

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم : علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: اتصال و علاقات عامة

عنوان المذكرة :

اتجاهات الطلبة نحو مقاطعة المنتجات الداعمة
لإسرائيل عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دراسة استطلاعية لعينة من طلبة جامعة البويرة

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال
وعلاقات عامة

إشراف :

د. جميلة أوشن

من إعداد :

- لخضر جماح

- رفيق موقاري

السنة الجامعية: 2024/2023

شكرتكم

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فادعوا له)

وعمل بهذا الحديث واعترافا بالجميل، نحمد الله عز وجل ونشكره على أن وفقنا لإتمام هذا العمل.

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة أوشن جميلة الذي رافقتنا طيلة هذا البحث وأمدتنا بالمعلومات والنصائح القيمة، فهي صاحبة الفضل بعد الله عز وجل في ما بلغناه اليوم في مسيرتنا الدراسية الجامعية، ولا يسعنا إلا أن نكون راجين من الله عز وجل أن يسد خطاها ويحقق مناها فجزاها الله عنا كل خير.

و إلى كل أعضاء لجنة المناقشة على مجهودهم وتصويباتهم القيمة.

والى كل أساتذتنا الكرام الذين كان لهم الفضل في بلوغنا هذا المقام

الهداء

قال تعالى: (قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون
... إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك.. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ... ولا تطيب الجنة
إلا برويتك

الله جل جلاله

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة.. ونصح الأمة.. إلى نبي الرحمة ونور العالمين
سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كلفه الله بالهبة والوقار.. إلى من علمني العطاء بدون انتظار.. إلى من
أحمل أسمه بكل افتخار.. أرجو من الله أن يحفظه ويطيل في عمره

والدي العزيز

إلى ملاكي في الحياة.. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني.. إلى بسمة
الحياة وسر الوجود

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الأحاب

أمي الحبيبة

وأخيرًا إلى عائلتي وزملائي وأستاذتنا الكرام وكل من ساعدني، وكان له دور من
قريب أو بعيد في إتمام هذه الدراسة سائلًا المولى أن يجزي الجميع خير الجزاء
في الدنيا والآخرة

لخضر

الهداء

لله الحمد دائما وأبدا، أولا وأخرا، له الحمد والشكر لتوفيقنا في إتمام هذا العمل المتواضع وإتمام مسيرتنا الدراسية به، ثمرة الجهد ومسك الختام.

أما بعد إلى من تجرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة الحب من أنامله، إلى من حمل الشعلة منيرا لي درب العلم حتى النهاية، صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير، قدوتي في الحياة والدي الحبيب جمال.

إلى من كانت سببا في وجودي، وسبب استمراراري وقوتي، والدتي العزيزة مليكة.

إلى سندي في الحياة إخوتي وأختي صابر، رامي، رحمة.

إلى أصدقائي وأحبتي وكل من ساندني من قريب أو من بعيد، حفظكم الله

إلى أساتذتي من أول من علمني حرفا إلى ختامهم.

أهدي هذا العمل وكلّي ثقة أن الحروف لا توفي حق كل واحد منهم.

رفيق

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	شكر وتقدير
II	الإهداء
IV	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
أ - ب	مقدمة
15-01	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
02	أولاً: تحديد الإشكالية
03	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع وأهميته.
04	ثالثاً: مفاهيم الدراسة
06	رابعاً: الدراسات السابقة
08	خامساً: منهج الدراسة أدواتها
11	سادساً: مجتمع الدراسة
12	سابعاً: حدود الدراسة
13	الفصل الثاني: الاتجاهات وماهيتها عند الطالب الجامعي
14	تمهيد
15	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الاتجاهات
15	المطلب الأول: مفهوم الاتجاهات
16	المطلب الثاني: عوامل بناء الاتجاهات
18	المطلب الثالث: مكونات الاتجاه
20	المبحث الثاني: قراءة معرفية لسلوك المقاطعة
20	المطلب الأول: مفهوم المقاطعة الإقتصادية
21	المطلب الثاني: صورة المقاطعة الإقتصادية عبر التاريخ
23	المطلب الثالث: المقاطعة في القانون الدولي
26	المبحث الثالث: المقاطعة الفلسطينية ضد الاحتلال الإسرائيلي
27	المطلب الأول: حركة المقاطعة الفلسطينية BDS
28	المطلب الثاني: منهجية الحركة وأساليبها في الضغط
31	المطلب الثالث: إنجازات حركة المقاطعة العالمية
33	خلاصة الفصل:
34	الفصل الثالث: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة
35	تمهيد:
	المبحث الأول: إجراءات البحث الميداني
65-36	المطلب الأول: المعاينة الإحصائية
65-36	المطلب الثاني: الجداول
65-36	المطلب الثالث: التعليق الكمي والكيفي للنتائج

67	المبحث الثاني: استنتاجات الدراسة
67	المطلب الأول: اختبار النتائج في ضوء التساؤلات
68	المطلب الثاني: نتائج الدراسة
69	المطلب الثالث: اقتراحات الدراسة
71	خاتمة:
73	قائمة المصادر والمراجع:
76	الملاحق:

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
36	الجدول رقم 01: يمثل توزيع الطلبة حسب متغير الجنس
37	الجدول رقم 02: يمثل توزيع الطلبة حسب متغير السن
38	الجدول رقم 03: يمثل توزيع الطلبة حسب التخصص
39	الجدول رقم 04: يمثل توزيع الطلبة حسب كلية الإنتماء
40	الجدول رقم 05: يوضح نسب سماع الطلبة بمقاطعة العلامة التجارية
41	الجدول رقم 06: يوضح ماذا يعني مفهوم المقاطعة
42	الجدول رقم 07: يوضح موقع ومكان السماع بالمقاطعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
43	الجدول رقم 08: يوضح معنى مقاطعة المنتجات الاستهلاكية التابعة لعلامات تجارية معينة
44	الجدول رقم 09: يوضح نسب كيفية استجابة الطلبة لسلوك المقاطعة
45	الجدول رقم 10: يمثل دافع الإنسانية في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
45	الجدول رقم 11: يمثل الدافع الديني في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
46	الجدول رقم 12: يمثل مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجزائري
47	الجدول رقم 13: يمثل مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف إضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا
48	الجدول رقم 14: يمثل نسب الدافع السياسي في مقاطعة الجزائر كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
49	الجدول رقم 15: يمثل نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل حبا في فلسطين
51	الجدول رقم 16: يمثل نسب مقاطعة الطلبة لمنتج كوكاكولا وسبرايت وفانتا وبيبيسي
52	الجدول رقم 17: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج دانون
53	الجدول رقم 18: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج جونسون آند جونسون
54	الجدول رقم 19: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج نستلة

55	الجدول رقم 20: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج لوريال
55	الجدول رقم 21: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات ماكدونالز، كنتاكي، برجركينج
56	الجدول رقم 22: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات اديداس (adidas), ستار بوكس
57	الجدول رقم 23: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات نيسكافي، لبتون
58	الجدول رقم 24: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات جبنة كيري، جبنة لافاش كيري
59	الجدول رقم 25: يوضح نسب مقاطعة الطلبة لمنتجات أخرى
60	الجدول رقم 26: يوضح نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يكرهون فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
61	الجدول رقم 27: يوضح نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يشعرون بالاستياء تجاه هذه العلامات التي لا تحترم المسؤولية المجتمعية
62	الجدول رقم 28: يوضح نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
63	الجدول رقم 29: يمثل نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
64	الجدول رقم 30: يمثل نسب عدم الاستجابة نهائيا لسلوك المقاطعة
65	الجدول رقم 31: يوضح نسب تشجيع حملات المقاطعة على دعم القضية الفلسطينية و نبذ الكيان الصهيوني

قائمة الأشكال:

الصفحة	الشكل
19	الشكل رقم 01: مخطط يشرح النموذج الثلاثي لمكونات الاتجاه
36	الشكل رقم 02: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب متغير الجنس
37	الشكل رقم 03: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب متغير السن
38	الشكل رقم 04: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب التخصص
39	الشكل رقم 05: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب كلية الانتماء
40	الشكل رقم 06: يوضح قياس نسب سماع الطلبة بمقاطعة العلامة التجارية
41	الشكل رقم 07: يوضح قياس نسب معنى مفهوم المقاطعة
42	الشكل رقم 09: يمثل نسب قياس موقع ومكان السماع بالمقاطعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
43	الشكل رقم 10: يوضح قياس نسب كيفية استجابة الطلبة لسلوك المقاطعة
44	الشكل رقم 11: يمثل قياس نسب دافع الإنسانية في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
45	الشكل رقم 12: يمثل قياس نسب الدافع الديني في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
46	الشكل رقم 13: يمثل قياس نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجزائري
47	الشكل رقم 14: يمثل قياس نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف إضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا
48	الشكل رقم 15: يمثل قياس نسب الدافع السياسي في مقاطعة الجزائر كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
49	الشكل رقم 16: يمثل قياس نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل حبا في فلسطين
50	الشكل رقم 17: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة لمنتج كوكاكولا وسبرايت وفانتا وبيبيسي
51	الشكل رقم 18: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتج دانون
52	الشكل رقم 19: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتج جونسون آند جونسون
53	الشكل رقم 20: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتج نستلة
54	الشكل رقم 21: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج لوربال
55	الشكل رقم 22: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات ماكدونالز، كنتاكي، برجر كينج
56	الشكل رقم 23: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات اديداس (adidas)، ستار بوكس

57	الشكل رقم 24: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات نيسكافي، لبتون
58	الشكل رقم 25: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات جبنة كيري، جبنة لافاش كيري
59	الشكل رقم 26: يوضح نسب مقاطعة الطلبة لمنتجات أخرى
60	الشكل رقم 27: يوضح نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يكرهون فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
61	الشكل رقم 28: يوضح قياس نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يشعرون بالاستياء تجاه هذه العلامات التي لا تحترم المسؤولية المجتمعية
62	الشكل رقم 29: يوضح قياس نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
63	الشكل رقم 30: يمثل قياس نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
64	الشكل رقم 31: يمثل قياس نسب عدم الاستجابة نهائيا لسلوك المقاطعة
65	الشكل رقم 32: يوضح قياس نسب تشجيع حملات المقاطعة على دعم القضية الفلسطينية ونبذ الكيان الصهيوني

مقدمة

مقدمة

تعتبر المقاطعة احد أساليب الانتفاضة الشعبية والمقاومة السلمية المشروعة ضد الاحتلال من أجل أن تنال الشعوب حريتها واستقلالها، كما أنها إستراتيجية سلمية تستخدم للضغط على الأفراد أو الجهات لتغير سلوكهم أو سياساتهم، فهي أداة فعالة في النضالات السياسية والاجتماعية حيث يمكن أن تكون وسيلة للتعبير عن الاحتجاج أو لتحقيق تغييرات إيجابية في المجتمع، وعليه من الممكن القول أن الحملة الدولية لمقاطعة إسرائيل والمنتجات الداعمة لها هي تلك الآثار المترتبة عن طوفان الأقصى وبعد الإبادة الجماعية التي يشهدها الشعب الفلسطيني، وهذه الحركة ليست وليدة اليوم بل لها إسهاماتها الكبيرة في نصره القضية الفلسطينية منذ بداية ظهورها، حيث ساهمت حركة المقاطعة الفلسطينية في تطور وتغيير موقف العديد من البلدان اتجاه الاستعمار الاسرائيلي¹.

وبالنظر للأهمية البالغة التي تحتلها المقاطعة الاقتصادية كأحد الأسلحة الفعالة للمقاومة لصد العنف الإسرائيلي الممارس للشعب الفلسطيني أو بالأحرى "طوفان الأقصى" ذلك الطوفان الذي لم ينته إلى يومنا هذا بداية من أكتوبر 2023 ولعل هذه الدراسة هي الأولى من نوعها التي ارتأت ضرورة تسليط الضوء على هذه القضية المهمة التي تعد قضية الأمة الإسلامية والعربية قاطبة، إذ شملت عملية المقاطعة العالم بعد هذا الطوفان حيث اتجهت الشعوب من مختلف بقاع العالم هذه المرة لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية وكذا المنتجات الداعمة لإسرائيل من خلا الامتناع عن شراء كافة منتجات الشركات الأجنبية الداعمة لإسرائيل بهدف الضغط عليها اقتصاديا والامتناع عن شراء السلاح الذي يبيد إخوتنا.

وهدفت هذه الدراسة التي تعد فريدة من نوعها في تخصص الإعلام والاتصال، بالنظر لحدثة قضية طوفان الأقصى والآخر الأليم الذي يقع في النفس لما ترى من إبادة جماعية للأفراد دون وجه الحق، وعلى الرغم من صعوبة الموضوع إلا أننا هدفنا من خلال دراستنا هذه لمعرفة اتجاهات الطلبة بجامعة البويرة نحو مقاطعة المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل :

¹- كرم نهاد، حملة المقاطعة الدولية BDS وتداعياتها على المواقف الدولية اتجاه القضية الفلسطينية 2005-2006، رسالة ماجستير، جامعة الازهر، غزة فلسطين، ص 14.

المقدمة

حيث قسمنا دراستنا هذه إلى ثلاثة فصول أساسية كالآتي:

- الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة
يتضمن تحديد مشكلة الدراسة، أسباب اختيار الموضوع وأهميته، الدراسات السابقة، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، الحدود المكانية للدراسة.
- الفصل الثاني: الاتجاهات وماهيتها عند الطالب الجامعي
يتضمن مفهوم الاتجاهات وعوامل بناءها، المقاطعة الاقتصادية، المقاطعة الفلسطينية ضد الاحتلال الاسرائيلي.
- الفصل الثالث: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة
يندرج ضمنه المعالجة الاحصائية، الجداول، التحليل الكمي والكيفي، استنتاجات الدراسة، اقتراحات الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تشهد الفترة الحالية أزمت متعددة ومتشابكة في مختلف المجالات، وفي الوقت الراهن تعتبر قضية الطوفان الأقصى من المواضيع التي طغت على الساحة الدولية وأخذت حيزا من الاهتمام الدولي والرأي العام بمختلف شرائحه وفئاته.

تعتبر وسائل الإعلام منبرا في إبراز معركة "طوفان الأقصى"، كانت وسائل الإعلام حيوية في إبراز الأحداث وجذب الانتباه إلى قضية الأقصى. فإعلام المقاومة يدعم حركات المقاومة ويكشف عن جرائم الاحتلال، بينما يركز إعلام الدول المطبوعة على العملية العسكرية دون التطرق إلى الزلزال السياسي. أما إعلام الرصد والتحليل فهو يوثق ويحلل الأحداث بدقة ويستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لنقل الأخبار، تطور وسائل الإعلام وانتشار منصات التواصل الاجتماعي كسر الاحتكار ومكّن الناشطين من نقل الحقيقة وتوثيق المجازر، لكن دور الإعلام لا يزال مهماً في تسليط الضوء على قضية الأقصى ومعاناة الشعب الفلسطيني.

وترتبط أغلب سلوكيات الجمهور في الفترة الحالية بالمضامين الإعلامية التي يتلقاها والجدير بالذكر أن وسائل الإعلام الجديدة صنعت فارقا في نقل المعلومات والأخبار تبعا لتوجهات الأقطاب العالمية وظهر سلوك المقاطعة كسلوك مصاحب للمضامين الإعلامية المتداولة لقضية طوفان الأقصى، بحيث نادى بعض الجهات عبر موقع فيسبوك الى مقاطعة كل المنتجات الداعمة لإسرائيل ونشير إلى أن معظم الماركات والعلامات التجارية لها مداخل رهيبة ومن هذه الماركات والعلامات التجارية نذكر بيبسي وكوكا كولا، الشركات التي تختص بماركات التجميل مثلا لاروش بوزيه ولوريال، شركات الملابس مثل زارا وغيرها.

بناء على ما هو موضح أعلاه نطرح التساؤل الآتي:

ما هي اتجاهات طلبة جامعة البويرة نحو مقاطعة العلامات التجارية والمنتجات الداعمة لإسرائيل عبر موقع الفيسبوك؟

والتي تندرج تحته الأسئلة الفرعية الآتية :

- ✓ ما هو مفهوم سلوك المقاطعة لدى طلبة جامعة البويرة ؟
- ✓ ماهي دوافع مقاطعة طلبة جامعة البويرة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل؟
- ✓ ماهي اتجاهات طلبة جامعة البويرة نحو مقاطعة بعض العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل؟
- ✓ ماهو تأثير حملات المقاطعة على طلبة جامعة البويرة؟

1. أسباب اختيار الموضوع

عند اختيار أي موضوع أية دراسة لابد من وجود جملة من الأسباب التي تدفع الباحث وتحفزه على العمل من اجل انجاز دراسته، ف جاء اختيارنا لموضوع "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل" لعدة أسباب نذكر منها:

- الرغبة الذاتية في دراسة والتعمق في هذا الموضوع.
- الاهتمام بالمواضيع السياسية وكيفية معالجتها
- التأثير الشخصي بقضية المقاطعة للمنتجات الداعمة لإسرائيل.
- الفضول العلمي لمعرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل
- نظرا لكون الموضوع يتناول قضية سياسية مثيرة للجدل في العالم العربي والعالم ككل.
- قلة الأبحاث العلمية والدراسات في هذا الموضوع.

2. أهمية الدراسة

تعالج الدراسة موضوع حديث نسبيا (...). طوفان الأقصى ، وتكمن أهمية موضوعنا في البحث عن الاتجاهات وسلوك المقاطعة وعلاقته بتوجهات الدول الاقتصادية والسياسية والتركيز على أهمية الدور وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام، بحيث هناك مساحة للغوص كما لها مجال حرية واسع لتداول المعلومات أو حجبتها، وبالتالي عوامل بناء الاتجاهات والسلوكيات ترتبط ارتباطا وثيقا بوسائل الإعلام ومن خلال موضوعنا نظهر الدور الرئيسي لوسائل الإعلام في صناعة القرار وتوجيه الرأي العام العالمي أو المحلي.

وهذا بالنظر لكون قضية طوفان الأقصى تتعلق بالقومية العربية هذا ما يجعلها قضية رأي عام بحتة يجب الحرص على متابعة مستجداتها في الإعلام وكذا دراسة موقع هذا الأخير منها بين الإبراز تارة والتعتيم تارة أخرى.

ثالثاً: تحديد مفاهيم الدراسة

1. مفهوم الاتجاه

لغة: مصدر اتجه، بمعنى الإقبال على الشيء في الوجه.

مصطلح الاتجاه يقابله في اللغة الانجليزية كلمة (Attitude) ويأخذ المعنى لغوي بقصد جهة معينة، فيقال اتجاه القبلة أي بمعنى التوجه نحو الكعبة الشريفة، والاتجاه مصدر الفعل اتجه، فيقال اتجه الشخص إليه، أي اقبل عليه وقصده¹.

اصطلاحاً: هو التهيؤ العقلي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة اتجاه أشخاص، مواقف، أشياء، موضوعات أو رموز في البيئة تستثير هذه الاستجابة².

وعرفه "محمود السيد أبو النيل" على انه: "استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعياً أو اقتصادياً أو سياسياً أو حول قيمة من القيم كالقيمة الدينية أو الجمالية أو النظرية أو الاجتماعية أو حول جماعة من الجماعات³.

إجرائياً: نعني بمصطلح اتجاه خلال دراستنا هاته مواقف الطلبة الجامعيين نحو مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل.

3. المقاطعة

عرفها عز الدين فودة على أنها: " إجراء تلجأ إليه سلطات الدولة أو هيئاتها وإفرادها المشتغلون بالتجارة من اجل وقت العلاقات التجارية مع دولة أخرى إضافة إلى منع التعامل مع رعاياها لغرض الضغط الاقتصادي عليها كرد سلمي على ارتكاب الأعمال العدوانية⁴.

كما عرفها بيير رينوفان على أنها " الفعل المركز الهادف الى قطع العلاقات التجارية والاجتماعية مع شخص أو مجموعة يأخذ عليها موقع المقاطعة مأخذ منكرة"⁵.

رابعاً: الدراسات السابقة

1 خليفة شحاته، 1994، ص 7

2- عطوة، 1981، ص 177

3- ابو النيل، 2008، ص 450

4- فودة عز الدين، المقاطعة العربية لإسرائيل، مجلة الاهرام الاقتصادي، العدد 146.

5- رينوفان بيير، مدخل الى تاريخ العلاقات الدولية، مكتبة الفكر الجامعي، بيروت ، سنة 1967، ص 61.

للعلم خاصية التراكمية، إذ انه من غير الممكن الانطلاق من العدم لمعالجة أي موضوع أو دراسة علمية، إذ انه يوجد من تطرق إليه أو تناوله، أو تناول جزءا من أجزاء البحث، وهنا تتجلى أهمية الدراسات السابقة في مساعدة الباحث وتوجيهه في عملية انجاز بحثه، ورغم حداثة موضوع دراستنا وقلة المراجع التي تتعلق به إلا أننا اخترنا البعض من الدراسات التي تتشابه مع موضوع دراستنا إذ نجد:

- **الدراسة الأولى:** من إعداد الباحث "صدقي محمد موسى" تحت عنوان "اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية" جامعة بيرزت نموذجا، مذكرة ماجستير في الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، سنة 2009.

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على اتجاهات الطلبة بجامعة بيرزت نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية اتجاه الأحداث الداخلية والصراع الداخلي بالإضافة الى الحرب الإعلامية على القنوات الفلسطينية واستخدام حركتي حماس وفتح فيها، وعض ان يكون الإعلام الفلسطيني عامل للوحدة والتضامن بين فئات المجتمع، عمد ليكون منبرا حزبيا يهدف لاستقطاب المشاهدين ويطعن في مصداقية الآخر، تتلون طريقة تغطيته للصراع الداخلي حسب انتماءاته السياسية وكذا سياسته الإعلامية، مع التغاضي عن إجراءات الاحتلال الإسرائيلي وجرائمه بحق الشعب الفلسطيني، وقد طرح الباحث التساؤل الرئيسي التالي: ما اتجاهات طلبة جامعة بيرزت نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية لإحداث الصراع الداخلي؟

اعتمد الباحث في دراسته هذه على المنهج الوصفي، كما قام باستخدام أسلوب المسح بالعينة من اجل قياس اتجاهات الطلبة الجامعة الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية في قناة فلسطين الفضائية لأحداث الصراع الداخلي، أما عينة الدراسة فتم اختيارها عن طريق العينة الصدفية العرضية، حيث تم تقسيم الجامعة إلى كليات علمية وإنسانية ثم وزعت الاستمارة على كل قسم بنسبة 5% وكانت 329 مفردة بحث من مجموع طلبة الجامعة.

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

إن اتجاهات طلبة جامعة بيرزت نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية لأحداث الصراع الداخلي قد توزعت على درجتين، اتجاهات محايدة بنسبة 57.5% واتجاهات سلبية بنسبة 42.5%، إذ اتضح من خلال هذه الدراسة ان اتجاه الطلبة بشكل عام نحو التغطية الإعلامية اتجاها محايدا مما يعني وجود ارتباطا محايدا بين التغطية الإعلامية وقدرتها على تغيير اتجاهات الطلبة أو تعديلها أو خلق اتجاهات جديدة.

الفصل الأول: الأطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

التعقيب: تناولت هذه الدراسة "اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقتاة فلسطين الفضاوية للأحداث الداخلية"، وتتشابه هذه الدراسة مع موضوع دراستنا من ناحية عينة الدراسة المتمثلة في الطلبة الجامعيين وكذا استخدام نفس منهج الدراسة وهو المنهج الوصفي.

- **الدراسة الثانية:** لكرم نهاد نعمان، بعنوان حملة المقاطعة الدولية وتداعياتها على المواقف الدولية اتجاه القضية الفلسطينية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر غزة، فلسطين.

سعت هذه الدراسة إلى تناول حملة المقاطعة الدولية (BDS) وتداعياتها على المواقف الدولية اتجاه القضية الفلسطينية، كأحد الأدوات السلمية للضغط على إسرائيل، حتى تنصح إلى القرارات الدولية وتقوم بتطبيقها، للوصول إلى ثلاث متطلبات أساسية تتمثل في: الالتزام بالقوانين الدولية وتنفيذ ما يطالب به المجتمع الدولي من إنهاء الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية، والتخلي عن نظام التفرقة العنصرية التي تمارسها إسرائيل، إضافة إلى منح الشعب الفلسطيني من سكان إسرائيل حقوقهم ومساواتهم الكاملة بالسكان اليهود، مع الإقرار بعودة اللاجئين الفلسطينيين تطبيقاً لقرار الأمم المتحدة رقم 194، حيث استعرضت هذه الدراسة النماذج الحيوية التاريخية لحمات المقاطعة، وبينت أهمية وأهداف حملة المقاطعة الدولية (BDS)، إضافة إلى الوسائل والأدوات التي استخدمتها بغرض تحقيق أهدافها المعلنة لإعادة الحقوق إلى الشعب الفلسطيني.

اعتمدت هذه الدراسة على عدد من مناهج البحث العلمي، إذ استعملت المنهج التاريخي من أجل سرد نماذج المقاطعة تاريخياً وكيف حققت أهدافها، وتتبع المواقف الدولية من القضية الفلسطينية وتطورها مع انطلاق حملة المقاطعة الدولية (BDS)، بالإضافة إلى استعمال المنهج الوصفي التحليلي، وهذا لحاجة الدراسة إلى وصف وتحليل السياسات الإسرائيلية المنتهجة اتجاه الشعب الفلسطيني، وكذا وصف وتحليل آليات المقاطعة الدولية (BDS) اتجاه مقاطعة الاستيطان الإسرائيلي، مع تحليل مواقف الأطراف ذات الشأن من الاستيطان الإسرائيلي، وصولاً إلى نتائج وكذا آثار حملة المقاطعة الدولية (BDS) على المجتمع الدولي بهدف الضغط على إسرائيل من أجل وقف الاستيطان في الضفة الغربية والقدس، وأيضاً استخدمت هذه الدراسة المنهج المقارن من أجل توضيح أوجه الشبه بين حملة المقاطعة الفلسطينية (BDS) وحركة المقاطعة في جنوب إفريقيا، إضافة إلى منهج صنع القرار الذي اعتمده الدراسة للوصول إلى المحددات والعوامل التي دفعت دول الاتحاد الأوروبي إلى اتخاذ القرارات التي تتعلق بمقاطعات للاستيطان الإسرائيلي.

تعقيب: إن هذه الدراسة تناولت حملة المقاطعة الدولية وتداعياتها على المواقف الدولية اتجاه القضية الفلسطينية، وتتشابه مع موضوع دراستنا من حيث التطرق إلى موضوع المقاطعة وأثره على الاحتلال الإسرائيلي كما تتوافق مع دراستنا من خلال اعتمادها المنهج الوصفي،

بحيث إفادتنا هذه الدراسة في بعض المراجع المستخدمة إضافة إلى أنها ساعدتنا في صياغة أسئلة الاستمارة.

- **الدراسة الثالثة:** دراسة عبد الله علي عودة تحت عنوان "أثر حركة المقاطعة الدولية (BDS) على الاستثمارات الأجنبية في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الغربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس فلسطين، لسنة 2021.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اثر حركة المقاطعة الدولية (BDS) على الاستثمارات الأجنبية في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الغربية حيث نشأت حركة المقاطعة الدولية (BDS)، طرح خلالها الباحث التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر حركة المقاطعة الدولية (BDS) على الاستثمارات الأجنبية في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الفلسطينية المحتلة؟

اعتمد الباحث في هذه الدراسة منهجين ، المنهج التاريخي نظرا للبعد التاريخي لهذه الدراسة وأهميته في تسليط الضوء على السياق التاريخي لحركة المقاطعة الدولية (BDS) ، وكذلك المنهج الوصفي التحليلي كونه يقوم علة الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة، اذ يصفها بشكل دقيق وموثق من خلال الاعتماد على قاعدة البيانات والمعلومات التي تتوفر حول موضوع البحث بشكل دقيق وموثق.

أسفرت هذه الدراسة عن جملة من النتائج أهمها:

- المقاطعة تعد احد إشكال المقاومة السلمية التي لا تستطيع إسرائيل مجابهته، إضافة إلى كونها تعتبر احد أساليب الضغط والاحتجاج، حيث زخر التاريخ الإنساني بالكثير من صورها.
- توافق مبادئ حركة المقاطعة الدولية مع القانون الدولي والقرارات الدولية التي تتعلق بالقضية الفلسطينية.
- فشل إسرائيل في محاربة حركة المقاطعة الدولية (BDS) بسبب استعمالها المقاومة السلمية كأسلوب في مواجهة الممارسات الإسرائيلية.
- حققت حركة المقاطعة الدولية (BDS) مقاطعة الكثير من المؤسسات والاستثمارات لعملها في المستوطنات وهروب رأس مالها خارج إسرائيل.
- **تعقيب:** من خلال عرض هذه الدراسة نلاحظ أنها اهتمت بقضية أثر حركة المقاطعة الدولية (BDS) على الاستثمارات الأجنبية في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الغربية، وتوافقت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث دراسة عملية المقاطعة وإثرها باعتبارها احد أساليب المقاومة السلمية، ومن حيث المنهج المتبع حيث نجد أن كلا الدراستين اعتمدتا الجانب الوصفي التحليلي في إبراز دور وأهمية حركة المقاطعة.

1/ منهج الدراسة

يعد اعتماد الدراسات على مناهج معينة خطوة هامة من خطوات البحث العلمي، حيث يعرف المنهج على انه: " مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول الى الحقيقة في العلم، والمناهج او طرق البحث عن الحقيقة تختلف باختلاف المواضيع ولهذا توجد عدة أنواع من المناهج العلمية"¹.

وقد عرف موريس أنجرس المنهج على انه: " مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول إلى نتائج معينة"².

وكانت دراستنا تحت عنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو حملات مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل" تهدف إلى معرفة مدى تعرض طلبة قسم الإعلام والاتصال لتلك المضامين الإعلامية المتعلقة بمقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل، والتي تمثل الدوافع التي أدت بطلبة الإعلام والاتصال لمقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل، وتسعى دراستنا إلى معرفة آراء ووجهة نظر الطلبة حول المقاطعة لهذه المنتجات، وبالتالي تصنف دراستنا هذه ضمن البحوث المسحية، وبالتالي المنهج الملائم لدراستنا هذه هو المنهج المسحي.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على منهج المسح بالعينة على انه احد أساليب جمع البيانات الذي يسمح بالحصول على المعلومات بشكل مباشر من الأفراد الذي تم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي لموضوع الدراسة³.

ومن خصائص أسلوب المسح بالعينة انه يعالج الظاهرة المدروسة في حاضرها وليس في الماضي، مما يتلاءم مع موضوع دراستنا.

إذ يركز على وحدة معينة في الحاضر من الناحية الزمنية والمكانية، ويتولى وصفها وتحليلها وتفسيرها، وهذا ما يتجاوز عملية الوصف المجرى للأوضاع إلى عملية التحليل والتفسير والمقارنة إضافة إلى استخلاص النتائج وتقديم التوصيات.⁴

¹- بوحوش، عمار والذنيبيات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 2008، ص 29

²- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، الجزائر، دار القصبية للنشر، 2006، ص 95.

³- مصباح، عامر، علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام، مصر، دار الكتاب الحديث، 2005، ص 282.

⁴- بن مرسللي احمد، مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال، مصر المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2004، ص 12.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

يستخدم منهج المسح بالعينة في الدراسات التي تتعلق بالرأي العام، بغرض التعرف على اتجاهات الجمهور وآرائهم في الموضوعات والقضايا التي تثير الجدل، ويعتبر من انسب المناهج العلمية التي تلائم الدراسات الوصفية التحليلية في مجال الدراسات الإعلامية.¹

2/ أدوات الدراسة

من اجل الوصول الي النتيجة الموضوعية الخاصة بإشكالية البحث، يتعين على الباحث استخدام جملة من الأدوات والطرق لجمع البيانات والمعلومات، وتتمثل في تلك الوسائل المتنوعة المستخدمة في جمع المعلومات وبالبيانات المستهدفة في الدراسة تحت استخدام منهج معين وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان.

1. الاستبيان: قد اعتمدنا في دراستنا هذه على استمارة الاستبيان بهدف جمع المعلومات والبيانات اللازمة، ولأن موضوع دراستنا اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل فإن الأداة الأنسب للعينة هي الاستبيان.

تعريفه: يعرف الاستبيان بأنه: " أداة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء".²

كما عرف أيضا على انه: " أداة ملائمة للحصول على المعلومات والبيانات والحقائق المرتبطة بواقع معين، ويقدم الاستبيان على شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان".³

وقد اعتمدنا هذه الأداة للمميزات التي تتمتع بها والمتمثلة في:

- التكاليف مناسبة وليست مرتفعة.
- نستطيع إيصالها لأعداد كبيرة من الأفراد.
- يسهل تحليل نتائجها.⁴

ولهذا اعتمدنا في دراستنا على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات، وقمنا بتقسيمها إلى خمسة (5) محاور أساسية:

- **المحور الأول:** البيانات الأساسية (الشخصية)
يتضمن البيانات الشخصية للمبحوثين وهي: الجنس، العمر، المستوى الدراسي، التخصص الدراسي، كلية الانتماء.

¹- حمدي، مرجع سابق، ص 45.

²- برو فيليب، علم الاجتماع السياسي(ترجمة محمد عرب صاصيلا)، لبنان، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، 2014، ص 201.

³- العبيدي محمد جاسن، علم النفس الشخصية، الادرن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1998، ص 105.

⁴- بوحوش، مرجع سابق، ص 67.

- المحور الثاني: مفهوم سلوك المقاطعة بالنسبة للطلبة جامعة البويرة.
تضمن مفهوم سلوك المقاطعة عند طلبة جامعة البويرة وسلوكياتهم اتجاه المقاطعة، تدرج تحته خمس (05) عبارات.
- المحور الثالث: تناولنا فيه دوافع طلبة جامعة البويرة لمقاطعة العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل.
تدرج تحته ست (06) عبارات تتضمن كافة دوافع الطلبة بجامعة البويرة لمقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل.
- المحور الرابع: اتجاهات الطلبة نحو مقاطعة بعض العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
تدرج تحته عشر (10) عبارات تتضمن أسماء البعض من العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل.
- المحور الخامس: تضمن تأثير حملات المقاطعة على الطلبة
تدرج تحته ستة (06) عبارات تتضمن نتائج تأثير حملات المقاطعة للعلامات التجارية العالمية على طلبة جامعة البويرة.

2. الملاحظة العلمية: اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة العلمية كأداة مساعدة، إذ يقوم الباحث بجمع المادة العلمية وهذا يتم ممن خلال استخدام عدة داوت، كما يمكن للباحث أن يستخدم أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة.¹

كما تعرف الملاحظة على انه: " وسيل يستخدمها الإنسان العادي في اكتساب خبراته ومعلوماته، حيث نجمع اختباراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمعه ولكن الباحث حين يلاحظ يتبع منهجا معيناً يجعل من ملاحظته أساساً لمعرفة واعية أو فهم دقيق لظاهرة معينة"².

تنقسم الملاحظة إلى ثلاثة أصناف أساسية تتمثل في:

- الملاحظة البسيطة: يلاحظ من خلالها الباحث بعض الظواهر المفترضة سلفاً كرد فعل المشترين للمعروضات والعلاقات الإنسانية بين الإدارة والعمال ونشاطات العمال وقت العمل والراحة، والهدف من الملاحظة البسيطة هو جمع وتصنيف وكذا تحليل الحقائق والمعلومات المختلفة التي يجمعها الباحث من الحقل الاجتماعي بعد فحصه وملاحظته وتحليل جوانبه المتعددة.
- الملاحظة بالمشاركة: هي مصدر ظهور الأشكال الأخرى للملاحظة في عين المكان، إذ تتطلب هذه الأخيرة الاندماج في حياة الأشخاص محل الدراسة إضافة إلى مراعاة عدم تغيير أي شيء في الوضع.³

1- عليان عثمان، مناهج وأساليب البحث العملي – النظرية والتطبيق، اربد: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص 17.

2- العبيدي، مرجع سابق، ص 135.

3- موريس، مرجع سابق، ص 185.

- الملاحظة المنتظمة: يخضع هذا النوع من الملاحظة إلى درجة كبيرة من الضبط والمتابعة بشكل مخطط مسبقاً، إذ تحدد فيها الظروف ويستعان فيها بالوسائل وتسعى إلى جمع البيانات الدقيقة عن الظاهرة ووضع الفروض¹.

سادساً: مجتمع الدراسة

يعني مجتمع الدراسة "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"²، ويعرف أيضاً على أنه "المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر الذي يستهدف دراسته ويتم تصميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا الجمهور أو المجتمع المستهدف فيتم التركيز على المتاح والممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات"³.

وتهدف الدراسة التي نحن بصدد معالجتها إلى معرفة اتجاهات الطلبة نحو المقاطعة للمنتجات الداعمة لإسرائيل، ونظراً لكون مجتمع بحثنا مكون من طلبة قسم الإعلام والاتصال لكلية العلوم الإنسانية بجامعة البويرة، الذين يبلغ عددهم 100 طالب.

عينة الدراسة: تعرف العينة على أنها عبارة عن محدود من المفردات التي يتعامل معها الباحث بشكل منهجي، ويشترط أن تكون هذه العينة ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي تسمح بوصف المجتمع.

وقد اخترنا في دراستنا هذه عينة مكونة من 100 طالب من جامعة البويرة

سابعاً: حدود الدراسة

يمتد نطاق هذه الدراسة إلى تغطية مجموعة الحدود الزمنية والمكانية إضافة إلى الموضوعية والتي من الممكن حصرها في:

أ/ الحدود الموضوعية:

ترتكز على اتجاهات طلبة جامعة البويرة نحو مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل.

ب/ الحدود المكانية

من أجل تحقيق المساعي التي يرمي إليها الباحث من خلال هذه الدراسة يجب أن تكون لديه المعرفة الكافية التي تخص المجتمع الذي تجري عليه الدراسة العلمية من أجل التوصل إلى النتائج المرجوة وكذا الوصول إلى جملة من التوصيات التي تساهم في تخطيط مجتمع الدراسة حيث اعتمدنا في دراستنا على دراسة اتجاهات طلبة البويرة نحو مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل.

¹ - غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الأردن، 1977، ص 34.

² - بن مرسلين 2003، ص 171.

³ - فهمي محمد سيد، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر، 2007، ص 169.

تطلبت الدراسة فترة من الزمن شملت العام الدراسي 2023-2024 حيث انقسمت هذه الأخيرة إلى جزأين، دراسة نظرية شملت التطرق إلى كل المفاهيم النظرية التي تتعلق بالموضوع وجملة من الحقائق والتعريفات التي سمحت بربط موضوع الدراسة بالواقع المعاش، وهذا بالإضافة إلى جمع كمية من المراجع والمصادر التي لها علاقة بشكل مباشر مع موضوع الدراسة، إذ استمرت الدراسة إلى غاية ماي، حيث لخصت هذه الفترة جهودنا في الإلمام بكل الأمور النظرية المرتبطة بموضوع الدراسة، أما بالنسبة لما يتعلق بالدراسة الميدانية فقد بدأت من شهر ماي إلى غاية نهاية بحث إذ عملنا فيها على دراسة ميدانية من خلال القيام بتوزيع الاستبيان على مجموعة من الطلبة بجامعة البويرة.

**الفصل الثاني: الاتجاهات وماهيتها
عند الطالب الجامعي**

تمهيد

تأخذ الاتجاهات ذلك الحيز الكبير جدا في الدراسات التي تتعلق بمجال العلوم الاجتماعية إذ يتفاعل الأفراد مع العديد من المواضيع التي تصادفهم في حياتهم اليومية، وهذا ما يبرز دور الاتجاهات التي تؤثر على سلوكياتهم وكذا طريقة تفكيرهم ومشاعرهم ونظرتهم إلى كل ما يحيط بهم، حيث توجد العديد من المواضيع التي تتعلق بمواقف معينة وتثيرها حيث توجد بعض السلوكيات لا يمكن تداركها إلا من خلال معرفة الاتجاهات، وبالنظر لكون الاتجاه هو أبرز محاور دراستنا قمنا بتخصيص هذا الفصل له من خلال تقسيمه إلى مبحثين:

- المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الاتجاهات
- المبحث الثاني: قراءة معرفية لسلوك المقاطعة
- المبحث الثالث: المقاطعة الفلسطينية لإسرائيل

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الاتجاهات

المطلب الأول: مفهوم الاتجاهات

- تعريف الاتجاه: عرفه أبو النيل محمد السيد على انه "استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع معين من الموضوعات سواء كان اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا أو حول قيمة من القيم الذهنية أو الجمالية أو النظرية أو الاجتماعية أو حول جماعة من الجماعات ويعبر عن هذا الاتجاه تعبيراً لفظياً ويعبر عن هذا الاتجاه تعبيراً لفظياً بالموافقة عليه أو عدم الموافقة¹.
- بعض المصطلحات المقاربة له:
- الاتجاه والميل: الميل هو من بين المصطلحات المقاربة للاتجاه كونه مصطلح متداول عند الأفراد أثناء عرضهم لانطباعاتهم المختلفة، وقد عرفه الدكتور عطية محمود حنا بأنه " استجابة الفرج استجابة إيجابية أو سلبية نحو شخص أو نشاط أو فكرة معينة وان هذه الاستجابة تصطبغ بالصيغة الوجدانية وان ناحية التعبير الذاتي عنها يمكن استنتاجه عن طريق عرض الملاحظة أو السلوك الذي يمكن أن يفسر على أساس انه يشير إلى الحب والكرهية أو التقبل أو الرفض"².
- وتكون موضوعات الميل على الأشخاص والأشياء الخاصة النوعية كالميل إلى صديق أو مهنة في حين يستخدم مصطلح الاتجاه في الموضوعات الأشمل كالاتجاهات أو المؤسسات الأفكار والمشكلات الاجتماعية³.
- وبالتالي يمكننا القول إن الفرق بين الميل والاتجاه يكمن في أن الميل يعبر عن رغبة الفرد في شيء ما فالميل يتعلق بالشعور في حيل يتعلق الاتجاه بالاعتقاد.
- الاتجاه والرأي: عرف الرأي على انه حكم أو وجهة نظر للإنسان، الفرد أو الجماعة مثل منتج عقلي يبني على التجربة والملاحظة والخبرة والموروث الثقافي أو الاجتماعي، حيث تتم عملية التعبير عنه بشكل علني أو مستتر بأشكال متعددة سواء في الكلمة أو الحركة أو الصورة وحتى النظرة المعبرة أو الإشارة وحتى بالصمت والسكون⁴.
- ويعرف أيضا على انه تعبير يمثل حكم الشخص إلى مجموعة محددة من الحقائق ومن الممكن التعبير عنه كذلك بأنه أحد أنواع التقييم للظروف التي يواجهها الفرد وهنا الرأي يمثل احد أنواع الاستجابة كمؤثر محدد يواجه الفرد⁵.

1- بوجمعة ويوسف شعبان نجم الدين، اتجاهات طلبة الاعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، جامعة جيجل، الجزائر، 2018، ص 49.

2- العبيدي محمد جاسم وولي باسم محمود، المدخل الى علم النفس الاجتماعي، الاردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011، ص 190.

3- الداهري، صالح حسن، اساسيات علم الاجتماع النفسي والتربوي ونظرياته، 2011، ص 84.

4- الجبور سناء محمد، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي، الاردن، دار اسامة، 2009، ص 86.

5- حديم حسن، السلوك التنظيمي سلوك الافراد والجماعات في منظمات الاعمال، 2009، ص 86.

وعليه بإمكاننا القول اعتماداً على هذين التعريفين أن الرأي يمثل وجهة نظر الفرد من خلال التجارب التي عايشها، ويختلف الرأي عن الاتجاه بكونه وجهة نظر معبر عنها، أما الحكم الذي يصدره الفرد فإنه يعكس الرأي بل قد يصل الفرد إلى حكم يحتفظ به لنفسه، في حين يعبر عن رأي مخالف لهذا الحكم.¹

ويعرف الرأي إلى كل ما يعرف على أنه صواب في حين تشير الاتجاهات إلى الشيء الذي نحن على استعداد لعمله وبالتالي فإن الاتجاهات هي أكثر عمومياً من الآراء التي تعتبر وسيلة للتعبير اللفظي عن الاتجاهات.²

ويميل الاتجاه إلى الثبات النسبي والاستقرار وكذا الاستمرار في عملية تحقيق التناسب في استجابات الفرد وسلوكه اتجاه مثيرات البيئة من حوله في حين أن الرأي العام هو متغير نسبي.³

- **الاتجاه والدافع:** يعد الدافع من بين المصطلحات المتعلقة بالاتجاه والتي يجب أن تكون العديد من الدوافع التي تدفع الفرد إلى ما يريده، ويعني الدافع تلك الحالة الداخلية المؤثرة على سلوك الفرد، حيث أن الدافع إلى الطعام مثلاً له آثار على السلوك الخاص بالفرد إذ يزيد من نشاط وحركة الفرد إذ أنه كلما ازداد الدافع كلما ازدادت حركته وحساسية إذ إن الدافع هو ذلك المثير الداخلي المحرك لسلوك الأفراد ويوجهه.⁴
- إضافة إلى أنه يعرف في بعض الأحيان على أنه حالة استثارة وتوتر داخلي يثير السلوك ويدفعه إلى حالة استثارة وتوتر داخلي يثير السلوك ويدفعه إلى تحقيق هدف معين وهو عامل دافعي انفعالي يعمل على توجيه سلوك الكائن.⁵

وبالتالي انطلاقاً من التعريفات السالفة الذكر يمكننا القول إن الدافع هو تلك الحالة الداخلية للشخص تنبع من الفرد ولا تتأثر بالبيئة وهذا الدافع يكون بشكل مؤقت وليس ثابت أما الاتجاه فيمثل استعداد عقلي يتأثر بالبيئة المحيطة به سواء كان هذا التأثير إيجابياً أم سلبياً ويكون ثابتاً.

المطلب الثاني: عوامل بناء الاتجاهات

يبني الاتجاه على مجموعة من المتغيرات الأساسية المتعلقة بالعوامل الموجودة في البيئة الاتصالية والتي تتم من خلال عمليات التلقي.⁶

1. الوسيلة الإعلامية: تنفرد كل مجموعة إعلامية بجملة من الخصائص والمميزات الأمر الذي ينعكس على طبيعة المضمون والجمهور، وبالنظر إلى تأثير الوسيلة الإعلامية في حد

1- حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، مصر، دار الفجر، 2003، ص 28.

2- مجيد سوسن شاكر، أسس بناء الاختبارات والمقاييس النفسية والتربوية، الأردن، 2013، ص 345.

3- ولي محمد ومحمد جاسم، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، الأردن، دار الثقافة، 2009، ص 462.

4- عبد الغفار عبد السلام، مقدمة في علم النفس العام، الأردن، النهضة العربية، د ن س، ص 136.

5- ملحم سامي محمد، اساسيات علم النفس، الأردن، دار الفكر، 2009، ص 198.

6- فرحي فيصل، بناء الاتجاهات في علوم الاعلام والاتصال، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 3، 2019، ص

ذاتها على طبيعة الرسالة الإعلامية، وهذا سبب اهتمام العديد من الدراسات الإعلامية بالوسيلة نفسها كونها تعد المحدد لطبيعة الرسالة الموجهة؟، حيث إن الرسالة الصحفية لها مميزات التي تخصها مقارنة بالرسالة التلفزيونية والإذاعية، ولكل استثناءاتها بحيث تسمح بخلق بيئة اتصالية تسمح للمتلقي بقراءة النص والتدقيق فيه بالسرعة التي يريدها وكذا مراجعة ما سبق قراءته بسير وسهولة دون أن يمثل كثرتها وتنوعها عائقا يحول دون صدور الاستجابات المعرفية عند المتلقي¹.

وتأتي الرسالة في الوسط التلفزيوني مع كم هائل من البرامج والأخبار السريعة التي تحد من قدرتها على تفعيل استجابات معرفية بالنظر إلى حجم ما توفره الرسالة الصحفية، مما ينعكس على مستوى بناء الاتجاه وكذا تغييره بالنظر للأهمية القصوى التي يمثلها المضمون الإعلامي في تركيبة المكون المعرفي².

2. المصدر: يتعلق قبول الفرد لمعلومة ما أو رفضها استنادا إلى مصدرها وعلى هذا الأساس يتشكل لدى الأفراد نسق معرفي معين يعتمد على اتجاهاتهم المسبقة نحو مصدر المعلومة الذي يصبح في النهاية الموجه الرئيسي للاتجاه، وقد توصل كل من "هوفلاند" و"يس" سنة 1951 بعد التجربة التي قاما بها والتي قدما فيها عدد من قصاصات الصحف والمجلات بها موضوعات سياسية عسكرية لمجموعة من الطلاب في الجامعة الأمريكية، إذ يتم إخبار النصف الأول من المجموعة بأن المعلومات الموجودة على القصاصات هي من كتابة خبراء أمريكيين، بينما يتم إخبار النصف الثاني من المجموعة هي ترجمات لخبراء روسيين، نشرت فيما قبل في الصحف السوفياتية، وبعد قياس الاتجاهات غالبية طلبة الصف الأول، تم تبين أنهم موافقون على ما جاء في القصاصات، في حين رفض أغلبية طلبة المجموعة الثانية ما جاء فيها على الرغم بأنهم عادوا بعد أربعة أسابيع ليجنحوا باتجاهاتهم نحو هذه المعلومات، وكأنهم قد نسوا ما قيل من قبل بشأن هذه المعلومات وأنها صدرت من مصادر غير موثوقة³.

يعتمد تقبل الجمهور للمصدر الإعلامي على الثقة التي يحملها نحو وسائل الإعلام لانعكاسها بشكل مباشر على المعرفة المكونة لدى المتلقي وبالتالي اتجاهه.

وفصلت العديد من الدراسات التي فصلت في هذه المسألة وتحليلها من جهات متنوعة بهدف توضيح طبيعة العلاقة القائمة بين الثقة في مصدر الرسالة الإعلامية وكذا التقصير الذي تخلفه هذه الرسالة على اتجاهات الأشخاص، ومن أهم الدراسات القائمة في هذا الإطار نجد دراسة "هوفلاند" التي أجريت سنة 1957 والتي توصل من خلالها إلى إثبات انه كلما زاد التناقض

1- فرحي، مرجع سابق، ص 137.

2- فرحي، مرجع سابق، ص 138.

3- عيسوي عبد الرحمن، علم النفس بين النظرية والتطبيق، لبنان، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1984، ص 165.

بين الاستجابات الوهمية للمبجوثين مع المصدر الإعلامي وبين المواقف المبدئية التي كانوا يحملونها من قبل زاد حجم التعبير في الاتجاه نحو هذه المواضيع¹.

كما توصلت الدراسة التي أجراها "فستجر" في سنة 1957 إلى إثبات أن الفرد يتعرض لمحتويات إعلامية معاكسة للمعلومات التي لديه يتولد بداخله تنافر، بعكس الفرد الذي يختار المحتوى الإعلامي الذي يناسبه².

3. التعرض: يفترض الباحثون في هذا الإطار بأن الأشخاص يميلون بطبعهم لتقبل كل ما هو مألوف وينفرون مما هو غير مألوف ومعتاد عندهم، وبمجرد التعرض للأشياء أو الأفراد غير المألوفين، يسهل تقبلهم شيئاً فشيئاً ويصبحون أكثر ألفة وأكثر تفضيلاً، كما لا يميل هؤلاء إلى الآراء القائلة بأن الألفة والتعود يخلقان الملل، بل العكس فهم يعتقدون أن الألفة تخلق الحب، وإن الغياب والبعد يثيران المشاعر السلبية³.

المطلب الثالث: مكونات الاتجاه

كان "سميث أول من قدم التحليل الكامل والشامل عن الاتجاهات، حيث صنفها إلى ثلاث فئات من الخصائص القابلة للقياس، ويشكل اجتماع هذه الخصائص أو بالأحرى مكونات الاتجاه وعليه فإن الاتجاه لا يشير إلى مكون واحد إنما يتكون بفعل ثلاثة ناصر أساسية والمتمثلة في:

أ/ المكون المعرفي:

هو مجموع العمليات الإدراكية إضافة إلى المعتقدات والأفكار التي تتعلق بموضوع الاتجاه، وهو ما يظهر في الحجج التي يفسر باردة المتعصب تقبله لموضوع الاتجاه⁴، حتى ولو كانت تلك الاعتقادات التي يملكها لا تقوم على أساس الحقائق أو لملاحظات الموضوعية، حيث يعبر عن هذا المكون في الغالب بألفاظ مثل اعتقد، أفكر، أتصور، أو من....⁵ فإذا كان موضوع الاتجاه مثلاً خروج المرأة للعمل فإن المكون المعرفي يتمثل في الاعتقاد بقدرة المرأة على العمل ومدى قيامها به، كما يبين دور هذا الجانب في تغيير الاتجاه.

ب/ المكون الوجداني:

يتم الاستدلال عليه من خلال انفعالات الشخص ومشاعره التي تنطوي على الحب والكراهية والإقبال والنفور أو التفضيل وعدم التفضيل وكل هذه المشاعر تشير إلى السلبية أو الإيجابية لموضوع الاتجاه والتي من الممكن قياس وجهتها وشدتها، حيث إنه إذا كانت استجابات الفرد نحو تعليم المرأة تتسم بالإيجابية فهذا يعني أنه يحمل مشاعر الحب والتقبل

1- إبراهيم نصار، التطبيع دعم الممارسات ومشاريع الاحتلال وتصفية لحقوق الشعب الفلسطيني، 1993، ص 224.

2- فرحي، مرجع سابق، ص 139.

3- المزاهرة منال هلال، نظريات الاتصال، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، ص 57 - 58.

4- السيد أبو النيل، 1985، ص 451.

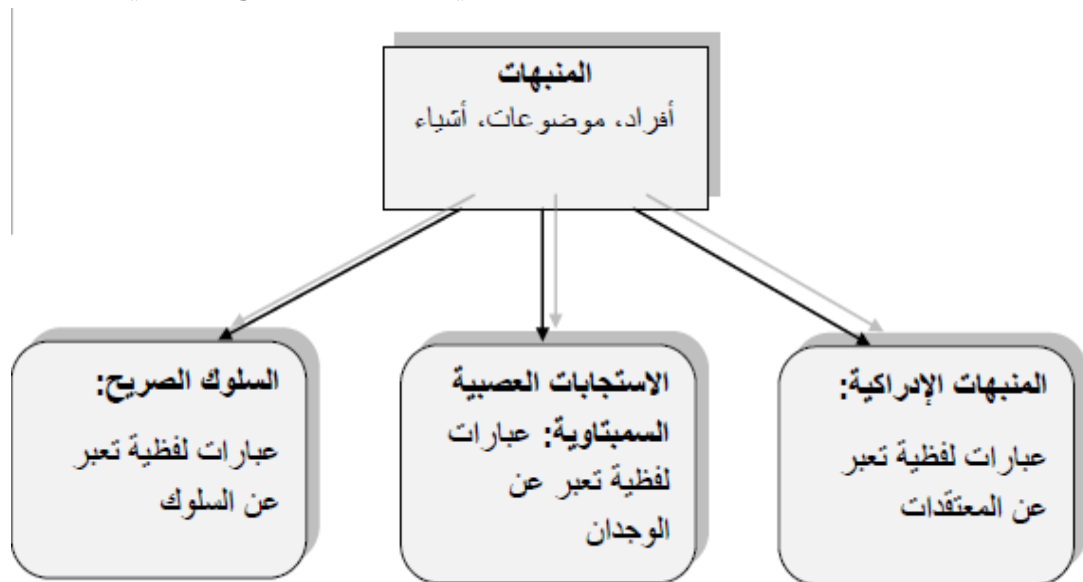
5- حسين جبالي، 2003، ص 237.

لهذا الموضوع، وعلى العكس من ذلك إذا كان يحمل مشاعر الكراهية والنفور بخصوص تعليمها، ويعتبر هذا المكون أكثرها أهمية بالنسبة للاتجاه.

ج. المكون السلوكي:

يشير هذا المكون إلى مجموعة العمليات الجسمية التي تحضر الفرد للتصرف بشكل أو طريقة معينة، إذ يتمثل المكون السلوكي هو الجانب النزوعي، أي مجموعة الاستجابات الواضحة التي يقدمها الفرد بعد إدراكه ومعرفة انفعالاته.

ولا تعمل هذه المكونات الأساسية للاتجاه لا تعمل بشكل منفصل عن بعضها البعض، بل تعمل بطريقة ديناميكية معنية، إذ يطغى جانب على آخر، إذ تعمل في نسق معين يؤكد انه يوجد ترابط ضروري بين هذه المكونات حتى يمكننا التحدث عما يسمى الاتجاه، إضافة إلى أن أي تغيير على مستوى مكون واحد يؤدي بالضرورة إلى التغيير في بقية المكونات، وخاصة إذا كان هذا التغيير يشمل المكون المعرفي، الذي يؤثر بالضرورة على مشاعرنا وعليه على استجابتنا وهذا ما يمكن تلخيصه من خلال الشكل التالي الممثل للنموذج الثلاثي لمكونات



الاتجاه:

الشكل رقم (1): مخطط يشرح النموذج الثلاثي لمكونات الاتجاه المصدر: جبارة كنزة، 2014، ص 24.

المبحث الثاني: قراءة معرفية لسلوك المقاطعة

يعد نضال شعب الفلسطيني ضد المنظومة الاستعمارية مستمر منذ القرن الماضي الى يومنا هذا، كون إسرائيل مستمرة بعملية القمع والاستعمار للأرض دون رقيب او عتيد وهذا بسبب فشل الحكومات على المستوى الدولي بمحاسبة إسرائيل، إضافة الى استمرار الشركات الدولية والمؤسسات العالمية بمساندتها والتضامن معها مما يدعم تمويل الحرب وشراء الأسلحة لجرائمها المرتكبة في حق الشعب الفلسطيني وكذا انتهاكها للقانون الدولي¹.

وبالنظر لفشل الحكومات والمجتمع الدولي وأصحاب القرار في وقف الاضطهاد الإسرائيلي المرتكب بحق الشعب الفلسطيني، قام اغلبية الشعب الفلسطيني بإصدار نداء تاريخي في سنة 2005 موجها لأحرار وشعوب العالم، يطالبهم من خلاله بمقاطعة إسرائيل كأحد اشكال المقاومة الفلسطينية الشعبية السلمية، وبصورة اكبر اهم اشكال التضامن العالمي مع نضال الشعب الفلسطيني من اجل حقوقه.

المطلب الأول: مفهوم المقاطعة الاقتصادية

1. تعريف المقاطعة في اللغة

مفاعلة من القطع، يقول ان فارس: "القاف والطاء والعين اصل صحيح واحد، يدل على صرم وابانة شيء من شيء..."².

ومنه: الهجران ضد الوصل، وتهاجر القوم اذا تصارموا³.

2. تعريف الاقتصاد

أ/ لغة: مشتق من القصد، ويعني التوسط وطلب الأسد⁴، وقصد في الامر: لم يتجاوز فيه الحد ورضي بالتوسط⁵، والقصد: ضد الافراط، وهو ما بين الاسراف والتقتير⁶.

ب/ اصطلاحاً: تنوعت تعريفات الاقتصاديين للاقتصاد، اذ عرف انه علم المبادلة⁷.

كونه يقوم بتنظيم المبادلة بكافة اشكالها المختلفة "البيع والشراء والايجار وعقد العمل"¹.

¹ - البرغوثي عمر، إسرائيل تحارب حركتنا من خلال وزارة الشؤون الاستراتيجية، مجلة افاق التنمية ولبينة، العدد 67، ص 20

² - احمد بن فارس، ت/ شهاب الدين أبو عمرو، معجم مقاييس اللغة، قطع، دار الفكر، بيروت، ط: الأولى، 1315هـ، ص 397.

³ - ابن منظور، لسان العرب، (قطع)، دار احياء التراث العربي، بيروت، ط: الأولى، 1416هـ، 223/11.

⁴ - المفردات في غريب القرآن، (قصد) ص 504، المصباح المنير (قصبت) 505/1.

⁵ - الزبيدي، ت/ علي شيري، تاج العروس من جواهر القاموس، (قصد)، ن/ دار الفكر، بيروت، 1414، 190/5.

⁶ - المصدر نفسه، الصفحة ذاتها.

⁷ - النظرية الاقتصادية في الإسلام، ص 35.

وهناك من يعرف الاقتصاد بأنه: دراسة النشاط الإنساني في المجتمع من وجهة الحصول على الأموال والخدمات.²

3. تعريف المقاطعة الاقتصادية

عرفتها الموسوعة العربية العالمية المقاطعة الاقتصادية على انها: "رفض التعامل مع شخص او منظمة او دولة"³.

ويعد هذا التعريف بدوره غير شامل كونه من الممكن ان يتضمن أنواع أخرى من المقاطعة مثل المقاطعة السياسية والاجتماعية.

وقد ورد تعريفها في المعجم الوسيط بشكل عام على انها " الامتناع عن معاملة الآخرين اقتصاديا او اجتماعيا وفق نظام جماعي مرسوم"⁴.

ويتضح من خلال التعريف السابق انه غير متعلق بالمقاطعة الاقتصادية الا انه من الممكن اعتماده كتعريف للمقاطعة الاقتصادية في حالة " ... او اقتصاديا" بحيث يكون تعريف المقاطعة الاقتصادية انها عملية الامتناع عن معاملة الآخرين اقتصاديا وفق نظام جماعي مرسوم.

الا ان هذا التعريف يعتبر هو الآخر لم يتطرق الى السبب الباعث على عملية المقاطعة الاقتصادية وهو المهم في دراستنا هاته حيث ان مجرد الامتناع عن شراء سلعة معينة من الممكن ان يكون للإستغناء عنها وعدم الحاجة لها، وهذا احد ضروب المقاطعة وليس المقصود من خلال دراستنا هاته، بل المقاطعة التي نهتم بها هي تلك المقاطعة الاقتصادية التي نسعى من خلالها الى الضغط على الطرف الآخر من اجل تغيير سياساته التي تلحق الضرر بالجهة المقاطعة.

وعليه يمكننا تعريف المقاطعة الاقتصادية على انها: "الامتناع عن معاملة الآخر اقتصاديا وفق نظام جماعي مرسوم بهدف الضغط عليه لتغيير سياسته اتجاه قضية من القضايا".

المطلب الثاني: صور المقاطعة الاقتصادية عبر التاريخ

يزخر التاريخ الإنساني بالعديد من النماذج والامثلة التي استعمل فيها سلاح المقاطعة الاقتصادية كونها احد الوسائل المستعملة في الضغط لإخضاع الطرف الآخر ونذكر من بينها:

1- النظرية الاقتصادية في الإسلام، ص 35.

2- النظرية الاقتصادية في الإسلام، المرجع السابق، ص 35.

3- الموسوعة العربية العالمية، 561 / 33.

4- البراهيم مصطفى وآخرون، لمعجم الوسيط، قطعت، ن/ المكتبة الإسلامية، تركيا، ط : الثانية، 745/2

- اتفاق قريش على مقاطعة بني هاشم وبني عبد المطلب، وهذا بأن لا ينكحوا اليهم ولا ينكحوهم ولا يبيعوهم شيئاً ولا يبتاعوا منهم، وقد استمرت هذه المقاطعة سنتين او ثلاثاً.¹
- ما قام به ثمامة بن اثال رضي الله عنه بعد اسلامه حيث قال لكفار قريش "والله لا يأتيكم من اليمامة حبة حنطة حتى يأذن فيها النبي صلى الله وسلم".²
- استعملت المقاطعة في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي ابان حركة تحرير ايرلندا ضد السيطرة الإنجليزية، حيث امتنع حلف الفلاحين من التعامل مع وكيل احد اللوردات الانجليز من أصحاب الاقطاعات الزراعية في ايرلندا.³
- اعتمدها حزب الوفد المصري سنة 1921 بعد اعتقال رئيسه سعد زغول بالمقاطعة الشاملة ضد الانجليز، حيث شكلت حركة المقاطعة حث المصريين على سحب ودائعهم من المصارف الإنجليزية، إضافة الى حث التجار المصريين على ان يحتموا على عملائهم في الخارج الا يشحنوا بضائعهم على سفن انجليزية إضافة الى ان القرار قد اوجب مقاطعة التجار الانجليز بشكل تام.⁴
- امتنع العديد من الأوروبيون من شراء البضائع المصنعة في المانيا بعد الحرب العالمية الثانية (1939-1945) وهذا بسبب احتلالها لبلادهم.⁵
- المقاطعة التي دعا اليها الزعيم غاندي من مقاطعة البضائع الأجنبية بإحراقها علنا في بومباي ضمن سلسلة من اعمال الاحتجاج ضد الاستعمار البريطاني للهند.⁶
- مقاطعة السود لنظام سير الحافلات بمدينة مونتجمري بولاية الباما نظام سير حافلات المدينة، مما قضى على سياسة الفصل الاجتماعي داخل الحافلات منذ الستينات.⁷
- ومن بين الأمثلة الشهيرة أيضا للمقاطعة الاقتصادية نجد رفض المستهلكين في العديد من البلدان بداية من مطلع الستينات لغاية أوائل التسعينات من القرن العشرين، شراء بضائع من جنوب افريقيا احتجاجا منهم على سياسة التفرقة العنصرية.⁸
- كما نجد أيضا مقاطعة الدول العربية لإسرائيل بسبب احتلالها لأرض فلسطين المسلمة.⁹

1- انظر البداية والنهاية لابن كثير، ت/ احمد معوض، ن/ دار الكتب العلمية، بيروت، ط: الأولى، 1415، 86/3.

2- اخرجه البخاري، كتاب المغازي، باب وفد بني حنيفة، وحديث ثمامة ابن اثال، ح (4372)، صحيح البخاري مع الفتح 688/7.

3- احمد عطية الله، القاموس السياسي، دار النهضة العربية، القاهرة، ط: الرابعة، 1980، ص 1501.

4- المرجع نفسه، 1502

5- الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة اعمال الموسوعة، ط: الثانية، 561/23.

6- احمد عطية الله، القاموس السياسي، ص 1037

7- الموسوعة العربية العالمية، المرجع السابق، 561/23.

8- الموسوعة العربية، المرجع السابق، ص 561/23.

9- المرجع نفسه الصفحة ذاتها.

- مقاطعة الملك فيصل رحمة الله عليه في اعقاب حرب 1867 وحرب 1973، اذ انه بعد يومين من نشوب الحرب الأولى اعلن حظر البترول السعودي عن بريطانيا والولايات المتحدة الامريكية، كما تزعم حركة الحظر البترولي الذي شمل دول الخليج اثر نشوب الحرب 1973، حيث اثر هذا الحظر بشكل كبير على توجيه المعركة¹.

المطلب الثالث: المقاطعة في القانون الدولي

1/ مفهوم المقاطعة الاقتصادية

تعني بشكل عام وقف العلاقات الاقتصادية والمالية مع دولة معينة، بغرض الضغط عليها لتحقيق الأهداف المرجوة من ممارسة هذه المقاطعة، وتعني في العموم شمولها لحركة السلع التجارية من جهة الاستيراد والتصدير، او من حيث انتشارها وامتدادها لمختلف أنواع السلع والخدمات، يعود اصل الكلمة الى مدير الأملاك البريطاني Charles Boycott المشهور بسوء المعاملة واعتماد العنف في جميع ايجار الأراضي الزراعية، حيث انه عندما طلب منه المستأجرون تخفيض قيمة الايجار في حالة عدم نجاح المحصول، رفض طلب المستأجرون، وهنا تعرض للعزل الكامل من قبل المستأجرين في خريف سنة 1880 ومن وقتها استعمل مصطلح boyvotting من خلال العديد من لغات العالم².

2. المقاطعة في عصبة الأمم

ينص عهد عصبة الأمم على جزاء المقاطعة الاقتصادية في نص الفقرة الأولى من المادة السادسة عشر التي جاء فيها ما يلي: "ان الدولة تلجأ الى الحرب اخلايا بالتزاماتها المنصوص عليها في المواد من 12 الى 15 تعتبر كأنها قامت بعمل حربي ضد الدول الأعضاء، وتتعهد هذه الدول بأن تقطع كل علاقة تجارية او مالية مع الدولة المخلة"، كما اوجبت هذه المادة أيضا ضرورة التعاون بين مختلف الدول الأعضاء في تنفيذ جزاء المقاطعة الاقتصادية، غير ان هذه الأخيرة لم تمارس سلطتها في توقيع هذه الجزئيات حتى سنة 1935، لما استخدمتها في التصدي للعدوان الإيطالي على الحبشة، حيث تم توقيع هذه العقوبات على إيطاليا بموجب التوصية الصادرة عن الجمعية العامة للعصبة، وبشكل جزئي محدود، إضافة الى انه تجب الإشارة الى الاجماع على اخفاق نظام العقوبات في العصبة ضد الغزو الإيطالي للحبشة حيث كان النهاية الحقيقية للمنظمة³.

3. المقاطعة في عهد الأمم المتحدة

حسب ما جاء في نص ميثاق الأمم المتحدة فإنه تم الحث على المقاطعة بوصفها جزءا يتم فرضه على الدولة التي تقوم بارتكاب جريمة العدوان او أي عمل آخر من شأنه تهديد السلم

¹- القاموس السياسي، المرجع السابق، ص 1121.

²- مظلوم محمد جمال، الحروب الاقتصادية في القرن الحادي والعشرين، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية الاهرام، كراسات استراتيجية، القاهرة 2002، ص 62.

³- احمد فانتة عبد العال، العقوبات الدولية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ص 105.

والأمن الدوليين، وهذا باعتبار الجزاء احد الوسائل المهمة للحفاظ على السلم والأمن الدولي، إضافة الى الحث على ضرورة الالتزام بمبادئ الأمم المتحدة وأهدافها لمصلحة الإنسانية جمعاء، اذ نصت أحكام المادة الحادية والأربعون من الميثاق على "إضافة الى غيره من الجزئيات السرية غير العسكرية الأخرى المنصوص عليها في الفصل السابع"¹.

كما لجأت الأمم المتحدة لفرض جزاء المقاطعة الاقتصادية في العديد من المنازعات، اذ فرضت هذا الجزاء ضد جنوب إفريقيا بسبب سياسة التمييز العنصري، وهذا بموجب قرار مجلس الأمن رقم 232 في كانون الأول/ ديسمبر سنة 1966، ثم قرار مجلس الأمن رقم 253 في أيار/ مايو سنة 1968، ولجأ أيضا مجلس الأمن الدولي لفرض هذا الجزاء اثر العدوان العراقي على الكويت سنة 1990، وهذا بموجب القرار رقم 661 في أغسطس سنة 1990 والذي فرض بدوره المقاطعة الاقتصادية الشاملة على العراق².

حيث تتخذ المقاطعة شكل الإجراءات الرسمية التي تتولاها سلطة الدولة، او من الممكن ان تتخذ الشكل الشعبي من خلال القيام الافراد والجماعات بتنظيم أعمال المقاطعة ضد إقامة أي شكل من أشكال العلاقات مع دولة أخرى ومواطنيها.

وتشمل المقاطعة العديد من التدابير والأفعال مثل منع الاستيراد والتصدير وتخفيض الاستيراد والتصدير، إضافة إلى تنظيم الرخص وأساليب الرقابة المالية على النقد بما فيها الأرصدة في الخارج ونظم الملاحة، حيث تندرج هذه الجزئيات كلها في المقاطعة الاقتصادية، ومن ثم يترتب عن تعرض الدولة لجزاء المقاطعة ظهور خلل من الممكن ألا يعالج بسهولة، وان كان ذلك يتوقف على مدى الالتزام الدولي من خلال فرض هذه الجزئيات وتنفيذها على الوجه المطلوب³.

كما اعتمدت العديد من الدول فرض المقاطعة في علاقاتها المتبادلة في العديد من المناسبات، ومثال هذا مقاطعة ادلول العربية لإسرائيل، إضافة لمقاطعة الولايات المتحدة الامريكية ودول السوق الأوروبية المشتركة مثل اليابان وايران، خلال فترة احتجاز الرهائن في السفارة الامريكية في طهران بين عامي 1979-1980، إضافة لمقاطعة الولايات المتحدة الامريكية لبولونيا في 23 ديسمبر 1981، وهذا بسبب اعتماد السلطات البولونية القوة من اجل قمع حركة التضامن التي اودع قادتها السجن⁴.

وهنا تجدر بنا الإشارة ان عملية المقاطعة الاقتصادية كانت جزاء دولي يتم فره على الدولة المعتدية او المخلة بالأمن والسلم الدوليين، وبمقتضى القرار القادر عن الأمم المتحدة اعتمادا

¹- قطيفي عبد الحسين، المقاطعة الاقتصادية في العلاقات الدولية مجلس السياسة الدولية، مجلة السياسة الدولية، العدد 71، القاهرة، كانون الثاني يناير، ص 108.

²- احمد فانتة عبد العال، العقوبات الدولية الاقتصادية، مرجع سابق، ص 107.

³- مظلوم محمد جمال، الحروب الاقتصادية في القرن الحادي والعشرين، مرجع سابق، ص 63.

⁴- حرب علي جميل، نظام الجزاء الدولي العقوبات الدولية ضد الدول والافراد، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق، سوريا، ص 57.

على نص المادة 41 من الميثاق، امرا لا يثير أي مشكل قانوني حيث اجمع الرأي على شرعية فرض هذا الجزاء، غير ان الخلاف يقوم حول تبني دولة معينة جزاء المقاطعة بمقتضى قرارات فردية في علاقاتها المتبادلة دون اللجوء لسلطة الأمم المتحدة في فرض هذا الجزاء.

ورغم اتفاق الرأي حول مشروعية ممارسة اعمال المقاطعة في حالة الحرب بين الدول، الا ان الخلاف لا يزال قائم حول مشروعية فرض هذا الجزاء حول في حالة السلم او من دون صدور القرار الدولي عن الأمم المتحدة يقتضي فرض هذا الجزاء، والأرجح هنا ان مشروعية المقاطعة تنشأ بشكل أساسي من مشروعية الدافع اليها والهدف المراد تحقيقه منها، حيث انه اذا كان الهدف مشروعاً فبالتالي المقاطعة في هذه الحالة وسيلة مشروعاً للدفاع عن الحقوق ورد العدوان، وهذا ما يتحقق في حالة المقاطعة العربية لإسرائيل مثلاً¹.

4. المقاطعة العربية لإسرائيل

يرجع اصل المقاطعة العربية الى ما مارسه سكان فلسطين بداية من مطلع القرن العشرين من مقاطعة شعبية ضد المنتجات الصهيونية من الصناعات اليدوية، وهذا كرد على حركة الاستيطان الصهيوني وما رافق ذلك من صناعات يهودية في فلسطين، واثراً قيام جامعة الدول العربية التي أعطت أهمية كبرى لقضية المقاطعة العربية للمنتجات الصهيونية في فلسطين، ولهذا قرر مجلس جامعة الدول العربية في 1945/12/2 "باعتبار ان المنتجات والمصنوعات يهودية في فلسطين غير المرغوب فيها في البلاد العربية، وان اباحة دخولها للبلاد العربية يؤدي الى تحقيق الأغراض السياسية الصهيونية" حيث دعا مجلس الدول العربية الأعضاء في الجامعة لاتخاذ كافة الإجراءات المناسبة والتي تتفق بدورها مع أصول الإدارة والتشريع فيها بهدف المقاطعة، كما اعلن المجلس ذاته في أيار 1951 عن تنظيم مقاطعة شاملة لإسرائيل، اذ اصدر القانون الموحد لمقاطعة إسرائيل بموجب القرار رقم 849 من مجلس الجامعة الصادر بتاريخ 1954/12/11 حيث تقسمت المقاطعة لإسرائيل الى ثلاثة مستويات:

يتضمن المستوى الأول منع التعامل المباشر بين الدول العربية وإسرائيل، اما الثاني فيقتضي منع التعامل مع اسرائلي سواء بشكل مباشر او من خلال وسيط ثالث، في حين تضمن المستوى الثالث فرض عقوبات على الشركات التي تتعامل مع إسرائيل ووضعها في قوائم سوداء يحظر تعاملها مع أي دولة عربية، مع العلم ان البعض من الدول العربية قد خففت من من مستوى تلك العقوبات بشكل نسبي بعد مؤتمر السلام سنة 1991 عندما خدع البعض من العرب بدعوى السلام مع إسرائيل².

1- ابي خليل رودنيك اليا، العقوبات الاقتصادية الدولية في القانون الدولي بين الفعالية وحقوق الانسان، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق، سوريا، ص 81.

2- البطمة سامية وعمر البرغوثي، تأثير حركة مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات عليها البعد الاقتصادي، رام الله، معهد أبحاث السياسات الفلسطيني، ص 34.

المبحث الثالث: المقاطعة الفلسطينية ضد الاحتلال الإسرائيلي

تعد المقاومة الشعبية احد الأدوات الأساسية المعتمدة لمحاربة الكيان الإسرائيلي، غير انه قد برزت في الآونة الأخيرة أهمية مقاطعة إسرائيل باعتبارها احد محاور القوى الديمقراطية العربية والعالمية المتضامنة مع الحق الفلسطيني، وهي عبارة عن مقاطعة تعتمد على توظيف قواعد القانون الدولي ومبادئ حقوق الإنسان ضد إسرائيل، حيث اتسعت نسبيا دائرة الانضمام لهذه السياسة عالميا، على الصعيد السياسي والاقتصادي والأكاديمي والثقافي والرياضي وكذا العسكري، مشكلة بهذا احد اللبئات الأساسية للنضال الشعبي ضد الاحتلال الإسرائيلي.

كانت المقاطعة إستراتيجية بشكل رسمي عربي، حيث صدر عن جامعة الدول العربية العديد من القرارات، التي كان أولها القرار رقم 16 في 2 كانون الأول/ ديسمبر 1945 الذي طالب دول الجامعة بمنع المنتجات المؤسسات من دخول أراضيها، حيث طالب هذا القرار كافة المؤسسات والمنظمات والتجار والأفراد العرب برفض التعامل مع كافة البضائع الصهيونية او توزيعها او استهلاكها.

وأصبحت المقاطعة أكثر تنظيما بعد قيام دولة إسرائيل رفقة قرار مجلس الجامعة رقم 357 الصادر في 19 مايو 1951¹ المتضمن تأسيس جهاز يقوم بالإشراف على عملية المقاطعة يرأسه مفوض عام يعينه الأمين العام للجامعة، حيث يعاون المفوض المندوب عن كل دولة بصفة ضابط اتصال تعينه حكومته إضافة الى تضمين هذا القرار انشاء مكتب المقاطعة العربية لإسرائيل الذي مقره في دمشق، حيث اندرجت المقاطعة في اطار تبني الجامعة للصراع ضد إسرائيل بوصفه صراعا عربيا إسرائيليا متعلقا بالأمن القومي العربي.

ترتب عن سياسات المقاطعة العربية محدودة التأثير والفاعلية بسبب دعم الغرب للإقتصاد الإسرائيلي بداية من سنة 1948 من جهة، إضافة الى عدم وجود استراتيجية عربية متكاملة للمقاطعة من جهة ثانية، وهذا ما جعل النتائج المترتبة عن المقاطعة الرسمية متواضعة ومحدودة²، والتي تراجعت بعد توقيع العديد من الدول العربية اتفاقات للسلام مع إسرائيل، والتي كان آخرها في الدورة 89 لمؤتمر ضباط اتصال المكاتب الإقليمية للمقاطعة العربية لإسرائيل، في 18 أغسطس 2015 برئاسة الأمين العام المساعد لشؤون فلسطين بالجامعة العربية والمفوض العام للمكتب الرئيس للمقاطعة إضافة الى مشاركة ممثلي عدد من الدول العربية هذا بالإضافة الى ممثلين لمنظمة التعاون الإسلامي، كما يجدر بنا الإشارة الى كون هذه اللقاءات وجب عليها الانعقاد في دمشق في المكتب الرئيسي للمقاطعة، في حين ان موقف

1- صدر عدد من القرارات عن مجلس جامعة الدول العربية بخصوص المقاطعة لإسرائيل، ومنها القرار 2819 سنة 1971 والقرار 2879 سنة 1972، وكذا القرار 2880 سنة 1972، إضافة الى إقرار 3348 سنة 1975، والقرار 3247 سنة 1975، للإستزادة في هذا الشأن انظر: قرار صادر عن جامعة الدول العربية في

<http://muqtafi.birzeit.edu/InterDocs/arab.htm>

2- عبد الله الحصري، المقاطعة الاقتصادية العربية تكبد إسرائيل خسائر 90 مليار دولار في 54 عام، صحيفة الجزيرة ، 10 /5/ 2002 ، في: <http://www.al-jazirah.com/2002/20020510/ec14.htm>

البعض من الدول العربية بسبب الأزمة السورية دفع القاهرة إلى تنظيم هذا المؤتمر، وهذا إضافة إلى موقف السلطة الفلسطينية الرسمي الذي لا يؤيد المقاطعة، وهذا ما عبر عنه بشكل فعلي رئيس السلطة محمود عباس من خلال رفض عزل إسرائيل ونزع الشرعية عنها، الأمر الذي أثار جملة من التساؤلات عن جدوى هذه المؤتمرات الرسمية واحترام الدول لقراراتها.¹

وبالتالي بعد فشل اتفاقات أوسلو وتحول الموقف العربي إلى استراتيجية السلام مع إسرائيل، وتحت ضوء تطور المأزق الفلسطيني وتحول الكفاح المسلح الفلسطيني وتحوله من استراتيجية تحرير إلى حالة مقاومة ودفاع عن النفس في ظل الاحتلال، حيث ظهرت الحالة الملحة إلى استراتيجيات نضالية جديدة متحررة من التزامات النظام الرسمي العربي، بما فيه "النظام الفلسطيني" وهذا ما ترتب عنه التوجه نحو سياسات جديدة من شأنها الضغط على الكيان الإسرائيلي، حيث كانت المقاطعة من أهم الأدوات النضالية التي من الممكن استخدامها من قبل الشعب الفلسطيني وهي بدورها أحد الفرص التي من الممكن أن يستعيد من خلالها الشعب الفلسطيني التحالفات مع القوى الديمقراطية والتقدمية عالمياً، الأمر الذي من شأنه تعزيز العمل على تفعيل حملة المقاطعة الشعبية هو وصول مفاوضات أوسلو إلى طريق مسدود، إضافة إلى الإخفاق في الاتفاق على حل للقضية الفلسطينية، إذ تطورت هذه الأخيرة باعتبارها حركة شعبية غير مركزية وغير رسمية في العديد من البلدان تقوم على قوى المجتمع المدني والحركات الاجتماعية، مع استحضار كافة استراتيجيات حركة النضال ضد نظام الفصل العنصري في جنوب أفريقيا، ومن أهم حملات المقاطعة الحركة العالمية لمقاطعة إسرائيل وسحب استثمارات منها إضافة لفرض العقوبات عليها.

المطلب الأول: حركة المقاطعة الفلسطينية BDS

هي حركة فلسطينية المنشأ عالمية الصدى والامتداد تسعى لمقاومة الاستيطان الإسرائيلي من أجل تحقيق الحرية والعدالة والمساواة في فلسطين وصولاً إلى تقرير المصير لكل الشعب الفلسطيني في الوطن والشتات، حيث تضمن مطالب حركة مقاطعة إسرائيل طموح وحقوق الشعب الفلسطيني التاريخية من أراضي العام 1948 شمالي قطاع غزة والضفة الغربية، بما فيها القدس إلى المخيمات والشتات.²

لقد نجحت هذه الحركة في بديء الأمر بعزل النظام الإسرائيلي بشكل أكاديمي وثقافي وسياسي وإلى اقتصادي إلى حد ما، حتى أصبح نظام الحركة اليوم من أكبر "الآخطار الاستراتيجية" التي تحدق بإسرائيل، إذ تركز هذه الحركة على مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها وكذا فرض العقوبات عليها.

¹-Ali Abunimah, "In South Africa, Abbas opposes boycott of Israel," The Electronic Intifada, 12/02/2024, at: <https://goo.gl/yW3w8G>

²-المرجع نفسه، ص 21.

2. مرحلة تأسيس المقاطعة

تعد مرحلة تأسيس حركة المقاطعة احد اشكال المخاض العسير وهذا بالنظر لتعدد المواطن التهجير للشعب الفلسطيني فبدأت الاتصالات بين المنظمات والأحزاب والهيئات والنقابات الفلسطينية من اجل دراسة هذا النوع من المقاومة الشعبية مستلهمين هذا من تجربة جنوب افريقيا.

شارك في سنة 2005 اكثر من 170 جسما من اتحادات شعبية ونقابات وأحزاب ولجان شعبية ومؤسسات أهلية فلسطينية في اطلاق نداء تاريخي لمقاطعة إسرائيل، مناشدين بهذا أحرار وشعوب العالم بمقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها فرض العقوبات عليها بغرض تحقيق المطالب الآتية:

1. إنهاء احتلالها واستعمارها لكافة أراضي فلسطين العربية مع تفكيك الجدار.
2. إنهاء كافة أشكال الفصل العنصري ضد الفلسطينيين واعترافها بالحق الأساسي بالمساواة الكاملة لفلسطيني الأراضي العام 48.
3. احترام وحماية ودعم حقوق اللاجئين الفلسطينيين بالعودة الى ديارهم التي خرجوا منها وهاجروها إضافة الى استعادة ممتلكاتهم حسب ما نص عليه قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 194.

قامت مبادرة الدفاع الفلسطيني وهضبة الجولان المحتلين (OPGAI) في يناير سنة 2005 بإطلاق نداء المقاطعة وكذا سحب الاستثمارات وفرض العقوبات ضد إسرائيل في المنتدى العالمي الاجتماعي الخامس المنعقد في بورتو اليجري في البرازيل من (31-26 يناير)، حيث ان انطلق الحملة وهذا بالتزامن مع الذكرى السنوية الأولى لحكم محكمة العدل الدولية ضد الجدار الإسرائيلي العازل في الضفة الغربية¹.

كما انضم الى بيان التأسيس اغلبية الجامعات، النقابات، المنظمات الاهلية، القوى السياسية، حيث مثلت بهذا تمثل أوسع تجمع للمجتمع المدني الفلسطيني، اذ تحظى هذه الأخيرة على حالة من الاجماع الوطني، حيث يتجلى الهدف العاك للحملة بالنضال من اجل انهاء الاحتلال والاستيطان وكذا سياسة التمييز العنصري مما يعكس إرادة وطنية فلسطينية جماعية في الوقت ذاته².

تعد حركة المقاطعة حركة فلسطينية ذات امتداد عالمي، بمعنى انها تعمل في كافة البلاد التي تضم اغلبية الشعب الفلسطيني، حيث تسعى لتحقيق الحرية والعدالة والمساواة، تسعى للعمل

¹- البرغوثي عمر، المرجع السابق، ص 21.

²- قبة كمال، القرار الأوروبي بمقاطعة المستوطنات المقدمات والابعاد، مركز الأبحاث، البيرة، فلسطين، ص 17.

من اجل حماية حقوق الشعب الفلسطيني غير القابلة للتصرف، وهذا ما نصت عليه المواثيق والقوانين الدولية.

وتعد هذه الحركة امتداد لنضال الشعب الفلسطيني وتاريخه الذي يحفل بسلسلة كبيرة من المقاومات الشعبية منذ عقود، ومن بينها تجارب المقاطعة السابقة، وخاصة تلك التي كانت في الانتفاضة الأولى، واستلهمت من تجارب النضال العالمية في مواجهة الاضطهاد، وخاصة تجربة جنوب افريقيا، ولهذا تعتبر المقاطعة احد اشكال النضال الفلسطيني الذي يعتمد المقاومة الشعبية للإحتلال وبالطريقة السلمية، وقد تنبتهت اليه الهيئات والنقابات وهيئات المجتمع المدني من خلال المقاومة السلمية لنظام الفصل العنصري في جنوب افريقيا، ولهذا أصدرت في 2005/07/09 الغالبية الساحقة من المجتمع الفلسطيني، من أحزاب ونقابات وهيئات واتحادات وحملات شعبية، وهذا في نداء تاريخي لمقاطعة إسرائيل إضافة لسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها، شكل الأساس لحركة المقاطعة¹.

تناولت مطالب حركة مقاطعة إسرائيل طموح وحقوق كافة مكونات الشعب الفلسطيني والتي شكلتها مراحل الاستعمار الصهيوني لفلسطين، والتي تمثل في: فلسطينيو الشتات، ويشكلون حسب الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ما يمثل 50% من الشعب الفلسطيني في العالم، الفلسطينيون في الأرض المحتلة سنة 1967، اذ يمثلون 38% من الشعب الفلسطيني، وفلسطينيو الـ48 (بمعنى الافراد الذين يحملون الجنسية الإسرائيلية) ونسبتهم قرابة 12% من الشعب الفلسطيني².

ورغم المكانة الاقتصادية والعسكرية وبالذات النووية لإسرائيل، وعلى الرغم من الهيمنة التي تفرضها على دوائر صنع القرار الامريكية فيما يتعلق بالمنطقة العربية وجوارها ككل، ورغم التواطؤ العربي الفلسطيني الرسمي، فإن إسرائيل تشعر اليوم بالتهديد من حركة مقاطعة إسرائيل لكونها احد الركائز الأساسية للنضال الشعبي والمدني السلمي، وتعد اهم حركة تضامن عالمية مع نضال الشعب الفلسطيني³.

ويتضح بهذا ان حركة المقاطعة قد استلهمت فكرتها من تجربة جنوب افريقيا، التي ناضلت من اجل انهاء الاضطهاد والعنصرية الممارسة على شعبها، اذ تبنت الحركة المقاومة السلمية، من خلال اظهار التصرفات العنصرية لإسرائيل، وإزالة كافة أنواع الأقنعة التجميلية التي يرتديها هذا الكيان الذي يمارس كافة أنواع العنف والاضطهاد والابادة والتقتيل، من بناء جدار الى الاستيطان للتنكيل الجماعي بالشعب الفلسطيني، ضاربة بهذا عرض الحائط كافة القيم التي ينص عليها المجتمع الدولي، والتي تؤمن بها الجماعات والمؤسسات الغربية، مما يجعل لها العديد من الأسس العالمية في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي في الأراضي الفلسطينية.

1- البرغوثي، مرجع سابق، ص 22.

2- قبعة كمال، مرجع سابق، ص 19.

3- البرغوثي عمر، مرجع سابق، ص 22.

ويتكون نداء المقاطعة الذي أطلقه المجتمع الفلسطيني في عام 2005 من جزئين:

- أولاً: المبادئ والحقوق الغير قابلة للتصرف.
- ثانياً: التقنيات والتكنيكات المطلوبة من اجل تحقيق الأهداف.

حيث ان كل الحلفاء حول العالم يتبنون الحقوق الثلاثة التي تم النص عليها في نداء المقاطعة او سحب الاستثمار في موقعه وكذا التكنيك الأنسب للوصول الى الهدف.

وبالتالي فإننا نتبنى بهذا مبدأ الحساسية للسياق، بمعنى ان كل شريك ومؤيد لحركة المقاطعة يقرر ما هو الأنسب في سياقه، حيث يقرر البعض مقاطعة كافة الجامعات الإسرائيلية مثلاً، كما حدث من قبل في الولايات المتحدة الأمريكية حيث تمت مقاطعة أربع جمعيات أكاديمية في الولايات المتحدة سنة 2013، في يحن يتبنى الآخر مقاطعة شركة بعينها فقط لتورطها مع المستعمرات المقامة في الأراضي المحتلة سنة 1967، ويوجد الكثيرون بين الاثنين.

المطلب الثاني: منهجية الحركة وأساليبها في الضغط

تعتمد الحملة وسائل النضال السلمي والقانوني وهذا ارتكازاً على مبادئ حقوق الإنسان والقانون الدولي الإنساني، تسعى إلى حشد الرأي العام من خلال مؤسساته الفاعلة من اجل ممارسة ضغوطات على إسرائيل، بالنظر إلى العديد من النماذج التي تمت بالعالم ومنها نموذج جنوب إفريقيا "مانديلا" ونموذج الهند "غاندي" إضافة الى نموذج الحقوق المدنية الأمريكية "مارتن لوثر".

ترتكز حركة المقاطعة على حب الاستثمارات وفرض العقوبات ضد إسرائيل، مع اعتماد وسائل ضغط عديدة منها المظاهرات والاحتجاجات التي تستهدف الشركات المتعاقدة مع الجيش الإسرائيلي أو الشركات العاملة في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الغربية والجولان السوري المحتل، إضافة إلى المشهورين الذين يدعمون المستوطنات¹.

اعتمدت الحركة وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً بهدف جذب الانتباه الى نشاطات الحركة من خلال المحادثات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى الاحتجاجات والعرائض، والمقالات، إضافة إلى أنها تقوم بالضغط على الأفراد من اجل إلغاء اشتراكهم في الأحداث بداخل إسرائيل أو في المستوطنات التابعة لها، مثل الحفلات الموسيقية او الأحداث الأكاديمية، من جهة أخرى تمارس الضغط على الأفراد المشاركين لكي لا يقوموا بهذه الأحداث بداخل الأراضي الفلسطينية المحتلة وبالنظر لكون إسرائيل دولة عنصرية.

وتستعمل الحركة أيضاً أسبوع الإبرتيدي الإسرائيلي، الذي يعد سلسلة من المظاهرات والمحاضرات الجامعية والتجمعات، المتخذة ضد الاحتلال الإسرائيلي لغزة والضفة الغربية، يكون هذا الحدث بالعادة في شهر فبراير او مارس، وحسب الحركة فإن الهدف من أسبوع

¹- البرغوثي، مرجع سابق، ص 23.

الابارتيد الإسرائيلي هو لتعليم الناس عن طبيعة إسرائيل كنظام ومن اجل بناء حركات المقاطعة، بدأ أسبوع الابارتيد أولا في تورنتو سنة 2005، وانتشر من وقتها الى 55 مدينة على الأقل حول العالم، تشمل كل من كندا، فرنسا، ألمانيا، الهند، إيطاليا، النمسا، الأردن، اليابان، كوريا، البرازيل، البوسنة، بوتسوانا، ماليزيا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة الأمريكية، جنوب إفريقيا، المكسيك، النرويج، استراليا، وفلسطين.

تقوم الحركة هي الأخرى بالعديد من الورشات والمؤتمرات التي تسعى من خلالها الى توضيح حقيقة إسرائيل العنصرية المستبدة، حيث انها لا تترك مجالا الا وطرقت ابوابه من اجل توضيح القضية الفلسطينية، وما تقوم به إسرائيل من ممارسات عنصرية بحق الشعب الفلسطيني من قتل وتدمير وتهجير وسجن، إضافة الى انتهاك حرمة الوطن وتعذيب افراده مع قمع حقوق الانسان الفلسطيني ونهب ارضه من اجل إقامة مستوطناتها التي تعد غير قانونية، إضافة الى جملة الحروب والمعارك التي تبدي من خلالها افراد الشعب، إضافة الى تلك المعارك القانونية التي تركز الى القوانين الغربية في ملاحه الساسة الاسرائيليين وفضح ممارستاهم.

المطلب الثالث: إنجازات حركة المقاطعة العالمية

يتصاعد اثر حركة المقاطعة بشكل مستمر بفضل الحملات الإستراتيجية والمنظمة التي تقوم بها حول العالم، وعليه يمكن ذكر أهم إنجازاتها في النقاط التالية:

- انخفاض الاستثمار الأجنبي في الاقتصاد الإسرائيلي وهذا بنسبة 46% في سنة 2014، وهذا حسب التقرير الصادر عن الأمم المتحدة، كما تتوقع مؤسسة راند الأمريكية بأن تلحق حركة المقاطعة خسارة إجمالي الناتج المحلي الإسرائيلي تتراوح ما بين 1% إلى 2% ، بمعنى ما يقارب 28 الى 56 مليار دولار خلال السنوات العشر القادمة، كما كشف تقرير البنك الدولي بأن الصادرات الإسرائيلية الى السوق الفلسطيني قد انخفضت بما يعادل 24% في الربع الأول من سنة 2015¹.
- وقد انسحبت شركة فوليا الفرنسية بشكل كلي من الاقتصاد الإسرائيلي في سنة 2015 بعد الخسائر الفادحة التي تكبدتها والمقدرة بمليارات الدولارات كنتيجة لحملة المقاطعة ضدها بسبب تورطها مع الاستعمار الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية، وانسحبت بعدها كل من شركة اورانج (Orange) و CRH بالكامل².

¹ - البرغوثي عمر، المرجع السابق، ص 24.

² - ابو عون ثائر، والزعانين غسان وتوبة، فاتن والغصين فاطمة، إنجازات حركة مقاطعة اسرائيل BDS، ص 4.

- اسفرت اكبر شركات تصنيع السلاح الإسرائيلية عن شكواها عن امة التصدير التي تعانيها السوق الإسرائيلية بشكل عام، حيث عدت احد أسباب هذه الازمة انخفاض الرغبة العالمية في استيراد "بضائع ومنتجات إسرائيل".
- أعلنت شركة جي فور اس (G4S) ويونيليفر (Unilever) عن اتخاذ الخطوات من أجل وقف تورطها في جرائم إسرائيل.
- أعلنت عشرا السلطات المحلية (البلديات) في اسبانيا عن نفسها "مناطق خالية من الابارتهايد الإسرائيلي" كما تنبت بلديات في فرنسا وبريطانيا والنرويج وغيرها العديد من القرارات من أجل مقاطعة الشركات المتورطة في الاحتلال الإسرائيلي.
- رفض آلاف الفنانين والمشهورين مثل روجر واترز، وفرقة فايتلس، ولورين هيل، براين إنو، والفيس كوستيلو وغيرهم إقامة الحفلات الفنية في مدن إسرائيلية مثل تل ابيب¹.
- تبني مؤسسات اكاديمية واتحادات كلابية حول العالم في أمريكا الشمالية واللاتينية وجنوب افريقيا وبريطانيا وقطر وغيرها لحركة مقاطعة إسرائيل، إضافة الى سحب من الكنائس المنتشرة حول بقاع العالم، وخاصة في الولايات المتحدة الامريكية استثماراتها من الشركات التي تتورط مع جرائم الاحتلال.
- وحسب ما جاء في التصريحات الرسمية الإسرائيلية فإن حركة مقاطعة إسرائيل تعتبر خطرا استراتيجيا على منظومتها الاستعمارية².

وعليه أصبح بإمكاننا القول انطلاقا من الإنجازات التي استطاعت الحركة لمسها وتحقيقها على ارض الواقع، وفي أماكن عديدة حول العالم في القارة الأوروبية وأمريكا الجنوبية، إلا أن هذا لا يمكن أن يغض النظر عن الإخفاقات أيضا، هذا لم يمنع هذه الحركة من أن تجسد الشخصية الفلسطينية وأن تعمل على احياء القضية الفلسطينية جماهيريا بخارج حدود فلسكين التاريخية، انتقلت بهذا المعركة من خارج الحدود وفي معازل إسرائيل المحسوبة الى العالم كله، وقد اعتمدت في ذلك على مقارعة الاحتلال في المحافل الدولية الى حقوق الانسان والقوانين التي تنظمها بقية الدول، الأمر الذي اظهر العديد من النجاحات التي عجزت إسرائيل عن سمعتها الدولية امام فعاليات الحركة التي باتت تمثل هاجسا جديدا للكيان الإسرائيلي مما دفعها الى تشكيل وزارة جديدة مضادة لهذه الحركة المتنامية في الغرب.

¹- موقع حركة المقاطعة

²- مسلم نجاح، الحركة الفلسطينية للمقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات كأداة للمقاومة اللاعنفية بالمقارنة مع حركة المقاطعة الجنوب افريقية، ص 45.

خلاصة الفصل

تناولنا خلال هذا الفصل الجانب النظري للدراسة والذي سلطنا من خلاله الضوء على الاتجاهات مفهومها وماهيتها عند الطالب، إضافة إلى تناول ماهية سلوك المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل حيث حاولنا من خلال هذا الفصل الإلمام بكافة العناصر النظرية التي يتفرع إليها موضوع الدراسة بالنظر إلى أهميته.

**الفصل الثالث: دراسة ميدانية على
عينة من طلبة جامعة البويرة**

تمهيد

تناولنا خلال هذا الفصل كافة الإجراءات المنهجية التطبيقية التي تمكنا من خلالها من التعامل مع الجانب الميداني لهذه الدراسة، ويعد خطوة أساسية تساعد في الوصول الى إجابات عملية للتساؤلات التي تتعلق بالدراسة، ، كما حددنا من خلاله طريقة جمع البيانات والحقائق التي تتعلق بموضوع دراستنا والتي تسمح بتحليل وتفسير هذه البيانات ومن ثم استخلاص النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة والدراسات السابقة، ثم النتائج العامة.

المبحث الأول: إجراءات البحث الميداني

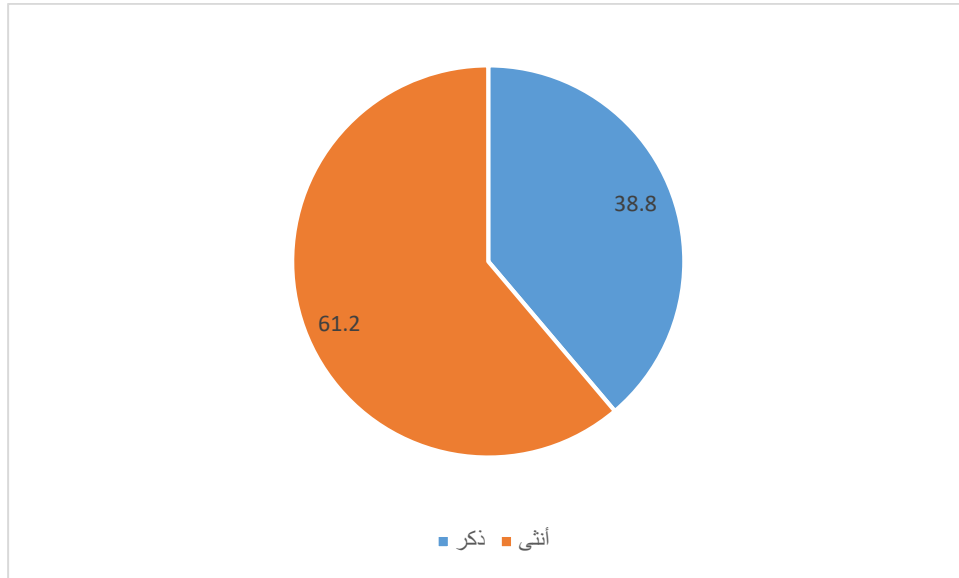
المعالجة الإحصائية

- المحور الأول: البيانات الأساسية (الشخصية):

الجدول رقم 01: يمثل توزيع الطلبة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	النوع / الجنس
38,8	33	ذكر
61,2	52	أنثى
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 02: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب متغير الجنس

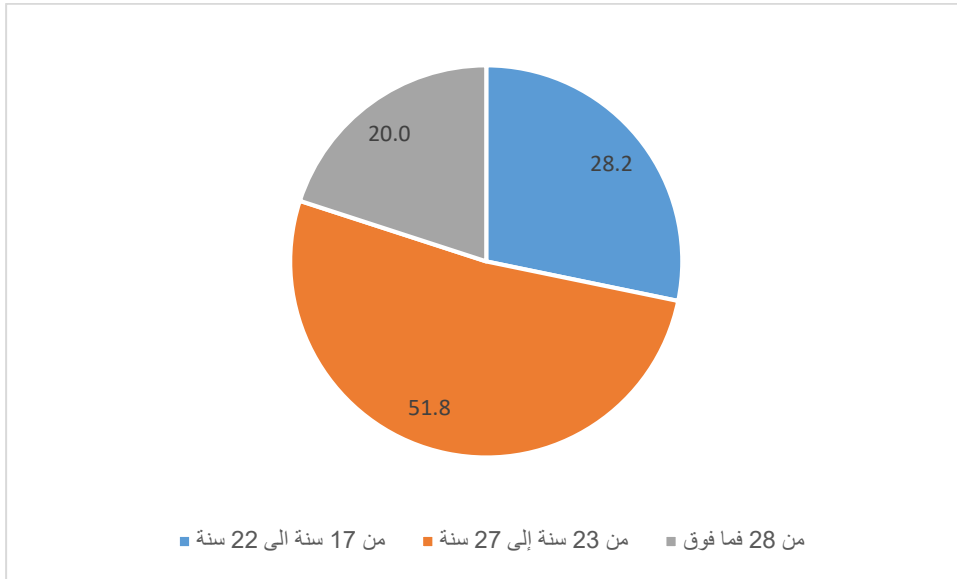


نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه والمتعلق بمتغير الجنس نسبة الذكور تمثل 38,8%، في حين بلغت نسبة الإناث 61,2%، وتدل هذه النسبة على طغيان الجنس الأنثوي على الذكري في الحرم الجامعي. وهذا أمر طبيعي يعود إلى عدة عوامل كتفوق الإناث في التعليم وميولهم للالتحاق بالتعليم العالي الجامعي أكثر من الذكور، فهذا الأخير يتجه نحو الاختيار المهني فور تحصلهم على شهادة البكالوريا، فأغلبية الذكور معروفين بنفورهم من الدراسة.

الجدول رقم 02: يمثل توزيع الطلبة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
28,2	24	من 17 سنة الى 22 سنة
51,8	44	من 23 سنة إلى 27 سنة
20,0	17	من 28 فما فوق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 03: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب متغير السن

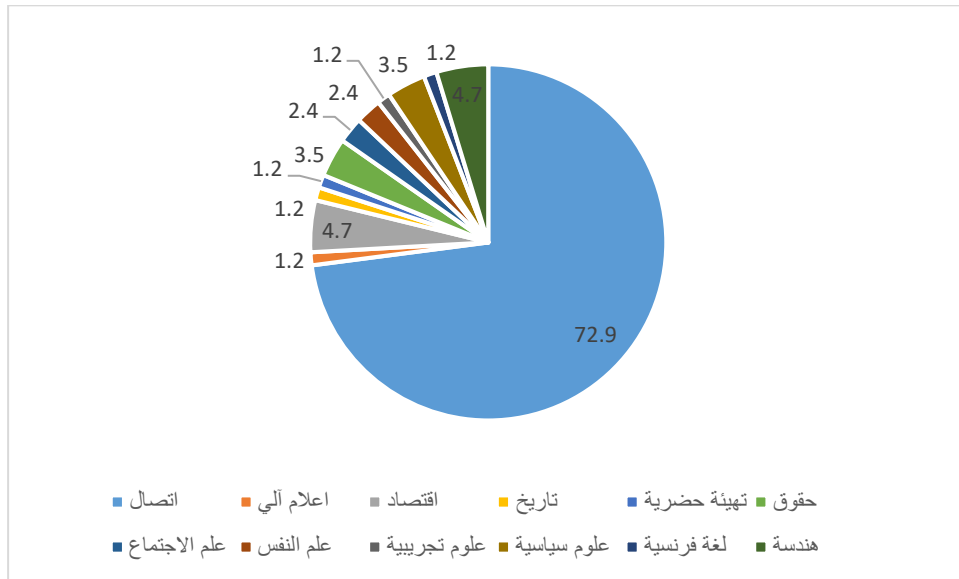


يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، وذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة. ويتضح لنا من خلال الجدول والشكل أن نسبة الفئة الممتدة من 17 سنة إلى 22 سنة قدرت بـ 28,2%، والفئة الممتدة من 23 سنة إلى 27 سنة بلغت 51,8%، في حين قدرت النسبة الممتدة من 28 فما فوق بـ 20%. وهذا ما يدل على طغيان فئة 23 إلى 27 سنة. يمكن إرجاع هذا الأمر إلى تأخر الدراسة بحيث يؤدي عدم الالتحاق بالجامعة مباشرة بعد التعليم الثانوي إلى تأخر بعض الطلاب في بداية دراستهم الجامعية مما يؤدي إلى تجمعهم في هذا النطاق العمري، كذلك من جهة أخرى نجد فئة من الطلاب تنقطع عن الدراسة لفترات معينة وظروف ما وبعد ذلك يعودون لاستكمال مسارهم التعليمي.

الجدول رقم 03: يمثل توزيع الطلبة حسب التخصص

النسبة	التكرار	التخصص
72,9	62	اتصال
1,2	1	اعلام آلي
4,7	4	اقتصاد
1,2	1	تاريخ
1,2	1	تهيئة حضرية
3,5	3	حقوق
2,4	2	علم الاجتماع
2,4	2	علم النفس
1,2	1	علوم تجريبية
3,5	3	علوم سياسية
1,2	1	لغة فرنسية
4,7	4	هندسة
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 04: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب التخصص

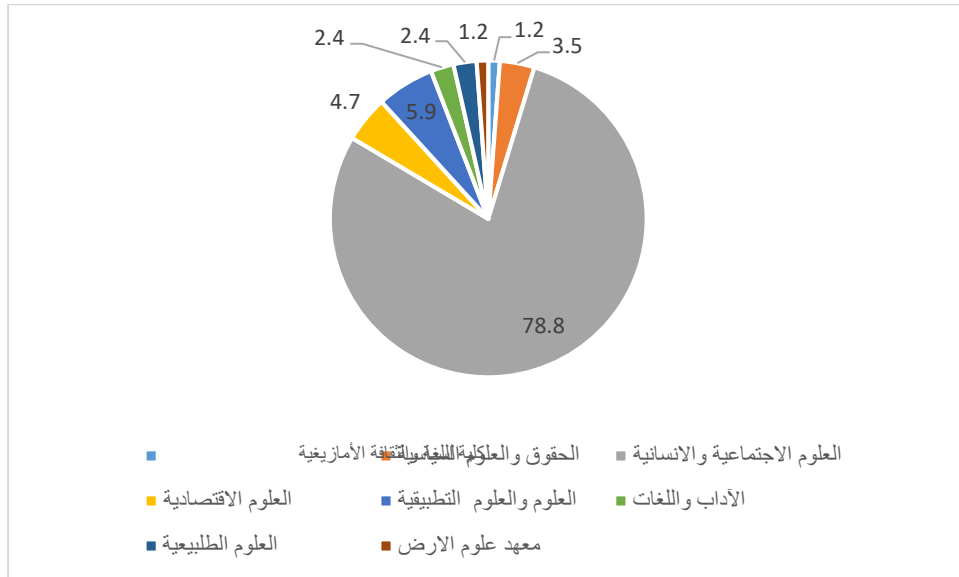


يتضح لنا من خلال هذا الشكل والجدول أعلاه المتعلق بتوزيع الطلبة حسب تخصصهم أن أغلبية الطلاب قد اتجهوا إلى تخصص اتصال بنسبة قدرت بـ 72,9%، في حين التخصصات الأخرى نسبها ضئيلة جدا. وهنا نستنتج أن اتجاه الطلبة في هذا العصر ناتج عن عدة عوامل واقعية وثقافية منها الاهتمام بالتواصل والإعلام والتطور التكنولوجي من خلال التقدم السريع في التكنولوجيا، كذلك التنوع في الوظائف يتيح هذا التخصص فرصا واسعة في سوق العمل ويمكن للخريجين العمل في مجالات متنوعة مثل العلاقات العامة والإعلام والتسويق، كما يعتبر هذا التخصص مجالا يشجع على الإبداع والابتكار بحيث يمكن للطلاب تطوير مهاراتهم في الكتابة والتحليل والتفكير.

الجدول رقم 04: يمثل توزيع الطلبة حسب كلية الانتماء

النسبة	التكرار	كلية الانتماء
1,2	1	كلية اللغة والثقافة الأمازيغية
3,5	3	الحقوق والعلوم السياسية
78,8	67	العلوم الاجتماعية والانسانية
4,7	4	العلوم الاقتصادية
5,9	5	العلوم والعلوم التطبيقية
2,4	2	الأداب واللغات
2,4	2	العلوم الطبيعية
1,2	1	معهد علوم الارض
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 05: يمثل قياس نسبة توزيع الطلبة حسب كلية الانتماء

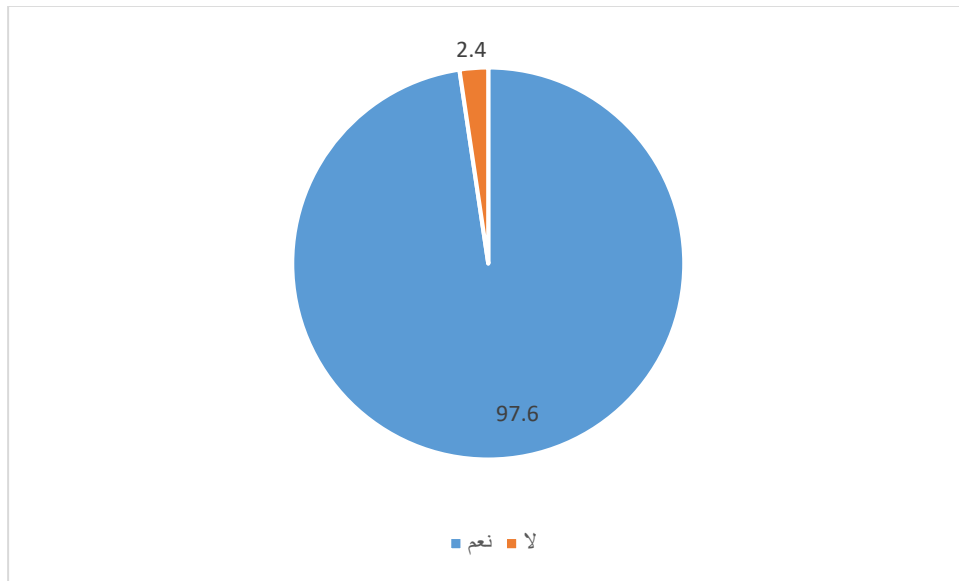


نلاحظ من خلال هذا الشكل والجدول أعلاه الذي يمثل كلية انتماء الطلبة بحيث نجد نسبة انتماء الطلبة لكلية العلوم الاجتماعية والانسانية قدرت بـ 78,8% وهي أكبر نسبة مقارنة مع النسب الأخرى التي لا تتعدى 5%. فيما أن أغلبية الطلبة تخصصهم اتصال فهذا من الطبع دليل على أن الكلية تتمثل في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لأن هذا التخصص هو فرع من فروع العلوم الإنسانية.

الجدول رقم 05: يوضح نسب سماع الطلبة بمقاطعة العلامة التجارية

هل سمعت بمقاطعة العلامات التجارية	التكرار	النسبة
نعم	83	97,6
لا	2	2,4
المجموع	85	100,0

الشكل رقم 06: يوضح قياس نسب سماع الطلبة بمقاطعة العلامة التجارية



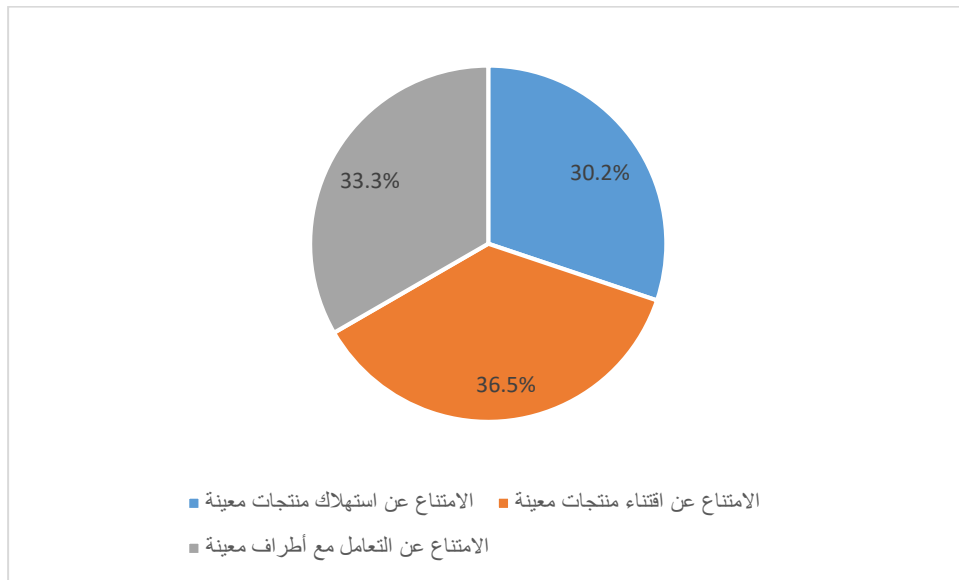
نلاحظ من خلال الشكل والجدول الذي يمثل سماع الطلبة بموضوع مقاطعة العلامة التجارية، أن نسبة الإجابة بنعم قدرت بـ 97,6% ، في حين نجد نسبة الإجابة بـ لا تمثل 2,4%، هنا نستنتج أن الطلبة على علم بهذا الموضوع والسلوك لأن هذا السلوك يمثل وسيلة فعالة تتيح للأفراد والمجموعات فرصة التعبير عن مواقفهم والضغط لتغيير سياسات الشركة أو سلوكياتها، كما أنها تمتد أحيانا لتشمل تحريك الرأي العام وجمع التوقيعات والدعم من أجل تحقيق الأهداف المرجوة.

- المحور الثاني: مفهوم سلوك المقاطعة بالنسبة لطلبة جامعة البويرة

الجدول رقم 06: يوضح ماذا يعني مفهوم المقاطعة

النسبة من المشاهدات	الإجابات			ماذا يعني لك مفهوم المقاطعة ^a
	النسبة	التكرار		
44,7%	30,2%	38	الامتناع عن استهلاك منتجات معينة	
54,1%	36,5%	46	الامتناع عن اقتناء منتجات معينة	
49,4%	33,3%	42	الامتناع عن التعامل مع أطراف معينة	
148,2%	100,0%	126	المجموع	

الشكل رقم 07: يوضح قياس نسب معنى مفهوم المقاطعة

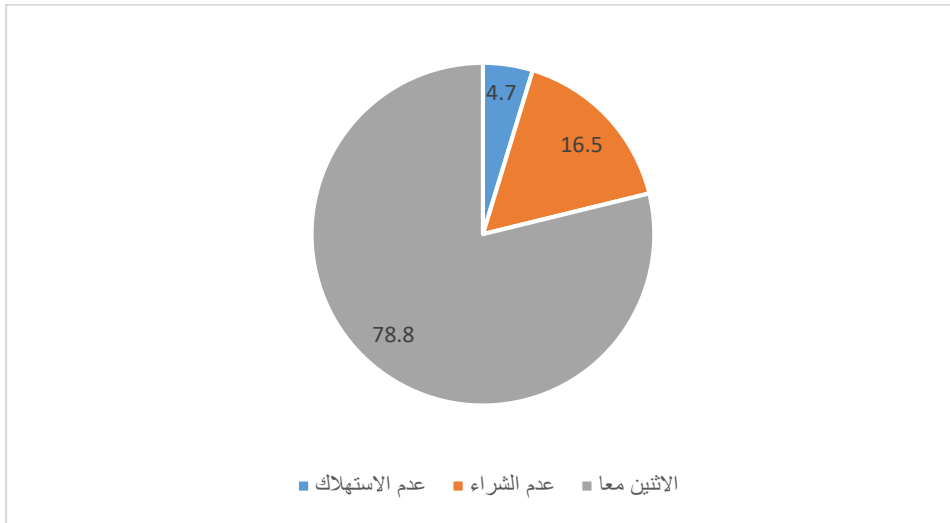


نرى من خلال هذا الجدول و الشكل الذي يقيس نسبة تعريف الطلبة لمصطلح المقاطعة أن الذين يذهبون للقول أن المقاطعة هي الامتناع عن استهلاك منتجات معينة قدرت نسبتهم بـ 30,2%، ونسبة الذين يعتبرون المقاطعة هي الامتناع عن اقتناء منتجات معينة بلغت 36,5%، أما الطلبة الذين يرون أن المقاطعة هي الامتناع عن التعامل مع أطراف معينة تمثل 33,3%. وهنا نستنتج أن أغلبية الطلبة يتفقون على أن المقاطعة تعني الامتناع عن شراء منتجات وخدمات معينة تنتمي إلى علامة تجارية معينة.

الجدول رقم 07: يوضح معنى مقاطعة المنتجات الاستهلاكية التابعة لعلامات تجارية معينة

النسبة	التكرار	ماذا يعني لك مقاطعة المنتجات الاستهلاكية التابعة لعلامات تجارية معينة
4,7	4	عدم الاستهلاك
16,5	14	عدم الشراء
78,8	67	الائتئين معا
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 08: يوضح قياس نسب معنى مقاطعة المنتجات الاستهلاكية التابعة لعلامات تجارية معينة

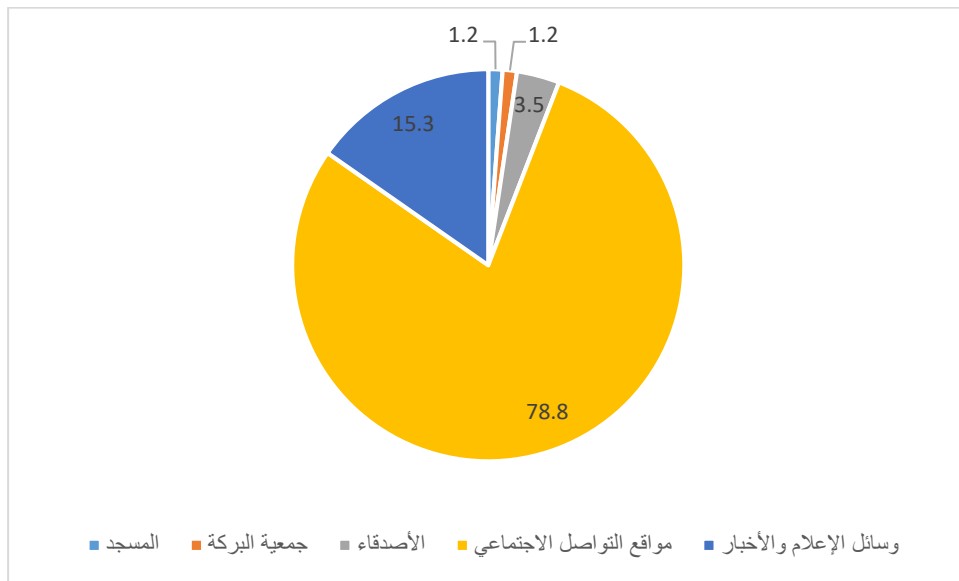


نلاحظ من الجدول والشكل الذي يمثل معنى مقاطعة المنتجات الاستهلاكية التابعة لعلامة تجارية معينة أن نسبة الطلبة الذين يعتبرون هذا المفهوم يعني عدم استهلاك المنتجات قدرت بـ 4,7، ونسبة الطلبة الذين يذهبون إلى اعتبار هذا المفهوم أنه عدم شراء المنتجات تمثل 16,5، في حين نجد نسبة الطلبة الذين يذهبون للقول أن هذا المفهوم يعبر عن عدم الاستهلاك والشراء معا بلغت 78,8. وهذا ما يدل على أن مقاطعة المنتجات الاستهلاكية هي امتناع الأفراد عن شراء و استهلاك منتجات أو خدمات تابعة لهذه العلامة التجارية.

الجدول رقم 08: يوضح موقع ومكان السماع بالمقاطعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

النسبة	التكرار	أين سمعت بالمقاطعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
1,2	1	المسجد
1,2	1	جمعية البركة
3,5	3	الأصدقاء
78,8	67	مواقع التواصل الاجتماعي
15,3	13	وسائل الإعلام والأخبار
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 09: يمثل نسب قياس موقع ومكان السماع بالمقاطعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

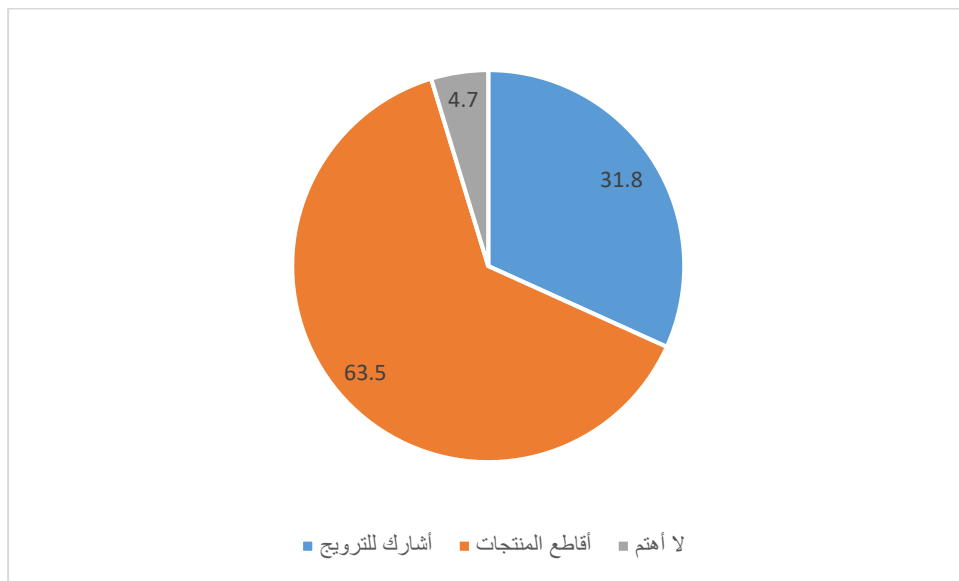


يتضح لنل من خلال الجدول والشكل الذي يمثل نسبة أماكن ووسائل السماع بموضوع مقاطعة العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل ، أن نسبة الطلبة الذين عرفوا عن هذا الموضوع من المسجد تمثل 2,1%، ونسبة الذين سمعوا عنه من جمعية البركة تمثل 1,2%، أما نسبة الطلبة الذين علموا عن هذه المقاطعة من عند الأصدقاء مثلت 3,5%، والذين سمعوا عنها من وسائل الإعلام والأخبار قدرت بـ 15,3، في حين نجد الطلبة الذين سمعوا عن هذه المقاطعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بلغت 78,8 وهي أكبر نسبة. هذا ولأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة قوية لنشر الأخبار والمعلومات بشكل واسع من خلال سرعة الانتشار بفضل الإمكانيات الكبيرة للمشاركة وإعادة النشر من قبل المستخدمين. كما تمكن هذه المواقع من وصول الحملات والأخبار إلى جمهور عالمي مما يسهل التأثير على الرأي العام ومشاركة محتوى متنوع بما في ذلك النصوص والصور والفيديوهات مما يجذب المزيد من الانتباه والتفاعل بشكل مباشر

الجدول رقم 09: يوضح نسب كيفية استجابة الطلبة لسلوك المقاطعة

النسبة	التكرار	كيف استجبت للمقاطعة
31,8	27	أشارك للترويج
63,5	54	أقاطع المنتجات
4,7	4	لا أهتم
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 10: يوضح قياس نسب كيفية استجابة الطلبة لسلوك المقاطعة

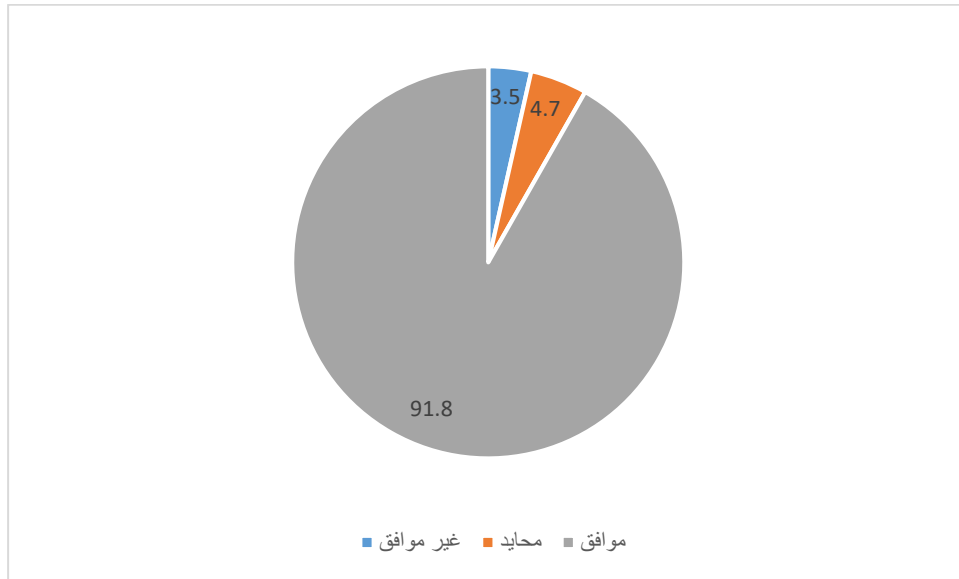


يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والشكل الذي يمثل نسبة استجابة الطلبة لهذه المقاطعة بحث نجد الطلبة الذين استجابوا بالترويج لهذه المقاطعة قدرت بـ 31,8%، ونسبة التي تمثل عدم الاهتمام بهذه المقاطعة تمثل 4,7%، أما نسبة الاستجابة بقطع المنتجات بلغت 63,5%، وهي أكبرها. وهذا ما يدل على أن أغلبية الطلبة قاطعوا المنتجات المتعلقة بإسرائيل وهذا ما يفسر بنفور الطلبة من المنتجات التي تصدر عن إسرائيل من خلال سياستهم الاحتكارية التي يمارسوها على فلسطين، بحيث تعكس هذه المقاطعة موجة التضامن و الاحتجاجات السلمية ضد سياسات أو أفعال معينة التي تتجاوز الحدود الوطنية وتجمع الناس حول قضايا عالمية تتعلق بالعدالة وحقوق الإنسان.

الجدول رقم 10: يمثل دافع الإنسانية في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

النسبة	التكرار	بدافع انساني قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
3,5	3	غير موافق
4,7	4	محايد
91,8	78	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 11: يمثل قياس نسب دافع الإنسانية في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

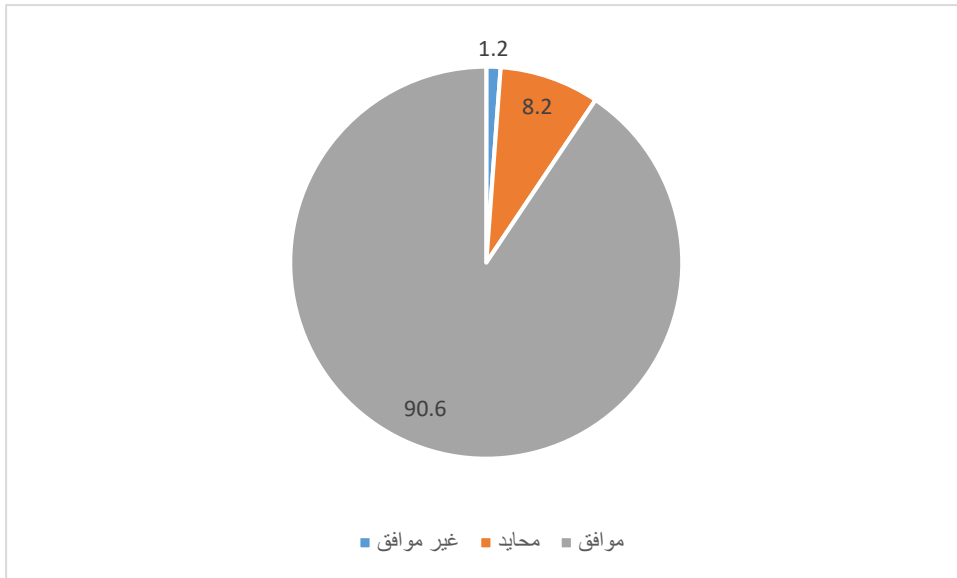


نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه المتعلق بالدافع الإنساني في مقاطعة المنتجات الداعمة لإسرائيل والذي بلغت نسبة الموافقة على هذا الرأي بـ 91,8%، ونسبة عدم الموافقة عليه تمثل 3,5%، أما نسبة المحايدة عليه قدرت بـ 4,7%، هنا نستنتج أن الطلبة لهم دافع إنساني وراء مقاطعتهم للمنتجات الداعمة لإسرائيل وهذا ما يعكس قناعات شخصية قوية قد ترتبط بالتضامن مع فلسطين، كما يمكن تفسير مثل هذا العمل بالإيمان بضرورة مقاومة الظلم والاحتلال.

الجدول رقم 11: يمثل الدافع الديني في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

النسبة	التكرار	بدافع ديني قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
1,2	1	غير موافق
8,2	7	محايد
90,6	77	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 12: يمثل قياس نسب الدافع الديني في مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

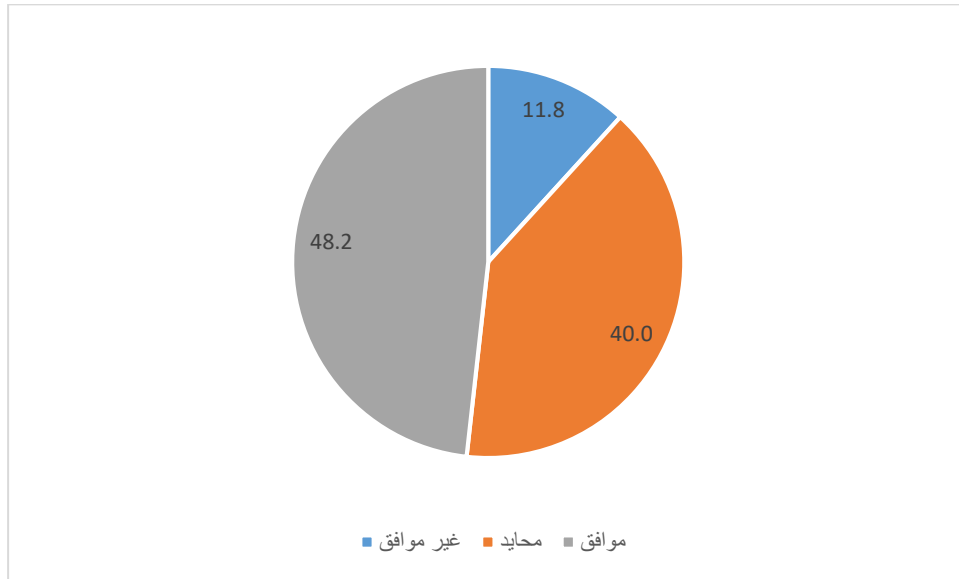


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والشكل الذي يقيس نسبة الدافع الديني لدى الطلبة في مقطعتهم للمنتجات الداعمة لإسرائيل، بحيث تمثل نسبة عدم الموافقة على هذا الاتجاه تمثل 1,2%، ونسبة المحايدة عليه تمثل 8,2%، في حين قدرت نسبة الموافقة على هذا الرأي ب 90,6%. هنا نستنتج أن الدافع الديني في مقاطعة الطلبة لمنتجات إسرائيل قد يعبر عن مجموعة من القيم والمعتقدات الدينية والتي تشمل السلام والتعايش السلمي بين الشعوب كذلك للتعبير عن التضامن مع الشعوب المظلومة وللتأكيد عن المبادئ الأخلاقية التي تحت على اتخاذ المواقف الصحيحة.

الجدول رقم 12: يمثل مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجزائري

النسبة	التكرار	قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجزائري
11,8	10	غير موافق
40,0	34	محايد
48,2	41	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 13: يمثل قياس نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجزائري

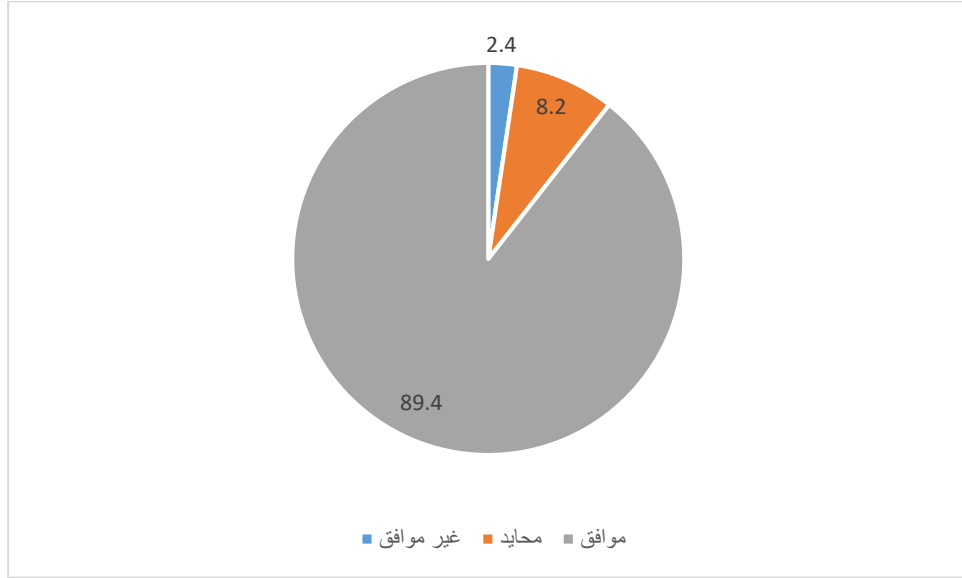


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الشكل الذي يقيس نسبة مقاطعة العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجزائري، بحيث نجد نسب متفاوتة حول هذا الرأي، نجد نسبة عدم الموافقة عالية تمثل 11,8%، ونسبة المحايدة عالية قدرت بـ 40%، في حين نجد نسبة الموافقة عليه بلغت 48% وهي أكبرهم. وهذا ما يعكس دافعا اقتصاديا ووطنيا واجتماعيا متعدد الأبعاد من أجل تعزيز الاقتصاد المحلي بدلا من استيراد المنتجات التي ترتبط بإسرائيل، كذلك تعزيز الأمن الغذائي للبلد من خلال تشجيع الإنتاج المحلي وتقليل الاعتماد على الواردات الخارجية.

الجدول رقم 13: يمثل مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف إضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا

النسبة	التكرار	قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف إضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا
2,4	2	غير موافق
8,2	7	محايد
89,4	76	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 14: يمثل قياس نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف إضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا

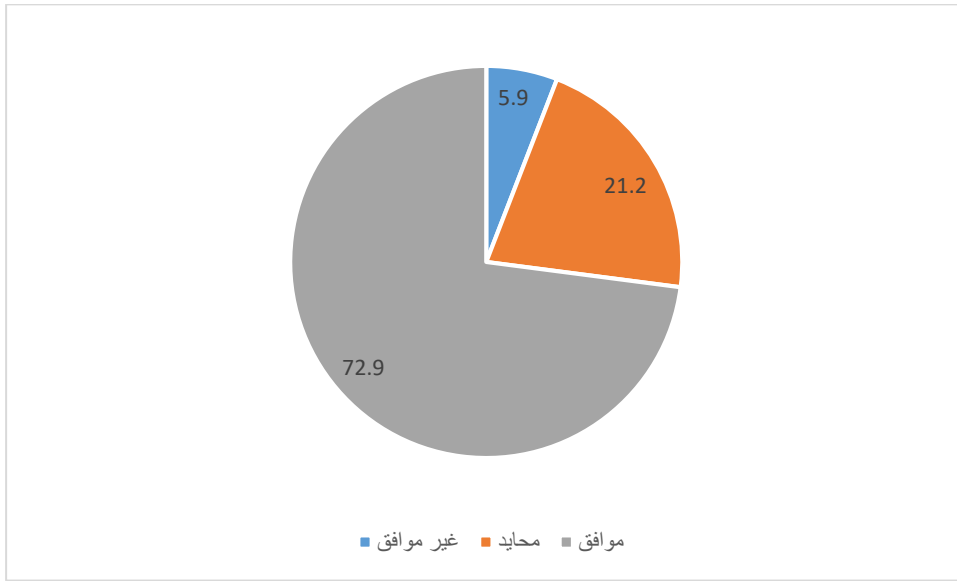


نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه الذي يمثل نسبة مقاطعة العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف إضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا، بحيث مثلت نسبة عدم الموافقة عليه 2,4%، ونجد نسبة المحايدة تمثل 8,2%، في حين نجد نسبة الموافقة عليه بلغت 89,4%، هنا نستنتج أن لدى الطلبة دافع لإضعاف الكيان الصهيوني بهدف تحقيق تغيرات مرغوب فيها وتشكيل ضغط اقتصادي على إسرائيل بهدف تغيير سياستها الاحتكارية التي تمارسها على فلسطين بشتى الأساليب البشعة.

الجدول رقم 14: يمثل نسب الدافع السياسي في مقاطعة الجزائر كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

النسبة	التكرار	بدافع سياسي قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل فالجزائر قاطعت اسرائيل
5,9	5	غير موافق
21,2	18	محايد
72,9	62	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 15: يمثل قياس نسب الدافع السياسي في مقاطعة الجزائر كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

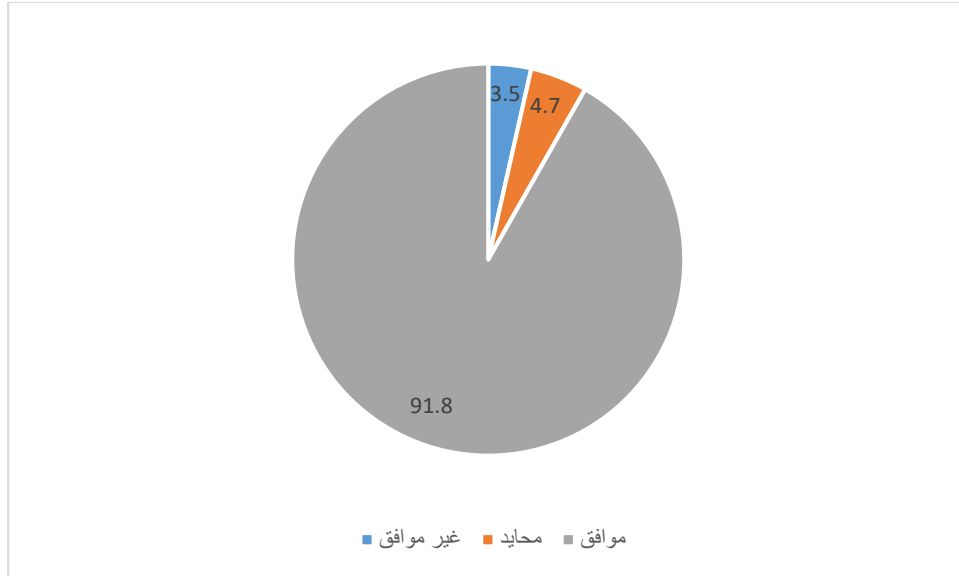


نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه الذي يمثل نسب الدافع السياسي وراء مقاطعة العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل من طرف الجزائر، بحيث تمثل نسبة عدم الموافقة عليّة تمثل 5,9%، ونسبة الحياد على هذا الاتجاه قدرت بـ 21,2%، أما نسبة الموافقة فبلغت 72,9%. هنا نستنتج أن أغلبية الطلبة يذهبون للقول أن الجزائر قاطعت العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بدافع سياسي الذي يتمحور حول التضامن السياسي مع فلسطين المحتلة بما في ذلك الاستيطان ودعم قضيتهم الوطنية فالجزائر كدولة تدعم الحقوق الفلسطينية وتعارض السياسات الإسرائيلية فتقوم بمقاطعة منتجات إسرائيل كجزء من سياسة التعبير عن رفضها لها، كذلك للدفاع عن السيادة والاستقلال الوطني ودعم القضايا العربية.

الجدول رقم 15: يمثل نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل حبا في فلسطين

النسبة	التكرار	قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل حبا في فلسطين
3,5	3	غير موافق
4,7	4	محايد
91,8	78	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 16: يمثل قياس نسب مقاطعة كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل حبا في فلسطين



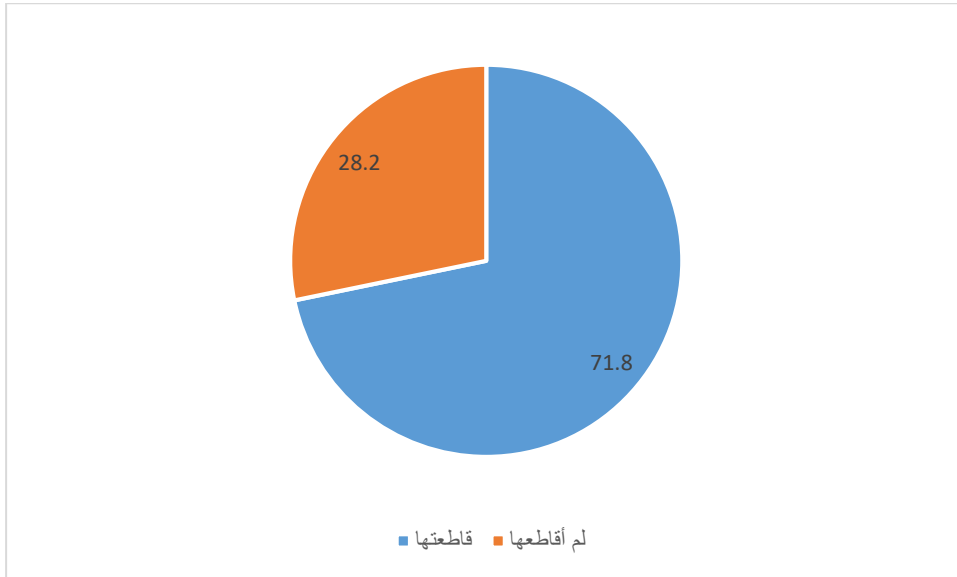
نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه الذي يمثل نسب الموافقة وعدمها حول مقاطعة العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل حبا لفلسطين، بحيث تمثل نسبة عدم الموافقة على هذا الرأي 5,3%، ونسبة المحايدة عليه تمثل 4,7%، أما نسبة الموافقة عليه بلغت 91,8%. وهذا ما يدل على أن الطلبة الجزائريين يكونون حبا لفلسطين وشعوبها مما يعكس دعمهم في مواجهة التحديات والصراعات التي يواجهونها وتعبيرا عن تضامنها القوي مع القضية من أجل حقوقهم الوطنية والإنسانية والاستقلال والحرية.

- المحور الرابع: اتجاهات الطلبة نحو مقاطعة بعض العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل.

الجدول رقم 16: يمثل نسب مقاطعة الطلبة لمنتج كوكاكولا وسبرايت وفانتا وبيبيسي

النسبة	التكرار	كوكا كولا (coca cola) , سبرايت، فانتا، بيبيسي
71,8	61	قاطعتها
28,2	24	لم أقاطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 17: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة لمنتج كوكاكولا وسبرايت وفانتا وبيبيسي

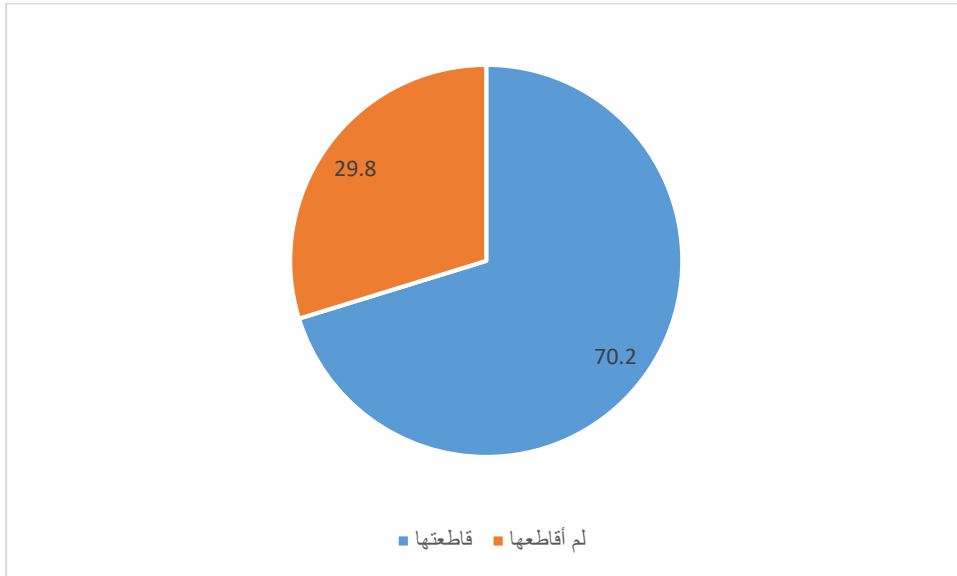


نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه الذي يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات المتمثلة في كوكاكولا و سبرايت وبيبيسي، بحيث نجد أن نسبة عدم الموافقة عليها بلغت 71,8%، ونسبة الموافقة عليها قدرت بـ 28,2%، هنا نستنتج أن الطلبة قاطعت هذه المشروبات التابعة للشركات الإسرائيلية ويعود هذا إلى الوعي السياسي للطلبة من خلال الحملات التوعوية التي تشرح الدور الذي تلعبه هذه الشركات في دعم إسرائيل وتضر فلسطين، كما قد يكون لدى الطلبة شعور بالانتماء الوطني والقيم التي تدفعهم للدفاع عن قضايا العدالة في مواجهة ما يرونه دعماً للاحتلال أو القمع.

الجدول رقم 17: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج دانون

النسبة	التكرار	دانون (danone)
70,2	60	قاطعتها
29,8	25	لم أقاطعها
100,0	84	المجموع

الشكل رقم 18: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتج دانون

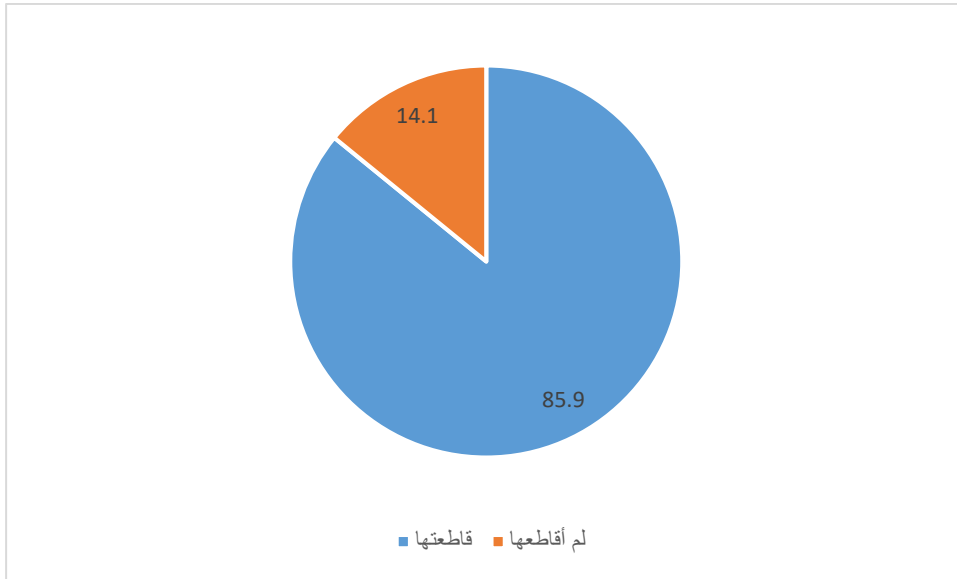


نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يمثل مقاطعة الطلاب للمنتج دانون، بحث نجد نسبة الموافقة على مقاطعة هذا المنتج بلغت 70,2%، ونسبة عدم المقاطعة تقدر بـ 29,8%، وهذا ما يؤكد مقاطعة الطلبة الجزائريين لهذا المنتج. قد يكون كجزء من حملة التعبير عن التضامن مع فلسطين ومن أجل تراجع الاستثمار الإسرائيلي.

الجدول رقم 18: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج جونسون آند جونسون

النسبة	التكرار	جونسون آند جونسون (Johnson) (@Johnson
85,9	73	قاطعتها
14,1	12	لم أقاطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 19: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتج جونسون آند جونسون

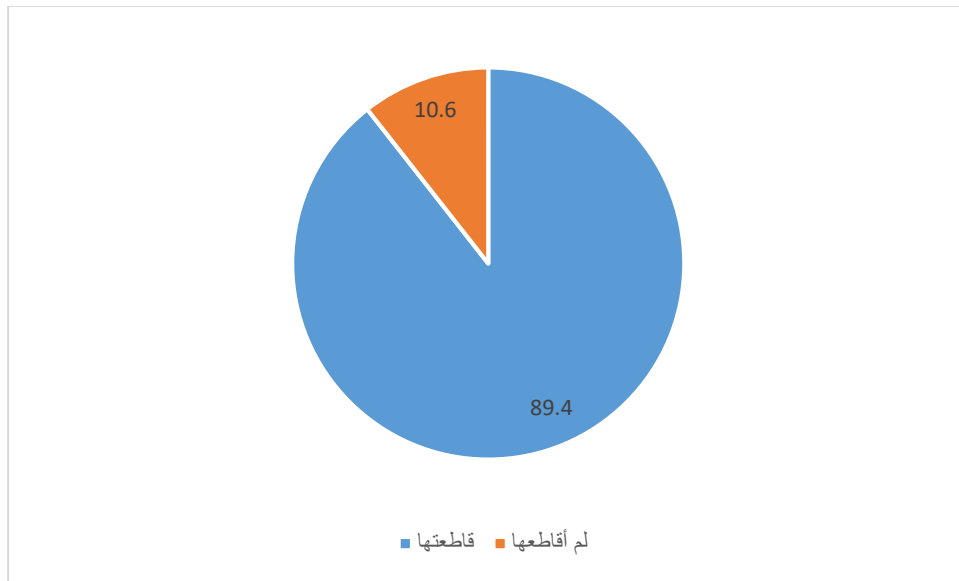


نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يمثل نسبة مقاطعة الطلاب لمنتج جونسون آند جونسون بحيث بلغت نسبة مقاطعتها 85,9%، أما نسبة عدم مقاطعتها تمثل 14,1%، وهذا ما يدل على أن أغلبية الطلبة قد قاطعة هذا المنتج لأنه داعم للشركات الإسرائيلية.

الجدول رقم 19: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج نستلة

النسبة	التكرار	نستلة (Nestle)
89,4	76	قاطعتها
10,6	9	لم أقاطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 20: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتج نستلة

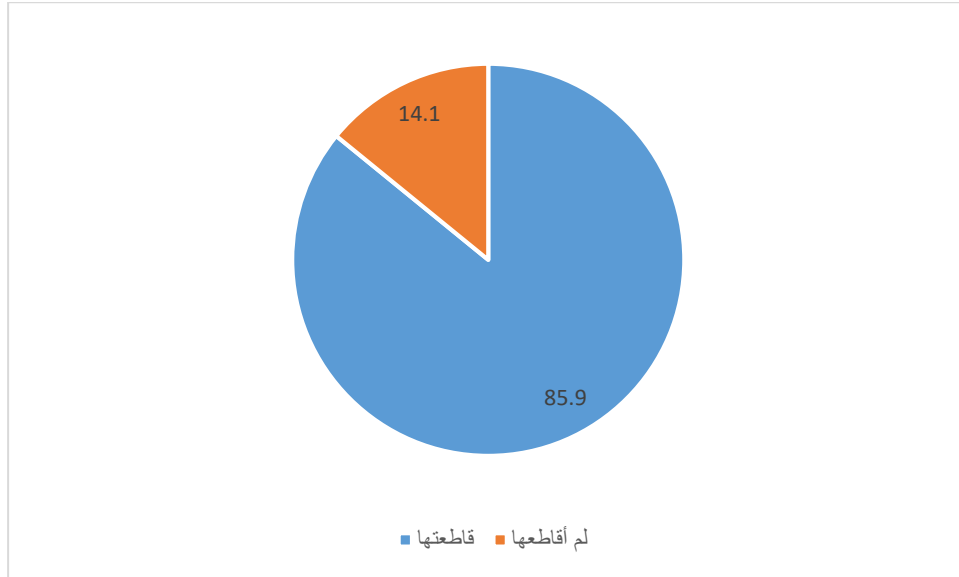


نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يقيس نسب مقاطعة الطلاب الجزائريين لمنتج نستلة بحيث بلغت نسبة مقطعتها 89,4%، ونسبة عدم مقاطعتها 10,6%، وهذا ما يوضح لنا مقاطعة الطلاب لهذا المنتج لأن هناك معلومات تقر بأن هذه الشركة تقدم دعماً مالياً لإسرائيل، وهذا بهدف التضامن مع القضية الفلسطينية وإضعاف الكيان الصهيوني.

الجدول رقم 20: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج لوريال

النسبة	التكرار	لوريال (L'oreal)
85,9	73	قاطعتها
14,1	12	لم أقاطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 21: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتج لوريال

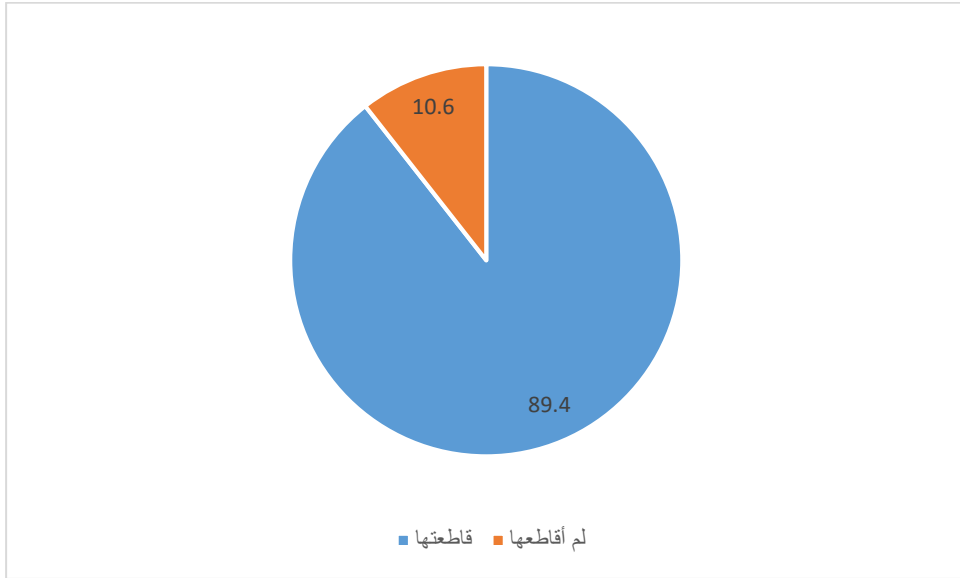


يتضح لنا من خلال الجدول والشكل الذي يمثل مقاطعة الطلاب الجزائريين لمنتج لوريال أن نسبة مقاطعتها بلغت 85,9%، ونسبة عدم مقاطعتها قدرت بـ 14,1%، وهذا ما يدل على أن الطلبة قاطعوا هذا المنتج من أجل التفاعل مع حملات إضعاف الاستثمار الاسرائيلي.

الجدول رقم 21: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات ماكدونالز، كنتاكي، برجر كينج

النسبة	التكرار	ماكدونالز، كنتاكي، برجر كينج
89,4	76	قاطعتها
10,6	9	لم أقاطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 22: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات مكدونالز، كنتاكي، برجر كينج

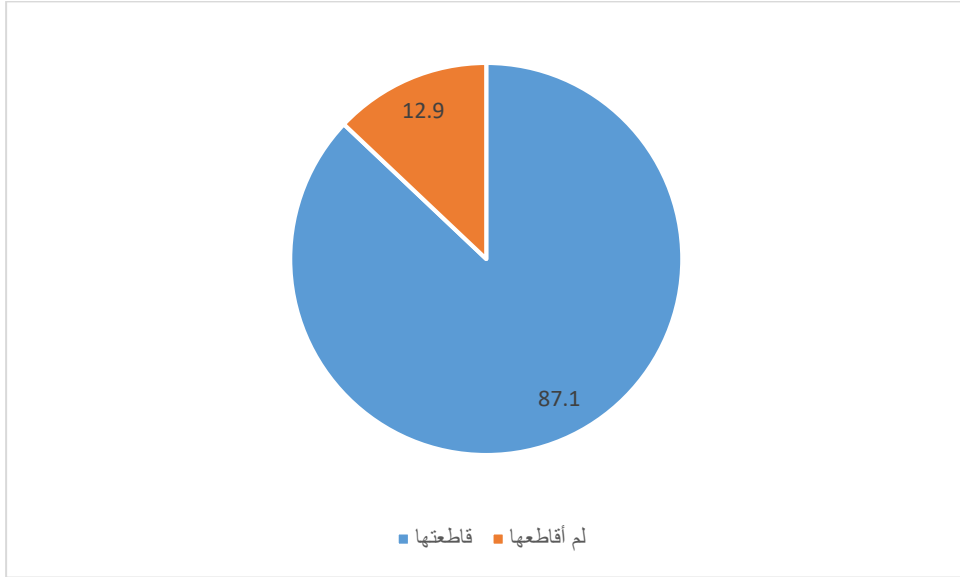


نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يمثل مقاطعة منتج مكدونالزو كانتاكي وبرجر كينج، بحيث بلغت نسبة مقاطعتها 89,4%، وقدرت نسبة عدم مقاطعتها بـ 10,6%، وهذا ما يؤكد مقاطعة الطلبة الجزائريين لهذه المنتجات التابعة لإسرائيل.

الجدول رقم 22: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات اديداس (adidas), ستار بوكس

النسبة	التكرار	اديداس (adidas), ستار بوكس
87,1	74	قاطعتها
12,9	11	لم أقطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 23: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات اديداس (adidas), ستار بوكس

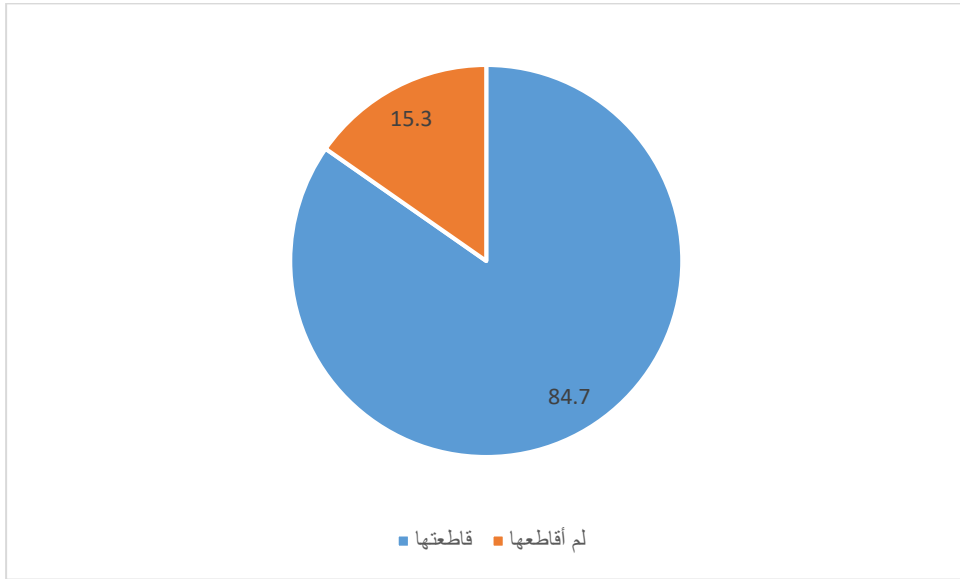


نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يمثل نسب مقاطعة أدي داس و ستار بوكس، بحيث بلغت نسبة مقاطعتها 87,1%، ونسبة عدم مقاطعتها 12,9%، وهذا ما يدل على أن الطلاب قاطعوا هذا المنتج التابع للشركات الإسرائيلية.

الجدول رقم 23: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات نيسكافي، لبتون

النسبة	التكرار	نيسكافي، لبتون
84,7	72	قاطعتها
15,3	13	لم أقاطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 24: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات نيسكافي، لبتون

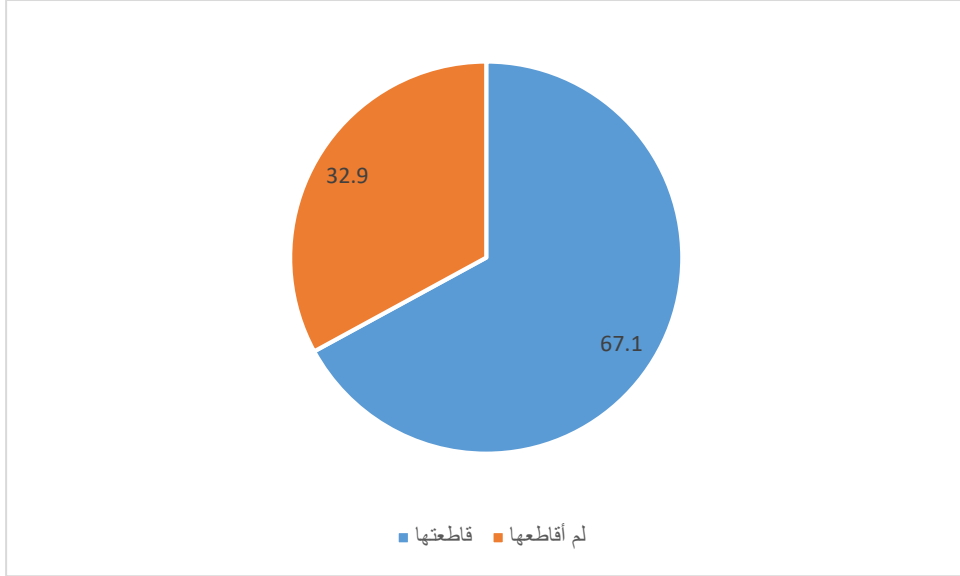


يتضح لنا من خلال الجدول والشكل الذي يمثل مقاطعة الطلبة لمنتج نيس كافيه وليبتون، بحيث بلغت نسبة مقاطعتها 84,7%، ونسبة عدم مقاطعتها قدرت بـ 15,3%، وهنا ما يوضح لنا أن الطلاب قاطعوا هذه المنتجات.

الجدول رقم 24: يمثل نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات جبنة كيري، جبنة لافاش كيري

النسبة	التكرار	جبنة كيري، جبنة لافاش كيري
67,1	57	قاطعتها
32,9	28	لم أقاطعها
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 25: يمثل قياس نسب مقاطعة الطلبة للمنتجات جبنة كيري، جبنة لافاش كيري

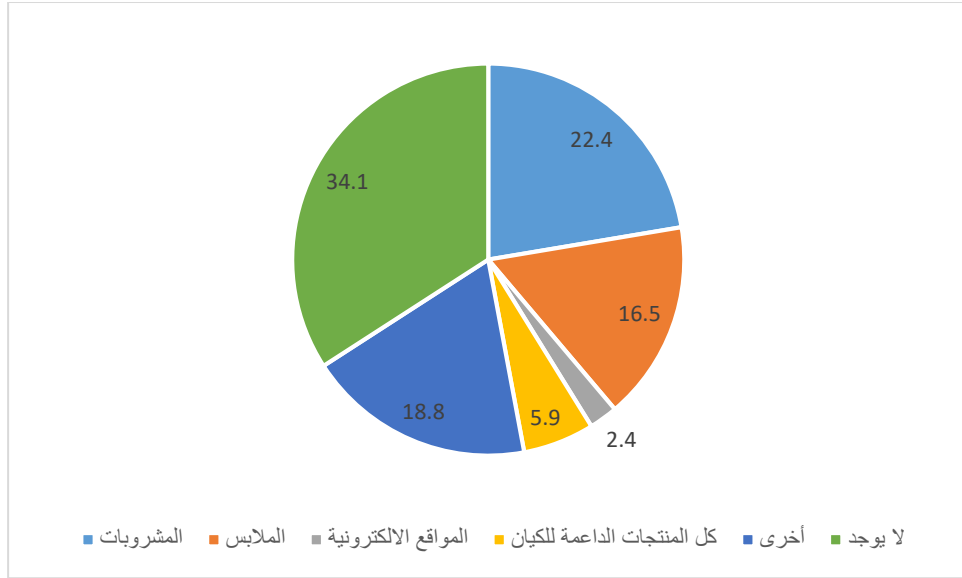


نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه الذي يمثل نسب مقاطعة منتجات كيري ولافاش كيري، بحيث بلغت نسبة مقاطعتها 67,1%، ونسبة عدم مقاطعتها تمثل 32,9%، وهذا ما يدل على أن أغلبية الطلبة قاطعوا هذه المنتجات.

الجدول رقم 25: يوضح نسب مقاطعة الطلبة لمنتجات أخرى

النسبة	التكرار	منتجات أخرى قاطعتها اقترحها
22,4	19	المشروبات
16,5	14	الملابس
2,4	2	المواقع الالكترونية
5,9	5	كل المنتجات الداعمة للكيان
18,8	16	أخرى
34,1	29	لا يوجد
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 26: يوضح نسب مقاطعة الطلبة لمنتجات أخرى



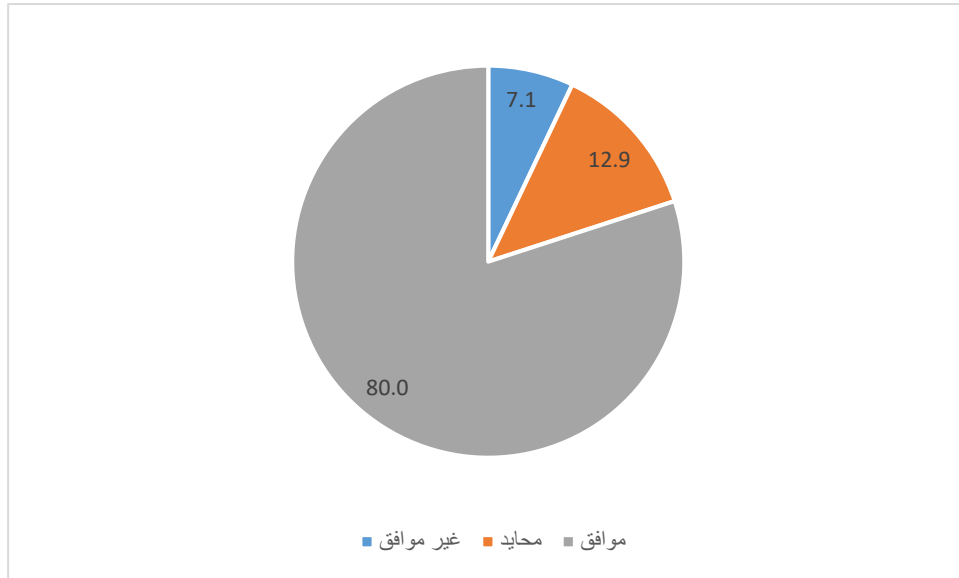
نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يمثل نسب المنتجات الأخرى التي قاطعها الطلاب بحيث نجد هناك منتجات أخرى متنوعة نفر منها الطلبة، نجد نسبة مقاطعة الملابس التابعة للشركات الإسرائيلية 16,5%، ونسبة مقاطعة المواقع التابعة لهم والتي تنشر سياستهم تمثل 2,4%، ونسبة المشروبات قدرت بـ 22,4%، نسبة كل المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني تمثل 5,9%، كما نجد أن نسبة 34,1 من الطلاب لم يقاطعوا منتجات أخرى سوى المذكورة في الاستبيان.

- المحور الخامس: تأثير حملات المقاطعة على الطلبة

الجدول رقم 26: يوضح نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يكرهون فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

النسبة	التكرار	جعلتني حملات المقاطعة اكرهه فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
7,1	6	غير موافق
12,9	11	محايد
80,0	68	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 27: يوضح نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يكرهون فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

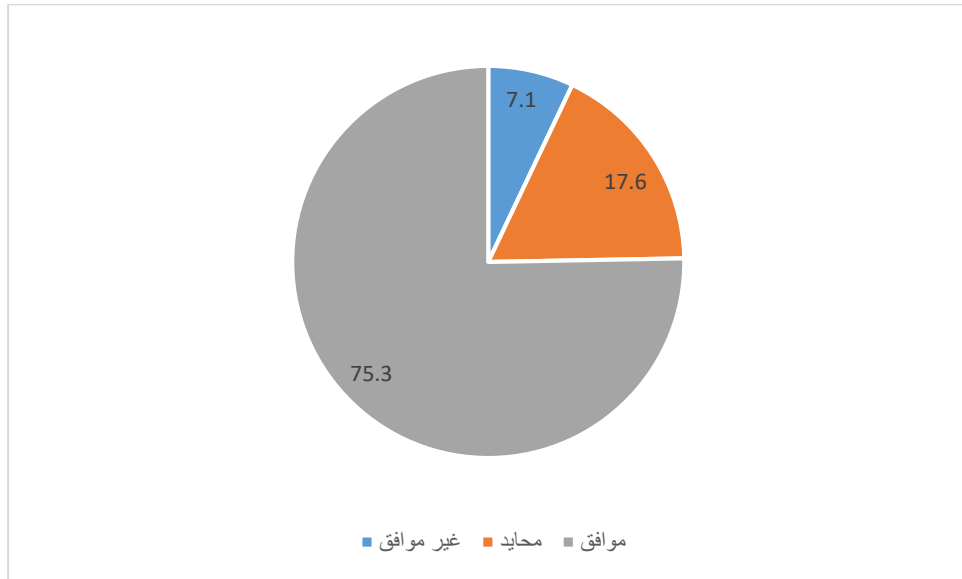


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والشكل الذي يقيس نسبة المقاطعة التي جعلت الطلاب يكرهون فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل، بحيث تمثل نسبة عدم الموافقة على هذا الاتجاه 1,7%، ونسبة المحايدة عليه قدرت بـ 12,9%، في حين نجد نسبة الموافقة عليها بلغت 80% وهي أكبر نسبة. وهذا ما يؤكد أن الطلاب يكرهون فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل تعبيرا عن احتجاجات ومواقف سياسية واجتماعية بناء على قضايا النزاع الفلسطيني الإسرائيلي،

الجدول رقم 27: يوضح نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يشعرون بالاستياء تجاه هذه العلامات التي لا تحترم المسؤولية المجتمعية

النسبة	التكرار	جعلتني حملات المقاطعة أشعر بالاستياء تجاه هذه العلامات التي لا تحترم المسؤولية المجتمعية
7,1	6	غير موافق
17,6	15	محايد
75,3	64	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 28: يوضح قياس نسب جعل حملات المقاطعة الطلبة يشعرون بالاستياء تجاه هذه العلامات التي لا تحترم المسؤولية المجتمعية

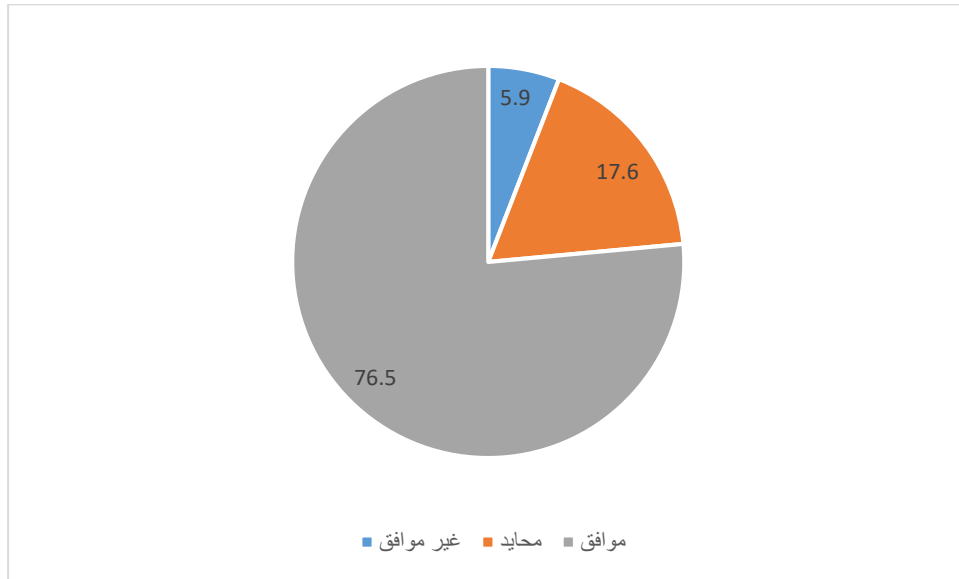


نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يمثل جعل حملات المقاطعة الطلاب يشعرون بالاستياء تجاه هذه العلامات التي لا تحترم المسؤولية المجتمعية. حيث بلغت نسبة الموافقة هنا 75,3%، ونسبة عدم الموافقة 17,6%، أما نسبة الحياد مثلت 7,1%، وهذا ما يدل على استياء الطلاب فعلا من هذه العلامات ما يؤكد استجابتهم للحملات المقررة ضد إسرائيل ونفروا من المنتجات التي ترفع من استثماراتهم واقتصادهم.

الجدول رقم 28: يوضح نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

النسبة	التكرار	جعلتني الحملات امتنع عن شراء جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
5,9	5	غير موافق
17,6	15	محايد
76,5	65	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 29: يوضح قياس نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

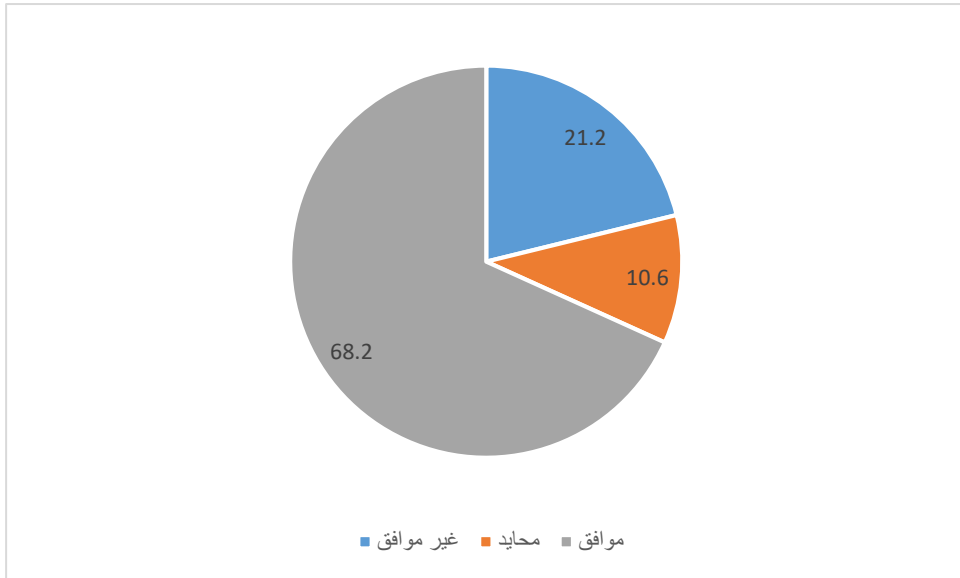


نلاحظ من خلال الجدول و الشكل الذي يمثل قياس نسب الموافقة أو عدمها عن جعل هذه الحملات الطلاب يمتنعون عن شراء جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بحيث بلغت نسبة الموافقة هنا 76,5%، ونسبة المحايدين قدرت بـ 17,6%، أما نسبة عدم الموافقة تمثل 5.9%، وهنا نستنتج أن الطلاب امتنعوا حقا عن اقتناء المنتجات الداعمة لإسرائيل. ويعود ذلك للتعبير عن الرفض لكل ما يدعم إسرائيل من منتجات و سياسات، كذلك التأثير على السياسات والقرارات من خلال ممارسة الضغط على الشركات لتحسين ممارستها المتعلقة بالقضايا الاجتماعية أو الأخلاقية و السياسية.

الجدول رقم 29: يمثل نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

النسبة	التكرار	جعلتني الحملات امتنع عن شراء بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل
21,2	18	غير موافق
10,6	9	محايد
68,2	58	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 30: يمثل قياس نسب جعل الحملات الطلبة يمتنعون عن شراء بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

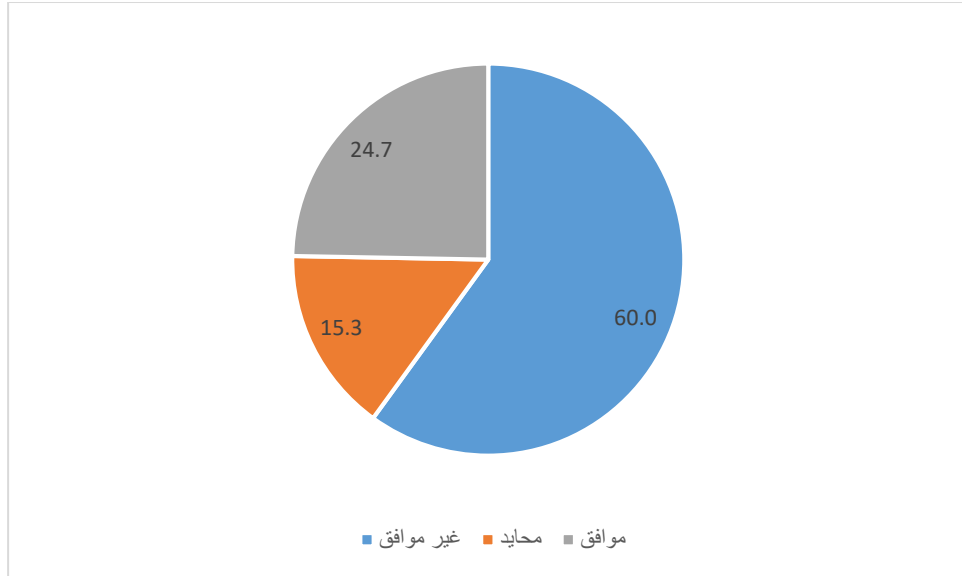


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والشكل الذي يمثل نسب مقاطعة الطلبة لبعض المنتجات الداعمة لإسرائيل، بحيث نجد نسبة الموافقة بلغت 68,2%، أما نسبة عدم الموافقة قدرت بـ 21,2%، ونسبة المحايدين مثلت 10,6%. ما نستنتج هنا أن الطلاب امتنعوا عن اقتناء بعض المنتجات فقط إذ يمكن إرجاع ذلك إلى أن الطلاب قد يرغبون في التركيز على منتجات معينة التي يشعرون أنها ترمز إلى الدعم المباشر للسياسات أو الأفعال التي يعترضون عليها فيما يتعلق بإسرائيل مثل الدعم المالي للمستوطنات أو الأنشطة التي تروج للسياسات الإسرائيلية المثيرة للجدل، كذلك لتقادي التعقيدات الاقتصادية إذ من الصعب على الطلاب تطبيق مقاطعة شاملة لجميع المنتجات بسبب التداخل الواسع في السوق الاستهلاكي.

الجدول رقم 30: يمثل نسب عدم الاستجابة نهائيا لسلوك المقاطعة

النسبة	التكرار	لم استجيب نهائيا لسلوك المقاطعة
60,0	51	غير موافق
15,3	13	محايد
24,7	21	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 31: يمثل قياس نسب عدم الاستجابة نهائيا لسلوك المقاطعة

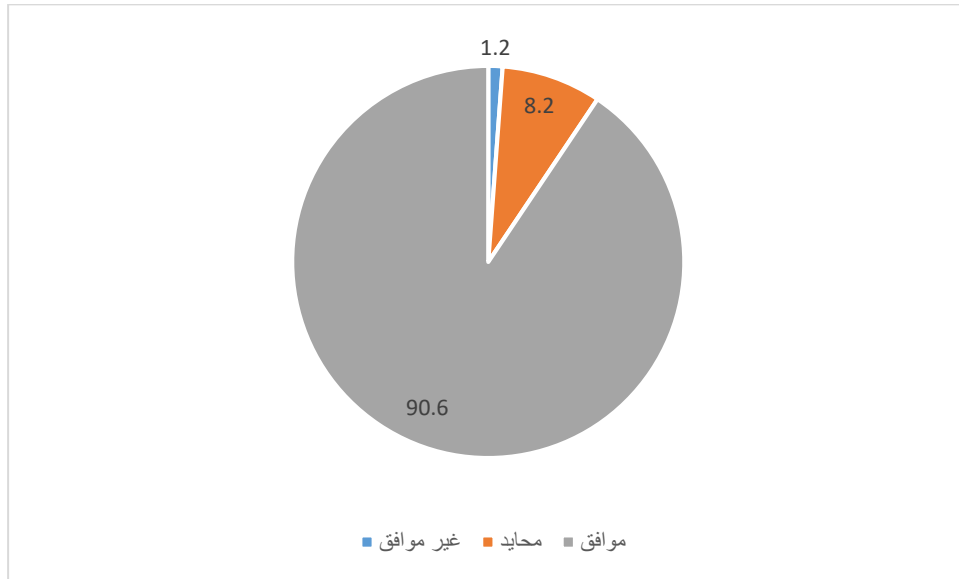


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الشكل الذي يمثل نسب قياس عدم استجابة الطلاب نهائيا لسلوك المقاطعة، بحيث نجد نسبة الموافقة على هذه الفرضية تقدر بـ 24,7%، أما نسبة المحايدين تمثل % 15,3، في حين نجد نسبة عدم الموافقة هنا بلغت % 60 وهي أكبر نسبة. هنا نستنتج أن الطلاب بالعكس استجابوا لسلوك المقاطعة من خلال الانقطاع عن شراء واستهلاك منتجات العلامات التجارية التابعة والداعمة لإسرائيل، كذلك من خلال المساعدة في شن حملات توعوية ضدها من أجل إضعافها اقتصاديا وسياسيا والنفور من ممارساتها.

الجدول رقم 31: يوضح نسب تشجيع حملات المقاطعة على دعم القضية الفلسطينية و نبذ الكيان الصهيوني

النسبة	التكرار	شجعتني حملات المقاطعة على دعم القضية الفلسطينية و نبذ الكيان الصهيوني
1,2	1	غير موافق
8,2	7	محايد
90,6	77	موافق
100,0	85	المجموع

الشكل رقم 32: يوضح قياس نسب تشجيع حملات المقاطعة على دعم القضية الفلسطينية ونبذ الكيان الصهيوني



نلاحظ من خلال الجدول والشكل الذي يوضح نسب تشجيع حملات المقاطعة الطلبة على دعم القضية الفلسطينية ونبذ الكيان الصهيوني. بحيث نجد نسبة عدم الموافقة عليها تمثل 1,2%، ونسبة المحايدة تمثل 8,2%، أما نسبة الموافقة هنا بلغت 90,6% وهي أكبر نسبة. هنا نستنتج أن الطلاب الجزائريين متضامنين مع الشعب الفلسطيني في مواجهة التحديات التي يواجهونها بما في ذلك الاحتلال والانتهاكات الحقوقية، هذه الحملات تعبر عن موقف دولي يرفض الاستيطان ويدعم العدالة الاجتماعية، كذلك تكمن هذه الاستجابة في توجيه المساعدات الإنسانية والمالية إلى فلسطين

المبحث الثاني: استنتاجات الدراسة

يرجع البحوث بشكل دائم في نهاية بحثه الى تساؤلات الإشكالية التي طرحها في البداية إضافة الى مجموعة الفرضيات التي قام بصياغتها ويحاول الإجابة عنها من خلال دراسته الميدانية، وهذا من خلال استعمال العديد من الادوات والأساليب التي تساعده للوقوف على مدى صحتها من عدمه في ضوء النتائج التي توصلت اليها الدراسة.

المطلب الأول: نتائج الدراسة في ضوء أسئلة الدراسة

- اختبار نتيجة التساؤل الأول: الذي كان مفاده ماهو مفهوم سلوك المقاطعة لدى طلبة جامعة البويرة، وهذا ما أكدته النتائج الميدانية بأن المقاطعة تعني الامتناع عن شراء منتجات وخدمات معينة تنتمي إلى علامة تجارية معينة.

- اختبار نتيجة التساؤل الثاني: والذي كان نصه: ماهي دوافع مقاطعة طلبة جامعة البويرة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل؟ وهذا ما أظهرته النتائج بأن هذه الدوافع تتمثل في: الدوافع الإنسانية، الدوافع الدينية، الدوافع السياسية والاقتصادية، كذلك حب فلسطين.

- اختبار نتيجة التساؤل الثالث والذي كان نصه: ماهي اتجاهات طلبة جامعة البويرة نحو مقاطعة بعض العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل؟ وهذا ما أظهرته النتائج الميدانية المتمثلة في مقاطعة الطلبة لجميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل مثل منتج كوكاكولا— دانون — لوريال — أديداس — لافاش كيري

- اختبار نتيجة التساؤل الرابع والذي كان نصه: ما هو تأثير حملات المقاطعة على طلبة جامعة البويرة أكدته نتائج الدراسة الميدانية في أن جعل الحملات الطلبة يكرهون فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل، كما جعلتهم يمتنعون عن شراء جميع المنتجات المتعلقة بإسرائيل، كما شجعتهم على دعم القضية الفلسطينية ونبذ الكيان الصهيوني.

المطلب الثاني: استنتاجات الدراسة:

- 1- أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من طلبة جامعة البويرة على دراية بسلوك المقاطعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويشاركون فيه بفعالية.
- 2- أظهرت النتائج أن المقاطعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل ملحوظ على السلوك الاستهلاكي للطلبة، مما يدفعهم إلى اتخاذ قرارات شراء أكثر وعياً.
- 3- استنتجنا من الدراسة أن سلوك المقاطعة يشير إلى الامتناع عن شراء منتجات وخدمات معينة تنتمي إلى علامة تجارية معينة.
- 4- اتضح من خلال هذه الدراية أن الطلبة الجزائريين اتجهوا نحو مقاطعة كل المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل.
- 5- الطلبة الجزائريون يسعون وراء إضعاف الكيان الصهيوني اقتصادياً، ونبذ سياساتهم الممارسة على فلسطين.
- 6- نستنتج من خلال هذه الدراسة أن الطلبة متضامنين مع الشعب الفلسطيني لنصرهم حبا لهم ورغبة في تحررهم والحصول على سلامهم.
- 7- تم تحديد الأسباب الرئيسية التي تدفع الطلبة إلى المشاركة في حملات المقاطعة، وتشمل هذه الأسباب القضايا البيئية، العدالة الاجتماعية، حقوق العمال، والسياسات التجارية غير العادلة.
- 8- تبين أن أكثر المنصات استخداماً لنشر حملات المقاطعة والتفاعل معها هي فيسبوك، تويتر، وإنستغرام.
- 9- أظهرت الدراسة أن حملات المقاطعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الوعي المجتمعي بالقضايا المطروحة، وتعزز من الحوار والنقاش بين الطلبة.

المطلب الثالث: اقتراحات الدراسة

1. ينبغي على الجامعات والمؤسسات التعليمية تقديم برامج توعوية وتثقيفية حول أهمية سلوك المقاطعة وتأثيره على المجتمع والاقتصاد.
2. يجب توجيه الحملات بشكل استراتيجي لتحقيق أهداف محددة وواضحة، وتجنب الاستخدام العشوائي للمقاطعة.
3. يقترح القيام بتعزيز التعاون بين الجامعات ومنظمات المجتمع المدني لتنظيم حملات مقاطعة أكثر فعالية وتأثيرًا.
4. يجب توفير الموارد والمعلومات اللازمة للطلبة حول القضايا التي تستدعي المقاطعة، لضمان اتخاذ قرارات مستنيرة.
5. ينبغي تشجيع الطلبة على الانخراط في نقاشات وحوارات بناءة حول القضايا التي تهمهم، مما يساهم في تعزيز الوعي والفهم الجماعي.
6. يقترح القيام بإجراء دراسات مستمرة لقياس تأثير حملات المقاطعة على سلوكيات المستهلكين والمجتمع بشكل عام، لتحديد مدى فعاليتها وتحديد مجالات التحسين.

خاتمة

في الختام، تكشف دراسة استطلاعية لعينة من طلبة جامعة البويرة حول اتجاهاتهم نحو سلوك المقاطعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن رؤى هامة تتعلق بتفاعل الشباب مع قضايا مجتمعية وسياسية واقتصادية. تُظهر النتائج أن الطلاب يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بشكل فعال للتعبير عن مواقفهم، وتحفيز الآخرين على الانخراط في حركات المقاطعة. يبرز هذا التوجه كأداة قوية للتغيير والتأثير، مما يعكس ارتفاع الوعي لدى الطلبة بأهمية دورهم كمواطنين فاعلين في المجتمع.

تعكس الاتجاهات التي تم رصدها في هذه الدراسة فهماً عميقاً لأهمية التضامن الاجتماعي والإحساس بالمسؤولية الجماعية تجاه قضايا معينة. كما تبين أن للمقاطعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً مباشراً على سلوكيات المستهلكين وتوجهاتهم، ما يجعلها وسيلة فعالة للتأثير على السياسات والممارسات التجارية.

ومع ذلك، تبرز الدراسة أيضاً الحاجة إلى التوجيه والإرشاد لضمان أن تكون هذه الحملات ذات أهداف واضحة ومستندة إلى معلومات دقيقة. يتطلب هذا من الجامعات والمؤسسات التعليمية دوراً أكثر فعالية في توعية الطلبة حول آليات المقاطعة وأساليبها وأثرها.

قائمة المصادر والمراجع

أولا الكتب:

1. إبراهيم مصطفى وآخرون، لمعجم الوسيط، قطعت، ن/ المكتبة الإسلامية، تركيا، ط: الثانية، 745/2
2. ابن منظور، لسان العرب، (قطع)، دار احياء التراث العربي، بيروت، ط: الأولى، 1416هـ، 223/11.
3. ابي خليل رودنيك اليا، العقوبات الاقتصادية الدولية في القانون الدولي بين الفعالية وحقوق الإنسان، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق، سوريا.
4. احمد بن فارس، ت/ شهاب الدين أبو عمرو، معجم مقاييس اللغة، قطع، دار الفكر، بيروت، ط: الأولى، 1315هـ.
5. احمد عطية الله، القاموس السياسي، دار النهضة العربية، القاهرة، ط: الرابعة، 1980.
6. احمد فانتة عبد العال، العقوبات الدولية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
7. أخرجه البخاري، كتاب المغازي، باب وفد بني حنيفة، وحديث ثمامة ابن اثال، ح (4372)، صحيح البخاري مع الفتح 688/7.
8. الجبور سناء محمد، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، الأردن، دار أسامة، 2009.
9. الداھري، صالح حسن، أساسيات علم الاجتماع النفسي والتربوي ونظرياته، 2011.
10. الزبيدي، ت/علي شيري، تاج العروس من جواهر القاموس، (قصد) ، ن/ دار الفكر، بيروت ، 1414 ، 190/5,
11. العبيدي محمد جاسم وولي باسم محمود، المدخل الى علم النفس الاجتماعي، الادن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.
12. العبيدي محمد جاسن، علم النفس الشخصية، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1998.
13. المزاهرة منال هلال، نظريات الاتصال، الاردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012.
14. الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة اعمال الموسوعة، ط: الثانية، 561/23.
15. انظر البداية والنهاية لابن كثير، ت/ احمد معوض، ن/ دار الكتب العلمية، بيروت، ط: الأولى، 1415 ، 86/3.
16. برو فيلب، علم الاجتماع السياسي (ترجمة محمد عرب صاصيلا)، لبنان، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، 2014.
17. بن مرسلي احمد، مناهج وتقنيات البحث في علوم الإعلام والاتصال، مصر المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2004.

18. ولي محمد ومحمد جاسم، المدخل الى علم النفس الاجتماعي، الأردن، دار الثقافة، 2009.
19. حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، مصر، دار الفجر، 2003.
20. حديم حسن، السلوك التنظيمي سلوك الافراد والجماعات في منظمات الاعمال، 2009.
21. حرب علي جميل، نظام الجزاء الدولي العقوبات الدولية ضد الدول والافراد، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق، سوريا.
22. رينوفان ببيير، مدخل الى تاريخ العلاقات الدولية، مكتبة الفكر الجامعي، بيروت، سنة 1967.
23. مجيد سوسن شاكر، أسس بناء الاختبارات والمقاييس النفسية والتربوية، الأردن، 2013.
24. مصباح، عامر، علم النفس الاجتماعي في السياسة والاعلام، مصر، دار الكتاب الحديث، 2005.
25. المفردات في غريب القرآن، (قصد) ص 504، المصباح المنير (قصبت) 505/1.
26. ملحم سامي محمد، أساسيات علم النفس، الأردن، دار الفكر، 2009.
27. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، الجزائر، دار القصة للنشر، 2006.
28. عبد الغفار عبد السلام، مقدمة في علم النفس العام، الأردن، النهضة العربية، د ن س.
29. عليان عثمان، مناهج وأساليب البحث العملي – النظرية والتطبيق، اربد: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2000.
30. عيسوي عبد الرحمن، علم النفس بين النظرية والتطبيق، لبنان، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1984.
31. فهمي محمد سيد، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر، 2007.
32. غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الأردن، 1977، ص 34.

ثانيا: الرسائل الجامعية

1. بوجمعة ويوسف شعبان نجم الدين، اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، جامعة جيجل، الجزائر.
2. كرم نهاد، حملة المقاطعة الدولية BDS وتداعياتها على المواقف الدولية اتجاه القضية الفلسطينية 2005-2006، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة فلسطين.

ثالثا: المجلات العلمية

1. إبراهيم نصار، التطبيع دعم الممارسات ومشاريع الاحتلال وتصفية لحقوق الشعب الفلسطيني، 1993.
2. ابو عون ثائر، والزعانين غسان وتوبة، فاتن والغصين فاطمة، انجازات حركة مقاطعة اسرائيل BDS.
3. البرغوثي عمر، إسرائيل تحارب حركتنا من خلال وزارة الشؤون الاستراتيجية، مجلة آفاق التنمية وليبيئة، العدد 67.
4. البطمة سامية وعمر البرغوثي، تأثير حركة مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات عليها البعد الاقتصادي، رام الله، معهد أبحاث السياسات الفلسطينية.
5. بوحوش، عمار والذنيبات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 2008.
6. مسلم نجاح، الحركة الفلسطينية للمقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات كأداة للمقاومة اللاعنفية بالمقارنة مع حركة المقاطعة الجنوب افريقية.
7. مظلوم محمد جمال، الحروب الاقتصادية في القرن الحادي والعشرين، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية الأهرام، كراسات إستراتيجية 13، القاهرة 2002.
8. فرحي فيصل، بناء الاتجاهات في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 3، 2019.
9. فودة عز الدين، المقاطعة العربية لإسرائيل، مجلة الأهرام الاقتصادي، العدد 146.
10. قطيفي عبد الحسين، المقاطعة الاقتصادية في العلاقات الدولية مجلس السياسة الدولية، مجلة السياسة الدولية، العدد 71، القاهرة، كانون الثاني يناير.

رابعاً: المواقع الالكترونية

1. <http://muqtafi.birzeit.edu/InterDocs/arab.htm>
2. <http://www.al-jazirah.com/2002/20020510/ec14.htm>
3. Ali Abunimah, "In South Africa, Abbas opposes boycott of - Israel," The Electronic Intifada, 12/02/2024, at: <https://goo.gl/yW3w8G>

الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة استبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة العقيد أكلي محند أولحاج - البويرة -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

هذه الإستمارة خاصة ببحث ميداني لتحضير شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، حول موضوع "اتجاهات الطلبة نحو سلوك المقاطعة عبر مواقع التواصل الإجتماعي"

— دراسة استطلاعية لعينة من طلبة جامعة البويرة —

يرجى من سيادتكم التكرم بالإجابة على الأسئلة بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي تخدمكم.

المعلومات المقدمة سيتم الاحتفاظ بها في سرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض علمية.

لكم خالص التقدير والاحترام

تحت إشراف الأستاذة:

د. جميلة أوشن.

من إعداد الطلبة:

- لخضر جماح.

- رفيق موقاري.

السنة الجامعية: 2023 / 2024

المحور الأول : البيانات الشخصية

- الجنس : ذكر أنثى

- السن : من 17 إلى 22 سنة من 23 إلى 27 سنة من 27 سنة فما فوق

- التخصص:

- كلية الإنتماء:

- المحور الثاني: مفهوم سلوك المقاطعة بالنسبة لطلبة جامعة البويرة

- ماذا يعني لك مفهوم المقاطعة

- الامتناع عن التعامل معها

- الامتناع عن اقتناء منتجات معينة

- الامتناع عن استهلاك منتجات معينة

- مفهوم آخر اذكره:

2- ماذا يعني لك مفهوم مقاطعة المنتجات الاستهلاكية التابعة لعلامات تجارية معينة

- عدم شراء المنتجات

- عدم استهلاكها

- الاثنين معا

3- هل سمعت بمقاطعة العلامة التجارية الداعمة لإسرائيل: نعم لا

4- أين سمعت بمقاطعة العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

- عن طريق الأصدقاء.

- عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي

- وسائل الإعلام

- المسجد

- أخرى أذكرها:

5- كيف استجبت للمقاطعة

- أشارك للترويج

- أقاطع المنتجات بعدم شراءها

- أخرى أذكرها:

المحور الثالث: دوافع مقاطعة الطلبة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

الرقم	العبارة	غير موافق	محايد	موافق
01	بدافع إنساني قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل			
02	بدافع ديني قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل			
03	قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجزائري			
04	قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف اضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا			
05	بدافع سياسي قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل			
06	قاطعت كل العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل حبا في فلسطين			

المحور الرابع: اتجاهات الطلبة نحو مقاطعة بعض العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

الرقم	العبارة	قاطعتها	لم أقاطعها
01	- كوكاكولا، سيراييت، فانتا، بيبسي.		
02	- دانون		
03	- جونسون أند جونسون.		
04	- نستلة.		
05	- لوريال.		
06	- ماكدونالدز وكنتاكي، برجر كينج.		
07	- أديداس، وستار باكس.		
08	- نيسكافيه، لبتون		
09	- جبنة كيري، لافاش كيري		
10	- أخرى أذكرها.		

المحور الخامس: تأثير حملات المقاطعة على الطلبة:

الرقم	العبارة	غير موافق	محايد	موافق
01	جعلتني حملات المقاطعة أكره فعلا العلامات التجارية الداعمة لإسرائيل			
02	جعلتني الحملات أشعر بالاستياء نحو هذه العلامات التي لا تحترم المسؤولية المجتمعية.			

			03 جعلتني الحملات أمتنع عن شراء جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل.
			04 جعلتني الحملات أمتنع عن شراء بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل.
			05 لم أستجب نهائيا لسلوك المقاطعة
			06 شجعتني حملات المقاطعة على دعم القضية الفلسطينية ونبذ الكيان الصهيوني

نشكركم لحسن تعاونكم

الملحق رقم 02: مخرجات SPSS

\$س5 fréquences

		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
ماذا يعني لكم فهو المقاطعة ^a	الامتناع عن استهلاك منتجات معينة	38	30,2%	44,7%
	الامتناع عن اقتناء منتجات معينة	46	36,5%	54,1%
	الامتناع عن التعامل مع أطراف معينة	42	33,3%	49,4%
Total		126	100,0%	148,2%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

الجنس/ النوع

		Fréquence	Pourcentage	الجنس/ النوع	
				Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	33	38,8	38,8	38,8
	أنثى	52	61,2	61,2	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	السن	
				Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 22 سنة إلى 17 من	24	28,2	28,2	28,2
	سنة 27 سنة إلى 23 من	44	51,8	51,8	80,0
	فما فوق 28 من	17	20,0	20,0	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

التخصص

		Fréquence	Pourcentage	التخصص	
				Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اتصال	62	72,9	72,9	72,9
	اعلامى	1	1,2	1,2	74,1
	اقتصاد	4	4,7	4,7	78,8
	تاريخ	1	1,2	1,2	80,0
	تهيئة حضرية	1	1,2	1,2	81,2
	حقوق	3	3,5	3,5	84,7
	علم الاجتماع	2	2,4	2,4	87,1
	علم النفس	2	2,4	2,4	89,4

علوم تجريبية	1	1,2	1,2	90,6
علوم سياسية	3	3,5	3,5	94,1
لغة فرنسية	1	1,2	1,2	95,3
هندسة	4	4,7	4,7	100,0
Total	85	100,0	100,0	

كلية الانتماء

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide المرسدة العليا للأساتذة	1	1,2	1,2	1,2
الحقوق والعلوم السياسية	3	3,5	3,5	4,7
العلوم الاجتماعية والإنسانية	67	78,8	78,8	83,5
العلوم الاقتصادية	4	4,7	4,7	88,2
العلوم التطبيقية	5	5,9	5,9	94,1
الأدب واللغات	2	2,4	2,4	96,5
العلوم الطبيعية	2	2,4	2,4	98,8
معهد علوم الأرض	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

هل سمعت مقاطعة العلامات التجارية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	83	97,6	97,6	97,6
لا	2	2,4	2,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

ماذا يعني مقاطعة المنتجات الاستهلاكية التابعة لعلامات تجارية معينة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide عدم الاستهلاك	4	4,7	4,7	4,7
عدم الشراء	14	16,5	16,5	21,2
الائتماع	67	78,8	78,8	100,0
Total	85	100,0	100,0	

أين سمعت المقاطعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	المسجد	1	1,2	1,2	1,2
	جمعية البركة	1	1,2	1,2	2,4
	الأصدقاء	3	3,5	3,5	5,9
	مواقف التواصل اجتماعي	67	78,8	78,8	84,7
	وسائط الإعلام والأخبار	13	15,3	15,3	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

قياس تجبيل المقاطعة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أشار كل لترويج	27	31,8	31,8	31,8
	أقاصع المنتجات	54	63,5	63,5	95,3
	لا أهتم	4	4,7	4,7	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

بدافع انساني يتيقاطعتكلالعلامات التجارية الدا عممة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	3	3,5	3,5	3,5
	محايد	4	4,7	4,7	8,2
	موافق	78	91,8	91,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

بدافع ديني يقاطعتكلالعلامات التجارية الدا عممة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	1	1,2	1,2	1,2
	محايد	7	8,2	8,2	9,4
	موافق	77	90,6	90,6	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

قاطعتكلالعلامات التجارية الدا عممة لإسرائيل بهدف تشجيع المنتج المحلي الجز ان ريق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Validé	غير موافق	10	11,8	11,8	11,8
	محايد	34	40,0	40,0	51,8
	موافق	41	48,2	48,2	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

قاطعتك لعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل بهدف إضعاف الكيان الصهيوني اقتصاديا

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	غير موافق	2	2,4	2,4	2,4
	محايد	7	8,2	8,2	10,6
	موافق	76	89,4	89,4	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

بدافع سياسيات قاطعتك لعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل فالجزائر قاطعت اسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	غير موافق	5	5,9	5,9	5,9
	محايد	18	21,2	21,2	27,1
	موافق	62	72,9	72,9	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

قاطعتك لعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل لحبها في فلسطين

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	غير موافق	3	3,5	3,5	3,5
	محايد	4	4,7	4,7	8,2
	موافق	78	91,8	91,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

سبرايت، فانتا، بيبسي، (coca cola) كوكاكولا

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	قاطعتها	61	71,8	71,8	71,8
	لما قاطعتها	24	28,2	28,2	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

دانون (danone)

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	59	69,4	70,2	70,2
	لمأقاطعها	25	29,4	29,8	100,0
	Total	84	98,8	100,0	
Manquant	Système	1	1,2		
Total		85	100,0		

جونسون أند جونسون (Johnson @Johnson)

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	73	85,9	85,9	85,9
	لمأقاطعها	12	14,1	14,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

نستلة (Nestle)

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	76	89,4	89,4	89,4
	لمأقاطعها	9	10,6	10,6	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

لوريال (L'oreal)

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	73	85,9	85,9	85,9
	لمأقاطعها	12	14,1	14,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

ماكدونالز، كنتاكي، برجر كينج

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	76	89,4	89,4	89,4
	لمأقاطعها	9	10,6	10,6	100,0

Total	85	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

ستار بوكس, اديداس (adidas)

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	74	87,1	87,1	87,1
	لمأقاطعها	11	12,9	12,9	100,0
Total		85	100,0	100,0	

نيسكافي, لبتون

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	72	84,7	84,7	84,7
	لمأقاطعها	13	15,3	15,3	100,0
Total		85	100,0	100,0	

جينة كيري, جينة لافاشكيري

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قاطعتها	57	67,1	67,1	67,1
	لمأقاطعها	28	32,9	32,9	100,0
Total		85	100,0	100,0	

منتجات أخرى قاطعتها اقترحها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	المشروبات	19	22,4	22,4	22,4
	الملابس	14	16,5	16,5	38,8
	المواقع الالكترونية	2	2,4	2,4	41,2
	كلام منتجات الادمة للكيان	5	5,9	5,9	47,1
	أخرى	16	18,8	18,8	65,9
	لا يوجد	29	34,1	34,1	100,0
	Total		85	100,0	100,0

جعلت منتجات المقاطعة اكر هفعل العلامات التجارية الادمة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	6	7,1	7,1	7,1
	محايد	11	12,9	12,9	20,0
	موافق	68	80,0	80,0	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

جعلتني حملات المقاطعة أشعر بالاستياء تجاه هذها العلامات التابعة للمسؤولية المجتمعية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	6	7,1	7,1	7,1
	محايد	15	17,6	17,6	24,7
	موافق	64	75,3	75,3	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

جعلتني الحملات المتعشراة جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	5	5,9	5,9	5,9
	محايد	15	17,6	17,6	23,5
	موافق	65	76,5	76,5	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

جعلتني الحملات المتعشراة بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	18	21,2	21,2	21,2
	محايد	9	10,6	10,6	31,8
	موافق	58	68,2	68,2	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

جعلتني الحملات المتعشراة استهلاك جميع المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	9	10,6	10,6	10,6
	محايد	16	18,8	18,8	29,4

موافق	60	70,6	70,6	100,0
Total	85	100,0	100,0	

جعلت الحملات امتنعنا ستهلاك بعض المنتجات التابعة للعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	15	17,6	17,6	17,6
	محايد	11	12,9	12,9	30,6
	موافق	59	69,4	69,4	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

لماستجيبنا هائلا سلوكا المقاطعة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	51	60,0	60,0	60,0
	محايد	13	15,3	15,3	75,3
	موافق	21	24,7	24,7	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

شجعت الحملات المقاطعة على دعم القضية الفلسطينية ونبذ الكيان الصهيوني

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	1	1,2	1,2	1,2
	محايد	7	8,2	8,2	9,4
	موافق	77	90,6	90,6	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 République Algérienne Démocratique et Populaire
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 جامعة أسستف محمد أولياء
 - البويرة -
 كلية التربية الإنسانية والانسانية
 قسم علوم الإعلام و الاتصال
 معلمة البحث العلمي و ما بعد التخرج

إنذ بلإذاع مذكرة التخرج بعد التصحيح

نحن الأستاذة أعضاء لجنة المناقشة عن المذكورة :

الأستاذة المشرف (ة) : حميدة أو شين

الأستاذة المناقش (ة) : حسين بومالح

الأستاذة الرئيس (ة) : شريف جمال

إنذ بلإذاع مذكرة التخرج لنبل شهادة الماستر بعد تصحيحها بعنوان : إستراتيجيات الطلبة الجامعيين نحو حملات مقاطعة الكنتخابات الداعية في سرائيل

غير مراقب : التواحد المحتجاي

والتي أعداها الطلبة (ة) : لخضر جمال

والطلبة (ة) : رفيق موقاري


والطلبة (ة) :


المسجل بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ميدان : علوم البترول والبتال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

الموسم الجامعي : 2023 / 2024

إمضاء المشرف (ة)


إمضاء المناقش (ة)


إمضاء رئيس (ة) اللجنة
 الأستاذة أوشين بالنيابة


البويرة من : 2024/07/20