



دراسات

◀ حملة رفض سعودية لطموحات أردوغان

▷ دراسة تحليلية لهاشتاغ #مقاطعة_المنتجات_التركية



مركز القرار
للدراسات الإعلامية



أكتوبر
2020

الرسالة:

رصد المجال الإعلامي بالبحوث
والدراسات المنهجية التأصيلية،
وتقويم أداء وسائل الإعلام
التفاعلي، ورصد وتحليل
مضامينها.



من نحن:

مركز سعودي (مستقل)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراستنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

أهدافنا:

استشراف
المستقبل..
وفق قواعد
البحث العلمي.

تقديم
التوصيات
المنهجية

رصد تحوُّلات
ثورة الاتصالات
والمعلومات

تقويم الخطاب
الإعلامي،
والارتقاء به

قياس اتجاهات
الرأي العام
وتأثيراتها

المحتويات

مقدمة	04
اتجاهات المستخدمين	05
محتوى التغريدات	07
مدلولات الهاشتاقات المرتبطة	08
النتائج العامة للتحليل	09
الخاتمة	10



مقدمة..

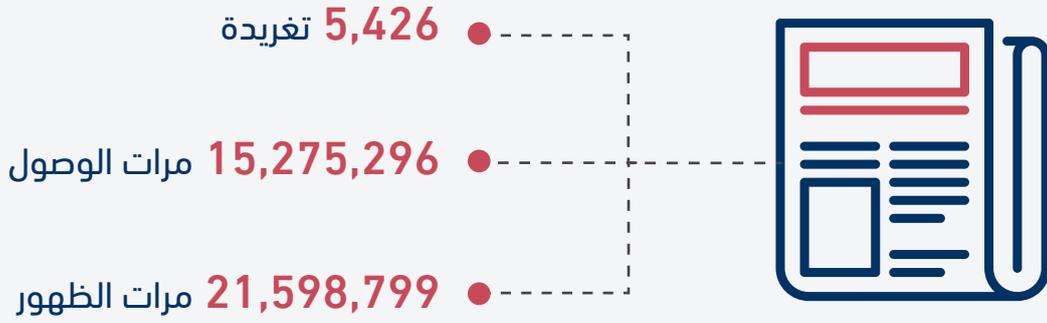
تُعتبر حملات المقاطعة الشعبية شكلاً من أشكال الاعتراض والرفض والاستنكار، وذلك عبر التوقف الطوعي عن استخدام أو شراء سلعة أو خدمة من شخص أو جهة أو دولة ما تُسيء أو تلحق الضرر بالجماعة الداعية للمقاطعة أو بالكيان المنتسبين له.

وتُعد الشبكات الاجتماعية إحدى الوسائل الحديثة التي تُستخدم في الدعوة لحملات المقاطعة لما تتميز به من سهولة وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من الشرائح المستهدفة، وخاصة مع استخدام خاصية الهاشتاق الذي يُسهم بشكل كبير في تحقيق الانتشار.

واستجابة لدعوة رئيس مجلس الغرف السعودية رئيس غرفة الرياض عجلان العجلان، مطلع أكتوبر الجاري إلى مقاطعة المنتجات التركية، جدّد المستخدمون السعوديون تفاعلهم الكثيف على هاشتاق (#مقاطعة_المنتجات_التركية) المُدشن على منصة تويتر كنوع من الرد الشعبي على تجاوزات «العثمانيين الجدد» الذين يحكمون الدولة التركية الآن برئاسة رجب طيب أردوغان وسياساتهم العدائية تجاه الدول الخليجية والعربية، وخاصة بعدما لجأ أردوغان مؤخراً إلى تبني خطاب صريح يحمل تهديداً مباشراً تجاه بعض الدول، وعلى رأسها المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة وجمهورية مصر العربية، كما سعى، عبر تصريحاته العنيفة، إلى ازدياد تاريخ دول الخليج العربي والتطاول عليها.

بسحب عينة عشوائية لتفاعلات المستخدمين على الهاشتاق خلال المدة من الساعة 6 صباحاً يوم السبت 10 أكتوبر 2020 ولمدة يوم واحد:

تفاعلات المستخدمين في 10 أكتوبر 2020 ليوم واحد



عدد التغريدات على الهاشتاق خلال يوم واحد (5,426) تغريدة.

عدد مرات الوصول إلى الهاشتاق (15,275,296).

عدد مرات ظهور الهاشتاق هو (21,598,799).

اتجاهات المستخدمين:

من أجل التعرف إلى اتجاهات المستخدمين من حملة المقاطعة، قام مركز القرار للدراسات الإعلامية بتحليل (100) تغريدة منشورة على الهاشتاق تم اختيارها عشوائياً. وقد أظهرت النتيجة أن الاتجاه المؤيد لحملة المقاطعة شكّل الغالبية العظمى من آراء المغردين بنسبة 85%، أمّا غير المؤيدين فجاءوا في المرتبة الثانية بنسبة 10% مثلت غالبيتهم العظمى حسابات غير سعودية أو وهمية، بينما حصل المحايدون على نسبة 5% من إجمالي العينة.



1. المؤيدون لحملة المقاطعة:

ساق المؤيدون لقرار المقاطعة مجموعة من الأسباب الداعمة لوجهة نظرهم تنطلق من طرح مركزي مفاده أن «المقاطعة هي واجب وطني ومسؤولية كل سعودي»، ومن أهم الأسباب:

- تناول الرئيس التركي رجب طيب أردوغان على دول الخليج.
 - سعي أردوغان لتخريب الدول العربية وزعزعة أمنها واستقرارها الداخلي.
 - العداء الذي يضمه النظام التركي الحاكم تجاه المملكة.
 - دعم أردوغان للجماعات الإرهابية والمسلحة في الدول العربية.
 - تشجيع المنتج السعودي والخليجي على المنافسة.
- وتُظهر الأسباب السابقة أنها تتمحور حول شخص الرئيس التركي أردوغان ونظامه الحاكم وليس الدولة أو الشعب التركي.



- تم استخدام هذه الصورة في العديد من تغريدات المستخدمين الذين غرّدوا على الهاشتاق، والتي تعكس مجموعة من الدلالات، أهمها:

- حالة الرفض السعودي نابعة بشكل خاص من السياسات الهوجاء للرئيس التركي رجب طيب أردوغان، وطبيعة خطابه العدائي تجاه المملكة ودول الخليج.
- يُعد الجمهور التركي من ضمن الفئات المستهدفة كجمهور مُخاطب، فتمت الكتابة باللغة التركية أسفل العربية، وذلك لإيصال رسالة الغضب السعودية إلى الشعب التركي لإعلامه بنتيجة سياسات رئيسه التي تُلحق الضرر بالمواطنين الأتراك، خاصة أنه يُراهن على الطرف الخاسر وهو جماعة الإخوان المسلمين التي لم تعد تُمثل إلا قلة مرفوضة من قبل الشعوب العربية.

2. الغير مؤيدين لحملة المقاطعة:

يعكس الغير مؤيدين لحملة المقاطعة إلى محاولات إضعاف تأثير المقاطعة الاقتصادية على سياسات الدولة التركية.

ويتضح أن هؤلاء يمثلون حسابات غير وطنية من خارج المملكة في محاولة يائسة لإفشال الحملة الشعبية السعودية وهذا ما عكسه نسبتهم والتي لم تشكل سوى 10% من محاولات التشويش والتضليل.

محتوى التغريدات:



احتلت التغريدات التي نشرها المستخدمون المتفاعلون على الهاشتاق وتناول محتواها «أسباب الحدث» على المرتبة الأولى بنسبة 54%، حيث عرضوا الأسباب التي دفعتهم إلى تأييد حملة مقاطعة المنتجات التركية. وفي المرتبة الثانية جاءت التغريدات التي تناول محتواها «وصف الحدث» حيث ركزت على توصيف حملة المقاطعة مثل عرض المنتجات التركية المنتشرة في الأسواق السعودية والبدائل المتاحة أمام المواطنين. أمّا التغريدات التي تناول محتواها «نتائج الحدث» فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 15% واهتمت باستعراض النتائج التي ترتبت على حملة المقاطعة أو من المتوقع حدوثها خلال الفترة المقبلة، ومن أمثلة ذلك اعتراف عدة شركات تركية بالضرر البالغ الذي أصابها نتيجة حملات المقاطعة الشعبية، كما نقل المغرّدون أخبارًا تتعلق بإرسال تكتلات تجارية تركية خطابًا إلى السلطات السعودية تلتزم فيه المساعدة في التوصل إلى حلول من شأنها إنهاء المقاطعة، نظرًا للخسائر الضخمة التي لحقت بها.

المسلمين، حيث تحولت استراتيجية تركيا في تعاملها مع دول الجوار من سياسة تصفير المشكلات إلى سياسة تصفير التحالفات مع الدول العربية الراضة لمشروعه، وهو ما يُفسر عداؤه للسعودية ومصر والإمارات والبحرين، فلجأ إلى تبني خطاب عدائي واضح وصريح وصل إلى حد التهديد المباشر، ولذلك كان استخدام السعوديين لهاشتاغ (اردوغان_يهدد_العرب) في تفاعله مع هاشتاغ المقاطعة مُعبّرًا وشديد الارتباط.

● **معاناة الاقتصاد التركي:** اتخذ المغرّد السعودي سلاح المقاطعة الاقتصادية للرد على تناول الرئيس التركي الذي تسببت سياساته الحمقاء ومغامراته العسكرية في عدد من الدول العربية، في تدهور وضع الليرة التركية ومعاناة بلاده اقتصاديًا، كما أثرت سلبيًا على المواطنين الأتراك، ولذلك ربط المغرّدون بين هاشتاغ المقاطعة وهاشتاغات أخرى كاشفة مثل (#اردوغان_يبتز_قطر) حيث لجأ الرئيس التركي إلى استنزاف قطر ماليًا لتعويض خسائره ومحاولة إنقاذ اقتصاده المتراجع بقوة، كما استخدم السعوديون أيضًا هاشتاغ (#الليرة_التركية) لإظهار تدهور قيمتها، كما استخدموا هاشتاغ (#تنظيم_الحمدين) لكشف المساندين لأردوغان في النظام الحاكم القطري. ولذلك جاء هذا الهاشتاغ ليُشكل عامل ضغط إضافيًا على نظام أردوغان في ظل تراجع قيمة الليرة التركية إلى مستويات تاريخية، فضلًا عن الآثار الاقتصادية السلبية الناتجة عن حالة الركود بسبب تفشي فيروس كورونا.

النتائج العامة للتحليل:

● عكس الهاشتاغ اتجاهات ومزاج الرأي العام السعودي على وجه التحديد، والعربي بشكل عام، نحو النظام الحاكم في تركيا بقيادة رجب طيب أردوغان وسياساته المتعلقة بالدول العربية. فلم يقتصر التفاعل على الهاشتاغ على السعوديين فقط، وإنما غرّد عليه مواطنون من مختلف الدول العربية وبخاصة الإمارات ومصر.

● يُدلل تفاعل المستخدمين على الهاشتاغ على أن الشعب السعودي يصطف مع دولته وقياداتها ضد المشروع التركي.

● كان أردوغان هو الحاضر الأبرز في أسباب الدعوة إلى حملة المقاطعة، بمعنى أن المقاطعة موجهة إليه شخصيًا ونظامه الحاكم، وليس الدولة أو الشعب التركي.

● وجود توافق في الرؤى بين التوجه الرسمي والشعبي في المملكة العربية السعودية.

ختامًا..

يمكن القول بأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرًا يمكن من خلاله رصد اتجاهات الجمهور حول قضية أو موضوع ما، وتزداد أهمية هذا المصدر كونه يُتيح للمستخدمين التعبير عن رأيهم بشكل أكثر حرية، فضلًا عن إمكانية رصد انطباعات جمهور متنشعب ومنتشر في كل أنحاء العالم.

ومن هذا المنطلق، شكّل هاشتاغ (#حملة_مقاطعة_المنتجات_التركية) ردًا صريحًا وقويًا على سلوكيات الرئيس التركي الهوجاء، وعكس صورته الذهنية عند المواطن السعودي تحديدًا والعربي بشكل عام. فكانت رسالة «التعبير عن الاتجاه الشعبي الرافض» لا تقل قوة عن آثار الهاشتاق الاقتصادية. خاصة أنها تُكذب وتنسف ادعاءات شعبية أردوغان المزيفة وتكشف حقيقة واقع جماعة الإخوان المسلمين وخليفتهم المزعوم.

وترجع أهمية الحملة أيضًا إلى أنها تعكس حالة الرفض الشعبي بجانب الرسمي لمخططات ومشروعات أردوغان في المنطقة، وتُمثل رد فعل عمليًا من جانب المواطنين على ادعاءاته وأكاذيبه التي طالما سعى هو وولغاؤه من جماعة الإخوان المسلمين إلى الترويج لها بتقديمه كمدافع عمّن سَمَّاهم المظلومين والمضطهدين في العالم العربي والإسلامي.

وبذلك يمكن القول إن نزيف خسائر أردوغان ونظامه مستمر، سواء على مستوى قواه العسكرية «الخشنة» أو على مستوى قوته الناعمة المتمثلة في المنتج التركي السلعي والثقافي، حيث تتضمن الحملة المطالبة بمقاطعة المواد المستوردة من أنقرة، الدراما التركية وأيضا السياحة في ظل وجود العثمانيين الجدد.

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa