**тақырып: телевизияның принципті механизмі**

Телеқатысым субъектісі ретінде аудиторияның рөлі зор, өйткені, барлық үрдіс, технологиялық желі соның сұранысын қанағаттандыруға қызмет етеді. Телекөрермен болмаса шығармашылық та болмайды. Осыдан, көрермен теледидардан не күтеді?-деген сұрақ туындайды. Оны төмендегідей тұжырымдармен көрсетуге болады: 1) тілдесімге деген табиғи қажеттілік; 2) жалғыздық; 3) уақыт өткізу; 4) өмірқамына қажетті сұрақтарға жауап алу, өз пікірлеріңнің дұрыс-бұрыстығына көз жеткізу; 5) көңіл көтеру; 6) өмірдегі өз орныңды анықтауға ұмтылушылық; 7) өмір философиясындағы берік үштік — ақиқат, ізгілік, сұлулыққа ұмтылу. Бұл сұраныстар бүгінгі телехабарлардың психологиялық ықпалын, соның ішіндегі теріс әсеріне жан-жақты талдау жасауға, олардың себеп-салдарын көрсетуге жол сілтеді.

Бүгінгі медиаәсерлер кең сарапталып, оның кері ықпалын жою мақсатында медиабілімді жетілдіру мәселесі күн тәртібіне қойылды. Сол сияқты медиаиммунитет қажеттігі сөз болды.

Бағдарламалық саясатты жетілдірудің жолдары сарапталды.

Телеарна мен көрермен арасындағы байланыста нарықтың сегменттелуі өзекті мәселе. Яғни, әрбір хабар таратушы өзінің аудиториясын біліп, соның сұраныстарына сай бағдарламалық саясатын құруы тиіс. Жаңа технологиялар, соның ішінде сандық телевизияға көшу осы бағытты күшейтеді. Оның көрермендер үшін тиімді жақтары айқын: көпканалдылық мазмұнның да байытылуына алып келеді және таңдау мүмкіндігі артады. Әлемдік телеөндірістің даму үдерістері осы қажеттілікті алдыңғы қатарға шығарды. Қазақстанда да нарықты сегменттеу, әр арнаның өз тұрақты көрермендерін қалыптастыру, солармен интерактивті байланыс орнату аса маңызды. Сонымен бірге, телевизияға қатысты саясаттың ортақ ережесі болуға тиісті. Әлемде ол хабар таратудың жіктелуінен көрініс тапқан.

Рейтинг телешығармашылықты бағалауда маңызды көрсеткіш, дегенмен ол шынайы көрерменнің келбетін, талғамын бере алмайды, нобайын, болжалын ғана береді. Оның үстіне оның психологиялық күйін, хабардың көңіліне әсерін, іс әрекетіндегі өзгерістерді тіркеу мүмкін емес. Сондықтан, бүгінгі рейтингтік өлшемдер жалпы үрдісті бергенімен, телевизияның пәрменділігі мен тиімділігін дәл өлшеп көрсете алмайды деген қорытындыға келеміз. Бұдан шығатын ғылыми тұжырым, қазіргі рейтингтік өлшемдерді басшылыққа алып, оны жетілдіре түсу керек, оны ешкім жоққа шығармайды. Сонымен қатар, қазіргі заманғы телевизияның адамдарға, әлеуметтік топтарға әсері мен ықпалын арнайы да зерттеген, ұдайы бақылауда ұстаған жөн. Жоғарыда, осындай психологиялық орталықтардың бірнеше елдерде бар екендігін мысалмен келтірдік. Қазақстанда да телеөндіріс пен адам, қоғам, билік арасындағы қарым-қатынасты терең зерттейтін, құзіретті органдарға ұсыныс-пікір айтатын, кем кетігін көрсетіп, оны түзету жолдарын айқындап беретін ұлттық БАҚ саласындағы психологиялық зерттеулер орталығы қажет.

Телеөндірісті дамыту мақсатында қоғамдық телеарна ашу қажеттігі сарапталды және әлемдік тәжірибеге шолу жасалды. Оның кейбір элементтері «Қазақстан» ұлттық телеарнасының саясатында байқалғанымен, ол - мемлекеттік арна және басқаруында. Сондықтан да қоғамның көзқарасын, әсіресе, кейбір қайшы пікірлерді жеткізе алмайды. Телеарнаның көбіне билікті оң, позитивті көрсетуі соның көрінісі. Қазіргі таңда бізге осы мәселені шешетін ортақ ұстаным керек. Ол үшін арнайы бас қосу өткізіп, осы саланы зерттеушілер мен мамандар бір ортақ шешімге келіп, қоғамдық телеарнаның қазақстандық моделін жасауы керек.

Қазақстан телеөндірісінде мына мәселелерді тезірек шешу қажет:

1) Телеөндіріс дамуының заңды құқықтық негіздерін, сандық телевизия ережелерін, стандарттарын бекіту;

2) Сандық телевизиядағы алғашқы әлеуметтік мультиплексті бекіту және келесі ақылы мультиплекстердің шартын белгілеу;

3) Теленарық екі деңгейлі: а) әлеуметтік маңызды, тегін және ә) коммерциялық, ақылы болуы үшін алғышарттар жасау;

4) Телеөнімнің шығармашылық сапасын, оны бағалаудың өлшемдерін белгілейтін және жанрын нақты анықтайтын жіктеуішті енгізу;

5) Радиожиілікті алу үшін ұсынылған тұғырнаманың талаптарын нақтылау, арналарды өз өндірісін дамытуға итермелеу және ынталандыру және басқалар.

Бүгінгі телевизияның дамуындағы маман мәселесі, журналистік білім берудің түйткілдері де қарастырылды, нақты ұсыныстар белгіленді.