**Тема 15. (2 часа)**

**Содержание лекции: ТВ как процесс коммуникации.**

 Методы и средства изучения и исследования телевизионной аудитории. Интервью, анкетирование, электронные методы изучения аудитории. Рейтинг передач, программ, каналов. Экономика и программная политика.

Монологическая и диалогическая коммуникация. Интерактивное телевидение.

Роль телевидения как средства жизненной ориентации людей невозможно переоценить. ТВ выступает в качестве важнейшего средства демократизации общества, выражения общественного мнения, формирования активного сознания, участвующего в социальных преобразованиях. В настоящее время весь общественный потенциал ТВ в Казахстане направлен на реализацию реформ, экономическую модернизацию, духовное развитие общества.

Новая общественно- политическая ситуация в республике заставляет по- новому взглянуть на возрастающее значение ТВ в системе СМИ. СМИ - неотъемлемый общественный институт и им присущи все качества, характерные для жизни современного казахстанского общества. Дальнейшее развитие и совершенствование ТВ находится в прямой зависимости от социально- политического, экономического и культурного развития страны.

 В Казахстане создаются новые медиа-организации, специализированные журналистские центры, студии, обеспечивающие свободный доступ к различной информации.

 Информационные процессы имеют глобальный характер, но они имеют национальную специфику того государства, в котором они происходят. В Казахстане с обретением независимости, суверенитета сформировалась новая система СМК. Начало 1990-х годов ХХ века ознаменовалось появлением альтернативных СМИ (частных, коммерческих) на фоне изменений внутренней и внешней политики страны, развивающейся в условиях рыночных отношений.

 Была проведена демонополизация вещательного сектора. Разгосударствление ТВ, появление частных, акционерных телекомпаний дает возможность быстрее и легче войти в аудиовизуальный рынок, который постоянно ощущает потребность в информационных ресурсах, в вещательном обмене. Если в 1990 г. в стране существовало только два канала республиканского ТВ, четыре радиопрограммы, издавалось около 400 журналов и газет, то в настоящее время - в начале ХХ1 века уже 1586 СМИ в республике, из них 1047 газет, 400 журналов, 125 телерадиокомпаний, 14 информационных агентств.