



/Fomo NOOIT MEER NIKS DOEN

Natuurlijk, druk-druk-druk waren we altijd al. Maar sinds de komst van smartphones en sociale media als Facebook en Twitter is er geen houden meer aan. Wie erbij wil horen, mag geen evenement, programma of serie meer overslaan. Amerikaanse experts spreken van een serieus syndroom: de *fear of missing out*, oftewel *fomo*. 'Wie er niet in meegaat, wordt een outcast.'

door Ivo van Woerden beeld Martyn F. Overweel

Alle gelukkige gezinnen lijken op elkaar, elk ongelukkig gezin is ongelukkig op zijn eigen wijze." Het is de eerste zin uit *Anna Karenina* van Tolstoj. Inmiddels ben ik voor de vijfde keer aan dit negenhonderd pagina's tellende meesterwerk begonnen. Het is een mooie zin, die naar meer smaakt. Maar steeds dwaal ik na zo'n vijf bladzijden af. Want dan trilt mijn smartphone omdat iemand op iets reageert wat ik op Facebook heb gezet, of omdat ik aan de beurt ben om een woord te leggen bij Wordfeud, of omdat ik een tekening moet maken voor Draw Something. En daarna kan ik mijn smartphone moeilijk meer wegleggen: dan check ik het nieuws en mijn mail, klik ik een filmpje aan dat hilarisch moet zijn of loop ik de

trending topics op Twitter even na. Soms kijk ik tegelijk naar *De Wereld Draait Door* of later op de avond *Pauw & Witteman*. Wordt daar een boek aangeprezen, dan denk ik vaak: goh, interessant, dat wil ik ook wel lezen. Is dat gevoel heel sterk, dan koop ik het boek in kwestie en gaat het op de stapel. Of ik lees het meteen en leg *Anna Karenina* maar weer even weg. Hoor ik iets over een bandje dat de moeite waard moet zijn, dan check ik dat op YouTube of Spotify, en als ik het wat vind, neem ik me voor om eventuele concerten in de gaten te houden. Films waar iedereen het over heeft, wil ik ook gezien hebben – om mijn eigen mening te kunnen vormen. Zo vond ik vijfvoudig Oscarwinnaar *The Artist* best vermakelijk, maar na alle hysterische loftuitingen nogal tegenvallen. Maar ik kon hem dus wel van mijn *to do*-lijstje schrappen, net als een keur aan Amerikaanse televisieseries (van *Dexter* en *True Blood* tot *Nurse Jackie* en *Breaking Bad*).

Het fenomeen is eigenlijk zo oud als de weg naar Rome. Het is van alle tijden dat zodra er ijs ligt en er geschaatst kan worden, je je gedwongen voelt de ijzers onder te binden. Want het hele land is op de been, en daar wil je bij zijn. Maar sinds de komst van de sociale media is dat oude gevoel van 'niks willen missen' exponentieel toegenomen. Het heeft zelfs een nieuwe, wat hippe Engelse naam gekregen: *fomo*, kort voor de *fear of missing out*.

Eerder werd de term *fomo* gebruikt in onderzoeken waaruit bleek dat mensen een huis willen kopen als anderen dat ook doen. Zoals dat gaat met sociale fenomenen, duiken marketingbureaus daar bovenop. Het internationale JWT bijvoorbeeld presenteerde in maart de uitkomsten van een onderzoek onder bijna dertienhonderd Amerikanen en Britten naar het verschijnsel, gerelateerd aan sociale netwerken. "Met ruim 845 miljoen gebruikers van Facebook en daarnaast nog andere sociale platformen als Twitter, Instagram en Pinterest is er een ongekend sterk besef van hoe anderen hun leven leiden, waardoor steeds meer mensen tekenen van *fomo* vertonen," concludeert het bureau. Het syndroom gaat volgens JWT gepaard met serieuze symptomen als lusteloosheid, onrust, kortademigheid en hartkloppingen.

Fomo komt volgens JWT het meest voor bij jongeren die zijn opgegroeid met de technieken die het mogelijk maken om via internet continu te kunnen volgen wat hun vrienden doen. Liefst 83 procent van de ondervraagden zegt graag op de hoogte te willen zijn van alles wat er speelt en waar anderen mee bezig zijn. Meer dan de helft geeft aan zich overdonderd te voelen door alle informatie die ze moeten verwerken om ook op de hoogte te blijven. Mannen hebben er meer last van dan vrouwen: 38 procent van hen voelt zich buitengesloten als ze op sociale netwerken zien dat hun vrienden iets aan het doen zijn en zij niet. Bij vrouwen is dat 26 procent.

Bij gebrek aan serieuze gegevens over de situatie in Nederland neem ik zelf de proef op de som. Eén oproep op Facebook is genoeg. Hans Pieter van Stein Callenfels (33) uit Haarlem kan heel onrustig worden van Facebook en Twitter, zegt hij. "Er is zo'n enorme overload aan informatie. Soms denk ik: *My God*, waar moet ik beginnen?" Tegelijkertijd laat het de freelance journalist en tekstschrijver niet los. "Ik zit zo'n tien uur per dag op internet. Er komen toch wel veel leuke dingen langs." Maar echt ergens tijd aan besteden is er niet bij. "Boeken koop ik wel, maar ik lees ze niet. Terwijl het me heerlijk lijkt om langer dan tien minuten aandacht voor iets te hebben. Maar het lukt me zelden om stil te zitten en er echt aan te beginnen."

"Er zitten te weinig uren in een dag," zegt Cyril Snijders (34) uit Utrecht. De community manager bij de VARA moet zichzelf intomen om alles wat hij zou willen doen niet tegelijk aan te pakken. "Ik zou allerlei opleidingen willen volgen. Ik zou meer willen schrijven en meer willen reizen, en die twee dingen combineren, reisjournalist worden. En ik zou infographics willen kunnen ontwerpen. Maar het lijkt me ook leuk om parttime in de horeca te werken – gezellig. Ik zou willen leren surfen en meer willen fotograferen. En het lijkt me ook erg leuk om dj'en onder de knie te krijgen. Er ligt nog een stapel boeken, *Congo* bijvoorbeeld, van David van Reybrouck. Maar dat is wel erg dik."

De 32-jarige Mirjam de Jong (niet haar echte naam) uit Amsterdam heeft er ook last van. "Soms zit ik rustig thuis en kijk ik toch nog even op Facebook of Twitter, en

dan raak ik teleurgesteld als ik zie dat mensen met elkaar hebben afgesproken. Dan denk ik: waarom ben ik daar niet bij?" Of ze ziet op LinkedIn een aankondiging van een netwerkbijeenkomst waar ze geen tijd voor heeft. Mirjam, medewerkster van een hulporganisatie: "Moet ik weer een kans laten schieten om mensen te ontmoeten." Of de zon schijnt en ze fietst naar huis langs drukke terrassen. "Dan denk ik: zie je wel, ik heb geen vrienden, want niemand heeft me uitgenodigd." Natuurlijk is dat niet echt zo: ze heeft juist een heel grote groep vrienden. Haar klacht komt dan ook niet voort uit een daadwerkelijk gemis aan contact met anderen, maar uit het gevoel dat ze iets mist.

"De mens is een kuddedier, en dat heeft sociale implicaties," zegt Jaap van Ginneken, massapsycholoog en schrijver van *Het enthousiasmevirus*. "Je moet voortdurend gespist zijn op anderen en hun oriëntaties, zodat je je kunt aanpassen en bij de kudde kan blijven horen. We proberen hardnekkig op dezelfde lijn te blijven als onze omgeving."

Die omgeving is door de komst van internet enorm veel groter geworden. Een smartphone brengt de hele wereld letterlijk binnen handbereik. Nieuws uit de ene kant van de aardbol heeft nog geen vijf minuten later de andere kant bereikt. Door smartphones en tabletcomputers zijn we niet alleen voortdurend in staat te volgen wat er in onze omgeving plaatsvindt, maar ook om ons daaraan aan te passen.

"We zijn behalve kuddedieren ook nieuwsgierig," zegt van Ginneken. "Het is een zichzelf versterkend proces. Je zoekt prikkels omdat je meer wilt weten, en dat roept vragen op, waarna je nog meer wilt weten en overprikkeld raakt."

Op Twitter staat: "Lees dit geweldige artikel in *The Economist*." Op Facebook lees je: "Ik wist niet dat poezen scheten kunnen laten. Kijk dit filmpje op YouTube, hilarisch." "Er vindt stemmingsbesmetting plaats," zegt van Ginneken. "We steken elkaar aan met onze reactie. Vindt de een iets leuk, dan infecteert dat de ander. Je wilt steeds meer bijblijven, en je wordt bang om iets te missen. Je ziet door de bomen het bos niet meer. Ik heb het zelf ook: op LinkedIn heb ik me bij een aantal groepen aangesloten die me interessant leken;

sindsdien word ik gebombardeerd met berichten en vragen die ik echt niet allemaal kan verwerken."

Veel mensen vinden het bovendien belangrijk om op sociale netwerken zich van hun beste of leukste kant te laten zien. In het JWT-onderzoek gaf bijna tweederde van de ondervraagden aan op Facebook en Twitter aan imagebuilding te doen. Sherry Turkle, psycholoog en hoogleraar sociologie van wetenschap en techniek aan het Massachusetts Institute of Technology (MIT) heeft zich ook in dit onderwerp verdiept. In haar boek *Alone Together* beschrijft ze hoe sociale media uitnodigen tot het creëren van een identiteit die niet helemaal echt is.

"Als je moet opschrijven waar je mee bezig bent, ben je geneigd daar een soort advertentie van jezelf van te maken," vertelt Turkle. "Daarin staan dan nooit kwalificaties als 'onzeker' of 'afwachtend', maar noem je prestaties waar je trots op bent. Op sociale netwerken laat je graag zien wat je kunt. Dus denken we goed na over de teksten die we daar plaatsen. Je kunt je posts aanpassen en bijschaven, zodat ze leuker of beter worden dan je eerste ingeving. Zo presenteer je jezelf in een aangepaste vorm aan anderen." De drijfveren daarachter zijn competitiedrang en naijver, denkt Turkle. "We zijn altijd jaloers op andermans leven, ook al weten we dat anderen ons ook maar een opgepoetst beeld van zichzelf voor-schotelen. Ik denk zelfs dat we jaloers zijn op onze eigen online identiteit. Daardoor raken we vervreemd van onszelf." Die vervreemding leidt onder meer tot een groeiende voorkeur van mensen om te mailen of te sms'en in plaats van te bellen, schrijft ze in *Alone Together*. We gaan direct contact mijden om te kunnen nadenken over een formulering die ons beter doet overkomen.

Maatschappijfilosoof Robin Brouwer van de onafhankelijke onderzoeksgroep Liberticide is kritisch over de rol van sociale media. Een fenomeen als fomo illustreert het 'relativistische en geïndividualiseerde bestaan' dat we leiden, zegt hij. "We doen wanhopige pogingen om nog iets te ervaren, of iets met elkaar te delen. Maar het resultaat is dat we de leegte alleen maar vergroten. We ontnemen onze

identiteit tegenwoordig aan consumptie, aan wat we aangereikt krijgen en tot ons nemen. We zijn een kale kerstboom, die we optuigen door het consumeren van goederen, informatie en opinies."

Op websites als Facebook versier je jezelf dus met posts over dingen die je hebt gezien, gedaan of gelezen en die je anderen van harte aanbeveelt. Je geeft op je profiel aan welke films je goed vindt, naar welke muziek je luistert en welke merken je draagt, en daar ontleen je waarde aan. Brouwer: "Maar die waarde is van korte duur. We consumeren steeds sneller, omdat er altijd weer een nieuw feest, evenement of tv-programma wacht. We hebben dus steeds nieuwe versieringen nodig." Heb je een kaartje gescoord voor North Sea Jazz, dan kun je zeggen: daar ga ik heen, daar hoor ik bij. Maar zodra het festival voorbij is, moet je een kaartje kopen voor een ander festival – Lowlands, Into The Great Wide Open – om opnieuw ergens bij te horen. Dat is goed voor de economie, zegt Brouwer, maar dat steeds moeten consumeren heeft ook nadelen. "Wie er niet in meegaat, hoort er niet meer bij en wordt een sociale outcast."

Wie last heeft van fomo, reageert sterker dan anderen op de overdaad aan informatie en tips die dagelijks over ons wordt uitgestort (zie kader op pagina 66). Maar tijd en energie om in een nieuw onderwerp te duiken is er vaak niet, want hop, dan is er alweer wat anders. Iets meer dan de helft van de deelnemers aan het eerder aangehaalde JWT-onderzoek gaf aan daarmee te worstelen.

Massapsycholoog Van Ginneken herkent dat probleem. "Er is steeds meer informatie beschikbaar, maar tegelijkertijd zijn we steeds slechter geïnformeerd – juist omdat we zo overspoeld worden. We hebben te weinig tijd om ergens dieper op in te gaan. De hype van het begin van de week is een heel andere dan de hype waar iedereen het aan het eind van de week over heeft." Filosoof Robin Brouwer ziet bovendien een devaluatie van wat nieuws en meningen waard zijn. "Wat Frans Bauer zegt over de economische crisis wordt net zo belangrijk gevonden als wat een hoogleraar economie erover zegt. Het is alsof je een peer en een sinaasappel in een fruitmand ziet en zegt: 'Het is fruit, dus hetzelfde.' Meningen



‘Meningen zijn iets om te consumeren. Als de ene op is, moet er een volgende komen.’

‘Ik pleit voor een digitaal dieet: met al die impulsen die op je afkomen, moet je je leren beheersen.’

zijn iets om te consumeren. Als de ene op is, moet er een volgende komen.”

Aan zelf nadenken komen we door de onophoudelijke informatiestroom amper meer toe. Evenmin kunnen we nog de concentratie opbrengen om een heel boek uit te lezen. Laat staan een dikke klassieker als *Anna Karenina*, afgeleid als we worden door een volgend mustread-artikel, must-see-filmpje of musthave-concertkaartje.

Fomo heeft zelfs kenmerken van een verslaving, zegt de Amerikaanse neuro-econoom Paul Zak. Hij ontdekte dat onze hersenen oxytocine aanmaken wanneer we sociale media gebruiken, een stofje dat een belangrijke rol speelt bij het verbinden van sociale contacten met gevoelens van plezier. Na tien minuten op Facebook of Twitter zit er net zoveel oxytocine in onze hersenen als bij een verliefdheid. En liefde is misschien niet lichamelijk verslavend, maar doet wel degelijk verlangen naar meer.

Maar professor Sherry Turkle vindt het idee van fomo als een verslaving te ver gaan. “Zodra we van een *addiction* gaan spreken, klinkt de roep om het uitbannen van de verslavende substantie. Maar sociale netwerken zijn net als eten: je kunt niet zonder, dus je moet er op een gezonde manier mee leren omgaan. Daarom heb ik het liever over een ‘digitaal dieet’: met al die impulsen die er op je afkomen, moet je je leren beheersen. En als je bij je kinderen ziet dat ze daar moeite mee hebben, leg ze dan uit dat ze niet op alle prikkels hoeven te reageren. Leer ze relativieren.”

Daar heb je wel ‘attentiediscipline’ voor nodig, zegt Jaap van Ginneken. “Je hebt maar een aantal uren per week beschikbaar om geconcentreerd informatie tot je te nemen. Je moet dus leren snoeien,

je niet zomaar overal voor openstellen, anders verlies je de controle over de informatiestromen en dobber je voort.” Robin Brouwer zit om die reden niet op Twitter en is zeer selectief in de media die hij volgt. Van Ginneken leest maar één krant: de *International Herald Tribune*. “Die heeft maar twaalf pagina’s en gaat over de grote problemen in de wereld. Als ik dagelijks *The New York Times* zou lezen, zou ik die vijftig pagina’s nooit uit krijgen en me daar schuldig over voelen, zoals veel mensen zich schuldig voelen als de zaterdagbijlage van de krant op zondag ongelezen bij het oud papier gaat. Ik hoef ook niet elke ruzie tussen politici te zien die in de dagelijkse talkshows wordt opgelepeld. Ze voegen vaak weinig toe en leiden zelfs af van wat echt belangrijk is.” Wat ook helpt bij het relativieren, is ouder worden. Hans Pieter van Stein Callenfels: “Sinds ik kinderen heb, kan ik beter accepteren dat ik sommige dingen zal moeten missen. Het is één grote les in geduld.” Cyril Sniijders: “Sinds ik met mijn vrouw Eefje ben, voel ik iets minder de drang om alles tegelijk te willen doen. Ik zit nu ook weleens een avond rustig thuis.” Mirjam de Jong: “We moeten leren een middelvinger op te steken tegen alle verleiding.”

Goed. Televisie uit, laptop uit, iPad uit, iPhone uit, muziek uit en met een kop koffie plaatsnemen in de grote leren stoel. Boek open. “Alle gelukkige gezinnen lijken op elkaar, elk ongelukkig gezin is ongelukkig op zijn eigen wijze.” Als ik het tot en met de laatste pagina heb gelezen, zal ik daar nergens melding van maken. Beloofd./

*Hoe hevig lijdt u aan fomo?
Doe de test op hpdetijd.nl.*

Dit móét u zien!

Wat wordt er in een gemiddelde week allemaal aangeprezen in *De Wereld Draait Door* en *Pauw & Witteman*? Blind prikken op de kalender levert week 11 op. Hieronder de oogst. Het radioprogramma *The Black List* (zes dagen lang), de theatershow *Met alle respect* van Theo Maassen en een benefietconcert in de Amsterdamse Melkweg met Tim Knol (zo’n twee uur per stuk). Het televisieprogramma *Loslopend wild!* van Eddy Zoey en Freek Vonk (een uur). De geweldige documentaire *Dead Man Talking* (een uur), en de ook al boeiende serie *In het Haagse* (zes afleveringen van een uur). Alles bij elkaar een kleine vierhonderd uur – de afleveringen van *DWDD* en *P&W* zelf nog niet eens meegerekend.

Vier boeken: de James Brown-biografie *The One* (455 pagina’s), Gerdi Verbeets *Vertrouwen is goed maar begrijpen is beter* (248 pagina’s), *Verboden vruchten* van Heleen van Royen (123 pagina’s) en *Het enige echte eerlijke puberopvoedboek* van Jan Dijkgraaf en Marina van der Wal (256 pagina’s). Om die allemaal uit te krijgen heb je bij een leessnelheid van twintig bladzijden per uur ruim vijftig uur nodig – een dikke werkweek. Help!