

• •

•

" " 2004

	10
1.	14
	: 15
	18
	23
I.		
	27
2.		27
	28
	31
	34
	36
	44
3.		46
	47
	51
	57
	61
4.		
	63
,	" " 	63
	65
	69
	71
	75
	78
	80
5.		
	82

	:	, ,	83
	:		89
		:	91
			94
6.			96
			97
			100
			103
			106
			112
	.			
		:		
	-		... 114	
7.		:	114
			115
			117
		:		
	(, ,).....	121
			126
			131
8.		" - - "	... 133	
			134
			136
			138
			140
			143
	" "		147
			150
9.			151
			151
			152
	90-		155
			157
			159

	1996:	162	
	"	"	165	
	:		168	
		171	
		180	
10.				
		181	
	:	182	
		185	
	-			
		189	
	:	193	
		198	
	.			
	:			
	,	,	199
11,			199
			199
			200
			201
			203
			207
	,	"	"	207
"	"	"	209	
			210
			212
"		"	214	
12.				
			217
	-		218
	-		220
			223

.....	224
:	227

1.

· ,
" " (, ,),
: "
?"; " , , ?"; "
" " ?"
?"; " , ?"; "
?"; " ?"
" " .
" " .
· ,
·

:

communicatio —

1.

"2,

"

"3

1 . . 1998. . 133.
2 . . 1989. . 344.
3 Thompson J.B. Ideology and Modern Culture. Oxford: Polity Press. 1990. . 219.

; mediator — 4.
 " TM".
 — " "

1.1.

	,	
	" "	
	,	— ,
	,	,
		« » (—)
	,	

’
.
’
.
’
?
5.
1.1.
6.
,’
.”
””
”
(’)
”
” —
-

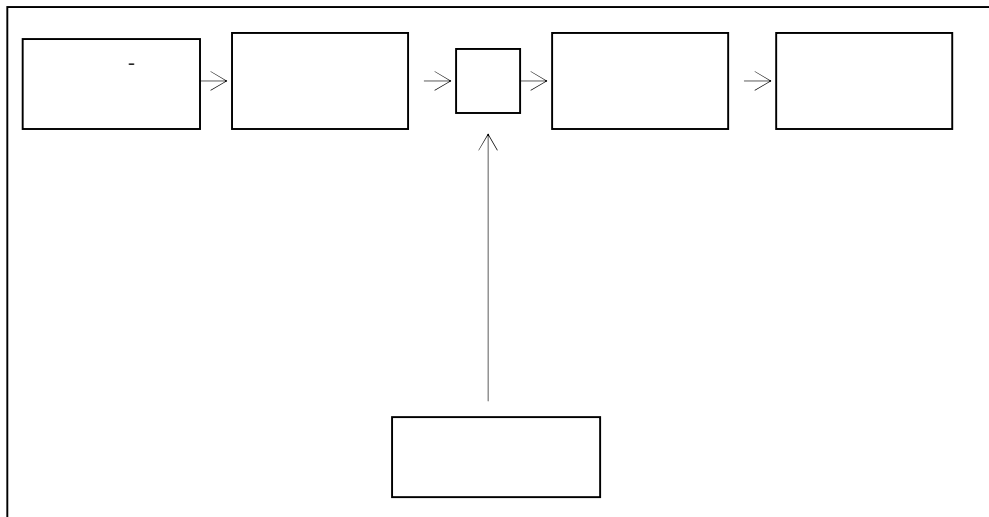
5

6 . Real M.R. Super Media. A Cultural Studies Approach. London: Sage. 1989. .24.

, " " , . , " ? " " " ?

XX
7 (. 1.1.)
,
,

1.1.



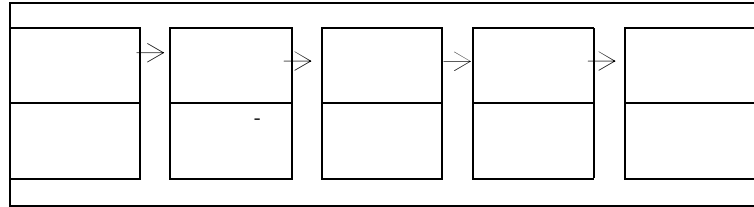
⁷ McQuail, D. And Windahl, S. 1987. Communication Models for the Study of Mass Communication. London: Longman.

() . , ,
.
;
?
- ;
- ;
- ;
? ;
.
.
.
()
.
1948 .
:" ; ;
?""⁸.

⁸ Lasswell, H.D. "The structure and function of communication in society" in Bryson, (ed.) The Communication of Ideas. N. Y.: Harper and Brothers. 1948

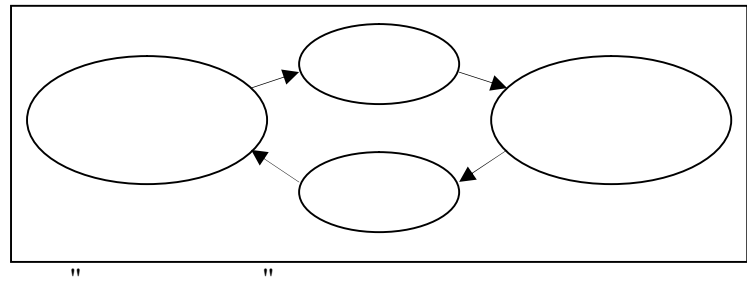
(. 1.2.).

1.2.



“ ” (1.3.). ()

1.3.



(,) , " " /

⁹Watson, J. Media Communication. An Introduction to Theory and Process. London: Macmillan Press. 1999. P. 37.

/ " . " / , — : ,
" " " " " " " " " " "
" " " " " " " " " " "
" " " " " " " " " " "
" " " " " " " " " " "
" " " " " " " " " " "

’ ’ ’
• • •
• • •
—
• • •
’ ’ ’ ’ ’
’ ’ ’ ’ ’
’ ’ ’ ’ ’
’ ’ ’ ’ ’
’ ’ ’ ’ ’
’ ’ ’ ’ ’

I.

2.

-

1940- - 60-
(1910-2003), (1901-1976), (1902-1978)¹².
13.

¹² . Lazarsfeld, P. and Merton, R. Mass Communication, popular taste and organized social action. in Bryson, (ed.) The Communication of Ideas. N. Y.: Harper and Brothers. 1948; Lasswell, H.D. "The structure and function of communication in society" in Bryson, (ed.) The Communication of Ideas. N. Y.: Harper and Brothers. 1948

¹³ 60- — 70- XX ,

15

I.

-

II.

-
-

III.

-

15

: . 1981; Berger A.A. Media Analysis Techniques. London: Sage. 1991. Mcquail,D. Mass Communication Theory. An Introduction. London: Sage. 1987.

• ;

IV. : ;

• ;

V. : ,

• ,

• ,

• ,

• ,

• ,

I. : ,

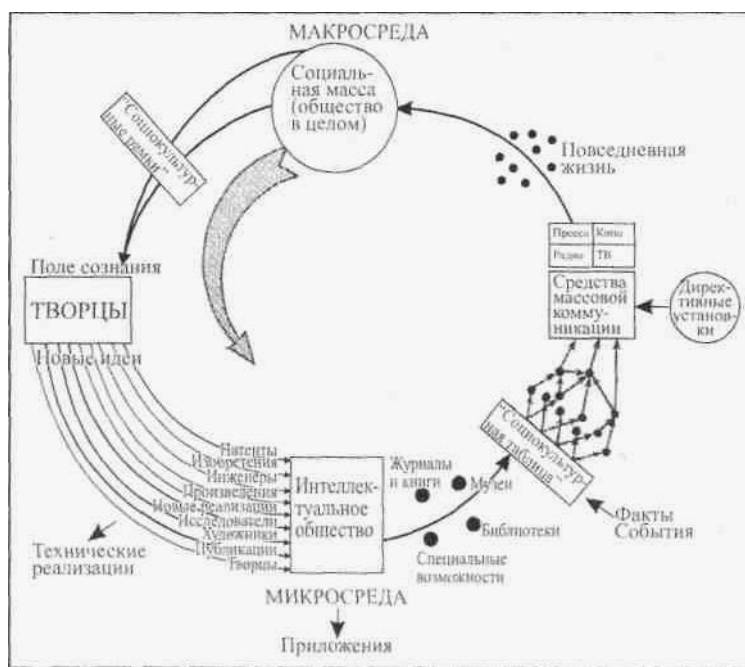
• ; ,

• ; ,

II. : , ; •

• ;

III : , ; , ;



2.1.

()

„ „

⋮

2.2.



¹⁸ De Fluer M. Theories of Mass Communications. New York: David McKay.1996

19 (2.2.).

60-

(1927-1998) «

»²⁰

21

²⁰ Luhman, N. The Reality of Mass Media. Polity Press.2000

²¹ . . . 4. .- .2000. .376-385.

X.

22.

23.

(

.)

"

"

"

"

"

"

"

"

22
23

. 2001.

-



. — : "

?²⁴

,

,

,

.

.

« » () ()

.

.

. — « » —

,

,

,

« » — , «

» —

.

- ,

,

,

(") . "

,

,

-

²⁴ Luhman, N. The Reality of Mass Media. Polity Press. .7. 2000.

·

« » —

,

·

— :

·

·

·

« »

·

,

—

·

(),

·

»,

·

«

·

:

;

·

“ ”

·

(” ”) .

« »

- _____

).

(

,

,

,

,

,

.

"

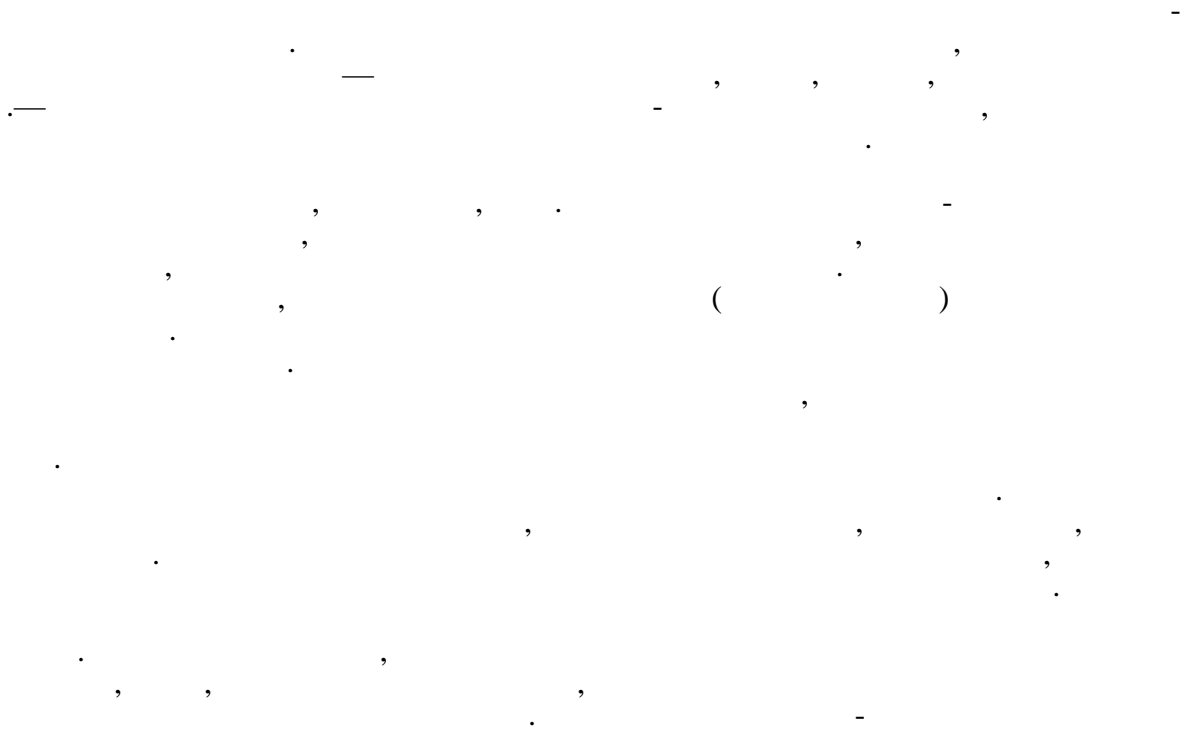
"

,

.

.

3.



, ; , —
 , —
 . , , ,

1883)

(1820-1895).

(1818-

, " 1848 1850 .", "
 " " " " "
 . , " " " "
 , ? , "
 " " " " "
 " " " " " "
 " " " " " "

25

23

, . . .

1969 .³⁰

,").

,

.

,

.

.

,

,

,

"

"

,

"

,

"

.

,

.

.

-(

,

.)

()

,

,

.

" "

,

- "

—

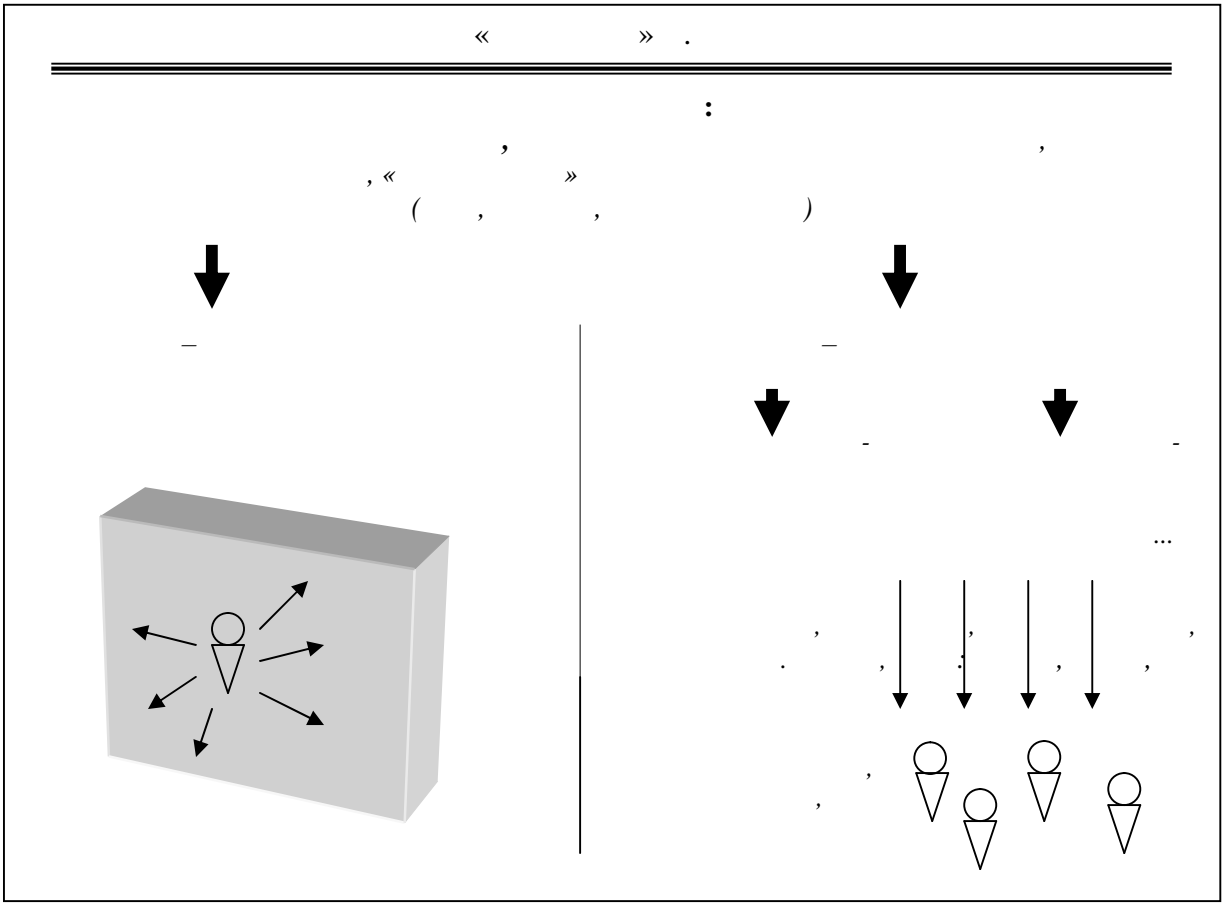
,

....

. .2000. . 124.

" . :

³⁰ .L. Althusser, Lenin and other Essays, New Left Books,1971.



,
 ,
 " " "
 " " " (" " " " 32).
 — " !". , — ,
 " " ()³³.
 34

32 =
 33
 34
 " " " " "
 (" " " "),
 .1994. .589-581.

(1891-1937)".

1.

³⁵ ∴ . 1991.

. 1957;

2.

36

, , .
, ,
, .
, , .
, " " " " " " .
" " " " " " .
(, ,
) , ,
, , , , , , ,
, . . (. . . 3.2.) , , , , , ,
, , , , , , , , , , , ,
, , " " " " " " ,
, , , , , , , , , , , ,

³⁶ Gramsci, A. Selection from Prison Notebook. Lawrence and Wishart, 1971.P.12

(, ,) ,

, . ,

, . . ,

" ' "

"

" "

⁴³ .

(1857-1913).

(1839-1914).

; ,

: ;

1915 .

" .

"

" ' " " ,
 . ,
 . ,
 , ,
 . — , , ,
 . , . ,
 . — ,
 . () , . . , 4.1,⁴⁶ .

4.1.

	,	/ , /	, ,

⁴⁶ Berger A.A. Media Analysis Techniques. London: Sage. 1991. P.5.

(1915-1980).

48

48

, 2000).

(

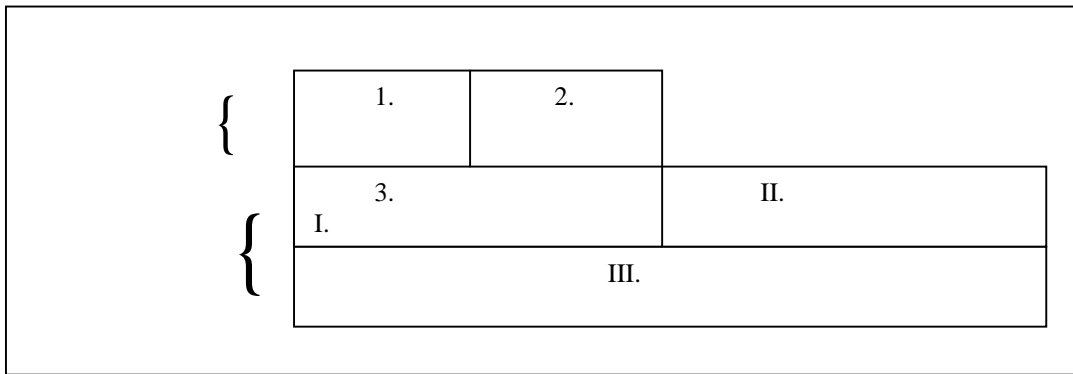
, ()
.
," " ; —
" ;
(, ,),
" , " (" ")
,"
," " "
— , — ,

“ ”

“⁴⁴ (. 4.1.) .

50 .

4.1.



—

“ ”

51 .

“ ”

49 . . 1996. . 239.

51 .

5, .

“ .

“ . . . ”

52

, , (, , . .)

53

, , - ,

54

, , : , - " "

(" : " " ") ,

52 " (. 241.)

53 . . 1985.

54 : XX . . 2001 . . 50.

. . 2000 . . 22.

,
" "

" "

,
,

,

,

.

" " " "

,

,

,

,

(,)

.

,

,

,

" "

" "

,

.

,

,

.

, " "

.

, , " "

, .

, . . .

(, ,); (, " (, " ,) ; (, " , (, " ,) ;

, " ;)

)

4.2.⁵⁵ .

, " " - " , - .

⁵⁵ .: Fiske J. Television Culture. London and New York: Routledge. 1987. P. 4-12.

... .

' " " "

" "56 .

().

- ' " " " . (
- " " , ,) . (
-) - . (

) .

,

⁵⁶ Hall, S. Encoding/Decoding in Television Discourse \\ Hall, S. (eds) 1980. Culture, Media, Language. London and Melbourne: Hutchinson.

" 57 1928 (1895-1970). " 100
32
58
59

⁵⁷ . . . " " . 1928.
⁵⁸ . . .
⁵⁹ ger . . . Media Analysis Techniques. London: Sage. 1991. .28.

1.
 2.
 3.
 4.

, , ? ? ?
 ? ? ? ?
 ? ? ? ? ?

1.
 2.
 3.

, ? ? ? ?
 ? ? ? ?

1.
 2.

() ? ? ? ?

1.
 2.

, . . ? ? . . ?

, , , , , , . , , , , , , .

5.

(1895-1973),

(1903-1969)

(1898-1979).

XX

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

;

60

: , ,
" , 1947 61. " — "
:
62.

61
62

.1997.

1939

" " . Mattelart, Armand, mattelart, Michele. 1998.
Theories of Communication. A short Introduction. Sage Publication. P. 59

⁶⁴ .: Adorno, T. *The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*. Routledge.1991.

... " () ,
"69
70
" (1964)
71

⁶⁹ . . . 1997. . . 157.

⁷⁰ Adorno, T. "How to Look at Television", *The Quarterly of Film, Radio and Television* 8 (3), 1954.

⁷¹ . . . 1994.

" "

()

,

...

"72

,

" "

" "

" "

" "

" "

:

(1892-1940).

,

,

.

.

,

" "

""

,

,

" "

" "

(

-

,

)

72

73

..

-

..

.1977. .218.

.

.1996.

" (§] 1),
 1985 .
 ?
 ?
 ' .
 . (.
 77).
 ' ,
 ' ,
 ' ,
 ' ,
 ' ,
 ' .
 " " .
 ' ,
 ' ,
 ' ,
 ' ,
 ' ,
 ' .
 "78 .
 " ' ,
 " — . "1984", , .
 . , - .

 77

78 Postman, N. Amusing Ourselves to Death. Penguin Books. 1985. P. 89

,

..

.

,

,

.

,

.

,

.

.

,

.

-

.

6.

?

?

?

?

XX

79

,
,
" "80
" ,
" ,
(1911-1980)

81

80 " "

81 : The Making of Typographic Man. London: Routledge and Kegan Paul. 1962.; Understanding Media: Extantion of Man. London: Routledge and Kegan Paul. 1964. . 2003;
. 2003.

" " "

" " " " " "

" " " " " "

" " () " " " "

" " " " " " " "

" " " " " " " "

" " " " " " " "

" " " " " " " "

" " " " " " " "

" " " " " " " "

... " ... 82

83

84

... " ...

⁸² : Harvey D The Condition of Postmodernity. Oxford: Basil Blackwell. 1989; Giddens A. The Consequences of
Modernity. Cambridge: Polity Press. 1990.

⁸³ ... 1998;

⁸⁴ ... 1996.
XVIII ..

" " " .
 " " ,
 " " .
 , , ,
 - .
 85
 , , ; " ; " ;
 ; ; " ; " ;
 , .
 , , .
 " " ,
 , ,
 , , .
 , , .

85 . . 2000; (. . :) ;
 , . . 1998;
 , , . . 1999.

" ") , ' (, " " ") . " ,
 , . , .
 , . , , .
 , . , .
 . , .
 . 86 .

(1931-1994) —
 60-
 " » " . 1967 87 . «

86 , ,
 , .
 1976 . : " " ,
 , . : . (.1996. 221.) . (.
 87 . . 2000 .

...
...
88.
...
90.
...
)

88

...
"
TM"
...
5.)

89

...
XX
...
3.)
...
2000.

90

); - ,
). (,
 , " ' " ?
 , " ' " .
 , , .
 , , .
 , « ,
 , ,
 ' 91 ' ,
 » ' ,
 , , ,
 , .
 , « ,
 » 92 ' ,
 , ,
 , « ,
 ,
 , ,
 » 93 . . . ,
 , , ,
 , .

91 . . 2000. . 23.
 92 . . 23.
 93 . . 34.

».

,

,

,

,

(

),

,

,

»

»⁹⁴.

,

,

,

«

»

,

,

,

,

,

,

,

,

—

,

,

,

»⁹⁵.

.

.

,

,

,

»

.

⁹⁴2000. .32.

⁹⁵ .31.

... " 96
80-
" " .
, , -
80- ,
, " " " 97
, " " " 98

96 : : . 176.
97 : :
94 " " \\
: " . 1996; . 1994. 1.; : . 1995.;
. 2000; . 2000; . 2000; . 1999.;
. 2000; . 2000.

Medium is Message

103

102

103

. 209.

. 1999. . 202.

, , , . , , , . " " " . : « »¹⁰⁷ . , , . «

106 1999. . 176.
107 2000. . 119.

... »¹⁰⁸.

. «

»¹⁰⁹.

¹⁰⁸

¹⁰⁹

. 2000. . 186.

. . 187.

II.

: -

7.

:

,

—

,

,

.

.

,

.

,

.

,

,

.

,

.

«

—

»,

,

,

.

„0

- 1

¹¹⁰ 1997;
 1996;
 Contra 4, 1. 113-128; 1997.
 1995. 3.;
¹¹¹ XIX). 2001. . 252-304.
 civil society // Pro et
 : , — . 2001.

)

, - , . -
, -
,
,
, « , « , »
,
(, ,))»¹¹³
, , , ,
, ,
,
, ,
, ,
,
,
,
,
, ,
, ,
, ,

¹¹³ . .1999. .11. //

(. 3.)

， “ ”

， ，

， - ， “4”

(1608-1674).

， ， - ，

， ， ，

(1632-1704)

， ，

.....

114

.1994. .16-53.

(1748-1832).

(1806-1873),

. ,

— .

, .

» ,

« . . . « » « »).

; ; ; ;

- , - , .

) , « » (, , , ,

« »

. " "

· · ,

(,)

, ()

, — —

;

;

:

(, ,)

1952) — , (1889-1974) (1859-

,

,

· , ,

,

?

"5 . ' ,
(XX),
, . ,
, . , ?
, , " .
" , « » , « »
, . -
« » - , ,
, . . .
« » , .

115 " (1925).

" (1920), "

" (1922), "

« » (1916-1962).

50-

" "

—

()

"

" (1959) —

"

, « » .
 ,
 - . ,
 .
 : .
 17-18 . , « » « » ,
 ,
 . - ,
 ,
 — , ,
 , 119 .
 , « » , , 120 ,
 . (, ,)
 - .

¹¹⁹ Habermas, J. The Structural Transformation of Public Sphere. An Inquiry into Category of Bourgeois Society. Polity Press. 1989.

¹²⁰

, , " " - . :

17-19 . 121 .

122 .

()

121

122

∴ Thompson, J. *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media.* Stanford University Press. 1995. PP. 122-123

¹²² Habermas, J. *The Structural Transformation of Public Sphere. An Inquiry into Category of Bourgeois Society.* Polity Press. 1989. .56.

¹²³ Habermas, J. *The Structural Transformation of Public Sphere. An Inquiry into Category of Bourgeois Society*. Polity Press. 1989. .83.

— , .
 , .
 :
 - ; ,
 " " .
 , — , .
 , , , .

8.

" " — —

· · · · ·
, , , , ,
:

XIX ,

XIX

" " ()

· · · · ·
, , , , ,

XIX

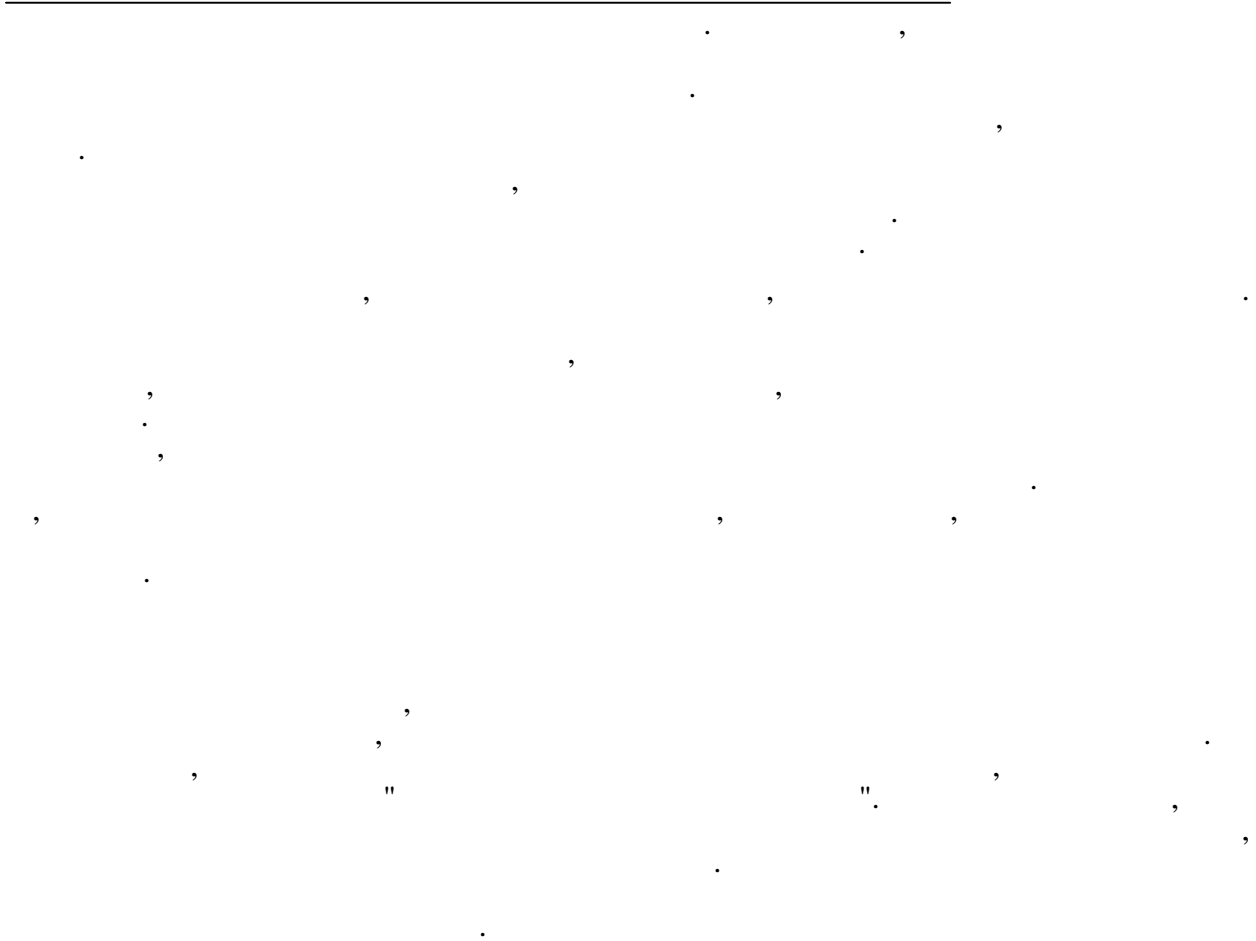
125

125

. . 1987;

. . 1984.

¹²⁶ Gomery, D. Media Ownership: Concepts and Principles In: Alexander, A., Owers, J. and Carveth, R. (eds). Media Economics. Theory and Practice. 1998. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. PP. 45-52.



127 .

)

(

-

127

XX

, (,)
.
- ?
,
.
, XVIII
,
" " XX
—
-
.
-
.

1924

"

128

Fragmented text consisting of various symbols and characters scattered across the page, including hyphens, commas, and dots.

¹²³Thompson, J. B. *Ideology and Modern Culture*. Oxford: Polity Press. 1990. .255-261.

· ,
:
;
·

· XX — (,
) ,
— ,
,
· -

129

(,
) .
,
·

129 ∴

, . . 2000.

500 . ' ;
, 1990 , ;
, ' , 30% .
, ' , .
, () .
, 20% ' .
(' , ' , , ,) .
, (, —
) .
, .
, .

·
,
,
) (

· , ,
·

100 ' ,
·

' ,
' " " 131
·

' ,
'

· ,
' ,
·

· ,
' ,
' ,
·

131 : .

. 1994. 41-52.

— , — , .
, .
, .
, .
, .
, .
, .
, .

—

21 .

(),

20 —

,
,
, - ,

. , . ,
 . , — ,
 . ,) (,
() .
 , , ,
 , , . ,
 " " " " " ,
 , , , , ,
 , , , , ,
 , , , , ,

132 .: Siebert G.F. Peterson T., Shramm W. Four Theories of Press. University of Illinois Press. 1956; McQuail D. Media Performance: Mass Communication and Public Interest London: Sage.1992.

— —

’ ’ ’ — ’ ’

” ’ ” ’ ’ .

’ ’ ’

9.

, , , .
, , 15-20 . , — .
, - - ,
. : « , , ,
» . « » .
, « » .

) (.
(.
, ,
, .
, " "
, ,
, ,
, — ,
, — " !".
" 80- , " , 60- — ,
, ,

; 134
80-

90-
(1989-1991)

) 1990 (1991

(),
, ,
1989-1991 /
135
136
—

135 . 1999. .54.
136 . 1994. 8. .64-
72.

, ,
, ,
, ,
137
/
1992 « »
138 1990 1997 10
—

¹³⁷ - . 2000. .281.
¹³⁸ . 1999. .12. // . 2000. 1. . .

, , , . . .
- , 90- , . ,
, . , ,
, . ,
- , ,
, . , - ,
« » , « »
, , ,
, . , .
. « ,
»¹³⁹; « ,
... , ,
, - ,
, . »¹⁴⁰.

¹³⁹ . 1994. 14-20 .
¹⁴⁰ . 1994. 50.

, — , , .
 : « , , .
 , , »¹⁴¹ .
 90- , , .
 4-5 % 15-20% , ()
 : - ,
 142 ,
 1993 , , () ,
 , . . . () ,
 -

¹⁴¹ ?// . 1997. 37. . . .
¹⁴² 1999. . 116. ? . 1998. . 5.

143 . ,

. ,

« ».

90-

144

()

143 . ." "

144 . , 90- 1992—2000. ..2000. . 17-19.

. . 1999.;

. . 2001.

75%
-6.
« », « », « », « »).
(.)
+.
« », «7 », « », « ».
(
)
145
« » —
20%
« »
(,),

¹⁴⁵ 1999 .

90-

1996:

90-

1996

1993

1995

146
1996

« »

« »

146

. . 1998. ” . 212-220.

1996

: «
 (. : «
) .
 , , ,
 : «
 , , ,
 » . . .
 —
 , —
 »¹⁴⁸ .
 .
 ; - ,
 ,
 1996 : «
 ,
 »¹⁴⁹ .
 ,
 ,
 .
 , ,
 .
 ;
 .
 « » - « » .
 ,
 .
 170

¹⁴⁸ . . . (. . .) . . . 2001 .
¹⁴⁹ . 193 . . . 1998 . . 103 .

»¹⁵⁰ — «
90- »
(
1997-1998
()
« ».

150 . 1996. 16 .

« »,
« », « » ,
» ,
, , , ,
- . ,
. ,
- , , , ,
1997-1998 .
(.) (.).
25% « » —
« » .
» ,
, ,
- , « » »
. () - (,)
)¹⁵¹.

¹⁵¹ : . .
. 1999. . 55.

« »

152

« »

153

« »

« »:

« »:

¹⁵² „ .” “— . : (.) .1999.

¹⁵³ .284. : „ . ? .1998.

134.

, , ;
 , , , ;
 »¹⁵⁴ .
 1997-1998 .
 « » (.).
 - 1996 . ,
 :
 . .
 , .
 , .
 .
 , .
 1991 ¹⁵⁵ .
 2000 .
 (« »), , : .

¹⁵⁴ . . 1997. .267.
¹⁵⁵ . . 1997. .267.

») — . — . (« —
 ,
 1998 — 1999 . . —
 , « » . , —
 . ,
 . ,
 : .
 (, -6)
 () .
 : «
 , — . ,
 « », .
 « », , »¹⁵⁶ .
 . « ,
 , (« », « ,
 »).
 (), - .

¹⁵⁶
 1997. .275.

(« »)¹⁵⁷.

, . , , . «
 - », , , . ,
 « » (?) .
 , . . .
 , , . . .
 . « , , , . . .
 , . . . »¹⁵⁸ .

157
 04.10.99.
 158
 229.

<http://www.smi.ru/media/inform.html>,

(). . 2001. .

, . ,
, , . ,
, , ,
, , . 159
() , , ,
, , ,
, .
, .
, - « , » ,
- , - ,
.
159
, 06.09.00.

» . - ,

« - » « »
1999 ,
« - » . « »

1996-1999 .; . — " "

" . ") . - , " "

" " , () .

1996 , ...

" " " " , - , - ,

- " , 1997 , - " "

.... : , -

, , " . . :

. 09.04.01.

»: « » « - »; « - »
 « »; « -1» (« - »
 «¹⁶⁴ »); ; « »
 , « » « - » ,
 . « — " -
 " 1 , " " -
 : " " " .
 , 70 ,¹⁶⁵
 57 2001 ,
 .
 , , «
 » « —
 . (« » —)
 . ?
 .
 —
 « »

¹⁶⁴ ,10 2001 ., .13-14.

¹⁶⁵ . -6. . 16,23 2001 .

« - » , , .

« », ().

: « . , »¹⁶⁶ , , . « , »¹⁶⁷ . « »¹⁶⁸ .

».... , , « - ».... , , »¹⁶⁷ . , , (« ») , « »¹⁶⁸ .

10

¹⁶⁶ " " . 03.04.01.

¹⁶⁷ , 10 . 2001 . . 5.

¹⁶⁸ . 25.04.01

2001 " - " , . -6. (-6 75%). , , : " "169. -6 " -6 " (15% 11) . 2002 " -6 " . -6 : " , -6 . 165 : , . -6 . 16,23 2001 .

..... "172. -6

2002 . -6

173 " , 15, 13 18% , 11% 4% " 174

172 . -6

173 " " 2002 . ; 2003 . -

174 " " . 10, 11 2002 .

)— . (

10.

XX

175

175

2000;

?

.2000.

. .2001;

// . .2601.;

. 2000.

6;

. .2001.;

:

, - , , .
 , , .
 , () - .
 75% 177 .
 -
 70- XX . ,
 ,
 ,
 ,
 .
 ,
 ,
 .
 ,
 .
 ,
 :
 ,
 ,
 .

177 .26.

“ , . . . ”

179 , XX ,

15-20

().

179 “

“ . . . : . ? , - . . . 2001. . 120. ”

181 90- XX

Corporation, Time Warner, Disney, Bertelmann Viacom, TCI. : News
Poligram (Philips), NBC (General Electric), Universal (Seagram) Sony.

30 , 2-5

180

: Herman, E., McChesney, R. The Global media in the late 1990s// Mackay, H. and O'Sullivan, T.(eds). The Media Reader: Continuity and Transformation. Sage Publications. 1999.; Croteau, D. The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest. A., Winseck, D., McKenna, J. And Boyd – Barret, O. 1997. Media in Global Context. London: Edward Arnold.

¹⁸¹ Herman, E., McChesney, R. The Global media in the late 1990s// Mackay, H. and O'Sullivan, T. (eds). The Media Reader: Continuity and Transformation. Sage Publications. 1999. . 188.

: PolyGram (19%), Time Warner (18%), Sony (17%), EMI (15%), Bertelsman (13%), Universal (9%).

Disney, Time Warner, Viacom, Universal, Sony PolyGram, MGM, News Corporation.

- Bertelsmann, Viacom, Time Warner

90-

, Time Warner - Turner Viacom - Paramount, Disney

182

¹⁸² " , News () 56%

" , 20th Century Fox, " . 47, 2001. 38.

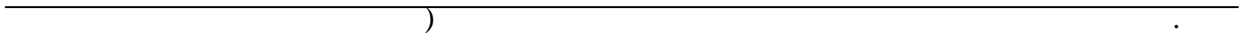
183
« »
90-

: Sony (90-), Philips ((60- — 70-)).

183

60- . ' ,
 () ,
 " " ,
 184 . ,
 (" ")
 " " ,
 185 .
 - , ;
 " ; " ;
 , , ,
 , , ,

184 . : . . 1984.
185 . : . .



)

189

"

"

189

. , ; - " " .
 , , ; , , -
 , , ; :
 .
 (" ").
 , - .
 , , ,
 . : —
 , — ,
 , — " "190 .
 : — — — — .
 ?
 (,) ,
 190 , () .

, 1997
(41%)

(19%).¹⁹¹
22%

Reality TV — "

" " " " " "

192

¹⁹¹

¹⁹²

III.

:

,

11.

(20-30- XX .)

"

"

"

"

: , ,

(40- 70-) ,

" (70-)

XX .

). - , " (; -

" .

196 .

" " " — "

(S);
—

(R).
—

’
();
: S— —R.

"

"

).

(

"

"

-

,

" (" TM").

,
" " ,

— . ,

, . ,

. 1940 .

, — .

, .

, " "

" " "

1955 . " ,

20-30

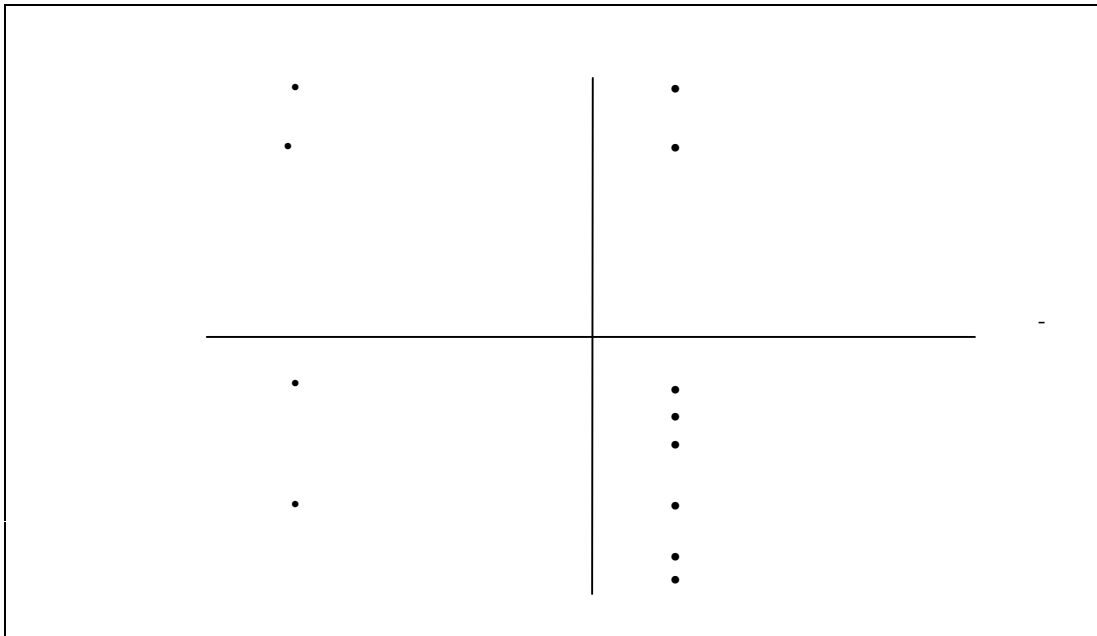
197

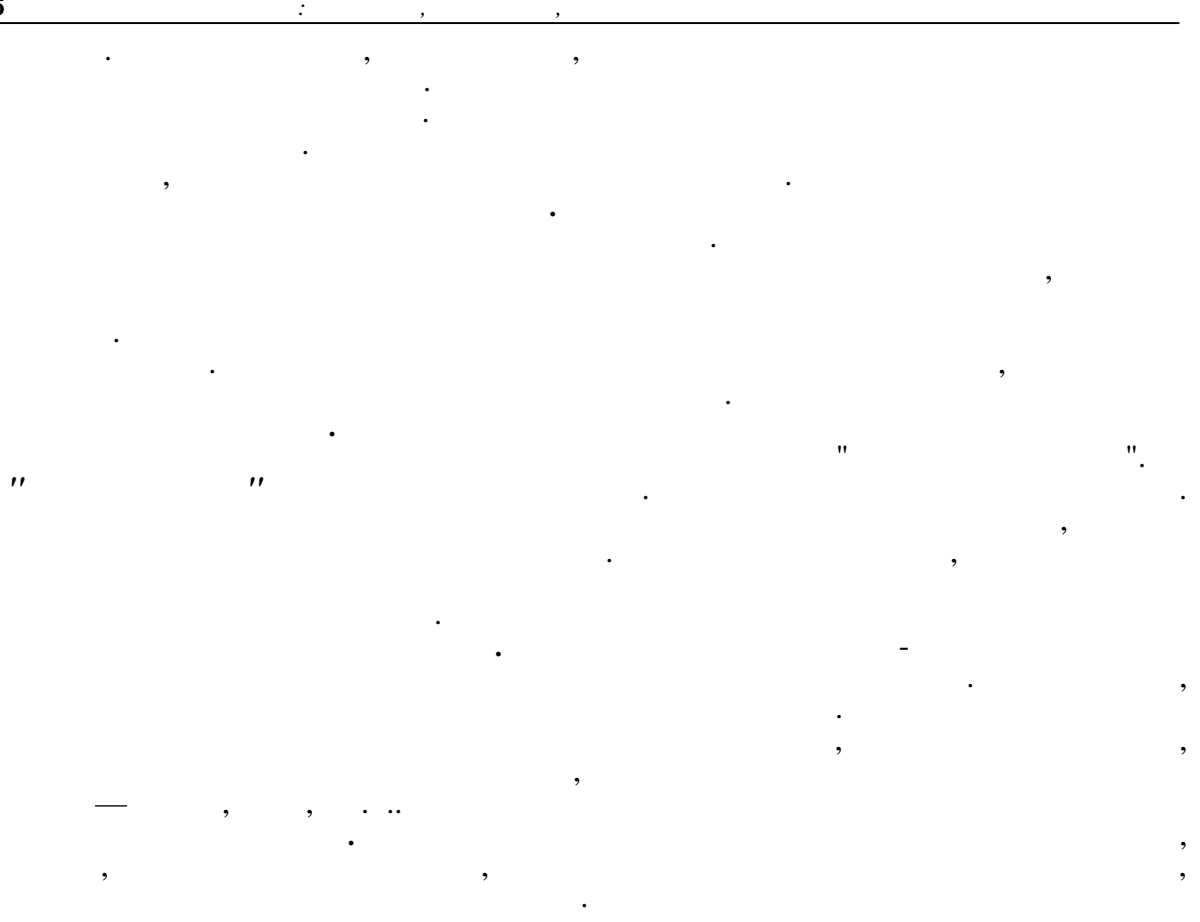
(11.1.)

¹⁹⁷
London: Sage.1993. .336-337.

:McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction.

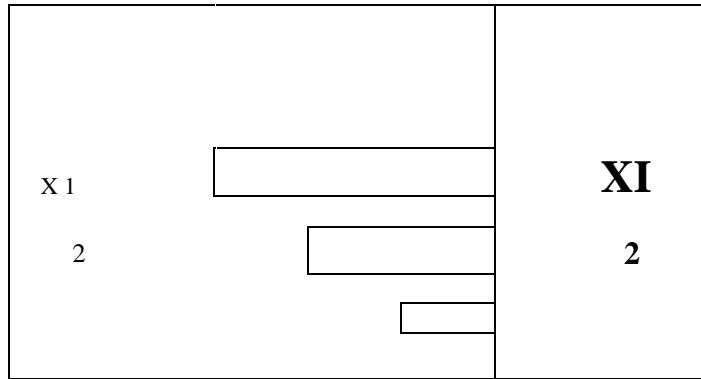
11.1.





11.2.

11.2.



?

() — .

:

?

"

"

"

"

199

-

,

,

.

,

,

.

,

,

.

,

,

.

.

-

,

-

.

"

"

"

"

.

,

"

"

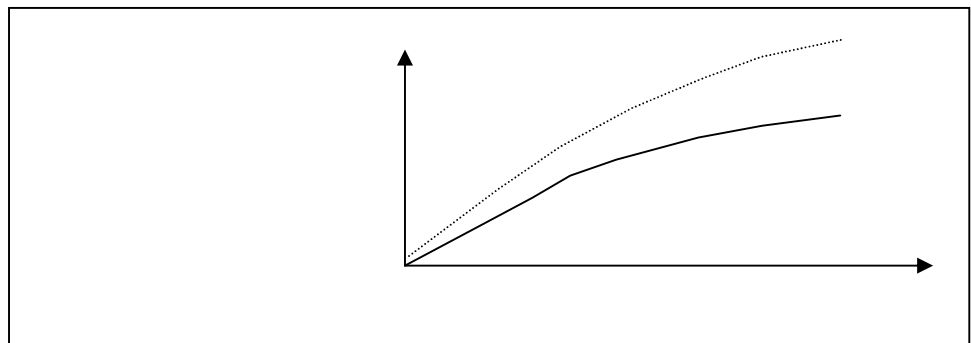
199

., 1996.

14-3087

/ 200
,
. . .
,
11.3.

11.3.



²⁰⁰ Donohue, G.A., Tichenor, P.J., and Olein, C.N. Mass Media and the Knoeledge Gap. Communication Research. 1975, 2.

/

,

,

.

,

.

-

,

,

.

,

.

,

-

,

;

;

.

,

,

:

.

,

.

.

.

,

,

.

,

.

.

,

,

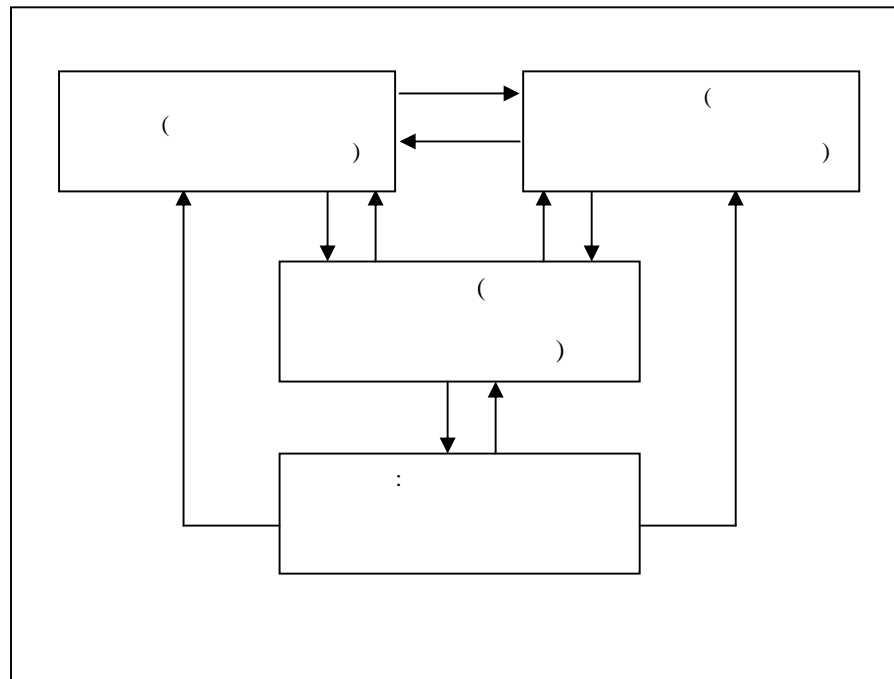
.

1976

201

11.4.)

11.4.



²⁰¹ Ball-Rokeach S., DeFluer M.L. "A dependency model of mass media effects". Communication Research. 1976. 3.

"²⁰²

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

²⁰² McQuail, D., Blumer, J.G. and Brown, J. The Television Audience: A Revised Perspective. In McQuail, D. *Sociology of Mass Communication*. 1972.

«

»²⁰³

²⁰³ Berelson B. Content Analysis in Communication Research. Glencoe, IL: Free Press.1952. .15.

. . . . , , -
 . ,
 - . ,
 « » .
 ,
 . ,
 , , .
 , - ,
 . - .
 ,
 - ,
 - — .
 ,
 . ,
 ,
 . -
 . ,
 . ,
 .

.....

80- XIX

²⁰⁴Lasswell H., Leites N. Language of Politics. New York: Harper. 1949.

70-

205

« »

() 70- - 80-

?

1975

206

²⁰⁵ Lorimer R. Mass Communication, A Comparative Introduction. Monchester University Press.1994. .210.

²⁰⁶ : Glasgow Media Group. Bad News. London: Routledge & Kegan Paul. 1976; Glasgow Media Group. More Bad News. London: Routledge & Kegan Paul 1980; Glasgow Media Group. War and Peace News. Open University Press. 1985.

207

(, ,) ,

(, , ,) ,

,

.

-

207

-

,

.

.

" "

,

,

.

.

,

,

208

«)...?»

», «

», «

».

: «

12

...()... ?»

²⁸ Consterdine G. Readership Research and the Planning of Press Schedules. Gower Publishing Company. Aldershot, England, Brookfield, USA. 1988.

'

209

"

7 " "; 4 "

5 " 3-

(Magazine Page Exposure)

(people metet)²¹⁰.

«day after recall» (DAR)²¹¹.

15

²¹⁰

.,2001.

²¹¹ .:Kent R. Measuring Media Audiences. 1994. .88-105.

	% 1	.	% 1	% Row	Index	% 1	% Row	Index
	32,0	2 242	34,3	48,3	107	30,2	51,7	94,0
	29,2	2 047	30,5	47,1	104	28,2	52,9	96,0
	23,8	1 665	25,9	49,2	109	22,0	50,8	93,0
	22,9	1 606	23,4	46,0	102	22,6	54,0	98,0
	14,7	1 027	15,8	48,6	108	13,7	51,4	94,0
	9,7	676	10,2	47,7	106	9,2	52,3	95,0

" " (Index)

107.

" "

"

:"

(34.3%/32.0%) 100= 107

12.2.

"

12.2.

" "

"

—31.9%.

12.2.

29.2%,

" "

(% 1).

12.2.

	% 1	% 1	%]	% Row	Index
	32,0	46,3	32,9	11,0	103
	29,2	31,9	45,5	16,6	156
	23,8	34,4	29,3	13,2	123
	22,9	17,9	31,2	14,5	136
	14,7	24,9	14,4	10,4	98
	9,7	6,7	8,2	9,1	85

" " 45.5%.
(% Row).

16.6%.

12.3.

12.3.

101

	101						
	...	RTG %	SHR%	...	RTG%	Rating Index	SHR%
10.00-10.30	66.81	3.86	25,34	29,83	4,26	110,00	12,64
10.30-11.00	57.26	3.31	22,97	27,44	3,92	118,00	14,92
11.00-11.30	66.81	3.86	25,57	26,25	3,75	97,00	10,29
11.30-12.00	48.91	2.83	19,43	19,09	2,73	96,00	9,52
12.00-12.30	51.30	2.96	20,28	15,51	2 21	75,00	8,23

: Cume, Rating, Share, Rating Index.

Cume-

RTG (raiting)-

SHR(share) – , ,

Rating index – , . Rating index

[RTG () / RTG (100)]

(. .12.3) Cume 29.83

101. Raiting (RTG) 4.26%. , 4.26% 101 FM – “ ”

Rating index - 110. , 101 . . . “ ” 10% , “ ”

101 Share (SHR) 12.64%. , 101 . . . “ ” FM 12.64%

(“ ”) SHR , FM 101