

Social Media Engagement en Fear of Missing Out

Literatuuronderzoek naar de relatie tussen FoMO, social media engagement en welzijn

Emma Davids

SNR: 2000246

Bachelorscriptie Communicatie- en Informatiewetenschappen

Specialisatie: Business Communication & Digital Media

Tilburg School of Humanities and Digital Sciences

Universiteit van Tilburg, Tilburg

Begeleider: dr. T.M. van Leeuwen

Tweede lezer: dr. L. Oversteegen

Juni 2021

Samenvatting

Wegens de sociale restricties die huidige coronapandemie met zich meebrengt, zijn mensen meer genoodzaakt hun sociale contacten via online platformen te onderhouden. Het smartphonegebruik neemt toe en mensen raken meer betrokken met sociale media. Deze betrokkenheid met sociale media wordt *social media engagement* genoemd. Door de komst van sociale media is het eenvoudiger geworden om op de hoogte te blijven van de bezigheden van de sociale omgeving. Hierdoor kunnen mensen echter het gevoel krijgen dat zij bepaalde activiteiten of ervaringen mislopen. Dit fenomeen wordt *Fear of Missing Out* genoemd (FoMO). Om te onderzoeken of er een positief verband is tussen social media engagement en FoMO, is er een literatuurstudie uitgevoerd. Tijdens deze literatuurstudie kwam naar voren dat welzijn onlosmakelijk is verbonden met het verband tussen social media engagement en FoMO. Uit de resultaten bleek er een negatief verband te zijn tussen welzijn en zowel social media engagement als FoMO. Daarnaast werd er geconcludeerd dat mensen met meer social media engagement meer FoMO ervaren dan mensen zonder social media engagement. Deze resultaten duiden uiteindelijk op een positief verband tussen social media engagement en FoMO. Het gebruik van meerdere zienswijzen en theorieën om dit verband te ondersteunen is tevens een sterk punt van huidig onderzoek. Bovendien biedt het gebruik van social media engagement als paraplueterm voor vergelijkbare constructen meer eenduidigheid in het onderzoeksveld. Huidig onderzoek bediscussieert daarnaast de limitaties en suggesties voor vervolgonderzoek.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	6
2.1 <i>Social media engagement</i>	6
2.2 <i>Fear of Missing Out</i>	8
2.3 <i>De cyclus tussen social media engagement en FoMO</i>	11
2.4 <i>Social media engagement en welzijn</i>	11
2.5 <i>Welzijn en FoMO</i>	13
3. Hypothesen	13
4. Methode	15
4.1 <i>Databases</i>	15
4.2 <i>Zoektermen</i>	15
4.3 <i>Additionele tactieken</i>	16
4.4 <i>Selectiecriteria</i>	16
5. Resultaten	17
5.1 <i>Het verband tussen social media engagement en welzijn</i>	17
5.2 <i>Het verband tussen welzijn en FoMO</i>	19
5.3 <i>Social media engagement en FoMO</i>	22
6. Discussie en conclusie	24
7. Referentielijst	29
8. Appendix: Bijlage A	35
9. Appendix: Bijlage B	36

1. Inleiding

Tijdens de huidige coronapandemie is het wellicht lastig voor te stellen, maar vóór maart 2020, de maand waarin Nederland op slot ging, hadden mensen regelmatig last van *fear of missing out* (FoMO). Fear of missing out wordt gedefinieerd als het gevoel dat anderen meer belonende ervaringen hebben, waarvan jij je buitengesloten voelt. Een voorbeeld van een belonende ervaring kan zijn een feestje, een mooie vakantie of zelfs een paar leuke schoenen die iemand anders wel kan betalen. Mensen worden angstig dat anderen in hun sociale netwerk interessantere en meer sociaal wenselijke levens leiden dan zichzelf. Hierdoor kunnen mensen zich gedwongen voelen om continu in contact te blijven met en geïnformeerd te blijven over andermans activiteiten (Przybylski et al., 2013).

Andersom kan FoMO dus mogelijk veroorzaakt worden door sociale media (Hunt et al., 2018). Iemands mate van *social media engagement* speelt dus mogelijk ook een rol in de mate waarin FoMO wordt ervaren. Het concept social media engagement probeert de tijd en moeite die iemand in een interactie, in dit geval sociale media, stopt samen te vatten. Dus: de algehele betrokkenheid en toewijding met sociale media (Schaufeli, 2013).

Het is mogelijk dat mensen die meer FoMO hebben, ook meer engagement met sociale media ervaren. Om het gemis te compenseren, proberen mensen voortdurend betrokken te blijven met sociale media. Op deze manier wordt er minder sociale interactie misgelopen en kan er alsnog een soort gevoel van betrokkenheid ervaren worden (Przybylski et al., 2013).

In huidig technologisch tijdperk wordt informatie over de bezigheden van de sociale omgeving dan ook vaak vergaard via sociale media. Via Instagram, Facebook of Snapchat kunnen mensen, ten opzichte van vroeger, gemakkelijk volgen wat vrienden of andere bekenden aan het doen zijn. Zo kan iemand bijvoorbeeld zien dat vrienden aan een leuke activiteit deelnemen, terwijl diegene zelf op dat moment aan een minder leuke of belonende activiteit moet deelnemen (bijvoorbeeld studeren). Hierdoor kan er een gevoel van FoMO ontstaan, omdat diegene niet deel kan uitmaken van de belonende activiteiten van zijn of haar omgeving.

Hoewel dus vaak gesuggereerd wordt dat FoMO getriggerd wordt door sociale media, kan het fenomeen ook vóór het technologische tijdperk relevant zijn. Het ontvangen van een direct telefoontje kan mogelijk hetzelfde effect hebben als het zien van een Snapchat. Sociale media maakt mensen echter wel meer bewust van andere mogelijkheden en vergroot hierdoor de kans dat het gemis van de activiteit onder de aandacht wordt gebracht. Desalniettemin is het alsnog

mogelijk FoMO te ervaren, onafhankelijk van de manier waarop deze informatie wordt aangeleverd (Milyavskaya et al., 2018).

Los van direct contact, zijn er andere constructen vergelijkbaar met social media engagement, die bij kunnen dragen aan FoMO. Onderzoek lijkt namelijk aan te tonen dat er een positieve relatie is tussen FoMO en sociale media gebruiksfrequentie (Alt, 2015). Gebruiksfrequentie betekent ‘de hevigheid van het gebruik’ en is hierbij een component van social media engagement, omdat er een bereidheid wordt getoond om in te loggen op sociale netwerksites. Deze relatie zal in het Theoretisch Kader verder uitgewerkt worden.

Onderzoekers die een relatie vonden tussen FoMO en social media engagement geven echter vaak verschillende richtingen aan. Buglass et al. (2017) vonden namelijk dat een toename van sociale mediagebruik leidde tot een toename in FoMO. Gioia et al. (2021) vonden daarentegen recentelijk dat FoMO de mate van sociale mediagebruik voorspelde, waarbij vaak wordt bevonden dat FoMO het sociale mediagebruik doet toenemen (Roberts & David, 2020). Om deze reden is het relevant te onderzoeken op welke methoden deze resultaten gebaseerd zijn. Zo kan er gekeken worden hoe een eventueel verband tussen FoMO en social media engagement in elkaar zit.

Longitudinale studies naar de richting van het effect tussen social media engagement en FoMO zijn echter nog schaars, waardoor er nog niks tot weinig bekend is over een causaal verband tussen deze twee variabelen. Bovendien biedt de bestaande literatuur geen eenduidige terminologie aangaande hetzelfde fenomeen. Hierdoor wordt er in huidig onderzoek beoogd eenduidigheid te geven met betrekking tot het begrip social media engagement, omdat het een erg breed begrip is en niet overal op dezelfde manier gehanteerd wordt. Door dit te doen kan er een overzichtelijk en completer beeld geboden worden van het verband tussen social media engagement en FoMO.

Wegens het gebrek aan longitudinaal onderzoek naar social media engagement en FoMO, zullen de resultaten van huidig onderzoek voornamelijk gebaseerd zijn op correlatieve studies. Op basis hiervan is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd: Is er een positief of negatief verband tussen social media engagement en FoMO?

In de praktijk kan deze kennis bijdragen aan een beter bewustzijn van sociale mediagebruik en de correlatie hiervan met FoMO. Door mensen meer inzicht te bieden in de oorzaken en consequenties van FoMO en problematisch smartphonegebruik, kan mogelijk een afname in welzijn beperkt worden (Elhai et al., 2018), door bijvoorbeeld sociale mediagebruikers bewust te maken van hun gebruiksfrequentie.

2. Theoretisch kader

In het theoretisch kader zullen de verschillende concepten die voorkomen in huidig onderzoek belicht worden. Vanzelfsprekend zullen de twee hoofdconcepten FoMO en social media engagement uitgelegd worden. Daarnaast zullen ook (smartphone) gebruiksintensiteit, (excessief) sociale mediagebruik en problematisch smartphonegebruik, als onderdeel van social media engagement, in het onderzoek worden opgenomen. Als laatste zal ook welzijn in huidig onderzoek verwerkt worden, omdat deze variabele bijna onlosmakelijk verbonden bleek in veel studies naar FoMO en social media engagement.

2.1 Social media engagement

Social media engagement zal in huidig onderzoek verschillende constructen omvatten. De term ‘engagement’ wordt namelijk in de literatuur op inconsistente wijze toegepast, waarbij er vaak geen eenduidige en meetbare definitie wordt gebruikt (Ray et al., 2014). Het wordt vaak gedefinieerd als betrokkenheid: een bereidheid om bepaalde energie in een interactie, in dit geval sociale media, te stoppen (Di Gangi & Wasko, 2016). Engagement wordt vervolgens vaak opgedeeld in verschillende aspecten, namelijk cognitieve engagement, emotionele engagement en gedrag (Kelders, 2019).

Met cognitieve engagement wordt bedoeld in hoeverre mensen bereid zijn hun aandacht aan sociale media te schenken (Archambault et al., 2009). Dit is sterk gerelateerd aan de doelen die mensen wensen te bereiken met hun sociale mediagebruik (Kelders, 2019). Wanneer mensen bijvoorbeeld sterk gemotiveerd zijn om hun sociale contacten via sociale media te onderhouden, zullen zij meer cognitieve engagement in sociale netwerksites stoppen.

Dit sluit aan bij de definitie van engagement die Ray et al. (2014) adopteren in hun onderzoek, namelijk dat mensen de motivatie voelen om een behoefte te vervullen of doel te bereiken. In huidige context zou dit betekenen dat wanneer mensen FoMO ervaren, zij meer betrokken kunnen raken met sociale media, om zo hun behoeftes te vervullen. Deze behoeftes zullen in paragraaf 2.2 besproken worden.

Emotionele engagement doelt op het teweegbrengen van emotie bij het zien van bepaalde content (Dessart, 2017). Hiermee worden niet alleen positieve emoties bedoeld, zoals bijvoorbeeld het ervaren van plezier bij het gebruik van sociale media (Kelders, 2019). Ook negatieve emoties spelen hierin een rol, zoals het ervaren van FoMO bij het zien van gedeelde berichten uit de

omgeving. Bovendien kan emotionele engagement duiden op een gevoel van connectie die men ervaart met zowel de online contacten als de sociale media zelf. Wanneer deze connectie wegvalt, kan dit ervaren worden als een gemis en wellicht vervolgens ook leiden tot FoMO (Kelders, 2019).

Als laatste omvat het gedragsaspect de mate waarin mensen op sociale media bepaald gedrag uitoefenen om betrokkenheid te laten zien, zoals het liken of delen van content (Tafesse & Wien, 2018). Huidig onderzoek zal in ieder geval bovenstaande drie aspecten meenemen in haar definitie van social media engagement.

Andere constructen die mogelijk ook onder social media engagement vallen zijn een hoge gebruiksintensiteit van sociale media/ excessief sociale mediagebruik en problematisch smartphonegebruik/ internetverslaving (Alt, 2015; Elhai et al, 2018; Metin-Orta, 2020). Deze constructen zullen in huidig onderzoek vallen onder cognitieve engagement, omdat mensen bij deze twee fenomenen een hoge bereidheid hebben om energie in sociale media te steken. Door hoge gebruiksintensiteit/ excessief sociale mediagebruik en problematisch smartphonegebruik ook in het onderzoek op te nemen, kan er een completer beeld geschetst worden van de effecten van social media engagement op FoMO, omdat op deze manier alle aspecten van social media engagement kunnen worden meegenomen in het onderzoek.

Om meer inzicht te krijgen in social media engagement, gebruiksintensiteit, excessief sociale mediagebruik en problematisch smartphonegebruik, is het belangrijk te kijken naar hoe deze constructen gemeten worden. Social media engagement werd bijvoorbeeld gemeten met vragen als *“Reflecteer op hoe je sociale media hebt gebruikt in de afgelopen week en de aantal keren dat je het gebruikte onder de volgende omstandigheden...”*. Voorbeelden van omstandigheden waren *“binnen 15 minuten na het opstaan”* of *“tijdens de lunch”*. Dit werd beantwoord op een 8-punts Likertschaal variërend van (1) geen enkele dag afgelopen week tot (8) elke dag afgelopen week (Przybylski et al., 2013). Op deze manier kon er gekeken worden in welke mate mensen engagement ervaren met sociale media.

Elhai et al. (2016) hebben problematisch smartphonegebruik gemeten aan de hand van de *Smartphone Addiction Scale* (Kwon et al., 2013). Deze schaal was opgebouwd uit 33 vragen, zoals *“Ik mis geplande werkzaamheden door mijn smartphone gebruik”* of *“Ik voel me ongeduldig en onrustig wanneer ik mijn smartphone niet vastheb”*. Deze vragen werden beantwoord op een 6-punts Likertschaal variërend van (1) helemaal mee eens tot (6) helemaal mee oneens. Op basis van

de antwoorden van de participanten werd vervolgens gekeken of hun smartphonegebruik problematisch is of niet.

Als laatste is sociale media gebruiksintensiteit op een vergelijkbare manier gemeten als social media engagement en problematisch smartphonegebruik. Met behulp van een schaal bestaande uit 6 items kon gekeken worden hoe intensief participanten sociale media gebruiken (Ellison et al., 2007). De items werden beoordeeld op een 5-punts Likertschaal variërend van (1) helemaal mee eens tot (5) helemaal mee oneens. Voorbeelden van vragen zijn “*Sociale media is een deel van mijn dagelijkse activiteiten*” of “*Ik voel me niet betrokken wanneer ik al een tijdje niet heb ingelogd op sociale media*”. Al bovenstaande meetinstrumenten van social media engagement, zoals gedefinieerd in huidig onderzoek, gaan uit van vragenlijsten en zelf-rapportage van gedrag.

Brown en Kuss (2020) gebruikten daarentegen een objectieve manier om iemands sociale mediagebruik te meten. Middels een applicatie die de schermtijd van een smartphone kan meten, kon er precies gekeken worden waar deze schermtijd aan gespendeerd werd. Via deze applicatie kon er gekeken worden hoeveel tijd er wekelijks aan een sociale netwerksite-applicatie besteed werd.

Met behulp van deze maatstaven kunnen we in huidig onderzoek een alomvattend beeld van social media engagement schetsen. Samenvattend zal social media engagement in huidig onderzoek dus de drie aspecten cognitieve engagement, emotionele engagement en gedrag bevatten. Daarnaast zal gebruiksintensiteit, excessief sociale mediagebruik en problematisch smartphonegebruik en -verslaving ook in deze definitie worden meegenomen.

Uit de literatuur is reeds gebleken dat er een relatie is tussen social media engagement en FoMO (Alt, 2015; Blackwell et al., 2017; Buglass et al., 2017; Oberst et al., 2017; Przybylski et al., 2013). De valentie van deze relatie zal echter nader onderzocht moeten worden, omdat uit veel van bovenstaande onderzoeken is gebleken dat het verband mogelijk niet op zichzelf staat en mogelijk gemedieerd wordt door andere variabelen, zoals welzijn. Hier zal in paragraaf 2.3 op teruggekomen worden.

2.2 *Fear of Missing Out*

In de bestaande literatuur zijn sociale media reeds een vaak besproken onderwerp en ook FoMO is sinds zijn introductie in 2004 een opkomend fenomeen in zowel de onderzoeksliteratuur als in

de praktijk (Wikipedia, n.d.). Om de achterliggende processen van het ontstaan van FoMO te kunnen begrijpen is het eerst belangrijk te kijken naar verschillende theorieën die FoMO proberen te verklaren. Op deze manier kan er gekeken worden of social media engagement hier verband mee houdt.

In huidig onderzoek zal FoMO gedefinieerd worden als een psychologisch construct waarmee de angst voor het afwezig zijn van andermans belonende activiteiten bedoeld wordt. FoMO wordt dan ook gekarakteriseerd door een constante drang om verbonden te blijven met andermans ervaringen of activiteiten (Elhai et al., 2018; Przybylski et al., 2013).

Om FoMO te kunnen meten hebben Przybylski et al. (2013) een kwantitatief onderzoek uitgevoerd, waarin werd gekeken in hoeverre mensen zorgen of angsten hebben met betrekking tot het wel of niet in contact staan met activiteiten, ervaringen en conversaties die plaatsvinden in hun sociale omgeving. Tijdens dit onderzoek hebben zij tevens een schaal ontworpen om FoMO te kunnen meten. Hiervoor is een schaal van 10 items gecreëerd, met vragen als *“Ik maak me zorgen als ik erachter kom dat mijn vrienden het leuk hebben zonder mij”* of *“Ik word angstig wanneer ik niet weet wat mijn vrienden aan het doen zijn”* (zie Bijlage A). Deze vragen werden vervolgens beantwoord op een 5-punts Likertschaal variërend van (1) helemaal niet waar voor mij tot (5) uitermate waar voor mij. Deze 10-item schaal wordt in huidige literatuur als standaard gezien voor het meten van FoMO en is tevens in meerdere onderzoeken gebruikt (Alt, 2015; Alt, 2017; Buglass et al., 2017; Elhai et al., 2018).

Op basis van de resultaten van de 10-item schaal kon iemands mate van FoMO vastgesteld worden. Dit werd vervolgens gelinkt aan iemands psychologische basisbehoeften, om te kijken of mensen met lage levels in welzijn en behoeften meer FoMO ervaren. Przybylski et al. (2013) verklaren hiermee FoMO aan de hand van de *Self Determination Theory* (Deci & Ryan, 1985 geciteerd in Przybylski et al., 2013). Deze theorie gaat over menselijke motivatie en drie natuurlijke basisbehoeften die, wanneer ze vervuld worden, zorgen voor een toename in welbevinden. Volgens Przybylski et al. (2013) ervaren mensen met FoMO, aan de hand van deze theorie, een tekort met betrekking tot hun basisbehoeften, namelijk de behoefte aan competentie (werkzaamheid), autonomie (zelfbeschikking) en verbondenheid (met anderen).

Het verlangen om deze behoeften te vervullen stimuleert volgens de *Self Determination Theory* sociale mediagebruikers om voortdurend betrokken te blijven met sociale platforms (Tandon et al., 2021). Vervolgens kan elke disconnectie van communicatie met de (directe)

omgeving zorgen voor een gevoel van sociale exclusie, wat mogelijk een voorloper is van FoMO (Elhai et al., 2018). Deze sociale exclusie kan op zijn beurt weer resulteren in een vermindering in welzijn, omdat FoMO en het voortdurend betrokken willen blijven met de online omgeving een negatieve invloed lijken te hebben op iemands welbevinden (Stead & Bibby, 2017).

Er is dus een directe link mogelijk, waarbij mensen met een lage vervulling van deze basisbehoeften neigen naar meer sociale mediagebruik, omdat dit voor hen een bron kan zijn om competentie, autonomie en verbondenheid met anderen te vergroten. Daarnaast is er een indirecte link mogelijk, waarbij de tekorten in basisbehoeften kunnen leiden tot meer gevoeligheid voor FoMO. Met andere woorden: FoMO kan fungeren als een mediator tussen tekorten in de psychologische behoeften en social media engagement (Przybylski et al., 2013).

Een tweede mogelijke verklaring voor een link tussen welzijn, social media engagement en FoMO is de *Social Comparison Theory* (SCT) (Reer et al., 2019). Deze theorie stelt dat mensen een aangeboren neiging hebben hun eigen meningen en capaciteiten accuraat te evalueren en zij doen dit vervolgens door zichzelf met anderen te vergelijken, om zo onzekerheid te voorkomen en zichzelf te kunnen definiëren (Festinger, 1954 geciteerd in Reer et al., 2019).

Wegens de vele mogelijkheden tot zelfpresentatie op sociale media, zoals het plaatsen van levensgebeurtenissen of activiteiten, is er dus veel mogelijkheid tot sociale vergelijking (Vogel et al., 2015). Deze sociale vergelijking kan vervolgens zorgen voor FoMO, omdat mensen hun eigen situatie gaan vergelijken met die van hun omgeving. Hierdoor kunnen zij het gevoel krijgen dat zij bepaalde ervaringen mislopen. Mensen met een hoge mate van sociale vergelijking vormen dus in het bijzonder een risicogroep voor het ontwikkelen van FoMO en alle negatieve effecten die ermee gepaard gaan (Blackwell et al., 2017; Elhai et al., 2016; Przybylski et al., 2013), zoals problematisch sociale mediagebruik (Blackwell et al., 2017; Elhai et al., 2016).

Een derde mogelijke verklaring voor het ontstaan van FoMO is vanuit een evolutionair perspectief. Sociale exclusie was in de prehistorie namelijk vaak levensbedreigend: deze mensen hadden minder kans om te overleven, terwijl de groep die anderen buitensloot samen juist steeds sterker werd (Roberts & David, 2020). Om zowel ons fysiek als mentaal welzijn te waarborgen is onze aangeboren drang om erbij te horen erg hoog (Roberts & David, 2020). Een gevoel van FoMO kan er dus voor zorgen dat mensen zich sociaal buitengesloten voelen, omdat zij geen deel uit kunnen maken van de belonende activiteiten.

2.3 De cyclus tussen social media engagement en FoMO

Bovenstaande drie verklaringen kunnen eveneens zorgen voor een voortdurende cyclus tussen social media engagement en het ervaren van FoMO (Przybylski et al., 2013). In deze cyclus zoeken mensen bevestiging voor hun identiteit en zelfvertrouwen door meer tijd aan sociale media te spenderen, wat op zijn beurt weer kan leiden tot meer FoMO en uiteindelijk in een afname van sociaal en mentaal welzijn. Om deze afname in welzijn vervolgens weer te compenseren, kunnen mensen opnieuw meer tijd op sociale media doorbrengen (Buglass et al., 2017).

Bovenstaande cyclus wordt verder uitgelegd in de *Compensatory Internet Use Theory* (CIUT) (Kardefelt-Winther, 2014). Deze theorie probeert de motivaties van overmatig internetgebruik te vatten. CIUT conceptualiseert het (problematisch) gebruik van internettechnologie als een middel waarmee sommige mensen hun negatieve emoties reguleren. CIUT zou dus social media engagement, zoals gedefinieerd in huidig onderzoek, duidelijker willen vastleggen als een middel om te compenseren voor negatieve emoties die verband houden met FoMO (Elhai et al., 2018).

Deze compensatie werd in meerdere onderzoeken gesuggereerd, waarbij sociale media zou dienen als een uitlaatklep voor sociale en emotionele frustratie (Przybylski et al., 2013). Voorbeelden van deze sociale en emotionele frustratie zijn eenzaamheid (Burke et al., 2010), verveling of ontevredenheid met relaties (Lampe et al., 2007). Hierdoor lijkt het erop dat FoMO een belangrijke rol zou kunnen spelen bij het koppelen van welzijn aan sociale media (Przybylski et al., 2013).

2.4 Social media engagement en welzijn

Sinds de komst van sociale media is er reeds veel onderzoek gedaan naar het effect hiervan op het welzijn van mensen. Dit is tevens aangetoond in een positief verband tussen het aantal gebruikte sociale netwerksites en verminderd welzijn (Primack et al., 2017). Andersom kan een verminderd welzijn op zijn beurt ook zorgen voor een toename in het gedragsaspect van social media engagement (Przybylski et al., 2013).

Niet alleen FoMO, maar ook social media engagement kan verklaard worden door de Social Comparison Theory. Sommige mensen zijn namelijk meer geneigd zichzelf met anderen te vergelijken. Met name individuen met een laag psychosociaal welzijn zullen overmatig sociale media bezoeken, om zo hun eigen onzekerheid te verminderen (Butzer & Kuiper, 2006).

Meerdere studies toonden aan dat mensen zichzelf vergelijken met anderen tijdens het gebruik van sociale media (Lee, 2014; Vogel et al., 2015). Sociale vergelijking blijkt dan ook positief verband te houden met een toegenomen mate van social media engagement (Vogel et al., 2015). Als we vervolgens deze bevindingen vergelijken met de bevindingen van paragraaf 2.2, kan sociale vergelijking dienen als een mediator tussen welzijn en social media engagement (Reer et al., 2019).

Uit onderzoek van Chou en Edge (2012) bleek dan ook dat mensen die meer Facebook gebruiken, meer van mening zijn dat anderen betere levens leiden dan zijzelf. Dit had vervolgens invloed had op hun psychosociale welzijn, omdat zij door deze vergelijking minder tevreden zijn met hun eigen leven (Alt, 2015).

Om sociale vergelijking te kunnen meten hebben Reer et al. (2019) 6 items opgesteld, die bestond uit vragen als: *“Ik let altijd aandachtig op hoe ik dingen doe in vergelijking met hoe anderen dingen doen”* of *“Ik ben niet het type persoon die zichzelf vaak met anderen vergelijkt”*. Deze vragen werden vervolgens beantwoord op een 5-punts Likertschaal variërend van (1) helemaal mee oneens tot (5) helemaal mee eens.

Psychosociaal welzijn werd gemeten aan de hand van drie verschillende indicatoren: eenzaamheid, depressie en angstigheid. Eenzaamheid werd gemeten aan de hand van een schaal bestaande uit 3 items, bijvoorbeeld: *“Hoe vaak voel je je geïsoleerd van anderen?”*. Depressie en angstigheid werden gemeten aan de hand van vier items met vragen over het mentale welzijn van de participanten over de afgelopen twee weken. Hierin kwamen vragen als *“In afgelopen 2 weken, hoe vaak heb je last gehad van de volgende problemen...”*, gevolgd door *“gevoel van neerslachtigheid”* of *“gevoel van angstigheid”*. Hierbij konden de participanten op een 3-punts schaal aangeven of zij dit (1) totaal niet ervaren hebben of (3) bijna elke dag ervoeren. Met behulp van deze maatstaven kon dus gekeken worden in hoeverre social media engagement verband hield met welzijn.

Welzijn is echter een breed begrip. In huidig onderzoek zullen daarom, naast depressie, angstigheid en eenzaamheid, alle componenten die in de bestaande literatuur worden gezien als invloeden op welzijn worden opgenomen.

2.5 Welzijn en FoMO

Met de kennis dat meer social media engagement mogelijk zorgt voor een vermindering in welzijn, zal er gekeken worden of dit tekort in welzijn ook zal resulteren in meer FoMO. Het buitengesloten voelen van sociale connecties leidt tot een afname van het psychologisch welzijn (Bevan et al., 2012). Een verhoogd gevoel van FoMO kan dus leiden tot een vermindering in levenstevredenheid en de algehele stemming van mensen (Buglass et al., 2017). Om deze reden kan aangenomen worden dat het lijden aan FoMO mogelijk potentieel biedt aan een negatieve impact van het gebruik van sociale media (Buglass et al., 2017). Met behulp van de bovenstaande besproken maatstaven, kan het verband tussen welzijn en FoMO onderzocht worden.

Binnen de Self Determination Theory, zoals besproken paragraaf 2.2, kan FoMO geconceptualiseerd worden als een negatieve emotionele staat die voortkomt wanneer iemands behoefte naar verbondenheid niet bevredigd wordt (Przybylski et al., 2013). Mensen met een ‘verzadigd’ gevoel van verbondenheid, zouden dus minder FoMO moeten ervaren dan mensen waarbij deze behoefte nog niet vervuld is (Elhai et al., 2018). Deze uitspraak lijkt dus te suggereren dat FoMO sterk geassocieerd kan zijn met een lage sociale connectie en algemeen welzijn (Roberts & David, 2020).

Roberts en David (2020) verwachten in hun onderzoek echter dat FoMO juist zorgt voor meer sociale connectie en psychologisch welzijn, wat in tegenspraak is met vele andere literatuur (Hunt et al., 2018; Elhai et al., 2018, Reer et al., 2019). Dit baseren zij op het onderzoek van Deters en Mehl (2013), die onderzochten of het posten van een statusupdate effect zou hebben op psychologisch welzijn. Het posten van een statusupdate zou hiermee eenzaamheid reduceren, omdat mensen hierdoor meer verbondenheid zouden voelen met hun online sociale contacten.

Een gevoel van FoMO zou hiermee dus kunnen zorgen dat mensen door het intensief controleren van hun sociale media meer verbondenheid ervaren, wat positief is voor het welzijn (Roberts & David, 2020).

3. Hypothesen

Om te onderzoeken of er een positief of negatief verband is tussen social media engagement en FoMO, zijn op basis van bovenstaande argumentatie de volgende hypothesen opgesteld:

H1: Er is een negatieve relatie tussen welzijn en social media engagement.

Deze hypothese stelt dat wanneer welzijn afneemt, mensen meer betrokken raken met sociale media. Andersom is het ook mogelijk dat wanneer mensen meer betrokken raken met sociale media, zij een vermindering in hun welzijn ervaren. Daarnaast stelt deze verwachting dat mensen met een normaal/goed welzijn minder gebruik zullen maken van sociale media en dat mensen met minder social media engagement een beter welzijn ervaren.

H2: Er is een negatieve relatie tussen een welzijn en FoMO.

Gebaseerd op paragraaf 2.5, stelt deze hypothese dat er meer FoMO ervaren zal worden wanneer het welzijn afneemt. Omgekeerd zal het welzijn afnemen wanneer er meer FoMO ervaren wordt. Daarnaast stelt deze verwachting dat mensen met een normaal/goed welzijn minder FoMO zullen ervaren. Mensen met minder FoMO zullen op hun beurt ook een beter welzijn ervaren.

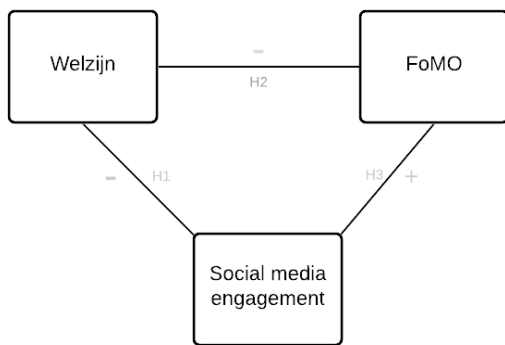
H3: Mensen met meer social media engagement ervaren meer FoMO dan mensen zonder social media engagement.

Volgens deze hypothese zal de mate van social media engagement, en alle toebehorende variabelen zoals gesteld in huidig onderzoek, invloed hebben op de mate van FoMO. Oorspronkelijk wilden we in huidig literatuuronderzoek ook apart toetsen of mensen met problematisch smartphonegebruik meer FoMO ervaren dan mensen met een normaal smartphonegebruik. Wegens het gebrek aan literatuur die louter het concept social media engagement onderzoekt (dus: niet-dienende als paraplueterm), is ervoor gekozen om alleen onderzoek te doen naar social media engagement en de daaronder vallende concepten.

Als laatste is, zoals gebleken uit bovenstaande paragrafen, welzijn een belangrijke factor die meespeelt, en vaak ook niet los gezien kan worden, van de relatie tussen social media engagement en FoMO. Omdat ook veel onderzoeksliteratuur gebaseerd is op een correlatie tussen deze drie variabelen, is ervoor gekozen om in huidig onderzoek deze variabele ook in de hypothesen op te nemen. Om een beter overzicht te kunnen bieden, worden de verwachte verbanden in Figuur 1 schematisch weergegeven.

Figuur 1

Schematisch Overzicht van Gestelde Hypothesen



4. Methode

4.1 Databases

Voor het literatuuronderzoek is als eerst gebruik gemaakt van *Google Scholar*. Met behulp van het Virtual Private Network (VPN) van Tilburg University was het mogelijk toegang te krijgen tot een groter aantal artikelen. Daarnaast is er gebruik gemaakt van *Web of Science*, welke eveneens bereikbaar was via de VPN van Tilburg University.

Ook is er gebruik gemaakt van de bibliografische databank *WorldCat*. Een aangepaste versie hiervan wordt aangeboden door Tilburg University, waardoor het vinden van artikelen in de universiteitsbibliotheek en daarbuiten vergemakkelijkt werd.

4.2 Zoektermen

Om in de databases de juiste, bijpassende artikelen te vinden, is er gebruik gemaakt van de zoekterm: Fear of missing out. Omdat 'FOMO' ook in de literatuur een veelvoorkomend acroniem is, is er gezocht op 'fear of missing out OR FOMO'. Verder is er gezocht op *engagement, social media, social media engagement, online en social networking sites (SNS), cognitive engagement, behavioral engagement, social comparison theory (SCT), ostracism, social media intensity, problematic smartphone use, well-being, social media usage, smartphone addiction, internet addiction en wellbeing*.

Daarnaast zijn er in de verschillende databases ook combinaties van deze zoektermen gebruikt. In Google Scholar worden hiervoor bepaalde tekens gebruikt om aan te kunnen duiden welke termen in het artikel voorkomen. Zo is er bijvoorbeeld gebruik gemaakt van de zoekterm '+engagement +fomo' om te zoeken naar artikelen waarin beide woorden voorkomen. In Web of Science wordt hiervoor 'AND' gebruikt. Meer van deze gebruikte combinaties zijn: social media

(engagement) AND FOMO, social networking sites AND FOMO (AND engagement), FOMO + ostracism, social media (use) AND wellbeing en FoMO AND wellbeing.

4.3 Additionele tactieken

In de relevantste papers die aansluiten bij het onderwerp is gekeken naar de referentielijst. Via deze sneeuwbalmethode konden er nieuwe relevante publicaties gevonden worden. Bovendien is er in de databases gebruik gemaakt van de opties ‘cited by’ (in Google Scholar) en ‘cited in’ (in Web of Science) om te zien welke artikelen in huidig onderzoeksveld het meest relevant zijn. Daarnaast is er gebruik gemaakt van de ‘gerelateerde artikelen’ functie in Google Scholar. Hiermee kunnen gemakkelijk soortgelijke artikelen gevonden worden.

Ook is er gebruik gemaakt van zoekopdrachten naar titel. Hiermee konden artikelen worden gezocht die als hoofdonderwerp engagement of FOMO bevatten. Een dergelijke zoekopdracht zag er als volgt uit: Allintitle: engagement + FOMO.

Daarnaast is er eveneens gekeken naar auteurs. Wanneer er op basis van bovenstaande zoektactieken een relevant artikel werd gevonden, is er verder gezocht naar dezelfde auteur(s), om te kijken of diegene(n) wellicht meer relevante artikelen hebben gepubliceerd.

Om naast bovenstaande tactieken nog specifiekere te kunnen selecteren, zijn de abstracts van de relevantste papers (gebaseerd op bijvoorbeeld titel en aantal keren geciteerd) doorgenomen, om zo een beter inhoudelijk beeld te krijgen van de inhoud van de paper.

4.4 Selectiecriteria

Gezien het feit dat FOMO een relatief recent begrip is, zullen de artikelen omtrent dat onderwerp minstens vanaf het jaartal 2004 zijn. In dit jaar werd namelijk de term FoMO gepopulariseerd door McGinnis (2004). Hierdoor zijn dus alleen artikelen met een publicatiedatum vanaf 2004 meegenomen.

Er is bij voorbaat echter nog geen eis gesteld aan het louter gebruiken van wetenschappelijke publicaties en boeken, dit om publicatie bias in huidig onderzoek te verkleinen. Op deze manier kunnen er zo transparant mogelijke resultaten worden gepresenteerd. Wel is er bij voorbaat geselecteerd op taal, omdat Engels de voertaal is voor wetenschappelijk onderzoek zijn artikelen geschreven in een andere taal dan Engels niet meegenomen.

5. Resultaten

Om te kijken of er een positief of negatief verband is tussen social media engagement en FoMO, zullen in dit hoofdstuk 18 artikelen geanalyseerd worden. Van de 18 onderzochte papers werd er 2 papers gekeken naar de relatie tussen FoMO en social media engagement specifiek, 8 naar FoMO en problematisch smartphonegebruik en/of internet-/sociale mediaverslaving en 4 naar FoMO en sociale mediagebruik. In 12 van de 18 papers is ook de variabele ‘welzijn’ meegenomen. Daarnaast zijn er 2 papers waarin onderzoek werd gedaan naar social media engagement en welzijn, waarin FoMO niet als variabele werd meegenomen.

Wegens het tekort aan longitudinale studies omtrent huidig onderwerp is er in ons onderzoek gebruik gemaakt van 16 studies die keken naar de effecten op één afnamemoment middels zelf-rapportage. In één studie werd wel de longitudinale effecten van FoMO en sociale mediagebruik onderzocht, middels vragenlijsten en zelf-rapportage op twee meetmomenten. Daarnaast was er één studie waarin middels een objectief meetinstrument de relatie tussen social media engagement en welzijn werd gemeten.

Hierdoor dient er bedacht te zijn op het feit dat er in de meeste studies een relatie tussen de variabelen social media engagement en FoMO wordt onderzocht. In huidig onderzoek zal daarom ook geen causaal verband aangetoond kunnen worden, omdat hier in het onderzoeksveld meer longitudinale studies voor nodig zijn.

Zoals beschreven in het Theoretisch Kader zullen termen als excessief/problematisch smartphonegebruik en hoge (sociale media) gebruiksintensiteit in huidig onderzoek onder social media engagement geschaard worden. Social media engagement zal daarom dienen als paraplueterm van al deze constructen, om zo het overzicht te kunnen bewaren. Hier dient bij de interpretatie van de resultaten rekening mee gehouden te worden.

5.1 Het verband tussen social media engagement en welzijn

Hypothese 1 stelt dat er een negatieve relatie is tussen social media engagement en welzijn. Deze hypothese wordt als eerste bevestigd door Brandtzæg (2012). Middels een longitudinale studie naar het gebruik en de implicaties van sociale media, vond hij namelijk dat sociale mediagebruikers, ten opzichte van niet-sociale mediagebruikers, meer geneigd zijn om eenzaamheid te ervaren, waardoor hun welzijn wordt aangetast. Mensen die dus meer engagement met sociale media hebben, ervaren een vermindering in welzijn. De participanten werden in dit

onderzoek middels zelf-rapportage in clusters ingedeeld, om zo betekenisvollere resultaten te krijgen. Een verkeerde subjectieve inschatting kan echter de resultaten minder betrouwbaar maken.

Om subjectiviteit en bias te voorkomen, gebruikten Brown en Kuss (2020) daarom een objectieve manier om iemands sociale mediagebruik te meten. Via een applicatie die de schermtijd van een smartphone meet, kon er gekeken worden hoeveel tijd er aan een sociale netwerksite-applicatie gespendeerd werd. Participanten die zich een week onthielden van sociale mediagebruik, ervoeren een beter mentaal welzijn, ten opzichte van de participanten die wel dagelijks sociale media gebruikten. Ook zij verklaren dit, net als Reer et al. (2019) aan de hand van sociale vergelijking. Hierbij konden niet-gebruikers niet blootgesteld worden aan informatie over andermans levens en hierdoor dus geen door sociale media gevoede ontevredenheid over hun eigen leven ervaren.

Als een van de weinige longitudinale studies naar de relatie tussen sociale mediagebruik, welzijn en FoMO, vonden Buglass et al. (2017) dat FoMO de relatie tussen sociale mediagebruik en welzijn medieert. Deze resultaten zijn gebaseerd op longitudinale zelfrapportages met een interval van zes maanden, waarbij zij vonden dat een toename van sociale mediagebruik een toename in FoMO veroorzaakt. Dit leidde uiteindelijk tot een afname in zelfbeeld en daarmee indirect het welzijn.

Ook Oberst et al. (2017) en Elhai et al. (2020) onderzochten de relatie tussen social media engagement en psychologische constructen, namelijk depressie en angst, welke welzijn indiceren. Elhai et al. (2020) vonden dat FoMO een mediator is in het verband tussen welzijn en social media engagement, echter alleen bij de angst-variabele.

Hoewel beide onderzoeken een andere schaal gebruikten om depressie en angst te meten, waarbij Oberst et al. (2017) gebruik maakten van de Hospital Anxiety and Depression Scale en Elhai et al. (2020) angst en depressie maten met de Depression Anxiety Stress Scale-21, vonden Oberst et al. (2017) eveneens dat FoMO een mediator is in het verband tussen welzijn (zowel voor depressie als angst) en social media engagement. De mediatie van FoMO in de relatie tussen angst en social media engagement wordt tevens bevestigd door andere literatuur (Elhai et al., 2016).

Als laatste onderzochten Reer et al. (2019) hoe de drie indicatoren van welzijn (eenzaamheid, angst en depressie) in verband staan met social media engagement. Deze drie indicatoren zijn reeds apart besproken in bovenstaande alinea's, alleen worden het onderzoek van Reer et al. (2019) samengevoegd. Uit hun resultaten bleek dat alle drie de indicatoren van welzijn

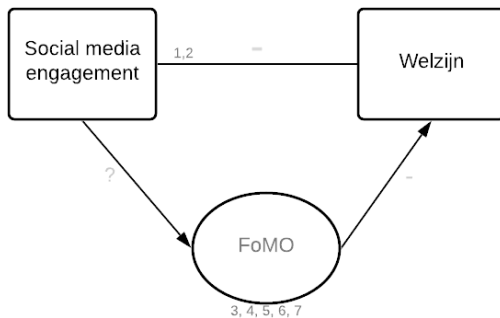
negatief verband houden met social media engagement. Dit betekent dat wanneer welzijn afneemt, mensen meer betrokken raken met sociale media.

Wegens het cross-sectionele onderzoeksontwerp kan er echter geen causaliteit aangetoond worden. Dit houdt in dat afnames in welzijn ook geïnterpreteerd kunnen worden als een consequentie van een toegenomen mate van social media engagement (Reer et al., 2019). Dit geldt voor alle cross-sectionele studies opgenomen in huidig literatuuronderzoek.

Op basis van deze resultaten kan gesteld worden dat er een negatieve relatie is tussen social media engagement en FoMO. Hiermee is hypothese 1 bevestigd. De resultaten worden tevens overzichtelijk gemaakt in onderstaand model (zie Figuur 2). Daarnaast biedt Tabel 1 (zie Bijlage B) een overzicht van de artikelen gebruikt voor de literatuurstudie van hypothese 1.

Figuur 2

Model bij Resultaten H1



Noot. De rechthoeken representeren de geobserveerde variabelen, de cirkel representeert een mediërende variabele.

De cijfers in het model refereren naar de bijbehorende bron in Tabel 1 (Bijlage B), om zo te illustreren welke verbanden er in welk onderzoek naar voren kwamen. Het vraagteken staat voor een nog onbekend verband wat onderzocht wordt bij H3.

5.2 Het verband tussen welzijn en FoMO

Hypothese 2 stelt dat er een negatieve relatie is tussen welzijn en FoMO. Przybylski et al. (2013) toetsten welzijn met een andere psychologische constructen dan beschreven in paragraaf 2.4. Gebaseerd op de Self Determination Theory, vonden zij dat mensen die lagere levels van de basisbehoeften (competentie, autonomie en verbondenheid) hadden, een hogere mate van FoMO ervoeren. Bovendien was FoMO negatief verbonden met algemene stemming en algehele levenstevredenheid. Een lagere vervulling van de basisbehoeften, stemming en levenstevredenheid

staat in hun onderzoek dus gelijk aan een vermindering in welzijn, wat volgens hun resultaten zorgt voor meer FoMO.

Deze resultaten zijn in lijn met de resultaten van het onderzoek van Swar en Hameed (2017). Zij vonden eveneens aan de hand van de Self Determination Theory, dat mensen met lage levels van psychologische behoeften meer FoMO ervaren. Dit leidt vervolgens tot hogere levels van social media engagement. Wanneer social media engagement dus als variabele wordt toegevoegd, dient FoMO als de mediërende variabele tussen welzijn en social media engagement. Het laatste geval bevestigt hiermee ook hypothese 1.

Ander onderzoek naar de prevalentie en consequenties van FoMO vonden dat het meer frequent ervaren van FoMO verband hield met een vermindering in welzijn. Een hogere frequentie van FoMO verminderde het welzijn via toegenomen negatieve affectiviteit, vermoeidheid, stress, slaapproblemen en fysieke symptomen (Milyavskaya et al., 2018).

De manier waarop FoMO werd aangewakkerd maakte hierbij echter geen verschil. Zowel FoMO verkregen door direct contact, als FoMO verkregen door sociale media had effect op de consequenties (Milyavskaya et al., 2018). Dit biedt een interessante kijk op de huidige onderzoeksliteratuur naar FoMO en welzijn, aangezien vaak wordt voorgesteld dat FoMO wordt aangedreven door sociale mediagebruik (bijvoorbeeld Elhai et al., 2018; Metin-Orta, 2020; Przybylski et al, 2013).

Waar uit paragraaf 5.1 bleek dat FoMO diende als mediator tussen welzijn en social media engagement, dient in ander onderzoek social media engagement als mediator tussen psychologisch welzijn en FoMO. Metin-Orta (2020) vond in zijn onderzoek naar de relatie tussen internetverslaving, FoMO en verminderd psychologisch welzijn dat meer FoMO gerelateerd is aan een hogere mate van psychologische symptomen, en dus een afname in welzijn. Dit werd zowel direct als indirect gemedieerd door social media engagement. Dit wil zeggen dat wanneer FoMO toeneemt, het welzijn afneemt, wanneer mensen erg betrokken zijn met sociale media. FoMO bleek dan ook een significante voorspeller van internetverslaving, waarbij internetverslaving weer een significante voorspeller bleek voor psychologisch welzijn.

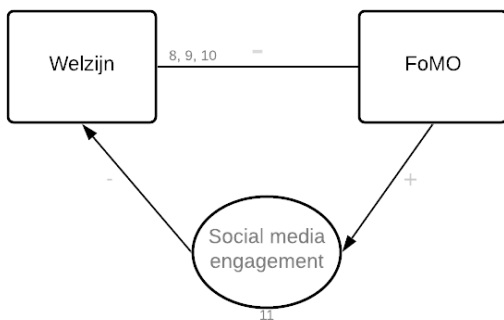
In tegenstrijdigheid met bovenstaande resultaten, vonden Roberts & David (2020) in hun onderzoek naar de rol van FoMO bij sociale mediagebruik, gevoel van verbondenheid met anderen en psychologisch welzijn dat FoMO een indirect positief effect kan hebben op welzijn, wanneer sociale verbondenheid en sociale media intensiteit als aparte variabelen werden meegenomen:

FoMO kan dus een positief effect hebben op welzijn wanneer sociale media gebruikt wordt om een sociale connectie aan te gaan. FoMO stimuleert dus sociale media engagement, waarbij gesuggereerd wordt dat dit in sommige gevallen positief kan zijn voor het gevoel van sociale verbondenheid en dus iemands welzijn.

Op basis van 4 van de 5 onderzoeken die zijn gebruikt om hypothese 2 te toetsen, kan er gesteld worden dat hypothese 2 is bevestigd. Dit betekent dat er een negatief verband is tussen welzijn en FoMO. De resultaten worden tevens overzichtelijk gemaakt in onderstaand model (zie Figuur 3 en 4). Daarnaast biedt Tabel 2 (zie Bijlage B) een overzicht van de artikelen gebruikt voor de literatuurstudie van hypothese 2.

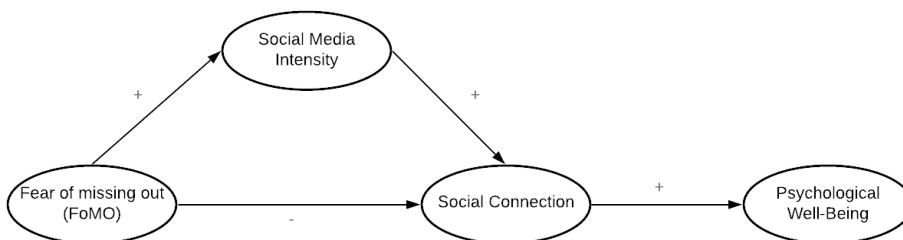
Figuur 3

Model bij Resultaten H1



Figuur 4

Model bij Resultaten Roberts & David (2020, p. 387)



Noot. Overgenomen uit "The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being," door J.A. Roberts en M.E. David, 2020, *International Journal of Human Computer Interaction*, , 36(4), p. 387 (<https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>).

5.3 Social media engagement en FoMO

Hypothese 3 stelt dat mensen met meer social media engagement meer FoMO ervaren dan mensen zonder social media engagement. Deze hypothese wordt als eerste ondersteund door Buglass et al. (2017). Zij vonden middels longitudinaal onderzoek met meerdere meetmomenten een significant positief causaal verband tussen sociale mediagebruik en FoMO: een toename in social media engagement op tijdstip 1 (0 maanden) leidde tot een toename in FoMO op tijdstip 2 (6 maanden).

In hun onderzoek naar de ontwikkeling van problematisch smartphonegebruik en FoMO bij adolescenten vonden Coskun en Muslu (2019) dat adolescenten die vaker hun sociale media bezochten, deze vaker bezochten zonder notificatie en ook hogere FoMO scores hadden. Naarmate de FoMO scores toenamen, nam op zijn beurt ook weer het problematisch smartphonegebruik toe. Dit duidt op een positief verband tussen FoMO en social media engagement. Op basis van deze resultaten kan dus gezegd worden dat mensen met meer social media engagement meer FoMO ervaren.

Het laatste wordt echter tegengesproken door Milvayskaya et al. (2018). Zoals besproken in paragraaf 5.2, maakte het namelijk niet uit hoe FoMO (en bijbehorende consequenties) werd verkregen. Informatie verkrijgen via sociale media, of bijvoorbeeld gebeld worden door een vriend maakte geen verschil in de mate van FoMO. Volgens hun resultaten ervaren mensen met meer social media engagement dus net zoveel FoMO als mensen zonder social media engagement.

Los van bovenstaande onderzoeken blijkt er in weinig onderzoek gesproken te worden over social media engagement als uitgangspunt. Een positief verband tussen social media engagement en FoMO wordt wel veelvuldig bevestigd (door onder andere Alt, 2017; Elhai et al., 2018; Przybylski et al., 2013; Reer et al., 2019; Roberts & David, 2020), alleen vaak wordt FoMO als basis genomen. Uit de resultaten blijkt dan ook herhaaldelijk dat mensen met meer FoMO meer betrokkenheid met sociale media ervaren. Om meer inzicht te krijgen in het verband tussen social media engagement en FoMO, zal de omgekeerde richting ook in de resultaten worden meegenomen. Op deze manier beschikken we over alle informatie om de hoofdvraag naar volledigheid te kunnen beantwoorden.

Een eerste bewijs voor de invloed die FoMO heeft op de mate van social media engagement wordt geboden door Beyens et al. (2016). Hoewel Facebook slechts een van de vele sociale media is, kan onderzoek naar Facebookgebruik alsnog indicatief zijn voor iemands social media

engagement. Zij vonden namelijk dat FoMO positief verband houdt met Facebookgebruik: adolescenten die meer FoMO ervoeren, rapporteerden een hoger Facebookgebruik.

Liu en Ma (2018) vonden een vergelijkbaar resultaat. FoMO bleek namelijk een significante voorspeller van verslaving aan sociale netwerksites: hoe heviger de angst om dingen te missen, hoe sterker de verslaving aan sociale netwerksites. Ondanks dat Reer et al. (2019) in plaats van verslaving, met een ander, maar zeer vergelijkbaar construct maten, vonden zij eveneens dat FoMO positief verbonden is met social media engagement. De vele overeenkomsten in resultaten is dan ook de reden dat er in huidig onderzoek voor gekozen is social media engagement als paraplu-terme te gebruiken. (In)direct wordt dus in beide onderzoeken gesuggereerd dat FoMO zorgt voor meer social media engagement.

Waar Przybylski et al. (2013) met hun FoMO schaal de basis legden voor onderzoek naar FoMO, creëerden Abel, Buff en Burr (2016) een eigen schaal om FoMO te meten. Dit resulteerde echter niet in andere uitkomsten, want ook Abel et al. (2016) vonden dat mensen met meer FoMO meer social media engagement ervoeren.

Dit lieert zich aan de resultaten van Wolniewicz et al. (2018) en Elhai et al. (2020). Zij vonden dat FoMO verschilt tussen individuen, maar dat het wel een variabele is die social media engagement aanstuurt. In de context van de Compensatory Internet Use Theory is FoMO dus een variabele die compenserend smartphonegebruik stimuleert: mensen die zich zorgen maken over het missen van belonende activiteiten, zullen vooral hun telefoon overmatig gebruiken om hun FoMO te verlichten (Wolniewicz et al., 2018; Elhai et al., 2018; Elhai et al., 2020).

Gezien de huidige coronapandemie is het mogelijk dat mensen, door de sociale restricties, minder FoMO ervaren. Bang zijn een belonende activiteit mis te lopen kan immers lastig zijn wanneer er geen belonende activiteit is. Gioia et al. (2021) vonden echter het tegendeel. Door de pandemie zijn mensen meer tijd op sociale netwerksites gaan doorbrengen, waarbij FoMO een directe significante voorspeller bleek van het gebruik van deze sites. De angst om buitengesloten te worden van iets wat ‘buiten’ gebeurt, is door het gebrek aan face-to-face contact wellicht verplaatst naar een angst om te missen wat er ‘binnenshuis’ bij anderen gebeurt (Gioia et al., 2021). Mensen die FoMO ervaren uiten hun ‘angsten’ door zichzelf te betrekken in problematisch sociale mediagebruik. Op korte termijn kan dit dienen als een bruikbare coping strategie, op lange termijn kan dit echter negatief effect hebben op mensen met hoge levels van verlatingsangst of

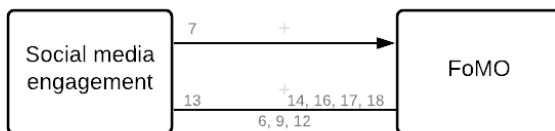
buitensluiting/FoMO. Zelfs in huidige pandemie lijkt FoMO dus een voorspeller van social media engagement.

Omdat uit de meerderheid van de onderzoeken blijkt dat er een positief verband is tussen social media engagement en FoMO, kan er gesteld worden dat mensen met meer social media engagement meer FoMO ervaren dan mensen zonder social media engagement (H3 bevestigd). Een oorzakelijk verband kan hier echter niet vastgesteld worden, waardoor we niet weten of social media engagement FoMO veroorzaakt.

Hoewel niet in de hypothesen opgenomen, is het relevant te vermelden dat veel onderzoek een cyclus vindt tussen welzijn, FoMO en social media engagement (onder andere Buglass et al., 2017; Elhai et al., 2016; Oberst et al., 2017; Przybylski et al., 2013). Zoals hierboven aangegeven is het, wegens gebrek aan causaal onderzoek, lastig te identificeren welke variabele de oorzaak is. Hier dient bij de interpretatie van de resultaten rekening mee gehouden te worden.

Figuur 5

Model bij Resultaten H3



Noot. De pijl staat voor een positief causaal verband. De lijn staat voor een positieve correlatie.

6. Discussie en conclusie

In huidige studie onderzochten we of er een positief of negatief verband is tussen FoMO en social media engagement. Hierbij is ook de variabele ‘welzijn’ meegenomen, omdat in veel bestaande literatuur over FoMO en social media engagement welzijn vaak een onlosmakelijk verbonden variabele blijkt te zijn. Om te hoofdvraag te kunnen beantwoorden hebben we drie hypothesen opgesteld, welke middels literatuuronderzoek van 18 artikelen dan wel bevestigd of verworpen zullen worden.

Ten eerste stelde hypothese 1 dat er een negatief verband is tussen social media engagement en welzijn. Op basis van de resultaten kunnen we stellen dat er een negatief verband is gevonden tussen social media engagement en welzijn: mensen die meer social media engagement ervaren,

hebben een lager welzijn. Hiermee is hypothese 1 bevestigd. Daarnaast hebben twee longitudinale studies een causaal verband aangetoond, waarbij een vermindering in welzijn veroorzaakt werd door social media engagement. In het onderzoek van Buglass et al. (2017) werd dit echter wel gemedieerd door FoMO. De overige onderzoeken gebruikt om hypothese 1 te beantwoorden bevatten een cross-sectioneel onderzoeksontwerp, waardoor er alleen een correlatie aangetoond kon worden.

Ten tweede stelde hypothese 2 dat er een negatief verband is tussen welzijn en FoMO: mensen met een lager welzijn ervaren meer FOMO. Ook deze hypothese is bevestigd. Dit verband werd in twee onderzoeken verklaard aan de hand van de Self Determination Theory, waarbij lage levens van de basisbehoeften zorgen voor een hogere mate van FoMO (Pryzybylski et al., 2013; Swar & Hameed, 2017). Deze verhoogde mate van FoMO zorgt vervolgens voor meer social media engagement. Wanneer social media engagement dus als variabele wordt toegevoegd, verandert FoMO in een mediërende variabele.

Social media engagement bleek in het onderzoek van Metin-Orta (2020) echter de mediërende variabele te zijn. Bij een toename van FoMO neemt het welzijn af, wanneer mensen meer betrokken zijn met sociale media. Dit is in tegenstrijd met de bevindingen van Roberts & David (2020). Zij vonden eveneens dat FoMO social media engagement stimuleert, maar sommige gevallen blijkt dit positief voor sociale verbondenheid en daarmee het welzijn. De resultaten van dit onderzoek bevestigen hiermee als enige niet hypothese 2.

Een andere kijk op de relatie tussen welzijn en FoMO werd geboden door Milyavskaya et al. (2018). Zij vonden eveneens dat het meer frequent ervaren van FoMO verband hield met een vermindering in welzijn, alleen de manier waarop FoMO werd geactiveerd (via direct contact of sociale media) maakte geen verschil. De drie verschillende manieren waarop social media engagement acteert in de relatie tussen FoMO en welzijn biedt tevens perspectief voor vervolgonderzoek. De rol van deze variabele zou nader onderzocht kunnen worden, omdat er tot op heden nog te weinig bewijs is voor een van de drie verhoudingen.

Als laatste stelde hypothese 3 dat mensen met meer social media engagement meer FoMO ervaren dan mensen zonder social media engagement. Uit de meerderheid van de onderzoeken bleek een positief verband tussen social media engagement en FoMO, waardoor we ervan uit mogen gaan dat mensen met meer social media engagement inderdaad ook meer FoMO ervaren

(Coskun & Muslu, 2019). Social media engagement bleek in causaal onderzoek van Buglass et al. (2017) zelfs FoMO te veroorzaken.

Echter, wegens het gebrek aan longitudinaal onderzoek, kunnen we niet zeggen welke variabele de oorzaak is, en welke het gevolg. De meeste onderzoekers nemen omgekeerd dus vaak FoMO als uitgangspunt, waaruit blijkt dat meer FoMO zorgt voor meer social media engagement: hoe sterker de angst om ervaringen te missen, hoe heviger het engagement met sociale media (onder andere Beyens et al., 2016; Reer et al., 2019; Roberts & David, 2020).

Waar de FoMO-schaal van Przybylski et al. (2013) in vrijwel al het onderzoek omtrent huidig onderwerp wordt gebruikt, is het mogelijk dat het gebruik van een andere schaal resulteert in andere resultaten. Dit bleek echter niet het geval, want Abel et al. (2016) vonden eveneens dat mensen met meer FoMO meer social media engagement ervaren.

De Compensatory Internet Use Theory probeert dit te verklaren door FoMO te zien als een variabele die smartphonegebruik stimuleert, om zo het gemis van de activiteit te verzachten. In meerdere onderzoeken wordt deze theorie dan ook gebruikt om de relatie tussen FoMO en social media engagement te verklaren (Wolniewicz et al., 2018; Elhai et al., 2016; Elhai et al., 2020). Ondanks de verschillende uitgangspunten, kan er gesteld worden dat mensen met meer social media engagement meer FoMO ervaren, wat hypothese 3 bevestigt.

Met de bevestiging van alle drie de hypothesen, kan de hoofdvraag ‘Is er een positief of negatief verband tussen social media engagement en FoMO’ beantwoord worden met een positief verband. Dit betekent dat wanneer social media engagement stijgt, FoMO ook toeneemt of wanneer FoMO stijgt, social media engagement toeneemt.

Anderzijds is het mogelijk dat wanneer social media engagement afneemt, FoMO ook afneemt, of wanneer FoMO afneemt, social media engagement ook afneemt. Een afname van beide variabelen wordt in de bestaande literatuur echter niet tot nauwelijks belicht. Vervolgonderzoek zou dit in de toekomst mogelijk kunnen expliceren.

Hoewel er binnen de onderzoeksliteratuur grote methodologische verschillen zijn in steekproefgrootte, herkomst van de populatie, schaalgebruik en bovenal de gemeten constructen, zorgde dit contrast voor weinig verschil in de resultaten. Uit alle artikelen blijkt een negatieve relatie tussen social media engagement en FoMO. Uit 80% van de artikelen blijkt een negatieve relatie tussen FoMO en welzijn. De positieve relatie die werd aangetoond door Roberts & David (2019) is mogelijk te verklaren door het gebruiken van sociale connectie als mediërende variabele,

welke in geen enkel ander onderzoek werd opgenomen. De positieve relatie tussen social media engagement en FoMO wordt ondersteund in alle onderzoeken omtrent FoMO en social media engagement, met uitzondering van Milyavskaya et al. (2018). Dit is mogelijk te verklaren doordat zij het oplopen van FoMO maten aan de hand van zowel sociale media als direct via een vriend(in). Hieruit bleek dat mensen FoMO ervaren, onafhankelijk van de manier waarop zij de informatie van het gemist van de activiteit vergaren.

Om deze positieve relatie tussen social media engagement en FoMO te ondersteunen, hebben we in huidige studie verschillende theorieën en zienswijzen van eerdere literatuur gecombineerd. Zowel Brown en Kuss (2020) als Reer et al. (2019) gebruiken sociale vergelijking om de positieve relatie tussen FoMO en social media engagement te verklaren. Wolniewicz et al., 2018, Elhai et al., 2016 en Elhai et al., 2020 verklaren dit aan de hand van de Compensatory Internet Use Theory.

Als laatste gebruiken we de Self Determination Theory om de relatie tussen social media engagement en welzijn te ondersteunen (Pryzybylski et al., 2013; Swar & Hameed, 2017). Door deze theorieën en invalshoeken te integreren kunnen de onderlinge relaties bekeken worden vanuit een andere invalshoek en kan tevens de validiteit van ons onderzoek verzekerd worden.

Zoals gebleken uit paragraaf 5.1 en 5.2, lijkt de variabele welzijn onlosmakelijk verbonden met de relatie tussen social media engagement en FoMO. Zoals reeds vermeld kan echter, wegens het overwegend aantal cross-sectionele onderzoeken, niet bepaald worden welke van de drie variabelen (welzijn, social media engagement en FoMO), de onafhankelijke variabele is. Alle variabelen dienen dan ook gezien te worden als gelijkwaardig.

De toevoeging van de variabele welzijn is in ons onderzoek dan ook een nuancering van het algemene verband tussen social media engagement en FoMO. Deze derde variabele maakte onderzoek naar dit verband echter wel ingewikkeld. Veel studies verschilden namelijk in de hoofdvariabelen en de mediërende variabele, waardoor het lastig was te onderzoeken hoe de onderlinge verbanden geformeerd waren. Dit is tevens een limitatie van onze studie, aangezien dit invloed kan hebben op de betrouwbaarheid.

Dit kan mogelijk opgelost worden door longitudinaal onderzoek met drie meetmomenten uit te voeren. Afgezien van de schaarste in causale studies naar FoMO en social media engagement, zou het tevens meer duidelijkheid creëren in de verhouding tussen social media engagement, FoMO en welzijn.

Daarnaast kan, om subjectiviteit en bias te voorkomen, vervolgonderzoek meer gebruik maken van objectieve meetinstrumenten om social media engagement te meten. Brown en Kuss (2020) initieerden reeds deze methode. Middels een applicatie die de schermtijd van een smartphone meet, kan er feitelijk vastgesteld worden hoeveel tijd er aan sociale media wordt gespendeerd.

Door ons in huidig onderzoek niet alleen te beperken tot het begrip social media engagement, maar door ook vergelijkbare constructen als (smartphone) gebruiksfrequentie, (excessief) sociale mediagebruik en problematisch smartphonegebruik als onderdeel van social media engagement op te nemen, kon er een completer beeld geschetst worden van het verband tussen deze variabelen en FoMO. Het kan gezien worden als een samenvatting van overeenkomstige, maar losstaande bevindingen.

Bovendien kunnen de resultaten van ons onderzoek in de praktijk bijdragen aan een beter bewustzijn van sociale mediagebruik en de consequenties hiervan. Door social media engagement te verlagen kan mogelijk de cyclus tussen een verhoogde mate van FoMO en verlaagd welzijn worden doorbroken. Hierdoor kunnen de negatieve gevolgen van een verminderd welzijn die huidig technologisch tijdperk met zich meebrengt mogelijk gereduceerd worden.

Samenvattend kan gesteld worden dat er een positief verband is tussen social media engagement en FoMO, waarbij welzijn negatief verband houdt met zowel FoMO als social media engagement. We onderzochten dit middels een literatuurstudie van 18 artikelen, waar in 89% correlatieonderzoek uitgevoerd werd. In de toekomst is er dus meer longitudinaal onderzoek nodig om causaliteit tussen social media engagement, FoMO en welzijn aan te kunnen tonen. Een tweede suggestie voor vervolgonderzoek is dat er gebruik gemaakt wordt van objectieve meetinstrumenten.

Door verschillende zienswijzen en theorieën te combineren, konden de verbanden vanuit verschillende invalshoeken bekeken worden om zo de validiteit te vergroten. Daarnaast biedt het introduceren van social media engagement als paraplueterm van vergelijkbare constructen meer eenduidigheid in het onderzoeksveld. Een beter bewustzijn van de consequenties van social media engagement en de daaraan gebonden FoMO en welzijn kan tevens nuttig zijn, met de heropening van het sociale leven in het vooruitzicht.

7. Referentielijst

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33-44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 11–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Alt, D. (2017). Students' social media engagement and fear of missing out (FoMO) in a diverse classroom. *Journal of Computers in Higher Education*, 29, 388–410. <https://doi.org/10.1007/s12528-017-9149-x>
- Archambault, I., Janosz, M., Morizot, J., & Pagani, L. (2009). Adolescent behavioral, affective, and cognitive engagement in school: Relationship to dropout. *Journal of School Health*, 79(9), 408-415. <https://doi.org/10.1111/j.1746-1561.2009.00428.x>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don't want to miss a thing”: Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Bevan, J. L., Pfyl, J., & Barclay, B. (2012). Negative emotional and cognitive responses to being unfriended on Facebook: An exploratory study. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1458-1464. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.008>
- Brandtzæg, P. B. (2012). Social networking sites: Their users and social implications—A longitudinal study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4), 467-488. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01580.x>
- Brown, L., & Kuss, D. J. (2020). Fear of missing out, mental wellbeing, and social connectedness: a seven-day social media abstinence trial. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4566. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124566>
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. (2017). Motivators of online

- vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Postgraduate Medical Journal*, 85, 455–459. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753613>
- Butzer, B., & Kuiper, N.A. (2006) Relationships between the frequency of social comparisons and self-concept clarity, intolerance of uncertainty, anxiety, and depression. *Personality and Individual Differences* 41(1), 167–176. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.12.017>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Coskun, S., & Muslu, G. K. (2019). Investigation of problematic mobile phones use and fear of missing out (FoMO) level in adolescents. *Community Mental Health Journal*, 55(6), 1004-1014. <https://doi.org/10.1007/s10597-019-00422-8>
- Dessart, L. (2017). Social media engagement: a model of antecedents and relational outcomes. *Journal of Marketing Management*, 33(5-6), 375-399. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2017.1302975>
- Di Gangi, P. M., & Wasko, M. M. (2016). Social media engagement theory: Exploring the influence of user engagement on social media usage. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 28(2), 53-73. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.2016040104>
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73. <https://doi.org/10.1016/j.explore.2013.12.008>
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychology and Personality Science*, 4(5), 579–586. <https://doi.org/10.1177/1948550612469233>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509-516. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M., Alafnan, A. A., Aldraiweesh, A. A., & Hall, B. J. (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social

- engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>
- Elhai, J. D., Yang, H., Fang, J., Bai, X., & Hall, B. J. (2020). Depression and anxiety symptoms are related to problematic smartphone use severity in Chinese young adults: Fear of missing out as a mediator. *Addictive Behaviors*, 101, 105962. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.04.020>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.10836101.2007.00367.x>
- Fear of missing out. (z.d.). In *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Fear_of_missing_out
- Gioia, F., Fioravanti, G., Casale, S., & Boursier, V. (2021). The effects of the fear of missing out on people’s social networking sites use during the COVID-19 pandemic: the mediating role of online relational closeness and individuals’ online communication attitude. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.620442>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Lee, S.Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites? The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>
- Liu, C., & Ma, J. (2018). Social support through online social networking sites and addiction among college students: The mediating roles of fear of missing out and problematic smartphone use. *Current Psychology*, 39, 1892-1899. <https://doi.org/10.1007/S12144018-0075-55>
- Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351–354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Kelders, S. M. (2019). Design for engagement of online positive psychology interventions. In van Zyl, L., Rothmann, S. (Eds.), *Positive Psychological Intervention Design and*

- Protocols for Multi-Cultural Contexts* (pp. 297-313). https://doi.org/10.100/978-3-030-20020-6_13
- Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C., ... & Kim, D. J. (2013). Development and validation of a smartphone addiction scale (SAS). *PloS one*, 8(2), e56936. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0056936>
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2007). A familiar face (book): Profile elements as signals in an online social network. *In CHI 2007 Proceedings*. ACM. <https://doi.org/10.1145/1240624.1240695>
- McGinnis, P. J. (2004, May 10). Social theory at HBS: McGinnis' two Fos. *The Harbus*. <https://harbus.org/2004/social-theory-at-hbs-2749/>.
- Metin-Orta, I. (2020). Fear of missing out, internet addiction and their relationship to psychological symptoms. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 7(1), 67-73. <https://doi.org/10.15805/addicta.2020.7.1.0070>
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725-737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of adolescence*, 55, 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., & James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults. *Computers in Human Behavior*, 69, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Ray, S., Kim, S. S., & Morris, J. G. (2014). The central role of engagement in online communities. *Information Systems Research*, 25(3), 528-546. <https://doi.org/10.1287/isre.2014.0525>
- Reer, F., Tang, W. Y., & Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing

- out. *New Media & Society*, 21(7), 1486-1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human Computer Interaction*, 36(4), 386-392. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Santor, D. A., Messervey, D., & Kusumakar, V. (2000). Measuring peer pressure, popularity, and conformity in adolescent boys and girls: Predicting school performance, sexual attitudes, and substance abuse. *Journal of Youth and Adolescence*, 29(2), 163-182. <https://doi.org/10.1023/A:1005152515264>
- Schaufeli, W. B. (2013). What is engagement. *Employee Engagement in Theory and Practice*, 15, 321. *Google Books*. Keystroke. [https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=dU7hAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=Schaufeli,+W.+B.+\(2013\).+What+is+engagement.%E2%80%AFEmployee+Engagement+in+Theory+and++Practice,%E2%80%AF15,+321&ots=bK_qj6ok2&sig=um57wZXNcZ2uJrOfb0hHLvJ8yE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=dU7hAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=Schaufeli,+W.+B.+(2013).+What+is+engagement.%E2%80%AFEmployee+Engagement+in+Theory+and++Practice,%E2%80%AF15,+321&ots=bK_qj6ok2&sig=um57wZXNcZ2uJrOfb0hHLvJ8yE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534-540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>
- Swar, B., & Hameed, T. (2017, February). Fear of missing out, social media engagement, smartphone addiction and distraction: Moderating role of self-help mobile apps-based interventions in the youth. In *International Conference on Health Informatics* (Vol. 6, pp. 139-146). SCITEPRESS.
- Tafesse, W., & Wien, A. (2018). Using message strategy to drive consumer behavioral engagement on social media. *Journal of Consumer Marketing*, 35(3), 241-253. <https://doi.org/10.1108/JCM-08-2016-1905>
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782-821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its

outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256.

<https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>

Wolniewicz, C. A., Tiamiyu, M. F., Weeks, J. W., & Elhai, J. D. (2018). Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618-623.

<https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.09.058>

8. Appendix: Bijlage A

De 10-item versie van de Fear of Missing Out scale (Przybylski et al., 2013).¹

1. Ik ben bang dat anderen meer belonende ervaringen hebben dan ik
2. Ik ben bang dat mijn vrienden meer belonende ervaringen hebben dan ik
3. Ik maak me zorgen wanneer ik erachter kom dat mijn vrienden plezier hebben zonder mij.
4. Ik word angstig wanneer ik niet weet wat mijn vrienden aan het doen zijn.
5. Het is belangrijk dat ik de “grappen” van mijn vrienden begrijp
6. Soms vraag ik me af of ik te veel tijd besteed aan het bijhouden van wat er gaande is.
7. Het stoort me als ik een kans mis om af te spreken met vrienden.
8. Als ik het naar mijn zin heb, is het voor mij belangrijk dat ik de details online deel (bijv. status updaten)
9. Wanneer ik een geplande samenkomst mis, stoor ik mij daaraan.
10. Als ik op vakantie ga, blijf ik in de gaten houden wat mijn vrienden doen.

¹ Om de leidende taal van huidig onderzoek aan te houden, zijn de items van het Engels naar het Nederlands vertaald. Er dient echter rekening gehouden te worden met het feit dat een volledig overeenkomstige vertaling niet mogelijk is, wat mogelijk invloed kan hebben op de betekenis van de items.

9. Appendix: Bijlage B

Tabel 1

Overzicht van onderzoeken omtrent HI

#	Auteur(s)	Jaartal	N	Steekproef	Methode	Focusgebied
1	Brandtzæg	2020	2000	Noorwegen	Online vragenlijst (longitudinaal)	Verschil tussen (niet)-SM-gebruikers m.b.t. sociaal kapitaal en eenzaamheid
2	Brown & Kuss	2020	61	Verenigd Koninkrijk	Online vragenlijst (binnen- proefpersoon)	FoMO, mentaal welzijn en sociale verbondenheid na 7- daagse SM onthouding
3	Elhai et al.	2020	1034	China	Online vragenlijst (SEM – cross- sectioneel)	Relatie tussen depressie & angst en PSU: FoMO als mediator
4	Oberst et al.	2017	1468	Zuid- Amerika	Online vragenlijst (SEM – cross- sectioneel)	Negatieve consequenties van SM-gebruik: FoMO als mediator
5	Elhai et al.	2016	308	Noord- Amerika	Online vragenlijst (cross-sectioneel)	FoMO in relatie met
6	Reer et al.	2019	1865	Duitsland	Online vragenlijst (cross-sectioneel)	Psychosociaal welzijn en SME: mediërende rol van SCO en FoMO.
7	Buglass et al.	2017	506	Verenigd Koninkrijk	Online vragenlijst (cross-sectioneel)	Relatie tussen SNS- gebruik, FoMO en online kwetsbaarheid

8	Swar & Hameed	2017	284	Verschillende landen	Online vragenlijst (SEM)	FoMO, SME, smartphone-verslaving en -afleiding: modererende rol van zelfhulp-apps
---	---------------	------	-----	----------------------	--------------------------	---

Noot. SME = social media engagement, SCO = social comparison orientation, SM = sociale media, SEM = structural equation modeling, PSU = problematisch smartphonegebruik, SNS = sociale netwerksite

Tabel 2

Overzicht van onderzoeken omtrent H2

#	Auteur(s)	Jaartal	N	Steekproef	Methode	Focusgebied
9	Przybylski et al.	2013	2079	Verenigd Koninkrijk	Online vragenlijst	Relatie van FoMO met behoeftebevrediging en welzijn
8	Swar & Hameed	2017	284	Verschillende landen	Online vragenlijst (SEM)	FoMO, SME, smartphone-verslaving en -afleiding: modererende rol van zelfhulp-apps
10	Milyavskaya et al.	2018	159	Verenigde Staten	Online vragenlijst (longitudinaal: within-subject)	Prevalentie, dynamica en consequenties van FoMO
11	Metin-Orta	2020	322	Turkije	Vragenlijst (cross-sectioneel)	Relatie tussen FoMO, internetverslaving en psychologische symptomen

12	Roberts & David	2019	458	Verenigde Staten	Online vragenlijst (cross-sectioneel)	Rol van FoMO in SM-gebruik, gevoel van verbondenheid en psychologisch welzijn
----	-----------------	------	-----	------------------	---------------------------------------	---

Noot. SM = sociale media

Tabel 3

Overzicht van onderzoeken omtrent H3

#	Auteur(s)	Jaartal	N	Steekproef	Methode	Focusgebied
7	Buglass et al.	2017	506	Verenigd Koninkrijk	Online vragenlijst (cross-sectioneel)	Relatie tussen SNS-gebruik, FoMO en online kwetsbaarheid
13	Coskun & Muslu	2019	1630	Turkije	Vragenlijst	PSG en FoMO ontwikkeling in SM
10	Milyavskaya et al.	2018	159	Verenigde Staten	Online vragenlijst (longitudinaal: within-subject)	Prevalentie, dynamica en consequenties van FoMO
14	Beyens et al.	2016	402	België	Vragenlijst (SEM - cross-sectioneel)	Relatie van FoMO met Facebookgebruik
15	Liu & Ma	2018	465	China	Vragenlijst	Mediërende rollen van FoMO en PSG
6	Reer et al.	2019	1865	Duitsland	Online vragenlijst (cross-sectioneel)	Psychosociaal welzijn en SME: mediërende rol

						van SCO en FoMO.
16	Abel et al.	2016	202	Onbekend	Online vragenlijst (PCA)	FoMO schaalcreatie & - validatie
17	Wolniewicz et al.	2018	296	Verenigde Staten	Online vragenlijst (cross-sectioneel)	PSG en relatie met (o.a.) FoMO
18	Gioia et al.	2021	487	Italië	Online vragenlijst	FoMO en SNS- gebruik tijdens COVID-19

Noot. SNS = sociale netwerksites, PSG = problematisch smartphonegebruik, SM = sociale media, PCA = principal components analysis