

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
بكالوريوس الإعلام الرقمي

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين

إعداد: روان صالح النزيان
الرقم الأكاديمي: ٢٢٢٠٠١٢٤٤

إشراف:
د. توفيق عمري

2026

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

**Fake News in Digital Media and Its Impact on Media
Credibility**
A Field Study on a Sample of Journalists

Prepared by: **Rawan Saleh Al-Nizyan**
ID: 222001244

Supervised by:
Dr. Tewfik Amri

2026

أولاً: خلفية المشكلة

شهد العالم خلال العقدین الأخيرین تحولاً جذرياً في بنية المنظومة الإعلامية، إذ أصبحت المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي المصدر الأول للأخبار لدى شرائح واسعة من الجمهور. وقد أتاح هذا التحول فرصاً غير مسبقة لتدفق المعلومات وسرعة انتشارها، غير أنه فتح في الوقت ذاته الباب أمام ظاهرة باتت تُشكّل تهديداً حقيقياً للممارسة الإعلامية المهنية، وهي ظاهرة الأخبار الزائفة (Fake News). فلم يعد إنتاج المحتوى الإخباري حكراً على المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تخضع لمعايير التحرير والتدقيق، بل أصبح بإمكان أي فرد أو جهة نشر معلومات دون رقابة أو تحقق، مما أوجد بيئة خصبة لانتشار المعلومات المضللة والملفقة على نطاق واسع وبسرعة فائقة.

وتتجاوز خطورة هذه الظاهرة مجرد نشر معلومات غير دقيقة، إذ إنها تُلقي بظلالها على مصداقية وسائل الإعلام برمّتها، بما في ذلك المؤسسات الإعلامية الجادة والملتزمة بالمعايير المهنية. فحين يعجز الجمهور عن التمييز بين الخبر الحقيقي والزائف، تتآكل ثقته بالمنظومة الإعلامية ككل، وهو ما يُنذر بعواقب وخيمة على مستوى الوعي العام واتخاذ القرار الفردي والجماعي.

ثانياً: أسباب ظهور المشكلة واختيار الموضوع

تعود ظاهرة الأخبار الزائفة في بيئة الإعلام الرقمي إلى جملة من العوامل المتشابكة، أبرزها: غياب آليات فعالة للتحقق من المحتوى على المنصات الرقمية، والسرعة الهائلة في تداول المعلومات التي لا تمنح وقتاً كافياً للتثبت، فضلاً عن خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي التي تُعطي الأولوية للمحتوى المثير والجاذب للتفاعل بصرف النظر عن دقته. كما تلعب الدوافع السياسية والاقتصادية والأيدولوجية دوراً محورياً في تمويل وترويج الأخبار الزائفة لتحقيق أهداف معينة. ويُضاف إلى ذلك تراجع مستوى الثقافة الإعلامية لدى شريحة واسعة من المتلقين، مما يجعلهم أكثر عرضة لتصديق المحتوى الزائف وإعادة نشره.

وقد وقع الاختيار على هذا الموضوع لعدة اعتبارات: أولها الراهنية الشديدة للظاهرة في ظل التوسع المتسارع في استخدام المنصات الرقمية، وثانيها الحاجة إلى استقصاء رؤية الصحفيين أنفسهم باعتبارهم الفاعلين الأساسيين في صناعة المحتوى الإخباري والأكثر إدراكاً لتداعيات هذه الظاهرة على المهنة، وثالثها محدودية الدراسات الميدانية العربية التي تناولت الموضوع من زاوية الممارسين الإعلاميين تحديداً.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، في مقدمتها: التعرف على تصورات الصحفيين لمفهوم الأخبار الزائفة وأشكالها في البيئة الرقمية، ورصد أبرز العوامل التي تُسهم في انتشارها من وجهة نظرهم، وقياس مدى تأثير هذه الظاهرة على مصداقية وسائل الإعلام كما يُدركها الممارسون الإعلاميون. كذلك تهدف الدراسة إلى الكشف عن الآليات والأدوات التي يعتمد عليها الصحفيون للتحقق من صحة الأخبار في عملهم اليومي، واستطلاع مقترحاتهم لمواجهة هذه الظاهرة والحد من تأثيرها السلبي على الممارسة الإعلامية.

رابعاً: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من بُعدين أساسيين: **الأهمية العلمية** المتمثلة في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بظاهرة الأخبار الزائفة، وتقديم إطار تحليلي يربط بين انتشار المعلومات المضللة وتآكل المصداقية الإعلامية من منظور الممارسين أنفسهم، وهو ما يُسهم في سد فجوة بحثية قائمة.

أما **الأهمية العملية** فتتجلى في تزويد المؤسسات الإعلامية وصنّاع السياسات الإعلامية بنتائج ميدانية يمكن الاستفادة منها في تطوير سياسات مكافحة الأخبار الزائفة، وتعزيز برامج التربية الإعلامية، وتحسين ممارسات التحقق من المعلومات.

خامساً: تحديد المفاهيم والمصطلحات

تتمحور الدراسة حول عدد من المفاهيم الجوهرية التي ينبغي تحديدها إجرائياً:

الأخبار الزائفة (Fake News): وتُعرّف إجرائياً بأنها المحتوى الإخباري الذي يُصاغ ويُنتشر عمداً بمعلومات كاذبة أو مضللة بهدف التأثير على الرأي العام أو تحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، ويتخذ شكل الأخبار المهنية لإضفاء المصداقية عليه.

الإعلام الرقمي: ويُقصد به مجمل المنصات والوسائط الإلكترونية التي تُستخدم في إنتاج المحتوى الإخباري ونشره وتداوله، بما في ذلك المواقع الإخبارية الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة.

المصداقية الإعلامية: وتُشير إلى مدى ثقة الجمهور في دقة المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام وموضوعيتها والتزامها بالمعايير المهنية.

التضليل الإعلامي (Disinformation): وهو النشر المتعمد لمعلومات خاطئة بقصد الإضرار أو التأثير، ويختلف عن المعلومات الخاطئة (*Misinformation*) التي تُنشر دون قصد التضليل.

سادساً: المنهج المستخدم وأدواته

تعتمد هذه الدراسة على **المنهج الوصفي المسحي** باعتباره الأنسب لرصد الظواهر الاتصالية وتحليلها كما هي في الواقع، ووصف طبيعة العلاقة بين انتشار الأخبار الزائفة وتأثيرها على المصداقية الإعلامية. وتستخدم الدراسة **الاستبانة** أداة رئيسية لجمع البيانات، تتضمن محاور تغطي: مفهوم الأخبار الزائفة وأشكالها، وعوامل انتشارها، وتأثيرها على المصداقية، وآليات التحقق المستخدمة، ومقترحات المواجهة. ويمكن تعزيز الاستبانة بإجراء **مقابلات** شبه مقننة مع عدد من الصحفيين ذوي الخبرة للتعمق في بعض الجوانب النوعية التي لا تُلتقط بالأداة الكمية وحدها.

سابعاً: مجتمع البحث وعينه

يتكون **مجتمع الدراسة** من الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية التي تمارس نشاطها في البيئة الرقمية، سواء في الصحف الإلكترونية أو القنوات التلفزيونية ذات المنصات الرقمية أو المواقع الإخبارية المستقلة.

أما عينة الدراسة فيُقترح أن تكون عينة قصدية (غرضية) من الصحفيين الممارسين، يُراعى في اختيارها التنوع في طبيعة المؤسسة الإعلامية وسنوات الخبرة والتخصص الإعلامي، وذلك لضمان تمثيل أوسع لمختلف وجهات النظر المهنية حول الظاهرة المدروسة.

ثامناً: أبعاد المشكلة وتأثيرها

تتعدد أبعاد مشكلة الأخبار الزائفة وتتشابك على عدة مستويات:

على المستوى المهني، تُقوّض الأخبار الزائفة جوهر العمل الصحفي القائم على الدقة والمصداقية، وتضع الصحفيين في موقف دفاعي دائم للتمييز بين عملهم والمحتوى الزائف.

وعلى المستوى المجتمعي، تُسهم في تشكيل رأي عام مبني على معلومات مغلوطة، مما يؤثر على القرارات الفردية والجماعية في مجالات حساسة كالصحة والسياسة والاقتصاد.

أما على المستوى المؤسسي، فإن تراجع ثقة الجمهور في وسائل الإعلام يُهدد الاستدامة الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية ويُضعف دورها الرقابي في المجتمع.

وعلى المستوى التقني، تُبرز الظاهرة إشكاليات عميقة تتعلق بمسؤولية المنصات الرقمية وقدرة التقنيات الحديثة، كالذكاء الاصطناعي والتزييف العميق، على تصعيد حدة المشكلة إلى مستويات غير مسبوقة.

تاسعاً: سبب استحقاق الموضوع للدراسة والبحث

يستحق هذا الموضوع الدراسة والبحث المعمق لأسباب جوهرية متعددة. فالأخبار الزائفة لم تعد ظاهرة هامشية بل تحوّلت إلى تحدٍّ بنيوي يُهدد أسس الممارسة الإعلامية المهنية والثقة العامة في المعلومات. كما أن تزايد الاعتماد على الإعلام الرقمي مصدراً رئيسياً للأخبار يجعل دراسة هذه الظاهرة ضرورة ملحة لفهم ديناميكيات تشكّل الرأي العام في العصر الرقمي.

ويُضاف إلى ذلك أن استقصاء رؤية الصحفيين أنفسهم يمنح الدراسة قيمة مضافة فريدة، كونهم الأقدر على تشخيص الظاهرة من داخل الحقل الإعلامي وتقديم رؤى عملية لمواجهتها. وأخيراً، فإن السياق العربي بحاجة ماسة إلى مزيد من الدراسات الميدانية في هذا المجال، لا سيما في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي تشهدها المنطقة.

التساؤل الرئيسي للدراسة

ما تأثير انتشار الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي على مصداقية وسائل الإعلام من وجهة نظر الصحفيين؟

ويتفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما تصورات الصحفيين لمفهوم الأخبار الزائفة وأبرز أشكالها في البيئة الرقمية؟

2. ما العوامل الرئيسية التي تُسهم في انتشار الأخبار الزائفة من وجهة نظر الصحفيين؟

3. ما مدى تأثير الأخبار الزائفة على مصداقية وسائل الإعلام كما يدركها الممارسون الإعلاميون؟

4. ما الآليات والأدوات التي يعتمد عليها الصحفيون للتحقق من صحة الأخبار؟

5. ما المقترحات التي يراها الصحفيون لمواجهة ظاهرة الأخبار الزائفة والحد من تأثيرها؟