

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي:
"أثر المحتويات المضللة للمؤثرين على سلوك المتلقي وبناءه المعرفي للواقع"
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في
الرياض

إعداد: ليان سعيد المقيّد

الرقم الأكاديمي: 233001537

تحت إشراف:

د/ توفيق عمري

2026

جامعة ميدأوشن

كلية الاعلام والتسويق

بكالوريوس الاعلام الرقمي

مقرر مشروع البحث

اسم الطالبة: ليان سعيد المقيد

رقم التسجيل: 233001537

استمارة الطالب (ة)

عنوان مشروع البحث:

أثر المحتويات المضللة للمؤثرين على سلوك المتلقي وبناءه المعرفي للواقع
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في الرياض

إقرار رسمي:

أقرُّ وأتعهد أنا الطالب(ة): ليان سعيد المقيد بتحملي المسؤولية الكاملة عن أصالة
الموضوع البحثي، وعدم انتحال أي محتوى علمي، وعدم الاستعانة بأي أشخاص أو
جهات خارجية في اختيار الموضوع أو إعداد المحتوى البحثي.

1- الإشكالية:

يرتبط تشكيل الوعي الإنساني في عصرنا الحالي بمدى التغلغل الذي تفرضه منصات التواصل الاجتماعي في تفاصيل الحياة اليومية؛ إذ لم تعد هذه المنصات مجرد قنوات ترفيهية عابرة، بل تحولت إلى مساحات تواصل بديلة تؤخذ منها مختلف المعارف، وتُبنى من خلالها التوجهات الفكرية والسلوكية لشرائح مجتمعية واسعة. ومع تطور شبكة الإنترنت وظهور هذه البيئات التفاعلية بين الناس، برزت ظاهرة "المؤثرين" الرقميين كقوة لها جمهور كبير يمتلكون قدرة التأثير المعنوي وتوجيه هذه الجماهير؛ لدرجة جعلت بعض المؤسسات الرسمية والمجتمعية تستعين بأصواتهم لدعم خطاباتها الترويجية والتوعوية

لكن الفكرة التناقضية التي تفرض نفسها كقضية بحث، تكمن في زيادة ظهور "المحتويات المضللة" التي يتم تمريرها عبر المؤثرين. حيث يتجاوز الكثير منهم حدود تخصصاتهم التأهيلية والعلمية، فيؤدي الواحد منهم دور "الخبير" في مجالات معرفية دقيقة وحساسة مستغلين الثقة الافتراضية التي بنوها مع متابعيهم

قال بوكسل اكينجي: (أستاذ التسويق والمبيعات في جامعة بورتسموث) " يتصرف العديد من المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي كقادة رأي أو خبراء في مجالاتهم، حيث يستغلون سلطتهم وخبرتهم وعلاقاتهم مع المتابعين للتأثير عليهم."

يتجسد هذا الخطر بشكل ملموس في نماذج واقعية أحدثت أضراراً مجتمعية وصحية بالغة؛ كالتسويق لما يُعرف بـ "نظام الطيبات" غير المعتمد، والذي استغل فيه صانع المحتوى وظيفته المهنية للترويج لأفكار خاطئة أدت إلى تعرض حياة العديد من المتلقين من فئة كبار السن للخطر الحقيقي وصولاً إلى حالات وفاة مثبتة.

إن خطورة القضية لا تقف عند حدود الضرر الفردي فحسب، بل تتعدى إلى أثر خطير ناتج عن التعرض المستمر للتلقين الرقمي للمعلومات الخاطئة والنجاحات

المصطنعة والذي بدوره يعيد تشكيل البناء المعرفي للمتلقى، ويخلق لديه فجوة المقارنة بين حياته الواقعية والزيف المعروض أمامه، إذ يصبح هذا التشوه المعرفي سلوكًا لدى الناس، كالتقليد الأعمى، والاضطراب الاستهلاكي، وتبني أنماط حياتية وصحية مبنية على الوهم.

بناءً على ما سبق، تتلخص المشكلة البحثية في طرح السؤال الرئيسي:
ما هو أثر المحتويات المضللة للمؤثرين على سلوك المتلقي وبنائه المعرفي للواقع؟

ومنه التساؤلات الفرعية التالية:

2- تساؤلات الدراسة:

- كيف تساهم البيئة الرقمية في التأسيس النظري لصناعة المؤثرين؟
- ما أثر المحتوى الاتصالي المضلل على المنظومة الاجتماعية؟
- ما هي الأهداف وراء النجاحات الوهمية للمؤثرين، وكيف تنعكس استراتيجياتهم على الواقع؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

- زيادة ظاهرة التضليل الإعلاني من قبل صناع المحتوى، وتحول جزء كبير من المنصات الافتراضية إلى مساحة لتصدير رغباتهم وتحقيق أهدافهم على حساب المشاهدة والتفاعل.
- تسجيل عواقب خطيرة وصلت إلى حد التهديد الجسدي مثل ضحايا الأنظمة الصحية العشوائية، مما يجعل دراسة الظاهرة واجباً مجتمعياً.

- زيادة الوعي تجاه تقمص المؤثرين لأدوار الخبراء والأطباء والمفتين دون امتلاك مؤهلات لذلك.
- فهم طبيعة العلاقة الاجتماعية التي تجعل المتلقي يركض خلف نجاحات وهمية وحياة مصطنعة، واعتقاده بأنها حياة واقعية.

4- أهداف الدراسة:

- معرفة الأسباب والوسائل التي تساعد المؤثرين في مواقع التواصل على كسب ثقة المتابعين وتسهيل عليهم نشر المحتوى المضلل.
- دراسة أثر التضليل على القيم والمجتمع ومدى تأثير هذا النوع من المحتوى على عادات المتلقي، وتقاليده ونظرته للمجتمع.
- تحديد التغيرات الواقعية للمتلقي وكيف يتحول هذا الوهم الرقمي إلى تصرفات حقيقية يقوم بها في حياته اليومية، مثل: السلوكيات الصحية والاقتصادية.

5- الدراسات السابقة:

1. دراسة منيرة بنت حمد الدوسري (2025)

- عنوان الدراسة: " آليات صناعة الموثوقية الوهمية للمؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على خيارات المتلقي الحياتية".
- بحثت هذه الدراسة في الطرق والأساليب النفسية والاتصالية التي يلجأ إليها صناع المحتوى لبناء ثقة وهمية مع متابعيهم، وكيف تنعكس هذه الثقة على قراراتهم. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان، وطُبقت على عينة (200) من المتابعين المتفاعلين.
- خلصت النتائج إلى أن المظهر الخارجي واستعراض الإنجازات، واستخدام العاطفة، هي أبرز عوامل صناعة الثقة مع الجمهور، والتي تدفع المتلقي لاتباع

خيارات مبنية على التضليل، وأوصت الدراسة بأهمية نشر الوعي بين مستخدمي المنصات لحمايتهم من التبعية بجهل.

تخدم هذه الدراسة في تقديم تفسير علمي لكيفية تقمص المؤثرين لأدوار الخبراء واستغلال ثقة الجمهور لنشر محتويات مضللة، وتساعدني في صياغة آليات الخداع الرقمي.

2. دراسة رانيا مصطفى الخطيب (2025)

-عنوان الدراسة: تزييف الوعي عبر منصات التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن المجتمعي.

هدفت الدراسة إلى قياس مدى تأثير الأخبار المغلوطة والمحتويات المضللة للمؤثرين على زعزعة القناعات الفكرية والقيم المجتمعية للمتلقي. طبقت الباحثة المنهج المسحي الوصفي، باستخدام أداة الاستبيان على عينة من (300) فرد من فئات عمرية مختلفة، وتوصلت الدراسة إلى أن التضليل الممنهج عبر الشخصيات المؤثرة ينجح في توجيه الرأي العام وتبني أفكار مغلوطة لا صلة لها بالواقع، مما يخلق فجوة ثقة بين المتلقي والمؤسسات الرسمية. وأوصت الدراسة بضرورة إطلاق حملات توعية مستمرة من خلال وسائل الإعلام للتعريف بأساليب الخداع الرقمي وتفنيدها.

يفيدني هذا النوع من الدراسة في صياغة ودعم فكرة أن خطورة المحتوى المضلل لا يقتصر على الفرد فقط، بل تتعداه لتصبح مشكلة مجتمعية.

3. دراسة سارة عبد الرحمن التميمي (2024)

-عنوان الدراسة: " دور المؤثرين الرقميين في تشكيل الصور الذهنية وإعادة بناء الواقع لدى الشباب".

هدفت الدراسة إلى استكشاف الآلية أو السلوك الذي يتخذه المؤثرون عبر منصات -تيك توك وإنستغرام- وأثره في تشكيل إدراك الجماهير للواقع ونظرتهم للمجتمع.

طبقت الباحثة المنهج الوصفي، باستخدام أداة الاستبيان بالمقابلة لعينة بلغت (150) فرد من الشباب الجامعي. وخلصت النتائج إلى أن التلقين البصري المستمر والتعرض ليوميات المؤثرين يبني "واقع افتراضي مواز" في عقل المتلقي أو كما نسميه "عالم موازي"، يجعله يقارن واقعه بالنجاحات الوهمية والمظاهر المعروضة أمامه، وهو ما يعيد تشكيل بناءه المعرفي للواقع وينعكس على سلوكه بالاغتراب والاضطراب الاستهلاكي، وأوصت الدراسة بإدراج مساقات "التربية الإعلامية الرقمية" في المناهج التعليمية لتدريب الشباب على الفرز النقدي للمضامين الرقمية.

تخدم هذه الدراسة المتغير التابع في دراستنا وهو البناء المعرفي للواقع؛ إذ تقدم تأصيلاً نظرياً جيداً لكيفية تحول "النجاحات الوهمية" للمؤثرين إلى صور ذهنية تزيّف وعي المتلقي بواقعه الحقيقي.

4.دراسة عبد الله بن صالح العتيبي(2024)

-عنوان الدراسة: "دور قادة الرأي الجدد في البيئة الرقمية في تشكيل الوعي الجمعي للجمهور".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة الدور الذي يلعبه المؤثرون في توجيه الوعي والمواقف الفكرية للجمهور. استخدم الباحث المنهج المسحي، وأداة الاستبيان الإلكتروني على عينة شملت (350) فرد من مستخدمي منصة (إكس)، أظهرت النتائج أن الجماهير تمنح المؤثرين ثقة تفوق في كثير من الأحيان المصادر الرسمية، مما يسهل نشر محتوى وأفكار مضللة تعيد تشكيل الوعي بشكل مشوه، وأوصت الدراسة بضرورة دعم المبادرات الأهلية والرسمية التي تفرز المحتوى الرقمي.

تخدم هذه الدراسة في دعم الإشكالية البحثية وتوضيح كيف يمتلك هؤلاء المؤثرون سلطة معنوية تمكنهم من التأثير على البناء المعرفي للمتلقي.

5.دراسة إيمان فهد الحارثي(2024)

-عنوان الدراسة: "الضوابط التشريعية والأخلاقية للمحتوى الاتصالي للمؤثرين عبر المنصات الرقمية".

بحثت الدراسة حول وجود الإطار القانوني والتشريعي والأخلاقي ودوره في ضبط ما ينشره المؤثرون عبر منصات التواصل الاجتماعي للحد من المحتويات المضللة والشائعات. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة تحليل الوثائق والقوانين الإعلامية بجانب الاستبيان، طُبّق على عينة من (120) فرد مختص إعلامياً. وأظهرت النتائج وجود فجوة تنظيمية يستغلها بعض المؤثرين لتمرير معلومات مضللة (خاصة في مجالات الطب والاقتصاد)، مما يوجب الإسراع في سن قوانين صارمة تحاسب نشر المعلومات غير الموثقة. وأوصت الدراسة بتشكيل مجالس رقمية لمراقبة وتدقيق محتوى وإعلانات المؤثرين.

تفيد الدراسة في صياغة مقترحات وتوصيات بحثي حول كيفية معالجة ظاهرة التضليل الرقمي من منظور تنظيمي وتوضيح أهمية وجود تشريعات تضبط سلوك المؤثرين وتحمي وعي المتلقي.

6.دراسة مريم عيساوي(2023)

-عنوان الدراسة: "أثر المحتوى الرقمي للمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الاستهلاكي للمرأة؛ دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات موقع إنستغرام بمدينة القالة".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير المحتوى الذي ينشره المؤثرون عبر منصات التواصل الاجتماعي في توجيه تصرفات المتلقين واختياراتهم،

واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي باستخدام أداة استمارة الاستبيان التي وُزعت على عينة (100) امرأة من متابعات موقع إنستغرام، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر قوي ومباشر لصنّاع المحتوى في إعادة تشكيل اهتمامات المتابعين وتوجيه سلوكهم الفعلي في الواقع من خلال صناعة حاجات وهمية تدفع المتلقي لتبني ممارسات يومية تحاكي ما يراه عبر الشاشة. أوصت الدراسة بضرورة زيادة الوعي والتربية الإعلامية لدى المتلقين وتفعيل الرقابة على المحتوى لتقليل فرص التضليل وتزييف الوعي.

تفيد هذه الدراسة بشكل مباشر في فهم وتفسير آليات تحول المحتوى الافتراضي المعروض خلف الشاشات إلى سلوكيات يتخذها المتلقي كأسلوب حياة.

7. دراسة خالد محمود مرسى (2023)

-عنوان الدراسة: "آليات التضليل الاتصالي في البيئة الرقمية وانعكاساتها السلوكية على الجمهور."

بحثت هذه الدراسة في الاستراتيجيات الاتصالية التي يعتمد عليها صنّاع المحتوى في نشر محتويات مضللة سواء كانت لغاية ترويجية أو أهداف أخرى، وتحديد انعكاساتها على سلوك الجماهير. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد على أداة "تحليل المحتوى" لمجموعة من الحسابات بجانب استمارة استبيان وزعت على عينة من (200) بحث. وأظهرت النتائج أن المؤثرين يستخدمون استراتيجيات جذب ذكية كالاستعطاف، والثقة المصطنعة، واستعراض الإنجازات لتمرير الزيف، مما يدفع المتلقي للتأثر والتقليد بدون وعي، وأوصت الدراسة بإنشاء منصات وطنية مدعومة بالذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار والمحتويات المضللة عبر وسائل التواصل.

تفيد هذه الدراسة في الإجابة على السؤال الفرعي الثالث لبحثي المتعلق باستراتيجيات التضليل وأهداف النجاحات الوهمية؛ إذ تقدم تحليل لربط الأساليب الاتصال الافتراضية بالسلوك الحقيقي المشوه في الواقع اليومي للمتلقي.

8.دراسة يوسف عبد الله الشمري(2023)

-عنوان الدراسة: "العلاقة بين كثافة التعرض لمحتوى المؤثرين والاضطرابات السلوكية لدى المراهقين والشباب"

ركزت الدراسة على قياس معدلات التعرض اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتحويلات السلوكية لدى المتلقي نتيجة التأثير بالمظاهر الزائفة للمؤثرين. استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي، وطبق استمارة استبيان إلكترونية على عينة من (250) فرد. وكشفت النتائج عن وجود علاقة طردية قوية بين كثافة التعرض والتقليد السلوكي الأعمى؛ فكلما زادت ساعات تصفح المتلقي لمحتوى المؤثر المضلل، زاد اتباعه وتبنيه لأسلوب حياته الوهمي وتخليه عن التفكير الناقد، وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور الأسرة في مراقبة وتنظيم الأوقات التي يقضيها الأبناء رقمياً، وحث المنصات على فرز الحسابات التي تبث محتويات عشوائية.

تساعد هذه الدراسة في تصميم الجزء الميداني؛ إذ تمنح مؤشرات واضحة لربط عدد ساعات المشاهدة والتلقي بحجم الأثر السلوكي والمعرفي، وهو ما يدعم صحة فروض وأسئلة دراستي الحالية.

9.دراسة محمد عبد العزيز زهران(2023)

-عنوان الدراسة: " التعرض للمعلومات المضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الإدراكي لدى الشباب الجامعي."

هدفت الدراسة إلى قياس العلاقة بين كثافة التعرض للمعلومات الرقمية المغلوطة وبين حدوث حالة من الاغتراب الإدراكي وفجوة المقارنة الاجتماعية لدى الشباب. طَبَّقَ الباحث المنهج الوصفي الارتباطي، مستخدماً استمارة استبيان ومقياساً للاغتراب النفسي والإدراكي على عينة من (180) طالباً وطالبة. وتوصلت الدراسة إلى أن التعرض بكثرة واستمرار للمعلومات المضللة والنجاحات المصطنعة يفرز تشوهاً معرفياً يفصل بين المتلقي وواقعه الفعلي، مما يولد اضطرابات استهلاكية ونفسية، أوصت الدراسة بإنشاء مراكز إرشادية

جامعية متخصصة لمعالجة الآثار النفسية والسلوكية الناتجة عن الاستخدام السلبي للمنصات.

تفيد هذه الدراسة في دعم متغير البناء المعرفي للواقع؛ إذ تقدم مؤشرات واضحة تجاه كيف يؤدي التضليل المستمر إلى خلق فجوة مقارنة وغربة للإدراك عند المتلقي، مما يساعد في تفسير الآثار العميقة للظاهرة في الجانب النظري للبحث.

10. دراسة أحمد بن علي الشهري (2022)

-عنوان الدراسة: "الشائعات الصحية عبر منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على الوعي الصحي للمتلقي".

هدفت هذه الدراسة إلى رصد انتشار المعلومات والمحتوى الطبي المضلل والشائعات الصحية التي يبيثها صناع المحتوى والمؤثرون غير المتخصصين عبر منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على توجيه قرارات المتلقي،

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، حيث طبقت على عينة من (400) فرد من الجمهور الذي تعرض لهذا النوع من المحتوى. وتوصلت الدراسة إلى أن الثقة المفرطة في المؤثرين تدفع إلى اتباع وصفات وأساليب علاج مضللة وغير معتمدة علمياً، مما يؤدي إلى أضرار صحية بالغة. وأوصت الدراسة بضرورة سن قوانين صارمة تحظر الإفتاء الطبي لغير المتخصصين من خلال مواقع التواصل، وتفعيل دور المؤسسات لنفي الأكاذيب الصحية.

تفيد الدراسة بشكل مباشر في الجانب التطبيقي للبحث، حيث تقدم مبررات علمية لتفسير كيف يثق الجمهور في أساليب صحية وهمية تؤدي إلى الوفاة أو الخطر، وبناء المحور الخاص بالآثار السلوكية والصحي للمحتوى المضلل.