**Лекция 6**

 **ТД – коммуникация процесі**

Теледидар аудиториясын зерттеу мен білудің әдiстері мен құралдары. Сұхбат, сауал-сұрақ жүргiзу, дәрiсхананы зерттеудiң электронды әдiстерi. Бағдарламалардың, арналардың, программалардың рейтингi. Экономика және программалық саясат. Монологикалық және диалогиялық коммуникация. Өздiгiнен теледидар.

Хабар секторының демонополизациясы жүргiзiлді. ТД-ның мемлекет меншiгiнен шығуы жекеменшік, акционерлiк телекомпаниялардың ақпараттық ресурсты, хабарлардың айырбасын ылғы да қажет ететін аудиовизуальдық нарыққа тез және жеңiлдеу кiруге мүмкiндiк береді. Егер 1990 жылы елде республикалық ТД-ның тек қана екi арнасы, төрт радиобағдарлама болса, 400 журналдар мен газеттер шығарылып тұрса, онда қазiр – ХХІ ғасырдың басында.республикада 1586 БАҚ, оның 1047-сі газеттер, 400-і журналдар, 125-і телерадиосерiктестiктер, 14-і ақпарат агенттiктерi.