

Weronika Gigilewicz\*

## ***Fomo sapiens* w kulturze transparentności – człowiek podróżujący wszędzie i w każdej chwili**

### ***Fomo Sapiens* in the Culture of Transparency: Man Traveling Everywhere, All the Time**

**Abstract:** Travel, historically understood as the search for one's identity and place of belonging, has been redefined due to contemporary socio-cultural transformations. The culture of transparency, which has become a major trend in popular culture, widens the reality available to people by eliminating social and physical barriers. As a result, the number of events and amount of information available to the mobile society through new media increases exponentially. This generates information overload, causing frustration, i.e. *Fear of Missing Out (FoMO)*. This syndrome is defined as the inability to participate in all events or to keep track of all the information, while feeling unsatisfied and unhappy about one's life. At the very core of *FoMO* lies the image of limitless attractive possibilities available in the mobile, transparent society. Events distant in time and place, now approachable, define the *Fomo sapiens* – the traveller who, using mobile technologies and media, can be everywhere all the time in an effort to combat his *Fear of Missing Out*. Such a person tries to find their identity, while at the same time being afraid of commitment, perceiving every choice through lost possibilities and constantly looking for new experiences.

**Keywords:** culture of transparency, new media, virtual travel, informational stress, *Fear of Missing Out, FoMO*

\* Weronika Gigilewicz – mgr, doktorantka w Katedrze Psychologii Rozwojowej na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II, wgigilewicz@gmail.com.

Podróż przyjmuje w wymiarze społecznym, psychologicznym i kulturowym szereg znaczeń. Może być istotna jako proces, a także ze względu na cel, do którego przybliża. Zarówno podróż przez świat, jak i w głąb siebie jest formą poszukiwania i kształtowania swojej tożsamości, toteż nazywana bywa nie tylko szkołą mądrości świata, ale także szkołą samopoznania<sup>1</sup>. Problematyka podróży pozostaje stale aktualnym tematem w perspektywie biograficznej, mimo że we współczesnych warunkach społeczno-kulturowych zmienia się dostępność i częstotliwość podróży, ich forma, a także nadawane im znaczenie. Refleksja nad psychologicznymi konsekwencjami owych przemian pozwala zrozumieć niektóre aspekty funkcjonowania współczesnego człowieka, pozostającego za pośrednictwem mobilnych technologii w stanie permanentnej podróży oraz stale poszukującego swojej tożsamości. Ponieważ społeczno-kulturowe transformacje, składając się na kontekst jego funkcjonowania, w pewnym stopniu kształtują jego potrzeby oraz sposoby ich zaspokajania, próba zrozumienia człowieka, porównywanego do turysty, tułacza poszukującego swojego miejsca w świecie<sup>2</sup>, powinna zostać osadzona w analizie aktualnych, społeczno-kulturowych zjawisk, wśród których na szczególną uwagę zasługuje kultura transparenacji, stanowiącą dominujący nurt współczesnej kultury popularnej.

### **Kultura transparenacji jako kontekst funkcjonowania człowieka**

Istotą kultury transparenacji jest czynienie rzeczywistości przezroczystą – doskonale widoczną i dostępną poznawczo. Za pośrednictwem mediów i nowych technologii eliminuje ona kulturowe, społeczne i fizyczne bariery, zakreślające dotychczasowe pole percepcji człowieka<sup>3</sup>. W kulturze tej „coraz większa liczba sfer społecznego i indywidualnego życia staje się nie tylko doskonale widoczna, ale również dostępna jako przedmiot doświadczenia”<sup>4</sup>. Kultura transparenacji stanowi wspólny mianownik zjawisk takich, jak: medialny ekshibicjonizm

- 1 M. Kazimierzczak, *Filozofia podróży. Nowy cel dla turystów albo o zmianie samego siebie w alternatywnych światach*, „Turystyka Kulturowa”, 3 (2010) s. 30–35.
- 2 K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań 2005.
- 3 M. Lisowska-Magdziarz, *Feniksy, łabędzie, motyle. Media i kultura transformacji*, Kraków 2012, s. 47.
- 4 M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003, s. 166.

(publiczne ujawnianie intymnych przeżyć) i voyeuryzm (podglądanie innych za pośrednictwem mediów), odsłanianie tajemnic, łamanie tabu oraz zacieranie granicy między tym co prywatne i publiczne. Należy ją również łączyć z informacyjnym i technologicznym przyspieszeniem, pozwalającym poszerzać zakres dostępnej poznawczo rzeczywistości. Odślonięta w „kulturze przezroczystości” rzeczywistość stanowi nową płaszczyznę wirtualnych podróży, które za sprawą mediów i nowych technologii stają się przedmiotem doświadczenia człowieka<sup>5</sup>. Czyniąc transparentnym wszystko, co dawniej było zbyt odległe w czasie i przestrzeni, by mogło być obserwowane przez człowieka, kultura transparentności pozwala mu być obecnym wszędzie i w każdej chwili. Realizację owej idei odnaleźć można w projekcie *Google Earth*, który pod hasłem „poznawaj świat, gdziekolwiek jesteś”, oferuje m.in. możliwość wirtualnego zwiedzania metropolii oraz oglądania zdjęć Marsa wykonanych przez NASA<sup>6</sup>.

W kulturze transparentności doskonale widoczne i poznawczo dostępne stają się również wydarzenia, których naocznymi świadkami mogli być jedynie nieliczni. Kultura ta ujawnia różnego rodzaju anomalie, wypadki, zbrodnie czy katastrofy. Przybliża wydarzenia odległe oraz upowszechnia jednostkowe doświadczenia, czyniąc ich uczestnikami osoby, których zdarzenia te nie dotyczą. Rodzaj narzędzi, służących natychmiastowemu upowszechnianiu „nagłych wydarzeń” przez ich świadków, zachęcanych do uczestniczenia w procesie rozszerzania obszaru widoczności świata, stanowią mobilne aplikacje. Jedną z nich jest *RMFconnect*, wykorzystywana przez stację *RMFfm*. Za pośrednictwem aplikacji jej użytkownik może przesyłać materiały dźwiękowe bezpośrednio na serwery redakcyjne, informując o otaczającej go rzeczywistości szerokie grono odbiorców radiowej stacji. *RMFfm* zachęca: „Jesteś w centrum ważnych wydarzeń, jesteś świadkiem zmian, które toczą się na Twoich oczach? Nagraj dźwięk, wyślij go do Stacji, a inni Słuchacze natychmiast usłyszą o tym, co się dzieje”<sup>7</sup>. Kultura transparentności zapewnia zatem możliwość „podróżowania” w każdej chwili do miejsc, w których w danym momencie dzieje się coś ważnego, by następnie śledzić rozwój wydarzeń na prawach naocznego świadka.

5 Ł. Łysik, P. Machura, *Rola i znaczenie technologii mobilnych w codziennym życiu człowieka XXI wieku*, „Media i Społeczeństwo”, 4 (2014) s. 18–19.

6 <https://www.google.com/intl/pl/earth/>, dostęp: 10.12.2017.

7 <http://www.rmf.fm/f/rmf-connect.html>, dostęp: 23.08.2017.

Potrzebę relacjonowania i obserwowania rozwoju odległych wydarzeń w czasie rzeczywistym zaspokajają również portale społecznościowe, stanowiące popularny kanał wymiany informacji i uwidaczniania rzeczywistości, obejmującej wszystkie sfery funkcjonowania człowieka. Należy do nich m.in. portal Twitter, posługujący się hasłem: „See what’s happening in the world right now” (ang. „Zobacz co dzieje się na świecie w tym momencie”)<sup>8</sup>. Oprócz śledzenia wydarzeń ze świata portale społecznościowe umożliwiają internautom również „wyrażanie siebie” poprzez dzielenie się informacjami o wydarzeniach, które są dla nich ważne, a także poprzez sygnalizowanie swojego udziału w poszczególnych z nich<sup>9</sup>. Najpopularniejszy z tego typu portali – Facebook, poza proponowanymi formatami „udostępniania wydarzeń” na swojej „osi czasu” wyświetla również komunikaty, przypominające użytkownikom: „Opublikuj aktualne zdjęcie profilowe. Pokaż, czym ostatnio żyjesz – może niedawną wycieczką albo jakimś osiągnięciem”. Upowszechniona w dobie serwisów społecznościowych potrzeba „transmitowania siebie”, wraz z rozwojem technologii zyskuje coraz szybsze zaspokojenie. Obecnie realizowana jest m.in. przez aplikacje działające w nurcie *lifestreaming*, pozwalające relacjonować codzienne wydarzenia ze swojego życia w czasie rzeczywistym. Informacje, publikowane za ich pośrednictwem online stanowią „strumień zapośredniczonej, technologicznie udostępnianej innej aktywności”<sup>10</sup>. Jedną z najpopularniejszych tego typu aplikacji jest *Periscope*, umożliwiająca dzielenie się swoimi doświadczeniami w formie prowadzonych na żywo transmisji wideo, które mogą również zostać błyskawicznie opublikowane na portalach społecznościowych. Aplikacja posługuje się reklamowym hasłem, trafnie konkludującym istotę opisanych zjawisk: „Z *Periscope* możesz poznawać świat dzięki filmom na żywo i pokazywać go innym we własnych transmisjach. Bądź w centrum wydarzeń, zobacz nowe zakątki świata, a wszystko to w czasie rzeczywistym”. Kultura transparencji, za pośrednictwem uwidaczniających jednostkowe życie codzienne technologii, pozwala

8 <https://twitter.com/?lang=pl>, dostęp: 10.01.2018.

9 [https://www.facebook.com/facebook/about/?entry\\_point=page\\_nav\\_about\\_item&tab=page\\_info](https://www.facebook.com/facebook/about/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info), dostęp: 12.12.2017.

10 K. Stachura, *Cyfrowe (nie)kompetencje. Nowe technologie w służbie „ja”*, „Kultura Popularna”, 1 (2017) s. 9.

ponadto odbywać „podróże oczami innych”, co znajduje swój wyraz w kolejnym reklamowym sloganie twórców aplikacji *Periscope*: „Explore the world through someone else's eyes” (ang. „Odkrywaj świat poprzez oczy kogoś innego”)<sup>11</sup>.

Relacje z odległych wydarzeń, poddane logice natychmiastowości i widoczności nadają nowy wymiar zapośredniczonym medialnie podróżom. Odbiorca medialnych przekazów, starając się zapanować nad chaosem docierających do niego bodźców i informacji, traci bowiem rolę aktywnie odkrywającego świat podróżnika, a staje się biernym obserwatorem chaotycznie pojawiających się w polu jego percepcji zjawisk. Zamiast podróżującego po świecie człowieka obserwować można w tym kontekście „podróżujący ku człowiekowi” świat. Owo zjawisko „zbliżania się świata” znajduje swoje odzwierciedlenie w misji portalu Facebook, określonej jako „Bringing the world closer together” (ang. „zbliżanie świata”). Misja ta realizowana jest natomiast poprzez globalny obieg i wymianę informacji oraz doświadczeń, ujawnianych na drodze odsłaniania rzeczywistości zgodnie z zasadami kultury transparentności.

### **FOMO – czyli „strach przed tym, że coś nas ominie”, jako konsekwencja nieograniczonego dostępu do informacji**

Wprowadzając warunki całkowitej widoczności, znosząc wszelkie ograniczenia w zakresie poznania rzeczywistości oraz dążąc do ujawnienia wszystkich sfer funkcjonowania człowieka, kultura transparentności sprawia, że intensywność docierających do jednostki bodźców, znacznie przewyższa jej możliwości w zakresie odbioru, intelektualnego opracowania, a następnie praktycznego wykorzystania odebranych treści<sup>12</sup>. Zbyt duża liczba informacji przy braku zdolności ich racjonalnej selekcji sprzyja natomiast zagubieniu, nazywanemu szokiem lub stresem informacyjnym<sup>13</sup>. W rezultacie człowiek żyje chaotycznie, w poczuciu psychicznej dezorientacji i dezorganizacji, zmęczony, niespokojny,

11 *Periscope – transmisja na żywo*, <https://play.google.com/store/apps/details?id=tv.periscope.android&hl=pl>, dostęp: 10.01.2018.

12 M. Brzezińska, *Era FOMO sapiens*, „Charaktery”, 9 (2013) s. 18–27.

13 G. Cęcełek, *Technologia informacyjna w procesie edukacji. Szanse i zagrożenia*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, 1 (2010) s. 31–38.

nieszczęśliwy<sup>14</sup>, odczuwa „lęk przed tym, że coś go ominie” tzw. *FOMO* (*Fear of Missing Out*). Syndrom ten nazywany jest także „lękiem przed utratą ważnej informacji”, toteż jednym z jego symptomów jest doświadczanie ciągłego napięcia i stresu związanego z chęcią „bycia na bieżąco”, czyli pragnieniem stałego dostępu do informacji. Syndrom *FOMO*, definiowany również jako lęk przed tym, że doświadczenia innych osób są ciekawsze i przyjemniejsze, manifestuje się potrzebą ciągłego sprawdzania, czym zajmują się inni ludzie<sup>15</sup>. Nazywany bywa „stanem permanentnego rozproszenia”, którego doświadczają osoby nieustannie analizujące liczne źródła informacji<sup>16</sup>.

Syndrom *FOMO* polega na doświadczaniu niemożliwości wyczerpania dostępnych sytuacji i okoliczności: odebrania wszystkich informacji oraz uczestniczenia we wszystkich wydarzeniach, przy jednoczesnym braku radości i satysfakcji z dotychczas wykorzystanych szans. Do powstania zjawiska przyczynia się nieograniczony zakres atrakcyjnych możliwości odsłoniętych przez kulturę transparencji i udostępnionych przez zmediatyzowaną rzeczywistość. Kluczową rolę w kształtowaniu się syndromu *FOMO* odgrywa z jednej strony oferowany przez kulturę transparencji nieograniczony dostęp do informacji, z drugiej zaś udostępniona w owej kulturze możliwość wglądu w sferę prywatnego funkcjonowania innych osób.

Ponieważ jednostka zdaje sobie sprawę z tego, że nie jest w stanie odebrać i poznawczo opracować wszystkich docierających do niej danych, doświadcza napięcia i niepokoju, a zatem „lęku przed utratą ważnej informacji”. W konsekwencji osoba cierpiąca na *FOMO* stale śledzi docierające ze świata informacje, porównując wiele ich źródeł, i jednocześnie jest nieustannie przekonana, że nie ma jej w miejscach ważnych wydarzeń. Syndrom *FOMO*, dając symptomy podobne do uzależnienia od Internetu, może objawiać się sięganiem po telefon zaraz po przebudzeniu, stałym spoglądaniem na jego ekran, wielokrotnym logowaniem się na swoje konta na portalach społecznościowych oraz funkcjo-

14 M. Ledzińska, *Stres informacyjny jako zagrożenie dla rozwoju*, „Roczniki Psychologiczne”, 5 (2002) s. 77–97.

15 K. Hedges, *Do You Have FOMO: Fear Of Missing Out?*, <https://www.forbes.com/sites/work-in-progress/2014/03/27/do-you-have-fomo-fear-of-missing-out/#68700-de24ec4>, dostęp: 25.01.2018.

16 M. Brzezińska, *Era FOMO sapiens*, s. 18–27.

nowaniem w stałym „podłączeniu” do mobilnych urządzeń, które zawsze ma się przy sobie<sup>17</sup>. Mimo że zachowania te interpretowane są często jako objawy uzależnienia od internetu, FOMO stanowi odmienne oraz odrębne od niego zjawisko. Internet, dla osób cierpiących na FOMO pozostaje bowiem jedynie kanałem komunikacji, kluczowe znaczenie odgrywa natomiast cel, w jakim jest wykorzystywany. Samo przebywanie w wirtualnym świecie nie jest tu źródłem przyjemności i sposobem zaspokojenia potrzeb. Osoba cierpiąca na FOMO odczuwa potrzebę stałego kontrolowania, co dzieje się na świecie, bojąc się, że na skutek „odłączenia od sieci” utraci ważną informację. Internet pomaga natomiast zaspokoić ową potrzebę jedynie w tym zakresie, w jakim pozostaje źródłem informacji, najszybszym i najłatwiej dostępnym kanałem ich wymiany.

Innym, istotnym dla syndromu FOMO aspektem kultury transparentności jest ujawnienie prywatnej sfery funkcjonowania człowieka za pośrednictwem technologii, oferującej „całodobowy podgląd” życia codziennego innych osób. Korzystając z portali społecznościowych i mobilnych aplikacji, człowiek konfrontuje się z różnymi scenariuszami życia. Te kształtują w nim przekonanie, że jako konsument lub jako uczestnik życia społecznego posiada nieograniczony właściwie zakres atrakcyjnych możliwości. Usiłuje następnie wykorzystać tak wiele z nich, jak tylko jest to możliwe<sup>18</sup>. FOMO pojawia się natomiast, gdy poziom wykorzystania tych możliwości w ocenie danej osoby jest niski w stosunku do grupy referencyjnej. Grupę tą stanowi zaś coraz częściej szerokie grono, z którym człowiek utrzymuje powierzchowne relacje, za pośrednictwem m.in. portali społecznościowych<sup>19</sup>. Ponieważ punktem odniesienia do tego typu porównań była dawniej jedynie grupa bliskich znajomych, FOMO szczególnie silnie zaczęło manifestować się dopiero w dobie nowych technologii, włączających jednostkę w większą niż kiedykolwiek społeczną sieć.

W percepcji osoby cierpiącej na FOMO wszelkie możliwości realizowane przez członków wirtualnej społeczności, a chętnie udostępniane w kulturze transparentności, są tym, czego jej brakuje, za czym tęskni, czego nie zdołała zrealizować,

17 L. Rosen, *Always On, All the Time: Are We Suffering From FOMO?*, <https://www.psychologytoday.com/blog/rewired-the-psychology-technology/201305/always-all-the-time-are-we-suffering-fomo>, dostęp: 20.01.2018.

18 Tamże.

19 Ch. Miranda, *Fear of Missing Out*, New York 2011.

mimo że powinna. Wyczerpanie szans staje się normą wśród innych, a nieumiejętność tego wyczerpania w jej przypadku – życiową porażką<sup>20</sup>. Towarzyszy jej uczucie przytłoczenia, a jednocześnie niespełnienia. Stanowiący istotę zjawiska strach przed niewykorzystaniem w pełni oferowanych przez świat możliwości<sup>21</sup> nie miałby jednak miejsca, gdyby możliwości te nie zostały najpierw odsłonięte przez kulturę transparenacji, zapewniającej wgląd w życie innych ludzi. Stanowiąc źródło porównań, kreują oni wyobrażenia człowieka o odmiennych możliwościach samorealizacji, których niekończący się zakres rodzi frustrację nazywaną *FOMO*.

Wstępne opracowania wywiadów eksploracyjnych z osobami w okresie wczesnej dorosłości (w wieku od 21 do 45 lat), prowadzonych w ramach szeroko zakrojonych badań jakościowych, realizowanych od września 2016 r. do stycznia 2017 r. przez zespół badawczy Katedry Psychologii Rozwojowej KUL, ujawniły pewne charakterystyczne dla *FOMO* wzorce zachowania. Analizy wypowiedzi badanych dostarczają trafnych egzemplifikacji zjawiska, a także pozwalają zaobserwować doświadczane przez współczesnego człowieka konsekwencje społeczno-kulturowych przemian, związanych m.in. z globalnym i natychmiastowym obiegiem informacji. Należą do nich, m.in.: potrzeba stałego dostępu do informacji, funkcjonowanie w stałym „podłączeniu” do mediów oraz dzielenie się doświadczeniami w poszukiwaniu potwierdzenia dla ich atrakcyjności.

W jednym z wywiadów, na pytanie: „W jaki sposób korzysta Pani z Internetu?”, kobieta w wieku 23 lat stwierdziła, że poszukuje w Internecie „informacji na każdy temat i z każdej dziedziny”. Na to samo pytanie 38-letnia respondentka odpowiedziała: „Ciągłe wchodzi się w Google i czegoś tam się szuka, wyjaśnia. Korzystam też z portali, które informują, co się dzieje na świecie. Zawsze chcę się dowiedzieć, co się dzieje na bieżąco. O różnych problemach, z którymi boryka się świat – jakieś katastrofy, wydarzenia tragiczne. Tam jest mnóstwo różnych tematów i myślę, że większa część jest dla mnie interesująca”. Wyrażając zainteresowanie wydarzeniami z całego świata, badane deklarują jednocześnie, że w ocenie przydatności informacji nie posługują się właściwie

20 Z. Baker, H. Krieger, A. LeRoy, *Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms*, „Translational Issues in Psychological Science”, 2 (2016) s. 275–282.

21 L. Rosen, *Always On, All the Time: Are We Suffering From FOMO?*.



żadnymi filtrami, pozwalającymi kategoryzować pewne wiadomości jako nieinteresujące. Wnioski z badań spójne są w tym zakresie z obserwacjami Krajewskiego, który zauważa, że kultura transparentności, ujawniając wydarzenia odległe i nagłe oraz przybliżając jednostkowemu odbiorcy medialnych przekazów wszystko to, co bezpośrednio go nie dotyczy i z czym nigdy nie zetknąłby się w swoim życiu, jednocześnie definiuje to, co odległe, jako równie istotne temu, co bliskie i poznawalne, dostępne zmysłowo<sup>22</sup>. W wyniku kompresji czasu i przestrzeni oraz na skutek globalnego, natychmiastowego obiegu informacji życie współczesnego człowieka staje się „światowe”, co oznacza, że „treścią życia przeciętnego człowieka jest obecnie cały glob, a każda jednostka żyje życiem całego świata”<sup>23</sup>.

Kolejny istotny aspekt zjawiska obserwowany może być na przykładzie wypowiedzi 40-letniego mężczyzny, który zapytany w wywiadzie o to, w jaki sposób wykorzystuje Internet, zauważył: „Moje dni są cały czas podłączone do Internetu. Od poranka do wieczora mam przy sobie smartfona”. Posługując się specyficznym słownictwem, badany zwraca w swojej wypowiedzi uwagę na istotny element syndromu *FOMO*, jakim jest nieumiejętność odłączenia się od strumienia informacji. W percepcji osób doświadczających *FOMO*, odłączenie się od sieci skazuje bowiem na swego rodzaju wykluczenie<sup>24</sup>. Dlatego też internauci, cierpiący na *FOMO*, sprawdzają wiele źródeł informacji, ponieważ każda z nich może okazać się istotna dla ich życia towarzyskiego, zawodowego lub rodzinnego.

Innym aspektem syndromu *FOMO* jest nobilitowana w kulturze transparentności potrzeba dzielenia się wydarzeniami z własnego życia. Werbalizację owej potrzeby odnaleźć można w wypowiedzi 25-letniego mężczyzny, który zapytany w wywiadzie, czy ważne jest dla niego to, w jaki sposób odbierany jest przez innych użytkowników Internetu, stwierdził: „Jak wrzucę jakieś zdjęcie to liczę na jak najwięcej like’ów bo to znaczy, że ludzie cię lubią. Im większy pułap tych polubień, tym bardziej jesteśmy dowartościowani, docenieni – to nam daje takie ogólne poczucie, że to, co robimy, się podoba”.

22 M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, s. 176.

23 J. Ortega y Gasset, *Bunt mas*, przeł. P. Niklewicz, Warszawa 2001, s. 38.

24 R. Ilnicki, *Od folkloru do protez egzystencjalnych. Kulturowe znaczenie portalu Facebook*, „Kultura Popularna”, 3 (2012) s. 32–43.

Przytoczone wypowiedzi dostarczają trafnych egzemplifikacji objawów *FOMO*. Oferowana przez portale społecznościowe i aplikacje działające w nurcie *lifestreaming* możliwość konfrontacji z tym, jak żyją inni, wywołuje w jednostce lęk, że jej własne życie jest nieciekawe, niesatysfakcjonujące i pozbawione sukcesów. Dlatego też *FOMO* objawia się nie tylko poprzez kilkukrotne w ciągu dnia poszukiwanie nowych wpisów na profilach znajomych, ale również codzienne dodawanie informacji i zdjęć na własnych kontach w serwisach społecznościowych<sup>25</sup>. Osoby cierpiące na *FOMO* odczuwają potrzebę dzielenia się wydarzeniami ze swojego życia, ponieważ dopiero prezentując je innym, nabierają przekonania, że ich doświadczenia były wystarczająco interesujące<sup>26</sup>. Zachowanie to wpisuje się zaś w kreowaną przez kulturę transparenacji potrzebę „transmitowania siebie”.

### ***Fomo sapiens* i jego egzystencjalna podróż**

Syndrom *FOMO* i związane z nim objawy stanowią dziś dominantę kulturowo uwarunkowanych doświadczeń młodego pokolenia, dlatego też można mówić o kształtującym się w warunkach opisanych powyżej społeczno-kulturowych przemian, tzw. *Fomo sapiens*<sup>27</sup>. Jest to człowiek próbujący w jak największym stopniu wykorzystać szeroki zakres atrakcyjnych możliwości, odsłoniętych przed nim przez kulturę transparenacji i jednocześnie stale niezadowolony z tego, co udało mu się zrealizować. Człowiek śledzący wszystkie informacje w obawie przed tym, że coś ważnego mogłoby go ominąć, a w konsekwencji człowiek, który stara się być wszędzie i w każdej chwili, aby mieć złudne poczucie, że niczego nie traci. *Fomo sapiens* chce wiedzieć wszystko i spróbować wszystkiego. Pragnie uczestniczyć we wszystkich wydarzeniach, nawet tych odległych oraz tych, które go nie dotyczą. Towarzyszy mu ponadto stała obawa, że coś ciekawego lub ważnego dzieje się właśnie tam, gdzie akurat go nie ma, a najważniejszą informację może przeoczyć, gdy tylko odłoży telefon lub też wyloguje się z sieci. *Fomo sapiens*, stale poszukując swojego miejsca w świecie, a jednocześnie żadnego z tych miejsc nie chcąc zajmować na stałe, pozostaje w ciągłej

25 M. Brzezińska, *Era FOMO sapiens*, s. 24.

26 K. Hedges, *Do You Have FOMO: Fear Of Missing Out?*

27 M. Brzezińska, *Era FOMO sapiens*, s. 18–27.

„podróży”. Każdy wybór postrzega przez pryzmat utraconych możliwości, toteż żywi niechęć do podejmowania stałych zobowiązań i snucia długoterminowych planów, a pewna nieokreśloność staje się dla niego strategią funkcjonowania w świecie pogrążonym, za sprawą kultury transparenacji, w informacyjnym chaosie i nadmiarze bodźców. Brak zaangażowania może stanowić w tym kontekście formę zachowania stałej gotowości do zmiany, próbę uchronienia się przed utratą jakiegokolwiek z dostępnych możliwości oraz próbę zachowania nieograniczonej wolności, w zakresie kształtowania swojej indywidualnej ścieżki życia. Dlatego też *Fomo sapiens* żyje w swego rodzaju zawieszeniu i stale poszukuje swojej tożsamości, podróżując za pośrednictwem mediów wszędzie i w każdej chwili, a jego nadrzędnym życiowym celem staje się kolekcjonowanie doświadczeń.

**Streszczenie:** Współczesne przemiany społeczno-kulturowe, składające się na kontekst funkcjonowania człowieka, redefiniują podróż, rozumianą jako poszukiwanie swojej tożsamości oraz miejsca w świecie. Kultura transparenacji, stanowiąca dominujący trend współczesnej kultury popularnej, rozszerza dostępny poznawczo zakres rzeczywistości, eliminując społeczne i fizyczne bariery, stawiane dawniej ludzkiemu poznaniu. W konsekwencji w kreowanym przez nią „przezroczystym świecie” wzrasta ilość wydarzeń, w których członkowie mobilnego społeczeństwa mogą uczestniczyć za pośrednictwem nowych mediów, a także rośnie ilość docierających do jednostki informacji. Skutkuje to informacyjnym przeciążeniem, które rodzi frustrację nazywaną „lękiem przed utratą ważnej informacji” czyli *FOMO* (ang. *Fear of Missing Out* – lęk przed tym, że coś nas omiśnie). Syndrom ten polega na doświadczaniu niemożliwości uczestniczenia we wszystkich wydarzeniach i odebrania wszystkich informacji, a zatem wyczerpania dostępnych sytuacji, przy jednoczesnym odczuwaniu braku radości i satysfakcji z wykorzystanych szans. U jego podłoża leży świadomość posiadania nieograniczonego zakresu atrakcyjnych możliwości (w zakresie m.in. źródeł informacji, scenariuszy życia), odsłoniętych przez kulturę transparenacji i udostępnionych w zmediatyzowanej rzeczywistości. Wydarzenia nagłe i odległe, przybliżając się w niej do człowieka, kształtują *Fomo sapiens*, podróżującego za pośrednictwem mediów oraz mobilnych technologii wszędzie i w każdej chwili, by uniknąć poczucia, że coś go omija. Wciąż poszukuje on swojej tożsamości, boi się podjąć jakiegokolwiek zobowiązanie, postrzega każdy wybór przez pryzmat utraconych możliwości i stale pozostaje w pewnego rodzaju „podróży”, rozumianej jako kolekcjonowanie doświadczeń.

**Słowa kluczowe:** kultura transparenacji, nowe media, wirtualne podróże, stres informacyjny, *Fear of missing out*, *FOMO*

## Bibliografia

- Baker Z., Krieger H., LeRoy A., *Fear of Missing Out: Relationships with Depression, Mindfulness, and Physical Symptoms*, „Translational Issues in Psychological Science”, 2 (2016) s. 275–282.
- Brzezińska M., *Era FOMO sapiens*, „Charaktery”, 9 (2013) s. 18–27.
- Cęcelek G., *Technologia informacyjna w procesie edukacji. Szanse i zagrożenia*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, 1 (2010) s. 31–38.
- Hedges K., *Do You Have FOMO: Fear Of Missing Out?*, <https://www.forbes.com/sites/work-in-progress/2014/03/27/do-you-have-fomo-fear-of-missing-out/#6870ode24ec4>, dostęp: 25.01.2018.
- <http://www.rmf.fm/f/rmf-connect.html>, dostęp: 23.08.2017.
- <https://twitter.com/?lang=pl>, dostęp: 10.01.2018.
- [https://www.facebook.com/facebook/about/?entry\\_point=page\\_nav\\_about\\_item&tab=page\\_info](https://www.facebook.com/facebook/about/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info), dostęp: 12.12.2017.
- <https://www.google.com/intl/pl/earth/>, dostęp: 10.12.2017.
- Ilnicki R., *Od folkloru do protez egzystencjalnych. Kulturowe znaczenie portalu Facebook*, „Kultura Popularna”, 3 (2012) s. 32–43.
- Kazmierczak M., *Filozofia podróży. Nowy cel dla turystów albo o zmianie samego siebie w alternatywnych światach*, „Turystyka Kulturowa”, 3 (2010), s. 30–35.
- Krajewski M., *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003.
- Ledzińska M., *Stres informacyjny jako zagrożenie dla rozwoju*, „Roczniki Psychologiczne”, 5 (2002) s. 77–97.
- Lisowska-Magdziarz M., *Feniksy, łabędzie, motyle. Media i kultura transformacji*, Kraków 2012.
- Łysik Ł., Machura P., *Rola i znaczenie technologii mobilnych w codziennym życiu człowieka XXI wieku*, „Media i Społeczeństwo”, 4 (2014) s. 18–19.
- Miranda Ch., *Fear of Missing Out*, New York 2011.
- Ortega y Gasset J., *Bunt mas*, przeł. P. Niklewicz, Warszawa 2001.
- Periscope – transmisja na żywo*, <https://play.google.com/store/apps/details?id=tv.periscope.android&hl=pl>, dostęp: 10.01.2018.
- Podemski K., *Socjologia podróży*, Poznań 2005.
- Rosen L., *Always On, All the Time: Are We Suffering From FOMO?*, <https://www.psychologytoday.com/blog/rewired-the-psychology-technology/201305/always-all-the-time-are-we-suffering-fomo>, dostęp: 20.01.2018.
- Stachura, K. *Cyfrowe (nie)kompetencje. Nowe technologie w służbie „ja”*, „Kultura Popularna”, 1 (2017) s. 4–14.