Язык, память и образ в теории «горячих» и «холодных» медиа Маршалла Маклюэна

Научный руководитель – Титаренко Евгений Михайлович

Василевский Максим Арнольдович

Выпускник (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Филологический факультет,
Кафедра английской филологии и лингвокультурологии, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: maxim.vasilevskin@mail.ru

Современный мир характеризуется стремительным развитием медиа и коммуникационных технологий, оказывающих глубокое влияние на все сферы жизни общества. В этой связи исследования медиакоммуникации приобретают особую актуальность. Одним из ключевых теоретиков, внесших значительный вклад в понимание этих процессов, является канадский исследователь Маршалл Маклюэн. Его теория «горячих» и «холодных» медиа, предложенная в середине XX века, до сих пор вызывает интерес и активно используется для анализа влияния медиа на культуру и общество.

В своей книге «Понимание медиа» Маклюэн предлагает схему, позволяющую рассматривать различные медиа – такие как, телевидение, печать, письмо кино, радио, телефоны и фильмы, как «холодные» или «горячие».

Он характеризует «горячие» медиа следующим образом: "Горячее средство — это такое средство, которое расширяет одно-единственное чувство до степени «высокой определённости» [2]. Горячие медиа исключают зрителя или требуют от него немного внимания. Для Маклюэна «высокая четкость» в «горячих» медиа — это «уровень заполнения данных без интенсивного участия зрителя». Взаимодействуя с «горячими» медиа нам не нужно ничего додумывать или фантазировать, мы получаем информацию в полном её объёме и нам не остаётся ничего, кроме как согласиться с ней. Радио является самым ярким примером. Созданное исключительно для пассивного слушателя, предоставляя четкую и полную информацию.

«Холодные» медиа включают в себя участие зрителя/слушателя/человека в эту коммуникацию. «Холодные» медиа предоставляют информацию в неполном или незаконченном виде, что даёт нам место для фантазии и вследствие для взаимодействия с этим типом медиа. Речь, в свою очередь, является примером «холодных» медиа. Звуки, произносимые голосовыми связками, часто требуют интерпретаций и разъяснений что бы понять суть сообщения.

Актуальность обусловлена необходимостью понимания того, как различные типы медиа воздействуют на наше восприятие мира. Несмотря на то, что теория получила широкое распространение, взаимосвязь между его концепцией «горячих» и «холодных» медиа и конкретными аспектами культуры, такими как языка, памяти и визуальных образов, остается недостаточно изученной. Например, работы Архангельской, Чумаковой, а также Левинсона, как правило, фокусируются на отдельных аспектах теории и не предлагают комплексного анализа взаимосвязи между "горячими" и "холодными" медиа и процессами формирования языковых особенностей, изменения когнитивных стратегий памяти и трансформации визуальных образов в эпоху цифровых технологий [1,3].

Таким образом, несмотря на ценность существующих исследований, комплексный анализ остается за пределами внимания исследователей. Настоящая работа призвана восполнить этот пробел, предлагая рассмотрение влияния теории Маклюэна на ключевые

аспекты современной медиакommunikации. Рассматривается и возможность сочетания характеристик «горячих» и «холодных» медиа в новых медиа, создавая гибридные формы воздействия на язык, память и образы.

Начать стоит с того, что теория «горячих» и «холодных» медиа остается актуальной для понимания современной коммуникации, однако требует адаптации к новым медиа-форматам, сочетающим в себе характеристики обоих типов. Социальные сети, например, демонстрируют гибридную природу, формируя одновременно фрагментированную и коллективную память через язык, образы и интерактивное взаимодействие. Социальные сети одновременно предоставляют огромное количество информации (статьи, новости, видео, мемы), что соответствует характеристикам «горячих» медиа, и требуют активного участия пользователей в создании контента, комментировании и общении, что соответствует характеристикам «холодных» медиа.

Для примера возьмем ситуацию с освещением резонансных событий в социальных сетях. С одной стороны, пользователи получают мгновенный доступ к новостям и аналитике (горячее), с другой - они активно обсуждают события, высказывают свое мнение и формируют общественное мнение (холодное). Это приводит к формированию как фрагментированного понимания (отдельные посты и твиты), так и коллективной памяти (общие обсуждения и дебаты).

Помимо них, есть ещё интерактивные документальные фильмы с использованием мультимедийных форматов, которые демонстрируют, как «горячие» (высокое качество видео, аудио, графики) и «холодные» (возможность выбора пути просмотра, интерактивные элементы, пользовательский контент) медиа могут быть объединены для создания более глубокого и вовлекающего опыта, способствующего критическому мышлению. Интерактивный документальный фильм о глобальном изменении климата. Высококачественные видео о последствиях изменения климата - «горячее». Интерактивные карты, графики и диаграммы, позволяющие исследовать данные - «холодное». Возможность комментировать и делиться своим мнением - «холодное». Результат - более глубокое понимание проблемы и формирование осознанной позиции.

Так же, современные «горячие» медиа, такие как высококачественные видеоигры и виртуальная реальность, создают настолько реалистичные образы, что стирают границы между реальностью и виртуальностью, оказывая глубокое влияние на наше восприятие. Это можно проследить на примере использования виртуальной реальности, которая может быть эффективной в лечении фобий, но также может приводить к нежелательным последствиям, таким как зависимость и отчуждение от реального мира.

В эпоху информационной перегрузки, способность привлекать и удерживать внимание аудитории становится ключевым фактором успеха в коммуникации. «Холодные» медиа, требующие активного участия и взаимодействия, способствуют формированию более прочных связей между людьми и созданию чувства общности. Они эффективны для организации коллективных действий, таких как социальные протесты и политические кампании. «Горячие» медиа, с их высокой четкостью и детализацией, подходят для передачи конкретной информации и создания сильных эмоциональных переживаний. Они эффективны для рекламы, пропаганды и развлечений.

Таким образом теория Маклюэна, демонстрирует наличие огромного влияния на современную коммуникалистику, демонстрируя свою актуальность.

Источники и литература

- 1) 1. Архангельская И.Б. Маршалл Маклюэн: Монография. – Н.Новгород: НКИ, 2010
- 2) 2. Маклюэн Г.М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. — Москва, 2007. — 27 с.

- 3) 3. Levinson, P. Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium. - New York: Routledge, 2020.