

الآليات النفسية واستراتيجيات الترويج للصورة النمطية السلبية لزيارة الأربعين

م.م. قتيبة جابر باقر

مركز النهرين للدراسات الاستراتيجية

qotayba75@gmail.com

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة الآليات النفسية واستراتيجيات الترويج التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في بناء وتعزيز الصورة النمطية السلبية لزيارة الأربعين، يتناول البحث تأثير هذه الصورة النمطية على الوعي الجماعي والفردى، وكيف تُسهم الاستراتيجيات الإعلامية في توجيه الإدراك وتحفيز الانطباعات السلبية لدى الجمهور، يعتمد البحث في منهجه على التحليل النوعى للمحتوى الإعلامى ودراسة نقدية للأدبيات السابقة مع الاستناد بشكل أساسى إلى المصادر العربية التي تناولت موضوع الصورة النمطية والعمليات النفسية المرتبطة بها.

يتضمن البحث دراسة للمفاهيم الأساسية للصورة النمطية والآليات النفسية المساعدة في تكوينها مثل التصنيف والتعميم والاعتماد على التحيز التأكيدي، ثم ينتقل إلى استعراض استراتيجيات التأطير الإعلامى التي تُبرز الجوانب السلبية للمناسبة الدينية، مثل استخدام اللغة المشحونة عاطفياً والتركيز الانتقائى على الأحداث الفوضوية، كذلك التأثيرات النفسية والاجتماعية لهذه الصور على الهوية والسلوك المجتمعي، ويستعرض مقترحات عملية للتصدي لهذه الظاهرة من خلال تعزيز الوعي الإعلامى وتفعيل دور الإعلام الرقمن والمنصات البديلة.

يخلص البحث إلى ضرورة إعادة النظر في أساليب التغطية الإعلامية لزيارة الأربعين، مؤكداً أن التوازن والموضوعية هما السبيلان لتفكيك الصور النمطية السلبية، مما يُسهم في تعزيز المشاركة الإيجابية وبناء صورة متكاملة تعكس الأبعاد الروحية والاجتماعية المناسبة.

الكلمات المفتاحية : الزيارة الأبرعينية ، التأطير الاعلامى ، الصورة النمطية ، الهوية لانحياز المعرفى

The psychological mechanisms and strategies for promoting the negative stereotype of the Arbaeen pilgrimage

Asst. Lect. Qutaiba Jabir Baqir
Al-Nahrain Center for Strategic Studies

Abstract

This study explores the psychological mechanisms and media strategies used to promote a negative stereotypical image of Arabian Pilgrimage, building on the researcher's previous work on the stereotypical image of the Iraqi politician and its relation to political participation, this paper shifts focus to a religious-cultural context to understand how collective perceptions are shaped and influenced.

The researches employs a qualitative content analysis methodology, drawing from psychological and communication theories to identify processes such as cognitive bias, framing, and emotional language. Through the examination of selected media content and public responses, the study reveals how repeated exposure to negative frames and selective coverage contributes to the entrenchment of unfavorable stereotypes about the pilgrimage.

The findings suggest that such negative portrayals may affect collective identity, reduce engagement with religious events, and reinforce societal divisions, the paper concludes by proposing a set of practical strategies for dismantling harmful stereotypes, including media literacy, digital activism, and institutional reforms.

Keywords: Arabian, stereotype, media framing, psychological mechanisms, identity, cognitive bias.

الفصل الأول الإطار العام للبحث

أولاً - مشكلة البحث:

تواجه زيارة الأربعين، بوصفها ظاهرة دينية واجتماعية كبرى، موجات متزايدة من التغطيات الإعلامية التي تقدمها في إطار سلبي، تتراوح بين التشكيك في دوافعها واتهامها بالفوضوية أو التبعية السياسية، هذا التناول الإعلامي قد لا يكون عفويًا، بل يستند إلى آليات نفسية مدروسة تهدف إلى تشكيل صورة نمطية سلبية عن الزيارة في الوعي الجمعي.

من هنا تنبع مشكلة البحث: ما هي الآليات النفسية التي تُستخدم في بناء الصورة النمطية السلبية لزيارة الأربعين؟ وما هي الاستراتيجيات الإعلامية التي تروج لهذه الصورة؟ وكيف تؤثر هذه العملية في الإدراك الفردي والهوية المجتمعية؟

ثانيًا - أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث من كونه يتناول ظاهرة دينية كبرى من زاوية نفسية وإعلامية قلما تم التطرق إليها، فهو لا يكتفي برصد الخطاب الإعلامي بل يسعى إلى تحليل مضمونه وآثاره النفسية والاجتماعية، مما يعزز فهم آليات تشكيل الرأي العام تجاه القضايا الدينية.

ثالثاً - أهداف البحث:

١. الكشف عن الآليات النفسية الكامنة خلف تشكيل الصورة النمطية السلبية لزيارة الأربعين.

٢. تحليل الاستراتيجيات الإعلامية المستخدمة في الترويج لتلك الصورة.

٣. قياس الأثر النفسي والاجتماعي الناتج عن هذه الصورة النمطية.

٤. تقديم مقترحات عملية لتفكيك الصور النمطية وتعزيز الوعي الإعلامي الجماهيري.

رابعاً- حدود البحث:

- الحدود الموضوعية:يركز البحث على الصورة النمطية السلبية المرتبطة بزيارة الأربعين دون غيرها من المناسبات الدينية.

- الحدود المكانية: يختص البحث بتحليل الخطاب الإعلامي العربي المرتبط بالزيارة.

- الحدود الزمانية:يشمل التحليل التغطيات الإعلامية في السنوات العشر الأخيرة

(٢٠٢٥-٢٠١٥)

خامساً - منهجية البحث:

يعتمد البحث على المنهج النوعي من خلال تحليل المحتوى الإعلامي، مع الاستفادة من أدوات علم النفس الاجتماعي لتفسير الآليات النفسية المؤثرة في تشكيل الصورة النمطية، وتحليل عينة من التقارير والبرامج والمقالات الصحفية المرتبطة بموضوع البحث.

سادساً - مفاهيم الدراسة :

- الصورة النمطية: تمثيل إدراكي مبسط وثابت يُنسب إلى مجموعة أو ظاهرة معينة.

- التأطير الإعلامي: الطريقة التي يُعرض بها الحدث أو القضية في وسائل الإعلام.

- التحيز المعرفي: ميل الفرد إلى تفسير المعلومات بطريقة تعزز معتقداته السابقة.

- زيارة الأربعين: مناسبة دينية يحيي فيها ملايين الزوار ذكرى أربعينية الإمام

الحسين (عليه السلام) في كربلاء.

سابعاً - تعريف الصورة النمطية :

تُعرّف الصورة النمطية بأنها تمثيل معرفي مبسط ومجرد يُنسب إلى أفراد مجموعة معينة، يعتمد هذا التمثيل على تصنيفات اجتماعية وتوقعات مسبقة غالباً ما تكون نتيجة للتنشئة الاجتماعية والتجارب الشخصية (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٢٢).

من خلال هذه العملية الإدراكية، يقوم الفرد بتبسيط المعلومات المعقدة حول الآخرين ليشكل صورة نمطية تسهل عملية اتخاذ القرارات في التعاملات الاجتماعية (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٢٨).

الفصل الثاني

استراتيجيات الترويج الإعلامي للصورة النمطية السلبية لزيارة الأربعين

أولاً: استراتيجيات الترويج الإعلامي

١ - مفهوم التأطير الإعلامي :

يُعد التأطير الإعلامي عملية تشكيل محتوى الخبر بما يتناسب مع رؤية محددة تُبرز بعض الجوانب وتهمل أخرى، مما يؤدي إلى بناء صورة نمطية محددة لدى الجمهور (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٤٠)، يُسهم هذا التأطير في توجيه الإدراك وتحديد كيفية تفسير المعلومات من قبل المتلقي.

٢ - استراتيجيات العرض الانتقائي والتكرار :

- التركيز الانتقائي على الجوانب السلبية: تعتمد بعض وسائل الإعلام على إبراز العناصر السلبية أثناء تغطية زيارة الأربعين مثل الفوضى والازدحام، مع إغفال الأبعاد الروحية والاجتماعية التي تُشكل جزءاً أساسياً من الحدث (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٤٣).

- استراتيجية التكرار: تُستخدم تقنية التكرار في عرض صور ومشاهد محددة من الزيارة، مما يرسخ الصورة النمطية السلبية في الذاكرة الجماعية، إذ يصبح المشهد المتكرر مرجعاً ثابتاً عند تقييم الحدث (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٤٦).

٣- استخدام اللغة المشحونة عاطفياً والربط السياقي:

- اللغة المشحونة: تُستخدم ألفاظ وتعبيرات تحمل دلالات سلبية عند وصف الحدث، مما يثير مشاعر القلق والخوف لدى الجمهور، على سبيل المثال، استخدام كلمات مثل "فوضى" وتختلف في وصف المشاهد (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٤٨).

- الربط السياقي: يقوم الإعلام في بعض الأحيان بربط زيارة الأربعين بسياقات سياسية أو طائفية، مما يُساهم في تشويه المعنى الديني والاجتماعي للزيارة (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٥٠).

٤- أثر استراتيجيات الترويج في تشكيل الرأي العام:

تؤدي الاستراتيجيات الإعلامية إلى تشكيل رأي عام يتأثر بالمعلومات الانتقائية، مما يجعل الجمهور يتبنى صورة نمطية سلبية يصعب تغييرها مع مرور الزمن (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٥٣). وقد أشارت الدراسات إلى أن هذه العملية تؤدي إلى تعزيز التحيزات الإدراكية لدى الأفراد (سعيد، ٢٠١٨، ص، ٣٧).

بهذا ينتهي الفصل الثاني، والذي تناول بالتفصيل استراتيجيات التأطير والعرض الإعلامي التي تُسهم في تعزيز الصورة النمطية السلبية لزيارة الأربعين، في الجزء التالي سنتقل إلى الفصل الثالث الذي يتناول التأثيرات النفسية والاجتماعية لهذه الصورة.

٥- الآليات النفسية لتكوين الصورة النمطية:

يمكن تقسيم الآليات النفسية إلى عدة عناصر رئيسية:

- التصنيف والتعميم: يقوم الفرد بتصنيف الآخرين ضمن مجموعات بناءً على سمات ظاهرية أو سلوكية، هذا التصنيف يؤدي إلى تعميمات غير دقيقة قد تُثبت الصور النمطية السلبية (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٢٤).

- التحيز التأكيدي: يميل الأفراد إلى البحث عن المعلومات التي تؤكد معتقداتهم السابقة وتجاهل المعلومات المعارضة، مما يُعزز من ثبات الصورة النمطية في الوعي (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٣٠).

- التكرار والارتباط الشرطي: إن التعرض المتكرر لمحتوى معين يُسهّم في ترسيخ الصور النمطية، إذ تصبح المعلومات المتكررة أكثر تأثيرًا على الذاكرة والإدراك (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٢٦).

٦- دور الخبرات السابقة والبيئة الاجتماعية :

تلعب الخبرات الشخصية والعوامل الاجتماعية دورًا أساسيًا في تشكيل الصورة النمطية، إذ أن التجارب السلبية مع مجموعة معينة قد تُدفع الفرد إلى تبني صورة نمطية سلبية عامة عن تلك المجموعة (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٢٩)، كما أن العوامل الثقافية والإعلامية تُسهّم في تأطير هذه الخبرات في صورة نمطية متحاملة (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٣٢).

تشير الدراسات العربية إلى أن الصور النمطية غالبًا ما تكون نتاج عملية نشئة اجتماعية تعتمد على الموروثات الثقافية والتجارب التاريخية (سالم، ٢٠١٥، ص، ٤٥).

ثانيا - التأثيرات النفسية والاجتماعية للصور النمطية السلبية :

١- التأثير على الهوية الفردية والجماعية :

تشكل الصورة النمطية السلبية ما يشبه القالب الذهني الذي يؤثر في الهوية الفردية والجماعية، حيث يُمكن أن يؤدي التعرض المستمر لمحتوى سلبي إلى تغيير نظرة الفرد إلى نفسه وإلى مجموعته الاجتماعية (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٦٠).

أظهرت الدراسات أن الهوية تتأثر بتجارب الفرد الإعلامية، مما يؤدي إلى تبني سلوكيات تمييزية أو انعزالية في بعض الأحيان (عبد الله، ٢٠١٧، ص، ٥٢).

٢- الآثار النفسية على الإدراك والسلوك:

- التحيز الإدراكي: يؤدي الاعتماد المتكرر على صور نمطية سلبية إلى تعزيز التحيزات المعرفية، مما يجعل الفرد يُقَيِّم الآخرين بناءً على تلك التصورات الثابتة دون مراجعة أو نقد (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٦٤).

- التأثير العاطفي: تساهم الصور النمطية في إثارة مشاعر سلبية مثل الخوف والاشمئزاز، مما يؤثر على سلوكيات الفرد الاجتماعية والسياسية (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٦٦).

٣- تأثير الصورة النمطية على المشاركة في النشاطات الدينية والاجتماعية:

أن الصورة النمطية السلبية تؤثر في توجهات المشاركة في النشاطات الدينية والاجتماعية إذ قد يؤدي ذلك إلى تقليل الثقة في الحدث أو النشاط وتقليل المشاركة فيه (سليمان، ٢٠١٦، ص، ٥٨).

يمكن القول إن تآكل الثقة والتصورات النمطية يساهمان في ضعف التفاعل الديني والاجتماعي بين أفراد المجتمع (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٦٨).

ثالثاً: استراتيجيات تفكيك الصورة النمطية وإعادة بناء الوعي الإعلامي

١- التوعية الإعلامية والتثقيف الجماهيري:

يُعد رفع مستوى الوعي الإعلامي من أهم الخطوات لتفكيك الصور النمطية السلبية، حيث يُمكن للمحاضرات والندوات وورش العمل أن تُساعد الجمهور على تحليل الأخبار بشكل نقدي وفهم أساليب التأيير المستخدمة (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٨٨).

أظهرت دراسات عدة أن التثقيف الإعلامي يؤدي إلى تقليل الاعتماد على الصور النمطية ويُعزز التفكير النقدي لدى الأفراد (سليمان، ٢٠١٦، ص، ٨٥).

٢- دور الإعلام الرقمي والمنصات البديلة :

يُتيح الإعلام الرقمي فرصاً لنشر محتوى بديل مستقل عن التيار السائد، حيث يمكن للمنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي أن تُقدم رؤية متوازنة تُعيد تسليط الضوء على الأبعاد الإنسانية والروحية للمناسبة (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٩٠). تعتبر هذه الوسائل أداة فعالة في تحييد الآراء المسبقة وتوفير بدائل موضوعية للمحتوى الإعلامي التقليدي (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٩٢).

٣- استراتيجيات التدخل الجماعي وإصلاح السياسات :

تشمل الاستراتيجيات المقترحة:

أ. إشراك المؤسسات التعليمية والإعلامية:

تنظيم برامج مشتركة بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية لتدريب الصحفيين على تقديم تغطية متوازنة وغير متحيزة (أحمد، ٢٠١٩، ص، ٤٥).

ب. العمل على حملات توعوية مجتمعية:

إطلاق حملات إعلامية تصحيحية تُبرز الجوانب الإيجابية والإنسانية للزيارة، مما يُساهم في تغيير الإدراك السلبي لدى الجمهور (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٩٥).

ج. تطوير سياسات تنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية:

وضع معايير أخلاقية ومهنية لضمان تقديم تغطية متوازنة تشمل الأبعاد كافة. (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٩٧).

الفصل الثالث

التحليل النقدي لدراسات الحالة والمحتوى الإعلامي

١- منهجية تحليل المحتوى الإعلامي

يعتمد التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي على دراسة تقارير الأخبار والمقالات والبرامج التلفزيونية التي تغطي زيارة الأربعين، تُستخدم تقنيات تحليل النصوص لتحديد الأنماط اللغوية والاستراتيجيات التأطيرية المتبعة (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٧٢).

تشمل المنهجية تحليل النصوص باستخدام مقاييس نوعية مثل تحديد الكلمات الدالة وتصنيف الفقرات بحسب محتواها (أحمد، ٢٠١٩، ص، ٤٠).

٢- دراسات حالة من التغطية الإعلامية :

- تم تحليل عدد من التقارير الإخبارية من وسائل إعلام عربية مختارة، حيث تبين أن:
- تُركّز معظم التقارير على تصوير الازدحام والفوضى دون الإشارة إلى الأبعاد الروحية والإنسانية (قتيبة جابر باقر، ٢٠٢٠، ص، ٧٥).
- تُستخدم عناوين ملفقة وعاطفية تُساهم في ترسيخ الصورة السلبية (الأسدي، ٢٠٢٠، ص، ٧٧).

٣- تقييم ردود فعل الجمهور والتحليل النقدي :

أظهرت استبانة ميدانية أجريت على عينات من الجمهور أن غالبية المتلقين يعتمدون على المعلومات المقدمة في وسائل الإعلام لتكوين آرائهم، مما يجعلهم عرضة لتأثير الصور النمطية (سالم، ٢٠١٥، ص، ٨٠).

الفصل الرابع الخاتمة والتوصيات

خلص البحث إلى أن الصورة النمطية السلبية لزيارة الأربعين ليست نتاجاً لعوامل طبيعية فحسب، بل هي نتيجة لاستراتيجيات إعلامية تعتمد على التحيز والتأطير الانتقائي، وقد أظهر البحث أن التأثيرات النفسية لهذه الصور تتجلى في تغيير الهوية الفردية والجماعية وتؤثر سلباً على المشاركة وصورة الحدث لدى المجتمع، كما تبين أن مواجهة هذه الظاهرة تتطلب جهوداً مشتركة تشمل:

- التوعية الإعلامية
- استخدام الإعلام الرقمي
- تبني سياسات تنظيمية تهدف إلى تقديم تغطية متوازنة تعكس الأبعاد الحقيقية للمناسبة.

التوصيات

بناءً على النتائج المستخلصة من الدراسة، يُقترح ما يلي:

١. تعزيز التوعية الإعلامية: تنظيم ورش عمل ومحاضرات للجمهور والصحفيين حول أساليب تحليل الأخبار وتقييم المحتوى.
٢. تشجيع الإعلام الرقمي: دعم المنصات الإلكترونية المستقلة التي تقدم محتوى متوازن وغير متحيز.
٣. إصلاح السياسات الإعلامية: وضع معايير تنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية لضمان تقديم تغطية شاملة ومتوازنة.
٤. إجراء دراسات ميدانية مستمرة: متابعة تأثير الصور النمطية على الإدراك والسلوك الاجتماعي عبر دراسات نوعية وميدانية دورية.

المصادر

١. باقر، ق، ج، (٢٠٢٠)، الصورة النمطية للسياسي العراقي وعلاقتها بالمشاركة السياسية [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة بغداد.
٢. الأسدي، م، (٢٠٢٠)، التحليل النفسي للصورة النمطية في الإعلام العربي، بغداد: دار الفكر العربي.
٣. أحمد، ع، (٢٠١٩)، منهجية تحليل المحتوى الإعلامي، القاهرة: دار النشر العربي.
٤. سالم، خ، (٢٠١٥)، الصورة النمطية والتنشئة الاجتماعية في المجتمعات العربية، عمان: دار الثقافة.
٥. سليمان، ر، (٢٠١٦)، التوعية الإعلامية وأثرها في تغيير المفاهيم النمطية، بيروت: مركز البحوث الإعلامية.