

التسويق متعدد اللغات ودوره في تعزيز التعريف لبعض ابعاد (مضامين) الزيارة الاربعينية.

أ.د حاكم جبوري الخفاجي

قسم إدارة الأعمال-الإدارة والاقتصاد-جامعة الكوفة

أ. أزهار عزيز

قسم إدارة الأعمال-الإدارة والاقتصاد-جامعة الكوفة

م.م جنان إسماعيل الوزني

قسم إدارة الأعمال-الإدارة والاقتصاد-جامعة الكوفة

hakimg.alkhafaji@uokufa.edu.iq

الملخص

الهدف من البحث هو بيان وتشخيص دور التسويق متعدد اللغات في الزيارة الاربعينية في بهدف تعزيز التعريف بأبعاد او مضامين الزيارة الاربعينية للزائرين جذب السائحين للبلد، والعمل على ومحاولة جذب اكبر عدد منهم، وتتمثل مشكلة البحث في ايصال محتوى بلغة مشتركة للترويج او التعريف بأبعاد الزيارة الاربعينية، من خلال تقديم عرض رسائل ذات محتوى يمكن ان يفهمه اغلب الزائرين من خلال تبني لغة واضحة وسهلة الفهم، او استخدام مقاطع الفيديو او اللوحات او العبارات او الرسوم والبوسترات، مما يعرف ويشرح المضامين او الابعاد التي اوجدتها الزيارة الاربعينية بشكل صحيح وغير مدسوس من المعادين لها، وقد اعتمد الباحثين على المراجع والمصادر البحثية المختلفة ذات العلاقة بالموضوع، وتم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها ان الزيارة الاربعينية مسيرة متجذرة منذ معركة الطف في (٦١ هـ) ولا زالت مستمرة وفي تزايد رغم كل جهود التكفيرين لمنعها، وانها تمثل صرخة للحرية مدوية بانتصار الدم على السيف ليس للشيعنة فقط بل هي لجميع احرار العالم ولمختلف الاديان والمذاهب والطوائف.

الكلمات المفتاحية: التسويق متعدد اللغات، ابعاد (مضامين) الزيارة الاربعينية.

Multilingual marketing and its role in promoting awareness of some of the dimensions (contents) of the Arbaeen pilgrimage (Visit.)

Prof. Hakim Jabouri Al-Khafaji

.Lecturer.Azhar Aziz

Asst. Lecturer Jinan Ismail Al-Wazni

University of Kufa, College of Administration and Economics, Department of Business Administration

Abstract

The aim of this research is to demonstrate and diagnose the role of multilingual marketing in the Arbaeen pilgrimage, with the aim of enhancing awareness of the dimensions or implications of the Arbaeen pilgrimage to visitors, attracting tourists to the country, and working to attract the largest possible number of visitors. The research problem is to deliver content in a common language to promote or introduce the dimensions of the Arbaeen pilgrimage. This is achieved by presenting messages with content that most visitors can understand, adopting clear and easy-to-understand language, or using video clips, panels, phrases, drawings, and posters. This will accurately identify and explain the implications or implications of the Arbaeen pilgrimage, free from manipulation by its opponents. The researchers relied on various references and research sources related to the topic, and reached a set of conclusions, the most important of which is that the Arbaeen pilgrimage is a process rooted in the Battle of Karbala in (61 AH) and continues to grow despite all the efforts of those who accuse it of takfir. It also represents a resounding cry for freedom, with blood triumphing over the sword, not only for Shiites, but for all free people of knowledge and of all religions. and sects and denominations.

Keywords: multilingual marketing, dimensions (implications) of the Arbaeen pilgrimage.

المبحث الاول

المنهجية العلمية للبحث

يسلتزم من الباحثين وضع خطة متتابعة ومرتبة لتحقيق هدف البحث وتتضمن الاتي:

اولاً - مشكلة البحث:

تبرز مشكلة البحث من خلال ايجاد لغة مشتركة للتعريف بمضامين الزيارة الاربعينية لجميع الزائرين او السائحين لهذه المسيرة المليونية وان يعبر محتوى الرسالة عنها بشكل دقيق وواضح ومفهوم أرغم كل الجهود المبذولة من الجميع اعلام وقنوات العتبات الحسينية والعباسية والعلوية والعاملي في المواكب الحسينية والقنوات الفضائية والمراكز المتخصصة . اذ نجد ان تطبيق التسويق متعدد اللغات يعمل عل المساهمة بتقليل هذه المشكلة.

ثانياً - اهمية البحث:

تتمثل اهمية البحث من خلال جانبين معرفيين من خلال اختيار متغيرات دراسة تمتاز في الحدائة وهو التسويق متعدد اللغات , والجانب الثاني محاولة البحث وتحديد اغلب ابعاد او مضامين الزيارة الاربعينية لعرضها لاثراء المكتبة المحلية.

ثالثاً - اهداف البحث:

تنطلق اهداف البحث من خلال المساهمة في ردم الفجوة بين التسويق متعدد اللغات وربطها في موضوع ابعاد الزيارة الاربعية من خلال البحث والدراسة في متغيريين في الفكر التسويق ومحتوى الرسائل المناسبة ومضامين الزيارة الاربعينية المتعلق بالجانب الديني والعقائدي والروحي للزائرين, والهدف الثاني محاولة تشخيص مدى مساهمة التسويق متعدد اللغات في التعريف بابعاد الزيارة الاربعينية.

رابعاً - فرضية البحث:

للبحث فرضية نظرية وضعها الباحثون تتعلق بمستوى دور التسويق متعدد اللغات في التعريف بابعاد الزيارة الاربعينية من اراء الكتاب والباحثين المتخصصين.

المبحث الثاني

التسويق متعدد اللغات

سوف نتناول بعض الفقرات المتعلقة بالتسويق متعدد اللغات وهي:

اولاً - مفهوم التسويق متعدد اللغات:

التسويق متعدد اللغات هو استخدام لغات متعددة أو أصوات مختلفة في سياق الخطاب التسويقي. (Alcántara-Pilar et al., 2024: 82). اي المحتوى التسويقي والرسالة التي يتم ايصالها الى الجمهور المستهدف سوى كان مستهلكين متعلمين سياسيين دينيين وهنا في الزيارة الاربعينية تتضمن الرسالة الى الجمهور هي التعريف بمضامين الزيارة الاربعينية دينياً عقائدياً روحياً اجتماعياً او هو أداة استراتيجية لتجاوز الحواجز اللغوية والثقافية التي تعيق التواصل الفعال بين (محتوى الرسالة) او العلامات التجارية والمستهلكين. (Abah,2017: 2).

ثانياً - فوائد التسويق متعدد اللغات:

تشهد بيئات الأعمال تسارع العولمة وتزايد التنوع الثقافي في بيئاتها، برز التسويق متعدد اللغات كأداة استراتيجية لا غنى عنها لتحقيق فعالية الاتصال والتفاعل مع الأسواق العالمية. لم يعد استخدام اللغة مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أصبح عاملاً حاسماً في بناء العلاقات المهنية، وتعزيز تجربة العملاء، ودعم التماسك التنظيمي.

تتجلى أهمية التحول اللغوي في بيئات العمل متعددة اللغات من خلال مجموعة من الفوائد الجوهرية التي تنعكس بشكل مباشر على الأداء التنظيمي والقدرة التنافسية. ويهدف هذا التحليل إلى استعراض أبرز هذه الفوائد، مع توضيح أثرها في السياقات التنظيمية والتسويقية المتنوعة وفقاً لـ (Meyer, 2024: 17-18). وهي كما يلي:

١. تعزيز وضوح وكفاءة الاتصال : أن التحول اللغوي يُستخدم لتوضيح المناقشات التقنية وضمان الفهم الدقيق، مما يُعزز نجاح المشاريع ورضا العملاء.
٢. تحسين التماسك والأداء الجماعي : أظهرت النتائج أن التحول اللغوي يساهم في تحسين التعاون داخل الفرق متعددة اللغات ويُعزز التماسك الجماعي.
٣. التعبير عن الهوية الثقافية وزيادة الالتزام التنظيمي : أن التبديل بين اللغات يُستخدم للتعبير عن الفروقات الثقافية والحفاظ على الأصالة في التفاعلات المهنية، مما يعزز الشعور بالانتماء والالتزام.
٤. تحسين تجربة العملاء وزيادة الولاء: أن الخدمة ثنائية اللغة تُحسن من رضا العملاء، وتعزز ولائهم، وتُحسن من صورة العلامة التجارية.
٥. تحقيق ميزة تنافسية في الأسواق العالمية : أن التعدد اللغوي يمكّن الشركات من المنافسة بشكل أكثر فاعلية في الأسواق المتنوعة ثقافياً.
٦. تحسين الكفاءة التشغيلية عبر التكيف مع خصوصية كل صناعة : أن تعديل السياسات اللغوية بناءً على طبيعة القطاع يُعزز من فعالية الاتصال الداخلي والخارجي.
٧. تمكين التعاون الافتراضي عبر الأدوات الرقمية : أن التكنولوجيا الرقمية تدعم التحول السلس بين اللغات، مما يسهل العمل الجماعي في بيئات العمل عن بُعد.

ثالثاً - خصائص التسويق متعدد اللغات

تُبنى الإعلانات متعددة اللغات على التحول اللغوي والمزج اللغوي ، إذ يتم الجمع بين لغات متعددة ضمن الخطاب الإعلاني لتحقيق أغراض وظيفية — مثل الجاذبية التعبيرية والإثارة العاطفية وتحفيز التفاعل مع الجمهور (Kozlova, 2020:274). . ويتميز هذا الخطاب بعدة خصائص رئيسية هي:

١. الطبيعة التنظيمية وغير الشخصية: يتم توجيه الخطاب إلى جماهير واسعة عبر وسائل متعددة مثل الصحف، التلفاز، الإنترنت، واللوحات الإعلانية. وفي الزيارة الاربعينية يتم ذلك من خلال قنوات العتبات الحسينية والعباسية والعلوية وكثير من القنوات الاخرى فضلا عن البوسترات والاصدارات ومواكب الزيارة والمجالس الحسينية فضلا عن دور العتبة الحسينية من خلال القناة لل بث المباشر واستضافة المتخصصين واقامة المؤتمرات الدولية للتعريف بمضامين الزيارة الاربعينية على المستوى المحلي والعربي والعالمي.

٢. التعددية النمطية: يتم دمج النصوص اللفظية مع عناصر بصرية وموسيقية وشعارات لإنشاء رسائل معقدة تؤثر في المتلقي عبر الحواس المختلفة. ويتم في الزيارة الاربعية دمج الروايات والاحداث مع الصور لتصل الى المتلقي وفي اكثر من لغة.

٣. التعدد الوظيفي: إلى جانب وظيفته الترويجية الأساسية، يؤدي الإعلان وظائف رمزية، ترفيهية، معلومية، تقييمية، وعاطفية، مما يعزز من فعاليته التأثيرية. يتم في عرض مضامين الزيارة الاربعينية من خلال عرض الافلام المترجمة الى عدة لغات.

٤. الانتشار العالمي والنصوص: يُعد خطاباً عالمياً يشترك مع نصوص أخرى وينتشر في مختلف الثقافات.

٥. اللغة المستخدمة مخططة ومقصودة: لا تُعبر عن كلام عفوي، بل تُصمم بعناية مسبقة لتكون رمزية وتُحفز الارتباطات الذهنية.

٦. الازدواج اللغوي الثقافي: يدمج لغتين كلغتين ثقافيتين داخل نص واحد، مما يخلق رمزية ثقافية مزدوجة.

٧. التنوع في كمية العنصر الأجنبي: تتراوح من كلمات قليلة إلى فقرات كاملة، بحسب غرض الرسالة الإعلانية.

يمثل التسويق متعدد اللغات ظاهرة لغوية وإعلامية تتجاوز مجرد الترجمة، إذ يعتمد على تخطيط استراتيجي للعناصر اللفظية والبصرية لتحقيق تأثير أقوى على الجمهور المستهدف. وتُظهر خصائص هذا النوع من التسويق كيف يمكن لاستخدام التحول والمزج اللغوي أن يُعزز من الرمزية والتفاعل والإقناع، مما يجعله أداة فعالة في ظل التنوع الثقافي المتزايد. إن فهم هذه الخصائص يُعد خطوة ضرورية للمسوقين الراغبين في تحقيق تواصل أكثر فعالية عبر الحدود اللغوية والثقافية.

رابعاً - التحديات التي تواجه التسويق متعدد اللغات:

هنالك أربع تحديات رئيسية تواجه التسويق متعدد اللغات، تُعد بمثابة حواجز تؤثر على فعالية الرسائل التسويقية في البيئات متعددة الثقافات واللغات (Alnassai & Roze, 2024: 1297 – 1299). وهذه التحديات هي:

١. حاجز اللغة:

تُعد الحواجز اللغوية من أبرز التحديات التي تُعيق إيصال الرسالة التسويقية كما هو مقصود. فعندما لا تصل الرسالة بشكل واضح بسبب التفاوت اللغوي بين المرسل والمستقبل، يتأثر تحقيق الأهداف التسويقية المرجوة مثل رفع نسب المبيعات أو جذب زبائن جدد، مما يحد من فاعلية الحملة التسويقية. فان حاجز اللغة في إيصال محتوى الرسالة قد يعرقل وفي الزيارة الاربعينية فكان حاجز اللغة مع اللغة الانكليزية او الفرنسية او بقي اللغات مما تم الاعتماد على الصور او الافلام التصويرية او كتابة العبارات ببوسترات.

٢. حاجز الترجمة:

يُمارس التسويق متعدد اللغات غالباً عبر ترجمة الرسائل الإعلانية او اي محتوى للرسالة من اللغة المحلية إلى لغة أجنبية، كترجمة الإعلان من العربية إلى الإنجليزية. إلا أن هذه الاستراتيجية قد تكون محدودة في فعاليتها؛ إذ قد لا تعكس الترجمة بدقة المقصود الأصلي من الرسالة، كما أن الجمهور المستهدف قد لا يتلقى الرسالة بنفس الفعالية رغم فهمه الظاهري لها. وتُعدّ هذه الإشكالية التغيرات المستمرة في اللغة الإنجليزية في السياقات المحلية، ما يجعل الترجمة الحرفية قاصرة عن نقل المعنى والسياق الثقافي بدقة. وفي الزيارة الاربعينية فقد يعاني اغلب من يقوم بالترجمة بصعوبة إيصال محتوى الرسالة عن مضامين الزيارة الاربعينية بنفس محتواها من اللغة العربية الى اللغة الانكليزية لانها لغة قد لا تستوعب المعاني العربية بنفس المحتوى. حاجز التعقيد اللغوي.

يشير هذا الحاجز إلى صعوبة استخدام لغة واحدة للتواصل مع جماهير تتحدث أشكالاً (لكنة اللغة) متعددة من نفس اللغة، حتى اللغة العربية عندما يتحدث الجزائري قد لا يفهمها العربي من دولة اخرى وفي دول افريقيا ونفس الحال في اغلب اللغات الاخرى.

في هذا السياق، يُضطر المسوقون إلى توظيف ما يُعرف بـ التبديل الرمزي لربط الإعلان بالسياقات الثقافية المحلية. مما يُبرز ضرورة إدراك الفروقات الدقيقة بين اللهجات والأنماط اللغوية المختلفة داخل نفس اللغة.

٣. حاجز التكيف الثقافي:

المهم أن تكون الرسالة مترجمة أو مفهومة لغوياً وهذا لا يكفي، بل يجب أن تكون منسجمة ثقافياً مع القيم والعادات والسلوكيات الخاصة بكل جمهور. فالتسويق متعدد اللغات يستدعي فهماً دقيقاً للسياقات الثقافية لتجنب إساءة التفسير أو رفض الرسالة. مثال على ذلك مفهوم "الرفاهية"، الذي يُعد إيجابياً في الثقافات الغربية، لكنه قد يحمل دلالات سلبية كالتبذير في الثقافات الشرقية. إذاً، يتطلب التسويق الفعال تحليل الجمهور وتكييف المحتوى مع توقعاته ومفاهيمه الثقافية لتجنب فشل الحملات التسويقية. وهنا يجب ان تركز الرسالة التسويقية لمضامين الزيارة الاربعينية على القيم الدينية والعقائدية والاجتماعية والروحية بالشكل المناسب

تُبرز هذه التحديات ضرورة أن لا يكون التسويق متعدد اللغات مجرد ترجمة حرفية، بل هو عملية معقدة تستلزم موازنة لغوية وثقافية دقيقة. كما تؤكد على أهمية إدماج البُعد الثقافي واللغوي بشكل متكامل لضمان نجاح الرسائل التسويقية في البيئات العالمية المتنوعة.

المبحث الثالث

ابعاد (مضامين) الزيارة الاربعينية

اولاً - مفهوم ابعاد الزيارة الاربعينية :

قبل الخوض في بعض مضامين الزيارة الاربعينية نخرج على مفهوم الزيارة الاربعينية فان فاجعة الطف الخالدة امتدت من سنة (٦١ هـ) والى يومنا هذا واصبحت حدود ارض كربلاء , وانما امتد على كل ارض تشهد صراعا بين قوى الحق وقوى الباطل حتى اصبحت (كل ارض كربلاء وكل يوم عاشوراء). ان الباري عز وجل قد خصها بهذه الكرامة , اذ جسدت المقولة (الاسلام محمدي الوجود , حسيني البقاء) والتي خص بها الامام الحسين عليه السلام (جوادو محسن , ٢٠٢١ : ١-٥) فقد اخذ الاهتمام الروحي والعقائدي والديني منذ حدوث معركة الطف في عام (٦١ هـ) هجرية بين الامام الحسين عليه السلام واخوته واولاده وابناء عمومته واصحابه اي معسكر الرسول محمد صلى الله عليه وآله وبني امية لمعسكر التحريف والظلم والخروج عن الدين المحمدي القويم هنا بدأت صرخت الحق مدوية وبدأ معركة الحرية وانتصار الدم على السيف وبعد انتهاء المعركة ورحلة سفر السبيا والرؤوس المطهرة من كربلاء الى الشام , ورجوع عتره محمد صلى الله عليه وآله الى كربلاء لزيارة الجثمان المطهرة اصبحت كربلاء المقدسة حج سنوي هو الزيارة الاربعينية.

ثانياً : دور الزيارة الاربعينية في الصحة العقلية والاجتماعية

يشير مفهوم الصحة العقلية على وفق مفهوم منظمة الصحة العالمية هو الحالة التي تحقق الرفاهية والاتزان في جوانب متعددة منها العاطفية والعقلية والاجتماعية لكل فرد, وبما يجعله قادرا على التفاعل مع الضغوط التي يعيشها في الحياة , ومن خلالها يحقق اسهاما في محيط مجتمعه اي ان الصحة العقلية تتضمن ابعاد مختلفة منها رفاهية الشخص , وكفائه الذاتية واستقلاله في تفاعله وقدرته بالتفاعل مع اعضاء المجتمع بشكل سوي

وبإيجابية (1070-Reff,1989:069) اما الصحة الاجتماعية فهي تنبع من صحة الفرد العقلية والتي تعد نتيجة لسلوكياته في المجتمع . مما يعزز من قدرته في اقامة العلاقات الاجتماعية مع بقية المجتمع بشكل ايجابي وفعال في المجتمع , ولاجل نجاح الفرد في المجتمع عليه ان يحقق التكامل والمساهمة الفاعلة والقبول من المجتمع , وعليه يجب ان تتحقق الصحة العقلية والاجتماعية ليكون الفرد فاعلا في المشاركة المجتمعية (208 :209-Keyes, 2002).

اما دور الزيارة الربيعية في تعزيز الصحة العقلية والاجتماعية فهي تظهر من خلال الممارسات الدينية والروحية بدورها الايجابي من خلال المشاركة فيها مما يسهم في تقليل الاكتئاب والقلق , وتحسين الشعور بالرضا عن الحياة والسعادة الشخصية من خلال التماسك الاسري والترابط المجتمعي وتعزيز هدفهم في الحياة بالانتماء والتماسك الداخلي مما يجعلهم عاطفيا اكثر قربا من الله واحساسهم بالتوضع والخشوع من خلال الزيارة الربيعية التي تعبر عن استمرار وبقاء الدعوة المحمدية. (Al-Hamdani, 2012: 78).

ثالثاً: الزيارة الربيعية والتربية الانسانية

افرزت الزيارة الربيعية بنتائجها هو تحقيق التربية الانسانية بكل ما يتعلق باصولها وضوابطها العامة المفيدة على مستوى العمل. اذ ترجمة الزيارة الربيعية الاقوال الى افعال فيعتقد الفرد باعتقاداته وكل ما يمتلكه نفسه من صفات فهي تترجم الى افعال مطبقة اذ يتحقق سمو النفس والبدن وافرزت تغيرات على سلوك وحركات الفردة , مما ادى الى ترسيخ ايمانه وتثبيته مبادئ الدين والتعاليم الشريفة الى رسول الامة محمد ﷺ وبذلك يتحقق للانسان القدرة على تنظيم فكره مع المعطيات المتوفرة من اجل تحقيق مبدأ الارادة والاختيار والذي يشعر الفرد بالمسؤولية. يعد مبدأ التوحيد الجماعي اي الهوية الجماعية قد حققته الزيارة الربيعية وهو الشعور بالتوحد

الجماعي من خلال الفرد فهو ليس مستقلا عن الافراد الباقين اجتماعيا اذ هو ذائبا في المجتمع. يتجسد ذلك من خلال هتافات موحدة وشعارات محددة ومطلب واحد هو زيارة اربعينية سيد الشهداء عليه السلام وتجديد العهد معه والاقتداء باهدافه السماوية السامية في تحقيق مفاهيم العدل والحرية ومحاربة الظلم والفساد (باقري , 2014 : 236-239).

رابعاً - الزيارة الاربعينية وكرم تلبية حاجات الزائرين :

تجسد الزيارة الاربعينية واحدة من ابرز قنوات استمرار وتوصيل المبادئ الاسلامية والاجتماعية , والتي يجسدها الائمة جميعا عليهم السلام , ومنهم الامام الحسين عليه السلام اذ استطاع ان ينشر الفضائل الاجتماعية ويهدف التغير الاجتماعي نحو الافضل (علي الصغير , 2016 : 399). مما جعل الافراد واغلب الشعب العراقي يتسابق في كرم ضيوف زائري الامام الحسين عليه السلام والتي اصبحت حشود مليونية تتوافد سنويا الى كربلاء سواء من الداخل والخارج بكل وسائل الراحة مثل الطعام والسكن والعلاج وتوفير كل ما يحتاجه وبشكلا مجاني , فضلا عن دور العتبات المقدسة في كربلاء الحسينية والعباسية والنجف العتبة العلوية , فهذا الكرم في الضيافة وقضاء حوائج الزائرين هو تجسيد لمضامين الزيارة الاربعينية. (الاربلي, 2012 : 221-222), (الامين, 1974 : 45).

خامساً - ابعاد (مضامين) الزيارة الاربعينية :

ذكرها بعض الباحثين ابعاد ومنهم (جواد, محسن , 2021 : 8-14) او مضامين وتضمنت :

1 . تجديد العهد لسيد الشهداء عليهم السلام اذ نجد توافد الملايين سنويا للزيارة الاربعينية فما هي الاتجدي العهد والولاء لسيد الشهداء رغم كل ما تعرض له الزائرين قديما وحديثا من عمليات قتل وتصفية وتعذيب وتفجير.

٢. تذكير النفوس بالتعاليم الاسلامية: يجسد عترة الرسول محمد ﷺ وهم الائمة المعصومين من ذرية الامام علي وفاطمة الزهراء بنت محمد ﷺ فهم الطريق المؤدي للدين الاسلامي الصحيح بكل مبادئه وتعاليمه وتفسير قرانه بالشكل الصحيح.

٣. مناسبة لتعزيز وحدة الامة: نجد ان احياء زيارة الاربعين هي تعزيز وحدة الامة الاسلامية بكل طوائفها ومذاهبها فهي ثورة للجميع ليس لفئة معينة او طائفة. فقد وجدنا المسيحيين لا يحتفلون بعيد ميلاد السيد المسيح عندما يصادف مع الزيارة او استشهاد الامام الحسين ﷺ.

٤. تجديد معاني التضحية والفداء: تجسد الزيارة الاربعية العهد على الاستمرار طريق الامام الحسين ﷺ والتضحية بالغالي والنفيس مثلما ضحى وهذا منذ واقعة الطف (٥٦١هـ) ومستمرة الى الان محاربة الطغاة والظالمين للزيارة لما تحملها من قيم التضحية والحرية من العهد الاموي والعباسي الى وقتنا الحاضر من خلال العمليات الارهابية في القتل والتفجير والتفخيخ.

٥. التمسك بالمبادئ والقيم الثورية النبيلة: يعد التمسك والاستمرار باحياء زيارة الاربعين والذي يلهب الحماس في النفوس على حب التضحية والفداء ويذكرهم بالمبادئ والقيم الثورية النبيلة والتي تبعث الانسان الى التضحية من اجلها وهذا ما جسده شبابنا وشيوخنا في الحشد الشعبي والتضحية ضد العصابات التكفيرية وداعش وتمسكهم بالقيم الثورية النبيلة.

٦. البعد التربوي: فقد اشار (محيي الدين، ٢٠٢٢: ٣٩٦-٣٩٧) اذ لم تقتصر ثورة الحسين على تحقيق المعاني المادية وانما تضمنت اكثر من ذلك تحقيقها المعاني الروحية بالسامية التي تتطلبها الانسانية في مسيرتها الحياتية ومن ادوات التربية التي تركها لكل السائرين في مسيرة الزيارة الاربعية الاتي:

أ. اعتمد في خطابه وسيلة الاقناع من خلال خطاب صادق وواضح مع الناس في مكة المكرمة فقد كان دائه الى المهاجرين والانصار وخطب فيهم موضحا مسيرته واسبابها وحتى نتائجها بقوله لهم (شاء الله ان يراني قتيلا وشاء الله ان يرى نساء بيت النبوة سبايا).

ب. الحوار بالتي هي احسن مع كل من لبي ندائه في المسير من مكة المكرمة الى كربلاء التضحية والفداء.

ج. الصبر والاستقامة مع علمه المسبق بنتائج مسيره فقد بقى صابرا محتسبا حتى اخر شهيد بل حتى اخر قطرة من دمه الشريف.

د. الارتباط الروحي بالخالق وقال مقولته قبل خروجه (من قبلني بقبول الحق فالله اولى بالحق ومن رد علي هذا اصبر حتى يقضي الله بيني وبين القوم بالحق).الصدق والابتعاد عن الضبابية وقد عبر عن ذلك بمقولته العظيمة والواضحة والتي لا تقبل معنى اخر (من لحق بي فقد استشهد ومن تخلف عني لم يدرك الفتح).

٧. بعد استذكار الثورات المقدسة: نجد ان الثورات والحركات المقدسة قد ابتدأت مع مع الانبياء في ثوراتهم وجهادهم المقدس ضد الكافرين ونجدها في قصص القرآن الكريم ومنهم موسى , ابراهيم , نوح , هود , لوط , صالح , وشعيب , وخاتم الانبياء , وهنا نجد الامام الحسين قد سار على طريقهم واصراره على التضحية والثورة المقدسة التي بذل فيها نفسه واهل بيته واصحابه. (المطهري , ١٩٩٢ : ٣٠).

٨. فيما اضاف (عزيزي , ٢٠١٧ : ٢٣-٣٢) ابعاد اخرى وهي:

أ. بعد معرفة الله وتوحيده:

اشارت الزيارات المؤثرة عن ائمة اهل البيت عليهم السلام في خصوص الامام الحسين عليه السلام مشحونة بالمعارف التوحيدية ومعرفة الله فهي بالتكبير والتهليل والتحميد

الله عزوجل , وفي هذا سر عظيم , وهو ان التوحيد ومعرفة الله تعالى والتقرب اليه هو الهدف الاسمى من زيارة المعصومين عليهم السلام لانهم محال الله معرفة الله , وانهم التامون في محبته تعالى والمخلصون في توحيده سبحانه . قد ذكر الامام الصادق عليه السلام عن زيارة جده الحسين عليه السلام امش حافيا , وعليك السكينة والوقار بالتكبير والتهيل والتجميد والتحميد والتعظيم لل ولرسوله صلى الله عليه وسلم.

ب. النبوة:

النبوة اصل من اصول الدين وركن من اركان الايمان فالزائر يشهد وقر في زيارته لابي عبد الله الحسين عليه السلام ويشهد ايضا في زيارته شهادة صريحة بنبوة الانبياء السابقين الذين تحملوا اعباء النبوة من ادم الى خاتم الانبياء عليه السلام فالحسين هو وارث الانبياء .

ج. الامامة:

تعد الامامة في مدرسة اهل البيت عليهم السلام امتداد لخط النبوة و بمعنى ان وظائف النبوة من حفظ الدين وتبيينه وتفسيره وتنفيذه في المجتمع ثابت للامام عليه السلام فهو المسؤول عن صيانته للدين والمتكفل بامرهم بعد رسول الله صل الله عليه واله وسلم , فقد اشار الامام الرضا عليه السلام يربط الامامة بالنبوة بشكل دقيق بقوله (ان الامامة منزلة الانبياء وارث الاوصيا , ان الامامة خلافة الله وخلافة رسوله صل الله عليه واله وسلم ومقام امير المؤمنين عليه السلام وخلافة الحسن والحسين عليهم السلام).

المبحث الرابع
الاستنتاجات والتوصيات

وهي تتضمن خاتمة البحث وما توصل لها من استنتاجات وتوصيات وهي:

أولاً: الاستنتاجات

وهي تتضمن الآتي:

١. ان الزيارة الاربعينية متجذرة عند الشيعة منذ واقعة الطف (٦١ هـ) ولحد الوقت الحاضر رغم كل جهود ومخططات التكفيرين لها.
٢. الزيارة الاربعينية تمثل صرخة للحرية مدوية بانتصار الدم على السيف ليس للشيعة فقط بل هي لجميع احرار العلم ولمختلف الاديان والمذاهب والطوائف.
٣. وجدت ان اللغة الانكليزية واللغات الاخرى تؤدي الى صعوبة في التعريف لابعاد الزيارة الاربعينية برغم الجهود التي تبذل.
٤. كل الجهات ذات العلاقة كانت تبذل جهودها على وفق قدراتها سواء العتبات المقدسة والقنوات الفضائية والمراكز والمواكب التي بذلت جهودا من اجل التعريف بابعاد الزيارة الاربعينية.
٥. ان كل جهود التكفيريين والحكومات التي حكمت منذ العهد الاموي ولحد الان تكسرت مخططاتها امام اهل البيت عليهم السلام وشيعتهم وكلما زاد الحقد والتفجير والقتل ازداد ثبات الشيعة باحياء الزيارة الاربعينية.
٦. ابعاد الزيارة الاربعينية تعبر عن الطاعة لله واهل البيت عليهم السلام وهي ابعاد تربوية وعقائدية وروحية وولائية واستذكار للثورات المقدسة.

ثانياً: التوصيات

تم صياغة التوصيات المناسبة اعتماداً على الاستنتاجات وهي:

١. ان يتم الاهتمام بالزيارة الاربعية والعمل على التذكير بها وفي ابعادها بشكل مستمر للاجيال الحالية من خلال التثقيف والتعريف في مضامينها الانسانية لتحقيق الولاء ضد كل مخططات التكفيرين لها.
٢. زيادة التعريف في ابعاد الزيارة الاربعية من خلال تبني التسويق متعدد اللغات ليصل الى اعلى مستوى دولي ليجذب الاحرار العالم بشكل متزايد.
٣. ان يتم اختيار المتخصصين في اللغة الانكليزية وباقي اللغات وعلى مستوى عالي ويفضل من الدول الناطقة باللغة والاستعانة بهم لترجمة ابعاد الزيارة الاربعية لتكون واضحة لهم وسهلة الفهم من خلال تطبيق التسويق متعدد اللغات.
٤. تعتم الجهات ذات العلاقة في التكاتف بينها وان يتم تشكيل هيئة عليا تعمل بشكل متكامل بينهم وتوزع الادوار بينهم لتحقيق التعريف بابعاد الزيارة الاربعية.
٥. ان يتم توحيد الجهود من الجهات ذات العلاقة اما كل محاولات التكفيرين بالقتل والتفجير بالاستعانة مع المتخصصين سواء من الداخل او الدولية , والوقوف بوجههم اعلاميا وعبر القنوات لفضح خططهم داخليا ودوليا للضغط عليهم وافشال كل مخططاتهم.
٦. ضرورة التثقيف للزائرين من الجهات ذات العلاقة بكل ابعاد الزيارة الاربعية سواء الولائية او الروحية واستذكارها الى الثورات المقدسة وابعادها التربوية بان نعطي كل ذلك اهمية كبيرة ونعكسه في تصرفاتنا وممارستنا للزيارة.

المصادر

١. الامين , محسن بن عبد الكريم (١٩٧٤) المجالس السنوية في مناقب ومناصب العترة النبوية ج 1, دار التعارف للمطبوعات , ط ٥ .
٢. باقري , خسرو (٢٠١٤) فلسفة التربية والتعليم الاسلامية , دار البلاغة للطباعة والنشر والتوزيع (٣٦٠)ص.
٣. جواد , انوار سعيد , محسن, بشرى حنون محمد(٢٠٢١) الزيارة الاربعينية قراءة في الابعاد الروحية والثورية.
٤. علي الصغير , محمد حسين (٢٠١٦) الامام الحسين عليه السلام عملاق الفكر الثوري دراسة في المنهج والمسار , مؤسسة البلاغ ص ٣٩٩.
٥. عزيزي , مصطفى (٢٠١٧) الابعاد العقديّة في مضامين الزيارة الاربعينية , سلسلة اصدرات مؤسسة الدليل الامانة العامة للعتبة الحسينية.
٦. المطهري , مرتضى (١٩٩٢) الملحمة الحسينية , تعريب محمد صادق الحسيني الجزء الثالث , مكتبة الفكر الجديد , الطبعة الثانية.
٧. محيي الدين , تحسين رسول محمد رضا(٢٠٢٢) البعد التربوي في مسيرة اربعينية الامام الحسين عليه السلام مجلة الكلية الاسلامية الجامعة العدد ٦٥ , الجزء ٢ ,
٨. الاربلي , أبي الحسن علي بن عيسى بن ابي الفتح (٢٠١٢) كشف الغمة في معرفة الأئمة ج 2 , شبكة الفكر ص ٢٢١-٢٢٢.
9. Abah, A. J. (2017). The impact of multilingualism on verbal branding elements in Cameroon (Master's thesis). Near East University, Graduate School of Social Sciences, Nicosia.
10. Al-Hamdani, Sami Jassim. (2021). The Role of Religious

- Practices in Promoting Mental Health: A Case Study of Arbaeen Pilgrimage in Iraq. *Journal of Religion and Health*, 60(1), 4560-
11. Alcántara-Pilar, J. M., Sánchez-Duarte, I. M., Bermúdez-Martínez, M., & Rodríguez-López, M. E. (2024). Linguistics and marketing: The effect of foreign languages in advertising messages. *Tourism & Management Studies*. <https://doi.org/10.18089/tms.20240106>
12. Alnassai, J. M. I. A., & Roze, S. S. S. (2024). International marketing trends and global advertisement: Analyzing the language barriers to efficient online marketing. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(1), 1295.1304-
13. Keyes, Corey L. M. (2002). The Mental Health Continuum: From Languishing to Flourishing in Life. *Journal of Health and Social Behavior*, 43(2), 207222-
14. Kozlova, T. (2020). Efficiency of business and intercultural communication: Multilingual advertising discourse. In *Advances in Economics, Business and Management Research* (Vol. 129). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201211.047>
15. Meyer, H. (2024). Language switching strategies in multilingual business environments in Germany. *International Journal of Linguistics*, 5(2), 13–24. <https://doi.org/10.47604/ijl.2718>
16. Ryff, Carol D. (1989). Happiness is Everything, or Is It
17. Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being.
18. *Journal of Personality and Social Psychology*,
19. 57(6), 1069- 1081.