

## تأثير الصحافة الإلكترونية العراقية في زيادة الوعي

الصحي لدى المجتمع العراقي

دراسة ميدانية على اخذ لقاح فايروس كورونا

The Impact of the Iraqi electronic press on

increasing health awareness among Iraqi

society

A field study on taking the Corona virus vaccine

إعداد الباحثة : هديل هشام إبراهيم القيسي

كلية الإعلام / جامعة الجنان ،

بيروت \_ لبنان

[Hadeel.alqaysi2000@gmail.com](mailto:Hadeel.alqaysi2000@gmail.com)

## الملخص

تناولت هذه الدراسة دور الصحافة الإلكترونية العراقية في زيادة الوعي الصحي ودورها في تعزيز ثقة الجمهور في اللقاح المضاد ضد فيروس كورونا ، وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية التي قامت بها المؤسسات الإعلامية في العراق بهدف تعزيز ثقة الجمهور في لقاح فيروس كورونا.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي ، واعتمدت على العينة المتاحة (214) مفردة، حيث قامت الباحثة بتصميم استبانة الكترونية، وقامت بتوزيعها ونشرها من خلال رابط الاستبانة على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل أن تشمل العينة أكبر عدد من متصفح الإنترنت في مجتمع الدراسة، واستمرت فترة جمع البيانات شهرين حتى اكتمل العدد المطلوب. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أكدت الدراسة على ان أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام الصحف الإلكترونية العراقية . كمصدر لمتابعه احداث المحلية والدولية ما توصل اليه العالم من مستجدات والاطول للخروج من هذه الأزمة. كما تبين أن تأثير الصحف الإلكترونية العراقية على أغلبية أفراد العينة كان تأثير إيجابي على سلوكه الصحي. كما ويرى اغلب أفراد مجتمع العينة أن الصحافة العراقية ولاسيما الإلكترونية منها تقدم معلومات كافية حول الوقاية من فيروس كورونا .

### الكلمات المفتاحية

الحملات الإعلامية ، الصحف الإلكترونية العراقية جائحة كورونا كوفيد 19، التوعية الصحية، لقاح فايروس كورونا.

### Abstract

This study dealt with the role of the Iraqi electronic press in increasing health awareness and its role in enhancing public confidence in the anti-coronavirus vaccine.

The study used the descriptive survey method, and relied on the available sample (214) individuals, where the researcher designed an electronic questionnaire, distributed it and published the questionnaire link on social networks in order for the sample to include the largest number of Internet surfers who are considered the study community, and the collection period continued. Data two months until the required number is completed. The study reached many results, the most important of which are: The study confirmed that most of the respondents prefer to use the Iraqi electronic newspapers. As a source for following up on local and international events, the world's developments and solutions to get out of this crisis. It was also found that the effect of the Iraqi electronic newspapers on the majority of the respondents had a positive effect on their health behavior. Most of the sample community members believe that the Iraqi press, especially the electronic one, provides sufficient information about the prevention of the Corona virus

**key words :** Media campaigns, Iraqi electronic newspapers, Corona virus Covid 19 pandemic, health awareness, Corona virus vaccine

## المبحث الاول

### الإطار المنهجي

#### المقدمة Introduction :

تزامنا مع التطورات الحاصلة في المجتمع العالمي، خاصة المجال الإعلامي، حيث ظهرت وسائل الإعلام الجديد التي تعتبر مصدراً للمعلومات في عصرنا الحالي حيث أصبحت محل اهتمام الجمهور بما في ذلك الصحافة الإلكترونية التي تحظى بمتابعة كبيرة خاصة في الأونة الأخيرة، وخصوصاً مع انتشار المستجدات الاخيرة حول الفايروس . ولعل أهم القضايا التي شغلت الراي العام مع نهاية 2019 وبداية 2020 منذ بداية ظهور الوباء العالمي كوفيد 19 فمنذ أن بدأت حالات الإصابة به تنتشر ووسائل الإعلام تتناول الموضوع يوميا حيث أعطته مساحات واسعة من الاهتمام، فالقنوات التلفزيونية خصصت لمستجداته مدة زمنية كبيرة، والقنوات الإذاعية كذلك والصحف المطبوعة خصصت العديد من صفحاتها لتغطية الحدث، ونفس الأمر ينطبق على الصحف الإلكترونية التي أعطت اهتماما بالغا لهذه القضية التي أصبحت حديث الساعة في العالم. ويعود اهتمام المتلقي بكل تفاصيل المرض هو ما تنشره وسائل الإعلام على اختلافها بما في ذلك الصحافة الإلكترونية العراقية التي سنتطرق لها في بحثنا هذا حيث سنقوم بدراسة ميدانية على عينة عشوائية من المجتمع 9 العراقي. لمعرفة التأثيرات التي تترتب عن أحداث ومستجدات كوفيد 19 المنشورة على صفحات الصحف الإلكترونية العراقية وحثهم على تلقي اللقاح .

إشكالية الدراسة : The problem of the study

لقد ساهمت الثورة الاتصالية في العصر الحديث في تطور مستمر ومتزايد في وسائل التواصل الاجتماعي، مما دفع العديد من المنظمات في القطاع العام والخاص إلى إعداد حملات إعلامية توعوية للتعريف بأهمية هذا اللقاح، ودوره في هدم، وانحسار الوباء والازمة، ومحاولة التقليل من مضاعفاتها، خاصة في ظل تنامي الشائعات. والتي أصبحت مصدر قلق للجمهور المتصفح ، تحد آخر يواجه منظمة الصحة العالمية،

وجميع وزارات الصحة، حيث أصبح الجميع يواجه الجائحة المعلوماتية الذي وصف بدسونامي المعلومات المضللة والشائعات لذا، فإن إشكالية البحث تنحصر في التعرف على دور الصحافة الإلكترونية والحملات الإعلامية للمنظمات الحكومية في تعزيز ثقة الجمهور في التطعيم ضد فيروس كورونا في ظل الشائعات المصاحبة له وتخوف العديد من اخذ اللقاح المضاد للفايروس.

### أهداف الدراسة : Objectives of the study

تسعى هذه الدراسة إلى الآتي:

التعرف على دور الصحافة و الحملات الإعلامية وذلك لتعزيز ثقة الجمهور في اللقاح المضاد لفيروس كورونا، خاصةً في ظل الشائعات المصاحبة للقاح والازمة بكل أوجهها.

الكشف عن الوسائل الإعلامية التي استخدمتها الحملات الإعلامية والتي يتعرض لها الجمهور أثناء الحملات الإعلامية في الصحف الإلكترونية العراقية والتي تسعى إلى تعزيز الثقة في التطعيم ضد فيروس كورونا".

الوقوف على الشائعات المصاحبة للقاح المضاد للفايروس في العراق .

التعرف على الأساليب التي استخدمتها الحملات الإعلامية من قبل وزارة الصحة العراقية من أجل تعزيز الثقة في التطعيم ضد فيروس كورونا".

### أسئلة الدراسة : Study Questions

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، تبرز أمامنا الأسئلة التالية:

1- ما دور الصحافة الإلكترونية العراقية وحملاتها الإعلامية في تعزيز ثقة الجمهور في اللقاح المضاد لفيروس كورونا في ظل الشائعات المصاحبة؟

2- ما أكثر الفنون الصحفية التي يتعرض لها الجمهور أثناء حملات التي تسعى إلى تعزيز الثقة في اللقاح المضاد لفيروس كورونا؟

3- ما أكثر الشائعات التي صاحبت لقاح "كورونا" في العراق؟.

- ٤- ما الأساليب التي استخدمت في الحملات الإعلامية من قبل الصحف الإلكترونية العراقية من أجل تعزيز الثقة في اللقاح ضد فيروس كورونا؟
- ٥- ما أكثر اللقاحات التي ارتبطت بالشائعات في العراق؟
- ٦- إلى أي مدى ساهمت الحملات الإعلامية في الصحف الإلكترونية العراقية في تعزيز الثقة في اللقاح ضد فيروس كورونا؟

### مصطلحات الدراسة Terminology :

تعريف الحملات الإعلامية CAMPAIGN : وهي من النشاطات الاتصالية المهمة مما دفع العديد من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال إلى تقديم تعريفات وتحديد مفاهيم مختلفة لها، منطلقين من اهتماماتهم وطبيعة وظائفهم واختصاصاتهم والأهداف المراد تحقيقها جراء تنظيم الحملة ، إضافة إلى تنظيم عناصرها وخصائصها .

ويمكن تعريف ايضاً بانها أنشطة متنوعة اتصالية يتم تصميمها بعناية من حيث اختيار الرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة لفئات الجماهير المستهدفة في وقت محدد من أجل إحداث الأثر المطلوب سواء لتعزيز، أو تدعيم اتجاه معين، أو إقناع الجمهور بفكرة معينة، أو تغيير سلوكيات معينة، أو تعديلها

فايروس كورونا (COVID-19) المرض الناجم عن فيروس كورونا المستجد المسمى فيروس كورونا – سارس -2. وقد اكتشفت المنظمة هذا الفيروس المستجد لأول مرة في 31 كانون الأول/ ديسمبر 2019م بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في "يوهان بجمهورية الصين الشعبية عرف (محمد عيسى 2020م) الشائعة بأنها عبارة عن ترويح خبر مختلق، غير صحيح او المبالغة في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي، أو الإقليمي، أو العالمي

الصحافة الإلكترونية العراقية Iraqi Electronic Press : هي صحف قائمة بذاتها. وإن كانت تحمل نفس إسم الصحيفة الورقية، وتتميز هذه الصحف بأنها تقدم الخدمات

الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وغيرها من مواد صحفية. كما تقدم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، مثل البحث داخل الصحيفة وخدمات الرد الفوري والتعليق والأرشفة وغيرها، فضلاً عن تقديم خدمة الوسائط المتعددة النصية والصوتية ويندرج تحت هذا النوع المواقع التابعة لمؤسسات إعلامية صحفية تقليدية كالصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية وتهدف مثل هذه المواقع إلى الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة. وإن هذا الشكل من الصحف الإلكترونية في الغالب لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وغير رئيسي. وتعد هذه المواقع شائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الويب. إذ أنها تقدم في بعض الأحيان مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم، أو منتجاً مخصصاً للنشر على الويب وهناك صحف تعتبر النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية وهي عبارة عن مواقع للصحف الورقية على شبكة الإنترنت إذ تقتصر خدماتها على تقديم كل أو جزء من مضمون مادة الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بها مثل خدمات الاشتراك والإعلانات والربط بالمواقع الأخرى وتعتمد هذه المواقع في إطلاق نسخة كربونية صماء من الصحيفة المطبوعة. إذ تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة من الصحيفة الورقية عدا المواد الإعلانية

### أولاً: دراسات السابقة العربية :

١- دراسة (الذيابي 2021) هدفت إلى معرفة مدى تعامل الجهات والهيئات الحكومية والمستقلة مع الشائعات الإلكترونية المصاحبة لفيروس كورونا من وجهة نظر المتحدثين الرسميين لتلك الجهات واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي"، وتم اختيار عينة بسيطة للمتحدثين الرسميين من الجهات الحكومية قوامها (35) مفردة تمثل مجتمع الدراسة.. أجاب منهم (25) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها أن المتحدثين الرسميين لديهم دراية كبيرة بمفهوم الشائعات الإلكترونية المصاحبة لوباء

"فيروس كورونا"، بالإضافة إلى عدم وجود مواقع رسمية تواجه الشائعات المصاحبة لفيروس كورونا والتثبت من صحتها، دون الرجوع للجهات المختصة، أو التحرك الميداني لمواقع الأحداث منار الشائعات

2- دراسة (إسلام وآخرون) 2021م تهدف إلى فحص الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا (COVID-19) ونظريات المؤامرة التي تم تداولها على منصات الإنترنت في محاولة لفهم الرسائل المضللة، ثم مراجعة التدخلات الإدارية هذه المعلومات المضللة، وزيادة قبول اللقاح حيث استخدمت الدراسة استمارة تحليل "المضمون عن طريق مجموعة واسعة من المصادر بما في ذلك Twitter, YouTube, Facebook, Google Fact Check, Google و توصلت الدراسة إلى عدد (637) شائعة ونظريات مؤامرة تتعلق بلقاح COVID-19 في (24) لغة من (52) دولة، وصنفت بنسبة 91% على أنها شائعات و 9 نظريات مؤامرة. تضمنت هذه العناصر مقالات إخبارية، وقصصاً على وسائل التواصل الاجتماعي، وتقارير عبر الإنترنت ومدونات أعجب بها ما يقرب من 103.3 مليون شخص، وشاركوها

3 - دراسة (mesGhadir&2021) : هدفت إلى استكشاف العوامل المؤثرة في اتجاهات الجمهور حول لقاح كورونا COVID-19 ، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على تحليل المقالات المنشورة من الفترة 1 يناير 2020م إلى 15 فبراير 2021م عبر الإنترنت. وكان من أهم نتائج هذه الدراسة أن اتجاهات الجمهور نحو لقاح فيروس كورونا (COVID-19) تتشكل من خلال عوامل متعددة الأوجه، ومتعددة المستويات من أبرزها – الخوف من الآثار الجانبية للقاح الذي لم يتم اختباره من منظور المبحوثين – نظريات المؤامرة – مخاوف بشأن مأمونية اللقاحات حدثا لقاحات -19 COVID-19 – معلومات غير كافية – بلد منشأ اللقاح.

4. هدفت دراسة (زيان 2021) إلى التعرف على استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا، وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وتم تحليل (4) مضامين (33) شائعة.. تلك التي قامت المواقع الإلكترونية

بمواجهتها. ومن أبرز نتائج الدراسة أن شائعات الخرافات والتضليل العلمي استهدفت المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 48.4% وتم استخدام الأسلوب بنسبة 33% لجذب المواطنين لتصدي هذه الشائعات

٥. دراسة (Marwa & Mohamed2021) هدفت إلى التعرف على فاعلية رسائل الإنترنت في توعية الجمهور بلقاح فيروس كورونا في محاولة لتقبل اللقاح، وعدم التردد في اتخاذ القرار، حيث تمت إجراءات الدراسة من خلال استطلاع الجمهور عبر الإنترنت خلال الفترة من أبريل إلى مايو 2021م في مصر. وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها اعتقاد الجمهور بأن مناعة القطيع كافية لحماية الجميع من فيروس كورونا! ويعتقد 79% أن المناعة بعد الإصابة بالفيروس أفضل من مناعة اللقاح.

٦. دراسة (هاجر عمر 2021): استهدفت التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والوسائل الجديدة مثل الفيس بوك للحصول على بيانات عن أزمة كورونا، واستخدم المنهج المسحي، ومنهج دراسة العلاقات الارتباطية والمنهج المقارن، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: أن عينة الدراسة يقضون وقتاً أطول على الفيسبوك من ذلك الوقت الذي يقضونه أمام التلفزيون للحصول على معلومات عن جائحة كورونا؛ بسبب استخدامهم الهواتف الذكية باستمرار بنسبة 1509665).

٧. دراسة (الشلول ، 2020) هدفت إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية لمؤسسة الحسين للسرطان في التأثير على معلمات المدارس الحكومية في مدينة إربد، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي"، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع المعلومات من خلال عينة قوامها (459) معلمة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن نسبة تعرض معلمات المدارس الحكومية لحملات مؤسسة الحسين للسرطان للتوعية كانت (68.2%)، بالإضافة إلى أن معلمات المدارس الحكومية في مدينة إربد يعتمدن على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها المصدر الأول في التعرف على الحملات التوعوية الخاصة بالكشف المبكر لسرطان الثدي من مركز الحسين للسرطان

٨. استهدفت دراسة (حجازي، 2020) التعرف على دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي لدى المرأة المصرية حول الكشف المبكر لسرطان الثدي بالتطبيق على حملة (100) مليون صحة. واستخدمت الدراسة المسح الإعلامي من خلال أداة الاستبانة التي بلغ عدد مفرداتها (400) سيدة. ومن أبرز نتائجها أن نسبة 55% من العينة أكدن وجود دور مؤثر لحملة 100 مليون صحة على رفع الوعي الصحي لديهن، ونسبة 713 أكدن أن الحملة أثرت فيهن وأصبحن يمارسن نشاطات صحية مثل تطبيق النظام الغذائي الصحي

٩. استهدفت دراسة (السريتي، 2020) التعرف على دور الحملات التوعوية في القنوات التلفزيونية المخصصة للأطفال في نشر الوعي الصحي لطلبة مرحلة الإعدادية بفيروس كورونا، ومعرفة تأثير الحملة على الأبعاد السلوكية والمعرفية. واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، وتم اختيار عينة بلغ عندها (300) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب، بناء على معدل الاستفادة من المعلومات التي تعرضوا لها وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، ووجود علاقة طردية بين معدل الاستفادة من تعرضهم لبيانات الحملة، ومعدل التأثيرات الاجتماعية، والسلوكية، والمعرفية (19).

١٠. استهدفت دراسة (العنزي، 2020) التعرف على دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة العراقية للأزمة الصحية أثناء انتشار فايروس كوفيد 19 عبر منصة الفيسبوك، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وأداتي الملاحظة العلمية، وتحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها أن إدارة العلاقات العامة لها دور في إدارة الأزمة الصحية من خلال تكثيف الأنشطة الاتصالية في تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة، وإخباره بمستجدات الأزمة، ودحض الشائعات.

١١. دراسة طه (2021) هدفت إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والإسكان على حساب الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا في إطار نظريتي التماس المعلومة وثرء الوسيلة وتعتبر من الدراسات المسحية استخدمت أداة الاستبانة بعينة قوامها (500) مبحوث، ومن أبرز نتائجها ارتفاع

نسبة من يستخدم حساب وزارة الصحة على الفيسبوك لمتابعة أخبار الجائحة وأغلبهم تابعوا حملات وزارة الصحة، وخاصة الحملات التي تشرح طرق الوقاية، وكيفية التعامل مع الجائحة

### أولاً : دراسات متعلقة بجائحة كورونا.

١٢. رصدت دراسة محمد الأمين، موسى (2020م) محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في العصر الرقمي، واستهدفت الدراسة التعرف على استراتيجيات وأساليب تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، كما استخدم الباحث فيها "المنهج المسحي، شملت عينة قصدية مكونة من أربع قنوات هي: (Fox News) و (CNN) الأمريكيتان و(قناة العربية سكاي نيوز العربية)، وقد خلصت الدراسة إلى أن تغطيات الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في العصر الرقمي اهتمت إلى حد كبير بالجانب الصحي للمجتمعات، وأكدت الدراسة أن القنوات عينة الدراسة اعتمدت على بيانات منظمة الصحة العالمية كمصدر أصيل بالنسبة للأخبار التي تتعلق بالجوانب الصحية.

١٣. هدفت دراسة (أبو عباة 2020) إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن تؤديه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا، ويُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية"، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من طالبات قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، حيث تم توزيع (422) استبانة على طالبات المستوى الخامس والثامن بالقسم محل الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: حرصت إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية على التعامل بمصداقية مع الجمهور، وتزويدهم بالأخبار التي تتعلق بالجائحة.

المصادر المعتمدة لدى المنظمات الطبية ذات الاختصاص، وتعد هذه الدراسة من الدراسات المسحية التي أجريت عبر الإنترنت على (645) طبيباً إيطالياً، وتوصلت

١٤. دراسة العنزي (2020) (20) التي تناولت موضوع استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في وقت الأزمات، وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الصحية، لا سيما أزمة جائحة كورونا، وتعد الدراسة من الدراسات المسحية التي استخدمت الملاحظة العلمية، وتحليل المضمون" كأداتين لجمع البيانات، وخلصت للعديد من النتائج أهمها: أن العلاقات العامة لها دور في إدارة الأزمات الصحية، من خلال استخدام عدة أساليب الإدارة الأزمة.

### ثانياً : الدراسات السابقة الأجنبية :

١. دراسة (gleno & Stephanie et 2021) كشفت معالجة الغموض المتعلق بوباء المعلومات (Infodemic) والمؤامرات التي حيكت حول المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على التحليل لأكثر من (6) ملايين تغريدة. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أنها أكدت على أهمية أخذ نظريات المؤامرة بجدية بدلاً من تجاهلها ببساطة؛ باعتبارها عوامل خارجية سلبية للأنظمة البيئية الرقمية

٢. دراسة (2021&esGhadir) : هدفت إلى استكشاف العوامل المؤثرة في اتجاهات الجمهور حول لقاح كورونا COVID-19، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على تحليل المقالات المنشورة من الفترة 1 يناير 2020م إلى 15 فبراير 2021م عبر الإنترنت. وكان من أهم نتائج هذه الدراسة أن اتجاهات الجمهور نحو لقاح فيروس كورونا (COVID-19) تتشكل من خلال عوامل متعددة الأوجه، ومتعددة المستويات من أبرزها – الخوف من الآثار الجانبية للقاح الذي لم يتم اختباره من منظور المبحوثين – نظريات المؤامرة – مخاوف بشأن مأمونية اللقاحات حدثاً لقاحات COVID-19 - معلومات غير كافية – بلد منشأ اللقاح.

3. دراسة (EstGalhardi2020) استهدفت تقديم تحليل لأكثر الأخبار المزيفة انتشاراً حول فيروس كورونا المستجد تلك التي تم تداولها عبر الشبكات الاجتماعية، وكيف يمكن أن تضر بالصحة العامة. وهي تعد من الدراسات التجريبية الكمية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: أن تطبيق الواتساب هو المنصة الأساسية لمشاركة الأخبار

المزيفة، يليها منصة الإنسجرام، ثم الفيسبوك، وأكدت الدراسة على أن الشائعات تساهم في تشويه سمعة المؤسسات العلمية والصحية العالمية.

4. هدفت دراسة Kit & ill 2020 إلى فحص دور عوامل المخاطر المنصورة والقلق والتغطية الإعلامية، والمعرفية في تشكيل المشاركة في السلوكيات الوقائية للصحة ونوايا التطعيم وللتوصل إلى نتائج الدراسة، تم تكليف عدد من أفراد السكان الأستراليين بغرض المسح عبر الإنترنت في موقع إحدى الجامعات باستخدام إعلانات الفيس بوك Facebook. وقد استهدفت الإعلانات جميع المستخدمين الذين تواجدوا أثناء المسح في أستراليا. وكان من أبرز نتائج الدراسة أن ثلثي المستجيبين كانوا على الأقل قلقين إلى حد ما من انتشار فيروس كورونا (COVID-19) بشكل كبير حيث كان مصدر قلقهم متعلقا بتفشي المرض، وساعدت متابعة التغطية الإعلامية على تعزيز سلوكيات الحماية الصحية وتدعيم نوايا التطعيم.

5. دراسة Brandt & Katalenichestt 2021 هدفت إلى توثيق الأساليب التنظيمية لتحديد ومعالجة الشائعات وتقديم توصيات عملية لتفشي مرض فيروس الإيبولا (EVD) في غرب إفريقيا. واعتمدت الدراسة على المقابلات شبه المنظمة 34 فردا شاركوا في الاستجابة لمرض فيروس الإيبولا " في ليبيريا، وسيراليون، وقد ركزت المقابلات على المنهج التنظيمي العام، والاستجابة التنظيمية لشائعات محددة. ومن أبرز نتائج الدراسة: أفاد معظم المستجيبين أن الشائعات تعد أولوية تنظيمية، وتزداد أهميتها بمرور مع الوقت.

6. دراسة (JANA STEHLI Kovo21) استهدفت استخدام التقنيات الرقمية، وتطبيقات الهواتف المحمولة لتتبع الموقع الجغرافي والاسم، في دولتين أوروبيتين جمهورية التشيك والنمسا، بعد أشهر من تفشي الوباء بهدف تحليل ما إذا كان التطبيقات apps امتثلت لوظائف حماية البيانات في الاتحاد الأوروبي والليبيرالية. المعايير. عدة أسباب أدت إلى اختيار هذين البلدين التحليلات أولا: يمثلان ولايتين متجاورتين لديهما أعداد متناسقة من الإصابات المؤكدة COVID-19 في سكانهما خلال الموجة الأولى من الجائحة. ثانيا: كلا البلدين كانا رواد أوروبا في إدخال تطبيقات التعريب الجغرافي

الوطني، فكل منهم يضع الإصدار الأول من التطبيق الخاص به قيد التشغيل فقط بعد أسابيع قليلة من تفشي المرض. لا يزال هناك اختلافات بين البلدان في الجوانب الأخرى ذات الصلة، مثل إعلان الدولة حالة الطوارئ، وجود أو عدم وجود حماية طويلة الأجل للبيانات الخطاب العام، والتواصل مع وظائف التطبيق والمعايير للجمهور. تحدد الموجة الأولى أيضاً الإطار الزمني ذا الصلة بدراسة الحالة، والذي يمتد من مارس حتى أغسطس 2020م، حيث كانت هذه الفترة غير عادية بسبب التحدي غير المتوقع للسلطات السياسية، ونقص الخبرة، والمبادئ التوجيهية داخل أوروبا. وقد كان الضغط للرد على الأزمة عالياً، في حين أن الخطوط الإرشادية كانت مفقودة في الغالب، وربما كانت آلية التحكم قد غابت وبالتالي فشل، الأمر الذي مهد الفرصة لإدخال بعض الممارسات غير الليبرالية

٧. دراسة (نولو وآخرون 2021) تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز اكتساب الشباب النيجيري لمهارات قيادة الأعمال، أثناء الحظر بسبب أزمة جائحة كورونا، وقد وظفت الدراسة النظرية الاجتماعية، ونظرية الاستخدامات والإشباع، واعتمدت هذه الدراسة على استبانات منظمة وزعت على (2000) مبحوث داخل ولاية أنامبرا". وقد أظهرت النتائج أن 71.4% من المستجيبين اكتسبوا مهارات في استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الحظر المفروض أثناء الجائحة

٨. دراسة سيجال (2020) (25) تناولت وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتحديث العلمي في أثناء جائحة COVID وهدفت الدراسة إلى التحقق من الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات الفورية، والصحيحة من المصادر المعتمدة لدى المنظمات الطبية ذات الاختصاص، وتعد هذه الدراسة من الدراسات المسحية التي أجريت عبر الإنترنت على (645) طبيباً إيطالياً، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أن المعلومات التي يتم مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي كان لها تأثير ثابت على المستجيبين. 23 دراسة العنزي (2020) (20) التي تناولت موضوع استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في وقت الأزمات، وهدفت الدراسة

إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الصحية، لا سيما أزمة جائحة كورونا، وتعد الدراسة من الدراسات المسحية التي استخدمت الملاحظة العلمية"، وتحليل المضمون" كأداتين لجمع البيانات، وخلصت للعديد من النتائج أهمها: أن العلاقات العامة لها دور في إدارة الأزمات الصحية، من خلال استخدام عدة أساليب الإدارة الأزمة.

## المبحث الثاني

### Theoretical framework الإطار النظري

#### أولاً: الحملات الإعلامية Media Campaigns

تعريف الحملات الإعلامية هي عبارة عن نشاطات اتصالية متنوعة يتم تصميمها بعناية كبيرة، من حيث اختيار الرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة لفئات الجماهير المستهدفة، وفي وقت محدد، من أجل إحداث الأثر المطلوب سواء كان لتعزيز، أو لدعم اتجاه معين أو محاولة لإقناع الجمهور بفكرة معينة، أو العمل على تعديل أو تغيير سلوكيات معينة. أنواع الحملات الإعلامية هناك عدة أنواع للحملات الإعلامية ومن أهم التقسيمات حسب الهدف ما يلي:

1. **الحملات الإخبارية:** والتي يكون هدفها الرئيسي هو إخبار الجمهور بما يحدث، أو سيحدث باعتبار هذا الأمر مهما لعدد كبير من الناس.
2. **حملات الصورة الذهنية:** وهي الحملات التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية لغرض إقناع الجمهور بتغيير اتجاهات أو تعديل سلوك معين، أو تعزيز ثقة الجمهور بحالة بقضية معينة، وقد تكون غير إقناعية. وعادةً ما تستخدم الدول والمؤسسات هذا النوع من الحملات لغرض التعريف عن نفسها، وإبراز مجهودها لكسب رضا الجمهور.
3. **الحملات التعليمية:** ويختص هذا النوع من الحملات بتقديم المعلومات الجديدة للجمهور دون التدخل في تغيير اتجاهاته، أو قناعاته بقصد توعيته بالوقاية من مرض معين، أو كيفية التصرف في حال حدوث أزمة معينة.

٤. الحملات الإقناعية: وهذا النوع من أصعب الحملات؛ لأن الهدف منها هو تغيير الاتجاهات أو السلوكيات، أو تعزيزها وتدعيمها، وتتطلب مهارات عالية في التخطيط، وتصميم رسائلها واختيار الوسائل المناسبة لتحقيق أهدافها ومن ضمن هذه الحملات الإعلامية هي الحملات التي عززت ثقة الجمهور المتلقي بأخذ لقاح فايروس كورونا.

بعد ان واجه العديد من الشائعات التي جعلت يشعر بالتخوف والتردد في تقبله للقاح وتعتبر من اصعب الحملات الإعلامية التي سامهت وبشكل جذاب ومميز ان ترفع من ثقه الجمهور المتلقي العراقي في لقاح فيروس كورونا.

### مفهوم الصحافة الإلكترونية العراقية

انطلقت الصحافة الإلكترونية العراقية على شبكة الإنترنت، لثنثي مشهداً إعلامياً جديداً، حيث ارتبطت بالثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، كونها تعد سبباً رئيساً في جعل المشهد الإعلامي في متناول الجميع، وبصورة كبيرة وواضحة المعالم، ونتيجةً لذلك أصبح المحتوى الإعلامي أكثر انتشاراً واسرع في الوصول إلى آفاق عديدة وأخرى جديدة، وإلى أكبر عدد ممكن من القراء المتصفحين .

حيث فتحت الصحافة الإلكترونية العراقية أبواباً مغلقة، وأصبحت أقرب وأسهل للمواطن العراقي ، وخاصةً فئة الشباب، مما جعلت له دور كبير في صنع وتشكيل الرأي العام العراقي ، والذي أصبح أكثر وعياً عما كان عليه في الصحافة التقليدية (الورقية)، فلم يعد الرقيب حكومياً، بل أصبح الرقيب هو الضمير المهني والموضوعية الإعلامية. وعلى الرغم من انتشار الصحافة الإلكترونية وتعددت عدد الصحف الإلكترونية في العراق الا انها لازلت في مرحلة التكوين قياساً كخلنوع الذي يتطور بشكل متسارع في كثير من دول العالم، إلا أنه لا يزال في بداياته في المنطقة العربية والعراق على وجه التحديد، ويحتاج إلى المزيد من التوضيح لمفاهيمه وقواعده ووسائله الإعلامية والفنية التي هي مزيج مابين الصحافة التقليدية وتكنولوجيا اتصال العصر الحديث.

### مجتمع الدراسة Study population:

١. الحدود الموضوعية: الحملات الإعلامية في الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تعزيز ثقة الجمهور في اللقاح المضاد لفيروس كورونا في .
  ٢. الحدود البشرية : سكان العراق من مواطنين ومقيمين
  ٣. الحدود المكانية : العراق .
  ٤. الحدود الزمانية: طبقت الدراسة في شهري أكتوبر، نوفمبر من عام ٢٠٢١-٢٠٢٢
- عينة الدراسة: تم اختيار العينة عن طريق العينة العمدية، حيث قامت الباحثة بتصميم استبانة الكترونية، وقام بتوزيعها على زملائه في الجامعات العراقية كمساعدين لنشر رابط الاستبانة من أجل أن تشتمل العينة على جميع محافظات العراق ، و استمرت فترة جمع البيانات شهرين حتى اكتمل العدد.
٥. أداة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة الدراسة التي تضمنت عدداً من الأسئلة المتعلقة بالحملات الإعلامية للمنظمات والمؤسسات الإعلامية ، (ودورها في تعزيز ثقة الجمهور في اللقاح المضاد لفيروس كورونا) في ظل الشائعات المصاحبة لها .

### أساليب المعالجة الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة، وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية البسيطة من خلال أسلوب التكرارات، والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها أداة الدراسة. تشير النتائج المعروضة في الجدول رقم (1) إلى أن غالبية أفراد العينة المبحوثة من الذكور، حيث بلغ نسبتهم (٥٢.٢ ٪)، بينما تمثل نسبة الإناث من أفراد العينة المبحوثة التي شملتها الدراسة (٤٧.٢ ٪).

### جدول رقم (1) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير النوع

النسبة	التكرارات	النوع	ت
٥٤.٢ ٪	١١٣	ذكر	١

عدد خاص لوقائع الندوة العلمية السنوية لقسم الدراسات الاقتصادية في مركز المستنصرية  
للدراستات العربية والدولية للعام 2023

٢	انثى	١٠١	٤٧.٢٪
	المجموع	٢١٤	١٠٠٪

تبين من نتائج الجدول رقم (2) أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة تقل أعمارهم من ٣٥ عاماً، حيث بلغت نسبتهم (٥٤.٢%) تليها نسبة (30,4%) الذين تتراوح أعمارهم من (٣٦\_45) اما نسبه الأفراد التي أعمارهم ما بين ٤٦\_ فالكبر بلغت نسبتهم (١٥,٤%) مما يشير إلى أن فئة الشباب الأقل من 25 عاماً هي الأكثر مشاركة في البحث.

**جدول رقم (2) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير العمر**

ت	العمر	التكرار	النسبة
1	25 – 18	116	54,2%
2	45 -35	65	30,4%
3	46 فاكبر	33	15,4%
	المجموع	214	100%

تبين النتائج المعروضة في الجدول رقم (3) أن غالبية عينة الدراسة (٤٦.٧%) يحملون درجة الدراسة الثانوية ، يليها (٤٢.١%) من العينة مؤهلهم العلمي الجامعي البكالوريوس أو دبلوم . يليها نسبة المبحوثين الذين يحملون درجة عليا أقل نقل نسبة حيث حلت على نسبة (١١.٢%) الأمر الذي يشير إلى أن غالبية أفراد العينة المبحوثة التي شملتها الدراسة لديهم مؤهل علمي ثانوي أو قد يكون مازال طالب جامعي ، وهو ما يشير إلى أن إجابات المبحوثين تكون أكثر

دقة وموضوعية من حيث الإدراك لأهمية البحوث العلمية والغرض منها وهي حالة إيجابية

**جدول رقم (3) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي**

النتائج المعروضة في الجدول رقم (4) أن غالبية عينة الدراسة والتي تبلغ (٧١%) من المبحوثين قد اصابوا بفايروس كورونا وهذا يبين مدى انتشار الفايروس في العراق بينما عدد المبحوثين الذين لم يصابوا بالفايروس كانت نسبه ضئيلة مقارنةً بالمجموعة التي سبقتها حيث بلغت نسبتهم (29%).

**جدول رقم (٤) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير (هل اصبت بفايروس كورونا؟)**

ت	هل اصبت بفايروس كورونا؟	التكرار	النسبة
---	-------------------------	---------	--------

عدد خاص لوقائع الندوة العلمية السنوية لقسم الدراسات الاقتصادية في مركز المستنصرية  
للدراسات العربية والدولية للعام 2023

١	نعم	١٥١	٪٧١
٢	لا	٦٣	٪٢٩
	المجموع	٢١٤	٪١٠٠

١	المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
	الثانوي	١٠٠	٪٤٦.٧

عدد خاص لوقائع الندوة العلمية السنوية لقسم الدراسات الاقتصادية في مركز المستنصرية  
لدراسات العربية والدولية للعام 2023

٢	الجامعي	٩٠	٤٢.١%
٣	العليا	٢٤	١١.٢%
	المجموع	٢١٤	١٠٠%

النتائج المعروضة في الجدول رقم (5) أن غالبية عينة الدراسة والتي تبلغ (72.4%) من المبحوثين قد تلقوا بلقاح المضاد لفيروس كورونا وهذا يبين مدى انتشار الوعي الصحي لدى افراد المجتمع العراقي ضرورة اللقاح في بينما عدد المبحوثين الذين لم يتلقوا اللقاح كانت نسبه ضئيلة مقارنةً بالمجموعة التي سبقتها حيث بلغت نسبتهم (٢٧.٦%).

جدول رقم (٥) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير عن ماذا اذا تلقى المبحوثين الدراسة اذا " اللقاح المضاد لفيروس كورونا

ت	المستوى	التكرار	النسبة
١	نعم	١٥٥	٧٢.٤%
٢	لا	٥٩	٢٧.٦%
ت	المستوى	التكرار	النسبة
١	المجموع	٢١٤	١٠٠%
٢	لا	٢٨	١٣.١%
	المجموع	٢١٤	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (6) نسبة متصفحى الصحف الإلكترونية العراقية ، حيث اكد (61.2%) أن انهم من مرتادي الصحف الإلكترونية العراقية بشكل دائم بينما بعض المبحوثين إجابتهم كانت بانهم أحياناً ماكانو يتصفح أ الصحف الإلكترونية العراقية حيث كانت نسبتهم (3٠.٤%) بينما من أجاب بانه نادرا ما يتصفحها كانوا بنسبة (٧.٥%) .بينما من لم تكن الصحف الإلكترونية العراقية من اهتماماته نسبة تكاد تكون شبه المعدومة وقليلة جدا وصلت إلى (٠,٩) ممن اجابوا بعدم تصفحهم الصحف الإلكترونية العراقية إطلاقاً..

جدول رقم (٦) يوضح ما اذا كان المبحوثين يفضلون تصفح الصحف الإلكترونية

العراقية على غيرها

الجدول رقم (٧) نسبة من يفضلون تصفح الصحف الإلكترونية العراقية

يوضح الجدول رقم (٧) نسبة من يفضلون تصفح الصحف الإلكترونية العراقية ، حيث اكد (٦٨.٩٪) أنهم يفضلون الصحف الإلكترونية العراقية الصحف الإلكترونية الأخرى. بينما البعض الآخر إجابتهم كانت بانهم لا يفضلون الصحف الإلكترونية العراقية على غيرها من الصحف حيث كانت نسبتهم (١٣.١٪) مما يؤكد ان أغلبية المبحوثين هم ممن يفضلون الصحف الإلكترونية العراقية على الصحف الإلكترونية الأخرى.

يوضح الجدول رقم(8) نسبة المبحوثين الذين يعتقدون ان للصحافة الإلكترونية العراقية دوراً بارزاً في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع العراقي حيث بلغت نسبة من ايد ان له دوراً مهماً في زيادة الوعي الصحي بنسبة (٧٤.٨٪) ممن أكدوا إجابتهم بنعم تليها

ت	المستوى	التكرار	النسبة
١	نعم	١٣١	٦١.٣٪
٢	أحياناً	٦٠	٢٨٪
٣	نادرًا	١٢	٥.٦٪
٤	لا	٥	٢.٣٪
٥	لا اعرف	٦	٢.٨٪
	المجموع	٢١٤	١٠٠٪

نسبة المبحوثين الذين اختاروا ربما واحتمالية كون لها دورا مهما وبارزاً بنسبة (١٣،1٪) تلتها نسبة من أجاب بالنفي واختار إجابة لا بنسبة (11.٧٪) واخيرا تليها خيار لا اعرف بنسبة ضئيلة جدا تكاد لا تذكر بنسبة (٠،٤٪).

جدول رقم (٨) يوضح ماهية نظرة مجتمع العينة من تصور حول اذا كان للصحافة

الإلكترونية العراقية دوراً بارزاً في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع.

ت	المستوى	التكرار	النسبة
١	نعم	١٦٠	٧٤.٨٪

عدد خاص لوقائع الندوة العلمية السنوية لقسم الدراسات الاقتصادية في مركز المستنصرية  
للدرا سات العربية والدولية للعام 2023

٢	لا	٢٥	١١.٧%
٣	ربما	٢٨	١٣.١%
٤	لا اعرف	١	٠.٤%
	المجموع	٢١٤	١٠٠%

الجدول

يوضح

رقم(٩) نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أن الصحف الإلكترونية العراقية نجحت في استقطاب المتصفح العراقي نحوها. حيث بلغت نسبة من ايد نجاح الصحافة الإلكترونية العراقية في استقطاب المتصفح العراقي نحوها بنسبة (٦٣%) ممن كانت إجابتهم بنعم تليها نسبة المبحوثين الذين اختاروا أحيانا واحتمالية كونها نجحت في ذلك بنسبة (٢٨%) تليها نسبة من أجاب باحتمالية ضعيفة في دورها وذل

عن طريق اختيار إجابة نادراً بنسبة(٤.٧%)، ونسبة المبحوثين الذين كانت إجابتهم عدم قدرة الصحافة الإلكترونية العراقية استقطاب المتصفح لازالت ضئيلة بنسبة (2.3%) واخيرا تليها خيار لا اعرف حيث كانت نسبة المبحوثين الذين لم تكن لهم فكرة عن مدى قدرة الصحافة الإلكترونية العراقية في استقطاب المتصفح العراقي نسبة ضئيلة جدا تكاد لا تذكر بنسبة (١.٩%).

جدول رقم (٩) يوضح ماهية نظرة مجتمع العينة من تصور حول اذا كان للصحافة الإلكترونية العراقية نجحت في استقطاب المتصفح العراقي نحوها

ت	المستوى	التكرار	النسبة
1	نعم	135	63%
2	أحياناً	60	28%
3	نادراً	10	4.7
4	لا	5	2.3
5	لا اعرف	4	1.9
	المجموع	214	100%

يوضح الجدول رقم(10) نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أن الصحف الإلكترونية العراقية تعتبر مصدراً من مصادر المعلومات لآخر مستجدات احداث الفايروس محليا وعالميا وكانت نسبة المبحوثين المؤيدين بنسبة (77.1%) بينما كانت نسبة المبحوثين الذين كانت إجابتهم أحيانا بنسبة (12.1%) تليها نسبة المبحوثين الذين اختاروا نادراً بنسبة (8.4%) تليها نسبة المبحوثين الذين لم تكن لهم فكرة عن السؤال بنسبة (2.3%).

ت	المستوى	التكرار	النسبة
1	نعم	165	77.1%
2	أحياناً	26	12.1%
3	نادراً	18	8.4%
4	لا اعرف	5	2.3%
	<b>المجموع</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

جدول رقم (10) يوضح ماهية نظرة مجتمع العينة من حيث كونها تعتبر مصدراً من مصادر المعلومات لآخر مستجدات احداث الفايروس محليا وعالميا يوضح الجدول رقم(11) نسبة المبحوثين الذين يرون مدى إمكانية الصحف الإلكترونية العراقية في حث المواطنين باخذ اللقاح المضاد لفيروس كورونا. وكانت نسبة المبحوثين المؤيدين بنسبة كبيرة من عينة الدراسة والتي كانت بنسبة(71.5%) اما بالنسبة التي تليها مجموعة المبحوثين الذين من وجدوا انه أحيانا ماتكون كذلك بنسبة (15.4%) بينما البعض الآخر إجابتهم كانت بانهم نادراً ما استطاعت إقناع المجتمع العراقي باللقاح وكانت نسبتهم (12.1%) تليها مجموعة المبحوثين الذين لم تكن لهم فكرة عن مدى استطاعت الصحافة الإلكترونية في العراق في حث المواطنين باخذ اللقاح بنسبة ضئيلة جدا تكاد لا تذكر وهي (0.9%). كما موضح في الجدول.

جدول رقم (11) يوضح إلى أي مدى استطاعت الصحافة الإلكترونية في العراق حث المواطنين باخذ اللقاح المضاد لفيروس كورونا.

ت	المستوى	التكرار	النسبة
---	---------	---------	--------

عدد خاص لوقائع الندوة العلمية السنوية لقسم الدراسات الاقتصادية في مركز المستنصرية  
لدراسات العربية والدولية للعام 2023

٧١.٥%	١٥٣	نعم	١
١٥.٤%	٣٣	أحياناً	٢
١٢.١%	٢٦	نادرًا	٣
٠.٩%	٢	لا اعرف	٤
١٠٠%	٢١٤	المجموع	

يوضح الجدول رقم (١٢) نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أن الحملات الإعلامية كان لها دور في زيادة ثقة المجتمع العراقي ببلقاح فيروس كورونا؟. وكانت نسبة المبحوثين المؤيدين بنسبة (٧٦.٢%) بينما كانت نسبة المبحوثين الذين كانت إجابتهم بالنفي بنسبة (٣.٧%) تليها نسبة المبحوثين الذين اختاروا ربما وإعطاء احتمالية اثرها على المجتمع بنسبة (١٥.٩%) تليها نسبة المبحوثين لم تكن لهم فكرة عن هذا الموضوع بنسبة (٤.٢%).

جدول رقم (١١) يوضح إلى أي مدى استطاعت الصحافة الإلكترونية في العراق كان لها دور في زيادة ثقة المجتمع العراقي ببلقاح فيروس كورونا.

جدول رقم (١٣)

رقم	النسبة	التكرار	المستوى	ت
	٧٦.٢%	١٦٣	نعم	١
	٣.٧%	٨	لا	٢
	١٥.٩%	٣٤	ربما	٣
	١٤.٢%	٩	لا اعرف	٤
	١٠٠%	٢١٤	المجموع	

يوضح ماهية نظرة مجتمع العينة من حيث إمكانية الصحف الإلكترونية العراقية التأثير على المجتمع تأثراً إيجابية في سلوكه الصحي . حيث نجد أن نسبة المبحوثين الذين كانت إجابتهم إيجابية بنعم كانت نسبة الأغلبية حيث وصلت إلى (٧٥.٢%) بينما من كانت

إجابتهم بالنفي كانت جدا قليلة بالنسبة لسابقتها حيث كانت نسبتهم (3.7%) تليها نسبة المبحوثين الذين اختاروا ربما وإعطاء احتماليه الإيجاب أو النفي بنسبة (15%) ثم نسبة المبحوثين الذين لم تكن لهم إجابة محددة واختيارهم للخيار لا اعرف بنسبة (6.1%) جدول رقم (١١) يوضح إلى أي مدى اثرت الصحف الإلكترونية العراقية السلوك الصحي للمجتمع العراقي.

ت	المستوى	التكرار	النسبة
١	نعم	١٦١	٧٥.٢%
٢	لا	٨	٣.٧%
٣	ربما	٣٢	١٥%
٤	لا اعرف	١٣	٦.١%
	المجموع	214	100%

### مناقشة النتائج Discussion of results

- ١ - واتفقت الدراسة مع دراسة (الشلول ، 2020) في مدى اعتماد الجمهور شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها المصدر الأول في التعرف على الحملات الإعلامية.
- ٢ - اتفقت الدراسة مع دراسة Kitt & Ji 2020 في مساهمة التغطية الإعلامية في تعزيز سلوكيات الحماية الصحية، وتدعيم نوايا التطعيم.
- ٣ - كما اتفقت مع دراسة (العنزي 2020) حول دور الحملات الإعلامية تجاه تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة وإخبارهم بمستجدات الأزمة، ودحض الشائعات.
- ٤ - كذلك اتفقت مع دراسة (حجازي 2020) حول دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي، حيث أكدت الدراستان على الدور الكبير للحملات الإعلامية في تعزيز وعي الجمهور تجاه الممارسات الصحية السليمة.
- ٥ - كذلك نجد انها اتفقت مع دراسة (درويش 2021) حول دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية تطبيقا على جائحة كورونا، حيث اتفقت الدراستان على أن هذه الوسائل الإعلامية الجديدة تجد إقبالا من جميع فئات المجتمع وذلك من خلال

نسبة المبحوثين في مجتمع العينة . حيث ترجح الباحثة سبب الاتفاق إلى أن مجتمع البحث واحد والذي يمثل جمهور المتصفحين للصحف الإلكترونية بشكل عام. بينما دراسة (درويش 2021) بينت أن الجمهور يهتم بمتابعة التطورات التي ترتبط بالجائحة ، بينما الدراسة الحالية أكدت أن الصحف الإلكترونية العراقية اهتمت بنقل المستجدات المتعلقة بلقاح كورونا. وهذا يجسد نجاح حملات الصحافة الإلكترونية العراقية في توضيح كل مستجدات اللقاح لدحض الشائعات

٦- توصلت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة هم من مرتادي الصحف الإلكترونية العراقية وهذا يدل على مدى ثقة الجمهور العراقي بها.

٧- أيضا توصلت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة العراقية ولاسيما الإلكترونية لمواجهة الشائعات المصاحبة للقاح وحث الجمهور المتلقي إلى أخذ اللقاح المضاد للفايروس مما ساعد على مواجهة الفايروس ومحاولة السيطرة عليه.

٨-توصلت الدراسة إلى أن الحملات الإعلامية كان لها دور في زيادة ثقة المجتمع العراقي بلقاح فيروس كورونا. وايضا نجد ان تأثيرها على المتلقي كان مؤثرات من حيث تغيير السلوكيات الصحية والوقائية لدى المجتمع مما يؤدي إلى تأكيد أهمية هذه الحملات الإعلامية في تغيير سلوكيات وتشجيع هم على اخذ اللقاح المضاد للفايروس.

### المقترحات propositions

أولاً : دراسة تأثير الصحف الإلكترونية العراقية في تعزيز ثقة الجمهور في أخذ اللقاح.  
2 - دور الحملات الإعلامية للصحف الإلكترونية العراقية في تعزيز مكانة الجمهورية العراقية لدى شعوب دول العالم الأخرى.

3- دور الحملات الرقمية في دحض الشائعات المتعلقة بلقاح كورونا.

٤ . دور الصحافة الإلكترونية أفي التأثير على سلوكيات الصحية والوقائية لدى المجتمع مما يؤدي إلى القدرة على التأثير في قراراتهم تجاه اللقاح وزيادة الوعي الصحي لدى المجتمع.

### المصادر والمراجع :Sources and references:

- 1- العوفي، عبد اللطيف، حملات التوعية الإعلامية الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية، الرياض، 1433هـ
- 2- تجربة المملكة العربية السعودية في الاستعداد، والاستجابة الصحية لجائحة كوفيد - 19، نشرة وزارة الصحة السعودية - أغسطس 2020م
- 3- محمد عيسى (م) الشائعات وكيف نواجهها، وكالة الصحافة العربية، مصر.
- 4- شاكر الذيابي الشائعات الإلكترونية عن فيروس كورونا وتعامل الجهات الحكومية السعودية معها من وجهة نظر المتحدثين الرسميين المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 25 من مارس 2021م.
- 5- استخدام الجمهور المصري للتليفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا، واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي. هاجر محمود محمد عمر.
- 6- عفاف عبد الله إسماعيل (2021م) ، اتجاهات الجمهور نحو دور تطبيق الفيس بوك في نشر الشائعات دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السوداني"، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي - برلين - ألمانيا - العدد السادس عشر.
- 7- دانا الشلول دور الحملات الإعلامية لمؤسسة الحسين للسرطان في تشكيل الوعي بسرطان الثدي لدى معلمات المدارس الحكومية في مدينة إربد، 2020م.
- 8- رشا حجازي دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية مجلة البحوث الإعلامية، العدد 54 الجزء الرابع، 2020م.
- 9- ولاء السريتي، دور الحملة الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا، وتأثيراتها على طالب المرحلة الإعدادية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 53، الجزء الثاني 2020.

١٠- نيلة نجاح العنزي، العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات الصحية دراسة تحليلية لإدارة أزمة فايروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 21/3/2020م إلى 21/4/2020 العدد /38/ المجلد الثالث مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية.

١١- منى، طه، دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحاتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا دراسة ميدانية، العدد الرابع والثلاثون الجزء الأو- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط.

12-Obiajulu Joel Nwolu, et al, the role of social media in enhancing entrepreneurship skill among Nigerian youths: COVID-19, Nwolu, 13- Faasse, K., & Newby, .Nnabuife&Nnabuife. Vol. 4 Issue 1 (2021)

J. (2020), Public perceptions of COVID-19 in Australia: perceived risk, knowledge, health- protective behaviors, and vaccine intentions. Frontiers in Psychology. 11

14-Brandt, A J., Katalenich , B., & Seal, D. W. (2021) Qualitative Review of Organizational Responses to Rumors in the 2014-2016 Ebola Virus Disease Outbreak In Liberia and Sierra Leone. Global Health, Science and Practice, 9(3) (654-667)V'B.

15-Stehliková J. (2021). The corona crisis, data protection and tracking apps In the EU: the Czech and Austrian COVID-19 mobile phone apps In the – virus. Mezinárodnívztahy, 56(1), 35-67.

16-Islam , M. S., Kamal, A. H. M., Kabir, A., Southern, D. L., S. H., Hasan, S. M., ... & Seale, H. (2021)COVID-19 vaccine rumors and conspiracy theories: The need for

cognitive inoculation against misinformation

to improve vaccine adherence. PloS one, 16(5),

e02516

17-Dasgupta, R., Mishra, P., & Yadav, K. (2021). COVID19 vaccination and the power of rumors: Why we must "Tune in".

Indian Journal of Public Health, 65(2), 206. ISO 690

18-Demystifying the COVID-19 Infodemic: Conspiracies, Context, and the Agency of Users Gagliardone, I., Diepeveen, S., Findlay, K., ..Olaniran, S

Pohjonen, M., & Tallam, E. (2021). Demystifying the COVID-19 Infodemic: Conspiracies, Context, and the Agency of Users. Social Media+ Society, 7(3), 20563051211044233

19-Jayyousi, G. F., Sherbash, M. A. M., Ali, L. A. M., El Heneidy, A., Alhussaini, N.W. Z., Elhassan, M. E. A., &Nazzal, M. Attitudes towards COVID- A. A. (2021). Factors Influencing Public 19 Vaccination: A Scoping Review Informed by the Socio-EcologicalModel. Vaccines, 9(6), 548.

Fagundes, M. & 20-Galhard, C. P., Freire, N. P., Minayo, M. C. D. S. C. M. (2020). Fact or fake? An analysis disinformation regarding the Covid-19 pandemic in Brazil. Ciência& SaúdeColetiva, 25, 4201-.4210.