
Technische Hochschule Köln
Institut für Informationswissenschaft
Studiengang Online-Redaktion
Erstprüfer: Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Zweitprüferin: Birgit Pieplow

BACHELORARBEIT

Fear of missing out – Eine Social-Media-Krankheit

Einfluss der durch Social Media ausgelösten Angst, etwas zu verpassen, auf das psychische Wohlbefinden in der frühen und mittleren Adoleszenz

vorgelegt von

Anna Leonie Pahl

Fachsemester: 7

Eingereicht am 28. Juli 2023

Technology
Arts Sciences
TH Köln

Bachelorarbeit

Titel: Fear of missing out – Eine Social-Media-Krankheit

Untertitel: Einfluss der durch Social Media ausgelösten Angst, etwas zu verpassen, auf das psychische Wohlbefinden in der frühen und mittleren Adoleszenz

Gutachter:

Prof. Dr. Lars Rinsdorf (Technische Hochschule Köln)

Birgit Pieplow (Technische Hochschule Köln)

Zusammenfassung:

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der durch Social Media ausgelösten „Fear of missing out“ (FoMO) und verfolgt das Ziel, auf Basis einer Literaturrecherche die Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden in der frühen und mittleren Adoleszenz zu untersuchen. Hierfür werden zunächst das Phänomen FoMO erklärt und dessen Relevanz in der betrachteten Altersphase ermittelt. Darauf aufbauend zeigt diese Arbeit die Zusammenhänge von FoMO und Social Media auf und erläutert die Einflüsse von FoMO auf das psychische Wohlbefinden. FoMO ist gekennzeichnet durch die Angst, andere könnten lohnendere Erfahrungen machen als man selbst. Zentrale Erkenntnisse dieser Arbeit sind, dass FoMO und Social Media in einem engen Zusammenhang stehen und FoMO das psychische Wohlbefinden durch Gefühle von Stress, Niedergeschlagenheit und Unzulänglichkeit stark beeinträchtigen kann.

Stichwörter:

Fear of missing out, FoMO, Social Media, psychisches Wohlbefinden, Adoleszenz

Datum: 28. Juli 2023

Bachelor Thesis

Title: Fear of missing out – A social media disease

Subtitle: Influence of social media-induced fear of missing out on psychological well-being in early and middle adolescence

Reviewers:

Prof. Dr. Lars Rinsdorf (Technische Hochschule Köln)

Birgit Pieplow (Technische Hochschule Köln)

Abstract:

This paper deals with the "Fear of missing out" (FoMO) triggered by social media and aims to investigate the effects of FoMO on psychological well-being in early and middle adolescence based on a literature review. For this purpose, the phenomenon FoMO is first explained and its relevance in the considered age phase is determined. Based on this, this paper shows the connections between FoMO and social media and explains the influences of FoMO on the psychological well-being. FoMO is characterized by the fear that others may have more rewarding experiences than oneself. Key findings of this thesis are that FoMO and social media are closely related and FoMO can severely affect the psychological well-being through feelings of stress, dejection, and inadequacy.

Keywords:

Fear of missing out, FoMO, Social Media, psychological well-being, adolescence

Date: 28. July 2023

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
1. Einleitung	1
2. Das Phänomen „Fear of missing out“	2
2.1 Ursprung, Wortherkunft und Begriffsdefinition	2
2.2 Ursachen von Fear of missing out	4
2.3 Ein Dilemma: Zugehörigkeitsbedürfnis und Multioptionalität	6
2.4 Skalen zur Erhebung von FoMO.....	8
2.4.1 Die FoMO-Skala nach Przybylski et al.	8
2.4.2 Weitere FoMO-Skalen	10
3. Kinder und Jugendliche in einer digitalisierten Welt.....	11
3.1 Entwicklungsphase frühe bis mittlere Adoleszenz.....	11
3.2 Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen.....	14
3.3 FoMO in der frühen und mittleren Adoleszenz.....	18
4. Zusammenhang von FoMO und Social Media.....	20
4.1 Social Media: FoMO's Fluch oder Segen?.....	22
4.2 Instagram und verpasste Möglichkeiten.....	23
4.2.1 Konfrontation mit Aktivitäten anderer in Echtzeit	25
4.2.2 Präsentation der Multioptionalität von Möglichkeiten.....	26
4.3 Empirische Erhebungen: Zwischen Zugehörigkeitsbedürfnis, FoMO und Social Media	27
4.4 Zwischenfazit FoMO und Social Media	30
5. Einfluss von FoMO auf das psychische Wohlbefinden	30
5.1 Stress, innere Unruhe und Reizbarkeit	33
5.2 Niedergeschlagenheit, Angst und Einsamkeit.....	35
5.3 Unzulänglichkeitsgefühle und verminderter Selbstwert	37
6. Coping-Strategien	38
6.1 Problem- und emotionsbezogenes Coping gegen Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden	39
6.2 Resilienz als Bewältigungsfaktor: Stärkung der inneren Widerstandskraft gegen FoMO-Auswirkungen.....	41
6.3 Handlungsempfehlungen zur Reduzierung von FoMO und Steigerung des Wohlbefindens	42
7. Fazit	44
Literaturverzeichnis	V
Eidesstattliche Erklärung	XIV

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: FoMO-Skala nach Przybylski et al.	9
Abbildung 2: Postbank Jugend-Digitalstudie 2022: Internetnutzung Jugendlicher zwischen 16 und 18 Jahren	15
Abbildung 3: Beziehungen zwischen sozialen Bedürfnissen, FoMO, Facebook-Nutzung und wahrgenommenem Stress bei Jugendlichen in der Adoleszenz.....	29
Abbildung 4: Zusammenhänge von FoMO, Social Media und dem psychischen Wohlbefinden	32
Abbildung 5: Auswirkungen von FoMO und sozialem Druck auf Kommunikationsbelastung, Internet-Multitasking und daraus resultierenden Stress bei 14-34-Jährigen	34

Gender-Hinweis

Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit das generische Maskulinum verwendet. Die in dieser Arbeit verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

1. Einleitung

Wir leben in einer Welt voller Möglichkeiten. Morgens Meditation oder Sport, das leckere Schokomüsli oder der gesunde Obstsalat? Mit dem Auto, Bus oder Fahrrad zur Arbeit? Oder doch lieber arbeiten im Home Office ohne die nervigen Kollegen? Aber auch ohne amüsante Spontanbegegnungen. Und das Abendprogramm? Entspannt fernsehen, zur Geburtstagsfeier der Großtante oder doch lieber in die Bar mit den Mädels? Oder einfach mal das Leben völlig umkrempeln, alle Pläne verwerfen und ein Van-Life starten?

Unser Alltag ist geprägt von unzähligen Möglichkeiten und Entscheidungen. Wir wollen alles mitnehmen: Selbst, wenn wir krank oder müde auf dem Sofa liegen, fällt es oft schwer, eine Einladung abzusagen (Tanhan et al., 2022, S. 79) – denn man könnte ja einen tollen Abend verpassen. Und als wäre das allein nicht schon genug, leben wir zusätzlich noch in einer Welt, in welcher wir ständig mit all den Möglichkeiten konfrontiert werden – dank der sozialen Medien: Haben wir uns nach langem hin und her überlegen für den entspannten Abend auf der Couch entschieden, macht uns Social Media einen Strich durch die Rechnung und präsentiert uns all die großartigen Ereignisse, die wir gerade verpassen. Scheinbar perfekte Momente, die unsere Freunde ohne uns erleben. Abschalten ist nicht mehr möglich, über sämtliche Endgeräte werden wir minütlich mit den Leben anderer konfrontiert. Kein Wunder, dass sich da ein Phänomen in unserer Gesellschaft immer weiter verbreitet: Fear of missing out, die Angst etwas zu verpassen, ist ein Phänomen, unter dem mehr und mehr Menschen leiden und welches durch Social Media besonders getriggert wird. Im Sprachgebrauch gerne „FoMO“ genannt wird Fear of missing out häufig betitelt als die erste „Social-Media-Krankheit“ (AOK, 2021; Rohner, 2017; Soltau, 2023).

Doch was macht diese sogenannte Social-Media-Krankheit eigentlich aus? Warum wird ihr in der Entwicklungsphase der frühen und mittleren Adoleszenz besonders viel Bedeutung beigemessen? Wieso hängt Fear of missing out eng mit Social Media zusammen? Und wie beeinflusst die Angst, etwas zu verpassen, unser psychisches Wohlbefinden? Mit der Beantwortung dieser Fragen beschäftigt sich diese Arbeit.

2. Das Phänomen „Fear of missing out“

2.1 Ursprung, Wortherkunft und Begriffsdefinition

Fear of missing out (FoMO) ist kein neues Konzept, im Grunde gibt es das Phänomen schon seit jeher. Postkarten, Zeitungsseiten und Fotos von Partys konnten früher die Angst, etwas zu verpassen, ebenso auslösen, wie heute die sozialen Medien (Wortham, 2011). Miller geht in der Zeit sogar noch weiter zurück: „The feeling of FOMO has been around since the first caveman wondered if perhaps he should be out hunting dinner instead of siring an heir“ (2012). „FOMO ist ein zeitunabhängiges Phänomen, welches nicht durch die Digitalisierung und die Onlinewelt hervorgerufen wurde. Vielmehr geht es um den allgemeinen Anspruch, up to date zu sein und über die Aktivitäten anderer Bescheid zu wissen“, schreibt auch Sauer (2022, S. 8). Fear of missing out hat somit schon eine lange Geschichte, die weit vor ihrer ersten empirischen Untersuchung oder gar der Erfindung des Worts „FoMO“ begann.

Erstmals benannt wurde Fear of missing out im Jahr 2000 durch den Marketingstrategen Dan Hermann in der Fachzeitschrift „The Journal of Brand Management“. In der Publikation nannte er die Angst, etwas zu verpassen, als Erklärung für den Erfolg von Produkten in limitierter Auflage: „The emerging portrait is of a person and consumer who is led by a new basic motivation: ambition to exhaust all possibilities and the fear of missing out on something“ (S. 335). Das Wort „FoMO“ entstand in einer 2004 im „The Habus“ veröffentlichten Kolumne von Patrick James McGinnis. In seinem Text „Social Theory at HBS: McGinnis’ Two FOs“ ist McGinnis auf der Suche nach einem Schlagwort für seine Forschung und nennt so die Wörter FoMO (Fear of missing out) und FOBO (Fear of a better option). In den darauffolgenden Jahren gewann der Begriff FoMO zunehmend an Popularität und wurde in einigen Artikeln genannt (Morford, 2010; Wortham, 2011; Miller, 2012). Die erste empirische Forschung zur Fear of missing out stammt von J. Walter Thompson Intelligence aus dem Jahr 2011. Zwei Jahre später folgte eine tiefgreifende empirische Publikation zur FoMO von Przybylski et al. (2013), sie trägt den Titel: „Motivational, emotional, and

behavioral correlates of fear of missing out“. Geweckt wurde das damals stark aufkommende Interesse an FoMO ihrer Meinung nach aufgrund der damals immer zahlreicher werdenden Social Media Netzwerke, die einfachen Zugriff auf Echtzeitinformationen über sämtliche Ereignisse und Aktivitäten bieten (Przybylski et al., 2013, S. 1841). Statt ab und an höfliche Updates von nahestehenden Personen zu bekommen, erhalten Menschen nun über die sozialen Medien rund um die Uhr Informationen über all die tollen Dinge, die andere erleben (Wortham, 2011). Heute ist das Wort „FoMO“ bei vielen Menschen Teil des alltäglichen Wortschatzes geworden und wird in sämtlichen Zeitungen (Rößger, 2017; Klingschat, 2021), von Fernsehsendern (ZDF, 2017; Arte 2020) und Gesundheitsmagazinen (AOK, 2021; Soltau, 2023) viel diskutiert. Insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene nutzen das Wort gern und häufig (Raudies, 2021; Volkmann, 2023).

Die am häufigsten verwendete Definition von Fear of missing out stammt von Przybylski et al.: „Defined as a pervasive apprehension that others might be having rewarding experiences from which one is absent, FoMO is characterized by the desire to stay continually connected with what others are doing“ (2013, S. 1841). In der Forschungsarbeit von JWT Intelligence wurde FoMO bereits zwei Jahre zuvor als „the uneasy and sometimes all-consuming feeling that you’re missing out – that your peers are doing, in the know about or in possession of more or something better than you“ (2011, S. 4) definiert. In einer ganz aktuellen Publikation definieren Reisenwitz und Fowler FoMO als „the feeling of being “left behind” when someone sees that peers own or experience something that seems rewarding that he or she is not owning or experiencing“ (2023, S. 21). Sie beschreiben FoMO außerdem als eine „anxiety disorder that is defined as not being aware of exciting things when not being looked at, or missing out on the experiences of others“ (2023, S. 32).

2.2 Ursachen von Fear of missing out

Fear of missing out, im Folgenden kurz „FoMO“ genannt, hat einige Ursachen, die tief in den menschlichen Grundbedürfnissen verankert sind. Immer wieder wird FoMO bloß mit Social Media und der Digitalisierung in Verbindung gebracht, aber die Ursprünge greifen viel tiefer und sind zeitunabhängig. „At its root, the phenomenon is a healthy response to variety and choice“, schreibt Miller (2012). Die Angst etwas zu verpassen ist allgegenwärtig: „It arises when people are forced to choose among multiple incompatible options, and it centrally involves the fear that they have made the wrong choice“ (Metz, 2019, S. 455). Bei FoMO geht es um den allgemeinen Anspruch, immer auf dem Laufenden zu sein und über sämtliche Aktivitäten und Ereignisse Bescheid zu wissen (Sauer, 2020, S. 8). Denn: „People enjoy being “in the know”“ (Abel et al., 2016, S. 35). Der Wunsch danach, stets “up to date” zu sein, ist eine Komponente von FoMO, die eng mit einer ihrer Hauptursachen verwoben ist: Dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit.

Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit ist ein angeborenes menschliches Grundbedürfnis, es prägt einen Großteil des zwischenmenschlichen Handelns (Baumeister & Leary, 1995, S. 522). „As social animals, people tend to have a desire to belong to social groups“, schreiben Abel et al. (2016, S. 33). Der stetige Wunsch, einer Gruppe anzugehören, ist tief in der menschlichen Natur verwurzelt, denn aus evolutionärer Sicht war der Ausschluss aus einer sozialen Gruppe oft lebensbedrohlich (Roberts & David, 2020, S. 386). Während soziale Gruppen, die einzelne Personen ausgrenzten und ausschlossen, oft gemeinsam stärker wurden, mussten die ausgeschlossenen Personen häufig sterben (Gruter & Masters, 1986, S. 150f.). „Das Bedürfnis nach zwischenmenschlicher Teilhabe und nach Zugehörigkeit liegt in der Natur des Menschen. Es motiviert uns, aktiv nach Gruppen zu suchen, um gemeinsame Momente zu teilen und die Verbundenheit zu stärken“ (Sauer, 2022, S. 8). Ursachen von FoMO finden sich also neben dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit auch in der damit verbundenen Sorge vor sozialer Exklusion, Ausgrenzung und daraus resultierender Einsamkeit. Mit der Angst, ausgegrenzt zu werden, geht häufig auch die sich daraus entwickelnde Angst, etwas zu verpassen, einher, denn beide Ängste

greifen auf das menschliche Grundbedürfnis nach Zugehörigkeit zurück (Vorderer & Schneider, 2016, S. 17). Gemäß der Veröffentlichung von Hefner et al. (2018, S. 41) scheint FoMO seinen Ursprung daher unter anderem in Zuständen der Unzufriedenheit und unerfüllten Bedürfnissen zu haben. Dies bestätigt auch die Untersuchung von Przybylski et al. (2013, S. 1845), die Teilnehmer ihrer Studie mit einem höheren Maß an FoMO neigten häufig auch zu einer allgemein niedrigeren Lebenszufriedenheit.

Eine weitere Ursache von FoMO lässt sich in der Theorie sozialer Vergleiche nach Festinger (1954) begründen. Demnach haben Menschen stets das Bedürfnis danach, eigene Fähigkeiten, Leistungen und Ansichten mit denen anderer Personen zu vergleichen (Festinger, 1954, S. 117-119). So nämlich erlangen Individuen schlussendlich Erkenntnisse und über sich selbst, da sie „glauben im Recht zu sein, wenn sie feststellen, daß möglichst viele andere Personen gleich denken“ (Raab et al., 2010, S. 30). Diese Theorie lässt sich ebenfalls als stark beeinflussender Faktor von FoMO begründen: Weil Menschen sich ständig vergleichen, kann die Angst aufkommen, etwas zu verpassen, weil andere Menschen möglicherweise mehr erleben als sie selbst. Ohne soziale Vergleiche wäre es dem Menschen ein Stück weit gleichgültiger, wenn andere Personen bei mehr Aktivitäten dabei sind, denn sie würden sich selbst losgelöst von anderen betrachten.

Eine darauf aufbauende weitere nicht zu vernachlässigende Komponente und Ursache von FoMO: Der Mensch hat schon immer dazu tendiert, darüber nachzudenken, was andere Menschen aus seinem sozialen Umfeld tun. Denn als ein soziales Wesen hat der Mensch das Verlangen danach, stets zu verstehen „what members of the group are doing at a particular point in time“ (Abel et al., 2016, S. 33). Schon in den 80er Jahren haben Wissenschaftler aufgeführt, dass einige Menschen aus dem Nachdenken über lohnende und aufregende Erfahrungen anderer heraus die Angst entwickeln, selbst etwas zu verpassen (Franchina, 2018, S. 2). So schrieb Jane Simon 1982 in einer Publikation über Charakterzüge in romantischen Beziehungen von einer Person namens Mark, der auf der Suche nach der Liebe immer nur temporär mit einer Frau zusammen war, und dann zur nächsten weiter ging: „Unfortunately, he was the real loser, since he was constantly in search of a new, exciting relationship.

Once achieved, however, it never met his expectations or rigid specifications“ (S. 255).

Darüber nachzudenken, was andere Menschen gerade tun und die Angst, sich bietende Möglichkeiten zu verpassen sind natürliche Verhaltensmuster, die im Kern auf die treibende Kraft des Bedürfnisses nach Zugehörigkeit zurückzuführen sind – welches jedoch unterschiedlich stark ausgeprägt ist. Je nach Charaktereigenschaften und Bedürfnisbefriedigung im sozialen Umfeld kann FoMO bei einer einzelnen Person dementsprechend mehr oder weniger stark präsent sein (Hefner et al., 2018, S. 49). Hinzu kommt eine weitere wichtige Komponente, welche als starker Einflussfaktor ebenfalls bereits im Kapitel der Ursachen von FoMO genannt werden muss: Smartphones und das Internet.

Smartphones bieten ihren Nutzern die Möglichkeit der individuellen Kontaktaufnahme und haben somit das Potential, dem Wunsch nach Zugehörigkeit und sozialer Inklusion nachzukommen. Das Internet eignet sich als passender Ort, sowie das Smartphone als nützliches Gerät besonders dafür, da es einfache Möglichkeiten bietet, schnell mit Menschen in Kontakt zu treten und so das Gefühl von Verbundenheit zu erzeugen (Vorderer & Schneider, 2016, S. 7). „Seeking affiliation and connectedness in an online environment seems to be a common strategy used to fortify the need to belong“ (Vorderer & Schneider, 2016, S. 15) Insbesondere Social Media als wichtiger Teil der Online Umgebung begünstigt die Suche nach Zugehörigkeit und die daraus resultierende Fear of missing out nochmal signifikant. Auf die genauen Gründe und Ursachen davon wird in Kapitel 4 näher eingegangen.

2.3 Ein Dilemma: Zugehörigkeitsbedürfnis und Multioptionalität

Die Welt, in der wir heute leben, bietet unzählige Möglichkeiten: „There were so many choices it became, well, impossible to choose“, schreibt Morford (2010) in seinem Text „Oh my god you are so missing out“. Die daraus resultierende Angst, etwas zu verpassen, bezeichnet er sarkastisch gar als eine Art Wahnsinn, der dadurch entsteht, dass man es niemals schaffen wird, alle sich bietenden Möglichkeiten wahrzunehmen: „It is, in short, a form of insanity, a niggling

madness, a never-ending, glorious hellbitch of a race that you can never, ever win.“ In der Gesellschaft, in welcher wir hier in den westlichen Staaten leben, zeichnet sich seit Anfang der 90er Jahre ein Trend ab: Es gibt so viele Möglichkeiten wie nie zuvor (Schertler, 2006, S. 17). Die heutige Zeit ist geprägt von unzähligen Möglichkeiten und einem stetig wachsendem Freizeitangebot. Kurzum: Von Multioptionalität. Es gibt unzählige Wege zur Freizeitgestaltung, wie Konzerte, Kinos, Bars, Freizeitparks und Restaurants, eine Vielzahl an Konsumprodukten, nicht endende Shoppingmalls und außerdem die verschiedensten Lebensmodelle, Beziehungsformen und politischen Orientierungen: „Es gibt nichts, das es nicht gibt und das Angebot wächst täglich“ (Schertler, 2006, S. 17). Wir leben in einer Überflussgesellschaft, welche die „Vision einer *Multi-Options-Gesellschaft* mit grenzenlosen Konsumsteigerungen“ (Opaschowski, 2002, S. 200) vermittelt. Hinzu kommt der Faktor Zeit: „Noch nie waren die Menschen einem solchen Angebotsstress ausgesetzt wie heute. Ständige Aufforderungen und Anforderungen führen zur Überforderung: Die Menschen haben das Gefühl, Zeit und Geld reichen bei weitem nicht mehr aus, sich alle ihre Wünsche zu erfüllen“ (Opaschowski, 2002, S. 200). Daraus resultieren frustrierte und enttäuschte Emotionslagen sowie eine Form von Daueranspannung und Dauerstress, aufgrund des Gefühls, man käme „ständig zu spät“ (Opaschowski, 2002, S. 200). Denn die „Beschleunigung von Prozessen und Ereignissen ist ein Grundprinzip der modernen Gesellschaft“, schreibt Rosa (2005, S. 15). Die moderne Gesellschaft ist von Beschleunigung nicht nur geprägt, sondern auf Wachstum, Innovation und Beschleunigung gar angewiesen (Rosa, 2012, S. 14). Dies bezieht sich auf technische Beschleunigung und Beschleunigung der sozialen und kulturellen Veränderungsrate ebenso wie auf die Beschleunigung des Lebenstempos (Rosa, 2005, S. 16).

Hier entsteht eine Dilemmasituation: Auf der einen Seite will der Mensch die Vielfalt an Möglichkeiten für sich nutzen und sämtliche der sich bietenden Optionen mitnehmen. Auf der anderen Seite hat er aber nur ein begrenztes Pensum an Zeit zur Verfügung: „Die Frage danach, wie wir leben möchten, ist gleichbedeutend mit der Frage, wie wir unsere Zeit verbringen wollen, aber die Qualitäten »unserer« Zeit, ihre Horizonte und Strukturen, ihr Tempo und ihre

Rhythmen, stehen nicht oder nur zu einem geringen Maße in unserer Verfügung“ (Rosa, 2005, S. 15). Der Mensch wird sich in seinem Leben immer wieder Situationen stellen müssen, in denen er zwischen verschiedenen Möglichkeiten und Einladungen abwägen und sich für eine entscheiden muss. Das Problem dabei ist jedoch das bereits genannte menschliche Grundbedürfnis nach Zugehörigkeit (Baumeister & Leary, 1995) – der Mensch möchte stets dazugehören. Sich für eine Möglichkeit – und somit häufig auch für eine Gruppe an Mitmenschen – zu entscheiden, bedeutet auch, sich gegen eine andere Gruppe zu entscheiden. Dies widerspricht dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit, der Mensch will am liebsten überall dazugehören. Deshalb entsteht die Fear of missing out, sie ist ein Resultat der heutigen Gesellschaft, welche zwischen Zugehörigkeitsbedürfnis und Multioptionalität steht.

2.4 Skalen zur Erhebung von FoMO

Um über Fear of missing out forschen zu können, braucht es Skalen, mit Hilfe derer empirische Forschungen umgesetzt werden können. Diese Skalen beruhen in der Regel auf Fragebögen, welche auf Basis von Selbsteinschätzungen und Selbstbeschreibungen der Probanden die Ausprägungen und Stärke der FoMO messen. In der Forschung wurden immer wieder neue Skalen zur Messung von FoMO entwickelt, um das Phänomen bestmöglich messbar zu machen und darauf aufbauend intensiv untersuchen zu können.

2.4.1 Die FoMO-Skala nach Przybylski et al.

Eine der am weitesten verbreitete, etablierteste und immer wieder zitierte Studie zum Thema FoMO stammt von Przybylski, Murayama, DeHaan und Gladwell (2013) und trägt den Titel „Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out“. Sie ist eine der ersten großen empirische Untersuchung zu dem Phänomen FoMO. Przybylski et al. haben eine dreiteilige Studie durchgeführt, an welcher 672 Männer sowie 341 Frauen teilnahmen. Die erste Studie verfolgte das Ziel, ein Instrument zur Selbsteinschätzung zu schaffen,

welches der Messung von FoMO dient (S. 1842-1844). In der zweiten Studie wurde die demografische Variabilität von FoMO untersucht, um herauszufinden, wer in der Bevölkerung zu der Angst neigt, etwas zu verpassen. Ein weiteres Ziel der zweiten Studie war, FoMO als vermittelnden Faktor zwischen individuellen Unterschieden und dem Umgang mit Social Media zu evaluieren (S. 1844-1845). In der dritten Studie wurde untersucht, wie und in welchem Ausmaß Menschen mit stark ausgeprägter FoMO die sozialen Medien nutzen (S. 1845-1846).

Im ersten Teil der Studie entwickelten Przybylski et al. (2013, S. 1842-1844) einen Fragebogen mit zehn Fragen, welchen die Teilnehmer später ausfüllen sollten, um so das Ausmaß von FoMO zu bewerten – die FoMO-Skala. In Abbildung 1 ist diese FoMO-Skala dargestellt. Die Fragen werden mit Antwortmöglichkeiten von 1 (trifft überhaupt nicht auf mich zu) bis 5 (trifft extrem auf mich zu) beantwortet. Je mehr Punkte ein Teilnehmer angibt, desto größer ist die laut Przybylski et al. die Angst, etwas zu verpassen.

1.	I fear others have more rewarding experiences than me.
2.	I fear my friends have more rewarding experiences than me.
3.	I get worried when I find out my friends are having fun with- out me.
4.	I get anxious when I don't know what my friends are up to.
5.	It is important that I understand my friends "in jokes".
6.	Sometimes, I wonder if I spend too much time keeping up with what is going on.
7.	It bothers me when I miss an opportunity to meet up with friends.
8.	When I have a good time it is important for me to share the details online (e.g. updating status).
9.	When I miss out on a planned get-together it bothers me.
10.	When I go on vacation, I continue to keep tabs on what my friends are doing.

Abbildung 1: FoMO-Skala nach Przybylski et al.

Quelle: In Anlehnung an Przybylski et al., 2013, S. 1847

Die FoMO-Skala nach Przybylski et al. (2013) wurde in vielen weiteren Studien erneut verwendet (Beyens et al. 2016; Elhai et al., 2016; Roberts & David, 2020). Przybylski et al. errangen mit ihrer Studie einige prägnante Ergebnisse: Die

höchsten FoMO-Werte gaben jüngere Teilnehmer und insbesondere jüngere Männer an (2013, S. 1844). Außerdem berichten diejenigen mit einer hohen FoMO von einer allgemein niedrigen Stimmungslage und Lebenszufriedenheit (2013, S. 1845). Przybylski et al. stellten fest, dass Defizite bei den grundlegenden psychologischen Bedürfnissen „competence (efficacy), autonomy (meaningful choice), and relatedness (connectedness to others)“ (2013, S. 1847) die Angst, etwas zu verpassen, erhöhen können, was die Menschen wiederum zu den sozialen Medien treibt, welche als ein wirksames Instrument zur Befriedigung ihrer psychologischen Bedürfnisse dienen. Auch Langeweile und Einsamkeit stehen nach Przybylski et al. im Zusammenhang mit der Nutzung Sozialer Medien sowie daraus resultierender FoMO (2013, S. 1847). Außerdem ergab ihre Studie, dass Menschen mit hoher FoMO ambivalente Gefühle bei der Nutzung von Social Media aufweisen und dennoch vermehrt Social Media nutzen, beispielsweise sogar während der Uni oder im Auto (2013, S. 1846).

2.4.2 Weitere FoMO-Skalen

Neben dieser Skala zur Messung von FoMO wurden in einigen empirischen Erhebungen noch weitere Skalen, die das Ausmaß an FoMO untersuchen sollen, entwickelt. Beispielfähig zu nennen wären hier die von Abel et al. (2016) entwickelte FoMO-Skala, welche sich nach eigener Aussage der Autoren auf psychologisch fundierte FoMO bezieht, während die Skala von Przybylski et al. (2013) eher situationsbezogen ist (S. 37). Auf Basis von vier bereits existierenden Skalen zur Messung von Gefühlen der Unzulänglichkeit, Zustands- und Merkmalsangst, Reizbarkeit und dem Selbstwertgefühl entwickelten sie eine eigene Skala zur Erhebung von FoMO, welche anhand von 37 Items den Zusammenhang von FoMO und Social Media testet. Die schlussendliche FoMO-Skala von Abel et al. besteht aus einem zehnteiligen Fragebogen, welcher drei Faktoren beinhaltet, anhand derer Selbstwahrnehmung, soziale Interaktion und soziale Ängste in Bezug auf FoMO getestet werden (S. 37-39). Die Forschung von Abel et al. entlang ihrer Skala ergab unter anderem, dass Menschen mit

höherer FoMO einen stärkeren Drang verspüren, in verschiedenen Situationen die sozialen Medien zu checken (2013, S. 41).

Weitere häufig zitierte Skalen zur Messung von FoMO sind die von Zhang et al. (2020) entwickelte zweidimensionale FoMO-Skala, welche Komponenten der „personal FoMO“ und „social FoMO“ untersucht, sowie die „single item“ FoMO-Skala von Riordan et al. (2018), welche durch ihre Kürze, Einfachheit und Flexibilität in der Nutzung punktet (S. 1216). In dieser wird FoMO einzig und allein anhand von der einzelnen Frage „Do you experience FoMO (the fear of missing out)?“ (Riordan et al., 2018, S. 1216) gemessen, welche die Teilnehmer mit Antwortmöglichkeiten von eins („no, not true of me“) bis fünf („yes, extremely true of me“) beantworten sollten. Riordan et al. haben ihre „single item“ FoMO-Skala im Vergleich mit einer „10-item“ FoMO-Skala getestet und herausgefunden, dass die Ergebnisse sehr ähnlich waren, weshalb sie sich ebenfalls gut für die Forschung eignet (S. 1216).

3. Kinder und Jugendliche in einer digitalisierten Welt

3.1 Entwicklungsphase frühe bis mittlere Adoleszenz

Die Adoleszenz ist eine Entwicklungsphase des Menschen, welche sich von der späten Kindheit, über die Pubertät bis ins frühe Erwachsenenalter zieht (King, 2014, S. 13). Sie unterscheidet „sich qualitativ von der Kindheit einerseits und vom Erwachsenenalter andererseits“ (Wischmann, 2010, S. 32). Erikson (2015, S. 106) hat bereits 1959 die Adoleszenz als eine Periode bezeichnet, die besonders auf die Suche nach der eigenen Identität ausgerichtet ist. Sie ist geprägt vom Wandel, sowohl biologisch und psychologisch als auch sozial und wirtschaftlich (Steinberg, 2011, S. 5). Die Adoleszenz beschreibt in etwa die Lebensphase zwischen 10 und 21 Jahren. In dieser Phase kann die Rollenfindung zwischen Kind- und Erwachsenenstatus zu Unsicherheiten und Orientierungskrisen führen. Neben Desorientierung ist die Adoleszenz aber auch geprägt von der intensiven Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbst, dem

sich Ausprobieren in verschiedenen Rollen und schließlich der Selbstpräsentation (Kessels, 2013, S. 42). Es gilt, die sich stellenden Entwicklungsaufgaben erfolgreich zu bewältigen. Eine Entwicklungsaufgabe ist definiert als: “[...] a task which arises at or about a certain period in the life of the individual, successful achievement of which leads to his happiness and the success with later tasks, while failure leads to unhappiness in the individual, disapproval by society, and difficulty with later tasks“ (Havighurst, 1956, S. 215). Die zentrale Entwicklungsaufgabe im Jugendalter ist die Identitätsbildung (Erikson, 2015, S. 107f). Der Jugendliche stellt sich Fragen zu seiner Persönlichkeit, Lebenseinstellungen sowie Meinungen und bildet so ein Konstrukt seiner eigenen Identität. Nach dem Stufenmodell der psychosozialen Entwicklung von Erikson, nach welchem jeder Mensch in seinem Leben acht große Krisen zu bewältigen hat, setzt sich der Mensch im Jugendalter mit der Krise „Identität gegen Identitätsdiffusion“ auseinander (2015, S. 106). In dieser Krise versucht der Jugendliche, seine eigene Identität auszubilden und seine soziale Rolle in der Gesellschaft zu finden sowie zu festigen. Dies ist wichtig, denn „in dem gesellschaftlichen Dschungel menschlicher Existenz [gibt es] kein Lebensgefühl ohne dieses Gefühl der Ich-Identität“ (Erikson, 2015, S. 108). Wird die Identität nicht erfolgreich entwickelt, erfolgt eine Identitätsdiffusion: Der Jugendliche zweifelt an sich selbst, ist unsicher und orientierungslos und zeigt im Zweifelsfall ein rebellisches Verhalten (Erikson, 2015, S. 109-112.). Neben der Identitätsbildung gibt es in dieser Altersphase eine Menge weiterer Herausforderungen: „Die Fülle der zu bewältigenden Entwicklungsaufgaben bzw. Entwicklungszielen macht das Jugendalter zu einem besonders anspruchsvollen und damit auch für Krisen anfälligen Lebensabschnitt“ (Kessels, 2013, S. 41).

Die Altersspanne der Adoleszenz ist ziemlich weit gefasst, Personen zwischen 10 und 21 Jahren befinden sich in sehr unterschiedlichen Lebensabschnitten und sorgen sich um unterschiedliche Probleme: „The 11-years-old whose time and energy is wrapped up in hip-hop, Facebook, and basketball, for example, has little in common with the 21-year-old who is involved in a serious romance, worried about pressures at work, and looking for an affordable apartment“ (Steinberg, 2011, S. 6). Steinberg sieht in der Adoleszenz daher viel mehr die

Zusammenfassung mehrerer Phasen als eine Einzelne. Sozialwissenschaftler differenzieren bei der Adoleszenz zwischen drei Phasen: Der frühen Adoleszenz (etwa 10-13 Jahre), der mittleren Adoleszenz (etwa 14-17 Jahre) und der späten Adoleszenz (etwa 18-21 Jahre) (Steinberg, 2011, S. 6.) In dieser Arbeit werden vorrangig die frühe und mittlere Adoleszenz betrachtet.

In der frühen Adoleszenz „beziehen sich Selbstbeschreibungen nicht mehr, wie in der Kindheit, auf sichtbare, äußere Merkmale [...], sondern auf internale, psychologische, nicht sichtbare Dimensionen, wobei das Selbstkonzept zunehmend komplexer, differenzierter und multidimensional erlebt wird“ (Kessels, 2013, S. 42). Zudem wird während der frühen Adoleszenz der „Bereich der sozialen Interaktion sehr viel komplexer als er in der Kindheit war“ (Newman, 1984, S. 335). Der junge Jugendliche wird viel mit dem Aufbau zwischenmenschlicher Fertigkeiten konfrontiert werden. In der mittleren Adoleszenz sind die Entwicklungsaufgaben der zunehmenden Autonomie gegenüber den Eltern sowie eine stärker werdende Identifikation mit der Peergruppe von besonderer Bedeutung (Reinecke et al., 2016, S. 10). Eine Peergruppe beschreibt eine soziale Gruppe Gleichaltriger mit ähnlichen Interessen und Einstellungen (Pinquart et al., 2019, S. 171). Sie ist „ein wichtiger sozialer Ort, um sich auszuprobieren und Anregungen für die Identitätsentwicklung zu bekommen“ (Pinquart et al., 2019, S. 265). Die mittlere Adoleszenz ist geprägt durch höheren sozialen Druck und eine erhöhte Bereitschaft zur Anpassung an die Peergruppe, welche einen starken Einfluss auf den Jugendlichen nimmt (Brown & Larson, 2009, S. 94-96). Gleichaltrige werden im Jugendalter „zu wichtigen Personen beim Abgleichen und Bewerten von Meinungen, Erfahrungen und Handlungen (Pinquart et al., 2019, S. 215). Die zwischenmenschlichen Fertigkeiten werden dabei immer wieder aufs Neue verschiedenen Herausforderungen unterzogen, beispielsweise bei Treffen mit Jugendlichen des anderen Geschlechts (Newman, 1984, S. 335). In einer Befragung von Dreher und Dreher 1985 empfanden 15-Jährige die Entwicklungsaufgaben „Beruf“ (Überlegungen und Vorbereitung auf die berufliche Zukunft), „Selbstkonzept“ (Identitätsentwicklung) und „Peerbeziehungen“ (Aufbau neuer Beziehungen zu Gleichaltrigen) als besonders relevant (S. 40).

Die frühe bis mittlere Adoleszenz teilt in Deutschland vor allem eine große Gemeinsamkeit: Die weiterführende Schule. Die Schule ist ein zentraler Ort der Identitätsbildung, da Jugendliche hier einen Großteil ihrer Zeit verbringen, mit Gleichaltrigen in Kontakt treten und mit vielen der von ihnen zu bewältigenden Problemen konfrontiert werden (Kessels, 2013, S. 42). Aus diesem Grund, und da diese Entwicklungsphase für die Betrachtung von FoMO sehr interessant ist, wird sich in dieser Arbeit besonders auf die frühe bis mittlere Adoleszenz bezogen.

3.2 Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen

“I am instant-messaging, therefore I am” schrieben Vorderer und Schneider in ihrer Publikation über soziale Medien und Ausgrenzung (2016, S. 17). Dies ist das Leitbild einer ganzen Generation: Kinder und Jugendliche verbringen viel Zeit online – am Smartphone, Tablet oder Laptop. Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022 gehen annähernd alle 14-29-Jährigen täglich online (S. 7) – und das etwa 284 Minuten, also vier Stunden und 44 Minuten pro Tag (S. 14). Die Ergebnisse der Jugend-Digitalstudie der Postbank (2022a) sind noch drastischer: Demnach sind 16-18-Jährige in Deutschland im Schnitt sogar 67,8 Stunden pro Woche online – umgerechnet knapp 10 Stunden pro Tag. Kinder und Jugendliche sind täglich viele Stunden von Smartphones, Social Media und dem Internet umgeben, überall kommen sie mit den digitalen Medien in Berührung und ein großer Teil ihrer Freizeit ist durch sie geprägt.

Das Smartphone als mobiles Endgerät ist in dieser Altersgruppe das beliebteste Gerät zur Internetnutzung, 39 Stunden surfen 16–18-Jährige wöchentlich mit ihrem Smartphone im Internet – rund fünfeinhalb Stunden täglich (Postbank, 2022a). Gefolgt wird das Smartphone vom Tablet mit wöchentlich 11,5 Stunden und dem Laptop mit wöchentlich 6,2 Stunden. Mädchen nutzen ihr Smartphone tendenziell etwas häufiger als Jungs (Postbank, 2022a). Diese Zahlen sind auch in Abbildung 2 nochmal grafisch aufbereitet zu sehen. Die beliebtesten Social-Media-Plattformen in Deutschland bei Jugendlichen sind YouTube (82%), WhatsApp (81%), Instagram (77%) und TikTok (63%) (Postbank, 2022b). Unter

allen Altersklassen liegt laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022 Facebook auf Platz 1, gefolgt von Instagram und TikTok – jedoch waren hier WhatsApp und YouTube nicht mit in die Umfrage aufgenommen, womöglich da dies keine klassischen sozialen Medien sind (S. 32).

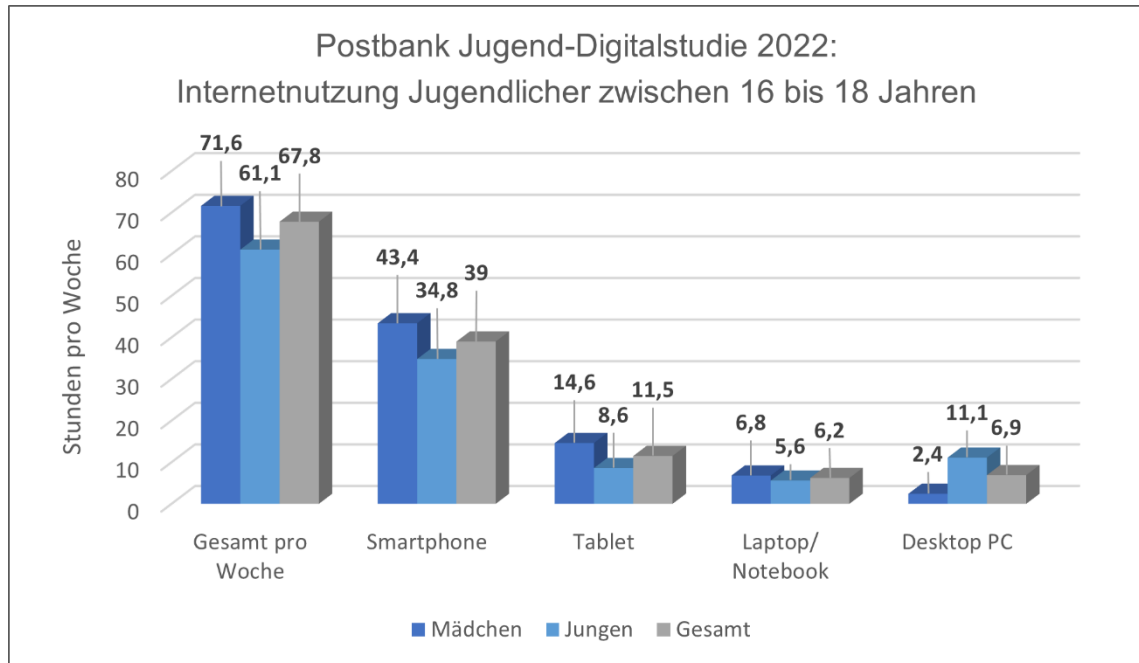


Abbildung 2: Postbank Jugend-Digitalstudie 2022: Internetnutzung Jugendlicher zwischen 16 und 18 Jahren

Quelle: In Anlehnung an Postbank, 2022a

Wie stark ausgeprägt die Smartphone-Nutzung bereits auch im noch jüngeren Alter ist, zeigt die JIM-Studie 2022: 92% der 12-19-Jährigen nutzen täglich in ihrer Freizeit ein Smartphone, weitere 4% mehrmals wöchentlich (mpfs, 2022, S. 16). 84% der 12-19-Jährigen beschäftigen sich in ihrer Freizeit jeden Tag mit Aktivitäten im Internet, weitere 10% mehrmals in der Woche (mpfs, 2022, S. 16). Die tägliche Nutzungsdauer des Internets in der gesamten deutschen Bevölkerung liegt bei durchschnittlich 160 Minuten pro Tag, die Tendenz ist steigend: 2022 lag die tägliche Internetnutzung noch bei 136 Minuten, 2021 bei 120 Minuten und 2020 bei nur 99 Minuten (ARD/ZDF-Forschungskommission, 2022, S. 13). „Zweifelsohne hat die Entwicklung und breite Nutzung digitaler Medientechnologien in den vergangenen zwanzig Jahren fundamentale Veränderungen im Alltag der Menschen mit sich gebracht“, schreibt Roitsch (2020, S. 10). Junge Menschen sind davon jedoch deutlich stärker betroffen als

die ältere Bevölkerungsgruppe: Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022 nutzen 14-29-Jährige das Internet 284 Minuten, 30-49-Jährige 204 Minuten, 50-69-Jährige nur 105 Minuten und über 70-Jährige nur noch 49 Minuten pro Tag (S. 14). Diese Tendenz zeigt sich auch bei der Smartphone-Nutzung: Jugendliche verbringen mehr Zeit am Smartphone als ältere Generationen. Während 16-18-Jährige das mobile Endgerät wöchentlich etwa 39 Stunden nutzen (Postbank, 2022a), gehen unter 40-Jährige durchschnittlich 31,8 Stunden und Deutsche aller Altersklassen im Schnitt nur noch 20,2 Stunden pro Woche mit dem Smartphone online (Postbank, 2022c). Diese Tendenz bestätigt auch eine Studie von Bitkom, nach welcher 16-29-Jährige ihre täglichen Smartphone-Nutzung auf 177 Minuten, 30-49-Jährige auf 151 Minuten, 50-64-Jährige auf 144 Minuten und über 65-Jährige auf nur 80 Minuten pro Tag schätzen (2023, S. 9). Insbesondere Kinder und Jugendliche sind also durch ihren exzessiven Konsum besonders stark von Internet, sozialen Netzwerken und dem Smartphone geprägt.

Jean M. Twenge (2017) sieht in dieser intensiven Mediennutzung heutzutage weitreichende Folgen für die allgemeine Lebensgestaltung von Kindern und Jugendlichen, welche häufig zu weitreichenden psychischen Beeinträchtigungen führe. Sie bezeichnet die Generation, welche ab dem Jahr 1995 geboren und erstmalig komplett mit Mobiltelefonen und Social Media aufgewachsen ist, als „iGen“ (2017, S. 2). „iGen’ers look so happy online, making goofy faces on Snapchat and smiling in their pictures on Instagram. But dig deeper, and reality is not so comforting“ (Twenge, 2017, S. 93). Kinder und Jugendliche der heutigen Zeit fühlen sich als Ergebnis ihrer Mediennutzung vermehrt ausgeschlossen und einsam, weisen eine geringere Lebenszufriedenheit auf und berichten von depressiven Verstimmungen, Gefühlen der Einsamkeit, Angstzuständen und Schlafstörungen. (Twenge, 2017, S. 93-118). Außerdem kann das Ausmaß an Zeit, welches sie in den sozialen Medien verbringen, von wichtigen Erfahrungen in der realen Welt ablenken: Beispielsweise sind Menschen heutzutage oft leichter verunsichert in realen zwischenmenschlichen Beziehungen (Turkle, 2012, S. 14; S. 281).

Zudem bringt der Medienkonsum für Kinder und Jugendliche ganz neue Formen von Stress mit sich: Das Warten auf Antworten, wenn die zwei blauen Häkchen bei WhatsApp bestätigen, dass eine Nachricht bereits gelesen wurde, das

Warten auf den ersten Like nach einem neuen Post oder das Warten auf das Erwidern einer Freundschaftsanfrage auf Instagram versetzt die Nutzer in einen Zustand der Anspannung: „[...] a permanently standby mode that might trigger the feeling of being ostracized if the responses do not occur immediately“ (Vorderer & Schneider, 2016, S. 17). Und dennoch setzen sich Kinder und Jugendliche diesen Situationen ständig freiwillig aus.

Der exzessive Konsum digitaler Medien liegt unter anderem daran, dass Kinder und Jugendliche sich in einer Online-Umgebung einfach in verschiedenen Rollen ausprobieren können – ein wichtiger Schritt in der Identitätsfindung (Turkle, 2012, S. 262f; Kessels, 2013, S. 42; Erikson, 2015, S. 106-108). Außerdem bietet Social Media ihnen die Möglichkeit, ständig und von sämtlichen Orten aus mit ihren Peergruppen in Kontakt zu treten (Beyens et al., 2016, S. 2), denn Jugendlichen ist es wichtig, nicht den Anschluss ihrer Gruppe zu verlieren. Wer sich aus den sozialen Medien fernhält, läuft Gefahr, ein Gefühl der Ausgrenzung zu erfahren (Schulz, 2010, S. 236-237), denn digitale Medien und Mobiltelefone stellen unter Jugendlichen heutzutage „unverzichtbare Ressourcen zur Teilhabe an sozialen und gesellschaftlichen Prozessen“ (Schulz, 2010, S. 236) dar. In ihrer Studie entdeckten Reinecke et al. (2016, S. 16-18), dass bei jungen Befragten der soziale Druck sowie die Angst, Informationen und soziale Interaktion zu verpassen, die Hauptursachen für die Kommunikationsbelastung durch exzessive Internetnutzung und Internet-Multitasking sind. Internet-Multitasking meint die gleichzeitige Ausführung der Internetnutzung und anderen – medialen und nicht-medialen – Aktivitäten, die junge Menschen häufig betreiben (Reinecke et al., 2016, S. 3).

Die stark ausgeprägte Mediennutzung in der frühen und mittleren Adoleszenz lässt sich also unter anderem auf das zu Beginn dieser Arbeit genannte Bedürfnis nach Zugehörigkeit (Baumeister & Leary, 1995) begründen, welches in der genannten Altersklasse besonders ausgeprägt ist. Um diesem nachzukommen, verbringen Jugendliche viel Zeit am Handy und sind, wenn Sie ihr Smartphone mal nicht regelmäßig auf Updates von Freuden checken, umtrieben von der Sorge, etwas zu verpassen (Reinecke et al., 2016, S. 15-17) – der Fear of missing out.

3.3 FoMO in der frühen und mittleren Adoleszenz

Roberts und David beschreiben die heutigen Kinder und Jugendliche in der frühen und mittleren Adoleszenz als eine „generation that is characterized by a desire to be constantly connected [...]“ (2020, S. 386). Das Internet und die sozialen Medien bieten den idealen Raum dafür: Hier kann man sich – je nach Plattform – gegenseitig abonnieren, folgen oder als Freund hinzufügen. Es erscheint logisch: Wer ständig miteinander verbunden ist und stets über aktuelle Erlebnisse von Freunden informiert wird, ohne selbst dabei zu sein, kann schnell die Angst entwickeln, etwas zu verpassen (Poser, 2018, S. 36). Dies lässt sich als einer der Gründe, weshalb die frühe und mittlere Adoleszenz eine besonders anfällige Altersphase für FoMO ist, identifizieren. Denn das ist sie: In der Studie von Przybylski et al. (2013, S. 1844) wiesen junge Teilnehmer die höchsten FoMO-Werte auf, Fear of missing out hängt also negativ mit dem Alter zusammen. Auch die Studie von JWT Intelligence (2012, S. 14) bestätigt dies: Der Anteil der Befragten, die angeben, FoMO schon oft oder manchmal empfunden haben, ist mit 40% bei den 13-17-Jährigen am höchsten. Viele weitere empirische Untersuchungen zu FoMO betrachten aus diesem Grund vorrangig junge Altersgruppen (Beyens et al., 2016; Hefner et al., 2018; Franchina et al., 2018).

Bezieht man sich auf die in Kapitel 3.1 genannten Entwicklungsaufgaben sowie zentralen Konflikte und Bedürfnisse in der frühen und mittleren Adoleszenz, lässt sich dies logisch begründen. In einer Altersphase, die durch Unsicherheiten und Orientierungskrisen geprägt ist (Kessels, 2013, S. 41), ist der Jugendliche ohnehin schnell ängstlich und umgeben von der Sorge, Konstanten in seinem Leben zu verlieren. Schlussfolgert man dies, begründet sich darin auch eine höhere Anfälligkeit für die Fear of missing out. Außerdem besteht in der Altersklasse der frühen und mittleren Adoleszenz eine große Bereitschaft zur Anpassung an eine Peergruppe (Newman, 1984, S. 336), daraus resultierend ein starker sozialer Vergleich (Festinger, 1954) und ein höherer sozialer Druck (Brown & Larson, 2009). Auch diese Komponenten erhöhen die Wahrscheinlichkeit, in der frühen und mittleren Adoleszenz FoMO zu entwickeln. Der Jugendliche will stets mit seiner Peerguppe verbunden sein, Insider

verstehen und an sämtlichen Gruppenaktivitäten teilnehmen, da er sonst das Bedürfnis nach Zugehörigkeit (Baumeister & Leary, 1995) gefährdet sieht, sich schnell ausgeschlossen fühlt und somit die Angst entwickelt, etwas zu verpassen. Zudem ist die Adoleszenz eine ohnehin schon labile Altersphase, da während der Identitätsfindung sämtliche Dinge und der eigene Platz in der Gesellschaft in Frage gestellt werden. Die Bewältigung der zugrundeliegenden Krise kann zu einer Identitätsdiffusion und damit verbundenen Unsicherheiten, Desorientierung und inneren Konflikten führen (Erikson, 2015, S. 109-114). Daraus resultierend steigt auch die Anfälligkeit für sämtliche Ängste – somit auch für die Fear of missing out. In einer Altersphase, welche geprägt ist durch das Ausprobieren verschiedener Rollen zur Exploration seiner selbst (Kessels, 2013, S. 42), bieten sich nochmal mehr Möglichkeiten für Aktivitäten als ohnehin schon, da die eigenen Präferenzen erst noch entdeckt werden müssen. Dies stellt sich als weiterer Grund, weshalb die frühe und mittlere Adoleszenz besonders empfindlich mit der Fear of missing out kollidiert, heraus.

Aus diesen Gründen haben sich auch Hefner et al. bei ihrer Forschung auf Kinder und Jugendliche konzentriert: „Missing out on meeting friends and picking up the latest news is even worse for young people who very strongly rely on being connected to peers” (2018, S. 42). Sie gehen davon aus, dass FoMO unter 10-14-Jährigen eine besonders hohe Relevanz hat, da in dieser Altersklasse die Selbstkontrolle besonders gering ist und fanden heraus, dass in der untersuchten Gruppe FoMO stark mit der Nutzung sozialer Funktionen des Smartphones zusammenhängt (Hefner et al., 2018, S. 46). Dass Kinder und Jugendliche besonders von FoMO betroffen sind, lässt sich somit auch zu einem erheblichen Teil durch ihren exzessiv hohen Konsum sozialer Netzwerke, wie zu Beginn dieses Abschnitts kurz aufgeführt, erklären. Darauf wird im folgenden Kapitel 4 näher eingegangen.

4. Zusammenhang von FoMO und Social Media

“Social media sites play an essential role in the fear of missing out. While it is possible that FOMO has existed for as long as communication channels have existed, there is no doubt that social media’s presence in our lives has amplified the need and desire (and opportunity) to know what other people are doing and saying at all times” (Abel et al., 2016, S. 36). Was Abel et al. in ihrer Publikation schreiben, bestätigen auch viele weitere Forschungen: Social Media steht in einem stark positiven Zusammenhang mit der Fear of missing out – insbesondere in der Altersphase der frühen bis mittleren Adoleszenz (Abel et al., 2016, S. 41; Franchina et al., 2018, S. 11f; Hefner et al., 2018, S. 47f).

Soziale Medien sind zu verstehen als „Sammelbegriff für Angebote auf Grundlage digital vernetzter Technologien, die es Menschen ermöglichen, Informationen aller Art zugänglich zu machen und davon ausgehend soziale Beziehungen zu knüpfen und/oder zu pflegen“ (Taddicken & Schmidt, 2017, S. 8). Der englische Begriff Social Media wird synonym zum deutschen Begriff soziale Medien verwendet (Michelis 2012, S. 19). Soziale Medien weisen eine Vielzahl unterschiedlicher Funktionsweisen auf, sie alle eint jedoch die Möglichkeit, anderen Menschen digital Zugang zu sämtlichen selbst eingestellten Informationen zu verschaffen und soziale Beziehungen zu pflegen (Taddicken & Schmidt, 2017, S. 4f). In der Regel sind soziale Medien öffentlich oder für bestimmte Gruppen von Nutzern zugänglich und somit „teilöffentlich“. Außerdem sind sie gekennzeichnet durch eine „nicht-Flüchtigkeit der Inhalte, denn Inhalte der sozialen Medien werden in der Regel zeitunabhängig angeboten und sind – zumindest für einen gewissen Zeitraum – verfügbar“ (Taddicken & Schmidt, 2017, S. 5).

Przybylski et al. charakterisieren FoMO anhand von dem Verlangen, ständig mitzukriegen, was andere gerade tun (2013, S. 1841). Social-Media-Plattformen bieten dafür den idealen Rahmen: Ständig bekommt man Updates, was Freunde oder auch Unbekannte gerade erleben. Social Media ist daher insbesondere für die Personen, die stark von FoMO betroffen sind, eine besonders attraktive Option, um über soziale Aktivitäten auf dem Laufenden zu bleiben (Reinecke et

al., 2016, S. 8). Dies bestätigen auch Roberts und David: „The greater the FoMO, the more one turns to social media to regain a sense of belonging” (2020, S. 391). Die Nutzung von Social-Media-Plattformen kann somit als eine Bewältigungsstrategie von Bindungslosigkeit angesehen werden (Vorderer & Schneider, 2016, S. 7). Roberts und David betrachten das Konstrukt jedoch auch von der anderen Seite und zeigen eine wechselseitige Beziehung der zwei Komponenten FoMO und Social Media auf: „It is equally likely, however that being exposed to a myriad of opportunities on social media will, in turn, increase one’s FoMO” (2020, S. 391). FoMO und Social Media stehen in einem engen Zusammenhang und bedingen sich gegenseitig: Einerseits verfügt FoMO selbst über eine starke Motivationskraft, mehr Zeit auf Social Media zu verbringen, um so mit anderen digital verbunden zu bleiben (Hefner et al., 2018, S. 41). Andererseits kann eine häufige Social-Media-Nutzung zu stärkerer FoMO führen. Dan Hermann betitelt diese Spirale als „self-fulfilling prophecy“ (JWT Intelligence, 2012, S. 38).

Dies ist insbesondere bei Kindern und Jugendlichen in der frühen bis mittleren Adoleszenz der Fall. Ihr exzessiv hoher Internetkonsum und die häufige Nutzung sozialer Medien (in Kapitel 3.2 genauer dargestellt) führen dazu, dass sie stetig mit Erlebnissen anderer konfrontiert werden, und so die Angst entwickeln, selbst etwas zu verpassen. Hinzu kommt, dass Jugendliche das Handy nicht einfach weglegen, um sich vor dieser Konfrontation, welche assoziiert ist mit negativen Gefühlen, zu schützen. Denn das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Popularität ist bei Kindern und Jugendlichen in der Adoleszenz besonders ausgeprägt und steht stark in Verbindung mit der Fear of missing out (Beyens et al., 2016, S. 4f). „Wir wollen ja nichts verpassen und sehen uns daher gezwungen, öfter auf dem Handy nachzuschauen. Der Zwang kommt von innen, es ist wie ein Appell“, schreibt Poser (2018, S. 40). In einer Umfrage von Jones (2014, S. 77) gab eine Mehrheit der befragten Studierenden (56,9 %) an, dass sie ein starkes Bedürfnis nach sofortiger und kontinuierlicher Kommunikation verspüren. Darüber hinaus berichteten die Befragten, dass sie sich ohne ihr Smartphone getrennt (77,4 %), verletztlich (25,8 %) und gestresst (25,8 %) fühlen. Vor allem Menschen mit einem erhöhten FoMO-Level verspürten in unterschiedlichen Situationen vermehrt das Bedürfnis, ihre sozialen Medien zu überprüfen (Abel et al., 2016, S. 41).

“The possibility to socialize with peers through social media anywhere and anytime that is inherent to today’s mobile media environment likely increases the prevalence of FoMO among adolescents” (Beyens et al., 2016, S. 6). Doch diese Möglichkeit ist auch verbunden mit Druck: Der soziale Druck, ständig verfügbar zu sein, hat bei jungen Menschen starken Einfluss auf die Kommunikation über digitale Medien. Menschen haben das Gefühl, man müsse ständig erreichbar sein, um den Kommunikationsanforderungen der heutigen Zeit gerecht zu werden (Vorderer & Kohring, 2013, S. 192). Dies führt wiederum zu noch weiter ansteigender Nutzungsdauer von Smartphone und sozialen Medien, die in verschiedenste Situationen im Alltag hineinreicht (Reinecke et al., 2016, S. 14-16). Die Inhalte von Nachrichten, beispielweise innerhalb von Gruppenchats auf WhatsApp, sowie Beiträge in sozialen Netzwerken wie Instagram, sind nicht zwangsläufig für alle Empfänger bestimmt, sondern beziehen sich oft auf Aktivitäten, an denen einige Empfänger nicht teilgenommen haben. Infolgedessen erleben die Nutzer über die Social-Media-Plattform nicht nur eine Verbindung zu ihren Freunden und Bekannten, sondern auch das Gefühl von sozialer Ausgrenzung. Diese weckt das Bedürfnis, an bestimmten Aktivitäten teilzunehmen – aufgrund der Fear of missing out (Hefner et al., 2018, S. 40).

4.1 Social Media: FoMO’s Fluch oder Segen?

Die Kommunikation in der gegenwärtigen Zeit kennt keine Grenzen. Es gibt kein wirkliches Abschalten, über die sozialen Medien bleibt jeder ständig mit jedem und sämtlichen potenziell relevanten Informationen in Verbindung (Vorderer & Kohring, 2013, S. 189). Das hat Vorteile, aber auch sämtliche Nachteile, besonders wenn man den Blick auf die Fear of missing out richtet: Social Media ist sowohl FoMO’s Fluch als auch FoMO’s Segen. Für diejenigen, die besonders mit der Angst, etwas zu verpassen, zu kämpfen haben, sind soziale Netzwerke „a particular boon“, argumentieren Przybylski et al. (2013, S. 1841). Denn hier können sie sich mit Leuten vernetzen, werden über sämtliche Aktivitäten auf dem Laufenden gehalten und haben die Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu treten (Reisenwitz & Fowler, 2023, S. 32). Roberts und David fanden heraus, dass FoMO, durch die daraus resultierende Intensität der sozialen Medien, positive

Effekte auf soziale Verbindungen erzielt. Sie schlussfolgern daraus, dass FoMO teilweise „a good thing“ (2020, S. 390) sein kann, da so indirekt das Gefühl der sozialen Verbundenheit gestärkt wird.

Miller hingegen schreibt: „Social Media is kerosene on FOMO’s fire“ (2012). Was sich zunächst nach einer starken Übertreibung anhört, ist jedoch gar nicht mal so falsch – wie zuvor bereits ausgeführt, können die sozialen Medien die Fear of missing out signifikant verstärken. Denn sie verringern zwar Distanz, schaffen aber dennoch nicht automatisch mehr Nähe im realen Leben: „Vielmehr wird Zugehörigkeit auch suggeriert, indem Aufmerksamkeit verteilt wird“ (Pirker, 2018, S. 477). Turkle schreibt: „Die Jugendlichen führen Freundschaften in sozialen Netzwerken und fragen sich irgendwann, ob diese Freunde echt sind. Sie sind den ganzen Tag online, wissen aber nicht, ob sie wirklich kommuniziert haben“ (2012, S. 50). Tatsächlich zugehörig ist man, weil man online den Aktivitäten anderer zuschaut, noch lange nicht. Deshalb auch steht Einsamkeit im Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Medien sowie daraus resultierender FoMO (Przybylski et al., 2013, S. 1847). Pirker nennt FoMO zudem als einen von fünf negativen Effekten der Social-Media-Nutzung (2018, S. 471).

Ob Social Media ein Fluch oder ein Segen für die Fear of missing out ist, kommt auf den Betrachtungswinkel an. Wer besonders stark mit FoMO zu kämpfen hat, dem kommen die sozialen Netzwerke gerade recht, da derjenige dank dieser immer über sämtliche Ereignisse informiert bleibt. Nicht zu vergessen ist dabei allerdings die Tatsache, dass dadurch seine FoMO nur noch weiter verstärkt werden kann, was schlussendlich auch zu Gefühlen der Einsamkeit führen kann. Augenscheinlich kann Social Media also wie ein Segen für FoMO daherkommen, bei genauerer Betrachtung überwiegen jedoch die negativen Effekte, welche die sozialen Medien auf FoMO haben.

4.2 Instagram und verpasste Möglichkeiten

Besonders relevant für diese Arbeit ist die Social-Media-Plattform Instagram. „Diese bietet gute Möglichkeiten für kreativen Selbstausdruck, doch ihr Einfluss auf die psychosoziale Entwicklung in der Adoleszenz wird tendenziell negativ

wahrgenommen“, schreibt Pirker (2018, S. 467). Keine andere Plattform ist derart darauf aus, mit anderen Menschen Updates über großartige Erlebnisse, schöne Treffen mit Freunden oder spektakuläre Urlaube zu teilen, wie Instagram. Und das alles in Perfektion: Auf Instagram werden vorrangig die schönen Momente geteilt, negative Teile des Lebens bleiben gerne ausgespart. Dem Nutzer werden scheinbar perfekte Leben präsentiert (Schink, 2020, S. 69). Insbesondere die Story-Funktion ist einer der Gründe, weshalb gerade Instagram zu FoMO führen kann. Hier werden aktuelle Momente mit Freunden geteilt – und nicht nur ausgewählte Personen, sondern die gesamten Follower können diese sehen. Also auch die Person, die nicht zu der Geburtstagsparty eingeladen wurde und sich ausgeschlossen fühlt oder keine Zeit hat. Beim Betrachten der Instagram-Story, in welcher die besten Momente der Party in häufig perfekt inszenierter Form präsentiert werden, entwickeln sich bei dieser Person schnell ungute Gefühle (Schink, 2020, S. 67), auf welche in Kapitel 5 dieser Arbeit tiefergehender eingegangen wird – bedingt durch die Fear of missing out.

Eine maßgebliche Motivation für die Nutzung sozialer Medien, wie Instagram, besteht darin, sich nicht isoliert zu fühlen oder aus seinem sozialen Umfeld ausgeschlossen zu werden (Vorderer & Kohring, 2013, S. 191f). Laut der Kinder- und Jugendstudie 2022 von Bitkom nutzen 44% der 12-13-Jährigen, 61% der 14-15-Jährigen und 84% der 16-18-Jährigen Instagram. Für Mädchen ist die Plattform Instagram relevanter als für Jungs (S. 8). Insbesondere in der mittleren Adoleszenz ist Instagram also eine Plattform, die aus dem Leben vieler nicht mehr wegzudenken ist. Wer sich einmal an die Social-Media-Plattform gewöhnt hat, will auf sie auch nicht mehr verzichten, denn: “[...] a termination of it would feel like being excluded and would therefore trigger the fear of being ostracized“ (Vorderer & Kohring, 2013, S. 192). In einer mediengesättigten Welt wie dieser suchen Mediennutzer, anstatt nach Gründen, lange online zu sein, jetzt nach Gründen, nicht in Situationen zu geraten, in denen sie gezwungen sind, plötzlich offline zu sein (Vorderer & Kohring, 2013, S. 192).

4.2.1 Konfrontation mit Aktivitäten anderer in Echtzeit

Instagram konfrontiert Mediennutzer mit teilweise minutenaktuellen Updates über Aktivitäten aus dem Leben von Freunden, Bekannten und Unbekannten. Insbesondere Freunde und Bekannte sind für die Betrachtung von FoMO interessant, denn wer sich beispielsweise gegen einen Abend mit Freunden, und für einen entspannten Abend auf dem Sofa entschieden hat, wird diese Entscheidung häufig beim Betrachten einer Instagram-Story, in welcher all seine Freunde gemeinsam und ohne einen selbst Spaß haben, hinterfragen. FoMO triggert so die Angst, eine falsche Entscheidung getroffen zu haben, wie man seine Zeit verbringt (Wortham, 2011). Informationen sind über die sozialen Medien einfacher abrufbar als je zuvor. Die Möglichkeit, zu jeder Zeit Informationen über aktuelle Tätigkeiten und Erlebnisse anderer zu konsumieren, macht schnell süchtig und äußert sich häufig in Form von FoMO (Abel et al., 2016, S. 36).

Diese vorherrschende Unmittelbarkeit in den sozialen Medien macht FoMO so nervenaufreibend: Wer zwei Wochen nach einem schönen Erlebnis einer Freundin während eines persönlichen Gesprächs mit ihr von eben diesem erfährt, der wird sich vielleicht kurz ärgern, nicht dabei gewesen zu sein – doch es löst nicht die gleichen stressgeladenen und beinah panischen Emotionen der Fear of missing out aus, wie wenn man das Ereignis „at that very moment“ (Wortham, 2011) in den sozialen Medien mitverfolgt. Die Unmittelbarkeit bietet der verpassenden Person die Option, die eigene Entscheidung womöglich doch noch zu ändern, was das Gefühl der FoMO besonders unerträglich macht (Wortham, 2011). Insbesondere bei Kindern und Jugendlichen in der frühen und mittleren Adoleszenz ist dies der Fall, denn wie bereits in Kapitel 3.3 erläutert, vergleichen sie sich viel. Instagram bietet sämtliche Gelegenheiten für den sozialen Vergleich. Dass bei einer Jugendlichen, welche allein zuhause auf dem Sofa liegt und sich Instagram-Stories der in den letzten 24 Stunden erlebten Highlight-Momente anderer, wie Urlaube und Partybesuche, anschaut, Neid sowie die Sorge aufkommt, andere würden viel mehr erleben als sie selbst, scheint ganz natürlich (Schink, 2020, S. 93f). Das wiederum kann die Angst, selbst etwas zu verpassen – die FoMO – auslösen.

Als spontane Reaktion darauf posten manche Menschen selbst ein altes Bild (Wortham, 2011). Interessanterweise wird von einigen insbesondere dann, wenn man selbst etwas Aufregendes erlebt, permanent darüber nachgedacht, wie dieses Ereignis bestmöglich online inszeniert werden kann. Dies benennt Sauer (2020, S. 9) als Anzeichen dafür, selbst unter FoMO zu leiden. "FOMO prompts people to use social media to present enviable versions of themselves", sagt Turkle (zitiert nach Miller, 2012). Dadurch triggert man schlussfolgernd wiederum die FoMO anderer: Wenn Jugendliche „einmal zusammen sind, dokumentieren sie ihr Dabeisein ungehemmt – auf Snapchat, Instagram und Facebook. Diejenigen, die nicht eingeladen waren, bekommen das zu spüren“ (Poser, 2018, S. 42).

4.2.2 Präsentation der Multioptionalität von Möglichkeiten

Wie zu Beginn dieser Arbeit aufgeführt, gibt es die Angst, etwas zu verpassen, schon sehr lange. Aber: "[...] with today's nearly infinite options, it has morphed into something far more complex", schreibt Miller (2012). Denn wie in Kapitel 2.3 bereits aufgeführt, bietet die heutige Zeit eine Multioptionalität von Möglichkeiten an Aktivitäten, mit denen man seine Freizeit verbringen könnte. FoMO kann sich wie ein starker Drang, an mehreren Orten gleichzeitig zu sein, anfühlen, welcher durch die Angst, das eigene Glück könne durch das Verpassen von etwas anderem beeinträchtigt werden, ausgelöst wird (Abel et al., 2016, S. 35). Social-Media-Plattformen wie Instagram verstärken diese Angst, da die einem die Vielzahl an Möglichkeiten präsentieren. Przybylski et al. schreiben dazu: „[...] because time is limited, this means people must also miss out on a substantial subset of potentially rewarding experiences made salient by social media use“ (2013, S. 1846).

Nicht nur Aktivitäten, die Freunde gerade erleben, auch die Präsentation verschiedener Lebensmodelle führen zur Angst, etwas zu verpassen. Denn Instagram zeigt einem die scheinbar perfekten, aufregenden und außergewöhnlichen Leben anderer und lässt den Rezipienten hinterfragen, ob ein Leben auf dem Segelboot, im Van oder auf einer Farm in Kanada nicht doch eine denkbare Alternative für das eigene Leben wäre. Alle Möglichkeiten, die sich

bieten, wahrzunehmen, wird niemals möglich sein: So bereut die Künstlerin die Chance, Jura zu studieren, nicht wahrgenommen zu haben, während die Anwältin bedauert, ihren Traum, professionelle Bildhauerin zu werden, verworfen zu haben (Metz, 2019, S. 451). Hinzu kommen sämtliche Partys und Veranstaltungen an einem Wochenende in der eigenen Stadt, die alle zu besuchen zeitlich und organisatorisch gar nicht möglich wäre. Diese Multioptionalität von Möglichkeiten, welche Instagram einem präsentiert, wirkt schnell überfordernd und kann FoMO verstärken: „However, time is a scarce commodity and so the negative result is missing out on some of the activities found via social media. So, unfortunately, social media and a fear of missing out may result in overall unhappiness“ (Reisenwitz & Fowler, 2023, S. 23).

Zusätzlich dazu scheinen auch die Möglichkeiten medialer Nutzung selbst „förmlich unbegrenzt“ (Roitsch, 2020, S. 10): Der Mediennutzer kann sämtliche Aktivitäten auf Instagram posten, die Familie per Gruppenanruf anrufen, Social Media auf aktuelle Neuigkeiten und bevorstehende Ereignisse checken. Roitsch spricht von einer „zunehmenden Vielgestaltigkeit der heutigen Medienumgebung junger Menschen“ (2020, S. 267). Medien lassen sich betrachten als „structure of opportunities“ (Madianou und Miller, 2013, S. 174), die Kinder und Jugendliche nutzen können, wenn sie miteinander kommunizieren möchten. Hinzu kommt eine riesige Anzahl von Kontaktmöglichkeiten, welche die sozialen Medien bieten. Diese sämtlichen Auswahlmöglichkeiten erhöhen wiederum die Fear of missing out (Roberts & David, 2020, S. 390). Ob in der echten Welt oder in den sozialen Medien, es verhält sich gleich: Mehr Möglichkeiten führen zu mehr FoMO.

4.3 Empirische Erhebungen: Zwischen Zugehörigkeitsbedürfnis, FoMO und Social Media

Es gibt einige empirische Forschungen, welche die Zusammenhänge von Social Media und FoMO im Kinder- und Jugendalter untersucht haben. 2018 befragten Hefner, Knop und Vorderer 409 Kinder und Jugendliche zwischen zehn und 14 Jahren zu ihrer Fear of Missing out. Sie fanden heraus, dass FoMO in einem

engen Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Funktionen des Smartphones steht und häufig zu einer problematischen Smartphone-Nutzung führt (S. 46). Die Ergebnisse von Hefner et al. sagen außerdem aus, dass FoMO die Wahrscheinlichkeit erhöht, sich aktiv am Mobbing übers Smartphone zu beteiligen, sowie unbedacht Nachrichten übers Smartphone zu verbreiten (S. 46). FoMO ist laut ihrer Ergebnisse ein wichtiger Prädiktor dafür, wie Jugendliche ihr Handy nutzen: „The more FoMO young people feel, the more involved they are in problematic and risky mobile phone behaviors“ (Hefner et al., 2018, S. 49). Ihre Interpretation der Werte liegt dem nahe, was in Kapitel 4 dieser Arbeit bereits mehrfach herausgearbeitet wurde: Dass Personen mit hohen FoMO-Werten deshalb so viel am Handy sind, da sie nicht von der Kommunikation ihrer Gruppe ausgeschlossen werden und stets auf dem Laufenden bleiben wollen. Hefner et al. beschreiben das mit den Worten, sie wollen im „communication loop“ (2018, S. 48) ihrer Mitmenschen bleiben.

In der Studie von Beyens, Frison und Eggermond (2016) wurde die FoMO von 402 Jugendlichen in der Adoleszenz und ihr Zusammenhang mit sozialen Bedürfnissen, der Facebook-Nutzung und dem mit Facebook verbundenen Stress untersucht. Auch hier fanden sich ähnliche Ergebnisse wie zuvor: Wer mehr mit Fear of missing out zu kämpfen hat, gab eine höhere Facebook-Nutzung an (S. 4). Außerdem erleben Jugendliche mit einem stark ausgeprägten Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Popularität mehr FoMO (S. 5), was sich mit den Erkenntnissen in Kapitel 3.3 dieser Arbeit deckt. Anders ausgedrückt: Beyens et al. fanden heraus, dass das Zugehörigkeitsbedürfnis bei Jugendlichen in Verbindung mit einer erhöhten FoMO steht, was wiederum mit einer erhöhten Facebook-Nutzung einhergeht. FoMO vermittelt also die Beziehung zwischen dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit und der Facebook-Nutzung. Die genaue Darstellung dieser Ergebnisse und die Zusammenhänge der einzelnen Komponenten miteinander ist auch in Abbildung 3 nochmal aufgeführt. Auch Beyens et al. kamen zu der Erkenntnis, dass Social Media und FoMO einen Teufelskreis bilden: FoMO verleitet Menschen zur Nutzung sozialer Medien, was wiederum die FoMO weiter steigert (S. 5).

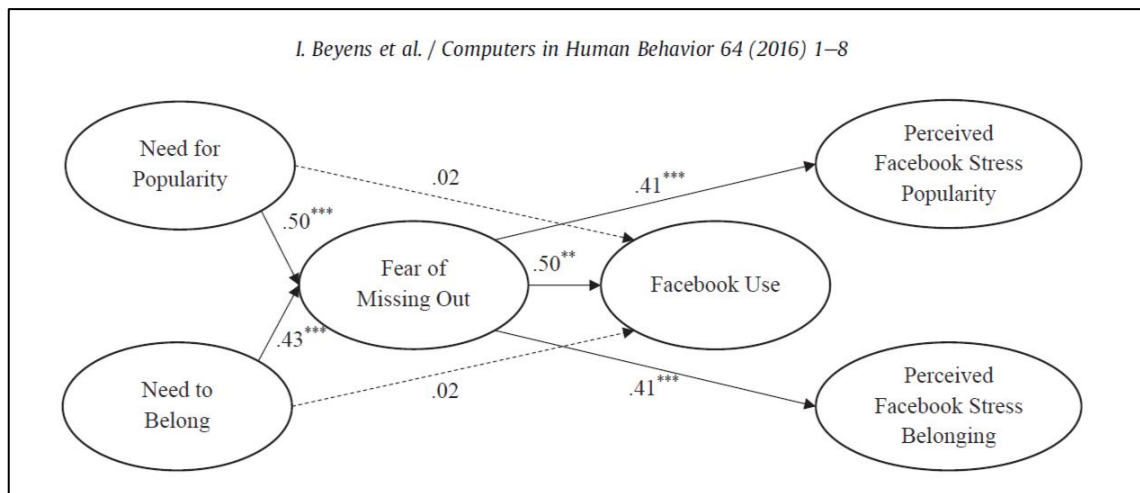


Abbildung 3: Beziehungen zwischen sozialen Bedürfnissen, FoMO, Facebook-Nutzung und wahrgenommenem Stress bei Jugendlichen in der Adoleszenz

Quelle: Beyens et al., 2016, S. 5

Diese Wechselwirkung bestätigt auch die Studie von Franchina, Abeelee, van Rooij, Lo Coco und De Marez (2018). In ihrer Querschnittsumfrage mit 2663 flämischen Jugendlichen haben sie einen positiven Zusammenhang zwischen FoMO und der Häufigkeit der Nutzung von Social-Media-Plattformen festgestellt. Franchina et al. nennen FoMO einen Prädiktor für die Nutzungshäufigkeit einiger Social-Media-Plattformen. Der Studie nach nutzen Jugendliche mit stärkerer FoMO außerdem eine größere Vielfalt an Social-Media-Plattformen (S. 11). Ebenso hat auch ihre Studie die Zusammenhänge zwischen FoMO und problematischer Social-Media-Nutzung bestätigt (S. 12). Eine besondere Erkenntnis dieser Studie: Franchina et al. fanden heraus, dass zwischen FoMO und privaten Social-Media-Plattformen, wie Facebook, Snapchat oder Instagram, eine stärkere Beziehung besteht als zwischen FoMO und öffentlichen Plattformen, wie YouTube und Twitter. „This is unsurprising, given that FOMO itself has been conceptualized and operationalized in the current study as a fear to miss out on what friends are thinking and doing, and information about these friends can be found mostly on platforms that connect to people who are part of one’s offline network” (Franchina et al., 2018, S. 14).

4.4 Zwischenfazit FoMO und Social Media

Es lässt sich festhalten, dass definitiv ein starker Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit von Social-Media-Plattformen und der Fear of missing out besteht. Sämtliche Forschungen bestätigen diesen Zusammenhang, da soziale Medien durch ihre Unmittelbarkeit und stetig aktuelle Ereignis-Updates die Entstehung von FoMO begünstigen. Dieser Zusammenhang ist insbesondere bei jungen Jugendlichen von Relevanz, da diese die meiste Zeit in den sozialen Medien verbringen. Der exzessive Social-Media-Konsum lässt sich als einer der Gründe für die, in der Altersklasse der jungen und mittleren Adoleszenz weit verbreitete, FoMO festhalten. Hinzu kommt der unter jungen Jugendlichen stark ausgeprägte Wunsch nach Zugehörigkeit zur Peergruppe, welcher besonders stark die Angst, etwas zu verpassen, bedingt und welcher über digitale Verbindungen vermeintlich befriedigt wird – auch wenn soziale Medien das Gefühl von Zugehörigkeit lediglich suggerieren und schlussendlich nur noch mehr FoMO verursachen können.

Weitergehend ist jedoch der Kausalitätszusammenhang zwischen Social Media und FoMO unklar, es lässt sich schwer überprüfen, ob FoMO eine intensivere Social-Media-Nutzung bedingt oder eine intensive Social-Media-Nutzung die FoMO verstärkt. Voraussichtlich bedingen sich die Komponenten gegenseitig. Insbesondere Instagram ist bei der Betrachtung von FoMO unter Jugendlichen relevant, da diese Social-Media-Plattform immer noch eine der meistgenutzten und beliebtesten ist. Durch die stetige Konfrontation mit scheinbar perfekten Aktivitäten anderer auf Instagram in Echtzeit, sowie der Präsentation einer Multioptionalität von Möglichkeiten, wird FoMO besonders getriggert.

5. Einfluss von FoMO auf das psychische Wohlbefinden

Technologievermittelte Kommunikation bringt sowohl positive als auch negative Effekte mit sich (Turkle, 2012, S. 45-51). Vor allem negative Auswirkungen der exzessiven Social-Media-Nutzung auf das psychische Wohlbefinden von Kindern

und Jugendlichen in der frühen und mittleren Adoleszenz, wie Stress, Angstzustände und Depressionen, werden immer wieder genannt (Roberts & David, 2020, S. 386). Die Begriffe mentales und psychisches Wohlbefinden (mental/ psychological well-being) sowie psychische und mentale Gesundheit (mental/ psychological health) werden in vielen Publikationen synonym verwendet. Eine universelle Definition des psychischen Wohlbefindens gibt es nicht, womöglich wegen der vielfältigen Konnotationen des Begriffs, welche je nach Individuum, Gruppe oder Kultur verschieden sein können (World Health Organization, 2009, S. 38). Die Weltgesundheitsorganisation definiert 'mental health' als „state of mental well-being that enables people to cope with the stresses of life, realize their abilities, learn well and work well, and contribute to their community“ (World Health Organization, 2022). Als wesentliche Bestandteile von psychischem Wohlbefinden nennt Ryff (1989, S. 1071) Selbstakzeptanz, positive Beziehungen zu anderen, Autonomie, Bewältigung von Anforderungen der Umwelt, Erkennen des Lebenssinns und persönliches Wachstum. Die Weltgesundheitsorganisation nennt außerdem die Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen, als ein Merkmal von mentaler Gesundheit (2022). Hier zeigt sich bereits eine negative Folge von FoMO auf das psychische Wohlbefinden, denn FoMO äußert sich auch durch fehlende Entscheidungsfreudigkeit in Bezug auf die Vielfalt an sich bietenden Möglichkeiten (JWT Intelligence, 2012, S. 38).

Verduyn et al. führen auf, dass die aktive Nutzung von sozialen Medien soziales Kapital erhöhen und das Zugehörigkeitsgefühl stärken kann (2017, S. 294), wohingegen die passive Nutzung eher Neid und sozialen Vergleich hervorruft (2017, S. 290). Ob Social-Media-Plattformen das psychische Wohlbefinden also nun stärken oder schwächen „[...] depends on how one uses them“ (Verduyn et al., 2017, S. 295). Die Nutzung sozialer Medien ist laut ihnen also ein zweiseitiges Messer. Es gibt bereits eine Vielzahl an Studien die untersuchen, wie sich die Nutzung sozialer Medien auf das psychische Wohlbefinden auswirken. Viele davon präsentieren eher negative Auswirkungen der Social-Media-Nutzung, beispielsweise haben Kross et al. (2013, S. 2f) herausgefunden, dass die Facebook-Nutzung einen Rückgang des subjektiven Wohlbefindens und der allgemeinen Lebenszufriedenheit bedingt. Dies hängt

schlussfolgernd indirekt auch mit FoMO zusammen. Dieses Kapitel dieser Arbeit widmet sich jedoch der Frage, wie genau sich nun spezifisch FoMO auf das psychische Wohlbefinden auswirkt. Denn: „[...] the fear of missing out on something can be a powerful emotion, and it is one that many individuals struggle with“ (Reisenwitz & Fowler, 2023, S. 32).

Schon in der Publikation von Przybylski et al. (2013) wurden die Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden angesprochen: „Another important dimension of FoMO are its potential links with psychological health and well-being“ (S. 1842). FoMO entsteht häufig beim Konsumieren der online gestellten Updates von Freunden und Bekannten, und somit bei der, nach Verduyn et al. (2017), passiven Social-Media-Nutzung. Hier überwiegen die negativen Effekte auf das psychische Wohlbefinden: „This constant connection to information through social media can cause people to feel worse about not staying up to speed on what others are saying, doing, and even buying“ (Abel et. al, 2016, S. 35). Tanhan et. al bezeichnen die häufig als „Social-Media-Krankheit“ betitelte FoMO gar als kognitive Erkrankung (2022, S. 76). Auch Schmuck (2021, S. 254) hat in ihrer Forschung herausgefunden, dass eine höhere FoMO das Wohlbefinden von Kindern und Jugendlichen in der frühen Adoleszenz im Laufe der Zeit verringert. Die folgende Abbildung 4 von Roberts und David (2020, S. 387) zeigt symbolisch eine vereinfachte Darstellung der Zusammenhänge zwischen FoMO, der Social-Media-Nutzung, sozialen Verbindungen zu anderen und dem psychischen Wohlbefinden. Das Modell symbolisiert unter anderem, dass FoMO sich positiv auf die Social-Media-Nutzung, jedoch auf direktem Wege negativ auf soziale Verbindungen auswirkt, welche wiederum positiv mit dem psychologischen Wohlbefinden verknüpft sind.

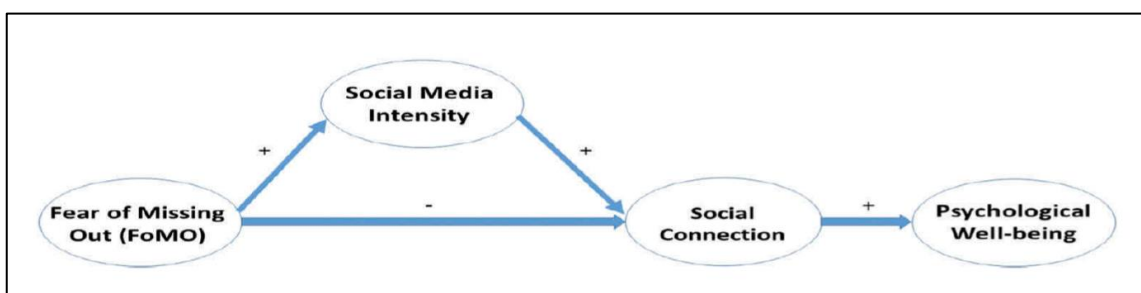


Abbildung 4: Zusammenhänge von FoMO, Social Media und dem psychischen Wohlbefinden

Quelle: Roberts & David, 2020, S. 387

Charakteristisch für die Fear of missing out sind Reizbarkeit, Angst und Unzulänglichkeitsgefühle (JWT Intelligence, 2012, S. 6; Wortham, 2011). Diese drei Aspekte werden in den folgenden Unterkapiteln genauer betrachtet. Denn die Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden sollten nicht ignoriert werden: Beyens et al. schließen ihre Studie über den Zusammenhang von FoMO in der Adoleszenz mit sozialen Bedürfnissen, der Facebook-Nutzung und damit verbundenen Stress mit den Worten: „Based on these results, we can conclude that the impact of FoMO for adolescents may not be underestimated“ (2016, S. 7).

5.1 Stress, innere Unruhe und Reizbarkeit

Eine in vielen Publikationen genannte Auswirkung von FoMO auf das psychische Wohlbefinden ist Stress. „Psychological stress is a particular relationship between the person and the environment that is appraised by the person as taxing or exceeding his or her resources and endangering his or her well-being“ (Lazarus & Folkman, 1984, S. 19). Genau das passiert auch bei FoMO: Die Möglichkeiten an Aktivitäten, die sich einer Person über Social Media und weitere Kommunikationswege bieten, sind so vielfältig, dass die Person diese gar nicht alle wahrnehmen kann da es ihre zeitlichen Ressourcen überschreitet, wodurch Stress entsteht. „Die ständige Konfrontation mit endlosen Lebensmöglichkeiten tragen zu psychischem Stress bei.“ (Pirker, 2018, S. 471) Dies bestätigt auch die Studie von Beyens, Frison und Eggermont (2016): Sie stellen fest, dass FoMO bei Jugendlichen signifikant mit erhöhtem Stress in Verbindung gebracht wird, der mit der Nutzung von Facebook einhergeht. Dieser durch die Angst, etwas zu verpassen, ausgelöste Stress resultiert unter anderem aus der Sorge, bei Gleichaltrigen nicht beliebt zu sein und nicht dazuzugehören (Beyens et al., 2016, S. 4f).

Hinzu kommt der Stress der Kommunikationsbelastung: Da Jugendliche mit erhöhter FoMO ständig Angst haben, etwas zu verpassen, checken sie stetig ihr Smartphone auf neue Updates, E-Mails und Nachrichten und haben aufgrund der in Kapitel 4 aufgeführten Kommunikationsanforderungen der heutigen Zeit das

Gefühl, dies auch nicht unterlassen zu können. Auch dies trägt zur Entstehung von psychischem Stress bei (Reinecke et al., 2016, S. 17). Wortham (2011) bezeichnet diese Situation als „stress-inducing quandary“. Reinecke et al. (2016) haben in ihrer Studie über die Auswirkungen von Kommunikationsbelastung und Internet-Multitasking auf wahrgenommenen Stress und die psychologische Gesundheit 1557 Teilnehmer über 14 Jahren zu sozialem Druck, FoMO, wahrgenommener Stress, Depression und Angst befragt. Als zentrales Ergebnis fanden sie heraus, dass durch FoMO und sozialen Druck ausgelöste Mediennutzungspraktiken, welche ständige Erreichbarkeit inkludieren, Internetnutzer anfälliger für Stress und weitere psychische Gesundheitsbeeinträchtigungen machen (S. 17). Sie betiteln diese Mediennutzungspraktiken als „always on“ communication practices“ (Reinecke et al., 2016, S. 17). Ihre Forschung ergab einige Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Während ältere Internetnutzer anfälliger sind für Stress, der aufgrund der stetigen Kommunikationsbelastung, samt sämtlicher gesendeter und empfangener Mails und Nachrichten, ausgelöst wird, sind jüngere Internetnutzer dem gegenüber resistenter. Das gegenteilige Ergebnis zeigt sich beim Internet-Multitasking, also dem parallelen Auseinandersetzen mit verschiedenen Anforderungen in der online- und offline Welt. Dieses Verhalten löst bei jüngeren Internetnutzern mehr Stress aus als bei älteren Internetnutzern (Reinecke et al., 2016, S. 14f). Die Zusammenhänge der einzelnen von Reinecke et al. untersuchten Komponenten in der jüngsten Altersgruppe sind in Abbildung 5 nochmal grafisch dargestellt.

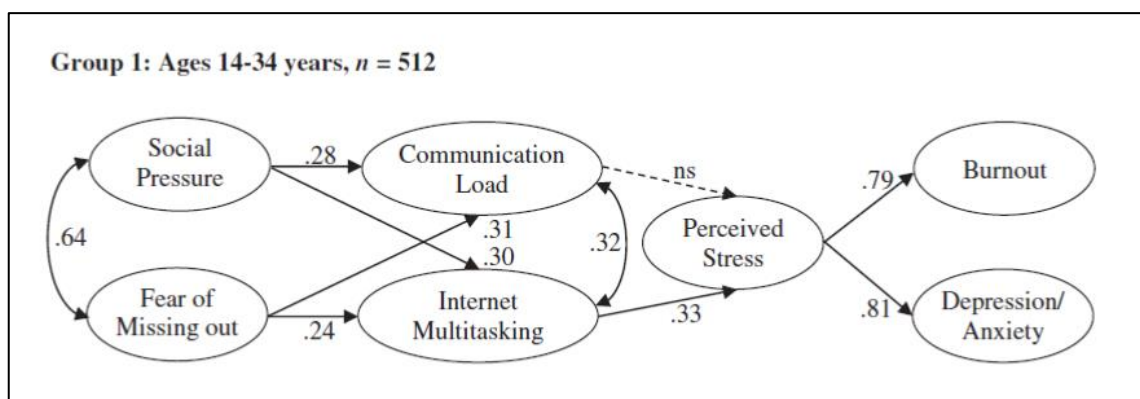


Abbildung 5: Auswirkungen von FoMO und sozialem Druck auf Kommunikationsbelastung, Internet-Multitasking und daraus resultierenden Stress bei 14-34-Jährigen

Quelle: Reinecke et al., 2016, S. 14

Es ist abzulesen, dass FoMO und sozialer Druck eng zusammenhängen. Außerdem zeigt die Abbildung, dass FoMO zu Internet-Multitasking führen kann, welches wiederum Einfluss auf den wahrgenommenen Stress hat. Dieser führt bei einem großen Anteil der Studien-Teilnehmer zu Burnouts sowie Depression und Angst.

„Bedenkliche Entwicklungen durch FOMO lassen sich erkennen, wenn die Betroffenen unruhig und zunehmend nervös sind, sobald das Smartphone eine längere Zeit nicht genutzt wird“, schreibt Sauer (2022, S. 9). Auch Wortham (2011) geht in seinem Text über innere Unruhe ein, die aufkommt, wenn man aufgrund von FoMO hinterfragt, ob man wirklich die beste Entscheidung für die Abendplanung getroffen hat und schreibt von panischen Gefühlen und Stress, welche die, durch die Unmittelbarkeit von Social Media, getriggerte FoMO auslöst, wie bereits in Kapitel 4.2.1 genauer aufgeführt. Ebenso führen Tanhan et al. (2022, S. 79) in ihrer Publikation Gefühle der Unruhe und Nervosität als Folge von FoMO auf.

FoMO geht zudem häufig einher mit Reizbarkeit: Reizbarkeit ist ein Zustand, in welchem übermäßig impulsiv, labil oder aggressiv auf verschiedene Situationen reagiert wird und der sich auf Verlust von emotionaler Kontrolle zurückführen lässt (Caprara et al., 1985, S. 671). Im Kontext der Fear of missing out kann sich die Reizbarkeit temporär verstärken (Abel et. al, 2016, S. 34), da die von FoMO betroffene Person häufig – wenn sie gerade ein Ereignis, an welchem sie gerne teilnehmen würde, verpasst – leicht reizbar ist.

5.2 Niedergeschlagenheit, Angst und Einsamkeit

Fear of missing out kann sich sehr auf die aktuelle Gefühlslage ausschlagen und negative Befindlichkeiten sowie Trübsinnigkeit erzeugen: „Betroffene zeigen sich [...] niedergeschlagen, wenn sie online entdecken, dass Freunde etwas erleben und sie selbst nicht dabei sind“ (Sauer, 2022, S. 9). In der Forschung von Przybylski et al. (2013, S. 1845) berichten diejenigen mit hoher FoMO von einer allgemein niedrigen Stimmung. Ob die Betroffenen aufgrund der hohen FoMO eine negative Stimmungslage empfinden oder umgekehrt, bleibt hierbei

ungeklärt, die Ursache-Wirkungs-Beziehungen ist schwer zu prüfen. Auf Grundlage der bisherigen Ausführungen lässt sich schließen, dass sich dies häufig auch gegenseitig bedingt, Przybylski et al. nennen FoMO als vermittelnden Faktor zwischen dem psychischen Wohlbefinden und der Nutzung sozialer Medien (2013, S. 1845).

Wie in Kapitel 2.2 bereits aufgeführt, hängt FoMO eng mit sozialen Vergleichen zusammen. Die ständigen Aufwärtsvergleiche in den sozialen Medien mindern nicht nur das Selbstwertgefühl, worauf in Kapitel 5.3 noch weiter eingegangen wird, sondern gehen bei vielen Personen auch mit depressiven Symptomen einher (Steers et al., 2014, S. 710). Die sozialen Medien halten dem Nutzer ständig die Highlight-Momente anderer vor Augen, bedingen eine unrealistische Erwartungshaltung an das eigene Leben, lassen sich den Nutzer daraufhin schlecht fühlen und triggern so die Sorge, andere könnten lohnendere Erfahrungen machen als man selbst (Przybylski et al., 2013, S. 1841). FoMO wirkt sich also schlussfolgernd auch durch depressive Verstimmungen und Gefühle der inneren Leere auf das psychische Wohlbefinden aus (Tanhan et al., 2022, S. 79).

„According to Baumeister and Leary’s (1995) belongingness theory, social exclusion causes anxiety because it signals an actual loss of belonging“, schreiben Abel et al. (2016, S. 34-35). Sie schließen daraus, dass die Angst vor sozialer Ausgrenzung Menschen dazu bringt, sich Gruppen anzupassen, um so Ausgrenzung zu vermeiden. Da die Angst vor sozialer Ausgrenzung als eine der Ursachen für FoMO betrachtet wird, sind Gefühle der Angst eine weitere Auswirkung von FoMO auf das psychische Wohlbefinden, welche sich bereits im Wort *Fear of missing out* selbst wiederfindet. In der Angstforschung wird üblicherweise zwischen zwei Arten von Angst unterschieden: Merkmalsangst (trait anxiety) und Zustandsangst (state anxiety). Die Merkmalsangst bezieht sich auf das allgemeine Angstniveau einer Person, welche in der Persönlichkeit verankert ist, während Zustandsangst sich auf unmittelbare Angstgefühle bezieht, welche eine Person im aktuellen Moment über einen zeitlich begrenzten Zeitraum verspürt (Spielberger et al., 1983, zitiert nach Sydeman, 2018, S. 1). *Fear of missing out* bezieht sich eher auf die Zustandsangst, da sie meist temporär ist: „It is proposed that state anxiety is most relevant to FOMO, as it is

most likely that individuals with this fear after viewing social media will temporarily become more anxious when unable to do so" (Abel et al., 2016, S. 34). FoMO ist außerdem häufig begleitet von negativen Grübeleien (Gupta & Sharma, 2021, S. 4883). Dies führt wiederum zu einer Erhöhung des Angstpegels, da sich über sämtliche etwaige Vorkommnisse der Kopf zerbrochen wird (Billieux, 2015, S. 465). Übertragen auf FoMO meint dies das kognitive Durchspielen von Szenarien, die man gerade möglicherweise verpasst – was schlussgefolgert zu Angst führt.

Angst vor Ausgrenzung hängt auch eng mit der Angst vor Einsamkeit zusammen. Kross et al. (2013, S. 4) fanden heraus, dass Menschen, umso einsamer sie sich fühlen, desto häufiger zur Social-Media-Plattform Facebook greifen, denn einsame Menschen meinen, mithilfe von Social Media scheinbar ohne großen Aufwand ihre mangelnden sozialen Bedürfnisse ausgleichen zu können (Song et al., 2014, S. 450; Kuss & Griffiths, 2011, S. 3544). Hier findet sich der in Kapitel 4 aufgeführte Teufelskreis wieder: Um Einsamkeit entgegenzuwirken und sich zumindest digital verbunden zu fühlen, greifen Menschen zu den sozialen Medien. Wenn sie dort dann sehen, was andere für tolle Dinge erleben und was sie gerade alles tun könnten, aber verpassen, wird die FoMO getriggert und der Nutzer fühlt sich noch einsamer. Daher lässt sich Einsamkeit, neben einem der Gründe für die Entstehung von FoMO, auch als weitere Auswirkung von FoMO auf das psychische Wohlbefinden nennen.

5.3 Unzulänglichkeitsgefühle und verminderter Selbstwert

Der „rund um die Uhr“-Charakter der stetig stattfindenden und nicht endenden Kommunikation über die sozialen Medien, welche eng mit FoMO verbunden ist, führt neben Gefühlen der Einsamkeit auch zu Gefühlen der Unzulänglichkeit, da man sich stetig mit den Aktivitäten sowie der Beliebtheit anderer vergleicht (Gupta & Sharma, 2021, S. 4883). So entsteht bei vielen Social-Media-Nutzern – insbesondere in der frühen und mittleren Adoleszenz – das Gefühl, nicht gut genug und minderwertig zu sein. Ständig in den sozialen Medien Dinge zu sehen, die man verpasst, kann außerdem zu Groll gegenüber sich selbst und anderen,

sowie zu Gefühlen der Unzufriedenheit und Wertlosigkeit führen (Miller, 2012).

Diese Gefühle der Unzulänglichkeit und Unzufriedenheit hängen ebenso mit einem geringeren Selbstwertgefühl zusammen. Ein geringes Selbstwertgefühl geht zudem mit Depression und Frustration einher, da es in der Natur des Menschen liegt, die eigene Selbstachtung zu schützen und stets steigern zu wollen: „If the desire for positive self-regard is a major motive of human beings, then the frustration of such a motive would almost inevitably be experienced as depressing“ (Rosenberg et al., 1989, S. 1007). Uram und Skalski (2022, S. 224) fanden heraus, dass Menschen mit hohen FoMO-Werten häufig über ein geringes Selbstwertgefühl verfügen. Auch hier ist der Kausalitätszusammenhang wieder ungeklärt und voraussichtlich bedingen sich die Komponenten gegenseitig. Dass Menschen mit einem geringen Selbstwertgefühl eher zu FoMO neigen erscheint ebenso schlüssig, wie dass Menschen aufgrund von FoMO Gefühle der Unzulänglichkeit entwickeln (Abel et al., 2016, S. 34). Beide Richtungen resultieren in derselben Schlussfolgerung: FoMO hängt mit einem geringen Selbstwertgefühl zusammen, was eine negative Auswirkung auf das psychische Wohlbefinden darstellt.

6. Coping-Strategien

Der Begriff Coping ist definiert als: „[...] constantly changing cognitive and behavioral efforts to manage specific external and/or internal demands that are appraised as taxing or exceeding the resources of the person“ (Lazarus & Folkman, 1984, S. 141). Copingstrategien sind somit Bewältigungsstrategien für schwierige, stressvolle oder belastende Lebenssituationen. Coping bezieht sich auf die Art und Weise, wie Menschen mit diesen umgehen meint die Bemühungen, diese zu bewältigen, zu mildern oder zu beenden (Dewe et al., 1993, S. 7) – unabhängig vom Erfolg dieser (Reif et al., 2018, S. 102). Coping liegt immer eine Krise, welche die stressrelevante Situation darstellt, zugrunde (Rahn, 2005, S. 99). In dieser Arbeit stellen diese Krise die negativen Auswirkungen der Fear of missing out auf das psychische Wohlbefinden dar, welche es zu bewältigen gilt.

6.1 Problem- und emotionsbezogenes Coping gegen Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden

Es gibt verschiedene Formen von Coping. Das problembezogene Coping ist eine Bewältigungsreaktion, welche auf eine „Veränderung der Person-Umwelt-Relation“ (Reif et al., 2018, S. 102) abzielt und somit versucht, die Ursache des Problems zu bewältigen. Konkret meint dieses problemorientierte Handeln, das Problem Schritt für Schritt anzugehen und einen Plan zu entwerfen, wie die zu bewältigende Situation geändert werden kann (Franke, 2012, S. 120-121). Angewendet auf Stress, Niedergeschlagenheit und Unzulänglichkeitsgefühle, welche durch FoMO entstehen, bedeutet dies beispielsweise ein bewusstes Zurückschrauben der Nutzungsdauer von sozialen Medien, durch welche FoMO, wie in den vorangegangenen Kapiteln bereits erläutert, besonders getriggert wird. Auch Sauer (2022, S. 9) und Wortham (2011) empfehlen als Coping-Strategie, das Smartphone einfach mal auszuschalten oder den Ruhemodus zu aktivieren, die Techniker Krankenkasse spricht in dem Zusammenhang von einer „digitalen Entgiftungskur“ (Soltau, 2023), die AOK (2021) rät zu regelmäßigen Offlinezeiten. Ansonsten stellt es sich als eher schwierig dar, die tatsächliche Ursache der durch FoMO bedingten negativen Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden zu bewältigen, da FoMO viel mit der inneren Einstellung des Individuums zu tun hat und nicht einfach durch veränderte Situationen beiseitegeschoben werden kann. Außerdem ist es in der heutigen Zeit häufig nur schwer möglich, soziale Funktionen des Smartphones völlig einzuschränken, und ein Social-Media-Detox, also bewusst gesetzter Zeitraum, in dem man teilweise oder vollständig auf die sozialen Medien verzichtet, ist meist auch nur von begrenzter Dauer, weshalb man zwangsläufig irgendwann wieder mit den Aktivitäten anderer konfrontiert wird. Somit ist für FoMO insbesondere das emotionsbezogene Coping von Relevanz.

Statt die Ursachen zu bekämpfen, wird bei dem emotionsbezogenen Coping versucht, die Symptome anzugehen, um so belastende Emotionen und Befindlichkeiten kontrollieren zu können und „mit den eigenen Gefühlen in der Situation klar zu kommen“ (Franke, 2012, S. 120). Die *kognitive Umstrukturierung* stellt eine typische Strategie des emotionsbezogenen Copings dar, in welchem

sich das Individuum sagt, dass es hätte noch schlimmer gehen können und Überlegungen aufstellt wie „Wer weiß, wofür es gut war“ (Franke, 2012, S. 120). Durch solch positives Reininterpretieren versucht das Individuum, an der Situation zu wachsen (Reif et al., 2018, S. 103). Auf FoMO bezogen bewältigt man so den aufkommenden Stress sowie die Niedergeschlagenheit und Unzulänglichkeitsgefühle, indem man die eigenen Gedanken beispielsweise von all dem, was man gerade verpasst, dahingehend umstrukturiert, dass es eventuell einen höheren Sinn hatte, auf der einen, anstatt der anderen Veranstaltung zu sein, und sich bewusst zu machen, wie schön auch diejenige, auf der man sich selbst gerade befindet, ist.

Eine weitere Bewältigungsstrategie ist die *innerliche Distanzierung*, welche beinhaltet, nicht an die stressende und schmerzende Situation zu denken, sich abzulenken und weiterzumachen, als ob nichts sei (Franke, 2012, S. 120). Auf FoMO bezogen würde dies bedeuten, nicht ständig an die Möglichkeiten, die man gerade verpasst oder die Einladungen, die man nicht wahrgenommen hat, zu denken sowie die Instagram-Stories zu diesem verpassten Event zu ignorieren und sich stattdessen auf den aktuellen Moment, den man gerade selbst erlebt, zu konzentrieren.

Eine weitere von Reif et al. (2018, S. 103) aufgeführte Bewältigungsstrategie ist das *Akzeptieren*. Bei dieser geht es darum, die Situation so zu akzeptieren, wie sie ist und anzuerkennen, dass man sie nicht verändern kann. Diese Strategie ist auf FoMO jedoch eher schwer anzuwenden, da das Problem bei FoMO in den meisten Fällen ist, dass man durchaus in der Lage wäre, die Situation zu ändern: Wenn man sich bei der Abendplanung für Möglichkeit A entschieden hat, kann man diese Entscheidung im Verlaufe des Abends theoretisch immer noch ändern und zu Möglichkeit B wechseln – hier besteht die Problematik in der in Kapitel 4.2.1 dieser Arbeit aufgeführten Unmittelbarkeit von FoMO.

Hier wäre stattdessen die Bewältigungsstrategie der *Entspannung* eine Option, um den aufkommenden Stress, etwas zu verpassen oder sich für die falsche Option entschieden zu haben, zu bewältigen (Reif et al., 2018, S. 103). Auch durch FoMO bedingte Gefühle der Unzulänglichkeit und Niedergeschlagenheit können durch den Versuch, sich zu entspannen, gemindert werden. Dabei geht es stark um die innere Einstellung: „Stress soll also dadurch vermieden werden,

dass die individuelle Wahrnehmung der Umwelt verändert oder die eigene Fähigkeit, mit Anforderungen umzugehen, gefördert wird“ (Reif et al., 2018, S. 107).

6.2 Resilienz als Bewältigungsfaktor: Stärkung der inneren Widerstandskraft gegen FoMO-Auswirkungen

Eine wichtige Komponente mit Blick auf Coping ist die Resilienz. „Der Begriff Resilienz [...] bezeichnet die psychische Widerstandsfähigkeit und meint eine gesunde und altersgemäße Entwicklung trotz ernsthafter Gefährdungen im Sinne von ungünstigen Lebensumständen oder kritischen Lebensereignissen“ (Rönnau-Böse et al., 2022). Resilienz entsteht, indem ein Individuum eine Risikosituation – angewendet auf diese Arbeit die negativen Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden – aufgrund der eigenen Ressourcen positiv bewältigt und sich so eine bereichsspezifische Resilienz aneignet (Huber, 2019, S. 18). Dieser Prozess ist beeinflusst von Schutzfaktoren, welche die Widerstandskraft eines Menschen in schwierigen Situationen stärken, sowie Risikofaktoren, welche diese beeinträchtigen oder schwächen (Huber, 2019, S. 27). Es gilt: „Je besser eine Person die Risikofaktoren mit den Schutzfaktoren ausgleicht, umso besser gelingt ihr das Bewältigen der Situation im Sinne eines Copings dazu“ (Huber, 2019, S. 28).

Resilienzfaktoren sind Faktoren, welche die innere Widerstandskraft sowie die Fähigkeit, Krisen zu handhaben, stärken und somit dazu verhelfen, aufkommenden Stress zu reduzieren (Huber, 2019, S. 25-28). Die Grundhaltungen *Optimismus*, *Akzeptanz*, *Lösungsorientierung* und *Sinn* sowie die Handlungsaspekte *Verantwortung übernehmen*, *sich selbst emotional in Balance halten*, *Netzwerke und Beziehungen gestalten* und *Zukunft planen und gestalten* gelten als Resilienzfaktoren, sie unterscheiden sich jedoch je nach Autor (Huber, 2019, S. 28f). Verfügt eine Person über gut ausgebildete Resilienzfaktoren, besitzt sie eine starke psychische Widerstandskraft, dank welcher es ihr gelingt, aus stressigen Situationen gestärkt herauszugehen. Angewendet auf FoMO bedeutet das, dass Personen mit einer starken Resilienz

den Stress, welcher aufgrund der Angst etwas zu verpassen aufkommt, voraussichtlich besser handhaben und somit bewältigen können. Weiterführend ist anzunehmen, dass bei Personen mit einer starken Resilienz FoMO gar nicht in allzu starker Form auftritt, da sie dank ihrer gut ausgebildeten Resilienzfaktoren ein besseres Coping betreiben und somit die negativen Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden bereits im Kern eindämmen. Auch ist schlussfolgernd anzunehmen, dass eine Person, welche die Risikosituation der negativen Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden mit ihren eigenen Ressourcen gut bewältigt, sich dadurch eine bereichsspezifische Resilienz aneignet und somit in der Zukunft noch besser mit FoMO umgehen kann.

6.3 Handlungsempfehlungen zur Reduzierung von FoMO und Steigerung des Wohlbefindens

Coping-Strategien zur Bewältigung der durch FoMO bedingten negativen Einflüsse auf das psychische Wohlbefinden lassen sich auch in diversen Magazinen und Webseiten mit Handlungsempfehlungen zur Minderung von FoMO finden – sie decken sich mit den bereits aufgeführten Erkenntnissen. Statt ununterbrochen beschäftigt zu sein, um jede sich bietende Möglichkeit wahrzunehmen oder eine Smartphone-Sucht zu entwickeln, um auch ja keine Updates und Ereignisse zu verpassen, wird in vielen Publikationen dazu geraten, die eigene Denkweise anzupassen, wie auch die vorangegangenen Ausführungen zum emotionsbezogenen Coping ergeben haben: Menschen, die stark von FoMO betroffen sind, sollten sich bewusst machen, dass es keine negativen Auswirkungen hat, nicht kontinuierlich an allen Ereignissen teilzunehmen und sämtliche Informationen zu verfolgen (Sauer, 2022, S. 9). Vielmehr ist es sinnvoll, innezuhalten, den Moment zu spüren und sich vor die Augen zu führen, was man selbst gerade Schönes erlebt (Beck, 2017). „Having a "yes" alternative (and acknowledging you made a conscious choice) prevents you from feeling like, Ugh, I'm totally missing out" (Miller, 2012). Beck empfiehlt zur Bewältigung von FoMO außerdem: „Realize that FOMO is based on lies. A

powerful way to fight FOMO is to recognize that the fabulous life you think you're missing doesn't in fact exist. Our media, including social media, present an endless montage of momentary highs disguised as everyday activities“ (2017). Für Personen, die besonders von FoMO betroffen sind, wie häufig Kinder und Jugendliche, empfiehlt es sich daher, sich die Ausführungen aus Kapitel 4.2 stets bewusst zu machen: In sozialen Netzwerken wie Instagram werden dem Nutzer scheinbar perfekte Momente suggeriert, welche jedoch gar nicht unbedingt so perfekt sind, wie sie scheinen. Hat sich dieser Gedanke im Bewusstsein manifestiert, steigt auch die Chance, dass die Konfrontation mit Erlebnissen anderer, bei welchen man nicht dabei ist, weniger FoMO auslöst.

Anknüpfend an den zuvor angesprochenen Digital Detox lässt sich im Kapitel der Coping-Strategien abschließend auch die „Joy of missing out“ (Jomo) nennen, welche sich in den letzten Jahren als Gegenteil zur Fear of missing out abgezeichnet hat (Maas, 2021, S. 56). Hierbei geht es darum, „bewusst nicht bei allem dabei sein zu müssen, sondern auch einfach mal einen Abend zu Hause vor dem Fernseher zu verbringen“ (Reif et al., 2018, S. 107). Die Angst, etwas zu verpassen, wird bei Jomo in Genuss des gegenwärtigen Moments umgewandelt und soll das Bewusstsein für Zufriedenheit in Momenten des Nichtstuns stärken (Sauer, 2022, S. 9). „Da Stress alle Lebensbereiche durchdringt, ist es wichtig, ihm etwas entgegenzusetzen, ihn zu bewältigen. Jomo ist schon einmal ein guter Anfang“, schreiben Reif et al. (2018, S. 102). Maas (2021, S. 56) kommentiert: „Die Freude, einmal etwas zu verpassen, wirkt wie ein Hilfeschrei in Zeiten digitaler Überforderung und Überflutung.“

7. Fazit

Das Ziel dieser Arbeit war, das Phänomen Fear of missing out genauer zu untersuchen, dessen besondere Relevanz in der Entwicklungsphase der frühen und mittleren Adoleszenz zu erläutern, die Zusammenhänge zwischen FoMO und Social Media in der betrachteten Altersklasse aufzuzeigen und schließlich die Auswirkungen von FoMO auf das psychische Wohlbefinden zu analysieren. Dies wurde in der vorliegenden Arbeit umgesetzt, es haben sich viele interessante Ergebnisse gezeigt. Geschlossen wurde die Arbeit mit der Aufzählung von Coping-Strategien, welche im Kontext von FoMO relevant sind.

Fear of missing out ist geprägt durch die Sorge, andere könnten lohnendere Erfahrungen machen als man selbst. Das Grundprinzip dieser Angst gibt es schon seit jeher, benannt wurde das Phänomen aber erstmalig im Jahr 2000. In den darauffolgenden Jahren ist das Wort „FoMO“ immer mehr in den Sprachgebrauch übergegangen und die häufig so betitelte „Social-Media-Krankheit“ hat mit der zunehmenden Verbreitung der sozialen Medien sowohl im alltäglichen Leben als auch in der Forschung mehr und mehr an Bedeutung gewonnen. Im Kern lässt sich als treibende Kraft für FoMO das Grundbedürfnis nach Zugehörigkeit nennen. Ebenso sind die menschliche Tendenz zu sozialen Vergleichen und der allgemeine Anspruch danach, stets zu wissen, was Mitmenschen aus dem sozialen Umfeld gerade tun, Ursachen von FoMO. Unsere Welt ist geprägt von grenzenlosen Konsumsteigerungen, unzähligen Möglichkeiten sowie Beschleunigung. Der Mensch möchte am liebsten all diese Optionen für sich nutzen, jedoch stehen ihm dafür gar nicht genügend Ressourcen zur Verfügung. FoMO lässt sich somit als Resultat der modernen Gesellschaft, welche zwischen Zugehörigkeitsbedürfnis und Multioptionalität steht, betiteln.

Viele Untersuchungen haben ergeben, dass junge Jugendliche besonders stark mit der Angst, etwas zu verpassen, zu kämpfen haben. In dieser Arbeit wurde nochmal spezifischer ein besonderes Augenmerk auf die frühe und mittlere Adoleszenz gelegt, da diese Entwicklungsphase in Deutschland der Besuch der weiterführenden Schule eint, welche einen zentralen Ort der Identitätsbildung

darstellt. Außerdem kollidieren die zugrundeliegenden Entwicklungsaufgaben und zu bewältigenden Krisen dieser Altersklasse besonders empfindlich mit der Fear of missing out. Kinder und Jugendliche in der frühen und mittleren Adoleszenz bilden ein Konstrukt ihrer eigenen Identität und müssen zudem eine Fülle an weiteren Entwicklungsaufgaben bewältigen, was diese Altersphase zu einem sehr krisenbehafteten und für FoMO anfälligen Lebensabschnitt macht. Hinzu kommen eine enge Orientierung an der Peergruppe, stark stattfindender sozialer Vergleich und ein exzessiv hoher Social-Media-Konsum, wodurch die frühe und mittlere Adoleszenz ebenfalls besonders empfänglich für FoMO ist.

Die Unmittelbarkeit, die kontinuierlichen Updates, die stetige Konfrontation mit scheinbar perfekten Aktivitäten anderer in Echtzeit sowie die ständige Präsentation der Multioptionalität von Möglichkeiten machen Social Media, und insbesondere Instagram, zu einem besonders relevanten Gegenstand für die Betrachtung von FoMO. Viele Forschungen bestätigen den engen Zusammenhang: Die Nutzung von Social Media hat einen sehr starken Einfluss auf die Fear of missing out, insbesondere in der frühen und mittleren Adoleszenz. Hierbei ist schwer festzustellen, ob ein intensiver Social-Media-Konsum FoMO bedingt, oder FoMO zu einem intensiveren Social-Media-Konsum führt. Sehr wahrscheinlich bedingt sich dies gegenseitig, was Social Media einerseits zu einem Gegenstand macht, welcher FoMO ein Stück weit befriedigen kann, indem er Zugehörigkeit suggeriert, aber ebenso zu einem Mittel, welches FoMO nochmal drastisch verstärkt, da es die Momente in perfekt inszenierter Form präsentiert, welche der Nutzer gerade verpasst.

Dies steht in engem Zusammenhang mit dem psychischen Wohlbefinden. Es hat sich gezeigt, dass FoMO und die Social-Media-Nutzung in der frühen und mittleren Adoleszenz drastische Einflüsse auf das psychische Wohlbefinden nehmen. Die ständige Konfrontation mit einer Vielzahl an Lebensmöglichkeiten bedingen psychischen Stress. Die Angst, etwas zu verpassen führt zudem zu Reizbarkeit und innerer Unruhe, da die eigenen Entscheidungen unaufhörlich hinterfragt werden. Forschungen haben neben den Symptomen von Stress auch Gefühle von Niedergeschlagenheit, Angst und Einsamkeit sowie einen verminderten Selbstwert und Unzulänglichkeitsgefühle als Auswirkungen von FoMO aufgezeigt. Wer unter FoMO leidet, hinterfragt das eigene Leben, während

er sich in den sozialen Medien die Highlight-Momente anderer anschaut und fühlt sich somit einsam, niedergeschlagen und unzulänglich.

Als Copingstrategien zur Bewältigung der durch FoMO ausgelösten Beeinträchtigungen des psychischen Wohlbefindens lassen sich vor allem Wege des emotionsbezogenen Copings nennen. Hier können kognitive Umstrukturierung, innere Distanzierung oder Methoden der Entspannung angewendet werden. Ebenso kann der Aufbau einer Resilienz als innere Widerstandskraft gegen den durch FoMO bedingten Stress helfen. In Kapitel 6.2 dieser Arbeit wurde außerdem schlussgefolgert, dass eine erfolgreich mit den eigenen Ressourcen bewältigte Risikosituation von FoMO zur Aneignung einer bereichsspezifischen Resilienz führt, was einen daraufhin noch erfolgreicherer Umgang mit FoMO zur Folge hat. Dieses Gebiet erfordert jedoch noch weiterer Forschung, da diese Aussage lediglich auf geschlussfolgerten Vermutungen beruht und in dem Bereich noch kaum empirische Untersuchungen vorliegen. Hier können zukünftige Forschungsarbeiten ansetzen und den Zusammenhang zwischen bereichsspezifischer Resilienz und FoMO tiefgreifender untersuchen. Insgesamt hat die Überwindung der Symptome von FoMO viel mit der inneren Einstellung und Denkweise der betroffenen Person zu tun.

Abschließend lässt sich festhalten, dass FoMO in der frühen und mittleren Adoleszenz ein wichtiges Thema ist, mit welchem viele Kinder und Jugendliche konfrontiert werden. FoMO hat in sämtlichen Bereichen weitreichende Folgen für das psychische Wohlbefinden. In einer Welt voller sozialer Medien darf FoMO somit nicht unterschätzt werden. Auch in der Forschung sollte die Fear of missing out weiterhin einen Platz einnehmen, ihre Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden sollten weiterhin tiefgehend untersucht werden. Ebenso erweist es sich als wichtig, die weitere Entwicklung und Veränderung von FoMO in der Gesellschaft in den nächsten Jahren zu betrachten, sowie auch die langfristigen Folgen auf die psychische Gesundheit zu ermitteln.

Denn Fear of missing out ist nicht nur ein kurzzeitiges Trend-Phänomen, sondern eine von einschlägigen Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden geprägte Angst etwas zu verpassen, die in der Gesellschaft weit verbreitet ist und ernst genommen werden sollte.

Literaturverzeichnis

- Abel, J., Buff, C.L. & Burr, S.A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14, 33-44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- AOK. (2021, 13. Oktober). *FOMO: Was kann man gegen die Angst, etwas zu verpassen, tun?* AOK – Die Gesundheitskasse. Abgerufen am 24. Mai 2023, von <https://www.aok.de/pk/magazin/koerper-psyche/psychologie/jomo-gegen-fomo-tipps-gegen-die-fear-of-missing-out/>
- ARD/ZDF-Forschungskommission. (2022). *ARD/ZDF-Onlinestudie 2022*. Abgerufen am 08.06.2023, von https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/ARD_ZDF_Onlinestudie_2022_Publikationscharts.pdf
- Arte. (2020). *PsychoBugs FOMO. Nicht Ohne Mich!* Arte Mediathek. Abgerufen am 24. Mai 2023, von <https://www.arte.tv/de/videos/100741-009-A/psychobugs/>
- Baumeister, R. & Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Beck, M. (2017, 6. Dezember). Fighting FOMO: 3 Strategies to beat your fear of missing out. *HuffPost*. Abgerufen am 12. Juli 2023, von https://www.huffpost.com/entry/fomo-fear-of-missing-out_n_3685195 (Ursprünglich veröffentlicht 2013)
- 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>
- Billieux, J., Philippot, P., Schmid, C., Maurage, P., De Mol, J. & Van der Linden, M. (2015). Is Dysfunctional Use of the Mobile Phone a Behavioural Addiction? Confronting Symptom-Based Versus Process-Based Approaches. *Clinical Psychology Psychotherapy*, 22, 460– 468. <https://doi.org/10.1002/cpp.1910>
- Bitkom. (2022, 09. Juni). *Kinder- & Jugendstudie 2022*. Abgerufen am 08.06.2023, von https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-06/Bitkom-Charts_Kinder_Jugendliche_09.06.2022_0.pdf

- Bitkom. (2023, 21. Februar). *Smartphone-Markt: Konjunktur & Trends*. Abgerufen am 08.06.2023, von <https://www.bitkom.org/sites/main/files/2023-02/BitkomPraesentationPressekonferenzSmartphoneMarkt.pdf>
- Brown, B. B. & Larson, J. (2009). Peer relationships in adolescence. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Hrsg.), *Handbook of adolescent psychology: Contextual influences on adolescent development* (S. 74–103). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9780470479193.adlpsy002004>
- Caprara, G. V., Cinanni, V., D'Imperio, G., Passerini, S., Renzi, P. & Travaglia, G. (1985). Indicators of impulsive aggression: Present status of research on irritability and Emotional Susceptibility Scales. *Personality and Individual Differences*, 6(6), 665–674. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(85\)90077-7](https://doi.org/10.1016/0191-8869(85)90077-7) <https://apps.who.int/iris/handle/10665/206211>
- Dewe, P., Cox, T. & Ferguson, E. (1993) Individual strategies for coping with stress at work: A review. *Work & Stress*, 7(1), 5-15. <https://doi.org/10.1080/02678379308257046>
- Dreher, Eva & Dreher, M. (1985). Wahrnehmung und Bewältigung von Entwicklungsaufgaben im Jugendalter: Fragen, Ergebnisse und Hypothesen zum Konzept einer Entwicklungs- und Pädagogischen Psychologie des Jugendalters. In R. Oerter (Hrsg.), *Lebensbewältigung im Jugendalter* (30-61). VCH Verlagsgesellschaft.
- 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>
- Erikson, E. H. (2015). *Identität und Lebenszyklus: Drei Aufsätze*. (K. Hügél, Übers., 27. Aufl.). Suhrkamp. (Originalwerk ursprünglich veröffentlicht 1959)
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., 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>
- Franke, A. (2012). *Modelle von Gesundheit und Krankheit* (3. Aufl.). Huber.

- Gruter, M. & Masters, R. D. (1986). Ostracism as a social and biological phenomenon: An introduction. *Ethology & Sociobiology*, 7, 149-158.
[https://doi.org/10.1016/0162-3095\(86\)90043-9](https://doi.org/10.1016/0162-3095(86)90043-9)
- Gupta, M. & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World journal of clinical cases*, 9(19), 4881–4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>
- Havighurst, R. J. (1956). Research on the Developmental-Task Concept. *The School Review*, 64(5), S. 215-223. <https://doi.org/10.1086/442319>
- Hefner, D., Knop, K. & Vorderer, P. (2018). “I Wanna be in the Loop!” – The Role of Fear of Missing Out (FoMO) for the Quantity and Quality of Young Adolescents’ Mobile Phone Use. In R. Kühne, S. Baumgartner, T. Koch & M. Hofer (Hrsg.), *Youth and Media - Current Perspectives on Media Use and Effects* (S. 39–53). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845280455-39>
- Hermann, D. (2000). Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *Journal of Brand Management*, 7(5), 330-240.
<https://doi.org/10.1057/bm.2000.23>
- Huber, M. (2019). Resilienz im Team. In *essentials*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-24990-8>
- Jones, T. (2014). Students’ cell phone addiction and their opinions. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 5(1), 74-80.
- JWT Intelligence. (2011, 3. Mai). *Fear Of Missing Out (FOMO) (May 2011)*. J. Walter Thompson Intelligence. <https://www.slideshare.net/jwtintelligence/fear-of-missing-out-fomo-may-2011>
- JWT Intelligence. (2012, 16. März). *FOMO: The Fear Of Missing Out (March 2012 Update)*. J. Walter Thompson Intelligence.
<https://www.slideshare.net/jwtintelligence/the-fear-of-missing-out-fomo-march-2012-update>
- Kessels, U. (2013). Jugend. In S. Andresen, C. Hunner-Kreisel & S. Fries (Hrsgs.), *Erziehung. Ein interdisziplinäres Handbuch* (1. Aufl., S. 39-44). J.B. Metzler.
- King, V. (2014). *Die Entstehung des Neuen in der Adoleszenz*. (2. Aufl.) Springer VS.
- Klingschat, K. (2021, 19. Juli). *FoMO: Die Angst, etwas zu verpassen*. Stuttgarter Zeitung. Abgerufen am 24. Mai 2023, von <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.fomo-mhsd.94169888-9c57-40e6-bd31-9691d02d91f7.html>

- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J. & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS one*, 8(8), e69841. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Kuss D.J. & Griffiths M.D. (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Lazarus, R. S. & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. Springer Publishing Company.
- Maas, R. (2021). *Cyberpsychologie in der Arbeitswelt: Was Führungskräfte über die Auswirkungen des Internetkonsums wissen müssen*. Hanser Verlag. <https://doi.org/10.3139/9783446468078>
- Madianou, M. & Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies* 16(2), 169–187. <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>
- McGinnis, P. J. (2004, 10. Mai). Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOs. *The Harbus*. Abgerufen am 19. Mai 2023, von <https://harbus.org/2004/social-theory-at-hbs-2749/>
- Metz, J. (2019). FOMO and Regret for Non-Doings. *Social Theory and Practice*, 45(3), 451–470. <https://doi.org/10.5840/soctheorpract201992767>
- Michelis, D. (2012). Social Media Modell. In D. Michelis & T. Schildhauer (Hrsg.), *Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle und Praxis* (2. Aufl., S. 17–31). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845246222-17>
- Miller, S. (2012, 22. Juni). Fear of missing out: Are you a slave to FOMO? *ABC News*. Abgerufen am 19. Mai 2023, von http://abcnews.go.com/health/wellness/fear-missing-slave-fomo/story?id=16629972&singlePage=true#.T_Tq48015.wF
- Morford, M. (2010, 4. August). Oh my god you are so missing out. *San Francisco Chronicle*. Abgerufen am 22. Mai 2023, von <https://www.sfgate.com/entertainment/morford/article/Oh-my-God-you-are-so-missing-out-2536241.php>
- mpfs. (2022). *Jim-Studie 2022: Jugend, Information, Medien*. Medienpädagogischer Forschungsbund Südwest. Abgerufen am 08.06.2023, von http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf

- Newman, B. (1984). Merkmale interpersonalen Verhaltens während der frühen Adoleszenz. In E. Olbrich & E. Todt (Hrsg.), *Probleme des Jugendalters* (S. 333-352). Springer-Verlag.
- Opaschowski, H. W. (2002). *Wir werden es erleben: Zehn Zukunftstrends für unser Leben von morgen*. Primus-Verlag.
- Pinquart, M., Schwarzer, G. & Zimmermann, P. (2019). *Entwicklungspsychologie - Kindes- und Jugendalter* (2. Aufl.). Hogrefe. <https://doi.org/10.1026/02861-000>
- Pirker, V. (2018). Social Media und psychische Gesundheit: Am Beispiel der Identitätskonstruktion auf Instagram. (German). *Communicatio Socialis*, 51(4), 467–480. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-4-467>
- Poser, M. (2018). *#fomo: Fear of missing out: Die Angst, etwas zu verpassen*. Crotona Verlag.
- Postbank. (2022a). *Postbank Jugend-Digitalstudie 2022: Internetnutzung*. Abgerufen am 08.06.2023, von <https://www.postbank.de/unternehmen/medien/meldungen/2022/august/studie-jeder-zweite-jugendliche-surft-per-tablet.html>
- Postbank. (2022b). *Postbank Jugend-Digitalstudie 2022: Social-Media-Nutzung*. Abgerufen am 08.06.2023, von <https://www.postbank.de/unternehmen/medien/meldungen/2022/august/social-media-maedchen-nutzen-pinterest-jungen-discord-und-twitch.html>
- Postbank. (2022c). *Postbank Digitalstudie 2022: Internetnutzung in Corona-Zeiten*. Abgerufen am 08.06.2023, von <https://www.postbank.de/themenwelten/innovationen/digitalstudie-2022-mobile-internetnutzung-entwickelt-sich-rasant.html>
- 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(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Raab, G., Unger, A. & Unger, F. (2010). *Marktpsychologie: Grundlagen und Anwendung* (3. Aufl.). Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6314-7>
- Rahn, P. (2005). *Übergang zur Erwerbstätigkeit: Bewältigungsstrategien Jugendlicher in benachteiligten Lebenslagen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-83387-7>

- Raudies V. (2021, 23. August). *Wie Social Media FOMO (Fear of missing out) steigert | MTP e.V. MTP*. Abgerufen am 24. Mai 2023, von <https://www.mtp.org/magazin/2021/08/23/wie-social-media-fomo-fear-of-missing-out-steigert/>
- Reif, J., Spieß, E. & Stadler, P. (2018). *Effektiver Umgang mit Stress: Gesundheitsmanagement im Beruf*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-55681-8>
- Reinecke, L., Aufenanger, S., Beutel, M.E., Dreier, M., Quiring, O., Stark, B., Wölfling, K. & Müller, K.W. (2016). 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>
- Reisenwitz, T. H. & Fowler, J. G. (2023). Personal and Social Determinants of Fear of Missing Out (FoMO) in Younger Consumers. *Journal of Business Strategies*, 40(1), 21–36. <https://doi.org/10.54155/jbs.40.1.21-36>
- Riordan, B.C., Cody, L.M., Flett, J.A., Conner, T.S., Hunter, J.A. & Scarf, D. (2020). The development of a single item FoMO (Fear of Missing Out) scale. *Current Psychology*, 39, 1215–1220. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9824-8>
- 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>
- Rönnau-Böse, M., Fröhlich-Gildhoff, K., Bengel, J. & Lyssenko, L. (2022). Resilienz und Schutzfaktoren. In: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (Hrsg.), *Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention. Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden*. <https://doi.org/10.17623/BZGA:Q4-i101-2.0>
- Rößger, D. (2017, 1. Januar). *Sind wir nicht alle ein bisschen Fomo?* ZEIT Online. Abgerufen am 24. Mai 2023, von https://www.zeit.de/entdecken/2016-11/fomo-digital-detox-sucht?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Rohner, N. (2017, 6. Juli). *Fear Of Missing Out: Woher diese Angst kommt und wie wir sie besiegen können*. WirtschaftsWoche. Abgerufen am 06. Juni 2023, von <https://www.wiwo.de/erfolg/fear-of-missing-out-woher-diese-angst-kommt-und-wie-wir-sie-besiegen-koennen/20020716.html>

- Roitsch, C. (2020). Kommunikative Grenzziehung: Herausforderungen und Praktiken junger Menschen in einer vielgestaltigen Medienumgebung. In *Medien, Kultur, Kommunikation*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-28430-5>
- Rosa, H. (2012). *Weltbeziehungen im Zeitalter der Beschleunigung: Umriss einer neuen Gesellschaftskritik*. Suhrkamp.
- Rosa, H. (2005). *Beschleunigung: Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Suhrkamp.
- Rosenberg, M., Schooler, C. & Schoenbach, C. (1989). Self-Esteem and Adolescent Problems: Modeling Reciprocal Effects. *American Sociological Review*, 54(6), 1004-1018. <http://dx.doi.org/10.2307/2095720>
- Ryff, C.D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 1069-1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Sauer, F. (2022). Bin ich up to date? FOMO - Über die Angst, in Zeiten einer Pandemie etwas zu verpassen. *AJS-Forum*, 46(1), S. 8-9.
- Schertler, W. (2006). *Strategisches Affinity-Group-Management: Wettbewerbsvorteile durch ein neues Zielgruppenverständnis*. Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9200-0>
- Schink, N. (2020). *UNFOLLOW!: Wie Instagram unser Leben zerstört*. Eden Books.
- Schmuck, D. (2021). Following Social Media Influencers in Early Adolescence: Fear of Missing Out, Social Well-Being and Supportive Communication with Parents. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(5), 245–264, <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab008>
- Schulz, I. (2010). Mediatisierung und der Wandel von Sozialisation: Die Bedeutung des Mobiltelefons für Beziehungen, Identität und Alltag im Jugendalter. In Hartmann & M., Hepp, A. (Hrsg.), *Die Mediatisierung der Alltagswelt* (S. 231–242). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92014-6_15
- Simon J. (1982). Love: addiction or road to self-realization, a second look. *American journal of psychoanalysis*, 42(3), 253–263. <https://doi.org/10.1007/BF01253492>
- Soltau, I. (2023, 3. April). "FOMO" - Die Angst, etwas zu verpassen. Techniker Krankenkasse. Abgerufen am 06. Juni 2023, von <https://www.tk.de/techniker/magazin/digitale-gesundheit/fomo-2048966>

- Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K. & Allen, M. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446-452. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.011>
- Steers, M.-L. N., Wickham, R. E. & Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701–731. <https://doi.org/10.1521/jscp.2014.33.8.701>
- Steinberg, L. (2011). *Adolescence* (9. Aufl.). McGraw-Hill. (Ursprünglich veröffentlicht 1987)
- Sydeman, S. (2018). State-Trait Anxiety Inventory. In Zeigler-Hill, V. & Shackelford, T. (Hrsg.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_950-1
- Taddicken, M. & Schmidt, J.-H. (2017). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch soziale Medien* (S. 3-22). Springer VS. <https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-5009044-c9e3138d2c.pdf>
- Tanhan, F., Özok, H. I. & Tayiz, V. (2022). Fear of Missing Out (FoMO): A Current Review. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 14(1), 74–85. <https://doi.org/10.18863/pgy.94243>
- Turkle, S. (2012). *Verloren unter 100 Freunden: Wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern*. Riemann Verlag.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy - and completely unprepared for adulthood* *and what that means for the rest of us* (First Atria Paperback edition). Atria Paperback.
- Uram, P. & Skalski, S. (2022). Still Logged in? The Link Between Facebook Addiction, FoMO, Self-Esteem, Life Satisfaction and Loneliness in Social Media Users. *Psychological reports*, 125(1), 218–231. <https://doi.org/10.1177/0033294120980970>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J. & Kross, E. (2017). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review* 11, 274-302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>

- Volkman, A. (2023, 20. April). *Die Sprache der Gen Z – von „FOMO“ bis „Ghosting“*. Super Tipp Online. Abgerufen am 24. Mai 2023, von <https://supertipp-online.de/nachrichten/verbrauchertipps/die-sprache-der-gen-z-von-fomo-bis-ghosting-id266677>
- Vorderer, P. & Kohring, M. (2013). Permanently online: A challenge for media and communication research. *International Journal of Communication*, 7(1), 188–196.
- Vorderer, P. & Schneider, F.M. (2016). Social media and ostracism. In K.D. Williams & S.A. Nida (Hrsg.), *Ostracism, exclusion, and rejection* (S. 240–257). Psychological Press. <https://doi.org/10.4324/9781315308470>
- Wischmann, A. (2010) *Adoleszenz- Bildung- Anerkennung. Adoleszente Bildungsprozesse im Kontext sozialer Benachteiligung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92609-4>
- World Health Organization (2009). *Regional workshop on promotion of mental well-being - Report of the workshop, Colombo, 6-9 October 2009*. WHO Regional Office for South-East Asia. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/206211>
- World Health Organization (2022, 17. Juni). Mental Health. *WHO*. Abgerufen am 28. Juni 2023, von <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>
- Wortham, J. (2011, 10. April). Feel like a wallflower? Maybe it's your facebook wall. *The New York Times*. Abgerufen am 19. Mai 2023, von <https://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>
- Zhang, Z., Jiménez, F. R. & Cicala, J. E. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619–1634. <https://doi.org/10.1002/mar.21406>
- ZDF. (2017, 27. Juli). *Volkskrankheit FOMO - Fear Of Missing Out*. ZDF Mediathek. Abgerufen am 24. Mai 2023, von <https://www.zdf.de/funk/mailab-996/funk-volkskrankheit-fomo---fear-of-missing-out-100.html>

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften
Institut für Informationswissenschaft

TH Köln
Claudiusstr. 1
50678 Köln

Postanschrift
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

T: + 49 221-8275-3376
F: + 49 221-8275-3351
E: iws@iws.th-koeln.de

Technology
Arts Sciences
TH Köln