

# ŠKÁLA FEAR OF MISSING OUT V KONTEXTU SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

Eliška Márová, Šimon Dohnal, Patrik Pechar

## Fear of Missing Out

*Fear of Missing Out* je fenomén volně překládaný do češtiny jako strach z toho, že něco zmeškáme. V odborné i jiné literatuře jej můžeme najít pod zkratkou FoMO, kterou díky její zaužívanosti budeme používat i v naší práci.

Herman (2011) definoval FoMO jako „*Výsledek kognitivního a emocionálního procesu hodnocení schopnosti člověka využít nabízející se příležitost. Jedná se o prožívaný postoj strachu z nevyužití nabízejících se možností a ztrátou očekávané radosti, která se s nimi pojí*“. Jedná se tedy o stav, kdy máme strach, že zmeškáme něco důležitého, například akci u které by nás mrzelo, že jsme tam nebyli, ale také o strach, že nebudeme plně informováni o všem co se okolo nás děje (Hedepy, c2024). Jak uvádí Przybylski (2013) tak, by se dalo i říci že se jedná o potřebu zůstat neustále informován o tom, co dělají ostatní, jelikož jsme přesvědčeni, že ostatní lidé zažívají zajímavější věci, o které my sami přicházíme. Snadno si tedy můžeme FoMO zařadit pod určitý druh sociální úzkosti, která nám vyplývá z pocitu psychické oddálenosti od druhých lidí (Lai et al., 2016).

Ryan a Deci (2017) přišli se sebe-determinující teorií lidské motivace, ve které uvádějí tři základní potřeby jejichž uspokojováním dosahujeme psychické regulace a podpory psychického zdraví. Jedná se o potřebu kompetence (*competence*), autonomie (*autonomy*) a vztahové souvislosti (*relatedness*). Pod kompetencí si představují určitou schopnost se účinně přizpůsobit světu, autonomie vykládají jako schopnost daného člověka jednat a poslední je potřeba udržovat a prožívat blízkost s druhými lidmi. Dle této teorie za vznik FoMO je zodpovědný situační nebo chronický deficit těchto tří potřeb.

Ze studie z roku 2020 Holteho a Ferrara vyplývá, že FoMO silně koreluje s nadměrným a problematickým užíváním sociálních sítí. Je uváděno, že strach, který v nás vyvolává pocit toho, že o něco můžeme přijít nás nutí být neustále online a ve spojení o okolním světem, abychom si udrželi přehled o tom, kde kdo je a co dělá. Sami z tohoto můžeme už cítit, že se tento postoj může jednoduše vymknout kontrole a v kombinaci s možnostmi připojení, které máme, může vést až k potenciálně patologickému stavu. Dle výzkumu agentury JWT se

syndrom FoMO týká převážně věkové kategorie od 18 do 33 let (Worldwide, 2011). Tento syndrom zažilo více než polovina (56 %) všech uživatelů sociálních sítí. Čemuž se nemůžeme divit, když zvážíme i fakt, že 27 % lidí první, co udělají po probuzení je otevření sociálních sítí (Murphy, 2013). Nejčastější typy příspěvků, které FoMO u mileniálů spouštějí se týkají cestování (59 %), společenské akce a události (56 %) a jídlo (29 %) (Kolm, 2015).

Nemusí jít ale pouze o spojitost se sociálními sítěmi, ale také o neustálé projíždění zpravodajství, aby nám neunikla nějaká důležitá informace, a to ať ze světa, sportu nebo i třeba showbusinessu. Dalším podnětem, který může vést ke vzniku FoMO jsou také akce s přáteli, kdy se začneme bát abychom nějakou co by mohla stát za to nepromeškali. Tak jsme schopni chodit na akce, na které se nám ve skutečnosti nechce ale i tak tam jdeme, abychom náhodou o něco nepřišli, což nám samo o sobě může způsobovat stres a nepohodu. „*Poznávacím znakem FOMO je strach, který vás nutí jít proti sobě. Proti svým vlastním potřebám a momentální náladě. Ztrácíme tak kontakt sami se sebou a s přítomným okamžikem. Přichází neklid, stres a úzkost*“ (Hedepy, c2024).

## Tvorba položek

Pro náš projekt jsme zvolili inventář, který se sestával celkem ze 14 položek. Tyto položky byly částečně inspirovány výzkumem Zhang et al (2020). Při tvorbě položek jsme zohledňovali tyto oblasti:

- a. Vztahová souvislost
- b. Potřeba zůstat neustále informován (kompulzivní chování)
- c. Četnost užívání sociálních sítí

Do oblasti vztahové souvislosti jsme zařadili položky č. 1., 2., 3., 4., 6., 7., 8., 9., do kompulzivního chování položky č. 5., 9., 10., a do četnosti užívání sociálních sítí položky č. 11., 12., 13., 14.

Tvrzení v našem inventáři jsou formulována jako oznamovací věty v prvním pádě. Při odpovídání měl participant na výběr z 5 možností od rozhodně nesouhlasím po rozhodně souhlasím. Díky tomu se jednalo o škálu Likertova typu.

- |   |   |                      |
|---|---|----------------------|
| 1 | - | Rozhodně nesouhlasím |
| 2 | - | Spíše nesouhlasím    |
| 3 | - | Nevím                |

- 4 - Spíše souhlasím  
5 - Rozhodně souhlasím

### **Položky dotazníku:**

1. Jsem smutný/smutná, když na sociálních sítích vidím, že mí kamarádi společně něco podnikli/někde byli a já jsem tam nebyl/a.
2. Když na sociálních sítích vidím, že jsou mí kamarádi někde beze mě, pociťuji nějaké tělesné změny (bolest zad, svalů a kloubů, tlukot srdce, zrychlení dechu, třes, pocení, tenze, ...).
3. Žárlím, když skrze sociální sítě vidím své přátele se dobře bavit.
4. Mrzí mě, když na sociálních sítích vidím, že můj kamarád někde byl ale já ne.
5. Během dne se často dívám na příběhy svých přátel.
6. Často využívám sociální sítě ke kontaktu se svými přáteli.
7. Sleduji na sociálních sítích, kterých akcí se účastní mí přátelé.
8. Když se mi na nějakou akci nechce, ale na sociálních sítích vidím, že mí přátelé se zúčastní, cítím nutkání jít taky.
9. Často kontrolojuji, jestli mi nepřišlo nějaké upozornění na telefonu.
10. Stává se mi, že mám pocit, že mi přišlo nějaké upozornění na telefon, ale při jeho kontrole žádné nevidím.
11. Když jsem bez internetu, mám nepříjemný pocit.
12. Trávím na sociálních sítích víc času, než bych chtěl.
13. Před spaním obvykle trávím čas na sociálních sítích.
14. Ihned po probuzení obvykle koukám na sociální sítě.

### **Výzkumný a standardizační soubor**

Pro náš test jsme zvolili jedinou podmínku, a to že respondent musí používat sociální sítě, jinak náš test nebyl limitován. Administrovali jsme jej zejména v internetovém prostředí prostřednictvím Instagramu a Facebooku. Dále se k němu mohli respondenti dostat prostřednictvím automatického přesměrování z jiných testů tvořených našimi spolužáky či na naši osobní žádost o vyplnění testu. Dle Ferjenčíka (2000), šlo tedy o nenáhodný příležitostný výběr respondentů. V tomto typu výběru jde o využití nejdostupnější části zkoumané populace. Vyplnění testu bylo anonymní a založené na bázi dobrovolnosti.

Test vyplnilo celkem 392 respondentů. Opakovaně test vyplnilo 24 respondentů. Při bližším zkoumání dat, jsme nevyřadili z testování žádného z respondentů.

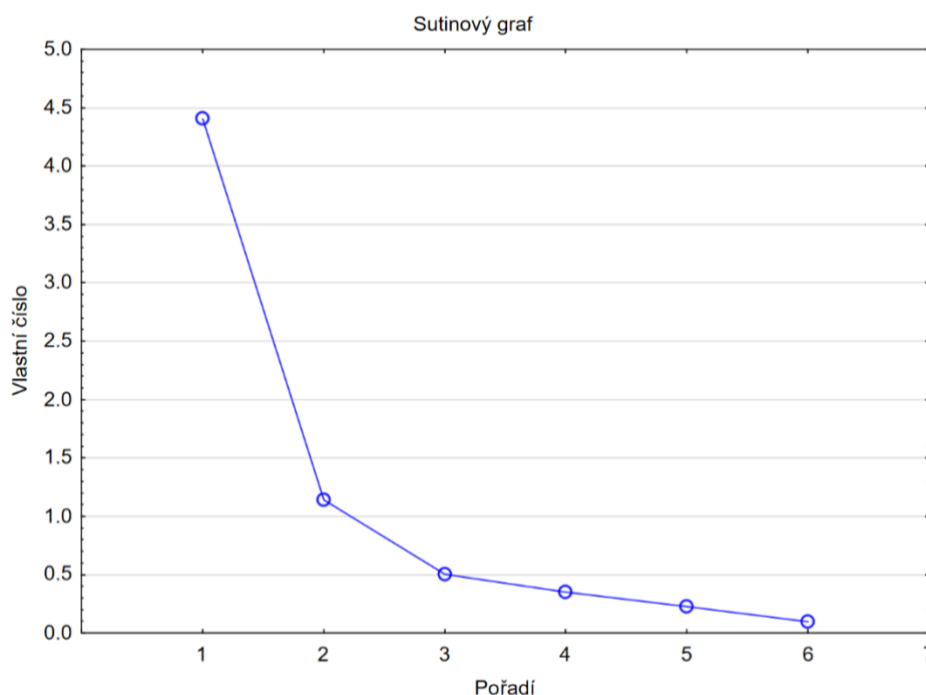
Při prvním testování test vyplnilo 108 mužů (28 %) a 284 žen (72 %). Věk respondentů se pohyboval od 16 do 84 let. Průměrný věk respondenta při prvním vyplnění byl 29,86 let a medián 25 let se směrodatnou odchylkou 11,12.

Při opakovaném testování test vyplnilo 9 mužů (38 %) a 15 žen (63 %). Věk respondentů se pohyboval od 19 do 40 let. Průměrný věk respondenta při druhém vyplnění byl 26,79 let a medián zůstal na 25 letech se směrodatnou odchylkou 5,88.

## Faktorová struktura inventáře a výběr funkčních položek

Pro výpočet byla použita metoda hlavní osy. Ze sutinového grafu můžeme vidět, že je jeden dominantní faktor. V případě, že bychom použili pravidlo vlastního čísla většího než 1, vidíme existenci dvou faktorů.

**Graf 1: Sutinový graf pro 14 položek**



## Faktorová analýza

Pro interpretaci výsledků se nám jako nejvhodnější jevil dvoufaktorový model spolu za užití normalizované rotace VARIMAX. První faktor jsme nazvali „Vztahová souvislost“. Tento faktor je nejvíce sycený položkou č. 4, ale také můžeme vidět velmi vysoké sycení položkami

č. 3 a 1. Druhý faktor jsme nazvali „Četnost užívání sociálních sítí“ a můžeme si všimnout, že jevíce je sycen položkou č. 13 a poté položkami č. 12 a 14.

Tímto dvou faktorovým řešením můžeme celkem vysvětlit 39,66% variability. Prvním faktorem jsme schopni vysvětlit 19,96 % variability a druhým faktorem 19,70% variability.

**Tabulka 1: Faktorové náboje EFA z 14 položek**

Položka	Faktor 1	Faktor 2	Komunalita	Položka
1	0.7042	0.2422	55%	Jsem smutný, když na sociálních sítích vidím, že mí kamarádi společně něco podnikli/někde byli a já jsem tam nebyl.
2	0.5856	0.1489	37%	Když na sociálních sítích vidím, že jsou mí kamarádi někde beze mě, pociťuji nějaké tělesné změny.
3	0.7481	0.2156	61%	Žárlím, když skrze sociální sítě vidím své přátele se dobře bavit.
4	0.7914	0.1205	64%	Mrzí mě, když na sociálních sítích vidím, že můj kamarád někde byl ale já ne.
5	0.3180	0.5188	37%	Během dne se často dívám na příběhy svých přátel.
6	0.2032	0.5619	36%	Často využívám sociální sítě ke kontaktu se svými přáteli.
7	0.3033	0.3550	22%	Sleduji na sociálních sítích, kterých akcí se účastní mí přátelé.
8	0.5457	0.3187	40%	Když se mi na nějakou akci nechce, ale na sociálních sítích vidím, že mí přátelé se zúčastní, cítím nutkání jít taky.
9	0.2825	0.5409	37%	Často kontroluji, jestli mi nepřišlo nějaké upozornění na telefonu.
10	0.3162	0.4083	27%	Stává se mi, že mám pocit, že mi přišlo nějaké upozornění na telefon, ale při jeho kontrole žádné nevidím.
11	0.0808	0.3216	11%	Když jsem bez internetu, mám nepříjemný pocit.
12	0.1443	0.6264	41%	Trávím na sociálních sítích víc času, než bych chtěl.
13	0.1407	0.6882	49%	Před spaním obvykle trávím čas na sociálních sítích.
14	0.1038	0.6126	39%	Ihned po probuzení obvykle koukám na sociální sítě.

## Testové škály výpočet hrubého skóru

Na základě sutinového grafu a faktorové analýzy jsme do našeho inventáře zařadili dvě subškály. Subškála č. 1 se týká „Vztahových souvislostí“ a dle převažujícího faktorového náboje jsme do ní zařadili 5 položek. Do subškály č. 2 „Četnost užívání sociálních sítí“ jsme podle převažujícího faktorového náboje celkem zařadili 7 položek. Kvůli sycení oběma faktory, jsme ze subškál vyřadili položky č. 7 a 10.

**Tabulka 2: Subškály jejich popis a položky inventáře**

Subškála	Popis subškály
Vztahová souvislost	Subškála č. 1 se vztahuje k užívání sociálních sítí spojených s blízkými vztahy. Zaměřuje se na emoce, tělesné změny a chování v souvislosti s vnímáním svých blízkých vztahů přes sociální sítě.
Položka	Zahrnuje položky zahrnuté díky faktorové zátěži do subškály č. 1
1	<i>Jsem smutný, když na sociálních sítích vidím, že mi kamarádi společně něco podnikli/někde byli a já jsem tam nebyl.</i>
2	<i>Když na sociálních sítích vidím, že jsou mi kamarádi někde beze mě, pociťuji nějaké tělesné změny.</i>
3	<i>Žárlím, když skrze sociální sítě vidím své přátele se dobře bavit.</i>
4	<i>Mrzí mě, když na sociálních sítích vidím, že můj kamarád někde byl ale já ne.</i>
8	<i>Když se mi na nějakou akci nechce, ale na sociálních sítích vidím, že mi přátelé se zúčastní, cítím nutkání jít taky.</i>
Četnost užívání sociálních sítí	Subškála č. 2 se vztahuje k četnosti, míře a času užívání sociálních sítí.
Položka	Zahrnuje položky zahrnuté díky faktorové zátěži do subškály č. 2
5	<i>Během dne se často dívám na příběhy svých přátel.</i>
6	<i>Často využívám sociální sítě ke kontaktu se svými přáteli.</i>
9	<i>Často kontroluji, jestli mi nepřišlo nějaké upozornění na telefonu.</i>
11	<i>Když jsem bez internetu, mám nepříjemný pocit.</i>
12	<i>Trávím na sociálních sítích víc času, než bych chtěl.</i>
13	<i>Před spaním obvykle trávím čas na sociálních sítích.</i>
14	<i>Ihned po probuzení obvykle koukám na sociální sítě.</i>

Hrubý skór se počítá součtem bodů dle respondentových odpovědí na položky inventáře. Počet bodů se pohybuje od 1 („rozhodně nesouhlasím“) do 5 („rozhodně souhlasím“) za položku. Celkem

tedy může respondent v subškále č.1 získat 5 až 25 bodů a v subškále č. 2 může získat 7 až 35 bodů. Celkem za obě subškály získá body v rozmezí 12 až 60.

## Důkazy o reliabilitě metody

### Vnitřní konzistence a split-half reliabilita

Pro zjištění reliability jednotlivých subškál i celkové škály jsme použili Cronbachův koeficient alfa. Vnitřní konzistence celkové škály dosahuje hodnoty 0,86. Vnitřní konzistence subškály *Vztahová souvislost* dosahuje hodnoty 0,83 a vnitřní konzistence subškály *Četnost užívání sociálních sítí* dosahuje hodnoty 0,78. Split-half reliabilita celého testu pak dosahovala hodnoty 0,90 (podrobněji pak v tabulce 4).

Z dat v tabulce 3 si pak můžeme všimnout, že korelační koeficienty položek se zbytkem testu většinou značí středně silnou korelaci (až na položku 11). Stejně tak jsou korelační koeficienty mezi položkou a zbytkem subškály většinou opět v pásmu středně silné korelace (znovu s výjimkou položky 11). Tyto korelační koeficienty značí dobrou kvalitu položek, až na položku 11, která se, vzhledem ke svému nižšímu korelačnímu koeficientu, zdá nižší kvality.

**Tabulka 3: Popisné charakteristiky jednotlivých položek**

	Položka	Průměr	Sm. odchyl.	Šikmost	R (celek)	R (subškála)
Vztahová souvislost	1	3,168	1,314	-0,307	0,581	0,678
	2	1,832	1,071	1,230	0,464	0,565
	3	2,515	1,267	0,386	0,593	0,697
	4	2,482	1,267	0,370	0,544	0,701
	8	2,508	1,243	0,308	0,563	0,537
Četnost užívání sociálních sítí	5	3,069	1,364	-0,228	0,553	0,483
	6	3,883	1,206	-1,057	0,506	0,492
	9	3,219	1,345	-0,253	0,564	0,525
	11	2,526	1,277	0,417	0,270	0,309
	12	3,630	1,242	-0,775	0,506	0,565
	13	3,543	1,242	-0,748	0,539	0,607
Syceny oběma subškálami	14	3,133	1,329	-0,245	0,469	0,540
	7	2,740	1,290	0,240	0,430	-
	10	2,709	1,360	0,244	0,477	-

Pozn.: Sloupec R (celek) značí korelační koeficient položky a součtu zbývajících 13 položek. Sloupec R (subškála) pak značí korelační koeficient položky a součtu zbývajících položek dané subškály.

## Stabilita v čase

Respondenti byli požádáni, aby vyplnili test po čase ještě jednou. Na naši výzvu zareagovalo 24 respondentů, z toho 9 mužů a 15 žen. Časový odstup administrace se pohyboval mezi 8 a 17 dny, medián 9 dnů. Nalezené hodnoty test-retest reliability obsahuje tabulka 4.

**Tabulka 4: Vnitřní konzistence, stabilita v čase a další deskriptivní statistiky škál inventáře**

škála	počet pol.	průměr	směrodatná odchylka	šikmost	stabilita v čase	vnitřní konzistence	chyba měření
vztahová souvislost	5	12,505	4,788	0,243	0,791	0,834	1,951
četnost užívání sociálních sítí	7	23,003	5,902	-0,527	0,812	0,778	2,781
celkový skór	14	40,959	10,541	-0,252	0,905	0,856	3,994

Nalezená stabilita v čase je u všech subškál i u celkové škály velmi uspokojivá.

## Důkazy o validitě metody

### Kriteriální validita metody

Do naší škály jsme přidali nepovinnou položku, která sloužila jako validační kritérium a instruovala k napsání odhadovaného počtu hodin, které respondent denně stráví na sociálních sítích. Předpokládáme, že respondenti s vyšším počtem hodin zároveň dosáhnou vyššího celkového skóru v naší škále.

Celkem na validační kritérium odpovědělo 299 respondentů z celkových 392. Data bylo potřeba převést do čistě číselné podoby, jelikož v několika případech došlo k dopsání slova „hodin“ nebo byla číselná hodnota napsána slovně.

Po kontrole rozložení dat jsme k testování zvolili Pearsonův korelační koeficient, pomocí kterého jsme ověřovali vztah mezi validačním kritériem, celkovým skórem naší škály a jednotlivými subškálami. V prvním případě (tedy vztahu s celkovým skórem) se nám dostalo více než uspokojivých výsledků ( $r = 0.432$ ;  $p < 0.001$ ), které značí středně silnou pozitivní korelaci, která je statisticky vysoce signifikantní.



V případě subškály „Vztahová souvislost“ můžeme potvrdit slabou, avšak vysoce signifikantní korelaci mezi oběma proměnnými ( $r = 0.27$ ;  $p < 0.001$ ).

V posledním případě, a tedy při operaci se škálou „Četnost užívání sociálních sítí (kompulzivní chování)“ statistický test opět potvrdil středně silnou korelaci, která je vysoce statisticky významná ( $r = 0.472$ ;  $p < 0.001$ ).

## Faktorová validita

V naší škále používáme k měření FoMo dvě škály, jimiž jsou „Vztahová souvislost“ a „Četnost užívání sociálních sítí“. Toto rozdělení by se v ideálním případě mělo odrážet i ve faktorových nábojích položek, které jsme zjistili pomocí dvou faktorového řešení s rotací VARIMAX a Kaiserovou normalizací. Výsledky tohoto testování můžete nalézt v tabulce 5.

**Tabulka 5: Faktorové zátěže**

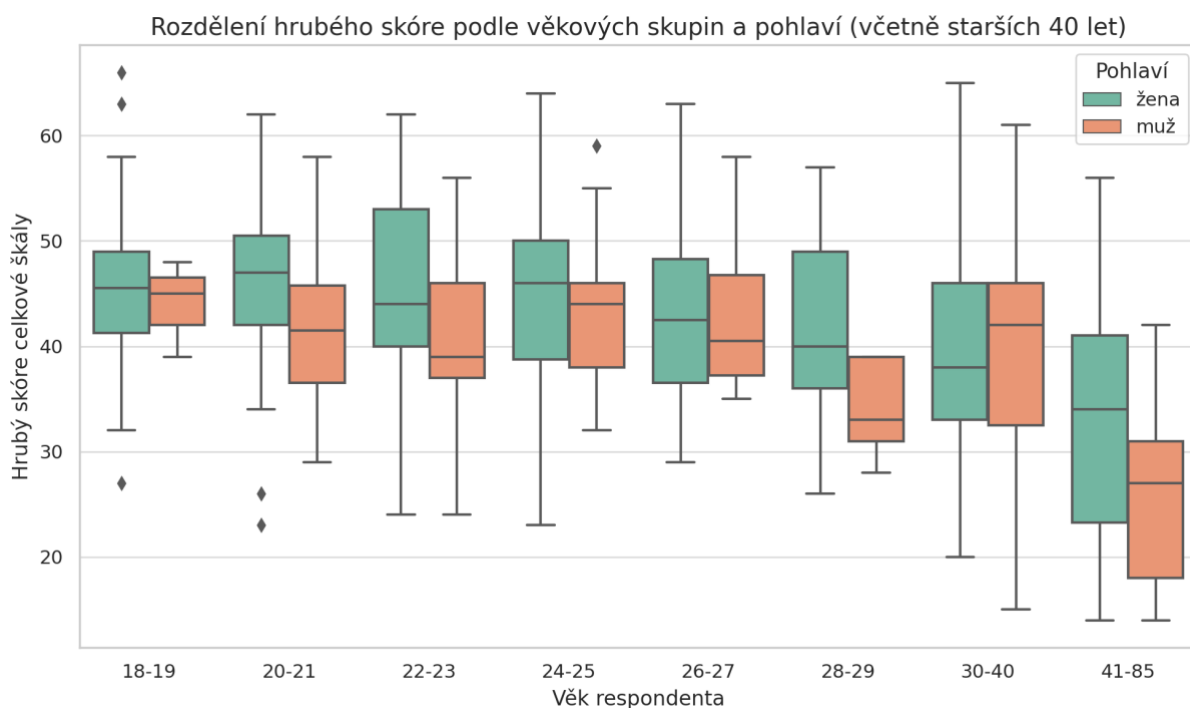
Položka	Vztahová souvislost	Četnost užívání sociálních sítí
1	<b>0,784</b>	0,197
2	<b>0,706</b>	0,077
3	<b>0.804</b>	0,145
4	<b>0,848</b>	0,077
5	0,355	<b>0,531</b>
6	0,215	<b>0,600</b>
8	<b>0,638</b>	0,261
9	0,297	<b>0,573</b>
11	0,058	<b>0,447</b>
12	0,151	<b>0,721</b>
13	0,161	<b>0,766</b>
14	0,098	<b>0,721</b>
Celková variabilita	27 %	25 %

Výsledky faktorové analýzy značně kopírují náš záměr. Náboj položek odpovídá očekávání dle daných subškál. Komunalita téměř všech položek se drží v pásmu 37-64 % s výjimkou položky 11, která vykazuje pouze 14 % a i její náboj na škálu *Četnosti užívání sociálních sítí* je spíše slabší (0,447). Položky 1, 2, 3, 4, 12, 13 a 14 mají naopak náboje nejsilnější.

## Orientační normy

Z grafu 2, který je přiložen níže, je patrné, že muži a ženy dosahovali v různých věkových kategoriích rozdílných výsledků v celkovém skóru naší škály. Proto jsme se rozhodli při tvorbě norem zohlednit pohlaví respondentů.

**Graf 2: Hrubé skóry u mužů a žen různého věku**



Při tvorbě norem jsme použili nelineární transformaci, kdy jsme převedli hodnoty hrubého skóru zvlášť u mužů a žen na percentil a následně s pomocí kvantilu normálního rozdělení na Z-skór, který jsme finálně upravili do podoby staninu, jelikož se jeví jako ideální forma komunikace výsledků. Všechny normy jsou k nalezení v tabulkách 6, 7, 8 a 9.

**Tabulka 6: Normy pro ženy, škála Vztahová souvislost**

<b>Celkový počet bodů</b>	<b>Percentil</b>	<b>Z-skór</b>	<b>Stanin</b>
5	0,002	-2,8781617	1
6	0,074	-1,4466321	2
7	0,135	-1,1030626	3
8	0,185	-0,8964734	3
9	0,242	-0,6998836	4
10	0,322	-0,4621134	4
11	0,375	-0,3186394	4
12	0,43	-0,1763742	5
13	0,5	0	5
14	0,582	0,20701262	5
15	0,657	0,40428929	6
16	0,722	0,58879321	6
17	0,776	0,75875354	7
18	0,837	0,9822027	7
19	0,879	1,17000241	7
20	0,916	1,37865873	8
21	0,948	1,62576339	8
22	0,964	1,79911811	9
23	0,983	2,12007169	9
24	0,989	2,29036788	9
25	0,991	2,36561813	9

**Tabulka 7: Normy pro ženy, škála Četnost užívání soc. sítí**

<b>Celkový počet bodů</b>	<b>Percentil</b>	<b>Z-skór</b>	<b>Stanin</b>
7	0,002	-2,8781617	1
8	0,012	-2,2571292	1
9	0,025	-1,959964	1
10	0,033	-1,8384237	1
11	0,039	-1,7624103	1
12	0,054	-1,6072479	2
13	0,062	-1,5381989	2
14	0,074	-1,4466321	2
15	0,096	-1,3046854	2
16	0,12	-1,1749868	3
17	0,142	-1,0713769	3
18	0,183	-0,9039913	3
19	0,224	-0,7587535	3
20	0,269	-0,6158402	4
21	0,326	-0,4509855	4
22	0,377	-0,3133694	4
23	0,449	-0,1281882	5
24	0,5	0	5
25	0,566	0,16619944	5
26	0,625	0,31863936	6
27	0,693	0,50437199	6
28	0,756	0,69349335	6
29	0,831	0,95812447	7
30	0,878	1,16504692	7
31	0,903	1,29883663	8
32	0,937	1,53006759	8
33	0,971	1,89569792	9
34	0,985	2,17009038	9
35	0,997	2,74778139	9

**Tabulka 8: Normy pro muže, škála Vztahová souvislost**

<b>Celkový počet bodů</b>	<b>Percentil</b>	<b>Z-Skór</b>	<b>Stanin</b>
5	0,002	-2,8781617	1
6	0,074	-1,4466321	2
7	0,138	-1,089349	3
8	0,188	-0,8852904	3
9	0,246	-0,6871313	4
10	0,327	-0,4482123	4
11	0,378	-0,3107377	4
12	0,428	-0,1814683	5
13	0,5	0	5
14	0,585	0,21470157	5
15	0,662	0,41792767	6
16	0,731	0,61584019	6
17	0,787	0,79605512	7
18	0,842	1,00271167	7
19	0,885	1,20035886	7
20	0,919	1,39837662	8
21	0,951	1,6546279	8
22	0,968	1,85217986	9
23	0,982	2,09692743	9
24	0,988	2,25712924	9
25	0,991	2,36561813	9

**Tabulka 9: Normy pro muže, škála Četnost užívání soc. sítí**

<b>Celkový počet bodů</b>	<b>Percentil</b>	<b>Z-Skór</b>	<b>Stanin</b>
7	0,002	-2,8781617	1
8	0,012	-2,2571292	1
9	0,026	-1,9431338	1
10	0,034	-1,8250068	1
11	0,039	-1,7624103	1
12	0,055	-1,5981931	2
13	0,064	-1,5220362	2
14	0,075	-1,4395315	2
15	0,098	-1,293032	2
16	0,123	-1,1601199	3
17	0,147	-1,0493871	3
18	0,189	-0,8815873	3
19	0,235	-0,7224791	4
20	0,28	-0,5828415	4
21	0,335	-0,426148	4
22	0,385	-0,2923749	4
23	0,455	-0,1130385	5
24	0,511	0,02757641	5
25	0,573	0,18401715	5
26	0,633	0,33980949	6
27	0,69	0,49585035	6
28	0,75	0,67448975	6
29	0,829	0,95022094	7
30	0,876	1,15522085	7
31	0,903	1,29883663	8
32	0,937	1,53006759	8
33	0,971	1,89569792	9
34	0,987	2,22621177	9
35	0,996	2,65206981	9

## Zhodnocení metody

Představená škála je rychlým nástrojem pro zhodnocení míry FoMO v kontextu sociálních sítí. Nástroj prokázal solidní výsledky, co se týče obou subškál, celkové skóre však pravděpodobně poslouží jako nejlepší ukazatel.

Z důkazů o validitě jsme našli doklad o kriteriální i faktorové validitě. Škála však rozhodně nepokrývá všechny aspekty vzniku FoMO a pro plný screening by byl potřeba provést výzkum většího kalibru, který by odkryl všechny okolnosti vzniku tohoto fenoménu.

Některé položky by jistě mohly být lépe formulované a mohly by mít ve faktorové analýze větší náboj směrem k subškálám, jiné se ale na druhou stranu povedly naformulovat dobře a dle zjištěných dat fungují v celé škále více než uspokojivě.

## Použitá literatura

Ferjenčík, J. (2000). Úvod do metodologie psychologického výzkumu: jak zkoumat lidskou duši. Portál.

Hedepy: Z FOMO do JOMO: Jak se přestat bát, že vám něco unikne? (c2024). Retrieved October 3, 2024, from <https://hedepy.cz/o-dusevni-pohode/z-fomo-do-jomo-jak-se-prestat-bat-ze-vam-neco-unikne>

Herman, D. (2011). Understanding FoMO.

In . [https://en.wikipedia.org/wiki/Fear\\_of\\_missing\\_out](https://en.wikipedia.org/wiki/Fear_of_missing_out)

Holte, A. J., & Ferraro, F. R. (2020). Anxious, bored, and (maybe) missing out: Evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior*, (112).

JWT Worldwide. (2011). FOMO: JWT explores fear of missing out phenomenon. JWT. <https://www.jwt.com/fomo-report>

Kolm, J. (2015). The impact of FOMO. *Strategy*. <https://strategyonline.ca/2015/03/09/the-impact-of-fomo/>

Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A., & Aceto, P. (2016). Fear of missing out (FOMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue. *Computers in Human Behavior*, 61, 516–521. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.072>

Mao, J., & Zhang, B. (2023). Differential effects of active social media use on general trait and online-specific state-FoMO: Moderating effects of passive social media use. *Psychology Research and Behavior Management*, 1391–1402.

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>

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. New York, NY: Guilford Press.



*Metoda popisovaná v tomto textu není skutečným psychologickým testem! Vznikla v rámci cvičení z psychometrie na KPCH FF UPOL a je pouze didaktickou pomůckou. Jakékoli jiné využití je na vlastní nebezpečí.*

Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619–1634. <https://doi.org/10.1002/mar.21387>