МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ

ГАПОУ РБ «Бурятский республиканский многопрофильный техникум инновационных технологий»

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ

ВЛИЯНИЕ МЕДИА НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО.

Выполнил обучающийся: **Ломакин Максим Ринатович**
(ФИО)

Группа: **ТЭПСЖД-17**
(наименование группы)

Специальность: **23.02.06 Техническая эксплуатация подвижного состава железных дорог**
(наименование специальности)

Преподаватель: **Федоткин А. П.**
(фамилия, инициалы)

2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение …… 3

Глава 1. Основные понятия о СМИ и медиа … …….…….. 5

1.1. Принцип работы СМИ……... 5

1.2. Медиа, как расширенная совокупность средств коммуникации…… 6

Глава 2. Способы коммуникации, причисленные к медиа……... 9

2.1. Комиксы……. 9

2.3. Кинематограф…….……..... 11

2.4. Видеоигры…….…….…..... 15

Глава 3. Преимущество медиа над СМИ…… 18

Заключение …….……..... 19

Список источников информации …….……..... 20

ВВЕДЕНИЕ

Тему «Влияние медиа на современное общество» я выбрал потому, что сторонние источники передачи информации на данный момент вытесняют обыденные источники информации, входящие в СМИ и формирующие массовые коммуникации.

Актуальность исследования. Список источников и способов передачи и формирования (производства) информации растёт в количественном порядке. Для нынешнего поколения более понятные и удобные источники перевешивают по возможностям устаревающие источники информации, такие как газеты и журналы (в физическом виде), новостное телевидение и т.д. Именно поэтому я выбрал 3 наиболее преобладающих и простых для усвоения источника информации, прочно закрепившиеся в медиа для наглядного примера преимущества над стандартными СМИ и им подобным.

Цель исследования. Выделить отличия медиа от привычных СМИ и обобщенно сгруппировать способы передачи информации, входящие в состав медиа.

Задачи исследования:

1. Определить понятие СМИ и медиа.

2. Изучить принципы работы СМИ и медиа по отдельности.

3. Изучить способы передачи информации с помощью популярных молодежных медиа.

4. Объяснить преимущества медиа над СМИ.

Объект исследования. Массовые коммуникации.

Предмет исследования. Медиасфера.

Практическая ценность. Данную учебно-исследовательскую работу можно использовать в качестве справочного материала при изучении взаимодействия, развития, принципов медиасферы и средств массовой информации.

Глава 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ О СМИ.

1.1. Принцип работы СМИ.

Утром или вечером, у человека вошло в привычку слушать, читать, или смотреть новости. Если в самом начале своего зарождения, новости, как единица информации, представлялись аудитории с помощью речи, то потом они прогрессировали до письменной, звуковой и визуальной (в виде видеоряда или изображений) формы подачи информации. В нынешнее время, информационный оборот поддерживают СМИ.

СМИ[1] в первую очередь, являются совокупностью органов публичной передачи информации с помощью технических средств, нацеленных на массовую аудиторию с целью распространения сообщений.

Тут стоит заметить отличие СМИ от СМК (Средства Массовой Коммуникации). СМИ представлена как односторонний процесс передачи информации (от коммуникаторов к аудитории) и его определение само по себе является устаревшим, прижившимся в странах СНГ и в России в частности.

В то же время, СМК можно истолковать, как прогрессию СМИ, так как тут применима обратная связь аудитории и коммуникаторов-производителей информации посредством осмысления коммуникации, как суммы связи и общения, следующих по принципу “давать то, что хочет публика”

В остальном же, цель СМИ и СМК одна – передача информации населению.

Для СМИ, учредителями которых являются органы государственной или муниципальной власти, по-видимому, более точным является термин «средства массовой пропаганды», который (имея в виду сниженное понимание пропаганды, то есть пропаганды как навязывание устойчивой позиции) указывает на их основную функцию.

Тем самым, можно выделить 2 вида СМИ: Государственные и публичные

Оба вида работают, благодаря нижеописанным аспектам:

[1] Средства массовой информации.

1) Учредитель;

2) Аудитория;

3) Легальность;

4) Качественность;

5) Издательские характеристики.

Как пример учредителя, можно привести возможность, данную Российским законодательством быть учредителем как в виде физического, так и юридического лица, имея при этом довольно малый диапазон ограничений.

В данном случае учрежденное СМИ ставится на учёт со стороны подтверждающих заявку правительственных органов, позволяя воспроизводить вещание и передачу информации от коммуникатора в лице СМИ (СМК) учреждения аудитории

Аудитория же представляет из себя совокупность людей, пользующихся и привлекаемых определённым типом СМИ (газеты, интернет-статьи и т.д.) и подразделяются на общую и специализированную группу. В последнем случае, тип информации будет сфокусирован на конкретной тематике и ориентирован на часть аудитории, а не на всю аудиторию в целом. Чёткость определения целевой аудитории обеспечивает СМИ определённую устойчивость, но в то же время, уменьшает масштабы спроса на переданную информацию. Главной задачей в этом аспекте для СМИ предстаёт соблюдение желаний аудитории и учёт их интересов с целью сохранения уникальности продукции в виде передаваемой информации.

Легальность представляет из себя отношения между средством массовой коммуникации и действующим законодательством. В данном случае выделяют:

1) Легальные СМК (те, что прошли регистрацию и имеют допуск к издательской или вещательной деятельности

2) Квазилегальные (не запрещенные, но и не разрешенные законом)

3) Нелегальные (запрещенные на законодательном уровне)

В список нелегальных различные СМК попадают по различным причинам: От клеветы до злоупотребления свободой массовой информации, они причисляются к нелегальным путём аннулирования лицензий на вещательную деятельность и прочих свидетельств действительности данного СМК. Важным будет отметить то, что не все СМК могут попасть под регистрацию (например, если СМК является периодическим изданием равным или менее 1 тысячи экземпляров)

Качественность определяет внимание к качеству работы над СМК. Отличительным знаком качественности СМК может являться проверка излагаемых фактов, структурность мнений и рациональное применение изобразительно-выразительных средств в процессе передачи информации (например, карикатуры.) а также чёткое соответствие своей основной аудитории. Массовые СМК чаще прибегают к сенсационному характеру подачи новостей, преподнося их в виде подачи нового знания, способного изменить представление о чём (или о ком) либо. Из этого вытекает, что качественность завязана на характерном смешанном типе воздействия, сплетённых из различных стандартов массовой прессы, а не на профессиональном мастерстве сотрудников конкретно рассматриваемого СМК

1.2. Медиа, как расширенная совокупность средств коммуникации.

Разобравшись с принципами работы СМИ и СМК, можно разобрать их производную составляющую в виде медиа.

Медиа – расширенное понятие и ключевой термин теории коммуникаций. Оно включает в себя всю совокупность технологических средств и приёмов коммуникаций, собранных для передачи информации в том или ином виде: текст, звук, изображение, осязательный предмет и т.д.

Также медиа образует медиа-пространство - электронное окружение, в котором отдельные люди или их группы и другие сообщества могут действовать вместе в одно и то же время. Отличительными чертами медиа,

являющиеся одновременно главными отличиями от общих его совокупных частей являются два факта:

1) Медиа априори намного шире, чем просто совокупность СМК, ибо оно включает в себя предметы, не относящиеся, в обычном понимании, к средствам связи: архитектура, картина, элемент одежды или рабочий инструмент вполне могут быть причислены к медиа;

2) Средство сообщения не менее важно, чем само сообщение, переданное этим средством.

Принцип работы медиа очень прост и сложен одновременно: это огромный механизм всех коммуникативных (и не только) средств и СМК, работающих одновременно. Сформированное оным медиапространство является продуктом социальной и культурной сред, одновременно являющихся основными весами в информационной лодке стабильности.

Медиа является главным фактором, формирующим представление общества об окружающем мире и о самом себе. Это доказывается прямым влиянием смены доминирующего типа медиа на перемены общества коренным образом (например, изобретение Машины Гутенберга и телеграфа).

Глава 2. СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ, ПРИЧИСЛЕННЫЕ К МЕДИА.

2.1. Комиксы.

Одним из ярчайших примеров развлекательной части медиа могут послужить комиксы.

Комикс – рассказ, ведущий повествование с помощью смежных и связанных по смыслу изображений, сочетающий в себе литературу и изобразительное искусство.

Сама суть комикса происходит из XVI и XVII веков, когда привычные нам современные комиксы были лишь небольшим пересказом жизни святых в виде небольших гравюр на листиках аллилуи – цветной бумаги тех времен. Концепция комикса с тех пор почти не изменялась.

Появлением комиксов более современных принято считать релиз американского комикса “Медвежата и Тигр” за авторством Уильяма Херста, вышедший в 1892 году, а через некоторое время, именно благодаря цветным комическим сериям, издания газет Херста и его конкурента, Пулицера стали называть “жёлтой прессой” за характерный цвет костюма героя внутри комикса.

XX век можно по праву считать Золотым веком комиксов. Именно тогда комикс стал одним из популярнейших жанров массовой культуры и утратил свою изначальную комичность, сменив тему сатиры на тему адвенчуры[2], боевика, детектива, фантастику и историю о супергероях, впоследствии ставшей самой главной темой и ассоциацией со словом “комикс”. Отправной точкой к этому события стало появление в комиксе ActionComics#1 вышедшего в 1938 году под издательством DCComics культового персонажа – Супермена. Затем появились и другие студии комиксов, такие как MarvelComics – главные конкуренты DCComics, и не менее культовые супергеройские личности – Бэтмен и Капитан Америка, ставшие воплощением справедливости и патриотизма для американского общества на многие года вперед. Также была

[2]Адвенчура (анг. “adventure”) – приключение.

основана одна из первых студий, что затрагивала нуарные и реалистичные замыслы в комиксах – Dark Horse Comics, подарившая миру такие произведения, как “Маска”, “300” (именно по нему будет снят фильм “300 спартанцев”) а также “Город Грехов”

Вторая мировая война оказала серьёзное влияние на содержание американских комиксов о супергероях — теперь герои сражались со странами Оси, а на обложках изображались супергерои, борющиеся с лидером нацистского движения. Это показывает возможность комиксов использоваться в виде патриотического катализатора для подрастающего поколения

Следует отметить и другую интерпретацию визуальных историй в виде японских комиксов – манги.

Манга сохраняет всё те же традиции оригинальных современных комиксов из Америки, и во многом, японские иллюстраторы многое почерпали для себя у них же после окончания Второй мировой войны.

После этих событий в Америке начинают рисовать комиксы, копируя рисовку манги, т.н. “америманга”, во Франции возникает ответвление комиксов “новая манга”, а в Южной Корее – “манхва”. По сути, японские мангаки[3], вдохновившись комиксами американских иллюстраторов, расплодили мангу на производные части и интерпретировали в различных форматах, сохраняя знание “мнимого” оригинала, но, несмотря на это, манга по графическому и литературному стилю заметно отличается от западных комиксов, несмотря на то, что развивалась под их влиянием

Отличительной чертой манги является традиция выпускать оригинал только в черно-белых цветах, а раскрашивание производится, зачастую, другими студиями. Также у персонажей, особенно, у женских, наблюдаются неестественно большие глаза, которые внёс в капитал манги мангак Осаму Тэдзука, вдохновлявшийся американским комиксом про Бетти Бул – девушку с

[3] Мангак – иллюстратор манги.

огромными глазами, и именно из-за успеха Осаму в публикациях, почти вся манга имеет эту отличительную черту рисовки.

Вместо супергеройской тематики, первая манга была нацелена на исторические пересказы, военные истории, памфлеты, фентези-рассказы[4] и новеллы, а также – история современности с элементами детектива и мистики и, по сути, возрождала те жанры, что американские комиксы потеряли, приходя к вознесению темы супергероев на первый план.

За исключением особенностей азиатской культуры, манга, как и оригинальные комиксы, являются одним из самых усвоимых источников информации, донося до читателя мысли с помощью визуального контекста, который либо равен, либо перевешивает значимость текста. Определенно, этот вид изобразительно – литературного искусства очень сильно повлиял на массовую культуру и культуру общества в принципе, а также помог в развитии таким видам искусства и средств передачи информации, как кинематограф и видеоигры, влияние которых будет описано ниже.

Вымышленные персонажи комиксов восхищали и младшее и старшее поколения, являясь как художественной ценностью, так и несуществующим в реальной жизни, примером подражания и воплощениями благих моральных качеств (например, Бэтмен был воплощением справедливости и безгранично ценил человеческую жизнь. Цитата: “Убей убийцу – количество убийц в мире не изменится”. По мотивам комиксов было написано множество пьес, рок-опер и еще больше – видеоигр, о которых будет написано ниже.

Таким образом, комиксы являются упрощенным для восприятия человека источником информации, в отличии от тех же газет, в котором присутствует как изобразительная, так и литературная ценность информации, действующая на аудиторию различными способами: от развлекательного чтива и новостного вестника – до морально-духовного и патриотического катализатора.

[4] Фентези –(анг.“fantasy”) вымышленный мир,фантазия.

2.2. Кинематограф.

Изначально являвшись созданием движущихся изображений, кинематограф преуспел перерасти в отдельные отрасли искусства, науки и промышленного производства

Своё название кинематограф позаимствовал у одноименного аппарата французских братьев-изобретателей Люмьер, с изобретением которого привычный нам кинематограф начал своё полноценное развитие

Если кратко, то кинематограф является видом современного искусства (иначе говоря, киноискусства), подразделяющийся на киноиндустрию, производящую кинофильмы и мультипликацию, и отдельную отрасль науки – киноведение. С помощью киноаппарата фильм записывается покадрово на киноплёнку, а конечный кинофильм сочетает в себе изобразительные, литературные, хореографические и прочие виды и типы передачи информации вплоть до интерактивности, если говорить и современном игровом кино. В момент же зарождения, кинематограф имел низкую кадровую частоту, отсутствие цвета и звука.

Первые короткометражные фильмы (15—20 метров плёнки, примерно 1,5 минуты демонстрации) были по большей части документальные, однако уже в комедийной инсценировке братьев Люмьер «Политый поливальщик» отражаются тенденции зарождения игрового кино. Небольшая длина первых фильмов была обусловлена техническим несовершенством киноаппаратуры, тем не менее, уже к 1900-м годам длина кинокартин увеличилась до 200—300 метров (15—20 минут демонстрации). Совершенствование съемочной и проекционной техники способствовало дальнейшему увеличению длины фильмов, качественному и количественному увеличению художественных приемов съемки, актерской игры и режиссуры. Широкое распространение кинематографа и популярность кинематографа обеспечили его экономическую выгодность, что, однако, не могло не сказаться на художественной ценности снимаемых кинокартин. В этот период с усложнением и удлинением сюжета

фильмов начинают формироваться жанры кинематографа, оформляется их художественное своеобразие, создается специфический для каждого жанра набор изобразительных приемов. Наивысшего своего расцвета «немое» кино достигает к 20-м годам, когда оно уже вполне оформляется как самостоятельный вид искусства, обладающий своими собственными художественными средствами. Так заканчивается Эпоха Немого Кино и начинается развитие звука в кино

Еще до начала XX века Томас Эдисон пытался синхронизировать кинескоп с фонографом, но потерпел неудачу. Однако в последствии Уильям Диксон - соавтор Эдисона утверждал, что ему уже в 1889 году удалось создать кинетофонограф - прибор, воспроизводивший звук и изображение одновременно. Однако не существует никаких доказательств, подтверждающих его слова.

В ранний период кинематографа звуковое кино пытались создать во множестве стран, но столкнулись с двумя основными проблемами: трудность в синхронизации изображения и звука и недостаточная громкость последнего. Первая проблема была решена путем записи и звука, и изображения на одном и том же носителе, но для решения второй проблемы требовалось изобретение усилителя низкой частоты, что произошло лишь в 1912 году, когда киноязык развился настолько, что отсутствие звука уже не воспринималось как серьезный недостаток.

В результате патент на ту систему звукового кинематографа, которая впоследствии совершила звуковую революцию, был получен в 1919 году, но кинокомпании не обратили никакого внимания на возможность кино заговорить, желая избежать удорожания стоимости производства и проката кинофильмов и потери иноязычных рынков. Пока в 1925 году компания Warner Brothers, находившаяся на грани банкротства, не вложилась в рискованный звуковой проект.

Уже в 1926 году Warner Brothers выпустила несколько звуковых фильмов, состоящих в основном из музыкальных номеров, но особого успеха у зрителей они не имели. Успех пришел только с фильмом "Певец джаза", в котором кроме музыкальных номеров присутствовали и короткие реплики. 6 октября 1927 года — день премьеры "Певца Джаза" — принято считать днем рождения звукового кино.

Хотя первый примитивный цветной фильм (с красно-зеленой гаммой, без синего цвета) вышел еще в 1922 году, он не впечатлил зрителей. Первый «полноценно цветной» короткометражный фильм системы “Technicolor” под названием ”La Cucaracha” вышел в 1934 году. Первый же полнометражный цветной фильм «Бекки Шарп» а вышел в 1935, этот год и принято считать годом появления цветного кино.

В 1950-х годах технический прогресс зашел еще дальше. Разработка и внедрение магнитной записи и воспроизведения звука, а также создание и освоение новых видов кинематографа (панорамного, стереоскопического, полиэкранного и др.) привели к значительному повышению качества показа фильмов, стали говорить об ”эффекте присутствия” зрителя. Впечатление усиливалось стереофоническим воспроизведением звука, позволявшим создавать “пространственную звуковую перспективу” — звук как бы следует за изображением его источника, вызывая иллюзию реальности источника звука.

В настоящее же время существуют очень изощренные системы звукового сопровождения кино. Число отдельных звуковых каналов доходит до 7, а в экзотических системах даже до 12. Все это призвано усилить глубину погружения зрителя в атмосферу просматриваемого фильма.

Первый стереоскопический игровой фильм - "Сила любви" - был выпущен в 1922 году в черно-белом варианте. В 1930-е годы были изобретены поляризационные светофильтры, позволявшие контролировать количество света, попадающего на кинопленку.

Но масштабное использование стереоскопического кино началось лишь в 1950-е годы. Картина "Дьявол Бована" стала одной из первых лент, выпущенных крупными киностудиями в 1952-1954 годы. Большинство из них были приключенческими и потрясали публику тем, что создавали иллюзию, будто пылающие стрелы, прыгающие животные, потерявшие управление поезда и брошенные булыжники движутся с экрана прямо в зрительный зал. К сожалению, специальные очки, необходимые для просмотра стереофильмов, причиняли зрителям немало неудобств, и со временем посещаемость таких сеансов резко упала. Попытка оживить интерес к стереокино была вновь предпринята в 1995 году, когда остроприключенческий фильм "Крылья отваги" был показан в 120 кинотеатрах по всему миру.

В 2009 году вышел на экраны фильм Д. Кэмерона “Аватар”, сделанный с использованием компьютерных 3D-технологий, и положивший начало широкому применению их при создании и просмотре кино- и телепрограмм, а в дальнейшем, кино начнет развиваться в сторону виртуальной реальности и кругового изображения в 360 градусов.

Кино претерпело множество изменений с начала своего развития. Выдававшая себя за развлечение и представление, масштаб кино породил отдельную медиасреду, а зрители смогли увидеть множество ситуаций, мест, услышать различные композиции и т.д. Кино вобрало в себя литературную, хореографическую, историческую, моральную, развлекательную и информационную ценность. С помощью кино люди смогли увидеть другие части света в движении, узнавать их культуру и внешний вид, а само кино стало частью человеческого достояния, культуры, науки и искусства, а также стало новым способом передачи информации и видом медиакультуры и медиапространства.

Постепенно, кино войдет и в другую медиасреду, позаимствовав некоторые её аспекты. Этой медиасредой являются видеоигры.

2.3. Видеоигры.

Самая первая интерактивная и игровой автомат вышли в 1940 году под руководством американского физика Эдварда Кондона. Автомат и игра породили крупнейшую разновидность интерактивных развлечений и давшие начало новой медиакультуре, развивающейся до сих пор.

Игра “Nimatron” представляла из себя последовательное затухание ламп между игроком и компьютером. Победителем выступал тот, кому удалось первым потушить все лампы. Если игрок побеждал, то игровой автомат выдавал ему жетон с надписью “Nim Champ”-(с англ. “Чемпион Ним”)

В итоге, Эдвард Кондон создал первый игровой автомат, первую интерактивную игру, первое игровое достижение в виде жетона и первый интерактивно-игровой жанр в виде пошаговой стратегии, но, к великому сожалению, всё это не сильно повлияло на дальнейшее развитие видеоигровой индустрии и было забыто, а “Nimatron” был забыть вскоре после выпуска, но тем не менее, развитие этой идеи продолжилось спустя годы.

В 1947 году выходит Ракетный симулятор, разработанный Томасом Голдсмитом и Эстл Рей Манном, вдохновлявшиеся экранами радаров.

Симулятор представлял из себя аппарат на базе электронно-лучевой трубки, имитирующий управление ракетой. Игровой процесс базируется на управлении лучом осцилографа и его расфокусировке для “поражения“ целей, изображённых на помещаемой на экран накладке. Аппаратно в ракетном симуляторе применяется только аналоговая электроника, и у него нет исполняемой программы и запоминающего устройства, а также растрового изображения. Именно поэтому симулятор нельзя назвать видеоигрой, но он является одним из первых электронных игр, но именно из этой идеи будет осуществлено создание и производство первых аркадных автоматов.

Изобретение именно компьютерных компьютерных игр обычно приписывают кому-то из троих людей: Ральфу Баэру, инженеру, выдвинувшему в 1951 году идею интерактивного телевидения, А. С. Дугласу, написавшему в

1952 году “OXO“ — компьютерную реализацию “крестиков-ноликов“, или Уильяму Хигинботаму, создавшему в 1958 году игру “Tennis for Two“, представляющую из себя теннис на 2 игрока.

Спустя годы выйдут первые поколения игровых консолей, игровые аркадные автоматы, первые развлекательные компьютеры, а видеоигры будут производится доступными для общих масс.

Развитие видеоигр идет вместе с технологическим прогрессом устройств, способных их воспроизводить и высшую точку развития видеоигры получат лишь с их совершенством

Никто не видел потенциала в видеоиграх на первых этапах их развития и уж тем более не мог предугадать, во что они перерастут. Нынешний мир без видеоигр – как минимум, мир без одного вида искусства.

Если опустить развитие технологий и говорить конкретно об играх, то на данный момент – это один из технологически совершенных видов искусства с преобладающим интерактивным фактором. В видеоиграх сочетаются все виды ценности, используемые в литературе, кинематографе, изобразительном искусстве и т.д.

Ровно как кино и комиксы, видеоигры способны рассказывать историю, показывать другие части цвета в масштабе 1x1[5], показывать исторические события и личности и многое другое, что присуще уже привычным видам искусства. В разработке игр участвуют режиссёры, сценаристы, художники, композиторы и многие другие профессии, относящиеся к кино, музыке, изобразительному искусству, тем самым превознося игры, как совокупность достоинств изначальных видов искусства.

Видеоигры тесно переплетаются с кинематографом и комиксами. Так, например, к экранизациям комиксов добавились и игры, а к комиксам – игровые их адаптации и т.д.

[5] Приложение 1 рис. 1, 2, 3

Видеоигры также позволяют обучать и повышать интерес игроков к наукам (как пример, изучение языков с помощью игры с субтитрами на родном языке, изучение истории в игровых адаптациях событий и т.д), и по различным исследованиям, повышают внимательность и реакцию, а технологии виртуальной реальности позволяют осуществлять физические и психологические подготовки путём прохождения видеоигры, совместимой со шлемами виртуальной реальности[6]

Также стоит помнить и о финансовых бюджетах, вкладываемых в производство игр. Если в начале 2000-х крупный проект обходился в среднем в 1 миллион долларов, то сейчас сумма может быть больше 140 миллионов, что сближает игры по дороговизне с фильмами и прочими представителями медиа.

Исходя из всего вышеописанного, видеоигры на данный момент являются ведущим видом интерактивного искусства, развивающим отдельные отрасли науки, промышленности и вышеназванного искусства. Исключительная интерактивность позволяет игрокам в полной мере проникнутся всеми ценностными аспектами, от морали до литературной речи и от виртуального созерцания других стран до их исторического изучения. Они играют большую роль в развитии молодого поколения и позволяют комбинировать способы передачи информации, оставаясь при этом не менее важнее того, что они пытаются передать, а дальнейший вектор развития видеоигр может указать лишь технологический прогресс, с которым видеоигры идут рука об руку.

[6]Приложение 1 рис 4

Глава 3. ПРЕИМУЩЕСТВО МЕДИА НАД СМИ.

Главными преимуществами медиа над СМИ являются как независимость, так и разновидность способов передачи информации.

Если основываться на главной задаче СМИ – новостной поток и поддержание уровня недовольства путем регуляции информационной среды, то медиа значительно обходит СМИ в плане предоставления информации, ведь чаще всего, медиасреда не подвергается собственным рамкам цензуры и запретов и передает ровно то, что хочет передать, не обременяя свои информационные произведения скрытым смыслом или урезке данных во благо регуляции, присущей в первую очередь именно СМИ.

Таким образом, СМИ окажется на ступень ниже медиасферы и будет существовать на минимально необходимом уровне, но, такое не представляется возможным из-за государственного контроля, однако ключевым в этом вопросе будет свобода выбора человека в источнике информации. Именно этот фактор определяет значимость информации той или иной среды для аудитории, располагающей к СМИ или же к медиапространству.

Также медиа преобладает над СМИ разнообразием форм подачи информации и публичным выпуском, упрощенной подачей и разбором информации на достоверность.

Если обобщить, то основным преимуществом медиа над СМИ есть свобода в информационной среде: свобода выбора информации, поиска, подачи и т.д.

Именно фактор свободы отличает медиа от СМИ и отдает первой преимущество над второй.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основываясь на вышеописанном, можно сделать вывод, что влияние стандартных источников информации в виде газет, новостных телеканалов и т.д. заметно уступает в силе влияние медиапространству, если рассматривать нынешнее поколение, как основную аудиторию. Медиа позволяет аудитории самим контролировать информационный поток под свои нужды, пользуясь главной функцией медиа в виде свободы выбора информации, её видов и способов получения, что тем или иным образом одновременно является одной из главных черт отличия медиа от СМИ а также и главным превосходством первого над вторым.

Медиа формирует общество на отдельные группы аудиторий, создавая новые направления в искусстве, производстве, промышленности, созидая новые субкультуры и выбирая для них свои черты и пути развития. Тем самым, медиа в современном обществе играет главную роль в его формировании и развитии, как новейшего социума.

Иными словами – медиа более предпочтительна нынешнему поколению из-за упрощенной формы подачи и свободы выбора, а также способности формировать группы лиц с общим интересом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ

1. Краткая история развития видеоигр и игровой индустрии, 2011г., CD.
2. Джейн М. Реальность под вопросом. Сиэтл.: O-Site, 2018.
3. Тристан Д. Играй! История видеоигр. М.:“Белое яблоко”, 2014
4. Иохан Х. Homoludens - Человек играющий. СПБ.: изд-во Ивана Лимбаха, 1938.
5. Дяченко М.Ю., Дяченко С.С., Цифровой, издательство «Терра», 2009г.
6. Stopgame. Игровой портал, https://stopgame.ru/blogs/topic/79043
7. Жорж Садуль. Всеобщая история кино. М:. “Искусство”, 1958
8. Саханов В.В. Определение комикса, как вида искусства // “Колонкомикс” – 2009.- №3. – .1-3
9. Михаил Н.Ф. Иллюзия свободы. Российские СМИ в эпоху перемен. М.: “Литагент”, 2010

Приложение 1

Виртуальный Сазавский монастырь и Нотр-Дам де Пари в видеоигре KingdomCome: Deliverance и Assassin’sCreedUnity

Рис 1. *Рис 2.*

Рис 3

Консоль Playstation 4 и шлем виртуальной реальности PlaystationVR

Рис 4