

FOMO 2021

Polacy a lęk przed odłączeniem podczas pandemii

Anna Jupowicz-Ginalska
Małgorzata Kisilowska
Katarzyna Iwanicka
Tomasz Baran
Aleksander Wysocki
oraz
Marta Witkowska
Rafał Lange



współpraca:
Ksenia Wróblewska
Martyna Dudziak-Kisio

Warszawa 2021

SPIS TREŚCI

Od autorów	1
FOMO w literaturze przed pandemią i w trakcie pandemii (lata 2020-2021)	5
FOMO a podstawowe dane demograficzne	11
Skala FOMO w Polsce (A.K. Przybylski et al., 2013)	16
FOMO a przeciążenie informacją	21
FOMO a zaangażowanie w media społecznościowe	26
Dzień fomersa	29
FOMO a nomofobia	30
FOMO a pandemia	37
FOMO a CAGE	40
FOMO a zdrowe nawyki	44
Rekomendacje	51
Metodologia badań	56
Bibliografia	60

OD AUTORÓW

Przedstawiamy Państwu najnowszy – trzeci – raport poświęcony FOMO (ang. Fear of Missing Out). Pierwszy z nich opublikowaliśmy w 2018 roku, a drugi – w 2019. Uznaliśmy, że pod koniec 2021 roku powinniśmy podzielić się wynikami trzeciej edycji naszych badań. Gdyby nie pandemia, prezentowany raport byłby zapewne czwartym z kolei...

Pandemia. Jej wybuch uderzył w nas z impetem w każdą dziedzinę życia, przeorganizował nasze wartości, zachowania, postawy oraz na nowo uporządkował priorytety, plany i sposoby działania.

Nie będziemy tu sięgać po liczne przykłady zmian wywołanych przez koronawirusa, ponieważ po pierwsze – są one praktycznie niepoliczalne i wręcz narastają z każdym kolejnym miesiącem, po drugie – większość z nas ma ich pełną świadomość, codziennie budowaną przez media, naukowców, polityków i naszych najbliższych i po trzecie – epidemia trwa i trudno prognozować, kiedy się skończy, żeby dać zielone światło szacowaniu jej skutków.

Chcemy uniknąć truizmów, uogólnień i oczywistości. Postanowiliśmy więc się skupić fragmencie rzeczywistości, któremu już wcześniej poświęcaliśmy uwagę, czyli FOMO. W 2020 roku rozproszyła nas pandemia – zdekoncentrowani, skupieni na innych sferach życia prywatnego i zawodowego, zaniechaliśmy badań. Jednak po upływie czasu, owym utkwieniu w koronareczywistości, bogatsi o obserwacje, doświadczenia i dane, postanowiliśmy wrócić do porzuconego tematu, ukierunkowując go właśnie na pandemię. Zainspirowały nas badania (wspominamy o nich

później) dowodzące, że w trakcie epidemii siła odczuwania FOMO wzrosła. Okazało się także, że i samo zjawisko się zmieniło, gdyż obok znanych wątków pojawiły się zupełnie nowe, wynikające bezpośrednio z pandemii. Nie bez znaczenia były też nasze własne przeżycia, które współdzieliliśmy z ludźmi na całym świecie. Wszyscy musieliśmy adaptować się do nowych okoliczności, po to by nie zostać wykluczonym z zawodowego i prywatnego obiegu. Internet, media społecznościowe, komunikatory, webinary, smartfony, oraz inne cyfrowe wynalazki zdominowały życie podczas lockdownu, a perspektywa utrzymania cyfrowego dobrostanu stała się jeszcze bardziej odległa (a zarazem potrzebna) niż w 2019 roku. Na to wszystko nałożyła się jeszcze infodemia: pogoń za newsem, pochłanianie wiadomości w stale(?) przyspieszającym tempie, zalew informacji i ich źródeł, dezinformacja i fake newsy, przyrastająca skokowo wiedza o zakażeniach, objawach, przebiegu choroby, jej skutkach, szczepionkach, lekach... Jednoczesne niedoinformowanie i przeinformowanie, połączone z wymuszoną izolacją lub ograniczonymi możliwościami przemieszczania się, silnymi emocjami i tęsknotą za tym, co było, a czego nie ma, stały się znakiem rozpoznawczym naszych czasów – co ciekawe, mocno osadzonym w *Fear of Missing Out*.

Mając powyższe na względzie, postanowiliśmy przystąpić do badań analizujących ten fenomen w latach 2020-2021. Sformułowaliśmy następujące pytania, na które staraliśmy się odpowiedzieć w niniejszym raporcie:

- Jaka jest obecnie skala występowania FOMO w Polsce i czy pojawiły się różnice w stosunku do ubiegłych lat? Jeśli tak, to jakie, w jakim zakresie i czym mogły być spowodowane? Jaką rolę mogła tu odegrać pandemia?

Jaka jest skala występowania w Polsce, takich zjawisk jak np.: przeciążenie informacyjne, zaangażowanie w media społecznościowe (SMEQ) oraz nomofobia czy nadmierne używanie alkoholu (CAGE)? Czy zakres ten (jeśli był mierzony w poprzednich latach) zmienił się? Jeśli tak, to w jaki sposób?

- Jak podczas pandemii Polacy odnosili się do zagadnień związanych z cyfrowym dobrostanem? Czy zaszły tu zmiany w porównaniu z ubiegłymi latami?

Oczywiście raport, ze względu na ograniczenia edycyjne, przedstawia tylko część pozyskanych wyników. Pozostałe (wykazane na końcu raportu w opisie metodologicznym) będą przedmiotem wyteżonych prac naukowych, których efektami także się podzielimy.

Na zakończenie krótka wzmianka o naszym zespole. Jego szeregi opuściła dr Justyna Jasiewicz, której pięknie dziękujemy za świetną współpracę. Dołączyli do nas natomiast dr Katarzyna Iwanicka (psycholog, WDiB UW) oraz eksperci z NASK, naszego nowego partnera. Wspólnymi siłami opracowaliśmy wielowątkową i szczegółową ankietę, za realizację której odpowiadał, jak zwykle, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna. Warto dodać, iż w sierpniu 2021 roku kompleksowy projekt naszych badań pt. „FOMO 2021. Polacy a lęk przed odłączeniem podczas pandemii” uzyskał pozytywną opinię uniwersyteckiej Komisji Rectorskiej ds. Etyki Badań Naukowych z Udziałem Człowieka.

Zapraszamy Państwa do lektury. Być może nie będzie ona zbyt przyjemna, ale z całą pewnością ciekawa i skłaniająca do pogłębionej autorefleksji.

Zapraszamy też do kontaktu (fomo.wdib@uw.edu.pl). Udzielimy odpowiedzi wszystkie na Państwa pytania.

dr hab. Anna Jupowicz-Ginalska, prof. UW*

dr hab. Małgorzata Kisilowska, prof. UW*

dr Katarzyna Iwanicka*

dr Tomasz Baran**

mgr Aleksander Wysocki***

oraz

mgr Marta Witkowska****

dr Rafał Lange****

współpraca:

mgr Ksenia Wróblewska *

mgr Martyna Dudziak-Kisio*

*Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW

**Wydział Psychologii UW

***Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna

****NASK Państwowy Instytut Badawczy

FOMO W LITERATURZE PRZED PANDEMIĄ I W TRAKCIE PANDEMII (LATA 2020-2021)

Literatura o FOMO przed pandemią

Początkowo *Fear of Missing Out* badano w kontekście relacji społecznych i ryzyka utraty spodziewanej przyjemności z nimi związanymi. Takie analizy przeprowadził m.in. Dan Herman w latach 90. XX w. Jednak dużo większą popularność zyskało odniesienie zjawiska do internetu (zwłaszcza mediów społecznościowych) i poczucia bycia w grupie, bycia na bieżąco oraz uczestniczenia w ważnych wydarzeniach (lub przynajmniej posiadania o nich wiedzy). Do dzisiaj za jedno z najważniejszych badań dotyczących FOMO uważa się analizy przeprowadzone przez zespół Andrew K. Przybylskiego (Przybylski et al., 2013). Autorzy jako pierwsi zaproponowali w nich narzędzie badawcze do pomiaru zjawiska (tj. skalę FOMO, zawierającą zestaw 10 stwierdzeń rozpiętych na skali Likerta, z których część wprost odnosiła się do sfery wirtualnej, a pozostałe odnosiły się do relacji społecznych). Badacze opracowali także najczęściej przytaczaną definicję, opisując FOMO jako „wszechogarniający lęk, że inne osoby w danym momencie przeżywają bardzo satysfakcjonujące doświadczenia, w których ja nie uczestniczę” (por. Dossey, 2014; Beyens, Frison & Eggermont, 2016; Buglass et al., 2017; Wolniewicz et al., 2018).

Od czasu publikacji Przybylskiego et al. (2013) zainteresowanie badaczy FOMO rośnie. Wyszukiwanie w *Web of Science Core Collection* z zastosowaniem instrukcji wyszukiwawczej „FOMO” OR „*Fear of Missing Out*” OR („FOMO” AND „*Fear of Missing Out*”) wykazało, że w 2013 roku

opublikowano dwa artykuły na jego temat, w 2014 – jeden, w 2015 już sześć, w 2016 – 10, w 2017 – 17, w 2018 – 27, a w 2019 – 55 (lata 2020-2021 to czas pandemii, zatem publikacje za ten okres omówimy odrębnie).

Obecnie FOMO bada się w ścisłym powiązaniu z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi i aktywnością w sieci, np. jako ryzyko lub negatywny skutek korzystania z mediów społecznościowych, problematyczne użytkowanie z internetu (PIU) albo rodzaj uzależnienia od mediów społecznościowych (*SNS – social networking service*), smartfonów oraz komunikatorów online (np. James et al., 2017; Reinecke et al., 2017; Alt, 2017; Sanalan et al., 2017; Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018; Yin, Liu & Lin, 2015; Bankoglu & Cerkez, 2019; Pivetta et al., 2019). Szczególnym zainteresowaniem badaczy cieszą się wspomniane negatywne skutki użytkowania mediów społecznościowych, głównie: stres, obniżona samoocena (Beyens, Frison & Eggermont, 2016; Fox & Moreland, 2015; Reinecke et al., 2017), nieustanna potrzeba poszukiwania nowych wpisów czy nieumiejętność rezygnacji z posiadania profilu, ciągłego jego sprawdzania i odświeżania informacji (np. James et al., 2017; Auverset, Billings & Conlin, 2016; Elhai et al., 2016), *phubbing*, czyli zwyczaj lekceważenia rozmówcy na rzecz poświęcenia uwagi swojemu smartfonowi (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Davey et al., 2018; Franchina et al., 2018; Gil et al., 2015) i zaburzenia komunikacji interpersonalnej (Barber & Santuzzi, 2017). Zachowania te, jak twierdzą badacze, często wynikają z „lęku przed wypadnięciem z obiegu” towarzyskiego oraz obawy przed utratą możliwości udziału w satysfakcjonującym, przyjemnym doświadczeniu (np. Alt, 2017 i 2018; Barry et al., 2017).

Część autorów w kontekście FOMO analizuje również zdrowotne

konsekwencje nadmiernego korzystania z sieci, takie jak: syndrom odstawienia, brak snu, nadużywanie alkoholu, skłonność do zaburzeń lękowych czy depresyjnych (Aarestad & Eide, 2017; Adams et al., 2017; Scalzo & Martinez, 2017; Hunt et al., 2018; Oberst et al., 2017; Scott & Woods, 2018). W ostatnich latach coraz częściej pojawia się wątek dobrostanu cyfrowego i psychicznego (np. Horwood & Anglim, 2019; Roberts & David, 2019). Inne badania wiążą jeszcze FOMO z: psychologiczną potrzebą przynależności (Gil et al., 2015; Lai et al., 2016; Salim et al., 2017; Scalzo & Martinez, 2017; Xie et al., 2018, Franchina et al., 2018), medioznawstwem i komunikacją społeczną (Salim et al., 2017; Wang et al., 2018; Auverset, Billings and Conlin, 2016; Ivasović & Burić, 2019), e-sportem (Larkin & Fink, 2016), marketingiem (Bailey, Bonifield & Arias, 2018; John et al., 2018; Kang, Son & Koo, 2019), a nawet naukami technicznymi (Alutaybi, 2019).

Warto dodać, że badania FOMO rzadko są reprezentatywne. Do wyjątków należą projekty: A.K. Przybylskiego et al. z 2013 (jedną z jego części zrealizowano na próbie 1013 respondentów w wieku 18-63); Hampton, Lu & Shin z 2016 (badanie CATI na 1801 osobach w wieku 18+ w Stanach Zjednoczonych); Reinecke et al. z 2017 (sondaż obejmujący 1557 internautów niemieckich w wieku 14-85, uwzględniający FOMO w trzech pytaniach ankietowych) czy Bright & Logan, 2018 (sondaż online na grupie 518 użytkowników mediów społecznościowych w Stanach Zjednoczonych). Do grupy badań reprezentatywnych należy zaliczyć także dwie edycje naszego projektu (2018; 2019), które koncentrowały się na skali występowania FOMO w kraju, ale w powiązaniu z wieloma innymi zmiennymi dotyczącymi korzystania z mediów cyfrowych. Należy przy tym dodać, że jak do tej pory – w skali globalnej – jest to jedyny projekt cyklicznie i reprezentatywnie analizujący FOMO.

Literatura o FOMO w pandemii

FOMO w czasie pandemii jest badane przede wszystkim w kontekście korzystania z mediów społecznościowych i ryzyka, które niesie ze sobą częstsze przebywanie online w okresach przymusowej izolacji.

Poniższy przegląd oparto na literaturze indeksowanej w *Web of Science Core Collection* (czerwiec 2021). Grupę wyselekcjonowanych tekstów cechuje zróżnicowanie pod względem przynależności do dyscypliny naukowej – według klasyfikacji obszarów badawczych, stosowanej przez *Web of Science* – uwzględniające artykuły przypisane do: ekonomii i biznesu, psychologii, psychiatrii, informacji naukowej, nauk o zdrowiu, administracji publicznej, neurologii, informatyki i nauk o środowisku. Nie ma tu badań na próbie reprezentatywnej i, podobnie jak wcześniej, dominuje metoda ilościowa z zastosowaniem kwestionariusza.

Nadal podstawowym punktem wyjścia dla badań nad fenomenem jest definicja sformułowana w artykule Przybylskiego et al. (Laato, Islam & Laine, 2020; Prentice, Quach & Thaichon, 2020; Yu et al., 2020; Liu et al., 2021; Gioia et al., 2021; Song et al., 2021; Fumagali, Dolmatzian & Shrum, 2021).

Yu et al. (2020) zaproponowali węższą definicję FOMO pan/infodemicznego. Według nich zjawisko "Fear of Missing Out" jest obawą odczuwaną w odniesieniu do kontrolowania informacji o rozprzestrzenianiu się COVID-19 (obejmującą informacje o chorobie i możliwościach jej zapobiegania), wszechogarniającym lękiem pojawiającym się w stosunku do jakiejkolwiek informacji dotyczącej choroby, związanym z nieustającą potrzebą utrzymania kontroli nad informacjami dotyczącymi pandemii.

Z kolei Zhang, Jiménez & Cicala (2020) zaproponowali nową konceptualizację FOMO. Zwrócili uwagę na to, że zjawisko jest aktywowane przez zagrożenia psychologiczne, pojawiające się względem koncepcji siebie (ang. *self-concept*, obraz siebie, wszystkie myśli i uczucia, które dana osoba ma o sobie). Postrzeganie siebie jest tu współzależne od kontekstu i relacji z innymi. Niespójności między koncepcją siebie a zachowaniami mogą – jak piszą autorzy – prowadzić do dyskomfortu psychicznego i stanowić zagrożenie dla pozytywnego obrazu siebie. W konsekwencji badacze definiują FOMO jako odpowiedź emocjonalną na utratę doświadczenia wiążącego się z prywatnym lub publicznym „ja”. Owa obawa o utratę tego doświadczenia (warunkującego ochronę zarówno „ja” prywatnego, jak i publicznego), uwzględnia także uczucie, że utrata czegoś spowoduje pewnego rodzaju indywidualną i/lub społeczną izolację.

Idąc dalej, Yu et al. (2020) opracowali specjalną odmianę skali do pomiaru pandemicznej (infodemicznej) odmiany FOMO: CIFS (*COVID-19 Information FOMO*). Uznali w niej potrzebę poszerzenia dotychczasowego pomiaru. Nowa skala obejmuje dziewięć elementów w dwóch wymiarach: osobistym (pięć elementów) i społecznym (cztery elementy). W oparciu o nią, autorzy wykazali, że w okresie pandemicznej izolacji najbardziej zagrożeni FOMO byli żonaci mężczyźni o wyższym poziomie wykształcenia. Zjawisko wiązało się z intensywnym udostępnianiem informacji na temat choroby.

Liu et al. (2021) wykazali natomiast, że FOMO osłabia związek między stanem psychicznym użytkowników mediów społecznościowych z pokolenia Z (silne zmęczenie mediami, strach przed chorobą) a ich chęcią rezygnacji z korzystania z tych mediów.

Gioia et al. (2021) uznali, że podczas lockdownu FOMO może wzmacniać chęć udziału w komunikacji online, a w konsekwencji zwiększyć ryzyko nadmiernego korzystania z mediów społecznościowych. Wegmann, Brandtner & Brand (2021) stwierdzili, że podczas pandemii spotęgowana potrzeba przynależności i FOMO powodują silniejsze odczuwane zmęczenia COVID-19, co jest powiązane z objawami problematycznego korzystania z mediów społecznościowych. Song et al. (2021) dowiedli, że obawy i znudzenie spowodowane pandemią korelują pozytywnie z FOMO. Osoby o wyższym FOMO częściej korzystały z urządzeń ICT i sieci, przy czym używanie ich dla celów społecznych dawało im większą satysfakcję z życia). Fumagalli, Dolmatzian & Shrum (2021) wykazali m.in., że sięganie po aplikacje społecznościowe łączy się z większym poczuciem osamotnienia, na co wpływ ma FOMO. Oznacza to, że można korzystać z technologii w celu osłabienia poczucia osamotnienia podczas izolacji społecznej, ale w tym celu lepiej sięgać po komunikatory niż po aplikacje społecznościowe, ponieważ nie powodują one wzrostu FOMO jako efektu ubocznego. Wreszcie Hayran & Anik (2021) potwierdzili, że w czasie pandemii FOMO odnosiło się do aktywności wykonywanych online, nadal zagrażając dobremu samopoczuciu, wywołując poważne problemy psychiczne i zdrowotne, takie jak brak snu, utrata koncentracji, osłabienie produktywności.

W naszym opracowaniu postaramy się dowieść, że wnioski z większości przytoczonych badań można odnieść także do polskiej rzeczywistości.

FOMO A PODSTAWOWE DANE DEMOGRAFICZNE

Tegoroczne badania wykazały, że do grupy wysoko sfomowanej należy 16% ankieterów, kolejne 67% jest średnio sfomowanych, zaś 17% nisko sfomowanych. W porównaniu z danymi z 2019 roku można mówić o niewielkim wzroście liczby osób najsilniej odczuwających FOMO (o 2%). Należy dodać, że średnie sfomowanie w 2019 i 2021 utrzymało się na poziomie 67%, natomiast niskie – spadło odpowiednio o 2%.

Biorąc pod uwagę zmienną demograficzną, taką jak płeć, można zauważyć, że wysokie FOMO częściej odczuwają mężczyźni (19% – wzrost o 2%). Wśród kobiet było to 12% (wzrost o 1%). Z kolei, wśród nisko sfomowanych częściej pojawiają się kobiety (20%) niż mężczyźni (15%). Zatem trend, który zaobserwowano w 2019 roku (mężczyźni są bardziej sfomowani od kobiet), nadal się utrzymuje.

Jeśli chodzi o miejsce zamieszkania, to najmocniej FOMO odczuwają rezydenci małych i średnich miast (22% wobec 12% w 2019 roku). Wśród mieszkańców wsi odsetek najsilniej sfomowanych zmalał (11% wobec 13%), podobnie jak wśród respondentów z dużych i wielkich miejscowości (12% wobec 19%). O ile jednak owa „fomoodporność” mieszkańców wsi się utrzymuje (poziom średnio sfomowanych się nie zmienił, a najniżej sfomowanych wzrósł o 1%), o tyle w pozostałych podgrupach widać pewne przesunięcia. Na przykład wśród mieszkańców małych i średnich miejscowości zmniejszyła się liczba osób nisko (o 2%) i średnio sfomowanych (o 10%), zaś wśród mieszkańców dużych i wielkich miast spadł odsetek nisko sfomowanych (o 4%), a wzrósł średnio sfomowanych (o 10%). Można założyć, że w kategorii małych i średnich miast grupa średnio sfomowanych zasilila szeregi wysoko

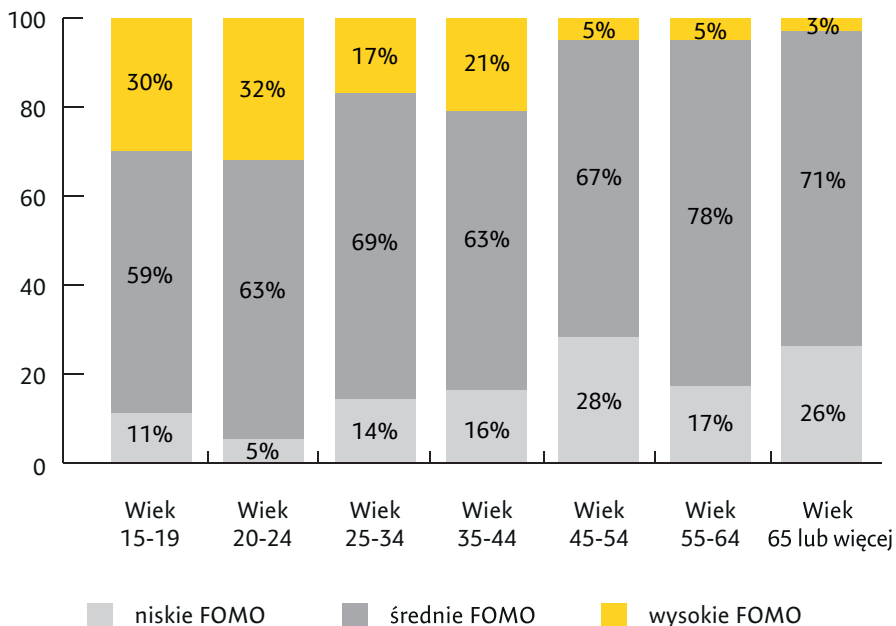
sformowanych, a w przypadku dużych i wielkich miejscowości wysoko i nisko sformowani prawdopodobnie przyczynili się do wzmocnienia grupy średnio sformowanych.

W kwestii wykształcenia najsilniej odczuwane FOMO wzrosło wśród badanych o poziomie edukacji: wyższym (o 3%) oraz podstawowym, gimnazjalnym i zawodowym (o 5%). Warto zaznaczyć, że w obu sytuacjach stopień niskiego sformowania właściwie się nie zmienił. W przypadku internautów o średnim wykształceniu doszło do niewielkich przesunięć – o 2% spadła odczuwalność niskiego FOMO, zaś średniego wzrosła o 3%. Można dzałożyć, że podgrupa, w której zauważono największe wahania, wiąże się z wiekiem respondentów, dlatego należałoby bliżej przyjrzeć się właśnie tej zmiennej.

Wykres 1 przedstawia odczuwanie *Fear of Missing Out* w poszczególnych kategoriach wiekowych. Podobnie jak w 2019 roku widać, że osoby między 15 a 44 rokiem życia częściej deklarowały wysoki lęk przed odłączeniem (jego poziom spadał w grupach powyżej 45 lat). Warto jednak dokładniej przeanalizować te dane:

- w 2019 roku wysoko sformowanych było 23% najmłodszych badanych (w wieku 15-19), a w 2021 – już 30%. Zwiększyła się także podgrupa osób nisko sformowanych (o 5%), a spadła podgrupa osób średnio sformowanych (o 12%);
- niepokoić mogą wyniki dla osób w wieku 20-24. Tutaj odsetek osób wysoko sformowanych wynosi 32% (w 2019 roku – 21%), średnio sformowanych – 64% (dwa lata temu – 64%), zaś nisko sformowanych

- zaledwie 5% (14% przed pandemią);
- przetasowaniu uległy dane dla kategorii wiekowej 25-34. Poziom wysokiego FOMO znacząco spadł (z 26% w 2019 roku do 17% w 2021), zaś wzrost średniego (o 6%) oraz niskiego (2%);
- wśród respondentów w wieku 35-44 zmalał niski (o 2%) i średni (o 8%) poziom odczuwania FOMO, a wzrost wysoki (o 10%);
- wyniki dla respondentów między 45 a 54 rokiem życia zmieniły się nieznacznie: wysokie FOMO spadło o 2% (do 5%), a wzrosło niskie (z 26% do 28%). Poziom średniego FOMO pozostał ten sam;
- ciekawie przedstawiają się dane dla dwóch najstarszych kategorii wiekowych. Wśród osób w wieku 55-64 oraz 65+ poziom wysokiego FOMO nie zmienił się znacząco. Podczas pandemii zwiększyło się za to odczuwanie średniego FOMO przez najstarsze osoby: tj. 78% respondentów w grupie wiekowej 55-64 (w 2019 roku – 68%) oraz 71% osób w wieku 65+. Spadł za to poziom niskiego lęku przed odłączeniem: wśród osób w wieku 55-64 z 27% do 17%, a wśród osób 65+ z 32% do 26%).



Wykres 1. FOMO a wiek polskich użytkowników Internetu (n = 1067)

Źródło: opracowanie własne

Powyższe wyniki można uznać za alarmujące. Wskazują one wyraźnie, że zaobserwowana wcześniej tendencja (najmłodsi są najczęściej wysoko sfomowani) przybrała na sile. Ten fakt może się wiązać przykładowo z przeniesieniem większości kontaktów rówieśniczych do sieci czy wprowadzeniem edukacji zdalnej, która wydłużyła czas użytkowania cyfrowych narzędzi ekranowych, zderegulowała rytm dobowy uczniów i studentów, przeszkodziła w utrzymywaniu higieny cyfrowej i upowszechniła zachowania polegające na jednoczesnym uczestnictwie w lekcji oraz np. graniu, oglądaniu filmów lub czatowaniu (Ptaszek et al., 2020).

Warto także zwrócić uwagę na seniorów, wśród których zauważono rosnący lęk przed odłączeniem. Fakt ten może wynikać z kilku czynników. Najstarsi – jako osoby najrzadziej korzystające z internetu i mniej obeznane w obsłudze urządzeń ICT – mogli obawiać się ograniczenia bezpośrednich kontaktów międzyludzkich, a tym samym zmniejszenia dostępu do pozacyfrowych źródeł informacji. Z drugiej strony, seniorzy sprawnie poruszający się w zdigitalizowanym świecie zauważali, że korzystanie z internetu ograniczało poczucie izolacji społecznej (Wiśniewski et al., 2021).

Pozostaje otwartym pytanie, czy zmiany w poziomach odczuwania FOMO przez zróżnicowane wiekowo grupy odbiorców utrzymają się, czy też okażą się krótkotrwałym efektem pandemii. Z całą pewnością należy je obserwować w toku kolejnych edycji naszych badań.

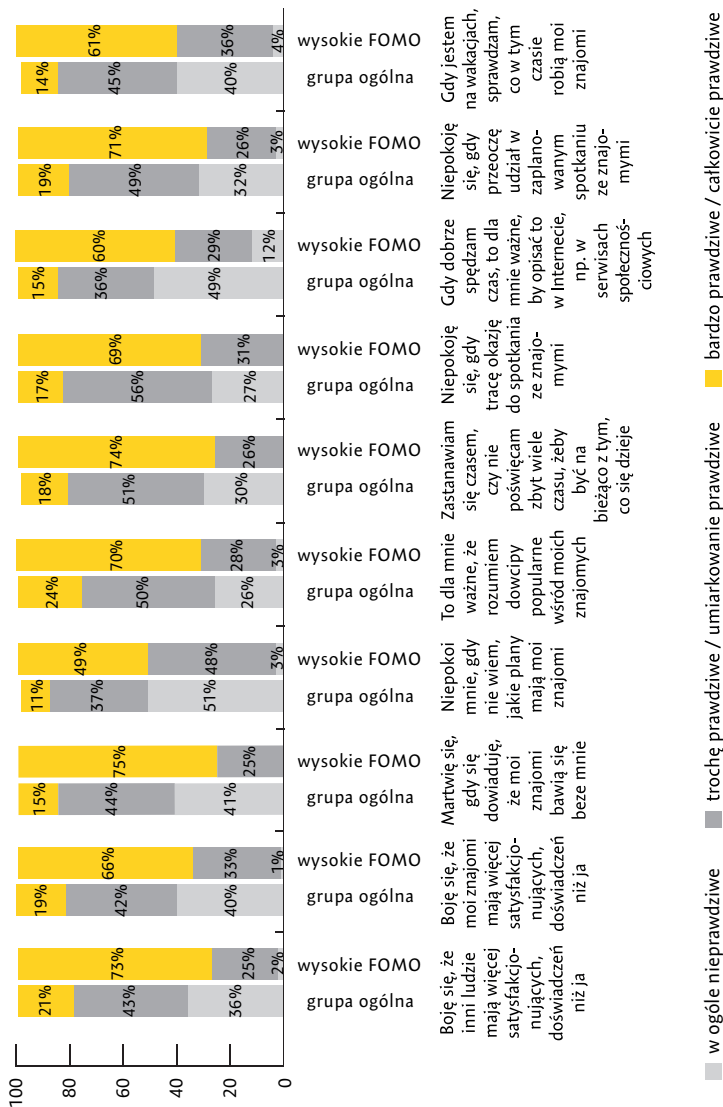
SKALA FOMO W POLSCE (A.K. PRZYBYLSKI ET AL., 2013)

W poprzednich raportach przedstawialiśmy dokładne dane dla skali FOMO. Podtrzymujemy tę tradycję, prezentując wykres 2 ze zbiorczymi wynikami dla dziesięciu twierdzeń skali (dla przejrzystości skumulowaliśmy odpowiedzi z zakresu „trochę prawdziwe” i „umiarkowanie prawdziwe” oraz „prawdziwe” i „całkowicie prawdziwe”).

Jak widać, osoby wysoko sfomowane częściej poświadczają zgodność między swoim zachowaniem a stwierdzeniami zawartymi w skali, bardzo często udzielając odpowiedzi „bardzo prawdziwe/całkowicie prawdziwe”, a niemal w ogóle nie wskazując na odpowiedzi „w ogóle nieprawdziwie”. Niektórym danym warto przyjrzeć się dokładniej, na przykład poprzez pryzmat różnic między fomersami¹ a badanymi grupy ogólnej. Za największą z nich można uznać tę odnoszącą się do zdania „Martwię się, gdy się dowiaduję, że moi znajomi bawią się beze mnie” – wynosi ona aż 60% (75% wysoko sfomowanych wobec 15% z grupy ogólnej). Takiego wyniku nie uzyskuje żadne inne porównanie; niemniej trzeba zauważyć, że inne, znaczące (powyżej 50%), różnice również ściśle wiążą się z bezpośrednim kontaktem z grupami odniesienia. Dotyczy to m.in. odpowiedzi na twierdzenia, takie jak „Niepokoję się, gdy przeoczę udział w zaplanowanym spotkaniu ze znajomymi” (71% wobec 19%) albo „Niepokoję się, gdy tracę okazję do spotkania ze znajomymi” (69% do 17%).

Nieco mniejsze różnice (od 38% do 46%) agregują kwestie inne niż wspólne

1. Za fomersów uznajemy osoby doświadczające lęku przed wyłączeniem z obiegu, z życia towarzyskiego, w tym w dużym stopniu przed odłączeniem od możliwości kontaktu z innymi za pośrednictwem internetu (szczególnie mediów społecznościowych).



Wykres 2. Skala FOMO w Polsce (*Fear of Missing Out Scale*; A.K. Przybylski et al., 2013; n = 1067)

Źródło: opracowanie własne

spędzanie czasu, wśród nich niewiedza o planach znajomych (49% wobec 11%), znaczenie wspólnego poczucia humoru (70% wobec 24%) i potrzeba sprawdzania aktywności znajomych nawet podczas urlopu (61% do 14%). Ciekawie przedstawia się też wątek mediów społecznościowych – 60% fomersów opisuje w nich dobrze spędzany czas (potwierdza to 15% grupy ogólnej). Respondenci z wysokim FOMO są także bardziej refleksyjni i zdają się częściej dostrzegać, iż nieustanna pogoń za tym, by być na bieżąco, jest problematyczna. Tu różnica między grupami wynosi 55% (74% wobec 18%).

Interesujące, że między danymi z lat 2019 i 2021 zaszły pewne zmiany zarówno wśród osób wysoko sfomowanych, jak i członków grupy ogólnej. Oto najbardziej frapujące z nich:

- obawę przed tym, że „inni ludzie mają więcej satysfakcjonujących doświadczeń” potwierdziło obecnie 21% internautów z grupy ogólnej (w 2019 było ich 16%); wśród fomersów odczucie to wzrosło o 2%;
- słuszność twierdzenia „niepokoi mnie, gdy nie wiem, jakie plany mają moi znajomi” uznało dzisiaj 75% fomersów, a w 2019 – 67% (w grupie ogólnej zmienił się on nieznacznie). Podobnie problematyczne dla osób wysoko sfomowanych stało się przeoczenie udziału w zaplanowanym spotkaniu ze znajomymi – lęk przed takim zdarzeniem wzrósł z 62% do 71% (w grupie ogólnej pozostał bez zmian);
- zauważalnie spadł poziom niepokoju wynikający z niewiedzy o planach znajomych (wśród fomersów z 58% w 2019 do 49% w 2021 roku);
- mniejsze znaczenie ma dzisiaj wspólne poczucie humoru: w 2019 roku

jego rolę podkreślało 30% respondentów z grupy ogólnej i aż 85% z wysoko sfomowanej (obecnie, adekwatnie, czyni to 24% i 70% badanych);

- znaczny wzrost zanotował poziom odpowiedzi odnoszących się do tego, czy badani nie poświęcają zbyt dużo czasu na „bycie na bieżąco”: widać to zarówno w grupie ogólnej (z 19% do 24%), jak też sfomowanej (z 61% do 70%);
- przedstawiciele grupy ogólnej oraz fomersi odczuli w tym roku nieco silniejszą potrzebę relacjonowania dobrze spędzanego czasu w sieci (ci pierwsi z 10% do 15%, a ci drudzy – z 57% do 60%). Co ciekawe, obie grupy podczas swoich wakacji mniej chętnie podglądały znajomych (spadek z 16% do 14% w grupie ogólnej oraz z 71% do 61% wśród wysoko sfomowanych).

Należy z dużym prawdopodobieństwem uznać, że za zmianami, które zaszły między 2019 a 2021 rokiem, stoi pandemia. Jak pamiętamy, w jej trakcie dwukrotnie wprowadzono lockdown, który uniemożliwiał spotkania w szerszym gronie. Być może w nim należy upatrywać wzrostu znaczenia spotkań z najbliższymi i jednocześnie obawy przed tym, że zostaniemy z nich wykluczeni albo o nich zapomnimy.

Okres pandemii zapewne nie wpływał pozytywnie na znaczenie poczucia humoru w relacjach międzyludzkich, tak więc w 2021 roku straciło ono na znaczeniu. Osoby wysoko sfomowane, w porównaniu z poprzednimi badaniami, uaktywniły się, chętniej wykorzystując internet do opowiadania o własnych przeżyciach niż pasywnego podglądania innych.

Fomersi stali się jeszcze bardziej świadomi tego, że ulegają pogoni za bieżącymi wydarzeniami. Bez odpowiedzi pozostaje jednak pytanie, czy spostrzeżenie to faktycznie przełoży się na zmianę nawyków i zachowań, czy też posłuży jedynie do niezobowiązującej autorefleksji.

Przyglądając się wynikom badań, należy chyba – niestety! – przychylić się ku tej drugiej odpowiedzi.

FOMO A PRZECIĄŻENIE INFORMACJĄ

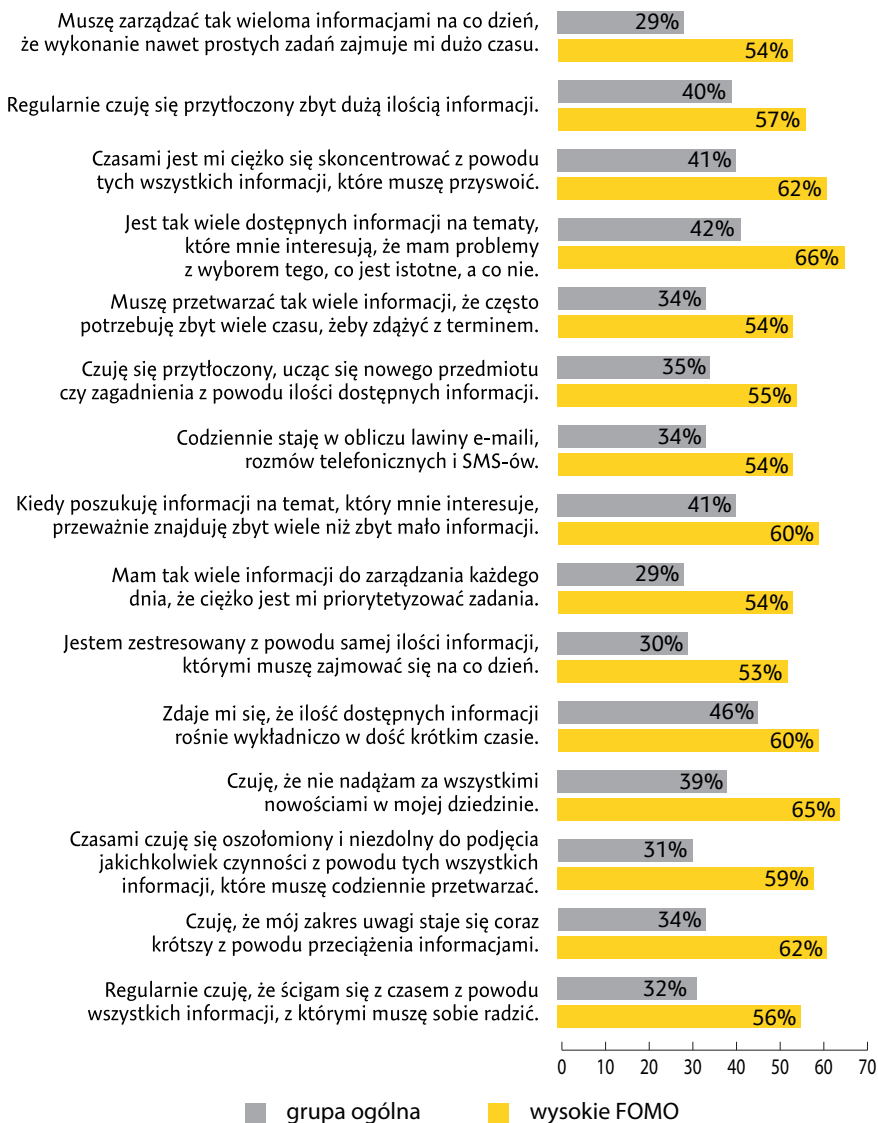
Okres pandemii to czas głębszego zanurzenia w świat wirtualny, poszukiwania informacji (w tym również dotyczących ryzyka zarażenia albo wskaźników rozprzestrzeniania się koronawirusa w poszczególnych krajach i regionach). W konsekwencji wiele osób doświadczało stale przeciążenia informacyjnego (ang. *information overload* – IO) powiązanego z nadmiarem treści, z którymi trzeba sobie poradzić, także w kontekście zdalnej pracy i nauki.

Do ankiety włączyliśmy zatem zestaw pytań z tym wątkiem. Przeciążenie informacyjne jest definiowane jako „stres towarzyszący spostrzeżeniu, że informacji jest zbyt dużo” (Williamson, Eaker, & Lounsbury, 2012), co wiąże się bezpośrednio z samooceną dotyczącą kompetencji i/lub możliwości przetworzenia takich ilości informacji. Na tej koncepcji zbudowano skalę *Information Overload Scale*, pozwalającą mierzyć intensywność poczucia bycia przeciążonym. Składa się ona z 15 pytań, mających związek z indywidualną oceną i emocjami łączącymi się z sytuacją nadmiarowości informacji w codziennym życiu.

Zdecydowana większość wszystkich badanych czuje się „średnio” przeciążona informacją – 71% znalazło się w grupie środkowej, niskie wartości w tej części badania uzyskało 9% respondentów, a wysokie – 20%. To przeciążenie częściej doświadczane jest przez mężczyzn (24% w grupie wysokiego IO) niż kobiety (16% w tej samej grupie) i raczej przez młodszych respondentów, np. w grupach wiekowych 15-19, 20-24, 25-34 i 35-44 wskaźnik wysokiego IO waha się między 23% a 40%, podczas gdy w starszych grupach (w wieku 45-54 i 55+) wynosi odpowiednio 8% i 6%.

Odczuwanie przeciążenia informacyjnego jest silnie doświadczane przez osoby wysoko sfomowane: tylko 3% z nich znalazło się w zbiorze niskiego IO, 35% – średniego, natomiast aż 62% – wysokiego. Warto oczywiście podkreślić, że jest to problem, z którym mierzą się wszyscy: aż 80% osób z niskim FOMO dostrzega u siebie przeciążenie informacyjne na poziomie średnim, podobnie 77% z grupy średniego FOMO.

Jak pokazały wyniki badania (wykres 3), przeważająca część respondentów zdecydowanie odczuwa ten problem.



Wykres 3. Skala przeciążenia informacyjnego (*The Information Overload Scale- IOS; Williamson, Eaker & Lounsbury, 2012; n = 1067*). Suma odpowiedzi dla „w pewnym stopniu się zgadzam” i „zgadzam się w zupełności”

Źródło: opracowanie własne

W grupie ogólnej co najmniej 1/3 badanych odpowiadała, że zgadza się z przedstawionymi im stwierdzeniami. Najsilniejsze jest wśród nich przeświadczenie, że „ilość dostępnych informacji rośnie wykładniczo w dość krótkim czasie” (z tym stwierdzeniem zgodziło się 46% ankietowanych z grupy ogólnej). Drugim w kolejności wyzwaniem jest problem „z wyborem tego, co jest istotne, a co nieistotne” (42%). Na dalszych pozycjach plasują się kłopoty z koncentracją (41%), nadmiarowością informacji (41%) oraz z ogólnym, nieustannym poczuciem przeładowania nią (40%).

Niższe wyniki towarzyszą odpowiedziom na pytania o wpływ nadmiaru informacji na organizację zadań (39%) oraz ich realizację (38%), poczucie stresu informacyjnego (38%) oraz poczucie bezsilności wobec ilości informacji wymagających przetworzenia (37%). Innymi słowy – przeciążenie informacyjne nie zdołało (jeszcze) sparaliżować codziennego funkcjonowania badanych, ale za to silnie odczuwają oni jego wpływ.

W jaki sposób można opisać zależność między odczuwanym IO a poziomami FOMO? Badani z wysokim FOMO zdecydowanie silniej niż pozostali respondenci doświadczają przeciążenia informacyjnego – i są tego świadomi (jak można wnioskować z ich pozytywnych odpowiedzi na pytania). Wskaźnik pozytywnych odpowiedzi nie spada tutaj poniżej 52% (podaną wartość uzyskano dla pytania: „Jestem zestresowany z powodu samej ilości informacji, którymi muszę zajmować się na co dzień”). Fomersi najczęściej dostrzegają w swoim życiu trudności w selekcji informacji: 66% z nich zgodziło się ze stwierdzeniem, że „Jest tak wiele dostępnych informacji na tematy, które mnie interesują, że mam problemy z wyborem tego, co jest istotne, a co nieistotne.” W dalszej kolejności wśród najbardziej dotkliwych kłopotów znalazły się: bycie na czasie w swojej dziedzinie (65% fomersów),

problemy z koncentracją (62%) i nadmiarowość informacji (60%).

Problemy te są zdecydowanie mniej dotkliwe dla osób o niskim poziomie FOMO. Większość z nich (54%) nie wskazuje na trudności w nadążaniu za informacjami na interesujące ich tematy, nie odczuwa znaczących problemów ani z koncentracją (55% respondentów), ani z nadmiarowością informacji (np. osoby nisko sfomowane udzieliły odpowiednio 47% i 40% odpowiedzi wobec stwierdzeń: „Kiedy poszukuję informacji na temat, który mnie interesuje, przeważnie znajduję zbyt wiele niż zbyt mało informacji” oraz „Zdaje mi się, że ilość dostępnych informacji rośnie wykładniczo w dość krótkim czasie”). Podobnie większość respondentów o niskim sfomowaniu nie wskazuje na takie skutki przeciążenia informacyjnego, jak np. problemy z organizacją działań (72% nie zgadza się ze stwierdzeniem „Mam tak wiele informacji do zarządzania każdego dnia, że ciężko jest mi priorytetyzować zadania”), poczucie oszołomienia i stresu (66% – „Czasami czuję się oszołomiony/a i niezdolny/a do podjęcia jakichkolwiek czynności z powodu tych wszystkich informacji, które muszę codziennie przetwarzać”) czy brak czasu spowodowany koniecznością przetwarzania ogromnych ilości informacji (68% – „Regularnie czuję, że ścigam się z czasem z powodu wszystkich informacji, z którymi muszę sobie radzić”).

Jaki obraz dają odpowiedzi na pytania o przeciążenie informacyjne w perspektywie FOMO? Okazało się ono doświadczeniem ogólnospołecznym, odczuwanym przez większość respondentów. Wyraźnie widać, że fomersi częściej deklarują bolesne odczuwanie przeciążenia informacyjnego. Warto zaznaczyć, że mają oni świadomość borykania się z nadmiarem informacji, ale - spytajmy - na ile, wobec intensywności korzystania przez nich z sieci, sami zwiększają ilość treści, z którymi mają do czynienia.

FOMO A ZAANGAŻOWANIE W MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Media społecznościowe zapewniają łatwy i wciąż aktualizowany dostęp do informacji, kontaktów, rozmów, relacji, rozrywki itp. Mimo że swoim użytkownikom oferują liczne korzyści, to warto spytać, czy jednocześnie nie są predykatorem (lub przynajmniej zmienną) sprzyjającym orientowaniu się na ciągły kontakt ze smartfonem, a co za tym idzie – lękowi przed „ominięciem/odłączeniem”.

Związek pomiędzy FOMO a platformami społecznościowymi zaobserwowano wcześniej (Classen 2020). Należy jednak wyjaśnić, że nasze badanie dowodzi jego istnienia w warunkach polskich (wykres 4). Aby go potwierdzić, wykorzystaliśmy – podobnie jak w 2019 roku – kwestionariusz *Social Media Engagement Questionnaire* (SMEQ) autorstwa A.K. Przybylskiego et al. (2013).

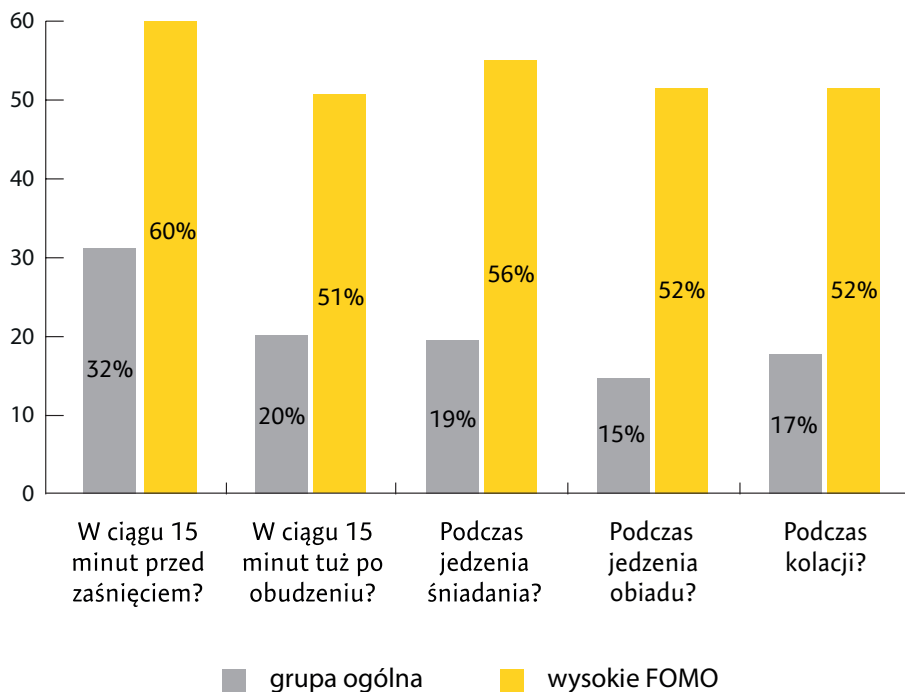
W porównaniu z rokiem 2019 w populacji badanej nie nastąpiły żadne znaczące zmiany w zaangażowaniu się w użytkowanie mediów społecznościowych. Wysokie wskaźniki SMEQ uzyskało 16% badanych, średnie – 62%, niskie – 22% (dla porównania: w 2019 roku wysokie SMEQ zaobserwowano u 17% badanych, średnie – u 61%, a niskie – u 22%). Zgodnie z przewidywaniami, najwyższe wskaźniki zaangażowania odnotowano u osób młodych (w wieku 15-24).

Ponadto wysokim wskazaniom w analizowanym zakresie najbardziej sprzyjają dwa czynniki: wykształcenie zawodowe (26%) respondentów jak również zamieszkiwanie w małych (21%) i średnich (24%) miejscowościach.

Najważniejszym ustaleniem jest jednak odnotowanie pozytywnej korelacji zaangażowania w media społecznościowe i FOMO. Powyższą współzależność zauważyliśmy w roku 2019, a tegoroczne badanie potwierdziło, że FOMO wymiennie „karmi się” mediami społecznościowymi. I tak, wysokie SMEQ odczuwa 48% osób wysoko sfomowanych, a średnie SMEQ – 47%. Z kolei, osoby średnio i nisko sfomowane nie odczuwają silnie wysokiego SMEQ (odpowiednio 10% i 11%), ale za to jego średni poziom – już tak (70% i 44%).

Najmniej zaangażowani w media społecznościowe są reprezentanci grupy najślabiej sfomowanej (45%), średnio sfomowanej już na poziomie 20%, a wysoko – tylko 5%. Zjawisko to nie jest zatem wahaniem sezonowym: ma się, która nie uległa degradacji podczas nasycenia bodźcami cyfrowymi w trakcie kolejnych okresów lockdownu (np. edukacją/pracą zdalną, zakupami online itd.).

Przypomnij sobie, w jaki sposób korzystałeś w minionym tygodniu z mediów społecznościowych, wskazując odpowiedni poziom natężenia swojej aktywności...
Suma dla odpowiedzi: „pięć dni w tygodniu”, „sześć dni w tygodniu” i „codziennie”



Wykres 4. Zaangażowanie w media społecznościowe

(Social Media Engagement Questionnaire – SMEQ; A.K. Przybylski et al., 2013; n=1067).

Źródło: opracowanie własne

Dzień fomera. Jak często korzystam z internetu (w tym mediów społecznościowych) podczas...

(wyniki zsumowane dla odpowiedzi "często" i "zawsze")

lekcji/wykładu online w sposób
niezwiązany z tą lekcją/wykładem?



16%

GRUPA OGÓLNA

36%

WYSOKIE FOMO

pracy zawodowej online w sposób
niezwiązany z tą pracą?



16%

GRUPA OGÓLNA

48%

WYSOKIE FOMO

spotkań online z bliskimi w sposób
niezwiązany z tym spotkaniem?



11%

GRUPA OGÓLNA

33%

WYSOKIE FOMO

przechodzenia przez ulicę?



9%

GRUPA OGÓLNA

36%

WYSOKIE FOMO

nabożeństw transmitowanych
przez media w sposób niezwiązany
z tym wydarzeniem religijnym?



8%

GRUPA OGÓLNA

29%

WYSOKIE FOMO

prowadzenia samochodu?



9%

GRUPA OGÓLNA

33%

WYSOKIE FOMO

FOMO A NOMOFOBIA

Skalę występowania zjawiska nomofobii, definiowanej jako „fobia sytuacyjna, wywołana niedostępnością smartfona lub myślą, że się go nie ma, nie można go użyć lub można go utracić” (Yildirim & Correia, 2015, p. 131), badaliśmy w 2019 roku. Uznaliśmy jednak za ciekawe powtórzenie badania ze względu na sprawdzenie trwałości pewnych trendów, ale także wpływu pandemii na zachowania użytkowników smartfonów. Jak sugeruje definicja, nomofobia to przede wszystkim niepokój związany z brakiem telefonu czy niemożnością skorzystania z niego. Do zbadania tego zjawiska ponownie zastosowaliśmy 20-elementowy *Nomophobia Questionnaire* (NMP-Q) autorstwa C. Yildirim i A-P. Correi (2015).

W roku 2021 wysoką nomofobię przejawia 13% wszystkich respondentów, średnią – 67%, a niską – 20% (wykres 5). Można więc powiedzieć, że nie zaobserwowano znaczących zmian w porównaniu z badaniem z roku 2019 (dla porównania wskaźniki wynosiły wówczas odpowiednio: 15%, 65% i 20%). Nie zanotowaliśmy także różnic ze względu na płeć, natomiast wśród osób najbardziej obawiających się utraty możliwości korzystania z telefonu najmniejszy odsetek stanowią osoby badane pomiędzy 45 a 54 rokiem życia (7%, w pozostałych grupach od 13% do 17%). Może to wynikać z ich mniejszego przywiązania do tego urządzenia oraz oferowanych przez niego funkcjonalności (takich jak dostęp do mediów społecznościowych, komunikatorów albo innych aplikacji), jak również – szczególnie w porównaniu z osobami powyżej 55 lat – z większego panowania nad sytuacją, jeśli chodzi o sam dostęp do smartfona i poradzenie sobie bez niego. Osoby te pamiętają przecież okres w ich życiu, gdy brak smartfonów nie uniemożliwiał nikomu efektywnego komunikowania się z innymi ludźmi.

Według kryterium wielkości miejsca zamieszkania, w gronie badanych z wysoką nomofobią, dominują osoby ze średnich miast – jest ich 20%, podczas gdy w pozostałych grupach wartości procentowe wahają się między 10% a 14%. Nieco inne wyniki uzyskaliśmy w 2019 roku, wówczas najwięcej osób z wysokim wskaźnikiem nomofobii odnotowano wśród mieszkańców dużych i wielkich miast (20%, w porównaniu z 13% i 14% odpowiednio wśród mieszkańców wsi oraz miast małych i średnich).

Nomofobia sprzyja występowaniu FOMO, co potwierdzają wyniki innych badań (Hamutoglu et al., 2018). Wśród badanych o wysokiej nomofobii wskaźniki dla FOMO rozkładały się następująco: 8% z nich prezentowało niski poziom FOMO, 9% – średni, a 36% – wysoki. W pozostałych kategoriach rozkład był podobny, tzn. większość respondentów z niską nomofobią należała też do grupy niskiego FOMO (44%), a ze średnią – do średniego (74%).

Jeśli chodzi o najsilniej odczuwane efekty braku możliwości korzystania z telefonu, to w grupie ogólnej znajdują się przede wszystkim niepokój spowodowany brakiem kontaktu: innych z badanym (54% respondentów) i badanego z innymi (50%) lub ogólnie brakiem możliwości natychmiastowej komunikacji z rodziną i/lub przyjaciółmi (48%). Ten sam aspekt – tzn. niemożności skomunikowania się – dominuje wśród fomersów. Okazuje się, że 68% z nich odczuwałoby niepokój w związku z niemożnością natychmiastowego skomunikowania się z rodziną i/lub przyjaciółmi, a 66% z nich byłoby niespokojnych w sytuacji braku takiego kontaktu i zdenerwowana brakiem wiedzy co do tego, czy ktoś próbował się z nimi skontaktować (65%). Aż 63% wysoko sfomowanych martwiłoby się, że ktoś może nie mieć z nimi kontaktu i zarazem czułoby się nieswojo bez stałego

dostępu do informacji za pośrednictwem smartfona.

Najmniej emocji negatywnych pojawia się w kontekście sprawdzania powiadomień w mediach społecznościowych czy pozostawania na bieżąco z aktualizacjami w tychże mediach i internecie. Nie budzi to niepokoju u odpowiednio 62% i 60% ogółu ankietowanych z grupy ogólnej. Również odłączenie od wizerunku online nie jest powodem zdenerwowania dla 58% wszystkich respondentów, np. większość z nich (58%) nie czułaby się wtedy dziwnie.

Fomersi częściej w porównaniu z grupą ogólną potwierdzają obawy i niepokoje w związku z brakiem smartfona. Najmniej emocji wyzwała sytuacja przekroczenia miesięcznego limitu wykorzystania danych – tu 30% z badanych nie uważa, że wywołałoby to u nich panikę. Jeszcze mniej (28%) osób w sytuacji braku telefonu czułoby się niekomfortowo wobec niemożności bycia na bieżąco z aktualizacjami w mediach społecznościowych i w internecie. Sporą, choć niższą niż w roku 2019, irytację odczuwaliby natomiast, gdyby za pośrednictwem smartfona nie mogli informacji zdobyć (60% w porównaniu z 76% w edycji z roku 2019), wyświetlić (61% w porównaniu z 74%), utraciliby do nich stały dostęp (63% w porównaniu z 68%). Mniejsze obawy wiążą oni z wyczerpaniem baterii (potwierdza to 51% fomersów w porównaniu z 71% w roku 2019), przekroczeniem limitu danych (47% vs 62%), trudnościami z połączeniem z wi-fi (52% vs. 64%).

Zmiany wskaźników obserwujemy także w grupie stwierdzeń wywołanych brakiem dostępu do telefonu. Trudności w kontakcie z bliskimi, inicjowanym przez badanych, spodziewa się 68% fomersów i 48% respondentów z grupy ogólnej (w 2019 roku było to odpowiednio 73% i 48%), natomiast trudności

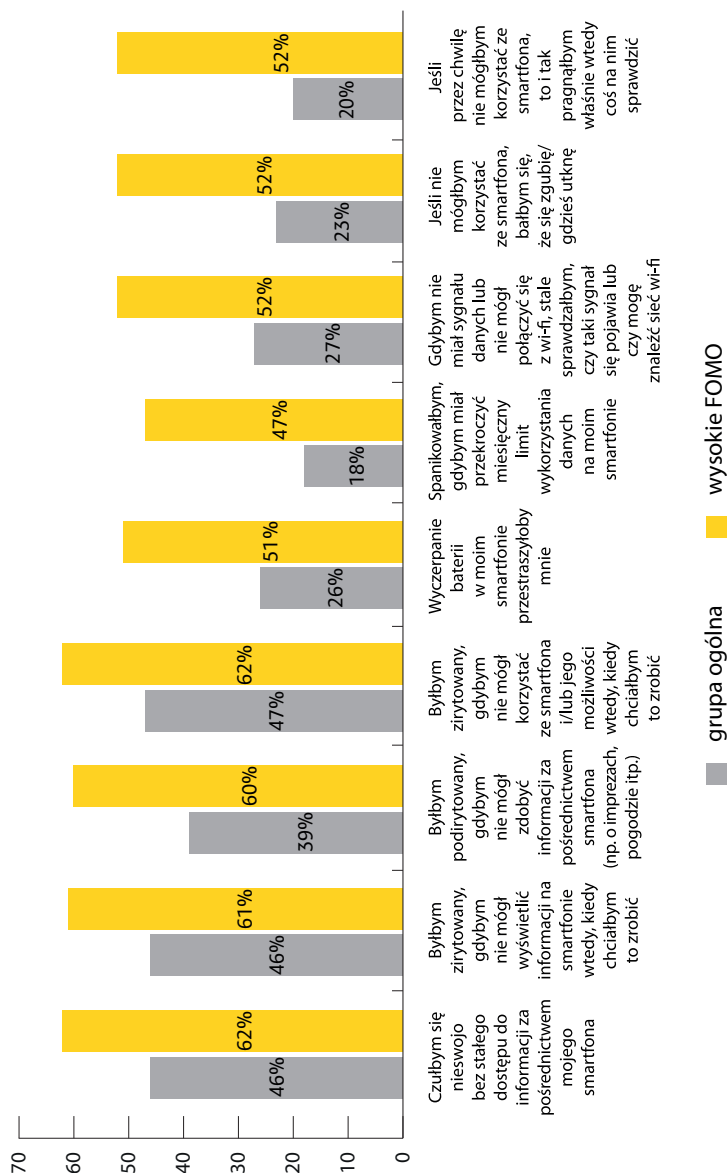
w kontaktach inicjowanych przez innych – 63% osób z wysokim FOMO i 54% – w grupie ogólnej (w 2019 roku było to 73% i 45%). Zmniejszyły się też obawy o możliwe zerwanie kontaktów z otoczeniem – dotyczą one 60% fomersów i 39% badanych z grupy ogólnej (w 2019 roku było to 62% i 35%).

Odłączenie od urządzenia rodziłoby (choć mniejszy niż dwa lata wcześniej) dyskomfort bądź zdenerwowanie ze względu na niemożność odbierania telefonów i SMS-ów, co zgłaszało 60% fomersów i 43% badanych z grupy ogólnej (w 2019 roku 71% vs. 42%), sprawdzania e-maili (w 2021 roku odpowiednio 53% i 30%, natomiast w 2019 – 59% vs. 27%) i prowadzenia aktywności w mediach społecznościowych, np. odczytywania powiadomień (w 2021 roku odpowiednio 48% i 21%, w 2019 – 59% vs. 22%) oraz nadążania za aktualizacjami (w 2021 roku odpowiednio 38% i 18%, w 2019 – 58% vs. 21%).

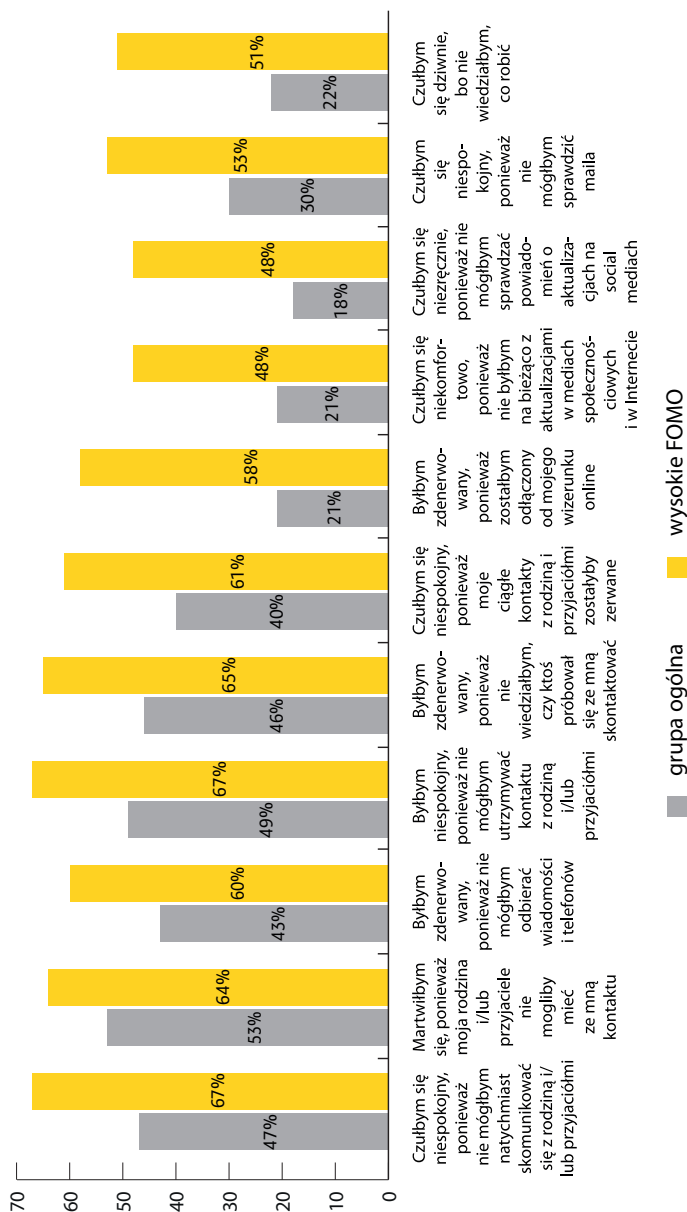
Na tym tle ciekawie wyglądają odpowiedzi badanych z niskim wskaźnikiem FOMO. Większość z nich nie zgadza się ze stwierdzeniami zawartymi w skali, w tym z opinią, że niebycie na bieżąco z powiadomieniami i aktualizacjami w mediach społecznościowych (83%), a także w internecie (82%) wywoływałoby u nich dyskomfort. Aż 81% respondentów nie kojarzy braku telefonu z doświadczeniem sytuacji, w której nie wiadomo, co należy robić. Również przekroczenie limitu wykorzystania danych nie wywołuje u nich paniki (78%), nie boją się zagubienia w przestrzeni (78%) czy odłączenia od wizerunku online (również 78%). Jeśli respondenci z tej grupy wyrażają nieco silniej jakieś obawy, to dotyczą one przede wszystkim braku dostępu do informacji za pośrednictwem smartfona (49%), a w dalszej kolejności możliwości kontaktu z innymi (36%).

Można wnioskować, że nomofobia jest zjawiskiem powiązanym raczej z komunikacyjnym i promocyjnym aspektem korzystania z mediów społecznościowych i internetu, niż z jego wymiarem informacyjnym. Dotyka silniej osoby wysoko sfomowane, które korzystają ze smartfona w celu bycia na bieżąco, w procesie wymiany informacji z osobami bliskimi, nieustannego komunikowania się. Dla nich smartfon jest więc „centrum zarządzania ich prywatnym wszechświatem”.

Ostrożnie więc zakładamy, że im większy lęk przed odłączeniem odczuwa dana osoba, tym częściej kompulsywnie sięga po smartfona, aby obniżyć wewnętrzne napięcie. W ten sposób między badanym a jego smartfonem „kształtuje się” przywiązanie, które można porównać do relacji z realnymi, ważnymi obiektami w jego świecie, jak choćby członkowie rodziny. Natomiast osoby z grupy niskiego FOMO postrzegają smartfon jako urządzenie pomocne, ale niedecydujące o „być albo nie być”, wykorzystywane nie tylko do komunikowania się, ale też do pozyskiwania informacji. Respondenci z tej grupy potrafią jednak żyć bez smartfona: znaleźć drogę, skontaktować się z innymi. Doniesienia te są zgodne z wynikami badań mówiącymi, że osoby prezentujące niższy poziom FOMO cenią raczej podstawowe funkcjonalności smartfona, aniżeli możliwość wchodzenia w społeczne interakcje za jego pośrednictwem (Wolniewicz et al., 2018).



Wykres 5. Nomofobia (*Nomophobia Questionnaire* – NMP-Q; Yildirim & Correia, 2015; n = 1067). Czy poniższe stwierdzenia są prawdziwe w stosunku do Ciebie? Suma dla odpowiedzi: „raczej się zgadzam,” „zgadzam się” i „całkowicie się zgadzam”
Źródło: opracowanie własne



Wykres 5. Nomofobia. Kiedy nie miałbym/miałabym telefonu ze sobą, to...

Nomophobia Questionnaire – NMP-Q; Yildirim & Correia, 2015; n = 1067). Czy poniższe stwierdzenia są prawdziwe w stosunku do Ciebie? Suma dla odpowiedzi: „raczej się zgadzam”, „zgadzam się” i „całkowicie się zgadzam”

Źródło: opracowanie własne

FOMO A PANDEMIA

Badani udzielali także odpowiedzi na pytania bezpośrednio dotyczące pandemii². Co ciekawe, 25% osób wysoko sfomowanych nie wierzy w pandemię (w porównaniu z 19% z grupy ogólnej). Jednocześnie respondenci, którzy są najsilniej sfomowani, uważają, że szczepienia są dobre dla nich (49%), ich rodzin (52%) oraz znajomych (56%). Badani z grupy ogólnej mniej entuzjastycznie podchodzą do kwestii szczepień (tu wyniki wynoszą odpowiednio 44%, 44% oraz 45%). Warto natomiast podkreślić, że obie grupy w identycznym zakresie stosują się do reżimu sanitarnego (54%).

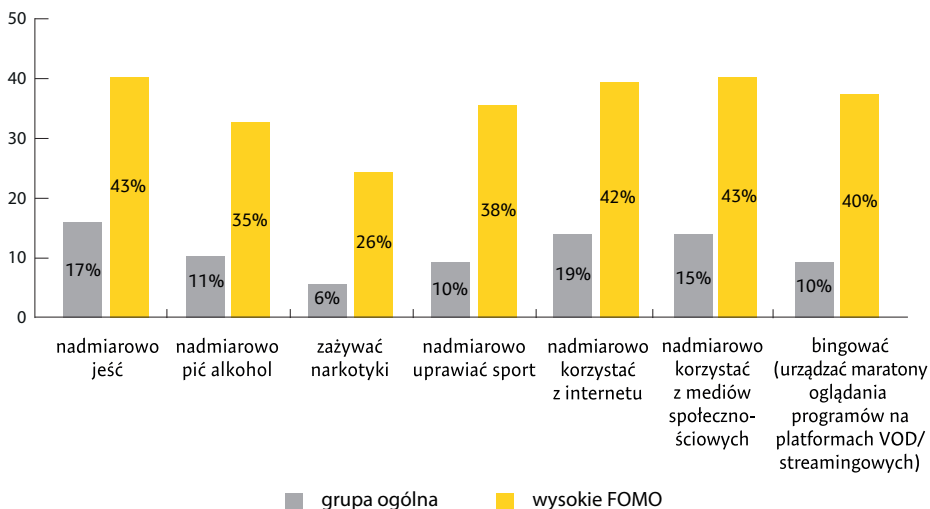
Badani przyznają, że są zmęczeni pandemią (65% fomersów wobec 54% badanych z grupy ogólnej) oraz informacjami o niej (60% wobec 53%). Mimo tego 45% osób cierpiących na wysoki poziom FOMO nadal chce jak najwięcej wiedzieć o epidemii (24% z grupy ogólnej). Warto dodać, że ostatni wynik zapewne nie zaskakuje, ponieważ agregowanie informacji i nieustanne trzymanie ręki na pulsie świata to jedna z najważniejszych cech FOMO.

Respondenci nieco częściej wskazują, że przez pandemię więcej stracili niż zyskali, przy czym bardziej kategoryczne są osoby wysoko sfomowane. I tak 34% z nich uznaje, że w wyniku koronawirusa zawodowo straciło więcej niż inni (14% z grupy ogólnej), a prywatnie – 33% (14% z grupy ogólnej). Szczególnie ucierpiały tu stosunki z rodziną: o pogorszeniu relacji z najbliższymi wspomina 45% wysoko sfomowanych i 14% respondentów z grupy ogólnej. Z drugiej strony, niemal 1/3 fomersów (27%) twierdzi, że dzięki pandemii zyskała zawodowo więcej niż inni (8% z grupy ogólnej), a prywatnie – 35%

2. Wszystkie podane wyniki to sumy odpowiedzi „często” i „zawsze”.

(10% z grupy ogólnej). Fomersi też przyznają, że podczas epidemii nabyli nowe umiejętności (35% do 18% z grupy ogólnej). Ostatnie wyniki sugerują, że z pandemią nieco lepiej radzą sobie respondenci z najwyższym FOMO niż ci z grupy ogólnej. Wystarczy jednak spojrzeć na wykres 6, by dostrzec, że cechuje ich nadmiarowość, powiązana nie tylko z urządzeniami cyfrowymi i konsumpcją mediów, ale także z używkami – w tym narkotykami. Oczywiście, o źródła owej przesadności należałoby pytać podczas badań jakościowych, np. wywiadów lub grup fokusowych. Już teraz można jednak założyć, że osoby wysoko sfomowane czują większą potrzebę łączenia ze światem (przez media społecznościowe i internet) oraz częściej żywiają środków psychoaktywnych i innych, niekoniecznie zdrowych, sposobów na rozładowanie napięcia wewnętrznego (stąd popularność używek czy sportu).

Podczas pandemii zacząłem...



Wykres 6. Refleksje o pandemii (n = 1067). Suma dla odpowiedzi: „raczej mnie dotyczy” i „bardzo mnie dotyczy”

Źródło: opracowanie własne

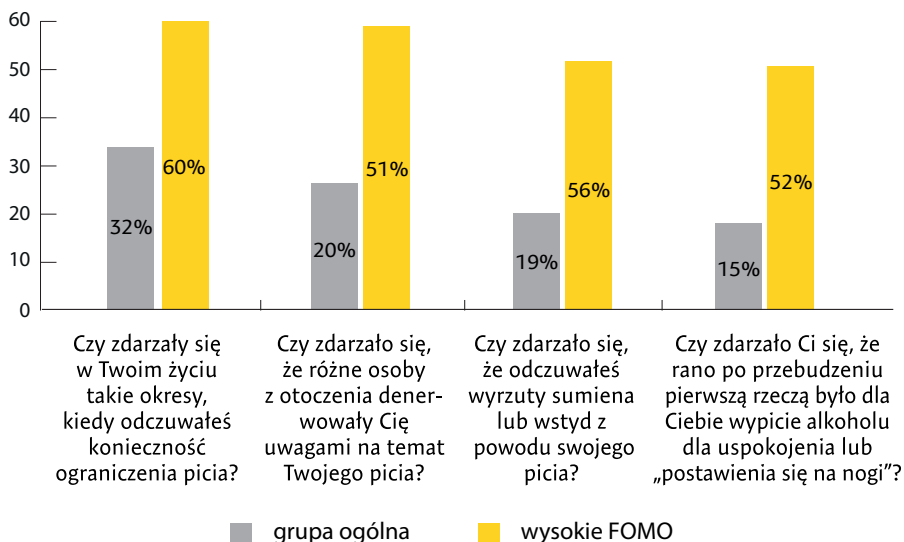
Potwierdza się także obserwacja (Barnett, 2020), że osoby z wysokim poziomem FOMO częściej porównują czasy pandemii do okresu sprzed jej wybuchu (na korzyść tych pierwszych). W naszych badaniach taką opinię podziela 46% fomersów (i 35% osób z grupy ogólnej). Wiąże się ona z całą gamą powiązanych ze sobą przekonań. 51% fomersów idealizuje czasy przedpandemiczne (czyni to 29% osób z grupy ogólnej), 50% – myśli o tym, co ich ominęło przez pandemię (wobec 29% osób z grupy ogólnej), 60% uważa, że to, co zabrała im pandemia, jest nie do odzyskania (tak uważa 37% osób z grupy ogólnej), a 61% boi się, że nie nadgoni czasu straconego przez pandemię (co podziela 30% osób z grupy ogólnej).

Poczucie, że oto globalna pandemia okradła nas z bezpowrotnie utraconych i niemożliwych do powtórzenia doświadczeń jest niewątpliwie ważnym, wspólnym mianownikiem dla badanych. Pustka i tęsknota za tym, co się nie wydarzyło i nie wydarzy, mogą potęgować negatywne emocje, dlatego należy im się szczególnie bacznie przyglądać w przyszłości (tym bardziej, że to zupełnie nowe, wynikające z pandemii, cechy *Fear of Missing Out*).

FOMO A CAGE

W tegorocznym badaniu postanowiliśmy przyjrzeć się zjawisku nadużywania alkoholu w kontekście FOMO po raz pierwszy (wykres 7). W tym celu posłużyliśmy się kwestionariuszem CAGE (Ewing, 1984); akronim powstały z liter angielskiego słowa „klatka”. Respondenci byli proszeni o odniesienie się do czterech twierdzeń dotyczących ich relacji z alkoholem, obejmujących obszary, takie jak: potrzeba ograniczanie picia (*Cutting down*), zaniepokojenie innych osób ich stylem picia (*Annoyance by criticism*), poczucie winy spowodowane nadmiernym spożyciem alkoholu (*Guilty feeling*) oraz przymus picia porannego – tzw. klinowania (*Eye Openers*).

Poniżej znajdują się pytania ogólne, dotyczące picia alkoholu. Odnosząc się do czasu pandemii, zaznacz na skali odpowiedź, która najbardziej do Ciebie pasuje



Wykres 7. Kwestionariusz CAGE (Ewing, 1984, n = 1067), podano wyłącznie odpowiedzi twierdzące

Źródło: opracowanie własne

Należy podkreślić, że kwestionariusz CAGE jest narzędziem przesiewowym, pozwalającym na wytypowanie tej części populacji, która pije w sposób problemowy. Postawienie diagnozy uzależnienia od alkoholu wymaga jednak obszernego wywiadu klinicznego odnoszącego się do kryteriów klasyfikacji ICD-10³. Niemniej jednak niepokoić mogą dane potwierdzające, iż 21% ogółu respondentów przyznaje, że w ich życiu zdarzyły się takie okresy, kiedy odczuwali potrzebę ograniczenia picia (15% kobiet vs. 28% mężczyzn). W największym stopniu dotyczyło to ludzi młodych: 29% badanych w wieku 15-19 i 19-24, 23% – dla wieku 25-34; 17% – dla wieku 35-44, 18% – dla wieku 45-54, 28% – dla wieku 55-64 i 14% – dla wieku 65+.

Wśród respondentów o najwyższym stopniu sfomowania odsetek tych, którzy kiedykolwiek w życiu odczuwali potrzebę ograniczenia picia alkoholu wyniósł 31% (w grupie w grupie osób ze średnim poziomem FOMO – 22%, a tych z niskim – 11%). Warto zauważyć, że fomersi znacznie częściej korzystają z mediów społecznościowych, gdzie prezentowane są bodźce związane z konsumpcją alkoholu, takie jak zdjęcia z imprez, wspólne wyjścia czy wyjazdy. Ten rodzaj przekazu, w połączeniu z silną potrzebą przynależności, może zwiększać częstotliwość sięgania po alkohol jako środka do zaspokojenia tej potrzeby (Wolkowicz, 2016).

Okazuje się, że 16% ze wszystkich badanych grup przyznaje, że osoby z ich najbliższego otoczenia denerwowały ich uwagami na temat ich picia. Tutaj różnicującymi zmiennymi są: płeć (9% kobiet i 23% mężczyzn); wiek badanych (23% osób w przedziale wiekowym 55-64 odpowiada twierdząco

3. Międzynarodowa Statystyczna Klasyfikacja Chorób i Problemów Zdrowotnych ICD-10.

vs. 14% w wieku 20-24), a także miejsce zamieszkania (13% mieszkańców wsi vs. 30% mieszkańców wielkich miastach). W tym przypadku również osoby wysoko sfomowane, częściej niż średnio i nisko sfomowani, deklarowały prawdziwość tego twierdzenia (29% vs. 16% vs. 9%). Wyniki te korespondują z doniesieniami B. Riordana et al. (2015), mówiącymi, iż wysoki poziom FOMO związany jest ze zwiększoną konsumpcją alkoholu podczas jednego spotkania, a także ponoszeniem dotkliwszych konsekwencji z powodu jego nadużywania.

Do odczuwania wyrzutów sumienia i wstydu z powodu swojego picia przyznaje się 18% badanych (9% kobiet vs. 26% mężczyzn), przy czym te uczucia istotnie częściej towarzyszą mieszkańcom wielkich miast aniżeli wsi (32% vs. 14%). Wśród respondentów o najwyższym stopniu sfomowania co czwarty badany wskazuje na doświadczanie wyrzutów sumienia i wstydu z powodu picia, podczas gdy w grupie średnio sfomowanych odsetek ten wynosi 18%, a w grupie o niskim poziomie FOMO – 11%.

Ostatnią kwestią poruszaną w tym obszarze naszego badania, było pytanie o to, czy respondentom zdarza się, że rano zaraz po przebudzeniu sięgają po alkohol dla uspokojenia się lub „postawienia na nogi”. Właśnie ten objaw w opinii specjalistów jest najbardziej diagnostyczny, gdyż dotyczy nie tyle mechanizmów psychologicznych, ile konkretnych zachowań, charakterystycznych dla kryterium spożywania alkoholu w celu zapobieżenia alkoholowemu zespołowi abstynencyjnemu (Skogen et al., 2011). W tym przypadku twierdząco odpowiedziało 9% badanych (13% mężczyzn vs. 9% kobiet). Istotnie częściej problem dotyczył ludzi młodych w przedziale wiekowym 20-24 (17%), najrzadziej zaś osób w wieku 55-64 (3%). Uwzględniając kryterium miejsca zamieszkania, poranne picie deklarowali

najczęściej mieszkańcy miast wielkich (19%) oraz małych (16%), podczas gdy w pozostałych grupach wartości procentowe wahały się między 5% a 7%. Również osoby wysoko sfomowane, częściej niż średnio i nisko sfomowane, deklarowały prawdziwość tego twierdzenia (23% vs. % vs. 4%).

Warto mieć na uwadze, że nasze badania odnosiły się do czasów pandemii, kiedy to istotnie wzrosło spożycie alkoholu, a także zmieniły się wzorce jego konsumpcji (Boschuetz et al., 2020); fakt ten mógł wpłynąć znacząco na otrzymane wyniki.

FOMO A ZDROWE NAWYKI

Czas projektowania i przeprowadzenia tegorocznej edycji badania przypadł na wyjątkowy okres prawie półtorarocznych zmagania z pandemią. Stąd też najważniejszym nurtującym nas pytaniem było, jak fomersi radzili sobie w tej nagle zmienionej rzeczywistości. Takiej, w której kontakt online niejednokrotnie musiał zastąpić bezpośrednie relacje, a większość aktywności przeniosła się do sieci. Utrzymanie zdrowej równowagi pomiędzy życiem online i offline, już kruchej w czasach przedpandemicznych, stało się jeszcze większym wyzwaniem.

Zapytaliśmy respondentów o to, czy w trakcie epidemii próbowali utrzymać zdrowe nawyki korzystania z nowych technologii i urządzeń cyfrowych. Połowa badanych (51%) odpowiedziała na to pytanie pozytywnie. Ciekawym wynikiem jest prawie równe rozłożenie odpowiedzi „nie” (24%) i „nie wiem” (25%), przy czym szczególną uwagę zwraca tak wysoki odsetek deklaracji „nie wiem.” Warto zastanowić się, co spowodowało, że co czwarty badany nie potrafił udzielić odpowiedzi na to pytanie. Możliwe, że wiąże się to z niedostateczną świadomością negatywnych konsekwencji wynikających z braku równowagi między światem online i offline, niewystarczającą wiedzą na temat działań, które można by podjąć w celu minimalizowania negatywnych efektów użytkowania mediów cyfrowych lub nieumiejętnością rozpoznania własnego wzorca korzystania z technologii i urządzeń ICT. Odpowiedzi „nie wiem” zdecydowanie częściej udzielali badani z grupy wiekowej 65+ (41%) oraz nieco częściej osoby średnio sfomowane (29%).

Z prób zachowania zdrowych nawyków cyfrowych w trakcie pandemii najczęściej rezygnowali najmłodszy respondenci (38% w grupie wiekowej

15-19 oraz 38% w grupie wiekowej 20-24). Efekt ten może być związany z przymusową edukacją zdalną i przeniesieniem do sieci kontaktów towarzyskich, dotychczas w dużej mierze realizowanych offline. Znacząco wydłużyło to czas ekranowy młodzieży i młodych dorosłych. Trzeba przy okazji przypomnieć, że podczas pandemii (przede wszystkim w dniach nauki) nastolatki spędzały w sieci nawet 12 godzin dziennie (Lange, 2021); wydłużył się też czas poświęcany cyfrowej rozrywce, w dużej mierze realizowanej w grupie (Ptaszek et al., 2020). To zaś sprzyjało podtrzymywaniu bezpośredniego, lecz cyfrowego, kontaktu z rówieśnikami. Krótko mówiąc, sytuacja młodych respondentów nie tylko nie sprzyjała, ale wręcz utrudniała podjęcie próby zadbania o równowagę między światem online i offline.

Co ciekawe, osoby wysoko sfomowane znacznie częściej deklarowały dbanie o zachowanie higieny cyfrowej w trakcie pandemii niż badani charakteryzujący się niskim lub średnim FOMO (odpowiednio – 64% vs. 52% i 47%). Deklaracje respondentów cierpiących na FOMO są zdecydowanie odmienne od uzyskanych podczas poprzedniej edycji badania. W 2019 roku to właśnie wysoko sfomowani częściej przyznawali się do braku troski o zdrowe, zbalansowane używanie technologii cyfrowych – w porównaniu z grupą ogólną dwukrotnie więcej wysoko sfomowanych nie próbowało utrzymywać zdrowych nawyków (26% vs. 13% z grupy ogólnej). W 2021 roku różnica pomiędzy tymi grupami wynosi już jedynie 5% (29% osoby z wysokim FOMO vs. 24% grupa ogólna). Wynik ten może sugerować, że w trakcie pandemii – przynajmniej na deklaracyjnym poziomie – wzrosła świadomość znaczenia cyfrowej równowagi dla zdrowia psychicznego i fizycznego wśród osób o wysokim odczuwaniu FOMO. Możliwe, że jest to spowodowane tym, że częściej doświadczają oni negatywnych skutków związanych nadmiernym zaangażowaniem w świat online.

Badani z grupy ogólnej zapytani o sposoby, które miały pomóc w utrzymaniu zdrowych nawyków podczas korzystania z technologii, jako najczęściej stosowane wskazywali: dbanie o relacje poza siecią (58%) – znacznie częściej kobiety niż mężczyźni (68% vs. 49%), rozwój poza siecią (50%) – częściej mężczyźni niż kobiety (55% vs. 45%) oraz kontrolę czasu spędzanego online (50%) – znacznie częściej kobiety niż mężczyźni (51% vs. 34%). Najrzadziej stosowanymi metodami jest korzystanie z aplikacji zliczających czas online (15%) i pozyskiwanie wiedzy z zakresu utrzymania cyfrowego dobrostanu (12%).

Osoby wysoko sfomowane rzadziej niż badani z grupy ogólnej deklarują kontrolowanie czasu online (20% vs. 43%) oraz rzadziej wskazują na troskę o relacje poza światem online (40% vs. 58%). Różnica w postrzeganiu znaczenia utrzymania relacji poza siecią jako sposobu na utrzymanie zdrowych nawyków zarysowuje się jeszcze ostrzej, jeśli porównamy osoby wysoko i nisko sfomowane. Te ostatnie prawie dwukrotnie częściej (76%) wskazują na znaczenie bezpośrednich relacji jako sposobu dbania o zdrowe nawyki. Badani z wysokim FOMO znacznie częściej natomiast korzystają z aplikacji zliczających czas spędzany online oraz poszukują wiedzy na temat dobrostanu cyfrowego (odpowiednio – 29% i 23%). Można powiedzieć, że sposoby, których używają fomersi, aby zachować zdrowe nawyki w sieci, choć aktywne, w mniejszym stopniu opierają się na poszukiwaniu relacji lub możliwości rozwoju offline: częściej są bezosobowe (aplikacje czy poszukiwanie wiedzy na temat dobrostanu cyfrowego) i w mniejszym stopniu wiążą się z nakładaniem osobistych ograniczeń (kontrola czasu). Porównując te dane z wynikami uzyskanymi w 2019 roku, możemy zaryzykować stwierdzenie, że czas pandemii wyostrzył różnice pomiędzy ogólną grupą badanych internautów, a grupą wysoko sfomowaną. Pierwsi w większym niż wcześniej

stopniu doceniają relacje i doświadczenia odpowiednio 42% (2019) i 58% (2021) oraz 44% (2019) i 50% (2021). Drudzy, owszem, deklarują troskę o relacje, choć rzadziej niż grupa ogólna: odpowiednio 27% (2019) i 40% (2021) oraz znacznie mniej o doświadczenia poza siecią (odpowiednio 50% w 2019 i 42% w 2021).

Jeśli jednak przyjrzymy się bliżej temu, jak często badanym udawało się faktycznie zadbać o relacje i doświadczenia poza internetem, rozdźwięk między ogólną grupą internautów, a osobami z wysokim FOMO rośnie. Sześć na dziesięć osób badanych deklarowało troskę o relacje offline, natomiast w grupie wysoko sfomowanych było to mniej niż jedna na cztery (56% vs. 24%). Co więcej, prawie co piąty fomers (17%) przyznawał, że dba o nie rzadziej niż raz w miesiącu. Podobną zależność można dostrzec w kontekście dbania o rozwój poza siecią. Jako aktywność bardzo częstą lub częstą określa je połowa respondentów z grupy ogólnej – więcej niż w poprzedniej edycji badania (39% w 2019 i 50% w 2021), i tylko co trzeci wysoko sfomowany (30% w 2019 i 2021). Doświadczenie pandemii sprawiło, że osoby dotknięte wysokim FOMO wyraźniej odwróciły się od aktywności offline.

Jak respondenci faktycznie radzą sobie z kontrolowaniem czasu spędzanego online? Postrzegają sytuację zaskakująco optymistycznie. W grupie ogólnej aż trzech na czterech badanych deklaruje, że udaje im się to bardzo często, a tylko trzech na stu twierdzi, że są to próby nieudane (70% vs. 3%). Niemniej przyglądając się grupie osób z wysokim FOMO, można dostrzec znaczące różnice – już tylko 43% uważa, że z powodzeniem dotrzymuje wyznaczonego limitu czasu codziennie lub kilka razy w tygodniu. Prawie co czwarty (24%) dostrzega natomiast, że udaje mu/jej się kontrolować czas spędzany online jedynie raz w miesiącu lub rzadziej.

Znaczne różnice możemy dostrzec w podejściu osób nisko i wysoko sfomowanych do poszukiwania informacji z zakresu utrzymywania dobrostanu cyfrowego. Prawie wszyscy respondenci z niskim poziomem FOMO wskazują, że interesują się takimi informacjami kilka razy w tygodniu, podczas gdy wśród osób wysoko sfomowanych robi to niespełna co dziesiąty (odpowiednio 96% i 8%). W badaniach z 2019 roku to osoby wysoko sfomowane nieco częściej niż dwukrotnie poszukiwały wsparcia w zakresie dobrostanu cyfrowego (6% w grupie ogólnej vs. 12% osoby wysoko sfomowane). Teraz dostrzegamy odwrotny trend. Okres pandemii sprawił, że znacznie większa liczba respondentów w grupie ogólnej wskazuje takie działania jako bardzo częste i częste (44% w grupie ogólnej vs. 8% wśród wysoko sfomowanych). Widzimy więc, że Polacy mają coraz większą świadomość wagi odpowiedzialnego i zrównoważonego korzystania z sieci. Zależność tę może tłumaczyć związanym z pandemią powszechnym doświadczeniem negatywnych konsekwencji nadmiernej zależności od urządzeń cyfrowych i internetu.

Czy badani czuli, że po okresie pandemii potrzebują pomocy w podejmowaniu prób utrzymania zdrowych nawyków? Tu zmieniło się niewiele – tylko 14% odpowiedziało twierdząco na to pytanie (ten sam wynik uzyskaliśmy w 2019 roku). Podobne okazały się również deklaracje osób wysoko sfomowanych (31% w 2019 i 34% w 2021). Nieco większa liczba osób odpowiedziała natomiast, że takiej pomocy nie potrzebuje, co w kontekście pozostałych danych (np. sposobów radzenia sobie w okresie pandemii czy poczucia przeciążenia informacyjnego) jest alarmujące. Można się zastanawiać, na ile badani są świadomi własnego wzorca korzystania z technologii i urządzeń cyfrowych, a w konsekwencji braku równowagi online/offline.

Uczestnicy badania, jeśli mieliby skorzystać z rad i wskazówek w zakresie utrzymania zdrowych nawyków cyfrowych, podobnie jak w 2019 roku najchętniej zaufaliby przyjaciołom i rodzinie (50%), potem – poradom ekspertów udzielanym w mediach (29%) oraz eksperckim stronom internetowym (28%), najrzadziej zaś (10%) – firmom technologicznym. Osoby wysoko sfomowane nieco częściej niż dwukrotnie (23%) pokładają zaufanie w firmach technologicznych oraz narzędziach, aplikacjach (29% vs. 14% w grupie ogólnej) i kierują się wskazaniem eksperckich stron (40% vs. 28% w grupie ogólnej). Można przyjąć, że przeciętni badani z grupy ogólnej mają większe zaufanie do pozyskiwania potrzebnej wiedzy w sposób nieformalny, opierając się przede wszystkim na bliskich relacjach i na bezpośrednim (osobistym) przekazie eksperta. Fomersi częściej obdarzają zaufaniem przekazy bardziej formalne, które nie bazują na relacji (strony eksperckie, informacje zapewniane przez firmy technologiczne oraz dedykowane aplikacje i narzędzia).

Podobnie jak w 2019 roku badani niezbyt chętnie udzielali rad dotyczących zbilansowanego korzystania z sieci i urządzeń cyfrowych. Nie robiło tego więcej niż sześciu na dziesięciu respondentów (62% w 2021 vs. 46% w 2019). Co ciekawe, najczęściej zaobserwowaliśmy to u najmłodszych (w wieku 19-24) i najstarszych badanych (w wieku 65+). Jeśli już decydowali się na zwrócenie uwagi w sprawie szkodliwego korzystania z sieci, to najczęściej kierowali je do członków rodziny (69% w grupie ogólnej, 93% osoby z niskim FOMO). Najważniejsze było kontrolowanie czasu online (57% w grupie ogólnej vs. 35% wysoko sfomowanych) i wspólne spędzanie czasu (43% w grupie ogólnej vs. 29% wysoko sfomowanych). Osoby z wysokim FOMO były zdecydowanie mniej aktywne w doradzaniu innym, choć poszukiwanie wiedzy dotyczącej dobrostanu cyfrowego wskazywali jako ważne (44% grupy

ogólnej, 96% osoby z niskim FOMO). Pomimo tego poszukanie wsparcia w tym zakresie zaproponowało bliskim jedynie 14% badanych, w tym 33% osób o niskim FOMO.

Czy ich próby pomocy okazały się udane? Raczej tak, choć wielu badanych nie było pewnych skutków swoich działań (w grupie ogólnej: 39% – „tak”; 31% – „nie”; 31% – „nie wiem”). Co ciekawe, osoby z wysokim FOMO najczęściej deklarowały, że ich rady okazały się pomocne (aż 67%) i w większości byli to młodzi respondenci w wieku 19-24. Być może, paradoksalnie, to właśnie młodzi, wśród których jest najwyższy odsetek osób wysoko sfomowanych, są w stanie najbardziej skutecznie wskazać pomocne sposoby na utrzymanie cyfrowej równowagi. To oni najsilniej doświadczają negatywnych skutków nadmiernego zaangażowania w świat online, choć niekoniecznie sami stosują się do własnych rad.

Podobnie jak w poprzedniej edycji badania zapytaliśmy, kto powinien poczuwać się do odpowiedzialności za przeciwdziałanie obawom przed korzystaniem z nowych technologii i urządzeń cyfrowych oraz negatywnym skutkom korzystania z nich. Ponownie największą odpowiedzialnością badani obarczyli rodziców i opiekunów prawnych dzieci i młodzieży (53% w grupie ogólnej vs. 44% osób wysoko sfomowanych), nieco ponad jedna trzecia wskazała instytucje edukacyjne i indywidualnych użytkowników (odpowiednio 34% w grupie ogólnej i wśród wysoko sfomowanych oraz 34% w grupie ogólnej i 23% wśród wysoko sfomowanych). Zdecydowanie rzadziej respondenci dostrzegali rolę firm technologicznych (24% vs. 28%), organów rządowych/regulacyjnych (21% vs. 27%) i organizacji non-profit (12% vs. 24%), przy czym osoby z wysokim FOMO częściej wskazywały na te podmioty. Co ciekawe, aż co piąty badany nie umiał udzielić odpowiedzi.

REKOMENDACJE

W poprzednich latach wskazywaliśmy trzy grupy podstawowych czynników mogących przeciwdziałać lub łagodzić FOMO: dbanie o zaspokajanie potrzeb psychologicznych, kształcenie w zakresie kompetencji cyfrowych oraz znaczenie budowania zdrowych cyfrowych nawyków niezbędnych do utrzymania cyfrowego dobrostanu. Wyniki „pandemicznej” edycji badania zwróciły uwagę na kolejne istotne aspekty współwystępujące z wysokim poziomem FOMO oraz różnice między tą grupą a internautami niedoświadczającymi lęku przed odłączeniem. Lockdown i konieczność życia w dużej mierze „zdalnie” (nauka, praca, życie rodzinne i towarzyskie, kontakt z urzędami i instytucjami itp.) sprawiły, że zdecydowana większość użytkowników sieci na długi czas przeniosła się do świata zamieszkanego dotychczas jedynie przez fomersów.

Zmiana paradygmatu – szersze spojrzenie na FOMO

Zarówno wyniki naszego badania, jak i przedstawione w literaturze przedmiotu skłaniają do szerszego niż dotychczas spojrzenia na fenomen FOMO. Społeczna świadomość zjawiska jest w Polsce coraz większa, jednak w praktyce dyskusja dotycząca lęku przed odłączeniem koncentruje się przede wszystkim wokół jego związku z nadużywaniem/uzależnieniem od internetu, mediów społecznościowych i urządzeń cyfrowych. Problemowe korzystanie z nowych technologii wśród fomersów jest faktem, ale zawężenie się do tego aspektu utrudnia, naszym zdaniem, rozumienie trudności, z którymi borykają się osoby z tej grupy. Nie pomaga to również w dostrzeżeniu czynników, które mogą okazać się przydatne w zapobieganiu FOMO i budowaniu strategii pomocowych dla osób nim dotkniętych. *Fear*

of Missing Out wydaje się zjawiskiem znacznie bardziej skomplikowanym niż jest to powszechnie przyjęte.

Warto spojrzeć na FOMO nie tylko w kontekście efektu – czyli problemowego korzystania z nowych technologii – ale leżących u jego podstaw potrzeb. Badacze dostrzegają związki FOMO z tym, jak postrzegamy siebie w zależności od relacji z innymi ludźmi. Większy lęk przed odłączeniem pojawia się wtedy, kiedy czujemy się zagrożeni indywidualną i/lub społeczną izolacją, co stanowi zagrożenie dla pozytywnego obrazu siebie. W takiej sytuacji psychologicznej zrozumiąły staje się strach przed utratą kontaktu. Potwierdzają to również nasze badania, wskazując na przewagę potrzeby komunikowania się z innymi – i lęku przed utratą takiego połączenia – nad potrzebą generowania informacji u osób z wysokim FOMO.

Przeciwdziałanie negatywnym konsekwencjom FOMO

Wyniki badania wyraźnie odróżniają grupę osób z wysokim FOMO od tych, którzy doświadczają FOMO na poziomie średnim i niskim. Fomersi cechują się coraz większą świadomością własnej zależności od nowych technologii i nieustanej potrzeby „trzymania ręki na pulsie” wydarzeń. Znacznie częściej wskazują na potrzebę utrzymania zdrowych cyfrowych nawyków i deklarują, że w pandemicznej rzeczywistości nabyli nowe umiejętności oraz zyskali zawodowo i prywatnie. Na tym jednak dobre wiadomości się kończą.

Wysoko sfomowani zdecydowanie częściej niż pozostali internauci nadmiernie korzystają z mediów społecznościowych, częściej czują się pandemią bardziej zmęczeni, wskazują znacznie częściej na pogorszenie relacji z bliskimi – i znacznie rzadziej o nie dbają. Rzadziej w trudnej,

pandemicznej sytuacji poszukują wsparcia społecznego i korzystają z niego. W kontekście tych danych kluczowe dla osłabienia negatywnego wpływu FOMO na funkcjonowanie i dobrostan fizyczny i psychiczny jest wzmacnianie bezpośrednich, bliskich relacji. To, czy realizowane są one offline czy online wydaje się mieć drugorzędne znaczenie, szczególnie w obliczu wciąż trwającej pandemii i konieczności zachowania dystansu społecznego.

Wsparcie w budowaniu zdrowych cyfrowych nawyków

Relatywnie duża grupa badanych, w szczególności osoby nisko i średnio sfomowane, nie była w stanie określić, czy okres pandemii skłonił ich do większego zadbania o zdrowe nawyki cyfrowe. Z kolei, osoby wysoko sfomowane częściej doświadczwały niepowodzenia w tym obszarze, pomimo podejmowania takich prób. W poradach, których w tym zakresie badani udzielali swoim bliskim, kładziono nacisk przede wszystkim na kontrolowanie czasu spędzanego online, narzucenie zasad korzystania z sieci oraz częstsze spotkania, czyli poleganie głównie na własnej silnej woli i fizycznym ograniczeniu czasu przed ekranem.

W tym kontekście istotne wydaje się popularyzowanie wiedzy o *digital wellbeing*, z położeniem większego nacisku na inne aspekty naszego codziennego funkcjonowania, które zatrzymują nas w sieci: wyciszenie nieprzyjemnych emocji i stanów, trudność w znoszeniu nudy i gorszego samopoczucia, nieumiejętność radzenia sobie ze stresem, również informacyjnym, przymus ciągłej efektywności i wydajności. Programy edukacyjne dotyczące cyfrowej higieny, poza zachętą i nauką ograniczenia czasu przed ekranem, powinny uwzględniać również rozwijanie umiejętności obserwacji i rozumienia własnych emocji w kontekście aktywności

podejmowanych online. Warto zatem zachęcać osoby do samoobserwacji, by zarejestrowały, kiedy najczęściej sięgają po media społecznościowe (często może to być odpowiedź na doświadczane napięcie, frustrację, złość czy smutek). Równie istotne jest uczenie o mechanizmach, które sprawiają, że media społecznościowe przykuwają naszą uwagę. Bazują one na naturalnych potrzebach każdego człowieka (jak choćby potrzeba zdobywania i aktualizowania wiedzy, potrzeba aprobaty społecznej, potrzeba posiadania kontroli nad sytuacją).

Wyniki badania wskazują na stale rosnący poziom FOMO wśród dwóch najmłodszych grup respondentów (w wieku 15-19 i 20-24). Młodzi z tych grup najczęściej rezygnowali również z prób zachowania cyfrowej higieny w czasie pandemii, częściej czuli się przeciążeni wpływającymi do nich informacjami i podejmowali ryzykowne zachowania zdrowotne. To osoby pozostające w formalnym systemie edukacji: w ich kontekście ważne byłoby rozbudowanie szkolnych programów wychowawczo-profilaktycznych i zajęć ogólnouniwersyteckich wspomagających rozwój umiejętności zarządzania informacją, krytycznego odbioru treści dostępnych online i świadomego kreowania cyfrowego wizerunku. Istotne zdaje się być też wskazanie związku pomiędzy intensywnym korzystaniem z mediów społecznościowych a samooceną, gdyż to właśnie u osób najmłodszych obraz siebie jest najbardziej podatny na wpływ informacji zamieszczanych przez rówieśników na ich profilach.

Warto też zwrócić uwagę na grupę najstarszych respondentów (w wieku 65+), którzy najczęściej nie potrafili udzielić odpowiedzi na pytanie o dbanie o zdrowe nawyki podczas pandemii. Zależności pomiędzy intensywnością korzystania i czasem spędzonym przed ekranem a dobrostanem psychicznym

mogą nie być dla nich oczywiste. Dedykowane im programy edukacyjne mogłyby zapobiegać negatywnym skutkom nadmiernego zaangażowania w świat online, szczególnie w sytuacji, w której liczba średnio sfomowanych seniorów rośnie.

METODOLOGIA BADAŃ

Narzędziem badawczym była ankieta internetowa, składająca się z 222 pytań, z czego: 199 z nich ułożono w skalach Likerta, 221 – miało charakter zamknięty i 216 – było jednokrotnego wyboru.

Dane pozyskane dla każdego pytania ujęliśmy w kontekście demograficznym (tzn. płci, wieku, poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania). Dla przejrzystości pytania zblokowaliśmy tematycznie w następujące grupy (nie wliczając demografii):

- skala FOMO (*FOMO Scale*) A.K. Przybylskiego et al. (2013);
- korzystanie z mediów w trakcie pandemii (marzec 2020 – kwiecień 2021);
- ogóle refleksje dotyczące pandemii;
- pandemia a informację;
- skala przeciążenia informacyjnego (*The Information Overload Scale, IOS*) Williamsona, Eakera i Lounsbury'ego (2012);
- skala infopandemicznego FOMO (*COVID-19 Information Fear of Missing Out Scale – CIFS*), Yu et al. (2020);
- kwestionariusz zaangażowania w media społecznościowe (*Social Media Engagement Questionnaire, SMEQ*), A.K. Przybylskiego et al. (2013);
- dzień fomersa;
- skala uzależnienia od telefonu komórkowego (*Mobile Phone Usage Addiction Scale*), E. Karadaga et al. (2015);
- skala nomofobii (*No mobile phobia Questionnaire, NMP-Q*), C. Yildirima i A.P. Correia (2015);
- utrzymywanie zdrowych nawyków technologicznych w trakcie pandemii;
- kwestionariusz CAGE (*CAGE*) J.A. Ewinga (1984);

- strategię radzenia sobie ze stresem (według Kwestionariusza Mini-COPE) (*The Brief Coping Orientations to Problems Experiences, Brief COPE*) Carver, Scheier i Weintraub (1989).

Właściwie badanie, po przeprowadzeniu pilotażu 6-9 lipca 2021 roku i naniesieniu odpowiednich korekt, przeprowadziliśmy na panelu Ariadna w dniach 10-14.08.2021. Kwoty dobrano według reprezentacji w populacji polskich internautów dla płci badanych, ich wieku, poziomu wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania. Skorzystalismy z CAWI. Próbką badawcza wyniosła $n = 1067$.

Jednym z bloków tematycznych kwestionariusza było dziesięć pytań stanowiących tzw. skalę FOMO, opracowaną i zweryfikowaną przez Andrew K. Przybylskiego et al. (2013). Tak jak ostatnio posłużyliśmy się nimi w celu ustalenia sposobu policzenia wskaźnika dla *Fear of Missing Out* w Polsce (następnie to rozwiązanie zastosowaliśmy dla pozostałych pytań). W tym miejscu warto przypomnieć opis procesu liczenia: w ramach skali FOMO poprosiliśmy respondentów o wskazanie poziomu ich zgodności z poszczególnymi pytaniami na pięciopunktowej skali Likerta, gdzie wartość 0 reprezentowało twierdzenie „w ogóle nieprawdziwe”, zaś 4 – „całkowicie prawdziwe”, przy czym odpowiedzi dla każdego respondenta podzieliliśmy przez 4 (czyli maksymalną wartość skali). Po zsumowaniu średnich wartości częściowych, pozyskaliśmy średnie wyniki dla każdego z dziesięciu pytań w zakresie od 0 do 4, gdzie wyższe dane wskazały na podwyższony poziom FOMO. Należy podkreślić, że elementy składowe FOMO wykazały dobrą wewnętrzną spójność i rzetelność na poziomie $\alpha = 0.92$ Cronbacha, uzupełniając poprzednie badania w tym obszarze /zakresie (Reinecke et al., 2016; Buglass et al., 2017). Następnie opracowaliśmy indeks FOMO, który agregował pozyskane wyniki dla pytań ze skali FOMO. Przyjął on postać rekodowanego (przekształconego liniowo), całkowitego wyniku zestawu do zakresu wartości końcowej 0-100. Poziomy FOMO zidentyfikowaliśmy przez analizę SD. Wysokie odchylenie standardowe równe i większe ($> 1\sigma$) wskazało na wysoką

wartość FOMO, na skali wyznaczając zakres 60-100. Niski indeks FOMO oparł się na wynikach równych i mniejszych niż (-1σ) , uzyskując zakres 0-20.

Z kolei, w oparciu o pozostałe kwestionariusze (punkty 2-7 w części „Narzędzia badawcze”) opracowaliśmy indeksy każdego zjawiska mierzonego wśród polskich internautów. Niskie, średnie i wysokie poziomy danego fenomenu zostały określone na podstawie analizy odchyłeń standardowych wartości indeksu. Wysokie odchylenie standardowe wartości danego indeksu równe i większe $(> 1\sigma)$ wskazuje na wysoki poziom zjawiska, niski poziom opiera się na wynikach równych i mniejszych niż (-1σ) . Na końcu zaś sprawdzono rozkłady stopni danych zjawisk w relacji do wcześniej zdefiniowanego poziomu *Fear of Missing Out*⁴.

Narzędzia badawcze:

1. **Skala FOMO i SMEQ:** Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & V. Gladwell (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1814–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
2. **IOS The Information Oveload Scale:** Williamson, J., Eaker, P. E., & Lounsbury, J. (2012). The information overload scale. Asist 2012 (polskie tłumaczenie M. Ledzińska i N.Kominiarczuk)
3. **COVID-19 Information Fear of missing out scale – CIFS:** Yu, S-Ch, Chen, H-R, Liu, A-Ch, & Lee, H-Y (2021). Toward COVID-19 Information: Infodemic or Fear of Missing Out? *Healthcare*, 8, 550. doi:10.3390/healthcare8040550

4. α Cronbacha dla pozostałych zastosowanych narzędzi badawczych wynosi od 0,90 i tym samym wykazuje ich dobrą wewnętrzną spójność i rzetelność.

4. **Mobile Phone Usage Addiction Scale:** E. Karadağ, Ş. B. Tosuntaş, E. Erzen, P. Duru, N. Bostan, B. M. Şahin, İ. Çulha, & B. Babadağ, (2015). Determinants of *phubbing*, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74. DOI: 10.1556/2006.4.2015.005
5. **No mobile phobia Questionnaire:** C. Yildirim, A.–P. Correia. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.059>
6. **CAGE:** Ewing J.A. (1984). Detecting AlcoholismThe CAGE Questionnaire JAMA, 252(14), 1905–1907. <https://doi.org/10.1001/jama.252.14.1905>
7. **Mini COPE**, który jest skróconą wersją COPE autorstwa Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. (1989). Assessing coping strategies: a theoretically based approach. *Journal of personality and social psychology*, 56(2), 267-283; w polskiej adaptacji Juczyński, Z., Ogińska-Bulik, N. (2009). Narzędzia pomiaru stresu i radzenia sobie ze stresem. Warszawa: PTP.

W sierpniu 2021 roku nasz projekt pt. „FOMO 2021. Polacy a lęk przed odłączeniem podczas pandemii” uzyskał pozytywną opinię uniwersyteckiej Komisji Rectorskiej ds. Etyki Badań Naukowych z Udziałem Człowieka.

BIBLIOGRAFIA

- Aarestad, S. H., & Eide, T. A. (2017). *Smartphone Restriction and its Effect on Subjective Withdrawal Related Scores* (Master's thesis, The University of Bergen). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01444>
- Adams, S.K., Williford, D.N., Vaccaro, A., Kisler, T.S., Francis, A., & Newman, B. (2017). The young and the restless: Socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-year college students. *International Journal of Adolescence and Youth*, 22, 337-48. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1181557>
- Alt, D. (2017). Students' social media engagement and *Fear of Missing Out* (FoMO) in a diverse classroom. *Journal of Computing in Higher Education*, 29(2), 388-410. <https://doi.org/10.1007/s12528-017-9149-x>
- Alt, D. (2018). Students' wellbeing, *Fear of Missing Out*, and social media engagement for leisure in higher education learning environments. *Current Psychology*, 37(1), 128-138. <https://doi.org/10.1007/S12144-016-9496-1>
- Alutaybi, A., Arden-Close, E., McAlaney, J., Stefanidis, A., Phalp, K., & Ali, R. (2019, October). How can social networks design trigger fear of missing out?. In: 2019 IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics (SMC) (pp. 3758-3765). IEEE. <https://doi.org/10.1109/SMC.2019.8914672>
- Auverset, L., Billings, A., & Conlin, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: the role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communication & Society*, 4, 151-164. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.151-164>
- Bailey, A.A., Bonifield, C.M., & Arias, A. (2018). Social media use by young Latin American consumers: An exploration. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 10-19. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.02.003>
- Bankoglu, T., & Cerkez, Y. (2019). The Social Network Addiction Scale: A Scale Development Study. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 66, 378. <https://doi.org/10.33788/rcis.66.22>
- Barber, L.K., & Santuzzi, A.M. (2017). Telepressure and college student employment:

the costs of staying connected across social contexts. *Stress and Health*, 33, 14-23.
<https://doi.org/10.1002/smi.2668>

- Barnett, S. (2020, December 23). The death of FOMO as we knew it. *Wired* [online]
<https://www.wired.com/story/death-of-fomo/> (dostep: 12.11.2021)
- Barry, C.T., Sidoti, C.L., Briggs, S.M., Reiter, S.R., & Lindsey, R.A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*, 61, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.005>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Boschuetz, N., Cheng, S., Mei, L., & Loy, V. M. (2020). Changes in alcohol use patterns in the United States during COVID-19 pandemic. *Wisconsin Medical Journal*, 119(3), 171-176.
- Bright, L.F., & Logan, K. (2018). Is my fear of missing out (FOMO) causing fatigue? Advertising, social media fatigue, and the implications for consumers and brands. *Internet Research*, 28, 1213-1227. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2017-0112>
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. (1989). Assessing coping strategies: a theoretically based approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(2), 267. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.2.267>
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K.M. (2016). How 'phubbing' becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Classen, B., Wood, J. K., & Davies, P. (2020). Social network sites, fear of missing out, and psychosocial correlates. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(3), Article 4. <https://doi.org/10.5817/CP2020-3-4>

- Davey, S., Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blachnio, A., & Przepiórka, A. (2018). Predictors and consequences of "Phubbing" among adolescents and youth in India: An impact evaluation study. *Journal of Family & Community Medicine*, 25(1), 35. https://doi.org/10.4103/jfcm.JFCM_71_17
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 2, 69-73. <https://doi.org/10.1016/j.explore.2013.12.008>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of Missing Out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509–516. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Ewing, J.A. (1984). Detecting Alcoholism: The CAGE Questionnaire. *JAMA: The Journal of the American Medical Association*, 252(12):1905–1907. <https://doi.org/10.1001/jama.1984.03350140051025>
- Fox, J., & Moreland, J.J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168-176.
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). 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*, 15(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Fumagalli, E., Dolmatzian, M. B., & Shrum, L. J. (2021). Centennials, FOMO, and loneliness: An investigation of the impact of social networking and messaging/VoIP apps usage during the initial stage of the coronavirus pandemic. *Frontiers in Psychology*, 12. doi: 10.3389/fpsyg.2021.620739. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.620739>
- Gil, F., del Valle, G., Oberst, U., & Chamarro, A. (2015). New technologies–new disorders? The smartphone and the Fear of Missing Out. *ALOMA–REVISTA DE PSICOLOGIA CIENCIAS DE L EDUCACIO I DE L ESPORT*, 33(2), 77–83.
- Gioia, F., Fioravanti, G., Casale, S., & Boursier, V. (2021). The effects of the fear of missing out on people's social networking sites use during the COVID-19 pandemic: the mediating

role of online relational closeness and individuals' online communication attitude. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 146. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.62044>

- Hampton, K. N., Lu, W., & Shin, I. (2016). Digital media and stress: the cost of caring 2.0. *Information, Communication & Society*, 19(9), 1267-1286. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1186714>
- Hamutoglu, N. B., Gezgin, D. M., Sezen-Gultekin, G., & Gemikonakli, O. (2018). Relationship between nomophobia and fear of missing out among Turkish university students. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 13(4), 549-561. <https://doi.org/10.18844/cjes.v13i4.3464>
- Hayran, C., & Anik, L. (2021). 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*, 18(4), 1974. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041974>
- Herman, D. (2010). *The Fear of Missing Out (FOMO)*, 2010 [online] Dostępny w World Wide Web: [http://www.danherman.com/The-Fear-of-Missing-Out-\(FOMO\)-by-Dan-Herman.html](http://www.danherman.com/The-Fear-of-Missing-Out-(FOMO)-by-Dan-Herman.html) (dostęp: 1.12.2018)
- Horwood, S., & Anglim, J. (2019). Problematic smartphone usage and subjective and psychological well-being. *Computers in Human Behavior*, 97, 44-50. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.02.028>
- Hunt, M.G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37, 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Ivasović, S., & Burić, I. (2019). Constant Connection and Fear of Missing out in Youth's Everyday Face-to-Face Interaction. *Medijske Studije*, 10(20), 31-49. <https://doi.org/10.20901/ms.10.20.2>
- James, T. L., Lowry, P. B., Wallace, L., & Warkentin, M. (2017). The effect of belongingness on obsessive-compulsive disorder in the use of online social networks. *Journal of Management Information Systems*, 34(2), 560-596. <https://doi.org/10.1080/07421222.2017.1334496>
- John, M., Melis, A.P., Read, D., Rossano, F., & Tomasello, M. (2018). The preference for

scarcity: A developmental and comparative perspective. *Psychology & Marketing*, 35, 603-15.
<https://doi.org/10.1002/mar.21109>

- Jupowicz-Ginalska, A., Jasiewicz, J., Kisilowska, M., Baran, T., & Wysocki, A. (2018). FOMO 2018: Polacy a lęk przed odłączeniem - raport z badań. Warszawa, 48 s. [online] <https://www.wdib.uw.edu.pl/attachments/article/1992/FOMO.%20Polacy%20a%20l%C4%99k%20przed%20od%C5%82%C4%85czeniem%20-%20raport%20z%20bada%C5%84.pdf> (dostęp: 12.11.2021)
- Jupowicz-Ginalska, A., Kisilowska, M., Jasiewicz, J., Baran, T., & Wysocki, A. (2019). FOMO 2019: Polacy a lęk przed odłączeniem - raport z badań. Warszawa, 60 s. [online] https://www.wdib.uw.edu.pl/attachments/article/2535/FOMO%202019_Raport.pdf (dostęp: 12.10.2021)
- Kang, I., Son, J., & Koo, J. (2019). Evaluation of culturally symbolic brand: the role of “fear of missing out” phenomenon. *Journal of International Consumer Marketing*, 31(3), 270-286.
<https://doi.org/10.1080/08961530.2018.1520670>
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş.B., Erzen, P., Duru, E., Bostan, N., Şahin, B.M., Çulha, İ., & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74.
<https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Laato, S., Islam, A. N., & Laine, T. H. (2020). Did location-based games motivate players to socialize during COVID-19?. *Telematics and Informatics*, 54, 101458.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101458>
- Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A., & Aceto, P. (2016). Fear of missing out (FOMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue. *Computers in Human Behavior*, 61, 516-521. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.072>
- Lange, R., (red.). (2021). Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów. Warszawa: NASK – Państwowy Instytut Badawczy. [online] <https://thinkstat.pl/publikacje/nastolatki-3-0-raport-z-ogolnopolskiego-badania-uczniow-2021-r> (dostęp: 10.11.2021)
- Larkin, B.A., & Fink, J.S. (2016). Fantasy sport, FoMO, and traditional fandom: How second-screen use of social media allows fans to accommodate multiple identities. *Journal of Sport*

- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V. S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120600. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120600>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of Fear of Missing Out. *Journal of adolescence*, 55, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Pivetta, E., Harkin, L., Billieux, J., Kanjo, E., & Kuss, D. J. (2019). Problematic smartphone use: An empirically validated model. *Computers in Human Behavior*, 100, 105-117. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.013>
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R., & Gladwell V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1814–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Ptaszek, G., Stunża, G.D., Pyżalski, J., Dębski, M. & Bigaj, M. (2021). Edukacja zdalna: co się stało z uczniami, ich rodzicami i nauczycielami? Gdańsk [online]. <https://zdalnenauczanie.org/wp-content/uploads/2020/10/edukacja-zdalna.pdf> (dostęp: 12.11.2021)
- Prentice, C., Quach, S., & Thaichon, P. (2021). Antecedents and consequences of panic buying: The case of COVID-19. *International Journal of Consumer Studies*, 1-15. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12649>
- Reinecke, L., Aufenanger, S., Beutel, M. E., Dreier, M., Quiring, O., Stark, B., ... & Müller, K. W. (2017). Digital stress over the life span: The effects of communication load and internet multitasking on perceived stress and psychological health impairments in a German probability sample. *Media Psychology*, 20(1), 90–115. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1121832>
- Riordan, B. C., Flett, J. A., Hunter, J. A., Scarf, D., & Conner, T. S. (2015). Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2(7), 1-7.

<http://dx.doi.org/10.7243/2055-3447-2-9>

- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The Social media party: fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386-392. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2017). Is self-presentation of Instagram users influenced by friendship-contingent self-esteem and fear of missing out. *Makara Hubs-Asia*, 21, 70-82. <https://doi.org/10.7454/mssh.v21i2.689>
- Sanalan, V.A., Koc, A., Oz, R., Taslibeyaz, E., Kayalar, M., Yildirim, O. (2017). The use of social media and *Fear of Missing Out* among college students. INTED2017: 11th International Technology, Education and Development Conference. <https://doi.org/10.5001/omj.2019.75>
- Scalzo, A.C., & Martinez, J.A. (2017). Not all anxiety is the same: How different ‘types’ of anxiety uniquely associate with college students’ drinking intentions. *Journal of College Student Development*, 58, 943-947. <https://doi.org/10.1353/csd.2017.0073>
- Scott, H., & Woods, H.C. (2018). Fear of missing out and sleep: Cognitive behavioural factors in adolescents’ night-time social media use. *Journal of Adolescence*, 68, 61-65. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.07.009>
- Skogen, J. C., Øverland, S., Knudsen, A. K., & Mykletun, A. (2011). Concurrent validity of the CAGE questionnaire. The Nord-Trøndelag Health Study. *Addictive behaviors*, 36(4), 302-307. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2010.11.010>
- Song, X., Song, S., Zhao, Y. C., Min, H., & Zhu, Q. (2021). Fear of Missing Out (FOMO) Toward ICT Use During Public Health Emergencies: An Investigation on Predictors and Outcomes. *Journal of Database Management (JDM)*, 32(2), 20-35.
- Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina—Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.03.048>
- Wang, P. et al. (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. *Personality and Individual Differences*, 128, 133-138. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.035>

- Wegmann, E., Brandtner, A., & Brand, M. (2021). Perceived strain due to COVID-19-related restrictions mediates the effect of social needs and fear of missing out on the risk of a problematic use of social networks. *Frontiers in Psychiatry*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.623099>
- Williamson, J., Eaker, P. E., & Lounsbury, J. (2012). The information overload scale. *ASIST*
- Wiśniewski, P., Bakalarczyk, R., Maryl-Wójcik, M. & Foryś, M. (2021). Jakość życia osób starszych w Polsce w pierwszym roku pandemii COVID-19. [online] <https://seniorhub.pl/wp-content/uploads/2021/05/raport-jakosc-zycia-osob-starszych-09.pdf> (dostęp: 12.11.2021)
- Wolniewicz, C.A., Tiamiyu, M.F., Weeks, J.W., & Elhai, J.D. (2018). Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618-623. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.09.058>
- Wolkowicz, Noah R., „Fear of Missing Out and Collegiate Alcohol Use: An Examination of Relationship and Direction” (2016). USC Aiken Psychology Theses. 20.
- Xie, X., Wang, Y., Wang, P., Zhao, F., & Lei, L. (2018). Basic psychological needs satisfaction and fear of missing out: Friend support moderated the mediating effect of individual relative deprivation. *Psychiatry Research*, 268, 223-228. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.07.025>
- Yildirim, C. Correia, A.-P. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130-137. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.059>
- Yin, F. S., Liu, M. L., & Lin, C. P. (2015). Forecasting the continuance intention of social networking sites: Assessing privacy risk and usefulness of technology. *Technological Forecasting and Social Change*, 99, 267-272. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.07.019>
- Yu, S-Ch, Chen, H-R, Liu, A-Ch, & Lee, H-Y (2021). Toward COVID-19 Information: Infodemic or Fear of Missing Out? *Healthcare*, 8, 550. <https://doi.org/10.3390/healthcare8040550>

Recenzja naukowa:

dr hab. Magdalena Szpunar, prof. UJ

Projekt graficzny:

Joanna Tarkowska

Redakcja językowa:

Maria Przastek-Samokowa

Raport opracowano dzięki wsparciu Państwowego Instytutu Badawczego
NASK



Institucje zaangażowane w projekt

- **Wydział Dziennikarstwa Informacji i Bibliologii** (www.wdib.uw.edu.pl) to najmłodszy wydział Uniwersytetu Warszawskiego, pierwszy i jedyny w Polsce zajmujący się współczesną komunikacją międzyludzką: naukami o mediach, informatologią i bibliologią. Powstał 1 września 2016 roku przez połączenie wysoko ocenianych instytutów kierunkowych, co potwierdzały wyniki badań i rankingów, przeprowadzanych przez komisje akredytacyjne i opiniotwórcze media w kraju: Instytutu Dziennikarstwa UW i Instytutu Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych UW. Wydział obecnie zrzesza społeczność 2500 studentów i 150 pracowników. Od 2014 rokrocznie zajmuje pierwsze miejsca w grupie Dziennikarstwo i komunikacja społeczna w rankingu kierunków studiów miesięcznika „Perspektywy” (to za sprawą unikatowego systemu specjalności i specjalizacji, pozwalającego zdobywać wiedzę i umiejętności warsztatowe w specjalistycznych obszarach dziennikarstwa, komunikacji, bibliologii i informatologii). Dysponuje także nowoczesną infrastrukturą z profesjonalnymi pracownikami: komputerowymi z niezbędnym oprogramowaniem, fotograficzną, pracownią technik mowy, studiem telewizyjnym i studiem radiowym. W murach Wydziału działa także nowoczesne centrum badawcze – Laboratorium Badań Medioznawczych (www.lbm.uw.edu.pl). Wydział Dziennikarstwa Informacji i Bibliologii to jednostka edukacyjna, która łączy długoletnią tradycję nauczania z dynamiczną nowoczesnością.
- **Ariadna** to ogólnopolski panel badawczy, w którym zarejestrowało się już ponad 110 000 Polaków w wieku od 15 lat wzwyż. Każdy uczestnik panelu podlega weryfikacji i ma zagwarantowaną pełną anonimowość oraz poufność swoich danych osobowych. Panel Ariadna posiada certyfikat jakości PIKPA, przyznawany na podstawie wszechstronnego audytu przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku (www.ofbor.pl). W badaniach Ariadny biorą udział rzeczywiste osoby o ustalonej tożsamości. Ariadna wyklucza prowadzenie badań z zastosowaniem przypadkowych metod doboru, gdzie badani są zbierani z doraźnych „łapanek” za pomocą pop-upów (wyświetlanych w internecie przypadkowym osobom) albo za pomocą masowych mailingów lub sond internetowych. Ariadna zapewnia realizację wyłącznie badań rzetelnych i wiarygodnych.

- **NASK** (<https://www.nask.pl>) – Państwowy Instytut Badawczy nadzorowany przez Kancelarię Prezesa Rady Ministrów. Prowadzi badania naukowe i prace rozwojowe na rzecz bezpieczeństwa systemów sieciowych, a także nad technologiami wykorzystującymi sztuczną inteligencję i zaawansowaną analizę danych. NASK na mocy ustawy o Krajowym Systemie Cyberbezpieczeństwa pełni zadania jednego z trzech Zespołów Reagowania na Incydenty Komputerowe (CSIRT) poziomu krajowego. W jego ramach funkcjonuje Zespół Dyżurnet.pl, który przyjmuje zgłoszenia dotyczące nielegalnych treści w internecie. Instytut realizuje strategiczne programy z obszaru cyfryzacji Polski, a także prowadzi rejestr domen.pl. Jako instytut badawczy NASK wypełnia misję edukacyjną, ekspercką i popularyzatorską na rzecz podnoszenia poziomu kompetencji cyfrowych oraz świadomości bezpieczeństwa użytkowników sieci. Realizuje program Ogólnopolska Sieć Edukacyjna, dając szkołom w całej Polsce możliwość podłączenia szybkiego, bezpłatnego i bezpiecznego internetu.

„Autorzy raportu kolejny raz wykazują się bardzo dobrą wiedzą z zakresu metodologii badań, twórczo adaptując dostępne narzędzia badawcze, jak i tworząc własne propozycje typologiczne (...) Na szczególną uwagę zasługuje nie tylko diagnozowanie zachowań mieszających się obszarze FOMO, ale także wskazywanie zdrowych nawyków i rekomendacji, które pozwalają jeśli nie eliminować, to przynajmniej minimalizować negatywne tendencje związane ze spektrum tego typu zachowań. Ta część raportu jest w sposób istotny społecznie użyteczna, a w związku z tym zasługuje na powszechnienie. To właśnie wiedza o tzw. cyfrowym dobrostanie przyczyniać się może do wypracowywania prawidłowych nawyków, ale już sama jej świadomość może minimalizować kompulsywne użycie nowych technologii (...) Z pełnym przekonaniem rekomenduję publikację raportu *FOMO 2021: Polacy a lęk przed odłączeniem podczas pandemii*, który odśladania, jak bardzo jesteśmy uwikłani w cyfrowe uniwersum (...).”

Fragment recenzji dr hab. Magdaleny Szpunar, prof. UJ