

جامعة الحسن الثاني الدار البيضاء
كلية الآداب والعلوم الإنسانية- بنمسيك
مختبر التواصل والمجتمع والمنظمات

دعوة إلى المشاركة في الندوة الدولية:

حملات المقاطعة الاقتصادية في زمن الشبكات الاجتماعية. أي دور لتواصل الأزمات؟

يومي 15-16 أبريل 2020 بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسيك
الدار البيضاء، المغرب

ورقة تقديمية

يمكن تعريف حملات المقاطعة على أنها حركات منظمة لرفض شراء أو بيع منتج أو خدمة معينة قصد ممارسة ضغط اقتصادي على المقولة.

وتعتبر المقاطعة، كما هو شأن باقي الأشكال الاحتجاجية، نوعا من التعبير عن عدم رضا أو غضب أبرز الفاعلين والمؤثرين على المقولة، أي الزبناء. كما يمكن قراءتها على أنها تعبير عن تغيير علاقات وموازين القوى الموجودة بينهما ودعوة لإعادة التفاوض حول عقد الثقة الذي يربطهما، وهو ما قد يؤدي إلى حدوث أزمة كبرى تستلزم إدارة وتواصل مدروسين بشكل جيد.

ويرتبط نجاح حملات المقاطعة بدرجة التعبئة وامتداد شبكات الدعم المساندة لها، كما يقترن في الغالب بأنماط احتجاجية موازية حيث تتعدد الخطابات المعبرة عن الاستنكار والمحفزة على مواصلة المقاطعة/ الأزمة. وهذا ما يولد تضاربا في مقاربات معالجتها ويخلق صراعات على مستوى التأويل قد تفتح المجال لدخول فاعلين آخرين (المنافسين، المومنين، الإعلام...) يشكل فعل المقاطعة بالنسبة إليهم مناسبة مواتية لإعادة توزيع الأوراق وفرصة لإعادة التوقيع لكسب رهانات جديدة مرتبطة بشكل مباشر أو غير مباشر بالأزمة.

وعادة ما يؤدي تعدد هؤلاء الفاعلين، ذوي المصالح والتصورات والقراءات المتباينة للأزمة، إلى فحص نقدي لسلوك المقولة ونشاطاتها. وهو ما ينتج عنه، حال اختلال أو فشل التواصل، فقدان مصداقية ومشروعية المقولة وتدخلاتها، مما يجعل تواصل الأزمات عملية ذات أهمية قصوى.

وتكمن هذه الأهمية، أولا، في تقديم المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المناسبة، وثانيا في تدبير علاقات/ردود أفعال الأطراف المتدخلة في الأزمة، وثالثا في صيانة مصداقية ومشروعية المقولة وتدخلاتها الميدانية.

ولعل حملة المقاطعة التي شهدتها المغرب في أبريل 2018 مثال جيد لهذا الشكل الاحتجاجي، إذ أن امتداده والانخراط الكبير للمستهلكين فيه وغموض مصدره جعل منه حالة فريدة من نوعه.

انطلقت الدعوة إلى هذه الحملة يوم 20 أبريل 2018، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وعرفت انتشارا سريعا و مشاركة مكثفة. وقد استهدفت ثلاثة منتجات استهلاكية يومية تنتمي إلى ثلاثة قطاعات مختلفة : الماء المعدني "سيدي علي" الأكثر مبيعا بالمغرب في تلك الفترة، وحليب سنطرال- دانون الذي يستحوذ على أزيد من 60 % من المبيعات، ومحطات إفريقيا لتوزيع المحروقات التي تحتل الرتبة الأولى على مستوى حصة السوق وقدرات التخزين. أما المطلب المعلن فهو تخفيض أثمان هذه المنتجات ومساءلة الشركات حول أرباحها.

وقد أثار سلوك وتواصل المقاولات الثلاثة إزاء هذه الحملة وما صاحبها من تعقيدات وتشعبات سياسية واجتماعية واقتصادية وتدبيرية عدة تساؤلات ، يمكن أن نجمل بعضها منها في ما يلي:

- لماذا لجأ المغاربة إلى المقاطعة أو انضموا إليها ؟ وكيف حدث ذلك؟ ولماذا كان فعل أو ردة فعل المغاربة بهذا الشكل؟
- هل يعكس الانخراط الواسع في المقاطعة ضائقة اقتصادية واجتماعية عميقة؟ وما هي التمثلات التي تكمن خلف هذا الشكل الاحتجاجي؟
- إلى أي مدى يمكن اعتبار المقاطعة فعلا احتجاجيا وتنديدا بتغول الاقتصادي على حساب السياسي؟
- هل تدل أساليب التواصل التي انتهجتها المقاولات الثلاثة، المطبوعة بالارتباك والتخبط، على ضعف استعدادها لإدارة الأزمات والتواصل بشأنها؟ وإلى أي حد يمكن اعتبار المقاولات المغربية مهيأة للتدبير وإدارة التواصل بفعالية في مثل هاته الوضعيات المتأزمة؟
- هل ساهمت الاستراتيجيات التواصلية المعتمدة خلال المقاطعة في تفاقم الوضع وأدت إلى التحاق فئات وأطراف أخرى بالحركة؟
- إذا كان "الويب" التفاعلي عموما، والشبكات الاجتماعية خصوصا قد أحدثت تحولا أنموذجيا في تواصل المنظمات. فإلى أي حد أدمجت المنظمات المغربية هذه التغييرات في تواصلها؟
- باعتبار الشبكات الاجتماعية سلاحا ذا حدين، حيث تتيح من جهة أولى للمقولة ومنتجاتها منظورية كبرى ونسج علاقات مباشرة مع كل الأطراف الفاعلة، ومن جهة أخرى تمثل عامل مخاطرة وإضعاف للمقولة. فكيف تستخدم المقاولات المغربية هذه الشبكات الاجتماعية؟

كل هذه التساؤلات والإشكاليات وغيرها ستمثل موضوع ندوة دولية ينظمها مختبر التواصل والمجتمع والمنظمات بكلية الآداب بنمسك – جامعة الحسن الثاني الدار البيضاء يومي 15 و16 أبريل 2020. وللمشاركة في هذه الندوة، يتعين تقديم مداخلات في أحد المحاور التالية:

- 1- إلى أي مدى يمكن اعتبار المقاطعة التي عرفها المغرب شكلا من أشكال الاحتجاج والمقاومة و/أو تجليا لبداية التحول في طبيعة العلاقة بين الزبناء والمقولة؟
- 2 - ما مدى نضج إدارة وتواصل الأزمات لدى المقاولات المغربية بصفة عامة وخلال حملة المقاطعة بصفة خاصة؟
- 3 – كيف يستخدم المغاربة، أفرادا ومنظمات، الشبكات الاجتماعية؟ وما أثر ذلك على العلاقات بين مختلف الأطراف الفاعلة في المجتمع المغربي؟

صيغة المشاركة

يمكن أن تتناول المداخلات المقترحة قضايا نظرية و/أو أعمالا تجريبية. وسيتم الانتقاء على أساس مقترحات المداخلات التي يمكن تقديمها باللغة العربية أو الفرنسية أو الانجليزية .

ويرجى من الباحثين المهتمين توجيه ملخص (يضم حوالي 500 كلمة) قبل 10 فبراير 2020 إلى العنوانين الإلكترونيين التاليين:

colloqueboycott@gmail.com

و colloqueboycott2020@gmail.com مع الإشارة في الموضوع إلى: مشاركة في الندوة الدولية « حملات المقاطعة الاقتصادية في زمن الشبكات الاجتماعية. أي دور لتواصل الأزمات؟ ». وينبغي أن يتضمن الملخص عنوان المداخلة واسم الباحث ولقبه ووضع الإداري والمؤسسة التي ينتمي إليها وكذا الكلمات-المفاتيح في المداخلة.

وستحظى المداخلات المقترحة المنتقاة من طرف اللجنة العلمية بالنشر ضمن مؤلف جماعي.

الجدول الزمني:

30 نونبر 2019	تعميم ونشر الورقة التقديمية
10 فبراير 2020	آخر أجل لإرسال المقترحات
ابتداء من 20 فبراير 2020	إشعار الباحثين بالمشاركة
2 أبريل 2020	إرسال نصوص المداخلات
15-16 أبريل 2020	انعقاد الندوة الدولية

رسوم التسجيل

100 أورو للباحثين الأجانب

700 درهم للباحثين المغاربة

200 درهم لطلاب الدكتوراه

اللجنة التنظيمية

- ✓ ذ. جواد بنيس، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. عبد الهادي الصمدي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. مجيد الدخيسي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. عبد اللطيف المرتجي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذة. سميرة عمور ، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. عبد الفتاح زكرياء مكوار، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. لحسن واسمي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذة. هادية سلاوي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ طلبة ماستر تواصل المنظمات، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء

اللجنة العلمية

- ✓ ذ. حسن الصميلي، المجلس الأعلى للتربية والتكوين والبحث العلمي
- ✓ ذ. هوغ هوتي، أستاذ فخري بجامعة بوردو
- ✓ ذ. عبد القادر كنكاي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. جواد بنيس ، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذة. صوفيا البلغيتي-ماهي، جامعة بول فاليري، مونبليي3
- ✓ ذ. مجيد دخيسي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. عبد المجيد بوزيان، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. رشيد الحضري، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ إيف مونتوني، معهد الثقافة والاقتصاد والجغرافية السياسية، باريس
- ✓ ذ. عبد الفتاح زكرياء مكوار، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذة. سميرة عمور ، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. عبد الكريم ساعة، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية المحمدية
- ✓ ذة. حياة زيراري، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. سعد بنكيران، مكتب "ايدوان" للاستشارة في تدبير الموارد البشرية
- ✓ ذ. نبيل الظاهر، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. عبد القادر سبيل، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. نبيل عادل، المدرسة العليا للإدارة لتجارة والأعمال، الدار البيضاء
- ✓ ذ. لحسن واسمي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. عبد الهادي الصمدي، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء

- ✓ خديجة تاخذت، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية عين الشق
- ✓ ذ. عبد الحق حمام، جامعة الحسن الثاني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بنمسك - الدار البيضاء
- ✓ ذ. خالد الهراي، جامعة السلطان مولي اسماعيل، الكلية متعددة التخصصات - خريكة.
- ✓ علي جفري، جامعة القاضي عياض، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بمراكش.

مراجع للاستئناس

- COOMBS, W.T. Ongoing Crisis Communication: planning, managing, and responding, Sage publication, second edition, California/London/New Delhi 2013,
- COOBS, T, W et HOLLADAY, S. Crisis communication handbook” Blackwell publishing 2010;
- SELLOW, T.L and SEEGER, M.W, Theorizing Crises Communication, Willey Blackwell publication 2013;
- NYSTROM, I et VENDARMIN, P. Le boycott, Paris, Presses de Sciences Po, 2015
- FOUREST, C. Face au Boycott, L’entreprise face au défi de la consommation citoyenne, Dunod, 2005
- AMIRAULT – THEBAULT, M. Le boycott : analyse conceptuelle et modélisation. Gestion et management, thèse de doctorat Université de la Réunion, 1999.
- SAMADI, A. Management de La communication de crise : L’état de préparation des entreprises marocaines, thèse de doctorat, Laboratoire de recherche : Communication, société et organisations, Faculté de lettres et sciences humaines Ben M’sik, Université Hassan II Casablanca 2018.
- BENNIS, J. et BEKOUCHI, H. Communication des Organisations au Maroc. Approches pluridisciplinaires, Sarbrücken, Noor Publishing, 2016.
- BLOCH, M. Communication de crise et médias sociaux : anticiper et prévenir les risques d’opinion, protéger sa e-réputation, gérer les crises, Paris Dunod.