

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

قسم: علوم الإعلام



نشر ثقافة المقاطعة عبر منصات التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الفيديوهات المقاطعة لمنتجات الشركات الداعمة
للعدوان الصهيوني على غزة عبر منصة إنستغرام في فترة ما بين 23 أكتوبر 2023
الى 13 مارس 2024

مذكرة لنيل شهادة ماستر في الصحافة وعلوم الإعلام

تخصص: وسائل الإعلام، مجتمع وثقافة

دفعة: جوان 2024

تحت إشراف الدكتورة:

سعدون نسرين

من إعداد الطالبة:

بن دالي مريم

أعضاء لجنة المناقشة

الرئيس: د. بوحوالي محمد

المشرف: د. سعدون نسرين

المناقش: د. آيت الطيب أعراب

السنة الجامعية: 2023-2024



**Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et Sciences
de l'information**

Département : sciences de l'information

Inculquer la culture de boycott à travers les réseaux sociaux

**Etude analytique sémiologique d'un échantillon de vidéos
boycottant les produits d'entreprises pro-israéliennes sur la
plateforme Instagram durant la période du 23 Octobre 2023
au 13 Mars 2024**

Mémoire de master en journalisme et sciences de l'information

Spécialité : médias, société, et culture

Promotion : juin 2024

Réalisé par :

Bendali Meriem

sous la direction de :

dr. Sadoun Nesrine

Jury

Président: Dr. Bouhouali Mohamed

Encadrant : Dr. Sadoun Nesrine

Membre : Dr. Ait Tayeb aerab

L'année universitaire:2023-2024

شكر وعرّفان

يقول صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

نحمد الله سبحانه وتعالى ونشكره، بفضلته بدأنا وبفضلته نسري عليه توكلنا وعليه نستعين وهو

رب العرش العظيم

بعد الحمد لله نتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى أستاذتنا المشرفة "سعدون نسرين"

التي أنارتنا بعلمها ولم تفرط في توجيهنا الى كل ما فيه صواب

ليكلل جهدنا بهذا العمل المتواضع

كما نتقدم بتقدم بجزيل الشكر الى الأستاذ "بوهوالي محمد" و "بن شراد محمد أمين"

و"لعجوزي سمية" اللذين ساهموا في إنجاح هذا العمل بنصائحهم ولمساتهم الخاصة وكلماتهم

الطيبة

كما أود أن لا أغفل عن تقديم الشكر لكل الأساتذة الذين ساهموا في بناء قاعدتي المعرفية

في ميدان الإعلام والاتصال طيلة السنوات الخمس

الإهداء

النفوس النقية مجبولة على حب من أحسن إليها ووقف بجانبها وقت الشدائد والصعاب

إلى سكان قلبي

إلى من علمني العطاء بدون انتظار الى من أحمل اسمه بكل عزة وافتخار

أبي العزيز

إلى أسمى آيات العطاء البشري إلى من تضى عتمتي

أمي الحنون

إلى من قيل فيه سنشد عَضُدك بأخيك، نصف الأب، أخي محمد

إلى توأم روعي ورفيقة دربي أختي نسرين

إلى من شجعني وآمن بقدراتي زوج أختي مهدي

إلى مصدر إلهامي وقوتي ملاكي وسام

إلى خير من عرفتني عليهم المدرسة زميلتي ماجدة

إلى كل من أضاء بالعلم عقلي

إلى روح شهداء غزة العزة

إلى جهدي الذي بدلته طوال خمس سنوات

ملخص الدراسة:

تعد المقاطعة من أهم وأنجع الطرق التي استعملها البشر في العالم ضد المؤسسات الاقتصادية التي تمارس الاحتكار او تعرف بغلاء المنتوجات، أو حتى ضد الحكومات للتعبير عن رفض قرار ما وممارسة الضغط على جهات معينة لتغيير القرارات، حيث أصبحت حركة المقاطعة تشكل ثقافة لدى المجتمعات برزت بشكل مثير للاهتمام تزامنا مع التطور التكنولوجي و الاستخدام الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي ، كما هو الحال مع حملات مقاطعة منتوجات الشركات التي عبرت بشكل صريح ومباشر على دعمها لإسرائيل، وبالتالي هدفت هذه الدراسة لفهم طريقة نشر ثقافة المقاطعة عبر منصات التواصل الاجتماعي، عن طريق المقاربة السيميولوجية لرولان بارث ROLAND BARTH لتحليل عينة من فيديوهات حملات المقاطعة التي نشرت على منصة انستغرام كوسيلة للتعبير على رفض الحرب الصهيونية على غزة، بحيث تم استخدام كل الأساليب الفنية والتعبيرية الممكنة لإيصال الرسالة التضمينية كالمؤثرات الصوتية والموسيقى والإيماءات واستعمال الرموز مثل الدم وغيرها لجعل المشاهد يعيش جزء من موقف الشعب الفلسطيني وألمهم.

الكلمات المفتاحية: المقاطعة، ثقافة، انستغرام، الحرب على غزة، الاعتداء الصهيوني، منصات

التواصل الاجتماعي

Résumé :

Le boycott est l'un des moyens les plus importants et les plus efficaces utilisés par les humains dans le monde contre les institutions économiques qui pratiquent le monopole ou sont connues pour le coût élevé des produits, ou même contre les gouvernements pour exprimer le rejet d'une décision et exercer des pressions sur certaines parties pour qu'elles changent les décisions, car le mouvement de boycott est devenu une culture dans les sociétés, qui a émergé de manière intéressante en conjonction avec le développement technologique et l'utilisation généralisée des plateformes de médias sociaux, c'est le cas avec les campagnes de boycott des produits des entreprises pro-israéliennes, et donc cette étude visait à comprendre la méthode de publication de la confiance par conséquent, cette étude visait à comprendre comment diffuser la culture du boycott à travers les plateformes de médias sociaux, à travers l'approche sémiologique de ROLAND BARTH pour analyser un échantillon de vidéos de campagnes de boycott publiées sur la plateforme Instagram comme moyen d'exprimer le rejet de la guerre sioniste contre gaza, afin que toutes les méthodes artistiques et expressives possibles soient utilisées pour délivrer le message implicite tels que les effets sonores, la musique, les gestes et l'utilisation de symboles tels que le sang et autres pour faire vivre au spectateur une partie de la position et de la douleur du peuple palestinien.

Mots-clés : boycott, culture, Instagram, guerre contre Gaza, Agression sioniste, réseaux sociaux

خطة الدراسة

مقدمة

- بناء الإشكالية
- أهمية الموضوع
- أسباب اختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- عينة الدراسة
- تحديد المصطلحات
- الدراسات السابقة

الفصل الأول: التأصيل النظري لثقافة المقاطعة

المبحث الأول: مفاهيم المقاطعة حسب مجالاتها

المبحث الثاني: محطات تاريخية مهمة للمقاطعة

المبحث الثالث: أنواع المقاطعة الاقتصادية

الفصل الثاني: أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية على الحرب الصهيونية على فلسطين

المبحث الأول: خلفيات العدوان الصهيونية على فلسطين

المبحث الثاني: أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية على العدوان الصهيونية على فلسطين

المبحث الثالث: المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل في شكلها الجديد

الفصل الثالث: نشر ثقافة المقاطعة عبر منصة إنستغرام من خلال الفيديوهات المقاطعة

للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين

المبحث الأول: التحليل التقني لعينة الفيديوهات المختارة

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي لعينة الفيديوهات المختارة

نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	جدول المعاينة	13
02	البطاقة التقنية للفيديو الأول	60
03	البطاقة التقنية للفيديو الثاني	60
04	البطاقة التقنية للفيديو الثالث	61
05	البطاقة التقنية للفيديو الرابع	62
06	البطاقة التقنية للفيديو الخامس	63
07	البطاقة التقنية للفيديو السادس	64
08	التقطيع التقني للفيديو الأول	65
09	التقطيع التقني للفيديو الثاني	70
10	التقطيع التقني للفيديو الثالث	73
11	التقطيع التقني للفيديو الرابع	77
12	التقطيع التقني للفيديو الخامس	80
13	التقطيع التقني للفيديو السادس	82

فهرس الفوتوغرامات

الصفحة	العنوان	رقم الفوتوغرام
91	قارورة منتج cerave ملطخ بالدماء	01
92	آسيا تبتسم بعد دهن المنتج على وجهها	02
93	آسيا وهي تشرب كوكا-كولا	03
94	يد رضيع ملطخة بالدماء	04
96	ظهور دبابة على شاشة كاشف الماسح الضوئي	05
97	بيانات مكتوبة باللون الأحمر على خلفية سوداء	06
97	عبارة لا تكن قاتلا على خلفية سوداء في نهاية الفيديو	07
98	عبوة كوكا كولا	08
99	تمثيل لانفجار مشروب كوكا-كولا	09
100	مونتاج للدمج بين فيديو من فلسطين مع الفيديو الأصلي	10
101	عبوة منتج عربي محلي	11
102	نهاية الفيديو من خلال وضع بيانات مكتوبة	12
103	جندي إسرائيلي يحمل مدفعا	13
104	تضاعف حجم الصاروخ	14
105	لحظة سقوط الصاروخ الى الأسفل	15

106	فتاة تقف على عبوة المشروب الغازي كوكا كولا	16
107	فتاة معلقة على جبل المشنقة	17
108	شاب يلتقط شوكولاتة ميلكا في المتجر	18
109	الشاب يتوجه نحو المنتج المحلي	19

مقدمة

تعتبر حملات المقاطعة من الحملات التي تجذب اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة وهذا في مختلف المجتمعات عبر كامل أنحاء العالم فهي توفر الوعي لعامة الناس فيما يتعلق بالقضايا والحقوق التي يتم التنازع حولها من قبل بعض الأطراف، حيث تتم بمحاولة طرف واحد أو أكثر تحقيق أهداف معينة من خلال حث الأفراد على الامتناع عن شراء سلع معينة أو استخدام بعض الخدمات العامة. على عكس أشكال العمل الأخرى التي تستخدمها الحركات الاجتماعية، مثل المظاهرات، الوقفات الاحتجاجية وغيرها من الأنشطة غير التقليدية، ولقد تزايدت ظاهرة المقاطعة مع تطور وعي المستهلكين والإمكانيات الجديدة للاتصال التي تسمح باستيعاب أفضل للتحديات والمصالح الاقتصادية.¹ خصوصا مع انتشار استخدامات منصات التواصل الاجتماعي التي تسمح بالتفاعلية والمشاركة وبالتالي فقد تم استخدام حملات المقاطعة بشكل كبير من طرف الدول المحتلة لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية والتأثير على الدول المستعمرة. كما هو حال المقاطعة العربية التي عرفت كأحد أهم الأسلحة التي اضطر العرب الى استخدامها منذ عشرات السنين ضد اسرائيل في بداية غزوتها الاستيطانية، إذ يمكن تلخيص الهدف الاساسي من وراء المقاطعة في السعي الجاد للقضاء على اقتصاديات إسرائيل وابعادها ومنع نموها وازدهارها وبالتالي فان المقاطعة هي احدى وسائل العرب لمقاومة الغزو الصهيوني.²

¹ Abdelilah EL ATTAR, Hicham SABER, L'entreprise face aux défis du boycott, dossiers de recherches en économie et gestion, vol8,num 1, 2019, p6, disponible sur : <https://doi.org/10.34874/IMIST.PRSM/doreg-v8i1.20128> consulté le:20/04/2024

² محمد عبد الحميد أبو زيد، قرانين ومبادئ المقاطعة العربية لإسرائيل، ط1، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1993، ص6.

حيث استخدمت للضغط على الدول المحايدة التي يحصل منها العدو على تموينه وامداداته، وكذا الدول التي يستورد منها سلاحه لمحاولة الحد بأكبر قدر ممكن من هذه التجارات وحرمان العدو من الوسائل المادية، كما هو الحال بعد العدوان الصهيوني على غزة والمناطق المجاورة لها الذي بدء أواخر سنة 2023م. حيث شهدت حملات مقاطعة إسرائيل والشركات الداعمة لها انطلاقة قوية عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي.

لمعالجة هذا الموضوع قسمنا دراستنا إلى ثلاثة فصول، حيث تطرقنا في الفصل الأول الى التأصيل النظري لثقافة المقاطعة ، ويشمل ثلاث مباحث، الأول بعنوان مفاهيم المقاطعة حسب مجالاتها و الثاني تحت عنوان محطات تاريخية مهمة للمقاطعة، أما المبحث الثالث فيتخذ عنوان أنواع المقاطعة الاقتصادية، والفصل الثاني بعنوان أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية على الحرب الصهيونية على فلسطين ويشمل هو الآخر ثلاث مباحث حيث تطرقنا في المبحث الأول الى خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين، أما المبحث الثاني فهو تحت عنوان أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية على الحرب الصهيونية على فلسطين والمبحث الثالث بعنوان المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل في شكلها الجديد وبالنسبة للفصل الثالث والأخير فهو بعنوان نشر ثقافة المقاطعة عبر منصة إنستغرام من خلال الفيديوهات المقاطعة للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين وتطرقنا من خلاله لمبحثين، الأول بعنوان التحليل التقنية لعينة الفيديوهات المختارة و الثاني تحت عنوان التحليل السيميولوجي لعينة الفيديوهات المختارة، وبالاعتماد على أدوات التحليل الفيلمي توصلنا الى نتائج تجيب على إشكالية الدراسة.

بناء الإشكالية:

يتم في الكثير من الأحيان الخلط مفهوم المقاطعة مع مفاهيم أخرى مثل النبذ، القائمة السوداء، النفي، الحظر أو الحصار حيث تعتبر المقاطعة أحد الأسلحة التي استخدمت منذ ظهورها كمصطلح في الحروب التي تستخدمها الدول لتحقيق اهدافها الاقتصادية والعسكرية ثم انتقلت الى الساحة السياسية فأصبحت وسيلة ذات ثقل كبير للضغط على الطرف الآخر.

تمثل المقاطعة أداة مهمة في يد المستهلكين، لتعديل سلوك المنتجين، أو تحسين جودة أو أسعار منتجاتهم، ولها تأثير بالغ الأثر على المنتجات وعلى المنتجين، إذ قد تؤدي في حالة التنظيم الفعال لها الى انهيار المنتجات محل المقاطعة وافلاس منتجها، ويكتسب هذا السلاح اهمية خاصة حين تستخدمه الشعوب المظلومة سلاحا شعبيا ورسميا في حربها العادلة ضد الاستعمار والغزاة المستوطنين.¹

تتخذ الحرب بالإضافة الى الصراع المسلح بين الطرفين المعنيين ثلاث أشكال أخرى وهي: الصراع المسلح والصراع السياسي والحرب النفسية وأخيرا الصراع الاقتصادي والعلاقة بين السياسة والحرب والاقتصاد علاقة عضوية وثيقة.² ومع الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي انتقل مفهوم المقاطعة من وعائه التقليدي المقتصر على المكاتب والتجمعات والاتفاقيات الممضاة وبعد أن كانت تستخدم الحصار البحري، العسكري والتجاري لمنع التعامل مع بضائع القوائم السوداء، إلى مفهومه المعاصر حين أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي

¹ هاني الهندي، المقاطعة العربية لإسرائيل، الطبعة 2، دار البيروني للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص07

² المرجع نفسه ص29

منبرا رئيسيا لنشر الوعي الثقافي خلال حملات مقاطعة المنتجات الواسعة الاستهلاك على المستوى الدولي، و بالتالي لم نعد اليوم نتكلم عن المقاطعة العربية لإسرائيل بل عن المقاطعة العالمية لمنتجاتها، إذ مكنت شبكات التواصل الاجتماعي بخصائصها: التفاعلية و الفورية و العالمية، من تدويل حملات المقاطعة عالميا، وبما أن سلوك المقاطعة هو سلوك متكرر وذو استمرارية في العديد من دول العالم فإنها تمثل شكل جديدا من أشكال الثقافة الحضرية والتي يعتبر إتقانها ضرورة قصوى في معظم هذه الدول بما أنها قادرة على تغيير سياسات وقرارات حاسمة¹. وبتاريخ السابع من أكتوبر 2023م بعد انطلاق عملية طوفان الأقصى التي شنتها كتائب القسام على إسرائيل ورد الفعل الإسرائيلي عليها ظهرت العديد من المؤسسات التجارية الداعمة لإسرائيل والمتعاطفة معها، حيث تبرعت البعض منها بمبالغ مالية طائلة لصالح جيش الدفاع الإسرائيلي وأخرى لصالح المواطنين، نتاجا لهذا كان للمقاطعة أن تطفو مجددا على السطح، حيث لعب الإنستغرام كمنصة للتواصل دورا مهما في نشر ثقافة المقاطعة المنتجات التي تدعم علاماتها إسرائيل، حيث قام صناع المحتوى والنشطاء على مواقع التواصل الاجتماعي بمهمة التشجيع على المقاطعة عن طريق المنشورات الخاصة بالموضوع باعتبارها جانب من جوانب المقاومة ومكافحة العدو اقتصاديا، وتهدف هذه الدراسة الى استكشاف الجوانب المختلفة لحملة المقاطعة الأخيرة، من خلال وصف طبيعة الأشكال والألوان والصور الموظفة.

¹ Imane BEN YUCEF, Jamal KHALIL, *La Campagne du Boycott 2018 au Maroc Comme Forme de Solidarité et d'Expression d'Indignation*, ESJ,p101, disponible sur :<https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/16607> consulté le 20/04/2024.

فما هي الدلالات الضمنية والصريحة التي تحملها فيديوهات مقاطعة منتوجات

الشركات الداعمة للعدوان الصهيوني على غزة عبر منصة الانستغرام؟

وتتدرج تحت هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التي يتوجب علينا

الإجابة عليها في إطار هذه الدراسة

التساؤلات:

1- ما هي أشكال ردود الأفعال الدولية والعربية على العدوان الصهيوني على فلسطين؟

2- كيف تطورت حملات مقاطعة المنتوجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين وفق

التطور التكنولوجي؟

3- ما هو مصدر الفيديوهات المشجعة على مقاطعة المنتوجات الداعمة للحرب الصهيونية

على فلسطين؟

4- ما هي الرسائل الضمنية التي تحملها فيديوهات حملات المقاطعة للمنتوجات الداعمة

للإعتداء الصهيوني على فلسطين؟

• أهمية الدراسة

تكمن أهمية موضوع الدراسة السيميولوجية للفيديوهات المشجعة على مقاطعة المنتوجات الداعمة لإسرائيل عبر منصة الإنستغرام في جانبين إثنين:

أ- الأهمية النظرية:

وتتمثل الأهمية النظرية في كون منصات التواصل الاجتماعي أصبحت حالياً دعامة جد مهمة في التعبير عن الرأي ونشر الوعي لتوجيه الرأي العام وبالتالي يستلزم هذا الموضوع دراسة لمعرفة المميزات التي تساهم في تكوين الرسالة على منصات التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص في هذه الدراسة الرسائل البصرية.

ب- الأهمية العملية:

وتتمثل في كونها تدرس سيميولوجيا الدلالات وبالتالي فهي تكشف الغطاء عن الرسائل المخبأة في فيديوهات حملات المقاطعة وبالتالي ستجعلنا متمكنين في قراءة الخفايا تحت هذه الأشكال واللقطات كما تبرز أهمية هذه الدلالات المستخدمة في إقناع المتلقي بفحوى الرسالة وبلورة القرارات.

• أسباب اختيار الموضوع:

أ- الأسباب الذاتية:

اهتمامنا الكبير بمنصات التواصل الاجتماعي وبطريقة تأثير الرسائل البصرية في المتلقين وبالخصوص عبر الإنستغرام.

بالإضافة إلى اهتمامنا الكبير بحملة المقاطعة التي أطلقت عقب طوفان الأقصى 2023م.

ب- الأسباب الموضوعية:

ندرة الدراسات من هذا النوع جعلتنا نحاول جاهدين دراسة هذا الموضوع بطريقة موضوعية تجردنا فيها من رأينا الشخصي.

وكذا كون الموضوع ملائم لتخصصنا وسائل الإعلام وثقافة ومجتمع بما أنه عبارة عن دراسة تحليلية سيميولوجية لموضوع يخص نشر ثقافة معينة عبر الدعاية التكنولوجية لمنصات التواصل الاجتماعي.

• أهداف الدراسة: تهدف دراستنا الى:

الكشف عن الوحدات الشكلية الموظفة في فيديوهات مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل وما مدى أهمية هذه الوحدات في تكوين الرسائل الضمنية.

تقديم رؤية نقدية علمية لفيدويوهات حملات المقاطعة، بالإضافة إلى الكشف عن أساليب الإقناع الموظفة في هذه الفيديوهات

• منهج الدراسة:

يقوم البحث علمي على منهج منتظم وواضح يحدد مسار ونتائج الدراسة، يعرف المنهج على انه مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول إلى نتائج علمية محددة.¹

تدرج دراستنا ضمن الدراسات الكيفية الوصفية، إذ يعتمد بحثنا على التحليل ووصف الدلالات، لهذا رأينا بأن الأنسب بالنسبة لطبيعة دراستنا هي المقاربة السيميولوجية وذلك لأسباب عديدة تتمحور حول تمكننا من هذه المقاربة بنسبة أكبر مقارنة بالمناهج والمقاربة الأخرى، بالإضافة الى أن التحليل السيميولوجي هو الوسيلة الأكثر مساعدة على قراءة الصور والفيديوهات وأنسب أداة لفهم الرسائل الضمنية والخفية وراء الصورة. مع العلم بأن الباحث موريس أنجرس ينظر الى السيميولوجيا على أنها مقارنة أكثر من كونها منهجا فهي تمتاز بخصوصية شديدة، تجعله غير متقيد بشروط نظرية صارمة كما هو الشأن مع باقي المناهج، إنما يتم توظيفه حسب الأهداف المتوخاة من الدراسة العلمية،² والسيميولوجيا لغة كلمة من أصل يوناني مركبة من مقطعين *semion* وتعني العلامة أما عن لفظ *logie* فتعني علم، وبالتالي فهي علم العلامات او العلم الذي يقوم بتحليل المعاني حسب العلامات.³ كما تعتبر السيميولوجيا من العلوم التي تطورت بوتيرة سريعة طوال القرن العشرين، منذ أبحاث الأمريكي تشارلز بيرس الذي يرى

¹ يوسف لازم كماش، البحث العلمي مناهجه أقسامه أساليبه الإحصائية، ط 1، دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2016، ص 51
² محمد أمين بن شراد، توظيف المنهج النصي السيميولوجي في دراسات تحليل الأفلام الروائية والتسجيلية: مقاربة تنظيرية تفسيرية آليات استخدام المنهج السيميائي وفق مرتكزات نظرية رولان بارت، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد18، برلين، 2022، ص25،
<https://www.researchgate.net/publication/359981415> اطلع عليه في 2024/04/21.
³ نجيب بخوش، عبدة صبطي، مدخل إلى السيميولوجيا، ط01، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 14.

السيمائية على أنها الدستور الشكلاني للإشارات، مما يقربها من المنطق وظهور كتاب الفرنسي فرديناند دي سوسير "محاضرات في علم اللغة" حيث عرف "فرديناند دي سوسير" هذا العلم بـ:

"يمكننا إذن أن نتصور علما يدرس حياة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية".¹

يتعلق الأمر بالعلامات التي تكون الإرساليات الأساسية للتواصل الإنساني كيف ما كانت مكونات هذه الإرساليات الأساسية للتواصل الإنساني كيف ما كانت هذه الإرساليات سمعية، بصرية، شمية، وحركية على اعتبار أن العلامات التي تحتوي عليها هذه الإرساليات هي ذات

طبيعة مختلفة.²

تعد المقاربات السيميولوجية من أهم المقاربات النقدية المعاصرة التي وظفت لمقاربة جميع الخطابات النصية ورصد كل الأنشطة بالتفكيك والتركيب والتحليل والتأويل بغية البحث عن آليات إنتاج المعنى وكيفية إفراز الدلالات.³ وبالتالي سنستخدم في دراستنا مقاربة التحليل السيميولوجي للأفلام بالتحديد المقاربة البارثية نسبة إلى رولان بارث، بهدف معرفة مختلف الدلائل والمعاني المرتبطة بالشكل والمحتوى المراد فهمه في فيديوهاتنا محل التحليل، إن التحليل السيميولوجي حسب الناقد الفرنسي رولان بارث ROLAND BARTH شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإعلامية والألسنية، بحيث يلتزم فيها

¹ برنار توسان، ما هي السيميولوجيا، ترجمة نظيف محمد، ط2، دار إفريقيا الشرق، المغرب، 1994، ص5

² المرجع نفسه، ص10.

³ جمال حمداني، السيميولوجيا: مدخل عام، الأنطولوجيا، مدونة، <https://alantologia.com/blogs/3665> اطع عليه في 2024/01/12

الباحث بالحياد نحو الرسالة والوقوف على الجوانب السيكولوجية والاجتماعية والثقافية التي من شأنها المساعدة في إثراء التحليل.¹

حيث إنها تساعد في فهم أفضل وأعمق وأدق للفيلم وأفكاره ورسائله بحيث يتم تفكيكها الى عدة عناصر وإعادة تركيبها عند الحاجة الى ذلك، طبقا لثلاث مستويات التعييني، التضميني والألسني.²

بحيث يقوم المستوى التعييني على الوصف المجرد أي نقل ما هو موجود ويرى بالعين المجردة إذ أنه يجيب على سؤال ماذا؟ أما المستوى التضميني فيقوم على تفسير ما تم وصفه وتحليل مضامينه فيجيب على سؤال لماذا؟³

¹ رضوان بلخيري، صورة المسلم في السينما الأمريكية تحليل سيميولوجي لفيلمي المملكة والخانن، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2011، ص9.
² محمد أمين بن شراد، مرجع سبق ذكره، ص29.
³ المرجع نفسه، ص32.

• أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة جمع المعلومات والبيانات مرحلة أساسية في البحث العلمي، فهي نقطة الانطلاق بالنسبة للمراحل الأخرى، وبالتالي سنستخدم مجموعة من الأدوات التي تخدم موضوع دراستنا بشكل تكون فيه كل أداة ذات أهمية ومكملة للأدوات المتبقية.

1. الملاحظة: تعتبر من أقدم وسائل جمع البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة ما، حيث

استخدمت من قبل القدماء في مجال الظواهر الطبيعية ثم انتقل استخدامها إلى العلوم

الاجتماعية والإنسانية.¹

يعرفها الباحث محمد عبد الفتاح "عملية مراقبة أو مشاهدة مجموعة المتغيرات وتحديد العلاقة

بالمشكلات تحت الدراسة ومتابعة اتجاهها بقصد التغير وتحديد العلاقة بين تلك المتغيرات"²

وقع عليها اختيارنا كونها الأداة المناسبة للتعلم بالذهن في الفيديوهات محل العينة ومشاهدة

جوانب الدراسة.

2. التقطيع التقني: يعد من الأدوات التحليل الفيلمي الوصفية التي حددها جاك اومون ومثال

ماري حيث يتم في هذه المرحلة تقسيم الفيلم إلى عدة متتاليات séquences ثم إلى لقطات

مرقمة تحتوي على دلالات تقنية³، ثم سنقوم بتحويلها إلى جدول مكتوب، بحيث تقوم هذه

التجزئة على تحديد مجموعة من الوحدات التحليلية.

¹ محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والخطوات، ط 2، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن، 1999، ص 73.

² محمد عبد الفتاح، حافظ الصرفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، 2012، ص 183

تتمثل هذه الوحدات في:

شريط الصورة: يقوم على تحليل الصورة من حيث: زمنها، نوع اللقطة، زاوية تصويرها، حركة الكاميرا، البيانات المكتوبة، ومضمون الصورة.

شريط الصوت: يعد الصوت دعامة فيلمية يمكن أن تتواجد عناصره في عوالم مختلفة داخل الفيديو، ويقوم على وصف الصوت بكل أنواعه سواء موسيقى، أو حوار أو مؤثرات صوتية.¹

3. الأدوات الاستشهادية:

وتشمل هذه الأداة الاستعانة بأدوات استشهادية في التحليل والمتمثلة في: نسخة من كل فيديو، البطاقة التقنية لكل فيديو: ويقصد بها جدول لكل المعلومات الفنية والتقنية الخاصة بالفيديو²، والوقوف عند الصورة PHOTOGRAMME عند اللزوم.

الإطار الزمني للدراسة:

تقوم دراستنا على تحليل فيديوهات حملات المقاطعة للمنتوجات الداعمة لإسرائيل التي تزيد نسبة انتشارها في فترات التوتر والحرب بين الطرفين الإسرائيلي والفلسطيني وبالتالي وقع اختيارنا على فترة ما بعد طوفان الأقصى والممتدة ما بين 23 أكتوبر 2023 إلى 13 مارس 2024.

¹ Vincent PINEL, Vocabulaire technique du cinéma, édition Nathan Université, Paris, 1996, p 32

² مراد بوشحيط ، منهج التحليل الفيلمي من النظرية إلى التطبيق كيف نقرأ فيلما سينمائيا وفق القراءة الفيلمية، مجلة الاتصال والصحافة، العدد المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، 2016، ص 96

مجتمع الدراسة:

سنقوم بتحليل محتوى تم نشره عبر موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام وبالتالي مجتمع البحث هو مجموع الفيديوهات ذات العلاقة مع مقاطعة المنتوجات الداعمة لإسرائيل المنشورة عبر منصة الانستغرام والتي تم تقديرها 52 فيديو موسوم بهاشتاغ #قاطعوا.

• عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها " ذلك الجزء من المجتمع الذي يجب اختياره وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا"¹ تم اختيار عينة قصدية من المجتمع والمتمثلة في (06) فيديوهات تم نشرها على منصة إنستغرام، وذلك كونها فيديوهات نشرت على صفحات مشهورة تحتوي على عدد كبير من المتابعين ولاقت تفاعلا كبيرا.

جدول 1 : جدول المعاينة

رقم الفيديو	مدته	رابطه
01	50 ثانية	https://www.instagram.com/reel/CyrW7_bldwO/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==

¹ أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 197

https://www.instagram.com/reel/CzG3W1IKj6/?utm_source=ig_web_copy_link	28 ثانية	02
https://www.instagram.com/reel/CzMTG2oINbT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	18 ثانية	03
https://www.instagram.com/reel/CzeJzWNoh5Q/?utm_source=ig_web_copy_link	26 ثانية	04
https://www.instagram.com/reel/C4bJdu4ShiI/?utm_source=ig_web_copy_link	10 ثواني	05
https://www.instagram.com/reel/C0ARDWBLiPk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07 ثواني	06

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على عينة الدراسة

• تحديد المفاهيم والمصطلحات:

ترتكز دراستنا على مجموعة من المفاهيم والمصطلحات لها علاقة وطيدة بموضوع الدراسة، لذلك سنحاول أن نقدم فكرة عن بعض هذه المصطلحات.

المقاطعة:

التعريف النظري: هي الارتباط في حملة رفض منسق. للتعامل مع شخص أو منظمة عدة من أجل التعبير عن عدم الرضى. أو تفعيلًا للشروط المحددة¹.

وقال في المعجم الوسيط المقاطعة الامتناع عن معاملة الآخرين اقتصادياً أو اجتماعياً وفق نظام جماعي مرسوم، ذلك كله كرفض بيع منتج أو شرائه وفق نظام جماعي محدد، أو عدم التعامل معه على المستوى الاجتماعي أو الدبلوماسي أو السياسي²

التعريف الإجرائي: المقاطعة هي الأسلوب المنهجي الذي تستخدمه الشعوب

الفلسطينية والشعوب الحليفة لها ضد الكيان الإسرائيلي، لمواجهة و مقاومته اقتصاديا، وتقوم على الامتناع عن شراء المنتجات الداعمة له.

منصات التواصل الاجتماعي:

¹ حسام موسى توكل، حملات المقاطعة التجارية: سلاح المستهلك لحمايته من الممارسات غير العادلة في السوق، البحوث والدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر، 2012، ص29.

² عيد القادر خالد سعيد، المقاطعة الشرعية وضوابط الممارسة أول دراسة تأصيلية للمقاطعة من منظور واقعي، الطبعة 2، 2007 ص17 متوفر على الرابط: <https://books.islamway.net/1/several/248992.pdf> تم الاطلاع عليه في 2024/01/12

التعريف النظري: هي مواقع تشكل مجموعات الكترونية ضخمة على الانترنت وتقدم مجموعة من الخدمات لفائدة التواصل والتواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة، تمنح نسبة من حرية التعبير وإمكانية إيصال الآراء والإيديولوجيات ومشاركة الصور والفيديوهات والمنشورات بالإضافة على التعليق على الرأي الآخر تقوم على تشارك مجموعات من الافراد لاهتماماتهم ونشاطاتهم من خلال برمجيات تحقق صفة الاجتماعية بين جهتين.¹

التعريف الإجرائي: هي تلك الدعامة التكنولوجية التي أصبحت تمثل المكان الافتراضي الذي يستطيع فيه الجميع التعبير عن رأيهم وصناعة محتوى خاص بهم.

الانستغرام:

التعريف النظري: واحد من وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الهواتف الذكية وتسمح بتبادل ونشر الصور والتعليق عليها، أُطلق سنة أكتوبر 2010 وفي الثاني عشر من أبريل من عام 2012م استحوذت شركة فيس بوك عليه بصفقة بلغت مليار دولار نقدا.²

التعريف الإجرائي: وسيلة تواصل اجتماعي وهي تلك الدعامة التي وجدنا عليها عينة دراستنا والمستخدمين المهتمين بالموضوع محل الدراسة.

المنتج:

¹ محمد العوض، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 21.

² عبد الحق خالد السيد، دعاء محمود، أخلاقيات العلاقات العامة، ط1، دار البازوري العلمي، عمان، 2024، ص228.

التعريف النظري: المنتج، هو سلعة أو خدمة، معروضة في السوق، تجعل من الممكن تلبية احتياجات ورغبات المستهلكين. ومن وجهة نظر تسويقية هو مجموعة من الخصائص المعيارية المتفق عليها في السوق مع إضافات خاصة تجعل منه مقبولاً لدى الزبائن.¹ وهو مجموعة الإشباعات التي يستمدّها المشتري من استهلاكه.²

التعريف الإجرائي: المنتج هو كل سلعة أو خدمة تعرضها شركات إسرائيلية أو ذات جنسية أخرى، عبرت عن دعمها الكلي لإسرائيل خلال الحرب التي تشنها على فلسطين، وهي السلع محل المقاطعة التي يركز عليها موضوع الدراسة.

الصهيونية:

التعريف النظري: تعرف على أنها ترمي إلى عزل الشعب اليهودي على قواعد مليّة إلى وطن خاص بهم، ونشير على الأخص إلى شكل الحركة الجديدة التي تتطلب وطناً لليهود في فلسطين.³ هي حركة سياسية في العصر الحديث تطالب بتوطين اليهود في فلسطين كوسيلة لحل المسألة اليهودية.⁴

التعريف الإجرائي: هي حركة استعمارية تشتمل على التطهير العرقي للفلسطينيين وإقامة دولة يهودية في وطنهم، عن طريق الاستيطان تقوم عليها الحروب بين الجهتين.

¹ Valentin Huang, qu'est-ce qu'un produit, Harvestr, disponible sur le lien : <https://blog.harvestr.io/fr/produit> , consulté le :02/05/2024

² DIMATAR TRENDAFILOV, from artifacts to experiences brands in the era of prosumeration, Public Journal of semiotics vol 7 (1), 2016, P63.

³ نجيب نصار، الصهيونية ملخص تاريخها، غايتها وامتدادها حتى سنة ١٩٠٥م، مؤسسة الهنداوي، القاهرة، 2014، ص9.

⁴ عبد الوهاب المسيري، سوسن حسين، موسوعة المفاهيم والمصطلحات الصهيونية رؤية نقدية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، مصر، 1975، ص244.

• الدراسات السابقة

1- محمد المختار الخليل، حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية على التويتر دراسة في تحليل الشبكات الاجتماعية، لباب للدراسات الاستراتيجية والاعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 2021

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف الجوانب المختلفة لحملة المقاطعة الأخيرة من خلال وصف طبيعة الشبكة الرقمية التي تشكلت على موقع تويتر، وتحديد شكلها ونوعها والمجموعات التي ظهرت فيها، وإلى فهم أسباب تصدرها قائمة الوسوم الأعلى تداولاً، حيث تبحث في خصائص الشبكة الاجتماعية التي تشكلت على موقع تويتر حول مقاطعة المنتجات الفرنسية على المستويات الواسعة والمتوسطة والضيقة: أي ما نوعها؟ وما المجموعات التي تشكلت منها؟ ومن الأشخاص المؤثرون والمشاركون فيها؟ من خلال منهج التحليل الشبكي الاجتماعي وفي نهاية هذه الدراسة توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

• تعد الحملة الأقوى على تويتر منذ 2012 من حيث حجم المشاركين، وعدد التدوينات، والاستمرارية، وقد استخدمت لذلك استراتيجيات مكنتها من تجاوز خوارزميات موقع تويتر، القائمة على رفع الأحداث السريعة على حساب الأحداث المستمرة، وأهمها: الوسوم اليومية المرقمة، والاستعانة بالمؤثرين، وتعدد اللغات وبساطة المحتوى، وحرص الناشطين على استقلاليتها عن أي تيار، أو حزب ديني.

- استهدفت الحملة الوعي الجمعي، واعتمدت على الخطابات المحفزة، وقد تربعت تدوينة تدعو إلى عد المقاطعة منهاجاً وأسلوب حياة على قائمة الأعلى تداولاً في الحملة كاملة، وظهرت فكرة وحدة الأمة وحب الرسول، كأبرز المحفزات المعبرة
- ظهرت الحملة من حيث جوهرها حملة دينية بسلاح اقتصادي وهدف سياسي وقد صنفت محتويات الحملة، من حيث نوعها، إلى دينية بالدرجة الأولى ثم اقتصادية ثم سياسية.

تتشابه هذه الدراسة مع بحثنا في كونها تمس بالدين الإسلامي وكذلك بكونها انتفاضة شعبية للمقاطعة الاقتصادية للمنتجات الفرنسية كشكل من أشكال العقاب لفرنسا لإحباط اقتصادها وإظهار حقيقة الخطأ الذي ارتكبه في حق الإسلام والمسلمين.

2- عبد الراضي مخلف حمدي البلبوشي، اعلانات المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الأجنبية وتأثيرها على المستهلك العربي دراسة وصفية مقارنة على عينة من المستهلكين المصريين والسعوديين، جامعة الأزهر الشريف، 2015 م.

يعد الإعلان سلاحاً قوياً في العصر الحالي لما له من تأثيرات إيجابية وسلبية. تقوم هذه الدراسة على إحصائية تأثير إعلانات مقاطعة المنتجات الأجنبية على المستهلك العربي حيث يختلف التأثير باختلاف مؤشرات قوة الحملة وخصائص كل مستهلك فيطرح الباحث إشكالية ما مدى تأثير إعلانات مقاطعة المنتجات الفرنسية على المستهلك العربي وما الفرق بين

المستهلك المصري والسعودي؟ من خلال بحث ينتمي إلى البحوث الوصفية التي تصف الظاهرة وتشخيصها بمعرفة العلاقات القائمة بينها وبين المتغيرات، وتم استخدام منهج المسح.

من أهم نتائج هذه الدراسة:

- أثرت إعلانات المقاطعة على المستهلكين العرب بنسبة 86,5%، بينما لم يتأثر 13,5%
- جاءت أكثر إعلانات المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الأجنبية تأثيراً على المستهلك العربي إعلانات حملة إلا رسول الله بنسبة، ثم إعلانات مقاطعة المنتجات الصهيونية.
- لا توجد فروق جوهرية عند أي مستوى للدلالة بين المستهلكين العرب في الاعتماد على القنوات والوسائل المعرفة إعلانات مقاطعة المنتجات الأجنبية يمكن إرجاعها إلى نوع التعليم بمعنى أن درجات المستهلكين العرب في الاعتماد على قنوات ووسائل معينة لا تتأثر بصورة جوهرية بنوع التعليم

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا. لإعلانات مقاطعة المنتجات الأجنبية، حيث تتواجد مؤشرات يجب أخذها بعين الاعتبار في بناء الحملة لتتمكن من التأثير على المستهلك، كالمستوى الاقتصادي والأصل العرقي، والديانة وغيرها.

3- أبو جابر إبراهيم، أثر حركة المقاطعة الدولية BDS على الاستثمارات الأجنبية في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الغربية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2021م.

تعتبر الحملة الدولية لمقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات نقطة تحول كبير بالنسبة للقضية الفلسطينية، حيث ساهمت في تطور وتغير مواقف الكثير من دول العالم والمؤسسات والمنظمات الدولية والإقليمية تجاه الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية، وبالتالي يطرح الباحث التساؤل التالي: ما هو أثر حركة المقاطعة الدولية BDS على الاستثمارات الأجنبية في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الفلسطينية المحتلة؟ استخدم الباحث في هذه الدراسة منهجين، المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي كونه يقوم على الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة فخرجت الدراسة ببعض النتائج أهمها:

- كان للتطبيع الإماراتي مع إسرائيل ضررا كبيرا على حملة المقاطعة حيث عنتت الامارات إلى الاستيراد والاستثمار في المستوطنات في الضفة الغربية
- تعتبر المقاطعة شكلا من اشكال المقاومة السلمية التي لا تستطيع دولة الاحتلال مجاراته لفشلها في هذا الجانب من المقومة، كما انها تعتبر اسلوب من اساليب الضغط والاحتجاج وقد زخر التاريخ الإنساني بالكثير من صورها.
- يشكل التطبيع العربي والفلسطيني مع إسرائيل أحد أخطر الأسلحة الإسرائيلية ضد حركة المقاطعة، من حيث إنه قد يكسر عزلة إسرائيل المتنامية عالمياً ويقوض نجاحات المقاطعة تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تدرس تطور حركة المقاطعة العربية لإسرائيل من سنة 2005 الى 2019م وتعتبر هذه الفترة ذروة انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الأول

التأصيل النظري لثقافة المقاطعة

الفصل الأول: التأسيس النظري لثقافة المقاطعة

المبحث الأول: مفاهيم المقاطعة حسب مجالاتها

المطلب الأول: مفهوم المقاطعة كفعل اجتماعي

المطلب الثاني: مفهوم المقاطعة كثقافة

المبحث الثاني: محطات تاريخية مهمة للمقاطعة

المطلب الأول: محطات تاريخية للمقاطعة في الإسلام

المطلب الثاني: محطات تاريخية عالمية للمقاطعة

المبحث الثالث: أنواع المقاطعة الاقتصادية

المطلب الأول: أنواع المقاطعة الاقتصادية من حيث الجهة المنظمة

المطلب الثاني: أنواع المقاطعة الاقتصادية من حيث الممارسة

تمهيد:

يعتبر سلاح المقاطعة من الأسلحة الفعالة وذات النجاعة المستخدمة عبر العصور منذ بداية الدعوة الإسلامية إلى العصور الحديثة، حيث يستخدمها الشعوب عن طريق الامتناع عن شراء منتجات معينة أو التعامل مع خدمات معينة بغرض الضغط على جهة ما أو تطويع إرادتها لتحقيق هدف محدد، أو إلحاق أضرار اقتصادية بشركة أو دولة ما، حيث تكون من أهم الأهداف السامية للمقاطعة تغيير قرارات معينة مثل الأسعار أو وقف الحروب. كما تمارس حملات المقاطعة بأنواعها المختلفة في إطار الكفاح المدني، دون استخدام العنف أو القوات المسلحة، لما لسلاح المال والاقتصاد من وأثر بالغ في بناء القوة الدولية. وبالتالي يقوم الفصل الأول من هذه الدراسة على استظهار مفهوم المقاطعة وخصائصها في إطاراتها المختلفة وتاريخها وأنواعها.

المبحث الأول: مفاهيم المقاطعة حسب مجالاتها

لغة تُشتق المقاطعة من القطع يقال قطعه يقطعه قطعاً، والقطع إبانة بعض أجزاء الجرم من بعض فصلاً، والقطع والقطيعة: الهجران ضد الوصل.¹

أما اصطلاحاً فهي ممارسة منظمة لسيادة المستهلك عن طريق الامتناع عن شراء منتجات ما من أجل التأثير في شأن يهم المستهلك، وهنا تعني المقاطعة الحرمان الجماعي من العلاقات من أي نوع، اجتماعية أو تجارية، عامة أو خاصة، بسبب الاختلافات السياسية أو غيرها، وذلك لمعاقبة شخص أو شيء ما أو التأثير عليه.²

وبما أننا بصدد دراسة المقاطعة الاقتصادية فهي تعني في القاموس الاقتصادي هي الرفض الجماعي لإقامة علاقات اقتصادية مع شخص أو منشأة أو بلد بغرض ممارسة الضغط دون استعمال ظاهري للقوة. وذلك عامة لو رفض قسم من المستهلكين. شراء منتج أو سلعة أو التعامل مع خدمة ما، أو رفض الاحتكارات الكبرى التعامل مع المنشآت الصغيرة لزيادة إحكام السيطرة على بعض السلع.³

¹ خالد سعيد عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص17.

² Gary Minda, boycott in America, how imagination and ideology shape the legal mind, southern Illinois university press Carbondale and Edwardsville, usa, 1984 p1.

³ محمد بشير عليه، القاموس الاقتصادي، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، 1985، ص412

المطلب الأول: مفهوم المقاطعة كفعل اجتماعي

هي عبارة عن موقف فردي طوعي مما يؤدي إلى تركيز منهجي ومنسق للإجراءات التي تؤدي إلى رفض العلاقات (الاقتصادية، التجارية، السياسية، الثقافية، الرياضية، دبلوماسية، أو حتى أكاديمي) مع طرف ثالث (شركة، دولة، مجتمع، حزب، منظمة غير حكومية، فرد، وما إلى ذلك)، كعقوبة أو انتقام، أو في بهدف ممارسة الضغط عليه لإجباره على تغيير سلوكه أو سلوكه الموقف تجاه أسئلة أو حقائق محددة¹.

كما يقصد بالمقاطعة. في حالة حملات المقاطعة الشعبية، اتفاق جمهور الشعب المستهلك والمستورد والمنتج. على قطع صلة التعامل مع سلعة أو خدمة لدولة أو شركة تسيء أو تلحق الضرر به، وبمبادئه ومقدساته.²

يعرف مونور فريدمان المقاطعة الاستهلاكية بأنها: "محاولة من قبل طرف أو أكثر لتحقيق أهداف معينة، من خلال حث المستهلكين على الامتناع عن القيام بمشتريات محددة في السوق"³

¹ Abdelilah EL ATTAR, op.cit, p04.

² عبد الحي عرابي، المقاطعة الاقتصادية سلاح الشعوب، الطبعة الأولى، مؤسسة السبيل، سوريا، 2021، ص10.

³ Susanne friese. Monroe Freidman: Consumer Boycotts: Effecting Change through Marketplace and Media, journal of consumer policy, London, 2000, page 4.

المطلب الثاني: مفهوم المقاطعة كثقافة

تعرف الثقافة على أنها مجموعة من الغايات التي يمكن للإنسان تحقيقها بصورة حرة وتلقائية انطلاقاً من طبيعته العقلانية، وهي أيضاً مركب من الأفكار المنشورة عن طريق وسائل الاتصالات العامة أو الخبيئة في المؤسسات أو في العادات والتقاليد، ويقصد بها الوعي الجماعي للمجتمع.¹

أما ثقافة المقاطعة فهي، أسلوب سلمي تتبناه الشعوب المتحضرة في أغلب الدول الديمقراطية والتي تقوم على نسبة معينة من حرية التعبير، وهي سلوك رقابي شعبي يمارسه المستهلكين كلما دعت الحاجة إلى ذلك، وهي حركة تعطي ثمارها، وتوصل المنتجين والتجار في الكثير من الأحيان إلى الاعتذار للمستهلكين وتغيير القرارات والأسعار عندما تنظم باحترافية. وبما أن الثقافة تعرف على أنها وعي جماعي وباعتبار آلية المقاطعة سلوك وثقافة حضارية فإنها تبدأ بوعي الفرد المواطن وإدراكه وكذلك التزامه الشخصي وتمتد إلى غيره بدون ضوضاء ولا جمهرة فقط بانتقال المعلومة على شكل حملات توعوية إعلامية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.²

¹ علي ناصر كنانة، الثقافة وتجلياتها السطح والأعماق، الطبعة 1، مؤسسة الرحاب الحديثة للنشر والتوزيع، لبنان، 2017، ص 10
² نور الدين مبني، طيب عيساوي، الوعي الاستهلاكي وثقافة المقاطعة في المجتمع، الأبعاد الإعلامية والاجتماعية، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 05، العدد 01، الجزائر، 2021، ص13.

المبحث الثاني: محطات تاريخية مهمة للمقاطعة

ظهرت حملات المقاطعة منذ زمن بعيد في العالم بمقاصد مختلفة وأهداف محددة تعمل على تحقيقها الجهات المقاطعة، حيث لا يرتبط ظهورها بتاريخ معين أو بظهور مصطلح المقاطعة وبداية العمل به، بل بدأت بالتبلور مع بدايات الصراعات والنزاعات بين البشر أي منذ العصور الأولى للبشرية وشكلت البعض منها محطات كبرى في التاريخ وسنخرج عليها في هذا المبحث للكشف عن خلفياتها.

المطلب الأول: محطات تاريخية للمقاطعة في الإسلام

ظهرت المقاطعة كفعل قبل قرون في التراث الإسلامي إلى ما قبل 1400 سنة، ففي السنة السابعة من بعثة رسول الله محمد عليه الصلاة والسلام، تعرض هو وأقربائه من بني عبد الله ومن قبيلة بني هاشم وكل من سانداهم وانحاز إليهم من من أسلم وحتى من لم يسلم إلى مقاطعة شاملة اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية تمثلت في حصارهم من قبل كبار كفار قريش بهدف الضغط على المسلمين لا يبتاعوا منهم لينزلوا عند رغباتهم حيث عقدوا معاهدة تعتبر المسلمين ومن يرضى بدينهم حزب واحدا دون سائر الناس، ودامت هذه المقاطعة ما بين السنتين إلى ثلاث سنوات¹، ويجدر الذكر بأن كل السرايا والغزوات التي أمر بها رسول الله محمد وشارك فيها كانت لها مقاصد الحصار والمقاطعة الاقتصادية، حيث عملت هذه الغزوات على اعتراض قوافل قريش والتكيل بها وحصارها اقتصاديا من خلال تضيق طرق التجارة

¹ خالد بن عبد الله الشمراني، المقاطعة الاقتصادية حقيقتها وحكمها، الطبعة 1، دار ابن الجوزي، الرياض، 2005، ص 22.

عليها، وتكرر نفس التخطيط مع بني النضير عندما تمت محاصرتهم وتقطيع اشجارهم واتلافها لما نقضوا عهدهم وأرادوا خيانة رسول الله، وفي صورة أخرى للمقاطعة حينما حاصر ثقيف في الطائف وأغلق عليهم حصونهم عندما غزاهم سنة ثمان للهجرة.¹

المطلب الثاني: محطات تاريخية عالمية للمقاطعة

يرجع مصطلح المقاطعة "Boycott" الى عام 1880م، نسبة للورد الإنجليزي ومدير العقارات تشارلز بويكوت الذي واجه غضب المزارعين الإيرلنديون بسبب رفعة لقيمة إيجارات الأراضي، حيث رفض الإيرلنديون هذه الزيادة فقابلهم تشارلز برد قاسي وهو طردهم من تلك الأراضي التي كانت مصدر رزقهم، عندها غضب المزارعين من قساوته وساءت الأحوال في ظل مقاطعة الايرلنديين عن العمل في الحقول والمزارع وسميت تلك الفترة بـ land war وبعد فترة ظهر شخص بمقترح تحت اسم تشارلز ستيوارت يطالب بعدم التعامل مع الكابتن تشارلز وكانت نتيجة هذا المقترح في صالح الإيرلنديين على حساب هزيمة الكابتن²، ومنذ ذلك الحين أصبحت المقاطعة سلاحاً للضعفاء من أجل تغيير القرارات والدفاع عن الحقوق.

وفي بداية القرن العشرين سنة 1906م قاطع الشعب الصيني البضائع الأمريكية احتجاجاً على وضع السلطات الأمريكية قيوداً ضد هجرة الصينيين إلى أمريكا واستيطانهم فيها.

¹ عابد بن عبد الله السعدون، المقاطعة الاقتصادية تأصيلها الشرعي-واقعا المأمول لها، ط1، دار النايعين للنشر والتوزيع، الرياض، 2008، ص50-55.

² Ingrid NYSTROM, Patricia VENDRAMIN, le boycott, conteste11, PRESSES DE LA FONDATION NATIONALE DES SCIENCES POLITIQUES, France, 2014, page 16

الفصل الأول

في عام 1920، أطلق المهاتما غاندي جملته الشهيرة التي لم تزل ترددها الآن: "إحمل مغزلك واتبعني". وهذا بعد أن لاحظ غاندي أن بريطانيا تحتكر إنتاج القطن الطبيعي الهندي بأسعار منخفضة، ثم تصنع منه ملابس وقطعا قطنية، ثم تبيعها للهنود بأسعار مرتفعة. فعزف الهنود عن شراء الملابس القطنية البريطانية، وكانت النتيجة خسارة كبيرة للشركات البريطانية، ودفع غاندي ثمن هذا الموقف عدة أشهر في السجن.¹

وفي عام 1921م، أصدر حزب الوفد المصري بعد اعتقال رئيسه المصري سعد زغلول قرارا بالمقاطعة الشاملة ضد الإنجليز وشمل هذا القرار تشجيع الأفراد المصريين على سحب ودائعهم من المصارف الإنجليزية ومقاطعة المنتوجات الإنجليزية بشكل تام، وكذا حث التجار على توصية عملائهم في الخارج على عدم شحن بضائعهم في السفن الإنجليزية.²

كما عاشت جنوب إفريقيا تجربة مقاطعة داع صيتها في العالم عندما دعا رئيس المؤتمر الإفريقي ألبرت لوتولي الدول الغربية التي ترتبط بنظام جنوب إفريقيا العنصري الى قطع العلاقات مع هذا النظام مع بداية الخمسينات، وتم تنشيط الحملة بعدة أساليب كان أهمها مقاطعة الحافلات التي لاقت نجاحا كبيرا.³

¹ أحمد عطية الله، القاموس السياسي، الطبعة 3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1968، ص 1037.

² خالد بن عبد الله الشمراني، مرجع سبق ذكره، ص 23

³ مجموعة مؤلفين، استراتيجية المقاطعة ضد الاحتلال الإسرائيلي ونظام الابرتهايد، الواقع والطموح، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ص 3-4 متوفر على الرابط:

تم الاطلاع عليه في 2023-03-27. <https://books.google.dz/books?id=RBWLDwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=fr&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

عام 1979 عندما دعت جمعيات حماية المستهلك كين الألمانية لحملة مقاطعة لمنتجات شركة كوكا كولا، لقيامها بتحويل تعبئة المنتجات من زجاجات بلاستيكية إلى أخرى صلبة، واستمرت الحملة حتى عام 1988. وقد استجابت الشركة للحملة، وأعدت تعبئة منتجاتها في زجاجات مرنة،¹ ولعل من أهم حملات المقاطعة في العالم، حملة مقاطعة شركة بيبسي كولا، التي نشأت سنة 1990م في بورما، التي كانت تعاني من انتهاكات شديدة في حقوق الإنسان، بلغت أوجها في مذبحه الطلاب عام 1988م، ودامت الحملة سبعة أعوام إلى أن استسلمت الشركة وسحبت استثماراتها بالكامل من بورما.²

نظرا لانتشار منصات التواصل الاجتماعي في مطلع العام 2015م، بدأت الحملات الرقمية في الانتشار وكان ذلك بعد نشر مجلة "شارلي إيبدو" الفرنسية رسومات مسيئة لنبي المسلمين حيث انطلقت حملة مقاطعة عبر منصة التويتير شارك فيها مئات المستخدمين لموقع تويتير، ورافقها احتجاجات ميدانية في أغلب الدول العربية واستمرت هذه الحملة لما يقل عن سنة واحدة ثم عادت بالظهور سنة 2020م بعد إعادة نشر رسومات أخرى مسيئة للرسول في نفس المجلة وبدأت الحملة تشتد نظرا لقوة منصة التويتير والانتشار السريع للوسوم.³

سنة 2023، أطلقت حملة في الجزائر تحت شعار "خليها تصدي" تحت الجزائريين على مقاطعة شراء السيارات المجمع من طرف العلامات العالمية على أراضي الجزائر بسبب غلاء

¹ حسام موسى توكل، مرجع سبق ذكره، ص 72

² المرجع نفسه، ص 73.

³ أسماء حسين ملكاوي وآخرين، حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية على تويتير: دراسة في تحليل الشبكات الاجتماعية، مجلة لباب للدراسات الإستراتيجية والإعلامية، العدد 10، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2021، ص 16.

الفصل الأول

أسعارها ولقيت تجاوبا كبيرا في الشارع، حيث تراجع العديد من المواطنين عن شراء السيارات وسرعان ما استجابت العلامات المعتمدة في الجزائر لضغط حملة المقاطعة وخفضت أسعار السيارات.¹

¹ حمزة كحال، حملات المقاطعة سلاح الجزائريين لغلاء الأسعار، مقال صحفي، موقع العربي الجديد، الجزائر، 2019، متوفر على الرابط: [حملة المقاطعة... سلاح الجزائريين لمواجهة ارتفاع الأسعار \(aajeg.com\)](http://aajeg.com) تم الاطلاع عليه في 2024/01/12.

المبحث الثالث: أنواع المقاطعة الاقتصادية

تستخدم المقاطعة الاقتصادية غالبًا كوسيلة لمعاقبة مؤسسة ما، حيث تهدف إلى تغيير الممارسات التسويقية للشركة أو تحسين منتجاتها، وذلك لحماية مصالح المستهلكين. تشمل الممارسات الأخلاقية للشركات المستهدفة، حيث يمكن استخدامها ضد المنتجين أو البائعين الذين يلجؤون إلى الاحتيال أو الفساد، أو أولئك الذين يفرضون شروط عمل قاسية.¹ وينقسم هذا النوع من المقاطعة الذي تقوم عليه دراستنا إلى أنواع متفرعة تختلف حسب ظروفها وأحوالها والجهات التي تقررها وتتولى تنظيمها هي:

المطلب الأول: تقسيم المقاطعة الاقتصادية من حيث الجهات المنظمة:

- المقاطعة الأهلية أو الشعبية: تتم تحت إشراف أفراد أو هيئات غير رسمية، حيث يتخذون هذه الخطوة استجابة لدوافعهم وتعلقهم الوطني، يقررون على سبيل المثال تعليق التجارة بالبضائع والمنتجات المستوردة من دولة سببت ضرراً، وإيقاف التصدير إليها، وامتناع التعامل مع مواطنيه²، كمثال عنها يمكن ذكر قرار جماعات من أصحاب الحرف الدنماركيين مقاطعة البضائع الألمانية احتجاجاً على الإجراءات التي اتخذتها الإدارة الألمانية سنة 1897، للحد من استعمال اللغة الدنماركية في مقاطعة شليسفيغ الشمالية.³

¹ Lizabeth Cohen: Is It Time for Another Round of Consumer Protection? The Lessons of Twentieth-Century U.S. History, The Journal of Consumer Affairs, vol 44, Spring 2010, p 6.

² مريم عبد الرحمن الأحمد، حكم المقاطعة الاقتصادية للشركات والمنتجات الداعمة للشذوذ الجنسي، جامعة الكويت، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، قسم الفقه المقارن والسياسة الشرعية، ص271

³ عبد القادر بن سلطان الدوسري، المقاطعة الاقتصادية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي، مذكرة لنيل درجة ماجستير في الفقه وأصوله، كلية الدراسات العليا، الأردن، 2009، ص25.

• **المقاطعة الرسمية:** وهي التي تفرضها سلطات الدولة المسؤولة ضد جماعات أو دولة معتدية، وقد تكون هذه المقاطعة حال السلم أو الحرب، تقررها حكومة إحدى الدول على شركاتها العامة والخاصة بحظر التعامل الاقتصادي مع شركات دولة ما، ونذكر منها علم سبيل المثال المقاطعة التي فرضتها الولايات المتحدة على ليبيا لأسباب سياسية، ومنها المقاطعة الاقتصادية التي فرضتها جامعة الدول العربية على الكيان الصهيوني والشركات الداعمة له.¹

المقاطعة الجماعية: هي التي تقررها منظمات دولية، وتفرضها استنادا الى السلطة تستمدتها من ميثاقها كجزء يفرض على الدولة التي انتهكت الميثاق²، ولقد استخدمت المقاطعة على نطاق المنظمات الإقليمية، فالجامعة العربية قررت وقف العلاقات الاقتصادية والمالية والتجارية مع حكومة ورايا أي دولة من دول الجامعة في حالة تفاوضها بشأن عقد صلح منفرد، أو أي اتفاق سياسي، أو عسكري، أو اقتصادي مع الكيان الصهيوني.³

¹ عرابي عبد الحي عرابي، مرجع سبق ذكره، ص 11

² عبد الحافظ الصاوي، سلاح المقاطعة الاقتصادية الجدوى والآفاق، مجلة البيان، العدد 08، السعودية، 2011، ص 458

³ عبد القادر بن سلطان الدوسري، مرجع سبق ذكره، ص 27.

المطلب الثاني: تقسيم المقاطعة الاقتصادية من حيث نوع الممارسة:

• **مقاطعة سلبية:** وتشمل عدم الدخول في أي علاقة مع الدولة المعتدية، في الميدان التجاري والمالي وتكون في بعض الأحيان دون توفير بديل، حيث تحدث غالباً في الدول غير

المصنعة والتي تنقص فيها نسب الإنتاج الوطني أي أنها لا توفر منتجات محلية.

مقاطعة إيجابية: عن طريق توفير السلع والخدمات محلياً، لوقف وتقادي أي تعامل تجاري

مع الدولة المعتدية، حيث يمكن منافسة منتجاتها في السوق بهدف التغلب عليهم والتخفيض

من شعبيتهم.¹ ومثال ذلك العمل على وقف تدفق الاستثمارات الأجنبية إلى أراضي الدولة

المعتدية أو هروب الموجود بها إلى الخارج، عن طريق الامتناع عن شراء السلع التي يتم

إنتاجها بواسطة هذه الاستثمارات أو منافسة منتجاتها في الأسواق الدولي.²

¹ عبد الحافظ الصاوي، مرجع سبق ذكره، ص 459

² عبد القادر بن سلطان الدوسري، مرجع سبق ذكره، ص 28.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل الى مختلف مفاهيم المقاطعة من كونها فعلا أو حركة عادية الى كونها فعل اجتماعيا استخدمت كشكل من أشكال العقوبات للمؤسسات الاقتصادية في العديد من الحالات، حيث أن ظهور هذه الحركة ليس حديث الذكر وإنما يعود بالتاريخ الى الدعوة الإسلامية حيث امتنع المسلمون عن التعامل مع تجار قريش وامتنع قريش عن التعامل مع المسلمين الى يومنا هذا، شكلت هذه الحركة مع استمراريتها واتخاذها كإجراء للتغيير ثقافة شعبية ونمط عيش يستخدمها أفراد المجتمع لأهداف معينة، بحيث تختلف طريقة المقاطعة من حالة الى أخرى باختلاف معايير تصنيفها وطرق تطبيقها وكذا باختلاف الدعامات التي تمارس عليها الحملات الداعية للمقاطعة.

الفصل الثاني

أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية

على الحرب الصهيونية على فلسطين

الفصل الثاني: أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية على الحرب الصهيونية على فلسطين

المبحث الأول: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين

المطلب الأول: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين من 1917 الى 1987م

المطلب الثاني: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين من 1978 الى يومنا هذا

المبحث الثاني: ردود الأفعال الدولية والعربية على الحرب الصهيونية على فلسطين

المطلب الأول: قطع العلاقات الدبلوماسية كآلية رد الفعل على الحرب الصهيونية على فلسطين

المطلب الثاني: التنديد والمظاهرات كآلية رد الفعل على الحرب الصهيونية على فلسطين

المطلب الثالث: المقاطعة الاقتصادية كآلية رد الفعل على الحرب الصهيونية على فلسطين

المبحث الثالث: المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل في أشكالها الجديدة

المطلب الأول: انتقال المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين

الى وسائل الاعلام

المطلب الثاني: انتقال المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين

الى منصات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

إن المقاطعة الاقتصادية تشكل سلاحاً قوياً للمقاومة الغير مسلحة للشعوب المضطهدة وواحدة من الطرق الاستراتيجية للتأثير على اقتصاد الدول المستعمرة بحيث يعتبره بعض الباحثين نوع من أنواع المقاومة والجهاد، وهذا ما استخدمه الشعب الفلسطيني ومختلف الشعوب العربية الحليفة له ضد الاحتلال الإسرائيلي منذ بدايته الى يومنا هذا الذي نشهد فيه انفجاراً في التطور التكنولوجي على غرار الاستخدام الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت الدعامات الأساسية الأولى للتواصل والتعبير عن الرأي وكذا بناء الرأي العام، حيث استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى في الحملة المقاطعة للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين التي تم إطلاقها سنة 2023 بعد بداية الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة، بحيث تحاول هذه الحملات القضاء على العولمة الاقتصادية لكبريات مؤسسات العالم التي اعترفت رسمياً بدعم الحرب الصهيونية للحد من نسبة الأرباح التي تستفيد منها.

سنقوم من خلال الفصل الثاني للدراسة بالتطرق الى سياق حيثيات الحرب الإسرائيلية على غزة والمقاطعة العربية لإسرائيل بمختلف دعوماتها.

المبحث الأول: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين

ليست قضية الحرب الصهيونية على فلسطين بقضية حديثة الذكر، إذ تعد قضية الاستيطان الإسرائيلي في فلسطين طليعة القضايا السياسية في العالم، والتي تميزت عن غيرها من قضايا الاستيطان التاريخية بعلاقتها الشديدة بالعنف والاستيلاء على الأراضي بالقوة مع التخطيط المسبق لطرد أصحابها الأصليين واستئصال حضارتهم من هذه الأرض بهدف إقامة دولة استعمارية.¹ فصحیح بأن اتفاقية أوسلو اعادت إدارة قطاع غزة الى السلطة الفلسطينية، ولكن الحكم الفعلي بقي كما كان منذ منتصف القرن العشرين الى يومنا هذا، تحت اشراف الجيش الصهيوني.

المطلب الأول: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين من 1917 الى 1987م

كانت معاهدة سايكس-بيكو المقامة بين بريطانيا وفرنسا وروسيا ووعده بلفور الصادر سنة 1917م فاتحة طريق لإعادة رسم الخريطة السياسية لمنطقة الشرق الأوسط، حينما احتل الإنجليز بقيادة الجنرال اللنبي مدينة القدس في التاسع من ديسمبر 1917م، وأتم احتلال كامل فلسطين في أوائل 1918م²، وفي عام 1922م وضعت عصبة الأمم فلسطين تحت الانتداب البريطاني وأدمجتها في وعد بلفور الذي أعطى لليهود الحق الشرعي في الهجرة وإنشاء وطن قومي للشعب اليهودي على الأراضي الفلسطينية، حيث شجعت حكومة الانتداب الهجرة اليهودية

¹ نظام محمود بركات، الاستيطان الإسرائيلي في فلسطين بين النظرية، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1988م، ص16

² عبد الله التل، خطر اليهودية العالمية على الإسلام والمسيحية، دار القلم، دمشق، 1964، ص239.

واسعة من أوروبا وعملت على تشكيل وكالة يهودية ترعى شؤون اليهود في فلسطين وفي أنحاء العالم وتشرف على تأسيس هذا الوطن القومي.¹

أدت هذه الهجرة الواسعة النطاق الى غضب عربي وفلسطيني المطالبين بوقف هذا الاستيطان، مطالب قبولت بالرفض، مما أدى إلى اندلاع عدد من الثورات المعادية للاستعمار في فلسطين، لم تنجح هذه الأخيرة في وقف الهجرة اليهودية التي تبلورت في الوحدات الاقتصادية والعسكرية وفي أكتوبر 1947م أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها بتقسيم فلسطين بين العرب واليهود، وإقامة دولتين يهودية و فلسطينية ولكن أدى هذا الى مواجهات عسكرية شاملة و إجحاف في حق المواطنين الأصليين عن طريق استيلاء الميليشيات على مساحة أكبر من البلاد.² في السنوات القليلة التالية نجحت اليهودية العالمية في كسب تأييد الحكومات السياسية الغربية كافة وبضغط كبير من أمريكا، أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة القرار رقم 181 بتقسيم فلسطين إلى دولتين عربية ويهودية وأعطى القرار 58,7% من أرض فلسطين للدولة اليهودية.³

¹ عبد الله التل، مرجع سبق ذكره، ص240

² عميرة حنا، القضية الفلسطينية وعوامل عدم الاستقرار في الشرق الأوسط، جامعة فلسطين، 2007، ص5-6 .

³ محمد صالح محسن، القضية الفلسطينية: خلفياتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، بيروت، 2012، ص59-61.

فور صدور هذا القرار اندلعت الحرب وتحمل أبناء فلسطين أعباءها مدة ستة أشهر، إلى ان خرجت بريطانيا من فلسطين في ماي 1948م وتم الإعلان عن إقامة دولة إسرائيل بعد تهجير قرابة مليون فلسطيني من أراضيهم وارتكاب العديد من المجازر، وعرفت هذه الفترة باسم النكبة الأولى. وفي العام 1949 جاءت اتفاقات الهدنة بين إسرائيل ودول الجوار العربي لتكرس الحدود القائمة بين الجانبين لكنها لم تضمن الحفاظ على حقوق الفلسطينيين ونتيجة لهذا نشأت منظمة التحرير الفلسطينية سنة 1964 كمنظمة ناطقة باسم الشعب الفلسطيني والمناضلة لأجل حقوقهم بقيادة أحمد الشقيري بغرض إبراز الهوية الفلسطينية.¹

سنة 1967م، اندلعت الحرب العربية الإسرائيلية والتي أطلق عليها اسم عدوان حزيران، نتيجة تصعيد متبادل قامت فيه مصر بإغلاق مضائق تيران في البحر الأحمر وطلبت من مراقبي الأمم المتحدة على حدودها المغادرة، لكن القوات الإسرائيلية قامت بتدمير الطيران في المطارات المصرية والأردنية والسورية وفي بعد ستة أيام كان الأمر قد انتهى بكارثة جديدة، فاحتل اليهود باقي الضفة الغربية وامتلاك 77,7 بالمئة من مساحة فلسطين الكلية ووفق لمشروع ألون الذي يقضي بان اسرائيل ستحتفظ بالسيطرة على غور الأردن وعلى سلسلة الجبال المتاخمة من الغرب فقد استولت على صحراء سيناء ومرتفعات الجولان. والتي شنت مصر وسوريا حربا لاسترجاعها سنة 1973م و كانت هذه رابع حرب بين العرب و إسرائيل.²

¹ أسامة محمد أبو نحل، نشأة منظمة التحرير الفلسطينية بين المصالح العربية والطموح الفلسطيني: قراءة جديدة، مجلة جامعة الأزهر بغزة، المجلد 11، العدد 1، فلسطين، 2009، ص 18.

² حنا عميرة، مرجع سبق ذكره، ص 8.

المطلب الثاني: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين من 1987 الى يومنا هذا

بعد سنوات من الحروب المتواصلة بين الطرفين وحلفائهم تم تأسيس حركة المقاومة الإسلامية حماس سنة 1987م على يد أحمد ياسين وآخرين، والتي ساهمت بنسبة كبيرة في الهجمات المقاومة على الرغم من أن الصواريخ الفلسطينية نادرا ما كانت قاتلة، وقد تفاقت الصراعات بين إسرائيل والفلسطينيين في أعقاب اتفاقية أوسلو للسلام التي عقدت سنة 1993م في أمريكا ، حيث عرفت تلك المرحلة ازدياداً في العمليات الفدائية المناهضة للعمليات التي قادها الجيش الإسرائيلي ضد المدنيين، وبعد الزيارة الاستفزازية لاريل شارون لساحة المسجد الأقصى، تطور الصراع إلى عنف غير متكافئ بين الجهتين وهو ما تسبب حيث استخدم الجيش الإسرائيلي الطائرات والدبابات القتالية وهذا ما تسبب في الانتفاضة الثانية سنة 1997م.¹

سنة 1999 وقع ياسر عرفات مؤسس حركة فتح ورئيس السلطة الفلسطينية مع ايهود باراك على اتفاقية سمحت للفلسطينيين باسترجاع 7 بالمئة من الضفة الغربية وانسحاب القوات الإسرائيلية من لبنان مع الإبقاء على قطاع غزة ملك لإسرائيل، فرفض المدنيون الفلسطينيون الخروج من مساكنهم بالقطاع مما جعل الجيش الإسرائيلي يمارس عليهم إحاطة عسكرية وسنة 2006م فازت حماس والتي أعلنتها إسرائيل حركة إرهابية بالانتخابات البرلمانية،² هذا ما قبله

¹ سهام الدريسي، حركة المقاطعة الفلسطينية (bds) دراسة تحليلية لنموذج الحراك المدني ضد الاحتلال الإسرائيلي، مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، تركيا، 2021، ص15.

² محمد صالح محسن، مرجع سبق ذكره، ص81-83.

رفض دولي بالاعتراف بهذا النجاح مما خلف انقسام فلسطيني كارثي وحصار شامل تمكنت إسرائيل من استغلاله لإطلاق ثلاث هجمات امتدت لسنوات 2008، 2012 بالإضافة إلى هجمة سنة 2014 حينما ادعت إسرائيل بانه تم إطلاق 4000 صاروخا من قطاع غزة مستهدفا المدنيين الإسرائيليين، حيث أدت هذه الهجمات الى دمار كبير في المدن ومعسكرات اللاجئين وخلف عددا هائلا من الخسائر البشرية.¹

خطت حركات المقاومة الفلسطينية تبعا لهذا التخطيط لهجوم فلسطيني تحت عنوان عملية طوفان الأقصى في 7 أكتوبر من سنة 2023م استهدفت فيه المواقع العسكرية الإسرائيلية، سعيا إلى أسر الجنود، من أجل إطلاق سراح الآلاف من الأسرى الفلسطينيين سجون الاحتلال، من خلال عملية تبادل؛ ولذلك تركز الهجوم على فرقة غزة العسكرية الإسرائيلية، وعلى المواقع العسكرية الإسرائيلية التي كانت تشكل خطر على الفلسطينيين²، هذا ما لم يلاقي استحسان العدو الصهيوني الذي أبدى ردة فعل سريعة وقوية حيث شرع مباشرة بإلقاء أطنان من المتفجرات و الصواريخ على قطاع غزة، بدعم من مجموعة من الحلفاء الغربيين كأمریکا و بريطانيا.³

¹ رشيد الخالدي، ترجمة عامر شيخوني، حرب المئة العام على فلسطين، قصة الاستعمار الاستيطاني والمقاومة 1917، 2017، ط1، دار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2021، ص315-316.

² ، هذه روايتنا.. لماذا طوفان الأقصى؟ مقال صحفي، المركز الفلسطيني للإعلام، 2024، متوفر على الرابط: <https://palinfo.com/news/2024/01/21/873083> اطلع عليه في 2024/04/16

³ احمد طه، ما بعد طوفان الأقصى، مدونة أمّتي، 2023، ص16، متوفر على الرابط: https://archive.org/details/pdf_20231130/mode/2up اطلع عليه في: 2024/05/05

المبحث الثاني: ردود الأفعال العالمية والعربية على حرب الصهيونية على فلسطين

تعد قضية الحرب الصهيونية على فلسطين قضية عالمية خلقت ردود أفعال مختلفة سواء بالموافقة أو بالرفض، بحيث يملك كل طرف أطراف أخرى حليفة له، فيتم التعبير عن هذه الآراء الرسمية في إطار اجتماعات مجلس الأمن الدولي، كما يمكن للشعوب إبداء آرائها والتعبير عنها بطرق مختلفة أمام الملأ يمكن اعتبارها كمقاومة شعبية.

المطلب الأول: قطع العلاقات الدبلوماسية كآلية من آليات رد الفعل على الحرب الصهيونية

على فلسطين

تعد العلاقات الدبلوماسية الثنائية والمتعددة الأطراف خاصية بارزة للعلاقات الدولية في الوقت الحالي تبنيها الدول لتحقيق أهداف مشتركة فيما بينها يعتبر قطع العلاقات الدبلوماسية و السياسية "قرار تتخذه الدول انطلاقاً من سيادتها الوطنية، ويكون الغرض منه وضع نهاية للتعامل الدبلوماسي بينها وبين دولة أخرى"¹، وهو إجراء خطيراً تلجأ إليه الدول لأسباب جادة في حالة ما كانت لا تستطيع اتخاذ إجراءات أقل خطورة، حيث يعرفه هادي المالكي على أنه: "العمل المنفرد الجانب الذي تصدره إحدى الدولتين، والذي يترتب عليه إغلاق البعثات الدبلوماسية الدائمة المعتمدة لدى كل من الدولتين المرسلة والمستقبلة والناشئ عن توتر العلاقات السياسية فيما بينها"².

¹ محمد الأخضر كرام، قطع العلاقات الدبلوماسية: المفهوم والأسباب، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد 16، الجمعية العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2007، ص 150.

² هادي نعيم المالكي، قطع العلاقات الدبلوماسية، مكتبة السنهوري، بغداد، 2011، ص 16.

الفصل الثالث

وقد تتعدد أسباب هذا القرار بين النزاعات والحروب والانتهاكات القانونية كما هو الحال مع العديد من الدول اتجاء إسرائيل منذ عشرينات القرن الماضي، مثل الاعتداء على البعثة السوفياتية في تل أبيب سنة 1953 بعد إلقاء قنبلة عليها فكان رد فعل الاتحاد السوفياتي بقطع العلاقات الدبلوماسية مع إسرائيل¹. وتتجلى أهمية قطع العلاقات الدبلوماسية في كونها أحد الوسائل التي أقر ميثاق الأمم المتحدة شرعية استخدامها من طرف مجلس الأمن كوسيلة للضغط على الدول المهددة للسلم والأمن الدوليين².

ومن أهم الأمثلة التي داع صيتها في قطع العلاقات مع ألمانيا الغربية بعد إعلانها لإقامة علاقات مع إسرائيل سنة 1965، وقرار المؤتمر الإسلامي بمقاطعة مصر بعد توقيعها لمعاهدة كامب ديفيد مع الاحتلال الصهيوني سنة 1978 والتي بموجبها استرجعت سيناء³.

وبعد عملية طوفان الأقصى التي شنتها حركة حماس بالتعاون مع الفصائل الإسلامية لكتائب القسام على إسرائيل في السابع من أكتوبر 2023، لاقت هذه الأخيرة ردود فعل قاسية وعنيفة من الاحتلال الإسرائيلي، شهدت استهدافات للمدنيين و عدد كبيرا من الضحايا، هذا ما لم يلاقي استحسانا من مجموعة كبيرة من الدول في مختلف أنحاء العالم والتي أعلنت بعد أيام من الحرب قطع علاقاتها الدبلوماسية مع إسرائيل او الاستغناء عن السفارة الإسرائيلية في

¹ محمد رقاب، مسببات قطع العلاقات الدبلوماسية، مقال علمي، جامعة الجلفة، الجزائر، 2012، ص 165 متوفر على الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/323/2/4/111861> اطلع عليه في: 2024/04/13.

² محمد الأخضر كرام، مرجع سبق ذكره، ص 146.

³ 45 عاما على اتفاقية كامب ديفيد... الشعب المصري يرفض التطبيع، مقال صحفي، العربي 21،

<https://arabi21.com/story/1537935/45>-عاما-على-اتفاقية-كامب-ديفيد-الشعب-المصري-يرفض-

التطبيع#:~:text=الاتفاقية%20التي%20وُقعت%20في%20منتجع%20كامب%20ديفيد%20بولاية%20الدول%20العربية،%20مع%20نقل

20% مقر 20% الجامعة%20من%20الفاخرة اطلع عليه في 2024/04/13

محيطها، ففي نوفمبر 2023 أعلنت بوليفيا قطع علاقاتها مع هذه الأخيرة خلال مؤتمر صحفي صرح فيه نائب وزير الخارجية البوليفي فريدي ماماني بأن القرار رفضا وإدانة للهجوم العدواني وغير المتكافئ الذي يُشن في قطاع غزة¹. كما أعلن الرئيس الكولومبي غوستافو بيترو عن ادانته للحرب الإسرائيلية على غزة وطرده السفير الإسرائيلي في كولومبيا،² فيما أعلنت تركيا حسب وكالة بلومبورغ في نفس الفترة تعليقها للتعاون الطاقوي والتنقيب المشترك عن الطاقة مع إسرائيل في البحر الأبيض المتوسط وصادرات الغاز إلى أوروبا³.

حيث يعتبر قطع العلاقات السياسية والدبلوماسية سلاحا هاما وفعالا للضغط على الدولة النظيرة وقد يؤدي الى تغيير قرارات سياسية ونظام قانوني بأكمله⁴.

¹ بوليفيا: قطعنا العلاقات مع إسرائيل لارتكابها جرائم ضد الإنسانية في غزة، مقال صحفي، الجزيرة نت، <https://www.aljazeera.net/news/2023/11/1/بوليفيا-قطعنا-العلاقات-مع-إسرائيل>، اطلع عليه في 2024/04/13.

² لهذا السبب.. كولومبيا تطرد سفير إسرائيل لديها، مقال صحفي، سكاي نيوز عربية، <https://www.skynewsarabia.com/world/1662408-لهذا-السبب-كولومبيا-تطرد-سفير-إسرائيل-لديها>، اطلع عليه في 2024/04/13.

³ "بلومبرغ": تركيا تعلق مؤقتا التعاون في مجال الطاقة مع إسرائيل، مقال صحفي، RT اونلاين، <https://arabic.rt.com/world/1506882-بلومبرغ-تركيا-تعلق-مؤقتا-التعاون-في-مجال-الطاقة-مع-إسرائيل/>، اطلع عليه في 2024/04/13.

⁴ محمد رقاب، الآثار القانونية المترتبة عن قطع العلاقات الدبلوماسية على البعثات الدبلوماسية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، جامعة الجزائر 1، 2015، ص 232.

المطلب الثاني: التنديد والمظاهرات كآلية من آليات رد الفعل ضد الحرب الصهيونية على

فلسطين

تعرف المظاهرات على أنها تجمع شعبي سلمي في مكان عام محدد مصحوبا بهتافات يرددها المتظاهرون، بقصد التعبير عن الرأي أو موقف معين أو الاحتجاج والاعتراض عن قرار صادر عن السلطة، او المطالبة بتنفيذ قرار معين، وتتم عن طريق رفع اللافتات والاصوات في الشارع بغرض لفت الانتباه وتحريك الرأي العام¹.

إذ تعتبر من أبرز أشكال المقاومة الشعبية في حالات الحروب والاستعمار كما هو الحال مع العدوان الصهيوني على فلسطين،² إذ فرضت هذه الظاهرة نفسها على الساحة الاجتماعية، الإعلامية وحتى في الوسط الرقمي في الآونة الأخيرة.³

حيث عرف الشعب الفلسطيني بتنظيم مظاهرات منذ فترة ما قبل النكبة وتقام هذه المظاهرات غالبا في أيام المناسبات وقد يشترك فيها حتى الفلسطينيين الذين يسكنون في مخيمات والذين هاجروا الى الدول المجاورة مثل سوريا ولبنان والأردن أو في كافة أنحاء العالم⁴، وكذلك هو الحال مع شعوب دول العالم المعارضة للاحتلال الصهيوني وممارساته القمعية في فلسطين، والتي خلقت ردة فعل عالمية، حيث شارك آلاف الأشخاص في تظاهرة في باريس دعما للشعب

¹ لخضر طاهري، دراسة ظاهرة المظاهرات في الدول العربية وأبعادها الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي المجلد 02، العدد03، الجزائر، 2020، ص298.

² مراد بدر، المظاهرات الشعبية السلمية الفلسطينية ضد الاحتلال الإسرائيلي، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد 02، جامعة وهران، الجزائر، 2022، ص125.

³ لخضر طاهري، مرجع سبق ذكره، ص294.

⁴ المرجع نفسه، ص 127.

الفصل الثالث

الفلسطيني، رغم صدور قرار حظر أمني من السلطات الفرنسية أيده القضاء، وانطلق الانجليز من ضفاف نهر التايمز نحو ساحة البرلمان، على مسافة غير بعيدة من ساعة بيغ بن في مسيرة منددة بالإبادة الجماعية ومطالبة بوقف إطلاق النار. كما نظمت الشبكة التونسية للتصدي لمنظومة التطبيع ووقفات أسبوعية أمام مقر السفارة الأميركية بتونس العاصمة تضامنا مع الشعب الفلسطيني، وتنديدا بالعدوان الإسرائيلي على غزة كما أدانت هذه الوقفات ما سمته بالصمت العربي، والدعم الغربي للاحتلال الإسرائيلي في عدوانه على القطاع، كما خرج عشرات الآلاف في العاصمة الإسبانية مطالبين بالقطع الفوري للعلاقات الدبلوماسية بين بلدهم وإسرائيل فضل عن مقاطعة الشركات الإسرائيلية، والتنديد بما سموه "الإبادة الجماعية" التي يمارسها الاحتلال الإسرائيلي على شعب غزة،¹ و حددت الدولة الجزائرية يوما مخصصا لإجراء مسيرة شعبية بمشاركة اسلاك الأمن والدولة والأحزاب السياسية، بالإضافة الى الإعلان عن الغاء كل الاحتقالات المزمّنة للأيام الوطنية الجزائرية تعبيرا على دعم فلسطين.²

وتعد المظاهرات الطلابية من أقوى المظاهرات وأكثرهم تأثيرا على مصير الأمم نظرا للقيمة التي تعطى للنخبة الطلابية في كامل أنحاء العالم، وعلى هذا الأساس "تحول حرم جامعة

¹ تضامناً مع الفلسطينيين.. تظاهرات حاشدة في عدد من الدول، مقال صحفي، اورونوز،

<https://arabic.euronews.com/2023/10/28/demonstrations-in-several-cities-around-the-world-in-solidarity-with-palestine> اطلع عليه في 2024/04/13

² هبة شعبية جزائرية لدعم غزة.. مسيرة مليونية مستنكرة لاستهداف المدنيين، مقال صحفي، موقع العربية،

<https://www.alarabiya.net/north-africa/2023/10/19/هبة-شعبية-جزائرية-للدعم-غزة-مسيرة-مليونية-مستنكرة-لاستهداف-المدنيين> اطلع عليه في 2024/04/16

الفصل الثالث

كولومبيا في مناهتن من مكان يجتمع فيه الطلاب للدراسة أو تناول بعض المشروبات، إلى

نقطة تجمع للمتظاهرين الراضين للحرب في غزة"¹

¹ كارلا بلايكر، ماذا وراء الاحتجاجات الطلابية ضد حرب غزة في جامعات أمريكية؟، مقال صحفي، موقع DW، متوفر على الرابط: <https://www.dw.com/ar/ماذا-وراء-الاحتجاجات-الطلابية-ضد-حرب-غزة-في-جامعات-أمريكية/a-68906938> ، اطلع عليه في 2024/04/12.

المطلب الثالث: حملات المقاطعة الاقتصادية كآلية من آليات رد الفعل على الحرب

الصهيونية على فلسطين

حسب معظم نشطاء الحركة الاجتماعية تعتبر المقاطعة إحدى أكثر استراتيجيات المقاومة نجاعة فهي تعطي جانبا ملموسا ومرئيا للاحتجاج، وعند ذكر مصطلح المقاطعة. لا يقتصر ذلك على الجانب الاقتصادي فقط. بل أنها يمكن أن تمتد لتكون مقاطعة أكاديمية، ثقافية، رياضية وغيرها.¹

وقد عرف العالم العربي حملات مقاطعة الكيان الصهيوني منذ زمن بعيد، وبدأت أولى حملات المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية منذ بداية الثلاثينات، ثم انتشرت بدعم من الجامعة العربية سنة 1945. حيث حظرت عدة دول عربية استعمال منتجات والاستفادة من خدمات الشركات الإسرائيلية، مع نشر قائمة سوداء للشركات العالمية ذات الأسهم الإسرائيلية.² بعد قرار مجلس جامعة الدول العربية الصادر في 02 ديسمبر 1945، "ان المنتجات اليهودية في فلسطين غير مرغوب بها في البلاد، وأن إباحة دخولها للبلاد العربية يؤدي إلى تحقيق الأغراض السياسية الصهيونية"، حيث طالب المجلس كل الدول المنتمية للجامعة باتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع دخول هذه المنتجات الى ترابها.³

¹ سهام الدريسي، مرجع سبق ذكره، ص48.

² المرجع نفسه، ص 49.

³ جهاد القطيط وأخرون، العرب ومقاطعة إسرائيل، ط1، مركز دراسات الشرق الأوسط، عمان، 2008، ص52-53.

ومن هنا تأسست حركة BDS المقاطعة العربية لإسرائيل وهي حركة ذات بعد عالمي وتعمل على عدة حملات أهمها حملات المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل، سحب الاستثمارات وفرض العقوبات، حيث تقوم على رفع الوعي على أهمية المقاطعة باتجاه بناء ثقافة وطنية لرفض اقتناء منتجات الاحتلال كشكل من أشكال فرض العقوبات، اذ تعد أسلوباً حديثاً وصورة من الصور النضال اللاعنفي في العصر الحديث، بحيث يمكن ان تستخدمها سلطات الدولة أو هيئاتها الذين يعملون في التجارة لقطع العلاقات التجارية مع دولة أخرى بقصد الضغط الاقتصادي عليها.¹

وعمت حركة BDS على تحقيق أهدافها طبق مجموعة من المبادئ أهمها:²

- حظر التعامل مع المؤسسات الإسرائيلية.
- حظر التعامل مع المؤسسات الأمريكية والألمانية والبريطانية ذات الطابع التجاري والاقتصادي على كل شخص في البلاد العربية.
- منع تصدير السلع العربية الى الدول المشار عليها بما في ذلك منع تصدير النفط

¹ محمد مصطفى ناصر، دور العلاقات العامة في BDS في تعزيز مقاطعة المنتجات الإسرائيلية في الضفة الغربية وقطاع غزة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجامعة العربية الأمريكية، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2021، ص31.

² هاني الهندي، مرجع سبق ذكره، ص 303.

• المبحث الثالث: مقاطعة الاقتصادية لإسرائيل في شكلها الجديد

المطلب الأول: انتقال المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على

فلسطين الى وسائل الاعلام

اشتهرت العديد من المؤسسات الإعلامية العربية منها والغربية منذ سنوات 2013م بتغطيتها لحمات المقاطعة التي استهدفت بعض المنتجات الاستهلاكية والتي شنها النشطاء في شوارع مدنهم، بحيث تلجأ وسائل الاعلام الى تصوير حركة مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها على أنها حركة اجتماعية مشروعة تهدف إلى ضمان حقوق الفلسطينيين، وقد استرعت الحملة اهتماماً كبيراً من الإعلام الغربي بعد الجدل الأخير الذي شهدته الساحة الدولية.¹

التغطية الإعلامية الواسعة للحملة من شأنها أن تساعد على معالجة أي سوء توصيف لمهمتها واستراتيجيتها، حيث شهدت حملة المقاطعة الأخيرة التي جاءت تزامناً مع الحرب الصهيونية على غزة لسنة 2024/2023 إبان عملية طوفان الأقصى، زخماً إعلامياً كبيراً من خلال التقارير والريبورتاجات الصحفية حول وقفات المقاطعة التي يشنها الشباب امام الشركات الاقتصادية الداعمة للكيان الإسرائيلي مثل شركة كوكاكولا، وسلسلة مطاعم كنتاكي وماكدونالدز ومقاهي ستاربكس عن طريق الهتافات والشعارات والتخريب وتعليق ملصقات على واجهة

¹ آدم غالاغر، تأثير وسائل الاعلام على حملة مقاطعة إسرائيل، موقع كارنجي للسلام الدولي،

<https://carnegieendowment.org/sada/2014/03/the-medias-effects-on-bds?lang=ar> ، اطلع عليه في 2024/05/01

الفصل الثالث

المحلات.¹ وبالتالي تعتبر وسائل الاعلام وسيلة في غاية الأهمية في تشكيل الرأي العام في المجتمعات وتتعاظم هذه الأهمية مع تعاظم التطورات في مجال الإعلام والتكنولوجيا التي سمحت لها بتطوير امكانياتها في التأثير على افراد المجتمع، فعند تغطية وسائل الاعلام ومنصات التواصل الاجتماعي لحملات مقاطعة المنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين، تعطي لهذه الأخيرة نسبة مهمة من الرسمية والمصادقية.²

¹ دعوات لمقاطعة ماكدونالدز.. ما قصة تبرعه بألاف الوجبات لجنود الاحتلال؟، مقال صحفي، موقع انا العربي، <https://www.alaraby.com/news/دعوات-لمقاطعة-ماكدونالدز-ما-قصة-تبرعه-بألاف-الوجبات-لجنود-الاحتلال> ، اطلع عليه في 2024/05/02.

² يوسف عاطف، وسائل الاعلام وأهمية دورها في المجتمع، مقال علمي، جامعة المنوفية، مصر، 2020، ص.3.

المطلب الثاني: انتقال المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على

فلسطين الى منصات التواصل الاجتماعي

تناولت النظريات والدراسات الإعلامية العديد من التفسيرات حول مفهوم الإعلام الاجتماعي وتأثيره، بما في ذلك نظرية التسويق الاجتماعي التي تبحث في كيفية التعزيز والترويج للأفكار التي يدعمها الطبقة النخبوية في المجتمع لتصبح قيمة اجتماعية معترفاً بها. حيث كان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، بمثابة فرصة تاريخية لنقل العالم إلى آفاق جديدة ومنح المستخدمين فرصاً كبيرة للتأثير والتحرك عبر الحدود بدون رقابة كبيرة. وقد أظهر حراك الشباب العربي، الذي تجلى في الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية، قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير مجرى المجتمعات وإضافة قيمة في الحياة السياسية، وتحدي المنافسة للإعلام التقليدي.¹

سنة 2006 أجرى ورد وأستروم دراسة لتحليل كيفية تأطير حملات المقاطعة على الأنترنت وأظهرت النتائج أنه غالباً ما يتم إثارة التعاطف والحصول على استجابة من خلال التقنيات البلاغية الخاصة بالعالم الإلكتروني والذي يمتاز بتوفير انسيابية وحرية أكثر في التصميم مقارنة بحملات المقاطعة التقليدية²، حيث إن الإنترنت عامة ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة خاصة تلعب دوراً مهماً في انتشار فكرة المقاطعة، كونها تتخطى الإعلام التقليدي

¹ بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد18، بغداد، ص94.

² James ward, amy ostrom, « complaining to the masses:the role of protest framing customer created complaint web sites; journal of consumer research,vol33,n:2, 2006, p 221.

الفصل الثالث

الذي يخضع لضغوطات الحكومات والخطوط الافتتاحية، عكس ذلك تتجاوز وسائل التواصل اي ضغط قد يمارس على مستعمليها مَانِحَة الحرية التامة للأفراد في أن يختاروا ما يرونه مناسباً لهم ولتوجهاتهم السياسية والدينية والثقافية.¹

لدى فقد راهنت حركة BDS للمقاطعة على أهدافها ومطالبها مع مختلف الشرائح الاجتماعية والجنسيات، فقد حرصت على التعبئة الجماهيرية، خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف تسهيل نشر الفكرة المحورية لمختلف حملات المقاطعة لدى الرأي العام العربي والعالمى وفعلاً كان لها ذلك فتحصلت على عضويات نشطة من كل الجنسيات.²

ولذلك فقد ساهمت الإنترنت في نشر الأخبار حول الأوضاع في فلسطين في جميع بقاع العالم، لتظهر حملة واسعة للتضامن معها، من خلال فرض مجموعة من الدول الحظر التجاري والمقاطعة السياسية على إسرائيل منذ سنة 2014، وهكذا هو الحال سنة 2023 تزامناً مع حرب الإبادة التي أعلنتها للكيان الإسرائيلي على فلسطين بعد عملية طوفان الأقصى³، حين شن نشطاء على منصات التواصل الاجتماعي حملات لمقاطعة المنتوجات الأجنبية الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين من خلال قصص و منشورات مرفوقة بهاشتاغات مختلفة مثل #قاطعوا_المنتجات_الإسرائيلية، #هل_قتلت_فلسطيني_اليوم وأخرى بالإنجليزية

² Michiel Bot, The right to boycott: BDS, law, and politics in a global context, routledge, vol10, 2019, p440-441 disponible sur le lien: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/20414005.2019.1672134?needAc> consulter le 12/03/2024

³ Kamaludeen Mohamed Nasir, Boycotts as moral protests in Malaysia and Singapore, International Sociology magazine (4), sage, Nanyang Technological University, Singapore, 2016, p401.

الفصل الثالث

#boycottisrael، #boycott_israeli_products، واجتاحت هاته الحملات العالم خصوصا عن طريق موقعي الانستغرام والتيك توك، حيث طور متمرسون في ميدان التكنولوجيا مواقع الكترونية تستظهر المنتجات التي عبرت عن دعمها للكيان الإسرائيلي ومن أشهرها الشركة الأمريكية لسلسلة مطاعم ماكدونالدز التي عبرت عن ذلك من خلال تزويد الجيش الصهيوني بالمأكل والمشرب أثناء عملياته الهجومية.

خلاصة:

تم التطرق في هذا الفصل الى خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين والتي بدأت منذ بدايات القرن العشرين والانعكاسات التي خلفتها على العلاقات الدولية مع كلتا الطرفين حيث لاقت منذ بدايتها استتكار وتنديدا من العديد من الدول خصوصا الدول العربية منها والتي انتفضت معظمها حكومة وشعبا على إسرائيل فاستخدمت طرق مختلفة ومن أهم هذه الطرق حركة المقاطعة الاقتصادية والتي تقوم على الامتناع عن شراء و التعامل مع منتوجات الشركات التي عبرت بطريقة علنية على دعمها لإسرائيل في حربها على فلسطين وقطاع غزة عن طريق دعمها ماديا بمؤونة الحرب أو بالأسلحة ، حيث قد تؤدي المقاطعة في بعض الأحيان اذا تمت ممارستها بشكل مدروس الى انخفاض كبير في نسبة أرباح هذه المؤسسات الاقتصادية قد يصل الى تراجعها عن قرار دعمها لطرف إسرائيل.

الفصل الثالث

نشر ثقافة المقاطعة عبر منصة
إنستغرام من خلال الفيديوهات المقاطعة
للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية
على فلسطين

الفصل الثالث: نشر ثقافة المقاطعة عبر منصة إنستغرام من خلال الفيديوهات المقاطعة

لمنتجات الشركات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين

المبحث الأول: التحليل التقني لعينة الفيديوهات المختارة

المطلب الأول: البطاقات التقنية لعينة الفيديوهات المختارة

المطلب الثاني: التقطيع التقني لعينة الفيديوهات المختارة

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي لعينة الفيديوهات المختارة

المطلب الأول: التحليل التعييني لعينة الفيديوهات المختارة

المطلب الثاني: التحليل التضميني لعينة الفيديوهات المختارة

المبحث الأول: التحليل التقني لعينة الفيديوهات المختارة

المطلب الأول: البطاقات التقنية لعينة الفيديوهات المختارة

جدول 2 : البطاقة التقنية للفيديو الأول

الفيديو الأول	
اسم الصفحة	Asciatou
جنسية الصفحة	الجزائر
عدد المتابعين	439000
مدة الفيديو	50 ثانية
تاريخ النشر	23 أكتوبر 2023
عدد المشاهدات	127000
عدد اللايكات	194741
عدد التعليقات	5531
عدد النشر	58500

جدول 3 : البطاقة التقنية للفيديو الثاني

الفيديو الثاني	
اسم الصفحة	Ahmed.manai26

الفصل الثالث

تونس	جنسية الصفحة
39900	عدد المتابعين
28 ثانية	مدة الفيديو
01 نوفمبر 2023	تاريخ النشر
1،1 مليون	عدد المشاهدات
13081	عدد اللايكات
204	عدد التعليقات
12000	عدد إعادة النشر

جدول 4: البطاقة التقنية للفيديو الثالث

الفيديو الثالث	
Hothaifah_abus3ilik	اسم الصفحة
الأردن	جنسية الصفحة
828	عدد المتابعين
26 ثانية	مدة الفيديو
10 نوفمبر 2023	تاريخ النشر
4213	عدد المشاهدات

عدد اللايكات	116
عدد التعليقات	15

جدول 5: البطاقة التقنية للفيديو الرابع

الفيديو الرابع	
اسم الصفحة	maha_harth
جنسية الصفحة	اليمن
عدد المتابعين	627000
مدة الفيديو	18 ثانية
تاريخ النشر	03 نوفمبر 2023
عدد المشاهدات	2,9 مليون
عدد اللايكات	101665
عدد التعليقات	1615
عدد إعادة النشر	38300

جدول 6: البطاقة التقنية للفيديو الخامس

الفيديو الخامس	
اسم الصفحة	Everydaypalestine
جنسية الصفحة	فلسطين
عدد المتابعين	1،4 مليون
مدة الفيديو	10 ثواني
تاريخ النشر	12 مارس 2024
عدد المشاهدات	2،2 مليون
عدد اللايكات	61986
عدد التعليقات	452
عدد إعادة النشر	35700

جدول 7 : البطاقة التقنية للفيديو السادس

الفيديو السادس	
Ar_101m	اسم الصفحة
ليبيا	جنسية الصفحة
35000	عدد المتابعين
07 ثواني	مدة الفيديو
23 نوفمبر 2023	تاريخ النشر
675000	عدد المشاهدات
5976	عدد اللايكات
92	عدد التعليقات
2002	عدد إعادة النشر

المطلب الثاني: التقطيع التقني لعينة الفيديوهات المختارة

بعد المشاهدة المتمنة والمتكررة للفيديوهات التي وقع عليها اختيارنا كعينة والتي تخدم مضمون دراستنا نظرا لكونها غنية بالرموز والمدلولات التي تشكل رسائل ضمنية خاصة تتعلق بمقاطعة المنتوجات الداعمة لإسرائيل في إطار الحرب على غزة، قطعنا هذه الفيديوهات تقنيا الى اللقطات التالية.

جدول 8: التقطيع التقني للفيديو الأول

شريط الصوت			شريط الصورة						
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	مضمون الصورة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	زمن اللقطة	رقم اللقطة
ضجيج	لا يوجد	لا يوجد	يد امرأة ترتدي قميص أكمامه ملطخة باللون الأحمر تحمل عبوة منتج.	روتيني اليومي	ثابتة	عادية	لقطة مقربة جدا	02 ثانية	01

الفصل الثالث

صوت بكاء طفل	لا يوجد	لا يوجد	يد امرأة ترتدي قميص أكمامه ملطخة باللون الأحمر تضع عبوة منتوج عليها بقع حمراء سائلة على الطاولة	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة جدا	07 ثانية	02
ضحيج أطفال ورجال.	لا يوجد	لا يوجد	فتاة متحجبة تظلي مادة حمراء على وجهها وتبتسم.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة صدرية	10 ثواني	03
ضحيج	لا يوجد	لا يوجد	فتاة متحجبة وجهها مطلي بالأحمر تفرغ محتوى عبوة منتوج أحمر في يديها.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة صدرية	14 ثانية	04
صوت صراخ امرأة	لا يوجد	لا يوجد	فتاة متحجبة تططبب بيدها على خدودها المطلية بالأحمر	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة صدرية	31 ثانية	05

الفصل الثالث

صراخ امرأة وبكاء رضيع	لا يوجد	لا يوجد	الفتاة تشرب من عبوة حديدية وثيابها مليئة بالبقع الحمراء.	لا توجد	ثابتة	عادية	لقطة كقربة صدرية	34 ثانية	06
صراخ امرأة وبكاء رضيع	لا يوجد	لا يوجد	الفتاة تحمل عبوة بلاستيكية تحتوي على مادة حمراء.	لا توجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة جدا	36 ثانية	07
صراخ وبكاء	لا يوجد	لا يوجد	يد رضيع ملطخة بمادة حمراء سائلة في حوض الحمام	لا توجد	ثابتة			43 ثانية	08

لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	خلفية سوداء عليها كتابة باللون الأبيض والأحمر.	تعتبر المقاطعة من أرقى الواعية لإيصال رسائلها، وهي تبدأ بالكماليات وما يمكن الاستغناء عنه وليس ضروريات. ثم تتصاعد تدريجياً.	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	50 ثانية	09
---------	---------	---------	--	---	---------	---------	---------	----------	----

				أنت تساهم في قتل الأبرياء مع المقاطعة					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

شريط الصوت			شريط الصورة						
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	مضمون الصورة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	زمن اللقطة	رقم اللقطة
صوت آلة	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة إيقاعية	03 علب لمشروبات غازية موضوعة على حصيرة ماسح ضوئي ملئ بالأسلاك الكهربائية مرسوم عليه النجمة الخماسية تخرج منه أوراق نقدية ملطخة ببقع حمراء.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة جامعة	01 ثانية	01

الفصل الثالث

صوت آلة	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة إيقاعية	منتوج غذائي يمر عبر الماسح الضوئي فيظهر صندوق مليء بالأسلحة النارية على شاشته مع خروج أوراق نقذيه ملطخة بالأحمر.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة جامعة	04 ثانية	02
صوت آلة	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة إيقاعية	ظهور صورة رضيع على شاشة الماسح الضوئي عند مرور صندوق لعلامة دانون.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة جامعة	07 ثانية	03
صوت آلة	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة إيقاعية	ظهور صورة طائرة حربية على شاشة الماسح الضوئي المرسوم عليه نجمة عند مرور علبة منتوج غذائي	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة جامعة	11 ثانية	04

الفصل الثالث

			لعلمة kfc، مع استمرار انبعث الأوراق النقدية المملطة بالأحمر.						
صوت آلة	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة إيقاعية	ظهر سلاح على شاشة الماسح الضوئي مع ظهور نجمة حمراء بشكل سريع في الوجه الأمامي للصورة.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة جامعة	15 ثانية	05
صوت آلة	لا يوجد	موسيقى	ظهر أربعة قنابل على شاشة الماسح الضوئي مع خروج أوراق نقديه مملطة باللون الأحمر منه	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة جامعة	19 ثانية	06
صون تشويش	لا يوجد	موسيقى	خلفية سوداء تظهر عليها عبارة مكتوبة باللون الأبيض	Don't purchase	لا يوجد	لا يوجد			

الفصل الثالث

				from antities that kill childrens			قطع بالأسود	22 ثانية	07
--	--	--	--	--	--	--	----------------	----------	----

جدول 10: التقطيع التقني للفيديو الثالث

شريط الصوت			شريط الصورة						
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	مضمون الصورة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	زمن اللقطة	رقم اللقطة

الفصل الثالث

لا يوجد	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة ايقاعية	تظهر في الصورة عبوة مشروب coca-cola الغازي موضوعة على طاولة خشبية	لا يوجد	زوم تقريب	عادية	لقطة مقربة جدا	02 ثانية	01
لا يوجد	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة ايقاعية	شخص يرتدي قميص أحمر يضع نظارات وساعة يدوية على وشك أن يفتح العبوة	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة صدرية	04 ثانية	02
صوت انفجار	لا يوجد	موسيقى عزف على آلة ايقاعية	الشاب يبعد وجهه نتيجة انفجار وانبعاث نار ودخان من عبوة المشروب الغازي.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة صدرية	06 ثانية	03
صوت انفجار	لا يوجد	لا يوجد	ظهور صورة انفجار ونار في منطقة سكنية شبه	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة عامة	10 ثواني	04

الفصل الثالث

			محطمة في خلفية الصورة الأولى.						
صوت انفجار وصراخ وبكاء	لا يوجد	لا يوجد	ظهور 03 أطفال يركضون وينظرون الى الخلف حيث تلتهب النيران في خلفية صورة الشروب الغازي.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة عامة	13 ثانية	05
لا يوجد	لا يوجد	موسيقى	الشاب يمك بالعبوة مع ابقاء وجهه مستديرا ومبتعدا والنار تتراجع وتعود الى داخلها.	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة صدرية	15 ثانية	06
لا يوجد	لا يوجد	موسيقى معزوفة	ظهور عبوة مشروب غازية أخرى زرقاء وظهور الشاب	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة صدرية	20 ثانية	07

الفصل الثالث

			وهو يرفع إبهامه أمام الكاميرا						
صوت كتابة أحرف	لا يوجد	موسيقى معزوفة	صورة مقربة على العبوة الزرقاء مع ظهور كتابة فوقها	قاطع وادعم المنتج المحلي	زووم تقريب	عادية	مقربة جدا	24 ثانية	08

جدول 11: التقطيع التقني للفيديو الرابع

شريط الصوت			شريط الصورة						
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	مضمون الصورة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	زمن اللقطة	رقم اللقطة
صوت إطلاق النار	لا يوجد	موسيقى بيانو	شخصية رسوم متحركة يرتدي بدلة عسكرية خضراء عليها علم اسرائيل وخوذة حماية يحمل في يده مدفعا	Qasim family عائلة قاسم مها حارث @maha__harth قاطع	ثابتة	عادية	لقطة عامة	02 ثانية	01

الفصل الثالث

صوت الصاروخ صوت النقود	لا يوجد	موسيقى بيانو	مرور الصاروخ الصغير فوق قطعتان نقديتان ذهبيتان فوق العلامة التجارية لماكدونالدز	Qasim family عائلة قاسم مها حارث @maha__harth قاطع	حركة بانورامية	عادية	لقطة عامة	05 ثانية	02
	لا يوجد	موسيقى بيانو	صاروخ أكبر من الأول يطير في الهواء على خلفية بيضاء متجها نحو الأمام	Qasim family عائلة قاسم مها حارث @maha__harth قاطع	حركة بانورامية	عادية	لقطة عامة	07 ثواني	03

الفصل الثالث

صوت النقود	لا يوجد	موسيقى بيانو	يكبر حجم الصاروخ عندما يبتلع القطع النقدية الموجودة فوق علامة Starbucks	Qasim family عائلة قاسم مها حارث @maha__harth قاطع	بانورامية	عادية	لقطة عامة	09	04
صوت سقوط الصاروخ	لا يوجد	موسيقى بيانو	وقوع الصاروخ نحو الأرض	Qasim family عائلة قاسم مها حارث @maha__harth قاطع	بانورامية	عادية	عامة	11 ثانية	05

جدول 12: التقطيع التقني للفيديو الخامس

شريط الصوت			شريط الصورة						
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	مضمون الصورة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	زمن اللقطة	رقم اللقطة
لا يوجد	لا يوجد	معزوفة بألة العود	شخصية كارتونية لفتاة ترتدي الكوفية الفلسطينية وثياب شتوية معلقة بحبل تقف فوق عبوة المشروب الغازي كوكا كولا موضوعة على رف الى	لا يوجد	ثابتة	عادية	لقطة مقربة	01 ثانية	01

الفصل الثالث

			جانب عبوات أخرى لنفس المشروب						
لا يوجد	لا يوجد	معزوفة بآلة العود.	يد تمسك بعبوة المشروب الغازي التي تقف فوقها الفتاة وتسحبها الى الأمام.		ثابتة	عادية	لقطة مقربة	03 ثانية	02
صوت انفجارات	لا يوجد	لا يوجد	وقوع الفتاة المعلقة على حبل المشنقة الى الفراغ		ثابتة	عادية	لقطة مقربة	05 ثانية	03
صوت إنفجارات	لا يوجد	لا يوجد	خلفية حمراء يظهر عليها رمز العلامة التجارية coca cola وعبارة taste of genocide باللغة الإنجليزية وطعن الجماعية	Coca cola Taste of genocide طعم الإبادة الجماعية	ثابتة	عادية	قطع	08 ثانية	04

الفصل الثالث

			الإبادة الجماعية باللغة العربية.						
--	--	--	----------------------------------	--	--	--	--	--	--

جدول 13: التقطيع التقني للفيديو السادس

شريط الصوت			شريط الصورة						
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	مضمون الصورة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	زمن اللقطة	رقم اللقطة
ضحج	لا يوجد	لا يوجد	شخص يرتدي بدلة رياضية يسير داخل متجر	قاوم، قاتل، قاطع	حركة المصاحبة ترافلينغ	زاوية الرؤية العلوية	لقطة مستوى الركبة	01 ثانية	01

الفصل الثالث

				لما تأخذ					
لا يوجد	يابن اليهودية	لا يوجد	الشخص يتوجه الى ثلاجة بها العديد من أنواع الشوكولاتة ويلمس شوكولاتة ميلكا milka	حاجة عليها مقاطعة عقلي:	ترافلينغ	زاوية الرؤية العلوية	لقطة مستوى الركبة	04 ثانية	02
ضجيج	لا يوجد	لا يوجد	يترك الشخص الميلكا ويتوجه نحو الرفوف لالتقاط نوع آخر من الشوكولاتة		بانورامية	زاوية عادية	لقطة مستوى لركبة	06 ثانية	03

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي لعينة الفيديوهات المختارة

يعيش العالم اليوم في عصر الرقمنة أين تتغلب الصورة على كل ما هو مكتوب، لدى وفي إطار دراستنا التحليلية يتوجب الإدراك بأن الصورة مظهر من مظاهر الحضارة التي خلقت لغة جديدة استحوذت على طاقة البصر وعليه يجب الاعتراف بأهمية التحليل التعييني والتضميني للصورة لفهم مضمونها وما تخفيه من معاني ومغزى وراءها.¹

المطلب الأول: التحليل التعييني لعينة الفيديوهات المختارة

1. التحليل التعييني للفيديو الأول:

تقدر مدة مقطع الفيديو الأول المنشور على صفحة asciatou ب 50 ثانية.

يبدأ الفيديو بلقطة صدرية Plan poitrine للشابة المتحجبة وهي تتلمس خدودها وأطراف وجهها وتعرضه أمام الكاميرا الثابتة بشكل مقابل لها. ثم تنتقل الكاميرا بشكل سريع إلى الأسفل حيث تظهر لقطة مقربة جدا très gros plan لعبوة بيضاء بالأزرق لمنتوج علامة cerave، حيث تحمله الشابة ثم تتوجه عدسة الكاميرا الى الأعلى أين تفرغ محتوى المنتج الذي يظهر على أنه سائل أحمر اللون في يديها. تنتقل اللقطة مجددا الى الأسفل بلقطة الجزء الصغير أين تظهر نفس المنتج السابق ملطخة بلون أحمر يظهر في شكل قطرات سائل على جوانب العبوة. ثم نلاحظ في الثانية 07 العودة الى اللقطة الصدرية على الفتاة التي تصور الفيديو بخلفية سوداء مرفوق بأصوات الضجيج وصراخ وبكاء للأطفال والنساء حيث تشرع في طلي

¹ مراد كموش، حنان شعبان، ازدواجية تحليل الصورة بين المستويين التعييني والتضميني/ مقارنة نظرية، مجلة الباحث، المجلد 12، العدد4، الجزائر، 2020، ص274.

وجهاً بالسائل الأحمر بحركات دائرية، وتبتسم ابتسامة خفيفة فور الانتهاء من ذلك. بعد ذلك تحمل الفتاة عبوة لمنتوج آخر، وتقوم بنفس الحركة حيث تفرغ في يديها كمية من المنتج وتعيده الى مكانه فتنقل الكاميرا الى الأسفل بلقطة مقربة جداً لتظهر المنتج ملطخ باللون الأحمر. في اللقطة الموالية تذهن على وجهها المنتج ليزيد وجهها احمرار بفعل لونه، تعود الكاميرا لنتقل مجدداً الى الأسفل بلقطة المقربة جداً لتظهر منتجاً آخر فتأخذه الشابة وتضع منه على يدها ثم تعيده الى مكانه وهو ملطخ بسائل أحمر، ثم تذهن منه على وجهها بالاستعانة بفرشاة التجميل. بالإبقاء على نفس حركة الكاميرا وزاوية التصوير، تفتح الفتاة عبوة من المشروب الغازي وتشرب منها فتنبعث منها قطرات حمراء تلتصق وجه الشابة وثيابها. في انتقال سريع للأحداث واللقطات، بحركة ثابتة وبزاوية عادية تصور لنا صانعة الفيديو لقطة الثانية 35 في الحمام بلقطة مقربة جداً حيث تظهر يدها وهي تأخذ عبوة شامبو جنسون Johnson's مملوءة بمادة حمراء من الرف، ثم تضعه مجدداً في مكانه السابق وتنتقل اللقطة مباشرة الى لقطة مقربة جداً على يد رضيع مرتخية ملطخة بمادة حمراء على حوض الاستحمام يليها مباشرة انتقال الى المتتالية الموالية عن طريق القطع باللون الأسود مكتوب عليه عبارة "تعتبر المقاطعة من أرقى ممارسات الشعوب الواعية لإيصال رسائلها وهي تبدأ بالكماليات ما يمكن الاستغناء عنه وليس الضروريات.. ثم تتصاعد تدريجياً باللون الأبيض ثم "مع المقاطعة" باللون الأحمر.

2. التحليل التعيني للفيديو الثاني:

تقدر مدة متتالية مشهد الفيديو الثاني المنشور على صفحة 28 ahmed.manai26 ثانية منشور على حامل الإنستغرام.

يبدأ الفيديو بلقطة جامعة توتر ماسحا ضوئيا، حيث نلاحظ أن الكاميرا ثابتة على حامل مقابل لمتتالية المشهد `plan sequence` بزواوية عادية بتفاصيل لا تتغير طول مدة الفيديو 28 ثانية. تظهر في المقطع حركة آلية اوتوماتيكية للماسح الضوئي بخلفية رمادية اللون تقوم على تمرير مواد غذائية مختلفة على بساطه (مشروبات غازية، مشروبات ستاربكس، مأكولات كنتاكي، بطاطا دوريتوس) مع استمرارية صوت الآلة، بحيث تظهر في كل مرة على شاشة كاشف الماسح الضوئي على أنها أسلحة نارية وقنابل ومدفعايات وطائرات حربية، وعند التركيز على الطرف السفلي للقطعة نلاحظ فتحة تخرج منها أوراق نقدية ملطخة بمادة حمراء باستمرار على مدار عملية التمرير، وعلامة صغيرة بشكل نجمة ذات ستة فروع (نجمة السداسية)، موسومة في قاعدة جهاز الماسح الضوئي الموصول بالعديد من الأسلاك الكهربائية.

3. التحليل التعيني للفيديو الثالث:

يبدأ الفيديو الثالث الذي مدته 26 ثانية منشورا على صفحة `Hothaifah_abus3ilik` انستغرام بلقطة مقربة جدا `tres gros plan` ركزت على يدين تمسكان بعبوة مشروب كوكا كولا `zero calories coca-cola` (صفرسعات حرارية) موضوعة على طاولة خشبية تم تصويره بزواوية عادية و حركة زووم تقترب من المنتج مرفوقة بموسيقى، ثم في تنتقل المتتالية الى لقطة صدرية في الثانية 03 حيث تركز على صانع الفيديو حذيفة أبوصعيليك وهو يفتح

العبوة التي بين يديه وبعد فتحها مباشرة تنفجر منها نار قوية مرفوقة بصوت انفجار فيبعد حذيفة وجهه الى الوراء، وعن طريق تقنية التركيب Le montage ، بالإبقاء على الفيديو الأول في الخلفية تم دمج فيديو واقعي آخر لانفجار ونار ودخان في منطقة سكنية محطمة مع أصوات للصراخ والبكاء حيث يظهر في الثانية 12 مجموعة من الأطفال وهم يركضون وينظرون خلفهم حيث يمكن ملاحظة سحابة كبيرة من الدخان الناتج عن الانفجار، تختفي الفيديو المدمجة تدريجيا لتعود الفيديو الأصلية الى شكلها الأول حيث تحدث عودة الى الخلف flashback الى ما قبل فتح العبوة، وهنا يزيحها بعيدا عن الكاميرا ويأتي بعبوة أخرى من حلالة تجارية مغايرة مع الإشارة برفع اصبعه الإبهام الى الأعلى تم تركز الكاميرا بحركة ترافلينغ Traveling الى الأمام على لقطة مقربة جدا tres gros plan لعبوة المشروب الغازي ذات اللون الأزرق من علامة sama cola مع ظهور عبارة قاطع وادعم المنتج المحلي باللون الأبيض مرفوقة بصوت أفعال لوحة المفاتيح.

4. التحليل التعيني للفيديو الرابع:

مقطع الفيديو الرابع هو فيديو موشن غرافيك والذي مدته 18 ثانية، منشورا على صفحة maha__harth يبدأ بلقطة عامة لشخصية كارتونية بزواية عادية وكاميرا مثبتة على حامل مقابل للمشهد مرفوقة بموسيقى العزف على البيانو، تعود الشخصية الكارتونية لذكر يرتدي بدلة عسكرية خضراء عليها علم إسرائيل بالأبيض والأزرق، وخوذة حماية الرأس بحيث يقف

أمام خلفية بيضاء اللون خالية من أي ديكور ويحمل على كتفه مدفعا ثم يطلق منه صاروخا فيصدر صوت سلاح مع ظهور كلمة قاطع في الأسفل طول مدة الفيديو، تنتقل الكاميرا بانوراميا إلى اليمين بزواوية عادية ليظهر صاروخا صغير الحجم يتوجه بسرعة نحو الأمام. فيمر في الثانية الرابعة على رمز علامة ماكدونالدز mcdonalds ويبتلع قطعتان نقديتان كان موضعهما فوق الرمز، وفور ذلك يزداد في الحجم ويواصل تقدمه الى الأمام بحركة بانورامية للكاميرا الى أن يصل إلى رمز علامة ستاربكس كوفي starbucks coffee والتي كسابقتها، تتموضع فوقها قطعتان نقديتان يعود الصاروخ ليزداد في الحجم مرة أخرى فور المرور بها و يواصل تقدمه الى الأمام الى أن يبدأ في الثانية 11 بالسقوط نحو الأسفل مع صوت السقوط، ثم يحدث قطع سريع للمتتالية باللون الأسود عليه كلمة قاطع باللون الأبيض مع إضافة شكل من أشكال التشويش parasite.

5. التحليل التعيني للفيديو الخامس:

يبدأ الفيديو الموشين غرافيك الخامس الذي تقدر مدته بعشر ثواني، منشور في شكل فيديوهات قصيرة reel على صفحة everydaypalestine بلقطة مقربة gros plan التي توطر المتتالية بزواوية عادية وحركة كاميرا ثابتة لا تتغير طول مدة الفيديو، مرفوقة بموسيقى لمعزوفة العود بحيث نلاحظ شخصية كارتونية لفتاة ترتدي ملابس شتوية و حذاء عليه رسمة شمس وكوفية بيضاء بالأسود، تقف الفتاة على عبوة مشروب غازي لعلامة coca-cola تحيط بها عبوات أخرى موضوعة في رف، يلتف حول عنق الفتاة يبدو كحبل مشنقة، وفي الثانية 03

من الفيديو تمتد يد لتسحب عبوة المشروب التي تقف عليها الشخصية مما يؤدي الى سقوطها وبقائها معلقة على الحبل، ثم في انتقال متسارع للقطات يحدث قطع باللون الأحمر عليه علامة كوكا كولا coca-cola عليها عبارة taste of genocide باللغة الإنجليزية وطعم الإبادة الجماعية باللغة العربية.

6. التحليل التعيني للفيديو السادس:

تبدأ المتتالية قصيرة المدة (07 ثواني) المنشورة على صفحة ar_101m لأحمد الميلاوي ahmed Al-melady بلقطة مستوى الركبة بزاوية تصوير علوية حيث تتحرك الكاميرا بحركة المصاحبة أو ما يسمى الترافلينغ traveling والتي يحملها المصور وهو يسير إلى الأمام مرتدي بدلة رياضية يصل المعني الى ثلاجة تحتوي على العديد من أنواع الشوكولاتة مما يدل على أن في متجر، فيختار المصور شوكولاتة ميلاكا وبمجرد أن يلمسها ويوشك على أخذها يصدر صوت بعبارة "يا ابن اليهودية" فيتركها بسرعة ويتوجه الى الرفوف المجاورة حيث يلتقط نوع آخر من الشوكولاتة كما تظهر طول مدة الفيديو عبارة "قاوم، قاتل، قاطع، لما تأخذ حاجة عليها مقاطعة، عقلي".

المطلب الثاني: التحليل التضميني لعينة الفيديوهات المختارة

1. التحليل التضميني للفيديو الأول:

يؤدي اللون وكل العناصر الشكلية والصوتية المكونة للمتتالية وظيفية تضمينية ودرامية في السينما¹، حيث تم استخدام خلفية سوداء في الفيديو الأول، والذي يعبر في معظم ثقافات العالم على الحداد والحزن على الموت²، وقد تم استخدامه لنفس الغرض في الفيديو، صور الفيديو في بدايته بزوايا تصوير عادية أو ما يسمى بمستوى العين وذلك لإعطاء لمحة واقعية وطبيعية للفيديو دون دلالات أخرى بلقطة صدرية تسمح بوضع المشاهد في علاقة حميمة مع الشابة فتعطي شعور بالقرب كأن المشاهد يعني المتفرج شخصياً³ بحيث تنظر صانعة المحتوى عبر منصة انستغرام آسيا الى الكاميرا بنظرات جافة وحادة، مع إضافة "روتيني اليومي" كبيانات مكتوبة لترسيخ دلالة أن نفس العملية تكرر كل يوم.

حيث تم استخدام اللقطات المقربة جدا *très gros plan* بنسبة كبيرة لتوضيح المنتجات، فهي ذات دلالة تعبيرية عامة حيث يتم استخدام اللقطات المقربة غالبا للإشارة الى أدق تفاصيل المشهد، وهنا الهدف إظهار اسم علامة المنتج والبيانات المكتوبة على سطح العبوة، وفي نفس الوقت توضيح مشاركة هذه العلامات في قتل الفلسطينيين من خلال المادة الحمراء سائلة على حواف المنتج، بحيث يرمز اللون الأحمر غالبا في جانبه العدوانى الى العنف

¹ بوبكر الحبحي، مادة التعبير الفيلمي، ط1، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش، 2003، ص90.
² عبيد كلود، الألوان (دورها، تصنيفها، مصادرها، ودلالاتها)، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2013، ص42.
³ serge Mikhaïlovitch Eisensten, , la vision en gros plan,iskousstrokino, 1945, texte repris par les cahier du cinema, n226.227, 1971,p14.

الفصل الثالث

والخطر والغضب¹، اذ أرادت مخرجة الفيديو التعبير عن دماء الفلسطينيين باللون الأحمر، مصحوبة بأصوات صراخ بالعامية الفلسطينية وبكاء مقصودة من فيديو واقعي تعطي شعور بالقلق والتوتر واحساس بالرعب والخوف، حيث تعد الضوضاء العلامة التي تتقاسم مع الكلمات مهمة تحديد الحدث²، وهنا أوضحت الأصوات المدمجة في الفيديو عن طريق المونتاج ان الفيديو جاء في سياق الحرب على غزة.



الفوتوغرام 1: قارورة منتج تجميلي CERAVE ملطخ بالدماء

¹ أحمد شريكي، تعبيرية اللون في السينما، مجلة جماليات، المجلد 03، العدد 03، الجزائر، 2016، ص 107.
² نسرين سعدون، مطبوعة بيداغوجية لمقياس تحليل الأفلام، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، 2019، ص 36.

كما استخدمت آسيا اللقطة الصدرية المقربة وهي تبتسم ابتسامة خفيفة عند استعمال المنتج تعطي انطباع بعدم المبالاة والاهتمام لمضمون المنتج وسياق الأحداث فالمرأة بطبيعتها وغريزتها الأنثوية يصعب عليها في بعض الحالات التخلي عن بعض المنتجات خصوصا تلك التي تخص جمال وصحة البشرة والشعر ثم تطببب الشابة على وجهها لتعطي انطباع بأنها سعيدة وفخورة بنفسها كأنها أتمت مهمة صعبة. تصور مخرجة الفيديو وهي الممثلة نفسها على أنها تشرب من عبوة حديدية للمشروب الغازي فنتلخ ثيابها ووجهها بقطرات من اللون الأحمر الذي يعبر في نفس السياق على الدم وبالتحديد دماء الفلسطينيين.



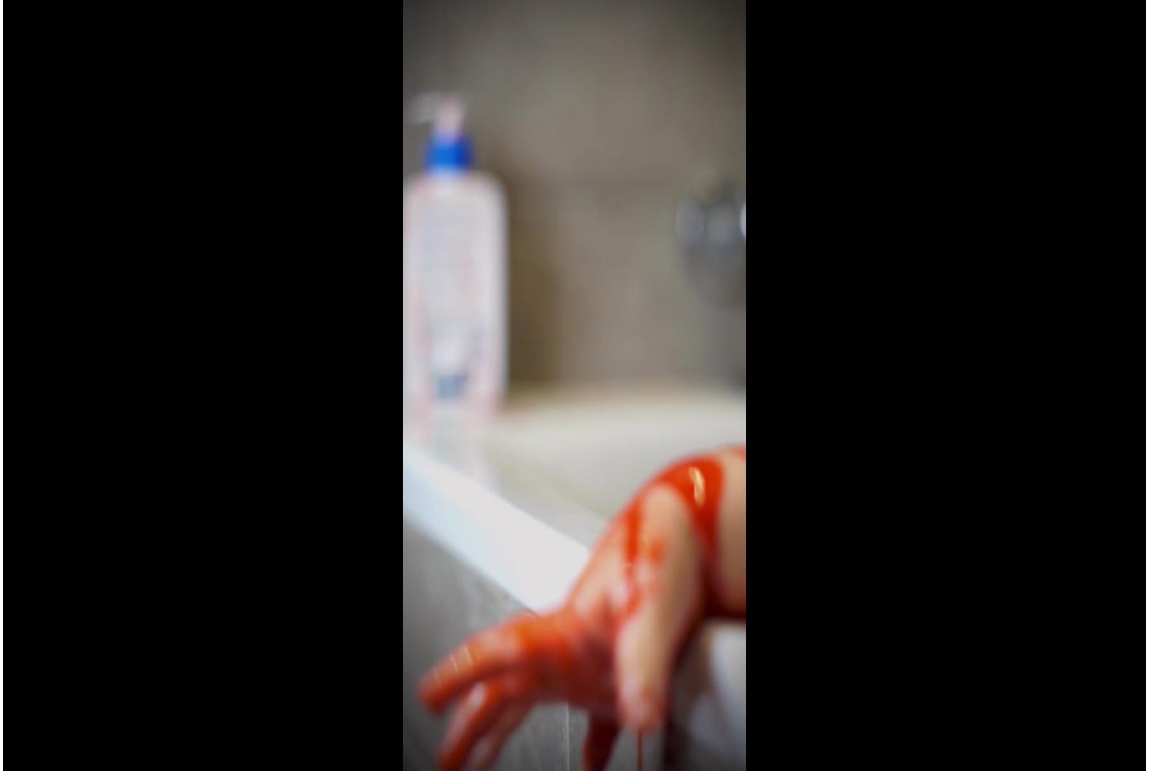
الفوتوغرام 2: آسيا وهي تبتسم بعد دهن المنتج على وجهها



الفوتوغرام 3: لآسيا وهي تشرب كوكا كولا

تم استخدام اللقطة المقربة جدا في كل مرة في تصوير المنتجات وذلك لدلالة ورمزية هذا النوع من اللقطات في التركيز على التفاصيل وإبرازها للمشاهد وهو ما حدث في اللقطة الموالية، عند تصوير قارورة شامبو الأطفال جونسون الشفافة التي تحتوي على مادة حمراء، وتركيز الكاميرا على رجفة يد صانعة الفيديو وهي تأخذ القارورة، بحيث تدل هذه الرجفة في دلالتها على الخوف والارتباك والشعور بالذنب حيال استعمال هذا المنتج، في لقطة مقربة جدا ظهرت يد طفل ملطخة بالدماء مرتخية على حوض الاستحمام، حيث يشير الارتخاء الى غياب الوعي او الموت كما يشير الى جسد بلا حياة، مع تضبيب كل محيط الصورة بهدف إبقاء التركيز

على الموضوع فقط، كما يصحبها صوت بكاء رضيع وموسيقى حزينة لإضفاء المعنى والشعور بالحزن.



الفوتوغرام 4: يد رضيع ملطخة بالدماء

كما تم توظيف بيانات مكتوبة في آخر لقطة من الفيديو تعتبر المقاطعة من أرقى ممارسات الشعوب الواعية لإيصال رسائلها وهي تبدأ بالكماليات ما يمكن الاستغناء عنه وليس الضروريات.. ثم تتصاعد تدريجياً، بهدف ترسيخ المعنى والتعريف بمغزى الفيديو أما عبارة، "أنت تساهم في قتل الأبرياء" فجاءت بصيغة المخاطب لجعله يشعر بأنه معني بالأمر. وعبارة

"مع المقاطعة" استخدمت للتعبير عن الرأي وجاءت باللون الأحمر للدلالة على القوة والتشبث بالقرار.

2. التحليل التضميني للفيديو الثاني:

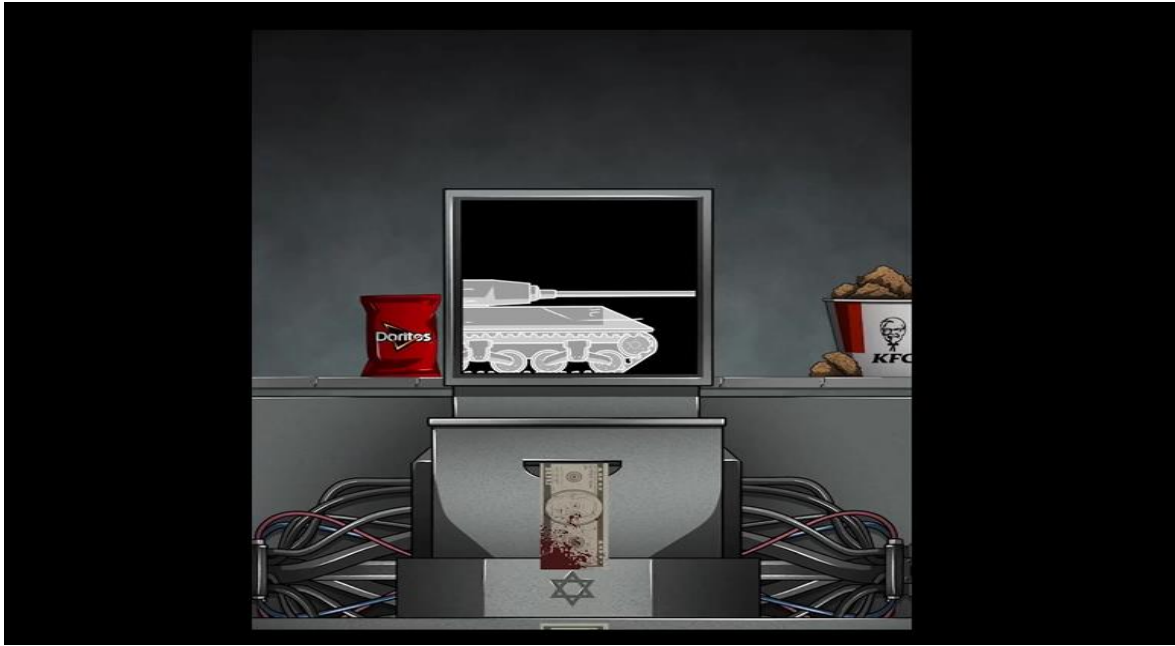
الفيديو الثاني عبارة عن فيديو موشن غرافيكى بلقطة جامعة تسمح بإبراز جزء من الديكور (موضوع الفيديو)، بحيث صمم بخلفية رمادية اللون، واللون الرمادي بدلالاته السيميولوجية يشير الى الغموض والحزن والكآبة ومن جانب آخر يشير اللون الرمادي الى الثراء والغنى¹، ويشير هذا الى مدى غنى الشركات التي تملك هذه العلامات التجارية كما يعبر عن غموض المصدر الذي تتوجه اليه تلك الأموال، بحيث يتم الكشف عن هذه المنتجات في الماسح الضوئي في تظهر حقيقتها

الباطنية على الشاشة من خلال ظهور القنابل، الأسلحة والدبابات، يريد صانع الفيديو إيصال فكرة أن تلك المنتجات ستتصبح بعد شرائها سلاحا لدعم إسرائيل، كما يصور لنا الفيديو خروج أوراق نقدية عليها صورة بن يمين ناتياهو رئيس وزراء إسرائيل ملطخة بلون أحمر، ويقصد بهذا الإشارة الى أن هذه النقود ستذهب لفائدة جهة محددة وهي إسرائيل وهي ملطخة بدماء الفلسطينيين. والدليل على هذا وسمة النجمة السداسية التي تعتبر رمز للديانة اليهودية وتسمى

¹¹ calvin Luther, semiologie des couleurs, p05, disponible sur le lien <https://www.eric-page.info/Projets/chefProjetMW/SemiologieDesCouleurs.pdf> , consulté le 04/05/2024 a 22 :00

الفصل الثالث

بالعبرية ماجين دافيد¹، فيدل تواجدها في قاعدة الماسح الضوئي على أنها صاحبة ملكيته. ينتهي الفيديو بلقطة قطع بالأسود عليها عبارة Don't purchase from antities that kill children ويقصد بها، لا تشتري من من يقتلون الأطفال حيث تم استخدام الأطفال نظرة للقيمة والحساسية التي تملكها هذه الفئة من الأفراد في مختلف مجتمعات العالم، ثم عبارة don't be murder مشطب عليها بخط أفقي ويقصد بها لا تكن قاتلا واستعملت هذه العبارة بهدف التتبيه والتحذير لدى جاءت باللون الأحمر للدلالة على الخطر.

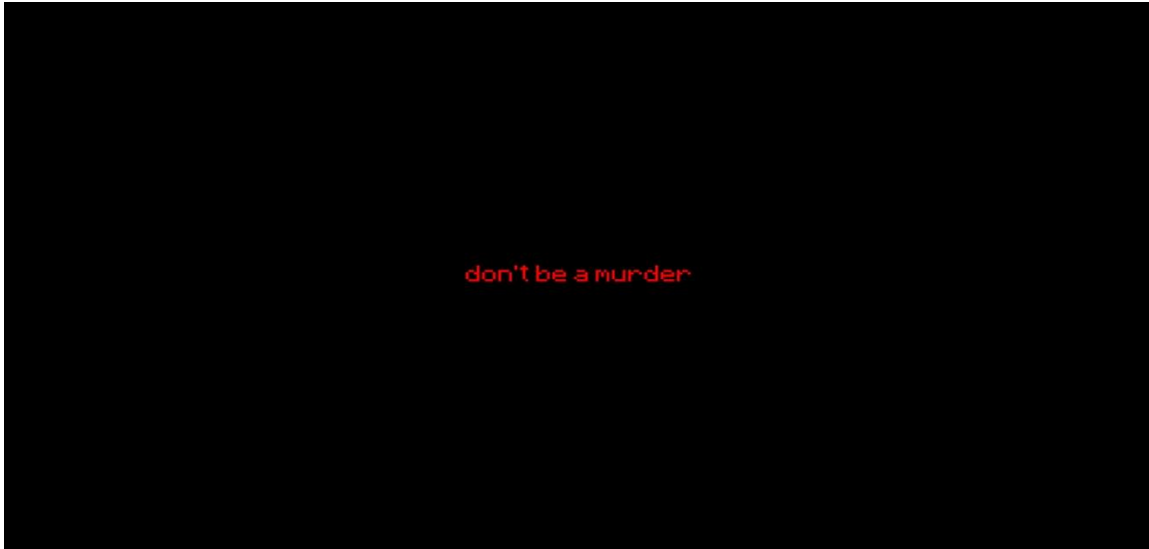


الفوتوغرام 5: ظهور دبابة على شاشة كاشف الماسح الضوئي

¹ أحمد جاسم محمد، حسين إسماعيل كاظم، نجمة داود ودلالاتها اللغوية والعقائدية في التراث اليهودي والعالمي، جامعة بغداد، العراق، 2018، ص3.



الفوتوغرام 6: بيانات مكتوبة باللون الأحمر على الخلفية السوداء



الفوتوغرام 7: عبارة لا تكن قاتلا على خلفية سوداء في نهاية الفيديو

3. التحليل التضميني للفيديو الثالث:

عادة ما يبدأ الفيديو بلقطة مقربة جدا للإحالة الى الغموض وأهمية متابعة المشهد لتوضيح الأمور، فقد بدأت متتالية الفيديو بلقطة مقربة جدا لعبوة الكوكا كولا مع حركة زووم تقريب للكاميرا لإثارة الانتباه الى التفاصيل، وإضفاء نوع من الإحساس بالحركة والاقتراب لدى

المشاهد¹.



الفوتوغرام 8: عبوة كوكا كولا

¹ Alexander MACKEN DRICK, la fabrique du cinema, edition l'arche editeur, paris,2010, p425.

الفصل الثالث

كما استخدمت اللقطة الصدرية القريبة لإبراز شخصية حذيفة وإبراز تحركاته وملامح حيث تظهر على وجهه ملامح ممزوجة بين الحيادية والحزن وهو يفتح عبوة المشروب الغازي، بالإضافة الى استخدام تقنية المونتاج الذي يعد من اهم وسائل التعبير السينمائي بما أنه يساهم بشكل كبير في الربط بين الأحداث، الوضوح وتحريك المشاعر¹، حيث ربط مخرج الفيديو بين مشهد فتح المشروب الغازي ومشهد آخر من فيديو واقعي لانفجار حدث في غزة وهرب الأطفال منه مصحوبة بأصوات الانفجار والصراخ والبكاء التي تعطي للفيديو انطبعا بالواقعية، كل هذا مع الإبقاء على الفيديو الأولى في الخلفية لتحقيق فكرة الحدث المتوازي والذي يقصد به وجود خطوط متفرقة تجمع الأحداث مع بعضها² كما يبرز التقاء الأحداث في نفس الوقت والحقة الزمنية.



الفوتوغرام 9: تمثيل انفجار عبوة مشروب كوكا-كولا

¹ نسرين سعدون، مرجع سبق ذكره، ص 34.
² كاين دانسيجر، فكرة المخرج الطريقة الى البراعة في فن الإخراج، ترجمة:محمد علام خضر، مجلة الفن السابع، العدد 244، منشورات وزارة الثقافة، المؤسسة العامة للسينما، دمشق، 2024، ص145.

كما تم توظيف تقنية العودة الى الوراء flashback للدلالة على التفكير والتخطيط قبل التصرف مع توقف أصوات الضوضاء والبكاء وإضافة موسيقى حيث قام صاحب الفيديو مباشرة بتغيير المنتج واستعمال منتج آخر محلي وأشار بإبهامها الى الأعلى للدلالة على أفضلية المنتج الثاني على الأول مع تقنية زووم تقريب نحو المنتج لإبراز العلامة التجارية له وتفصيله، ثم ظهور البيانات المكتوبة قاطع وادعم المنتج المحلي وذلك بهدف تقوية وترسيخ الفكرة العامة للفيديو.



الفوتوغرام 10: دمج بين فيديو من فلسطين مع الفيديو الأصلي



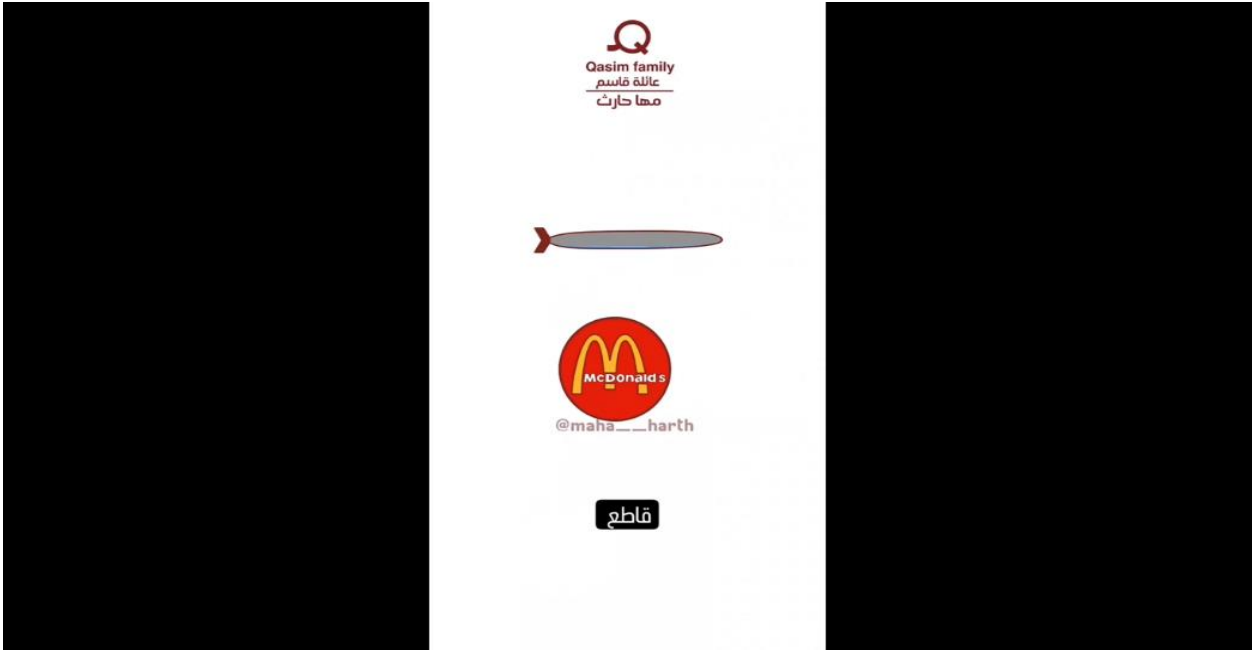
الفوتوغرام 11: عبوة منتج عربي المحلي



الفوتوغرام 12: نهاية الفيديو من خلال وضع بيانات مكتوبة

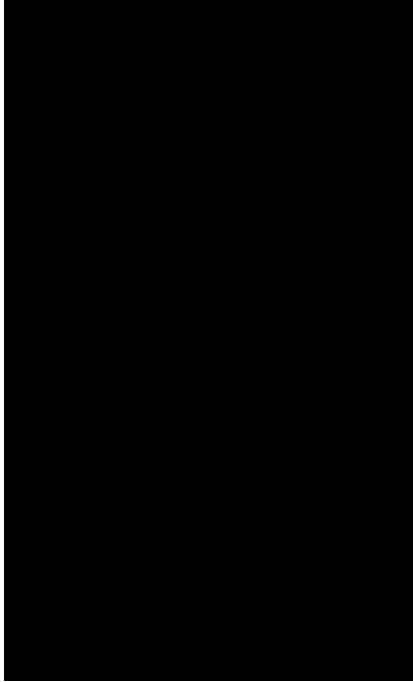
الفصل الثالث

حيث تم تتبع انطلاقة الصاروخ بحركة بانورامية أفقية لتعزيز التوتر والغموض عند المشاهد¹، ودفعه لمتابعة الأحداث وكذا الإبقاء على زاوية التصوير العادية التي تخلو من أي إيحاءات درامية لبيان جدية الموضوع². فتم تصوير الصاروخ على أنه يكبر كلما مر بعلامة من العلامات التجارية التي صرحت بدعمها لإسرائيل فقد أراد المخرج أن يوصل فكرة أن هذه العلامات التجارية التابعة لمؤسسات اقتصادية كبرى تدعم إسرائيل ماديا في شراء الأسلحة التي ستستخدمها ضد غزة وفلسطين مع الإبقاء على كلمة قاطع أسفل الفيديو للدلالة على الفكرة العامة له والهدف منه.

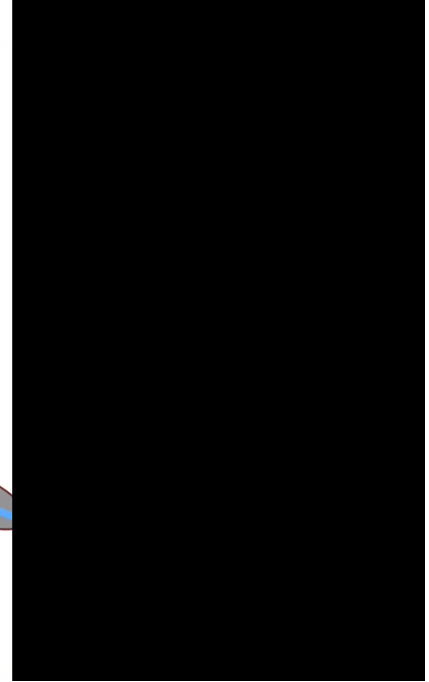
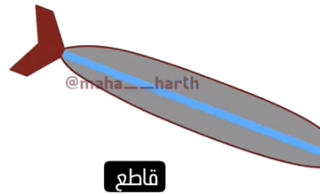


الفوتوغرام 14: تضاعف حجم الصاروخ

¹ محمود ابراقن، اللسانيات والسيميولوجيا والسيميوطيقا، حوليات جامعة الجزائر 3، العدد 9، الجزائر، 1997، ص 99.
² محمود ابراقن، مرجع سبق ذكره، ص 124.



Qasim family
عائلة قاسم
مها حارث



الفوتوغرام 15: لحظة سقوط الصاروخ الى الأسفل

5. التحليل السيميولوجي للفيديو الخامس:

الفيديو الخامس عبارة عن موشن غرافيك، ويعرف الموشن غرافيك motion graphic على أنه أحد مجالات الرسوم المتحركة يتم انشاؤها من خلال برامج التصميم على الحاسوب وفن إعطاء الحياة للصورة والهدف منها إيصال رسالة معينة¹، صور الفيديو بلقطة مقربة ركزت على قارورة المشروب الغازي coca-cola والفتاة المصورة، حيث ترتدي الفتاة كوفية بيضاء بالأسود وهي لباس ذو رمزية في التراث الفلسطيني مما يوحي الى أن الفتاة فلسطينية، كما توشي ملامحها وتسريحة شعرها وثيابها على أنها شابة صغيرة في العمر، تقف على عبوة المشروب الغازي وحبل المشنقة يحيط برقبتها، مصحوبة بموسيقى العزف على العود التي تحمل دلالة الهدوء والأريحية.



الفوتوغرام 16: فتاة تقف على عبوة المشروب الغازي كوكا كولا

¹ أحمد جمال عيد، دور الموشن جرافيك في تحسين تجربة التعلم، الدولية للعلوم التربوية والإنسانية المعاصرة، المجلد 3، العدد1، الأردن، 2024، ص8.

يبتعد المشهد عن تأويل محاولة انتحار عندما تمتد يد لتسحب العبوة وبمجرد سحبها تقع الفتاة معلقة بالحبل للدلالة على أن من اشترى تلك العبوة وأخذها من الرف له ذنب في وفاة الفتاة الفلسطينية الشابة.



الفوتوغرام 17: فتاة معلقة على حبل المشنقة

وعن طريق الانتقالات transition أي التغيير السريع في الأحداث يحدث قطع باللون الأحمر وهو اللون الرمزي لعلامة كوكا كولا، سيميولوجيا يرمز في جانبه الإيجابي الى الشجاعة و الإثارة والحماس أما من جانبه السلبي فهو يرمز للدم والعنف والخطر كما يعرف عليه قدرته

على تسريع نبضات القلب والدورة الدموية¹، بحيث تظهر صورة حمراء عليها علامة كوكا كولا ويتم استبدال شعارها "الطعم الأصلي"، "original taste" بعبارة طعم الإبادة الجماعية "taste of genocide" للدلالة على مساهمة كوكا كولا في الإبادة الجماعية لشعب غزة وبالتالي فمن يتذوقها يستلذ طعم الإبادة الجماعية وتهدف العبارة الى ترسيخ فكرة الفيديو الذي يهدف الى تنبيه المشاهدين لعدم شراء المنتجات التابعة للشركات التي تدعم الحرب الصهيونية على فلسطين وقطاع غزة.

¹ أحمد شريكي، مرجع سبق ذكره، ص107.

6. التحليل التضميني للفيديو السادس:

تم تصوير الفيديو بزواوية الرؤية العلوية بحيث يتم استخدام هذا النوع غالباً لتقزيم أو تصغير شيء أو شخصية ما¹، صور الفيديو بلقطة مستوى الركبة للدلالة على أن المصور يهتم باظهار ملامحه أو شخصيته أو الكشف عن من يكون، وذلك لتعظيم أهمية الموضوع مقارنة بالفرد، بحيث يحمل المصور أحمد الهاتف وهو يسير داخل المتجر بحركة الترافلينغ traveling، مع بيانات مكتوبة "قاوم، قاتل، قاطع، لما تأخذ حاجة عليها مقاطعة، عقلي" والتي تعبر عن دلالة كون كل من الثلاث مصطلحات ذو معنى واحد فالمقاطعة جزء من المقاومة والمقاتلة.



الفوتوغرام 18: شاب يلتقط شوكولاتة ميلكا في متجر

¹ نسرین سعدون، مرجع سبق ذكره، ص31.

حيث يصور لنا شوكولاتة ميلكا MILKA من الأعلى لتقليصها وبمجرد أن يلمسها يسمع صوت محاور يقول "يابن اليهودية" وهي عبارة يشتهر بها الناطق الرسمي باسم كتائب القسام أبو عبيدة حينما يخاطب بها الإسرائيليين، والكلمة المكتوبة "عقلي:" على الفيديو تدل على أن الشاب بمجرد أن لمس الشوكولاتة استحضر عقله العبارة التي يقولها أبو عبيدة فتركها بسرعة وتوجه الى الرفوف لاقتناء شوكولاتة محلية، هذا يعطي انطباع بأن صاحب الفيديو أحس نفسه معني بالأمر وأحس بأنه سينتمي الى إسرائيل لو قام باقتناء المنتوجات الداعمة لها بحيث تكمن وظيفة الرسالة الألسنية ضمناً حسب رولان بارث في الترسخ والمناوبة عن طريق تثبيت المعنى الصريح وتوضيح رمزية الصورة¹.



الفوتوغرام 19: الشاب يتوجه نحو المنتج المحلي

¹ سارة جابري، عيد الغاني بوزيان، دلالة الرسالة الألسنية في الخطاب الإشعاري التلفزيوني، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 6، العدد 2، الجزائر، 2019، ص 259.

نتائج الدراسة:

1. بعد تحليلنا التعييني والتضميني لعينة الدراسة واستعانتنا بالمراجع العلمية التي تخدم موضوعها نجد أن صناع المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي استخدموا كل الأساليب الفنية كالموسيقى والمؤثرات الصوتية، فنون التصوير والتركيب والأساليب التعبيرية كالتمثيل والإيماءات ورمزية الأشياء كالدّم والسلاح لإيصال مغزى الرسالة، عن طريق تقديم سياقات لشراء واستخدام المنتجات التي تدعم الحرب الصهيونية على فلسطين ونتائجها التي ستتحقق على أرض الحرب، للدلالة بأن هذه العلامات التجارية تساهم في العنف والقتل.

2. صور صناع المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي من مختلف الدول العربية باختلاف محتوياتهم على المنصة (مصورين، مصممي موشن غرافيك، أصحاب مشاريع، صانعات محتوى تجميل) محتوى فيديوها تختلف في التصميم والأساليب التعبيرية لكنها تتشابه في الرسالة التضمينية وتصب ضمن نفس المغزى الذي يتمثل في الحث على مقاطعة منتوجات الشركات الداعمة للحرب الصهيونية على إسرائيل وهذا يدل على الاهتمام الذي اكتسبه هذا الموضوع على منصات التواصل الاجتماعي وبالأخص منصة إنستغرام.

3. بينت الدراسة بأن الدلالات السيميولوجية لرسالة مقاطعة المنتجات التابعة للشركات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين تبقى بنفس الأهمية في تكوين الرسالة التضمينية على

الرغم من اختلاف الدعامات التكنولوجية للمحتوى سواء في وسائل الإعلام التقليدية أو عبر منصات التواصل الاجتماعي، نظرا لإمكانية هذه الفيديوهات من مخاطبة فئات مختلفة على نطاق واسع في المجتمع، بحيث وصلت فيديوهات المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين لمختلف الشعوب العربية والأجنبية، الغنية والفقيرة، المتعلمة وغير المتعلمة.

4. أكدت الدراسة قدرة منصات التواصل الاجتماعي كدعامة تكنولوجية على صناعة الرأي العام والقرار في المجتمع الذي يقتضي بمقاطعة المنتجات التابعة للشركات التي تدعم الحرب الصهيونية على فلسطين، حيث ساهمت هذه الأخيرة في نشر ما يسمى بثقافة ممارسة المقاطعة الاقتصادية كعقاب للشركات الاقتصادية، والضغط عليها من خلال نسبة التفاعل الكبيرة لدى المستخدمين على الفيديوهات المتعلقة بالحث على مقاطعة هذه المنتجات عن طريق خاصيات التفاعلية التي توفرها منصة إنستغرام والمتمثلة في الإعجاب والتعليق وإعادة النشر.

5. عبرت دلالة معظم الأيقونات والرموز كالدّم والأسلحة الموظفة في الفيديوهات المشجعة لمقاطعة المنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين على الظلام، العنف، الخطر، الحرب، والدماء، مما يدل على استخدام أسلوب الترهيب والتخويف من أجل إيصال الرسالة بهدف جعل المشاهد يعيش جزء من موقف الفلسطينيين أثناء الحرب الصهيونية، ويشاركهم جزء من خوفهم ورعبهم إزاء هذه الحرب.

6. تم استخدام اللفظة المقربة والمقربة جدا بنسبة كبيرة في معظم الفيديوهات وذلك للتركيز على أشياء معينة دون غيرها، فركزت على أسماء المنتجات وأشكالها ولون محتواها الذي تم تمثيله بالأحمر الذي يحمل دلالة لون الدم لتصل الرسالة بسهولة للمشاهد.
7. ركز صناع المحتوى في فيديوهات الحملات المقاطعة للمنتجات التابعة للشركات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين على علامات تجارية معينة دون غيرها، حيث تم التركيز على منتجات كوكا كولا، مكدونالدز، ستاربكس، بحيث تكررت هذه العلامات التجارية العديد من المرات في الفيديوهات الموسومة ب#قاطعوا، فهي علامات عالمية تمتلك ملاحق على مستوى معظم دول العالم العربية والأجنبية لدى تم تصويرها كفاعل أساسي في مجريات الحرب الصهيونية على فلسطين، عن طريق تشبيه منتجاتها بالأسلحة والدماء.
8. كشفت الدراسة بأن البيانات المكتوبة لا تنقص أهميتها مقارنة بالرسائل البصرية، حيث تم استخدام هذه الأخيرة في كل الفيديوهات المقاطعة لمنتجات الشركات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين، وذلك يبرز أهمية البيانات المكتوبة في تقوية المعنى وتلخيص المغزى والرسالة المراد الوصول إليها من خلال الفيديوهات والمتمثلة في الحث والتشجيع على مقاطعة هذه المنتجات.
9. تم استخدام فن البلاغة في المحسنات البديعية والصور البيانية مثل الاستعارة، الكناية، والتشبيه كتشبيه المنتجات المقاطعة بدم الفلسطينيين بنسبة كبيرة، لأهميتها وقدرتها على

ترسيخ الصورة عند المشاهد، بحيث تساهم الصور البيانية في ترسيخ الصورة السيئة عن المنتج عند المستخدم لجعله يمتنع عن شرائه.

10. خلت جل الفيديوهات محل الدراسة من الكلام والحوارات حيث كانت كلها صامتة وذلك للدلالة على أهمية الصورة والرسالة البصرية في تحديد وإبراز المعنى المرجو إيصاله للمشاهد دون الحاجة الى الكلام أثناء التصوير، بالإضافة الى التعبير عن دلالة الصمت والهدوء والذي يدل هو الآخر على جدية الموضوع وصعوبة الموقف التي جعل من صناع المحتوى الخاص بمقاطعة المنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين يعجزون عن التعبير من خلال الكلام.

11. كشفت الدراسة بأن الفيديوهات محل الدراسة والتي تخص مقاطع المنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين عبر منصة إنستغرام أصبحت تضاهي وتتنافس الإعلانات التلفزيونية ذات الجودة العالية للمنتجات المعنية على الرغم اختلاف الدعاية وخصائصها حيث تعرف منصة الانستغرام بمجانية النشر عليها وسهولته عكس الإعلانات التلفزيونية باهضة الثمن، وبالتالي أصبحت هذه الفيديوهات تشكل إعلانات مضادة (contre publicité)، للمنتجات التابعة للشركات التي تدعم الحرب الصهيونية على فلسطين وقطاع غزة.

خاتمة

تتيح منصات التواصل الاجتماعي من خلال خصائصها المنفردة عن غيرها من الوسائل، إمكانية تسليط الضوء على قضايا اجتماعية مهمة، وتصل لتسليط الضوء على القضايا السياسية التي تهتم المجتمعات الدولية والمدنية وتشكل رأي عام، بحيث تشكل الفاعل الأساسي في تحريك الآراء والشعوب خصوصا في حالات الحروب والصراعات والنزاعات، فتختلف أشكال تحريك منصات التواصل الاجتماعي لهذه القضايا، وحملات المقاطعة واحدة منها بحيث تمتلك أهمية كبيرة في فترات النزاعات، كأسلوب حضري سلمي لمقاومة الجهات التي تمارس طغيانها إما على دول معينة أو على السوق الاقتصادية للدولة نفسها.

جاءت إشكالية هذه الدراسة كمحاولة للكشف عن الرسائل التضمينية والصريحة التي تحملها فيديوهات حملات المقاطعة المنتشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي تزامنا مع الحرب الصهيونية على فلسطين وعلى قطاع غزة بالتحديد ومن أجل معالجة هذه الإشكالية والوصول الى أجوبة علمية ومنطقية على التساؤلات المطروحة قمنا بتحليل سيميولوجي لعينة من الفيديوهات المشجعة على مقاطعة المنتجات التابعة للشركات التي عبرت عن دعمها الصريح لإسرائيل، المنشورة على منصة إنستغرام، من خلال دراسة مختلف دلالاتها الحقيقية الكامنة خلف الصورة على طريقة المقاربة البارثية.

خاتمة

جاءت الفيديوهات محل الدراسة كنموذج لحملات المقاطعة بحيث نشرها صناع محتوى عرب مشهورين على منصات التواصل الإجتماعي تحت وسم #قاطعوا ومن خلال تحليلنا التعييني والتضميني للفيديوهات استطعنا استكشاف أهمية الأساليب التعبيرية كالتمثيل والإيماءات والتجميل والديكور في إيصال المغزى من الرسالة كاستخدام اللون الأحمر للدلالة على دماء الفلسطينيين و كذا الأساليب الفنية حيث كشف لنا التحليل السيميولوجي للفيديوهات مدى قدرة المؤثرات الصوتية والموسيقى على تعزيز الإحساس بواقعية الفيديوهات وجعل المشاهد جزء من الموقف، وكذلك الرموز المختلفة المرتبطة بالأنماط البصرية واللغوية المستخدمة في الفيديوهات والتي ساهمت بالدرجة الأولى في لفت الانتباه وخلق التفاعل عبر منصة الإنستغرام. فتح لنا موضوع الدراسة آفاقا بحثية جديدة لمثل هذه الأبحاث في ميدان الإعلام والاتصال نظرا لكونه موضوعا حديثا، وربما تكون دراستنا طريق لدراسة أكاديمية أخرى مستقبلا ومجالا مفتوحا للتعمق في مثل هذه الدراسات.

قائمة المراجع:

الموسوعات، المعاجم والقواميس:

1. علية محمد بشير، القاموس الاقتصادي، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، 1985.

2. عطية الله أحمد، القاموس السياسي، الطبعة 3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1968.

3. المسيري عبد الوهاب، سوسن حسين، موسوعة المفاهيم والمصطلحات الصهيونية رؤية نقدية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، مصر، 1975.

الكتب:

1. أبو زيد، محمد عبد الحميد، قوانين ومبادئ المقاطعة العربية لإسرائيل، ط 1، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1993.

2. بخوش نجيب، صبطي عبيدة، مدخل إلى السيميولوجيا، ط 1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

3. بركات نظام محمود. الاستيطان الإسرائيلي في فلسطين بين النظرية، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1988.

4. التل عبد الله. خطر اليهودية العالمية على الإسلام والمسيحية، دار القلم، دمشق، 1964.

5. الح يحي، بوبكر. مادة التعبير الفيلمي، ط 1، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش، 2003.

6. الخالدي رشيد، حرب المئة العام على فلسطين: قصة الاستعمار الاستيطاني والمقاومة 1917-2017، ترجمة عامر شيخوني، ط 1، دار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2021.
7. خالد سعيد عبد القادر، المقاطعة الشرعية وضوابط الممارسة أول دراسة تأصيلية للمقاطعة من منظور واقعي، الطبعة 2، 2007.
8. خالد السيد عبد الحق، محمود، دعاء. أخلاقيات العلاقات العامة، ط 1، دار اليازوري العلمي، عمان، 2024.
9. عرابي عبد الحي، المقاطعة الاقتصادية سلاح الشعوب، الطبعة الأولى، مؤسسة السبيل، سوريا، 2021.
10. العوض محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، ط 1، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
11. القطيط جهاد وآخرون، العرب ومقاطعة إسرائيل، ط 1، مركز دراسات الشرق الأوسط، عمان، 2008.
12. كلود عبيد، الألوان (دورها، تصنيفها، مصادرها، ودلالاتها)، ط 1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2013.
13. كنانة علي ناصر، الثقافة وتجلياتها السطح والأعماق، الطبعة 1، مؤسسة الرحاب الحديثة للنشر والتوزيع، لبنان، 2017.

14. لازم كماش يوسف، البحث العلمي مناهجه أقسامه أساليبه الإحصائية، ط 1، دار
دجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2016.
15. المالكي هادي نعيم، قطع العلاقات الدبلوماسية، مكتبة السنهوري، بغداد، 2011.
16. محسن محمد صالح، القضية الفلسطينية: خلفياتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة، مركز
الزيتونة للدراسات والاستشارات، بيروت، 2012.
17. مجموعة مؤلفين، استراتيجية المقاطعة ضد الاحتلال الإسرائيلي ونظام الأبارتهايد:
الواقع والطموح، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، تونس، 2016.
18. الشمراني خالد بن عبد الله، المقاطعة الاقتصادية حقيقتها وحكمها، الطبعة 1، دار ابن
الجوزي، الرياض، 2005.
19. السعدون عابد بن عبد الله، المقاطعة الاقتصادية تأصيلها الشرعي-واقعه المأمول لها،
ط 1، دار التابعين للنشر والتوزيع، الرياض، 2008.
20. توسان برنار، ما هي السيمولوجيا، ترجمة نظيف محمد، ط 2، دار إفريقيا الشرق،
المغرب، 1994.
21. عبيدات محمد، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والخطوات، ط 2، كلية
الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن، 1999.
22. عبد الفتاح محمد، الصرفي حافظ، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط 1،
دار وائل للنشر، عمان، 2012.

23. نصار نجيب، الصهيونية ملخص تاريخها، غايتها وامتدادها حتى سنة ١٩٠٥م، مؤسسة الهداوي، القاهرة، 2014.

24. الهندي هاني، المقاطعة العربية لإسرائيل، الطبعة 2، دار البيروني للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

المجلات والدوريات:

25. ابراقن محمود، اللسانيات والسيميولوجيا والسيميوطيقا، حوليات جامعة الجزائر 3، العدد 9، الجزائر، 1997

26. أبو نحل أسامة محمد، نشأة منظمة التحرير الفلسطينية بين المصالح العربية والطموح الفلسطيني: قراءة جديدة، مجلة جامعة الأزهر بغزة، المجلد 11، العدد 1، فلسطين، 2009.

27. الأحمد عبد الرحمن مريم، حكم المقاطعة الاقتصادية للشركات والمنتجات الداعمة للشذوذ الجنسي، جامعة الكويت، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، قسم الفقه المقارن والسياسة الشرعية، الكويت، 2018.

28. بدر مراد، المظاهرات الشعبية السلمية الفلسطينية ضد الاحتلال الإسرائيلي، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد 02، جامعة وهران، الجزائر، 2022.

29. بن شراد محمد أمين، توظيف المنهج النصي السيميولوجي في دراسات تحليل الأفلام الروائية والتسجيلية: مقارنة تنظيرية تفسيرية آليات استخدام المنهج السيميائي وفق مرتكزات نظرية رولان بارث، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 18، برلين، 2022.
30. بوشحيط مراد، منهج التحليل الفيلمي من النظرية إلى التطبيق كيف نقرأ فيلماً سينمائياً وفق القراءة الفيلمية، مجلة الاتصال والصحافة، العدد المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، 2016.
31. توكل حسام موسى، حملات المقاطعة التجارية: سلاح المستهلك لحمايته من الممارسات غير العادلة في السوق، البحوث والدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر، 2012.
32. جابري سارة، بوزيان عبد الغاني، دلالة الرسالة الألسنية في الخطاب الإشهاري التلفزيوني، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 6، العدد 2، الجزائر، 2019.
33. دانسيجر كاين، فكرة المخرج الطريقة إلى البراعة في فن الإخراج، ترجمة محمد علام خضر، مجلة الفن السابع، العدد 244، منشورات وزارة الثقافة، المؤسسة العامة للسينما، دمشق، 2024.
34. الراوي بشرى جميل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، بغداد، 2012.

35. رقاب محمد، الآثار القانونية المترتبة عن قطع العلاقات الدبلوماسية على البعثات الدبلوماسية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، جامعة الجزائر 1، 2015.
36. شريكي أحمد، تعبيرية اللون في السينما، مجلة جماليات، المجلد 03، العدد 03، الجزائر، 2016.
37. الصاوي عبد الحافظ، سلاح المقاطعة الاقتصادية الجدوى والآفاق، مجلة البيان، العدد 08، السعودية، 2011.
38. طاهري لخضر، دراسة ظاهرة المظاهرات في الدول العربية وأبعادها الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 03، الجزائر، 2020.
39. عيد أحمد جمال، دور الموشن جرافيك في تحسين تجربة التعلم، الدولية للعلوم التربوية والإنسانية المعاصرة، المجلد 3، العدد 1، الأردن، 2024.
40. كموش مراد، شعبان حنان، ازدواجية تحليل الصورة بين المستويين التعييني والتضميني/ مقارنة نظرية، مجلة الباحث، المجلد 12، العدد 4، الجزائر، 2020.
41. مبني نورالدين، عيساوي طيب، الوعي الاستهلاكي وثقافة المقاطعة في المجتمع، الأبعاد الإعلامية والاجتماعية، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 05، العدد 01، الجزائر، 2021.
42. ملكاوي، أسماء حسين وآخرين، حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية على تويتر: دراسة في تحليل الشبكات الاجتماعية، مجلة لباب للدراسات الإستراتيجية والإعلامية، العدد 10، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2021.

دراسات علمية:

43. حنا عميرة، القضية الفلسطينية وعوامل عدم الاستقرار في الشرق الأوسط، جامعة

فلسطين، 2007.

44. . الدريسي سهام، حركة المقاطعة الفلسطينية (BDS) دراسة تحليلية لنموذج الحراك

المدني ضد الاحتلال الإسرائيلي، مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، تركيا، 2021

45. رقاب محمد، مسببات قطع العلاقات الدبلوماسية، جامعة الجلفة، الجزائر، 2012.

46. سعدون نسرين، مطبوعة بيداغوجية لمقياس تحليل الأفلام، المدرسة الوطنية العليا

للسحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، 2019.

47. عاطف يوسف، وسائل الاعلام وأهمية دورها في المجتمع، جامعة المنوفية، مصر،

2020.

48. محمد أحمد جاسم ، كاظم حسين إسماعيل ، نجمة داود ودلالاتها اللغوية والعقائدية في

التراث اليهودي والعالمي، جامعة بغداد، العراق، 2018

المنكرات والأطروحات:

49. بلخيري رضوان، صورة المسلم في السينما الأمريكية تحليل سيميولوجي لفيلمي المملكة

والخائن، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة

الجزائر 2011.

50. عبد القادر بن سلطان الدوسري، المقاطعة الاقتصادية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي، مذكرة لنيل درجة ماجستير في الفقه وأصوله، كلية الدراسات العليا، الأردن، 2009.

51. محمد مصطفى ناصر، دور العلاقات العامة في BDS في تعزيز مقاطعة المنتجات الإسرائيلية في الضفة الغربية وقطاع غزة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجامعة العربية الأمريكية، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2021.

مراجع باللغة الفرنسية:

52. EL ATTAR Abdelilah, SABER Hicham, L'entreprise face aux défis du boycott, dossiers de recherches en économie et gestion, vol. 8, n° 1, 2019.
53. BEN YUCEF Imane, KHALIL Jamal, La Campagne du Boycott 2018 au Maroc Comme Forme de Solidarité et d'Expression d'Indignation, ESJ, Maroc, 2023.
54. Eisenstein Serge Mikhaïlovitch, La vision en gros plan, Iskousstrokinno, 1945, texte repris par les Cahiers du cinéma, n° 226-227, 1971.
55. Luther Calvin, Sémiologie des couleurs, 2011.
56. MACKEN DRICK Alexander, La fabrique du cinéma, édition l'Arche éditeur, Paris, 2010.
57. NYSTROM Ingrid, VENDRAMIN Patricia, Le boycott, contester11, PRESSES DE LA FONDATION NATIONALE DES SCIENCES POLITIQUES, France, 2014.

58. PINEL Vincent, Vocabulaire technique du cinéma, édition Nathan Université, Paris, 1996.

المراجع باللغة الإنجليزية:

59. Bot Michiel, The right to boycott: BDS, law, and politics in a global context, routledge, vol10, Tilburg , 2019.

60. Cohen Lizabeth, Is It Time for Another Round of Consumer Protection? The Lessons of Twentieth-Century U.S. History, The Journal of Consumer Affairs, vol 44, Spring 2010

61. friese Susanne, Freidman Monroe, Consumer Boycotts: Effecting Change through Marketplace and Media, journal of consumer policy, London, 2000.

62. Gary Minda, boycott in America, how imagination and ideology shape the legal mind, southern Illinois university press Carbondale and Edwardsville, usa, 1984.

63. James ward, amy ostrom, « complaining to the masses:the role of protest framing customer created complaint web sites; journal of consumer research,vol33,n:2, 2006.

64. Nasir Kamaludeen Mohamed, Boycotts as moral protests in Malaysia and Singapore, International Sociology magazine (4), sage, Nanyang Technological University, Singapore,2016.

65. TRENDAFILOV DIMATAR, from artifacts to experiences brands in the era of prosumeration, Public Journal of semiotics vol 7 (1), 2016.

الوابو جرافيا:

66. بوليفيا: قطعنا العلاقات مع إسرائيل لارتكابها جرائم ضد الإنسانية في غزة، مقال

صحفي، الجزيرة.نت،

<https://www.aljazeera.net/news/2023/11/1/بوليفيا-قطعنا-العلاقات-مع->

إسرائيل اطلع عليه في 2024/04/13.

67. تضامناً مع الفلسطينيين.. تظاهرات حاشدة في عدد من الدول، مقال صحفي،

اورونيوز،

[https://arabic.euronews.com/2023/10/28/demonstrations-in-](https://arabic.euronews.com/2023/10/28/demonstrations-in-several-cities-around-the-world-in-solidarity-with-palestine)

[several-cities-around-the-world-in-solidarity-with-palestine](https://arabic.euronews.com/2023/10/28/demonstrations-in-several-cities-around-the-world-in-solidarity-with-palestine) اطلع

عليه في 2024/04/13

68. جمال حمداوي، السيميولوجيا: مدخل عام، الأنطولوجيا، مدونة،

[/https://alantologia.com/blogs/3665](https://alantologia.com/blogs/3665) اطلع عليه في 2024/01/12

69. حمزة كحال، حملات المقاطعة سلاح الجزائريين لغلاء الأسعار، مقال صحفي، موقع

العربي الجديد، الجزائر، 2019، متوفر على الرابط:

<https://www.aajeg.com/حملات-المقاطعة-سلاح-الجزائريين-لمواجهة-ارتفاع->

الأسعار تم الاطلاع عليه في 2024/01/12

70. دعوات لمقاطعة ماكdonaldز.. ما قصة تبرعه بآلاف الوجبات لجنود الاحتلال؟، مقال

صحفي، موقع انا العربي، <https://www.alaraby.com/news/دعوات->

لمقاطعة-ماكدونالدز-ما-قصة-تبر-عه-بآلاف-الوجبات-لجنود-الاحتلال ، اطلع عليه في

2024/05/02

71. طه أحمد، ما بعد طوفان الأقصى، مدونة أمتي،

<https://ommaty1401.blogspot.com/2023/11/blog-post.html#more>

أطلع عليه في 2024/05/15

72. غالغر آدم، تأثير وسائل الإعلام على حملة مقاطعة إسرائيل، موقع كارنجي للسلام

الدولي، [https://carnegieendowment.org/sada/2014/03/the-medias-](https://carnegieendowment.org/sada/2014/03/the-medias-effects-on-bds?lang=ar)

[effects-on-bds?lang=ar](https://carnegieendowment.org/sada/2014/03/the-medias-effects-on-bds?lang=ar) اطلع عليه في 2024/05/01

73. هبة شعبية جزائرية لدعم غزة.. مسيرة مليونية مستنكرة لاستهداف المدنيين، مقال

صحفي، موقع العربية، [https://www.alarabiya.net/north-](https://www.alarabiya.net/north-africa/2023/10/19/هبة-شعبية-جزائرية-لدعم-غزة-مسيرة-مليونية-مستنكرة-)

[africa/2023/10/19/هبة-شعبية-جزائرية-لدعم-غزة-مسيرة-مليونية-مستنكرة-](https://www.alarabiya.net/north-africa/2023/10/19/هبة-شعبية-جزائرية-لدعم-غزة-مسيرة-مليونية-مستنكرة-)

لاستهداف-المدنيين اطلع عليه في 2024/04/16

74. هذه روايتنا.. لماذا طوفان الأقصى؟مقال صحفي، المركز الفلسطيني للإعلام،

2024، متوفر على الرابط:

اطلع عليه في [/https://palinfo.com/news/2024/01/21/873083](https://palinfo.com/news/2024/01/21/873083)

2024/04/16

75. المقاطعة.. تعبير سلمي عن الغضب والاحتجاج، مقال صحفي، الجزيرة.نت،

<https://www.aljazeera.net/blogs/2018/5/5/الافتراضى#:~:text=لنجاح%20حملات%20المقاطعة%20لابد%20من%20عملية%20تواصلية%20ناجعة%20بث%20أخبار%20كاذبة%20عن%20الأهداف%20والوسائل%20وغير%20ذلك.اطلع عليه في 2024/05/01>

[الافتراضى#:~:text=لنجاح%20حملات%20المقاطعة%20لابد%20من%20عملية%20تواصلية%20ناجعة%20بث%20أخبار%20كاذبة%20عن%20الأهداف%20والوسائل%20وغير%20ذلك.اطلع عليه في 2024/05/01](https://www.aljazeera.net/blogs/2018/5/5/الافتراضى#:~:text=لنجاح%20حملات%20المقاطعة%20لابد%20من%20عملية%20تواصلية%20ناجعة%20بث%20أخبار%20كاذبة%20عن%20الأهداف%20والوسائل%20وغير%20ذلك.اطلع عليه في 2024/05/01)

[وسائل%20وغير%20ذلك.اطلع عليه في 2024/05/01](https://www.aljazeera.net/blogs/2018/5/5/الافتراضى#:~:text=لنجاح%20حملات%20المقاطعة%20لابد%20من%20عملية%20تواصلية%20ناجعة%20بث%20أخبار%20كاذبة%20عن%20الأهداف%20والوسائل%20وغير%20ذلك.اطلع عليه في 2024/05/01)

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01: رابط الفيديو الأول

https://www.instagram.com/reel/CyrW7_bldwO/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==

الملحق رقم 02: رابط الفيديو الثاني

https://www.instagram.com/reel/CzG3W1lIkj6/?utm_source=ig_web_copy_link

الملحق رقم 03: رابط الفيديو الثالث

https://www.instagram.com/reel/CzMTG2oINbT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

الملحق رقم 04: رابط الفيديو الرابع

https://www.instagram.com/reel/CzeJzWNoh5Q/?utm_source=ig_web_copy_link

الملحق رقم 05: رابط الفيديو الخامس

https://www.instagram.com/reel/C4bJdu4Shil/?utm_source=ig_web_copy_link

الملحق رقم 06: رابط الفيديو السادس

https://www.instagram.com/reel/C0ARDWBLiPk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA

فهرس المحتويات

	الشكر والعرفان
	الإهداء
	ملخص الدراسة
	خطة الدراسة
	قائمة الجداول
	فهرس الفوتوغرامات
01	مقدمة
03	بناء الإشكالية
06	أهمية الدراسة
07	أسباب إختيار الموضوع
08	منهج الدراسة
11	أدوات جمع البيانات
13	مجتمع وعينة البحث
15	تحديد المفاهيم والمصطلحات
18	الدراسات السابقة
الفصل الأول: التأسيس النظري لثقافة المقاطعة	
24	تمهيد

25	المبحث الأول: مفاهيم المقاطعة حسب مجالاتها
26	المطلب الأول: مفهوم المقاطعة كفعل اجتماعي
27	المطلب الثاني: مفهوم المقاطعة كتقافة
28	المبحث الثاني: محطات تاريخية مهمة للمقاطعة
28	المطلب الأول: محطات تاريخية للمقاطعة في الإسلام
29	المطلب الثاني: محطات تاريخية عالمية للمقاطعة
33	المبحث الثالث: أنواع المقاطعة الاقتصادية
33	المطلب الأول: تقسيم المقاطعة الاقتصادية حسب الجهات المنظمة
35	المطلب الثاني: تقسيم المقاطعة الاقتصادية حسب نوع الممارسة
36	خلاصة
الفصل الثاني: أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية على الحرب الصهيونية على فلسطين	
39	تمهيد
40	المبحث الأول: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين
40	المطلب الأول: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين من 1917 إلى 1987
43	المطلب الثاني: خلفيات الحرب الصهيونية على فلسطين من 1987 إلى يومنا هذا

45	المبحث الثاني: أساليب ردود الأفعال الدولية والعربية على الحرب الصهيونية في فلسطين
45	المطلب الأول: قطع العلاقات الدبلوماسية كآلية رد الفعل على الحرب الصهيونية على فلسطين
48	المطلب الثاني: التنديد والمظاهرات كآلية رد الفعل على الحرب الصهيونية على فلسطين
51	المطلب الثالث: المقاطعة الاقتصادية كآلية رد الفعل على الحرب الصهيونية على فلسطين
53	المبحث الثالث: المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل في أشكالها الجديدة
53	المطلب الأول: انتقال المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين الى وسائل الاعلام
55	المطلب الثاني: انتقال المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين الى منصات التواصل الاجتماعي
58	خلاصة
الفصل الثالث: نشر ثقافة المقاطعة عبر منصة إنستغرام من خلال الفيديوهات المقاطعة للمنتجات الداعمة للحرب الصهيونية على فلسطين	

61	المبحث الأول: التحليل التقني لعينة الفيديوهات المختارة
61	المطلب الأول: البطاقات التقنية لعينة الفيديوهات المختارة
66	المطلب الثاني: التقطيع التقني لعينة الفيديوهات المختارة
85	المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي لعينة الفيديوهات المختارة
85	المطلب الأول: التحليل التعيني لعينة الفيديوهات المختارة
91	المطلب الثاني: التحليل التضميني لعينة الفيديوهات المختارة
111	نتائج الدراسة
115	خاتمة
116	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

