

Секция «Журналистика»

**Исследования аудитории в условиях развития
информационно-коммуникационных технологий**

Аникина Мария Евгеньевна

Кандидат наук

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Журналистики,
Москва, Россия*

E-mail: maria-anikina@yandex.ru

В 1980 гг. выдающийся отечественный социолог Б.А. Грушин выдвинул гипотезу о том, что «анализ текстов позволит ответить на вопрос о массовом сознании гораздо более полным и надежным образом, нежели это удастся сделать с помощью традиционных опросов общественного мнения» [1]. Он разработал новый подход, объединяющий процедуры и техники анализа текстов массы. Первые попытки применения метода многомерного анализа текстов массового сознания (МАТЕМС) были предприняты в последние десятилетия XX века. Однако в то время наблюдалась очевидная нехватка сопоставимых материалов для исследования и не существовало достаточных ресурсов для проверки предположения профессора Грушина.

В 2000 гг. развитие новых информационных технологий открыло новые возможности для проверки этой идеи и для изучения особенностей аудитории новых средств массовой информации и коммуникации. В настоящее время, в условиях новых медиа социологи располагают уникальными инструментами для изучения эмпирического материала, который может оказаться необходимым и достаточным для решения актуальных исследовательских задач. Соответствующие ресурсы могут быть в изобилии обнаружены в различных типах и формах коммуникации, представленной в Интернете, – на персональных Интернет-страницах, на форумах, в блогах, социальных сетях и пр. Эти ресурсы представляются привлекательными для изучения, благодаря количеству и объему содержащейся на них информации, ее доступности, четкой тематической ориентации, количеству участников дискуссии, продолжительный период существования (что – в определенном смысле – гарантирует надежность источника) и пр. Изучение существующей в Интернете информации, созданной пользователями, с формальной, содержательной, структурной и феноменологической точек зрения позволит делать выводы относительно особенностей представлений массовой аудитории о различных актуальных проблемах.

Литература

1. Открывая Грушина. – М.: Издательство Московского университета, 2010.