yaptığı çalışmada kıtlık algısına değinmiştir. Çıkan sonuçlara göre; üreticilerin kısa sürelerde tüketicilere sunduğu fırsatlar, cazip gelmekte ve hemen bitmektedir. Bu durumda FoMO'ya sahip bireylerde fırsatları kaçırma korkusu oluşmakta ve onları sürekli olarak takip etme ve bilinçsiz olarak satın alımlara itmektedir. Tüketiciler hem zaman sınırını hem de miktar sınırını bildikleri için kısa sürede sunulan fırsatları kaçırmayı istemezler ve sonuç olarak bilinçsiz satın alımlar gerçekleştirirler.

Özcan ve Koç'un (2019) FoMO ile ilgili yaptıkları çalışmada kişilerin eğitim durumu arttıkça FoMO eğiliminin daha az görüldüğü sonucu çıkmıştır. Kartol ve Peker'in (2020) ergenlerde FoMO oluşumu ile ilgili yaptığı çalışmada, kız öğrencilerin daha fazla gelişmeleri kaçırma korkusu yaşadığını tespit etmiştir. FoMO'ya sahip ergenlerin depresyon ve anksiyete gibi psikolojik rahatsızlıklara yatkınlığının daha fazla olduğu, sosyal medya platformlarını daha sık kullandığı, burada etkileşimlerini daha yoğun gerçekleştirdiği ve bundan mutlu olarak, kendilerine bir statü kazandırdığını düşündükleri sonucu çıkmıştır.

Bahadır, Tohumcu ve Kalender'in (2022) yapmış oldukları çalışmada teknolojik gelişmelerin artması ile insanlarda FoMO'nun daha sık görüldüğü tespit edilmiştir. Dünyada teknolojik gelişmeler yaşandıkça insanların etkileşimi daha fazla artmaktadır. Bu da insanların sahip olamadıkları birçok şeyi fark etmelerine

neden olmaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarının artması ve gelişmesi ile insanlar günlük yaşantılarından ve stresten uzaklaşmak için bu platformlarda daha sık vakit geçirmeye başlamıştır.

Çetiner ve Özdemir'in (2022) FoMO ile iş tatmini arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik yaptığı çalışmada; çalışanlarda gelişmeleri kaçırma korkusu arttıkça, iş tatmininin azaldığı görülmüştür. İşlerini sevip, değer vererek çalışanlarda bile gelişmeleri kaçırmama isteğinin iş tatminlerine olumsuz yansıdığı tespit edilmiştir.

İş Motivasyonu

Motivasyon, bireylerin hiçbir zorlama olmadan içsel istekle bir davranışı sergilemesidir. Sergilenen davranış sonucunda birey ihtiyaçlarını karşıladıkça yaptığı eylemleri sürdürmeye devam eder ve bundan keyif alır (Canbaba, 2019: 4). İş motivasyonu ise kişilerin çalıştıkları yerde sergiledikleri çaba ve psikolojik durumları ile ilgili bir olgudur. Bu kavram, kişilerin içinde buldukları birçok olaydan etkilenip oluşabilmektedir (Aydın, 2017: 16).

İş motivasyonu, çalışanların örgüt içerisinde gösterdiği çaba ve başarı açısından da önem arz etmektedir. Bu yüzden yöneticiler, çalışanların iş motivasyonunu sürekli arttırabilmek için ödüllendirmeler, zamlar vb yaparak çalışanların daha fazla gayret göstermelerini sağlayabilirler (Ertan, 2008: 169-170). Bu durum işletmelerin ilk faaliyete başladığında sürekli olarak kâr etmesini amaçlamasıyla, çalışanların işe başladığında gerekli ihtiyaçlarını karşılayıp birikim yapmalarını amaçlaması ile paralellik göstermektedir (Uğur, 2020: 15).

Çalışanların işgücü verimliliğinin artması, bunun karşılığının alınması ile de paralellik göstermektedir. İşgücü verimliliğinin artması için de iş verenler tarafından, çalışanların iş motivasyonunun yüksek düzeyde tutulması gerekir. İş motivasyonu ne kadar yüksek olursa çalışanların verimliliği de artacak ve hem işveren hem de işgören kazanç sağlamış olacaktır. Bunun yanı sıra çalışanların yaptıkları işte tam olarak motive olmaları, işlerini sevmeleri de iş motivasyonunu etkileyen unsurlar arasındadır (Özdemir ve Muradova, 2008: 152).

Yumuşak (2008) işgören verimliliğini etkileyen faktörlerin incelenmesi üzerine yaptığı çalışmada benzer sonuçlar elde etmiştir. İşgörenlerin iş motivasyonu ve verimliliğine en fazla etki eden unsur, ücret olarak ortaya çıkmıştır. Ücret konusunda hak ettiği maaşı alamadığını düşünen çalışanların işe olan tutum ve motivasyonları düşüşe geçmektedir. Bu kapsamda işverenlerin, çalışanlara hak ettiği ücreti ödemeleri büyük önem arz etmektedir.

Canbaba (2019) dört ve beş yıldızlı otellerde çalışanlar ile yaptığı çalışmada; işverenlerin çalışanlarına karşı sergiledikleri tavır ve çalıştıkları ortamın koşulları çalışanların işlerine olan motivasyonunu etkileyebileceği sonucuna varmıştır. Özellikle turizm gibi hizmet sektörü çalışanlarının işe motive olmuş şekilde gelip, müşterilere karşı güler yüzle yaklaşmaları oldukça önem arz etmektedir.

Motivasyon Türleri

Alan yazın incelendiğinde motivasyon türlerinin iki başlık altında toplandığı görülmektedir. Bunlar; içsel ve dışsal faktörlerdir. Çalışanların yaptıkları işi, içlerinden gelerek yapmaları içsel motivasyonu işaret ederken, dışarıdan gelen uyarıcılar tarafından etkilenerek gerçekleşen motivasyon da dışsal motivasyonu işaret etmektedir (Ertan, 2008: 30).

İçsel Motivasyon: İçsel motivasyonlar, dışarıdan herhangi bir etkiyle gerçekleşmemekte, sonradan öğrenmeyi gerektirmemektedir. İnsanın içinde hep var olan ve ömür boyu unutmayaacağı motivasyonlardır. En basit haliyle iç motivasyon örnekleri; susama, acıkma, solunumu gerçekleştirme vb. ihtiyaçlar olarak gösterilebilir (Şenel, 2011: 63).

Çalışanların dışarıdan etkileyici bir faktör olmadan işlerini severek yapması içsel motivasyonları ile ilgilidir (Uğur, 2020: 80). Ertan'a (2008) göre, çalışanların içsel motivasyonunu etkileyen bazı etmenler bulunmaktadır. Bunlardan ilki; yapılacak olan işin zor olmasıdır. Kişiler daha önce deneyimlemedikleri ya da yetersiz olduklarını düşündükleri işlerde başarısız olmakta ve bu da motivasyonlarına büyük oranda etki etmektedir. Çalışanların yaptıkları işi kendilerine yakıştırıp yakıştırmamaları da önemli etkenlerden biridir. Çalışanlar yaptıkları işi küçümsüyor ve daha iyi bir işte daha iyi koşullarda çalışmayı hak ettiklerini düşünüyorlarsa bu durum onları olumsuz yönde etkilemekte ve motivasyonlarını düşürmektedir. Ayrıca iş yerindeki çeşitliliğin, çalışanları monotonluktan çıkardığı ve içsel motivasyonlarını arttırdığı görülmektedir. Ek olarak çalışanların, iş yerinde gösterdikleri performansın sonucunda elde ettikleri başarıların takdir edilmesi ve ödüllendirilmesi, çalışanların işe olan bağlılığını olumlu bir şekilde etkilemektedir. Bu da çalışanların içsel motivasyonlarına olumlu yönde katkı sağlayacaktır.

Ertürk'ün (2014) öğretmenlerin iş motivasyonunu belirlemeye yönelik yaptığı çalışmada; içsel motivasyona yönelik algılarının yüksek düzeyde olduğu sonucu çıkmıştır. Öğretmenlerin yaptıkları işi benimsedikleri, bir sorumluluğa sahip oldukları, yaptıkları işin yapmaya değer olduğunu ifade etmişler ve iş motivasyonlarının yüksek olduğunu dile getirmişlerdir. Fakat ücret konusunda aldıkları ücretlerin yeterli olmadığı ve bunun da iş motivasyonlarına yansıdığı görülmüştür.

Uğur (2020) turizm alanında içsel ve dışsal motivasyonların örgütsel bağlılığa olan etkisini ölçmek üzere yaptığı çalışmada; içsel motivasyonun, örgütsel ve duygusal bağlılığa pozitif yönlü etkisinin olduğu tespit edilmiştir. İçsel motivasyon, çalışanların yaptıkları işten keyif alması ve işe olan istekliliği ile ilgilidir. Bunun sonucu olarak da iş verenlerinden aldıkları takdir ve övgüler, örgütsel bağlılıklarına ve motivasyonlarına olumlu yönde etki etmektedir.

Dışsal Motivasyon: Dışsal motivasyon, kişilere dışarıdan gerçekleşen etkiler sonucu oluşmaktadır. Bireylerin kendi iradelerinden ayrı olarak gerçekleşen olaylar sonucunda, onların maddi ya da manevi kazanımlarına katkı ve yaptıkları işte daha istekli ve verimli hale dönüşmesini sağlayan faktörler olarak tanımlanmaktadır (Akbaba, 2006: 344).

Dışsal motivasyon, çalışanların işlerinde daha verimli olabilmeleri için gereken araçlardan biridir. Bu motivasyon türü çalışanların terfi ettirilmesi, zam yapılması, başarıları sonucu ödüllendirilmesi gibi çalışanları örgüt içerisinde tutarak performanslarının artırılmasını sağlamaktadır. Çalışanların içsel motivasyonlarına ek olarak uygulanan dışsal motivasyonlar, bireylerin çalıştıkları yerdeki iş performansına olumlu yönde katkıda bulunmaktadır (Uğur, 2020: 118).

İşgörenlerin, işlerini daha iyi yapabilmeleri için gerekli olan dış etkenlerden biri de çalışma koşullarıdır. Çalışılan yerin temiz, kirli, sıcak, soğuk olması ya da yapılacak iş için gerekli olan gereçlerin sağlanması, mola saatlerinin yeterli olması ve tam olarak kullanılmasına izin verilmesi ya da çalışanların işlerine motive olmasını sağlayan gereçlerin kullanımına izin verilmesi gibi motive edici faktörlerin çalışanların verimliliğini arttırabileceği düşünülmektedir (Ertürk, 2014: 35).

Canbaba'nın (2019) yaptığı çalışmada, işgörenlerin dışsal motivasyonuna en fazla etki eden unsurun ücret olduğu tespit edilmiştir. Çalışanlar gösterdikleri başarılarından dolayı ekstra bir ücret alamadıklarında bu durumun onların motivasyonunu ve aynı zamanda örgütsel bağlılığını da etkilediği görülmüştür.

Yöntem

FoMO, insanların günceli takip etmek, fırsatları kaçırmamak ve yakın çevresinde gerçekleşen gelişmelerden sürekli olarak haberdar olmak istemesi ile ilgili bir olgudur. Bu olgu insanların günlük yaşantısının bir parçası haline gelmesi ile rutin hayatlarında sürekli olarak, özellikle de sosyal medya platformlarını kullanarak gelişmeleri takip etme isteğine sahip oldukları söylenebilir.

Bu çalışma kapsamında, otel çalışanlarının iş motivasyonlarına gelişmeleri kaçırma korkusunun ne ölçüde ve nasıl etki ettiğini belirlemek amaçlanmaktadır. Çalışmanın temel araştırma sorusu, "Gelişmeleri kaçırma korkusu, otel çalışanlarının iş motivasyonuna nasıl etki etmektedir?" Araştırmanın alt soruları ise şu şekildedir;

- 1) Otel çalışanlarını, çalıştıkları zamanlarda nelerden uzak kalmak etkilemektedir?
- 2) Otel çalışanları, güncel olay ve fırsatları takip edebiliyor mu ya da takip etmek istiyor mu?
- 3) Otel çalışanları için sosyal medya ne kadar önemlidir?
- 4) Otel çalışanlarının, sosyal medya kullanımı ve iş motivasyonları arasındaki ilişki nedir?

FoMO'nun otel çalışanlarının iş motivasyonuna yönelik etkisi üzerine yapılan bu çalışmada; nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği uygulanmıştır. Nitel araştırma yöntemleri, farklı bilgilerden yola çıkarak bütünü oluşturmak için birincil ya da ikincil verilerin toplanmasına aracılık etmektedir. Yazılı, sözlü ya da görsel nitelikteki veri kaynaklarından yararlanılarak sonuca varılmasını amaçlar (Kozak, 2018: 26-28). Görüşme yöntemi, araştırmacının katılımcılara yüz yüze olacak şekilde araştırma sorularını sorarak, katılımcıların düşünce ve gözlemleri hakkındaki bilgileri toplamasıdır. Soru yanıt şeklinde gerçekleşen görüşmede katılımcıların sesleri, görüntüleri kaydedilir ya da cevapları yazılı olarak kayıt altına alınır. Yapılandırılmış görüşme, yarı yapılandırılmış görüşme ve yapılandırılmamış görüşme olmak üzere üçe ayrılır. Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır (Kozak, 2018: 81-82). Alan taraması yapıldıktan sonra 11 maddelik görüşme formu hazırlanmış ve ardından da bu form, uzman görüşü almak üzere alanda deneyim ve tecrübesi olan iki öğretim üyesine gönderilerek, onay alınmıştır. Araştırma deseni keşifsel

bir nitelik taşımaktadır. Değerlendirme için Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun 11.08.2023 tarih ve 2023/28 sayılı kararı ile etik izin alınmıştır.

Görüşme formu, uzmanlardan Nisan 2023 tarihinde geri gelmiş ve veri toplama aşamasına geçilmiştir. Veri toplamaya Haziran 2023'te başlanmıştır. Araştırmada, amaçsal örnekleme yöntemi kullanılmış olup, katılımcılar turizm fakülteleri mezunları arasından seçilmiştir. Amaçsal örnekleme; çalışmayı yapan araştırmacının, çalışmanın amacına uygun, tesadüfi olarak örnekleme kitlesi seçmesi ile verilerin toplanmasıdır (Avcı, 2018: 42). Görüşme, toplamda 15 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde elde edilen veriler yazıya döküldükten sonra, katılımcıların görüş ve yorumları değerlendirilmiştir.

Çalışma toplamda 15 kişinin katılımı ile sınırlı kalmaktadır. Ayrıca çalışmanın FoMO'nun otel çalışanlarının iş motivasyonunu belirlemek üzere yapılması nedeni ile katılımcılar sadece turizm fakülteleri mezunları ve otel çalışanları ile sınırlı tutulmuştur. Araştırmada, çalışmaya dahil olan katılımcıların samimi ve doğru, duygu ve düşüncelerini aktardığı varsayılmaktadır.

Bulgular

Yapılan görüşmeler sonucunda katılımcılar farklı kriterlere göre kategorize edilmiştir. Tablo 1'de katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Çalışma Departmanı	Çalışılan Yıl
Katılımcı 1	25	Kadın	Bekar	Lisans	Ön Büro Görevlisi	2 Yıl
Katılımcı 2	26	Kadın	Bekar	Lisansüstü	Ön Büro Görevlisi	6 Yıl
Katılımcı 3	22	Kadın	Bekar	Lisans	Sekreter	5 Yıl
Katılımcı 4	33	Erkek	Bekar	Lisansüstü	Ön Büro Şefi	9 Yıl
Katılımcı 5	23	Erkek	Bekar	Lisans	Bellboy	4 Yıl
Katılımcı 6	29	Kadın	Bekar	Lisans	Misafir İlişkileri	7 Yıl
Katılımcı 7	35	Kadın	Bekar	Lisans	Ön Büro Şef Lideri	2 Yıl
Katılımcı 8	21	Kadın	Bekar	Lisans	Santral Görevlisi	3 Yıl
Katılımcı 9	26	Kadın	Bekar	Lisansüstü	Animatör	4 Yıl
Katılımcı 10	25	Kadın	Evli	Lisans	Ön Büro Görevlisi	4 Yıl
Katılımcı 11	23	Kadın	Bekar	Lisansüstü	Misafir İlişkileri	3 Yıl
Katılımcı 12	27	Kadın	Evli	Lisans	Ön Büro Görevlisi	3 Yıl
Katılımcı 13	28	Erkek	Bekar	Lisansüstü	Garsonluk	1 Yıl
Katılımcı 14	32	Erkek	Bekar	Lisansüstü	Ön Büro Müdürü	14 Yıl
Katılımcı 15	27	Erkek	Bekar	Lisans	Ön Büro Görevlisi	12 Yıl

15 kişinin katılımı ile gerçekleştirilen görüşmelerde, büyük çoğunluğu kadınlar ve bekarlar oluşturmaktadır. Eğitim durumu lisans ve lisansüstü olmak üzere değişmektedir. Katılımcıların yaş aralığı 21-35 yaş arasında değişim gösterirken, çalışma süresi bakımından en az 2, en fazla 14 yıl çalışanlardan oluşmaktadır.

Tablo 2. Görüşmelere Dair Bulgular

Sorular	Cevaplar
-Çalıştığınız süre boyunca nelerden uzak kalmak sizi etkilemektedir?	K1, K5, K9, K11, K12 ve K13 sosyal hayatlarından uzak kaldıklarını dile getirirken, K2, K4, K6, K7, K8, K14, ve K15 özellikle dini bayramlar ve özel günlerde ailelerinden uzak kalmaktan etkilediklerini dile getirmişlerdir. K3 ve K10 sosyal medyadan uzak kalmaktan etkilendiklerini ifade etmişlerdir.
-Çalıştığınız kurumun mesai saatleri içinde cep telefonu kullanımı ile ilgili politikası nedir?	K2, K3, K4, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14 ve K15 işleri aksatmayacak ve göze batmayacak şekilde kullanımın esnek olduğunu ifade etmiştir. K1 ve K7 iş yerinde telefon kullanımının yasak olduğunu fakat gizli bir şekilde telefon kullandıklarını dile getirirken, K5 ve K6 iş yerlerinde telefon kullanımının tamamen yasak olduğunu ifade etmişlerdir.
-Çalıştığınız kurumun telefon kullanımı konusunda esneklik yapması iş motivasyonunuzu nasıl etkiler?	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K9, K11 telefon esnekliğinin tanınması durumunda iş motivasyonlarının olumlu etkileneceğini ifade etmiştir. K7 ve K12 tanınan telefon esnekliğinin çalışma motivasyonlarını düşürebileceğini, olumsuz etkileyeceğini dile getirmiştir. K12 bu konu hakkında "Tabi ki olumsuz etkiler.

	Dikkatimi telefona veririm, sosyal medyaya veririm misafirimle iletişimim geç olabilir, sıkıntı yaşayabilirim” şeklinde yorum yapmıştır. K8 ve K10, K13, K14 ve K15 iş yerinde telefon kullanımlarının zaten esnek olduğunu ifade etmişlerdir.
-Günlük sosyal medya kullanımınızın süresi ne kadardır? -İş hayatınızda sosyal medya kullanımınızın süresi ne kadar?	Günlük sosyal medya kullanım süresi ile ilgili K1, K3, K6 ve K10 5-6 saat, K7 ve K8 4-5 saat, K5, K12 K13, K14 ve K15 1-2 saat, K2, K4 ve K11, 3-4 saat cevabını verirken, K9 neredeyse tüm gün sosyal medya kullandığını dile getirmiştir. İş hayatında sosyal medya kullanım süresi ile ilgili katılımcıların büyük çoğunluğu yarım saat cevabını verirken, K1, K9 K10 ve K11 bu sürenin daha uzun olduğunu ifade etmişlerdir.
-Çalıştığınız zamanlarda aile, akraba ya da arkadaşlarınızın siz olmadan düzenledikleri aktiviteleri sosyal medyada paylaşımları iş motivasyonunuzu ne ölçüde etkiler?	K3, K5, K6, K12, K14 ve K15 bu durumdan etkilenmediklerini söylerken, K1, K8, K10 ve K13 etkilendikleri, K4, K7 ve K11 biraz etkilendiklerini, K2 iş hayatında bir kere bu durumu yaşadığını şu şekilde ifade etmiştir; “sadece bir kere çok üzülüm, sevdiğim kuzenimin düğününe katılamamıştım çünkü tam sezon ortasıydı o gün işte motivasyonum yüksek değildi” K9 ise aktivitenin türüne göre etkisinin değiştiğini şu şekilde ifade etmiştir; “arkadaşlarım ile birlikte konser, festival gibi sosyal etkinlikleri kaçırdığımda üzülüyorum. Herkes geziyor ben çalışıyorum diyorum fakat bazen düğünler oluyor gitmek istemiyorum o zaman çalışıyor olmam iyi bir bahane oluyor” demiştir.
-Çalıştığınız zamanlarda güncel olayları ve fırsatları kaçırmak sizi nasıl hissettirir?	K2, K4, K6, K12 ve K15 güncel olay ve fırsatları kaçırmaktan etkilenmezken, K1, K3, K6, K9, K10, K11, K13 ve K14 bu durumdan olumsuz etkilendiklerini K5 ve K8 kaçırdıkları olay ve fırsatların konusuna göre değişebileceğini ifade etmişlerdir. K8 bu soruya “ya diyorum ne kadar çok çalışıyorum bunun bile farkında değilim dediğim zamanlar oluyor, sosyal medya artık hayatımızın her yerinde desek de otelde çalışmak zor özellikle ülke gündemini etkileyen olayları çok sonra duymak beni olumsuz etkiliyor kendimi çok geride kalmış hissediyorum. Herkes yaşanan olayı konuşuyor yorum yapıyor ben yeni öğrendiğim için muhabbete giremiyorum” şeklinde kendini ifade etmiştir.
-Çalışma arkadaşlarınızın günceli daha iyi takip edebilmesi sizi nasıl hissettirir?	Katılımcıların büyük çoğunluğu iş arkadaşlarının günceli daha iyi takip edebilmesinden etkilenmezken, K1, K7, K9 ve K12 bunun eşitsizlik olduğunu belirtmişlerdir. K12 bu soru ile ilgili olarak “kötü hissederim ben işime odaklanıyorum çalışıyorum fakat diğerlerinin her şeyden haberi oluyor. Aynı şartlarda çalışıyoruz ben takip edemiyorsam diğerleri de takip etmemeli” demiştir.
-Çalıştığınız süre içinde sosyal medya paylaşımlarınız genel olarak ne ile ilgili olur?	K5, K8 ve K15 çalıştığı süre boyunca sosyal medya paylaşımları yapmazken diğer katılımcılar kahve, manzara, misafirlerle birlikte, özel günlerde, sosyal hayatları ya da iş hayatları ile ilgili paylaşımlar yaptıklarını dile getirmişlerdir.
-İş yerinde yaşadığınız sorunları sosyal medyada paylaşır mısınız? -İş yerinde yaşadığınız başarılarınızı sosyal medyada paylaşır mısınız?	-İş yerinde yaşanan sorunların sosyal medyada paylaşım yapılmadığı sorulduğunda bütün katılımcılar paylaşmam cevabını vermiştir. -İş yerinde yaşanan başarıların sosyal medyada paylaşılma durumu sorulduğunda K2, K3, K5 ve K8 paylaşmam cevabı verirken, diğer tüm katılımcılar paylaşmayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.
-Çalıştığınız sürede arkadaşlarınızın ya da ailenizin yaptığı paylaşımları sürekli takip edememek size ne hissettirir?	Katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz etkilenmezken, K5, K6 ve K12 bu durumdan olumsuz etkilendiklerini dile getirmişlerdir. K12 bu soru ile ilgili olarak “onlarla birlikte olmadığım zaman üzülüyorum biraz da kıskanıyorum” şeklinde kendini ifade etmiştir.
-Çalıştığınız kurumun sosyal medya hesabında çalışanları ile ilgili iyi yönde paylaşımlar yapması iş motivasyonunuzu nasıl etkiler?	Bütün katılımcılar olumlu etkilendiklerini ifade etmişlerdir. K15 uzun süredir sektör çalışanı olduğu için hakkında paylaşım yapılmasından etkilenmediğini ifade etmiştir. K1 “benim çalıştığım kurum zaten paylaşımlar yapar. Bizim böyle habersiz anlarımızı çekerdi misafirlerle konuşurken. Gördüğümüzde şey olurduk aaa demek ki böyle güler yüzlü olmak çok önemli ki paylaşmışlar. Gelen misafire ekstra güler yüzlü davranıyorduk” şeklinde kendini ifade etmiştir.

Katılımcıların ikisi (K3 ve K10), çalıştıkları süre boyunca sosyal medyadan uzak kalmalarının kendilerini olumsuz bir şekilde etkilediğini belirtmişlerdir. Görüşme yapılan katılımcıların pek çoğunun çalıştığı otellerde cep telefonu kullanımının yasak olmadığı, bu durumun da katılımcıların bazıları tarafından iş motivasyonlarını olumlu etkilediği şeklinde ifade edilmiştir. İş yerinde cep telefonu kullanımının yasak olduğu katılımcılardan K1 ve K7, çalıştıkları zaman dilimlerinde gizlice telefon kullandıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu mesai saatleri içerisinde güncel olayları ve fırsatları kaçırdıkları hissinden dolayı kendilerini kötü hissettiklerini dile getirmişlerdir. Katılımcıların bahsettiği güncel olay ve fırsatlar arasında; ülke içinde gerçekleşen olaylar, markaların indirim haberleri ya da sınırlı sayıda sunulan indirim kuponları, işletmelerin paylaştığı etkinlikler, yeni açılan mekanlar gibi durum ya da olaylar yer almaktadır. Ayrıca K1 ve K7'nin cep telefonu kullanılabilen diğer departman çalışanları (iş arkadaşları) ile kendi durumları karşılaştırıldığında bu durumun eşit ya da adil olmadığı şeklinde ifadeleri olmuştur. Yine iş yerinde cep telefonu kullanımının yasak olduğu K5 ve K6 çalıştıkları süre boyunca arkadaş ya da ailelerinin yaptığı paylaşımları takip edememelerinin onları olumsuz bir şekilde etkilediğini ifade etmişlerdir.

Sonuç ve Öneriler

Yapılan literatür taramasında da görüldüğü üzere teknolojinin gelişmesi, internet erişiminin eskisinden daha hızlı, etkili olması ve sosyal medya platformlarının çeşitlenmesi ile insanların birbiri ile etkileşimi hızlanmış ve kolaylaşmıştır. Yaşanan bu hızlı gelişim karşısında insanların geride kalmamak, sürekli günceli takip etmek ve karşılıklarına çıkan fırsatlardan sürekli olarak haberdar olmak istemeleri ile bazı endişeler ve kaygılar da ortaya çıkmıştır. FoMO ile en sık ilişkilendirilen konu olan sosyal medyanın, insanların günceli takip etmesinde ve fırsatları yakalamasında önemli bir aracılık görevi üstlenmekte olduğu söylenebilir.

FoMO'nun iş motivasyonuna etkisini belirlemek üzere yapılan bu çalışmada, kavramın iş motivasyonuna belli başlı etkileri olduğu da görülmüştür. Katılımcıların yarısı, sosyal medyadaki fırsatları kaçırdıklarında iş motivasyonlarının olumsuz yönde etkilendiğini ifade etmişlerdir.

Bulgular özetlenecek olursa; çalışmada yer alan katılımcıların önemli bir kısmı bir takım özel günlerde, özellikle bayram, aile etkinlikleri vb dönemlerde sosyal medyadan uzak kalmalarının kendilerini ve iş motivasyonlarını olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Ayrıca otel çalışanlarının iş motivasyonunun etkilenmesinde sosyal medyanın önemli bir yeri olduğu söylenebilmektedir. Çalışma süresi içerisinde katılımcıların cep telefonlarını mesai saatleri içerisinde kullanamamalarının onları olumsuz etkileyerek, bu durumun iş motivasyonlarına da olumsuz bir şekilde yansıdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Çalışanlar cep telefonlarını kullanmadıkları, sosyal medya hesaplarına erişemedikleri zaman dilimlerinde hem günceli hem aile ve arkadaşlarının paylaşımlarını hem de sosyal medya aracılığı ile sunulan bazı fırsatları kaçırdıklarını düşünmektedirler. Bu durum hem sosyal hem de iş hayatları ile ilgili motivasyonlarını etkilemektedir. Literatür incelendiğinde FoMO'nun sosyal medya ve iş motivasyonu ile ilişkisi konusunda yapılmış olan çalışmalarda elde edilen bulgular, bu çalışmadakiler ile benzerlik göstermektedir. (Aydın, 2018; Çetinkaya, 2019; Gürdin, 2019; Albayrak Sezerer, 2021; Çakır, 2020; Uygun, 2022; Zıvıdır ve Karakul 2023).

Bu çalışma kapsamında uygulamaya yönelik bir öneri olarak, özellikle otel yöneticilerinin iş yerinde telefon kullanımına bazı esneklikler getirmesinin, çalışanların iş motivasyonlarını daha da arttırabileceği tespit edilmiştir. Bunu yapmasalar bile çalışanların bu kuralı çiğnedikleri ve cep telefonlarını gizli gizli kullandıkları görülmüştür. Bu araştırmada görüşmeler, 15 adet turizm fakültesi mezunu otel çalışanı ile yapılmıştır. Daha sonra yapılacak çalışmalarda katılımcı sayısı artırılıp, çeşitlendirilebileceği gibi uygulama olarak nicel yöntemlerden de faydalanılabilir. Ayrıca FoMO; X, Y ve Z gibi kuşaklar arasında karşılaştırma yapılarak da örneklem çeşitlendirilebilir. Bu çalışma, gelişmeleri kaçırma korkusu ve iş motivasyonu konusunda sınırlı kalmıştır. Sonraki çalışmalarda bu durum göz önüne alınarak konununun başka kavramlarla olan ilişkisini incelemek adına da çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

- Akbaba, S. (2006). Eğitimde motivasyon, *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi* 13: 343-361.
- Alat, H. ve Filizöz, B. (2021). Örgütsel destek algısının, çalışanların gelişmeleri kaçırma korkusu ve içsel işten ayrılma niyeti üzerine etkisi, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 64-78.
- Albayrak Sezerer, E. (2021). Erasmus öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ve “gelişmeleri kaçırma korkusu” (FoMO), *Aksaray İletişim Dergisi*, 3(1), 86-104.

- Argan, M., Argan, M.T. ve İpek, G. (2018). I wish were! Anatomy of a fomsumer, *Journal of Internet Applications and Management*, 9(1), 43-57.
- Avcı, E. (2018). *Paket tura katılan yabancı turistlerin tur süresince yaşadığı deneyimlerin ve sorunların saptanması* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Aydın, A. (2017). *Yiyecek ve içecek işletmelerinde iş motivasyonunun hijyen davranışlarına etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Aydın, H. (2018). Sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusunun (FoMO) içgüdüsel alımlara etkisinin öz belirleme kuramı ile açıklanması, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 415-426.
- Bahadır, E., Tohumcu, M.U. ve Kalender, B. (2022). Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) üzerine bir gözden geçirme, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 771-782.
- Balkanlı, S. (2019). *Mimarlık ofisi çalışanlarının motivasyon faktörlerinin kuşaklar ile olan ilişkisi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Canbaba, İ. E. (2019). *İşgörenlerin motivasyonu ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki: Erzincan ve Erzurum'daki üç, dört ve beş yıldızlı otellerde bir çalışma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Civelek, A.B. (2022). *FOMO'nun satın alma davranışlarına etkisi ve bir araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çakır, Z. (2020). *Gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotropik ve otonomik kişilik boyutlarının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çetiner, N. ve Özdemir, M. (2022). Sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusunun personel güçlendirme ve iş tatmini arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici etkisi, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 14(26), 201-227.
- Çetinkaya, F.Ö. (2019). *Sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusunun kişinin tatil satın alma niyetine etkisi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ertan, H. (2008). *Örgütsel bağlılık, iş motivasyonu ve iş performansı arasındaki ilişki: Antalya'da beş yıldızlı otel işletmelerinde bir inceleme* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Ertürk, R. (2014). *Öğretmenlerin iş motivasyonları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki (Bolu ili örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Gökler, M.E., Aydın, R., Ünal, E. ve Metintaş, S. (2015). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin türkçe sürümünün gerçeklik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 53-59.
- Gürdin, B. (2019). Sosyal medyanın hedonik tüketimi ve FOMO'nun gücü, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(3), 1259-1278.
- Gürer, A. ve Solmaztürk, A. B. (2022). İş yerinde gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK) ve kariyer memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İş'te Davranış Dergisi*, 7(1), 1-14.
- Hoşgör, H., Tütüncü, S.K., Hoşgör, D.G. ve Tandoğan, Ö. (2017). Üniversite öğrencileri arasında sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu yaygınlığının farklı değişkenler açısından incelenmesi, *International Journal of Academic Value Studies*, 3(17), 213-223.
- Kartol, A. ve Peker, A. (2020). Ergenlerde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (FOMO) yordayıcılarının incelenmesi, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(20), 456-474.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Metz, J. (2019). FOMO and regret for non-doings, *Social Theory and Practice*, 45(3), 451-470.

- Oxford Dictionary (2023). Erişim Tarihi: 09.06.2023, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fomo?q=fomo>.
- Özcan, H.M. ve Koç, U. (2019). Dijitalleşmenin karanlık yüzü gelişmeleri kaçırma korkusu: banka çalışanları örnekleme, *Business and Management Studies: An International Journal*, 7(5): 2851-2862.
- Özdemir, S. ve Muradova, T. (2008). Örgütlerde motivasyon ve verimlilik ilişkisi, *Journal of Qafqaz University*, 24, 416-426.
- Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, C.R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional and behavioral correlates of fear of missing out, *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Ryan, R. M., ve Deci, E. (2000). Self-Determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Şenel, G. (2011). *Stres faktörlerinin iş motivasyonuna etkisi: turist rehberleri üzerine bir uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Şenel, M. (2018). *Farklı kutluk mesajlarının plansız satın alma niyeti üzerindeki etkisi ve FOMO (fırsatları kaçırma korkusu)' nun aracı rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Uğur, N. (2020). *İçsel ve dışsal motivasyon araçlarının örgütsel bağlılığa etkisi: Turizm sektöründe bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Uygun, F.B. (2022). *Z kuşağının çevrimiçi satın alma davranışlarında sosyal medya kullanım alışkanlıkları, hedonik tüketim eğilimleri ve FoMO (fırsatları kaçırma korkusu)' nun rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yumuşak, S. (2008). İşgören verimliliğini etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir alan araştırması, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3): 241-241.
- Yıldırım, Y. (2015). Tüketici davranışları bağlamında Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin yeniden incelenmesi ve gösterişçi tüketim, *International Journal of Social Science*, 40: 403-428.
- Zıvıdır, P. ve Karakul, A. (2023). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ve FoMO ilişkisi, *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 11(1): 1054-1067.