

## ارزیابی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در کشور

مریم گل پرور<sup>۱\*</sup>

محمد سلطانی فر<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۴/۳۰

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش ارزیابی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در کشور می‌باشد. روش تحقیق به صورت کیفی و مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. برای گردآوری داده ها از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شده و تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز به روش استراوس و کوربین و مدل پارادایمی انجام گرفته است. نمونه گیری به روش نمونه گیری نظری و با بهره‌مندی از تکنیک‌های هدفمند (قضاوتی) انجام شده است. جامعه آماری مطابق با الگوی نظام‌مند نظریه داده بنیاد، از میان خبرگان و مدیران با سابقه فعال در حوزه واکسیناسیون انتخاب شدند. نتایج تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها طی فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی منتج به ارزیابی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در کشور بر مبنای نظریه پردازی داده بنیاد گردید، یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که مدیران با ارزیابی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در کشور ضمن توجه به تمامی مقوله‌ها و زیرمقوله‌های شناسایی شده در این پژوهش، با استفاده از مدل ارایه شده و اطلاعات و داده‌های تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در کشور، برای برنامه‌ریزی تمامی فرایندهای این حوزه تلاش کنند. این پژوهش لزوم توجه به الگوهای تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در کشور را نشان می‌دهد.

### واژگان کلیدی

تکنیک، تاکتیک، فضای مجازی؛ واکسیناسیون

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

[olomtaghighat940@gmail.com](mailto:olomtaghighat940@gmail.com)

<sup>۲</sup> دکتری، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

[Msoltanifar@yahoo.com](mailto:Msoltanifar@yahoo.com)

## مقدمه

عصر دهکده جهانی تکنولوژی های مجازی به عنوان یک پدیده جهان شمول فرصتی برای کاربران فراهم میکنند که بتوانند تمام اطلاعات و خدمات مورد نیاز خود را هر زمان و به هر میزان که بخواهند دریافت کنند (سورس و همکاران، ۲۰۲۱). زندگی امروز ما به رسانه در ابعاد مختلف گره خورده است، ارتباطات، ایده ها، اطلاعات و تصاویر دنیای ما را می سازند. رسانه ها علاوه بر اینکه همواره در جهت اطلاع رسانی، آگاهی بخشی به مردم، مطالبه گری، پاسخگویی مسئولان گام برمیدارد؛ اما در مقابل برخی رسانه نماها در فضای مجازی بدون هیچ گونه پشتیبانی رسمی با تغییر نگرش ها، تولید شایعات، کلی گویی و انواع تکنیک ها از جمله دروغ بزرگ و... اقدام به فرافکنی می کنند (عزیزی و همکاران؛ ۱۴۰۰). رشد چشمگیر مخاطبان شبکه های اجتماعی هرگونه اقدام تبلیغاتی و یا نشر هوشمندانه پیام ها در فضای مجازی بر بستر شبکه های اجتماعی، جامعه هدف را بدون درگیری و زور و اجبار نشانه گرفته و به صورت مستقیم و غیر مستقیم بر افکار مخاطبان خود اثر می گذارند. با افزایش ارتباطات مجازی توامان با آموزش از راه دور، دورکاری کارمندان ادارات دولتی و خصوصی، خریدهای آنلاین، استفاده از اینترنت و وسایل ارتباط جمعی از جمله گوشی های هوشمند افزایش چشمگیر یافته است. در دو سال اخیر نیز با فراگیری سریع ویروس کرونا، تمام رسانه ها و شبهه رسانه ها در فضای مجازی با ارسال پیام های مرتبط با این موضوع، تغییر سبک زندگی را دامن زده اند. محتوای تولیدات فضای مجازی مملو از انواع آمارها از جمله تعداد مبتلایان و بهبود یافتگان، آمار مرگ و میر، آمارانواع سویه های جدید کووید-۱۹، انواع واکسن های مختلف و مطالبی در باب شیوه های پیشگیری و درمان و... است که برخی از آنها بدون تعریف و توجیه و اقناع مخاطبان نشر پیدا کرده است (آقا حسینی، ۱۴۰۰). در فضای مجازی اعم از شبکه های اجتماعی و پیام رسان ها، برخی از منابع مردمی و غیررسمی با استفاده از واژه های نادرست و یا تبلیغات ماهرانه موضوعات را منعکس میکنند به طوری که مخاطب بدون اطلاع از صحت و سقم آن، موضوع را بپذیرد (فتحی، ۱۴۰۰). تکنیک ارائه پیشگویی های فاجعه آمیز از دیگر تکنیک های مورد استفاده در فضای مجازی در رابطه با کرونا ویروس است که با استفاده از آمارهای ساختگی مصیبت هایی را پیشگویی می کنند تا حساسیت مخاطب را افزایش دهند (تمیمی، ۱۴۰۰). همچنین با روش قطره چکانی می توان اطلاعات و اخبار را در زمان های مختلف به صورت سریالی در اختیار مخاطبان قرار می دهند تا مخاطب نسبت به این اخبار حرص و اشتیاق پیدا کند. با این حال، اشاعه مطالب غیرعلمی، عوام فریبانه در همه فضاها به خصوص فضای مجازی در مورد واکسن و بیماری کرونا موجب ایجاد هراس و شک در بین مردم می شود و این امر در کنترل بیماری تاثیر منفی دارد. این پژوهش قصد دارد عوامل کلیدی تعیین کننده مدل تاکتیک های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون را شناسایی و سپس مدلی جامع و بومی ارائه نماید که به مدد آن پرورش و توسعه مدیران مذکور با توجه به محدودیت های موجود، بیش از پیش تسهیل و تقویت شود. وجود چنین مدل جامعی میتواند، ابزاری استاندارد جهت تاکتیک های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در کشور به شمار رود. بر این اساس آگاهی از عوامل و عناصر اثرگذار بر تاکتیک های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در این زمینه امری لازم و ضروری است تا بتواند در این راستا اقدامات لازم را انجام دهد.

## مبانی نظری تحقیق

واکسیناسیون بر علیه بیماری کرونا یا کووید-۱۹ با نگاه های مثبت و منفی بسیاری مواجه شده است. در این نوشتار، ضرورت مقابله جدی با این بیماری از یک سو و بروز برخی عوارض ناشی از تزریق واکسن مورد توجه قرار گرفته است.

واکسن‌های معرفی شده جهت بیماری کووید-۱۹ یا کرونا مانند واکسن‌های دیگر یک فرآورده بیولوژیک هستند که در برابر یک بیماری میکروبی (باکتریایی یا ویروسی) مشخص، در بدن ما ایمنی فعال اکتسابی ایجاد می‌کنند. واکسن‌ها معمولاً برای پیشگیری از بیماری‌ها و ایجاد ایمنی در برابر آن‌ها استفاده می‌شوند. در طی فرایند جهانی شدن مبتنی بر فضای مجازی، انسان فارغ از قید و بندهای سنت و طبیعت دارای آزادی و استقلال عمل چشم‌گیری است و باید در فضای اجتماعی بسیار پهناور، دنیا و هویت خود را بسازد جهانی شدن با نفوذپذیر کردن و تخریب حد و مرزهای موجود، پیوندها و ارتباطات جهانی را افزایش داده، انسان‌ها را در فضای اجتماعی واحدی قرار می‌دهد، واکنش‌هایی را برمی‌انگیزد. این واکنش‌ها به صورت‌هایی گوناگون پدیدار می‌شوند؛ از جمله خاص‌گرایی و عام‌گرایی فرهنگی. در جریان جهانی شدن، یک جامعه بدون قلمرو بدون انسجام متشکل از جوانان پا به عرصه گذاشته است. این طبقه ظاهراً شامل گروه سنی خاصی است، هر چند در اصل در بر گیرنده شیوه‌های زندگی و مراحل از رشد روانی است که تحت عنوان «جوانی» می‌شناسیم. بیشتر فرهنگ جهانی را فرهنگ جوانان تشکیل می‌دهد. مصرف‌گرایی جهانی و محصولات تولیدی غرب جوانان سراسر دنیا را از طریق فیلم‌ها، موسیقی‌ها و رسانه‌های دیداری - شنیداری جهانی پیوند می‌دهد (ارول، ۲۰۱۲).

در همین راستا، رضایی (۱۴۰۰) به ارزیابی بررسی دلایل عدم استقبال مردم از تزریق واکسن کرونا و نقش اعتماد در تزریق واکسن مقاله پرداخته است. واکسن یکی از موفق‌ترین و مقرون به صرفه‌ترین ابزارهای بهداشت عمومی است که تا حد زیادی به حذف یا کنترل چندین بیماری جدی در قرن گذشته کمک کرده است. به همین دلیل برای کنترل همه‌گیری بیماری کووید-۱۹، علاوه بر اقدامات موثر بهداشت عمومی، انجام واکنش‌های عمومی، در کاهش بیماری و پیش‌گیری از مرگ و میر، ضروری است. با این حال، علی‌رغم ایمنی و اثر بخشی اقدامات ایمن‌سازی، تردید در انجام واکنش‌های عمومی، به یک مسئله و چالش جهانی تبدیل شده است و توسط سازمان بهداشت جهانی (WHO) نیز به عنوان یکی از ۱۰ تهدید نخست برای سلامت جهانی در سال ۲۰۱۹ معرفی شده است. تردید در واکنش‌های عمومی تحت تاثیر عوامل زیادی قرار دارد، با این حال، یکی از ویژگی‌های کلیدی تردید در واکسن، اعتماد به واکسن است. اعتماد عمومی در دریافت واکسن برای موفقیت جوامع در کنترل کووید-۱۹، ضروری است.

باقری (۱۴۰۰) به ارزیابی واکنش‌های عمومی کووید-۱۹: چالش‌ها و فرصت‌ها پرداخته است. کووید-۱۹ برای اولین بار در تاریخ ۱۷ دسامبر ۲۰۱۹، در شهر ووهان کشور چین شیوع و در ۱۱ مارس ۲۰۲۰ طبق اعلام رسمی سازمان جهانی بهداشت به صورت یک بیماری عالم‌گیر معرفی شد. برای دوران پسا کرونا تاریخ مشخصی نمی‌توان تعیین کرد. لذا لازم است مردم با توجه به نتایج علمی به دست آمده در رابطه با واکسن‌های کارآمد به دولت‌های خود اعتماد کنند. با توجه به پیامدهای زیادی که زدن واکسن کووید-۱۹ در ابعاد جسمانی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و روانی به همراه دارد، لازم است تدابیری در جهت آگاهی بیشتر مردم جامعه نسبت به مزایای واکسن اتخاذ گردد. همچنین با برگزاری کارگاه‌هایی در جهت معرفی مزایای تزریق واکسن برای گروه‌هایی که مخالف فرآیند زدن واکسن هستند می‌توان گامی در جهت افزایش آگاهی مردم نسبت به اهمیت زدن واکسن برداشت. به منظور تعیین نقش فرآیند تزریق واکسن در ارتقای سلامت روانی پیشنهاد می‌گردد داخل ایران مطالعاتی در این زمینه انجام شود.

بعلاوه بنداو و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای در کشور آلمان به این نتیجه رسیدند که تمایل به تزریق واکسن با اضطراب و ترس از بیماری رابطه مثبت دارد، همچنین شهروندانی که دارای اضطراب اجتماعی و مشکلات اقتصادی بودند واکسن هراسی داشتند ولی رابطه بین ابتلا به افسردگی و واکسن هراسی معنادار نبود. همچنین کارلسون و همکاران (۲۰۲۱) نیز در

پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که به هر میزان ادراک افراد از خطر بیماری بیشتر باشد و اعتماد بیشتری به ایمن و موثر بودن واکسن دارند به احتمال بیشتری واکسن می‌زنند

### مواد و روش تحقیق:

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی به حساب می‌آید. با توجه به خلا نظری موجود، از رویکرد نظریه داده بنیاد برای ارایه الگوی تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون استفاده شده است. رویکرد نظریه داده بنیاد یک نوع روش پژوهش کیفی است که به طور استقرایی یک سلسله رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای درباره پدیده مورد مطالعه ایجاد کند (استراوس و کوربین، ۱، ۲۰۰۸). در این پژوهش برای انتخاب نمونه از نمونه‌گیری هدفمند که از روش‌های نمونه‌برداری غیر احتمالی است، استفاده می‌شود. مفهوم نمونه‌گیری هدفمند که در پژوهش‌های کیفی به کار می‌رود به این معناست که پژوهشگر، افراد مورد مطالعه را از این رو برای مطالعه انتخاب می‌کند که بتوانند در فهم مسئله پژوهش و پدیده محوری مطالعه مؤثر باشند. بر این اساس، داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته با خبرگان جمع‌آوری شده است. جامعه آماری تحقیق را مدیران تشکیل می‌دهند. تمامی مصاحبه‌ها ضبط و برای کدگذاری با روش داده بنیاد، اصلاح و اخذ بازخورد، از آن‌ها بهره‌برداری شده است. در مجموع با ۱۵ نفر مصاحبه شده است. (جدول ۲) جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها تا جایی که امکان دستیابی به داده‌های جدید دیگری فراهم نبود، ادامه یافت. جدول ۳ به اختصار نوع‌شناسی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد:

### جدول ۱. نوع شناسی پژوهش

بعد	پژوهش حاضر	توضیحات
مبانی فلسفی	پارادایم تفسیری	برای کشف الگوی تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون به کار می‌رود.
جهت‌گیری	کاربردی- توسعه‌ای	کاربردی، زیرا با بررسی الگوی تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون، به ارائه پیشنهادات کاربردی می‌پردازد. توسعه‌ای، زیرا با ارایه مدلی با متغیرهای جدید دانش‌افزایی می‌کند.
رویکرد	استقرایی	ابتدا داده‌ها گردآوری می‌شود و سپس فرضیه‌های مرتبط ارایه می‌شوند. این رویکرد به دنبال نظریه‌سازی است.
گردآوری داده‌ها	کیفی	درک پدیده در بستر خود و درک معنایی که در ذهن آزمودنی‌ها وجود دارد، مدنظر است و نه کمیت داده‌ها.
هدف	اکتشافی	هدف، طراحی و تدوین مدلی جامع است که جنبه‌های بیشتری از پدیده تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی در مورد واکسیناسیون را نشان دهد.
راهبرد	نظریه‌پردازی داده بنیاد	با توجه به اهداف و پرسش‌های پژوهش.
ابزار و روش گردآوری داده	مصاحبه	برای اجرای نظریه‌پردازی داده بنیاد معمولاً از مصاحبه‌های چهره به چهره، نیمه ساختاریافته و غیرساختاریافته، مردم شناسانه و عمقی برای جمع‌آوری داده استفاده می‌شود.

به علاوه، در این پژوهش محقق بعد از هر مصاحبه، متون را از مصاحبه‌ها استخراج و کدگذاری کرده است. سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی بر روی داده‌ها انجام شد. بدین منظور ابتدا داده‌ها خط به خط خوانده و کدهای باز (که همان کلمات خود شرکت کنندگان است) استخراج گردید. با این حال، پس از انجام مصاحبه‌های علمی با خبرگان علمی و اجرایی در سازمان، الگوی تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکنش‌های بر مبنای روش داده بنیاد پدیدار گردید.

## بحث و ارائه یافته‌ها

### کدگذاری محوری

مرحله بعدی تجزیه و تحلیل در نظریه پردازی بنیادی، کدگذاری محوری است. هدف از این مرحله، برقراری رابطه بین مقوله‌های تولیدشده (مرحله کدگذاری باز) است. این کار بر اساس مدل الگویی انجام می‌شود و به نظریه پرداز کمک می‌کند تا فرایند تئوری را به سهولت انجام دهد. اساس فرایند ارتباط دهی در کدگذاری محوری، بر بسط و گسترش یکی از مقوله‌ها قرار دارد. البته انجام روند کدگذاری محوری از این راه پیچیده است و باید ضمن آن، چهار عمل تحلیل، مجزا و به طور همزمان انجام شود.

### کدگذاری باز

بخشی از تحلیل پژوهش استفاده از کدگذاری باز است. پس از اتمام مصاحبه‌ها، فرایند کدگذاری باز آغاز می‌شود، کدهای مصاحبه‌های انجام شده با ۱۵ نفر از خبرگان و متخصصان طی کدگذاری باز استخراج شد و در مرحله بعد این کدهای مشترک به انضمام کدهای بااهمیت از دید پژوهشگر به عنوان کدهای نهایی مشخص شدند. برای طبقه بندی دقیق مفاهیم بین مقوله‌ها باید هر مفهوم، بعد از تفکیک برچسب خورده و داده‌های خام به وسیله بررسی دقیق متن مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زمینه‌ای مفهوم سازی شوند.

### کدگذاری محوری

کدگذاری محوری، مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها را با توجه به ابعاد و مشخصات آنها با یکدیگر مرتبط می‌سازد. برای کشف نحوه ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر از ابزار تحلیلی استراوس و کوربین استفاده شد.

## شرایط علی

در این مدل شرایط علی رویدادهایی هستند که موقعیت‌ها و مسائل مرتبط با یک پدیده را خلق کرده و تشریح می‌کنند که افراد و گروه‌ها، چرا و چگونه به روش‌های خاصی پاسخ می‌دهند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸) شرایط علی شامل مواردی از مقولات است که به طور مستقیم بر تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکنش‌های تأثیر می‌گذارد یا این عوامل به گونه‌ای ایجادکننده و توسعه دهنده پدیده هستند. در این پژوهش سه مقوله نگرش شهروندان زیرساخت‌های موجود و انسجام ساختاری عوامل تجربی هستند که می‌توانند ایجادکننده شرایط علی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکنش‌های باشند، مقوله‌های مربوط به شرایط علی در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول (2) مقوله‌های علی (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۱	شرایط علی	نگرش شهروندان	نشان‌سازی برای فرایند واکسیناسیون تمرکز بر توسعه واکسیناسیون مشارکت همه شهروندان دستیابی به یکپارچگی و کارایی سیستم واکسیناسیون حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی تمایل پایدار شهروندان برای واکسیناسیون
		زیرساختهای موجود	همسویی با واکسیناسیون اهمیت واکسیناسیون فراهم سازی بستر مناسب ارتقای زیرساخت واکسیناسیون
		انسجام ساختاری	ساختار پویای سلامت گسترش اطلاعات مدیریت اطلاعات در فضای مجازی وجود انبوه شرایط واکسیناسیون تسهیل در فرایند واکسیناسیون تحلیل داده‌های مکانی اطلاعات و تجزیه و تحلیل‌ها داده کاوی رسانه‌های اجتماعی افزایش دانش شهروندان

### شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای بیانگر مجموعه خاصی از ویژگی‌های مربوط به پدیده است که به شکل عمومی به مکان رویدادها و وقایع مربوطه اشاره دارد. ویژگی‌های زمینه‌ای شامل عواملی می‌شوند که بدون آنها تحقق الگوی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون امکان پذیر نیست و زمینه شرایط خاصی را که در آن راهبردها برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد، فراهم می‌کنند. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم، مقوله‌ها و متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند (محمدی، ۱۳۹۳) در این پژوهش موقعیت راهبردی واکسیناسیون، فرایندهای ساختاری و تحولات ساختاری عوامل اصلی زمینه‌ای تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون هستند که در جدول 3 نشان داده شده است.

جدول (۳) مقوله‌های زمینه‌ای (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۲	شرایط زمینه‌ای	موقعیت راهبردی واکنش‌های	آگاهی رسانه‌ای توسعه واکنش‌های سیستم‌های هوشمند یکپارچه تحول استراتژیک توسعه آگاهی رسانه‌ای از طریق فضای مجازی
		فرایندهای ساختاری	بهینه‌سازی فرایندها و خدمات هوشمند تبلیغات هوشمند توسعه اطلاعات جامع استاندارد سازی واکنش‌های ارتقای هسته مرکزی واکنش‌های توسعه ابزارها (تجهیزات)
		تحولات ساختاری	توسعه فرایندهای واکنش‌های هوشمند ارتقای نیروهای انسانی خبره استفاده از رسانه‌های تبلیغاتی بهسازی و ساماندهی زیرساخت‌های موجود

**شرایط مداخله‌گر**

شرایط مداخله‌گر شامل شرایط عام‌تری همچون زمان، فضا و فرهنگ می‌شود که به عنوان تسهیلگر یا محدودکننده راهبردها عمل می‌کنند. این شرایط در راستای تسهیل یا محدودیت‌کنشی / کنشی متقابل در زمینه خاصی عمل می‌کنند. هر یک از این شرایط، طیفی را تشکیل می‌دهند که تأثیر آنها از بسیار دور تا بسیار نزدیک متغیر است (محمدی، ۱۳۹۳) در این پژوهش سه مقوله الگوی رفتاری، عوامل محیطی و سرمایه‌گذاری / تامین مالی به عنوان مقوله‌های شرایط مداخله‌گر بر مبنای الگوی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکنش‌های در نظر گرفته شده است که در جدول 4 نشان داده شده است.

جدول (۴) مقوله‌های مداخله‌گر (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۳	شرایط مداخله‌گر	الگوی رفتاری شهروندان	واکنش به پیام‌های مجازی بررسی کارایی فضای مجازی تغییر در الگوهای رفتاری شهروندان تغییر در الگوهای تصمیم‌گیری شهروندان بخش بندی فضای مجازی
		عوامل محیطی	موانع قانونی (دولت و خط مشی گذاری و). مشکلات زیرساختی کاهش حمایت دولت
		سرمایه گذاری / تامین مالی	عدم منابع مالی شفاف عدم گسترش فرهنگ واکسیناسیون کاهش توجه به نرم افزاری و سخت افزاری

**مقوله محوری**

پدیده مدنظر باید محوریت داشته باشد، یعنی همه مقوله‌های اصلی دیگر بتوانند به آن ربط داده شوند و به تکرار در داده‌ها ظاهر شود. به این معنا که در همه یا تقریباً همه موارد، نشانه‌هایی وجود دارند که به آن مفهوم اشاره می‌کنند. پدیده محوری، به ایده یا پدیده‌هایی اطلاق می‌شود که اساس و محو، فرایندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده می‌شود. در این پژوهش سه مقوله توجه به ذی نفعان، بستر سازی برای واکسیناسیون هوشمند و مدیریت یکپارچه واکسیناسیون به عنوان مقوله‌های محوری الگوی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در نظر گرفته شده است که در جدول 5 نشان داده شده است.

جدول (5) مقوله‌های محوری (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۴	مقوله‌های محوری	توجه به ذی نفعان	نقش شهروندان در واکسیناسیون جلب مشارکت ذینفعان ارائه نظرات کارشناسان واکسیناسیون اجتناب از فردگرایی
		بستر سازی برای واکسیناسیون هوشمند	گسترش دولت الکترونیک شفاف سازی اطلاعات آموزش بهینه شهروندان توجه به خلاقیت و نوآوری در فرایند واکسیناسیون



ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
		مدیریت یکپارچه واکسیناسیون	توسعه ابزارهای موجود فهم و درک شهروندان از خدمات شناخت تصویر ذهنی شهروندان نسبت به خدمات تقویت فرایندهای واکسیناسیون

### راهبردها

راهبردها در واقع طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که خروجی مقوله محوری مدل بوده و به پیامدها ختم می‌شوند. راهبردها، مجموعه تدابیری هستند که برای مدیریت، اداره یا پاسخ به پدیده تحت بررسی اتخاذ می‌شوند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸) در این پژوهش سه مقوله، فرهنگ سازی، ارتقای سیستم تبلیغاتی در فضای مجازی و طراحی واکسیناسیون هوشمند به عنوان راهبردها بر مبنای الگوی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون در نظر گرفته شده است که در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول (۶) مقوله راهبردها (کنش / واکنش، اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
		فرهنگ سازی	همسو سازی شهروندان با واکسیناسیون آموزش و ارتقای سطح فرهنگی شهروندان تمرکز بر آگاهی سازی ارتقای جایگاه از طریق سمینارها تعاملات همه جانبه با الگوهای واکسیناسیون
۵	تبلیغات	ارتقای سیستم تبلیغاتی در فضای مجازی	فرایند تبلیغات هوشمند استفاده از سلبریتی و اینفلوئنسرها انتخاب کانالهای تبلیغاتی کارآمد ایجاد باشگاه سلامت استفاده سیستم های اطلاعاتی آنلاین تمایز فرایند واکسیناسیون از طریق تبلیغات
		طراحی واکسیناسیون هوشمند	بهینه سازی سیستم های اطلاعاتی دیجیتالی کردن سیستمها ایجاد سطح بالاتری از رابط بین شهروندان و دولت استفاده از سیستم‌های نوآورانه توسعه ICT

## پیامدها

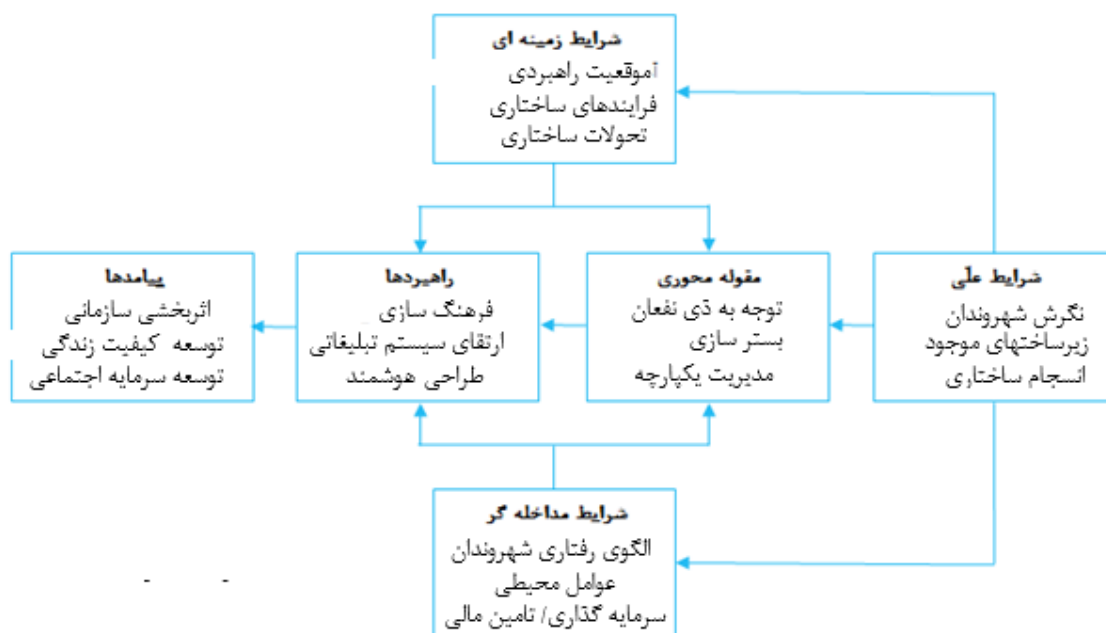
پیامدها همان برون دادها یا نتایج کنش‌ها و واکنش‌ها هستند (محمدی، ۱۳۹۳) بخش آخر مدل پیامدهای الگوی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون مرتبط است. با توجه به کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شده‌اند، سپس با توجه به حرکت رفت و برگشت میان تم‌ها و مفاهیم مقوله-های اصلی استخراج و نامگذاری شده‌اند و بر همین اساس پیامدها در سه بخش مربوط به اثربخشی سازمانی، توسعه کیفیت زندگی، توسعه سرمایه اجتماعی به عنوان پیامدهای الگوی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون طبقه بندی شده است. جدول ۷ مقوله‌ها و مفاهیم مربوط به پیامدها می‌پردازد.

جدول (۷) مقوله پیامد (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۶	توسعه کیفیت زندگی	اثربخشی سازمانی	ترغیب شهروندان بالقوه تبلیغات گسترده از طریق فضای مجازی حفظ روابط بلندمدت با شهروندان توسعه محصول و معرفی واکسیناسیون افزایش راندمان و رقابت پذیری
		توسعه کیفیت زندگی	زندگی هوشمند و سالم ارتقای کیفیت واکسیناسیون کیفیت بخشی به خدمات ارتقای امکانات رفاهی و آسایش
		توسعه سرمایه اجتماعی	شهروند هوشمند دسترسی سریع به سیستم‌های هوشمند یکپارچه مدیریت پشتیبانی بهتر از خدمات واکسیناسیون ایجاد چشم انداز جامع از واکسیناسیون مدیریت تجربیات واکسیناسیون

## مدل پارادایمی

مدل پارادایمی این تحقیق بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کوربین طراحی شد. با وجود این عوامل و شرایط، مدل و فرایند الگوی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکسیناسیون طراحی شد. مدل پارادایمی پژوهش به شرح شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل پارادایمی پژوهش

### نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

نتایج حاصل از این پژوهش برای سیاست‌گذاران در شناسایی شاخص‌ها و همچنین برنامه‌ریزی برای فراهم کردن بستر مناسب به منظور توسعه واکنش‌های مفید خواهد بود. به علاوه با توجه به نبود پژوهش‌های جامع در زمینه ارزیابی تکنیک و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکنش‌های در کشور، یافته‌های این پژوهش گام آغازین مؤثری برای پژوهش‌های آینده در این زمینه قلمداد می‌شود. هر پژوهشی در زمینه تاکتیک‌های به کار گرفته شده در فضای مجازی و تاثیر آن بر واکنش‌های مانند این پژوهش، تلاشی برای ایجاد سهمی در ادبیات پژوهش در این حوزه است.

مدیران باید توجه داشته باشند که انعطاف‌پذیری در ارائه خدمات واکنش‌های واکنش‌گویی مطلوب به درخواستهای شهروندان موثر است و یکی از راه‌های عمده‌ای است که یک برند می‌تواند توسط آن، خود را از رقبایش متمایز سازد. شهروندان پس از اینکه خدمتی را دریافت نمودند ارزش آن را از لحاظ ذهنی با انتظارات خود مقایسه می‌کنند، اگر ذهنیت نسبت به خدمات برابر و یا از حد انتظار شهروندان فراتر باشد در آن صورت احتمال مراجعه به ارائه‌کننده خدمات واکنش‌های واکنش‌گویی در آینده وجود دارد و این کیفیت درک شده از طریق بازاریابی رسانه‌های اجتماعی منجر به ایجاد ارزش در میان شهروندان می‌گردد. لذا ندیرام باید در صدد شناخت بیشتر و بهتر انتظارات شهروندان در مورد خدمات مورد درخواستشان باشند تا بتوانند با افزایش ویژگی‌های خدمات واکنش‌های واکنش‌گویی درک شده شهروندان از واکنش‌های واکنش‌گویی را افزایش دهند.

در فضای مجازی وقتی که در ارائه خدمتی به شهروندان خود، به آنها وعده می‌دهند که آن را به طور صحیح و دقیق انجام می‌دهند، همچنین جهت پاسخدهی مطلوب به شهروندان و بدنبال آن انجام واکنش‌های واکنش‌گویی آنان بیشترین توجه را به این بعد و مخصوصاً مولفه برخورد مناسب و محترمانه کارکنان داشته باشند؛ و این مهم به گونه‌ای باشد که کارکنان خود را موظف به ایفای دقیق وظایف خود بدانند. بدون آنکه عامل بیرونی آنها را وادار به انجام وظیفه نمایند.

با توجه به این که نیازها و خواسته های شهروندان به مرور زمان تغییر می کند؛ بنابراین مدیران سازمان باید ضمن ارائه محصول مطابق با سلیقه شهروندان پیمایش هایی برای سنجش آگاهی شهروندان در بخش واکسیناسیون به صورت منظم انجام دهند

سطح بالایی از کیفیت درک شده واکسیناسیون منجر به جلب اعتماد شهروندان میگردد. لذا با تاکید بر ایجاد روابط با کیفیت در جهت گرایش شهروندان به واکسیناسیون حرکت کرد. این راستا مدیران باید با استفاده از روابط عمومی و تبلیغات واکسیناسیون خود را متمایز نماید تا با ایجاد شناخت صحیح شهروندان را به این سمت هدایت کرد.

جهت تقویت کیفیت ارتباط با شهروندان در رابطه واکسیناسیون، برنامه های ویژه ای جهت پاسخ به سوالات شهروندان و جلوگیری از سردرگمی آنها و دریافت پیشنهادات و نظرات مفیدشان بکار گرفته شود. چنین اقداماتی ممکن است ساده به نظر آید ولی می تواند تصویر مطلوب تری از واکسیناسیون در ذهن شهروندان ایجاد نماید

مدیران می توانند با درپیش گرفتن رویکردی پویا، به ویژگی های در رسانه های اجتماعی به منزله دو حوزه عملکردی راهبردی در بخش واکسیناسیون، توجه کنند. این دو مفهوم باید به عنوان فرآیندهایی نظاممند مورد توجه قرار گیرند تا بتوانند به پیشبرد اهداف راهبردی سازمان و ارتقای اثربخشی خدمات واکسیناسیون مساعدت کنند. مدیران باید با ایجاد ساختارها، فرآیندها و سیستم های مناسب و توسعه روابط مجازی با شهروندان، تعاملی هم افزا بین ارتباطات با شهروندان در فضای مجازی ایجاد کنند تا بتوانند از اینها برای خلق تصویر مطلوب از واکسیناسیون بهره برداری کنند.

در راستای بررسی نتایج به پژوهشگران آتی توصیه می شود که با استفاده از تکنیک دلفی فازی به شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر واکسیناسیون در کشور در فضای مجازی مبادرت نمایند.

این پژوهش به صورت مقطعی انجام شده است، به این دلیل، نتیجه گیری درباره علیت را دشوار می سازد. تعداد زیاد پرسش های پرسشنامه ها به طولانی شدن زمان اجرای آن انجامید که بر مقدار دقت پاسخ های شرکت کنندگان بی تأثیر نبوده است.

## منابع

آقا حسینی شیما سادات. تجربه زندگی بیماران بهبود یافته مبتلا به کووید-۱۹: مطالعه پدیدارشناسی تفسیری. حیات. ۱۴۰۰؛ ۲۷ (۴): ۳۸۶-۳۷۴

تمیمی هاجر، طهماسبی رحیم، دارابی امیرحسین، نوروزی آزیتا. نقش پیشگویی کنندگی سواد واکسیناسیون و تردید نسبت به واکسن، بر پذیرش واکسیناسیون کووید-۱۹. طب جنوب. ۱۴۰۰؛ ۲۴ (۶): ۶۰۹-۵۹۷

عزیزی مهکویه سعیده، راستی آرزو، اسدپور اصل عاطفه، رحیمی سهیل، کردباقری محمدرضا. بررسی تأثیر آگاهی بخشی چهره به چهره بر اضطراب بیماران مبتلا به ویروس کووید-۱۹: یک مطالعه نیمه تجربی. حیات. ۱۴۰۰؛ ۲۷ (۴):

۴۴۶-۴۵۸

1. Taheri S. A Review On Coronavirus Disease (Covid-19) And What Is Known About It. *Depict Health* 2020; 11(1): 87-93. (Persian)
2. WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. Situation by Region, Country, Territory & Area [Data Table]. (Accessed September 17, 2021, at <https://covid19.who.int/table>)
3. Irani M. Review on the Symptoms, Transmission, Therapeutics Options and Control the Spread of the Disease of COVID19. *Alborz Univ Med J* 2020; 9(2): 171-80. (Persian)

5. Fathi A, Sadegi S, Maleki Rad AA, et al. Effect of Health-promoting Lifestyle and Psychological Well-being on Anxiety Induced by Coronavirus Disease 2019 in Non-medical Students. *J Arak Uni Med Sci* 2020; 23(5): 698-709. (Persian)
6. Harapan H, Wagner AL, Yufika A, et al. Acceptance Of a COVID-19 Vaccine In Southeast Asia: a Cross-Sectional Study In Indonesia. *Front Public Health* 2020; 8: 381.
7. Ratzan SC. Vaccine Literacy: A New Shot for Advancing Health. *J Health Commun* 2011; 16(3): 227-9.
8. Lorini C, Santomauro F, Donzellini M, et al. Health Literacy And Vaccination: A Systematic Review. *Hum Vaccin Immunother* 2018; 14(2): 478-88.
9. Williams L, Gallant AJ, Rasmussen S, Brown Nicholls LA, Cogan N, Deakin K, et al. Towards Intervention Development To Increase The Uptake Of COVID-19 Vaccination Among Those At High Risk: Outlining Evidence-Based And Theoretically Informed Future Intervention Content. *Br J Health Psychol* 2020; 25(4): 1039-54.
10. Biasio LR. Vaccine Literacy Is Undervalued. *Hum Vaccin Immunother* 2019; 15(11): 2552-3.
11. Wang X, Zhou X, Leesa L, et al. The Effect Of Vaccine Literacy On Parental Trust And Intention To Vaccinate After A Major Vaccine Scandal. *J Health Commun* 2018; 23(5): 413-21.
13. Soares P, Rocha JV, Moniz M, et al. Factors Associated With COVID-19 Vaccine Hesitancy. *Vaccines* 2021; 9(3): 300.
14. Biasio LR, Bonaccorsi G, Lorini C, et al. Assessing COVID-19 vaccine Literacy: A Preliminary Online Survey. *Hum Vacc Immunother* 2021; 17(5): 1304-12.
15. MacDonald NE. Vaccine Hesitancy: Definition, Scope And Determinants. *Vaccine* 2015; 33(34): 4161-4.
16. Dodd RH, Cvejic E, Bonner C, et al. Willingness To Vaccinate Against COVID-19 In Australia. *Lancet Infect Dis* 2021; 21(3): 318-9.

## The investigating the techniques and tactics used in cyberspace to encourage people not to get vaccinated in the country

Maryam Golparvar \*<sup>1</sup>  
Mohammad Soltani Far <sup>2</sup>

### Abstract

The main goal of this research is to evaluate the technique and tactics used in cyberspace and its effect on vaccination in the country. The research method is qualitative and based on foundational data theorizing. Semi-structured interviews were used to collect data, and data analysis was done using the Strauss and Corbin method and the paradigm model. Sampling was done by theoretical sampling method and using targeted (judgmental) techniques. According to the systematic model of database theory, the statistical population was selected from among experts and managers with active experience in the field of vaccination. The results of the analysis of the data obtained from the interviews during the process of open, central and selective coding resulted in the evaluation of the technique and tactics used in the virtual space and its impact on vaccination in the country based on data theory, the findings of this research indicate that Managers by evaluating the technique and tactics used in cyberspace and its impact on vaccination in the country while paying attention to all the categories and subcategories identified in this research, using the provided model and the information and data of the tactics used. In cyberspace and its impact on vaccination in the country, try to plan all the processes in this field. This research shows the need to pay attention to the patterns of tactics used in cyberspace and its impact on vaccination in the country.

### Keywords

technique, tactics, virtual space; vaccination

1. Master's student, Department of Social Communication Sciences, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: Olomtaghighat940@gmail.com

2. Ph.D. Department of Social Communication Sciences, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: Msoltanifar@yahoo.com