

MODERATORSKI EFEKT IZLAGANJA PODRAŽAJIMA KOJI IZAZIVAJU STRAH OD PROPUŠTANJA NA ODNOS NEUROTICIZMA I STRAHA OD PROPUŠTANJA

Laura Franić, Klara Krečar, Ivana Martišković i Ema Puceković

(lfranic@student.uniri.hr, kkrecar@student.uniri.hr,
imartiskovic@student.uniri.hr, epucekovic@student.uniri.hr)

Studentski nacrt istraživanja

Odsjek za psihologiju, Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci (FFRI)

Rad je nastao u sklopu kolegija: Psihologija ličnosti

Nositelj kolegija/mentor: prof. dr. sc. Igor Kardum i izv. prof. dr. sc. Asmir Gračanin

Veljača, 2025.

Sažetak

Strah od propuštanja (engl. *Fear of Missing Out*, FoMO), definiran kao zabrinutost da drugi doživljavaju nagrađujuća iskustva u kojima pojedinac ne sudjeluje, u prijašnjim je istraživanjima povezan s visokim neuroticizmom te problematičnim korištenjem društvenih mreža. Osim FoMO-a, prekomjerno korištenje društvenih mreža povezano je s visokom razinom neuroticizma. Prijašnja istraživanja ispitivala su medijski efekt FoMO-a na povezanost neuroticizma i problematičnog korištenja društvenih mreža. Cilj je ovog istraživanja ispitati moderatorsku ulogu izlaganja sadržaju koji se propušta na povezanost neuroticizma i FoMO-a. Uzevši u obzir prijašnja istraživanja, postavljene su tri hipoteze. Očekuje se da će neuroticizam biti statistički značajan prediktor FoMO-a, pri čemu će neuroticizam biti pozitivno povezan s FoMO-om. Očekuje se da će izloženost sadržaju koji izaziva FoMO biti statistički značajan prediktor FoMO-a, pri čemu će izlaganje sadržaju biti pozitivno povezano s FoMO-om. Očekuje se da će izloženost sadržaju koji izaziva FoMO imati moderatorski učinak na odnos između neuroticizma i FoMO-a na način da će, u interakciji s neuroticizmom, povećati FoMO. Stoga će osobe koje su izložene FoMO-inducirajućem sadržaju, a imaju visok neuroticizam, imati izraženiji FoMO. Prije istraživanja provede se predistraživanje kako bi se utvrdila prikladnost podražaja za induciranje FoMO-a. U sklopu istraživanja, ispitanici će ispunjavati NEO-PI-R skalu za neuroticizam i Skalu straha od propuštanja, zatim će biti nasumično podijeljeni u eksperimentalnu i kontrolnu skupinu te će im biti dane upute da zaprate zadani Instagram profil. Eksperimentalnoj će se skupini svakodnevno i nasumično prezentirati sadržaj koji inducira FoMO, dok će kontrolnoj skupini biti prezentiran neutralni sadržaj. Nakon tjedan dana obje će skupine ispuniti Skalu straha od propuštanja. Za analizu rezultata provede se hijerarhijska regresijska analiza.

Ključne riječi: strah od propuštanja (FoMO), neuroticizam, društvene mreže, izlaganje FoMO-inducirajućem sadržaju, moderatorska uloga

Strah od propuštanja (FoMO)

Strah od propuštanja (engl. *Fear of Missing Out*, FoMO) definiran je kao „sveprožimajuća zabrinutost da drugi možda doživljavaju nagrađujuća iskustva u kojima pojedinac ne sudjeluje“ (Przybylski i sur., 2013, str. 1841). Teorijski gledano, FoMO je relativno nov konstrukt (Wegmann i sur., 2017). Smatra se da ga čine razdražljivost, tjeskoba i osjećaji nedostatnosti (Abel i sur., 2016) te strah od socijalne isključenosti (Blackwell i sur., 2017). Povezan je s negativnim afektom i simptomima anksioznosti (Przybylski i sur., 2013). Uključuje subjektivnu percepciju propuštanja poželjnih i nagrađujućih iskustava drugih te percipiranu potrebu za stalnim povezivanjem s vlastitom socijalnom mrežom (npr. obitelji i prijateljima ili nekim drugim, ne nužno bliskim kontaktima). Prema istraživanju Abel i suradnika (2016), osjećaj propuštanja javlja se kod gotovo 70% odraslih osoba u zapadnoj kulturi.

Strah od propuštanja pozitivno je povezan s neuroticizmom, odnosno nekim njegovim facetama (Rozgonjuk i sur., 2021). Naime, istraživanja su pokazala da je povezan s tjeskobom (Elhai i sur., 2020), emocijom koja je često povezana s neuroticizmom, što sugerira da bi pojedinci s visokim neuroticizmom mogli biti posebno osjetljivi na strah od propuštanja. Pojedinci s niskim zadovoljstvom životom i nestabilnim emocionalnim stanjem češće doživljavaju FoMO u usporedbi s osobama koje su emocionalno stabilne i zadovoljne vlastitim životom (Przybylski i sur., 2013). Osim anksioznosti, FoMO se povezuje i s drugim facetama neuroticizma, točnije s depresijom (Rozgonjuk i sur., 2021).

Nalazi nedavnih istraživanja pokazali su značajnu povezanost straha od propu-

štanja s problematičnom upotrebom digitalne tehnologije (npr. Elhai i sur., 2020). Korisnici društvenih mreža s visokim strahom od propuštanja pokazuju veću angažiranost na društvenim mrežama i kompulzivno korištenje istih (Baker i sur., 2016). Prema nalazima istog istraživanja, pojedinci s visokim razinama straha od propuštanja skloniji su reagiranju na obavijesti i provođenju više vremena *online* kako bi osigurali da ne propuštaju nikakve događaje ili interakcije, što može dovesti do produljene uporabe društvenih mreža i razvijanja navike njihova problematičnog korištenja (Baker i sur., 2016). Pojedinci koji doživljavaju FoMO smatraju društvene mreže posebno privlačnima, jer one omogućuju društvenu povezanost i osjećaj uključenosti (Stead i Bibby, 2017). Međutim, stalni pristup društvenim mrežama omogućuje korisnicima da uvijek vide što propuštaju, što može dovesti do osjećaja nezadovoljstva, tjeskobe i bezvrijednosti te privremeno sniziti samopoštovanje (Moore i Craciun, 2020).

Instagram pogotovo može poticati viši FoMO u odnosu na Facebook i druge društvene mreže, s obzirom na to da se pretpostavlja kako korisnici Instagrama osobno poznaju mali dio osoba koje prate jer platforma omogućuje praćenje slavnih i javnih osoba (Donnelly i Kuss, 2016). Iz tog razloga, u slučaju Instagrama, korisnici se mogu osjećati manje uspješno u usporedbi sa slavnim osobama koje prate, što može dovesti do povećanih razina straha od propuštanja (Moore i Craciun, 2020). Ljudi općenito imaju tendenciju precijeniti pozitivna iskustva i podcijeniti negativna emocionalna iskustva osoba koje prate na društvenim mrežama (Rozgonjuk i sur., 2020). To može rezultirati time da pratitelji vide pozi-

tivno iskrivljenu verziju života drugih ljudi što može dovesti do vjerovanja da su ti isti ljudi sretniji, uspješniji i emocionalno stabilniji od njih samih (Chou i Edge, 2012).

Neuroticizam

Korištenjem Petofaktorskog modela ličnosti (Costa i McCrae, 1992), značajan broj istraživanja ističe ulogu osobina ličnosti u načinu na koji se ljudi ponašaju, što obuhvaća i ponašanje na društvenim mrežama (npr. Kircaburun i sur., 2018). Petofaktorski model identificira pet ključnih osobina ličnosti: ekstraverziju, koja označava intenzitet društvenosti i interaktivnosti; ugodnost, koja pokazuje koliko je osoba prijateljski nastrojena i sklona povjerenju; neuroticizam, koji opisuje stabilnost emocija; otvorenost, koja mjeri koliko je osoba otvorena za iskustva; i savjesnost, koja pokazuje da je osoba usmjerena na ciljeve i odlučna (Alshakhsi i sur., 2023). Neuroticizam se može podijeliti na šest faceta: ljutnju, anksioznost, samosvjesnost, iritabilnost, emocionalnu nestabilnost i depresiju (Costa i McCrae, 1992).

Istraživači su pokazali da je osobnost glavni prediktor ponašanja na internetu općenito (McElroy i sur., 2007). Među osobinama ličnosti, neuroticizam se pojavljuje kao značajan rizični faktor za problematično korištenje društvenih mreža (Marciano i sur., 2020). Istraživanja su pokazala da su visoki neuroticizam i niska savjesnost povezani s tendencijama prema problematičnom korištenju društvenih mreža (npr. Huang, 2022).

Pojedinci s visokim razinama neuroticizma, koji karakteriziraju česta iskustva negativnih emocija, tjeskobe i osjetljivosti na

stres, mogu prekomjerno koristiti društvene mreže kao mehanizam suočavanja ili za socijalnu podršku (Marciano i sur., 2020). Kircaburun i suradnici (2018) svojim su istraživanjem zaključili da osobe s visoko izraženim neuroticizmom često koriste društvene mreže kako bi im brže prošlo vrijeme. Pretpostavlja se da pojedinci s visoko izraženim neuroticizmom provode više vremena na društvenim mrežama kako bi dobili podršku i pažnju (Ross i sur., 2009) te se tako suočili s negativnim afektima poput socijalne anksioznosti (Trapnell i Campbell, 1999) i visokog straha od odbacivanja (Wehrli, 2008, prema Moore i Craciun, 2020).

Budući da se neuroticizam također manifestira kao osjećaj usamljenosti, pojedinci s izraženim neuroticizmom mogu koristiti Internet kako bi ublažili svoj osjećaj usamljenosti (Correa i sur., 2010). Osobe s visoko izraženim neuroticizmom brinu se oko samo-prezentacije te je moguće da više vremena provode na društvenim mrežama gdje mogu kontrolirati virtualnu sliku o sebi i prikazivati idealiziranu verziju sebe bez straha da će opteretiti druge na način na koji bi to možda učinili u realnosti, izvan mreže (Seidman, 2013). Upravo zbog te brige o samopercepciji te mogućnosti umjetnog uljepšavanja svojih fotografija, pretpostavlja se da Instagram posebno privlači osobe s izraženim neuroticizmom koje su sklonije prikazivati idealiziranu i lažnu verziju sebe nego emocionalno stabilni korisnici (Michikyan i sur., 2014).

Društvene mreže

Društvene mreže mogu se definirati kao računalno posredovane aplikacije u kojima korisnici generiraju sadržaj (i korisničke profile) te koje omogućuju povezivanje ko-

risnika, njihovih profila i sadržaja s drugima (Obar i Wildman, 2015). Prema podacima iz 2024. godine, otprilike 5.22 milijardi ljudi koristi društvene mreže, a među najpopularnijima su Youtube na prvome mjestu, praćen Facebook-om i WhatsApp-om na drugome te Instagramom koji mjesečno ima preko dva milijuna aktivnih korisnika (DataReportal, b.d.). Ovakvi podaci pokazuju da društveni mediji igraju veliku ulogu u životima ljudi. Oni omogućuju korisnicima međusobno povezivanje na različite načine – bilo putem telefonskih ili video poziva, slanja tekstualnih poruka ili konzumiranjem, kreiranjem i dijeljenjem sadržaja, a društvene mreže razlikuju se po funkcijama koje su različito razvijene na različitim mrežama (Rozgonjuk i sur., 2020).

Iako je sličan drugim društvenim mrežama (npr. Facebooku), Instagram se razlikuje u pet važnih aspekata. Prvo, Instagram omogućava internetsku socijalnu interakciju korištenjem slika (Instagram, b.d.). Temelji se na dijeljenju fotografija i kratkih videa (do jedne minute trajanja). Drugo, na Instagramu je moguće zapratiti druge koji pojedincu nisu prijatelji u „stvarnom životu“ (npr. slavne osobe). Nasuprot tome, na Facebooku povezivanje s drugim korisnicima recipročan je proces, odnosno oba korisnika mogu vidjeti međusobna ažuriranja. Treće, na Instagramu je olakšano pristupiti objavama i profilima nepoznatih osoba korištenjem oznaka (engl. *hashtag*) koje se mogu dodati sadržaju. Četvrto, Instagram nudi filtre za uljepšavanje koji korisnicima omogućuju poboljšanje slika prije objave. Stoga su objave na Instagramu više usmjerene prema prikazivanju pozitivne slike osobe u usporedbi s Facebookom, na kojemu se ažuriranjem statusa dijele i pozitivne i nega-

tivne emocije koje osoba doživljava (Lup i sur., 2015). Na kraju, na Instagramu postoji samo ikona u obliku srca, kao oznaka „sviđanja“ tuđih fotografija, dok ne postoji mogućnost odabira opcije „ne sviđa mi se“. Kada se sve uzme u obzir, Instagram ima nekoliko jedinstvenih karakteristika koje ga razlikuju od Facebooka i drugih društvenih mreža.

U posljednjih nekoliko godina Instagram bilježi porast popularnosti. To je najbrže rastuća društvena mreža (Wagner, 2015). Mladi su posebno uključeni, pri čemu 53 % mladih odraslih u dobi od 18 do 29 godina izjavljuje da imaju Instagram račun (Wagner, 2015), dok između 55 % i 82 % tinejdžera i mladih odraslih redovito koristi društvene mreže (Kuss i Griffiths, 2011).

Prethodna istraživanja sugeriraju da različite značajke društvenih mreža mogu privući različite tipove osobnosti (Zhang i sur., 2017). Popularni mediji (Safronova, 2015) ističu da korisnici Instagrama posjeduju višu razinu straha od propuštanja (FoMO) (Blackwell i sur., 2017; Przybylski i sur., 2013).

U nedavnim istraživanjima sve se češće koristi termin „poremećaj korištenja društvenih mreža“ (engl. *Social Networks Use Disorder*; SNUD) (Hussain i sur., 2020). Više razine SNUD-a povezane su s osobinama ličnosti poput visokog neuroticizma (Blackwell i sur., 2017), kao i višim razinama ruminacije te višim razinama straha od propuštanja nagradjućih iskustava (Dempsey i sur., 2019).

Sadašnje istraživanje

Kao što je ranije navedeno, prijašnja istraživanja pokazala su pozitivnu povezanost straha od propuštanja i neuroticizma (Roz-

gonjuk i sur., 2021). Također, istraživanja su izvijestila i o povezanosti korištenja društvenih mreža s neuroticizmom (Marciano i sur., 2020) i sa strahom od propuštanja (Elhai i sur., 2020). Društvene mreže omogućuju praćenje sadržaja koji se propušta te ono dovodi do povećanog osjećaja straha od propuštanja i drugih negativnih afekata poput sniženog samopouzdanja i nezadovoljstva (Moore i Craciun, 2020). Alshakhsi i suradnici (2023) istražili su povezanost crta ličnosti, specifično neuroticizma i ugodnosti, s problematičnim korištenjem društvenih mreža te su dobili da je visok neuroticizam povezan s većim problematičnim korištenjem društvenih mreža. Nadalje, u svojem istraživanju ispitali su i medijacijski efekt straha od propuštanja na prethodno navedenu povezanost te su dobili da je strah od propuštanja bio značajan medijator (Alshakhsi i sur., 2023). Uzevši u obzir prijašnja istraživanja (npr. Zhang i sur., 2024), u ovom istraživanju pretpostavilo se da se strah od propuštanja kod osoba s visokim neuroticizmom može povećati ukoliko su one češće izložene informacijama o sadržaju koji se propušta. Kako su oba konstrukta povezana s društvenim mrežama, a one omogućuju često izlaganje takvim informacijama putem objava koje prikazuju radnje i događaje koje pojedinac propušta, koristili su se kao alat za prezentiranje sadržaja koji se propušta te se ispitala moderatorska uloga takvoga sadržaja na povezanost neuroticizma i straha od propuštanja. Cilj je ovog istraživanja ispitati moderatorsku ulogu izlaganja na odnos neuroticizma i straha od propuštanja. Ispitivani model prikazan je na Slici 1.

Slika 1.

Ispitivani model povezanosti neuroticizma i straha od propuštanja s izlaganjem podražajima kao moderatorom



Hipoteze:

1. Očekuje se da će neuroticizam biti statistički značajan prediktor straha od propuštanja, pri čemu će neuroticizam biti pozitivno povezan sa strahom od propuštanja.
2. Očekuje se da će izloženost sadržaju koji izaziva strah od propuštanja biti statistički značajan prediktor straha od propuštanja, pri čemu će izlaganje sadržaju biti pozitivno povezano sa strahom od propuštanja.
3. Očekuje se da će izloženost sadržaju koji izaziva strah od propuštanja imati moderatorski efekt na odnos između neuroticizma i straha od propuštanja na način da će u interakciji s neuroticizmom povećati FoMO. Stoga će osobe koje su izložene FoMO inducirajućem sadržaju, a imaju visok neuroticizam, imati još više izražen FoMO.

Metoda

Ispitanici

U istraživanju bi sudjelovalo minimalno 200 ispitanika u dobi od 18 do 25 godina, među kojima se očekuje da bi većina bila ženskog spola. Ispitanici bi većinom bili studenti Filozofskog fakulteta, koji bi o pro-

vedbi istraživanja bili obaviješteni putem svog *Outlook* korisničkog računa te sustava *Merlin*, a studenti psihologije bi za svoje sudjelovanje mogli ostvariti eksperimentalne bodove, dok bi za regrutaciju novih ispitanika (svojih poznanika) mogli ostvariti dodatne bodove.

Mjerni instrumenti

Za provedbu istraživanja koristio bi se Revidirani NEO inventar ličnosti (Costa i McCrae, 1992) iz kojeg je izdvojena skala za neuroticizam te bi se također koristila Skala straha od propuštanja (Przybylski i sur., 2013); pritom obje prevedene na hrvatski jezik.

Revidirani NEO inventar ličnosti (engl. *The Revised NEO Personality Inventory* - NEO-PI-R) (Costa i McCrae, 1992) upitnik je koji ispituje izraženost crta ličnosti definiranih modelom pet velikih, odnosno ekstraverzije, otvorenosti novim iskustvima, ugodnosti, savjesnosti i neuroticizma. Pritom je svaka crta ličnosti definirana pomoću šest subskala, a za neuroticizam, čija bi se skala izdvojila i upotrijebila za ovo istraživanje, one uključuju dimenzije anksioznosti, ljutite hostilnosti, depresivnosti, samosvijesti, impulzivnosti i ranjivosti. Upitnik se ukupno sastoji od 240 čestica (po osam za svaku facetu, odnosno 48 čestica za mjeru neuroticizma) s kojima je potrebno izraziti slaganje na Likertovoj skali od jedan („uopće se ne slažem”) do pet („u potpunosti se slažem”), pri čemu viši rezultat označava višu razinu neuroticizma. Čestice sadrže izjave poput: „Često se osjećam napeto i nemirno” te „Ponekad se osjećam potpuno bezvrijedno”. Ovaj je upitnik pokazao dobru pouzdanost podljestvica ($\alpha > .80$) (Sanz-García i sur., 2024).

Za hrvatski je jezik ovaj upitnik prilagodila Naklada *Slap*, čija verzija bi se koristila.

Skala straha od propuštanja (engl. *Fear of Missing Out Scale*) (Przybylski i sur., 2013) sastoji se od deset čestica (npr. „Smeta mi kad propuštam isplanirana druženja.”, „Bojim se da drugi imaju više nagrađujućih iskustava od mene.”) s kojima je potrebno iskazati slaganje na Likertovoj skali od jedan („uopće se ne odnosi na mene”) do pet („u potpunosti se odnosi na mene”), pri čemu viši rezultat označava višu razinu straha od propuštanja. Skala je pokazala dobru pouzdanost i unutarnju dosljednost ($\alpha > .80$) (Chashmi i sur., 2023) te je pozitivno povezana s mjerama korištenja pametnih telefona (Elhai i sur., 2020), kao i s negativnim afektom. Navedena bi se skala prethodno prevela na hrvatski jezik na način da bi skupina eksperata najprije čestice prevela na hrvatski jezik, a potom bi ih druga skupina eksperata ponovno prevela na engleski jezik kako bi se utvrdilo odgovara li navedeni prijevod na hrvatski jezik originalnim česticama. Nakon usuglašavanja eksperata, prijevod bi se smatrao valjanim.

Predistraživanje

Prije provedbe istraživanja provelo bi se predistraživanje. Budući da se u postupku istraživanja planira koristiti slike (objave) podražaja koji izazivaju strah od propuštanja te neutralne podražaje, svrha predistraživanja bila bi odrediti prikladnost podražaja za izazivanje straha od propuštanja. Na taj bi se način u glavnom istraživanju moglo obuhvatiti širok raspon različitih podražaja te time izbjeći utjecaj ispitanikovih specifičnih interesa, hobija ili crta ličnosti na krajnji rezultat u dobivenoj razini straha od propuštanja. U sklopu predistra-

živanja, ispitanici (njih oko 100) rješavali bi upitnik u sklopu kojeg bi nakon popunjavanja demografskih podataka riješili Skalu straha od propuštanja (Przybylski i sur., 2013), a nakon toga bi dobili zadatak upisati primjere sadržaja objava na Instagramu za koje smatraju da izazivaju ili bi izazvali povećanje intenziteta ranije naznačenih aspekata straha od propuštanja (putem čestica skale), a potom i primjere sadržaja objava za koje smatraju da nemaju ili ne bi imali takav utjecaj. Naposljetku bi ispitanici-ma bilo prezentirano 80 fotografija različitog sadržaja, a njihov bi zadatak bio nakon svake fotografije označiti njezin utjecaj na povećanje straha od propuštanja, na Likertovoj skali od jedan („uopće ne povećava strah od propuštanja“) do pet („iznimno povećava strah od propuštanja“). Isti ispitanici ne bi imali priliku sudjelovati u glavnom dijelu istraživanja.

Očekuje se da bi predistraživanje dovelo do širokog raspona podražaja, koji bi se tada mogli svrstati u četiri kategorije za obje razine podražaja (podražaji koji izazivaju strah od propuštanja i neutralni podražaji). Pretpostavlja se da bi u kategorije podražaja koji izazivaju strah od propuštanja spadali podražaji većih i manjih društvenih okupljanja, sudjelovanja u aktualnim aktivnostima te stjecanja novih iskustava, a za razinu neutralnih podražaja to bi bili podražaji životinja i biljaka, materijala, boja te brojeva. Materijali istraživanja bili bi prilagođeni dobivenim rezultatima predistraživanja.

Postupak

U sklopu istraživanja, ispitanici bi rješavali skalu neuroticizma NEO-PI-R-a (Costa i McCrae, 1992) te Skale straha od propuštanja Przybylskog i suradnika (2013). Nakon rješava-

nja obje skale u učionici Filozofskog fakulteta u Rijeci, ispitanici bi bili podijeljeni na eksperimentalnu i kontrolnu skupinu podjednakih veličina, i to nasumično kako bi se osiguralo da u obje grupe bude približno jednaka raspodjela izraženosti neuroticizma. Svim bi ispitanicima potom bila dana uputa da putem svojih Instagram profila zaprate korisnički račun koji su konstruirali eksperimentatori, pri čemu bi za eksperimentalnu i kontrolnu skupinu bili stvoreni zasebni računi. Ispitanici bi također dobili uputu da za vrijeme provedbe istraživanja na platformi Instagram uključe opciju „Following“ umjesto automatske opcije „For you“. Opcija „Following“ osigurava prikaz objava od profila koje osoba prati kronološkim redom, dok opcija „For you“ ne osigurava prikaz svih objava, već ih prikazuje prema određenom algoritmu platforme Instagram. Na ovaj način bilo bi osigurano da ispitanici svaki dan vide ciljne podražaje. Korištenjem navedenog profila, ispitanici bi u eksperimentalnoj skupini tijekom istraživanja bili izloženi sadržajima (objavama) koji bi mogli pobuditi strah od propuštanja, pri čemu bi karakteristike objava varirale (npr. društveni događaji, manifestacije, slike s putovanja, privatna okupljanja itd.). Uzevši u obzir različitu prirodu podražaja, podijelilo bi ih se u četiri skupine: podražaji koji prikazuju veća (npr. koncerti, konvencije, festivali) ili manja (npr. druženje s bliskim osobama, odlasci u kafiće) društvena okupljanja, sudjelovanje u aktualnim aktivnostima (npr. odlazak u kino radi gledanja novog filma, otvaranje nove knjižare, prezentacija seminara na društveno popularnu temu) i podražaji koji prikazuju stjecanje novih životnih i profesionalnih iskustava (npr. odlazak na putovanje ili Erasmus, odrađivanje prakse,

odlazak na radionice za poboljšanje profesionalnih sposobnosti i znanja). Na ovaj bi se način pokušalo izbjeći da zadani podražaji utječu samo na određenu skupinu osoba, s obzirom na njihove interese (npr. samo na osobe koje vole putovati). Navedeni bi sadržaji ispitanicima bili prezentirani svakodnevno između sadržaja koje ispitanici inače prate, uz nasumično vrijeme objavljivanja. Svakodnevno bi bile objavljene tri objave, kako ne bi došlo do prezasićivanja eksperimentalnim sadržajem (prethranim brojem objava), a i kako utjecaj objava ne bi izostao zbog premalog broja objava tijekom dana. U kontrolnoj bi skupini ispitanici putem korisničkog računa eksperimentatora bili izlagani neutralnim podražajima za koje se pretpostavilo da neće izazvati strah od propuštanja, a njihove bi karakteristike također varirale (slike životinja i biljaka, materijala te boja i brojeva), kao i raspored objavljivanja. Period izlaganja za obje bi grupe trajao tjedan dana, nakon čega bi ispitanici ponovno ispunili Skalu straha od propuštanja (Przybylski i sur., 2013). Primjeri podražaja dostupni su na upit autorima putem e-mail adrese.

Variable

Zavisna varijabla u istraživanju je FoMO, koji je konceptualno definiran kao strah od propuštanja, a operacionalno kao rezultat na Skali straha od propuštanja (Przybylski i sur., 2013), u rasponu od 10 do 50.

Prva nezavisna varijabla u istraživanju je neuroticizam, koji se konceptualno definira kao tendencija negativnim emocijama, tjeskobi i stresu, a operacionalno kao rezultat na skali neuroticizma u NEO-PI-R upitniku (Costa i McCrae, 1992), u rasponu od 48 do 240.

Druga je nezavisna varijabla u istraživanju izlaganje podražajima, konceptualno definirana na dvije razine: podražaji koji izazivaju strah od propuštanja i neutralni podražaji. Operacionalno je definirana kao objave na Instagramu u četiri kategorije podražaja za svaku od dvije razine. Za razinu podražaja koji izazivaju strah od propuštanja, to su kategorije većih i manjih društvenih okupljanja, sudjelovanje u aktualnim aktivnostima te stjecanje novih iskustava, a za razinu neutralnih podražaja to su kategorije životinja i biljaka, materijala, boja te brojeva.

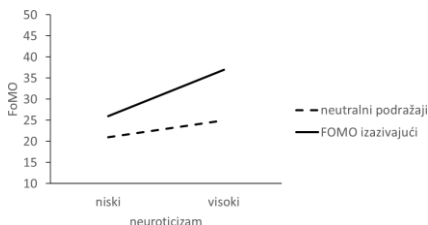
Rezultati

U provedenoj hijerarhijskoj regresijskoj analizi konačna mjera straha od propuštanja bila bi unesena kao kriterij dok bi u prvom koraku kao prediktor bila unesena prva mjera straha od propuštanja prije izlaganja podražajima na Instagramu. Na ovaj bi način bile kontrolirane razlike unutar grupa nastale prije i poslije uvjeta izlaganja podražajima kako bi bilo osigurano da razlike u rezultatima na mjeri straha od propuštanja između dvije grupe nakon izlaganja nisu povezane s početnim razlikama u strahu od propuštanja prije izlaganja eksperimentalnom i kontrolnom uvjetu. Ova metoda izabrana je kao statistički bolja opcija u usporedbi s računanjem rezultata razlike između dva mjerenja straha od propuštanja zbog nepouzdanosti takvih mjera i povezanosti rezultata razlike s rezultatom na prvom mjerenju (Dalecki i Willits, 1991). U drugom bi koraku bile unesene dvije nezavisne varijable, vrsta podražaja kojima su ispitanici izloženi na Instagramu te rezultat na mjeri neuroticizma, a u trećem bi koraku bila dodana interakcija neuroticizma i uvjet vrste podražaja.

Očekivani rezultati potvrdili bi hipotezu da izlaganje sadržajima koji izazivaju strah od propuštanja moderira povezanost neuroticizma i straha od propuštanja na način da pojačava strah od propuštanja kod osoba s izraženom crtom neuroticizma, pri čemu bi bili gledani F-omjer i koeficijent determinacije (R^2) za svaki blok prediktora. Očekuju se statistički značajni rezultati ($p < .05$) koji upućuju na to da prediktori imaju značajan doprinos u objašnjenju varijance kriterija. Koeficijent determinacije (R^2) i njegova promjena (ΔR^2) daval bi informaciju o količini objašnjene varijance. Beta koeficijenti i p vrijednosti ukazali bi da svaki od dva nezavisna prediktora kao i njihova interakcija imaju statistički značajan samostalan doprinos ($p < .05$) objašnjenju varijance kriterija. Slika 10. grafički prikazuje očekivane rezultate na skali straha od propuštanja ovisno o razini neuroticizma i izlaganju podražajima.

Slika 2.

Rezultat na upitniku straha od napuštanja s obzirom na rezultat na skali neuroticizma i izloženost vrsti sadržaja



Literatura

- Abel, J. P., Buff, C. L. i Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Alshakhsi, S. A., Babiker, A., Montag, C. i Ali, R. (2023). On the association between personality, fear of missing out (FoMO) and problematic social media use tendencies in European and Arabian samples. *Acta Psychologica*, 240, Članak 104026. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104026>
- Baker, Z., Krieger, H. i LeRoy, A. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275–282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C. i Liss, M. (2017). Extra-version, 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>
- Chashmi, S. J., Aruguete, M., Sadri, M., Montag, C. i Shahrajabian, F. (2023). Psychometric properties of the fear of missing out (FOMO) scale in Iranian students: Reliability, validity, factor structure, and measurement invariance. *Telematics and Informa-*

- tics Reports*, 10, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100066>
- Chou, H.-T. G. i 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>
- Correa, T., Hinsley, A. W. i de Zúñiga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- Costa, P. T. i McCrae, R. R. (1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343–359. <https://doi.org/10.1521/pedi.1992.6.4.343>
- Dalecki, M. i Willits, F. K. (1991). Examining change using regression analysis: Three approaches compared. *Sociological Spectrum*, 11(2), 127–145. <https://doi.org/10.1080/02732173.1991.9981960>
- DataReportal. (b.d.). *Social media users*. Preuzeto 27. siječnja, 2025, s <https://datareportal.com/social-media-users>
- Dempsey, A., O'Brien, K., Tiarniyu, M. i Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9, Članak 100150. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150>
- Donnelly, E. i Kuss, D. (2016). Depression among users of social networking sites (SNS): The role of SNS addiction and increased usage. *Journal of Addiction and Preventive Medicine*, 1(2), 107.
- Elhai, J. D., Gallinari, E. F., Rozgonjuk, D. i Yang, H. (2020). Depression, anxiety and fear of missing out as correlates of social, non-social and problematic smartphone use. *Addictive Behaviors*, 106, Članak 106335. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106335>
- Huang, C. (2022). Social media addiction and personality: A meta-analysis. *Asian Journal of Social Psychology*, 24(4), 747–761. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12531>
- Hussain, Z., Wegmann, E., Yang, H. i Montag, C. (2020). Social networks use disorder and associations with depression and anxiety symptoms: A systematic review of recent research in China. *Frontiers in Psychology*, 11, Članak 211. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00211>
- Instagram. (b.d.). *Instagram official page*. Instagram. Preuzeto 27. siječnja, 2025, s <https://www.instagram.com/instagram/>

- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B. i Griffiths, M. D. (2018). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the big five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18, 525-547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Kuss, D. J. i Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Lup, K., Trub, L. i Rosenthal, L. (2015). Instagram #Instasad?: Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 18(5), 247-252. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0560>
- Marciano, L., Camerini, A.-L. i Schulz, P. J. (2020). Neuroticism in the digital age: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 2, Članak 100026. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100026>
- McElroy, J. C., Hendrickson, A. R., Townsend, A. M. i DeMarie, S. M. (2007). Dispositional factors in internet use: Personality versus cognitive style. *MIS Quarterly*, 31(4), 809-820. <http://dx.doi.org/10.2307/25148821>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K. i Dennis, J. (2014). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179-183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Moore, K. i Craciun, G. (2020). Fear of missing out and personality as predictors of social networking sites usage: The Instagram case. *Psychological Reports*, 124(4), 1761-1787. <https://doi.org/10.1177/0033294120936184>
- Obar, J. A. i Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.07.014>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. i 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>
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. i Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.12.024>

- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D. i Montag, C. (2020). Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram and Snapchat use disorders mediate that association? *Addictive Behaviors*, 106, Članak 106487. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106487>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D. i Montag, C. (2021). Individual differences in fear of missing out (FOMO): Age, gender, and the big five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110546>
- Safronova, V. (2015). On Instagram, the summer you're not having. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2015/08/20/fashion/on-instagram-the-summeryoure-not-having.html>
- Sanz-García, A., García-Vera, M. P. i Sanz, J. (2024). Normative data, reliability, and validity of the neo pi-R personality disorder scales. *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 32(1), 41–63. <https://doi.org/10.51668/bp.8324102n>
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402–407. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009>
- Stead, H. i 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>
- Trapnell, P. D. i Campbell, J. D. (1999). Private self-consciousness and the five-factor model of personality: Distinguishing rumination from reflection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 284–304. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.76.2.284>
- Wagner, K. (2015). Instagram is the fastest growing major social network. *Recode*. <https://www.vox.com/2015/1/9/11557626/instagram-is-the-fastest-growing-major-social-network>
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B. i Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>
- Zhang, L., Pentina, I. i Fox, W. K. (2017). Who uses mobile apps to meet strangers:

The roles of core traits and surface characteristics. *Journal of Information Privacy and Security*, 13(4), 207–225. <https://doi.org/10.1080/15536548.2017.1394072>

Zhang, W., He, L., Chen, Y. i Gao, X. (2024). The relationship between big five personality traits and fear of missing out: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 230, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2024.112788>

Abstract

Fear of missing out (FoMO), which is defined as concern that others are participating in rewarding experiences in which one does not partake, has been correlated with high neuroticism and problematic social media use in previous studies. In addition to FoMO, excessive social media use also correlates with high neuroticism. Previous research has examined the mediating effect of FoMO on the relationship between neuroticism and problematic social media use. This study aims to examine the moderating effect of exposure to content that highlights experiences one is missing out, on the relationship between neuroticism and FoMO. Considering prior findings, three hypotheses have been proposed. It is expected that neuroticism will be a statistically significant predictor of FoMO, with neuroticism being positively correlated with FoMO. It is expected that exposure to content that provokes FoMO will be a statistically significant predictor of FoMO, with exposure to FoMO-inducing content being positively correlated with FoMO. It is expected that exposure to content that provokes FoMO will moderate the relationship between neuroticism and FoMO, such that individuals with high neuroticism who are exposed to FoMO-inducing content will experience more pronounced FoMO. Prior to the main study, a preliminary study will be conducted to assess the suitability of stimuli for inducing FoMO. In the main study, participants will complete the neuroticism subscale of the NEO-PI-R and Fear of Missing out Scale. They will then be randomly assigned to either an experimental or control group and instructed to follow a designated Instagram profile. The experimental group will be daily exposed to FoMO-inducing content, while the control group will be exposed to neutral content. Exposure will be randomized throughout the day. After one week, both groups will complete the Fear of Missing Out Scale. Hierarchical regression analysis will be used to analyze the results.

Keywords: fear of missing out (FoMO), neuroticism, social media, exposure to FoMO-inducing content, moderating role