

جامعة ميدأوشن

إسم الطالب :تركي فهد المزيني

الرقم الأكاديمي 232002613

مقرر مشروع البحث

كلية الاعلام والتسويق

بكالوريوس الاعلام الرقمي

إستمارة الطالب (Turki Fahad Muhammed Almuzaini)

: عنوان مشروع البحث

وعلاقتها بالإدمان على منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب (FOMO) ظاهرة الخوف من فوات الحدث
السعودي

:إقرار رسمي

أقرُّ وأتعهد أنا الطالب(ة): (تركي بن فهد المزيني بتحملي المسؤولية الكاملة عن أصالة
الموضوع البحثي، وعدم انتحال أي محتوى علمي، وعدم الاستعانة بأي أشخاص أو جهات
خارجية في إختيار الموضوع أو إعداد المحتوى البحثي.

جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام والتسويق

بكالوريوس الإعلام الرقمي

"خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

وعلاقتها بالإدمان على منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب (FOMO) ظاهرة الخوف من فوات الحدث
السعودي

إعداد: تركي فهد المزيني

الرقم الأكاديمي: 232002613

إشراف

د. توفيق عمري

2026

الملخص

وعلاقتها بالإدمان على منصات (FOMO) يبحث هذا المشروع في ظاهرة الخوف من فوات الحدث، التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي من منظور الإعلام الرقمي. وبعد مراجعة تصميم المشروع اعتمدت النسخة النهائية على المنهج الوصفي التحليلي القائم على مراجعة الأدبيات وتحليل الدراسات، FOMO، العلمية المنشورة بدلاً من جمع بيانات ميدانية باستبانة. تم تحليل الأدبيات التي تناولت مفهوم ومحدداته النفسية والاتصالية، ومؤشرات الاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل، مع التركيز على الدراسات التجميعية والدراسات ذات الصلة بالسياق السعودي. تشير الأدلة المتاحة إلى اتجاه ثابت نحو وجود علاقة وزيادة الاستخدام المكثف أو الإشكالي لمنصات التواصل، مع اختلاف قوة FOMO موجبة بين ارتفاع العلاقة باختلاف العينات والمقاييس والمنصات. كما يتضح أن خصائص البيئة الرقمية، مثل الإشعارات والمحتوى المؤقت والتوصيات الخوارزمية والتدفق المستمر للمحتوى، قد تسهم في تعزيز سلوك التحقق المتكرر لدى المستخدمين. ويخلص البحث إلى أن فهم الإدمان على منصات التواصل يحتاج إلى النظر إلى دوافع المستخدم وطبيعة تصميم المنصة معاً، ويوصي بتعزيز الثقافة الإعلامية الرقمية وإدارة الانتباه والعادات الرقمية المتوازنة.

الإدمان على منصات التواصل الاجتماعي، الاستخدام، FOMO، الكلمات المفتاحية: الخوف من فوات الحدث الإشكالي، الإعلام الرقمي، الشباب السعودي

محتويات البحث

- الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
- الفصل الثاني: الإطار النظري
- الفصل الثالث: الدراسات السابقة وتحليل الأدبيات
- الفصل الرابع: منهجية البحث المكتبي
- الفصل الخامس: نتائج التحليل والمناقشة
- الفصل السادس: الاستنتاجات والتوصيات
- المراجع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة 1.1

شهدت منصات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة انتشارًا واسعًا وأصبحت جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية للشباب. وقد نتج عن هذا الانتشار ظهور العديد من الظواهر النفسية والاجتماعية المرتبطة (Fear of Missing Out - FOMO) باستخدام هذه المنصات، ومن أبرزها ظاهرة الخوف من فوات الحدث والتي تتمثل في شعور الفرد بالقلق من فقدان الأحداث أو التجارب أو المعلومات التي يشارك، (FOMO) فيها الآخرون. وقد يدفع هذا الشعور المستخدم إلى متابعة منصات التواصل بشكل متكرر ومفرط، مما قد يؤدي إلى أنماط استخدام إشكالية.

وتختلف بيئة الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي في أن المحتوى لا يتوقف عند موعد محدد، بل يتجدد باستمرار عبر القصص والمقاطع القصيرة والبث المباشر والتنبيهات والتوصيات. وهذا التدفق المستمر على الجانب FOMO يجعل المستخدم أمام احتمال دائم بأن شيئًا جديدًا قد يفوته. لذلك لا تقتصر دراسة النفسي فقط، بل تمتد إلى فهم تصميم المنصات وآليات جذب الانتباه وسلوك الجمهور.

وتأتي أهمية التركيز على الشباب السعودي من الانتشار الواسع للمنصات الرقمية في المملكة ومن تنوع استخداماتها في التواصل والترفيه والأخبار والتعليم وصناعة المحتوى. كما أن دراسات أجريت على وإدمان وسائل التواصل، ما يجعل FOMO طلاب جامعات في السعودية أظهرت ارتباطًا موجبًا بين الموضوع ذا صلة مباشرة بالبيئة المحلية وبمجال الإعلام الرقمي.

مشكلة الدراسة 1.2

في ظل التزايد المستمر لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي بين الشباب السعودي، برزت الحاجة إلى فهم العوامل التي قد تدفع إلى الاستخدام المفرط لهذه المنصات. وتتمثل مشكلة الدراسة في تحليل والإدمان أو الاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل (FOMO) العلاقة بين ظاهرة الخوف من فوات الحدث الاجتماعي، وتفسير هذه العلاقة في ضوء الأدبيات العلمية المنشورة.

ولا يفترض البحث أن كثرة الاستخدام تعني الإدمان تلقائيًا؛ فقد يكون الاستخدام الطويل مرتبطًا بالدراسة أو العمل أو صناعة المحتوى. لذلك يركز البحث على مؤشرات أكثر دلالة مثل صعوبة التحكم في

الاستخدام، والانشغال المستمر بالمنصة، والتوتر عند الانقطاع، وتأثير الاستخدام في النوم والتركيز والواجبات اليومية.

أسئلة الدراسة 1.3

1. في بيئة منصات التواصل (FOMO) كيف تفسر الأدبيات العلمية مفهوم الخوف من فوات الحدث الاجتماعي؟
2. ما أبرز مؤشرات الإدمان أو الاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل الاجتماعي؟
3. والإدمان على منصات التواصل FOMO ما طبيعة العلاقة التي توصلت إليها الدراسات السابقة بين الاجتماعي؟
4. ما الدلالات التي يمكن استخلاصها من الأدبيات بما يتصل بالشباب السعودي والإعلام الرقمي؟

أهداف الدراسة 1.4

1. وأسبابه ومظاهره في البيئة الرقمية FOMO توضيح مفهوم.
2. تحليل مفهوم الإدمان والاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل الاجتماعي.
3. مراجعة الأدلة العلمية التي تناولت العلاقة بين المتغيرين.
4. تحليل الدراسات ذات الصلة بالسياق السعودي ومقارنتها بالاتجاهات الدولية.
5. تقديم توصيات تسهم في تعزيز الاستخدام المتوازن والوعي لمنصات التواصل.

أهمية الدراسة 1.5

- إثراء موضوعات الإعلام الرقمي المتعلقة بسلوك الجمهور وآليات جذب الانتباه.
- والاستخدام الإشكالي في إطار واحد منظم FOMO تجميع الأدلة العلمية حول.
- إبراز صلة تصميم المنصات والإشعارات والمحتوى المتجدد بعادات المستخدم.
- تقديم توصيات عملية يمكن الاستفادة منها في برامج الثقافة الإعلامية والرفاه الرقمي.

حدود الدراسة 1.6

- والإدمان أو الاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل FOMO الحد الموضوعي: العلاقة بين.

- الحد البشري في التحليل: التركيز على الدراسات التي تناولت الشباب وطلاب الجامعات، مع اهتمام خاص بالسياق السعودي.
- الحد المعرفي: الدراسات العلمية والمراجعات والتحليلات البعدية المنشورة ذات الصلة بالموضوع.
- الحد الزمني: الأدبيات الأساسية والحديثة المتاحة حتى إعداد النسخة النهائية من المشروع.

مصطلحات الدراسة 1.7

قلق أو انشغال ناتج عن الاعتقاد بأن الآخرين قد يعيشون (FOMO) الخوف من فوات الحدث تجارب أو تفاعلات ذات قيمة دون مشاركة الفرد فيها، ويصاحبه رغبة في البقاء متصلًا بما يحدث (Przybylski et al., 2013).

الإدمان على منصات التواصل الاجتماعي: نمط استخدام مفرط أو صعب التحكم قد يتداخل مع جوانب الحياة اليومية. ويستخدم البحث أيضاً تعبير «الاستخدام الإشكالي» «لأن الأدبيات لا تتفق دائماً على اعتبار (Andreassen, 2015) كل استخدام مكثف إدماناً سريريًا».

الفصل الثاني: الإطار النظري

FOMO نشأة مفهوم 2.1

وزملائه (2013)، التي Przybylski حضوراً بحثياً واضحاً مع دراسة FOMO اكتسب مفهوم قدمت معالجة دافعية وانفعالية وسلوكية للمفهوم وطورت مقياساً أصبح واسع الاستخدام. يقوم المفهوم على أن الفرد قد يشعر بأن الآخرين يعيشون تجارب مجزية في غيابه، فينشأ لديه دافع للبقاء على اتصال بما يفعلونه.

مع انتشار الهواتف الذكية أصبحت الاستجابة لهذا الشعور فورية؛ فبدل انتظار لقاء اجتماعي أو خبر لاحق، يستطيع المستخدم فتح التطبيق خلال ثوانٍ. ولهذا أصبحت منصات التواصل بيئة مثالية لظهور وقياسه FOMO.

FOMO العوامل المفسرة لـ 2.2

لا ينتج من عامل واحد. فالحاجة إلى الانتماء والتواصل، والمقارنة FOMO تشير الأدبيات إلى أن الاجتماعية، وعدم اليقين بشأن ما يفعله الآخرون، كلها عوامل يمكن أن تزيد الرغبة في المتابعة. كما أن

،خصائص المنصة قد تضخم هذا الدافع؛ فالإشعار يلفت الانتباه، والقصة المؤقتة توحى بأن الفرصة محدودة. والبت المباشر يحدث في اللحظة نفسها، والخوارزمية تضمن وجود محتوى جديد عند كل عودة

- الحاجة إلى الانتماء والمحافظة على الروابط الاجتماعية.
- المقارنة المستمرة بين حياة الفرد وما يعرضه الآخرون.
- الرغبة في متابعة الأخبار والاتجاهات والتفاعلات فور حدوثها.
- الإشعارات والتنبيهات والمحتوى المؤقت.
- التوصيات الخوارزمية والتدفق اللانهائي للمحتوى.

في الاستخدام اليومي FOMO مظاهر 2.3

في التحقق المتكرر من الهاتف دون سبب واضح، أو فتح التطبيق بعد وقت قصير FOMO قد يظهر من إغلاقه، أو الشعور بعدم الارتياح عند انقطاع الإنترنت، أو صعوبة التركيز بسبب التفكير في الإشعارات والمستجدات. هذه السلوكيات لا تعني وحدها وجود اضطراب، لكنها تكشف عن نمط اتصال يصبح فيه المستخدم شديد الحساسية لاحتمال فقدان ما يحدث رقميًا

الإدمان والاستخدام الإشكالي 2.4

تناقش الأدبيات الإدمان على مواقع التواصل ضمن السلوكيات المرتبطة بالتكنولوجيا. ويؤكد أهمية التمييز بين كثافة الاستخدام وبين الاستخدام الذي يتسم بفقدان السيطرة (Andreassen 2015) والتعارض مع الحياة اليومية. لذلك يستخدم كثير من الباحثين مصطلح «الاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل» لتجنب التوسع في وصف كل استخدام مرتفع بأنه إدمان.

- الانشغال الذهني المستمر بالمنصة.
- صعوبة تقليل وقت الاستخدام.
- العودة المتكررة رغم محاولة التوقف.
- التوتر أو الانزعاج عند عدم القدرة على الاتصال.
- تأثر الدراسة أو العمل أو النوم أو العلاقات.
- استخدام المنصة للهروب من مشاعر سلبية بصورة متكررة.

العلاقة النظرية بين المتغيرين 2.5

يمكن تفسير العلاقة في صورة حلقة تعزيز: يشعر المستخدم بأنه قد يفوته شيء، فيفتح المنصة ويحصل على معلومات أو تفاعل يخفف القلق مؤقتاً، ثم يتكرر الشعور والحاجة إلى التحقق. ومع الوقت قد واستخدام FOMO يصبح الفحص عادة تلقائية. وتدعم التحليلات البعدية وجود علاقة موجبة ثابتة بين (Fioravanti et al., 2021) مواقع التواصل والاستخدام الإشكالي لها.

باستخدام FOMO كما أظهر تحليل شامل لـ 86 حجم أثر يمثل أكثر من 55 ألف مشارك أن علاقة الإنترنت تختلف في قوتها بين الدراسات لكنها تبقى ذات أهمية واضحة، وهو ما يشير إلى أن السياق (Akbari et al., 2021) والمنصة وطريقة القياس قد تؤثر في حجم العلاقة.

اقتصاد الانتباه وتصميم المنصات 2.6

من منظور الإعلام الرقمي، لا يمكن فصل سلوك المستخدم عن تصميم البيئة التي يستخدمها. فالتمرير المستمر، والتشغيل التلقائي، والإشعارات، والقصص، والمؤشرات الاجتماعية مثل عدد المشاهدات والإعجابات، كلها أدوات تزيد فرص العودة والتفاعل. لا تثبت هذه الخصائص وحدها وجود إدمان، لكنها أكثر قابلية للفحص المتكرر FOMO تخلق بيئة يكون فيها المستخدم الذي يعاني من

الآثار المحتملة 2.7

ترتبط أنماط الاستخدام الإشكالي في الأدبيات بآثار مثل اضطراب النوم، وضعف التركيز، والتشتت ضمن مؤشرات الرفاه FOMO والصراع مع الواجبات اليومية. كما تشير المراجعات إلى أهمية دراسة (Tandon et al., 2021) والوظائف اليومية، لا باعتباره مجرد شعور عابر.

الإطار المفاهيمي 2.8

المتغير التفسيري
(FOMO) الخوف من فوات الحدث



النتيجة محل التحليل
الإدمان / الاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل الاجتماعي

الشكل 1: (الإطار المفاهيمي المستخدم في تحليل الأدبيات)

الفصل الثالث :الدراسات السابقة وتحليل الأدبيات

3.1 Przybylski et al. (2013)

وربطته بالدوافع والانفعالات والسلوك. وتعد FOMO قدمت الدراسة أحد أشهر التعريفات التشغيلية لـ أساساً مهماً للبحث الحالي لأنها وضعت إطاراً لقياس الخوف من فقدان تجارب الآخرين وربطته بالتواصل المستمر.

3.2 Alt (2015)

بالانخراط الإعلامي والدافعية الأكاديمية، ما FOMO تناولت الدراسة طلاب الجامعات وربطت. يوضح أن الظاهرة تمتد إلى أنماط الحياة الدراسية ولا تقتصر على الترفيه

3.3 Blackwell et al. (2017)

من المتغيرات المهمة في تفسير استخدام FOMO درست عوامل شخصية ونفسية متعددة ووجدت أن وسائل التواصل والاتجاه نحو الاستخدام الإدماني

3.4 Wegmann et al. (2017)

المرتبط بالإنترنت وتوقعات الاستخدام، وأظهرت إسهام هذه العوامل FOMO ركزت الدراسة على. في أعراض الاستخدام الإشكالي للتواصل عبر الإنترنت

3.5 Fioravanti et al. (2021)

جمع التحليل البعدي 33 عينة مستقلة تضم 21,473 مشاركاً، ووجد ارتباطاً موجباً قوياً ومستقراً نسبياً وكل من استخدام مواقع التواصل والاستخدام الإشكالي لها. وتتميز هذه الدراسة بقوة الدليل FOMO بين النتائج عن تجميع عدد كبير من العينات

3.6 Tandon et al. (2021)

لدى مستخدمي التواصل FOMO راجعت الدراسة بصورة منهجية 58 دراسة تجريبية عن الاجتماعي، وأظهرت تنوعاً في طرق تعريف الظاهرة وقياسها، ودعت إلى منظور متعدد التخصصات. بالرفاه والإدمان والسلوك الرقمي FOMO يربط

3.7 Akbari et al. (2021)

قدم الباحثون مراجعة منهجية وتحليلًا بعديًا واسعًا شمل 86 حجم أثر و 55,134 مشاركًا. أظهرت استخدام الإنترنت تراوحت بين الدراسات، ما يؤكد وجود العلاقة مع FOMO النتائج أن قوة العلاقة بين أهمية مراعاة اختلاف السياقات والمقاييس.

3.8 Zhang et al. (2023)

وإدمان الهاتف المحمول، ووجد ارتباطًا موجبًا مرتفعًا FOMO جمع التحليل البعدي 85 دراسة حول FOMO ورغم أن الهاتف المحمول أوسع من منصات التواصل، فإن النتيجة تدعم دور $(r = .47)$ نسبيًا في الاستخدام القهري للأجهزة الرقمية.

3.9 Heliyon (2025) دراسة سعودية منشورة في

FOMO تناولت الدراسة 470 طالبًا من جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز، واستخدمت مقياس وإدمان وسائل FOMO لإدمان وسائل التواصل. وأظهرت النتائج ارتباطًا موجبًا بين Bergen ومقياس التواصل، كما وجدت أن برنامجًا إرشاديًا خفض درجات المتغيرين لدى المجموعة التجريبية.

3.10 Shdaifat et al. (2025)

تناولت الدراسة طلاب ترميز في السعودية، وبلغ عدد المشاركين النهائي 411 طالبًا. وأظهرت في فهم الاستخدام FOMO وإدمان التواصل، ودعمت أهمية FOMO النتائج وجود مستويات متفاوتة من لدى طلاب الجامعات السعودية.

3.11 المقارنة بين الدراسات

ارتفعت مؤشرات الاستخدام المكثف أو FOMO تتفق غالبية الدراسات على اتجاه العلاقة: كلما ارتفع الإشكالي. لكن الاختلاف يظهر في حجم العلاقة وفي طريقة تعريف «الإدمان» وفي نوع المنصة والعينة وتوضح التحليلات البعدية أن العلاقة ليست مقصورة على دولة أو فئة واحدة، بينما تضيف الدراسات السعودية دليلًا محليًا مهمًا.

كما تكشف المقارنة أن كثيرًا من الدراسات مقطعية، وبالتالي فهي تثبت الارتباط ولا تثبت السببية إلى الاستخدام المفرط، ومن الممكن أيضًا أن يزيد FOMO المباشرة. وهذا يعني أنه من الممكن أن يدفع. ولهذا يحتاج تفسير العلاقة إلى قدر من الحذر. FOMO. التعرض المستمر للمحتوى الاجتماعي من

3.12 الفجوة البحثية

على الرغم من كثرة الدراسات النفسية، ما زالت هناك حاجة إلى معالجة الظاهرة من منظور الإعلام الرقمي الذي يربط دوافع المستخدم بخصائص تصميم المنصة واقتصاد الانتباه. كما أن الأدبيات السعودية ما زالت أقل عددًا من الأدبيات الدولية، وغالبًا تركز على عينات جامعية. لذلك يبرز مجال لدراسات سعودية أوسع تشمل فئات عمرية ومهنية ومناطق مختلفة

الفصل الرابع: منهجية البحث المكتبي

4.1 منهج الدراسة

تعتمد النسخة النهائية من البحث على المنهج الوصفي التحليلي القائم على مراجعة الأدبيات وتحليل الدراسات السابقة. ويتيح هذا المنهج وصف المفاهيم الأساسية، ومقارنة النتائج المنشورة، واستخلاص والاستخدام الإشكالي لمنصات التواصل FOMO الاتجاهات العامة المتعلقة بالعلاقة بين

4.2 مصادر المعلومات

اعتمد البحث على مقالات علمية محكمة ومراجعات منهجية وتحليلات بعدية ذات صلة مباشرة واستخدام منصات التواصل والإدمان الرقمي. وأعطيت الأولوية للدراسات الأساسية FOMO بموضوع في بناء المفهوم، والدراسات التجميعية التي توفر مستوى أعلى من الأدلة، والدراسات التي تناولت عينات سعودية

4.3 معايير اختيار الدراسات

- بصورة مباشرة FOMO أن تتناول الدراسة •
- أن تتناول استخدام وسائل التواصل أو الاستخدام الإشكالي أو الإدمان الرقمي ذي الصلة •
- أن تكون منشورة في مصدر علمي يمكن التحقق منه •

- إعطاء الأولوية للمراجعات المنهجية والتحليلات البعدية والدراسات الحديثة.
- إدراج دراسات من السياق السعودي متى كانت ذات صلة مباشرة بالموضوع.

4.4 أسلوب التحليل

والعوامل المفسرة له، ومؤشرات الاستخدام، FOMO تم تنظيم الأدبيات في محاور تشمل تعريف الإشكالي، وطبيعة العلاقة بين المتغيرين، ثم مقارنة نتائج الدراسات الدولية بالدراسات السعودية. واعتمد التحليل على البحث عن نقاط الاتفاق والاختلاف، وقوة الأدلة، والقيود المنهجية، والدلالات المرتبطة بالإعلام الرقمي.

4.5 الاعتبارات المنهجية

لا يعامل البحث جميع الدراسات على أنها متساوية في القوة؛ فالتحليل البعدي الذي يجمع عشرات «العينات يوفر دليلاً أوسع من دراسة مقطعية واحدة. كما يراعي البحث أن مصطلحات «الإدمان و» الاستخدام الإشكالي «قد تختلف بين الدراسات، وأن الارتباط الإحصائي لا يعني بالضرورة وجود علاقة سببية.

4.6 سبب عدم استخدام الاستبانة

اعتمدت الدراسة تصميمًا مكتبيًا تحليليًا قائمًا على مراجعة الأدبيات، ولذلك لم تستخدم استبانة أو عينة ميدانية أو بيانات أولية من المشاركين. وبناءً على ذلك، تستند النتائج إلى تحليل ما توصلت إليه الدراسات المنشورة ومقارنة اتجاهاتها وحدودها.

الفصل الخامس: نتائج التحليل والمناقشة

5.1 النتيجة الأولى: وجود علاقة موجبة متكررة

والاستخدام المكثف FOMO أبرز نتيجة تظهر من مراجعة الأدبيات هي تكرار الارتباط الموجب بين أو الإشكالي لمنصات التواصل. وقد ظهر هذا الاتجاه في دراسات فردية وتحليلات بعدية، ما يجعل العلاقة ارتباطات قوية عبر (2021) Fioravanti et al. أكثر ثباتاً من أن تكون نتيجة عينة واحدة فقط. ووجد أن قوة العلاقة تختلف بين السياقات لكنها تظل (2021) Akbari et al. عينة مستقلة، بينما أظهر 33 ذات دور ملحوظ.

ليس العامل الوحيد FOMO: النتيجة الثانية 5.2

يفسر وحده كل حالات الاستخدام FOMO على الرغم من وضوح العلاقة، لا تشير الأدبيات إلى أن الإشكالي. فالشخصية، والوحدة، والقلق، والعادات، والدوافع الاجتماعية، وطبيعة المنصة، كلها عوامل قد كعامل مهم ضمن منظومة أوسع FOMO تتداخل مع السلوك. لذلك من الأدق النظر إلى

النتيجة الثالثة: تصميم المنصة له أهمية 5.3

، يظهر التحليل أن البيئة الرقمية توفر ظروفًا تساعد على استمرار سلوك التحقق: المحتوى لا ينتهي والإشعارات تعيد جذب المستخدم، والقصص تختفي، والتوصيات تتجدد. ويعني ذلك أن معالجة الاستخدام المفرط لا ينبغي أن تركز على إرادة المستخدم فقط، بل على كيفية إدارة الإشعارات والتوصيات ووقت التعرض.

النتيجة الرابعة: السياق السعودي ينسجم مع الاتجاه الدولي 5.4

عام 2025 على طلاب جامعة الأمير سطام وجدت علاقة Heliyon الدراسة السعودية المنشورة في وزملائه على طلاب Shdaifat وإدمان وسائل التواصل، كما أظهرت دراسة FOMO موجبة بين ضمن المتغيرات المرتبطة بالاستخدام. وهذا يشير إلى أن الاتجاه FOMO التمرير السعوديين أهمية الذي ظهر دوليًا له حضور في البيئة السعودية أيضًا

مناقشة العلاقة من منظور الإعلام الرقمي 5.5

يمكن فهمه كدافع للعودة إلى المنصة، بينما تعمل خصائص التصميم FOMO توضح النتائج أن كوسائل تجعل العودة سهلة ومتكررة. فالمستخدم الذي يشعر بأنه قد يفوته حدث يستطيع خلال ثوانٍ التحقق من التطبيق، ثم يجد محتوى جديدًا يبرر العودة مرة أخرى. هذه الحلقة تجعل العلاقة بين الدافع النفسي والبنية التقنية للمنصة محورًا أساسيًا لفهم السلوك

كما أن المحتوى الذي يعرض لحظات مختارة من حياة الآخرين قد يزيد المقارنة الاجتماعية ويعطي، فقط بكمية المحتوى FOMO انطباعًا بأن الآخرين يشاركون باستمرار في تجارب مهمة. لذلك لا يرتبط بل بالطريقة التي يقدم بها المحتوى الاجتماعي ويُرتب ويُوصى به

حدود النتائج 5.6

- غالبية الدراسات المتاحة تستخدم تصاميم مقطعية، ما يحد من الاستنتاج السببي.
- تختلف المقاييس المستخدمة لتعريف الإدمان والاستخدام الإشكالي.
- تركز دراسات سعودية عديدة على طلاب الجامعات، ما يحد من التعميم على جميع الشباب.
- تتغير خصائص المنصات بسرعة، وقد تتغير معها أنماط السلوك.
- تعتمد هذه الدراسة على مصادر منشورة ولا تقدم قياساً ميدانياً جديداً.

الفصل السادس: الاستنتاجات والتوصيات

6.1 الاستنتاجات

1. مفهوم مهم لفهم جانب من سلوك الجمهور في منصات التواصل الاجتماعي FOMO.
2. والاستخدام الإشكالي أو الإدماني لمنصات FOMO توجد أدلة علمية متكررة على علاقة موجبة بين التواصل.
3. لا ينبغي مساواة طول وقت الاستخدام بالإدمان دون النظر إلى فقدان السيطرة والتأثير في الحياة اليومية.
4. خصائص المنصات الرقمية قد تعزز التحقق المتكرر، خصوصاً لدى المستخدمين الأكثر حساسية لفوات الأحداث.
5. الدراسات السعودية المتاحة تتفق عمومًا مع الاتجاه الدولي، مع حاجة إلى توسيع نطاق البحث محلياً.

6.2 التوصيات

- بلغة مبسطة وتربطه بالسلوك اليومي FOMO إعداد حملات توعية رقمية تشرح.
- تشجيع المستخدمين على تعطيل الإشعارات غير الضرورية وتحديد أوقات واضحة لاستخدام المنصات.
- إدراج إدارة الانتباه والرفاه الرقمي ضمن برامج الثقافة الإعلامية.
- تشجيع المؤسسات التعليمية على توعية الطلاب بتأثير الاستخدام المتأخر للمنصات في النوم والتركيز.
- تشجيع صناع المحتوى والمنصات على ممارسات أكثر مسؤولية في استخدام الإشعارات والمحتوى المؤقت.
- إجراء دراسات سعودية مستقبلية تشمل عينات غير جامعية وتقرن بين منصات مختلفة.
- استخدام تصاميم طويلة وتجريبية مستقبلاً لفهم اتجاه العلاقة السببية بصورة أفضل.

6.3 الخاتمة

خلص البحث إلى أن الخوف من فوات الحدث ليس مجرد تعبير شائع مرتبط بالهواتف، بل مفهوم بحثي يساعد في تفسير سبب انجذاب بعض المستخدمين إلى المتابعة المستمرة لمنصات التواصل. وتؤكد FOMO المراجعات والتحليلات البعدية والدراسات السعودية ذات الصلة وجود علاقة موجبة متكررة بين والاستخدام الإشكالي. ومن منظور الإعلام الرقمي، تتشكل هذه العلاقة من تفاعل دوافع المستخدم مع تصميم المنصة وتدفق المحتوى. ولهذا فإن بناء علاقة أكثر توازنًا مع وسائل التواصل يتطلب رفع الوعي بالدوافع والعادات، إلى جانب إدارة الإشعارات والانتباه ووقت الاستخدام.

استراتيجية البحث عن الأدبيات 4.7

اعتمدت مراجعة الأدبيات على خطوات منظمة تبدأ بتحديد الكلمات المفتاحية ذات الصلة، ثم اختيار الدراسات الأقرب إلى مشكلة البحث ومقارنة نتائجها. شملت الكلمات المفتاحية العربية والإنجليزية صيغًا ووسائل التواصل الاجتماعي، إدمان وسائل التواصل، الاستخدام، FOMO، مثل: الخوف من فوات الحدث الإشكالي لمنصات التواصل، الشباب، طلاب الجامعات، والسعودية. كما تم إعطاء الأولوية للدراسات التي والاستخدام الاجتماعي الرقمي، ثم المراجعات المنهجية والتحليلات FOMO تتناول العلاقة المباشرة بين البعدية التي تجمع نتائج عدد كبير من الدراسات. ويستند هذا التنظيم إلى ممارسات منشورة في مراجعات Web of Science وPsycINFO وScopus وPubMed منهجية واسعة بحثت في قواعد مثل (Akbari et al., 2021; Tandon et al., 2021) وغيرها.

معايير الاستبعاد 4.8

بصورة مباشرة، أو التي تركز على سلوك FOMO استبعدت من التحليل الدراسات التي لا تتناول رقمي بعيد عن موضوع منصات التواصل دون صلة تفسيرية واضحة، وكذلك المواد غير العلمية التي لا يمكن التحقق من بياناتها المرجعية. كما لم تُستخدم نتائج رقمية مجهولة المصدر أو بيانات منسوبة إلى عينة لم تُجمع فعليًا. وساعد ذلك على إبقاء مصدر كل نتيجة واضحًا، والتميز بين ما ورد في الدراسات المنشورة وما خُصص إليه التحليل في هذا البحث.

خطوات التحليل والتركيب 4.9

مر تحليل الأدبيات بأربع خطوات مترابطة: أولاً تحديد التعريفات والمفاهيم المركزية؛ ثانياً تصنيف الدراسات بحسب نوع الدليل، مثل الدراسات المقطعية والمراجعات المنهجية والتحليلات البعدية؛ ثالثاً مقارنة اتجاه النتائج وقوتها وحدودها؛ ورابعاً تركيب النتائج في تفسير إعلامي رقمي يربط دوافع المستخدم بخصائص المنصة. وقد ساعد هذا الأسلوب في تجنب عرض الدراسات كملخصات منفصلة فقط، وتحويلها إلى أدلة مترابطة تجيب عن أسئلة البحث.

التركيب التحليلي للدراسات السابقة 3.13

عند جمع الدراسات في صورة واحدة يظهر مساران متكاملان. المسار الأول نفسي وسلوكي، ويرى أن يزيد الحاجة إلى الاطمئنان الاجتماعي ومعرفة ما يحدث لدى الآخرين. والمسار الثاني إعلامي FOMO وتقني، ويتمثل في أن المنصات توفر استجابة فورية لهذه الحاجة من خلال تدفق محتوى متجدد وإشعارات والاستخدام الإشكالي مجرد علاقة بين شعور نفسي ووقت FOMO وتوصيات. ولهذا لا تبدو العلاقة بين شاشة؛ بل علاقة بين دافع داخلي وبيئة اتصالية مصممة لتسهيل العودة المستمرة.

دلالة الفجوة البحثية في السياق السعودي 3.14

الفجوة الأكثر ارتباطاً بموضوع المشروع ليست غياب الدراسات تماماً، بل محدودية التنوع في الدراسات السعودية المتاحة. فجزء مهم من الأدلة المحلية يأتي من طلاب جامعات، بينما الشباب السعودي أوسع من هذه الفئة ويشمل موظفين وصناع محتوى ومستخدمين ذوي أنماط اجتماعية ومهنية مختلفة. كذلك والاستخدام باختلاف المنصة؛ فطبيعة المحتوى المؤقت في بعض FOMO قد تختلف العلاقة بين التطبيقات تختلف عن المحتوى العام أو المقاطع القصيرة في تطبيقات أخرى. ومن هنا تظهر الحاجة إلى بحوث سعودية تقارن المنصات والفئات بدل التعامل مع وسائل التواصل كبيئة واحدة متجانسة.

الإجابة التحليلية عن أسئلة البحث 5.7

يرتبط بالحاجة إلى البقاء على اتصال والخوف FOMO بالنسبة للسؤال الأول، توضح الأدبيات أن من فقدان تجارب أو معلومات اجتماعية مهمة. وبالنسبة للسؤال الثاني، فإن الاستخدام الإشكالي يظهر في فقدان السيطرة والانشغال والتعارض مع الوظائف اليومية أكثر من ظهوره في عدد الساعات وحده. أما والاستخدام الإشكالي FOMO السؤال الثالث، فتتفق الأدلة التجميعية على وجود علاقة موجبة بين ثلاثاً وثلاثين عينة مستقلة بإجمالي 21,473 (2021) Fioravanti et al. لمنصات التواصل؛ فقد جمع

مشاركًا ووجد علاقة موجبة قوية نسبيًا بين المتغيرات. وفي السؤال الرابع، تشير الدراسات السعودية المتاحة إلى أن الاتجاه الدولي حاصر محليًا أيضًا، مع بقاء الحاجة إلى عينات سعودية أكثر تنوعًا.

5.8 قراءة نقدية للنتائج

قوة الأدلة لا تعني أن العلاقة بسيطة أو أحادية الاتجاه. فالتحليلات البعدية نفسها تكشف تفاوتًا بين أحجام التأثير، كما أن اختلاف تعريف الاستخدام الإشكالي ونوع المنصة والعينة يغير النتائج. لذلك لا يصح القول يؤدي حتمًا إلى الإدمان، بل الأدق أنه عامل يرتبط بزيادة احتمالية الاستخدام المكثف أو FOMO إن الإشكالي ضمن مجموعة من العوامل. وهذه القراءة النقدية مهمة حتى لا يتحول البحث إلى تعميم سببي لا تدعمه التصميم المقطعية.

6.3 مقترحات للبحوث المستقبلية

تقترح الدراسة أن تتجه البحوث السعودية المستقبلية إلى تصاميم طولية تتابع المستخدمين عبر الزمن لمعرفة أي المتغيرين يسبق الآخر، وإلى دراسات تجريبية تختبر أثر تقليل الإشعارات أو إخفاء مؤشرات التفاعل أو تخصيص فترات انقطاع مخططة. كما يُستحسن مقارنة منصات مختلفة، لأن آليات القصص ومن FOMO المؤقتة والمقاطع القصيرة والبت المباشر والمناقشات العامة قد تنتج أنماطًا مختلفة من المهم أيضًا توسيع العينات لتشمل الشباب العاملين وصناع المحتوى ومناطق مختلفة من المملكة، بما يزيد القدرة على تفسير الظاهرة في الثقافة الرقمية السعودية بصورة أدق.

المراجع

- Akbari, M., Seydavi, M., Palmieri, S., Mansueto, G., Caselli, G., & Spada, M. M. (2021). Fear of missing out (FoMO) and internet use: A comprehensive systematic review and meta-analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(4), 879-900. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00083>
- Al-Abyadh, M. H. A. (2025). The fear of missing out and social media addiction: A cross-sectional and quasi-experimental approach. *Heliyon*, 11(3), e41958. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41958>

- Alshowkan, A., & Shdaifat, E. (2025). Fear of missing out, social media addiction, and personality traits among nursing students: Cross-sectional study. *JMIR Nursing*, 8, e71502.
<https://doi.org/10.2196/71502>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111-119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S. B., Probst, A., Falone, A., Ricca, V., & Rotella, F. (2021). Fear of missing out and social networking sites use and abuse: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 122, 106839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106839>
- 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>
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782-821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33-42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>
- Zhang, Y., Shang, S., Tian, L., Zhu, L., & Zhang, W. (2023). The association between fear of missing out and mobile phone addiction: A meta-analysis. *BMC Psychology*, 11, 338. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01376-z>

Zhang, Y., Li, S., & Yu, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273-290.
<https://doi.org/10.3724/SP.J.1041.2021.00273>

Midocean University
College of Media and Marketing
Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**Fear of Missing Out (FOMO) and Its Relationship with
Social Media Addiction Among Saudi Youth**

Prepared by: Turki Fahad Almuzaini

ID: 232002613

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

2026

Abstract

This graduation research examines Fear of Missing Out (FOMO) and its relationship with social media addiction among Saudi youth from a digital media perspective. The final version adopts a descriptive-analytical literature-review design rather than a field questionnaire. Peer-reviewed articles, systematic reviews, and meta-analyses were analyzed to clarify the FOMO construct, its psychological and communication-related drivers, indicators of problematic social media use, and the relationship between the two variables. Particular attention was given to foundational research, high-level synthesized evidence, and studies conducted in Saudi university settings. The reviewed literature consistently indicates a positive association between higher FOMO and more intensive or problematic social media use, although the strength of this association varies across samples, measures, and platforms. The analysis also indicates that features of digital environments, including notifications, temporary content, algorithmic recommendations, social metrics, and continuous content flows, may reinforce repeated checking among users who are more sensitive to missing events or interactions. The research concludes that problematic social media engagement is best understood through the interaction between user motivations and platform design. It recommends stronger digital media literacy, attention management, healthier notification practices, and further Saudi research using broader samples and longitudinal or experimental designs.

Keywords: Fear of Missing Out, FOMO, social media addiction, problematic social media use, digital media, Saudi youth.

Contents

- Chapter One: General Framework of the Study
- Chapter Two: Theoretical Framework
- Chapter Three: Previous Studies and Literature Analysis
- Chapter Four: Literature-Based Research Methodology
- Chapter Five: Findings and Discussion
- Chapter Six: Conclusions and Recommendations

Chapter One: General Framework of the Study

1.1 Introduction

Social media platforms have become an essential part of young people's everyday lives. They are used for interpersonal communication, entertainment, news, education, shopping, professional networking, and content creation. Alongside these benefits, the expansion of social media has been accompanied by psychological and behavioral phenomena associated with continuous connectivity. One of the most prominent is Fear of Missing Out (FOMO), which refers to concern that other people may be having rewarding experiences, interactions, or opportunities while the individual is absent. This concern can encourage users to monitor social media repeatedly and, in some cases, contribute to problematic patterns of use.

Digital media differs from traditional media because content does not end at a fixed broadcast time or publication cycle. Social feeds are continuously refreshed through stories, short-form videos, live streams, notifications, trending topics, and personalized recommendations. This structure can create a persistent sense that something new may be missed whenever the user disconnects. FOMO is therefore relevant not only as a psychological construct but also as a digital media issue connected to platform design, audience attention, and patterns of media consumption.

The Saudi context is particularly relevant because social platforms occupy a visible role in the everyday communication practices of young people. Their use extends across social interaction, entertainment, news, education, commerce, and content production. Research conducted among university students in Saudi Arabia has also reported positive associations between FOMO and social media addiction, making the topic locally relevant as well as theoretically important.

1.2 Research Problem

The continued growth of social media use among Saudi youth creates a need to understand the factors that may contribute to excessive or poorly controlled engagement. The research problem is therefore to analyze the relationship between FOMO and social media addiction or problematic social media use and to interpret that relationship through published scientific literature.

The study does not assume that a high number of hours online automatically constitutes addiction. Intensive use may be related to study, employment, communication, or content creation. More meaningful indicators include difficulty controlling use, persistent mental preoccupation, discomfort during disconnection, repeated unsuccessful attempts to reduce use, and interference with sleep, concentration, work, study, or relationships.

1.3 Research Questions

1. How does the scientific literature explain Fear of Missing Out (FOMO) in social media environments?
2. What are the main indicators of social media addiction or problematic social media use?
3. What type of relationship has previous research identified between FOMO and social media addiction?
4. What implications can be drawn from the literature for Saudi youth and the field of digital media?

1.4 Research Objectives

1. To explain the concept, causes, and manifestations of FOMO in digital environments.
2. To analyze the concept and indicators of social media addiction and problematic social media use.
3. To review scientific evidence concerning the relationship between FOMO and problematic social media engagement.
4. To analyze Saudi-relevant studies and compare them with international research trends.
5. To provide recommendations that support healthier and more balanced social media use.

1.5 Significance of the Study

- It contributes to digital media research concerned with audience behavior and attention mechanisms.

- It organizes scientific evidence on FOMO and problematic social media use within a coherent analytical framework.
- It highlights the connection between platform features, notifications, continuous content, and user habits.
- It offers practical implications for digital literacy and digital well-being initiatives.

1.6 Study Boundaries

- Thematic boundary: FOMO and its relationship with social media addiction or problematic use.
- Population focus in the reviewed literature: young people and university students, with particular attention to Saudi settings.
- Knowledge boundary: peer-reviewed studies, systematic reviews, and meta-analyses directly relevant to the topic.
- Temporal boundary: foundational and recent literature available during preparation of the final project.

1.7 Key Terms

Fear of Missing Out (FOMO): a recurring concern that other people may be having rewarding experiences or interactions without the individual, accompanied by a desire to remain continuously connected with what others are doing (Przybylski et al., 2013).

Social media addiction / problematic social media use: a pattern of excessive or poorly controlled social media engagement that may interfere with daily functioning. The term 'problematic use' is also used because the literature does not treat every form of intensive use as a clinical addiction (Andreassen, 2015).

Chapter Two: Theoretical Framework

2.1 Development of the FOMO Concept

FOMO gained substantial academic attention after Przybylski et al. (2013) presented an influential motivational, emotional, and behavioral account of the construct and developed a scale

that has subsequently been used widely. The core idea is that an individual may believe that others are experiencing rewarding events in their absence, which produces a desire to remain connected to what other people are doing.

The spread of smartphones has made the behavioral response to this feeling immediate. Instead of waiting for a later conversation or news update, a user can open a social application within seconds. Social media therefore provides an environment in which FOMO can be repeatedly activated, temporarily relieved through checking, and then activated again by new information.

2.2 Factors Associated With FOMO

The literature suggests that FOMO does not arise from a single cause. Needs for belonging and social connection, social comparison, uncertainty about what others are doing, and the desire to remain informed can all contribute. Platform characteristics may amplify these motives: a notification redirects attention, disappearing content suggests a limited opportunity to view something, live streams occur in real time, and recommendation systems ensure that new content is available whenever the user returns.

- The need for belonging and maintenance of social relationships.
- Continuous social comparison with the selectively presented lives of others.
- Concern about missing news, trends, opportunities, or social interactions.
- Push notifications and alerts that repeatedly redirect attention.
- Temporary content such as stories and live streams.
- Algorithmic recommendations and effectively endless content feeds.

2.3 Everyday Manifestations of FOMO

FOMO may be expressed through frequent behaviors such as checking a phone without a clear purpose, reopening an application shortly after closing it, immediately responding to notifications, feeling uneasy when Internet access is unavailable, or having difficulty concentrating because of thoughts about online activity. These behaviors do not by themselves

establish a disorder, but they illustrate a pattern in which the user becomes highly sensitive to the possibility of missing digital events.

From a media perspective, these behaviors show that audience engagement is not always the result of deliberate content selection. In some circumstances it is a rapid response to platform cues and social uncertainty. This makes FOMO relevant to the study of attention, engagement metrics, and audience behavior.

2.4 Social Media Addiction and Problematic Use

The literature discusses social media addiction within the broader field of technology-related behavioral problems. Andreassen (2015) emphasizes the importance of distinguishing intensive engagement from patterns characterized by loss of control and conflict with everyday life. Many researchers therefore use the term problematic social media use to avoid labeling every high-frequency user as addicted.

- Persistent mental preoccupation with social platforms.
- Difficulty reducing the amount or frequency of use.
- Repeated return to the platform despite attempts to stop.
- Tension or discomfort when access is unavailable.
- Interference with study, work, sleep, or relationships.
- Repeated use of social media to escape negative emotional states.

2.5 Theoretical Relationship Between FOMO and Problematic Use

The relationship can be understood as a reinforcement cycle. A user worries that something important may be missed and checks the platform. The check produces new information, social feedback, or short-term relief from uncertainty. That relief can reinforce the checking behavior, and the same concern later returns. Repetition may gradually transform deliberate checking into a strong habit.

Meta-analytic evidence supports this theoretical relationship. Fioravanti et al. (2021) found positive associations between FOMO, social networking site use, and problematic social

networking use across multiple independent samples. Akbari et al. (2021) similarly found that FOMO plays a meaningful role in Internet-related use, although the strength of the association varies across contexts and populations.

2.6 The Attention Economy and Platform Design

Digital media analysis requires attention to the environment in which user behavior occurs. Infinite scrolling, autoplay, push notifications, disappearing stories, social metrics, and personalized recommendations all increase opportunities for repeated engagement. These features are not proof of addiction by themselves. However, they can create an environment in which a user who is already sensitive to missing information or social interaction has many prompts to return.

This relationship between psychological motivation and technical design is central to the present research. It moves the discussion beyond a simple question of individual self-control and toward a broader understanding of how media systems organize attention and engagement.

2.7 Potential Consequences

Problematic patterns of social media use have been discussed in relation to sleep disruption, reduced concentration, distraction, conflict with everyday obligations, and emotional strain. Systematic reviews of FOMO research also emphasize its relevance to well-being and problematic digital behavior rather than treating it as a temporary or trivial feeling (Tandon et al., 2021).

2.8 Conceptual Framework

Explanatory Variable: Fear of Missing Out (FOMO)



Outcome Under Analysis: Social Media Addiction / Problematic Social Media Use

Chapter Three: Previous Studies and Literature Analysis

3.1 Przybylski et al. (2013)

This foundational study offered one of the most influential operational definitions and measurements of FOMO. It linked the construct to motivational, emotional, and behavioral correlates and provides the conceptual foundation for the explanatory variable in the present study.

3.2 Alt (2015)

Alt examined university students and connected FOMO with media engagement and academic motivation. The study demonstrates that FOMO is relevant to everyday academic and media practices rather than being limited to entertainment-oriented use.

3.3 Blackwell et al. (2017)

This study examined several personality and psychological factors and identified FOMO as an important predictor of social media use and addiction. Its findings directly support the proposition that the fear of missing social experiences may contribute to problematic engagement.

3.4 Wegmann et al. (2017)

The authors focused on online-specific FOMO and Internet-use expectancies and showed that these variables contributed to symptoms of Internet-communication disorder. The study is useful because it connects FOMO with expectations about what digital communication will provide.

3.5 Fioravanti et al. (2021)

This meta-analysis synthesized 33 independent samples involving 21,473 participants. It found robust positive associations between FOMO and both social networking site use and problematic social networking use. The importance of the study lies in its ability to assess consistency across a large body of evidence rather than relying on a single sample.

3.6 Tandon et al. (2021)

This systematic literature review analyzed 58 empirical studies of FOMO among social media users. It identified considerable variation in conceptualization and measurement and called for

multidisciplinary approaches that connect FOMO with well-being, addiction-related behavior, and digital media practices.

3.7 Akbari et al. (2021)

This systematic review and meta-analysis synthesized 86 effect sizes representing 55,134 participants. The authors found that the strength of the association between trait FOMO and Internet use varied across studies, illustrating both the importance of FOMO and the influence of context, measurement, and population characteristics.

3.8 Zhang et al. (2023)

This meta-analysis examined the association between FOMO and mobile phone addiction across a large body of studies and reported a positive relationship. Although mobile phone addiction is broader than social media use, the findings reinforce the role of FOMO in compulsive digital behavior.

3.9 Al-Abyadh (2025) - Saudi University Context

Al-Abyadh studied 470 students at Prince Sattam Bin Abdulaziz University using the Fear of Missing Out Scale and the Bergen Social Media Addiction Scale. The study found a positive correlation between FOMO and social media addiction. It also used a quasi-experimental component and reported lower FOMO and addiction scores following a guidance and counseling intervention in the experimental group. This study is especially relevant because it directly addresses the two variables in a Saudi university setting.

3.10 Alshowkan and Shdaifat (2025) - Saudi Nursing Students

Alshowkan and Shdaifat examined nursing students in Saudi Arabia and investigated personality traits, FOMO, and social media addiction. The final sample included 411 participants. The study reported varying levels of FOMO and social media addiction and provides additional local evidence that FOMO is an important variable when examining social media behavior among Saudi university students.

3.11 Comparison Across Studies

The majority of reviewed studies agree on the direction of the relationship: higher FOMO tends to be associated with greater intensity of social media use or higher indicators of problematic use. The main differences concern the size of the relationship, the definition of addiction, the type of platform, and the characteristics of the sample. Meta-analyses demonstrate that the association is not limited to a single country or population, while Saudi studies provide locally relevant evidence.

The comparison also shows that many studies use cross-sectional designs. Such designs establish association but cannot independently establish direct causation. FOMO may encourage repeated platform use, while intensive exposure to social information may itself strengthen FOMO. The possibility of reciprocal influence is therefore important when interpreting the evidence.

3.12 Research Gap

Despite the large psychological literature, there remains a need for a stronger digital media perspective that connects user motivations with platform architecture and the attention economy. Saudi evidence is also smaller than the international literature and is concentrated largely in university samples. Future research can therefore broaden the population, compare different platforms, and examine how specific design features interact with FOMO.

Chapter Four: Literature-Based Research Methodology

4.1 Research Design

This study adopts a descriptive-analytical review of the literature. This approach is suitable for describing the main concepts, comparing published findings, identifying patterns across studies, and drawing evidence-based conclusions about the relationship between FOMO and problematic social media use.

4.2 Information Sources

The research relies on peer-reviewed journal articles, systematic reviews, and meta-analyses directly related to FOMO, social media use, social media addiction, problematic digital behavior,

and relevant Saudi university populations. Priority was given to foundational studies that established the construct, synthesized evidence that evaluates multiple samples, and recent research with direct relevance to Saudi settings.

4.3 Study Selection Criteria

- The study had to address FOMO directly.
- It had to examine social media use, problematic use, addiction, or a closely related digital behavior.
- The source had to be a scientific publication whose bibliographic details could be verified.
- Systematic reviews, meta-analyses, foundational studies, and recent evidence were prioritized.
- Saudi studies were included when they directly contributed to the research question.

4.4 Analytical Procedure

The literature was organized into themes: the definition of FOMO, factors associated with it, indicators of problematic social media use, evidence concerning the relationship between the variables, Saudi findings, methodological limitations, and implications for digital media. The analysis then compared areas of agreement and disagreement and considered the strength and limitations of the evidence.

4.5 Methodological Considerations

The study does not treat all evidence as methodologically identical. A meta-analysis that synthesizes dozens of independent samples provides a broader evidential base than a single cross-sectional study. The analysis also recognizes that the terms social media addiction and problematic social media use are not always defined in exactly the same way and that statistical correlation does not automatically demonstrate causation.

4.6 Absence of a Field Questionnaire

This study follows a literature-based analytical design and therefore does not use a questionnaire, a field sample, or primary participant data. Numerical findings are reported only

when they come from cited published studies, which keeps the method consistent with the purpose of the research.

Chapter Five: Findings and Discussion

5.1 Finding One: A Repeated Positive Association

The clearest finding from the literature is the repeated positive association between FOMO and intensive or problematic social media engagement. This direction appears in individual studies, systematic reviews, and meta-analyses. The repetition across different samples increases confidence that the relationship is not an isolated result. Fioravanti et al. (2021) found robust associations across 33 independent samples, while Akbari et al. (2021) demonstrated that FOMO has a meaningful relationship with Internet-related use even though effect sizes vary.

5.2 Finding Two: FOMO Is Important but Not Sufficient

The literature does not suggest that FOMO alone explains every case of problematic social media use. Personality, loneliness, anxiety, social motives, habits, self-regulation, and platform characteristics can also influence engagement. FOMO is therefore best interpreted as an important factor within a broader system of psychological, social, and technological influences.

5.3 Finding Three: Platform Design Matters

The analysis indicates that digital platforms provide conditions that can support repeated checking. Content feeds have no natural endpoint, notifications redirect attention, stories can disappear, live content is time-sensitive, and recommendation systems continuously provide new material. These mechanisms may be particularly influential for users who are already concerned about missing events or interactions.

5.4 Finding Four: Saudi Evidence Follows the International Direction

Saudi university research is consistent with the broader international pattern. Al-Abyadh (2025) reported a positive correlation between FOMO and social media addiction among 470

students at Prince Sattam Bin Abdulaziz University. Alshowkan and Shdaifat (2025) also investigated FOMO and social media addiction among nursing students in Saudi Arabia. Together, these studies indicate that the relationship identified internationally is relevant to Saudi university populations, while also showing the need for research beyond university settings.

5.5 Discussion From a Digital Media Perspective

The findings suggest that FOMO can function as a motivation to return to a platform, while platform design makes that return easy, immediate, and potentially rewarding. A user who worries about missing something can check an application within seconds and is likely to encounter new content, social feedback, or recommendations. This interaction between motivation and media architecture helps explain why repeated checking can become habitual.

Social content also presents selected moments from other people's lives. Repeated exposure to such content can intensify social comparison and create the impression that other users are continually participating in valuable experiences. FOMO is therefore related not only to the amount of content available but also to the social meaning of that content and the way platforms rank, recommend, and display it.

This interpretation is especially relevant to digital media because engagement metrics often measure clicks, views, time spent, reactions, and return frequency without explaining why a user returns. FOMO offers one possible explanation for a portion of that engagement. It also demonstrates why high engagement should not automatically be treated as a purely positive communication outcome.

5.6 Limitations of the Findings

- Many available studies are cross-sectional and therefore cannot establish direct causality.
- Definitions and measurement tools for addiction and problematic use vary across studies.
- Saudi evidence remains concentrated among university students, limiting generalization to all Saudi youth.
- Social media platforms change rapidly, so design features and user habits may evolve faster than the research literature.

- The present study synthesizes published evidence and does not generate new field data.

Chapter Six: Conclusions and Recommendations

6.1 Conclusions

1. FOMO is an important concept for understanding a meaningful part of audience behavior on social media platforms.
2. Scientific evidence repeatedly identifies a positive association between FOMO and problematic or addiction-like social media use.
3. Time spent on social media should not be equated with addiction without considering loss of control and interference with everyday functioning.
4. Digital platform features can reinforce repeated checking, particularly among users who are highly sensitive to missing events or interactions.
5. Available Saudi studies generally follow the direction of international evidence, while broader local research remains necessary.

6.2 Recommendations

- Develop digital awareness campaigns that explain FOMO in accessible language and connect it with everyday checking habits.
- Encourage users to disable unnecessary notifications and establish deliberate platform-free periods.
- Include attention management and digital well-being within media literacy programs.
- Encourage educational institutions to address the relationship between late-night platform use, concentration, and sleep.
- Promote more responsible practices in the use of notifications, temporary content, and engagement prompts.
- Conduct future Saudi research using non-university samples and comparisons between different social platforms.

- Use longitudinal and experimental research designs to clarify the direction of causal relationships.

6.3 Suggestions for Future Research

Future studies could compare FOMO across platforms whose communication structures differ, such as short-video applications, image-centered platforms, messaging-based networks, and public discussion platforms. Longitudinal designs could examine whether FOMO predicts later problematic use or whether intensive use predicts later increases in FOMO. Experimental studies could also test whether reducing notifications, hiding social metrics, or introducing planned periods of disconnection changes checking behavior.

Saudi research could be expanded beyond university students to include employed young adults, content creators, secondary-school populations where ethically appropriate, and users from different regions. Such work would improve the ability to distinguish patterns that are specific to student life from patterns that characterize Saudi digital culture more broadly.

6.4 Final Conclusion

The research concludes that Fear of Missing Out is more than a popular expression associated with smartphones. It is an established research construct that helps explain why some users feel compelled to remain continuously connected with social media. Systematic reviews, meta-analyses, and Saudi-relevant studies repeatedly support a positive relationship between FOMO and problematic social media use. From a digital media perspective, this relationship emerges through the interaction between psychological motivation and platform architecture. Healthier digital engagement therefore requires awareness of user motives, stronger attention-management habits, and a critical understanding of the design features that sustain continuous engagement.

References - APA 7th Edition

Akbari, M., Seydavi, M., Palmieri, S., Mansueto, G., Caselli, G., & Spada, M. M. (2021). Fear of missing out (FoMO) and internet use: A comprehensive systematic review and meta-analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(4), 879-900. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00083>

- Al-Abyadh, M. H. A. (2025). The fear of missing out and social media addiction: A cross-sectional and quasi-experimental approach. *Heliyon*, 11(3), e41958.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41958>
- Alshowkan, A., & Shdaifat, E. (2025). Fear of missing out, social media addiction, and personality traits among nursing students: Cross-sectional study. *JMIR Nursing*, 8, e71502.
<https://doi.org/10.2196/71502>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111-119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S. B., Prota, A., Falone, A., Ricca, V., & Rotella, F. (2021). Fear of missing out and social networking sites use and abuse: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 122, 106839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106839>
- 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>
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782-821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33-42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>

Zhang, Y., Shang, S., Tian, L., Zhu, L., & Zhang, W. (2023). The association between fear of missing out and mobile phone addiction: A meta-analysis. *BMC Psychology*, 11, 338.

<https://doi.org/10.1186/s40359-023-01376-z>

Zhang, Y., Li, S., & Yu, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273-290.

<https://doi.org/10.3724/SP.J.1041.2021.00273>