Содержание

Введение 7

ЧАСТЬ I

СТРАХ И НЕРЕШИТЕЛЬНОСТЬ В ПОДАВЛЯЮЩЕМ НАС МИРЕ

Глава 1. Краткая история FOMO 19

Глава 2. FOMO — не ваша вина 29

Глава 3. Больше чем мем 49

Глава 4. Знакомьтесь: FOBO — страх №2 59

Глава 5. Печальная история человека, получившего все, чего он хотел 67

ЧАСТЬ II

СКРЫТАЯ ЦЕНА СТРАХА

Глава 6. FOMO: бизнес на миллиард долларов 89

Глава 7. FOBO, или Антистратегия 107

ЧАСТЬ III

РЕШИМОСТЬ: ВЫБИРАЕМ ТО, ЧТО ХОТИМ, И ОТБРАСЫВАЕМ ПРОЧЕЕ

Глава 8. Свобода от страха 127

Глава 9. Не беспокойтесь по мелочам 137

Глава 10. FOMO может быть у планет, но не у Солнца 155

Глава 11. Действия или ценность альтернативы? 167

Глава 12. Отказаться от лишнего 181

ЧАСТЬ IV

ПУСТЬ FOMO И FOBO РАБОТАЮТ НА ВАС

Глава 13. Изменить все... рискуя немногим 203

Глава 14. Игра страхов: как побороть FOMO и FOBO в окружающих 223

Эпилог. А хорошо, что выбор есть! 235

От автора. Давайте дружить! 241

Благодарности 243

Об авторе 247

Примечания 249

Введение

Эволюция человечества с начала времен и до наших дней — история не бесспорная. Новые открытия то и дело опровергают привычные теории и сдвигают временные рамки существования нашего вида на пару сотен тысяч лет назад или вперед. Это неточная наука, сочетание палеонтологии с генетикой. Но в главном ученые единодушны: примерно два миллиона лет назад по Африке бродил наш первый предок — человек умелый, или *Homo habilis* (названный так за способность применять каменные орудия). Позже на место *Homo habilis* пришел человек прямоходящий — *Homo erectus*, а потом и *Homo sapiens*, который с тех пор и царит на земле.

Но я намерен объявить о новом важном дополнении к истории эволюции человека. Я не археолог, но, уверяю вас, совсем незачем откапывать окаменелости на задворках Эфиопии, чтобы сделать революционное открытие, которым я хочу поделиться с вами. Свидетельства появления нового вида человека в изобилии можно встретить на улицах Нью-Йорка, в лондонском метро, в офисных зданиях Пекина и в кофейнях Сан-Паулу. Когда-то *Homo sapiens* вытеснил *Homo erectus*, а теперь современное человечество уступает место новому виду: *FOMO sapiens*.

Вы можете задаться вопросом: почему я так уверен в наступлении нового этапа эволюции? Если ответить вкратце, я взглянул в зеркало.

Меня зовут Патрик Макгиннис, и я первый известный науке *FOMO sapiens*. К этому выводу я пришел еще в начале 2000-х, учась в магистратуре. Однако хоть я и первый представитель этого нового и любопытного вида, но далеко не последний. Сегодня вид *FOMO sapiens* насчитывает миллионы, если не миллиарды, особей. *Homo habilis* можно было отличить по каменным орудиям; *FOMO sapiens* тоже имеет свои особенности. Если наблюдать его в естественной среде обитания, то можно заметить, как он одержимо стремится заполучить все вещи и совершить все поступки, реальные или воображаемые, благодаря которым жизнь станет *идеальной*, — но только если все ему удастся прямо сейчас. Он настолько одержим этой целью, что, будь у него естественные враги-хищники, стал бы *невероятно* легкой добычей.

Если вы еще не слышали о FOMO, давайте я вам расскажу. Вас когда-нибудь угнетали восхитительные (то есть тщательно отобранные, кадрированные и улучшенные всевозможными фильтрами) снимки, которые друзья, родные и знаменитости выкладывают в соцсетях? Прокручивая ленту новостей, вы начинаете испытывать странное чувство, больше всего похожее на беспокойство. Вы тут уставились в телефон, а люди тем временем живут куда более интересной, увлекательной, успешной и, что греха таить, инстаграмной жизнью, чем вы. Это ощущение и есть FOMO (Fear of Missing Out) — страх упущенных возможностей, и последствия его многообразны.

Вопреки распространенному мнению, провоцирует FOMO не только содержимое соцсетей. Его воздействие куда серьезнее, и оно отражается не только на повседневной жизни цифровых аборигенов вроде миллениалов и поколения Z. Эти две категории людей от природы предрасположены

к превращению в *FOMO sapiens*, но в группу риска входят и их родители. FOMO мучает руководителя среднего возраста, который торчит в офисе, в то время как его коллегу помладше пригласили на конференцию в Лас-Вегас. FOMO преследует шестидесятилетнюю женщину, подружки которой так много рассказывают о своих внуках, что она ждет не дождется, когда уже и ее дети обзаведутся собственными отпрысками. Социальные сети усугубляют FOMO, но, чтобы угодить в его ловушку, вовсе не обязательно безвылазно сидеть в интернете. Достаточно тратить свое время и силы на мечты о том, что хочется иметь, вместо того чтобы ценить то, что уже имеешь, но принимаешь как должное. Соблазн так поступать в мире, где для великого множества людей реальные или кажущиеся возможности выбора практически всего и вся настолько широки, что голова идет кругом, появляется все чаще.

А теперь я должен кое-что объяснить. Я точно знаю, что был первым *FOMO sapiens*, еще и потому, что именно я изобрел сам термин FOMO. В 2004 году это сокращение появилось в моей статье «Социальная теория в Гарвардской школе бизнеса: два FO Макгинниса» (Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOs) в студенческой газете *The Harbus* Гарвардской школы бизнеса. Теперь, через полтора десятка лет, это словечко стало очень популярным. Им пронизана вся поп-культура, оно даже вошло во множество авторитетных словарей, включая Оксфордский и Мерриама–Уэбстера. Что касается лично меня, наиболее заметным результатом стало то, что сейчас со мной часто делают селфи. А потом, естественно, публикуют их в соцсетях, чтобы спровоцировать у своих френдов FOMO… Такая вот рекурсия.

Если не считать селфи, я чувствую себя немного виноватым за то, что ввел FOMO в оборот. Несмотря на свою популярность и исключительную хештеговость, это не шутка. FOMO приводит к стрессу, неуверенности, зависти и даже

депрессии. Этот страх мешает карьерному успеху, побуждает делать рискованные вложения и заставляет бизнес-лидеров (от генеральных директоров до основателей стартапов) выбирать неверные стратегии и тратить драгоценные ресурсы. Проще говоря, FOMO отрывает от реальности и провоцирует впустую тратить драгоценное время и силы.

И это еще не самое худшее. Мне жаль это говорить, но FOMO не единственный страх, о котором следует беспокоиться. Если вы читали внимательно, то могли заметить, что статья, которую я написал, называлась «Два FO Макгинниса». Куда же девался второй из страхов? Если к FOMO пришли слава и удача, то FOBO, по крайней мере до недавнего времени, оставался в тени.

FOBO (Fear of a Better Option), или страх лучшего варианта, — это опасение, что неожиданно появится что-то получше и уже имеющиеся варианты утратят всю привлекательность. Это «болезнь изобилия», которая заставляет постоянно искать идеальный вариант и хеджировать ставки. В результате человек живет в мире сплошных «может быть», примеривая на себя и то и это. Вместо того чтобы оценить варианты, выбрать один и двигаться дальше, он оттягивает неизбежное. Это все равно что раз за разом нажимать кнопку повтора на будильнике, натягивать одеяло на голову и снова засыпать. По горькому опыту известно, что в результате ты опаздываешь, мчишься в офис сломя голову, день идет насмарку, а настроение испорчено. В момент, когда нажимаешь на кнопку повтора, кажется, что это хорошо и правильно, но расплата неминуема.

FOBO — серьезная проблема, и он может нанести гораздо больше вреда, чем FOMO. FOMO — это прежде всего внутренняя борьба, а последствия FOBO сказываются и на окружающих. Если жизнь для вас лишь один бесконечный Tinder и вы свайпите бездумно и безрассудно, не останавливаясь ни на одном варианте, это означает, что все вокруг — и возможности,

и люди — для вас не более чем товары. К тому же вы ясно и недвусмысленно даете всем понять: решения от вас не дождаться. Вы никогда не выработаете четкого курса, не станете придерживаться плана действий. Вместо этого вы будете перебирать возможности, а решение примете только тогда, когда увидите подходящую, — скорее всего, в последнюю минуту — а может быть, и вообще ничего не решите. Эти личностные особенности могут серьезно повредить карьере и даже вылиться в управленческие проблемы, которые ставят под угрозу само существование больших и малых компаний, порождая аналитический паралич, подавляя инновации и подрывая авторитет руководителя.

То, что я открыл FOBO одновременно с FOMO, не совпадение. Если вы боитесь упустить удачную возможность, у вас вполне может возникнуть и другое навязчивое состояние — не отдавать предпочтения ничему и не делать выбора. Эти два страха объединяет наличие множества вариантов и возможностей, реальных или воображаемых, — они во многом побочный продукт современного века технологий. Но если почти все уже научились распознавать FOMO в личной и профессиональной жизни, то FOBO свободно бродит среди нас. Он прячется у всех на виду.

Пора признать: негативные последствия FOMO или FOBO способны испортить карьеру, разрушить бизнес, поставить под угрозу важные личные и профессиональные отношения и сделать вас совершенно несчастным. Но помимо этих разрушительных долгосрочных последствий как FOMO, так и FOBO могут проникнуть в буквально каждое мгновение повседневной жизни и серьезно снизить продуктивность. Они будут отвлекать вас, заставят пересматривать цели, уведут от реальности в запутанный мир предположений, подсчетов и компромиссов. А еще лишат вас уверенности, отнимут силы и ухудшат результаты работы. Каждый из этих страхов и сам по себе проблема, но оба сразу — уже катастрофа.

Сообща FOMO и FOBO приводят к полному параличу — критическому случаю FODA (Fear of Doing Anything), страху сделать что бы то ни было.

Приходилось ли вам слышать о раненом целителе? Это архетип личности, описанный психологом Карлом Юнгом и помогающий объяснить, почему некоторые люди становятся психотерапевтами. Юнг считал, что многие выбирают эту профессию, потому что, побывав пациентами, получили особое призвание — помогать людям с похожими проблемами. Они могут лишь на пару шагов опережать пациентов на пути к выздоровлению, но, поскольку сами уже прошли этот путь, их положение уникально — они способны помогать. Это касается и меня. Мне нравится считать себя первым в мире FOMO-логом. Я изучил причины страха упущенных возможностей, его природу и последствия. И, что еще важнее, прожив много лет с FOMO и FOBO, я наконец знаю, как ими управлять, хотя наша борьба до сих пор не прекращается.

Взять, например, эту книгу: я написал ее в Мехико, в творческом отпуске. Почему меня понесло работать в другую страну, больше чем за 3000 километров от дома? Как бы мне ни хотелось утверждать, что все дело исключительно в тако и текиле, настоящая причина — FOMO. Вплотную взявшись за эту сложную задачу, я понял: если останусь дома, в Нью-Йорке, риск пасть жертвой отвлекающих факторов FOMO будет слишком велик. Это решение помогло еще и справиться с приступами FOBO, когда я выбирал даты, бронировал самое подходящее жилье на Airbnb и искал самую классную кофейню для работы. Принимая все эти решения, я полностью осознавал, как именно FOMO и FOBO управляют моим поведением. И чтобы преодолеть их, воспользовался стратегиями, которые и опишу в этой книге.

Мой путь к свободе (пусть относительной) от FOMO и FOBO был нелегким. Всю свою взрослую жизнь я прожил

в Нью-Йорке, где миллионы *FOMO sapiens* не видят ничего особенного в том, чтобы часами выстаивать в очередях, желая попасть в самый новый ресторан, на самую нашумевшую выставку или отхватить какой-нибудь невероятный «коллаб» культового бренда Supreme. В отрасли, где я работал, — венчурных инвестициях — тоже нередко правят бал FOMO и FOBO. Я путешествовал по всему миру, от Кремниевой долины и Пакистана до Стамбула и Буэнос-Айреса, в поисках самых крутых стартапов. И даже когда я их находил, меня парализовал страх как раз в тот момент, когда приходило время инвестировать. Эти приступы нерешительности отнимали время, деньги и внимание, и все это в ущерб моему кошельку и здоровью. И только когда я понял, что оба этих страха — и упущенных возможностей, и лучшего варианта — стоят мне денег и душевного спокойствия, я решил, что пора найти способы с ними справиться. На самом деле именно уроки из жизни венчурного капиталиста легли в основу стратегий принятия решений, о которых вы узнаете в этой книге.

Раз вы сейчас читаете эти строки, то наверняка тоже горите желанием одолеть FOMO или FOBO. Неважно, кем вы работаете и как живете, противоядие от этих проблем одно: нужно научиться принимать решения. Только так вы избавитесь от страха сделать выбор, сможете принимать решения, не поддаваясь эмоциям, и начнете действовать. Поступая таким образом, вы понимаете, что, упуская возможность, необязательно себя ограничиваете. Напротив, вы даете себе свободу. Вы не позволяете жизни проходить мимо, пока вы колеблетесь, — а заявляете о том, чего действительно хотите. Вы добиваетесь своего, а не позволяете, чтобы события с вами просто случались. Вы заменяете страх уверенностью.

Если вам нравится эта перспектива, пора приниматься за дело. Средства борьбы с FOMO и FOBO легкодоступны, но решительности в личной жизни и на работе нельзя

добиться в одночасье. Нерешительность не сразу проникает в подсознание, и обратный процесс будет небыстрым: вам потребуется некоторое время, чтобы перепрограммировать себя. И у вас это получится, если будете руководствоваться двумя основными принципами:

1. Научиться выбирать то, чего действительно хочется. Не перебирать все возможные варианты, тратя время и силы на их взвешивание, а твердо решить: «Я отказываюсь от прочих путей и двигаюсь вперед, а не оглядываюсь с сожалением назад». И тогда вы обнаружите: принятие решений — это прямой путь к свободе, даже в мире ошеломляющего выбора.
2. Найти в себе мужество отказаться от всего остального. Как только перестанете пытаться всё успеть и всего добиться, вы действительно получите все и сразу — именно потому, что откажетесь от своих попыток всё ухватить. Вместо того чтобы тосковать о том, чего нет, вы почувствуете глубокое облегчение, как только откажетесь от всего лишнего. Вы только порадуетесь, что все это вам не мешает, и сосредоточитесь на том, что в жизни действительно важно.

FOBO, конечно, не имеет никакой ценности и его необходимо нейтрализовать, но вот FOMO можно по-настоящему обуздать, заставить приносить пользу и работать на вас. А еще важнее то, что это можно сделать без ущерба для концентрации, над достижением которой вы так усердно трудились.

В этой книге четыре части. Из первых двух вы узнаете, что движет FOMO и FOBO и как они могут повлиять на карьеру, бизнес и жизнь. Третья подготовит вас к встрече с реальностью и борьбе со страхами упущенных возможностей и лучшего варианта, дав инструменты, необходимые для победы. Наконец, четвертая часть поможет вам изменить отношение к FOMO и FOBO, переосмыслить их и использовать в своих

интересах. Помимо книги, еще больше инструментов, идей и информации всегда можно найти на https://patrickmcginnis.com и в моем подкасте FOMO sapiens.

Учась преодолевать FOMO и FOBO, вы обнаружите, что предложенные мной методы отличаются от стратегий принятия решений, с которыми вы, возможно, сталкивались в прошлом. В частности, эти два страха возникают в ситуации изобилия. Чтобы одолеть FOMO, нужно определить, действительно ли какие-либо из многочисленных возможностей, которые вас так манят, стоит реализовывать. А в случае FOBO подходящих вариантов выбора больше, чем вы способны осилить. И тут ваша задача — выбрать что-то одно и двигаться дальше.

Прежде чем начать, стоит подумать: есть ли у FOMO или FOBO хоть какие-то положительные свойства, которые стоило бы поставить себе на службу. Как ни странно, ответ — да. Если держать FOMO в узде, он может вдохновить на новую деятельность, риск и перемены в жизни. Предположим, вы просиживаете в офисе по 80 часов в неделю и мучаетесь FOMO, а бывшая коллега, став предпринимателем, собирает миллионы долларов на Kickstarter для своего нового бизнеса. Есть ли в этом случае польза от FOMO? Вполне возможно. В этом смысле я сравниваю его с вином. При умеренном потреблении оно даже полезно для здоровья. Кроме того, FOMO помогает несколько раздвинуть рамки собственных ограничений (как говорится, истина в вине) и побродить по краю зоны комфорта. Если не выпьете лишнего, то утром проснетесь с хорошим самочувствием и будете готовы к дальнейшим приключениям. Глава 13 покажет вам, как использовать FOMO во благо, чтобы расширять кругозор и искать новые впечатления, не бросаясь из крайности в крайность.

А вот FOBO похож на курение. У него нет никаких достоинств, и ничего хорошего он вам не принесет. Во-первых, он

вызывает сильное привыкание. Во-вторых, даже если в данный момент все хорошо, в долгосрочной перспективе он может нанести ущерб вашему благополучию во всех отношениях. Хуже всего то, что побочные эффекты FOBO точно такие же, как и у пассивного курения. Мало того что вы сосредоточены на собственных эгоистичных потребностях, так ваша дурная привычка вредит еще и окружающим. Вот почему необходимо разработать стратегию, чтобы пресечь FOBO в корне, и действовать решительно. Мы подробнее поговорим об этом в главе 14.

Ну что ж, пора. Путешествие начинается. По иронии судьбы первым шагом станет принятие решения. Ну как, вы собираетесь перевернуть страницу (как буквально, так и метафорически) и приступить к делу? Перевернуть страницу — значит заткнуть свой FOMO и продолжить путешествие (прощайте, вирусные видео с котиками!). А еще это значит игнорировать свой FOBO (и не вздумайте искать на Amazon книжку получше!). Итак, вы намерены остаться здесь, сосредоточившись на текущей задаче. Сейчас вы перевернете эту страницу, а потом еще одну и так далее, пока не дойдете до последней. Это и называется решимостью.

ЧАСТЬ I

СТРАХ И НЕРЕШИТЕЛЬНОСТЬ В ПОДАВЛЯЮЩЕМ НАС МИРЕ

Нет в мире более несчастного человека, чем тот, кому привычна лишь нерешительность.

Уильям Джеймс

ГЛАВА 1

Краткая история FOMO

FOMO (страх упущенных возможностей) — враг умения ценить собственное время.

ЭНДРЮ ЯНГ

Шел 2002 год, и я учился на первом курсе Гарвардской школы бизнеса. Оглядываясь назад, скажу: приехав в Бостон, я считал себя довольно-таки высокоорганизованным *Homo sapiens*. Перед этим я уже несколько лет как принимал решения, важные взрослые решения, которых от меня не будет требоваться в колледже. Я трижды переезжал, сменил два места работы и как венчурный капиталист вложил деньги более чем в десять компаний. Я научился принимать важные решения как в личном, так и в профессиональном плане, и мне на удивление хорошо удавалось проделывать все это без всякого драматизма. Если бы меня спросили, я бы сказал, что о процессе взросления знаю практически все.

Определенно, тогда времена были куда проще и никто еще слыхом не слыхивал о секстинге* или селфи. Когда я начинал учиться в бизнес-школе, у меня не было аккаунтов в соцсетях. Да и ни у кого не было. Социальные сети находились в зачаточном состоянии, хотя ситуация вот-вот должна была

* Секстинг (sexting, от sex + texting) — обмен сообщениями сексуального характера в интернете или по СМС. — *Здесь и далее, кроме особо оговоренных случаев, прим. пер.*

измениться: я и понятия не имел, что Марк Цукерберг уже работал над первой версией Facebook менее чем в паре километров от моего студенческого обиталища. Но даже в отсутствие Facebook, Twitter и прочих социальных сетей, которые сегодня способствуют развитию FOMO, едва я ступил на территорию кампуса, как со мной что-то произошло: внезапно и без предупреждения меня охватил непреходящий страх, что, где бы я ни был и что бы ни делал, где-то в другом месте происходит нечто более интересное. Этот страх явно был продуктом моей новой среды обитания. Впервые в жизни я столкнулся с таким богатым выбором: почти все казалось возможным. При этом я не мог и надеяться ухватить хотя бы по чуть-чуть от всего предложенного. Оставалось лишь сравнивать себя со сверстниками, большинство которых с радостью хвастались, что поспевают везде, и понимать, что я ни за что не смогу за ними угнаться.

Позвольте кое-что объяснить. Жизнь в Гарвардской школе бизнеса была именно такой, какой я представляю себе жизнь внутри социальной сети. Каждый насыщенный день был похож на смесь LinkedIn, Facebook, Twitter и Snapchat, хотя в то время ничего этого не существовало. В этом зацикленном на себе замкнутом мирке новости распространялись молниеносно, а болтовня и бахвальство (порой скромное, порой — не очень) заменяли нам социальные сети: почти как лента новостей, остроумная сторис в Instagram или язвительный твит сегодня. Эта среда порождала всепроникающий страх остаться в стороне от кипящих вокруг событий, особенно если они казались важнее, лучше и ярче того, что происходило в данный момент с вами. Даже если для таких чувств не было названия — а у меня и моих однокурсников его еще не было, — с ними приходилось постоянно бороться.

Я, пожалуй, страдал больше остальных. Оглядываясь назад, я понимаю, что мне было на роду написано стать первым в мире *FOMO sapiens*. Я вырос в маленьком городке

в штате Мэн, похожем на те, что описаны в романах Стивена Кинга. Если вы никогда не были в штате Мэн, я вам расскажу, чем занимаются его жители. Они едят лобстеров. Гуляют по пляжу. Чистят снег лопатой. Ходят в супермаркет. В тех краях очень здорово расти и жить, но среда эта не особенно богата выбором. Жизнь относительно предсказуема, даже удобна — вот я и привык выбирать почти все, чего хотел и в чем нуждался, из разумного числа вариантов.

Но, когда я начал учебу по программе MBA, все изменилось. Меня просто заваливало вариантами выбора; а еще я совершенно искренне чувствовал, что не должен позволить этому вихрю событий, случающихся раз в жизни, промчаться мимо меня. Мне казалось: если не боишься что-то упустить, то уж, будь уверен, обязательно упустишь. И я пытался делать все возможное, чтобы этого не случилось. Я умудрялся присутствовать во всех уголках кампуса одновременно. Единственное, что я не боялся упустить, — это сон. Я был членом множества клубов, появлялся на бесчисленных вечеринках, встречах с потенциальными работодателями и конференциях, ездил куда-нибудь в выходные и, конечно же, ходил на лекции. В будни я вытаскивал себя из постели еще до семи утра и валился в нее далеко за полночь. Выходные дни были такими же беспокойными. Бросьте камень на любом мероприятии в кампусе — и наверняка попадете в меня.

Видя мое желание участвовать практически во всем, приятели начали дразниться: мол, я в каждой бочке затычка. И были правы. Я действительно страдал от постоянного беспокойства, что не смогу в полной мере воспользоваться всем, что происходит вокруг меня, будь то общественная, академическая или иная деятельность. В ответ я советовал им посмотреть в зеркало — они были ничуть не лучше. Мы все были так одержимы желанием не отстать от жизни, что тратили уйму времени и сил на то, что не имело ничего общего с нашими настоящими целями. Вместо того чтобы заниматься тем, что

сделало бы нас счастливее или умнее, мы делали то же, что и все остальные, — именно потому, что это делали остальные. Это было не особо осмысленное поведение: чтобы отвечать на любое предложение «Да», размышлять не требуется.

Несмотря на все наши с друзьями шуточки, страх упустить что-то важное был вполне реален. Он стал настолько неотъемлемой частью нашей жизни, что я решил дать ему имя. Поскольку я любил придумывать собственные словечки и сокращения, то решил, что этот страх заслуживает собственной аббревиатуры. Я придумал слово FOMO, начал его использовать сам и внедрил в общий жаргон нашей дружеской компании. Незадолго до окончания бизнес-школы, в мае 2004 года, я написал о своем любимом новом слове в студенческой газете — и эта заметка стала судьбоносной. Примерно в тысяче слов я высмеял всю культуру кампуса, пронизанную FOMO и FOBO.

В кампусе статья стала хитом, но я не возлагал особых надежд на долгосрочные перспективы этой аббревиатуры. Вообще-то гораздо большего я ожидал от другого придуманного мною словечка — макгинцидент, которое, по моему замыслу, должно было по умолчанию означать все забавное, умное или запоминающееся, сделанное членами моей семьи. Но потом постепенно и совершенно незаметно для меня FOMO начал жить собственной жизнью. В течение следующего десятилетия история FOMO и его стремления к мировому господству и вправду стала настоящим макгинцидентом!

Как FOMO завоевал мир

Тогда я совершенно не осознавал, что происходит, но теперь, похоже, сумел проследить путь FOMO, который медленно, но неуклонно выходил за пределы круга моих друзей и однокурсников и захватывал мир. Вначале этот термин приобрел

популярность на территории Соединенных Штатов среди студентов программ MBA, которые легко применили его к себе и быстро включили в жаргон, общий для всех бизнес-школ. Так, в 2007 году *Businessweek* (сейчас *Bloomberg Businessweek*) саркастически писала:

> Лучшие американские программы MBA поразила эпидемия. В Гарвардской школе бизнеса это называется FOMO: страх упущенных возможностей. В числе симптомов — хроническая неспособность отклонить приглашение на любую вечеринку, ужин или пирушку, где присутствует тот, кто мог бы стать ценным дополнением к вашему кругу общения — независимо от цены вопроса[1].

На следующий год в бестселлере по версии *The New York Times* «Опережая время: Два года в Гарвардской школе бизнеса» (Ahead of the Curve: Two Years at Harvard Business School) Филип Делвз Броутон, окончивший это учебное заведение на два года позже меня, написал:

> Самое главное в Гарвардской школе бизнеса, как нам постоянно твердит администрация, — не поддаваться FOMO. Нужно выбирать именно то, что хочется делать, и заниматься этим, не беспокоясь о том, что происходит в прочих местах. Я подавлял свой FOMO, каждый день отправляясь в библиотеку и читая газеты в попытках не думать об этом замкнутом мирке. Но FOMO упорно преследовал всех в кампусе и отравлял все умы[2].

FOMO охватывал все больше кампусов, и только что окончившие университет *FOMO sapiens*, которые каждый год выходили в большой мир, получали работу в таких отраслях, как информационные технологии, консалтинг и финансы. В офисы всей страны и всего мира они приносили с собой

FOMO и знакомили с ним широкую профессиональную аудиторию. Параллельно внедрению FOMO в массовую культуру способствовало широкое распространение социальных сетей, мобильного интернета и цифрового маркетинга.

Конечно, технические достижения были необходимы для повсеместного распространения FOMO, однако хочу напомнить расхожую фразу, которую любят повторять финансисты: корреляция не подразумевает причинности. Как вы увидите в следующей главе, FOMO существовал задолго до появления смартфонов и никуда не денется, даже если вы ограничите свою коллекцию гаджетов одним лишь кнопочным телефоном. Технологии превратили эмоции, присущие человеку еще со времен *Homo habilis*, в оружие. Электронные девайсы просто подлили масла в огонь, тлевший тысячелетиями, и он заполыхал как никогда раньше.

Вообще-то во многом FOMO — это постмодернистская версия классической формулы, которая уже давно вошла в американскую культуру. Еще в 1913 году на страницах газеты *The New York Globe* дебютировал комикс «Не отставай от Джонсов» (Keeping Up with the Joneses). Он выходил в свет не одно десятилетие и высмеивал злоключения карьериста Алоизиуса и его семьи, изо всех сил старавшихся угнаться за свершениями своих соседей Джонсов. Почитав его, вы обнаружите, что это хроники аналогового FOMO в его самом ярком виде, а характерная сюжетная линия строится вокруг попыток жены Алоизиуса заставить его носить розовые носки, красный галстук и зеленые гетры, как его заклятый друг мистер Джонс. Хотя некогда я тоже время от времени надевал красный галстук, есть и другое, более удивительное совпадение, которое связывает нас с Алоизиусом. Его полное имя Алоизиус П. Макгинис. Хотя нас и разделяет одна буква «н» в фамилии, ясно, что у нас с Алоизиусом много общего. Он был первым Макгин(н)исом, страдавшим FOMO, — но, конечно же, не последним.

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru