

Istnieje ogromna różnica między **mediami/technologiami „starymi”**, inaczej mówiąc „tradycyjnymi”, a **mediami/technologiami „nowymi”**. Od lat siedemdziesiątych XX wieku gazety i radio traciły coraz bardziej na swoim znaczeniu, w dodatku gazety i czasopisma stawały się coraz bardziej specjalistyczne, a radio ustąpiło miejsca telewizji, która szybko osiągnęła pozycję medium dominującego. Była to konsekwencja prymitywnego instynktu leniwego odbiorcy, który po ciężkim dniu pracy, najmniej wysiłku musiał włożyć w przyswojenie komunikatu płynącego właśnie z ekranu telewizora.

Telewizja, tak samo jak radio czy prasa zaliczane są do mediów masowych. Komunikat kierowany jest od nadawcy do masy odbiorców w całym kraju, albo nawet na całym świecie. Odbiorcy – widownia w tej teorii postrzegani byli podatni na te same bodźce. Właśnie dlatego telewizja, już kilka lat po jej wynalezieniu, stała się głównym ośrodkiem kulturowym wszystkich społeczeństw, a styl komunikacji charakteryzuje się w tym przypadku „łatwą komunikowalnością po linii najmniejszego wysiłku psychicznego”. Właśnie ze względu na ten fakt łatwego odbioru przekazów, społeczeństwa przyzwyczyły się do lekkiego, a często nawet bezmyślnego odbierania informacji i stawały się widownią bezbronną w stosunku do wszechwładnych nadawców medialnych komunikatów.

Wkrótce masowa publiczność przekształciła się w bardziej zindywidualizowaną. Już w latach osiemdziesiątych gazety miały swoje edycje na całym świecie, radio stało się coraz bardziej wyspecjalizowane, walkman stał się osobistym „środowiskiem słuchowym”, a magnetowid dał możliwość nagrywania w dowolnym momencie wybranych programów. Najważniejszym momentem było jednak pojawienie się wielu kanałów tematycznych, na których każdy mógł znaleźć coś dla siebie w związku z zainteresowaniami, płcią, nastrojem i wykonywanym zawodem. Badacze mediów zauważyli, że nowe technologie komunikacyjne doprowadziły do socjologicznej ewolucji: od społeczeństwa masowego do segmentowanego. W wyniku tego procesu media nie tylko nie straciły na swojej sile, ale zwiększyły swoje znaczenie dla współczesnego człowieka i społeczeństw. I mimo tego, że mówiono już o zindywidualizowanym odbiorcy, zamiast o globalnej wiosce, przekaz cały czas był jednostronny, a widz nie miał prawa głosu. Dopiero epoka komputerów i internetu odmieniła komunikację medialną na zawsze.

Internet, określany jako „sieć sieci”, jest ogólnosiwiatową siecią komputerów, która stała się uniwersalnym medium komunikacji interaktywnej. Sieć, jako pierwsza, umożliwiła dostęp do informacji z całego świata, a jej twórcami nie były wyspecjalizowane instytucje, ale sami użytkownicy. Komunikacja stała się spontaniczna, różnorodna i nieformalna. Internet ukształtował na trwałe kulturę jej użytkowników i rzeczywiste wzorce komunikacji. Sieć jest i pozostanie otwarta,

umożliwiając powszechny publiczny dostęp i poważnie ograniczając nakładanie na nią rządowych lub handlowych restrykcji, chociaż nierówności społeczne silnie przejawiają się także w dziedzinie elektroniki. To nowe medium z wbudowanymi technologicznie cechami otwartości i interaktywności na zawsze zmieniło styl komunikacji. Zaczęto zauważać, że poprzez sieć można nawiązywać bliższe znajomości, które mogą prowadzić do prawdziwych spotkań i nawiązywania znajomości, przyjaźni, a nawet miłości. Społeczności internetowe natomiast mogą mieć bardziej formalny i zamknięty charakter lub być tworzone spontanicznie, gdzie każdy zainteresowany może do nich dołączyć. Ludzie zaczęli łączyć się we wspólnoty, które rodzą prawdziwe więzi i emocje. I właśnie ten moment zdecydował o narodzinach zupełnie nowej formy spędzania wolnego czasu, zawierania znajomości, nauki, zdobywania wiedzy. Powstały również nowe narzędzia, dzięki którym ta komunikacja stała się bardziej efektywna i atrakcyjna dla starych, a przede wszystkim nowych pokoleń, które tak samo jak przemysł, polityka i media, również zostały objęte szybkimi zmianami.

Dzięki narodzinom i ciągłej ewolucji internetu rozwinęły się także bardzo dynamiczne inne nowe technologie: radio CB, telefonia komórkowa i satelitarna, telewizja i platformy cyfrowe, cyfrowy zapis dźwięku i obrazu czy nawigacja i lokalizatory GPS.