

## استقطاب مخاطبي وسائل الإعلام الإخبارية في إيران والمحافظة عليهم بالاستفادة من نظرية نمط الحياة

اسماعيل افقهى<sup>١</sup>

اعظم ميرزمانى<sup>٢</sup>

علي حميدى زاده<sup>٣</sup>

سيدحسين شرف الدين<sup>٤</sup>

### الملخص

إنّ لأسلوب حياة المخاطبين دورًا مهمًا في استقطاب جمهور وسائل الإعلام الخبرية والاحتفاظ بهم. والمقصود بنمط الحياة هو الأنشطة المنهجية التي تنشأ من ذوق المرء. الغرض من هذه الدراسة هو التعرف على الذوق الإخباري للمخاطبين الإيرانيين. ولهذا الغرض، تم إجراء مقابلات مع (15) أستاذًا وخبيراً إعلامياً. وقد أظهر تحليل المحتوى النوعي للبيانات أن المذاق الخبري لجمهور المخاطبين الإيرانيين على نوعين: عادي، وآلي، وأما ترتيبه من حيث الأهمية فهي: «أخبار المشاهير»، «الأخبار الخصوصية للأفراد»، «الأخبار الرياضية»، «الأخبار الإقليمية» «الأخبار السياسية» و «أخبار الفضائح» و «الأخبار الصحية» و «الأخبار المعيشية» و «أخبار الحوادث» و «أخبار العلوم والتكنولوجيا». وإذا أخذنا ترتيب أهمية أذواق الأخبار، فإن مذاق أكثر المخاطبين الإيرانيين هو بحسب «العادة»، أما المذاق الآلي فقاما يشاهد.

الكلمات الرئيسية: وسائل الإعلام، المخاطبين، أسلوب الحياة، مذاق الأخبار، تحليل المحتوى النوعي

١. استاذ مساعد مركز تحقيق الثقافة والفن والعلاقات، طهران، إيران (الكاتب المسئول).

٢. استاذ مساعد كلية الإدارة، جامعة طهران، إيران.

٣. استاذ مساعد كلية الإدارة، جامعة طهران، إيران.

٤. محاضر فريق العلوم الاجتماعية، مؤسسة الإمام الخميني للتعليم والتحقيق، قم، إيران.