



Bin ich up to date?

FOMO: Über die Angst, in Zeiten einer Pandemie etwas zu verpassen

Das Bedürfnis nach zwischenmenschlicher Teilhabe und nach Zugehörigkeit liegt in der Natur des Menschen. Es motiviert uns, aktiv nach Gruppen zu suchen, um gemeinsame Momente zu teilen und die Verbundenheit zu stärken. Gleichzeitig kann sich auch eine Angst entwickeln, etwas zu verpassen. Diese Angst führt zu der Sorge vor sozialer Exklusion, Ausgrenzung und Einsamkeit, möglicherweise auch zu einem Gefühl der eigenen Bedeutungslosigkeit. Um sich davor zu schützen und um auf dem Laufenden zu bleiben, setzen sich viele (nicht nur heranwachsende) Menschen zwanghaft mit dem Leben anderer auseinander und pflegen ihre Sozialen Netzwerke (sowohl digitale als auch „echte“). Dieses Phänomen ist bekannt unter dem Titel „Fear of Missing Out“ – kurz FOMO. Es beschreibt die Angst davor, etwas zu verpassen und Momente nicht erleben zu können, in denen sich andere zusammenfinden. FOMO ist ein zeitunabhängiges Phänomen, welches nicht durch die Digitalisierung und die Onlinewelt hervorgerufen wurde. Vielmehr geht es um den allgemeinen Anspruch, up to date zu sein und über die Aktivitäten anderer Bescheid zu wissen. Trotzdem bestätigen Studien, dass Soziale Medien FOMO verstärken (vgl. Franchina et al. 2018).

Zusätzlich zu der ohnehin stetig steigenden Bedeutung der Onlinewelt bescherte uns die Corona-Pandemie massive Einschränkungen im realen alltäglichen Leben. Aufgrund von Lockdown, Schulschließungen, Kontaktbeschränkungen, Konzertabsagen und Reisebeschränkungen stürzten sich die Menschen in die digitale Welt – auf der Suche nach sozialer Interaktion, wo so vieles möglich war, was die reale Welt zum aktuellen Zeitpunkt nicht bieten konnte. Die Sozialen Medien und Messenger-Dienste leisteten etwa einen großen Beitrag, um weiterhin im Austausch mit Freund*innen, Mitschüler*innen, Kolleg*innen und Familie zu bleiben. Gleichzeitig förderten die permanente Erreichbarkeit und die Kontaktmöglichkeiten zu den eigenen sozialen Kreisen das höhere Aufkommen von FOMO.

Allerdings veränderte sich aufgrund der Pandemie das Phänomen FOMO und entsprach nicht mehr der

klassischen Definition. Im Vordergrund standen nicht mehr großartige Urlaube, Partys oder unvergessliche Abende mit Freunden. Stattdessen ging es darum, möglichst alle digitalen Trendbewegungen zu beobachten und mitzerleben – oft mit hohem Aufwand. Themen waren das Wissen und der Austausch über neue Serien und Filme, das Verfolgen von Live Streams und Instagram-Konzerten sowie die Teilnahme an virtuellen Zusammenkünften mit Freunden und Familienmitgliedern. (Vgl. Hayran/Anik 2021)

Bindungsmechanismen

Plattformen wie WhatsApp, Instagram und Snapchat haben ein natürliches Interesse daran, die Aktivitätszeit der User*innen ihrer App möglichst hoch zu halten, und arbeiten daran etwa mit Benachrichtigungsfunktionen. Die Nutzer*innen erhalten bei jeder neuen Aktivität, Nachricht oder „Gefällt mir“-Angabe Töne, farbige Kennzeichen, Push-Mitteilungen oder Banner auf ihr Smartphone. Zusätzlich zu diesen allgemeinen Mitteilungsfunktionen haben einige Plattformen interne Mechanismen, die den „immer auf dem Laufenden sein“-Kreislauf verstärken. Auf Instagram werden den Nutzer*innen Storys der von ihnen gefolgten Accounts angezeigt. Neue Storys, die noch nicht angeschaut wurden, sind mit einem farbigen Kreis markiert. Die App Snapchat nutzt die „Snapchat-Streak“ als Belohnung für aktive Nutzung: Ein Flammensymbol neben dem Snapchat-Kontakt belohnt eine Antwort, die innerhalb von 24 Stunden erfolgt ist. Diese Streak kann über viele Tage, Monate oder sogar Jahre andauern, solange die Bedingung der 24 Stunden-Antwort erfüllt ist. Verschwindet die Flamme bei Nicht-Erfüllung, führt dies zu großen Enttäuschungen bei den beteiligten Personen. Sobald eine Streak in Gefahr ist, erhalten die Nutzer*innen eine Benachrichtigung, damit eine Antwort zügig erfolgen kann. Diese Mechanismen können starken Druck ausüben und verstärken, sich verpflichtet zu fühlen, permanent erreichbar zu sein. Es gibt auf jeden Fall einen Zusammenhang zwischen der Nutzung von Social Media und FOMO. Menschen, die stark betroffen sind von FOMO, neigen dazu, Social Media intensiver zu nutzen. Andersherum gilt aber

»Den Betroffenen bewusst machen, dass es nicht schlimm ist, nicht bei allem immer dabei zu sein.«

auch, dass bei einer verstärkten Nutzung von Social Media die Gefahr größer ist, von FOMO betroffen zu sein. (Vgl. Franchina et al. 2018)

Folgen von FOMO

Auch wenn FOMO auf den ersten Blick wie ein Luxusproblem klingt: Diese Angst kann großen Einfluss auf die mentale Gesundheit nehmen und die Lebenszufriedenheit negativ beeinflussen. (Vgl. Przybylski et al. 2013) Bei Jugendlichen ist das Internet ein fester Bestandteil ihres Alltags. Die JIM-Studie 2021 zeigt, dass sich 88 Prozent der 12- bis 19-Jährigen täglich im digitalen Raum aufhalten und somit auch ein großer Teil ihres Soziallebens online verankert ist. In den vergangenen zwei Jahren schien es wichtiger denn je, soziale Kontakte zu pflegen, was sich nicht zuletzt durch eine höhere Medienzeit von Jugendlichen bemerkbar machte. Laut den Ergebnissen der JIM-Studie 2021 lag die tägliche Nutzungsdauer von Jugendlichen im Jahre 2021 bei durchschnittlich 241 Minuten. Trotz eines Rückgangs von 17 Minuten zum Jahre 2020, zeigt sich zu den Jahren davor ein Anstieg von 17,6 Prozent (2019: 205 Minuten). Bedenkliche Entwicklungen durch FOMO lassen sich erkennen, wenn die Betroffenen unruhig und zunehmend nervös sind, sobald das Smartphone eine längere Zeit nicht genutzt wird. Ebenfalls kann es zu Konzentrationsstörungen bei anderen Aktivitäten kommen. Betroffene vertreiben sich ihre aufkommende Langeweile größtenteils, indem sie Soziale Medien konsumieren, sie beschäftigen sich mit ihrem Smartphone bis spät in die Nacht mit Schlafmangel als Folge. Ein häufiges Überprüfen der Online-Aktivitäten über den Tag hinweg, beim Essen und während Gesprächen sind ebenfalls Anzeichen für Fear of Missing Out. Betroffene zeigen sich zudem niedergeschlagen, wenn sie online entdecken, dass Freunde etwas erleben und sie selbst nicht dabei sind. Weiteres Anzeichen ist, wenn sich die Betroffenen permanent überlegen, wie sie aktuelle Erlebnisse und Momente perfekt online inszenieren können.

Hilfemöglichkeiten

Um betroffenen Kindern und Jugendlichen zu helfen oder schon vorbeugend zu handeln, damit das Smartphone bewusster genutzt wird, bietet sich an, innerhalb des Familienkreises feste Zeiten zu vereinbaren. Eltern dienen dabei als Vorbilder und sollten ebenfalls das Smartphone über Nacht abschalten und nicht am Esstisch, beim Fernsehen oder während eines Gespräches in der Hand haben. Hierfür helfen auch direkte Einstellungen im Smartphone, wie beispielsweise die „Bitte nicht stören“-Funktion. Damit lassen sich die Benachrichtigungen regulieren. Zusätzlich dazu sollten generelle Benachrichtigungshinweise ausgeschaltet werden. Je häufiger das Smartphone aufleuchtet, weil eine Mitteilung vorliegt, desto größer ist die Gefahr, sich wieder in den Sozialen Netzwerken zu verlieren. Darüber hinaus ist es für Kinder und Jugendliche wichtig, dass ihnen alternative Freizeitmöglichkeiten aufgezeigt werden. Bezugspersonen können hier aktiv mit gemeinsamen Spieleabenden, Ausflügen oder ähnlichem eine Stütze bieten. Vor allem gilt es, den Betroffenen bewusst zu machen, dass es nicht schlimm ist, nicht bei

Die Freude am Nichtstun oder How to JOMO

Eine Reaktion auf FOMO ist JOMO – „Joy of Missing out“ –, eine Trendbewegung, welche das Bewusstsein für Momente des „Nichtstun“ und die „Freude, etwas zu verpassen“ stärken soll. Der Genuss des Hier und Jetzt steht im Vordergrund, um dabei auch dem Internet zu entfliehen. Bei JOMO geht es auch darum, den täglichen medialen Konsum zu verringern, wobei es nicht um den vollständigen Verzicht, sondern um einen bewussten Umgang geht. Damit die Angst, etwas zu verpassen, in Freude umgewandelt werden kann, hilft es, sich seiner eigenen Prioritäten bewusst zu werden, die Konzentration auf das eigene Empfinden zu richten und mit den gegenwärtigen Momenten zufrieden zu sein.

Immer häufiger posten User*innen in den Sozialen Medien Momente aus der unspektakulären Alltagsnormalität und präsentieren die Freude an diesen Momenten. Für Plattformen wie Instagram ist das eine positive Entwicklung, in einer sonstigen Fülle an perfekter und extravaganter Selbstinszenierung. Im Sinne von JOMO ist es allerdings nicht, denn hierbei soll aktiv die Offline-Zeit im Fokus stehen. Und ein Post, über die Freude an der alleinigen Zeit, auch bekannt als „Me Time“, ist trotzdem aktives Mitteilungsbedürfnis und Inszenierung für die Sozialen Medien.

NOBODY REALLY CARES IF YOU DON'T GO TO THE PARTY

allen immer dabei zu sein und alles mitzubekommen. Hierbei kann man sich mit den Betroffenen darüber austauschen, welche Dinge ihnen wirklich wichtig sind. Gibt es überhaupt ein Verlangen, ständig abends auszugehen, jeden Livestream einer berühmten Person zu verfolgen, oder genießt man doch lieber ein gutes Buch oder einen ruhigen Filmabend mit einem Freund/einer Freundin?

Mit ehrlichem Blick auf die eigene Gefühlslage haben wir vermutlich alle irgendwann einmal FOMO verspürt. Sich offen und ehrlich über die Gefühle und Erfahrungen auszutauschen und insbesondere Kindern und Jugendlichen Verständnis entgegenzubringen und ihnen unterstützend beiseite zu stehen, könnte in jedem Fall einen gesunden Umgang mit solchen Ängsten befördern.

Quellen:

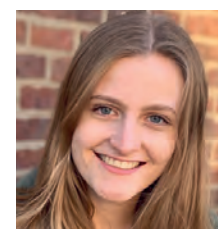
Franchina, Vittoria/Vanden Abeele, Mariek/Rooij, Antonius J. van/Lo Coco, Gianluca/De Marez, Lieven: Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2018.

Hayran, Ceren/Anik, Lalin: Well-Being and Fear of Missing Out (FOMO) on Digital Content in the Time of COVID-19: A Correlational Analysis among University Students. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2021.

Przybylski, Andrew K./Murayama, Kou/DeHaan, Cody R./Gladwell, Valerie: Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior, 2013.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2021 – Jugend, Information, Medien. www.mpf.de, abgerufen am 1.3.2022.

Hübner, Max: JOMO: The joy of missing out. www.utopia.de/ratgeber/jomo-the-joy-of-missing-out, abgerufen am 3.3.2022.



Fiona Sauer (Praktikantin AJS)