

Review and identification of Arbaeen's media strategy

Akbar Nasrollahi¹, Mohammad Reza Jalilvand², Hamid Mohammadi³,
Seyed Mohammad Hosseini⁴
(S. 215–244)

Received: 03 March 2021; Accepted: 15 May 2021

Abstract

Arbaeen, as the great religious movement is a super media, a transnational phenomenon, and a unique communication model. As a result, media coverage must be highly principled, correct, and purposeful.

In this article, titled Determining Arbaeen Media Coverage Strategies, qualitative research using grounded theory has been applied to a statistical community of media experts and specialists.

A total of 15 interviews were conducted by snowball method with saturation theory. After categorizing the propositions and coding them openly and centrally, the results reveal that the media coverage strategy can be divided into four categories: Targeting, message selection, media, and determining target audiences.

Among the key goals of the objective section are Arbaeen realism, avoidance of magnification, inclusion of political interests, pursuit of social and economic interests, awareness strategy, and persuasion strategy. In the content of the message, the attractiveness of the message, creativity, innovation, special effects, avoidance of repetition and duplicate content, and the use of attractions (logical and moral) are the main content components. The target audiences are Shiites and Muslims around the world, all religions and users, and the most important media are environmental media, domestic radio and television, social networks, and foreign media.


Keywords

Media, Media Coverage, Arbaeen, Grounded Theory

¹ . Department of Communication and Media, Faculty of Communication and Media Studies, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Iran, Corresponding Author, Email: Akbar.nasrollahi@gmail.com

² . Institute for Social Research and Studies, University of Tehran, Tehran, Iran Email: Rezajalilvand@ut.ac.ir

³ . Faculty of Communication and Media Studies, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Iran Email: 7mohamadi@gmail.com
Department of Law, Faculty of Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Email: hosseini.seyed.m@gmail.com

 Copyright © Der/die Autor(en); Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International (CC-BY-NC) Lizenz. Homepage: www.spektrumiran.com

⁴ . Department of Law, Faculty of Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Email: hosseini.seyed.m@gmail.com

بررسی و شناسایی راهبرد رسانه‌های اربعین
اکبر نصراللهی^۱، محمدرضا جلیل‌وند^۲، حمید محمدی^۳، سید محمد حسینی^۴
(صص ۲۱۵-۲۴۴)

تاریخ دریافت: ۱۲ اسفند ۱۳۹۹؛ تاریخ پذیرش: ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۰

چکیده

اربعین به عنوان یک جنبش بزرگ مذهبی، یک رسانه‌ی فراملی، پدیده‌ای فرامرزی و الگوی ارتباطی منحصر به فرد محسوب می‌شود. بنابراین پوشش رسانه‌ای آن باید بسیار اصولی، صحیح و هدفمند باشد.

در این مقاله با عنوان تعیین راهبردهای پوشش رسانه‌ای اربعین، از روش تحقیق کیفی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد بر جامعه آماری متخصصان و کارشناسان رسانه‌ای اعمال شده است. در مجموع ۱۵ مصاحبه به روش گلوله برفی تا رسیدن به اشباع نظری انجام شد. پس از دسته‌بندی گزاره‌ها و کدگذاری باز و محوری، نتایج نشان می‌دهد که راهبرد پوشش رسانه‌ای را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد: هدف‌گذاری، انتخاب پیام، رسانه و تعیین مخاطبان هدف.

از جمله اهداف کلیدی بخش هدف‌گذاری می‌توان به واقع‌نمایی اربعین، پرهیز از بزرگ‌نمایی، دربرگیری منافع سیاسی، پیگیری منافع اجتماعی و اقتصادی، راهبرد آگاهی‌بخشی و راهبرد ترغیب اشاره کرد. در محتوای پیام، جذابیت پیام، خلاقیت، نوآوری، جلوه‌های ویژه، پرهیز از تکرار و محتوای تکراری و استفاده از جاذبه‌ها (منطقی و اخلاقی) از مؤلفه‌های اصلی محتوا هستند. مخاطبان هدف شامل شیعیان و مسلمانان جهان، تمام ادیان و کاربران بوده و مهم‌ترین رسانه‌ها نیز رسانه‌های محیطی، صدا و سیما، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های خارجی هستند.

واژگان کلیدی

رسانه، پوشش رسانه‌ای، اربعین، نظریه داده‌بنیاد

1. گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران، نویسنده مسئول

ایمیل: Akbar.nasrollahi@gmail.com

2. موسسه تحقیقات و مطالعات اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

ایمیل: Rezajalilvand@ut.ac.ir

3. دانشکده ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

ایمیل: 7mohamadi@gmail.com

4. گروه حقوق، دانشکده حقوق، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی،

ایمیل: hosseini.seyed.m@gmail.com

Überprüfung und Identifizierung der Medienstrategie von Arbaeen

Akbar Nasrollahi¹, Mohammad Reza Jalilvand², Hamid Mohammadi³,

Seyed Mohammad Hosseini⁴

(S. 215–244)

Eingegangen: 03.03.2021; Angenommen: 15.05.2021

Zusammenfassung

Arbaeen als große religiöse Bewegung ist ein Super-Medienereignis, ein transnationales Phänomen und ein einzigartiges Kommunikationsmodell. Daher muss die Medienberichterstattung hochgradig prinzipientreu, korrekt und zielgerichtet sein.

In diesem Artikel mit dem Titel *Bestimmung der Medienstrategien für die Arbaeen-Berichterstattung* wurde qualitative Forschung mittels der Grounded-Theory-Methodik auf eine statistische Gruppe von Medienexperten und Fachleuten angewandt. Insgesamt wurden 15 Interviews nach der Schneeballmethode bis zur theoretischen Sättigung durchgeführt. Nach der Kategorisierung der Aussagen und ihrer offenen sowie zentralen Kodierung zeigen die Ergebnisse, dass die Medienstrategie in vier Kategorien eingeteilt werden kann: Zielsetzung, Nachrichtenauswahl, Medien und Zielgruppenbestimmung.

Zu den Hauptzielen im Bereich der Zielsetzung gehören Arbaeen-Realismus, Vermeidung von Übertreibung, Einbeziehung politischer Interessen, Verfolgung sozialer und wirtschaftlicher Interessen, Bewusstseinsstrategie und Überzeugungsstrategie. Bei der Botschaftsgestaltung sind die Attraktivität der Nachricht, Kreativität, Innovation, Spezialeffekte, Vermeidung von Wiederholungen und doppelten Inhalten sowie der Einsatz von Anreizen (logisch und moralisch) die zentralen Inhaltskomponenten. Die Zielgruppen sind Schiiten und Muslime weltweit, alle Religionen und Nutzer, während die wichtigsten Medien Umweltmedien, inländischer Rundfunk und Fernsehen, soziale Netzwerke und ausländische Medien sind.

Schlüsselwörter

Medien, Medienberichterstattung, Arbaeen, Grounded Theory

1 . Abteilung für Kommunikation und Medien, Fakultät für Kommunikationswissenschaften und Medienwissenschaften, Zweigstelle Zentral-Teheran, ISLAMISCHE AZAD-UNIVERSITÄT, Iran, korrespondierender Autor, E-mail: Akbar.nasrollahi@gmail.com

2 . Institut für Sozialforschung und -studien, Universität Teheran, Teheran , Iran E-mail: Rezajalilvand@ut.ac.ir

3 . Fakultät für Kommunikationswissenschaften und Medienwissenschaften, Zweigstelle Zentral-Teheran, ISLAMISCHE AZAD-UNIVERSITÄT, Iran E-Mail: 7mohamadi@gmail.com

4 . Juristische Abteilung, Juristische Fakultät, Zweigstelle Zentral-Teheran, Islamische Azad-Universität, E-Mail: hosseini.seyed.m@gmail.com

Einleitung

Das religiöse Ritual von al-Arba'in und das große Ereignis der „Pilgerreise zu Fuß“ von al-Arba'in ist heute zum weltweit größten Zusammentreffen von Menschen an einem Ort geworden - eine Versammlung, bei der sich sowohl die Teilnehmerzahl jedes Jahr quantitativ erhöht als auch ihre politischen, sozialen und kulturellen Dimensionen immer weiter vertieft und erweitert werden. Obwohl die Arba'in-Pilgerreise ursprünglich ein schiitischer Anlass war und die Mehrheit der Teilnehmer an diesem spirituellen Ereignis auch Schiiten sind, befinden sich wegen der Anziehungskraft von Imam Hussein (Friede sei mit Ihm) - insbesondere aufgrund seines Kampfes gegen Unterdrückung und seiner Freiheitsliebe in der Aschura-Bewegung - nicht nur eine große Anzahl sunnitische Muslime unter den Arba'in-Pilgern und Teilnehmern des Arba'in-Fußmarsches, sondern auch Anhänger anderer Religionen und Konfessionen. Diese große und einzigartige Bewegung weist - neben ihrer spirituellen Wirkung - viele wertvolle menschliche Werte wie Empathie, Koexistenz, Nächstenliebe, Selbstaufopferung, Vergebung und Opferbereitschaft usw. auf. Dies kann ein Faktor sein, die Schia - als die Anhängerschaft von Imam Hussein - zu stärken und in einer allgemeineren Sichtweise und über die schiitische Welt hinaus die wertvollen Konzepte des Kampfes gegen die Unterdrückung und für Freiheitsliebe der Schule von Imam Hussein (Friede sei mit Ihm) zu erklären. Ayatollah Khamenei (2019) nannte den Arba'in-Fußmarsch ein Beispiel echter Macht und fügte hinzu: Die riesige Ansammlung von Millionen von Pilgern auf dem Weg nach Kerbela bedeute, „den Gipfel der Ehre, des Opfers und des Martyriums zu erreichen“, und demonstriere erneut die Macht des Islam und der "Islamischen Widerstandsfront“. Er fügte hinzu, dass al-Arba'in das mächtige Medium von Aschura ist. In der Konferenz von ‚Medien, Universität und al-Arba'in‘ sagte Nasrollahi über die Bedeutung von Arba'in aus der Perspektive der Kommunikation: „Arba'in ist ein Hypermedia, ein unparteiisches Phänomen und ein einzigartiges Kommunikationsmodell. Die Boten von Arba'in sind das Volk, die Empfänger sind Freunde und Feinde, und die Botschaft ist Freiheit, Vergebung, Gastfreundschaft, Einheit, Liebe, Zuneigung, Menschlichkeit, Warten, Geduld, Hoffnung und Widerstand.“ (Nasrollahi, Akbar 2019) In einem Artikel sah Isfahanian dieses Ereignis in einer anderen Bedeutung für die Muslime, er betrachtet die Entstehung der Islamischen Revolution, das Islamische Erwachen, die Bildung von Arba'in Hosseini, die Vereinigung der Muslime als eine Folge im Verlauf der Geschichte, die zum Erscheinen von Imam al-Mahdi (Friede sei mit Ihm) und zur Bildung der Mahdavi-Regierung führt. (Isfahanian, Seyed Majid 2016: 241). Wenn man Arba'in als Versammlung zur Zusammenführung verschiedener sozialer Schichten betrachtet, die sogar über den Rahmen der schiitischen Schulen und der Religion des Islam hinausgeht, kann diese das Potenzial haben,

zivilisatorische Ideen zu formen. Andererseits ist dieses Zusammentreffen ein Ort der Vermittlung des religiösen und gesellschaftlichen (politischen, kulturellen, wirtschaftlichen) Wissens, das eine wichtige Rolle bei der Anregung des Denkens auf dem Fußmarsch spielt. (Moinipor 1394/2015: 35). Die Tradition, am Tag des Arba'in Kerbela zu Fuß zu erreichen, die in den letzten Jahren mit beispielloser Begeisterung betrieben wurde, hat eine besondere Bedeutung erlangt. Angesichts der Verbreitung der Massenmedien und der Geschwindigkeit der Nachrichtenübermittlung ist es für die Schiiten entscheidend, die gesellschaftspolitische Situation im Irak - und dutzende andere Angelegenheiten - zur Schadensbegrenzung aus kritischer Sicht zu untersuchen. Das Potenzial dieses großartigen Ereignisses ist von entscheidender Bedeutung, um die Kapazitäten dieser riesigen Versammlung optimal zu nutzen und auch mögliche Schäden zu verhindern. (Moinipor 1394/2015: 10). Das Fernsehen der Islamischen Republik Iran, eines der wichtigsten Medien in der schiitischen Welt, versucht jedes Jahr, insbesondere im Monat Muharram, über die Trauerfeierlichkeiten um Imam Hussein (Friede sei mit Ihm) in unterschiedlicher Form und immer besser zu berichten; und in den letzten Jahren wurde versucht, beim wichtigen Ereignis des Arba'in-Fußmarsches, welches intensiver und mit höherer Quantität durchgeführt wird, mit besseren Einrichtungen und einer besseren Planung zur Berichterstattung präsent zu sein, sowohl in Bezug auf die Dokumentation als auch auf Fachprogramme und sogar Nachrichten. Nachrichten haben auf der ganzen Welt einen besonderen Stellenwert, und die Nachrichtenanalyse hatte schon immer Feinheiten und Punkte, auf die in der Welt geachtet wurden und manchmal wurden sogar - nach eingehender Nachrichtenanalyse - darauf bezogen wichtige Entscheidungen getroffen. Aus den bisherigen Ausführungen kann man folgern, dass es auf jeden Fall eine geeignete Strategie für die Darstellung eines so wichtigen Ereignisses in den Medien geben sollte, insbesondere in den inländischen Medien, einschließlich der nationalen Medien, damit sie in einer Form darüber berichten können, die dem Wert dieses großen Phänomens gerecht wird. Mit anderen Worten: die Medien können den Diskurs und den Mainstream widerspiegeln, der der Größe von Arba'in angemessen ist. Das Anliegen dieses Artikels ist es, den Fußmarsch von Arba'in und die Leistung der Medien (sowohl der in- als auch der ausländischen Medien) angesichts dieses Ereignisses zu analysieren, um die Medien, insbesondere die einheimischen Medien, einschließlich der nationalen Medien (als die wichtigsten Medien in der schiitischen Welt), anzuleiten, wie sie im Bereich der Erweiterung der Konzepte und Lehren von al-Arba'in handeln sollten. Das Ereignis von Arba'in als ein sehr wichtiges Ereignis in Bezug auf spirituelle, politische, soziale, kulturelle usw. Aspekte, wurde von den Medien in keiner Weise entsprechend seiner Bedeutung und seines Umfangs berücksichtigt. Die

inländischen Medien der Islamischen Republik Iran und die Medien der schiitischen Welt versuchen während des Arba'in über dieses großartige Ereignis zu berichten, was aber wichtig ist und was wir versuchen, in dieser Forschungsarbeit zu behandeln, ist die Rolle der Medien bei der Vertiefung der Auswirkungen von Arba'in - sowohl in Bezug auf ihre individuellen Leistungen in der moralischen Dimension der Spiritualität und ihre kollektiven Dimensionen, die im politischen und sozialen Bereich deutlicher werden. Die Massenmedien, die auf der ganzen Welt eine breite Berichterstattung anbieten, ignorieren - aufgrund ihres politischen Ansatzes - bewusst das große Ereignis von Arba'in und sind dabei nicht präsent. Aus dieser Perspektive versucht die vorliegende Studie, Lösungen zu finden, um Arba'in in die Medienberichterstattung der Massenmedien einzubeziehen. Wenn die Wissens- und Erkenntnisvermittlung und der Umgang mit den wertvollen Konzepten von Arba'in, was die Hauptaufgabe der Medien ist, andererseits nicht richtig durchgeführt werden, werden sich die wertvollen Eigenschaften, die während der Arba'in-Tage zutage treten, nicht auf das alltägliche Leben der Menschen und der Gesellschaft übertragen und der Vorteil dieser glorreichen Bewegung, der in der Beliebtheit unter der Bevölkerung zum Ausdruck kommt, würde geschmälert werden. Es ist in der vorliegenden Studie notwendig, die Aufmerksamkeit der Medien, insbesondere der nationalen Medien, in ihrer Rolle, die sie bei der Aufklärung über die Pilger von Arba'in spielen können, zu betonen. Daher wurde die vorliegende Studie durchgeführt, um die Strategien der Medienberichterstattung über Arba'in zu untersuchen und zu identifizieren. Ziel dieser Studie ist es daher, die Frage zu beantworten, welche Strategien für die Medienberichterstattung über Arba'in die geeignetsten sind.

Der Hauptzweck der Forschungsarbeit:

Überprüfung und Identifizierung der Strategien zur Medienberichterstattung über Arba'in

Teilzwecke:

Untersuchung und Identifizierung der Hauptdimensionen der Strategien der Medienberichterstattung über Arba'in.

Untersuchung und Identifizierung der Teildimensionen der Strategien der Medienberichterstattung über Arba'in.

Medienberichterstattung über die Ereignisse

Über die Einordnung und Definition von Schlagworten der Ereignisdefinition besteht grundsätzlich keine Einigkeit. Ereignisse können entweder in Bezug auf die Ziele definiert werden, durch die sie Menschen zusammenbringen, oder in Bezug auf die Manifestationen und einzigartigen Eigenschaften von jedem von ihnen. Im Allgemeinen sind Ereignisse vorübergehende Phänomene, von denen jedes aufgrund der Interaktion

zwischen den Komponenten des Ereignisses, die Menschen, die Managementsysteme, das Design, die Planung und die Ausführung einzigartig ist, und um an diesem einzigartigen Erlebnis teilnehmen zu können, muss man vor Ort präsent sein, um die Gelegenheit nicht zu verpassen, es selbst zu erleben. (Zhou 2007) Ereignisse repräsentieren die kulturellen Indikatoren der Gastgebergesellschaft; daher können sie den Prozess der kulturellen Verbreitung und des interkulturellen Austausches beschleunigen, denn bei vielen Ereignissen sind große Menschenmengen unterschiedlicher Kulturen präsent und es wird eine Grundlage geschaffen, auf der ethnische Gruppen unterschiedlicher Kulturen miteinander interagieren können. Sogar Kultur und Tourismus können so gleichzeitig gefördert werden. Religiöse Ereignisse sind eine Gruppe von Ereignissen, die immer die Aufmerksamkeit einer Vielzahl von Menschen aus der ganzen Welt auf sich ziehen, und sie gehören zu den Ereignissen, die derzeit auf internationaler Ebene als Anreiz für Touristen eine bedeutende Rolle spielen. (Piva & Cerutti 2015) Vokonic definiert ein religiöses Ereignis als „eine große Versammlung zu historischen Anlässen und Jubiläen“. (1996 Vokonic) Tatsächlich üben religiöse Ereignisse eine starke Anziehungskraft auf Menschen mit starken religiösen Gefühlen und Neigungen aus - sowie auf diejenigen, die sich für die kulturellen Aspekte der religiösen Ereignisse interessieren. Bei solchen Ereignissen sind die Teilnehmer mehr als nur Zuschauer. Gets betrachtet auch religiöse Ereignisse als eine Art von geplanten Ereignissen und als eine Untergruppierung kultureller Zeremonien. (Gets, 2005) Raj präsentiert eine andere Typologie von Ereignissen und ordnet religiöse Ereignisse einer separaten Kategorie zu. (201 raj) Eine solche Unterscheidung zeigt, dass religiöse Ereignisse besondere Management- und religiöse Tourismuserfahrung erfordern. (Piva & Cerutti, 2015)

Ein Medienereignis

In der heutigen Zeit, mit der Entwicklung der Kommunikation, spielen Massenmedien - wie Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehen und Satelliten-TV - in der ganzen Gesellschaft eine wichtige Rolle. Dadurch, dass die Kultur auch durch die Massenmedien vermittelt wird, entwickeln sich unterschiedliche Lebensformen. In diesem Zusammenhang kann durchaus konstatiert werden, dass die Medien den Lebensstil und den öffentlichen Geschmack der Gesellschaft beeinflussen. Seit mehreren Jahrzehnten wird dem Thema Kommunikation, insbesondere Massenkommunikation, mehr Aufmerksamkeit geschenkt, und es wurde auf die Beziehung zwischen Medien und Gesellschaft und ihre sozialen Auswirkungen und Interaktionen mehr Gewicht gelegt. (Moradi 1383/2004). Eine der aktuellen Diskussionen in der neueren Kommunikationswissenschaft betrifft die Kategorie „Medienereignis“, die eine neue und wichtige eigene Kategorie

darstellt. Die Medienberichterstattung oder das Medienereignis, das zu den neuen Diskussionen der Kommunikationswissenschaft gehört, ist die Berichterstattung über große Medienereignisse und Ereignisse, die mit einer vorgegebenen Planung nach einem bestimmten Szenario durchgeführt werden, um bestimmte Ziele zu erreichen. Nach diesem definierten Szenario berichten die Medien live über die wichtigsten Ereignisse einer bestimmten Veranstaltung. Diese Ereignisse haben ein internationales Publikum, das mit umfangreicher öffentlicher Werbung von diesen Programmen angezogen wird. (Dayan; Katz 1992)

Theorie der Agenda-Setting

Die Theorie der Agenda-Setting bezieht sich auf die Wirkung der Medien auf unsere Wahrnehmung und Einstellung und das Setzen von mentalen Prioritäten, indem einige Ereignisse in Form von Nachrichten und Berichten übertrieben dargestellt werden. Die Medien (ob Audio oder Video wie Rundfunk und Fernsehen oder in Textform, wie Zeitungen und Internetseiten etc.) versuchen, durch Fokussierung auf bestimmte Ereignisse, das Bewusstsein der Menschen und deren Informationsstand gewollt zu beeinflussen.

Natürlich können die Medien nicht vorschreiben, „wie“ man zu denken hat; ein aufmerksames Publikum hat die Macht, Entscheidungen auf der Grundlage seiner eigenen Logik und seines kritischen Standpunkts zu treffen, aber die Medien können (und konnten) bestimmen, „worüber“ die Leute nachdenken sollen, indem sie Nachrichten hervorheben und wiederholen, die nur ein Teil der Wahrheit sind, und den Rest vor der Öffentlichkeit verbergen, indem sie die öffentliche Meinung manipulieren. Agenda-Setting ist ein Prozess, bei dem die Massenmedien bestimmte Themen und Ereignisse für ihr Publikum wichtig machen, indem sie diese priorisieren. Dabei werden über einen bestimmten Zeitraum bei der Bedeutung von Themen die Prioritäten erhöht oder verringert. Daher wird ein Thema zu einem sensiblen und allgemeingültigen Thema in der Gesellschaft, wenn dieses Thema durch die Medien hervorgehoben oder priorisiert wird (Hamkaran und Kashkar همکاران و کشکر 1391/2012).

Nach dieser Theorie können die Medien die Informationen der Menschen beeinflussen, indem sie bestimmte Themen hervorheben. Die Medien können das Publikum zum Nachdenken zwingen, können aber nicht für das Publikum bestimmen (wie es zu denken habe). (Razāqi 1381/2002: 86) Shaw und McCombe analysierten den Inhalt der Slogans der USPräsidentenwahlen und kamen zu dem Schluss, dass die Medien die Wahlen beeinflussen, indem sie bestimmte Themen übertrieben und priorisierten. (Razāqi 1381/2002: 86). Zusammenfassend heißt es in der Theorie der Agenda-Setting:

Überprüfung und Identifizierung verschiedener Strategien der Medien über Arba'in

1. Kommunikationsbotschaften haben einen sehr begrenzten Einfluss auf das Verhalten, die Massenmedien können den Menschen nicht sagen, wie sie denken sollen, aber sie können ihnen nahelegen, worüber sie nachdenken sollen.
2. Die Rolle der Massenmedien besteht darin, aktuelle Ereignisse und Themen hervorzuheben.
3. Der Inhalt, den die Medien als Thema in den mentalen Prioritäten des Publikums hervorheben und in übertriebener Form darstellen, wird jedoch nicht unbedingt die Überzeugungen und das Verhalten der Menschen beeinflussen.
4. Die Auswirkungen von Kommunikationsbotschaften sind kurzlebig und auf informative und kognitive Veränderungen beschränkt. (Ebd. 237)

Darstellung

Nach der Ansicht von Stuart Hall bedeutet die Verwendung der Sprache, etwas Bedeutungsvolles über die Welt auszusagen oder die Welt anderen Menschen sinnvoll zu präsentieren. Die grundlegende Funktion der Medien besteht darin, die Realitäten der Außenwelt für das Publikum darzustellen. Der größte Teil unseres Verständnisses und Wissens der Welt wird durch die Medien geschaffen. Und unser Verständnis der Realität bildet sich durch die Vermittlungsrolle von Zeitungen, Fernsehen, Werbung usw. heraus. Die Medien vermitteln uns ein bestimmtes Bild von der Welt. Sie erreichen dieses Ziel, indem sie selbst auswählen und interpretieren - durch ideologische Faktoren. (Hall 1997: 15)

Arba'in

Das Wort *Arba'in* ist einer der Begriffe, die in Hadithen, in religiösen und historischen Texten weit verbreitet sind. Die Werke des Auswendiglernens von 40 Hadithen, die Gebeten von 40 Menschen, die Vollkommenheit des Intellekts im Alter von 40 Jahren, das 40-tägige Weinen der Erden, des Himmels und der Engel für Imam Hussein (Friede sei mit Ihm), der *Istihbab* des Rituals und der Pilgerfahrt von Arba'in und usw. sind Beispiele, die die Bedeutung der Zahl 40 in den Lehren des Islam darstellen. (Pakniya 1383/2004)

Im Folgenden wird noch ein Beispiel dafür angeführt:

In seinen Anweisungen an Abu Dharr Ghaffari, wies der Prophet (Friede sei mit Ihm) auf die hohe Stellung des Gläubigen in der Welt hin und sagte: „Oh Abu Dharr! Wenn ein Gläubiger stirbt, weint die Erde und trauert 40 Tage lang um seinen Verlust.“ (Tabresi 1370 nach Hijra)

Die Geschichte des Arba'in-Fußmarsches

Unter den Schiiten hat das Arba'in von Imam Hussein (Friede sei mit Ihm) einen besonderen Wert und eine besondere Bedeutung. Schiitische Gelehrte und Experten glauben, dass die historische Grundlage dieses Tages die Ankunft der Gefangenen von Kerbela in dieser Stadt im Jahr 61 nach Hijra und die Beisetzung des Hauptes von Imam Hussein (Friede sei mit Ihm) neben seinem Körper ist. Andere Gelehrte glauben auch, dass die Grundlage für das Begehen dieses Tages die Ankunft von Jabir Ibn Abdullah Ansari, einem der prominenten Gefährten des Propheten (Friede sei mit Ihm), mit seiner Frau Atiyah Awfi in Kerbela war. (Hadsch- und Pilgerforschungsinstitut, 2015 / 1394، حج و زیارت، پژوهشکدهٔ حج و زیارت).

Diese Gruppe glaubt, dass die Ankunft der Karawane der Gefangenen im Jahr 62 nach Hijra stattfand, aber beide Gruppen bringen Argumente vor, um ihren Standpunkt zu beweisen. Die Wallfahrt zu Fuß ist in der Tat ein großes Ereignis, das sich in der Geschichte viele Male wiederholt hat und nicht auf die Gegenwart beschränkt ist. Adam ging zum Beispiel tausendmal zu Fuß zum Schrein Gottes. Tatsächlich ist diese Methode nicht einmal spezifisch für eine bestimmte Religion oder Kultur. So pilgerte der römische Kaiser, der einen Bund mit Gott geschlossen hatte, als Dank für seinen Sieg im Krieg gegen das Perserreich von seinem Hauptquartier in Konstantinopel aus zu Fuß nach Jerusalem. (Homayun Bod (1394/2015).

Der Arba'in-Fußmarsch ist genauso alt wie die schiitischen Geschichte, und diese Zeremonie konnte die Einheit der Schiiten im Laufe der Jahre bewahren und zu einem Faktor für Veränderungen in der Geschichte des Irak und der Muslime werden. Hauptbegründer dieser bis heute andauernden Bewegung ist Scheich Ansari, der diese Bewegung als Brauch, Tradition und Symbol für die Schiiten einführte. Obwohl diese Zeremonie nach einiger Zeit in Vergessenheit geraten war, wurde sie schließlich von Scheich Mirza Hossein Nouri wiederbelebt und als guter Brauch und Tradition unter den Schiiten verbreitet. Um diese spirituelle und erhabene Zeremonie durchzuführen, reisten einige Gelehrte und sogar „**marji' taqlid**“ („Instanzen der Nachahmung“) zu Fuß nach Kerbela. (Gharasban 1397/2018).

Die Arba'in-Bewegung ist als eine der Manifestationen des religiösen und sozialen Kapitals seit jeher weit verbreitet, wie es Ghazi Tabataba'i in seinem Buch über das erste Arba'in von Hazrat Seyyed al-Shuhada (Friede sei mit Ihm) schreibt. Der Umzug nach Kerbela am Tag des Arba'in ist unter der Scharia seit der Zeit der Umayyaden und Abbasiden üblich. (قاضی

، طباطبائی، 1386 - Gađi Tabatabai, 2007).

Aber was wir in den letzten Jahren miterlebt haben, ist, dass eine große Zahl von Menschen - aus dem Iran, dem Irak und anderen Ländern der Welt, aus einer Reihe von islamischen Rechtsschulen und sogar Nichtmuslime - nach

Kerbela wandern. Unabhängig von den Vorstellungen verschiedener Schulen können die verborgenen und offensichtlichen religiösen Ziele des al-Arba'in-Pilgerweges als das höchste Symbol der schiitischen Solidarität angesehen werden. Zweifellos weisen die Menschen mit ihrem hohen Maß an Kooperation und Vertrauen, das auf den verschiedenen Etappen und Abschnitten der Reise herrscht, auf die Existenz einer Basis oder eines Mittelpunktes hin, oder auf ein zentrales Zeichen, das zur Bildung einer mobilen Utopie führt. In dieser Hinsicht ist die Arba'in-Bewegung in den letzten Jahren so ruhmreich geworden, dass sie nicht einfach ignoriert werden kann. Die Bewegung hat die Versammlung von Menschen aus diversen Nationalitäten, Ethnien und sogar verschiedenen Religionen so verändert, dass sie als eine der wichtigsten, außerordentlichsten und umfassendsten bewegungsbasierten Zeremonien der Welt angesehen werden kann.

Jede Bewegung, die sich im Rahmen göttlicher Maßstäbe und nach dem Verständnis der Bedingungen und den Erfordernissen der Zeit bildet wird, wird nicht nur ihre gewünschten Ergebnisse und Ziele erreichen, sondern auch in späteren Epochen für zukünftige Bewegungen ein glühendes, wegweisendes Licht sein. Der Karbala-Aufstand, der mit dem Ziel durchgeführt wurde, die Unterdrückung und die Untaten der Umayyaden zu bekämpfen und die mohammedanische Tradition und den Weg des Imam Ali (Friede sei mit Ihm) wiederzubeleben, konnte schnell die richtigen Bedingungen für spontane Bewegungen und Aufstände gegen willkürliche Herrscher und Ungerechtigkeiten schaffen. Nach dem Martyrium von Imam Hussein (Friede sei mit Ihm) und seinen ergebenen

Gefährten wurde - entgegen der Vorstellung der Herrscher - das Werk des Kampfes, der Aufrufe und Proteste gegen die Unterdrücker nicht zum Schweigen gebracht. Obwohl sich die Methode zur Bekämpfung des Bösen änderte, ging die rote Linie des Martyriums und der Selbstaufopferung dank der Bewegung von Hazrat Aba Abdullah Al-Hussein (Friede sei mit Ihm) weiter. Arba'in Hosseini ist eine der Folgen des glorreichen Epos von Kerbela, das selbst zur Unsterblichkeit dieser heiligen Bewegung beigetragen und bewiesen hat, dass diese Revolution, wenn sie so analysiert und geehrt wird, wie deren Wegweiser und Anführer es verdient, das größte Symbol und der hellste Widerstand gegen Finsternis, Korruption und Unterdrückung sein wird - nicht nur in der islamischen Welt, sondern für alle Ewigkeit auf der ganzen Welt.

Im Laufe der Menschheitsgeschichte haben sich immer wieder große menschliche Gemeinschaften gebildet. Inzwischen ist die Religion der wichtigste Faktor der Solidarität der Menschheit. Ein wichtiger Teil dieser Rolle der Religion in menschlichen Gesellschaften ist durch religiöse Führer entstanden. Mit diesem Ansatz lassen sich die wichtigsten menschlichen Gemeinschaften der Zeitgeschichte wie folgt auflisten:

1. Eine Versammlung von 20 Millionen Schiiten in Kerbela im Dezember 2014 am Tag al-Arba'in (1435 nach Hijra).
2. Eine Versammlung von 15 bis 18 Millionen Schiiten in Kerbela im Januar 2013 am Tag al-Arba'in (1434 nach Hijra).
3. Eine Versammlung von 15 bis 18 Millionen Schiiten in Karbala im Jahr 2012 am Tag al-Arba'in.
4. Die Versammlung von 15 Millionen Schiiten in Kerbela im Jahr 2011 am Tag al-Arba'in.
5. Eine Versammlung von 14 Millionen Indern in Tamil Nadu, Indien, im Jahr 1969 bei einer Beerdigung.
6. Eine Versammlung von 10 bis 14 Millionen Schiiten in Kerbela im Jahr 2010 am Tag al-Arba'in.
7. Eine Versammlung von 10 bis 14 Millionen Schiiten in Kerbela im Jahr 2009 am Tag al-Arba'in.
8. Eine Versammlung von 5 bis 9 Millionen Iranerinnen und Iranern bei der Beerdigung von Imam Khomeini im Jahre 1989.

In dieser Liste ist die al-Arba'in-Zeremonie in Kerbela im Jahr 2017 mit 22 Millionen Teilnehmern die größte friedliche Versammlung in der Geschichte der Menschheit. Das ist ein Phänomen, das wir auch während der Islamischen Revolution im Iran und des achtjährigen auferlegten Krieges erlebt haben. (Mohammadi et al. 1395/2016)

Die Merkmale des Arba'in -Rituals 1. Keine Unterhaltung

Der Arba'in-Fußmarsch als Ritual, das mit Reisen und Fahrt verbunden ist, ist nicht als Vergnügen und Unterhaltung gedacht. Die Reise, die in dieser Art des Rituals stattfindet, wird nicht von den gewohnten Freuden begleitet, sondern der Zweck dieser Art von Reise besteht im Wesentlichen darin, das körperliche und geistige Leiden zu verstehen und am Kummer der Familie des Propheten (Friede sei mit Ihm) teilzuhaben.

2. Der heilige Charakter

Rituale werden oft verwendet, um einer heiligen Kraft zu gedenken (Brockett, 1984). Ein Ritual ist ein Akt, der sich auf eine heilige Sache bezieht. Das Kriterium der Heiligkeit ist das Aktivitätsmuster der Mitglieder einer Gesellschaft, wie sie ein heiliges Thema behandeln (Rothenbuhler, 2008).

3. Bewegung von unten, keine staatliche Organisation

Bei Trauerritualen helfen uns die Spontanität, der wirtschaftliche Kreislauf bei den Menschen und die Rollenverteilung unter Akteuren aus dem Volk, diese Art von Ritual *von Menschen kommend* zu nennen (Amin, 2016). Mohsenian (2007) nennt diese Art des Managements „Verbandsleitung“ und räumt ein, dass Verbandsleitung ein völlig indigenes Phänomen ist, dem es gelungen ist, den Gedenktag der Aschura-Strömung und den Gedanken der Selbstaufopferung im Interesse der Gesellschaft seit 14 Jahrhunderten erfolgreich am Leben zu erhalten. In dieser Methode sind folgende

Merkmale dieser Art der Führung enthalten: Spontanität, Empfindsamkeit, Freiwilligkeit, Orientierung an den Fähigkeiten, Belohnungsorientierung, Koordination und Verpflichtung (Mohsenian, 2007).

Forschungsstand

Die Forschungsarbeit Medien und die Kraft des Diskurses mit der Betonung auf der islamischen Revolution von Sarkheil (1398/2019) stellt dar, dass die Medien aus verschiedenen Gründen - wie dem transnationalen Charakter der islamischen Revolution und auch aufgrund der Differenzen in der Debatte mit dem westlichen Diskurs - einen besonderen Platz bei der Verbreitung des Diskurses der islamischen Revolution und seiner Diskursreproduktion einnehmen. Sie wurde in sozialen Kontexten verwendet, um seine Fakten und Einzelheiten zu entwickeln und zu etablieren, und sie sind eines der wirkungsvollsten Instrumente für ihre Einbeziehung und Modellierung auf internationaler Ebene. Soziokulturelle Aktivisten wie hervorragende Persönlichkeiten und akademische Eliten, wissenschaftliche Zentren und Universitäten, Parteien und Organisationen, die mit der Gesellschaft verbunden sind, haben eine besondere Rolle bei der Beeinflussung der Medien inne und sollen zur Legitimität und Entwicklung der Diskurskraft der islamischen Revolution beitragen (Sarkheil, 1398/2019).

Frau Motamednejad (1398/2019) stellt in ihrer Forschungsarbeit mit dem Titel *Grundprinzipien des Kommunikationsgesetzes: Das gemeinsame Erbe* fest, dass die Globalisierung Rechtssysteme für den Einfluss ausländischer Normen anfällig gemacht und ihre Widerstandsfähigkeit und ihre Gegenwehr geschwächt hat. Außerdem hat die Globalisierung die Rechtssysteme gezwungen, miteinander zu konkurrieren, so dass die Unterschiede, Gemeinsamkeiten, Stärken und Schwächen jedes Einzelnen verdeutlicht und die Regierungen veranlasst haben, das System zu koordinieren, anstatt sich diesem Phänomen zu stellen (Motamednejad, 1398/2019). Herr Rahimi, Taghipoor und Etebarian (1399/2020) führten eine Studie mit dem Titel *Gestaltung eines Modells der Medienkompetenz in Schulen mit dem Ziel, das Konzept der Medienkompetenz zu untersuchen und operative Strategien für die Einführung neuer Methoden im Schulmanagement zu erhalten* durch. Aufgrund der wachsenden Kraft von Medien und technologischen Werkzeugen im alltäglichen Leben der Schüler und der erstaunlichen Auswirkungen der Medien auf deren Lernstil und die Art und Weise des Lernprozesses, war es gemäß den Ergebnissen der Forschung notwendig, Veränderungen im Bildungs- und Lernbereich und sowie in den Lernmodellen in Schulen vorzunehmen. In dieser Studie wurden praktische Strategien zur Erreichung dieses wichtigen Ziels vorgestellt (Rahimi et al. 1399/2020). Im Jahr 1399 n.H./2020 n. Chr. wurde eine Studie mit dem Thema *Analyse der Auswirkung von neuartigen Medien auf*

„die sanfte Macht“ der Islamischen Republik Iran von den Herren Heidari, Masoudnia, Davazdah Imami und Rahbar Ghazi durchgeführt. Sie zeigt, dass neuartige Medien auf die kulturelle und die religiöse Identität gewirkt haben und es gibt beachtenswerte Unterschied in der nationalen kulturellen Identität zwischen Frauen und Männern - mit einem Prozentsatz von 0.05. Aber in der national-kulturellen Identität gibt es keinen Unterschied zwischen Männern und Frauen. Auch zwischen religiöser kultureller Identität und nationaler kultureller Identität und dem Einkommensniveau der Bürger gibt es keinen Unterschied (Heidari, 1399/2020).

Frau Fallahi und Herr Shahvali (1399/2020) führten eine Studie mit dem Titel *Die Semiotik des Arba'in -Fußmarschs und ihre Gemeinsamkeit mit der Mahdavi-Regierung* durch. Der Arba'in-Fußmarsch als eine der bedeutendsten politisch-religiösen Bewegungen der Welt kann aus verschiedenen Sichtweisen betrachtet werden. Die Ergebnisse des Artikels zeigen, dass die Bewirtungsgruppen, die Menge der Pilger und religiöse Ikonen, religiöse Farben und Symbole, die äußere Zeichen und Symbole des Arba'in-Fußmarsches und der Mahdavi-Regierung sind, und reine Anbetung, Gerechtigkeit, die Stärkung der menschlichen Werte und soziale Bindungen, Frieden und Sicherheit, Wirtschaftsorganisation, Nationalismus (Zugehörigkeit zur ‚ummat‘) und Einheit die konzeptionellen und semantischen Zeichen dieser beiden großen Gemeinschaften sind (Shahvali und Fallahi, 1397). Mirzadeh (1397/2018) ist nach Untersuchung der politischen Auswirkungen des Arba'in-Fußmarsches zu dem Schluss gekommen, dass Rituale ein Teil der Kultur jeder Gesellschaft sind, die unterschiedliche Sichtweisen über das Universum und die Lebensweise in sich tragen und in religiösen Gesellschaften ihren Ursprung im Glauben haben. Indem wir die dem Arba'in-Fußmarsch innewohnende Fähigkeit zur Verstärkung der Wahrheitsuche, des Wunsches nach Gerechtigkeit und der Bekämpfung der Unterdrückung stärken, können wir die gesunde Naturbeschaffenheit der Menschen aller Religionen und Schulen beeinflussen und die Zahl der Unterstützer und Anhänger dieser Religion vergrößern. Das Endergebnis davon ist die Zunahme der Rechtmäßigkeit und Autorität der Islamischen Republik Iran (Mirzadeh, 1397). Sharahi und Zolfagharzadeh (1398/2019) haben in der Untersuchung der Empfindungen der Pilger über das Verhalten der „Diener des Arba'in-Fußmarsches“ [den freiwilligen Helfern] geschrieben: Eine anthropologische Erzählung des großartigen Arba'in-Fußmarsches betrifft die Arba'in-Wallfahrt, den 40. Tag des Martyriums von Imam Hussein (Friede sei mit ihm), der nur für ihn und dessen Ausführung zu Fuß auf Aufforderung der Unfehlbaren (Friede sei mit ihnen) erfolgt. Die Ergebnisse der Forschung umfassen drei Hauptthemen oder Kategorien: Tradition, Segen und die Liebe. Mit anderen Worten: Die Pilger betrachten das Verhalten des irakischen Volkes und seinen freiwilligen Dienst an den Pilgern auf dem

Arba'in-Fußmarsch als Tradition (die traditionellen Wurzeln dieser Menschen, einschließlich ihrer Tradition der Gastfreundschaft), als Segen [der Imame (Friede sei mit Ihnen), insbesondere Imam Hosseins (Friede sei mit Ihm)], um um Gutes und Segen für ihren Lebensunterhalt und ihr Leben zu bitten] und schließlich erfolgt die bedingungslose Liebe [Hingabe und Zuneigung zum Imam (Friede sei mit Ihm)] ohne die Erwartung einer Gegenleistung für Ihre Dienste (Sharahi und Zolfaqarzadeh, 1398). Givian und Amin (1396) haben in ihrer Forschung mit dem Titel „*Die Liebe und Identität im globalen Spiegel des Arba'in: die Studie des Wesens, der Verwendungszwecke und der Struktur des Arba'in-Fußmarsches aus Sicht der religiösen Kommunikationen*“ geschrieben, dass die Hosseini-Traditionen eine der wichtigsten und effektivsten gemeinschaftlichen Rituale der Schiiten sind, die aus der Sicht der Gründung, der Erstellung und der Ausführungsqualität hauptsächlich in der Volkskultur fest verankert sind. Die Ergebnisse einer zweistufigen Analyse von Daten aus Befragungen und Feldbeobachtungen mittels datenthematischer und theoretischer Kodierung zeigten, dass dieses schiitische Ritual eng verwandt ist mit den drei großen Konzepten: Die Liebe zur Ahl-al-Bayt, der (schiitischen) Weltanschauung und der schiitische Identität. (Givian und Amin, 1396).

Nach den Recherchen im Bereich Medien und Arba'in wurde bisher keine Forschung im Bereich der Medienberichterstattung über Arba'in durchgeführt, die in dieser Hinsicht innovativ ist.

Die Forschungsmethode

Angesichts der Tatsache, dass die vorliegende Studie Informationen sammelt, um manche relevante Fragen zu beantworten, ist die Forschungsmethode, die in diesem Projekt verwendet wurde, eine deskriptive Methode. Deskriptive Forschungen können in folgende Kategorien eingeteilt werden: Umfrageforschungen oder -studien, Verknüpfungen (Korrelationen), Aktionsforschungen, datenbasierte Theorien, Fallstudien, Studien der Kausalität (دیگراں، و سردمد 1377). In dieser

Forschung wurde die Methode der Inhaltsanalyse verwendet. Die Verwendung dieser Methode ist hilfreich, um Daten im Zusammenhang mit dem Hauptphänomen zu analysieren, zu kodifizieren und zu kategorisieren. Um die qualitative Voraussetzung zu erreichen, werden intensive Interviews geführt, bis die theoretische Sättigung erreicht wird, mit der Methode der theoretischen Meinungsfindung und der Schneeballmethode mit 15 Probanden. Darauf aufbauend wurde der Analyseprozess der Forschung gleichzeitig mit der Datenerhebung in drei Stufen durchgeführt: offene Kodierung, axiale Kodierung und selektive Kodierung. In der Phase der offenen Kodierung wurden die Codes, die ein gemeinsames Thema betonen, unter Bezugnahme auf den extrahierten Ausgangscode eingeteilt, und es wurden die Konzepte konstruiert und aus deren Vergleich und

Klassifikation wurden Kategorien bestimmt. Die axiale Kodierungsstufe wurde verwendet, um die Hauptkategorien mit den Unterkategorien zu verknüpfen und ein Paradigmenmodell wurde verwendet, um die Strategien zu identifizieren, die die Komponenten der zentralen Kodierung sind.

Die Mitwirkenden

Die Personen, die an dieser Untersuchung teilgenommen haben, waren alle Medienexperten, darunter Journalisten, Nachrichtenagentur-Experten, Chefredakteure, Geschäftsführer verschiedener Zeitungen wie *Asr-e Iran*, *Farda* usw., deren Bildungs- und Altersstatus wie folgt angegeben werden kann: Alle waren Männer in der Altersgruppe zwischen 35 und 50 Jahren. Für die Auswahl dieser Personen wurden nichtparametrische Methoden verwendet, d.h. nicht-probabilistischen Stichproben (Möglichkeit der ungleichen Selektion), bei dem die Quotenstichprobe und Verfügbarkeitsmethode in diesem Design verwendet wird. Auf diese Weise wurden die Personen ausgewählt und befragt, die hinsichtlich Zugang und Durchführung des Interviews bessere Bedingungen hatten. Die Anzahl der berücksichtigten Interviews betrug 30, und wir konnten bei 15 Interviews alle nötigen Konzepte und Vorschläge erreichen. Wegen der herrschenden Sonderbedingungen durch die Corona-Pandemie, gab es bei der Fortsetzung der Interviews viele Einschränkungen. Laut den Bedingungen der Sättigungsmethode, fanden wir die Anzahl von 15 Interviews ausreichend.

Die Forschungsergebnisse

Die Ergebnisse zeigen, dass 100 % der männlichen Teilnehmer in der Altersgruppe von 30 bis 50 Jahren waren, mit einem Durchschnittsalter von 42 Jahren. Sie waren hinsichtlich ihrer fachlichen Qualifikation Experten in Nachrichtenagenturen und bei Zeitungen, 20 % von ihnen waren stellvertretende, 25 % Chefredakteure, 30 % Experten, 20 % waren Redaktionsmitglieder und 5 % von ihnen waren die Leiter des Medienverbandes. Die Dauer ihrer Aktivitätserfahrung (activity history) liegt zwischen 5 und 15 Jahren, mit einem Durchschnitt von 9 Jahren. Die Forschungsergebnisse über extrahierte Kategorien in der ersten Tabelle umfassen aussagekräftige verbale Aussagen und die extrahierten Codes aus den vorgeschlagenen Strategien für die Medienberichterstattung über Arba'in. Die Strategien basieren auf Wirkungen und Rückwirkungen, um das gemeinte Phänomen (Arba'in-Medienberichterstattung) zu kontrollieren, zu leiten und damit umzugehen. Die Strategien sind zielgerichtet und aus einem bestimmten Grund ausgewählt. Zu beachten ist, dass es immer Störfaktoren gibt, die die Durchführung der Strategien erleichtern oder einschränken.

Überprüfung und Identifizierung verschiedener Strategien der Medien über Arba'in

Tabelle 1.: Die Codierung der Ergebnisse der Untersuchungen im Zusammenhang mit den Strategien zur Arba'in-Medienberichterstattung.

Die verbalen Aussagen	Die gekürzten Codes
Das Einsetzen von professionellen Fotografen und Filmemachern und die Entsendung dieser zum Arba'in -Ritual.	Professionelle Fotografen und Filmemacher
Berichterstattung durch die Staatsmedien (Staatliche Medien).	Staatliche Medien
Berichterstattung über das Ritual durch	Fremdsprachige, von den Staatsmedien

fremdsprachige Medien, die abhängig von den Staatsmedien sind.	abhängige Medien.
Veranstaltung von Ausstellungen und Filmfestivals mit exquisiten Preisen, um Menschen und Fotografen zu ermutigen, über das Ritual zu berichten.	Ausstellungen und Filmfestivals mit exquisiten Preisen, zur Ermutigung von Menschen und Fotografen, über das Ritual zu berichten.
Gebrauch von sozialen Medien wie Instagram oder Telegram.	Soziale Medien, Instagram und Telegram
Mit der Strategie der realen Darstellung über Arba'in die Wahrheit zu zeigen.	Strategie der realen Darstellung
Übertreibungsstrategie vermeiden	Übertreibungsstrategie vermeiden
Das Verwenden von Methoden, die wirtschaftliche und politische Vorzüge haben	Wirtschaftliche und politische Vorzüge.
Die Strategie der Ermutigung und die Informierung der Zielgruppe	Ermutigung des Publikums zur Teilnahme am Arba'in-Fußmarsch.
Die Nachrichten der Medienberichterstattung müssen in einer Form dargestellt werden, dass Arba'in als eine Institution der Erkenntnis vorgestellt wird.	Wiedergabe der Geschichte von Arba'in als eine Institution der Erkenntnis.

<p>Arba'in gilt als Symbol der Vergebung, der Gastfreundschaft, der Einheit, der Liebe, der Brüderlichkeit, der Freundlichkeit, der humanistischen Form des Wartens, der Hoffnung, der Macht, als Stimme von Unterdrückten und der Freiheit.</p>	<p>Arba'in als Symbol der Vergebung, der Gastfreundschaft, der Einheit, der Liebe, der Brüderlichkeit, der Freundlichkeit, der humanistischen Form des Wartens, der Hoffnung, der Macht, als Stimme vom Unterdrückten und der Freiheit.</p>
<p>Die Strategien der Medienberichterstattung sollten darauf abzielen, die größte Manifestation des schiitischen Verhaltens zu präsentieren, die Überzeugungen der Schiiten und freien Menschen der Welt, die Gemeinsamkeiten verschiedener Gruppierungen mit unterschiedlichen Überzeugungen aufzuzeigen.</p>	<p>Die größte Darstellungsform - Manifestation des schiitischen Verhaltens. Der Glauben der Schiiten und der freien Menschen der Welt, Gemeinsamkeiten verschiedener Gruppierungen mit unterschiedlichen Überzeugungen.</p>
<p>Die Ziele der Medienberichterstattung sollen zeigen, dass Arba'in von Anfang</p>	<p>Arba'in war von Anfang an ein Medium und soll die Größe der islamischen</p>
<p>an ein Medium war, es sollte die Größe der islamischen Republik Iran darstellen.</p>	<p>Republik Iran darstellen.</p>
<p>Die Medienberichterstattung über Arba'in in Bezug auf die Botschaft soll Anziehungskraft haben, kreativ und innovativ sein, von Dauer sein; die Übertragung der Berichte von Arba'in soll Sondereffekte und häufige Wiederholungen enthalten.</p>	<p>Anziehungskraft der Botschaft, kreativ und innovativ von Dauer, Sondereffekte und häufige Wiederholungen enthaltende Arba'in-Berichte.</p>

Überprüfung und Identifizierung verschiedener Strategien der Medien über Arba'in

<p>Die Botschaften der Medienberichterstattung von Arba'in sollen die soziale Dimension zusammen mit den religiösen Aspekten von Arba'in -, wie die Botschaft von Freiheit und Edelmüt von Aschura, die Manifestation von Solidarität und Einheit und aufrichtiger Nähe der Anhänger des Propheten und der Imame, vereinte Fronten gegen Unterdrückung, Diskriminierung und Gewalt, die Botschaft der Spiritualität berücksichtigen., das Vermeiden der Eintönigkeit und Verharmlosung der Nachricht und des gesendeten Inhalts berücksichtigen</p>	<p>Berücksichtigung der sozialen Dimension der Arba'in -Botschaft neben der religiösen, Botschaft von Freiheit und Edelmüt von Ashura, die Manifestation von Solidarität und Einheit und aufrichtiger Nähe der Anhänger des Propheten und der Imame, vereinte Fronten gegen Unterdrückung, Diskriminierung und Gewalt, die Botschaft der Spiritualität, das Vermeiden der eintönigkeit und Verharmlosung der Nachricht und des gesendeten Inhalts</p>
<p>Die Medienberichterstattung über Arba'in soll so sein, dass sie die Größe des iranischen Volkes, die Einheit und Solidarität der Menschen zeigt.</p>	<p>Die Größe des iranischen Volkes, Einheit und Solidarität der Menschen</p>
<p>Verwendung verschiedener Anziehungskräfte in den Nachrichten. Die Medienberichterstattung über Arba'in umfasst logische Anziehungskraft (richtige Argumente in der Nachricht), moralische Anziehungskraft (richtig oder falsch), Verwendung emotionaler Anziehungskraft (Emotionen und Gefühle)</p>	<p>Logische Anziehungskraft (richtige Argumente in der Nachricht), Moralische Anziehungskraft (richtig oder falsch), Verwendung emotionaler Anziehungskraft (Emotionen und Gefühle)</p>
<p>Nachrichtenintegrität und ein gemeinsames Ziel in den Medienberichterstattung von Arba'in</p>	<p>Nachrichtenintegrität und ein gemeinsames Ziel</p>

<p>haben.</p>	
<p>Auf Rationalität und Steigerung der Weisheit in der Medienberichterstattung von Arba'in achten.</p>	<p>Beachtung der Rationalität und Steigerung der Weisheit</p>

<p>Die Ziele der Medienberichterstattung sollen zeigen, dass Arba'in von Anfang an ein Medium war, es soll die Größe der islamischen Republik Iran darstellen.</p>	<p>Arba'in war von Anfang an ein Medium, soll die Größe der islamischen Republik Iran darstellen</p>
<p>Die Medienberichterstattung über Arba'in soll die Größe des iranischen Volkes . zusammen mit der Einheit und Solidarität unter den Menschen - deutlich darstellen.</p>	<p>Die Größe des iranischen Volkes, deren Einheit und Solidarität</p>
<p>In der Medienberichterstattung von Arba'in sollen die Strategien so sein, dass Duplizierung von Inhalten und Wiederholungen vermieden werden. Sie sollen sich vor einem Übermaß an Medienberichterstattung von Arba'in hüten.</p>	<p>Duplizierung von Inhalte Wiederholungen vermeiden und sich sich vor einem Übermaß an Medienberichterstattung hüten.</p>
<p>Die Medienberichterstattung muss das iranische Volk, alle Schiiten, alle freien Menschen der Welt, alle unterschiedlichen Religionen, alle Fernsehzuschauer, alle Radiohörer, alle Nutzer sozialer Netzwerke ansprechen</p>	<p>Das iranische Volk, alle Schiiten, alle freien Menschen der Welt, aller verschiedenen Religionen, alle Fernsehzuschauer, alle Radiohörer, alle Nutzer sozialer Netzwerke</p>
<p>Die Medienberichterstattung über Arba'in soll in der Lage sein, alle Menschen anzusprechen. Bei der Verwendung von Werbetafeln bei der Vorführung von Arba'in sollen alle Passanten und Menschen in der Stadt (auf der Straße und in den Gassen) berücksichtigt werden.</p>	<p>Die Werbetafeln, alle Passanten und Menschen in der Stadt (auf der Straße oder in den Gassen)</p>
<p>In der Medienberichterstattung über Arba'in sollen alle Zuschauer von persischsprachigen Satellitenkanälen in der Welt, direktes und indirektes Publikum des Arba'in- Fußmarsches</p>	<p>Persischsprachigen Satellitenkanälen in der Welt direktes und indirektes Publikum Separierung der Zuschauer von direktes und indirektes Publikum des Arba'in -</p>
<p>separiert werden und in Arba'in und in den Nachrichten soll das Publikum Nachrichten und Medienberichterstattung soll das Publikum (religiös, nichtreligiös/nichtreligiös) getrennt werden.</p>	<p>Fußmarsches (Trennung des religiösen und nichtreligiösen Publikums/ im Speziellen und Allgemeinen)</p>

Überprüfung und Identifizierung verschiedener Strategien der Medien über Arba'in

Eine Verringerung der Berichterstattung in den staatlichen Medien kann die Kreativität nichtstaatlicher Medien steigern, um ihre Einheitlichkeit zu verringern und die Bedeutungslosigkeit zu vermeiden.	Verringerung der Berichterstattung in den staatlichen Medien kann die Kreativität nichtstaatlicher Medien steigern
Medien, die die Berichterstattung von Arba'in abdecken, können Fernsehen, Rundfunk, Zeitungen, Nachrichten, Websites, soziale Netzwerke und lokale Medien wie Werbetafeln, Tafeln, Flyer usw. sein.	Fernsehen, Rundfunk, Zeitungen, Nachrichten, Nachrichten-Websites soziale Netzwerke lokale Medien (Werbetafeln (Gemälde, Fahnen usw.)
Soziale Netzwerke spielen eine wichtige Rolle in der Medienberichterstattung von Arba'in. Diese umfassen: Telegram, Instagram, WhatsApp, Facebook, LinkedIn, usw.	Telegram, Instagram, WhatsApp, Facebook, LinkedIn, usw.
In der Medienberichterstattung können Twitter, Pinterest, Aparat, usw. auch effektiv eingesetzt werden.	Pinterest, Aparat
Es wird empfohlen, neben allen Medien auch die Berichte der Bürgerreporter, von Pilger-Smartphones sowie Handys, mobilen TV-Stationen und Satellitensendern zu nutzen.	Bürgerreporter Pilger-Smartphones sowie Handys mobile TV-Stationen und Satellitensender
Die Veröffentlichung der Bilder und Nachrichten dieses Rituals mit Hilfe von Pilgern hat einen großen Einfluss auf die Medienberichterstattung über Arba'in.	Veröffentlichung von Bilder und Nachrichten

Als Antwort auf Fragen im Zusammenhang mit der Dimension der Strategie des Paradigmenmodells lieferten die interviewten Personen einige Lösungen für die Medienberichterstattung über Arba'in. Aus der Analyse der Äußerungen dieser Personen wurden erste Codes extrahiert. Anschließend wurden die gemeinsamen und hervorgehobenen Codes aller Befragten, einschließlich der aus Sicht des Forschers wichtigen Codes, als endgültige Codes mit ihrer Quelle herausgesucht. Im Abschnitt der selektiven Achsenstrategien der Medienberichterstattung über Arba'in, bezüglich der Theorien, wurden vier Hauptcodes benannt: Zweck, Botschaft, Publikum und Medien. In diesem Abschnitt werden diese vier Aufteilungen untersucht.

Tabelle 2.: Die Codierung im Zusammenhang mit den Strategien zur Arba'in-Medienberichterstattung.

Die grundlegenden Codes (Hauptbegriffe)	Offene Codes (primär)
Das Ziel	Arba'in real darzustellen, Übertreibungen zu vermeiden, politische, soziale und wissenschaftliche Interessen berücksichtigen, Bewusstseinsstrategie (ein gewisses Maß an Bewusstsein geben), die Ermutigungsstrategie (die Leute zur Teilnahme am Arba'in-Fußmarsch ermutigen), die größte Manifestation des schiitischen Verhaltens darstellen, den Glauben der Schiiten und freien Menschen in der Welt präsentieren, die Gemeinsamkeiten verschiedener Gruppierungen mit unterschiedlichen Überzeugungen darstellen, Einheit und Solidarität unter der Bevölkerung.
Die Botschaft	Die Erzählung der Geschichte; Arba'in ist eine Institution der Erkenntnis; Arba'in als Symbol für Vergebung, Gastfreundschaft, Einheit, Liebe, Brüderlichkeit, Freundlichkeit, Menschlichkeit, Warten, Hoffnung - und auch als Symbol der Autorität und Stimme der Unterdrückten. Es ist ein Symbol der Freiheit; die Anziehungskraft der Botschaft; Kreativität und Innovation in der Botschaft; Beständigkeit und Dauer; Übertragung der Arba'in-Botschaft; Sondereffekte; Häufigkeit der Wiederholung der Arba'in-Botschaft; soziale Dimensionen zusammen mit den religiösen Aspekten von Arba'in beachten. Die Botschaft von Freiheit und Edelmut von Aschura; Manifestation von Solidarität und Einheit und aufrichtiger Nähe der Anhänger des Propheten und der Imame; vereinte Fronten gegen Unterdrückung, Diskriminierung und Gewalt; die Botschaft der Spiritualität, das Vermeiden

Überprüfung und Identifizierung verschiedener Strategien der Medien über Arba'in

	der Eintönigkeit und der Verharmlosung der Nachricht und des gesendeten Inhalts, Duplizierung von Inhalten und Wiederholungen vermeiden, Beobachtung der Nachrichtensättigung in der Berichterstattung von Arba'in, logische Schlussfolgerungen in der Botschaft, Einsatz der moralischen Anziehungskraft (Verlässlichkeit von richtig oder falsch), Einsatz emotionaler Anziehung (Anreiz für Empfindungen und Emotionen), Nachrichtenintegrität und ein gemeinsames Ziel, Beachtung der Rationalität und Weisheit.
Die Zielgruppe	Das iranische Volk, alle Schiiten, alle freien Menschen der Welt aus verschiedenen Religionen, alle Fernsehzuschauer, alle Radiohörer, alle Nutzer sozialer Netzwerke, alle Passanten und Leute in der Stadt (Gassen und Strassen), alle Zuschauer von persischsprachigen Satellitenkanälen in der Welt; Separierung von direktem und indirektem Publikum des Arba'in-Fußmarsches (religiös- nichtreligiös / im Speziellen und Allgemeinen)
Das Medium	Fernsehen, Rundfunk, Zeitungen, Nachrichten-Websites, soziale Netzwerke (Telegram, Instagram, WhatsApp, Facebook, LinkedIn, Zink, YouTube, Twitter, Pinterest, Aparat usw.), Lokale Medien (Werbefafeln, Fahnen ...), professionelle Fotografen und Filmemacher, Staatsmedien (Staatliche Medien), fremdsprachige Medien, die abhängig von den Staatsmedien sind, Veranstaltung von Ausstellungen, Foto- und Filmfestivals mit exquisiten Preisen, um Menschen und Fotografen zu ermutigen, über das Ritual zu berichten, Berichterstattung der staatlichen Medien einschränken, damit die nichtstaatlichen kreativer agieren. Verwendung von Informationen der Bürgerreporter, Pilger-Smartphones sowie Handys; Veranstaltung von Bürgerfestivals, mobile TV-Stationen und Satellitensender.

Die Dimensionen der Strategien der Medienberichterstattung über Arba'in

Zielorientierte Strategie

Die Konzepte und Hauptbegriffe im Zusammenhang mit der zielorientierten Codierung in der zielbasierten Strategie der Medienberichterstattung von Arba'in sind: Den Sachverhalt von Arba'in realistisch vor Augen zu führen, Übertreibungen zu vermeiden, die politischen, sozialen und

wissenschaftliche Interessen berücksichtigen, eine Bewusstseinsstrategie (ein gewisses Maß an Bewusstsein geben), die Ermutigungsstrategie (die Leute zur Teilnahme an den Arba'in Fußmarsch ermutigen) in dieses Thema einzubeziehen, die größte Manifestation des schiitischen Verhaltens, den Glauben der Schiiten und freien Menschen in der Welt zu präsentieren, die Gemeinsamkeiten verschiedener Gruppen mit unterschiedlichen Überzeugungen darzustellen, Arba'in war ursprünglich ein Medium, die glanzvolle Ausstrahlung der Islamischen Republik Irans, die Größe des iranischen Volkes, Einheit und Solidarität unter der Bevölkerung.

Auf der Botschaft basierende Strategien

Die Konzepte und Hauptbegriffe in Bezug auf den grundlegenden Botschaftscode in der Strategie der Medienberichterstattung von Arba'in zeigen, dass die Botschaft, die die Medienberichterstattung an das Publikum senden soll, festgelegt wurde, um ein geeignetes Musterbeispiel auszuarbeiten. Ein Medienprogramm benötigt eine konkrete Botschaft, worauf die Strategie festgelegt werden sollte. Die Botschaften der Medienberichterstattung sollten dem Publikum folgende Punkte vermitteln: Die Erzählung der Geschichte, Arba'in ist eine Institution der Erkenntnis, Arba'in als Symbol für Vergebung, Gastfreundschaft, Einheit, Liebe, Brüderlichkeit, Freundlichkeit, Menschlichkeit, Warten, Hoffnung. Es sollte auch vermittelt werden, dass Arba'in auch ein Symbol der Autorität und Stimme der Unterdrückten ist, ein Zeichen der Freiheit. Vermittelt werden sollte auch die Anziehungskraft der Botschaft, Kreativität und Innovation in der Botschaft, Beständigkeit und Dauer, Übertragung der Arba'in-Botschaft, Sondereffekte und die Häufigkeit der Wiederholung der Arba'in-Botschaft. Soziale Dimensionen sollten zusammen mit den religiösen Aspekten von Arba'in beachtet werden, herausgestellt werden soll die Botschaft von Freiheit und Edelmut von Aschura, die Manifestation von Solidarität, Einheit und aufrichtiger Nähe der Anhänger des Propheten und der Imame; vereinte Fronten gegen Unterdrückung, Diskriminierung und Gewalt sowie die Botschaft der Spiritualität. Vermieden werden sollte die Eintönigkeit und Herabwürdigung der Nachricht und des gesendeten Inhalts sowie die Duplizierung von Inhalten und Wiederholungen. Beobachtet werden sollte eine mögliche Nachrichtensättigung bei der Berichterstattung über Arba'in. Die logischen Schlussfolgerungen in der Botschaft sollten dargestellt, der Einsatz der moralischen Anziehungskraft (Verlässlichkeit von richtig oder falsch), der Einsatz emotionaler Anziehung (Anreiz für Empfindungen und Emotionen), die Nachrichtenintegrität, Rationalität und Weisheit und ein gemeinsames Ziel beachtet werden.

Eine auf der Zielgruppe basierende Strategie

Die Medienberichterstattungsstrategie fordert - wie alle

Benachrichtigungsstrategien - die allgemeine Bekanntheit des Publikums von dem Zweck und der Zielgruppe der Botschaften. Die verknüpften Konzepte und Hauptbegriffe mit dem grundlegenden Codes der Zielgruppe in der Strategie der Medienberichterstattungs von Arba'in umfassen das iranische Volk, alle Schiiten, alle freien Menschen der Welt, alle verschiedenen Religionen, alle Fernsehzuschauer, alle Radiohörer, alle Nutzer sozialer Netzwerke, alle Passanten und Leute in der Stadt (Gassen und Straßen), alle Zuschauer von persischsprachigen persischsprachigen Satellitenkanälen in der Welt, Separierung von direktem und indirektem Publikum des Arba'in-Fußmarsches (religiös- nicht religiös / im Speziellen und Allgemeinen)

Eine auf die Medien basierende Strategie

Die Strategie der Medienberichterstattung muss - wie alle Benachrichtigungsstrategien - die Botschaft mit einem bestimmten Ziel und festgelegten Instrument an die Zielgruppe senden. Die Konzepte und Hauptbegriffe im Zusammenhang mit den grundlegenden Codes des Mediums werden im Folgenden genannt:

Fernsehen, Rundfunk, Zeitungen, Nachrichten-Websites, soziale Netzwerke (Telegram, Instagram, WhatsApp, Facebook, LinkedIn, Zink, YouTube, Twitter, Pinterest, Aparat usw.), Lokale Medien (Werbefafeln, Fahnen usw.), professionelle Fotografen und Filmemacher, Staatsmedien (Staatliche Medien), fremdsprachige Medien, die abhängig von den Staatsmedien sind; Veranstaltung von Ausstellungen, Foto- und Filmfestivals mit exquisiten Preisen, um Menschen und Fotografen zu ermutigen, über das Ritual zu berichten, Berichterstattung der staatlichen Medien einschränken, damit die nichtstaatlichen kreativer agieren. Verwendung von Informationen der Bürgerreporter, Pilger-Smartphones sowie Handys, Veranstaltung von Bürgerfestivals, mobile TV-Stationen und Satellitensender, lokale Medien (Werbefafeln, Tafeln, Flyer usw.)

Man kann 39% der Konzepte und Hauptbegriffe der Strategien der Medienberichterstattung von Arba'in der Botschaft zuordnen, was bedeutet, dass der Anteil der Botschaften aus den Strategien der Medienberichterstattung etwa 40% beträgt. Der Medienanteil der Strategien beträgt 25%, was darauf hinweist, dass 25% der Konzepte und Hauptbegriffe mit dem grundlegenden Code des Mediums verbunden sind. 19% der Strategiekonzepte und -begriffe bezogen sich auf den Zweck der Medienberichterstattung und 16% auf deren Zielgruppe.

Das endgültige Muster

Die	Das Ziel	Realistisch
-----	----------	-------------

Medienberichterstattung über Arbaʿin		Wirtschaftliche, soziale und politische Interessen	
		Bewusstsein und Ermutigung	
		Die Ausstrahlung der Islamischen Republik Iran	
		Einheit der Bevölkerung	
		Einheit der Musliminnen und Muslime	
		Symbol der schiitischen Schule	
		Erzähler der Geschichte	
	Der Inhalt		Einsatz der Kreativität
			Emotionale, logische und ethische Anziehungskraft
			Symbole von Arbaʿin (Freundschaft, Gastfreundschaft usw.)
			Sondereffekte
			Vermeidung von Wiederholungen
			Die soziale und religiöse Dimension
			Botschaft von Freiheit und Edelmut
			Zeichen der Solidarität
Die Zielgruppe		Das iranische Volk	
		Alle freien Menschen der Welt	
		Alle Religionen	
		Fernsehzuschauer und Radiohörer	
		Nutzer sozialer Netzwerke	
		Passanten und Menschen auf der Straße	
		Zuschauer von Satellitenkanälen	
	Die Medien		Handys von Pilgerinnen und Pilgern
			Nichtstaatliche Medien
			Ausstellungen und Festivals

Überprüfung und Identifizierung verschiedener Strategien der Medien über Arba'in

	Inländisch und ausländische soziale Netzwerke
	Nachrichten-Websites
	Satellitenkanäle
	Rundfunk
	Lokale Medien (Werbetafeln usw.)

Schlussfolgerung

Die Ergebnisse zeigen, dass die vier Hauptdimensionen der Strategien der Medienberichterstattung Zielsetzung, Auswahl der Botschaft, Medienauswahl und Bestimmung der Zielgruppe sind. Eine richtige Berichterstattung wird dann erfolgreich durchgeführt, wenn zuerst das richtige Ziel ausgewählt wird. Die Ziele des Arba'ins lauten realistische Berichterstattung, die Einbeziehung der wirtschaftlichen, politischen und sozialen Interessen, Bewusstsein und Ermutigung, die Einheit des Volkes, die als die besten Ziele gelten können, die man in der Übereinstimmung mit dem Wunschbild von Imam Hussein (Friede sei mit Ihm) und der Islamischen Republik Iran findet. Man sollte Ziele setzen, die so objektiv und realistisch sind, dass die Menschen und das Publikum eine gute Beziehung zu Arba'in aufbauen können, denn jedes Ziel, das verdeckt oder geleugnet wird, wird eines Tages wieder zu Tage treten, während der Einsatz einer realistischen Wiedergabe Vertrauen schafft und viel positive Energie erzeugt. Der Einsatz wirtschaftlicher Interessen kann angesichts der derzeitigen Situation im Iran für das iranische Volk fruchtbar sein und einer bestimmten Schicht beim Bestreiten ihres Lebensunterhaltes helfen, deren herzliche Gebete den Segen des Arba'in erhöhen. Politische Interessen, die auch eine sehr wichtige Rolle spielen und nicht vernachlässigt werden sollen, können die Beziehungen zwischen dem Iran und dessen Nachbarländern, insbesondere dem Irak, intensivieren und verbessern. Es ist wichtig, die Öffentlichkeit über die Bedingungen, Zeit, den Ort und den Sachverhalt des Arba'in-Fußmarsches zu informieren. Auch die Ausführung der Ermutigung wird zur Erhöhung der Teilnehmerzahl beitragen und demzufolge zu einem mächtigen Sozialkapital. Die glanzvolle Ausstrahlung der Islamischen Republik Iran und die Einheit des Volkes, die eine offensichtliche und unbestreitbare Sache ist, verdient es bei den Zielen der Medienberichterstattung über Arba'in eine besondere Aufmerksamkeit geschenkt zu bekommen.

Man sollte bei der Auswahl der Botschaft auf einige Dinge achten, wie den Einsatz von Kreativität, (emotionale, logische und moralische) Anziehungskräfte, Arba'in-Symbole (Gastfreundschaft, Liebe,

Freundlichkeit usw.), die Sondereffekte und Vermeidung von Wiederholungen. Da es heutzutage verschieden Arten von Medien gibt, und alle Menschen in einer gewissen Art und Weise von diesen mit diversen Themen bombardiert werden, herrscht eine Art „Aufmerksamkeitsökonomie“, d.h. es geht darum, möglichst viel Aufmerksamkeit zu erregen. Daher geht alles, was die Aufmerksamkeit der Menschen auf sich ziehen kann, als Sieger aus dieser Art von Ökonomie hervor. Kreativität spielt dabei die wichtigste Rolle, und da jede Art Kreativität Aufmerksamkeit auf sich zieht, sollten wir in den Arbaʿin-Botschaften von Kreativität Gebrauch machen und so viel wie möglich kreative Botschaften vermitteln, weil es in jeder Botschaft verschiedene Arten von Anziehungskraft gibt: Empfindungen, die die Gefühle des Betrachters für Arbaʿin steigern. Sollte sie eine solche Empfindung nicht erzeugen können, wird sich die Anziehungskraft verringern, könnte zum Klischee werden und sogar eine abstoßende Wirkung verursachen. Logische Anziehungskräfte sind - zusammen mit gefühlsbetonter Anziehung - sehr einflussreich, weil der Mensch zwei Gehirnhälften hat, nämlich die linke und die rechte. Die rechte Gehirnhälfte ist für die Gefühle zuständig und die linke für den Verstand und logische Handlungen. Immer wenn ein Phänomen mit beiden Zuständen einhergeht, erzeugt es mehr Synergien und Harmonien. In dieser Situation bekommen die Menschen einen charismatischen Modus. Diese Themen haben auch bei bekannten Marken einen großen Stellenwert, weil die beiden logischen und emotionalen Dimensionen zusammen eine Art Interesse und Anziehung schaffen. Bei Arbaʿin ist Interesse die Hauptsäule. Neben der logischen und emotionalen Anziehungskraft ist die moralische Anziehungskraft sehr wichtig, denn Menschen, insbesondere Iraner, studieren Phänomene immer auf der Grundlage der Ethik. Das ist auch der Grund, weshalb Persisch für die Sprache der Literatur gehalten wird. Ethik und Moral sind den Iranern schon seit jeher wichtig, andererseits wird Ethik weltweit beachtet, weil sie auf die menschliche Natur zurückgeht. Und auch überall, wo Menschen selbst nicht ethisch sind, schätzen sie trotzdem moralisches Verhalten, weil es universal ist, und nichts mit einem bestimmten Ort, einer bestimmten Zeit oder gar mit einer bestimmten ethnischen Zugehörigkeit oder Rasse zu tun hat. Daher spielt die moralische Anziehungskraft - zusammen mit den anderen drei Anziehungskräften - eine bedeutsame Rolle bei dem Charisma und Akzeptanzgrad der Botschaft in der Medienberichterstattung über Arbaʿin. In den Arbaʿin-Botschaften ist neben Kreativität und Anziehungskraft der Einsatz von Arbaʿin-Symbolen außerordentlich notwendig, denn Arbaʿin ist ein Ritual, und jedes Ritual hat eine Identität. Außerdem basiert jede Identität auf ihren Bestandteilen, durch die, wenn sie nicht dazugehörig sind, die Identität verloren geht, so als ob sie eine andere Rolle spielen und eine andere Bedeutung vermitteln würde. Aus diesem Grund sollte man, um die Identität von Arbaʿin zu bewahren,

seine Symbole in verschiedenen Botschaften verwendet. Man sollte auf diese Weise wiederholende Inhalte vermeiden, die dem Betrachter unangenehm erscheinen und das Gegenteil der Anziehungskraft bewirken können. Sondereffekte können, als eine Art kreative Handlung, auf diesem Weg verwendet werden.

In Bezug auf die Zielgruppe ist Arba'in nicht unbedingt nur etwas für Iraner, sondern für die ganze Welt. Daher lässt sich die Zielgruppe in drei Kategorien einteilen: Iranische, ausländische und soziale Medien, für die jeweils die relevanten Botschaften und Medien ausgewählt werden. Demnach werden das iranische Volk, die Schiiten der Welt, alle Religionen und Nutzer als Zielgruppe bezeichnet. Bei der Bestimmung der Medien für die Medienberichterstattung über Arba'in sollte der maximale Einsatz der nationalen Medienkapazitäten berücksichtigt werden, der lokalen Medien, des Rundfunks und Fernsehens, daneben der gedruckten Medien, des Internets und die ausländischen Medien. Insgesamt kann die beste Medienberichterstattung über Arba'in mit dem Einsatz der vier Hauptteile der Zielsetzung erreicht werden: Die Auswahl der richtigen Botschaft, die Bestimmung der Zielgruppe und effektive Medien.

Persische Quellen

1. Isfahanian, Seyed Majid (1395/2016): Und Gott vervollständigt sein Licht [Va Allāho motemmo nūrah]. Qom: Jamkarān Verlag
2. Amin, Mohsen (1395/2016): Arbaʿin-Fußmarsch als rituelle Verbindung der Schiiten [Piyāderavi-ye Arbaʿin be masābe ertebāt-e āiinī Schii], Magisterarbeit, Imam Sādeq (Friede sei mit Ihm) Universität Teheran
3. Brockett, Oscar (1363/1984): Tārīḥ Theatre Jahān, Teheran: Nōqre Verlag
4. Pakniya, Abdolkarim (1383/2004): Arbaʿin in der Kultur der Ahl-al-Bayt (Friede sei mit ihnen) [Arbaʿin dar farhang-e Ahl-al-Bayt], Māhnāme-ye Mōbalegh. 52. S. 21-33
5. Heidari, Jaʿfar; Hussein Masʿoudnia (1399/2020): Analyse des Einflusses neuer Medien auf die Soft Power der Islamischen Republik Iran (Mit der Betonung des Vergleichs der kulturellen, nationalen und religiösen Identitäten von Männern und Frauen). Institut für Politikwissenschaft, Fakultät für Verwaltungs- und Wirtschaftswissenschaften der Universität von Isfahān. Jomhuri-ye eslami-ye Iran. 11. Nr. 42
6. Dayan, D.; A. Katz (1992): Geschichte der Live-Medienberichterstattung, [Tārīkh-e Poushesh-e resaneii-ye Zende]. Harvard University Press
7. Dehqan, Alireza (1381/2002): Die Kommunikationstheorien [Nazariye-ye Ertebātāt]. Severin Werner; James Tankard. Teheran: Moassese-ye dāneshgāh-e Tehran
8. Rahimi, Qolamreza; Faeze Taqipour; Akbar Etebāriān Khorāsgāni (1399/2020): Die Gestaltung des Musters des Medienbildungsprozesses in Schulen. [Tarrāhi-ye ōlgu-ye farāyan-de Tarbiyat-e resāneʿi dar madāres. 8.] Nr. 9
9. Razaqi, Afshin (1381/2002): Die sozialen Kommunikationstheorien [nazariyeha-ye ertebātāt-e ejtemāʿi]. Tehran : nashr-e Peykān. 1. Aufl.
10. Rothenbuhler, Eric W. (1387/2008): Rituelle Kommunikation; Vom Alltagsgespräch bis zum Medium gewordener Zermonie [ertebātāt-e āāini; az goftegūha-ye rūzmarre ta jashnha-ye resāneʿii shode]. übersetzt von Abdullāh Givbān. Tehran: Imam Sādeq (Friede sei mit ihm) Universität Teheran
11. Sarkheyil, Behnam (1398/2019): Medien und die Macht des Diskurses mit der Betonung auf die Islamische Revolution. Zeitschrift der Pajuheshhaye Siyasi-ye jahan-e Eslam. Nr. 9. S. 205-770
12. Shahvali, Mahdi; Sara Fallahi (1399/2020): Semiotik des Arbaʿin Fußmarsches und seine Ähnlichkeiten mit der Mahdavi-Regierung [neshaneshenasi-ye Piyaderavi-ye Arbaʿin va shebāhatha-ye ān bā hōkūmat-e mahdavi]. Institut für Politikwissenschaft. Ilam Branche. Azad University. Ilam. Iran

25. Hodayun, Mohammadhadi; Mahdiye Bod (1394/2015): Ritual der spirituellen Motivationen von Touristen auf spirituellen Reisen, eine Fallstudie zu dem Fußmarsch von Arba'in. Die erste Konferenz zu Tourismus und Spiritualität. Tehran: Elm va Farhang University
26. Cerutti, S., Piva, E. (2015) and Tourism R Tourism Local for Opportunity An: Management ES tourism Religious of Journal International. D.65-55): 1 (3, Pilgrimage)
27. Gets.d (2005) event management and tourism new yourk: Cognizant Communication corporation
28. Hall, Stuart (1997). The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice, Sage Publication.
29. Vukonić, B. (2010), "Chapter 3 Do We Always Understand Each Other", In Tourism in the Muslim world Scott, N., & Jafari, J. (Eds.), Emerald Group Publishing Limited, pp. 31-45.
30. Zhou, Joe Yong (2008). Government and Residents Perception Toward The Impact of a Mega Event: The Beijing Olympic Games, HongKong: HongKong University Press