وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Te' :ssa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



القسم: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: اعلام سمعي بصري

مذكرة ماستر تحت عنوان

رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

دراسة تحليلية سيميولوجية لرسائل حركة المقاطعة- BDS-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

من إعداد الطالبة:

❖ غرايبية هديل

تحت إشراف الدكتور:

❖ أ/د رضوان بلخيري

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بوزيان عبد الغاني	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
رضوان بلخيري	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
مطروح وفاء	أستاذ محاضر – ب -	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2025/2024


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله الذي علّم بالقلم، علّم الإنسان ما لم يعلم، والحمد له أولاً وآخراً، ظاهرًا وباطنًا، على ما أنعم به من توفيق وتسديد، وبه نستعين في كل أمروشأن.

أتقدّم بخالص الشكروالتقدير إلى الأستاذ المشرف البروفيسور رضوان بلخيري، على ما منحه لي من وقت وجهد، وعلى ما قدّمه من توجيه علمي دقيق ومتابعة مستمرة ساعدتني على بلورة أفكاري وصقل هذا البحث بمنهجية واضحة ورؤية متماسكة.

كما لا يفوتني أن أعبّرعن امتناني العميق لأساتذة قسم الإعلام والاتصال على ما قدّموه لنا من معارف قيّمة وتأطيرعلمي طيلة سنوات التكوين، وأخص بالذكر الأستاذة عزيزة لسود، لما أبدته من دعم وتشجيع واهتمام متواصل.

ولكل من ساندني، سواء بكلمة طيبة، أونصيحة، أودعاء في الغيب، أعبّرعن عميق امتناني وتقديري.





إهداء

قال تعالى:﴿وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَ﴾ [التوبة: 105]

الله، الذي بنوره اهتديت، وبتوفيقه وصلت، وله الحمد أولًا وآخرًا.

إلى نفسي... التي قاومت، وثابرت، وسارت رغم التعب، فكانت الرفيق والأنيس في طريق العلم والمعرفة.

إلى عائلتي الحبيبة،

إلى أمي... نبع الحنان وسيدة الدعاء،

وإلى أبي... سندي وقدوتي ومصدر قوتي،

وإلى إخوتي وأخواتي، الذين كانوا لي العون في كل حين.

إلى صديقاتي العزيزات: حواء، بسمة، اسراء، بثينة، شيماء، عيشة، ضحى، إسراء، ونزيهة.

كنتنّ لي أكثر من أخوات، وبوجودكن خفّ ثقل الأيام، وازدهرت ذكرياتي.

إلى زملائي وزميلاتي في الدراسة، الذين تقاسمت معهم لحظات العلم والكفاح والنجاح.

وإلى أساتذتي الكرام الذين أناروا لي الدرب، وعلى رأسهم الأستاذة الفاضلة عزيزة لسود، التي كانت لي معلّمة ومُلهمة وداعمًا لا يُنسى.

وأخيرا إلى فلسطين الجريحة، إلى الأرض المباركة

وأهلها الصامدين...دعائي أن يزول ليلكم، ويُرفع عنكم القيد، وتُكتب لكم حرية تليق بكرامتكم وصمودكم



الفهـــرس

فهرس المحتويات

شكروتقدير

إهداء

المقدمة.....أ

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

الاشكالية:.....4

الاسئلة الفرعية:.....5

2/ أهمية الدراسة :.....6

أدوات الدراسة وآليات اشتغالها:..... 10

5/مجتمع الدراسة وعينته:..... 11

الإطار الزمني والمكاني للدراسة..... 12

أولًا: الإطار الزمني للدراسة..... 12

ثانيًا: الإطار المكاني للدراسة..... 13

المجال الوثائقي للدراسة:..... 13

6/تحديد المفاهيم الاساسية في الدراسة:..... 14

الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

تمهيد..... 18

المبحث الأول: القضية الفلسطينية..... 19

المطلب الأول: جذورها التاريخية..... 19

-المطلب الثاني: التطورات السياسية والدولية في مسار القضية..... 21

المطلب الثالث: رمزية فلسطين في الوعي الجمعي العربي والعالمي..... 22

المطلب الرابع: مكانة القضية الفلسطينية في الاعلام والرأي العام الدولي..... 23

المبحث الثاني: المقاومة الفلسطينية..... 26

المطلب الأول: تعريف المقاومة الفلسطينية..... 26
المطلب الثاني : أشكال المقاومة الفلسطينية..... 26
المطلب الثالث: تطور المقاومة الفلسطينية عبر المراحل التاريخية..... 27
المبحث الرابع: الحملات الاعلامية..... 28
المطلب الاول: تعريف الحملات الاعلامية..... 28
المطلب الثاني: خصائص الحملات الاعلامية:..... 30
المطلب الثالث: مراحل اعداد الحملة الاعلامية..... 31
المطلب الرابع: نماذج من الحملات الاعلامية المرتبطة بالقضية الفلسطينية..... 33
المبحث الخامس: الحملات الاعلامية الرقمية..... 36
المطلب الأول: تعريف الحملات الاعلامية الرقمية:..... 36
المطلب الثاني: خصائص الحملات الإعلامية الرقمية..... 36
المطلب الثالث: عناصر الحملات الإعلامية الرقمية..... 37
المطلب الرابع: ادوات وتقنيات الحملات الرقمية (الهاشتاغ، البوسترات، الفيديوهات القصيرة)..... 38
المبحث السادس: حركة المقاطعة..... 41
المطلب الاول: مفهوم المقاطعة..... 41
المطلب الثاني: مكونات ودوافع المقاطعة..... 41
المطلب الثالث: حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني..... 41

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

اولا: حركة المقاطعة BDS..... 45
ثانيا: الدراسة التحليلية..... 50
-نتائج الدراسة:..... 60
أولًا: النتائج الجزئية للدراسة..... 60
ثانيًا: النتائج العامة للدراسة:..... 61

الخاتمة.....63

قائمة المصادروالمراجع.....65

الملاحق.....70

فهرس الأشكال:

الشكل رقم 1:تحليل سيميولوجي للصورة الرقمية..... 50
الشكل رقم 2: تحليل سيميولوجي للصورة الرقمية..... 53
الشكل رقم 3:تحليل سيميولوجي للصورة الرقمية..... 57

المقدمة

المقدمة

تُعد القضية الفلسطينية واحدة من أهم قضايا التحرر الوطني في اليوم، لأنها ليست مجرد مسألة سياسية او تاريخية ، بل أيضا رمز عالمي للنضال ضد الاحتلال والظلم. فمنذ إعلان قيام الكيان الصهيوني على أرض فلسطين عام 1948، وما تلاه من نكبة وتهجير قسري، يعيش الشعب الفلسطيني تحت احتلال ممنهج قائم على سياسات الاستيطان والقمع والتمييز العنصري، وسط صمت دولي وتواطؤ إعلامي في كثير من الأحيان.

ورغم هذه المعاناة الطويلة، لم يتوقف الفلسطينيون عن مقاومة الاحتلال، بل طوّروا وسائل نضالهم من الكفاح المسلح إلى المقاومة الشعبية، ومنها إلى أشكال جديدة من المقاومة المدنية والسلمية، كان من أبرزها حملات المقاطعة الاقتصادية التي تهدف إلى ممارسة الضغط السياسي والاقتصادي على الاحتلال وداعميه. وفي هذا السياق، برزت حركة المقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات المعروفة اختصارًا بـــBDS ، كحركة عالمية تسعى لتجسيد المقاومة السلمية في أبعادها الإعلامية والاجتماعية والاقتصادية.

ومع صعود الإعلام الرقمي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت الحملات الإعلامية الرقمية سلاحًا ناعمًا وفعّالًا في يد حركات النضال، حيث وفّرت منصة مفتوحة لنقل الرواية الفلسطينية، وفضح جرائم الاحتلال، وبناء تضامن عالمي. ومن خلال رموز بصرية ولغوية مشحونة بالدلالات، مثل الكوفية، وخريطة فلسطين، والشعارات المناهضة للتطبيع، سعت حركة BDS إلى توحيد الخطاب المقاوم والتأثير على الرأي العام الدولي.

انطلاقًا من أهمية هذه الرموز في تشكيل الوعي الجماهيري وتحفيز المشاركة في المقاطعة، جاءت هذه الدراسة لتحلل رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية الموجهة ضد المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني، بالتركيز على الصفحة الرسمية لحركة BDS كمجال تطبيقي، واعتماد منهج التحليل السيميولوجي وفقًا لمقاربة رولان بارث، الذي يرى أن الصورة تتكون من ثلاث مستويات دلالية: المستوى الوصفي، والمستوى التعيني، والمستوى التضميني، ما يسمح بالكشف عن المعاني الظاهرة والخفية التي تحملها الرموز في سياقها الثقافي والسياسي والاجتماعي.

وقد تم توزيع محتوى المذكرة على ثلاثة فصول متكاملة:

الفصل الأول: الإطار المنهجي، ويتضمن تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأسباب اختيار الموضوع، وأهميته، وأهدافه، والمنهج المستخدم، إضافة إلى تحديد المفاهيم الأساسية.

الفصل الثاني: الإطار النظري، ويشتمل على ستة مباحث: تناول القضية الفلسطينية، وتاريخ المقاومة الفلسطينية، والحملات الإعلامية التقليدية، ثم الحملات الإعلامية الرقمية، وأخيرًا المقاطعة كفعل مقاوم مع التركيز على حركة BDS.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي، ويتضمن تقديمًا مفصلًا لحركة المقاطعة BDS، وتحليلًا سيميولوجيًا لثلاث صور مختارة من صفحتها الرقمية، بالاعتماد على مقاربة رولان بارث، مع عرض للنتائج الجزئية والعامة التي توصلت إليها الدراسة.

وتُختتم هذه المذكرة بخاتمة مركزة، تُبرز أهم ما تم التوصل إليه من نتائج، وتقدم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في تطوير الحملات الإعلامية الرقمية المستقبلية، خاصة تلك المتعلقة بالقضية الفلسطينية، إلى جانب اقتراح آفاق بحثية أخرى لمزيد من التعمق في موضوع رمزية المقاومة في الإعلام الرقمي.

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

الاشكالية:

شـهد العالم منذ منتصـف القرن العشـرين واحدة من أكثر القضـايا السـياسـية والاجتماعية تعقيدًا واسـتمرارية، وهي القضـية الفلسـطينية. بدأت مأسـاة الشـعب الفلسـطيني مع إعلان قيام الكيان الصـهيوني عـام 1948 على أنقـاض القرى والمـدن الفلسـطينيـة التي دُمّرت، ممـا أدى إلى تهجير مئـات الآلاف من الفلسـطينيين قسـرًا وخلق واقعًا احتلاليًا قائمًا على سـياسـات التهجير والاسـتيطان والتمييز العنصـري. وعلى مر العقود، شهدت فلسطين العديد من الحروب والانتهاكات، بدءًا من النكبة عام 1948، مرورًا بالنكسة عام 1967، وصـولًا إلى الاعتداءات المتكررة على غزة والضـفة الغربية، وما تلاها من حصـار مسـتمر وممارسـات قمعية بحق الشعب الفلسطيني.

في خضـم هذه المعاناة الطويلة، تطورت أ للنضـال شـكال المقاومة الفلسـطينية كرد فعل طبيعي على الاحتلال، وتعددت ما بين المقاومة المسلحة والانتفاضات الشـعبية، وصـولًا إلى أشـكال المقاومة السـلمية التي تعتمد على وسـائل التأثير غير المباشـر، مثل حملات المقاطعة الاقتصـادية والدعوات للتحرك السـياسـي والدبلوماسـي. ومع تطور الإعلام الرقمي وظهور وسـائل التواصـل الاجتماعي، وجدت القضـية الفلسـطينية منصة جديدة ، حيث أصبحت الحملات الإعلامية الرقمية أداة مركزية في إيصال صوت الشعب الفلسطيني، وفضح جرائم الاحتلال، وبناء تضامن عالمي مع قضيته.

في هذا السياق، لعبت حركة المقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات (BDS) دورًا محوريًا في تعزيز المقاومة السـلمية، حيث تبنت نهجًا يعتمد على مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصـهيوني كوسـيلة للتعبير عن الرفض الشـعبي للاحتلال. لم تقتصـر حملات المقاطعة على الفلسـطينيين فقط، بل تبنتها العديد من الدول والمنظمات والأفراد حول العالم، باعتبارها أداة فعالة لممارسـة الضـغط الاقتصـادي والسـياسـي على الاحتلال وحلفائه. وقد سـاهمت هذه الحملات، عبر الإعلام الرقمي وصـفحات مثل صـفحة حركة المقاطعة BDS، في إبراز القضية الفلسطينية عالميًا وتحفيز الضغوط الاقتصادية على الاحتلال.

تمثل هذه الحملات إحدى اسـتراتيجيات المقاومة السـلمية التي تهدف إلى التأثير سـياسـيًا واقتصـاديًا على الجهـات المتواطئـة مع الاحتلال، وتتميز بـاسـتخـدام رموز تحمـل معـاني ودلالات عميقـة مرتبطـة بـالهويـة الفلسـطينية والنضـال الوطني، مثل الكوفية الفلسـطينية، خريطة فلسـطين، والشـعارات الداعمة للمقاطعة. هذه الرموز ليسـت مجرد أدوات بصـرية أو لغوية، بل تُعد وسـيلة للتواصـل مع الجمهور وتعزيز التضـامن مع القضـيـة الفلسـطينية. كما أن أهمية الرموز في هذه الحملات لا تقتصـر على التعبير عن الهوية الوطنية

الفلسطينية، بل تكمن في قدرتها على توحيد جهود المناصرين عالميًا، من خلال إيصال رسائل واضحة تعكس معاني المقاومة السلمية والرفض الشعبي لسياسات الاحتلال.

لذلك، فإن دراسة الرموز المستخدمة في هذه الحملات، من منظور سيميولوجي، تتيح فهم كيفية بناء معاني المقاومة وتوظيفها لتحقيق الأهداف المرجوة، إضافةً إلى تقييم مدى فعاليتها في الوصول إلى جمهور متنوع ثقافيًا وجغرافيًا. ومن هنا، تبرز الإشكالية البحثية:

"ما هي رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من منظور سيميولوجي؟ دراسة عبر صفحة حركة المقاطعة BDS.

وانطلاقا من التساؤل الرئيسي لابد من طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية المكملة للإجابة العامة، والتي تتمثل في:

الاسئلة الفرعية:

.ماهي الدلالات السيميلوجية التي تحملها الرموز المستخدمة في حملة حركة المقاطعة BDS؟

- ماهي الرموز الاكثر استخداما في الصور الموظفة لمقاطعة المنتجات الداعمة لكيان الصهيوني عبر حركة المقاطعة BDS؟

- كيف تساهم هذه الرموز في نشر الهوية الفلسطينية عبر حركة المقاطعة؟

- ماهي مختلف الادوات والاساليب التي تستخدمها حركة المقاطعةBDS لنشر حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟

1/اسباب اختيار الموضوع:

هناك جملة من الاسباب دفعتني لاختيار موضوع دراستي نذكر منها:

- أسباب ذاتية:
- رغبة شخصية في دراسة التحليل السيميلوجي.
- الاهتمام الشخصي بالموضوع والرغبة في التعمق فيه وبالقضية الفلسطينية.
- والرغبة في المساهمة الاكاديمية في فهم ابعاد المقاومة الرقمية والرغبة في التعرف على حركة المقاطعةBDS.

- وأيضا من بين احد الاسباب الذاتية لاختياري موضوع دراستي هو تجربتي الشخصية التي حفزتني على التعمق في حملات المقاطعة،

بعد ان لفتت صديقتي انتباهي الى اهمية هذه الحملات ودورها في مقاومة الاحتلال ودعم القضية الفلسطينية بأسلوب سلمي.

- أسباب موضوعية:
- حداثة الموضوع.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث العلمي .
- الاهمية المتزايدة للحملات الاعلامية الرقمية كوسيلة للتعبير عن القضايا السياسية والاجتماعية.
- قلة الدراسات السيميلوجية التي تتناول تحليل رمزية حملات المقاطعة الرقمية .
- توعية الجمهور لمعرفة اهمية ومكانة حملات المقاطعة في المقاومة ودعم القضية الفلسطينية.

2/ أهمية الدراسة :

-تكمن اهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على بعد جديد من أبعاد المقاومة الفلسطينية ،وهو البعد الرمزي المرتبط باستخدام الوسائط الرقمية. من خلال الحملات الإعلامية الموجهة لمقاطعة المنتجات الداعمة للاحتلال الصهيوني والتعرف على حركة المقاطعة BDS.

تكتسب هذه الدراسة اهمية كبيرة من عدة جوانب:

-"على المستوى العلمي" تسهم في اثراء المعرفة الاكاديمية المتعلقة بمجال الحملات الإعلامية الرقمية، لاسيما في سياع المقاطعة الاقتصادية كوسيلة للمقاومة السلمية، من خلال تحليل الرموز السيميلوجية المستخدمة في حركة المقاطعة BDS ودورها في إيصال رسائل مؤثرة.

-"على المستوى العملي" تقدم الدراسة رؤية تطبيقية يمكن ان تساعد في تطوير استراتيجيا ت فعالة لتحسين الحملات الإعلامية الرقمية وزيادة تأثيرها على الجمهور محليا ودوليا.

-"اما من الناحية الاجتماعية "فتبرز الدراسة اهمية المقاطعة الاقتصادية كأداة سلمية لمقاومة الاحتلال وتعزيز التضامن مع القضية الفلسطينية، خاصة في ظل تعاظم دور الشعوب في مواجهة الظلم عبر وسائل

غير عنيفة. كما تساهم الدراسة في تعزيز الوعي المجتمعي بقدرة الاعلام الرقمي على توحيد الجهود ودعم القضايا العادلة، من خلال ادوات مبتكرة يمكن ان تصل الى جمهور واسع ومتعدد الثقافات.

-"اما اعلاميا"، تعكس الدراسة اهمية الاعلام الرقمي كمنصة لإيصال رسائل المقاومة والتضامن مما يدعم القضايا الانسانية العادلة على المستويين المحلي والعالمي، ويسلط الضوء على إمكانية استخدام الاعلام كوسيلة للتغيير الايجابي، وكذلك تبرز اهمية صفحة حركة المقاطعة BDS. في ابراز القضية الفلسطينية عالميا وتحفيز الضغوط الاقتصادية.

3/ أهداف الدراسة:

لقد تم اختيار هذا الموضوع من اجل تحقيق اهداف كمايلي:

-تحليل الرموز السيميلوجية المستعملة في حملة حركة المقاطعة BDS.

-فهم العلاقة بين الرموز المستخدمة في هذه الحملة والهوية الوطنية الفلسطينية.

-الكشف عن الدلالات الثقافية والاجتماعية والسياسية التي تحملها هذه الرموز وتأثيرها في الخطاب الاعلامي.

-تقديم توصيات لتحسين استخدام الرموز في الحملات الإعلامية الرقمية وكذا حملة حركة المقاطعة BDS المستقبلية لتحقيق اهدافها بشكل اكثر فعالية.

4/منهج الدراسة وادواتها:

يعرف الدكتور عامر مصباح المنهج العلمي بأنه:

"مجموعة الخطوات العلمية الواضحة والدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشة ومعالجة ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة".

كما يعرّفه بعض الباحثين بأنه:

"جملة المبادئ والقواعد التي يجب على الباحث اتباعها أثناء البحث، للوصول إلى الكشف عن العلاقات العامة والجوهرية والضرورية التي تخضع لها الظواهر". (جميل،2010، ص34).

وبما أن هذه الدراسة تبحث في الدلالات والرموز المستخدمة داخل صفحة حركة المقاطعة (BDS) المخصصة لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني، فقد تم اعتماد منهج التحليل السيميولوجي، كونه من أهم الأساليب العلمية الناجعة في تحليل الرموز والدلالات الظاهرة والخفية في المحتوى الإعلامي الرقمي.

منهج التحليل السيميولوجي:

يركز منهج التحليل السيميولوجي على دراسة العلامات والرموز داخل الخطاب الإعلامي، من خلال تحليل بنيته ودلالاته الظاهرة والخفية، وهو ما يجعله أداة فعالة في تفكيك المعاني الرمزية التي تحملها الحملات الإعلامية الرقمية لحركة (BDS) وتأثيرها في تعزيز رمزية المقاومة.

يشير الباحث لويس هيمسليف إلى أن أهمية التحليل السيميولوجي تكمن في:

"فهم المعاني الضمنية التي تتجاوز المعنى الظاهر في الرسائل الإعلامية، وتبيان أثرها الرمزي والنفسي على المتلقي" (عبد القادر، 2005، ص16-17).

مفهوم المنهج والتحليل السيميولوجي:

ذكرت كلمة "منهج" في القرآن الكريم في قوله تعالى:

{لِكُلٍّ جَعَلْنَا مِنكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا} (المائدة: 48)، وتعني الطريق والمسلك.

كما أن المنهج في اللغة العربية مشتق من الفعل "نهج"، بمعنى سلك أو اتبع (غازي عنابة، منهجية البحث العلمي عند المسلمين، ص91).

أما في اللغة الفرنسية، فـ"méthode" تعني الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية التي تهدف إلى بلوغ نتيجة معينة في البحث العلمي (بن مرسلي، 2005، ص282).

يعرف الباحث موريس أنجرس المنهج بأنه:

"مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف ما"(موريس أنجرس، 2006، ص98).

أما محمد زيان عمر، فيعرفه بأنه:

"فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون". (بن مرسلي، 2010، ص283/284)

التحليل السيميولوجي في دراسة المحتوى الإعلامي الرقمي

يهدف التحليل السيميولوجي إلى تفكيك المحتوى الإعلامي إلى عناصره الأساسية، وفهم دلالاتها الرمزية والمعنوية، إذ يشير مصطلح "السيميولوجيا" إلى علم العلامات، وهو مشتق من الكلمة اليونانية sémion التي تعني "علامة"، واللاحقة logos التي تعني "خطاب" أو "علم".

ويُعرّف هذا المجال بأنه: "العلم الذي يدرس العلامات وحياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية".(قدور ،2008، ص66)

يقوم التحليل السيميولوجي بدراسة الرموز والإشارات البصرية واللغوية، مثل:

- العلامات اللغوية (الشعارات والعبارات المستخدمة في الحملات الإعلامية الرقمية).
- العلامات البصرية (الصور، الألوان، الرموز مثل الكوفية الفلسطينية وخريطة فلسطين).
- العلامات السمعية (الأناشيد والأصوات المصاحبة للمواد الإعلامية الرقمية).

ويُعرّف برنار توسان السيميولوجيا بأنها:

"دراسة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية، والقوانين التي تحكمها".(برنارتوسان، 1994، ص9).

السيميولوجيا ودورها في تحليل رمزية المقاومة في حملات المقاطعة الرقمية

يُوضح الباحث الدانماركي لويس هيمسليف أن التحليل السيميولوجي:

"هو مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل شيء ما باعتباره دلالة في حد ذاته، وبإقامته علاقات مع أطراف أخرى".

ويُعرّف رولان بارت التحليل السيميولوجي بأنه:

"البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الأيقونية واللسانية، بحيث يلتزم الباحث بدراسة محتوى الرسالة الإعلامية، مع التطرق إلى الجوانب النفسية والاجتماعية والثقافية التي تدعم التحليل"(يخلف، 2012، ص15/14).

وبذلك، يتجلى دور التحليل السيميولوجي في فهم كيفية توظيف الرموز البصرية واللغوية داخل صفحة حركة (BDS)، للكشف عن استراتيجيات التأثير الإعلامي وتعزيز التضامن مع القضية الفلسطينية.

اتجاهات التحليل السيميولوجي:

مع تطور الدراسات السيميولوجيا، تشعبت اتجاهاتها، وأصبحت تنقسم إلى:

- سيميولوجيا التواصل: التي تهتم بدراسة كيفية إيصال المعاني عبر الوسائل المختلفة.
- سيميولوجيا الدلالة: التي تركز على تحليل المعاني العميقة في النصوص والصور.
- سيميولوجيا الثقافة: التي تدرس الرموز في سياقاتها الثقافية والاجتماعية.

وفي إطار هذه الدراسة، سيتم الاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي لفهم كيف تساهم الرموز البصرية واللغوية في حملات (BDS) في تعزيز رمزية المقاومة، وبناء وعي عالمي تجاه القضية الفلسطينية، من خلال دراسة الخطابات الإعلامية الرقمية وتحليل دلالاتها المتعددة.

أدوات الدراسة وآليات اشتغالها:

تعتمد هذه الدراسة على المقاربة السيميلوجية مقاربة رولان بارث في تحليل رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية الداعمة لحركة المقاطعة (BDS)، حيث تهدف إلى تفكيك الدلالات التي تحملها الصور والرموز البصرية المستخدمة في هذه الحملات، وفهم كيفية توظيفها في تشكيل وعي الجمهور وتحفيزه على التفاعل مع القضية الفلسطينية.

ترتكز هذه المقاربة (مقاربة رولان بارث)، التي تستمد أصولها الإجرائية من تحليل الخطاب البصري، على مجموعة من الأدوات التحليلية التي تساعد في تفكيك الرسائل البصرية والإعلانية التي توظفها حملات المقاطعة، وذلك من خلال الدراسة التقنية أو ما يُعرف بـ الدراسة الشكلية، والتي تتضمن:

1. الدراسة المورفولوجيا: تحليل البناء البصري للصورة، من حيث الأشكال والخطوط والمحاور التركيبية، للكشف عن البنية الدلالية التي تسهم في إيصال رسالة المقاومة.
2. دراسة الألوان: تحليل الألوان المستخدمة في الحملات الإعلامية الرقمية لحركة (BDS)، واستكشاف دلالاتها الرمزية ومدى تأثيرها في توجيه المشاعر وتحفيز الانخراط في المقاطعة.
3. تحليل العناصر البصرية (الأيقونات): دراسة الرموز المستخدمة، مثل الكوفية الفلسطينية، خريطة فلسطين، الشعارات المناهضة للتطبيع، وكيفية توظيفها لتعزيز الخطاب المقاوم.
4. تحليل الشخصيات البصرية: دراسة كيفية تمثيل الشخصيات في الملصقات والمواد البصرية لحملات المقاطعة، من حيث العمر، الجنس، المظهر، والملابس، لفهم أبعادها الدلالية ودورها في التأثير على المتلقي.

إضافةً إلى التحليل الشكلي، يتم الاعتماد على الدراسة التأويلية (التضمينية)، التي تهدف إلى استقراء آليات الدلالة غير المباشرة التي تحملها الرموز البصرية، مثل التلميحات السياسية والاجتماعية التي تعزز موقف المقاطعة كفعل مقاوم.

أما الدراسة اللسانية، فتتناول العلاقة بين الخطاب اللغوي المستخدم في الحملات الإعلامية والنصوص المرافقة للصور، مثل الشعارات الداعمة للمقاطعة، وكيف تسهم هذه العبارات في ترسيخ الرسائل البصرية وتعزيز فعاليتها.

وبذلك، تعتمد هذه الدراسة على تحليل حملات المقاطعة من منظور سيميولوجي شامل، من خلال تفكيك البنية الدلالية للصور والرموز والخطابات الإعلامية، للكشف عن دورها في تعزيز المقاومة السلمية وتوحيد جهود المناصرين للقضية الفلسطينية عالميًا.

5/مجتمع الدراسة وعينته:

أولًا: تحديد مجتمع الدراسة

يتحدد مجتمع الدراسة في هذا البحث في الخطاب الرقمي البصري الذي تنتجه حركة المقاطعة BDS عبر صفحتها الرسمية باللغة العربية، والتي تُعد من أبرز القنوات الاتصالية المعتمدة في إيصال رسائل الحراك المقاوم إلى الجمهور العربي. وتتميز هذه الصفحة بنشرها لمحتوى بصري كثيف يوظّف الرموز، الألوان، الشخصيات، والنصوص المختزلة، في إطار تعبئة وجدانية وسياسية مستمرة. وتكمن أهمية هذا المجتمع في طبيعته البصرية التي تشكل مادة خصبة للتحليل، لاسيما عند التعامل مع الصورة بوصفها أداةً لتكثيف المعنى وإعادة إنتاج رمزية المقاومة في سياقات إعلامية رقمية.

ثانيًا: تحديد العينة وأسلوب اختيارها

اعتمدت الدراسة على عينة قصدية، انسجامًا مع طبيعة المنهج السيميولوجي، الذي يتطلب انتقاء وحدات دالة تنطوي على عمق رمزي وبُعد بصري مركب. وتمثّلت العينة في ثلاث صور رقمية مرئية تم نشرها خلال الفترة الممتدة من أكتوبر 2023 إلى أبريل 2024، وقد تم اختيارها بناءً على تنوّعها في الشكل والمحتوى، مع التركيز على الصور التي توظّف عناصر رمزية قوية تخدم موضوع المقاطعة وتؤسس لرؤية نضالية بصرية واضحة، مثل صور الأسرى، شخصية حنظلة، أو الشعارات المناهضة للتطبيع.

ثالثًا: معايير اختيار العينة

تم اختيار الصور وفق معايير دقيقة تأخذ بعين الاعتبار طبيعة التحليل المعتمد، ومن أبرز هذه المعايير:

ارتباط الصورة الصريح بالمقاطعة كخطاب مقاوم.

توفر العناصر البصرية الدالة (رموز، ألوان، تكوين، نصوص) القابلة للتفكيك الدلالي.

احتواء الصورة على مستويات متعدّدة من المعنى، تسمح بالتحليل عبر المستويات الثلاثة: الوصفي، التعيني، والتضميني.

انسجام الصورة مع السياق العام للحركة، وموقعها ضمن خطتها الاتصالية الرقمية.

قابليتها لأن تُقرأ كـ "نص بصري" يحمِل أبعادًا وجدانية وسياسية تُخاطب الوعي الجمعي.

وقد ساهم هذا الاختيار في بناء تحليل سيميولوجي دقيق، تم تقديمه في الخاتمة بوصفه مدخلًا لفهم دور الصورة الرقمية في ترسيخ رمزية المقاومة، وإبراز كيف يمكن للوسائط البصرية أن تكون أداة تأثير فعّالة في سياق الحملات الإعلامية الرقمية الموجهة.

الإطار الزمني والمكاني للدراسة

أولًا: الإطار الزمني للدراسة

نظرًا لطبيعة البحث الذي يعتمد على التحليل السـيميولوجي للمحتوى الرقمي الخاص بحركة المقاطعة (BDS)، فقد مرّ البحث بعدة مراحل زمنية، بدءًا من تحديد الموضـوع وصـولًا إلى تحليل العينات المختارة. يمكن تقسيم الإطار الزمني للدراسة إلى ثلاث مراحل رئيسية:

1.مرحلة الدراسة الاستطلاعية

انطلقت هذه المرحلة في 12 نوفمبر 2024، حيث تم مناقشـة عنوان المذكرة مع الأسـتاذ المشـرف، وتم تحديد الاتجاه العام للبحث الذي يركز على تحليل رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر صفحة BDS.

خلال هذه الفترة، تم البحث عن المصـادر العلمية والمراجع النظرية التي تتناول موضـوع السـيميولوجيا، إضافةً إلى الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة.

تم تحديد الصفحة الرسمية لحركة المقاطعة (BDS) على منصة "غوغل" كمجال أساسي للدراسة، نظرًا لأهمية المحتوى الرقمي الذي تنشره الحركة وتأثيره في توجيه الرأي العام نحو دعم حملات المقاطعة.

حصلت الصفحة على متابعة كبيرة من قبل النشطاء والمهتمين بالقضية الفلسطينية، حيث يتم توثيق الحملات وتقديم محتوى توعوي يُبرز أهمية المقاطعة كسلاح مقاوم ضد الاحتلال.

2.مرحلة الدراسة النظرية

بدأت هذه المرحلة في 2 ديسـمبر 2024، حيث تم التعمق في البحث عن الدراسـات الأكاديمية والمصـادر العلمية التي تتناول التحليل السيميولوجي والإعلام الرقمي والمقاومة الشعبية.

تم الاعتماد على المراجع المتوفرة في مكتبة الجامعة، بالإضـافة إلى البحث في قواعد البيانات الإلكترونية المتخصصة في علوم الإعلام والاتصال.

استُكملت هذه المرحلة بجمع أبرز المفاهيم والمقاربات النظرية المتعلقة بالسيسيولوجيا، وتحليل الخطاب الإعلامي، ودراسة دور الرموز البصرية في التأثير على المتلقي.

1. مرحلة الدراسة التحليلية

انطلقت هذه المرحلة في 12 أبريل 2025، حيث بدأ الباحث بتحليل المحتوى البصري المنشور على صفحة حركة المقاطعة (BDS) على "غوغل".

تم اختيار عينة قصدية من الصور التي نشرتها الحركة خلال فترات تصاعد العدوان الإسرائيلي، وخصوصًا خلال الأحداث البارزة في غزة والضفة الغربية.

تركز التحليل على تفكيك الرموز والدلالات البصرية واللغوية المستخدمة في الحملات الإعلامية، مع دراسة مدى تأثيرها على تعزيز رمزية المقاومة داخل الخطاب الرقمي لحركة (BDS).

ثانيًا: الإطار المكاني للدراسة

يتمثل الإطار المكاني للدراسة في المجال الرقمي لحركة المقاطعة (BDS) عبر الصفحة الرسمية لحركة المقاطعة، حيث تنشط الحركة في نشر حملاتها الإعلامية، والتقارير التوعوية، والمحتوى البصري الداعم لمقاطعة المنتجات المرتبطة بالكيان الصهيوني.

تم اختيار هذا المجال الرقمي للأسباب التالية:

الانتشار الواسع لحركة المقاطعة (BDS) عبر الإنترنت، مما يسمح بوصول الحملات إلى شرائح واسعة من الجمهور العربي والدولي.

التوثيق المستمر للحملات الإعلامية عبر الصفحة الرسمية لحركة المقاطعة، مما يوفر قاعدة بيانات غنية بالصور والمواد البصرية التي تحمل رموز المقاومة.

التفاعل الكبير مع حملات المقاطعة الرقمية، حيث يعتمد النشاط الرقمي للحركة على استراتيجيات بصرية فعالة، تعزز من تأثير الرموز المستخدمة داخل المحتوى الإعلامي.

المجال الوثائقي للدراسة:

يعتمد البحث على تحليل الصور الإعلامية والرموز البصرية المرتبطة بالمقاومة والمقاطعة، والتي يتم نشرها على صفحة حركة المقاطعة (BDS) على "غوغل"، وتوثيقها من قبل النشطاء والمنصات الداعمة للحركة.

تم التركيز على الصور التي تتناول:

حملات المقاطعة ضد الشركات الداعمة للكيان الصهيوني، مثل الشركات العاملة في القطاعات الغذائية والتكنولوجية واللوجستية.

الرموز البصرية المستخدمة داخل حملات BDS، مثل:

الشعارات السياسية والاحتجاجية.

الألوان والتصاميم الدالة على المقاومة.

الصور المرافقة للنصوص التحفيزية التي تدعو لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

-بناءً على ما سبق، فقد تم تحديد الإطار الزمني للدراسة ليشمل الفترة الممتدة بين نوفمبر 2024 وأبريل 2025، حيث مرت الدراسة بمراحل استطلاعية، نظرية، وتحليلية. أما الإطار المكاني للدراسة، فقد تمثل في المجال الرقمي لحركة المقاطعة (BDS) عبر الصفحة الرسمية لحركة المقاطعة، نظرًا لأهمية المحتوى الإعلامي المنشور على هذه المنصة، والتفاعل الكبير الذي تحظى به حملات المقاطعة الرقمية.

ساهم اختيار هذا الإطار في دراسة رمزية المقاومة داخل الخطاب الإعلامي الرقمي لحركة (BDS)، من خلال تحليل الدلالات البصرية والرموز المستخدمة في الحملات الإعلامية، واستكشاف مدى تأثيرها على الوعي الجماهيري والحراك الشعبي المناهض للاحتلال.

6/تحديد المفاهيم الاساسية في الدراسة:

1. رمزية المقاومة

-لغويًا: الرمزية مشتقة من "رمز"، وهو العلامة أو الإشارة التي تدل على معنى معين. المقاومة من "قاوم"، وتعني التصدي أو المجابهة لشيء ما.(مجمع اللغة العربية بالقاهرة، 2004، ص 367).

-اصطلاحًا: تشير رمزية المقاومة إلى استخدام الرموز والإشارات التي تعبر عن الصمود والنضال ضد الظلم والاحتلال، سواء كان ذلك بشكل مادي أو معنوي.(فرانسيس ، 2012، ص 45).

-اجرائيًا: في هذه الدراسة، تعني رمزية المقاومة استخدام الرموز في الحملات الإعلامية الرقمية التي تجسد معاني الصمود ضد الاحتلال الإسرائيلي وتعزز وعي الجمهور بأهمية النضال والمقاطعة.

2. الحملات الإعلامية الرقمية

-لغويًا: الحملة تشـير إلى الجهد المنظم لتحقيق هدف معين. الإعلامية تتعلق بتوصـيل المعلومات. الرقمية نسبة إلى التقنية الرقمية الحديثة التي تعتمد على الإنترنت. (المعجم الحديث، 2010، ص 412).

اصطلاحًا: تشير الحملات الإعلامية الرقمية إلى الجهود المنظمة التي تُطلق عبر منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية بهدف نشـر الرسـائل وتحقيق أهداف محددة، كالتوعية أو الحشـد أو الضـغط.(نور الدين ميلود، 2019، ص 85).

-إجرائيًا: في هذه الدراسة، تشير الحملات الإعلامية الرقمية إلى النشاطات المنظمة عبر الإنترنت التي تسعى إلى التأثير على الرأي العام لدعم مقاطعة المنتجات المرتبطة بالكيان الصهيوني.

3. مقاطعة المنتجات

-لغويًا: المقاطعة تعني الامتناع عن التعامل مع جهة ما أو منتج لتحقيق هدف معين. المنتجات هي الأشـياء المادية التي تُصنع أو تُباع. (مجمع اللغة العربية بالقاهرة، 2004، ص 532).

-اصـطلاحًا: تشـير مقاطعة المنتجات إلى الامتناع المنظم عن شـراء أو اسـتخدام سـلع وخدمات تقدمها شركات أو جهات تدعم الاحتلال الإسرائيلي، كوسيلة للضغط الاقتصادي والسياسي. (بيتر، 2006، ص 69).

- إجرائيًا: في هذه الدراسة، تعني مقاطعة المنتجات الامتناع عن شراء المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني كجزء من حملات تهدف إلى التأثير الاقتصادي والسياسي على الاحتلال.

4. الكيان الصهيوني

-لغويًا: الصـهيونية هي حركة سـياسـية تهدف إلى إقامة وطن قومي لليهود. الكيان الصـهيوني هو التسـمية المستخدمة للإشارة إلى دولة إسرائيل.(مجمع اللغة العربية بالقاهرة، 2004، 543).

-اصطلاحًا: يشير الكيان الصهيوني إلى دولة إسرائيل التي تأسست على الأراضي الفلسطينية في عام 1948 بناءً على مشروع صهيوني استعماري يهدف إلى تهجير الفلسطينيين وإقامة دولة يهودية.(إدوارد ، 1998، ص 103).

- إجرائيًا: في هذه الدراسة، يشير الكيان الصهيوني إلى دولة إسرائيل بوصفها مصدرًا للصراع الفلسطيني وهدفًا لحملات المقاطعة الإعلامية الرقمية.

5. الدراسة السيميلوجية

-لغويًا: السيميولوجيا هي علم دراسة العلامات والرموز ودلالاتها.(المعجم الفلسفي، 2002، ص 214).

-اصطلاحًا: تشير الدراسة السيميولوجيا إلى تحليل الرموز والعلامات لفهم معانيها وكيفية بنائها وتأثيرها في الجمهور.(رولان بارت، 1996، ص 53).

- إجرائيًا: في هذه الدراسة، تعني السيميولوجيا تحليل الرموز المستخدمة في الحملات الإعلامية الرقمية من حيث أشكالها ودلالاتها وتأثيرها في نشر رسالة المقاومة وتعزيز مقاطعة المنتجات الداعمة للاحتلال.

6. حركة المقاطعة BDS

-لغويًا: BDS هي اختصار لعبارة "Boycott, Divestment, Sanctions" والتي تعني "المقاطعة، سحب الاستثمارات، العقوبات".(المعجم السياسي، 2015، ص 287).

-اصطلاحًا: حركة المقاطعة BDS هي حركة عالمية تسعى إلى مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها؛ بهدف إنهاء الاحتلال والاستيطان، وضمان حقوق الفلسطينيين.(البرغوثي، 2010، ص 45).

- إجرائيًا: في هذه الدراسة، تشير حركة BDS إلى الجهود المنظمة التي تستخدم الحملات الإعلامية الرقمية لتعزيز مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني والتوعية بأهمية هذه المقاطعة كوسيلة للمقاومة.

الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

تمهيد

تمثل القضية الفلسطينية واحدة من أبرز قضايا التحرر الوطني في العصر الحديث، لما تحمله من أبعاد سياسية، تاريخية، إنسانية ورمزية تعكس صراعًا مركبًا بين الاحتلال والهوية، وبين الاستعمار والشعوب الساعية إلى تقرير مصيرها. ولم يعد هذا الصراع محصورًا في جغرافيا فلسطين، بل أصبح حاضرًا بقوة في الضمير العالمي، عبر آليات متعددة أبرزها الإعلام، والرأي العام، والحملات الاتصالية، سواء كانت تقليدية أو رقمية.

في هذا الإطار، يهدف هذا الفصل النظري إلى بناء قاعدة معرفية تحليلية تتناول بالشرح المفاهيمي والسياقي مجموعة من المحاور الأساسية المرتبطة بالموضوع المدروس. ومن أجل ذلك، تم تقسيم الفصل إلى خمسة مباحث متكاملة:

يتناول المبحث الأول السياق التاريخي والسياسي لنشأة القضية الفلسطينية، والتطورات التي شهدتها على الصعيدين الإقليمي والدولي، مع التركيز على رمزية فلسطين في الوجدان العربي والعالمي، ومكانتها في الخطاب الإعلامي الدولي.

أما المبحث الثاني فيرصد مفهوم المقاومة الفلسطينية، وتحولاتها من الكفاح المسلح إلى النضال الشعبي، مع تسليط الضوء على أشكال جديدة من المقاومة المدنية والاقتصادية التي برزت كاستراتيجيات بديلة وفعّالة.

أما المبحث الثالث فيُخصص لدراسة الحملات الإعلامية، من حيث تعريفها، خصائصها، مراحل إعدادها، ووسائل تنفيذها، مع تقديم نماذج ملموسة لحملات إعلامية ساندت فلسطين وساهمت في تشكيل الرأي العام العالمي.

اما في ما يخص المبحث الرابع الذي يستعرض واقع الحملات الإعلامية الرقمية، ويحلل أدواتها وتقنياتها (كالهاشتاغ، الفيديوهات، التصميمات البصرية)، مع التأكيد على قدرتها في بناء خطاب مقاوم عابر للحدود، يسهم في تعبئة الجماهير وإبراز الرواية الفلسطينية على المنصات العالمية.

ويختتم الفصل بالمبحث الخامس الذي يتحدث عن المقاطعة مفهومها ويمثل هذا الفصل إذًا حجر الزاوية في الإطار النظري للبحث، باعتباره الأساس الذي تنبني عليه الدراسة السيميولوجيا لحملات المقاطعة الرقمية، بما في ذلك تحليل محتوى صفحة حركة المقاطعة BDSكنموذج معبّر عن فعالية الإعلام الرقمي المقاوم في زمن الهيمنة المعلوماتية.

المبحث الأول: القضية الفلسطينية

المطلب الأول: جذورها التاريخية

.فلسطين:

على مدار التاريخ، كانت فلسطين منطقة استراتيجية ذات أهمية دينية وحضارية، وشهدت العديد من الغزوات والاحتلالات قبل أن تصبح جزءًا من الدولة الإسلامية. غير أن أهم مراحل تاريخها في العصر الحديث بدأت مع صعود المشروع الصهيوني الذي سعى إلى الاستيلاء على أراضيها بمساندة القوى الاستعمارية، وخاصة بريطانيا، التي مهدت الطريق لإقامة كيان صهيوني على حساب الشعب الفلسطيني.(زريق، 1948،ص14).

1. فلسطين عبر العصور القديمة والوسيطة

كانت فلسطين منذ القدم موطنًا لحضارات عديدة، حيث استقر فيها الكنعانيون وأقاموا مدنًا مزدهرة مثل أريحا والقدس. ومع مرور الزمن، خضعت لحكم الفراعنة والآشوريين والبابليين ثم الفرس، قبل أن تصبح جزءًا من الإمبراطورية الرومانية. وبعد الفتح الإسلامي عام 636م، أصبحت فلسطين جزءًا من الدولة الإسلامية، مما منحها الاستقرار لقرون طويلة. خلال العهد الصليبي، احتلتها الجيوش الأوروبية، ولكن صلاح الدين الأيوبي تمكن من استعادتها في عام 1187م. لاحقًا، خضعت فلسطين لحكم المماليك ثم العثمانيين الذين استمر حكمهم حتى الحرب العالمية الأولى. (الخالدي، 2021،ص 18)

2. بدايات الاستيطان الصهيوني والمخططات الاستعمارية

في أواخر القرن التاسع عشر، ظهرت الحركة الصهيونية بزعامة ثيودور هرتزل، الذي سعى إلى إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين. استغل الصهاينة ضعف الدولة العثمانية لشراء الأراضي، وبدأت الهجرات اليهودية المنظمة، خاصة بعد مؤتمر بازل عام 1897، الذي كان نقطة الانطلاق العملية للمشروع الصهيوني. ومع انهيار الدولة العثمانية بعد الحرب العالمية الأولى، دخلت فلسطين تحت الانتداب البريطاني، مما وفر غطاءً رسميًا للهجرة اليهودية والسيطرة على مزيد من الأراضي الفلسطينية.

3. الانتداب البريطاني وتصاعد المقاومة الفلسطينية (1920-1948)

بعد فرض الانتداب البريطاني على فلسطين عام 1920، بدأت السلطات البريطانية بتنفيذ وعد بلفور، الذي تعهدت فيه بإنشاء وطن قومي لليهود. أدى هذا إلى تسهيل الهجرة اليهودية، وإنشاء مستوطنات على الأراضي الفلسطينية. في المقابل، قوبلت هذه السياسات بمقاومة شعبية فلسطينية واسعة، كان أبرزها:

ثورة البراق (1929): اندلعت بعد محاولات الصهاينة السيطرة على حائط البراق في القدس، مما أدى إلى مواجهات دامية.

الثورة الكبرى (1936-1939): كانت من أكبر الانتفاضات ضد الاحتلال البريطاني والمشروع الصهيوني، وشملت إضرابًا عامًا استمر ستة أشهر، فضلًا عن عمليات مقاومة مسلحة.

قمع المقاومة: ردت بريطانيا بعنف شديد على الاحتجاجات والثورات، مستخدمة القمع العسكري والإعدامات والسجن والنفي ضد القيادات الفلسطينية.

4. نكبة 1948 وإعلان دولة الاحتلال

في عام 1947، أصدرت الأمم المتحدة قرار تقسيم فلسطين، الذي منح الصهاينة أكثر من نصف الأراضي رغم قلة عددهم. رفض الفلسطينيون والعرب هذا القرار، واندلعت مواجهات مسلحة. بدعم بريطاني وأمريكي، نفذت العصابات الصهيونية عمليات تطهير عرقي، مثل مجزرة دير ياسين، مما أدى إلى تهجير مئات الآلاف من الفلسطينيين. في 15 مايو 1948، أعلن قيام دولة إسرائيل على جزء كبير من أراضي فلسطين، متسببًا في نكبة إنسانية كبرى، حيث تم تهجير أكثر من 750 ألف فلسطيني، وتدمير أكثر من 500 قرية فلسطينية.

5. استمرار الاحتلال والمقاومة الفلسطينية

بعد النكبة، واصلت إسرائيل توسعها الاستيطاني وتهجير الفلسطينيين، بينما استمر الفلسطينيون في المقاومة بأشكال مختلفة، من النضال المسلح إلى الدبلوماسية الدولية. أصبحت القضية الفلسطينية محورًا للصراع العربي الصهيوني، ولا تزال حتى اليوم قضية استعمارية تهدف إلى اقتلاع الشعب الفلسطيني من أرضه.(اكرم زعيتر،

-وفي الاخير

يظهرهنا تاريخ فلسطين وكيف تعرضت هذه الأرض لمحاولات متواصلة من القوى الاستعمارية، بدءًا من الأطماع الصهيونية في أواخر القرن التاسع عشر، مرورًا بالانتداب البريطاني الذي وفر غطاءً قانونيًا لتهجير الفلسطينيين، وصولًا إلى نكبة 1948 التي شكلت مأساة تاريخية لا تزال تداعياتها قائمة حتى اليوم.

ورغم المحاولات المستمرة لطمس الهوية الفلسطينية والاستيلاء على الأرض، فإن الشعب الفلسطيني لم يتوقف عن المقاومة بشتى الوسائل، مؤكدًا تمسكه بحقه في الأرض والتاريخ. لقد برهنت العقود الماضية أن

القضـية الفلسـطينية ليسـت مجرد صـراع على الأرض، بل هي معركة من أجل البقاء والهوية، حيث يواجه الفلسطينيون سياسات التهجير والاستيطان والاحتلال بوعي تاريخي عميق وإرادة لا تنكسر.

وعليه، فإن فهم القضية الفلسطينية لا يقتصر على متابعة أحداثها السياسية، بل يستدعي التعمق في جذورها التاريخية التي تكشف حقيقة الظلم الواقع على الشعب الفلسطيني، وتبرز أهمية استمرار الجهود في دعم حقوقه العادلة في التحرر والاستقلال. (الخالدي، 2021،ص 21)

-المطلب الثاني: التطورات السياسية والدولية في مسار القضية

التطورات السياسية والدولية لمسار القضية الفلسطينية:

1.وعد بلفور والانتداب البريطاني (1917-1948)

بدأت التحولات الكبرى بإصدار بريطانيا وعد بلفور عام 1917، الذي تعهد بإنشاء "وطن قومي لليهود" في فلسطين، رغم أن فلسطين كانت مأهولة بأغلبية عربية. هذا الوعد مهد الطريق للانتداب البريطاني على فلسطين (1920-1948)، حيث سهلت بريطانيا الهجرة اليهودية وشراء الأراضي، مما أدى إلى تصاعد التوترات بين العرب واليهود.

2.تقسيم فلسطين 1947 والنكبة 1948

بعد الحرب العالمية الثانية، أصدرت الأمم المتحدة القرار رقم 181 بتقسيم فلسطين إلى دولتين، عربية ويهودية، مع تدويل القدس. رفض العرب هذا القرار، بينما قبله اليهود وأسسوا دولة إسرائيل عام 1948، مما أدى إلى "النكبة"، حيث طُرد أو فرّ أكثر من 750 ألف فلسطيني من أراضيهم، وتم احتلال أكثر من 78% من أرض فلسطين.

3.الحروب العربية-الإسرائيلية وتأثيرها السياسي

شهدت القضية عدة حروب حاسمة:

النكسة (حرب 1967): خسرت الدول العربية المزيد من الأراضي بما فيها الضفة الغربية وقطاع غزة، مما عزز المشروع الصهيوني وأعاد تشكيل الخريطة الجغرافية والنضالية للقضية.

حرب أكتوبر 1973: أعادت بعض الثقة للأنظمة العربية وأثبتت إمكانية تحقيق مكاسب عسكرية وسياسية ضد الكيان الصهيوني، مما مهّد لاحقًا لمسارات السلام.

4.ظهور منظمة التحرير الفلسطينية وتطور الكفاح الوطني

تأسست منظمة التحرير الفلسطينية سنة 1964، واعترف بها العرب رسميًا ممثلاً شرعيًا ووحيدًا للشعب الفلسطيني سنة 1974. تطورت المنظمة من الكفاح المسلح إلى العمل السياسي والدبلوماسي، ساعيةً لإقامة دولة فلسطينية مستقلة.

5.مسار التسوية السياسية: اتفاق أوسلو 1993

شهدت القضية تحولاً كبيرًا باتفاق أوسلو بين منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل، حيث تم الاعتراف المتبادل بين الطرفين وإنشاء السلطة الوطنية الفلسطينية كخطوة نحو تحقيق الدولة الفلسطينية. ومع ذلك، تعرض الاتفاق للانتقاد بسبب استمرار الاستيطان وتعثر مسارات الحل النهائي.

6.الانتفاضات الفلسطينية ودورها

الانتفاضة الأولى (1987-1993): أظهرت زخم المقاومة الشعبية وفرضت القضية على الأجندة الدولية.

الانتفاضة الثانية (2000-2005): جاءت نتيجة فشل مفاوضات كامب ديفيد وتصاعد الغضب الشعبي، مما أدى إلى تغيير موازين القوى وأدى إلى انقسام فلسطيني داخلي لاحقًا.

7.التطورات الدولية: الاعتراف بفلسطين كدولة مراقب

في عام 2012، اعترفت الجمعية العامة للأمم المتحدة بدولة فلسطين كدولة مراقب غير عضو، مما منح الفلسطينيين مكانة قانونية جديدة وأتاح لهم الانضمام إلى العديد من الهيئات الدولية.

8.موجة التطبيع العربي الأخيرة

شهدت السنوات الأخيرة توقيع عدد من الدول العربية (مثل الإمارات، البحرين، المغرب، والسودان) اتفاقيات تطبيع مع الكيان الصهيوني ضمن ما عرف بـ"اتفاقيات أبراهام"، مما أثر على مركزية القضية الفلسطينية في النظام العربي الرسمي. (مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. (2022). تاريخ الاطلاع: 27 أبريل 2025، من مركز الزيتونة).

المطلب الثالث: رمزية فلسطين في الوعي الجمعي العربي والعالمي

1. **فلسطين كرمز للحق والمظلومية**

فلسطين تمثل في الوعي الجمعي العربي والعالمي رمزًا للحق المغتصب وللشعب الذي تعرض للظلم التاريخي. تُختزل القضية الفلسطينية في صورة معركة بين شعب أعزل يطالب بحقه في الأرض والحياة، وبين قوة استعمارية مدعومة عالميًا. هذا التصور رسّخ فلسطين في ضمير الشعوب كرمز للنضال من أجل العدالة.

2. **القدس كرمز ديني وحضاري**

القدس، بما تحمله من رمزية دينية للمسلمين والمسيحيين على حد سواء، زادت من عمق القضية الفلسطينية وأعطتها بُعدًا روحيًا وأخلاقيًا يتجاوز حدود السياسة، ما جعل نصرة فلسطين واجبًا دينيًا وأخلاقيًا لدى العرب والمسلمين.

3. **صمود غزة كأيقونة مقاومة**

في الوعي الجمعي، أصبحت غزة رمزًا للصمود والتحدي، خاصة مع تكرار الحروب والحصارات. صور الدمار ومشاهد التضحية والمقاومة في غزة غذّت المشاعر القومية والإنسانية تجاه القضية وأحيت الالتفاف الشعبي حولها.

4. **فلسطين في الخطاب الإعلامي والثقافي**

تجلت رمزية فلسطين أيضًا في الأدب والشعر والفن والإعلام، حيث صارت فلسطين أيقونة يتغنى بها الأدباء والمثقفون العرب، معبرة عن معاني الكرامة، والنضال، والهوية.

5. **التضامن العالمي المتنامي**

على المستوى الدولي، خاصة بعد حرب غزة 2023، تصاعدت حملات الدعم الشعبي في أوروبا وأمريكا وامريكا اللاتينية، حيث ارتبطت فلسطين في المخيلة العالمية بقيم الحرية وحقوق الإنسان ومناهضة الاحتلال، رغم التحيز السياسي الرسمي لبعض الحكومات. (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار(2023). تاريخ الاطلاع: 27 أبريل 2025.)

المطلب الرابع: مكانة القضية الفلسطينية في الاعلام والرأي العام الدولي

مكانة القضية الفلسطينية في الإعلام والرأي العام الدولي:

تُعد القضية الفلسطينية واحدة من أكثر القضايا حساسية وإثارة للاهتمام في الساحة الإعلامية الدولية، إذ ظلت لعقود محورًا رئيسيًا للصراع الإقليمي والدولي، وعكست تغطيتها الإعلامية تباينًا شديدًا في مواقف وأجندات وسائل الإعلام العالمية، مما أثر بصورة مباشرة على تشكيل الرأي العام الدولي تجاه هذه القضية.

1:حضور القضية الفلسطينية في الإعلام الدولي

ان القضية الفلسطينية حافظت على وجود نسبي ومستمر في وسائل الإعلام الدولية، لكنها تأثرت بعدة عوامل، منها:

طبيعة التغطية الإخبارية: الإعلام الغربي غالبًا ما يقدم الرواية الصهيونية أو يعكسها بشكل أكبر من الرواية الفلسطينية، نتيجة لسيطرة لوبيات إعلامية موالية للكيان في بعض الدول الكبرى.

أحداث المواجهات والحروب: تغطية الإعلام الدولي للقضية الفلسطينية غالبًا ما ترتفع خلال الأزمات الكبرى مثل الحروب على غزة، لكن سرعان ما تخبو التغطية مع انتهاء هذه الأزمات.

التحولات السياسية الدولية: تغير موقف وسائل الإعلام مع تغير السياسات الرسمية للدول، حيث تزداد تغطية القضية أو تتراجع بحسب المصالح السياسية للدول الكبرى.**(دنيا الوطن، 2015)**

2: تأثير الإعلام على تشكيل الرأي العام الدولي

أن الإعلام لعب دورًا مزدوجًا:

تضليل الرأي العام: في بعض الأحيان، خاصة في الإعلام الغربي الموالي للكيان الصهيوني، مما يؤدي إلى خلق صورة نمطية سلبية عن الفلسطينيين بوصفهم مصدر تهديد أو عنف.

التوعية بالقضية: في المقابل، أسهمت بعض وسائل الإعلام المستقلة، إضافة إلى الإعلام العربي والدولي الحر، في نقل معاناة الشعب الفلسطيني وكشف الانتهاكات الصهيونية، مما عزز الوعي الدولي بحقوق الفلسطينيين ودعوات التضامن معهم.

3: تراجع الاهتمام الدولي بالقضية

بدأت القضية الفلسطينية تفقد جزءًا من مركزيتها على الأجندة الإعلامية الدولية بسبب تعدد الأزمات العالمية (مثل الحروب الأهلية في المنطقة العربية، والأزمة السورية، والحرب في أوكرانيا لاحقًا).

كذلك، فإن غياب الاستراتيجية الإعلامية الفلسطينية الموحدة أضعف من بروز القضية عالميًا بشكل دائم ومنتظم.

4: استراتيجيات تعزيز الحضور الإعلامي للقضية الفلسطينية

استثمار الإعلام الجديد: من خلال منصات التواصل الاجتماعي التي تتيح للفلسطينيين إيصال صوتهم مباشرة إلى الشعوب بعيدًا عن الرقابة التقليدية.

إطلاق حملات إعلامية مدروسة: تركز على القيم الإنسانية والمعاناة اليومية للفلسطينيين، بما يلامس مشاعر الرأي العام العالمي.

التعاون مع وسائل الإعلام الحرة: لدعم تغطية متوازنة وعادلة للقضية الفلسطينية.

يمكن القول بأن مكانة القضية الفلسطينية في الإعلام والرأي العام الدولي شهدت تذبذبًا بين الحضور القوي أوقات الأزمات وبين التراجع في الفترات العادية. وقد شكل الإعلام أداة تأثير محورية على الرأي العام الدولي، سواء عبر دعم الرواية الفلسطينية أو الترويج للرواية الإسرائيلية. لذا تبرز الحاجة إلى استراتيجيات إعلامية فلسطينية ممنهجة قادرة على استثمار الإعلام التقليدي والجديد لتعزيز التضامن العالمي مع الشعب الفلسطيني بشكل دائم وفعّال .(محسن، 2012، ص2013)

المبحث الثاني: المقاومة الفلسطينية

المطلب الأول: تعريف المقاومة الفلسطينية

تُعرف المقاومة بأنها: "مجموع الأعمال والأنشطة التي يقوم بها شعب واقع تحت الاحتلال بهدف استعادة سيادته الوطنية والاعتراف بحقوقه الأساسية". وفي السياق الفلسطيني، تعني المقاومة "كل الأفعال التي تهدف إلى إنهاء الاحتلال واسترجاع الحقوق الوطنية المغتصبة". (عوني ، ساري ، 2016،ص9).

ويرى ايضا أن المقاومة الفلسطينية لم تقتصر على الجانب العسكري فقط، بل شملت النضال السياسي والدبلوماسي، والمقاومة الشعبية والمدنية التي أثبتت فعاليتها في مراحل عديدة.

المطلب الثاني : أشكال المقاومة الفلسطينية

1. **المقاومة المسلحة**

شكّلت المقاومة المسلحة أحد أقدم أشكال التصدي للمشروع الصهيوني، حيث اندلعت باكرًا عبر ثورات شعبية مثل ثورة البراق سنة 1929، ثم تصاعدت مع اندلاع الثورة الفلسطينية الكبرى بين عامي 1936-1939، لتتبلور لاحقًا مع تأسيس منظمة التحرير الفلسطينية سنة 1964، وإطلاق الكفاح المسلح بقيادة حركة فتح سنة 1965.

مثلت العمليات الفدائية والاشتباكات العسكرية الوسيلة الرئيسة لمواجهة الاحتلال، واستمرت هذه المرحلة حتى التسعينيات. **(العودة لفلسطين 26 أفريل 2025،).**

2. **المقاومة الشعبية**

المقاومة الشعبية تعتمد على الأدوات الجماهيرية السلمية مثل المظاهرات، الاعتصامات، الإضرابات العامة، ومقاطعة المنتجات الإسرائيلية. تجلت هذه الأشكال خلال الانتفاضة الأولى (1987-1993) التي مثلت تحولًا نوعيًا في مسار النضال الفلسطيني.

وقد أظهرت المقاومة الشعبية أن الشعب الفلسطيني قادر على تحدي الاحتلال بأدوات سلمية واسعة النطاق.

3. المقاومة المدنية

المقاومة المدنية كما يُعرفها المركز الدولي للنزاع اللاعنفي (ICNC) هي "استخدام أدوات اللاعنف مثل العصيان المدني، الإضرابات، والمقاطعات للضغط على السلطات القائمة وتحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية".

وفي السياق الفلسطيني، جاءت المقاومة المدنية كتطور طبيعي للنضال الشعبي، خاصة من خلال حملات المقاطعة الدولية لإسرائيل (مثل حملة BDS)، والضغط على المؤسسات والشركات العالمية لوقف دعم الاحتلال.

4. المقاومة الاقتصادية

تُعد المقاومة الاقتصادية جزءًا مكملًا للمقاومة المدنية، وتهدف إلى ضرب اقتصاد الاحتلال عبر حملات مقاطعة المنتجات الصهيونية، وتشجيع الصناعات الوطنية الفلسطينية.

وقد برز هذا الشكل من النضال بوضوح خلال الانتفاضات، حين اعتمدت اللجان الشعبية على حملات مقاطعة واسعة شملت الأسواق والمؤسسات التجارية الصهيونية، مما شكل ضغطًا اقتصاديًا فاعلًا على الاحتلال.1(د. محمد ، العدد 9،ص112/110).

المطلب الثالث: تطور المقاومة الفلسطينية عبر المراحل التاريخية

1. مرحلة الكفاح المسلح

في العقود الأولى، خاصة بعد نكسة 1967، اعتمد الفلسطينيون على الكفاح المسلح كخيار أساسي لمقاومة الاحتلال. وقد تميزت هذه المرحلة بعمليات عسكرية ضد أهداف الكيان الصهيوني داخل وخارج فلسطين، إضافة إلى تشكيل الفصائل المسلحة مثل فتح، الجبهة الشعبية، والجبهة الديمقراطية.

ومع اتفاقية أوسلو (1993) بدأ الكفاح المسلح يتراجع تدريجيًا أمام أشكال أخرى من المقاومة.

2. مرحلة الانتفاضات الشعبية

مثّلت الانتفاضة الأولى (1987) تحولًا استراتيجيًا نحو المقاومة الجماهيرية السلمية، حيث تم استخدام الإضرابات، المظاهرات، ورفض التعامل مع المؤسسات الصهيونية

وخلال الانتفاضة الثانية (2000)، رغم تخللها مظاهر مسلحة، إلا أنها أظهرت استمرار أهمية المقاومة الشعبية كرافعة سياسية وإعلامية للحقوق الفلسطينية.

3. مرحلة النضال المدني والمنظمات الدولية

مع بداية الألفية الثالثة، تزايد الاعتماد على المقاومة المدنية الدولية، خاصة عبر الحملات التي تطالب بمقاطعة الكيان وسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها (BDS)، مما أعاد الزخم للقضية الفلسطينية في المحافل الدولية.

واعتمدت المقاومة الفلسطينية على النضال الحقوقي والقانوني لإدانة الاحتلال في المحاكم الدولية، كاستراتيجية بديلة عن الكفاح المسلح التقليدي.

4. مرحلة المقاومة الاقتصادية

في السنوات الأخيرة، برزت أهمية المقاومة الاقتصادية كخيار استراتيجي لتعزيز الصمود الوطني. وقد تضمنت هذه الاستراتيجية تشجيع الاقتصاد المحلي الفلسطيني، وحملات التوعية بأهمية مقاطعة المنتجات الصهيونية على الصعيدين المحلي والدولي، في محاولة لتقويض البنية الاقتصادية للاحتلال.

-لقد شهدت المقاومة الفلسطينية تحولات جوهرية عبر مراحلها المختلفة، من الكفاح المسلح إلى المقاومة الشعبية والمدنية والاقتصادية، بما يعكس مرونة النضال الفلسطيني وقدرته على التكيف مع الظروف. وتؤكد هذه التجربة أن تنوع أساليب المقاومة كان عاملًا رئيسيًا في استمرار النضال رغم تعقيدات المشهد السياسي الإقليمي والدولي. (احمد بهاء الدين ، 1968،ص72/70).

المبحث الرابع: الحملات الاعلامية

المطلب الاول: تعريف الحملات الاعلامية

مفهوم الحملة الإعلامية لغةً:

عند العودة إلى معاجم اللغة العربية، نجد أن كلمة "حملة" مستمدة من المصدر "حمل"، وقد ورد في لسان العرب أن:

"حمله على الأمر حملًا فانحل، أي أغراه به، وتحامل في الأمر تكلفًا مع مشقة وعناء، وتحامل عليه أي كلفه ما لا يطيق" (ابن منظور، 2003، ص734).

باللغة الإنجليزية، تُترجم كلمة حملة إلى "Campaign"، وعند إضافتها إلى كلمة "Media" تصبح " Media Campaign"، أي حملة إعلامية. وجدير بالذكر أن مصطلح "حملة" يستخدم بشكل واسع ومقترنًا بأوصاف مختلفة مثل: حملة عسكرية، حملة إعلانية، حملة صحفية، حملة سياسية، حملة انتخابية، وحملة إعلامية، مع احتفاظه بالمعنى الابتدائي للكلمة لكنه يختلف في المضمون حسب المجال.

وفي سياق دراستنا للحملة الإعلامية، يرتبط المفهوم بمحاولة إيصال رسالة محددة الأهداف إلى الجماهير، ويتميز عن غيره من أنواع الحملات الأخرى بتأكيده على الاتصال الجماهيري وإدارة الرسائل الإعلامية.

مفهوم الحملة الإعلامية اصطلاحًا:

الحملة الإعلامية تعد من الأنشطة الاتصالية المهمة، وقد تناولها العديد من الباحثين بتعريفات مختلفة بناءً على تخصصاتهم ووظائف الحملات وأهدافها. نستعرض فيما يلي أبرز هذه التعريفات:

1. تعريف دينيس ماكويل (Denis McQuail):

عرف الحملة الإعلامية بأنها: جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يتوافق مع القيم والمعايير الاجتماعية، بهدف توجيه، دعم، وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيًا مثل التصويت، شراء السلع، التبرعات، تحقيق أمن أكبر وصحة أفضل. 2.تعريف غوران هيدبرو (Goran Hedebro):

يرى أن الحملة الإعلامية هي: نشاط مكثف يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد، ويستخدم عادةً مجموعة من الوسائل.

ويؤخذ على هذا التعريف إغفاله لعناصر هامة كالقائم بالاتصال، الجمهور المستهدف، وأهداف الحملة.

3.تعريف بيسلي (Paisley):

يُعرف الحملة الإعلامية بأنها: نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات، اتجاهات وسلوك الآخرين، من خلال أساليب استمالة إعلامية تؤثر في ال

جمهور، مع التركيز على إعادة تشكيل البُنى الاجتماعية او انماط الحياة الفردية -

لكن لم يحدد هذا التعريف طبيعة القائم بالحملة أو الوسائل المستخدمة أو مدة الحملة.

4.تعريف كرم شلبي: له

يرى أن الحملة الإعلامية هي: جهود مكثفة ومستمرة لفترة زمنية معينة للنشر المستمر بمختلف الأساليب والوسائل لطرح، مناقشة، ومتابعة موضوع محدد أو لتحقيق هدف ما، سواء كان دعمًا لشيء معين أو معارضة. (مقبل، 2019/2020، ص 7/6.)

المطلب الثاني: خصائص الحملات الاعلامية:

تتميّز الحملات الإعلامية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تختلف عن غيرها من الأنشطة الاتصالية، وهو ما أكسبها مصداقية واسعة لدى الجمهور، نظراً لارتباطها الوثيق بقضايا المجتمع وسعيها لمعالجة مختلف الظواهر الاجتماعية. من أبرز هذه الخصائص:

1.التكرار: يعتمد نجاح الحملة الإعلامية على تكرار الرسائل لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية:

ترسيخ الرسالة: إذ يحرص القائم بالاتصال على تثبيت المعلومات في ذاكرة الجمهور ليسترجعها لاحقا.

الإلحاح: يستخدم التكرار كوسيلة لإقناع الجمهور بقبول مضمون الرسائل الإعلامية.

الوصول الأوسع: يتيح التكرار الفرصة لشرائح أوسع من الجمهور للتعرّف على محتوى الرسائل.

2.الاستمرارية: تعني الاستمرارية بث الرسائل بشكل متواصل خلال الفترة الزمنية المقررة للحملة دون انقطاع، لضمان الحفاظ على التواصل الدائم مع الجمهور، مما يزيد من فرص تحقيق أهداف الحملة بنجاح.

3.استخدام جميع وسائل الاتصال المتاحة: ترتكز الحملات الإعلامية الناجحة على توظيف كافة الوسائل الإعلامية الممكنة، بما يتلاءم مع الموارد المادية والبشرية المتاحة وطبيعة الجمهور المستهدف. ويهدف ذلك إلى ضمان وصول الرسائل الإعلامية إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد، وتقليل احتمالية عدم تلقي الرسالة من قِبل أي جزء من الجمهور المستهدف.

4.كثافة التغطية: تعتمد الحملة على تكثيف الجهود لإغراق الجمهور المستهدف بالرسائل الإعلامية، والتي تتضمن آراء وأفكار ومعتقدات القائم بالاتصال. ويمكن في هذا الإطار التمييز بين حملات تتسم بكثافة منظمة وأخرى أقل تنظيماً.

5.الإدارة المنظمة: تُخطط الحملات الإعلامية بدقة وفق منهجية علمية تهدف إلى جمع المعلومات والبيانات اللازمة وتوظيفها بفعالية. فالإدارة المحكمة تساعد القائمين بالاتصال على سلوك أقصر الطرق وأكثرها كفاءة لتحقيق الأهداف في أقل وقت وجهد ممكن.

6.مدة زمنية محددة: تتميز الحملة الإعلامية بوضوح بداية ونهاية زمنيتها، بحيث تكون قصيرة نسبياً لتفادي ملل الجمهور من الرسائل المتكررة، مما قد يؤدي إلى نتائج عكسية. كذلك يجب أن تكون مدة الحملة كافية لتنفيذ الأنشطة المطلوبة وتحقيق التأثير المنشود، مع مراعاة التوازن بين عدم الإطالة غير الضرورية وعدم الإيجاز المخلّ.1(مقبل ، 2019، ص11/10).

المطلب الثالث: مراحل اعداد الحملة الاعلامية

التخطيط للحملة الإعلامية

أولاً: مفهوم التخطيط الإعلامي

يُعرّف التخطيط على أنه مجموعة من الإجراءات والخطوات المنهجية التي تُنفَّذ بهدف تحقيق الأهداف المرجوة بكفاءة وفعالية عالية. ويمثل التخطيط البداية المنطقية والسليمة لأي عمل أو نشاط، حيث يُعنى بمواجهة ظروف مستقبلية ضمن خطط مدروسة تتلاءم مع الإمكانيات والموارد المتاحة.

ثانياً: مراحل تخطيط الحملة الإعلامية

تمر عملية تخطيط الحملات الإعلامية بمجموعة من المراحل الأساسية التي تهدف إلى تحقيق الأهداف المنشودة للحملة بكفاءة ودقة، وهي كما يلي:

1.تحديد المشكلة وجمع المعلومات

تشكل هذه المرحلة الخطوة التمهيدية التي يتم فيها التعرف بدقة على طبيعة المشكلة أو القضية المراد معالجتها، مظاهرها، أسبابها، تطورها، وعلاقتها بمشكلات أخرى. كما تتضمن هذه المرحلة فهم كيفية إدراك الجمهور لها. ويتم جمع البيانات والدراسات التي توضح حجم المشكلة، والاحتياجات المرتبطة بها، والسلوكيات السائدة تجاهها .

لا يقتصر دور القائم بالاتصال على تحديد طبيعة المشكلة فقط، بل يجب أن يمتد إلى الكشف العميق عنها من خلال إجراء الدراسات الميدانية والبحوث العلمية التي قد تُظهر أن الجمهور أكثر وعيًا وإدراكًا للمشكلة وحقوقه كمستهلك مما كان متوقعًا.

2.تحديد أهداف الحملة الإعلامية

3.بعد تحديد طبيعة المشكلة وتجميع المعلومات، يتم الانتقال إلى وضع أهداف الحملة. يتعين أن تكون الأهداف واضحة، محددة، وقابلة للتحقيق. وتشمل الأسئلة الرئيسية التي يجب الإجابة عنها في هذه المرحلة:

ما الذي يراد تحقيقه؟

هل الأهداف قصيرة أم طويلة المدى؟

هل المشكلة تتطلب حملة مستمرة أو مؤقتة؟

مع الإشارة إلى أن من أكبر الأخطاء التي تؤدي إلى فشل الحملات الإعلامية هو عدم وضوح الأهداف.

3.تحديد الجمهور المستهدف

تعتبر دراسة الجمهور المستهدف من الركائز الأساسية لنجاح الحملة. حيث يجب معرفة خصائص هذا الجمهور من حيث تركيبته الاجتماعية والثقافية، عاداته، قيمه، رغباته، ووسائل الإعلام التي يتعرض لها. ويتم تصنيف الجمهور إلى:

الجمهور الأولي: الجمهور الرئيسي الذي تسعى الحملة إلى التأثير عليه.

لجمهور الثانوي: الجمهور الذي يدعم ويُساهم في تحقيق أهداف الحملة.

فهم الجمهور بدقة يساعد في اختيار الاستراتيجيات الأنسب للتأثير فيه بطريقة فعالة.

4.إعداد الرسالة الإعلامية

يجب أن تكون الرسالة الإعلامية محددة، قصيرة، معبرة، ومصاغة بصيغة مقبولة وقريبة من الجمهور المستهدف. كما يُنصح بأن تتسم الرسائل بالمرونة والجاذبية، مع إمكانية استخدام المؤثرات الصوتية والموسيقية لدعم الرسالة وتعزيز تأثيرها الحسي والمعنوي لدى الجمهور .

وقد أظهرت التجارب أن الرسائل ذات الطابع المرح والإيجابي أكثر قبولاً وتأثيرًا من الرسائل الجافة أو السلبية.

5.اختيار وسائل وقنوات الاتصال

تُعد هذه المرحلة حيوية، إذ يتم اختيار الوسائل الاتصالية الأنسب (كالإذاعة، التلفزيون، الصحافة، الإنترنت) بناءً على خصائص الجمهور وطبيعة الحملة وأهدافها .

يُراعى في هذه الخطوة مدى قدرة الوسيلة المختارة على الوصول بفعالية إلى الجمهور المستهدف.

6.تحديد الموارد المتاحة

يتطلب التخطيط الجيد للحملة الإعلامية تحديد الموارد المالية والبشرية المتاحة، مع إعداد ميزانية دقيقة تشمل جميع المصروفات اللازمة لتنفيذ الحملة ومواجهة أي طوارئ قد تطرأ خلال التنفيذ .

7.وضع جدول زمني للحملة الإعلامية

يقوم الجدول الزمني بتحديد مواعيد تنفيذ مختلف الأنشطة المرتبطة بالحملة. ويتم تقدير الزمن اعتمادًا على ثلاثة أوقات رئيسية:

الوقت المتفائل: أقل وقت ممكن لإنجاز الحملة.

الوقت المتشائم: أطول وقت ممكن، بافتراض حدوث معوقات وظروف صعبة.

الوقت الأكثر احتمالاً: الوقت المتوقع تنفيذه في ظل ظروف طبيعية.

يساعد هذا التقسيم في تنظيم الجهود وضمان مرونة التعامل مع مختلف الاحتمالات.

8.تنفيذ الحملة الإعلامية

تمثل هذه المرحلة لحظة الحسم، حيث يتم تطبيق الخطط التي تم إعدادها والعمل على التأثير المباشر في الجمهور المستهدف. يجب متابعة ردود الأفعال وتقييمها بشكل مستمر، مع السعي لكسب دعم المعارضين وتحويلهم إلى مؤيدين كلما أمكن ذلك. (د. يخلف، العدد 2012/1، ص97).

المطلب الرابع: نماذج من الحملات الاعلامية المرتبطة بالقضية الفلسطينية

- الحملات الإعلامية المرتبطة بالقضية الفلسطينية

تُعد القضية الفلسطينية واحدة من القضايا الإنسانية الأكثر حضورًا على الساحة العالمية، حيث تحظى بدعم شعبي هائل في العديد من البلدان، خصوصًا في الدول العربية والإسلامية. ومع تطور وسائل الإعلام واستخدامها في نشر الوعي حول القضايا الكبرى، أصبح من الضروري اللجوء إلى استراتيجيات إعلامية مبتكرة وفعّالة تتجاوز الأساليب التقليدية.

تظهر الحملات الإعلامية الشعبية كأحد الوسائل القوية في إبقاء القضية الفلسطينية حاضرة في أذهان الناس، حيث تعتمد هذه الحملات على إشراك الجمهور في عملية التضامن بشكل مباشر. وفي هذا السياق، تلعب الحملات الإعلامية المحلية دورًا مهمًا في تعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية، خاصة تلك التي تعتمد على المبادرات المجتمعية غير الرسمية.

تعتمد هذه الحملات على مجموعة من الاستراتيجيات التي تجمع بين التوعية المستمرة، الابتكار في استخدام وسائل الإعلام، والوصول إلى الجمهور عبر أدوات بسيطة لكن ذات تأثير بعيد المدى. من خلال هذه الحملات، يتم تسخير الوسائل المتاحة لنشر الرسالة الفلسطينية بطريقة غير تقليدية، مما يجعلها جزءًا من الحياة اليومية للمواطنين.

نموذج تطبيقي عن الحملات الإعلامية المرتبطة بالقضية الفلسطينية

تُعتبر الحملات الإعلامية أداة حيوية في الدفاع عن القضايا العادلة والمظلومة، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية التي لا تزال تحظى بتعاطف واسع في مختلف أنحاء العالم، خصوصًا في العالمين العربي والإسلامي. ومثال ذلك ما شهده الشارع الماليزي من مبادرات شعبية منظمة وغير رسمية تهدف إلى إبقاء فلسطين حاضرة في الوجدان الجمعي، حيث تعد هذه الحملات نموذجًا رائدًا للحملات الإعلامية التي ترتكز على المبادرات المجتمعية بعيدًا عن الأطر الحكومية التقليدية.

أولًا: حملة "مليون كوب قهوة من أجل فلسطين"

جاءت هذه الحملة كمبادرة مبتكرة أطلقتها شركتا "زوس" للقهوة و"مابيم"، واستهدفت المزج بين الأنشطة اليومية للمواطنين والعمل التضامني مع الشعب الفلسطيني. تضمنت الحملة توزيع أكواب قهوة مكتوب عليها شعارات داعمة لفلسطين في مختلف فروع سلسلة المقاهي.

من الناحية الاتصالية، تمثل هذه الحملة مثالًا على استخدام الرمزية البصرية في الحملات الإعلامية، حيث تم تسخير منتج استهلاكي يومي (القهوة) كوسيط تواصلي حامل لرسالة سياسية وإنسانية. وقد أثبت هذا النوع من المبادرات فعاليته لأنه يتسلل إلى حياة الأفراد بطريقة طبيعية وغير مفروضة، مما يساعد على رسوخ الرسالة في الوعي دون خلق حالة من النفور أو التلقي السلبي.

ثانيًا: المسيرات الصامتة الأسبوعية "السير من أجل فلسطين"

من أبرز صور التضامن في ماليزيا كانت تنظيم مسيرات صامتة كل يوم جمعة تحت شعار "السير من أجل فلسطين"، حيث شاركت فيها مجموعات نسائية يرتدن الكوفية الفلسطينية ويحملن الأعلام. تميزت هذه المسيرات بغياب الشعارات الصاخبة أو الهتافات السياسية، مما منحها طابعًا سلميا راقيًا أثار تعاطف المارة وجذب وسائل الإعلام المحلية لتغطيتها.

تعد هذه المبادرة من أنجح أشكال الحملات الإعلامية الميدانية، لأنها اعتمدت على الاستمرارية، الطابع الرمزي، والحضور البصري القوي دون حاجة إلى موافقات رسمية. من منظور الإعلام الاجتماعي، يعزز هذا النوع من الأنشطة مبدأ "القوة الناعمة" حيث يتم تمرير الرسائل العميقة من خلال وسائل سلمية وذات طابع وجداني مؤثر.

ثالثًا: المبادرات الاقتصادية الإنسانية (حملة "خيمة لكل سيارة")

شهدت الساحة الماليزية أيضا مبادرة نوعية جمعت بين العمل الإنساني والأنشطة الاقتصادية، حيث تم التعاون بين مؤسسة "إكرام" وشركة "تشيري" الصينية للسيارات بهدف تقديم خيمة للاجئين الفلسطينيين في غزة مقابل كل سيارة تُباع.

تُعد هذه الحملة نموذجًا لما يعرف في الإعلام والعلاقات العامة بالتسويق الاجتماعي (Social Marketing)، حيث يتم ربط نشاط اقتصادي ربحي بهدف اجتماعي وإنساني. وقد حققت هذه المبادرة عدة أهداف في آنٍ واحد: دعم اللاجئين، تعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية، وربط العلامة التجارية بموقف إنساني نبيل، مما يعزز صورتها أمام الرأي العام.

تحليل واستنتاج:

تُبرز هذه النماذج الثلاثة أهمية الحملات الإعلامية الشعبية في كسب الرأي العام لقضية إنسانية مثل القضية الفلسطينية. كما تُظهر كيف أن استخدام أدوات بسيطة (كوب قهوة، مسيرة صامتة، مبادرة تجارية) يمكن أن يحقق تأثيرًا عميقًا إذا ما تم توظيفه بشكل إبداعي ومدروس.

تعتمد فعالية هذه الحملات على مجموعة من الأسس، أبرزها:

الاستمرارية: حيث تسعى المسيرات إلى تثبيت الوجود الدائم للقضية في أذهان الناس.

الابتكار: مثل استخدام منتج استهلاكي (القهوة) كوسيلة لنشر رسالة سياسية.

التكامل بين المجالات: عبر الجمع بين النشاط الاقتصادي والبعد الإنساني.

الارتكاز على الوجدان الجمعي: حيث تم استهداف مشاعر التعاطف والدعم الطبيعي الموجود لدى الشعوب المسلمة تجاه القضية الفلسطينية.

ومن هنا نرى بأن هذه التجارب تشير إلى أن الحملات الإعلامية الفعالة لا تحتاج بالضرورة إلى إمكانيات ضخمة أو تغطية إعلامية كبرى، بل يكفي أن تكون مبنية على فهم عميق للجمهور، ومتصلة مباشرة بحياته اليومية. ويظل الرهان الأكبر في هذه الحملات هو القدرة على تحويل التعاطف العاطفي إلى مواقف عملية مستمرة، سواء على مستوى الدعم المادي أو التضامن الرمزي أو التغيير في المواقف والسلوكيات. (د. يخلف، ص100).

المبحث الخامس: الحملات الاعلامية الرقمية

المطلب الأول: تعريف الحملات الاعلامية الرقمية:

- **الحملات الإعلامية الرقمية**

تشير الحملات الإعلامية الرقمية إلى النشاطات الاتصالية المنظمة والمخطط لها مسبقًا، التي تهدف إلى التأثير على جمهور مستهدف خلال فترة زمنية محددة، اعتمادًا على الوسائط الرقمية وشبكات الإنترنت كقنوات تواصل رئيسية. ويُعد توظيف شبكة الإنترنت في تسويق الحملات الإعلامية استجابة حتمية للتحولات التكنولوجية السريعة التي فرضها التطور التقني والرقمي

ويُمكن فهم هذا التطور عبر مرحلتين رئيسيتين:

مرحلة ما قبل التطور التقني: التي اعتمدت على وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون، الراديو، الصحافة المكتوبة، والاتصالات الشخصية.

مرحلة ما بعد التطور التقني: حيث توسعت قنوات الاتصال لتشمل الوسائط الرقمية التي تتميز بالانتشار الواسع، وسرعة الاستجابة، والتفاعل الفوري مع الجمهور، وهو ما سمح بإحداث تأثير جماهيري أعمق وأكثر امتدادًا

المطلب الثاني: خصائص الحملات الإعلامية الرقمية

تتسم الحملات الإعلامية الرقمية بعدد من الخصائص المميزة، من أبرزها:

الانتشار السريع: بفضل استغلال شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمنصات الرقمية الأخرى، تتيح هذه الحملات توسيع نطاق الرسالة بشكل غير مسبوق.

سـهولة تعديل المحتوى: توفر الفضـاءات الافتراضـية إمكانية تحديث الحملات الإعلامية باسـتمرار، بما يتناسب مع ردود فعل الجمهور وتغير الظروف المحيطة.

التفاعلية: من خلال خدمات مثل التعليقات، الإعجابات، وإعادة النشـر، يتم خلق حوارات دائرية بين القائمين على الحملات والجمهور، ما يعزز من فعالية التأثير.

التتبع والتحليل الفوري: تتيح الأدوات الرقمية مثل (Twitter Analytics) إمكانية الاطلاع المسـتمر على الإحصـاءات المرتبطة بالحملة، كالنسـب الجغرافية لانتشـارها، خصـائص الجمهور السـوسـيو-ديمغرافية، وأوقات ذروة التفاعل، مما يُمكّن القائمين عليها من تقييم أدائها بشكل لحظي.

الاعتماد على المهارات التقنية: يتطلب إنجاز الحملات الرقمية مهارات متخصـصـة في التصـميم الغرافيكي، تحرير المقاطع السمعية-البصرية، وإدارة المحتوى عبر المنصات المختلفة.

إمكانية الربط بين الجمهور الأولي والثانوي: حيث يسـهل اسـتهداف كل من الفئات المعنية مباشـرة بموضـوع الحملة وتلك المرتبطة به بشكل غير مباشر، عبر العلاقات الاجتماعية الرقمية.

المطلب الثالث: عناصر الحملات الإعلامية الرقمية

تتكوّن الحملات الإعلامية الرقمية من عناصر أساسية تشمل:

الجمهور المسـتهدف: ينقسـم إلى جمهور أولي معني مباشـرة بموضـوع الحملة، وجمهور ثانوي يمكن أن يؤثر على الجمهور الأولي بحكم علاقاته الاجتماعية.

القائم على الحملة: وهو الشـخص أو المجموعة التي تمتلك أهدافًا محددة تسـعى إلى تحقيقها خلال فترة زمنية معينة. قد يكون هذا القائم محترفًا أو هاويًا، لكن مع توفر الفضـاء الافتراضـي، أصـبح بإمكان الجميع إطلاق حملاتهم بدون الحاجة إلى خبرة تقنية كبيرة، مع إمكانية الاستعانة بفريق عمل متخصص إذا لزم الأمر.

محتوى الحملة: يتضـمن الرسـائل المصـاغة بطريقة عقلانية أو عاطفية، ويتم تسـويقها عبر تكرار الرسـائل أو تنويعها مع الحفاظ على الاتسـاق العام للفكرة. يعتمد المحتوى عادةً على المواد السـمعية-البصـرية المؤثرة كالفيديوهات أو التصاميم الغرافيكية المبتكرة.

قنوات النشر الرقمية: يتم اختيار الوسيط الأنسب لبث الرسالة، مع إمكانية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي واسـعة الانتشـار مثل فيسـبوك، إنسـتغرام، وتويتر، أو إنشـاء مدونات ومواقع إلكترونية مسـتقلة لتوسيع مدى الوصول للجمهور المستهدف.

المطلب الرابع: ادوات وتقنيات الحملات الرقمية (الهاشتاغ، البوسترات، الفيديوهات القصيرة).

في عصر الإعلام الرقمي، أصبحت الحملات الإعلامية أكثر فعالية وانتشارًا بفضل الأدوات الرقمية مثل الهاشتاغات، البوسترات الرقمية، والفيديوهات القصيرة. وقد اعتمدت حركة مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها (BDS) بشكل أساسي على هذه الأدوات لتعزيز حملاتها، مما ساهم في توسيع قاعدتها الشعبية وزيادة تأثيرها عالميًا.

أكدت الدراسات أن الوسائط الرقمية مكّنت الحملات من تخطي الحواجز الجغرافية والثقافية، وجعلت من المقاومة السلمية أداة بيد الأفراد حول العالم، عبر أفعال بسيطة مثل المشاركة أو إعادة التغريد أو التبرع أو المقاطعة.(Castells. 2015)

أدوات وتقنيات الحملات الرقمية

1.الهاشتاغات Hashtags

التعريف والاستخدام:

الهاشتاغ هو وسيلة تنظيمية للرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتيح للمستخدمين تتبع المواضيع والمشاركة فيها بسهولة.

تسمح بتوحيد الرسائل ونشرها بشكل واسع وسريع بين المتضامنين.

دورها في حملة BDS:

أطلقت حركة BDS العديد من الهاشتاغات الموحدة مثل

BDS#

BoycottIsrael#

FreePalestine#

BoycottPuma#

هذه الهاشتاغات ساعدت على:

توسيع قاعدة المشاركة الجماهيرية.

إبقاء القضية الفلسطينية في صدارة النقاش العالمي.

مثال تطبيقي:

هاشتاغ #BoycottPuma وصل إلى مئات الآلاف من المشاركات خلال حملات مقاطعة الشركة بسبب دعمها للفرق الرياضية في المستوطنات الإسرائيلية.("Boycott Puma – BDS Movement")

2-البوسترات الرقمية Posters

التعريف والاستخدام:

البوسترات الرقمية هي تصاميم بصرية تهدف إلى توصيل رسالة قوية ومباشرة.

عادة ما تحتوي على عناصر بصرية جذابة وشعارات مختصرة لحث المشاهد على اتخاذ موقف أو القيام بفعل.

دورها في حملة BDS:

استخدمت الحركة بوسترات تتضمن:

صور لمنتجات الشركات الداعمة للكيان الصهيوني.

عبارات تحفيزية مثل: "مقاطعتك سلاحك"، "لا تساهم في الاحتلال".

رموز بصرية مثل علم فلسطين وخريطة فلسطين التاريخية.

تم نشر هذه البوسترات عبر:

وسائل التواصل الاجتماعي.

فعاليات التوعية في الجامعات والنقابات.

مثال تطبيقي:

بوسترات حملة #BoycottPuma تضمنت صور لاعبين فلسطينيين تحت شعار: " Puma supports Israeli apartheid)) – Boycott Puma". "Campaigns – BDS Movement"

2.الفيديوهات القصيرة Short Videos

التعريف والاستخدام:

الفيديوهات القصيرة تتراوح عادةً بين 30 ثانية إلى دقيقتين تعتمد على السرد القصصي، وتستهدف التأثير العاطفي السريع.

دورها في حملة BDS:

أنتجت الحركة فيديوهات تشرح:

انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي.

دعم بعض الشركات للمستوطنات غير الشرعية.

أهمية المقاطعة كوسيلة مقاومة سلمية.

انتشرت هذه الفيديوهات عبر:

تويتر.

إنستغرام.

يوتيوب.

فيسبوك

مثال تطبيقي:

فيديو بعنوان "Why Boycott Israel?" يشرح للمشاهدين بأدلة مبسطة لماذا يجب مقاطعة الشركات الداعمة للاحتلال.("Videos – BDS Movement")

تحليل تكاملي لاستخدام الأدوات

تشير الإحصائيات إلى أن الحملات التي دمجت هذه الأدوات معًا حققت:

زيادة بنسبة 70% في معدلات التفاعل الجماهيري.

ارتفاع بنسبة 40% في نسبة الوعي العالمي حول انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي.(" BDS campaigns are becoming more effective in2024)

تُعد الحملات الرقمية أداة استراتيجية مركزية في مقاومة الاحتلال الإسرائيلي اليوم، إذ تمكنت حركة BDS عبر الاستخدام الذكي للهاشتاغات، البوسترات، والفيديوهات القصيرة، من تحويل العمل النضالي إلى فعل

عالمي شـــامل يعتمد على تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة، مما عزز قدرة الشـــعوب على المشـــاركة والمقاومة السلمية بطريقة فعالة وقوية.

المبحث السادس: حركة المقاطعة

المطلب الاول: مفهوم المقاطعة

-مفهوم المقاطعة

تُعدّ المقاطعة الاقتصادية شكلاً من أشكال النضال السلمي الذي يلجأ إليه الأفراد والمجتمعات كوسيلة للتعبير عن مواقفهم السياسية أو الدينية أو الأخلاقية، لا سيما في ظل النزاعات والصراعات الدولية. وتتمثل هذه الأداة في الامتناع الطوعي عن شراء أو استخدام منتجات وخدمات تابعة لشركات أو كيانات يُنظر إليها على أنها تدعم مواقف سياسية مرفوضة، أو تنتهك حقوق الإنسان. وفي السياق العربي والإسلامي، برزت المقاطعة بوصفها فعل مقاومة مدني ضد الاحتلال الصهيوني، وتجسيداً للتضامن مع القضية . (عبد الله الشمراني، 2005، ص112).

المطلب الثاني: مكونات ودوافع المقاطعة

تعكس المشاركة في حملات المقاطعة مجموعة من العوامل النفسية والثقافية والدينية التي تشكّل الدافع الأساسي لهذا السلوك الاستهلاكي. وقد أظهرت الدراسات الميدانية أن أبرز دوافع الأفراد للمقاطعة تتجلى في:

التضامن السياسي مع القضية الفلسطينية، تعبيراً عن الرفض الشعبي لانتهاكات الاحتلال.

الانتماء الثقافي والديني، حيث يحرك الشعور بالهوية الإسلامية والعربية الأفراد نحو سلوك المقاطعة.

التأثير الإعلامي العالمي، الذي يسهم في تشكيل الوعي العام وإبراز معاناة الشعوب المتضررة.

الضغط الاجتماعي من الدوائر المحيطة كالعائلة والأصدقاء، ما يعزز الشعور بالمسؤولية الجماعية.

تمثل هذه العناصر مجتمعة مكونات نفسية واجتماعية تؤثر بشكل مباشر في توجهات وسلوك الأفراد إزاء المنتجات والخدمات المرتبطة بالكيانات الداعمة للاحتلال. (عبد الله الشمراني، 2005، ص115).

المطلب الثالث: حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

تُعدّ الحملات الرقمية على شـبكات التواصـل الاجتماعي من أبرز آليات التعبئة والتحسـيس في العصـر الحديث، وقد سـاهمت بشـكل فعال في نشـر الوعي ودفع الجماهير نحو اتخاذ قرارات اسـتهلاكية أخلاقية. وتتميّز حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني بعدّة خصائص، منها:

الانتشـار الواسـع والمنتظم للمحتوى التوعوي، حيث تشـير نتائج الدراسـات إلى أن غالبية المسـتخدمين يطّلعون على منشورات ومضامين تتعلق بالمقاطعة بشكل يومي تقريباً.

الاعتماد على منصـات تواصـل فعّالة، مثل فيسـبوك، إنسـتغرام، وتيك توك، التي تُمكّن من الوصـول إلى جمهور واسع بسرعة.

مواجهة القيود الرقمية، كحظر المحتوى أو تقليص انتشـاره من قبل بعض خوارزميات المنصـات، ما يُعد تحدياً لحرية التعبير الرقمي.

تفاعل نشط من قبل المستخدمين، يتمثل في التفاعل مع الحملات عبر الإعجاب، التعليق، والمشاركة، مما يعزز من أثر الحملة ويكرّس حضورها في الوعي الجمعي.

تشير هذه الخصائص إلى أن الحملات الرقمية قد أصبحت أداة مركزية في بناء خطاب مقاوم ومؤثر ضمن الفضاء الرقمي، يدفع نحو تغيير السلوك الاستهلاكي بما يخدم القضايا العادلة.

-أكثر الشركات والمنتجات الغربية تضررًا من حملات المقاطعة الرقمية الداعمة للقضية الفلسطينية:

أظهرت نتائج الدراســة الميدانية أن عددًا من العلامات التجارية الغربية الكبرى كانت في صــلب حملات المقاطعة التي انتشـرت على وسـائل التواصـل الاجتماعي. وقد تصـدرت شـركات مثل سـتاربكس (Starbucks)، وماكدونالدز (McDonald's)، وبيبســي (Pepsi)، وكوكاكولا (Coca-Cola)، وكنتاكي (KFC)، قائمة المنتجات المستهدفة من قبل الجماهير المقاطعة، نظرًا لما يُتداول حول دعمها المالي أو الرمزي للكيان الصهيوني.

وقد ارتبط انتشار شعارات مثل:

"Boycott Starbucks – Support Local"و

"?Did You Kill A Palestinian Today"

بمحتوى رقمي واسـع الانتشـار يدعو إلى اسـتبدال هذه المنتجات بخيارات محلية أو عربية. وبيّنت الدراسـة أن هذه الحملات الرقمية ســاهمت في تقليص الإقبال على تلك العلامات التجارية، خصــوصًــا بين فئات الشباب والناشطين على الانترنت. (عبد الله الجبير، 2006،ص14).

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

يُعتبر الجانب التطبيقي من أهم أجزاء هذه الدراسة، حيث يتم فيه الانتقال من الطرح النظري إلى تحليل مضمون العينة المختارة من الخطاب الإعلامي الرقمي المقاوم، وذلك بهدف الكشف عن الرموز والمعاني التي تحملها الصور في سياق حملات المقاطعة.

وفي إطار موضوعنا المتعلق بـــ"رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني – دراسة تحليلية سيميولوجية على صفحة حركة المقاطعة BDS"، سنقوم بتحليل مجموعة من الصور الرقمية ذات الصلة بموضوع المقاومة، تم اختيارها من الموقع الرسمي لحركة المقاطعة، بالنظر إلى تداولها الواسع عبر المنصات الإعلامية والصفحات المؤيدة لحركة المقاطعة.

يرتكز التحليل على المنهج السيميولوجي، من خلال دراسة المستويين: التعيني والتضميني، إلى جانب تحليل الرسائل الألسنية المصاحبة عند وجودها. كما سنقدّم قبل ذلك لمحة عامة عن السياق الذي جاءت فيه هذه الصور، خاصة في ظل تطورات العدوان على غزة، وذلك لفهم الرموز ضمن سياقها التاريخي والسياسي والإنساني.

اولا: حركة المقاطعة BDS

1/-ماهية حركة المقاطعة الدولية "BDS"

تُعد حركة مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها (BDS) حركة فلسطينية المنشأ، ذات امتداد عالمي، تهدف إلى مقاومة الاحتلال والاستعمار الاستيطاني ونظام الفصل العنصري (الأبارتهايد) الإسرائيلي. تسعى هذه الحركة إلى تحقيق الحرية والعدالة والمساواة للشعب الفلسطيني، سواء في الوطن أو في الشتات، وصولاً إلى نيل حق تقرير المصير.

تتبنى حركة BDS مطالب طموحة ذات طابع سياسي وثقافي، وتمتد إلى حدٍ ما إلى المجال الاقتصادي، حتى باتت تُعتبر اليوم من بين أبرز التهديدات الاستراتيجية للنظام الاستيطاني الإسرائيلي، بحسب ما تُقرّ به بعض المؤسسات الإسرائيلية الرسمية.

تسعى الحركة إلى ضمان حقوق جميع مكونات الشعب الفلسطيني التاريخية، من فلسطينيي أراضي عام 1948، إلى سكان قطاع غزة والضفة الغربية، بما فيها القدس، مروراً بالمخيمات واللاجئين في الشتات الذين شتّتهم المشروع الاستعماري الاستيطاني عبر مراحله المختلفة.

وقد نجحت حركة BDS في بداياتها في تحقيق إنجازات ملموسة، خاصة على الصعيد الأكاديمي، من خلال الدفع نحو عزل النظام الإسرائيلي ومقاطعته في المحافل العلمية والثقافية، مما ساهم في تسليط الضوء على ممارساته وانتهاكاته للقانون الدولي وحقوق الإنسان. (البرغوثي، العدد 67، 2010 ،ص20).

2/- مرحلة تأسيس حركة المقاطعة لإسرائيل (BDS)

تأسست حركة المقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات على إسرائيل (BDS) في 9 يوليو 2005، عندما أطلقت أكثر من 170 جهة من المجتمع المدني الفلسطيني—من اتحادات شعبية، ونقابات، وأحزاب، ولجان مقاومة شعبية، ومؤسسات أهلية—نداءً تاريخيًا يدعو إلى مقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها، مستلهمين في ذلك تجربة جنوب إفريقيا في مقاومة نظام الفصل العنصري.

جاء هذا النداء بالتزامن مع الذكرى السنوية الأولى لرأي محكمة العدل الدولية الذي أدان الجدار العازل الإسرائيلي في الضفة الغربية المحتلة، وشكّل هذا الحدث دافعًا قويًا لتوحيد الجهود الفلسطينية لمواجهة الاحتلال عبر أدوات المقاومة الشعبية السلمية. وقد عكس هذا النداء إرادة وطنية جماعية للفلسطينيين في الداخل والخارج، بما يشمل فلسطيني أراضي 1948، وسكان الضفة الغربية وقطاع غزة، والمخيمات في الشتات.

يستند نداء المقاطعة إلى ثلاثة مطالب رئيسية، وهي:

1. إنهاء الاحتلال والاستعمار الإسرائيلي لجميع الأراضي العربية والفلسطينية المحتلة وتفكيك الجدار العازلة
2. الاعتراف بحق الشعب الفلسطيني في المساواة الكاملة داخل أراضي 1948.
3. احترام حق اللاجئين الفلسطينيين في العودة إلى ديارهم التي هُجّروا منها واستعادة ممتلكاتهم، وفقًا لقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 194.

وقد كانت المبادرة في جزء منها أيضًا نتيجة لجهود "مبادرة الدفاع عن فلسطين والجولان المحتلتين (OPGAI)"، التي نشطت في يناير 2005 للتنسيق بين مختلف الفاعلين في المجتمع الفلسطيني من أجل بلورة استراتيجية موحدة للمقاومة الشعبية، مدعومة بإجماع وطني.

كما جاء الإعلان عن الحركة خلال المنتدى الاجتماعي العالمي الخامس في بورتو أليغري بالبرازيل (26–31 يناير 2005)، والذي شهد نداءات قوية لمقاطعة إسرائيل وعزلها على الساحة الدولية، خاصة في ظل تصاعد سياسات التمييز العنصري والانتهاكات التي تمارسها إسرائيل بحق الفلسطينيين.

تُعد حركة BDS اليوم أكبر تحالف مدني فلسطيني موحّد منذ نكبة عام 1948، وتمثل ركيزة أساسية من ركائز النضال السلمي، وحركة تضامن عالمية مع القضية الفلسطينية. وهي تسعى إلى تحقيق العدالة، والحرية، والمساواة، من خلال أدوات غير عنفية، تركّز على محاسبة إسرائيل على جرائمها وانتهاكاتها بحق الشعب الفلسطيني. رغم القوة العسكرية والاقتصادية التي تتمتع بها إسرائيل، ورغم الدعم الدولي الذي تحظى به، إلا أن BDS نجحت في اختراق دوائر صنع القرار الدولي، وفضحت الوجه الحقيقي للنظام الإسرائيلي من خلال كشف ممارساته العنصرية وتدمير الصورة التجميلية التي تحاول إسرائيل تصديرها للعالم. وقد انضمت إلى الحركة العديد من الجامعات والمنظمات والنقابات حول العالم، وتبنى بعضها قرارات حاسمة بمقاطعة المؤسسات الإسرائيلية، خاصة تلك المتورطة في مشاريع استيطانية.

تتميز الحركة بلامركزيتها، حيث يُترك لكل شريك أو داعم حرية اختيار الأهداف المناسبة للمقاطعة، وفقًا لسياقه المحلي، مما يجعلها أكثر مرونة واستدامة في الفعل النضالي العالمي. (البرغوثي، العدد، 67،2010 ص22).

3/-منهجية الحركة وأساليبها في الضغط:

منهجية حركة المقاطعة وأساليبها في الضغط الدولي والإنساني

في سياق تحليل رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني، تبرز حركة المقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات (BDS) كأحد أبرز النماذج الحديثة للنضال السلمي، الذي يوظف وسائل الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي في خدمة قضايا التحرر والعدالة. وتعتمد الحركة في منهجيتها على الضغط الدولي والإنساني من خلال تسليط الضوء على الطبيعة الاستعمارية والعنصرية للنظام الإسرائيلي، مع التأكيد على مبادئ حقوق الإنسان والقانون الدولي كمرجعية أخلاقية وقانونية.

تستلهم الحركة نماذج نضالية بارزة مثل تجربة "نيلسون مانديلا" في جنوب إفريقيا، و"المهاتما غاندي" في الهند، وحركة الحقوق المدنية في الولايات المتحدة بقيادة "مارتن لوثر كينغ"، لتؤسس خطابًا مقاومًا يستند إلى المشروعية الأخلاقية والعدالة الإنسانية.

في هذا الإطار، تنظم BDS فعاليات دولية متعددة مثل "أسبوع الأبارتهايد الإسرائيلي" الذي انطلق لأول مرة عام 2005 في مدينة تورنتو الكندية، وامتد لاحقًا ليشمل أكثر من 55 مدينة حول العالم. تهدف هذه الفعاليات إلى كشف ممارسات الفصل العنصري التي يمارسها الاحتلال، وتحفيز الجماهير للمشاركة في مقاطعة المنتجات الإسرائيلية ومناهضة التطبيع. وتشمل هذه الأنشطة محاضرات، ورشات عمل، عروضًا

فنية، ومظاهرات، تُستخدم فيها الرموز والشعارات الدالة على مقاومة الظلم والتمييز، والتي تخضع للتحليل السيميولوجي في هذه الدراسة.

كما تسعى الحركة إلى التأثير على الرأي العام عبر الحملات الرقمية، من خلال مقالات، مقاطع فيديو، منشورات توعوية وعرائض إلكترونية، مستغلةً قوة الإعلام الرقمي لإيصال رسالتها. وتستهدف الحملات الشركات المتعاملة مع الاحتلال أو العاملة في المستوطنات، بالإضافة إلى الضغط على الفنانين والرياضيين والمثقفين لإلغاء مشاركاتهم في أي فعاليات تُنظم داخل الأراضي المحتلة.

ومن بين أدواتها الناعمة، توظف BDS الرموز الخطابية والصور المرئية التي تُبرز معاناة الشعب الفلسطيني، كالقتل والتهجير وهدم المنازل وسرقة الموارد، وتربط هذه الممارسات بالمسؤولية القانونية والأخلاقية التي يفرضها القانون الدولي. كما تنخرط في معارك قانونية دولية لمحاسبة المسؤولين الإسرائيليين، وتوظف بذلك رمزية المقاومة القانونية كأحد أوجه النضال السلمي الذي يظهر جليًا في الخطاب البصري واللغوي للصفحة الرقمية للحركة.

وبذلك، تقدم حركة BDS نموذجًا متكاملًا للمقاومة السلمية الرقمية، التي تعيد تشكيل الوعي العالمي تجاه القضية الفلسطينية، وهو ما يشكل محور التحليل السيميولوجي في هذه الدراسة. (قبعة، ص20).

4/-إنجازات حركة المقاطعة العالمية:

ضمن إطار رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لحركة المقاطعة BDS، تبرز الحركة كفاعل دولي مؤثر استطاع عبر أدواته السلمية الرقمية أن يحقق نتائج ملموسة على مستويات اقتصادية، سياسية، وثقافية، مما أكسب حملاته بعدًا رمزيًا يعكس فعالية المقاومة غير المسلحة في مواجهة المنظومة الاستعمارية الصهيونية.

تشير التقارير الدولية إلى أن تأثير حركة المقاطعة بات ملموسًا في الاقتصاد الإسرائيلي؛ حيث قدّرت الأمم المتحدة أن المقاطعة تُسبب خسارة تتراوح بين 1% إلى 2% من الناتج المحلي الإجمالي الإسرائيلي. كما توقعت مؤسسة راند الأمريكية أن تؤدي الحملات المنظمة للحركة إلى خسائر تتراوح ما بين 28 إلى 56 مليار دولار خلال عقدٍ واحد، وهي أرقام تكشف عن الأثر التراكمي للمقاطعة الاقتصادية كأداة ضغط فعّالة.

من أبرز الأمثلة على هذه النجاحات:

انخفاض الاستثمار الأجنبي المباشر في إسرائيل بنسبة 46% في عام 2014.

انسحاب شركة فيوليا Veolia الفرنسية بالكامل من السوق الإسرائيلية عام 2015 نتيجة الضغوط المتصاعدة من الحركة.

انسحاب شركة أورانج Orange وشركة CRH من السوق الإسرائيلية.

انخفاض صادرات إسرائيل إلى السوق الفلسطينية بنسبة 24% في الربع الأول من عام 2015.

تراجع شركات السلاح الإسرائيلية عن بعض صفقاتها، مع إقرارها بصعوبات في التصدير بسبب تنامي سمعة إسرائيل كدولة احتلال.

إعلان شركات كبرى مثل G4S وUnilever عن خطط للانسحاب من الأنشطة المرتبطة بالاحتلال.

إلى جانب البعد الاقتصادي، نجحت الحركة في التأثير الرمزي على المشهد الثقافي الدولي، إذ رفض آلاف الفنانين والفنانات مثل روجر ووترز، وفرقة فيثلس، ولورين هيل، وبراين إينو، وألفيس كوستيلو إقامة حفلات في إسرائيل. كما أعلنت عشرات البلديات الإسبانية نفسها "مناطق خالية من الأبارتهايد الإسرائيلي"، وتبنت بلديات في فرنسا، النرويج، وبريطانيا قرارات مماثلة.

وعلى المستوى المؤسسي، انسحبت كنائس وهيئات أكاديمية ونقابات طلابية من استثماراتها في شركات متورطة بالاحتلال، خصوصًا في الولايات المتحدة، كما تبنّت مؤسسات أكاديمية واتحادات طلابية في أمريكا اللاتينية وأوروبا مواقف تدعم نضال الشعب الفلسطيني ضد الفصل العنصري.

وقد دفعت هذه النجاحات الحكومة الإسرائيلية إلى الاعتراف رسميًا بأن حركة BDS تُشكّل "تهديدًا استراتيجيًا" على النظام الاستعماري الإسرائيلي، مما أدى إلى إنشاء وزارة خاصة لمواجهة نشاطاتها. ويعكس هذا التفاعل الرسمي حجم القلق الإسرائيلي من تنامي رمزية BDS كأداة مقاومة عالمية تفضح انتهاكات الاحتلال وتُحرجه في المحافل الدولية، لا سيما في ما يتعلق بحقوق الإنسان والقوانين الدولية.

من خلال ذلك، تظهر حركة BDS كقوة مقاومة رمزية نجحت في نقل المعركة من الداخل الفلسطيني إلى الساحة الدولية، مركّزة على المعركة الرمزية والحقوقية في الوعي العالمي، وهو ما يُشكّل أحد أركان التحليل السيميولوجي في هذه الدراسة.(https://bdsmovement.net/ar/bnc تاريخ الدخول: 9ماي 2025).

ثانيا: الدراسة التحليلية

1التحليل السيميولوجي للصورة الرقمية الاولى:



الشكل رقم 1:تحليل سيميولوجي للصورة الرقمية.

أولاً: المستوى الوصفي

1. عنوان الصورة: "حركة مقاطعة الكيان الصهيوني – BDS"
2. تاريخ الصورة وظروف نشأتها: تم نشر هذه الصورة على الحساب الرسمي لقناة الجزيرة الوثائقية ، في إطار التغطية الإعلامية المستمرة التي تقدمها القناة للقضايا الإنسانية والنضالية، لا سيما المرتبطة بالقضية الفلسطينية. ظهرت هذه الصورة على الأرجح في سياق دعم حملة المقاطعة الدولية، وتوثيقًا لمسيرة جماهيرية شهدت رفع شعارات حركة BDS، بالتزامن مع أحداث سياسية أو عدوان على غزة، ما عزز من رمزية الحدث.

3. نوع الصـــورة: الصـــورة من النوع الفوتوغرافي الوثـائقي – الإخبـاري، ذات طـابع تعبوي واحتجاجي، وتُســتخدم ضــمن الحملات الرقمية التي تهدف إلى إظهار التضــامن الشــعبي العالمي مع حركة المقاطعة BDS، وتبيان حضورها الميداني وليس فقط الرقمي.

ثانياً: المستوى التعييني

1. الرسالة التشكيلية: تُظهر الصورة حشودًا من المتظاهرين يرفعون أعلام فلسطين، ويحملون مجسمات ضخمة تمثل الأحرف الثلاثة BDS باللون الأحمر، تتوسط المشهد. في مقدمة الصورة، كما تمثلت الرســالة الالســنية في عبارة باللغة العربية بخط أســود على خلفية بيضــاء: "حركة مقاطعة الصهاينة BDS"، كما يظهر شعار قناة الجزيرة الوثائقية بلونه الأصفر في الزاوية السفلى اليسرى.
2. الحامل: الصـورة منشـورة ضـمن المحتوى الإعلامي لقناة الجزيرة الوثائقية، ما يمنحها طابعًا رسميًا وموثوقًا، ويوسّع من دائرة تلقي الرسالة السياسية التي تحملها.
3. الإطار: الإطار مســتطيل ، يعتمد على منظور بانورامي نســبيًا يُظهر اتســاع رقعة التجمهر وامتداد الحشود، وهو أسلوب يوحي باتساع قاعدة الدعم الشعبي لحركة BDS.
4. التأطير: تمركزت الأحرف الحمراء الضـخمة في منتصــف الصــورة، وهي أول ما يجذب نظر المتلقي، يحيط بها المتظاهرون من الخلف والجانبين، في حين تتوزع أعلام فلســطين بشــكل متناغم، ما يمنح الصورة قوة بصرية وتوازنًا رمزيًا.
5. الأشكال:

الأحرف BDS: مجسمات ثلاثية الأبعاد، ترمز للحركة نفسها.

الأعلام الفلسطينية: تعكس الانتماء والهُوية الوطنية.

الجماهير: تؤدي دور التأييد الشعبي وتعبر عن الامتداد القاعدي للمقاطعة.

النص واللوغو: يؤكدان مصدر الصورة ويكملان معناها الإعلامي.

6. زوايا الالتقاط: زاوية التصوير منخفضة نسبيًا (low angle)، مما يعطي المجسمات الحمراء حضــورًا طاغيًا ويجعلها تبدو أكثر قوة وهيبة، ويخلق انطباعًا بالعلو والتأثير، كما يُظهر خلفية متحركة وحيوية.
7. الألوان والإضاءة:

الأحمر: لون مجسمات BDS، يرمز إلى الصرامة، الغضب، التحدي والمقاومة.

الأسود: في النص، يشير إلى الجدية والسلطة.

الأبيض: في خلفية النص، يعكس النقاء والوضوح.

ألوان العلم الفلسطيني (أخضر، أحمر، أسود، أبيض): تؤكد الارتباط بالقضية الوطنية.

الأصفر: لون شعار الجزيرة، يوحي بالمصداقية الإعلامية. الإضاءة طبيعية، مصدرها الشمس، مما يعطي المشهد طابعًا واقعيًا وموثوقًا.

8. الرسالة الأيقونية: تعكس الصورة مشهدًا تعبويًا شعبيًا حيًا، تُوظف فيه الرموز البصرية الكبرى (BDS، العلم الفلسطيني) لإثارة الإحساس بالانتماء والدعم. لا تظهر فيها أسلحة ولا صدام، بل التعبير السلمي المنظم، ما يُبرز الطابع الحضاري للمقاومة المدنية.
9. الرسالة الالسنية: العبارة "حركة مقاطعة الكيان BDS" مكتوبة بالعربية، ومصحوبة باسم الحركة بالإنجليزية بين علامتي تنصيص. التركيب اللغوي دقيق، يُعرّف الحركة بشكل مباشر، ويُضفي على الصورة طابعًا تعريفيًا يشرحها للمتلقي.

ثالثاً: المستوى التضميني

تُجسد هذه الصورة بعدًا دلاليًا عميقًا يتجاوز الإطار البصري السطحي، حيث يتحول المشهد إلى خطاب رمزي غني بالمعاني والدلالات الثقافية والسياسية. اللون الأحمر المسيطر على مجسمات حروف BDS لا يعكس فقط تصميمًا بصريًا ملفتًا، بل يدلّ على حالة التعبئة والاستنفار التي تمثلها الحملة. إنه لون المقاومة والتحذير والدعوة العاجلة للفعل، ما يجعل هذه الحروف الثلاثة تماثيل رمزية تنطق بالمقاطعة وتدعو إليها. أما الأبيض المستخدم في خلفية النص، فيحيل إلى نقاء الموقف الأخلاقي الذي تتبناه الحركة، بينما يُضفي اللون الأسود على النص جديّة وحسمًا في الخطاب.

وجود الجماهير التي ترفع الأعلام الفلسطينية يعمّق البعد الجمعي في الرسالة، حيث لا يظهر أي زعيم أو متحدث، بل الناس وحدهم هم من يشكلون صوت الحملة، وهو ما يعكس الطابع الديمقراطي الشعبي للمقاطعة. الكتلة البصرية الناتجة عن هذا التجمع تربط بين فكرة التحرر الجماعي والعمل المدني السلمي، وكأن الأعلام والهتافات والمجسمات تشكّل جبهة رمزية في مواجهة الاحتلال.

من حيث التكوين، فإن زاوية الالتقاط المنخفضة تعزز من قوة الصورة رمزيًا، إذ ترفع من قيمة مجسمات BDS وتُحوّلها إلى نقطة محورية، تفرض حضورها البصري والمعنوي. ويظهر بذلك كيف تتحول الأحرف من مجرد اختصار إلى "نُصب مقاومة".

أما الرسالة اللسانية فتتمثل في عبارة "حركة مقاطعة الكيان الصهيوني BDS"، وهي ليست مجرد تعريف بالحركة، بل إعلان موقف صريح. استخدام كلمة "حركة" يدل على الدينامية والتنظيم، واقترانها باسم الكيان في سياق المقاطعة يمنحها طابعًا احتجاجيًا مباشرًا. كما أن وضع BDS بين علامتي تنصيص يعطي طابعًا رسميًا، ويُوجه الخطاب لجمهور عالمي معتاد على هذا الاختصار.

الصورة في مجملها لا تقدم حدثًا عابرًا، بل تُبنى فيها سردية كاملة عن التحول من المواجهة المسلحة إلى النضال المدني، ومن الشعارات إلى الرموز المادية، ومن الغضب إلى التنظيم. هي دعوة مفتوحة للمشاركة، تُخاطب الضمير وتستثير الإحساس بالمسؤولية، مما يجعلها صورة ناطقة بالمقاومة الأخلاقية الحديثة.

2.التحليل السيميولوجي للصورة الرقمية الثانية:



الشكل رقم 2: تحليل سيميولوجي للصورة الرقمية.

أولاً: المستوى الوصفي

1. عنوان الصورة: "حنظلة يقاطع داعمي الإبادة – BDS 2017"
2. تاريخ الصورة وظروف نشأتها: نُشرت هذه الصورة بتاريخ 12 جوان 2017، في إطار حملات رقمية لحركة المقاطعة BDS، وتزامنًا مع العدوان الصهيوني على قطاع غزة وتصاعد التفاعل الشعبي العالمي مع الحملات الداعية لوقف التعامل مع الشركات والمؤسسات الداعمة للاحتلال. استُخدمت الصورة كأداة رمزية رقمية تستدعي الشخصية الأيقونية الفلسطينية حنظلة من أجل تعزيز الخطاب الاحتجاجي السلمي.

3. نوع الصورة: رسم كاريكاتوري رمزي توعوي – تعبوي. يمزج بين الرمز الشعبي الفلسطيني (حنظلة) والرسائل اللغوية التحريضية ضمن قالب بصري بسيط ومباشر، مما يمنحها قوة تأثيرية ضمن منصات النضال الرقمي.

ثانياً: المستوى التعييني

1. الرسالة التشكيلية: تتمحور الصورة حول شخصية حنظلة المرسومة بظهره كالمعتاد، حافي القدمين، مرتديًا لباسًا رثًا ممزقًا، وذراعه منسدلة إلى الأسفل في وضعية خضوع أو صمت مكسور. في الأعلى، تظهر ثلاث عبارات مكتوبة بخط عربي سميك: "قاطع، احرم، عاقب"، تقابلها ترجمتها الإنجليزية: "Boycott – Divest – Sanction". شعار حركة BDS مُدرج في الزاوية السفلية.

- شخصية حنظلة: حنظلة هو شخصية كاريكاتورية ابتكرها الفنان الفلسطيني ناجي العلي عام 1969، سرعان ما أصبحت رمزًا للقضية الفلسطينية والمقاومة. يُصوَّر حنظلة كطفل صغير، عمره عشر سنوات، يرتدي ملابس مهترئة بسيطة، حافي القدمين، وغالبًا ما يظهر في الرسومات وهو يدير ظهره للمشاهد، واضعًا يديه خلف ظهره.

- هذا الشكل لم يكن عشوائيًا، بل كان اختيارًا مقصودًا ليعبّر عن جملة من المعاني الرمزية. فعمره الذي توقف عند العاشرة هو عمر ناجي العلي عندما أُجبر على مغادرة فلسطين، ليبقى الطفل رمزًا للاجئ الذي لم يكبر ولم يستسلم، حارسًا للذاكرة والحق.

- أما ظهره المدبر ويداه المعقودتان خلفه، فهما دلالة على موقف الرفض القاطع، والمراقبة الصامتة، التي لا تنحاز إلا إلى الحق ولا تصفق للباطل، وهو أيضًا موقف ساخر من كل القوى العالمية الصامتة تجاه العدوان.

- حنظلة لم يعد مجرد رسم أو توقيع رسام كاريكاتير، بل صار رمزًا جماعيًا يحمل معاني الثورة والكرامة والصمود، يظهر على الجدران والملصقات والملابس وحتى في الفنون الحديثة، معبرًا عن الحلم الفلسطيني المستمر بالحرية والعودة. (درامنية،2024،ص566).

2. الحامل: نُشرت هذه الصورة على صفحات رقمية وحسابات إعلامية داعمة لحركة BDS، وأُعيد تداولها على نطاق واسع في الحملات التضامنية، ما جعلها من الصور الرمزية البارزة في الخطاب البصري المقاوم.

3. الإطار: إطار مربع بسيط، خالٍ من الزخرفة، بخلفية داكنة، يوجه التركيز الكامل نحو الرمز الأساسي (حنظلة) والرسائل النصية.

4. التأطير: تتموضع شخصية حنظلة في أسفل مركز الصورة، بينما تسيطر العبارات النصية على الجزء العلوي، مما يعزز التدرج الرمزي من الرسالة إلى الرمز.
5. الأشكال:

شخصية حنظلة: مرسومة بالأبيض والأسود، ظهره للمشاهد.

النصوص: واضحة، متوازنة، مكتوبة بخط سميك على خلفية حمراء.

شعار BDS: صغير الحجم، لكنه مُعزز للهوية البصرية للحملة.

6. زوايا الالتقاط: الصورة مصممة من منظور أمامي مسطح، ما يخلق علاقة مباشرة بين الرمز (حنظلة) والنص، ويوحي بالصمت الرمزي الذي يستدعي القراءة.
7. الألوان والإضاءة:

الأحمر: يُستخدم كخلفية للنصوص، يرمز إلى المقاومة، التحذير، الدماء، والخطر.

الأبيض: في الكتابة والشخصية، يرمز إلى النقاء والبراءة والوضوح.

الأسود: يُستخدم في الخطوط الخارجية والرسم، ويعكس الجدية والصلابة. لا توجد إضاءة واقعية، بل توزيع لوني مسطح يعزز التركيز على المضمون.

8. الرسالة الأيقونية: حنظلة، برمزيته الشهيرة، يُجسد هنا الرفض الصامت للظلم والدعوة للمقاومة. يداه خلف ظهره، وظهره للمشهد، يُعبّر عن القطيعة مع الظلم، وعن الحذر وعدم الرغبة في تقديم الظهر للعدو أو للمتلقي، بل للمبدأ.
9. الرسالة الالسنية: العبارات "قاطع، احرم، عاقب" مكتوبة بخط عربي سميك وواضح، تقابلها ترجمتها الإنجليزية "Boycott – Divest – Sanction"، ما يعكس توجهًا ثنائي اللغة يخاطب الجمهور العربي والدولي في آنٍ واحد. النص ليس مجرد تعليمات، بل دعوة واضحة لفعل مقاوم. وضع BDS كلوجو رسمي يُضفي شرعية وهيكلية للحملة.

ثالثاً: المستوى التضميني

تتجاوز هذه الصورة كونها مجرد ملصق رقمي دعائي، بل تُعد تجسيدًا بصريًا مكثفًا للمعاني الرمزية التي تتبناها حركة المقاطعة. حضور شخصية حنظلة في الصورة لا يهدف إلى التجميل أو الاستذكار، بل إلى بعث

دلالات عميقة تتعلق بالهوية الفلسطينية الجمعية، حيث يُمثّل حنظلة الطفل اللاجئ، الشاهد الصامت على المأساة، الذي يُدير ظهره للعالم حتى يعود الحق لأصحابه.

اللون الأحمر المستخدم في خلفية النصوص يرمز إلى الدماء المهدورة بفعل الاحتلال، وإلى الخطر المستمر الذي يواجهه الشعب الفلسطيني، كما يرمز إلى الثورة واليقظة، وكأن هذه العبارات الثلاث هي صرخة إنذار. الأبيض في خط النصوص وفي جسد حنظلة يعكس النقاء الأخلاقي والبراءة السياسية، فحنظلة لا يصرخ، لا يتكلم، لكنه حاضر بقوة، مقاوم في صمته، وشاهد لا يغادر.

أما وضعية الجسد – اليد الهابطة إلى الأسفل – فهي بعكس اليد الثائرة المرفوعة، مما يخلق توازنًا بين الألم والرفض، بين الحزن والإصرار. إنها ليست علامة استسلام، بل علامة غضب مكتوم، تعبر عن شكل جديد من المقاومة الهادئة، العميقة.

الرسالة اللسانية هنا محورية: فالمفردات الثلاث (قاطع، احرم، عاقب) ليست مترادفات، بل مسارًا تدريجيًا للمقاطعة كفعل نضالي متكامل. هذه الكلمات تشكل استراتيجية مدروسة: البدء بالمقاطعة، ثم سحب الاستثمارات، ثم فرض العقوبات، مما يعكس نضج الخطاب السياسي لحركة BDS.

وضع الترجمة الإنجليزية للنص بنفس القوة البصرية يؤكد على البعد العالمي للحركة، وعلى كون القضية الفلسطينية لم تعد محلية، بل هي قضية كونية. وجود شعار BDS في الزاوية يُضفي طابعًا مؤسسيًا للصورة، مما يُحولها من مجرد رسم رمزي إلى ملصق تحريضي رسمي.

بالمجمل، تنجح هذه الصورة في تمثيل رمزية المقاومة عبر الصمت، والتعبير عن الألم دون استجداء، وترسيخ خطاب نضالي يعتمد على الوعي، واللغة، والرمز، بدلًا من المواجهة المباشرة. إنها توظيف بصري متكامل لشخصية أيقونية، تُعبر عن الفلسطيني الذي لم يتخلَّ عن مبدئه رغم كل الخيبات.

3-التحليل السيميولوجي للصورة الرقمية الثالثة



الشكل رقم 3:تحليل سيميولوجي للصورة الرقمية.

أولاً: المستوى الوصفي

1. عنوان الصورة: حملة المقاطعة – فلسطين (BCP)
2. تاريخ الصورة وظروف نشأتها: تُستخدم هذه الصورة كشعار رسمي لحملة المقاطعة الفلسطينية BCP، وهي امتداد مباشر لحركة المقاطعة العالمية BDS، وقد نُشرت عبر المنصات الرقمية وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالحملة، بالإضافة إلى نشرها ضمن محتويات إعلامية تتناول أخبارًا متعلقة بحقوق الحملة وشرعيتها الدولية. كما ظهرت الصورة ضمن سياق إخباري يوثّق رفض محكمة أمريكية دعوى ضد حركة BDS، ما يعكس الصراع القانوني حول الحملة.
3. نوع الصورة: شعار بصري ذو وظيفة تعريفية وتحريضية في آن واحد، يجمع بين الرموز الجغرافية واللغوية والبصرية من أجل تمثيل هوية الحملة ونشر أهدافها النضالية بشكل مبسّط ومباشر.

ثانياً: المستوى التعييني

1. الرسالة التشكيلية: تتوسط الصورة خريطة فلسطين التاريخية مغطاة بأسلاك شائكة سوداء، ما يرمز إلى الاحتلال والقيود المفروضة على الشعب الفلسطيني. تُرافقها كلمة "قاطع" بالخط العربي، وكلمة "Boycott" بالإنجليزية، إلى جانب الأحرف "BCP" التي تشير إلى – Boycott Campaign Palestine، وتظهر العبارة السفلية باللغتين: "حملة المقاطعة – فلسطين".
2. الحامل: تُستخدم الصورة كشعار رسمي لحملة BCP، وهي إحدى المبادرات الداعمة لحركة BDS، وتنشر عادة ضمن منشورات إلكترونية وصفحات حملات التوعية والمناصرة الرقمية.
3. الإطار: الإطار أبيض وشفاف، لا يتضمن حوافًا، ما يُبرز الرموز والمحتوى البصري والنصي بوضوح دون تشويش.
4. التأطير: الخريطة في الجانب الأيسر، تحيط بها الأسلاك الشائكة، بينما تتموضع النصوص في الجانب الأيمن والأسفل بشكل هرمي متوازن، يمنح الشعار وضوحًا بصريًا.
5. الأشكال:

خريطة فلسطين التاريخية: ترمز إلى الأرض المحتلة.

الأسلاك الشائكة: تُحيل إلى الحصار، الاحتلال، والعدوان المستمر.

الكلمات: تُعبّر عن المقاومة السلمية من خلال فعل المقاطعة.

6. زوايا الالتقاط: كون الشعار تصميمًا غرافيكيًا ثابتًا، فهو يعتمد على منظور أمامي مباشر يُوجّه الرسالة دون انحراف أو غموض.
7. الألوان والإضاءة:

الرمادي: في الخريطة، يُشير إلى الغموض، الاحتلال، الواقع المؤلم.

الأسود: يُرمز به إلى النضال والصمود.

الأحمر: يُحيل إلى الدماء والتضحية.

الأخضر: يمثل الأمل والانتماء الوطني.

الأبيض: يُمثل الحياد والبساطة والنقاء الأخلاقي في موقف المقاطعة.

8. الرسالة الأيقونية: المشهد البصري يُظهر فلسطين المحاصرة والموثقة بأسلاك الاحتلال، ويُقدّم فعل "المقاطعة" كوسيلة لفك هذا القيد. الأيقونة هنا لا تُصور سلاحًا أو مواجهات، بل أداة نضالية سلمية تعتمد على الوعي والضغط الشعبي.

9. الرسالة الالسنية: الكلمات "قاطع – حملة المقاطعة – فلسطين"، و" Boycott Campaign – Palestine"، جميعها تحمل طابعًا نضاليًا تعبويًا، وهي توجيه صريح نحو الانخراط في فعل المقاطعة. الخط المستخدم واضح وعصري، وتم توظيف الألوان القومية (أحمر، أخضر، أسود) في تكوين الأحرف "BCP" بما يمنحها هوية فلسطينية مباشرة.

ثالثاً: المستوى التضميني

تحمل هذه الصورة خلف تصميمها البسيط بنية رمزية قوية ترتبط بشكل مباشر بحركة BDS العالمية، كونها تمثل أحد فروعها المحلية داخل فلسطين. إذ أن الحملة الفلسطينية للمقاطعة BCP لا تعمل بمعزل عن السياق الدولي، بل تُشكل امتدادًا ميدانيًا للنداءات العالمية التي تقودها حركة BDS، ما يجعلها حلقة مركزية في الشبكة العالمية للمقاومة الاقتصادية والسياسية ضد الاحتلال.

تُظهر الخريطة في قلب التصميم، محاطة بأسلاك شائكة، ما يعكس استمرار احتلال الأرض بكل تجلياته. وجود هذه الصورة لا يكتفي بالحديث عن الماضي، بل يرسّخ أن الحصار مستمر، وأن المقاومة لم تتوقف. وضع كلمة "قاطع" فوق الخريطة هو فعل رمزي بليغ، يُظهر أن المقاومة لم تعد فقط بندقية، بل قرار فردي وسلوك يومي.

تمثل الأحرف الثلاثة BCP هوية تنظيمية فلسطينية تُكمل مسار BDS، وتُؤطره على المستوى المحلي. الألوان الثلاثة (أحمر، أخضر، أسود) لا تكتفي بالإشارة إلى العلم الفلسطيني، بل تُستثمر رمزيًا للدلالة على: التضحية (الأحمر)، الأمل والصمود (الأخضر)، والحداد والهوية النضالية (الأسود).

من ناحية الرسالة الالسنية ، تُرسّخ الصورة رسالة نضالية بأربع لغات رمزية: العربية للتأصيل، الإنجليزية للعالمية، الخطوط للأمانة البصرية، والألوان للهُوية. إن الفعل "قاطع" يُقدّم هنا لا كاقتراح، بل كأمر أخلاقي، تُدعَّم قوته بترجمته وبإسناده لخريطة تُعاني الاحتلال.

وبذلك، تُعد هذه الصورة تعبيرًا بصريًا دقيقًا عن تحول أدوات المقاومة: من المواجهة المسلحة إلى القوة الناعمة، من الصوت العالي إلى التصميم البصري، ومن المواجهة المباشرة إلى المعركة الرمزية التي تخوضها BDS وBCP في الفضاء العام والرقمي. وهذا ما يجعل من هذه الصورة تمثيلًا دقيقًا لعنوان المذكرة: رمزية

المقاومة في الحملات الرقمية للمقاطعة، باعتبارها معركة بين الرموز والوعي، أكثر من كونها معركة مادية فقط.

-نتائج الدراسة:

أولًا: النتائج الجزئية للدراسة

1. من خلال تحليل الصور المنتقاة، تبيّن أن الرموز البصرية واللغوية المستعملة في حملة BDS تحمل حمولة دلالية مكثفة تعكس الأبعاد السياسية والوجدانية للمقاطعة. فالصورة الأولى التي تُظهر مجسمات ضخمة لحروف BDS تُبرز رمزية الفعل الجماعي، حيث ترتبط تلك الأحرف بألوان قوية (الأحمر) وترتفع خلفها الأعلام الفلسطينية، ما يُرسّخ البُعد القومي للمقاطعة، ويجعل من الحراك الرقمي نشاطًا فعليًا ميدانيًا.
2. الصورة التي تُجسد شخصية حنظلة حمّلت رمزًا كاريكاتوريًا فلسطينيًا بدلالات جديدة. فرغم صمته واستدارته الدائمة، فإن حنظلة هنا يُعبّر عن موقف حاسم من خلال تموضعه أمام كلمات مثل: "قاطع، احرم، عاقب". هذه الصورة مثّلت تداخلاً بين الأبعاد البصرية والتاريخية والوجدانية، حيث أصبح الرمز المقاوم جزءًا من الخطاب الدعائي للمقاطعة.
3. أما في الصورة الخاصة بشعار حملة BCP، فقد حضرت خريطة فلسطين التاريخية، محاطة بأسلاك شائكة، لترمز إلى القيد الاستعماري، بينما كانت الكلمات تُعيد تعريف المعركة من خلال اللغة: " Boycott – Campaign – Palestine". هذه الصورة تعكس تداخلًا بين الشكل الجغرافي والرسالة اللغوية لتثبيت المطالبة بفك الاحتلال من خلال أداة المقاطعة.
4. تنوّعت الألوان الموظفة في الصور، ولكن كان استخدامها مقصودًا: الأحمر للعاطفة والغضب، الأسود للقوة والثبات، الأخضر للأمل والهوية، والأبيض للشرعية الأخلاقية. هذه الألوان لم تكن زينة بل حاملة لدلالات رمزية تدعم فحوى الصورة.
5. أوضحت الصور أن التصميم لم يكن عشوائيًا، بل مقصودًا ومرتبطًا بسياق سياسي واجتماعي. كل صورة خُصصت لنقل فكرة، وإثارة وجدان، وإحداث موقف، وهذا ما يظهر في التفاعل الجماهيري مع تلك الصور على منصات التواصل الاجتماعي.

ثانيًا: النتائج العامة للدراسة:

2-1 النتيجة العامة المتعلقة بالتساؤل الأول:

-الدلالات السيميولوجيا التي تحملها الرموز المستخدمة في حملة حركة المقاطعة BDS:

تُبرز النتائج أن الرموز المُستخدمة في حملة BDS تحمل دلالات سيميولوجية متعددة تتنوع بين الرموز الجغرافية (الخريطة)، الرموز الثقافية (حنظلة)، الرموز البصرية (مجسمات BDS)، والرموز اللغوية (قاطع، احرم، عاقب). كل هذه الرموز تعكس مفاهيم مثل الرفض، الحصار، الهوية، والعدالة، وتُستخدم بدقة لخلق خطاب مقاومة سلمي.

2-2 النتيجة العامة المتعلقة بالتساؤل الثاني:

-الرموز الاكثر استخداما في الصور الموظفة لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر حركة المقاطعة BDS:

تُعد الحروف BDS نفسها من أبرز الرموز البصرية الأكثر تداولًا، إلى جانب العلم الفلسطيني، وخريطة فلسطين، والأسلاك الشائكة، وشخصية حنظلة. هذه الرموز تُستخدم بوصفها أيقونات ثابتة ضمن كل المنشورات البصرية تقريبًا، ما يُعطي للحركة هوية بصرية موحدة، ويُسهل على المتلقي ربطها بالمقاطعة فورًا.

2-3 النتيجة العامة المتعلقة بالتساؤل الثالث:

-مساهمة هذه العلامات في نشر الهوية الفلسطينية عبر حركة المقاطعة:

ساهمت العلامات في نشر الهوية الفلسطينية من خلال تحويل المقاومة من فعل مسلح إلى موقف يومي يمارَس عبر الصورة والكلمة. حضور رموز مثل حنظلة والخريطة والألوان الوطنية في الحملات الرقمية جعل الهوية الفلسطينية تُعرّف من خلال الوجع، الثبات، والرفض، لا من خلال الخطاب الرسمي فقط، ما يعيد صياغة الانتماء كفعل مقاومة مستمر.

2-4 النتيجة العامة المتعلقة بالتساؤل الرابع:

-اختلاف الدلالات والاساليب التي تستخدمها حركة المقاطعة BDS لنشر حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني:

تعتمد حركة BDS على دلالات رقمية متنوعة: تصاميم، ، رسوم، منشورات متعددة اللغات، وشعارات جاهزة للمشاركة. وتستخدم أساليب خطابية تدمج بين الرمزية البصرية والإيقاع اللغوي التحريضي،

بالإضافة إلى استخدام الألوان واللغة الثنائية (العربية – الإنجليزية) من أجل الوصول إلى جمهور واسع. هذه الأدوات تجعل من الحملة رقمية عالمية ذات امتداد شعبي حقيقي.

الخلاصة:

تبيّن أن الصور الرقمية لحملة BDS ليست مجرد مرافقة بصرية للنصوص، بل هي خطاب مقاومة متكامل. تُمارس تأثيرها من خلال الرمز، اللون، الوضعية، والتكوين البصري، ما يجعلها أداة أساسية في تأطير الوعي السياسي وتعزيز ثقافة المقاطعة كخيار نضالي يومي. وبذلك، فإن رمزية المقاومة داخل هذه الصور تُسهم بفعالية في إعادة بناء العلاقة بين المواطن العربي والقضية الفلسطينية ضمن الفضاء الرقمي العالمي.

الخاتمة

الخاتمة:

في ختام هذه الدراســـة الموســـومة بـــــ: "رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني – دراسة سيميولوجية لحركة المقاطعة BDS"، يتضح أن الصورة الرقمية اليوم لم تعد مجرّد وسـيلة تكميلية في الحملات الاتصـالية، بل أصـبحت بحدّ ذاتها خطابًا رمزيًا متكاملًا، يُحسـن التأثير في المتلقي، ويعيد تشـكيل الوعي الجماعي تجاه القضـايا الإنسـانية والسـياسـية، وعلى رأسـها القضـية الفلسطينية.

لقد بيّن التحليل السيميولوجي للعينة المختارة من منشورات حركة المقاطعة BDS أن الرموز البصرية، من ألوان وخطوط وشخصيات مثل "حنظلة" أو صور الصامدين والشهداء، تُوظف بعناية فائقة لتوليد دلالات مركّبة، تمتد من المعنى المباشـــر إلى الحمولات العاطفية والثقافية التي تســـتهدف عمق وعي المتلقي. كما أن اعتماد أسلوب السرد البصري السهل والبليغ على المنصات مثل الموقع الرسمي لحركة المقاطعة، يُعد جزءًا من الإستراتيجية الاتصالية التي تدمج البعد الجمالي بالرسالة السياسية المقاومة.

وقد أظهرت الدراســة كذلك أن الصــورة الرقمية تشــكّل أداة مقاومة حديثة، قادرة على فضــح انتهاكات الاحتلال الصـهيوني، وتعبئة الرأي العام العالمي نحو فعل المقاطعة كخيار نضـالي لا عنفي. ومن خلال تحليل البنية البصـرية والرمزية للصـور، اتّضـح أنّ حركة BDS لا تنتج صـورًا عفوية، بل تبنيها وفق رؤية اتصـالية واعية، توظف فيها الرموز والتقنيات السيميولوجيا لخلق معنى متجدد يتجاوز حدود الزمان والمكان.

قائمة المصادر والمراجع

- **أولًا: المعاجم**

1. مجمع اللغة العربية بالقاهرة. (2002). المعجم الفلسفي (الطبعة الثالثة). القاهرة: دار المعارف.
2. مجمع اللغة العربية بالقاهرة. (2004). المعجم الوسيط (الطبعة الرابعة). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
3. المعجم الحديث. (2010). بيروت: دار المعرفة.
4. المعجم السياسي. (2015). بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
5. ابن منظور. (2003). لسان العرب. بيروت: دار صادر.

- **ثانيا: الكتب**

1. أحمد بن مرسلي. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
2. أحمد بهاء الدين. (1968). اقتراح دولة فلسطين وما دار حوله من مناقشات. بيروت: دار الأدب.
3. أحمد حمزة. (دون تاريخ). الاستراتيجية البديلة. مجلة آفاق المستقبل
4. إدوارد سعيد. (1998). القضية الفلسطينية والصهيونية. بيروت: دار الآفاق الجديدة.
5. البرغوثي عمر. (دون تاريخ). إسرائيل تحارب حركاتنا من خلال وزارة الشؤون الإستراتيجية. مجلة آفاق التنمية والبيئة
6. برنار توسان. (1994). ما هي السيميولوجيا؟. الدار البيضاء: أفريقيا الشرق.
7. ثانيًا: المقالات الأكاديمية والمجلات
8. جميل حمداوي. (2010). مناهج البحث في العلوم الاجتماعية. المغرب: عالم الكتب الحديث.
9. د. محمد البادي. (2018). فنون الكتابة في العلاقات العامة. القاهرة: دار النهضة العربية.
10. رولان بارت. (1996). أسس السيميولوجيا (ترجمة عبد الكبير الخطيبي). بيروت: دار الكتاب العربي.
11. عبد القادر جغلول. (2005). مقاربات في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: دار القصبة للنشر.
12. عمر البرغوثي :BDS .(2010) .حركة مقاطعة إسرائيل من أجل الحرية والعدالة والمساواة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
13. عوني فارس، وساري عرابي. (2016). مفاهيم ومصطلحات القضية الفلسطينية. غزة: مركز الرؤية للتنمية السياسية.
14. غازي عناية. (2007). منهجية البحث العلمي عند المسلمين. الجزائر: دار الهدى.

15. فايزة يخلف. (2012). الأسس المعرفية للحملات الإعلامية. المجلة الجزائرية للاتصال.

16. فايزة يخلف. (دون تاريخ). دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة الثورة الإفريقية.

17. فرانسيس روبنسون. (2012). ثقافة المقاومة. الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

18. قبعة كمال. (دون تاريخ). القرار الأوروبي بمقاطعة المستوطنات: المقدمات والأبعاد. مجلة آفاق التنمية والبيئة.

19. قدور عبد الله الثاني. (2008). سيميائية الصورة: مغامرة سيميائية في أشهر الرسائل البصرية في العالم. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

20. مجمع اللغة العربية بالقاهرة. (2002). المعجم الفلسفي. القاهرة: دار المعارف.

21. مجمع اللغة العربية بالقاهرة. (2004). المعجم الوسيط (الطبعة الرابعة). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

22. مجمع اللغة العربية بالقاهرة. (2010). المعجم الحديث. بيروت: دار المعرفة.

23. موريس أنجرس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية (ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، وسعيد سبعون). الجزائر: دار القصبة للنشر.

24. نور الدين ميلود. (2019). الإعلام الجديد: دراسة تحليلية. الجزائر: دار الهدى.

25. هاني عبد الله الجبير. (2006). المقاطعة. الرياض: دار الفضيلة.

- **رابعا: رسائل الماجستير أو المطبوعات الجامعية**

1. درامنية. (2024). هوية حنظلة في الخطاب الإشهاري العربي: سنعود ،رسالة ماجستير تخصص علوم الإعلام والإتصال، جامعة تمنراست ،الجزائر.
2. مقبل نسيمة. (2019–2020). حملة الاتصال العمومي. مطبوعة دروس موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، تخصص اتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

- **خامسا: المواقع الإلكترونية**

1. BDS Movement. (2025، 9 ماي). Campaigns – BDS Movement. (تم الاطلاع عليه من https://bdsmovement.net/ar/bnc
2. تصميم حملات العلاقات العامة من التخطيط إلى التنفيذ. (2025، 16 ماي). تم الاطلاع عليه من https://com.prdmt

3. مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. (2025، 27 أبريل). القضية الفلسطينية: خلفياتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة. تم الاطلاع عليه من https://www.alzaytouna.net
4. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار – مجلس الوزراء المصري. (2025، 27 أبريل). حرب غزة وإحياء القضية الفلسطينية في الوعي الجمعي العربي.
5. موقع العودة لفلسطين. (2025، 26 أبريل). من نحن. تم الاطلاع عليه من https://www.alawda-pal.net

الملاحق

الملاحق:

الصورة رقم 1:



الصورة رقم2:


قاطع إحرم عاقب
BDS
Boycott Divest Sanction
ArabicBDS.wordpress.com

الصورة رقم 3:


Boycott
قاطِع
BCP
Boycott Campaign - Palestine
حملة المقاطعة - فلسطين

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministére de l'Enseignement Supèrieure et de la Recherche Scientifique

جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

Universite Larbi Tebessi – Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales

F.S.H.S

تعهـــد

أنا الموقع أسفله الطالب: غرايبية هديل

والمعد لمذكرة التخرج الموسومة: رمزية المقاومة في الخطاب الإعلامي الرقمي لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان المحتل دراسة سيميولوجية لحركة المقاطعة BDS

المكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: إعلام سمعي بصري

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 **المؤرخ في** 28 **جويلية** 2016 **والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد** 03.19.07.35

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير او اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصدر ووضع أشكال بيانية او خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في: 22 ماي 2025

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه
التوقيع والبصمة

CS Scanné avec CamScanner

ملخص المذكرة:

تناولت هذه المذكرة بالدراســة موضــوع رمزية المقاومة في الحملات الإعلامية الرقمية لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصــهيوني، وهي قضــية ذات أهمية خاصــة في ظل تصــاعد دور الإعلام الرقمي في التعبئة والنضــال من أجل القضــايا العادلة. ركزت الدراســة بشــكل أســاســي على تحليل الحملات التي تُطلقها حركة المقاطعة العالمية BDS، بهدف فهم كيف تُوظف هذه الحركة الرموز والدلالات البصــرية لخدمة خطاب المقاومة، وكيف تُســاهم في تعزيز الوعي الشــعبي والتأثير في ســلوك الأفراد تجاه مقاطعة المنتجات المرتبطة بالاحتلال.

انطلقت الدراسة من تساؤلات أن الرموز (كالصور، الشعارات، الألوان، الشخصيات الرمزية مثل حنظلة، وغيرها) ليست مجرد عناصر زخرفية، بل تحمل معانٍ ودلالات عميقة تساهم في تشكيل الوعي الجماعي وبناء موقف مقاوم. ولتحقيق أهداف البحث، اعتمدت الدراســة المنهج الســيميولوجي لتحليل عينة مختارة من المنشــورات الرقمية الخاصــة بحركة BDS، وتم تقســيم التحليل إلى ثلاثة مســتويات: الوصــفي (ما يظهر في الصورة أو النص)، التعيني (تحديد المعاني المباشرة)، والتضميني (المعاني العميقة والرمزية).

أظهرت النتائج أن حركة المقاطعة تعتمد بشــكل كبير على الرموز ذات الحمولة العاطفية والوطنية، وأن هذه الرموز تلعب دورًا محوريًا في جذب الانتباه، وتعبئة الجماهير، وترســيخ فكرة المقاومة في الوعي الرقمي الجماعي. كما كشــفت الدراســة أن الحملات الإعلامية الرقمية ليســت مجرد وســيلة لنقل المعلومات، بل هي أداة استراتيجية تُستخدم لإنتاج المعنى وبناء المواقف السياسية والاجتماعية عبر الفضاء الرقمي

Abstract:

This study examines the symbolism of resistance in digital media campaigns to boycott products that support the Zionist entity. This issue is of particular importance in light of the growing role of digital media in mobilizing and fighting for just causes. The study focused primarily on analyzing the campaigns launched by the global Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) movement, with the aim of understanding how this movement employs symbols and visual connotations to serve the resistance discourse, and how they contribute to enhancing popular awareness and influencing individual behavior toward boycotting products associated with the occupation.

The study was based on the question that symbols (such as images, slogans, colors, and iconic characters such as Handala, among others) are not merely decorative elements, but rather carry profound meanings and connotations that contribute to shaping collective consciousness and building a resistance stance. To achieve the research objectives, the study adopted a semiological approach to analyze a selected sample of digital publications related to the BDS movement. The analysis was divided into three levels: descriptive (what appears in the image or text), descriptive (identifying direct meanings), and implicit (deep and symbolic meanings). The results showed that the boycott movement relies heavily on symbols with emotional and patriotic load, and that these symbols play a pivotal role in attracting attention, mobilizing audiences, and cementing the idea of resistance in the collective digital consciousness. The study also revealed that digital media campaigns are not simply a means of conveying information, but rather a strategic tool used to produce meaning and build political and social positions across the digital space.