

اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م. (دراسة تطبيقية على حملات المقاطعة وشجب الإبادة الجماعية للشعب الفلسطيني)

د/مرشا عبد الحميد جاد الله
مُدَرس العلاقات العامة والإعلان
معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال

أ.م.د/مرمضان إبراهيم محمد
أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد
كلية الإعلام - جامعة الأزهر

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة جمهور الشباب المصري عينة الدراسة للحرب الفلسطينية ٢٠٢٣ م على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) ومعرفة أشهر الحملات الرقمية التي تدعو للمقاطعة، اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تطبيق استمارة استبيان على مجموعة قوامها (٤٠٠) مفردة من شباب الجامعات المصرية (جامعة القاهرة - جامعة الأزهر - جامعة الإسكندرية - جامعة الزقازيق) والتحليل الكيفي لصفحة BDS Egypt للمقاطعة وقياس اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم القضية



الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م، كدراسة ميدانية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

١- أفادت الأغلبية العظمى بالموافقة على متابعة الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة للعام ٢٠٢٣ م بمعدل نعم أتابع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٢.٨٦) بانحراف معياري (٠.٤٠)، وأهمية نسبية (٩٥.٣٣%)، فبلغت نسبة (نعم اتابع) حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) (٨٧.٨%)، اما (أتابع إلى حد ما) بلغت (١٠.٣%)، وأخيراً نسبة (لا أتابع) (٣.١%)، مما يدلنا على أن القضية الفلسطينية هي القضية الأم والمركزية داخل المجتمع المصري الذي ينظر إلى القضية الفلسطينية على جزء جوهري من النزاع العربي الإسرائيلي.

٢- أشارت عينة الدراسة إلى أهم المنصات التي تدعو إلى المقاطعة على صفحات التواصل الاجتماعي على الترتيب (الفيس بوك)، (X توتير سابقاً)، (انستجرام)، بنسب (٦٦%) (٣٠.٨%)، (٢٥.٣%) حيث تعتمد هذه الصفحات في الغالب على ما يقدمه الأشخاص بشكل شخصي من صور أو مادة مصورة التقطها أحدهم عبر الهاتف المحمول كيفية دعمه لكافة أشكال لمقاطعة الرقمية على صفحاتهم الشخصية.

٣- كانت أشهر حملات المقاطعة الرقمية التي يتابعها جمهور الشباب المصري عينة الدراسة على الترتيب (حملة مقاطعة ضد مكدونالدز وكنتاكي ستاربكس والعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل)، (حملة مقاطعة منصات شركة ميتا المالكة لفيس بوك وإنستغرام وواتساب) (حملة مقاطعة ضد العلامة التجارية Zara) بنسب (٧٥.٥%)، (٣٣%) (٣٢.٥%)، هنا يتضح أن للمقاطعة أثر سلبي على الاستثمارات الأجنبية المستقبلية، "ولا سيما السوق المصري الذي يضم ١٠٠ مليون مستهلك، والمنطقة العربية التي تحتوى على أكثر من

٤٠٠ مليون مستهلك، فمن مصلحة المستثمرين الأجانب الاحتفاظ بتلك الأسواق.

٤- أشارت النتائج أن المتوسط العام لإجمالي محور (إلى أى مدى أثرت حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور بالحرب الفلسطينية، بلغ (٣.٨٨)، بانحراف معياري قدره (٠.٨٠)، وبأهمية نسبية (٧٧.٧١%)، وهذا يعنى أن اتجاهات مفردات العينة نحو إجمالي المحور تميل إلى درجة الموافقة. هذا وقد تراوحت المتوسطات الحسابية من (٣.٧٤ إلى ٤.٠٥) وبأهمية نسبية من (٧٤.٨٠% إلى ٨١%). حيث فضحت المقاطعة الرقمية أفعال وجرائم الكيان الصهيوني في سياسية التجويع والقتل العمد والإبادة الجماعية وما يخفيه من سيناريوهات التهجير القسري إلى سيناء واستفزاز الجانب المصري، إلا أنه بفضل القيادات السياسية والحنكة المصرية بمعرفتها بفن التعامل مع الألاعيب السياسية الصادرة من دولة الكيان.

٥- اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة نشر الأكاذيب والافتراءات التي يصرح بها الجيش الإسرائيلي عن الشعب الفلسطيني وفصائل المقاومة على صفحات الفيس بوك، وشرح كذب إسرائيل وكافة ادعاءها وتمتع كافة المنشورات باللغتين العربية والإنجليزية عن طريق استخدام الصور الحية والكارتيير وصور الانفوجراف وفيديوهات الفديوجراف.

الكلمات المفتاحية: الحملات الرقمية (المقاطعة)- شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)- حرب غزة ٢٠٢٣م.



Attitude of Egyptian youth towards the role of digital campaigns on social media in supporting Palestine during the 2023 Gaza war.

An empirical study on boycott campaigns

Dr. Ramadan Ibrahim Mohamed

Dr. Rasha Abdel Hamid Gad Allah

Abstract

The study aimed to explore the extent of following the Egyptian youth audience to the Palestinian war in 2023 on social media (Facebook) and to identify the most famous digital campaigns calling for a boycott. The study grounded on the survey method by applying a questionnaire form to a group of (400) respondents from Egyptian university youth (Cairo University- Al-Azhar University- Alexandria University- Zagazig University) and qualitative analysis of the BDS Egypt page for boycott Western products and measuring the attitudes of Egyptian youth towards the role of digital campaigns on social media networks in supporting the Palestinian cause during the 2023 Gaza War, as a field study. The study concluded with some important results:

- 1- The majority reported agreeing to follow the Israeli war on the Gaza Strip in 2023, as mean was (2.86) with a SD of (0.40), and the percentage of (yes, I follow) the digital boycott campaigns on social media (Facebook) was (87.8%), while (I follow campaign sometimes) was (10.3%), and finally the percentage of (I do not follow) was (3.1%), which indicates to us that the Palestinian issue is the main and central issue within Egyptian society, which views the Palestinian issue as an essential part of the Arab-Israeli conflict.
- 2- The participants indicated the most important platforms calling for a boycott on social media pages, in order: (Facebook), (X), (Instagram), at rates of (66%) (30.8%), (25.3%), as these pages depend on what users personally provide of photos or video material taken by one of them via a mobile phone, how they support all forms of digital boycott on their pages.
- 3- The most famous digital boycott campaigns followed by the participants were, in order, (a boycott campaign against McDonald's,

Kentucky, Starbucks, and brands that support Israel), (a boycott campaign against Meta platforms, owners of Facebook, Instagram, and WhatsApp), and (a boycott campaign against the Zara brand) at rates of (75.5%), (33%), and (32.5%). That indicates that the boycott hurts future foreign investments, "especially the Egyptian market, which includes 100 million consumers, and the Arab region, which contains more than 400 million consumers. It is in the interest of foreign investors to retain those markets.

- 4- The results indicated that the mean of the phrase (to what extent did the digital boycott campaigns on social media pages affect the formation of the public's attitudes and knowledge about the Palestinian war) reached (3.88), with SD of (0.80), which means that the sample's attitudes towards the phrase tend to the degree of approval. The digital boycott exposed the actions and crimes of the Zionist entity in the policy of starvation, premeditated killing, and genocide, and what it hides of scenarios of forced displacement to Sinai and provoking the Egyptian side, but thanks to the political leadership and the Egyptian shrewdness with its knowledge of the art of dealing with the political games issued by the entity state.
- 5- The BDS Egypt page for boycotting was characterized by publishing the lies and slanders of that the Israeli army declares about the Palestinian people and the resistance factions on Facebook pages, and explaining Israel's lies and all its claims. All posts were in Arabic and English by using live images, caricatures, infographics, and video graphs.

Keywords: Digital boycott campaigns- social media (Facebook)- Gaza War 2023.



المقدمة :

شهدت منصات التواصل الاجتماعي انتشارًا بكثرة خاصة بين جمهور الشباب من مختلف الأعمار والطبقات والمستوى التعليمي والاقتصادي وأصبحت صفحات الفيس بوك أكثر رواجًا وانتشارًا بين الجمهور في طرح القضية الفلسطينية بلا قيود وأصبحت تشكل جزءًا من حياتهم اليومية خاصة بعد الهجوم الذي شنته حركة حماس على إسرائيل في ٧ أكتوبر ٢٠٢٣م، مما أدى إلى انتشار الصفحات الرقمية التي تدعو للمقاطعة ومساندة الشعب الفلسطيني.

ويعد ذلك بديل عن الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، والتي تتعاطف بشكل كبير مع الجانب الإسرائيلي، ومن ثم التحيز ضد الشعب الفلسطيني وتضخيمها لهجمات حماس، على عكس قيام إسرائيل بشن غارات جوية مكثفة على قطاع غزة مُستهدفة المدنيين والمستشفيات، فضلًا عن إجبارها لأكثر من مليون شخص على ترك منازلهم، وهو ما مثل تحولًا كبيرًا في توجهات الرأي العام الغربي نحو الأزمة.

وبالرغم من ارتفاع نسب التأييد لإسرائيل في الرأي العام الغربي- لا سيما الأمريكي -في الفترة الأولى من الحرب، فإنه مع تزايد وتيرة القصف الإسرائيلي على قطاع غزة، وسقوط الآلاف الضحايا من النساء والأطفال، وتصاعد المطالب الإسرائيلي المدعومة غربيًا بتهجير المدنيين الفلسطينيين، تحول الرأي العام الداخلي في عدة دول غربية للتنديد بالهجوم الغير متناسب لإسرائيل على القطاع، لا سيما في ظل فرض الحصار الشامل على المواطنين، وقطع خدمات الإنترنت، وتزايد العنف المستوطنين الإسرائيليين تجاه المدنيين في الضفة الغربية.

هنا تجلت أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة والمختلفة في تقديم الدعم من قبل الجمهور متمثل في شكل حركات المقاطعة والتنديد جراء ما يحدث من قصف، وبالنظر إلى تصاعد حدة التظاهرات الشعبية في مختلف الدول الغربية

والأوروبية، لم تكتف تلك المسيرات بالتعبير عن تأييدها للشعب الفلسطيني فقط، وإنما أصبحت تمارس ضغطاً شعبياً على حكوماتها للتخلي عن الدعم المطلق لإسرائيل.

عليه تأثرت توجهات الرأي العام الغربى إزاء حرب غزة بعدة عوامل، أهمها منصات التواصل الاجتماعي وخاصة صفحات الفيس بوك ومنصة X توتير سابقا بعمل العديد من الهشتاجات المختلفة للدعوة الى مقاطعة كل ما يخص الكيان الصهيونى ومساندة الشعب الفلسطينى الأبى التى أصبحت منفذاً رئيساً للحصول على المعلومات، لا سيما بين الأجيال الأصغر سناً، وهو ما مكن الشباب فى مختلف الدول الغربية من الوقوف على حجم الانتهاكات الإسرائيلية بحق المدنيين الفلسطينيين.

أولاً: الإطار المنهجى للدراسة:

الدراسات السابقة:

يُعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مهمة من خطوات مناهج البحث العلمى السليم، وتُعد من الخطوات التى ينتهجها الباحث من أجل الاستفادة المنهجية والعلمية، من تلك الدراسات تجنباً للتكرار وسعيًا نحو الإضافة ومعرفة ما تم إنجازه فى الواقع الفعلى فيما يخص موضوع الدراسة، لإكمال جوانب النقص وتحاشى التكرار، وتهتم الدراسة الحالية بعدة جوانب مهمة مختلفة منها اتجاهات الشباب المصرى نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى فى دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م. وخلال الأشهر الماضية ومع زيادة العدوان الإسرائيلى على قطاع غزة الذى أدى إلى استشهاد عدد كبير من سكان القطاع أغلبهم من الأطفال والسيدات، إلى جانب دعم بعض الدول الأجنبية لموقف إسرائيل فى عدم وقف إطلاق النار على سكان القطاع إلى أن يتم القضاء على جماعات المقاومة الفلسطينية، لذا قام الباحثان بسرد العديد من الدراسات السابقة التى تخص كافة متغيرات الدراسة، فقد هدفت دراسة (فاروق عبدالعزيز، أماني، ٢٠٢٤م) إلى معرفة تأثير التعرض لحملات مقاطعة المنتجات الأجنبية عبر شبكات التواصل الاجتماعى وتحليل السلوك الشرائى



لدى الشباب المصرى واتجاهاتهم نحو دعم الصناعات المصرية باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع المعلومات بالتطبيق على عينة عشوائية من الشباب المصرى فى محافظة القاهرة قوامها (٤٠٠) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أبرز التأثيرات المعرفية الناتجة عن متابعة الشباب لحملات المقاطعة عبر مواقع التواصل الاجتماعى عبارة " أصبحت على دراية كافية بالمنتجات الأجنبية التى تدخل ضمن إطار المقاطعة وعن الدول صاحبة العلامات التجارية الداعمة للاحتلال الصهيوني" بوزن نسبى ٩١.٣ بينما جاءت فى مقدمة التأثيرات الوجدانية عبارة " حملات المقاطعة دفعتنى لكرهية المنتجات الأجنبية" بوزن نسبى ٨٨.٣، فى حين جاءت فى مقدمة التأثيرات السلوكية عبارة " جعلتنى استغنى عن بعض المنتجات الأجنبية نهائياً. وتوصلت دراسة (اكرام، فلورا، ٢٠٢٤م) من خلال التعرف على كيفية توظيف الإنفوجراف السياسى فى تغطيته للحرب على غزة بعينة من المواقع الصحفية العربية والأجنبية؛ والتى تمثلت فى موقع (هآرتس الإسرائيلى- وموقع القدس الفلسطينى- وموقع اليوم السابع المصرى- وموقع نيويورك تايمز الأمريكى) إلى أن أكثر أهداف الإنفوجراف السياسى محل الدراسة هو الإخبار ونقل المعلومات، وتبين ان المصادر الرسمية والأجنبية لمصادر الإنفوجراف كان لها الأثر الأكبر، وأكثر الموضوعات التى قدمتها العينة كانت عن التدمير والقتل فى قطاع غزة، وكانت النسبة الغالبة من الإنفوجراف من النوع الثابت وذات تصميم متماسك، واهتمت بتقديم الشخصيات العامة أكثر من الشخصيات المشهورة. بينما هدفت دراسة (Ihssane, Wang, 2024)) . إلى استكشاف التبعات الاقتصادية لحملة المقاطعة ضد الشركات الغربية وسط الصراع بين إسرائيل وحماس، حيث أدت الاحتجاجات العالمية إلى تحولات فى سلوك المستهلك، وانخفاض المبيعات، والإضرار المحتملة بسمعة العلامة التجارية، وكشفت الدراسة إلى أن القضايا الأساسية مثل وضع مدينة القدس المتنازع عليه، وحقوق اللاجئين الفلسطينيين، والمخاوف الأمنية، والسيطرة المثيرة للجدل على الأراضى فى خلق نسيج مُعقد من التحديات التى يقوم عليها الصراع، وقد أدى ذلك إلى انخفاض المبيعات، وتغيير تصنيف المنتجات،

وتغيرات في سلوك المستهلك، مما أثر على العلامات التجارية الغربية في مصر والأردن ودول عربية أخرى ومن المتوقع أن يكون لهذا الشكل من النشاط الاستهلاكي تداعيات اقتصادية، خاصة في الدول الداعمة لإسرائيل، ولا تزال دعوات المقاطعة عبر الإنترنت مستمرة. كما هدفت دراسة (Abushbak, A. M., 2022) على أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتركيز على الصور الفوتوغرافية مما يشكل مصدرًا فعالًا للمعلومات والأخبار، خاصة فيما يتعلق بالصراع الإسرائيلي الفلسطيني بالتطبيق على منصة مشاركة الصور – Instagram وتم إجراء مقابلات شبه منظمة مع ١٠ نشطاء فلسطينيين لديهم أكثر من ١٠٠ ألف متابع، لذلك أصبح استخدام تطبيق إنستغرام لإعادة تشكيل الرأي العام المحلي والدولي تجاه الصراع الإسرائيلي الفلسطيني في القدس الشرقية وجمع الفلسطينيين المشتتين عبر الحواجز الجغرافية، وكانت مقاطع الفيديو والصور بمثابة وسائل أساسية لجذب انتباه وسائل الإعلام الدولية، وخلق وعي لدى الجمهور العالمي، توثيق الاعتداءات الإسرائيلية على أهل المدينة، وفي ظل التعتيم الإعلامي الإسرائيلي والرقابة الإعلامية المتكررة. وهو ما يتوافق مع دراسة (Sugianto, H. A., 2023) في معرفة مدى تأثير الحركات في مناصرة المشاكل التي كانت تواجهها المرأة الفلسطينية على الرغم من عقد مفاوضات السلام عدة مرات، ونتيجة لهذا الصراع فقدت العديد من النساء الفلسطينيات حقوقهن، الأمر الذي أثار تعاطف المجتمع الدولي. وقد أكدت الدراسة على تنفيذ حركة المقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات في أنحاء مختلفة من العالم بشكل مستمر، والتي طالبت باستعادة حقوق الفلسطينيين، بما في ذلك المرأة الفلسطينية، وعلى الرغم من أن هذه الحركات لم تنه الصراع، إلا أنها شهدت تعبئة الشبكات العابرة للحدود الوطنية للدفاع عن حقوق المرأة الفلسطينية والطبيعة المعقدة والاستقطابية لمناصرة حركة المقاطعة يضعها كقوة ديناميكية تعمل باستمرار على تشكيل المحادثات العالمية المحيطة بالصراع الإسرائيلي الفلسطيني والاعتبارات الأوسع لحقوق الإنسان على المسرح الدولي. كما هدفت دراسة (Makana, 2023) إلى تحليل المشاعر العربية والعالمية حول الحرب



الدائرة في غزة، وذلك خلال الفترة من ٧ أكتوبر حتى ٣١ أكتوبر، وإجراء مسحاً تحليلياً باستخدام تقنيات معالجة اللغات الطبيعية لتحليل تعليقات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي على ١.٥ مليون منشور حول حرب غزة، وتوصلت الدراسة إلى أن المشاعر العامة حول الحرب كانت في البداية متوازنة ما بين السلبية والإيجابية، وكانت نسبة من التعليقات مؤيدة لإسرائيل في الغرب و**ضد الفلسطينيين**، وتبعاً بدأت التعليقات تحمل مشاعر إيجابية ومتعاطفة مع الضحايا، وبالتحديد بعد واقعة الاعتداء على المستشفى المعمداني والمستشفى الأهلي في غزة. **في حين تناولت دراسة** (Buheji, Mohamed & Ahmed, Dunya., 2023a). أهمية المقاطعة كأداة لدعم حركات التحرر، وبما في ذلك مؤخراً حركة "تحرير فلسطين" و"أوقفوا الحرب على غزة"، مع الأخذ في الاعتبار قصص النجاح مثل مقاطعة الفصل العنصري في جنوب إفريقيا وغيرها ومعرفة الابعاد السيكلوجية للمقاطعة، وتوصلت الدراسة الى اقتراح خطط العمل جنباً إلى جنب مع مصفوفة للحفاظ على تأثير المقاطعة وزخمها حيث ينبغي أن تساعد المصفوفة في تحويل العمل الإضافي للمقاطعين السلبيين إلى مقاطعين فاعلين، ودعم حركات المقاطعة التي تسهم في دعم تحرير فلسطين مع تحقيق التوازن الأمثل بين المقاطعة أو الشراء البديل الذي يدعم المقاطعة وإيقاظ سيكلوجية الاستغناء وليس المقاطعة المؤقتة فقط، مع الحفاظ على وضوح أهداف المقاطعة لتكون أداة حادة لإنهاء الظلم على فلسطين والفلسطينيين. **في حين هدفت دراسة** (Dalakas, V., 2023) إلى التعرف على مدى تأثير الحملات الإعلامية الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي نحو مقاطعة المنتجات الامريكية بسبب مواقفها السياسية نحو قضايا العالم العربي والتعرف على الأساليب التي اعتمدت عليها حملات المقاطعة في اقناع الجمهور مستخدمة المنهج المسحي وتحليل عينة عمدية من التغريدات قوامها (٨٠٠) مادة اتصالية إلى جانب إجراء دراسة ميدانية على عينة من الجمهور قوامها (٢٩٨) مفردة، وتوصلت الدراسة الى ان خطاب الحملات الإعلامية المتعلقة بمقاطعة المنتجات الامريكية يقوم في الأساس على التركيز على المواقف السياسية السلبية

للولايات المتحدة نحو القضايا العربية والإسلامية، كما أن حملات المقاطعة بمثابة رد فعل نحو السياسة الأمريكية العدائية، ووجود علاقة طردية إيجابية نحو بين التعرض لحملات المقاطعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثير على اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بصورة العلامة التجارية.

كذلك سعت دراسة (Gangwar, A., & Mehta, T., 2022). لتحليل التغريدات السياسية المتعلقة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، تناولت الدراسة مجموعة من التغريدات السياسية ذات الصلة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، بهدف التعرف على استمالات الجمهور الأمريكي تجاه حرب غزة ٢٠٢١، عبر استخدام نمذجة الموضوعات وتحليل اللغات الطبيعية لعدد (٣٧.٥٣٠) تغريدة على موقع تويتر، خلال الفترة من ٦ حتى ٢١ مايو ٢٠٢١، وأظهرت نتائج أن الاستمالات اشتملت على استمالات سلبية وإيجابية ومحايدة تجاه الحرب، وإن كانت الاستمالات السلبية هي الغالبة، وأكدت الدراسة أهمية تحليل الاستمالات في الإسهام بشكل عام في اتخاذ القرارات المستقبلية بشأن الأحداث السياسية. وعليه هدفت دراسة (عبد محمد، أحمد، ٢٠٢٢م) إلى التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية فيما يتعلق بأزمة حى الشيخ جراح والحرب على غزة، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح، من خلال تطبيق نموذج (Van Dijk) المستخدم في تحليل الخطاب الأيديولوجي لصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية وإسرائيل تتكلم العربية، وتوصلت الدراسة إلى أن صفحة قوات الاحتلال تتعرض لهجمات من بعض المتظاهرين الفلسطينيين بدعم ممن وصفتهم بالجماعات الإرهابية المتطرفة في القدس والشيخ جراح، في المقابل اعتمدت الدبلوماسية العامة الفلسطينية على استراتيجية تحويل اللوم إلى الجانب الإسرائيلي كونه السبب الرئيس في تلك الأزمة، واعتمدت الصفحة الإسرائيلية بشكل رئيس على استراتيجية تحويل اللوم إلى الآخر.



كذلك سعت دراسة (أحمد طه، هدير، ٢٠٢١م) الى التعرف على أهم صفحات الفيس بوك التى تابعها المبحوثين لمعرفة أخبار الاشتباكات الإسرائيلية الفلسطينية ٢٠٢١م، والكشف عن دوافع استخدام المبحوثين لموقع فيسبوك لمتابعة أخبار الاشتباكات، وتعد تلك الدراسة من ضمن البحوث الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامى وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠)، وتوصلت الدراسة إلى تصدر صفحات المواقع والقنوات الإخبارية المصرية الصفحات المصرية الرسمية فى مقدمة الصفحات التى يتابعها المبحوثين بشكل دائم لمعرفة أخبار الاشتباكات الإسرائيلية الفلسطينية ٢٠٢٢م^١. وأن أهم الموضوعات الإخبارية التى تابعها المبحوثين هى تهجير الأسر الفلسطينية من منازلهم فى حى الشيخ جراح وتبرع مصر بـ ٥٠٠ مليون دولار لإعادة إعمار غزة كأحد أهم الموضوعات الإخبارية المتعلقة بشأن الموقف المصري. وعليه توصلت دراسة (سيد على عبد المطلب، إيمان، ٢٠٢١م) من خلال رصد أساليب الإقناع المستخدمة فى معالجة قضية التطبيع مع إسرائيل عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مستوى تفاعل مُستخدمى صفحات التواصل الاجتماعي مع مضامين قضايا التطبيع المُقدمة عبر الصفحات عينة الدراسة، و إجراء دراسة تحليلية على عينة قوامها (١٤٥٤) من منشورات صفحتى قناة (فرانس ٢٤) (سكاي نيوز العربية) على الفيس بوك، وتوصلت إلى تنوع الاستراتيجيات الإقناعية التى اعتمدت عليها الصفحات عينة الدراسة فى تناول قضايا التطبيع، وأن الاتجاه الغالب نحو قضية التطبيع كان الاتجاه المؤيد فى كلتا الصفحتين بنسبة ٥٦,٣%، وهو الاتجاه الذى اتخذته جميع وسائل الإعلام بهدف تحقيق الاستقرار فى الشرق الأوسط، فقد عمدت تلك الصفحات لتقديم الحجج والبراهين لإقناع الجمهور بأهمية التطبيع. بينما اتخذت دراسة (عادل علي، عبد الله، ٢٠٢١م) من حركات المقاطعة الدولية (BDS) إطلاق النداء التاريخى لمقاطعة إسرائيل وسحب الاستثمارات منها وفرض العقوبات عليها، ومقاطعة الاستثمارات الأجنبية فى المستوطنات الإسرائيلية فى الضفة الغربية مستخدماً

المقابلات الشخصية مع بعض الشخصيات التي تتأدى بالمقاطعة مستخدما المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة الى ان محوريات التجارة العالمية في الاقتصاد الإسرائيلي هي مصدر قوة وضعف في آن واحد، إضافة لذلك ان إسرائيل تأتي في المرتبة الثالثة بعد الولايات المتحدة والصين كأكثر دولة لديها شركات مدرجة ضمن مؤشر (ناسداك) كما أن لدى إسرائيل عدد كبير من الشركات المحلية التي يتم شراؤها من قبل الشركات الأمريكية مما يعرضها بالضرورة إلى مخاطر أكثر من غيرها وتراجع الاستثمارات الخارجية فيها.

في حين تناولت دراسة (Mirza, F., Ashraf, S., & Jahangir, H. B. , 2020) تأثير استخدام الدين في الحملات الرقمية على سلوك الجمهور نحو مقاطعة المنتجات الغربية من خلال تطبيق المنهج المسحي، وطبقت على عينة عمدية من الجمهور قوامها (٢١٠) الذين تعرضوا لحملات مقاطعة المنتجات للعلامات التجارية للدول العربية على إثر الرسومات المسيئة إلى (رسول الله صلى الله عليه وسلم)، توصلت الدراسة الى وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض لحملات المقاطعة الرقمية وبين التأثير على سلوك الجمهور نحو مقاطعة المنتجات الأوروبية، كما بينت أن عامل الدين كان أهم العوامل المؤثرة على الجمهور محل الدراسة نحو المقاطعة، وأشارت النتائج أن الحملات الإعلامية الرقمية كان لها تأثير مباشر على صورة العلامة التجارية بشكل سلبي مما أدى الى التأثير بشكل مباشر على سلوك الجمهور نحو المقاطعة. وهو ما يتوافق مع هدفت الية دراسة (Chaitin, J., Steinberg, S., & Steinberg, S. , 2017). في عرض وجهات نظر الإسرائيليين والفلسطينيين واليهود وغيرهم من جميع أنحاء العالم حول المقاطعة وسحب الاستثمارات والعقوبات من خلال تحليل ٢٥٧ نص (مقالات صحفية ومقالات رأي ومقاطع فيديو على موقع YouTube ورسائل البريد الإلكتروني ومنشورات Facebook وتغريدات Twitter والحملات والمواقع الإلكترونية) فيما يتعلق بالمحتوى وجودة الخطاب وتوصلت



الدراسة إلى انقسام معظم النصوص إلى مؤيدة للمقاطعة ومعارضة لها إذ رأت معظم النصوص المؤيدة لمقاطعة إسرائيل ان إسرائيل كمشروع استعماري استيطاني في حين نظر المعارضون إلى إسرائيل كدولة شرعية مع وجود استقطاب جماهيري في الخطابات.

وقد أثبتت دراسة (El Zein, Hatem & Abusalem, Ali. ,2015) ان لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على صورة إسرائيل في واشنطن وأوروبا، و أكدت حرب الخمسين يوماً الأخيرة التي شنتها إسرائيل على قطاع غزة، والتي أطلقت عليها إسرائيل اسم "عملية الجرف الصامد"، مدى أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي خلال الصراع، وإظهار التكتيكات الإعلامية للتنظيمات الفلسطينية المسلحة في غزة والمتعاطفين معها، فقد جذب هاشتاغ #GazaUnderAttack عدداً كبيراً من المتابعين مقارنة بالهاشتاغ #إسرائيل_تحت_النار خلال شهر من الحرب الأخيرة على غزة بحسب محرك بحث وسائل التواصل الاجتماعي توبسي، وان وسائل التواصل الاجتماعي قد غيرت وجه الحرب لأنها تحد من قوة وسائل الإعلام التقليدية وتسمح لطرفي الصراع باستخدام هذه الوسيلة لإضفاء الشرعية على أفعالهما ووصفها بأنها أعمال دفاعية.

التعليق العام على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

من حيث الموضوعات: تناولت الدراسات السابقة موضوع المقاطعة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحرب الإسرائيلية الفلسطينية ٢٠٢٣ والاعتداءات الوحشية والغير ادامية على سكان قطاع غزة وكيفية تناولها في وسائل الإعلام الرقمية وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، وتنوعت دوافع تلك الحملات فيما بينها، مثل دراسات دراسة (فاروق عبدالعزيز، أماني، ٢٠٢٤م)، دراسة (اكرام، فلورا، ٢٠٢٤م)، دراسة 2024، (Ihssane , Wang)، هدفت دراسة (Abushbak, A. M. ، 2022)، دراسة (Sugianto, H. A. ، 2023)، دراسة (Makana, 2023)،

دراسة (Dalakas, (Buheji, Mohamed & Ahmed, Dunya. ,2023)، دراسة (V., 2023)، دراسة (Gangwar, A., & Mehta, T. ,2022)، دراسة (عبد محمد، أحمد، ٢٠٢٢م)، دراسة (أحمد طه، هدير، ٢٠٢١م)، دراسة (سيد على عبد المطلب، إيمان، ٢٠٢١م)، دراسة (عادل علي، عبد الله، ٢٠٢١م)، دراسة (Mirza, F., Chaitin, J., Steinberg, (Ashraf, S., & Jahangir, H. B. ,2020)، دراسة (S., & Steinberg, S. ,2017)، دراسة (El Zein, Hatem & Abusalem, Ali.)، إلا إنه لم تأت دراسات لمعرفة اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م وأثر حملات المقاطعة وشجب الإبادة الجماعية للشعب الفلسطيني، على الرغم من أهميته تلك المقاطعة على الحرب وتدمير الاقتصاد للدولة الكيان الصهيوني كنوع من أنواع الضغط والقوة الفاعلة لإنهاء الحرب الغير مشروعة على غزة ٢٠٢٣م من خلال عينة من جمهور شباب الجامعات المصرية المختلفة.

من حيث الأطر المنهجية: اعتمدت معظم الدراسات على أداة تحليل المضمون كاداه رئيسية لجمع بيانات ومعظمها استخدم المنهج المسحي الدراسة، بينما استخدمت الدراسة الحالية الدراسة الميدانية لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو المقاطعة لوقف الحرب على غزة ٢٠٢٣م بجانب التحليل الكيفي لصفحة BDS المصرية التي تدعو للمقاطعة للكيان الصهيوني على صفحات فيسبوك التي تدعو وتدعم مقاطعة كافة المنتجات التي تدعم الكيان الصهيوني كنوع من أنواع الضغط الرقمي والإلكتروني لزعة الاقتصاد الإسرائيلي.

من حيث النتائج: أظهرت الدراسات السابقة الدور الذي تقوم به صفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تغطية الأحداث ومتابعتها وخاصة أثناء الأزمات السياسية والحروب، حيث تعد أحد أهم الوسائل التي تتمتع بمصداقية كبيرة وتأثير سريع وفعال على الجمهور وخاصة الجمهور المصري، وهو ما يعني أن الدراسة تُعد استكمالاً للدراسات التي تناولت أهمية تأثير الفيس بوك في تناول الأزمات والحروب بالتركيز



على الحرب غزة ٢٠٢٣، كما كشفت النتائج الى وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض لحملات المقاطعة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين الاستجابة لدعوات مقاطعة العلامات التجارية .

أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

- قلة الدراسات العربية نحو حملات المقاطعة الرقمية للعلامات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيق على عينة عشوائية من شباب الجامعات المصرية (جامعة القاهرة- جامعة الأزهر الشريف- جامعة الإسكندرية- جامعة الزقازيق).
 - تبنت الدراسات اطر نظرية متعددة منها ثراء الوسيلة والاعتماد على وسائل الاعلام والاستخدامات والاشباكات واتفقت الدراسة الحالية من حيث استخدام نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.
 - اهتمت الدراسات السابقة بقياس مدى علاقة متابعة الجمهور لحملات المقاطعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ولم تتناول تأثيرها على هدم الاقتصاد للدولة الكيان الصهيوني، فان الدراسة الحالية تناولت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) فى نشر حملات المقاطعة الرقمية وتزويد الشباب المصرى بالمعلومات المختلفة.
- استفاد الباحثان من عرض الدراسات السابقة من خلال تتبع الصراعات والأزمات بين الكيان الصهيونى والأراضى المحتلة وذلك من خلال ما قدمته تلك الدراسات من إطار معرفى ساهم فى التعرف على تاريخ الحرب بينهما، كما استفادوا من التعرف على أهمية المقاطعة كسلاح استراتيجى قوى للضغط على الكيان الصهيونى كى تقف الحرب على قطاع غزة و تحديد عينة الدراسة والتي تمثلت فى عينة من الجمهور المصرى والممثل فى شباب الجامعات المصرية (جامعة القاهرة- جامعة الأزهر الشريف- جامعة الإسكندرية- جامعة الزقازيق) والتعرف على الطرق التى تعرض بها صفحات التواصل الاجتماعى الدعوات للمقاطعة اثناء الحرب على قطاع غزة ٢٠٢٣م.

كما ساعدت الدراسات السابقة فى تصميم صحيفة الاستبيان باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بهدف جمع البيانات الخاصة بالدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

فى ظل أهمية الدور الذى يقوم به الاعلام الجديد فى تغطية الأحداث ونقلها، ارتفعت نسبة اعتماد الجمهور عليه خاصة وقت الحروب والأزمات، فلقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعى مصدراً مهماً من مصادر الأخبار لكونها أكثر تكنولوجيا الاتصال انتشاراً، ومع تزايد الصراع الفلسطينى الإسرائيلى للعام ٢٠٢٣ م وقيام السلطات الإسرائيلية بمحاولة تهجير الفلسطينيين من منازلهم بقطاع غزة، وانتهاك حرمة المسجد الأقصى وضرب المستشفيات وقتل المدنيين من الأطفال والنساء، تصاعدت حدة الاشتباكات بين الطرفين الفلسطينى الإسرائيلى؛ عليه بدأت وسائل الاعلام التقليدية والحديثة بنقل أحداث الاشتباكات، مما خلق نوعاً جديداً من الحروب وتسمى الحروب الباردة وهى حرب المقاطعة والشجب والادانة من قبل الجمهور وسائل التواصل الاجتماعى.

هنا أصبح الإعلام الجديد قوة ضغط عالمية فى الآونة الأخيرة، وصارت مواقع التواصل الاجتماعى وخاصة الفيس بوك وسيلة لتوجيه الدعوات لجمع أكبر عدد ممكن من ردود أفعال الجمهور المُستهدف للضغط على أصحاب المصالح وتغيير قراراتهم و تغيير اتجاه الرأى العام لقضية محددة وموجودة على الساحة الإعلامية، من خلال ما يسمى بالمحتوى بالرائج أو الترند الذى أصبح أداة لصناعة الرأى العام هنا تمثلت مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيس ما اتجاهات شباب الجامعات نحو الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى ودورها فى دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م؟ وذلك من خلال معرفة العلاقة بين درجة تعرض شباب الجامعات المصرية لحملات المقاطعة الرقمية ومعرفة اتجاهاتهم نحو المقاطعة.



أهمية الدراسة: (تستمد هذه الدراسة أهميتها وفقاً للعوامل الآتية).

أ- الأهمية العلمية: تنطلق الأهمية العلمية من خلال توفير مرجعية بحثية أكاديمية للعاملين بمجال البحوث الإعلامية ومدى حيوية وأهمية الفئة العمرية التي تطبق عليها الدراسة باعتبار الشباب الفئة الأكثر اقبالاً على شبكة الإنترنت، كما أنها الشريحة الأكثر استهدافاً من قبل التنظيمات المختلفة.

ب- الأهمية المجتمعية: تتناول الدراسة حقبة سياسية مختلفة، لذا تحاول تقديم التأصيل الفلسفي والكيفي لمتغيرات الدراسة حيث: تمثل صفحات التواصل الاجتماعي واحدة من أهم عناصر المقاطعة التي استخدمها جمهور الشباب عينة الدراسة وحاجة المجتمع المصري إلى دراسات علمية جادة عن إمكانات تكنولوجيا الاتصال وقدرتها على التأثير في مناقشة القضايا السياسية المختلفة لقدرتها على التأثير في المجتمع.

ج- الأهمية العملية: تُحاول هذه الدراسة إخراج العديد من النتائج التي تفيد الجمهور في تشكيل اتجاهاتهم، ووضع عدد من المقترحات التي تفيد القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي في الارتقاء بالمعالجة الإخبارية للقضايا التي تمس الحرب على قطاع غزة ومساندتهم في مواجهة العدوان الإسرائيلي الصهيوني الغاشم ودرجة تمسك الجمهور المصري بسلاح المقاطعة الرقمية والدعوة لها على جميع وسائل التواصل الاجتماعي.

د- الأهمية المنهجية: تنوعت الأدوات المنهجية المستخدمة في هذه الدراسة ما بين منهج المسح على (جمهور الشباب المصري)، بالإضافة إلى تحليل مضمون صفحة BDS المصرية على التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) التي تدعو إلى المقاطعة لكافة المنتجات والخدمات التي تدعم الكيان الصهيوني كنوع من أنواع الضغط على الرأي العام العالمي لإنهاء الحرب الغير متكافئة العناصر ووقف قتل الأطفال والمدنيين العزل.

ذ- الأهمية النظرية: تأتي من كونها إضافة إلى البحث العلمي في تأثير صفحات التواصل الاجتماعي التي تعد العنصر الفعال والسلاح القوي الذي يستخدمه الجمهور كوسيلة للضغط وتغيير الرأي العام ونشر الأفكار المستحدثة، ولا سيما في نشر العدوان

العربى الإسرائيلى وخاصة الانتهاكات الإسرائيلية على الشعب الفلسطينى وقتل المدنيين بطريقة وحشية فى حرب الإبادة الحالية وهى الحرب الإسرائيلية على القطاع فى العام ٢٠٢٣ وهو ما يسمى بطوفان الأقصى.

أهداف الدراسة تسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

أهداف الدراسة التحليلية

- ١- التعرف على صفحة BDS Egypt للمقاطعة وتوصيفها من حيث (عدد المتابعين- عدد الجهات التى يتابعها- تاريخ الانشاء-مدى وجود نبذة للصفحة)
- ٢- معرفة اهم المنشورات على صفحة BDS Egypt للمقاطعة. من حيث (منشور أصلى- منشورة معاد نشره-إجمالى عدد المنشورات خلال شهر ديسمبر ٢٠٢٣-تاريخ نشر المنشور-معدل النشر اليومى للمنشورات)
- ٣- رصد اهم الاشكال الخبرية للمنشورات من حيث (خبر-تقرير-بيان-احصائيات-رأي-تحقيق-حملات)
- ٤- تحديد محتوى المنشورات وطبيعة المعالجة واللغة المستخدمة من حيث (اللغة العربية- اللغة العامية- لغات اجنبية)
- ٥- معرفة مدى وجود روابط خاصة بالمنشورات من حيث وجود (الموقع الإلكتروني- البريد الإلكتروني-صفحة الانستجرام-تويتر وغيرها).
- ٦- رصد وتحليل اهم الأساليب الاقناعية المستخدمة على صفحة BDS Egypt للمقاطعة.
- ٧- تحليل أهداف المضمون الاتصالي من حيث (المعرفي- السلوكي- الوجداني)
- ١٠- رصد اشكال التفاعل الموجودة على صفحة BDS Egypt.



أهداف الدراسة الميدانية

- ١- الكشف عن العلاقة بين دوافع المتابعة لدى المبحوثين لحملات المقاطعة على صفحات الفيس بوك وبين متابعتهم للحرب الفلسطينية ٢٠٢٣ م.
- ٢- معرفة أشهر الحملات الرقمية المنشورة على صفحات الفيس بوك التي تدعو للمقاطعة لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م.
- ٣- معرفة درجة اعتماد المبحوثين على صفحات الفيس بوك في تشكيل اتجاهاتهم نحو حملات المقاطعة الرقمية في دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م.
- ٤- معرفة مدى اهتمام المبحوثين بسلاح المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م.
- ٥- رصد وتحليل اتجاهات ومعارف المبحوثين نحو حملات المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م.
- ٦- معرفة درجة الاستجابة لدى المبحوثين عند تعرضهم لحملات المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

(نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام)

تُعد (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كلاً من الفرد والمجتمع. (السعيد محمد عقدة، أمل، ٢٠١٣، ٨٠)

لذا تُعد هذه النظرية من أكثر النظريات الإعلام شمولاً وتوازناً، فهي تستفيد بعناصر العملية الاتصالية في تفسير عمل وسائل الاتصال الجماهيري، كما أنها تقدر قوة الإعلام والعناصر الأخرى (عكاشة، رضا، ٢٠٠٦).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على فرض رئيس وهو وجود علاقة بين وسائل الاعلام وبين النظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى الموجود فى المجتمع بشكل عام وعلى افراد ذلك المجتمع بشكل خاص (، P5 Zhang ,Xinzhi ، 2020).

ويشير مصطلح الاعتماد إلى "العلاقة التى يكون فيها إشباع الاحتياجات أو تحقيق الأهداف من قبل طرف واحد مشروطاً بموارد طرف آخر"، مما تؤثر بشكل رئيس فى اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام فى الحصول على المعلومات والأخبار بسبب قدرتها على تحقيق حاجات ورغبات الجمهور فى المعرفة بالأمور المحيطة. (Hassid, J., 2012, P212)

ويقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام فى هذه النظرية العلمية هى الدرجة التى يعتمد بها الأفراد على وسائل الإعلام من حيث كونها مصدراً من المصادر الرئيسية لتحقيقه رغبته الشخصية وتلبية حاجاته الذاتية النفسية منها والاجتماعية (Melvin Defleur, 1976, P21).

هنا يُعد تفسير (ميلفين وروكتيش) للاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً، حيث أنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعامتين رئيسيتين تتمثل فى حاجة الجمهور إلى المعلومات التى تلبي حاجاته وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف (عبد الحميد، محمد، ٢٠٠٧، ٢٥٧).

فوسائل الإعلام تمثل مصادر أساسية يعتمد عليها الجمهور فى استقاء المعلومات وتزداد كثافة اعتماد الأفراد على مصادر المعلومات بتعرض المجتمع لحالات عدم



الاستقرار والغموض في البيئة المحيطة، مثل الصراع، والكوارث الطبيعية والإرهاب، الأمر الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي حيث تسهم في إزالة المخاوف وإعادة الطمأنينة وتفسير المعلومات التي تسهل إعادة ترتيب الأوضاع الجديدة Loveless, Matthew, 2008, (P15).

فأحد افتراضات نظرية الاعتماد هي أنه كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات كلما كانوا أكثر استعدادا للتأثر بالرسالة الإعلامية على معتقداتهم وسلوكهم وصفات شخصيتهم، أي يصبحون أكثر قابلية لتأثير حملات الإعلام (Charles, 1986, P 233).

وتزداد الحياة الاجتماعية تعقيداتها بصورة كبيرة وخاصة في المجتمعات الحديثة والتي تزداد بها التقدم التكنولوجي في كافة المجالات المختلفة، حيث تزايدت وظائف الاتصال المختلفة والمتطورة من نقل الصوت (Audio) إلى الفيديو (Video) من مكان لآخر مخترقة كافة الحدود بجودة اتصالية متميزة وبصورة سريعة متطورة في نقل المعلومات (Melvin I., 1989, p240).

وقد أكدت معظم الدراسات أن نظرية الاعتماد تعد من أهم الأطر التي تساهم في دراسة وتحليل التغيرات المتمثلة في الأمور المجتمعية المحيطة مثل الأوضاع السياسية والاجتماعية وحتى التكنولوجية وعلاقتها بتغيير القيم الاجتماعية لدى الجمهور. (Mostafa, M.M., 2017, P63)) وأن الجمهور يعتمد بشكل كبير على وسائل الاعلام عندما يكون هناك غموض فيما يتعلق بقضية معينة موجودة في المجتمع، حينئذ يزداد الاعتماد للحصول على المعلومات لإزالة الغموض المتعلق بتلك القضية (Jorgenson, A.K., 2014, P 848)

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين:

• **الأهداف:** حتى يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم الاعتماد على مصادر يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح. (عماد مكاوي، حسن، عبد المجيد، ليلى، ١٩٩٨، ٩٠)

• **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات المختلفة إلى المصادر المتنوعة والتي تحقق أهدافهم الشخصية والاجتماعية، وتُعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات لبلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أشكال من مصادر المعلومات يتمثل في جمع المعلومات وتنسيقها وتصنيفها. (السعيد محمد عقدة، أمل، ٢٠١٣، ٧٩)

عليه وظف الباحثان نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام فى الدراسة الحالية:
بههدف معرفة اتجاهات الجمهور من الشباب الجامعات المصرية فى استخدام أسلوب المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيونى من خلال الحملات الرقمية التى أطلقت على مواقع التواصل الاجتماعى (فيسبوك) عينة الدراسة خلال الحرب غزة ٢٠٢٣ م والتعرف على طبيعة اتجاهات المقاطعة الرقمية عبر الصفحات والتى من خلالها تشكل اتجاهات الجمهور الرقمية نحو تلك الحرب سواء كانت بالتأييد أو بالرفض.

تساؤلات الدراسة

١-ما مدى متابعة جمهور شباب الجامعات المصرية للحملات المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك اثناء حرب الفلسطينية ٢٠٢٣م؟

٢-ما درجة اعتماد جمهور شباب الجامعات المصرية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م؟



- ٣- ما أشهر حملات المقاطعة الرقمية التي يتابعها جمهور شباب الجامعات المصرية على صفحات الفيس بوك؟
- ٤- هل للمقاطعة الرقمية على صفحات التواصل الاجتماعي دورا مؤثرا في اتجاهات جمهور شباب الجامعات المصرية على صفحات الفيس بوك؟
- ٥- ما مدى اهتمام المبحوثين بسلح المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م؟
- ٦- ما اتجاه جمهور شباب الجامعات المصرية نحو حملات المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م؟
- ٧- ما درجة الاستجابة لجمهور شباب الجامعات المصرية عند تعرضهم لحملات المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م؟
- ٨- ما الدور الذي يقوم به جمهور شباب الجامعات المصرية عند تعرضهم لحملات المقاطعة الرقمية على صفحات الفيس بوك لدعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م؟

فروض الدراسة:

- ١- الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين اتجاهات شباب الجامعات نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م.
- ٢- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات

الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م.

٣-الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة (النوع /العمر/ السنة الدراسية/ الجامعة) واتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية.

٤-الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض شباب الجامعات لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين إدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير الحملات الرقمية على الاقتصاد الإسرائيلي.

٥-الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.

٦-الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة (النوع / الجامعة) وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.

نوع ومنهج الدراسة

تتنمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية Descriptive Study، التى تتجه الى وصف الظاهرة التى ندرسها كما هى فى الظروف التى تتواجد فيها وهى اتجاهات الشباب المصرى نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى فى دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م، كدراسة تطبيقية على حملات المقاطعة وشجب الإبادة الجماعية للشعب الفلسطيني. **واعتمدت على:**

منهج المسح: الذى يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة فى وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات



المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها. (عبد الحميد، محمد، ٢٠٠٤، ١٥٨)

من خلال مسح عينة من جمهور شباب الجامعات المصرية، وجمع البيانات والمعلومات حول الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م، مستخدماً أيضاً منهج تحليل المضمون الكيفي لتحليل (صفحة BDS Egypt للمقاطعة)

مجتمع وعينة الدراسة يتحدد مجتمع الدراسة في الآتي:

مجتمع الدراسة الخاص بجمهور الشباب المصري من مختلف الجامعات المصرية عينة ميدانية أيضاً، وصفحة BDS Egypt للمقاطعة الرقمية على الفيس بوك كعينة تحليلية كيفية.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية الخاصة بجمهور الشباب الجامعات المصرية وهى عينة عشوائية مكونة من (٤٠٠) مفردة من الذكور والإناث وتتراوح أعمارهم ما بين ١٧-٢٥ عاماً.

جامعة القاهرة: تم اختيارها لتمثل جامعات العاصمة، وباعتبارها الجامعة الأم وأقدم الجامعات المصرية.

جامعة الأزهر: نظراً لأهمية الأزهر ودوره في المساندة للقضية الفلسطينية منذ القدم.

جامعة الزقازيق: تم اختيارها لتمثل أكبر وأقدم الجامعات الإقليمية.

جامعة الإسكندرية: تم اختيارها لتمثل جامعات الوجه البحري.

حدود الدراسة وتتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة الحالية على معرفة " اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م، كدراسة تطبيقية على حملات المقاطعة وشجب الإبادة الجماعية للشعب الفلسطيني.

الحدود الزمنية: وتم تطبيق هذه الدراسة خلال الفترة من (٢٠٢٣/١٠/١٦ إلى ٢٠٢٣/١١/٢٥م). نظراً لندهور الاحداث على السياسية تجاه الحرب على قطاع غزة ٢٠٢٣. وتم تحليل محتوى صفحة BDS Egypt للمقاطعة، وطبقت الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية (٢٠٢٣/١٢/١ إلى ٢٠٢٣/١٢/٣١م).

الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على عينة عشوائية من جمهور شباب الجامعات المصرية (جامعة القاهرة – جامعة الإسكندرية – جامعة الزقازيق) وتراوح أعمارهم ما بين ١٧-٢٥ عاماً.

وعليه قام الباحثان بإعداد استمارة استبيان ومقياس خاص بالاتجاهات وتشكيل معارف الجمهور نحو الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣، وطبقت الاستبانة بشكل الكتروني من خلال جوجل درايف (Googol Drive).

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحثان على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات الخاصة بالدراسة الميدانية والتعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣، واستخدام تحليل المضمون الكيفي لصفحة BDS Egypt للمقاطعة كدراسة تطبيقية على حملات المقاطعة وشجب الإبادة الجماعية للشعب الفلسطيني.



اختبار الصدق والثبات لأدوات الدراسة:

اختبار الصدق (Validity): ويعنى أن الأداة (المقياس أو الاختبار) تبدو بوضوح على أنها تقيس الموضوع الذى صممت لقياسه، ويتفق تمامًا مع الغرض منه، وقد تم قياس صدق الأداة من خلال فحص بالغ الدقة لأداة جمع البيانات من حيث المحتوى والصياغة اللغوية، بحيث تكون لغة البنود-الأسئلة ومحتواها والاستجابات عليها تبدو أنها تقيس الموضوع المراد قياسه، كما تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين من ذوى الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعات للتأكد من صدق الأداة.

اختبار الثبات (Reliability): الثبات معناه أن تكرر تطبيق الأداة على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة، اعتمد الباحثان على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test بعد فترة زمنية مدتها ١٥ يومًا وذلك من خلال تطبيق الاستمارة مرة أخرى، باستخدام معامل الفا كرونباخ (Alpha cronbach)، لقياس ثبات المحتوى لمتغيرات " اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى فى دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م"، قد بلغ (٠.٨٥٢)، ما يدل على الثبات المرتفع الذى انعكس أثره على الصدق الذاتى (الذى يمثل الجذر التربيعى لمعامل الثبات)، فبلغ (٠.٩٢٣). وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (١)

معامل الثبات والصدق الذاتى لمتغيرات " اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى فى دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م" باستخدام معامل الفا كرونباخ"

Alpha cronbach

المتغيرات	معامل ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق
اجمالي: متغيرات " اتجاهات الشباب المصري نحو دور الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى فى دعم القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣م"	٠.٨٥٢	٠.٩٢٣

التعريفات والمفاهيم الإجرائية:

الحملة الرقمية (المقاطعة): هي عبارة عن أداة تُستخدم للتغيير الاجتماعي والامتناع الاختياري والمتعمد عن الاستخدام أو الشراء أو التعامل مع شخص أو منظمة أو بلد كتعبير عن الاحتجاج لأسباب أخلاقية أو اجتماعية أو سياسية أو بيئية. (**social media, 2020**)

ويعرفها الباحثان: على أنها الرفض المُخطط له من قبل الأفراد والمجموعات المُختلفة والمتباينة للضغط على شركات أو علامة تجارية أو دولة معينة أو مجموعة معينة، من أجل الحصول على تنازلات أو التعبير عن الاستياء من أجل زعزعة الاستقرار الاقتصادي لدولة الكيان الصهيوني ووقف نزيف الحرب.

شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك): تشير مواقع التواصل الاجتماعي إلى المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الإنترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة (Kaplan , Andreas M. ,2010, P 59)

ويعرفها الباحثان بأنها تقنية تُسهّل تبادل الأفكار والمعلومات والتواصل بين المجتمعات الافتراضية، وتُمكن المستخدمين من الوصول بسرعة إلى المحتوى المطلوب ونشره على صفحاتهم الشخصية.

حرب غزة ٢٠٢٣م: نزاع عسكري بين إسرائيل وحركات المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة بدأ فعلياً يوم ٧ أكتوبر ٢٠٢٣م والتي أطلقت عليها حركات المقاومة أسم عملية طوفان الأقصى، حيث استطاع مقاتلون من فصائل المقاومة الفلسطينية، اجتياز حاجز إسرائيل-غزة إلى منطقة غلاف غزة، بالإضافة إلى إطلاق الصواريخ على إسرائيل. وأعلنت إسرائيل بعد ذلك الحرب على حماس، واستدعت ٣٠٠ ألف جندي احتياطي لتنفيذ العملية العسكرية الإسرائيلية والتي مازالت حتى الان.



ثالثاً: الإطار المعرفى للدراسة

المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الحرب على قطاع غزة ٢٠٢٣م.

تعد المقاطعة عمل جماعى من قبل المستهلكين الذين يختارون حجب دعمهم أو رعايتهم لشركة أو منتج معين كوسيلة للتعبير عن عدم رضاهم والضغط من أجل التغيير على مدى عقود، بما انها تكتيك شائع للحركة الاجتماعية تم استخدامه عبر التاريخ للاحتجاج (Gates, D., 2015).

ويتجه الجمهور إلى المقاطعة لأسباب مختلفة، بالرغم من الجهود التى تبذلها العلامات التجارية أو المتاجر لإعادة جذب ثقة العملاء والمستهلكين ومع ذلك، فإن صلابة واستمرارية هذه المقاطعة ونجاحها أو فشلها يعتمد على مستوى التزام المقاطع بالقيمة التى دفعته إلى القيام بذلك، وكذلك الأساليب التى ستستخدمها العلامة التجارية التى تمت مقاطعتها للتغلب على هذه المقاطعة (Buheji, M, 2023,P77).

الفلسطينية؛ حيث اضطلع العديد من الشباب بدور مهم فى تعريف الشباب الغربى بالقضية الفلسطينية، وتكوين رأى عام مؤيد للموقف الفلسطينى، وهو ما انعكس على نشر العديد من النشطاء و"المؤثرين" من مختلف الدول وتغريدات تضامنية مع أهل غزة وتدوينات مناصرة للقضية الفلسطينية، بالإضافة إلى فيديوهات ينددون فيها باعتداءات إسرائيل وجرائمها البشعة فى حق الأطفال، ويعبرون فيها بوضوح على تغيير موقفهم من القضية الفلسطينية، وتضامنهم المطلق مع أهل غزة، وهو ما يعكس التحول فى توجهات شرائح كبيرة من المجتمع الغربى تجاه دعم القضية الفلسطينية وإدانة إسرائيل. (عاطف، أماني، ٢٠٢٣، ٧١).

وتُعد القضية الفلسطينية دائماً قضية مُعقدة تشمل نزاعات إقليمية وأيديولوجيات وعواطف ومظالم تاريخية وعندما يتعلق الأمر بالمقاطعة من أجل فلسطين الحرة ووقف

الحرب على غزة على غرار تلك التي جرت في عام ٢٠٢٣ . (, L , MIRANDA, 2023)

ويمارس الجمهور المقاطعة لعدة أسباب؛ وقد يكون بعضها معنويًا أو أخلاقيًا أو اجتماعيًا أو سياسيًا أو بيئيًا أو دينيًا، أو بعضها أو جميعها بغرض إلحاق بعض الخسائر الاقتصادية، أو الإشارة إلى الغضب الأخلاقي، وعادةً ما يكون ذلك لمحاولة إجبار الكيانات الداعمة للسلوكيات الخاطئة مثلما يحدث في الحرب على غزة وتغيير اتجاهات الجمهور الغربي وكسب تعاطفه (Buheji, M; , 2023, P15).

مع الأخذ في الاعتبار عصر الاقتصاد الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث يقدم الباحثون تفاصيل مقاطعة الفصل العنصري كمثال عميق على أن المقاطعة هي بالتأكيد أداة قوية إذا تم التخطيط لها وتنظيمها بشكل جيد (, P. Delacote, 2009, P306).

وعكست المظاهرات الحاشدة التي شهدتها العديد من العواصم والمدن الغربية مواقف رافضة لما يروجه الإعلام الغربي من أكاذيب ومزاعم بشأن ما يجري في غزة، كما أصبحت دليلاً على فشله في إقناع الرأي العام الغربي؛ حيث اتجه إلى تزييف الوقائع لتضليل الرأي العام، وتبرير جرائم الاحتلال الإسرائيلي، مما أسفر عن تراجع مصداقيته لدى مواطني الدول الغربية (عاطف، أماني، ٢٠٢٣، ٧١).

وترجع استجابة المستهلكين لدعوة المقاطعة بناءً على موقف العلامة التجارية من حرب غزة في عام ٢٠٢٣ ومعرفة الدروس المستفادة من المقاطعات السابقة، وكيف أثرت على الشركات والعلامات التجارية التي تمت مقاطعتها وكيفية جذب العملاء مرة أخرى أثناء أو بعد توقف الحرب على غزة أو تهدئتها (Farah, F; Newman, 2010, P347).

وعليه فإن سيكولوجية المقاطعة تتأثر بمستوى الوعي الذي يشكل استجابة الفرد أو المجموعة لموقف ما، وفقاً لنظرية الهوية الاجتماعية يتأثر الجمهور بمعايير



وتصرفات المجموعات التي يتعرفون عليها إذا كانت مجموعة اجتماعية أو مجتمع يدعم المقاطعة بشكل نشط، فمن المرجح أن يشارك أعضاؤها بسبب الشعور بالانتماء، وهذا هو بالضبط ما حدث في العالم العربي منذ بدء الحرب على غزة عام ٢٠٢٣ م، Hong, (C. & Li, C., 2020, P160)

ويمكن أن تؤدي ردود الفعل العاطفية تجاه الظلم أو الانتهاكات الأخلاقية إلى دفع سلوك المقاطعة والتعاطف تجاه المتضررين من الممارسات غير الأخلاقية وتحفيز الأفراد على المشاركة في المقاطعة (Klein, J. G., 2004, P92).

وتظل المقاطعة أداة قوية للتغيير الاجتماعي والسياسي، وترمز إلى قوة العمل الجماعي في التأثير على السياسات الراسخة من أجل المقاطعة وتشجيع المستهلكين على تجنب علامات تجارية معينة، مثل عدم شراء المنتجات المصنوعة في إسرائيل أو المستوطنات الإسرائيلية، أو المشاركة في إجراء محدد كشكل من أشكال الاحتجاج ضد الممارسات التجارية أو الاجتماعية غير العادلة (Yuksel, U., & Mryteza, V., 2009, P248).

وفي العصر الرقمي، يمكن أن تكتسب عمليات المقاطعة زخمًا سريعًا عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلها أكثر وضوحًا وانتشارًا ولذلك، فإن المقاطعة الحديثة تُعالج مجموعة واسعة من القضايا بدءًا من المخاوف البيئية وحتى انتهاكات حقوق الإنسان (Reed, A., 2019).

هنا تصبح المقاطعة وسيلة غير عنيفة لمحاسبة إسرائيل على نظام العنف الذي تتبعه، ولدعم حرية الفلسطينيين وعدالتهم وتتوافق هذه المقاطعة مع استراتيجيات الانتفاضة الفلسطينية الأولى، مع إعطاء الأولوية للاستقلال الاقتصادي وتسليط الضوء على الآثار المدمرة للاحتلال الإسرائيلي على الحياة الفلسطينية. Yuksel, U., & Mryteza, V., 2009, P248

واليوم، تجد الشركات نفسها غارقة بشكل متزايد في تعقيدات حرب غزة، حيث إن استجاباتها-أو عدم استجابتها لها-لها آثار كبيرة على سمعة علامتها التجارية وعلاقتها مع المستهلكين، خاصة مع تزايد العنف الذي يرتكبه جيش الدفاع الإسرائيلي ضد المدنيين (Buheji, M , 2023a, P120).

كما أن تأثير هذه المقاطعة واستجابات المستهلكين على الشركات معقد ففي غلاسكو، واسكتلندا، اضطر متجر زارا إلى الإغلاق مؤقتًا بسبب المظاهرات ولا يزال التأثير الإجمالي طويل المدى على العلامات التجارية غير مؤكد ولكن لا يمكن إنكار أن الصراع في غزة قد اجتذب اهتمامًا وردود فعل كبيرة من المستهلكين (Miranda, L, 2023).

رابعاً: الدراسة التحليلية

قام الباحثان بتحليل صفحة BDS Egypt للمقاطعة وهي صفحة مصرية تدعم حملات المقاطعة وشجب الإبادة الجماعية للشعب الفلسطيني، حيث قاموا بتحليل عدد من المنشورات خلال شهر ديسمبر ٢٠٢٣، دراسة تحليلية كيفية معتمدة على أسلوب العرض من حيث (توصيف الصفحة- توصيف المنشورات- نوع المنشورات- محتوى المنشور وطبيعة المعالجة واللغة المستخدمة-مدى وجود روابط وهشتاجات بالمنشورات-الأساليب الإقناعية المستخدمة) وتحليلها بالشكل الآتي:

١- توصيف صفحة BDS Egypt للمقاطعة. من حيث (عدد المتابعين- عدد الجهات التي يتابعها- تاريخ الانشاء-مدى وجود نبذة للصفحة) : اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة بوجود العديد من المتابعين بما يقرب من (٦٨٠٠٠) متابع، وتتابع (٣٢)، وتتميز بوجود نبذة تعريفية بما أنها الحساب الرسمي للحملة الشعبية المصرية لمقاطعة إسرائيل، انشئت صفحة BDS Egypt للمقاطعة في ١٢ فبراير ٢٠١٤ م، في الذكرى (٤٥) لمذبحة بحر البقر التي ارتكبتها العدو الصهيوني ضد الأطفال

المصريين اثناء حرب الاستنزاف بمحافظة الشرقية، وبالفعل اعلن مجموعة من المصريين من أحزابا وحركات ثورية وطلائية ونقابات عن تأسيس حملة مقاطعة إسرائيل فى مصر لتتضم الى الحملة الدولية، وسحب الاستثمارات ومعاقبة إسرائيل والتي استجابت لها العديد من الحركات الجماهيرية والسياسية والنقابات والاتحادات الطلائية على مستوى العالم .

٢- توصيف نوع المنشورات على صفحة BDS Egypt للمقاطعة. من حيث

(منشور أصلى- منشورة معاد نشره-إجمالى عدد المنشورات خلال شهر ديسمبر



٢٠٢٣م-تاريخ نشر المنشور-معدل النشر

اليومى للمنشورات): وصل عدد

المنشورات على صفحة BDS Egypt

للمقاطعة الى ما يقرب الى (١٣) منشور

خلال شهر ديسمبر ٢٠٢٣م، تتسم بانها

منشورات اصلية صادرة من الصفحة،

بمعدل نشر يوم بعد يوم الا ان فى يوم ٣١

ديسمبر نشر (٣) منشورات فى يوم واحد.

٣- الاشكال الخبرية للمنشورات من حيث

(خبر- تقرير-بيان-احصائيات- رأي-

تحقيق- حملات) : تنوعت المنشورات لموجدة ما

بين أكثر من نمط مثل حملات: شركة أكسا تستثمر

فى بنوك إسرائيلية تُمول جرائم الاحتلال غير

القانونية وغير الأخلاقية، من استيطان وقتل

وتهجير الفلسطينيين مستخدما هشتاج

#تأمين الحياة وليس سلبها، #قاطعوا أكسا



أيضا حملة ضد مجموعة كارفور و تبرعها بآلاف الشحنات الشخصية لجنود الاحتلال في العدوان الحالي على غزة، شركة "كارفور" متورطة في حرمان الفلسطينيين من أرضهم ومواردهم الطبيعية.

#BoycottCarrefour كارفور

حملة مقاطعة إسرائيلية تعلن انتصار حملتها ضد شركة "بوما" للألبسة الرياضية ورعايتها للاتحاد الإسرائيلي لكرة القدم. #المقاطعة نفس طويل

ب- الأشكال الخبرية

أطلقت مجموعات عربية مناصرة لفلسطين حملة لمقاطعة #سويسرا اقتصاديًا وسياحيًا بسبب مواقفها المنحازة لإسرائيل في عدوانها المستمر على غزة، وذلك بالتزامن مع اليوم الدولي لإحياء وتكريم ضحايا جرائم #الإبادة الجماعية ومنع هذه الجريمة.

ج- تقرير: وجد العديد من التقارير الإخبارية على الصفحة مثل استمرار العدو الصهيوني الغاشم مجازره المروعة ضد أهل فلسطين المحتلة في غزة بعد ما يسمى بالهدنة التي أثبتت فيها المقاومة الباسلة للعالم مدى إنسانيتها ونبل أخلاقها في التعامل مع الأسرى بينما خرج الرهائن الفلسطينيين من سجون الاحتلال بعد أن تعرضوا للتنكيل على كافة الأصعدة الصحية والنفسية والغذائية، وتم اعتقال أكثر من ٣٠٠٠ فلسطيني في الضفة الغربية التي تتعرض للقتل والهدم والتهجير والاقتحامات المهيبة اليومية.

وفي مخطط واضح لإجبار أهالي غزة على النزوح خارج حدودها بالقتل والترويع والتدمير يسقط المزيد من الشهداء وتم إجبار الأهالي على النزوح مرة تلو الأخرى بعد تهديدات وقصف مستمر من الجيش الصهيوني.



تمثلت نسبة الاحصائيات الموجودة على الصفحة بوجود العديد من الأرقام المتمثلة في استشهد أكثر من ٩ آلاف فلسطيني بسبب عدم القدرة على علاجهم جرّاء انهيار القطاع الطبي، في ظل خروج ٢٣ مستشفى و٥٣ مركز صحي في قطاع غزة، ولا تغطي المساعدات الطبية التي تصل القطاع سوى ٢% من احتياجاته الصحية. فهناك أكثر من ٥ آلاف جريح

فلسطيني بحاجة ماسة لاستكمال العلاج بالخارج في المقابل بُترت أطراف أكثر من ألف طفل فلسطيني بدون تخدير بعد إصابتهم وفي مراكز الإيواء، هناك أكثر من ٩٠٠ ألف طفل يعانون خطر الجفاف والمجاعة وفقر الدم وأكثر من ٥٠ ألف سيدة فلسطينية حامل بلا ماء وبلا طعام وبلا رعاية صحية، ونحو ١٨٠ سيدة تضع مولودها يومياً في ظروف غير آمنة وغير إنسانية.

٤- محتوى المنشور وطبيعة المعالجة واللغة المستخدمة.



اتفقت كافة المنشورات في الحس والمشاركة على قاطعة كافة المنتجات التي تدعم الكيان الصهيوني حيث لاحظ خلال الفترة الأخيرة استخدام البعض لقائمة BDS للشركات الأكثر دعماً للاحتلال والمستهدفة بحملاتنا للمقاطعة المركزة كذريعة ضد حملات المقاطعة الشعبية العامة التي انطلقت

بشكل عفوى من الشعب المصرى لمقاطعة منتجات شركات ثبت دعمها للعدو الصهيونى ولم تكن مدرجة ضمن قوائمنا.

اتسمت الصفحة أيضا بان كافة المنشورات تمتع باللغتين العربية والإنجليزية عن طريق استخدام الصور الحية والكارتيير وصور الانفوجراف وفيديوهات الفديوجراف.

٥- وجود روابط بالمنشور: اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة باستخدامها العديد من الروابط الالكترونية مستخدمه الموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني وصفحة الانستجرام وحساب على تويتر.

٦- الأساليب الاقناعية المستخدمة



اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة باستخدام العديد من الأساليب الاقناعية المتمثلة فى عرض الإنجازات المتمثل شركة أكسا التى تمول بنوك إسرائيلية ثمول جرائم الاحتلال غير القانونية وغير الأخلاقي ة، من استيطان وقتل وتهجير الفلسطينيين، وتكبدها العديد من الخسائر. وشن حملة ضد شركة "كارفور" المتورطة فى حرمان الفلسطينيين من أرضهم ومواردهم الطبيعية. حملة لمقاطعة #سويسرا اقتصاديًا وسياحيًا.

٧- أهداف المضمون الاتصالي (معرفى- سلوكى- وجدانى)

اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة باستخدام العديد من الأهداف الاتصالية من معرفى المتمثل فى تعريف الجمهور بأهم العلامات التجارية التى تدعم الكيان



الصهيوني، ووجداني ويحمل تعاطفنا مع اهل غزة وعد التهجير القسرى لهم، والسلوكى فى كيفية استخدام سلاح المقاطعة الرقمية لتكبيد إسرائيل الخسائر المادية.

٨- اهم الحملات الرقمية على صفحة BDS Egypt

اهتمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة بالعديد من الحملات المقاطعة الرقمية مثل حملة ضد شركة أكسا التى تمول بنوك إسرائيلية وحملة لمقاطعة **#سويسرا** اقتصادياً وسياحياً، حملة مقاطعة ضد كارفور، حملة عدم التهجير القسرى للأهل غزة .

٩- اشكال التفاعل مع حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحة BDS

Egypt

اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة بنشر الأكاذيب والاقتراءات التى يصرح بها الجيش الإسرائيلى عن الشعب الفلسطينى وفصائل المقاومة على مواقع التواصل الاجتماعى من خلال **فديو جراف** شرح كذب إسرائيل وكافة ادعاءها. ورفع الفيديوها والصور والرسومات و**الانفو جراف** والصور الحية ومقاطع فيديو وكاريكاتيرات الداعمة والدعوات لمناصرة سكان قطاع غزة ومساندة الشعب الفلسطينى.

خامساً: نتائج الدراسة الميدانية

تناولت نتائج الدراسة الميدانية التى أجريت على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من جمهور شباب الجامعات المصرية (جامعة القاهرة- جامعة الازهر- جامعة الإسكندرية- جامعة الزقازيق) بعد استبعاد الاستثمارات الغير صحيحة ورُوعى فى العينة الفروق الفردية وذلك للحصول على البيانات اللازمة لهذه الدراسة بما يجيب على تساؤلات استمارة الاستبيان **الإلكترونى من خلال (Google Drive).**

١- توصيف عينة الدراسة طبقاً للمتغيرات الديمغرافية (النوع- العمر- السنة الدراسية- الجامعة)

جدول رقم (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير الديمغرافية

م	التوزيع	العدد	%
النوع			
ذكر	١٧٦	٤٤	
أنثى	٢٢٤	٥٥	
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	
العمر			
من ١٧ لأقل من ٢٠ سنة	٧٣	١٨.٣	
من ٢١ لأقل من ٢٤ سنة	١٤٢	٣٥.٥	
من ٢٥ فأكثر	١٨٥	٤٦.٣	
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	
السنة الدراسية			
الفرقة الأولى	٤٢	١٠.٥	
الفرقة الثانية	٣٦	٩.٠	
الفرقة الثالثة	٨٥	٢١.٣	
الفرقة الرابعة	٩٤	٢٣.٥	
طالب دراسات عليا	١٤٣	٣٥.٨	
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	
اسم الجامعة			
جامعة القاهرة	١١٠	٢٧.٥	
جامعة الأزهر	٧٩	١٩.٨	
جامعة الإسكندرية	١٠٤	٢٦	
جامعة الزقازيق	١٠٧	٢٦.٨	
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "النوع" يشير إلى أن عينة (الذكور)، بلغت نسبته (٤٤%)، في حين بلغت عينة (الإناث) نسبة (٥٥%) وفقاً لردود عينة الدراسة، أما وفقاً لمتغير "العمر" يشير إلى أن أغلبية العينة تقع في الفئة العمرية (من ٢٥ فأكثر) بنسبة (٤٦.٣%)، يليها الفئة العمرية (من ٢١ لأقل من ٢٤



سنه) بنسبة (٣٥.٥%)، وأخيراً الفئة العمرية (من ١٨ لأقل من ٢٠ سنه) بنسبة (١٨.٣%).

ووفقاً لمتغير " السنة الدراسية " يشير إلى أن أعلى فئة دراسية (طالب دراسات عليا) بنسبة (٣٥.٨%)، يليها فئة دراسية (الفرقة الرابعة) بنسبة (٢٣.٥%) ثم فئة دراسية (الفرقة الثالثة) بنسبة (٢١.٣%)، وأخيراً كل من فئة دراسية (الفرقة الأولى)، (الفرقة الثانية)، بنسب (١٠.٥%)، (٩%)، ووفقاً لمتغير " الجامعة " يشير إلى أن أعلى فئة (جامعة القاهرة) بنسبة (٢٧.٥%)، يليها فئة (جامعة الزقازيق) بنسبة (٢٦.٨%)، ثم (جامعة الإسكندرية) بنسبة (٢٦%)، وأخيراً (جامعة الأزهر) بنسبة (١٩.٨%)، وفقاً لردود مفردات عينة الدراسة.

٢- هل تتابع حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيديوك) لدعم القضية الفلسطينية.

جدول رقم (٣)

المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية (المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والأهمية النسبية، والترتيب)
وفقاً لعبارة (هل تتابع حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل دعم القضية الفلسطينية)

م	التوزيع	العدد	%
١	نعم اتابع	٣٥١	٨٧.٨
٢	اتابع الى حد ما	٤١	١٠.٣
٣	لا اتابع	٨	٢
الإجمالي			
		٤٠٠	١٠٠
المتوسط الحسابي = ٢.٨٦ الانحراف المعياري = ٠.٤٠ الأهمية النسبية = ٩٥.٣٣%			

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيديوك) لدعم القضية الفلسطينية) أشارت بمعدل نعم اتابع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٢.٨٦) بانحراف معياري (٠.٤٠)، وأهمية نسبية

(٩٥.٣٣%)، فبلغت نسبة (نعم اتابع) حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لدعم القضية الفلسطينية (٨٧.٨%)، اما (اتابع الى حد ما) بلغت (١٠.٣%)، واخيرا نسبة (لا اتابع) (٣.١%)، وذلك وفقا لردود عينة الدراسة.

اتفقت نتيجة الدراسة مع دراسة (على أبو شبك ٢٠٢٢م)^(٢٢) على أهمية الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي في نشر احداث الحرب على غزة ٢٠٢٣م، والتي تعد الإعلام الأمثل لدعم القضية اثناء قطع الاتصالات على سكان القطاع في فترة العدوان الغاشم، وهذا يدل على أهمية القضية الفلسطينية لدى الجمهور وخاصة الشعب المصري الذي حمل على عاتقه الدور الأكبر والدعم لتلك القضية،

ويرى الباحثان أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تثقيف الشباب حول القضايا العالمية المختلفة، وتساعد في تكوين آرائهم، والتواصل ومشاركة الأفكار والآراء، بتوفيرها مساحات آمنة للتعبير، ومن خلال ما انتشر عن القضية الفلسطينية ونقله للعالم أجمع.

٣- ما مدى تعرضك لحملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟

جدول رقم (٤)

المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية (المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والأهمية النسبية، والترتيب)

وفقا لعبارة (مدى متابعتك لحملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي)

م	التوزيع	العدد	%
٣	اتعرض بدرجة كبيرة	٢٣٥	٥٨.٨
٢	اتعرض بدرجة متوسطة	١٤١	٣٥.٣
١	لا اتعرض	٢٤	٦
الإجمالي		٤٠٠	١٠٠
المتوسط الحسابي = ٢.٥٣ الانحراف المعياري = ٠.٦٠ الأهمية النسبية = ٨٤.٣٣%			



يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (ما مدى متابعتك لحملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) أشارت بمعدل المتابعة المرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٢.٥٣) بانحراف معياري (٠.٦٠)، وأهمية نسبية (٨٤.٣٣%). فبلغت (اتباع بدرجة كبيرة) لحملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي نسبة (٥٨.٨%)، اما (اتباع بدرجة متوسطة) (٣٥.٣%)، (لا اتباع) (٦%)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

مما يدلنا على ان القضية الفلسطينية هي القضية الأم والمركزية داخل المجتمع المصري الذي ينظر اليها على جزءاً جوهرياً من النزاع العربي الإسرائيلي، وما نتج عنها من حروب وأزمات في منطقة الشرق الأوسط ودور الدول العظمى في أحداث المنطقة، وتتمحور قضية فلسطين حول شرعية دولة إسرائيل واحتلالها للأراضي الفلسطينية وعليه كانت نتيجة العينة بانها تتابع الحرب على قطاع غزة ٢٠٢٣ بنسبة كبيرة.

وأصبح صفحات الفيس بوك وسيلة للتعبير عن مشاعرهم وأفكارهم بشأن القضية مما ساعد كثيراً في التخفيف من شعورهم بالضغط والحزن، ونجحت المقاطعة الشعبية للمنتجات والشركات الداعمة لإسرائيل على نطاق واسع في الإضرار بالعلامات التجارية، ويرى الباحثان أنه سوف تتراجع النتائج المالية لتلك العلامات التجارية خلال الربع الأخير من العام الحالي نظراً لأهمية المقاطعة ومدى تأثيرها على الكيانات الداعمة للدولة الصهيونية.

٤- هل تشارك فى حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى (الفيس بوك)؟

جدول رقم (٥)

المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية (المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والأهمية النسبية، والترتيب)

وفقاً لعبارة (هل تشارك فى حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى)

م	التوزيع	العدد	%
٣	نعم اشارك	٢٢٩	٥٧.٣
٢	اشارك الى حد ما	١٣٢	٣٣
١	لا اشارك	٣٩	٩.٨
الإجمالي			
		٤٠٠	١٠٠
المتوسط الحسابي = ٢.٤٧ الانحراف المعياري = ٠.٦٦ الأهمية النسبية = ٨٢.٣٣%			

يتضح من الجدول السابق ما يلى:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (هل تشارك فى حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى (الفيس بوك)؟ أشارت نعم أشارك بنسبة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابى (٢.٤٧) بانحراف معيارى (٠.٦٦)، وأهمية نسبية (٨٢.٣٣%)، فى حين بلغت نسبة (نعم أشارك) (٥٧.٣%)، اما نسبة (أشارك الى حد ما) (٣٣%)، واخيرا نسبة (لا أشارك) (٩.٨%)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

عليه انطلقت حملات شعبية واسعة على صفحات الفيس بوك وانتقلت إلى أرض الواقع لمقاطعة المنتجات والشركات التى تدعم إسرائيل فى حربها ضد قطاع غزة وتضررت عدة شركات جراء هذه الحملات الشعبية كان أبرزها مجموعة ستاربكس التى تكبدت خسائر فى قيمتها السوقية خلال فترة وجيزة بتأثير من المقاطعة

ويرى الباحثان أن الأهم فى هذه المقاطعة الشعبية هو توجه المستهلك نحو دعم المنتجات المحلية التى شهدت إقبالاً كبيراً فى عدد من الدول العربية وخاصة مصر فى دعمها للقضية الفلسطينية الذى يعتبرها الشعب المصرى قضية تقرير



مصير، مما يدل على ان القضية الفلسطينية تُعد من ركائز الامن القومى وخاصة لمصر وكان عليه لابد من المتابعة الجيدة لتلك الاحداث ونظراً لوجود ارتباطات عرقية وعرفية ونسب بين مصر وفلسطين وان الحرب على غزة تعد القضية الاولى ضمن اهتمامات الجمهور المصري.

٥- ما اشكال المشاركة فى حملات المقاطعة على شبكات التواصل الاجتماعى (الفيس بوك)؟

جدول رقم (٦)
المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية والترتيب وفقاً لعبارة
(ما اشكال المشاركة فى حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعى)

م	البنود	العدد	%	الترتيب
١	اقاطع كافة المنتجات التى تدعم الكيان الاسرائيلى	٢١٣	٥٣.٣	١
٢	ادعو كافة المتواجدين على صفحات التواصل الاجتماعى نشر حملات المقاطعة	١٤٢	٣٥.٥	٢
٣	نشر الصور والفيديوهات التى تظهر وحشية الكيان الصهيونى وقتل الأطفال	١١٩	٢٩.٨	٣
٤	أشارك فى القوافل الطبية والاعاثات المقدمة للشعب الفلسطينى	٦٩	١٧.٣	٤

يتضح من الجدول السابق ما يلى:

افادت عينة الدراسة وفقاً لعبارة " اشكال المشاركة فى حملات المقاطعة على شبكات التواصل الاجتماعى " بان أبرز اشكال المشاركة (اقاطع كافة المنتجات التى تدعم الكيان الاسرائيلى)، (ادعو كافة المتواجدين على صفحات التواصل الاجتماعى نشر حملات المقاطعة)، بنسب (٥٣.٣%)، (٣٥.٥%). اما أقل اشكال المشاركة (نشر الصور والفيديوهات التى تظهر وحشية الكيان الصهيونى من قتل الأطفال بطريقة وحشية)، (أشارك فى القوافل الطبية والاعاثات المقدمة للشعب الفلسطينى) بنسب (٢٩.٨%)، (١٧.٣%)

اختلفت نتيجة الدراسة عن دراسة (43) (STEINBERG, S. (2017).) من حيث النتائج حيث أوضحت الدراسة الحالية اتفاق على أهمية المقاطعة والمشاركة فيها بنسبة عالية على عكس دراسة السابقة من حيث انقسام معظم التغريدات والنصوص بين مؤيد ومعارض للمقاطعة.

هنا نرى لأول مرة منذ سنوات عديدة أجماع العالم العربي، سواء بشكل رسمي أو شعبي وباختلاف الانتماءات والتوجهات السياسية؛ على دعم المقاومة الفلسطينية. وربما يرجع السبب وراء ذلك لقدرة المقاومة على الوصول إلى العدو الصهيوني وإحاقه خسائر كبيرة، بل إن الجمهور الفلسطيني والعربي وعدداً كبيراً من الجمهور العالمي؛ تشكل لديهم وعي كبير بالقضية الفلسطينية بأبعادها المختلفة،

ويرى الباحثان أن عدد هائل من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي أصبح يدافع عن مطالب الشعب الفلسطيني، وسط التهم بالتحيز أو نشر المعلومات المضللة أو إتاحة الفرصة أمام المحتوى الإرهابي، ويظل الصراع الفلسطيني الصهيوني من أكثر القضايا في المجال الرقمي وخلق بيئة ضاغطة.

٦- ما أهم الوسائل التي تدعو إلى المقاطعة على صفحات التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (٧)

المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية والترتيب وفقاً للعبارة

(وسائل التواصل الاجتماعي التي تدعو إلى مقاطعة المنتجات الإسرائيلية)

م	البنود	العدد	%	الترتيب
١	صفحات الفيس بوك	٢٦٤	٦٦	١
٢	X تويتر سابقا	١٢٣	٣٠.٨	٢
٣	انستجرام	١٠١	٢٥.٣	٣
٤	مواقع اليوتيوب	٣٥	٨.٨	٤
٥	تليجرام	٣٤	٨.٥	٥
٦	برامج التيك توك	-	-	٦



يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- افادت عينة الدراسة وفقاً لعبارة ما اهم الوسائل التي تدعو الى المقاطعة على صفحات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)؟ على الترتيب (الفيس بوك)، (X) توتير سابقاً)، (انستجرام)، بنسب (٦٦%) (٣٠.٨%)، (٢٥.٣%). اما أقل الوسائل على الترتيب (مواقع اليوتيوب)، (تليجرام)، بنسب (٨.٨%)، (٨.٥%)، وفقاً لردود مفردات عينة الدراسة.

واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (44) (Buheji, M 2023) وتباينت مواقف شبكات التواصل الاجتماعي إزاء حرب غزة، وتطبيق سياساتها على المحتوى المتداول بشأنها، ففيما اتفقت جميعها على حظر المنصات التابعة لحركة حماس وصرامة تطبيقها لمعايير الحظر إزاء محتوى النقاش بشأن الصراع، وبينما كانت "ميتا" الأكثر صرامة وسط ثهم واسعة لها بالتحيز لصالح إسرائيل، كانت تطبيقات "تليجرام" و"تيك توك" و"إكس X" (توتير سابقاً) أكثر مرونة، وهو ما وضعها تحت ضغوط سياسية للإذعان لقوانين مناهضة الدعاية الإرهابية.

ويرى الباحثان ان هذا يبرز في صفحات شبكات التواصل الاجتماعي المصادر الشخصية، حيث تعتمد هذه الصفحات في الغالب على ما يقدمه الأشخاص بشكل شخصي من صور أو مادة مصورة التقطها أحدهم عبر الهاتف المحمول كيفية دعمه لكافة اشكال لمقاطعة الرقمية على صفاتهم الشخصية.

٧- ما أهم الحملات الرقمية على صفحات التواصل الاجتماعي التي تدعو الى مقاطعة؟

جدول رقم (٨)

المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية والترتيب وفقا لعبارة

(ما أهم الحملات الرقمية على صفحات التواصل الاجتماعي التي تدعو الى المقاطعة)

م	البنود	العدد	%	الترتيب
١	حملة مقاطعة ضد مكدونالدز وكنتاكي ستاربكس والعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل.	٣٠٢	٧٥.٥	١
٢	حملة مقاطعة وإغلاق منصات شركة ميتا المالكة لفيسبوك وإنستغرام وواتساب	١٣٢	٣٣	٢
٣	حملة مقاطعة ضد العلامة التجارية Zara	١٣٠	٣٢.٥	٣
٤	حملة المقاطعة ضد مستحضرات التجميل	٥٢	١٣	٤

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

افادت عينة الدراسة وفقاً لعبارة " ما أهم الحملات الرقمية على صفحات التواصل الاجتماعي التي تدعو الى مقاطعة؟ " بان أبرزها على الترتيب (حملة مقاطعة ضد مكدونالدز وكنتاكي ستاربكس والعلامات التجارية الداعمة لإسرائيل)، (حملة مقاطعة وإغلاق منصات شركة ميتا المالكة لفيسبوك وإنستغرام وواتساب)، بنسب (٧٥.٥%)، (٣٣%). اما أقل الحملات الرقمية على صفحات التواصل الاجتماعي على الترتيب (حملة مقاطعة ضد العلامة التجارية Zara)، (حملة المقاطعة ضد مستحضرات التجميل) (٣٢.٥%)، (١٣%).

فمنذ بداية الحرب على غزة، تبنت "ميتا" سياسات تُعد الأكثر صرامة إزاء المحتوى المتعلق بالهجمات في القطاع، وأعلنت الشركة أنها أزالَت، في الأيام الثلاثة التي تلت يوم (٧ أكتوبر ٢٠٢٣م)، أكثر من ٧٩٥ ألف عنصر محتوى باللغتين العبرية والعربية أو ميزتها على أنها مزعجة بسبب انتهاكها لسياساتها، ولاسيما المتعلقة بالمنظمات الخطرة والمحتوى العنيف والحض على الكراهية، فضلاً عن حظر بعض الهاشتاغات على "إنستغرام" ومنع البحث بها حتى وإن لم يتم حذف المحتوى الذي



يتضمنها، مع فرض قيود على خاصية البث المباشر، فضلاً عن تخفيض مستوى الثقة في أنظمتها الآلية قبل قمع "الخطاب العدائي"

هنا يتضح ان للمقاطعة أثر سلبي على الاستثمارات الأجنبية المستقبلية، "ولا سيما إذا كانت الاسواق ضخمة مثل الاسواق المصرية التي تضم ١٠٠ مليون مستهلك، والمنطقة العربية بأسرها التي تحتوى على أكثر من ٤٠٠ مليون مستهلك، فمن مصلحة المستثمرين الأجانب الاحتفاظ بتلك الأسواق، لذلك رأينا بيانات أصدرتها بعض الشركات المستهدفة تنفى فيها دعمها لإسرائيل.

ووجدت سلسلة مطاعم مكدونالدز الأمريكية نفسها فى قلب الصراع بعد أن أعلنت الشركة الحاصلة على حق استخدام علامتها التجارية فى إسرائيل توزيع وجبات مجانية على الجنود الإسرائيليين، وأصدر الوكيل التجارى لسلسلة مقاهى ستاربكس فى الشرق الأوسط بياناً نفى فيه ما أثير من أن الشركة تقدم دعماً مالياً للحكومة الإسرائيلية أو الجيش الإسرائيلي.

٧- إدراك مستوى فاعلية حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلية؟

جدول رقم (٩)

توزيع عينة الدراسة (التكرار والنسب المئوية والترتيب)

طبقاً لعبارة "أدراك مستوى فاعلية حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلية"

م	التوزيع	العدد	%
١	نعم	٣١٨	٧٩.٥
٢	لا	٨٢	٢٠.٥
المجموع		٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة طبقاً لعبارة "إدراك مستوى فاعلية حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلية؟" يشير إلى أن أغلب العينة افادت (بالموافقة)

بنسبة (٧٩.٥%)، فى حين بلغت نسبة (عدم الموافقة) (٢٠.٥%) وفقاً لرؤود مفردات عينة الدراسة.

تعد المقاطعة الاقتصادية أحد الأساليب التى توظفها حركة مقاطعة إسرائيل بهدف الضغط على دولة الاحتلال للانصياع للقانون الدولى واحترام حقوق الشعب الفلسطينى، وذلك عن طريق الضغط على الشركات الخاصة لإنهاء تورطها فى جرائم دولة الاحتلال، مما يجعل إسرائيل عرضة للمزيد من الضغط عبر المقاطعة الاقتصادية الدولية لذلك فإن الحملات ضد الشركات العالمية وسحب الاستثمارات منها تزيد من الضغط عليها لإنهاء تورطها فى الجرائم الإسرائيلية بحق الفلسطينىين.

هنا أن نبرز أهمية شهود العيان، خاصة المستخدمين من قطاع غزة، الذين قاموا بالتقاط صور ومواد فيلميه من هدم للمنازل واستهداف للأطفال بكل وحشية، وقدموها إلى الرأى العام خاصة أن شبكات التواصل الاجتماعى توفر مساحات وتقدم صوراً ومواد ربما لا تستطيع وسائل الإعلام الأخرى تقديمها إلى العالم، حيث أصبح الشاهد هنا مصدرًا للمعلومة أو الحدث فى ظل زيادة الأحداث.

ويرى الباحثان ان الصور والرسومات والمواد التى يقدمها الأشخاص عبر شبكات التواصل الاجتماعى تؤثر بشكل أكبر وأوسع فى الرأى العام العالمى، خاصة أن هذه الشبكات عالمية ورسالتها تصل إلى أنحاء العالم بسرعة كبيرة ودون حواجز أو قيود أو رقابة، كما أنها وسائل شخصية ربما تركز على الجوانب الإنسانية التى تستطيع أن تؤثر فى الرأى العام الدولى مع سكان قطاع غزة وتعاطفهم معهم.



٩- كيف تتفاعل مع حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (١٠)

المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية والترتيب وفقاً لعبارة

(كيفية التفاعل مع حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعي)

م	البند	العدد	%	الترتيب
١	انشر الأكاذيب والافتراءات التي يصرح بها الجيش الإسرائيلي عن الشعب الفلسطيني وفصائل المقاومة على مواقع التواصل الاجتماعي.	١٩٠	٤٧.٥	١
٢	ارفع الفيديوها والصور والرسومات ومقاطع فيديو وكاريكاتيرات الداعمة والدعوات لمناصرة سكان قطاع غزة ومساندة الشعب الفلسطيني	١٨٦	٤٦.٥	٢
٣	افعل العديد من الهاشتاجات مثل غزة تقاوم، والعصف المأكول، والبنيان المرصوص توعية الجمهور بأهمية المقاطعة الرقمية ومساندة الشعب الفلسطيني	١٦٣	٤٠.٨	٣
٤	انشر صوراً وفيديوها تبين حجم الدمار للمنازل والمؤسسات التي خلفها العدوان الإسرائيلي، وصور قتل الأطفال بشكل متعمد	١٢٠	٣٠	٤

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

افادت عينة الدراسة وفقاً لعبارة " ما رد فعلك مع حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعي " بان أبرز اشكال رد الفعل على الترتيب (نشر الأكاذيب والافتراءات التي يصرح بها الجيش الإسرائيلي عن الشعب الفلسطيني وفصائل المقاومة على مواقع التواصل الاجتماعي)، (رفع الفيديوها والصور والرسومات ومقاطع فيديو وكاريكاتيرات الداعمة والدعوات لمناصرة سكان قطاع غزة ومساندة الشعب الفلسطيني)، بنسب (٤٧.٥%)، (٤٦.٥%).

اما أقل اشكال رد الفعل على الترتيب (تفعيل العديد من الهاشتاجات مثل غزة تقاوم، والعصف المأكول، والبنيان المرصوص توعية الجمهور بأهمية المقاطعة الرقمية

ومساندة الشعب الفلسطيني)، (نشر صوراً وفيديوهات تبين حجم الدمار للمنازل والمؤسسات التي خلفها العدوان الإسرائيلي، وصور قتل الأطفال بشكل متعمد)، بنسب (٤٠.٨%)، (٣٠%) بفارق بسيط جداً.

هنا نجد الاتجاه الايجابي هو الغالب تجاه القضية الفلسطينية بسبب العدوان على قطاع غزة، الذي أسفر عن عشرات الآلاف من الشهداء والجرحى، معظمهم أطفال ونساء، فضلاً عن كارثة إنسانية غير مسبوقة ودمار هائل بالبنية التحتية، وغلبة الاستمالات العاطفية على الموضوعات حيث خرجت من نطاقها العربي، ووصلت إلى الدول الغربية، حيث بدأ ناشطون غربيون يروجون لتكثيف حملات المقاطعة.

ويتضح من النتيجة السابقة استمرار الدعم بقوة للقضية الفلسطينية في عهد القيادة السياسية الحالية الرئيس عبد الفتاح السيسي، واستمرار المساندة واعتبار القضية أمناً قومياً والتمسك بحل الدولتين وإقامة دولة فلسطينية كما دعمت مصر مناصرة حق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره والانتقال من مرحلة تهدئة الأوضاع وطمس الهوية العربية والقومية والسيطرة على الصراع إلى إيجاد حل عادل للقضية وإقامة الدولة الفلسطينية، فتم تكثيف الجهود بقوة لتحقيق الهدف المنشود.



١٠- الى أى مدى اثرت حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعي فى تشكيل اتجاهاتك ومعرفتك بالحرب الفلسطينية؟

جدول (١١)

المقاييس الوصفية (المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والأهمية النسبية، والترتيب)
لمحور (الى أى مدى اثرت حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعي فى اتجاهاتك ومعرفتك بالحرب الفلسطينية)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب
١	دعمت حملات المقاطعة الرقمية فى توحيد الصف لمساندة القضية	٤.٠٥	٠.٩٢	٨١	١
٢	عززت حملات المقاطعة القضية الفلسطينية من الموقف السلبي الى الإيجابي على النطاق الدول الغربية	٣.٩٧	٠.٩٣	٧٩.٤٠	٢
٣	تصاعدت نبرة الخطاب فى التغطية الإعلامية للحرب على غزة من خلال حملات المقاطعة ومساندة العديد من الدول القضية الفلسطينية وإظهار وحشية جرائم الكيان الصهيوني	٣.٩٣	١.٠٨	٧٨.٦٠	٣
٤	فضحت حملات المقاطعة الرقمية السيناريوهات المختلفة لإسرائيل مثل ارتكاب الجرائم تشمل "التجويع" و"القتل العمد" و"الإبادة"	٣.٩١	١.١١	٧٨.٢٠	٤
٥	ساعدت حملات المقاطعة على تقليل شعبية نتنياهو داخل إسرائيل	٣.٨٣	١.٠٥	٧٦.٦٠	٥
٦	هددت الحملات الرقمية اقتصاد الكيان الصهيوني بالانهيار	٣.٧٧	١.١٢	٧٥.٤٠	٦
٧	دعت حملات المقاطعة الى مقاطعة كافة المنتجات الداعمة لإسرائيل	٣.٧٤	١.١٣	٧٤.٨٠	٧
	المتوسط العام	٣.٨٨	٠.٨٠	٧٧.٧١ %	

يوضح الجدول السابق الآتي:

أشارت النتائج أن المتوسط العام لأجمالى محاور (الى أى مدى اثرت حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعي فى تشكيل اتجاهاتك ومعرفتك بالحرب الفلسطينية؟)، بلغ (٣.٨٨)، بانحراف معياري قدره (٠.٨٠)،

وبأهمية نسبية (٧٧.٧١%)، وهذا يعنى أن اتجاهات مفردات العينة نحو اجمالي المحور تميل الى درجة الموافقة. هذا وقد تراوحت المتوسطات الحسابية من (٣.٧٤ الى ٤.٠٥) وبأهمية نسبية من (٧٤.٨٠% الى ٨١%).

وتعد العبارات الأكثر موافقة على الترتيب (دعت حملات المقاطعة الرقمية فى توحيد الصف لمساندة القضية الفلسطينية)، (عززت حملات المقاطعة القضية الفلسطينية من الموقف السلبي الى الإيجابي على النطاق الدول الغربية)، (تصاعدت نبرة الخطاب فى التغطية الإعلامية للحرب على غزة من خلال حملات المقاطعة ومساندة العديد من الدول القضية الفلسطينية وإظهار وحشية جرائم الكيان الصهيوني)، بأهمية نسبية (٨١%)، (٧٩.٤٠%)، (٧٨.٦٠%).

- أما العبارات الأقل موافقة على الترتيب (هددت الحملات الرقمية اقتصاد الكيان الصهيونى بالانهيار)، (دعت حملات المقاطعة الرقمية الى مقاطعة كافة المنتجات الداعمة لإسرائيل)، بأهمية نسبية (٧٥.٤٠%)، (٧٤.٨٠%)، وفقاً لردود عينة الدراسة.

يتضح من النتيجة السابقة توحيد الصف العربى تجاه القضية الفلسطينية وخاصة فى مصر جيشاً وشعباً وتأييد كافة القرارات التى تدعم القضية وان مصر صاحبة الجزء الأكبر بما انها الدولة الوحيدة التى على علاقة امنية وسياسية واجتماعية بغزة.

كما فضحت المقاطعة الرقمية أفعال وجرائم الكيان الصهيونى فى سياسية التجويع والقتل العمد والابادة الجماعية وما يخفيه من سيناريوهات التهجير القسرى الى سيناء واستفزاز الجانب المصرى، الا انه بفضل القيادات السياسية والحنكة المصرية فى ترويع العدو من خلال فن التعامل مع الألاعيب السياسية لدى الكيان.



سادسا: اختبار صحة الفروض

١- الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين اتجاهات شباب الجامعات نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م .

جدول (١٢)

العلاقة بين " معدل تعرض شباب الجامعات لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين اتجاهات شباب الجامعات نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ باستخدام معامل ارتباط بيرسون

النتيجة (الدلالة)	مستوى معنوية	معامل الارتباط (r)	العلاقة معدل تعرض الجمهور لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي
دالة	*٠.٠٥	٠.٦٩٤	اتجاهات شباب الجامعات نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين " معدل تعرض الجمهور على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين اتجاهات شباب الجامعات نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٦٩٤) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

عليه نقبل الفرض الإحصائي القائل " معدل تعرض الجمهور على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين اتجاهات شباب الجامعات نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية.

٢-الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م.

جدول (١٣)

العلاقة بين " درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م باستخدام معامل ارتباط بيرسون

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط (r)	العلاقة درجة اعتماد الجمهور على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي
دالة	*٠.٠٥	٠.٧٢١	اتجاهات شباب الجامعات نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ م

* دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠.٠٥

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين " درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ ، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٧٢١) بمستوى معنوية اقل من (٠.٠٥). كما توجد حاليا تطبيقات للهاتف المحمول تضم قائمة بأسماء المنتجات المستهدفة من المقاطعة لمساعدة المتسوقين على التعرف عليها. كما يتداول مستخدمو منصات التواصل المؤيدون للمقاطعة قوائم لمنتجات بديلة.

عليه نقبل الفرض الإحصائي القائل " درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه القضية الفلسطينية أثناء حرب غزة ٢٠٢٣ .

٣-الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة (النوع /العمر/السنة الدراسية / الجامعة) واتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية.



جدول (١٤)

قياس معنوية الفروق حول محور (اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية) فيما يتعلق بمتغير (النوع) باستخدام اختبار "ت"

المتغير	التوزيع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	القرار	
						مستوى المعنوية	الدالة
النوع	ذكور	١٧٦	٣.٩٨	٠.٧٦	٢.١٧٩	٠.٠٠٥	دالة
	إناث	٢٢٤	٣.٨٠	٠.٨٣			

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المبحوثين فيما يتعلق بمتغير (النوع) ذكورا وإناثا، حول محور (اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية)، حيث بلغت قيمة "ت" (٢.١٧٩)، عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥). لصالح الذكور بمتوسط حسابي (٣.٩٨)، مقابل متوسط حسابي لعينة الإناث (٣.٨٠).

جدول (١٥)

اختبار "ف" تحليل التباين أحادي الاتجاه لقياس معنوية الفروق حول محور (اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية) فيما يتعلق بالمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	التوزيع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	القرار	
						مستوى المعنوية	الدالة
١- العمر	من ١٨ لأقل من ٢٠ سنة	٧٣	٤.٢٢	٠.٧١	٨.٣٥٧	٠.٠٠٥	دالة
	من ٢١ لأقل من ٢٤ سنة	١٤٢	٣.٨٤	٠.٨٠			
	من ٢٥ فأكثر	١٨٥	٣.٧٨	٠.٨١			
٢- السنة الدراسية	الفرقة الأولى	٤٢	٤.٤٤	٠.٦١	١٢.٦٣٧	٠.٠٠٥	دالة
	الفرقة الثانية	٣٦	٣.٨٠	٠.٦٩			
	الفرقة الثالثة	٨٥	٣.٩٥	٠.٨١			
	الفرقة الرابعة	٩٤	٣.٤٨	٠.٧٦			
	طالب دراسات عليا	١٤٣	٣.٩٦	٠.٧٨			

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المبحوثين فيما يتعلق بمتغير (العمر) حول محور (اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية)

الفلسطينية)، حيث بلغت قيمة "ف" (٨.٣٥٧)، عند مستوى معنوية اقل من (٠.٠٥). وذلك لصالح الفئات العمرية على الترتيب (من ١٨ لأقل من ٢٠ سنة)، (من ٢١ لأقل من ٢٤ سنة)، (من ٢٥ فأكثر)، بمتوسطات حسابية (٤.٢٢)، (٣.٨٤)، (٣.٧٨).

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء الباحثين فيما يتعلق بمتغير **(السنة الدراسية)** حول محور **(اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية)** حيث بلغت قيمة "ف" (١٢.٦٣٧)، عند مستوى معنوية اقل من (٠.٠٥). وذلك لصالح السنوات الدراسية على الترتيب (الفرقة الاولى)، (طالب دراسات عليا)، (الفرقة الثالثة)، (الفرقة الثانية)، (الفرقة الرابعة)، بمتوسطات حسابية (٤.٤٤)، (٣.٩٦)، (٣.٩٥)، (٣.٨٠)، (٣.٤٨).

جدول (١٦)

اختبار "ف" تحليل التباين أحادى الاتجاه لقياس معنوية الفروق حول محور **(اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية)** فيما يتعلق بالجامعات المصرية محل الدراسة

المتغير	التوزيع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	القرار	
						مستوى المعنوية	الدالة
الجامعة	جامعة القاهرة	١١٠	٤.٢٢	٠.٦٨	٩.٦٤٨	*٠.٠٥	داله
	جامعة الأزهر	٧٩	٣.٨٣	٠.٦٩			
	جامعة الإسكندرية	١٠٤	٣.٧١	٠.٧٩			
	جامعة الزقازيق	١٠٧	٣.٧٤	٠.٩١			

* دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠.٠٥

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء الباحثين فيما يتعلق بمتغير **(الجامعات المصرية)** حول محور **(اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية)**، حيث بلغت قيمة "ف" (٩.٦٤٨)، عند مستوى معنوية اقل من



(٠.٠٥). وذلك لصالح الجامعات على الترتيب (جامعة القاهرة - الازهر - الزقازيق - الإسكندرية)، بمتوسطات حسابية (٤.٢٢)، (٣.٨٣)، (٣.٧٤)، (٣.٧١).

عليه نقبل **الفرض الاحصائي** بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة (النوع / العمر / السنة الدراسية / الجامعة) وبين اتجاهات الشباب نحو دعم حملات المقاطعة الرقمية تجاه دعم القضية الفلسطينية.

٤- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض شباب الجامعات لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين ادراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير الحملات الرقمية على الاقتصاد الإسرائيلي.

جدول (١٧)

العلاقة بين " معدل تعرض شباب الجامعات لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين ادراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير الحملات الرقمية على الاقتصاد الإسرائيلي. باستخدام معامل كا^٢ ومعامل الاقتران

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الاقتران	معامل كا ^٢	العلاقة معدل تعرض شباب الجامعات لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي
دالة	*٠.٠١	٠.٢١٣	١٨.٩٧١	ادراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير الحملات الرقمية على الاقتصاد الإسرائيلي.

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض شباب الجامعات لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين ادراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير الحملات الرقمية على الاقتصاد الإسرائيلي. حيث بلغت قيمة كا^٢ (١٨.٩٧١) بمعامل اقتران (٠.٢١٣) وذلك عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥). وهذا يعني كلما ارتفع معدل التعرض لحملات المقاطعة الرقمية من قبل شباب الجامعات المصرية كلما ارتفع مستوى ادراكهم لفاعلية تلك الحملات من اجل دعم القضية الفلسطينية.

عليه نقبل الفرض الاحصائي بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل تعرض شباب الجامعات لحملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وبين ادراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير الحملات الرقمية على الاقتصاد الإسرائيلي.

٥-الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.

جدول (١٨)

العلاقة بين مدى درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي. باستخدام معامل كا^٢ ومعامل الاقتران

النتيجة (الدلالة)	مستوى المعنوية	معامل الاقتران	معامل كا ^٢	العلاقة بين درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.
دالة	*.٠.٠١	٠.٢٩٣	٣٧.٤٥٤	

* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي، حيث بلغت قيمة كا^٢ (٣٧.٤٥٤) بمعامل اقتران (٠.٢٩٣) وذلك عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥).

عليه نقبل الفرض الاحصائي "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد شباب الجامعات على حملات المقاطعة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.



٦-الفرض السادس توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة (النوع/ الجامعة) وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.

جدول (١٩)

العلاقة بين متغير (النوع) وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي

باستخدام معامل كاي ٢ ومعامل الاقتران

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الاقتران	معامل كا ٢	العلاقة بين إدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي
غير دالة	٠.٩٨	٠.٠٢	٠.٠٣٨	- النوع

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير (النوع) وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي، حيث بلغت قيمة كاي^٢ (٠.٠٣٨) بمعامل اقتران (٠.٠٢) وذلك عند مستوى دلالة أكبر من (٠.٠٥).

عليه لا يقبل الفرض العدمي الاحصائي بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير (النوع) وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.

جدول (٢٠)

العلاقة بين متغير (الجامعة) وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي

باستخدام معامل كاي ٢ ومعامل الاقتران

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الاقتران	معامل كا ٢	العلاقة بين إدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي
غير دالة	٠.١٩	٠.١٠٧	٤.٦٦٩	- الجامعة

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير (الجامعة) وبين إدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي، حيث بلغت قيمة χ^2 (٤.٦٦٩) بمعامل اقتران (٠.١٠) وذلك عند مستوى دلالة أكبر من (٠.٠٥).

عليه لا يقبل الفرض العدمي الاحصائي بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير (الجامعة) وإدراك الشباب لمستوى فاعلية تأثير حملات المقاطعة على الاقتصاد الإسرائيلي.

سابعاً: خاتمة الدراسة

١- افادت الأغلبية العظمى بالموافقة على متابعة الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة للعام ٢٠٢٣ م بمعدل نعم اتابع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٢.٨٦) بانحراف معيارى (٠.٤٠)، وأهمية نسبية (٩٥.٣٣%)، فبلغت نسبة (نعم اتابع) حملات المقاطعة الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) (٨٧.٨%)، اما (اتابع الى حد ما) بلغت (١٠.٣%)، واخيرا نسبة (لا اتابع) (٣.١%)، مما يدلنا على ان القضية الفلسطينية هي القضية الأم والمركزية داخل المجتمع المصرى الذى ينظر الى القضية الفلسطينية على جزءاً جوهرياً من النزاع العربى الإسرائيلى.

٢- اشارت عينة الدراسة الى اهم المنصات التى تدعو الى المقاطعة على صفحات التواصل الاجتماعى على الترتيب (الفيس بوك)، (X توتير سابقا)، (انستجرام)، بنسب (٦٦%) (٣٠.٨%)، (٢٥.٣%) حيث تعتمد هذه الصفحات فى الغالب على ما يقدمه الأشخاص بشكل شخصى من صور أو مادة مصورة التقطها أحدهم عبر الهاتف المحمول كيفية دعمه لكافة اشكال لمقاطعة الرقمية على صفاتهم الشخصية.

٣- كانت أشهر حملات المقاطعة الرقمية التى يتابعها جمهور الشباب المصرى عينة الدراسة على الترتيب (حملة مقاطعة ضد ماكدونالدز وكنتاكى ستاربكس والعلامات



التجارية الداعمة لإسرائيل)، (حملة مقاطعة منصات شركة ميتا المالكة لفيسبوك وإنستغرام وواتساب) (حملة مقاطعة ضد العلامة التجارية Zara) بنسب (٧٥.٥%)، (٣٣%)، (٣٢.٥%)، هنا يتضح ان للمقاطعة أثر سلبي على الاستثمارات الأجنبية المستقبلية، "ولا سيما السوق المصري الذي يضم ١٠٠ مليون مستهلك، والمنطقة العربية التي تحتوى على أكثر من ٤٠٠ مليون مستهلك، فمن مصلحة المستثمرين الأجانب الاحتفاظ بتلك الأسواق.

٤- اشارت النتائج أن المتوسط العام لأجمالى محور (الى أى مدى اثرت حملات المقاطعة الرقمية الموجودة على صفحات التواصل الاجتماعى فى تشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور بالحرب الفلسطينية، بلغ (٣.٨٨)، بانحراف معيارى قدره (٠.٨٠)، وبأهمية نسبية (٧٧.٧١%)، وهذا يعنى أن اتجاهات مفردات العينة نحو اجمالى المحور تميل الى درجة الموافقة. هذا وقد تراوحت المتوسطات الحسابية من (٣.٧٤ الى ٤.٠٥) وبأهمية نسبية من (٧٤.٨٠% الى ٨١%). حيث فضحت المقاطعة الرقمية أفعال وجرائم الكيان الصهيونى فى سياسية التجويع والقتل العمد والابادة الجماعية وما يخفيه من سيناريوهات التهجير القسرى الى سيناء واستفزاز الجانب المصري، الا انه بفضل القيادات السياسية والحكمة المصرية بمعرفتها بفن التعامل مع الألاعيب السياسية الصادرة من دولة الكيان.

٥- اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة نشر الأكاذيب والافتراءات التى يصرح بها الجيش الإسرائيلى عن الشعب الفلسطينى وفصائل المقاومة على صفحات الفيس بوك وشرح كذب إسرائيل وكافة ادعاءها وتمتع كافة المنشورات باللغتين العربية والإنجليزية عن طريق استخدام الصور الحية والكارتيير وصور الانفوجراف وفيديوهات الفديوجراف، كما اتسمت صفحة BDS Egypt للمقاطعة باستخدام العديد من الأهداف الاتصالية من معرفى المتمثل فى تعريف الجمهور بأهم العلامات التجارية التى تدعم الكيان الصهيونى، ووجدانى ويحمل تعاطفنا مع اهل غزة وعد التهجير القصرى لهم، والسلوكى فى كيفية استخدام سلاح المقاطعة الرقمية لتكبيد إسرائيل الخسائر المادية.

ثامنا: توصيات ومقترحات الدراسة

- ١- ضرورة عمل حملات مقاطعة بشكل موسع على مواقع التواصل الاجتماعي واشراك الاعلام التقليدي فيها نظرا لأنه المتحدث الرسمي في تغطية تلك الحرب والعمل من أجل وقف إطلاق النار في كل الأوقات يعتمد على الدور المصري، والدبلوماسية المصرية، وجهاز المخابرات المصري، بقيادة رئيس الجمهورية الرئيس عبد الفتاح السيسي وجهود التعمير الضرورية لإعادة الحياة إلى شعب غزة.
- ٢- التوسع في استخدام تطبيقات الهاتف المحمول التي تضم قائمة بأسماء المنتجات المُستهدفة من المقاطعة لمساعدة المتسوقين على التعرف عليها.
- ٣- العمل على الاستفادة من حملات المقاطعة الرقمية في دعم السوق المصري وتشجيع المنتج المصري المحلي من أجل رفع الاقتصاد المصري وتشجيع العملة المصرية وفتح خطوط انتاج جديد والتوعية بأهمية المقاطعة الإيجابية في دعم الاقتصاد المصري للبلاد.

المراجع

المراجع العربية

- (١) أحمد طه، هدير (٢٠٢١م)، دور موقع فيسبوك في إمداد الشباب المصري بالأخبار حول الاشتباكات الإسرائيلية الفلسطينية ٢٠٢١، *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام، العدد ٣٥-أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٢١، ص ٥١٦-٥٦٩.
<https://dx.doi.org/10.21608/jkom.2021.226473>
- (٢) اكرام، فلورا (٢٠٢٤م). "توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية-دراسة تحليلية"، *مجلة البحوث الاعلامية*، جامعة الازهر، كلية الاعلام، مجلد ٧٠، عدد ٣، ص ص ٣٠٥٠-٣٠٠١.
https://jsb.journals.ekb.eg/article_349457.html#:~:text=10.21608/JSB.2024.277293.1724
- (٣) السعيد محمد عقدة، أمل (٢٠١٣م). "اعتماد الشباب على وسائل الإعلام ومدى معرفتهم بالقضايا الصحية" (دراسة تطبيقية مقارنة)، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ص ٧٠.



(٤) سيد على عبد المطلب، إيمان (٢٠٢١م)، معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل (دراسة تحليلية)، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد (٥٨)، المجلد (٣)، يوليو، ٢٠٢١، ص ١٥٦٦-١٥١٩.

<https://dx.doi.org/10.21608/jsb.2021.184614>

(٥) عاطف، أماني (٢٠٢٣م)، تحولات الرأي العام الغربى تجاه حرب غزة، آفاق استراتيجية، **مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار-مجلس الوزراء**، العدد (٨)، ديسمبر ٢٠٢٣، ص ٧١.

(٦) عبده محمد، أحمد (٢٠٢٢م)، الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية عبر فيسبوك أثناء أزمة الشيخ جراح وحرب غزة: دراسة تحليلية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد ٦١، العدد ٣-الرقم المسلسل للعدد ٣، إبريل ٢٠٢٢، ص ١٥٧٧-١٦٢٨.

https://jsb.journals.ekb.eg/article_238153.html#:~:text=10.21608/JSB.2022.238153

(٧) عادل علي، عبد الله (٢٠٢١م)، أثر حركات المقاطعة الدولية (BDS) على الاستثمارات الأجنبية في المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة النجاح الوطنية: كلية الدراسات العليا).

(٨) عكاشة، رضا (٢٠٠٦م). "تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة"، ط١ (القاهرة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع). ص ١٩٠.

(٩) عماد مكوي، حسن، عبد الحميد، ليلى (١٩٩٨م)، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ٨٠.

(١٠) عبد الحميد، محمد (٢٠٠٤م)، **البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية**، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب) ص ١٥٨.

(١١) عبد الحميد، محمد (٢٠٠٧م)، **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**، ط١، (القاهرة: عالم الكتب)، ص ٢٥٧.

(١٢) فاروق عبد العزيز، أماني (٢٠٢٤م)، تعرض الشباب المصرى لحملات مقاطعة العلامات التجارية الأجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو الشراء ودعم الصناعات المحلية، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، العدد (٨٦) الجزء الأول، يناير- مارس ٢٠٢٤م، اعمال المؤتمر الدولى السابع للإعلام cic، ص ١٥٥-٢١٩.

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_349599.html#:~:text=10.21608/EJSC.2024.349599

(٢) المراجع الأجنبية

- (1) Abushbak, A. M. (2022), Digitalization of the conflict: Palestinians in East Jerusalem Resorting to Instagram During the Conflict Escalation. , *Emerging Trends in Development Communication and Journalism* (pp.203-223) SN- 978-93-91450-03-8.



https://scholar.google.com/scholar?cluster=9664977864630440400&hl=en&as_sdt=2005#d=gs_cit&t=1751292003357&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3A0JFPHynmIIYJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26scf%3D1%26hl%3Den~:text=Abushbak%2C%20A.

- (2) Buheji, Mohamed & Ahmed, Dunya. (2023). Keeping the Boycott Momentum- from 'War on Gaza' till 'Free-Palestine' *International Journal of Management (IJM)*, 14(7), 2023, pp. 205-229. <https://iaeme.com/Home/issue/IJM?Volume=14&Issue=7>
- (3) Buheji, M and Mushimiyimana, E (2023a) "Gaza" – Towards an Agile Resilience, *International Journal of Management (IJM)*, 14(7), pp. 120- 136. [https://www.researchgate.net/publication/376191383_Gaza - Towards an Agile Resilience](https://www.researchgate.net/publication/376191383_Gaza_-_Towards_an_Agile_Resilience)
- (4) Buheji, M; Al-Muhannadi, K (2023) Mitigating Risks of Environmental Impacts on Gaza- Review of Precautions & Solutions post (2023 War), *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, 14(7), pp. 15-47. [https://www.researchgate.net/publication/376001466 Mitigating Risk s of Environmental Impacts on Gaza - Review of Precautions Solutions post 2023 War](https://www.researchgate.net/publication/376001466_Mitigating_Risks_of_Environmental_Impacts_on_Gaza_-_Review_of_Precautions_Solutions_post_2023_War)
- (5) Buheji, M (2023) Redefining the Meaning of Hardiness- Gaza Lab, *International Journal of Management (IJM)*, 14(7), pp. 77-95 [https://www.researchgate.net/publication/375910703 Redefining the Meaning of Hardiness-Gaza Lab](https://www.researchgate.net/publication/375910703_Redefining_the_Meaning_of_Hardiness-Gaza_Lab)
- (6) Chaitin, J., Steinberg, S., & Steinberg, S. (2017). Polarized words: Discourse on the boycott of Israel, social justice and conflict resolution. *International Journal of Conflict Management*, 28(3), 270–294. [https://www.researchgate.net/publication/316722726 Polarized words discourse on the boycott of Israel social justice and conflict resolution #:~:text=DOI%3A10.1108/IJCMA%2D05%2D2016%2D0029](https://www.researchgate.net/publication/316722726_Polarized_words_discourse_on_the_boycott_of_Israel_social_justice_and_conflict_resolution#:~:text=DOI%3A10.1108/IJCMA%2D05%2D2016%2D0029)
- (7) Charles R, W, (1986), **Mass Communication: A Sociological Perspective**, 3th edition (Random House,)pp233
- (8) Dalakas, V., Melancon, J. P., & Szczytynski, I., (2023). Brands in the eye of the storm: navigating political consumerism and boycott calls on social media. *Qualitative Market Research* , vol.26, no.1, 1-18. <https://avesis.tedu.edu.tr/yayin/a1971e4c-e1b1-423d-8407-6d672224d705/brands-in-the-eye-of-the-storm-navigating-political->



- consumerism-and-boycott-calls-on-social-media#:~:text=10.1108/qmr%2D07%2D2021%2D0089
- (9) Delacote, P. (2009) On the Sources of Consumer boycotts Ineffectiveness. *Journal of Environment & Development*, 18, 3, 306-322.
<https://www.researchgate.net/publication/228268900> On the Source s of Consumer Boycotts Ineffectiveness
- (10) El Zein, Hatem & Abusalem, Ali. (2015). Social Media and War on Gaza: A Battle on Virtual Space to Galvanise Support and Falsify Israel Story. *Athens Journal of Mass Media and Communications*. 1. 119-129. 10.30958/ajmmc.1-2-2.
<https://www.researchgate.net/publication/305719299> Social Media and War on Gaza A Battle on Virtual Space to Galvanise S upport and Falsify Israel Story#:~:text=DOI%3A10.30958/ajmmc.1%2D2%2D2
- (11) Farah, F; Newman, A (2010) Exploring consumer boycott intelligence using a socio-cognitive approach, *Journal of Business Research*, Volume 63, Issue 4, Pages 347-355
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296309001258#preview-section-cited-by:~:text=https%3A/doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.03.019>
- (12) Gandwar, A.. & Mehta, T. (2022). Sentiment Analysis of Political Tweets for Israel using Machine Learning. **ArXiv, abs/2204.06515**. P1-10. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2204/2204.06515>
- (13) Gates, D. (2015) Four Reasons Why We Need Boycotts. Crises Magazine. December 7 <https://www.crisismagazine.com/2015/four-reasons-we-needs-boycotts-> Date Accessed: 1/12/2023
- (14) Hong, C., & Li, C. (2020). To support or to boycott: a public segmentation model in corporate social advocacy. *Journal of Public Relations Research*, 32(5-6), 160-177.
<https://doi.org/10.1080/1062726X.2020.1848841>
- (15) Hassid, J., (2012). Safety Valve or Pressure Cooker? Blogs in Chinese Political Life. *Journal of Communication*. 62 (2),p. 212. . 10.1111/j.1460-2466.2012.01634.x
<https://www.researchgate.net/publication/228154703> Safety Valve or Pressure Cooker Blogs in Chinese Political Life
- (16) Ihssane, Abboubi & Wang, Wuyi. (2024). Boycotting effects on the Europe and America corporates Amid Gaza-Israel Conflict.



International Journal of Research Publication and Reviews, Vol 5, no 4, pp 5150-5157 April 2024

https://www.researchgate.net/publication/380326515_Boycotting_effects_on_the_Europe_and_America_corporates_Amid_Gaza-Israel_Conflict#:~:text=DOI%3A10.55248/genqpi.5.0424.1057

- (17) Jorgenson, A.K., Givens, J.E., (2014), Economic globalization and environmental concern: A Multilevel Analysis of Individuals Within 37 Nations. *Environment and Behavior*. 46. 484-871. 10.1177/0013916513479796
https://www.researchgate.net/publication/255701573_Economic_Globalization_and_Environmental_Concern_A_Multilevel_Analysis_of_Individuals_Within_37_Nations
- (18) Kaplan Andreas M. (2010). "**Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**". *Business Horizons*. 53 (1), Pp59-68. . DOI:10.1016/j.bushor.2009.09.003. ISSN:0007-6813.
- (19) Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*, 68(3), 92–109. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.3.92.34770>
- (20) Loveless, M. (2008). Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe. *Democratization*, 15(1), 162–183. <https://doi.org/10.1080/13510340701770030>
- (21) Makana, The War of Narratives: Digital Dialogue and Sentiment Analysis on the Gaza War, (2023), available online at: <https://www.makana360.com/en/thewar-of-narratives-digital-dialogue-and-sentiment-analysis-on-the-gaza-war/>
- (22) Mirza, F., Ashraf, S., & Jahangir, H. B. (2020). The Impact of Religiously Motivated Consumer Boycotts on Product Judgment, Brand Image and Loyalty. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**. 10(11), 384-402
https://www.researchgate.net/publication/346060740_The_Impact_of_Religiously_Motivated_Consumer_Boycotts_on_Product_Judgment_Brand_Image_and_Loyalty
- (23) Mostafa, M.M., (2016), Concern for global warming in six Islamic nations: **a multilevel Bayesian analysis**. *Sustainable Dev*. 25 (1), p.63.



<https://www.researchgate.net/publication/308942077> Concern For Global Warming In Six Islamic Nations A Multilevel Bayesian Analysis

- (24) Melvin I., Defleur & Sandra Paul Rokeach. "Dependency Models of Media Effects", *Communication Research*, Vol.3, No.1, 1976, P.p 2-21
- (25) Melvin I., Defleur & Sandra Paul Rokeach. (1989) "*Theories of Mass Communication*" 4th edition, (New York: Longman,), P240-245
- (26) Miranda, L (2023) Brands also Mired in Gaza Conflict, Bloomberg Opinion, December 13, <https://www.pressreader.com/philippines/business-world/20231218/281599540295241>, Date Accessed: 1/12/2023
- (27) Reed, A. (2019) Social Media Boycotts Succeed When They Reflect a Movement. **The New York Times. February 7** <https://www.nytimes.com/roomfordebate/2017/02/07/when-do-consumer-boycotts-work> Date Accessed: 1/12/2023
- (28) Sugianto, H. A. (2023). Palestinian Women's Rights and Global Advocacy: A Comprehensive Examination of Boycott Divestment and Sanctions Movement Strategies in 2010. *HUMANISMA : Journal of Gender Studies*, 7(2), 140–155. <https://doi.org/10.30983/humanisme.v7i2.7736>
- (29) Social media", **dictionary.cambridge.org**, Retrieved 16-12-2020. Edited
- (30) Yuksel, U., & Mryteza, V. (2009) An Evaluation of Strategic Responses to Consumer boycotts. *Journal of Business Research*, 62 (2), 248-259. <https://www.researchgate.net/publication/222837210> An Evaluation of Strategic Responses to Consumer Boycotts
- (31) Zhang, Xinzhi & Zhong, Zhi-Jin. (2020). Extending Media System Dependency Theory to Informational Media Use and Environmentalism: A Cross-National Study. *Telematics and Informatics*.50 (60). 101378. 10.1016/j.tele.2020.101378. <https://www.researchgate.net/publication/339656743> Extending Media System Dependency Theory to Informational Media Use and Environmentalism A Cross-National Study