



The Employment of Persuasive Design Techniques in Health Web Pages Within Syrian Arab News Agency Website (SANA)

Amna Hasan Deeb^{1,*} & Nada Mohideen Alsai²

(Type: Full Article). Received: 29th May. 2025, Accepted: 23rd Oct. 2025, Published: ××××. DOI: ××××

Accepted Manuscript, In Press

Abstract: Objectives: This research aims to measure the use of persuasive design techniques—primary task support, dialogue support, credibility support, and social support—on health-related pages of the Syrian Arab News Agency (SANA) website, and to analyze how these techniques were used in presenting information about the COVID-19 pandemic. **Methodology:** This study is descriptive and adopts a survey approach to measure the extent to which persuasive design techniques were employed during the COVID-19 pandemic. The analysis was conducted using a checklist based on the Persuasive Systems Design (PSD) model developed by Oinas-Kukkonen and Harjumaa (2009), which includes primary task support, dialogue support, credibility support, and social support. **Results:** The findings indicate that primary task support was employed at a rate of 70%, dialogue support at 58.82%, credibility support at 68.75%, and social support at 56.25%, resulting in an overall persuasive design usage rate of 63.76%. The elements employed within each category were largely limited to features associated with the basic web environment, such as navigation menus, hyperlinks, and breaking news. **Recommendations:** The study recommends the comprehensive application of all elements of primary task support and addressing the underutilization of important online features, such as internal and external contextual links. It also emphasizes the importance of displaying update times and enabling account creation, which fall under dialogue support; incorporating hypertext links within credibility support to reference information sources; and enabling user comments as a form of collaboration under social support. **Keywords:** Persuasive Design Techniques, Health Web Pages, Electronic Media Websites, News Agency Website.

توظيف أساليب التصميم المقنع في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية (SANA)

آمنة حسن ديب^{1*}، وندى محي الدين الساعي²
تاريخ التسليم: (2025/5/29)، تاريخ القبول: (2025/10/23)، تاريخ النشر: ××××

ملخص: الأهداف: هدف هذا البحث لقياس توظيف أساليب التصميم المقنع (دعم المهمة الأساسية، دعم الحوار، دعم المصداقية، الدعم الاجتماعي)، في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية للأنباء (SANA)، وما قدمته حول جائحة (كوفيد - 19). **المنهجية:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد منهج المسح في قياس نسبة توظيف أساليب التصميم المقنع في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية للأنباء (SANA)، وما قدمته في جائحة (كوفيد - 19)، باستخدام قائمة مراجعة (Checklist) تضمنت أساليب (دعم المهمة الأساسية، دعم الحوار، دعم المصداقية، الدعم الاجتماعي) وفق نموذج (Oinas-Kukkonen & Harjumaa, 2009) لتصميم الأنظمة المقنعة (PSD Persuasive Systems Design Model). **النتائج:** توصل البحث إلى توظيف أسلوب دعم المهمة الأساسية بنسبة (70%)، أسلوب دعم الحوار بنسبة (58.82%)، أسلوب دعم المصداقية (68.75%)، وأسلوب الدعم الاجتماعي (56.25%)، وعليه بلغت نتيجة توظيف الأساليب الكلية (63.76%). اقتصرت العناصر الموظفة لكل أسلوب على ما يتعلق بيئة الإنترنت الأساسية فقط، كقوائم التصفح والروابط والأخبار العاجلة. **التوصيات:** أوصى البحث بضرورة توظيف كامل عناصر أسلوب دعم المهمة الأساسية، وتقادي النص في استخدام عناصر هامة في بيئة الإنترنت كالروابط الإضافية داخل وخارج السياق، وإدراج وقت التحديث، كما ضرورة الاهتمام بإمكانية إنشاء حساب التي تندرج ضمن أسلوب دعم الحوار، أيضاً النص الفائق ضمن إطار أسلوب دعم المصداقية للإشارة إلى مصادر المعلومات، وإتاحة التعليقات كنوع من التعاون مع المستخدم والتي تندرج ضمن الدعم الاجتماعي. **الكلمات المفتاحية:** أساليب التصميم المقنع، الصفحات الصحية، المواقع الإعلامية الإلكترونية، موقع وكالة الأنباء.

1 PhD program, Department of Electronic Media, Faculty of Media, Damascus University, Damascus, Syria.

* Corresponding author email: amna11.deeb@damascusuniversity.edu.sy

2 Department of Electronic Media, Faculty of Media, Damascus University, Syria. nada.alsaii@damascusuniversity.edu.sy

1 برنامج دكتوراه، قسم الإعلام الإلكتروني، كلية الإعلام، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.

* الباحث المراسل: amna11.deeb@damascusuniversity.edu.sy

2 قسم الإعلام الإلكتروني، كلية الإعلام، جامعة دمشق، سوريا.

nada.alsaii@damascusuniversity.edu.sy

الأساسية لدى المستخدمين، وتحديد قضية صحية هي: (كوفيد - 19) التي أحدثت اضطراباً في جميع جوانب الحياة (حمامة، دراغمة، جبالي، فيرونيسي والمحاميد، 2024، 2032)، بالتالي تتطلب توظيف أساليب إقناعية.

مشكلة البحث

تعدّ المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء من المصادر التي يلجأ إليها الأفراد بحثاً عن المعلومات، خصوصاً في القضايا التي تمسّ حياتهم، وتُعتبر القضايا الصحية من أبرزها، سبباً مع ظهور جائحة (كوفيد - 19)، وما نتج عنها من تداعيات، وإجراءات احترازية، وعليه يبرز دور المواقع في نشر المعلومات والسلوكيات والأنشطة الصحية المحلية والعالمية، وتزويدها بأكثر قدر من العناصر التي تجعل منها أكثر إقناعاً، مستفيدة بذلك مما تقدّمه لها البيئة الرقمية، وعليه تتحدّد مشكلة البحث بقياس نسبة توظيف أساليب التصميم المقنع في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية (SANA)، وذلك عبر مراجعة أساليب (دعم المهمة الأساسية، دعم الحوار، دعم المصادقية، الدعم الاجتماعي)، التي تم توظيفها في تقديم المعلومات حول (كوفيد - 19)، وعليه يهدف هذا البحث لقياس الآتي:

1. توظيف أسلوب دعم المهمة الأساسية في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية للأنباء (SANA)، وما قدّمته حول جائحة (كوفيد - 19).
2. توظيف أسلوب دعم الحوار في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية للأنباء (SANA)، وما قدّمته حول جائحة (كوفيد - 19).
3. توظيف أسلوب دعم المصادقية في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية للأنباء (SANA)، وما قدّمته حول جائحة (كوفيد - 19).
4. توظيف أسلوب الدعم الاجتماعي في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية للأنباء (SANA)، وما قدّمته حول جائحة كوفيد - 19.

أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في مجموعة نقاط، هي:

الأهمية العلمية

1. قلة الأبحاث المتاحة في مجال التصميم المقنع على صعيد العناوين والأبحاث المسجلة في مجتمع الباحثين السوريين.
2. استهداف مجال التصميم المقنع للمواقع الإعلامية من خلال دراسة تحليلية.

تسعى المواقع الإعلامية الإلكترونية لإقناع مُستخدميها بالمعلومات التي تقدّمها لهم، خصوصاً في الحالات والأحداث التي تستدعي اهتمام وسائل الإعلام، ويبرز دور التصميم من خلال توفير ميزات كالإبحار والشخصنة والنص المتشعب والتفاعلية، والوسائط المتعددة، ويعرّف تصميم المواقع بأنّه: القالب الذي تُقدّم فيه المضامين سواء أكانت عناوين أم صوراً ثابتة أو متحركة، بحيث يسهل على المستخدم عملية البحث ضمن الموقع، وتوفر سرعة الوصول إلى المعلومة في وقت قصير، كما تعمل على راحة العين أثناء تصفّح الموقع، من خلال توظيف وتوزيع العناصر المختلفة (معوض، 2019، 43).

أمّا الإقناع فهو: عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات إما إيجاباً أو تصريحاً عبر مراحل معينة، يرتبط مفهوم الإقناع بمفهوم آخر هو التأثير، فظاهر لفظ التأثير يشير إلى عملية تبدأ من المصدر لتصل إلى المستقبل مع توفر الإرادة لذلك، في حين أنّ صلب مصطلح التأثير يشير إلى الحالة التي يكون عليها الفرد بعد التعرّض لعملية الإقناع واستقبال الرسائل وتفاعله معها، فهو نتيجة للتأثير الذي يعرف بأنّه: إرادة وفعل لتغيير الاتجاهات والاعتقادات أو الآراء أو على الأقلّ تعديلها (Fogg, 2007, 134)، وصولاً لتبني السلوكيات، فعملية التبني لا تتم بطرق عشوائية (مسعود، عواودة، 2012، 816).

ولقياس أساليب التصميم المقنع في الأنظمة الرقمية المختلفة، ومنها المواقع الإلكترونية، يظهر نموذج (PSD Persuasive Systems Design Model)، لتصميم الأنظمة المقنعة (Kukkonen & Harjumaa, 2009)، الذي يختبر تواجد مجموعة من العناصر تُفرض لتحقيق الإقناع لدى المُستخدم، وفق أساليب أربعة هي: (دعم المهمة الأساسية للتقليل من الجهد أمام المُستخدم في تصفّحه للموقع ووصوله للمعلومات، دعم الحوار وبالتالي بناء علاقة تفاعل بين الموقع والمستخدم، دعم المصادقية عبر تقديم أرقام وإحصائيات للمُستخدم في رحلته ضمن الموقع، الدعم الاجتماعي بحيث يخاطب الموقع احتياجات المُستخدم عبر تقديم الحالات والتجارب التي تهّمه)، ويمكن ترجمة كل منها على شكل عناصر تتواجد في التصميم، مثل سهولة التصفّح، التفاعل، الإحصائيات، والتواصل، ونظراً لأهمية الإقناع في المواقع الإعلامية فلا بدّ من تطبيق هذا النموذج على دراسات تستهدف المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها.

وعليه، ينطلق هذا البحث لقياس توظيف أساليب التصميم المقنع في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء (SANA)، كون وكالات الأنباء من مصادر المعلومات

الرياضية والإعلام، مقسمة بالتساوي بين مجموعة تجريبية ومجموعة ضابطة، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق بين المجموعتين الضابطة والتجريبية في اتجاهاتهم نحو المضمون الصحيّ المقدم في الموقعين الصحيّين، وجاءت هذه الفروق لصالح المجموعة التجريبية التي تصفحت المضمون الذي رافقته أساليب الإقناع البصري.

دراسة مزيان (2021)، حول الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للمضامين الصحية في موقع ويب طب عبر شبكة الفيسبوك:

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معرفة أهمية الإقناع ودوره بالمجال الصحيّ، عبر رصد صفحة "ويب طب" على فيسبوك، واختارت الباحثة أسلوب الأسبوع الصناعي في تحديد العينة، لتتشكل عينة مكونة من (672) منشوراً، واستمرت من (2018/8/1) حتى (2019/7/22).

توصلت هذه الدراسة إلى استخدام النصوص المرفقة بالصور بنسبة (41.67%)، كما أنّ الصور التي تم استخدامها هي صور لأفراد بنسبة (54.91%)، واستخدمت الصفحة اللغة العربية الفصحى في جميع المنشورات وهذا قد يكون بسبب أن الرسالة الإقناعية موجهة لجمهور عربي متنوع ومتعدد اللهجات. دراسة معوض، أبو المجد (2021)، حول التحليل السياقي للأنظمة المقنعة في تصميم المضامين المتعلقة بفيروس كورونا بالمواقع الإخبارية - دراسة تحليلية مقارنة:

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة إلى فهم العناصر المرئية المستخدمة في تصميم المضامين المرتبطة بفيروس كورونا في مجموعة من المواقع الإخبارية هي: بوابة الأهرام المصرية، والخليج البحرينية، موقع ((CNN)، وموقع ((BBC)، عبر تحليل المضمون الكيفي، لأساليب التصميم المستخدمة في المواقع عينة الدراسة، خلال الفترة الزمنية (1 نيسان 2020 حتى 30 أيار 2020).

توصلت هذه الدراسة إلى أنّ المواقع قدمت المعلومات وكأنها وسيلة مطبوعة دون توظيف ميزات مستحدثة في التصميم، كما وظفت ميزات الوسائط المتعددة، ثم التفاعلية، وتميزت المواقع الإخبارية التابعة لفضائيات أجنبية ناطقة بالعربية عينة الدراسة بعرض المضامين بخط محدّد واستخدام صور بارزة، كما دعم المضامين بخرائط انتشار الوباء والتنويه للأخبار الهامة، واقتُرحت هذه الدراسة استخدام مصطلح جديد في حقل التصميم وهو "فن تصميم المضامين الطارئة"، أو "فن تصميم مضامين الأزمان".

3. استخدام نموذج تصميم الأنظمة المقنعة (PSD Persuasive Systems Design Model) في دراسة علمية ضمن مجال المواقع الإعلامية الإلكترونية. الأهمية التطبيقية

1. تسليط الضوء على أهمية التصميم المقنع للمواقع الإعلامية، مع التركيز على موقع وكالة الأنباء الرسمية (SANA).

2. دراسة التصميم المقنع في مجال تقديم الموقع للمعلومات الصحية التي تمسّ حياة الأفراد وسلوكياتهم.

3. الوصول إلى توصيات يمكن الاستفادة منها في تقديم المعلومات الصحية عبر المواقع الإعلامية الإلكترونية.

تساؤلات البحث

يسعى هذا البحث للإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي:

ما مدى توظيف أساليب التصميم المقنع في الصفحات الصحية ضمن موقع وكالة الأنباء العربية السورية (SANA)، وفق النقاط الآتية:

1. ما مدى توظيف أسلوب دعم المهمة الأساسية كأحد أساليب التصميم المقنع؟

2. ما مدى توظيف أسلوب دعم الحوار كأحد أساليب التصميم المقنع؟

3. ما مدى توظيف أسلوب دعم المصادقية كأحد أساليب التصميم المقنع؟

4. ما مدى توظيف أسلوب الدعم الاجتماعي كأحد أساليب التصميم المقنع؟

الدراسات المرجعية السابقة

توصلت الباحثة لمجموعة من الدراسات العربية والأجنبية، التي تخدم هذا البحث، يمكن تلخيصها كالآتي:

دراسة صالح (2023)، حول الإقناع البصري في تصميم المواقع الإلكترونية الصحية وأثره على اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الصحيّ:

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى التحقق من تأثير أساليب الإقناع البصري عبر: (النصوص، الصور الثابتة، الرسوم الثابتة، الرسوم المتحركة، ملفات الفيديو) المرافقة للمضمون الصحيّ، على اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو المضمون، من خلال إجراء تجربة تصفّح موقعين صحيّين، ومن ثم دراسة اتجاهات الباحثين في المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة نحو مضمونهما، وتألّفت العينة من (60) طالباً وطالبة في مصر - جامعة أسيوط بتخصصي التربية

دراسة (Kukkonin et al, 2016)، حول التكنولوجيا المقنعة في تطبيقات الهاتف المحمول التي تعزز النشاط البدني - مراجعة منهجية:

هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة لتقديم مراجعة شاملة للدراسات المنشورة حول التعرف على أساليب الإقناع المستخدمة في تطبيقات الهاتف لتغيير السلوك الصحي مع التركيز على التطبيقات التي تعزز النشاط البدني تحديداً، من خلال إجراء بحث في قاعدة ((Scopus، حيث تمت مراجعة نتائج الدراسات التي وقع الاختيار عليها، وفقاً لنموذج تصميم الأنظمة المقنعة (دعم المهمة الأساسية، دعم الحوار، دعم المصادقية، الدعم الاجتماعي) كإطارٍ للتحليل.

تحددت الفترة الزمنية في كانون الأول (2014)، كما تم اختيار (20) مفردة تنطبق عليها شروط الدراسة بتوافر الكلمات المفتاحية التالية: (هاتف ذكي، جوال، سلوك، تأثير، تعديل، الرياضة، الصحة، النشاط البدني) في العنوان أو الملخص أو الكلمات المفتاحية لكل دراسة.

توصلت هذه الدراسة إلى استخدام أسلوب دعم المهمة الأساسية بنسبة (70%)، كما أسلوب الدعم الاجتماعي بنسبة (40%) وأسلوب دعم الحوار الذي أهمل من خلاله بناء تفاعل مع المستخدم بنسبة (35%).

دراسة (Nurulhuda Ibrahim et al, 2015)، حول التأثير المقنع لوسائل الإعلام عبر الإنترنت - التحقيق في تأثير الإقناع البصري:

هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة لمقارنة فعالية التصميم المرئي المقنع بموقع عادي، وافترض الباحثون أنه لا يوجد فرق كبير بين الموقع غير المقنع والموقع المقنع فيما يتعلق بدوافع المستخدمين ونواياهم السلوكية، كما هدفت هذه الدراسة لتقديم بعض النتائج البحثية لاختبار آثار التصميم المرئي المقنع تجاه دوافع المستخدمين في اتخاذ القرار بشأن البقاء أو المغادرة.

قام الباحثون بتصميم نسختي موقع إلكتروني لتقديم المعلومات المتعلقة بالسياحة، وتم تطبيق التجربة على عينة من (290) مستخدم، منهم (109) شكلوا المجموعة الضابطة و(181) مجموعة التجربة، لاختبار النقاط التالية: المعلوماتية، سهولة الاستخدام، المشاركة، الإشباع المتحققة، المصادقية، النية.

توصلت هذه الدراسة إلى أن التصميم المرئي المقنع له تأثير إيجابي على انطباع المستخدمين عن موقع الويب وبالتالي يؤثر على دوافعهم ونواياهم السلوكية بنسبة 95%، كما خلصت النتائج إلى وجود فروق بين التصميم المقنع وغير المقنع، رغم أن نماذج

دراسة الربيعي (2020)، حول الإقناع البصري لتصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية:

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى تحديد معايير البناء الإقناعي البصري بما يتوافق مع خصائص المواقع الإخبارية، عبر مسح مجموعة من المواقع الإخبارية العربية باستخدام تحليل المضمون، والمواقع هي: (موقع سكاي نيوز عربية، العربية نت، الجزيرة نت، السومرية نيوز)، خلال فترة من (2020/1/1) إلى (2020/2/29).

توصلت هذه الدراسة إلى توظيف المواقع للعوامل المؤثرة في بناء الإقناع مثل التفاعلية، جاء موقع السومرية نيوز الأول في استخدام العناصر الآتية: (بريد الإلكتروني للتواصل مع الموقع واستطلاع آراء المستخدمين والبحث داخل الموقع مع إمكانية التعليق على المحتوى)، وانفرد موقع العربية نت في نشر محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، كما انفرد موقع الجزيرة نت في استضافة تدوينات للمستخدمين، واتفقت المواقع على توفير معيار سهولة الاستخدام عبر الانتقال بين الصفحات وآلية البحث في الموقع وقوائم التحوال وخارطة الموقع التي تقدم تفاصيل عن الموقع، واللغة والأيقونات.

دراسة الميتمي، سعدان (2017)، حول دلالات استخدام أساليب بناء الإقناع في تصميم المواقع الإذاعية والتلفزيونية الخليجية - دراسة تحليلية مقارنة:

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة، إلى فحص أساليب البناء الإقناعي للمواقع الإذاعية والتلفزيونية الخليجية على الإنترنت والتي هي (دعم المهمة الأساسية، دعم الحوار، دعم المصادقية، الدعم الاجتماعي)، التي تُظهر انطباعات لدى مستخدمي وزار المواقع، واعتمدت هذه الدراسة على مسح وسائل الإعلام باستخدام أداة تحليل المضمون، خلال مدة شهر واحد من (2016/3/1) حتى (2016/3/31)، وتكونت العينة من مواقع الفضائيات والإذاعات الخليجية على الإنترنت.

توصلت هذه الدراسة إلى استخدام المواقع الإذاعية والتلفزيونية السعودية والعمانية أساليب الإقناع بنسبة (76%)، حيث تم استخدام أسلوب دعم المهمة الأساسية بنسبة (100%) في المواقع التلفزيونية القطرية، وبالنسبة للسعودية وسلطنة عمان (85%)، أما بالنسبة لأبوظبي (71%)، وجاءت البحرين والكويت بالمرتبة الأخيرة، أما بالنسبة للمواقع الإذاعية فصلت المواقع العمانية على المرتبة الأولى بنسبة (85%)، والسعودية والقطرية حازت على نسبة (71%)، وأبوظبي (28%)، بينما لم تطبق هذا الأسلوب كل من الإذاعات البحرينية والكويتية، وأشارت النتائج أيضاً إلى غياب كثير من عناصر أسلوب الدعم الاجتماعي في كافة المواقع التلفزيونية والإذاعية عينة الدراسة.

الويب غير المقنعة والمقنعة التي تم تصميمها، تشابهت في الخصائص والمحتوى، والاختلافات بالنموذجين كانت بسيطة.

دراسة (Alhammad & Gulliver, 2014)، حول الإقناع عبر الإنترنت للمواقع التجارية الإلكترونية:

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة للوصول إلى تأثير توافر العناصر على تعزيز إقناع الموقع، من خلال التعرف على الأساليب المقنعة الأكثر استخداماً في المواقع التجارية الإلكترونية الأكثر زيارة، وقام الباحثان بتقييم مواقع إلكترونية عالمية مثل: (Amazon, Ebay, Netflix, Ikea).

توصلت هذه الدراسة إلى استخدام أسلوب دعم الحوار بنسبة (85%)، أما دعم المصادقية ودعم المهمة الأساسية والدعم الاجتماعي فقد حصلوا على (74%) و (71%) و (51%) على الترتيب.

التعقيب على الدراسات المرجعية السابقة

ركّزت الدراسات السابقة على التصميم المقنع في المواقع الإعلامية الإلكترونية مثل دراسة معوض، وأبو المجد (2021)، الربيعي (2020)، الميتمي وسعدان (2017)، كما ركّزت على مواقع التواصل الاجتماعي مثل دراسة مزيان (2021)، اشتركت الدراسات من حيث أساليب التصميم المقنع، ولكن بمبادئ مختلفة مرتبطة بطبيعة المواقع، وبالنسبة للمنهجية استخدمت الدراسات السابقة منهج المسح وأداة تحليل المضمون، مثل دراسة مزيان (2021)، معوض، أبو المجد (2021)، الربيعي (2020)، (oinas Kukkonin et al, 2016)، (Alhammad & Gulliver, 2014).

استخدمت دراسة الميتمي وسعدان (2017)، (2016)، (oinas Kukkonin et al)، كما (Alhammad & Gulliver, 2014)، نموذج تصميم الأنظمة المقنعة لـ (Oinas-Kukkonen & Harjumaa)، الذي يتألف من مبادئ (دعم المهمة الأساسية، دعم الحوار، دعم المصادقية، والدعم الاجتماعي).

وعليه يعتمد البحث الحالي على نموذج تصميم الأنظمة المقنعة في قياس توظيف أساليب التصميم المقنع، ومنهج المسح باستخدام أداة قائمة التحقق (Checklist)، كما اختيار موقع إلكتروني إعلامي هو موقع وكالة الأنباء العربية السورية.

منهجية البحث

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد منهج المسح في قياس توظيف أساليب التصميم المقنع في الصفحات الصحية ضمن المواقع الإعلامية الإلكترونية السورية، تم اختيار الصفحات الصحية بشكل عمدي من ضمن صفحات موقع وكالة

الأنباء العربية السورية للأنباء (SANA)، ورصد جميع ما قدّمته حول جائحة (كوفيد - 19)، باستخدام قائمة المراجعة (Checklist)، حيث تضمّن الموقع تصنيف خاص باسم (صحة) قدّم من خلاله (112 مادة) حول (كوفيد - 19)، خلال فترة البحث.

وحدات التحليل هي:

1. وحدة الصفحة الخاصة بالمعلومات الصحية الواردة تحت تصنيف (صحة) في شريط القوائم.
 2. وحدة صفحة المادة الإعلامية (المعلومات حول كوفيد - 19) كون التحليل يستهدف التصميم وصفحة (URL) المعروضة ضمنها المادة.
- أما فئات التحليل فهي:

1. فئة دعم المهمة الأساسية (Primary Task Support)، تتضمن:

- التحكم الذاتي (Self-Monitoring): البحث عن معلومات، تعدّد الوسائط، تعدّد اللغات، تعدّد الخيارات أمام المُستخدم.
- التبسيط (Reduction): قوائم إبحار واضحة، ترتيب المواد أمام المُستخدم، وجود أشرطة قابلة للنقر.
- التوجيه (Tunneling): استخدام نصوص فائقة، وجود روابط، وجود إحالات لمواقع.
- المواءمة (Tailoring): تقديم معلومات وقرارات، تقديم نشرات ومواعيد وعناوين، وجود شريط عاجل.
- الشخصية (Personalization): تقديم نشرات إخبارية، تقديم خدمات إخبارية، تقديم استطلاعات.
- المحاكاة (Simulation): تقديم مضامين متخصصة، تقديم تحديثات.
- المراجعة - الإعادة (Rehearsal): تقديم طرق للتواصل بين الموقع والمستخدم.

2. فئة دعم الحوار (Dialogue Support)، تتضمن:

- المدح (Praise): مخاطبة المُستخدم بعبارات معيّنة (ابق، قم بتشخيص، تابع، شارك).
- المكافأة (Rewards): وجود إمكانية إنشاء حساب ضمن الموقع، قراءة المضامين كاملة فقط لمشتري الموقع، سرعة استجابة الموقع.
- التذكير (Reminders): استخدام ألوان موحدة ضمن الصفحة الواحدة للدلالة عليها، استخدام عناوين دالة، استخدام عنوان (URL) دال.

- الاقتراح (**Suggestion**): تقديم نصائح للمستخدم، اقتراح موضوعات على المستخدم.
 - التشابه (**Similarity**): استخدام ألوان متناسبة ضمن الموقع ككل، استخدام أحجام متناسبة للوسائط، استخدام أحجام موحدة للخطوط.
 - الميل - الإعجاب (**Liking**): الإشارة للجهات الفاعلة في المجال الصحي، تقديم إعلانات، تقديم مواعيد فعاليات.
 - الدور الاجتماعي (**Social Role**): تقديم معلومات دقيقة عن المجتمع وفقاً للقضية، تسليط الضوء على الأنشطة والحملات.
 - 3. فئة دعم المصدقية (**Credibility Support**)، تتضمن:
 - الثقة (**Trustworthiness**): تقديم أرقام وإحصائيات، التمييز بين الأشكال الصحفية المختلفة، الإشارة للمصدر.
 - الخبرة (**Expertise**): تقديم مواد صادرة عن متخصصين وأصحاب تجارب.
 - المصدقية الظاهرة (**Surface Credibility**): توجيه المستخدم ضمن الموقع، عدم وجود عناوين مضللة، إظهار نتائج الاستطلاعات.
 - الشعور الحقيقي (**Real World Feel**): وجود أرقام وعناوين واضحة للوسيلة، تمثيل جهة واضحة ومعروفة.
 - السلطة (**Authority**): تمثيل جهة رسمية، نشر قرارات وتعاميم.
 - القبول (**Third Party Endorsement**): وجود مواقع معتمدة كمواقع صديقة، الإشارة للجهة القائمة على الموقع تقنياً.
 - إمكانية التحقق (**Verifiability**): الإشارة للمصادر، قابلية التحقق من المعلومات من مصدرها الأساسي.
 - 4. فئة الدعم الاجتماعي (**Social Support**)، تتضمن:
 - التعلم الاجتماعي (**Social Learning**): تقديم دورات تدريبية، تقديم تعليمات.
 - المقارنة الاجتماعية (**Social Comparison**): إتاحة خدمة مدونات للمقارنة بين تجارب الأفراد، نقاشات جماعية.
 - التأثير المعياري (**Normative Influence**): تقديم روابط لمواقع التواصل الاجتماعي، التركيز على وسائط توجي للمستخدم بما يجب أن يفعله أو يتجنبه.
- التيسير الاجتماعي (**Social Facilitation**): توفير دراسات أو معلومات عن دراسات، تقديم مقابلات ولقاءات.
- التعاون (**Cooperation**): إتاحة ميزة التعليقات، إتاحة إمكانية استقبال المساهمات، الاستفادة من نتائج الاستطلاعات.
- المنافسة (**Competition**): تقديم اختبارات، توفير معلومات حول إنجازات واكتشافات.
- الاعتراف (**Recognition**): تقديم معلومات حول سلوكيات وأفكار وممارسات مُعتمدة، تسليط الضوء على اختراعات.
- حدود البحث
- يرصد البحث الصفحة الواردة تحت تصنيف (صحة)، كما تصميم الصفحات التي تتضمن المعلومات المنشورة حول (كوفيد - 19)، في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، في الفترة الممتدة خلال عامي (2022-2023)، حيث كانت جائحة (كوفيد - 19) تحظى بتغطية إعلامية تلت انتشار التطعيم وظهور المتحورات.
- مفهوم الإقناع
- تتعدد تعريفات مصطلح الإقناع وجميعها تدلّ على ضرورة إنشاء تفاعلات ناجحة بين الإنسان والحاسوب، ما يتطلب مهارات في تحفيز الناس وإقناعهم، وعليه يعرف الإقناع بأنه: محاولة غير قسرية لتغيير السلوكيات (Fogg, Cuellar & Danielson, 2007, 134).
- والإقناع أيضاً: هو عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات إما تلميحاً أو تصريحاً عبر مراحل معينة وفي ظل حضور شروط موضوعية وذاتية ومساعدة، عن طريق عملية الاتصال، ويرتبط مفهوم الإقناع بمفهوم آخر هو التأثير، حيث يتشابه المفهومين، فظاهر لفظ التأثير يشير إلى عملية تبدأ من المصدر لتصل إلى المستقبل مع توفر الإرادة لذلك، في حين أنّ صلب مصطلح التأثير يشير إلى الحالة التي يكون عليها الفرد بعد التعرض لعملية الإقناع واستقبال الرسائل وتفاعله معها، فهو نتيجة للتأثير الذي يعرف بأنه: إرادة وفعل لتغيير الاتجاهات والاعتقادات أو الآراء أو على الأقل تعديلها (مصباح، 2005، 15).
- وللوصول إلى التصميم المقنع، قام (Fogg) بدراسة كاريومية أجهزة الكمبيوتر أي كيفية جعل الحواسيب جذابة وأكثر تفضيلاً وإقناعاً لدى المستخدمين، وبحسب وصفه تكنولوجيا الإقناع هي بين تكنولوجيا الحاسبات الآلية وعملية الإقناع وحددها بمصطلح الـ (Captology).

(Computers as a Persuasive Technology) أي
الدّاخل بين الرقمنة وبين والإقناع (فراج، 2018، 128).

لقد خلقت التكنولوجيا مفهوماً متطوراً للإقناع، بالتالي أساس
تبنّي التكنولوجيا هو تأثيرها المقنع، حيث كانت عناصر الإقناع
في الإعلام التقليدي تُنسب إلى عناصر خطاب الاتصال فقط،
لأنه لم يُنظر أبداً إلى أجهزة الكمبيوتر على أنها قادرة على تقديم
تجارب مقنعة، ولكن مع الاستخدام المتزايد للأجهزة التكنولوجية
تأثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في توصيل الخبرة
والهوية والعاطفة، بالتالي ظهرت تقنيات الإنترنت التي تمكّن من
تبادل المعلومات بين المجتمعات وأتاحت فرصاً لتطوير
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي يمكن أن تؤثر وتقع
(Ghatnkar, 2017, 89).

ويشير الإقناع عادة إلى تكوين أو تغيير المواقف، التي قد
تؤدي في النهاية إلى تغيير في السلوك والمعتقد، داخل الأفراد،
استجابةً للمعلومات التي تتم معالجتها عند مواجهة رسالة مقنعة
(Fogg, Cuellar & Danielson, 2007, 133).

نموذج التصميم المُقنع

يحدّد الدارسون ستة معايير أساسية مرتبطة بالتصميم تؤثر
على عملية الإقناع، هي: المعلوماتية، لأن الحصول على
المعلومات، من أهم دوافع زيارة المواقع الإلكترونية وتكوين
انطباع عنها، والاستجابة لها، قابلية الاستخدام، فالمواقع سهلة
الاستخدام، بأقل جهد ووقت ممكن، تؤدي بالمستخدم لتكوين
انطباع إيجابي عنها وتكرار زيارتها، المصادقية، إذ تؤدي إلى
معرفة المُستخدم لجدارة المواقع، واعتماديته، الجمالية البصرية،
هي نقطة تحفيز بصري لدى المُستخدم، المشاركة، لأن إتاحة
التفاعل أمام المُستخدم، يعدّ من أهم عوامل خلق الحالة التحفيزية،
وإنّ الأفراد أصحاب المشاركة العالية يبحثون عن المزيد من
المعلومات، المعاملة بالمثل، ويتحقق ذلك من خلال توضيح أن
كلّ طرف في العملية الاتصالية له حقوق وعليه واجبات،
وبالتالي تصبح عملية التواصل أكثر إقناعاً، ويظهر ذلك أيضاً
بشكل كبير في المواقع المتخصصة (Kim & Fesenmaier, 2008, 5-6).

إنّ الإقناع في تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية هو غاية
هذه الدراسة، ويمكن التوصل لأساليب التصميم المقنع من خلال
نموذج (Harri Oinas-Kukkonen & Marja, 2009)، لتصميم الأنظمة المقنعة (PSD
Persuasive Systems Design Model)، الذي قدّم
أربعة أساليب أساسية، وهي كالآتي:

1. دعم المهمة الأساسية (Primary Task Support): هو
التقليل من الجهد والتعقيد بأداء المهمة المطلوبة من

المُستخدم، كالمساعدة في إيجاد المعلومات وتنفيذ المهام،
يتفرّع عنه:

- التحكّم الذاتي (Self-Monitoring): هو تتبّع مسار الوصول للمعلومات، بحسب ما يُريد المُستخدم.
- التبسيط (Reduction): هو جعل إجراءات التعامل مع الصفحة أمام المُستخدم، سهلة قدر الإمكان.
- التوجيه (Tunneling): هو توجيه المُستخدم بطريقة منظّمة، للحصول على المعلومات.
- المواءمة (Tailoring): هي تناسّب ما تقدّمه الصفحة أو الموقع، مع ما يهمّ المُستخدم.
- الشخصية (Personalization): هي إضفاء التفضيلات الشخصية للمُستخدم، لجعل الصفحة أو التصميم أكثر إقناعاً.
- المحاكاة (Simulation): هي تماثل ما يتم تقديمه مع الحالة المطلوب الوصول إليها، وإبقاء المُستخدم على اطلاع.
- المراجعة - الإعادة (Rehearsal): هي تدريب المُستخدم وتهنيئة أفكاره، والبقاء على تواصل معه (Kukkonen & Harjumaa, 2009, 492).
- 2. دعم الحوار (Dialogue Support): هو تحقيق التفاعل بين الإنسان والآلة أو النظام التقني المُقنع، عبر بناء علاقة ولاء مع المُستخدم، يتفرّع عنه:
 - المدح (Praise): هو تقديم ردود فعل إيجابية للمستخدمين، تحفّزهم لتكرار الزيارة.
 - المكافأة (Rewards): هي تقديم بعض الميزات للمستخدمين الفعليين.
 - التذكير (Reminders): هو وجود دلالات تصميمية أو مكتوبة، تذكّر المُستخدم بمكان وجوده ضمن عملية إبحاره في الموقع.
 - الاقتراح (Suggestion): هو تقديم واقتراح موضوعات قد يهتم بها المُستخدم.
 - التشابه (Similarity): هو التصميم بإيقاع متناسب، لتحقيق نوع من التوازن في الشكل كما في الانطباع لدى المُستخدم.
 - الميل - الإعجاب (Liking): هو أن تكون المواقع قريبة لمستخدميها، مستندة لجهات وأنشطة.
 - الدور الاجتماعي (Social Role): هو أن يقوم الموقع بدور فاعل اجتماعياً، حاله حال جميع وسائل الإعلام (Kukkonen & Harjumaa, 2009, 493).

3. دعم المصداقية (Credibility Support): هو دعم ما يتم تقديمه للمستخدم بمميزات وأرقام وأدلة، تجعله أكثر مصداقية وبالتالي أكثر إقناعاً، يتفرّع عنه:

- الثقة (Trustworthiness): يجب أن يكون التصميم أو الموقع أو الصفحة له مصداقية، من خلال الأرقام والأدلة.

- الخبرة (Expertise): تقديم المعلومات المهنية، التي تعكس خبرة الوسيلة والقائمين عليها، ومن يتم نقل المعلومات عنه أو حوله.

- المصداقية الظاهرة (Surface Credibility): هي استخدام أسلوب يوحي للمستخدم، أن يثق بما يتم تقديمه.

- الشعور الحقيقي (Real World Feel): هو تقديم كل ما من شأنه تحفيز المستخدم للشعور بتواجد الوسيلة أو الموقع أو الصفحة، وواقعيتها وما تقدّمه.

- السلطة (Authority): هي منح الوسيلة أو الموقع أو الصفحة، نوعاً من السلطة وفقاً لتبعيتها وعملها وما تقدّمه.

- القبول (Third Party Endorsement): تقديم مصادقات واعترافات، بحقوق ملكية أو جهة ذات صلة.

- إمكانية التحقق (Verifiability): هي توفير فرصة أمام المستخدم، للتأكد ممّا تلقّاه وقام بتصفّحه (Kukkonen & Harjumaa, 2009, 494))

4. الدعم الاجتماعي (Social Support): هو دعم التصميم بمميزات تجعله يخاطب احتياجات المستخدم، ويحفّزه ويقدم له تجارب وحالات واقعية تهّمه، يتفرّع عنه:

- التعلم الاجتماعي (Social Learning): وهو تقديم معلومات عن سلوك، حالة أو موضوع لتحقيق أهداف تعليمية.

- المقارنة الاجتماعية (Social Comparison): هي المقارنة بين موضوعين، حالتين، أو تجربتين.

- التأثير المعياري (Normative Influence): هو إحداث أثر على المستخدم من خلال بيان جوانب معيّنة، أو مشاركة الاهتمامات.

- التيسير الاجتماعي (Social Facilitation): هو تسهيل اكتساب المعلومات والأفكار والسلوكيات، من خلال عرض التجارب.

- التعاون (Cooperation): هو توفير تفاعل ومساهمات من المستخدمين.

- المنافسة (Competition): بيان الآراء المختلفة والمتنافسة، بهدف إحداث تأثير على المستخدم.

- الاعتراف (Recognition): هو تقديم لتجارب ومعلومات والاعتراف بنجاحها، وقابلية تطبيقها (Kukkonen & Harjumaa, 2009, 495).

المعلومات المُقنعة حول كوفيد - 19

تتميّز وسائل الإعلام بقدرتها على التأثير في مختلف شرائح المجتمع، ولها قدرة على تغيير سلوكيات وممارسات أفراده، فمن خلال وسائل الإعلام يمكن إيصال الرسائل الإعلامية الصحيّة التي تتّفق أفراد المجتمع وتزيد من وعيهم الصحي، وقد تغيرت بيئة الاتصال الصحي بشكل كبير، نتيجة التطوّر التقني، وتشمل هذه التغيرات زيادة كبيرة في عدد قنوات الاتصال، وعدد القضايا الصحيّة التي تتنافس على اهتمام الرأي العام، وأتاح التطور المتزايد الوصول إلى معلومات وموضوعات صحيّة حديثة وأنيّة إمكانية التأثير على السلوكيات الصحيّة للجمهور، وفي المقابل فإن عدم الحصول على المعلومات الصحيّة الحديثة أو نقص المعرفة بالأمراض والتدابير الوقائية المتاحة والمناسبة للأفراد، يقلّل من الممارسات السليمة ومكاسب الصحة العامّة (الشهاوي، 2017، 174).

ويمكن تحديد دور وسائل الإعلام الإلكترونية في الحالات مثل كوفيد 19، من خلال نشر المعلومات العامة الصحيّة، فنشر المعلومات السليمة عن الصحة هو أهم عنصر يجب أخذه بالاعتبار في التوعية الصحيّة، غرس السلوكيات الصحيّة: هناك سلوكيات صحيّة يجب تدريب الأفراد عليها، كأن يعتاد الإنسان على أنماط صحيّة معيّنة، تغيير السلوكيات غير الصحيّة: يحتاج هذا الأمر إلى مواد متخصصة ذات خطاب وتصميم مُقنع لاختيار أساليب فعالة تصل إلى هذه الفئات لتغيير من سلوكها الخاطي، كما التخلّص من حالة الخوف وانتشار الشائعات (غنوّ، 2022، 418).

النتائج

أسلوب دعم المهمة الأساسية

تم قياس توظيف أسلوب دعم المهمة الأساسية، عبر قائمة تحقّق تتضمّن عناصر فرعيّة، وبعد رصد الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، ظهرت النتائج المُبيّنة في الجدول أدناه:

(SANA)	Primary Task Support	دعم المهمة الأساسية
✓	وجود خزانة البحث عن المعلومات	التحكم الذاتي Self-Monitoring
✓	اختيار المعلومات من قبل المستخدم بسهولة عبر النقر على العناوين	
=	التحكم بحجم الخط أو المظهر من قبل المستخدم	
✓	تقديم أنواع متعددة من الوسائط (صورة، نص، صوت، فيديو..)	التبسيط Reduction
✓	وجود قوائم إبحار واضحة	
✓	وجود مواد محدّدة (الأحدث، الأكثر قراءة..)	
✓	وجود شريط أخبار متحرّك قابل للنقر	التوجيه Tunneling
=	وجود نص فائق داخل المواد	
=	2 وجود روابط ذات صلة داخل السياق	
✓	وجود روابط لمواد سابقة ولاحقة (خارج السياق)	المواءمة Tailoring
✓	تقديم معلومات تفيد المستخدم بحياته اليومية (صحة، قرارات..)	
✓	تقديم نشرات سريعة ومواعيد برامج وعناوين أماكن (صيدليات مناوبة..)	
✓	توفير شريط أخبار يقدّم أخبار تلامس مصالح المستخدم (عدد إصابات..)	الشخصنة Personalization
=	تقديم نشرات إخبارية عبر البريد الإلكتروني	
✓	تقديم خدمة RSS	
=	استفتاء خاص بالمستخدم (تقديم استطلاعات أو استمارات اختبارات)	المحاكاة Simulation
✓	تقديم مواد وفقرات متخصصة بالصحة تُحاكي السلوك السليم المطلوب	
=	تقديم تحديثات للمواد والأخبار	
✓	وجود صفحة تواصل مع القائمين على الموقع	الإعادة / التدريب Rehearsal
✓	وجود مواد تدرب المستخدم على سلوك معيّن بالتدريج (غرافيك..)	
(70%)	نسبة توظيف الأسلوب	

بينما غابت بقيّة العناصر كالنص الفائق والروابط داخل السياق تماماً، وبالعودة للروابط داخل السياق فعلى الرغم من أنّها تحقّق استزادة بالمعلومات لكنّها قد تشبّت ذهن المستخدم بحال توقّرها.

المواءمة: تضمّنت الصفحة الصحيّة (SANA)، معلومات تُفيد المستخدم في حياته اليومية مثل: نشرات سريعة ومواعيد وعناوين، وشريط أخبار مرتبط بعدد الإصابات، وبالتالي توفير جميع عناصر المواءمة أي تقديم ما يُناسب حاجة المستخدم.

الشخصنة: اقتضت عناصر الشخصنة في الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA) على خدمة (RSS)، بالرغم من أنّ الموقع ككل ونظراً لطبيعته كوكالة للأنباء يجب أن يكون غنياً بالخدمات الإخبارية الموجهة للفرد بحسب اهتماماته واختياراته.

المحاكاة: تضمّنت الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، معلومات ووسائط تُحاكي السلوك أو الإجراء السليم الواجب على المستخدم القيام به أو اتخاذ قرار بشأنه والذي هو الالتزام بالإجراءات الاحترازية أو كيفية الحصول على التطعيم مثل: الصور، الرسوم، والفيديوهات، وغابت خاصيّة التثويه لتاريخ آخر تحديث للمعلومات.

الإعادة - التدريب: وقّر تصميم الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، قسماً للتواصل مع

يوضّح الجدول السابق توظيف أسلوب دعم المهمة الأساسية، وجاءت التفاصيل على الشكل الآتي:

التحكم الذاتي: توقّرت عناصر المبدأ الفرعي التحكم الذاتي المرتبط بسهولة الاختيار، والتي هي إمكانية اختيار المعلومات التي يرغب بها المستخدم عبر النقر على العناوين أو التبديل بينها، وتقديم أشكال متعددة من الوسائط أمام المستخدم، أمّا بالنسبة لعنصر إمكانية التحكم بحجم الخط أو المظهر فقد غاب عن تصميم الصفحة الصحيّة، كما توقّرت خزانة البحث عن معلومات، بالتالي تم تحقّق المبدأ عبر وجود: محرك بحث، عناوين قابلة للتبديل والنقر، وسائط متعددة قابلة للتبديل والنقر.

التبسيط: وقّر تصميم الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، جميع عناصر المبدأ الفرعي التبسيط، وبالتالي تحقّقت سهولة الوصول والإبحار، عبر وجود: قوائم إبحار أعلى الصفحة، بالإضافة إلى تصنيف المواد تحت عناوين مثل المواد السابقة، والمواد التالية، وأحدث الأخبار، بالتالي يمكن اختيار ما يرغب المستخدم بتصفحه بشكل واضح.

التوجيه: وقّر تصميم الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، عناصر لتوجيه المستخدم مثل: روابط خارج السياق لمواد ذات صلة و لمواد أقدم أو أحدث،

تم قياس توظيف أسلوب دعم الحوار، عبر قائمة تحقق تتضمن عناصر فرعية، وبعد رصد الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، ظهرت النتائج المبينة في الجدول أدناه:

جدول (2): أسلوب دعم الحوار.

(SANA)	Dialogue Support دعم الحوار	
✓	مخاطبة المُستخدم بأسلوب معين (لأنك من المتابعين.. ابقَ على اطلاع بأحدث..)	المدح
✓	استخدام عبارات ذات نتائج ايجابية (لتحافظ على صحتك..)	Praise
—	وجود إمكانية إنشاء حساب ضمن الموقع	المكافأة
—	وجود اشتراك مدفوع بخدمات الموقع	
—	صلاحيات وصول إضافية للمستخدمين (قراءة مواد كاملة.. مصادر معلومات..)	
✓	الموقع سريع الاستجابة (سرعة التحميل من 3-7 ثوان)	
—	استخدام ألوان مخصصة للدلالة على مجال القسم	التذكير
—	ثبات شريط القوائم أثناء تصفح الموقع والتمرير للأسفل	
—	وجود دلالة على القسم / المادة المتواجد بها المُستخدم ضمن الرابط URL	
—	تقديم معلومات ومواد بصيغة نصائح (اتَّبِع هذه الخطوات.. لحياة أفضل..)	الاقتراح
✓	وجود موضوعات قد تهتم المُستخدم (نوافذ منبثقة، مواد مقترحة، وسوم..)	Suggestion
✓	استخدام ألوان متناسبة	التشابه
✓	استخدام أحجام صور موحدة في عرض المواد ضمن القسم الواحد	Similarity
✓	الإشارة لمؤسسات ومنظمات وجهات (منظمة الصحة العالمية..)	الميل
✓	مخاطبة المُستخدم بأسلوب يدعو للقيام بالسلوك المطلوب عبر (إعلانات.. فعاليات..)	Liking
✓	تقديم قضايا حساسة تشغل الرأي العام (تلقّي لقاءات..)	الدور الاجتماعي
✓	تسليط الضوء على التفاصيل الدقيقة لأنشطة وحملات التوعية (أوقات.. أماكن..)	
(58.82 %)		نسبة توظيف الأسلوب

إنشاء حساب وتسجيل الدخول، تلك الخيارات التي تخلق ارتباطاً بين المواقع الإلكترونية والمستخدمين للبقاء على اطلاع حول ما يتم نشره أو تقديمه أو توفيره.

التذكير: لم يوفر تصميم الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA) أي من عناصر مبدأ التذكير، فلم يتميز تصنيف صحّة عن غيره بالألوان، كما هو الحال في بعض المواقع التي تمنحُ للصفحات الصحية لوناً خاصاً.

الاقتراح: تَضُمَّت الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، وجود مواد مقترحة تظهر على شكل نافذة منبثقة أمام المستخدم.

التشابه، الميل، الدور الاجتماعي: توقّرت في الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، بشكلٍ كاملٍ، وتضمّنت وسائل متعددة بأحجامٍ موحّدة (صور، رسوم)، وأيضاً تضمّنت الإشارة لجهات مثل منظمة الصحة العالمية كنوع من الإشادة والاعتماد على ما يصدر منها، إلى

يوضح الجدول السابق توظيف أسلوب دعم الحوار، وجاءت التفاصيل على الشكل الآتي:

المدح: وفّرت الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، عناصر ثابتة في التصميم ومُرافقة للمواد تتبّع أسلوب المُخاطبة للمستخدم، وبالتالي حقّقت المدح أي مُخاطبة المُستخدم بأسلوب شخصي ما قد يدفع بالمُستخدم للتأثّر بالعبارات والمُهام المطلوبة منه، عبر دعوته للقيام بإجراء مثل: تابع عبر منصات التواصل الاجتماعي، وأيضاً تقديم المعلومات في التصريحات الصادرة عن مختصين للحفاظ على الصحة والالتزام بالإجراءات، وتضمين شعارات الحملات الصحية مثل: (بلحظة بتحمي حالك)، ويُلاحظ في الموقع اقتصار مخاطبته المستخدم للمتابعة ومن خلال المعلومات الواردة في المواد، بينما في المواقع المتخصصة يختلف الأمر من خلال دفعه للحصول على استشارة أو التواصل.

المكافأة: غاب عن تصميم الصفحة الصحيّة في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، الخيارات المرتبطة مثل:

جانب طرح العديد من العناوين مثل: أوقات حملات التطعيم، مراكز التطعيم، عناوين المراكز، بهدف التأثير على المستخدم. بالمحصلة تم توظيف أسلوب دعم الحوار بنسبة (58.82%) حيث تواجد (10) عنصر من أصل (17).

أسلوب دعم المصدقية
تم قياس توظيف أسلوب دعم المصدقية، عبر قائمة تحقق تتضمن عناصر فرعية، وبعد رصد الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، ظهرت النتائج المبينة في الجدول أدناه:

جدول (3): أسلوب دعم المصدقية.

(Sana)	دعم المصدقية Credibility Support	
✓	تدعيم المعلومات والمواد بأرقام وإحصائيات	الثقة Trustworthiness
-	التمييز بين الأخبار و مواد الرأي والأشكال الصحفية المختلفة بشكل واضح (إدراج المواد تحت خانة أخبار.. مقالات..)	
✓	الأخذ من مصادر واضحة (تصريح رسمي.. بيان.. تعميم)	الخبرة Expertise
-	تقديم مواد مكتوبة حول تقارير ومعلومات مفصلة من ذوي الخبرة (أطباء.. تجارب..)	
-	تقديم مقاطع مرئية من ذوي الخبرة (أطباء.. أفراد خضعوا لإجراء معين..)	المصدقية الظاهرة Surface Credibility
✓	تقديم عبارات مساعدة للمستخدم ضمن الموقع (اقرأ المزيد، اشترك، انتقل)	
✓	وجود عناوين واضحة	الشعور الحقيقي Real World Feel
-	إظهار نتائج استطلاعات الرأي التي تم تقديمها للمستخدم	
✓	وجود أرقام وعناوين واضحة للقائمين بالاتصال	السلطة Authority
✓	تمثيل جهة واضحة ومعروفة (ملكية الموقع)	
✓	تمثيل جهة رسمية	القبول/ الشراكة Third Party Endorsement
✓	نشر قرارات وتعاميم	
✓	وجود مواقع وجهات ذات صلة مُشار إليها (مواقع صديقة..)	إمكانية التحقق Verifiability
✓	الإشارة للجهة القائمة على الموقع تقنياً (Designed By, Copy Right..)	
✓	الإشارة كتابة للمصادر والجهات وبالتالي إمكانية البحث والتحقق من المعلومة	نسبة توظيف الأسلوب
-	الإشارة عبر نص فائق / رابط للمصادر والجهات وبالتالي إمكانية البحث والتحقق من المعلومة من مصدرها الأساسي	
(68.75 %)	نسبة توظيف الأسلوب	

المصدقية الظاهرة: وفّر تصميم الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، عبارات مستقلة عبر الصفحة مثل: (اقرأ المزيد، اشترك، تابع..)، كما كانت العناوين الموجودة معبرة تماماً عن مضمونها، أي قدّمت المعلومة مباشرة مثل: (الصحة العالمية: ارتفاع حاد بعدد الإصابات بفيروس كورونا في العالم).

الشعور الحقيقي، السلطة، القبول: وفّرت التصميم جميع العناصر المرتبطة بالمبادئ الثلاثة (الشعور الحقيقي، السلطة، والقبول) كونها تمثّل وكالة أنباء، كما تضمّنت طرق للتواصل مثل: عناوين وأرقام ومعلومات اتصال، وإشارة للمواقع ذات الصلة وللجهة المطوّرة تقنياً.

إمكانية التحقق: تضمّنت الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، إشارة للمصادر بشكل مكتوب، لا على شكل نص فائق يُحيل المستخدم للجهة التي تمثّل

يوضّح الجدول السابق توظيف أسلوب دعم المصدقية، وجاءت التفاصيل على الشكل الآتي:

الثقة: توفّرت عناصر مبدأ الثقة سواء من حيث المعلومات التي قدّمتها الصفحة مثل: تدعيم المواد بأرقام وإحصائيات، والأخذ من مصادر معينة مثل القرارات والتعميمات الصحية، وغاب تقسيم الصفحة إلى أعمدة منفردة كلّ منها يتخصّص بنوع إعلامي معين، فاقصر تقسيم أنواع المواد على إضافة عناوين فرعية، لا على تقسيم التصميم لأعمدة.

الخبرة: غابت عناصر مبدأ الخبرة تماماً، فلم يتم توفير مواد معقّمة مكتوبة من قبل متخصصين، بل تم الاقتصار على نقل المعلومات منهم بشكل تصريحات، وكان من الممكن توفير رسوم ثابتة لمعلومات صحية من أهل الخبرة أو التجربة حول نصائح وإجراءات للتعامل مع كورونا.

مصدر المعلومة، وقد تبين سابقاً غياب النص الفائق، ما قد يؤدي بالمستخدم إما للتشكيك بمصدر المعلومات، أو عدم الرغبة بالبحث عن المعلومة لوحده خارج إطار عملية تصفحه الأساسية. بالحصلة تم توظيف أسلوب دعم المصادقية بنسبة ((68.75% حيث تواجد (11) عنصر من أصل (16).

أسلوب الدعم الاجتماعي
تم قياس توظيف أسلوب الدعم الاجتماعي، عبر قائمة تحقق تتضمن عناصر فرعية، وبعد رصد الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، ظهرت النتائج المبيّنة في الجدول أدناه:

جدول (4): أسلوب الدعم الاجتماعي.

(Sana)	الدعم الاجتماعي Social Support
–	1. التعلم الاجتماعي Social Learning
✓	تقديم تجارب بصيغة تعليمية (تعليمات قبل تلقي لقاح..)
–	2. المقارنة الاجتماعية Social Comparison
✓	تقديم مواد مقارنة بين حالتين (الممارسات السليمة وعكسها، إصابات كل بلد)
–	3. التأثير المعياري Normative Influence
✓	تقديم روابط لمواقع التواصل الاجتماعي (الاشترائك، المتابعة، المشاركة)
✓	التركيز على النتائج أو الإحصاءات الضارة لعدم الالتزام بالممارسات السليمة الصحية
✓	4. التيسير الاجتماعي Social Facilitation
✓	نشر معلومات عن دراسات اجتماعية حول الممارسات الصحية السليمة
✓	تسهيل السلوك المطلوب من خلال المعلومات المقدمة (مقالات.. مقابلات.. مرئيات..)
–	5. التعاون Cooperation
–	تقديم خدمة التعليقات كنوع من التعاون بين الموقع ومستخدميه
–	تقديم خدمة المدونات كنوع من التعاون بين الموقع ومستخدميه
–	بناء وتقديم المعلومات والمواد حسب ما يطلبه المستخدم (الاستفادة من نتائج استطلاعات الرأي والاستقصاءات.. الرسائل..)
–	6. المنافسة Competition
✓	تقديم إجابات واختبارات حول القضايا الصحية
✓	تقديم إنجازات واكتشافات علمية في المجال الصحي
✓	7. الاعتراف Recognition
✓	تقديم مواد حول اعتماد ممارسات في المجال الصحي (بروتوكولات معينة..)
✓	تقديم مواد حول نجاح الحملات ونسب انتشارها (نسبة من تلقوا اللقاح..)
(56.25%)	نسبة توظيف الأسلوب

كامل، وبالتالي توفير إمكانية القيام بمهام قد تلقى اهتماماً من الآخرين بالنسبة للمستخدم، كمشاركته الروابط على حساباته عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو التزامه بالإجراءات الاحترازية كمثل، وأيضاً تيسير الأفكار والسلوكيات أمامه، عبر توفير أيقونات المشاركة، شريط متحرك يتضمن أيضاً عناوين صفحات منصات مواقع التواصل الاجتماعي، والوسائط.

التعاون: غابت تماماً عناصر التعاون بين القائمين على الموقع أي الصفحة والموقع بذاته، وبين المستخدم ما قد يُقلل من فرص بناء تفاعلات دائمة بين الطرفين وتبادل الأدوار، حيث لا يمكن استقبال مساهمات أو حتى شكاوى وردود أفعال من قبل المستخدمين.

المنافسة، الاعتراف: توفرت جميع الأرقام والإحصائيات والمعلومات حول البروتوكولات العلاجية، ولم تتوفر إجابات واختبارات حول القضايا الصحية أو استطلاعات تمكن المستخدم من الاستفادة منها في الحصول على معلومات حول القضية الصحية.

يوضح الجدول السابق توظيف أسلوب الدعم الاجتماعي، وجاءت التفاصيل على الشكل الآتي:

التعلم الاجتماعي، المقارنة الاجتماعية

تضمنت الصفحة الصحية معلومات مرتبطة بتلقي اللقاح مثل: عناوين المراكز الصحية، كما تقديم عدد الإصابات والوفيات وحالات الشفاء بمختلف الدول، بينما غابت تماماً الدورات التدريبية الموجهة للمستخدمين، من الممكن إرجاع ذلك لكون القضية الصحية فيروس كورونا تتطلب معلومات وتعليمات أكثر مما قد تتطلب تدريبات ضمن إطار منفصل ومستقل عن المواد والأشكال، وغابت خاصية المدونات التي تسمح باستقبال مساهمات من المستخدمين، وتوفير غرف دردشة، أيضاً من الممكن إرجاع ذلك لكون الصفحة الصحية تتبع لوسيلة قد تعتبر مصدراً للمعلومات فقط، لكن من الممكن الاستفادة من هذه الخاصيات في تقديم الشكاوى والرد عليها مثلاً.

التأثير المعياري، التيسير الاجتماعي: وقر تصميم الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء (SANA)، عناصر مبدئي التأثير المعياري والتيسير الاجتماعي بشكل

بالمحصلة تم توظيف أسلوب الدعم الاجتماعي بنسبة (56.25% حيث تواجد (9) عنصر من أصل (16).

نتائج التوظيف الكلي لأساليب التصميم:

بلغ عدد العناصر الفرعية لأساليب التصميم المقنع الأربعة الكلي، (69 عنصراً)، تم توظيف (44 عنصراً) منها، وعليه بلغت درجة توظيف الأساليب الكلية وفقاً للنتائج السابقة (63.76%)، وعليه:

1. بيّنت الدراسة توظيف أسلوب دعم المهمة الأساسية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء ما يدلّ على استخدام عناصر سهولة الإبحار والوصول وسهولة الاختيار ضمن الصفحات الصحية في المواقع عينة الدراسة، بالتالي اتّفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة التي أشارت لتحقيق سهولة الإبحار (Harri oinas Kukkonin et al, 2016)، وكذلك دراسة الربيعي (2020) التي أفضت إلى تحقيق عنصر وجود بريد إلكتروني للتواصل، التي تندرج أيضاً ضمن دعم المهمة الأساسية، وبالنسبة لدراسة معوض، وأبو المجد (2021) من حيث تعدد الوسائط المتعددة، ودراسة مزيان (2021) التي ركزت على استخدام الصور أولاً، وهي عنصر من عناصر الوسائط المتعددة، بالتالي تندرج ضمن عناصر أسلوب دعم المهمة الأساسية.

2. بيّنت الدراسة توظيف أسلوب دعم الحوار في تصميم الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء، رغم أنّ الموقع أغفل الاهتمام ببناء علاقة ولاء من خلال استخدام كافة العناصر، بين المستخدم والموقع، ما يتفق مع دراسة. (Kukkonin, 2016)

3. بيّنت الدراسة توظيف أسلوب دعم المصداقية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء، ما يدلّ على تقديم المواقع لمعلومات وإحصائيات واضحة وفقاً للمبادئ والعناصر التي تحققت ضمن هذا الأسلوب، ويمكن تفسير ذلك بأن القضية الصحية فيروس كورونا، تحتاج للمعلومات والإحصائيات والأرقام لمساعدة المستخدم، وإزالة مخاوفه.

4. بيّنت الدراسة توظيف أسلوب الدعم الاجتماعي غاب عنه في تصميم الصفحة الصحية في موقع الوكالة العربية السورية للأنباء، رغم غياب عناصر (التعليقات، الدردشة، الدورات التدريبية، المدونات)، ما يتفق مع نتائج دراسات أشارت إلى غياب العناصر المعززة للدعم الاجتماعي مثل دراسة الميمتي، وسعدان (2017)، ودراسة (Alhammad& Gulliver 2014).

التوصيات

يمكن توصية القائمين على الموقع ومختلف العاملين في تصميم وتقديم المعلومات في المجال الإعلامي الرقمي، بالآتي:

1. الاهتمام بكامل أسلوب دعم المهمة الأساسية، عبر نقادي النقص في (النص الفائق، الروابط، إدراج وقت التحديث).
2. إتاحة إمكانية (إنشاء حساب) ضمن الموقع، والتي تندرج ضمن أسلوب دعم الحوار.
3. استخدام عنصر (النص الفائق)، ضمن إطار أسلوب دعم المصداقية، للإشارة إلى مصادر المعلومات.
4. إتاحة عنصر (إضافة تعليق)، كنوع من التعاون مع المستخدم، والذي يندرج ضمن أسلوب الدعم الاجتماعي.

الخاتمة

هناك أساليب أساسية يجب توافرها في تصميم صفحات المواقع الإعلامية الإلكترونية لتحقيق التصميم المقنع، عبر توظيف مجموعة من العناصر، مما يؤثر على تلقّي المعلومات، وخاصةً في القضايا الصحية مثل كوفيد - 19 أو حتى أي حالة طارئة تتطلب توجيه التعليمات للجمهور والالتزام بها، خلص هذا البحث إلى أن أسلوب دعم المهمة الأساسية يسهم في سهولة التصفح والوصول وسهولة الاختيار، كما يسهم أسلوب دعم الحوار في بناء علاقة ولاء بين المستخدم والمصمم، ويتمثل دعم المصداقية في توفير معلومات وإحصاءات واضحة، فالقضية الصحية تتطلب معلومات وإحصاءات وأرقاماً تُساعد المستخدم على الاستجابة لها وإزالة مخاوفه، وأخيراً، أسلوب الدعم الاجتماعي، الذي يلعب دوراً رئيسياً في تحقيق التفاعل، مما يرفع درجة الشفافية.

اقتصرت العناصر الموظفة لكل أسلوب على العناصر المتعلقة ببيئة الإنترنت فقط، كقوائم التصفح والروابط والأخبار العاجلة، بينما غابت العناصر ذات الأهمية الإضافية للتصميم المقنع، مثل: (التعليقات، الدردشة، والتدريب، والمدونات داخل الموقع)، لذا يمكن الإشارة إلى ضرورة الاهتمام بطرح القضية من خلال دعمها بأكثر قدر ممكن من العناصر المتعلقة بدعم المهمة الأساسية لتسهيل التصفح والاختيار، ودعم المصداقية بما تتضمنه من معلومات ومصادر وإحصائيات وأرقام، كما توظيف كافة عناصر أسلوب دعم الحوار والدعم الاجتماعي، كما هو الحال في المواقع الطبية الصحية المتخصصة، نظراً لطبيعة قضية كوفيد - 19.

بيانات الإفصاح

- الموافقة على المشاركة: لا يوجد.

- توافر البيانات والمواد: متوفرة.
- تضارب المصالح: لا يوجد.
- التمويل: هذا البحث ممول من جامعة دمشق وفق رقم التمويل (501100020595).
- مساهمة الباحثين: الباحث أ. آمنه حسن ديب في إعداد وتنفيذ البحث ضمن إطار الحصول على درجة علمية، الباحث د. ندى محي الدين الساعي في الإشراف على البحث.

Open Access

This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third-party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If material is not included in the article's Creative Commons licence and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

المراجع

- ديب، آمنه، الساعي، ندى، (2024)، استخدام أساليب الإقناع في تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية السورية وأثرها على استجابة المستخدم نحو القضايا الصحية - دراسة تحليلية وشبه تجريبية على عينة من الشباب الجامعي السوري، رسالة ماجستير، قسم الإعلام الإلكتروني، كلية الإعلام، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.
- الربيعي، بيرق حسين جمعة، (2020)، الإقناع البصري لتصميم الصفحة الرئيسية في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد 51، الإمارات العربية المتحدة، 105-122، كلية الإمارات للعلوم التربوية والنفسية. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.51.2020.49>
- الشهاوي، سماح عبد الرزاق، (2017)، المحتوى الصحي والطبي في المواقع الإخبارية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 16، العدد 2، القاهرة، مصر، 171-243، مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة. <https://doi.org/10.21608/joa.2017.80437>
- صالح، زينب عبد الوهاب، (2023)، الإقناع البصري في تصميم المواقع الإلكترونية الصحية وأثره على اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الصحي، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، المجلد 14، العدد 14، قنا، مصر، ص: 182-211، جامعة جنوب الوادي. <https://dx.doi.org/10.21608/mktc.2023.229084.1008>
- غثو، آمال، (2022)، مصداقية وسائل الإعلام في التعامل مع فيروس كورونا - بين التأثير والتوظيف، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 11، العدد 01، باتنة، الجزائر، ص: 410-423، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. <https://doi.org/10.59791/arsd.v11i1.3229>
- فراج، حسن، (2017)، علاقة استخدام تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية باتجاهات المراهقين نحو المضمون، مجلة دراسات الطفولة، المجلد 20، العدد 07، القاهرة، مصر، ص: 73-79، جامعة عين شمس. https://www.isc.journals.ekb.eg/article_51129.html

- حمامرة، بلال، دراغمة، عبد الكريم، جبالي، عقاب، فيرونيسي، جويدو، والمحاميد، فايز، (2024)، التعليم عبر الإنترنت وتأثيره في الصحة النفسية لطلاب الجامعات في الضفة الغربية وقطاع غزة: دراسة مقطعية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث - ب (العلوم الإنسانية)، المجلد 38، العدد 10، 2056-2029. <https://doi.org/10.35552/0247.38.10.2282>

Faculty of Mass Communication, Cairo University.

<https://doi.org/10.21608/joa.2017.80437>

- Deeb. A& Alsaii. N, (2024), *The Use Of Persation Techniques In Designing Syrian Electronic Journalism Websites And Its Impact On User Response Towards Health Issues- An Analytical Survey And Quasi Experimental Study Upon A Sample Of Syrian University Youth*, Master Thesis, Electronic Media, Faculty of Media, Damascus University, Damascus, Syria.
- Faraj. H, (2017), *The Relationship of the Use of Persuasive Technology in Designing Electronic Newspaper Websites to Adolescents' Attitudes towards Content*, *Journal of Childhood Studies*, 20(07), Cairo, Egypt, 73-79.
https://www.isc.journals.ekb.eg/article_51129.html
- Fogg, B. J, (2009), *Creating persuasive technologies: an eight-step design process*, Fourth international conference on persuasive technology, 1-6, Claremont, USA.
- Ghannou. A, (2022), *The Credibility of the Media in Dealing with the Coronavirus Between Influence and Employment*, *Algerian Journal of Security and Development*, 11(01), Batna, Algeria, 410-423.
<https://doi.org/10.59791/arsd.v11i1.3229>
- Hamamra. B, Daragmeh. A, Jabali. O, Veronese. G& Mahamid. F, (2024), *Online Eduaction and its impact on university students' mental health in the west bank amd gaza strip: A cross-Sectional study*, *An-Najah University Journal For Research – B (Humamities)*, 38(10), 2029-2056.
<https://doi.org/10.35552/0247.38.10.2282>

- فرّاج، حسن، (2018)، *تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، القاهرة، مصر، الدار العربي للنشر والتوزيع.*

- مزيان، أمينة، (2021)، *الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للمضامين الصحية في موقع ويب طب عبر شبكة الفيسبوك، أطروحة مقدّمة لنيل درجة الدكتوراه، علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة، الجزائر.* <http://dspace.univ-batna.dz/xmlui/handle/123456789/555>

- مسعود، عماد، عواودة، هبة، (2012)، *العوامل المؤثرة في تبني الزبائن لخدمات الإنترنت في مدينة عمان، مجلة جامعة النجاح للأبحاث _ ب (العلوم الإنسانية)، المجلد 26، العدد 4، 812-836.*
<https://doi.org/10.35552/0247.062.004.002>

- مصباح، عامر، (2005)، *الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العلمية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.*

- معوض، عبد الله عبد الرحيم، أبو المجد، منال محمد، (2021)، *التحليل السياقي للأنظمة المُقنعة المُستخدمة في تصميم المضامين المتعلقة بفيروس كورونا (كوفيد-19) بالمواقع الإخبارية – دراسة تحليلية مقارنة، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 48 (4)، عمان، الأردن، صص: 359-382، الجامعة الأردنية، عمادة البحث العلمي.*

<https://dx.doi.org/10.21608/mktc.2024.280358.1030>

References

- Al-Rubaie. B, (2020), *Visual Persuasion in Designing the Home Page of News Websites: An Analytical Study*, *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, (51), United Arab Emirates, 105-122, Emirates College of Educational and Psychological Sciences.
<https://doi.org/10.33193/JALHSS.51.2020.49>
- Al-Shahawy. S, (2017), *Health and medical content in Egyptian news websites*, *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, 16(2), 171-243, Public Opinion Research Center,

- Oinas-Kukkonen. H& Harjumaa. M, (2009), Persuasive Systems Design: Key Issues, Process Model, and System Features, *Communications of the Association for Information Systems*, 24, 485-500.
<https://doi.org/10.17705/1CAIS.02428>
- Saleh. Z. A, (2023), Visual persuasion in designing health websites and its impact on university youth's attitudes towards health content, *Scientific Journal of Media and Communication Technology Research*, 14(14), Qena, Egypt, 182-211, South Valley University.
<https://dx.doi.org/10.21608/mkrc.2023.229084.1008>
- Kim. H& Fesenmaier. D.R. (2008), Persuasive Design of Destination Web Sites: An Analysis of First Impression, *Journal of Travel Research*, 47, 3-13,
<https://doi.org/10.1177/0047287507312405>
- Masoud. E& Awawde. H, (2012), Factors affecting customers' adoption of internet services in amman city, *An-Najah University Journal For Research – B (Humanities)*, 26(4), 812-836.
<https://doi.org/10.35552/0247.062.004.002>
- Mazian. A, (2021), *Persuasive Methods in Social Media: An Analytical Study of Health Content on the WebTeb Website via Facebook*, PhD Thesis, Media and Communication Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Media, Communication and Library Science, University of Batna, Algeria.
<http://dspace.univ-batna.dz/xmlui/handle/123456789/555>
- Misbah. A, (2005), *Social Persuasion: Its Theoretical Background and Scientific Mechanisms*, Algeria, University Publications Office.
- Moawad. A. A. R& Abu Al-Majd. M. M, (2021), Contextual Analysis of Persuasive Systems Used in Designing Content Related to the Coronavirus (Covid-19) on News Websites - A Comparative Analytical Study, *Journal of Studies for Humanities and Social Sciences*, 48(4), Amman, Jordan, 359-382
<https://dx.doi.org/10.21608/mkrc.2024.280358.1030>
- Oinas Kukkonin. H, Matthews. J, Win. K. T& Freeman. M, (2016), Persuasive technology in mobile applications promoting physical activity: a systematic review, *Journal of Medical Systems*, 40, 72-85.
[10.1007/s10916-015-0425-x](https://doi.org/10.1007/s10916-015-0425-x)