**№15 дәріс (2 сағат)**

**Дәрістің мазмұны: ТД – коммуникация процесі.**

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

Экрандық өнердiң техникасының өрлеуi – теледидар мен кино екi мәселені шешуге көмектеседi: телехабарлардың, кинофильмдердiң тарату процесінің жетiлуі; олардың жасалу процесінің жетiлуі, жаңа бейнелеу құралдарының анықталуы болады. Теледидардың программаларының деңгейi мен техникасының дамуында тікелей тәуелдiлiк бар.

Қашықтықтағы теледидар көру процесі негізінен үш кезеңнен тұрады:

1. электр дабылдарында суреттiң өрнектелуi;

2. эфир бойынша бұл дабылдардың немесе қашықтыққа өткiзгiштер бойынша берiлуi;

3. электрлiк дабылдардың сурет элементтерiнде (суреттiң синтезi ) керi өзгеруі.

Адамдардың тiршiлiк бағытының құралы ретіндегі теледидар рөлiн қайта бағалау мүмкiн емес. Қоғамды демократияландыруда, жұртшылық пiкiрiнiң өрнегi, қоғамдық пікірдің көрінісі, әлеуметтiк өрнектеулерге қатысушы қоғамдық сананың түзілуінде ТД ең маңызды құрал болып табылады. Қазiр Қазақстандағы ТД-ның барлық қоғамдық потенциалы реформаларды iске асыруға, экономикалық жаңғыртуға, қоғамның рухани дамуына бағытталған.

Республикадағы жаңаша қоғамдық-саяси ахуал жаңа БАҚ жүйесіндегi ТД-ның өскелең мәніне жаңаша қарауға мәжбүрлейді. БАҚ – қоғамдық институт және оларға қазiргi қазақстандық қоғамның өмiрiндегі барлық сапалар тән. ТД-ны ары қарай дамыту және жетiлдiру елдiң әлеуметтiк-саяси, экономикалық және мәдени дамуына тәуелдi.

Қазақстанда жаңа медиа-ұйымдар, мамандандырылған журналистiк орталықтар, әр түрлi ақпаратқа ашық жол қамтамасыз ететiн студия жасалады.

Ақпараттық үдерiс глобальдi сипат алады, бiрақ олар сол оқиға болып жатқан мемлекеттiң ұлттық ерекшелiктерiн сақтайды. Қазақстанда тәуелсiздiк, егемендiктің арқасында ЖКҚ-ның жаңа жүйесі құрастырылды. XX ғасырдың 1990 жылдарының басы нарықтық қатынастардың даму кезінде елдегі iшкi және сыртқы саясатының өзгеру фонында альтернативті (жекеменшік, коммерциялық) БАҚ-тардың пайда болуымен белгiлі болды.

Хабар секторының демонополизациясы жүргiзiлді. ТД-ның мемлекет меншiгiнен шығуы жекеменшік, акционерлiк телекомпаниялардың ақпараттық ресурсты, хабарлардың айырбасын ылғи 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 бар, оның 1047-сі газеттер, 400-і журналдар, 125-і телерадиосерiктестiктер, 14-і ақпарат агенттiктерi.