

*Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
Факультет коммуникаций, медиа и дизайна  
Дисциплина «Анализ медиа-аудиторий»*

## **ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ**



*Шариков Александр  
Вячеславович,  
профессор НИУ «Высшая  
школа экономики»*

# ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



**Лекция в университете**



**Концерт симфонического оркестра с хором**



**Наблюдение солнечного затмения**



**Съезд политической партии**

# ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



**Заседание суда**



**Проповедь в церкви**



**Футбольный матч**

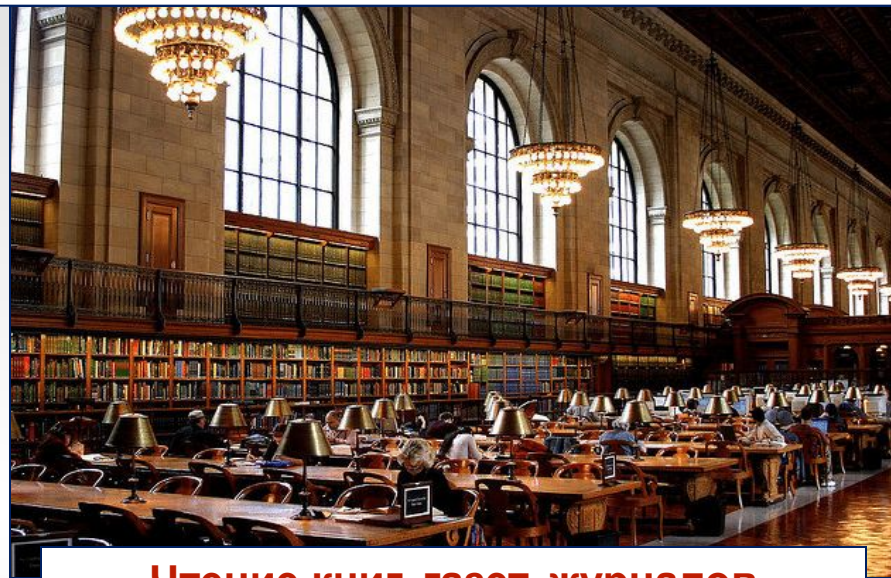


**Экскурсия в музее**

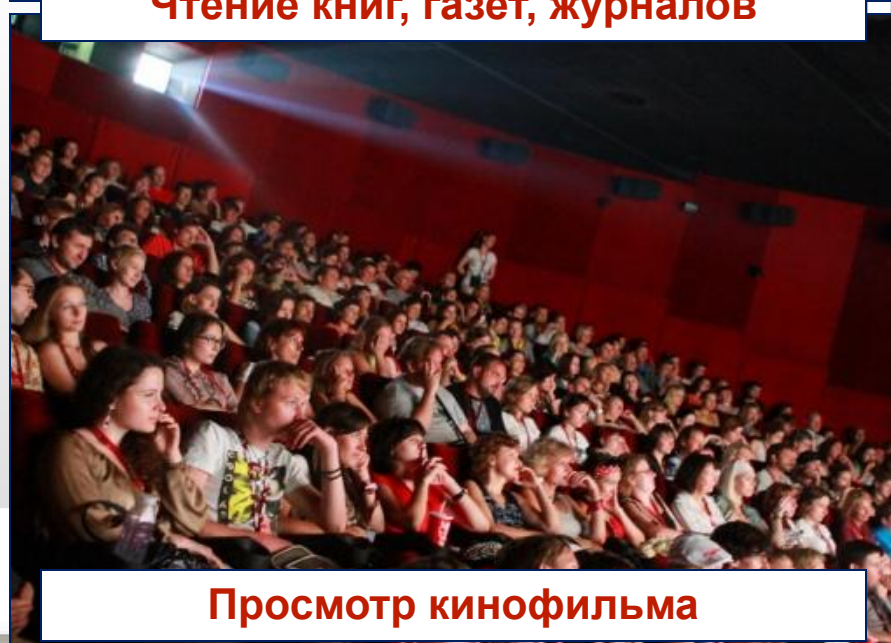
# ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



Прослушивание новостей по радио



Чтение книг, газет, журналов



Просмотр кинофильма

# ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



Просмотры телепередач

# ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



Пользование интернетом

# Аудитория

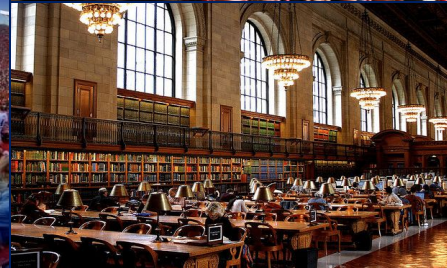
Аудитория  Чего?  
**объекта восприятия**

Жан-Пьер Эскенази:

«Аудитория объекта, имеющего аудиторию»

# ОПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ

*Аудитория – коммуникативная  
общность, объединённая  
процессом восприятия  
некоторого объекта.*





# Объекты восприятия аудиторией



**Лекция, лектор**



**Картина, рассказ экскурсовода, экскурсовод**



**Оркестр, хор, музыкальное произведение**



**Речь судей, сами судьи**



**Проповедь, священник**



**Футбольный матч**



**Речь политика, сам политик**



**Солнечное затмение**

# Объекты восприятия аудиторией



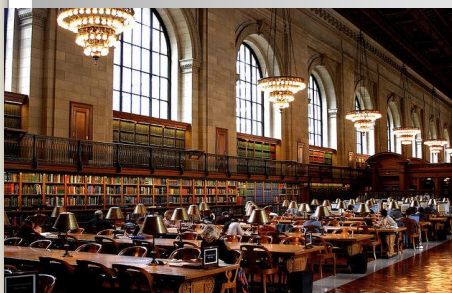
**Кинофильм**



**Телепередача,  
телеканал**



**Новости на радио,  
радиостанция**



**Тексты книг, газет,  
журналов**



**Интернет-  
ресурсы**

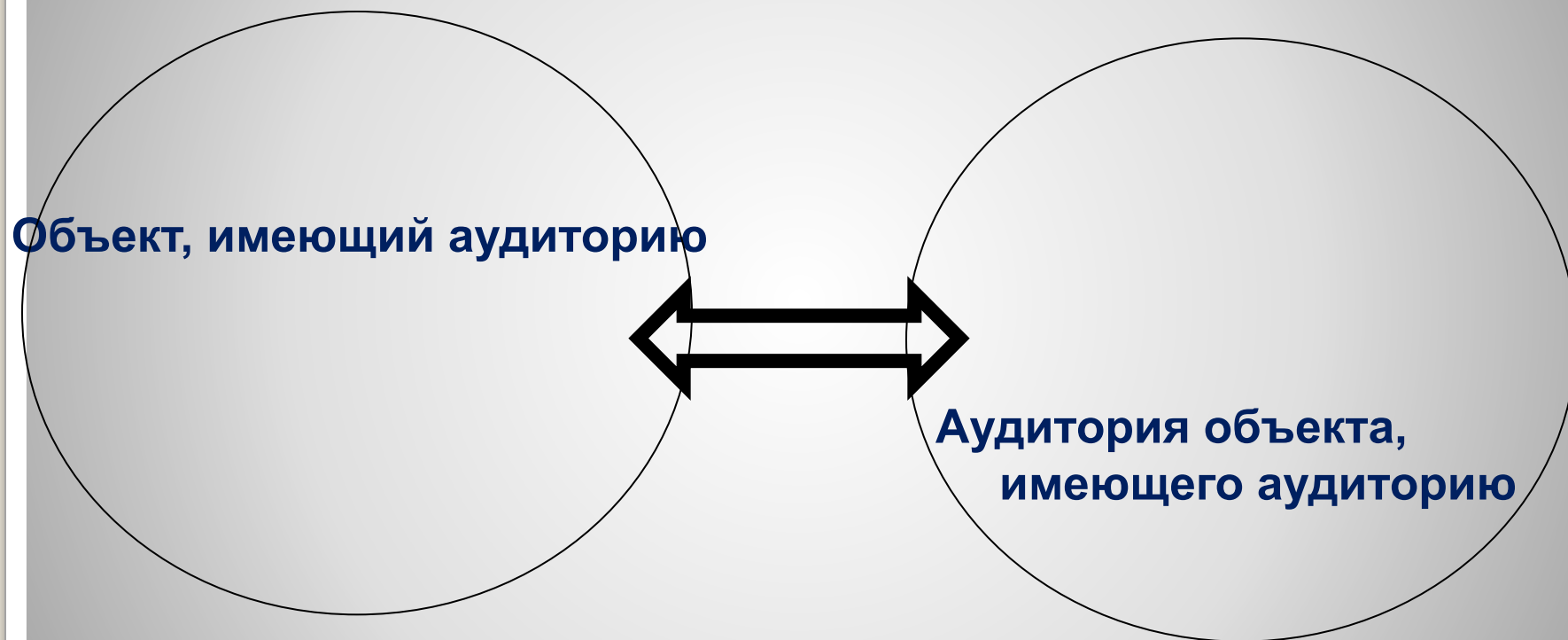
# Аудитория

Аудитория  Чего?  
**объекта восприятия**

Жан-Пьер Эскенази:

«Аудитория объекта, имеющего аудиторию»

# Модель Эскенази



**Аудитория, её размер и состав являются  
своеобразной характеристикой объекта,  
имеющего аудиторию**

# Типология аудиторий

	Непосредственная коммуникация	Технически опосредованная коммуникация (медиакоммуникация)
Массовая коммуникация	Большие скопления людей, воспринимающих социальную информацию (митинги, концерты, массовые моления и др.)	 Аудитории СМК
Немассовая коммуникация	Личностно-групповые формы (учебные группы, экскурсии, концерты, спектакли, проповеди и др.)	Немассовые групповые медиакоммуникации (лекции по интернету, групповые просмотры видеоматериалов, групповые прослушивания аудиоматериалов и т.п.)

# ***Аудиториология –***

***наука о закономерностях поведения аудитории в коммуникационных процессах и восприятия ею социальной информации***



# ПРИНЦИПЫ АУДИТОРИОЛОГИИ

1. Объекты, имеющие аудиторию, могут быть как социальной, так и несоциальной природы.
2. Формирование аудитории обусловлено как характером объекта восприятия, так и внешними по отношению к данному объекту факторами.
3. Существует, по меньшей мере, четыре механизма формирования аудитории:
  - случайный
  - традиционный
  - индуцированный
  - вынужденный
4. В системе общества аудитории выступают посредниками между «объектами, имеющими аудиторию» и остальной частью общества.

**Спасибо!**