

*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



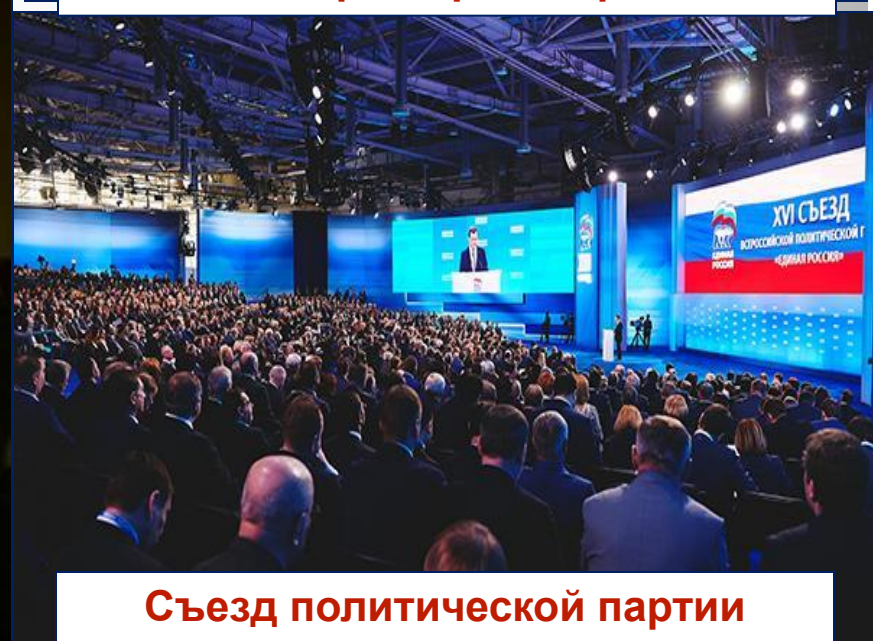
Лекция в университете



Концерт симфонического оркестра с хором



Наблюдение солнечного затмения



Съезд политической партии

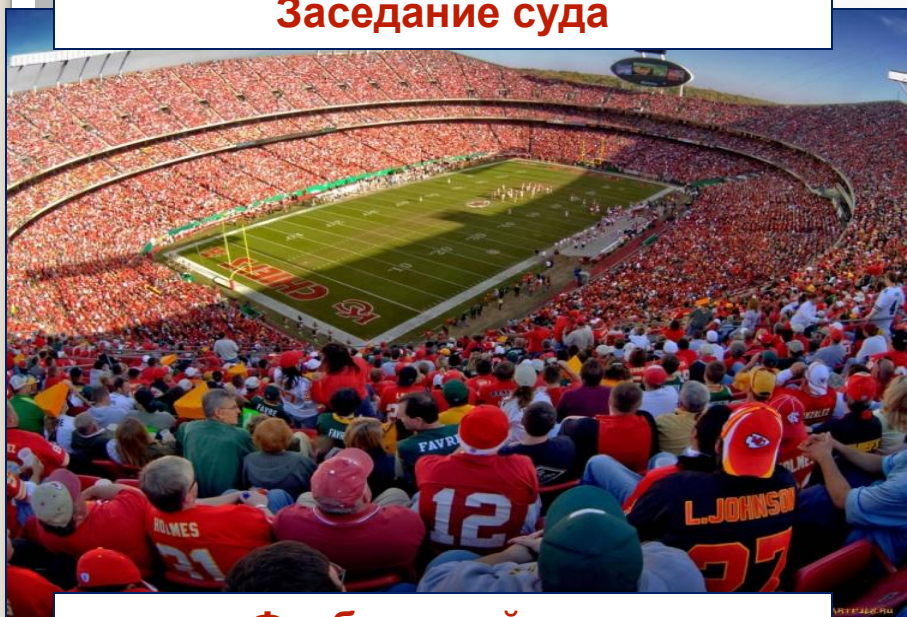
ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



Заседание суда



Проповедь в церкви



Футбольный матч

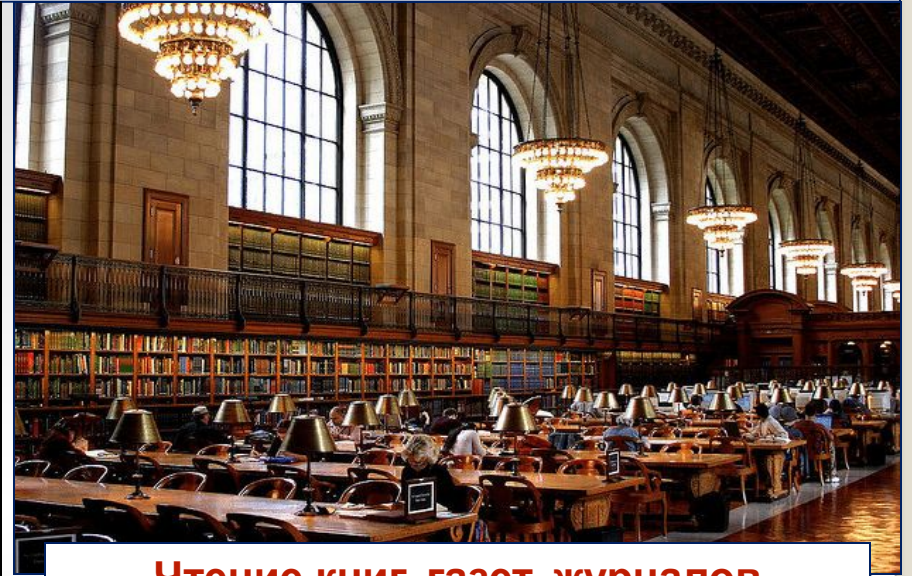


Экскурсия в музее

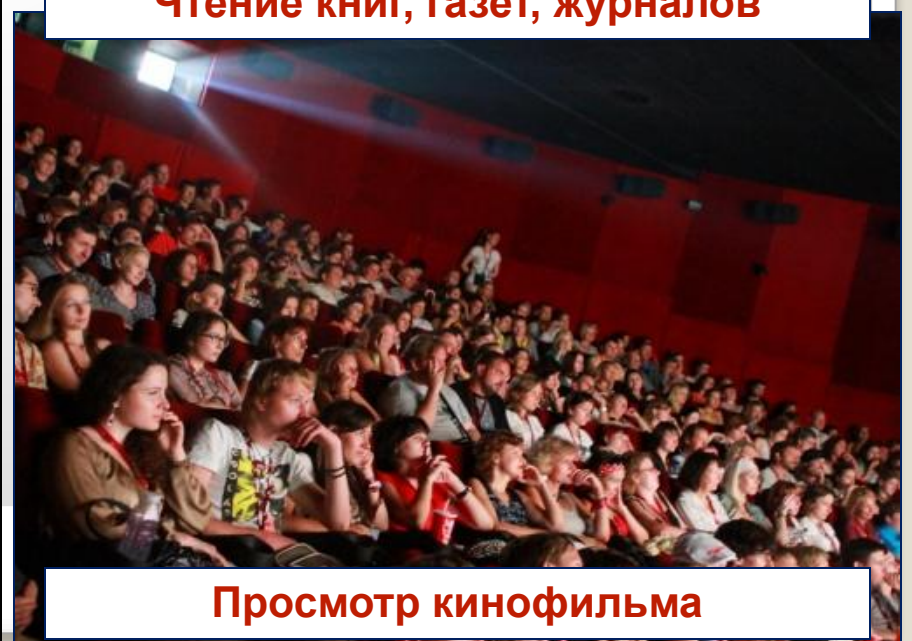
ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



Прослушивание новостей по радио



Чтение книг, газет, журналов



Просмотр кинофильма

ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



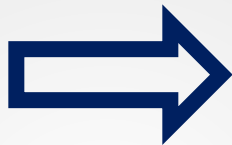
Просмотры телепередач

ПОНЯТИЕ АУДИТОРИИ



Пользование интернетом

Аудитория

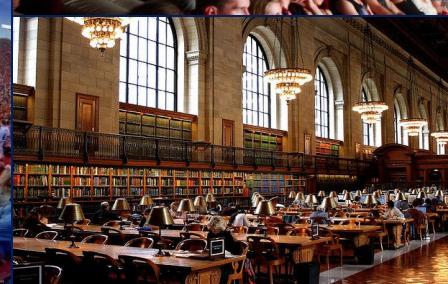
Аудитория  Чего?
объекта восприятия

Жан-Пьер Эскенази:

«Аудитория объекта, имеющего
аудиторию»

ОПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ

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



Объекты восприятия аудиторией



Лекция, лектор



**Оркестр, хор,
музыкальное
произведение**



**Проповедь,
священник**



**Речь политика,
сам политик**



**Картина, рассказ
экскурсовода,
экскурсовод**



**Речь судей,
сами судьи**



Футбольный матч



**Солнечное
затмение**

Объекты восприятия аудиторией



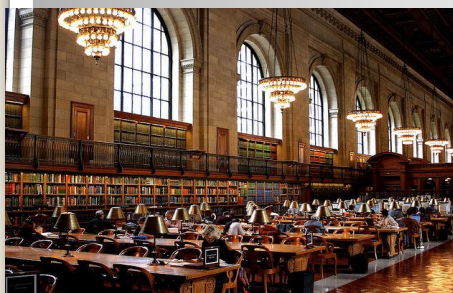
Кинофильм



**Телепередача,
телеканал**



**Новости на радио,
радиостанция**

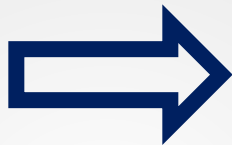


**Тексты книг, газет,
журналов**



**Интернет-
ресурсы**

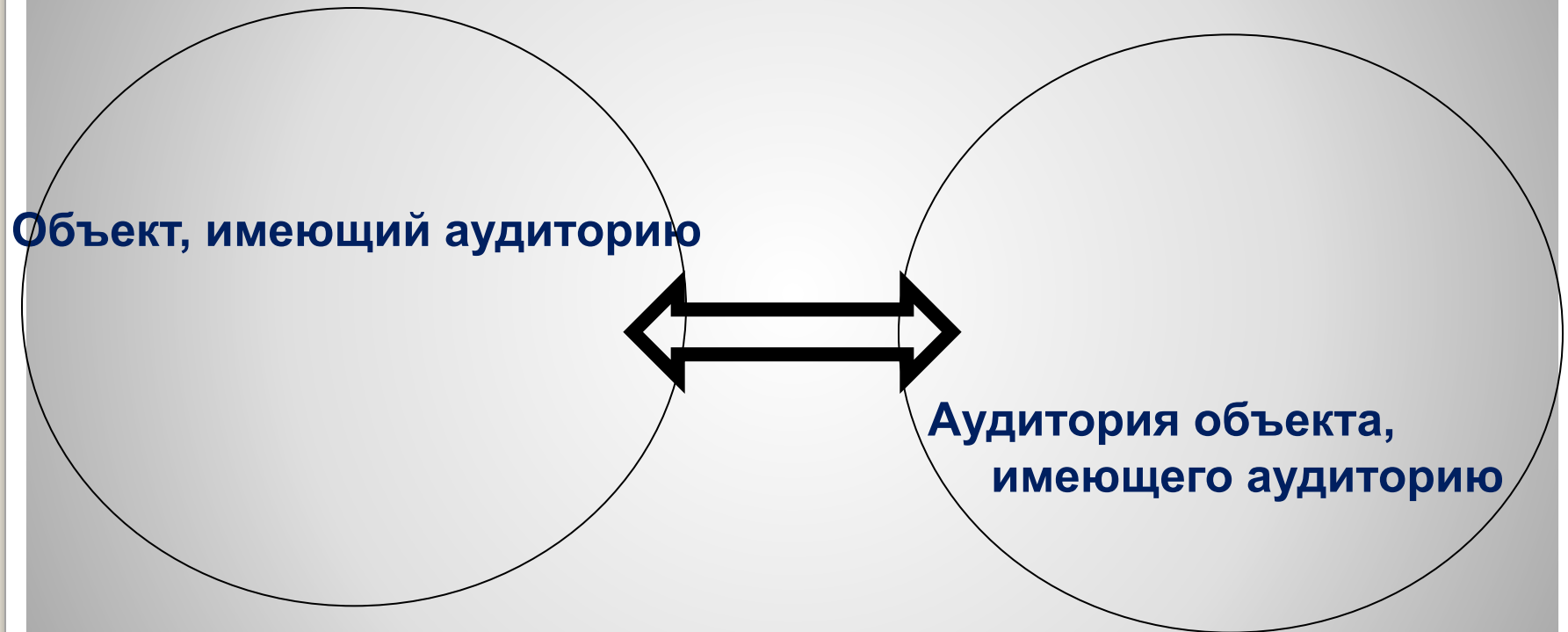
Аудитория

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 несочальной 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!