

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГБОУ СПО СО
«Уральский техникум автомобильного транспорта и сервиса»

Выполнил:
студент группы ОПТ-21

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальность

Цели и задачи

ПРОБЛЕМА

РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

1.1 Сущность и роль телевидения в современном информационном обществе

1.2 Особенности современного телевидения в мультимедийной среде

ФУНКЦИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

2.1. Телевидение как разновидность СМИ

2.2. Функции телевидения

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ИСТОЧНИКИ

Актуальность



цели и задачи

- телевидении
- Раскрыть цели в современном мире



ПРОБЛЕМА

Остается ли основным сми на
сегодняшний день

1.1 Сущность и роль телевидения в современном информационном обществе

Исторически сложилось так, что регулярное телевидение началось почти одновременно в трех регионах - США (1944г.), Западной Европе (во Франции - в 1944г., в Англии - в 1946 г.) и Советском Союзе (1945 г.) (в остальных странах появление и развитие телевидения происходило уже в 50-е годы). Соответственно сформировались три основные модели социально-экономической организации телевидения - американская, западно-европейская и советская.

1.2 Особенности современного телевидения в мультимедийной среде

Развитие мультимедийной среды – появление новых платформ доступа к содержанию, становление новых контентных форматов, увеличение объема производства мультимедийных продуктов – одна из важнейших тенденций, которая во многом определяет институциональные преобразования в телевизионной индустрии всех стран мира. Однако операторы мобильной связи уже ощущают границы роста доходов от передачи информации, и вполне понятно, что их взоры устремлены в сторону новых форматов (3G, 4G), распространения видеоконтента, мобильного телевидения.

2.1 Телевидение как разновидность СММ

- Телевидение, как одно из средств массовой информации, является наиболее массовым из СММ, охватывая и те слои населения, которые остаются за рамками влияния других СММ. Эта способность телевидения объясняется его спецификой как средства создания, передачи и восприятия информации.

2.2 Функции телевидения

Назначение всех средств массовой информации

- удовлетворение информационных

потребностей человека, общества, государства.

Это относится и к телевидению, которое

отличается лишь тем, что способно

распространять информацию полнее, быстрее,

достовернее и эмоционально более насыщено,

нежели радио или печатные СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ российского телевидения показывает, что неизменным остается доминирование развлекательного типа вещания на основных российских телеканалах. Этой тенденции соответствовала и премьерная политика крупнейших каналов: развлекательной была большая часть новых программ. При этом телевидение сохранило свои позиции в качестве основного источника информации для подавляющего числа россиян – 92% населения узнают о событиях в мире именно таким путем (даже молодежь, активно пользующаяся Интернетом, в основном остается приверженцем ТВ).

Источники

- Борецкий Р. Телевидение на перепутье. М., 1998.
- Бурдые П. О телевидении и журналистике. - М.: Фонд «Прагматика культуры», 2008.
- Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана. – М.: ИТДГК «Гнозис», Фонд «Прагматика культуры», 2009.
- Воронцова О.И. Доверие граждан к телевидению как основному каналу массовой информации // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2008. № 3. С. 39-47.
- Голядкин Н. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. М., 1996.
- Голядкин Н. Анализ аудитории. М., 2000.
- Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999.
- Зайцев В.Ю. Телевидение как образец антисоциального и просоциального поведения // Молодой ученый. 2009. № 12. С. 366-368.
- Ивашкина О.Г. Медиапотребление: может ли интернет стать конкурентом телевидению // Реклама. Теория и практика. 2010. № 5. С. 298-312.