

Media caldi e media freddi

Distinzione elaborata da Marshall McLuhan che considera i media come estensioni delle facoltà sensoriali dell'uomo.

A differenza dei media freddi, come ad esempio il telefono e la televisione, i media caldi estendono "un unico senso [...] fino allo stato [...] in cui si è abbondantemente colmi di dati". Conseguentemente, "i media caldi non lasciano molto spazio che il pubblico debba colmare o completare; [...] mentre i media freddi implicano un alto grado di partecipazione o di completamento da parte del pubblico".

Testi di riferimento:

McLuhan M., *Gli strumenti del comunicare*, ed. or. 1964, Il Saggiatore, Milano, 1967.

McLuhan M., *Il medium è il massaggio. Un inventario di effetti*, ed. or. 1967, Feltrinelli, Milano, 1968.