**Тема : Телевизионная реклама**

**Телевидение (Television**) — это электронное средство массовой информации с низкой избирательностью, воздействующее на широкую аудиторию. Синтезируя звук и изображение, оно обеспечивает более широкие коммуникационные возможности по сравнению со многими другими видами каналов распространения рекламы. Эффект присутствия сближает телевизионную коммуникацию с формами межличностного общения, поэтому телевидение в восприятии аудитории ближе других средств массовой информации стоит к прямому, непосредственному, двустороннему общению.

Телевидение представляет собой один из наиболее **мощных и эффективных способов доставки рекламных сообщений** различным типам аудитории и при этом обеспечивает максимально возможный совокупный охват аудитории. Благодаря этим качествам оно стало приоритетным каналом распространения информации для крупных [рекламодателей](https://adindustry.ru/doc/1136), производителей товаров и услуг массового потребления.

**Структура телевизионной индустрии**

Количество форм организации телевизионного вещания и соответствующих им видов телевизионных систем весьма велико как в техническом, так и в программном, творческом отношении, что в значительной степени сказывается и на характере создаваемой с их учетом телевизионной рекламы.

На сегодняшний день основу структуры телеиндустрии развитых стран составляют следующие формы телевизионного вещания:

1. Беспроводные общенациональные телевизионные каналы.
2. Комбинированные (беспроводные и кабельные) общенациональные телевизионные сети.
3. Кабельные и спутниковые телевизионные каналы.
4. Региональное (местное) телевидение.
5. Интерактивное телевидение.
6. Синдицированная доставка телевизионных программ.