

1 GİRİŞ

Bu bölüm hakkında

- Bu bölüm kitapla ilgili ve yeni dijital medyanın sosyal ve iletişim bilimlerindeki yeriyle ilgili temel kavramları ortaya koymaktadır.
- Bölüm, çağdaş gelişmiş toplumlarda yaşayan kişilerin hayatlarının bir vazgeçilmezi haline gelen ağlara bağımlı gündelik yaşamlarının tanımıyla başlamaktadır.
- Pek çok kişi hayatlarımızın ve dolayımlanmış dünyamızın hiç olmadığı kadar hızlı ve derinden değiştiğini iddia etmektedir. Bu kitapta, yaklaşık bir asır önce meydana gelen ilk iletişim devriminin de şu anda meydana gelen ikinci iletişim devrimi - dijital devrim - kadar sarsıcı olduğu iddia edilmektedir. Peki, ama bir iletişim devrimini meydana getiren şeyler nelerdir?
- Yeni medyanın hangi özellikleri nedeniyle onları yeni olarak nitelendirmekteyiz? Bu yeni iletişim araçlarına neden interaktif medya, multimedya veya dijital medya adını vermekteyiz?
- Yeni medyanın eski medyaya kıyasla faydaları nelerdir? Bu soruyu yanıtlamak amacıyla iletişim kapasiteleri kavramı geliştirilmiştir.
- Bu kitap nasıl bir kitaptır? Yazarın yaklaşımı ve kullandığı temel teoriler hangileridir?

YENİ SOSYAL ALTYAPI Ağlar çağı

Hali hazırda sahip olduğumuz yaşam hatlarına bir tanesi daha eklendi. Gündelik hayatımızı idame ettirmek ve evimizi idare et-

mek için bugün sadece yollara, elektrik kablolarına, su borularına, kanalizasyona, posta kutularına, telefon tellerine ve kablolu televizyona bağlı değiliz. Artık elektronik iletişim ağlarına da ihtiyacımız var. Özellikle zengin ülkelerdeki gençler artık mobil telefon hizmetleri, İnternet ve Facebook veya diğer sosyal paylaşım sitelerinin olmadığı bir dünyayı hayal bile edemiyor. Bu ağlardan bir günlüğüne bile uzak kalmak, bu kişilerde çok ciddi yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkmasına neden olabilir. Ayrıca, bu bağımlılık sadece bireyler için de geçerli değil; daha geniş çapta, kurumlar ve toplumun geneli için de geçerli. İşte bu gözlem bu kitabın çıkış noktasıdır. Bu bağımlılık bu kadar kısa sürede nasıl bu kadar artabilmiştir? Sonuçta İnternet ve mobil telefon hizmetleri gelişmiş dünyada yaşayan kişilerin çoğunluğu tarafından sadece son yirmi yılda yoğunlukla kullanılmaya başlanmıştır.

Çağdaş literatür, "birbirine bağlanmış bir dünyada yaşıyoruz," "bağlı çağ," "insan ağı" ve "web toplumu" gibi ifadelerle doludur. Çağımızda bireyselleşme, sosyal parçalanma, özgürlük ve bağımsızlıkla ilgili eş zamanlı çok fazla söylem olduğu için bu bağımlılık ilk bakışta garip görünmektedir. Ancak daha derinlemesine incelendiğinde bu tesadüf hiç de garip değildir çünkü bu iki eğilim aslında madalyonun iki yüzü gibidir; en azından bu kitabın savı budur: "Dünya hiçbir zaman bu kadar özgür olmamış olabilir ancak aynı zamanda, hiç bu kadar karşılıklı bağımlı ve bağlı da olmamıştır" (Mulgan, 1997: 1).

Bireysel seviyede ağların kullanımı hayatımızda baskın hale gelmeye başlamıştır. Gelişmiş toplumlardaki bireyler günde serbest zamanlarının ortalama beş ila yedi saati kadarını yayın ağları, telefon ve İnternet'te geçirmektedir. Tabi bunların yanında işte veya okulda geçirilen zamanları da saymak gerekmektedir. Bireylerin sosyal paylaşımları incelendiğinde, sosyal paylaşım siteleri (SPS), sohbet odaları, e-posta yazışmaları, mesajlaşma (SMS), anlık mesajlaşma ve blog tutma ile geçirilen saatleri de buna ekleyebiliriz. Bu yüzden bireyselleşme ve teknolojiyle donatılmış daha küçük hanelerin ortaya çıkması bizi diğerlerinden daha bağımsız yapmasına rağmen bizi daha az sosyal insanlara dönüştürmemiştir.

Gelişmiş dünyadaki neredeyse tüm kurumlar telefon ve bilgisayar ağlarına tamamen bağımlı hale gelmiştir. Bu gibi ağlarda bir arıza meydana geldiğinde kurumlar tek kelimeyle iş yapamaz

hale gelmektedir. 'Ağ çöktü' daha fazla açıklama gerektirmeyen bir ifadedir.

Toplumsal seviyede ve daha küresel bir ölçekte tüm medya ağları, sosyal ağlar ve ekonomik ağların dünyanın en ücra köşelerine ve diyarlarına kadar erişebildiğini görmekteyiz. Dünyamız gerçekten de artık küresel olarak birbirine bağlı hale gelmiştir. Uydu televizyonlar, mobil telefonlar ve İnternet'in hızla yayılması sonucunda Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan ülkeler sanayi öncesi toplumlardan endüstriyel kitle toplumlarına ve hatta kısmen sanayi sonrası ağ toplumlarına dönüşmektedir. Çevrimiçi iletişim ağları toplumun tüm alt yapılarının yönetimi için o kadar önemli bir hale gelmiştir ki, gelecekteki savaşlarda diğer temel altyapıları bombalamak yerine bu ağları devre dışı bırakmak çok daha etkili olacaktır.

Biraz abartarak, 21'inci yüzyıla ağlar çağı diyebiliriz. Ağlar toplumumuzun sinir sistemi haline gelmektedir ve bu altyapının hem sosyal hem de özel hayatlarımız üzerinde, geçmişte malların ve insanların taşınması için yol yapılmasından çok daha büyük bir etkiye sahip olmasını bekleyebiliriz. Bu gibi temel altyapıların tasarımı gelecekteki fırsatlar ve riskler için de büyük önem taşımaktadır. 20'inci yüzyılın başlarında daha büyük ölçekli toplu taşıma araçları yerine küçük ölçekli özel araçları daha yoğun bir biçimde kullanmayı seçmemizin sonuçlarını öngörememiştik. Ancak şimdi sonuçların neler olabileceğine dair gayet net bir fikrimiz bulunmaktadır. Aşırı yoğun trafik, çevreyi tahrip etme ve küresel ısınma bu seçimimizin sonuçlarından bazılarıdır. Belli bir iletişim altyapısını seçmenin ve bu altyapıyı sosyal ve özel hayatlarımızın içine katmanın muhtemel sonuçları belki daha az görünürdür ancak yine de aynı derecede ciddi olacakları kesindir.

Bu savı devam ettirsek, burada sadece - enformasyonun ve iletişimin taşınmasının mallar ve insanların taşınmasının kısmen yerini almasıyla sonuçlanacak - doğanın ekolojisi değil, aynı zamanda 'sosyal ekoloji' de risk altındadır. Yeni medya 1980'lerin başında ortaya çıktığında, bu iletişim araçlarının özel hayatlarımıza nüfuz etmeleri nedeniyle sosyal çevremizde 'kirlilik' yaratacakları konusunda bir endişe hüküm sürmekteydi. Bu görüşün savunucularına göre yeni medya yüz yüze iletişimin kalitesini azaltmakta, indirgemekte ve hatta yok ederek, insani ilişkileri daha biçimsel hale getirmekteydi (Kubicek, 1988). Bu iletişim

araçları özel hayatın gizliliğini azaltacak ve tepeden tam bir kontrole sebep olacaktı. 1990'larda ise bu distopyan görüşlerin yerini, yeni medyanın hayatın ve iletişimin kalitesini önemli derecede artırdığı düşüncesine dayanan ütopyacı görüşler almıştır. Ufukta, "yeni ekonomi" ve yeni bir refah, özgürlük ve çevrimiçi demokrasi devri görünmekteydi.

Bu kitabın ilk Felemenkçe versiyonunda (van Dijk, 1991), yeni medyanın ortaya çıkartacağı varsayılan sonuçlarla ilgili geniş çaplı bir toplumsal tartışmayı savunmuştum. Bu çağırım kısmen önemsendi. Özellikle de 1994 ve 1998 yılları arasında İnternet'in yaratacağı fırsatlara ilişkin tartışmalara ve Birleşik Devletlerde 1993 senesinde "enformasyon otobanı" olarak ortaya atılmış, elektronik otoban bakış açısına çok destek verilmişti. O senelerdeki tartışmalar genellikle teorik ve felsefiydi. Ütopyan ve distopyan tartışmalar soyut ve hatta spekülâtif bir biçimde sıralanıyor ve bunlara eş derece soyut ve spekülâtif bir şekilde karşı çıkılıyordu.

21'inci yüzyılın ilk on yıllık döneminde 25 yıllık deneyimden sonra, yeni medyanın gelişimiyle ilgili daha dengeli veya sintopiyan bir görüş (Katz ve Rice, 2002) geliştirmeyi başardık. Artık olgulara ve ampirik araştırmalara dayanan sonuçlar türetebiliyoruz. Bu kitabın temel amacı zaten buna ulaşmaktır.

Tehlikede olan değerler

Bu kitap, ağların hali hazırda gidişatını belirlediği yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi nedeniyle, toplumumuzda hangi temel değerlerin risk altında olduğunu ortaya koymaktadır.

Belirli kategorideki insanlar diğerlerine kıyasla enformasyon toplumu içerisinde daha fazla yer alabildiği için burada toplumsal eşitlik risk altındadır. Bazıları enformasyon toplumunun avantajlarından yararlanmaktayken, diğer bir kısım ise bunlardan mahrum kalmaktadır. Teknoloji enformasyonun daha iyi bir şekilde dağıtılmasını sağlamaktadır. Ancak teknolojinin karmaşıklığı ve maliyetli oluşu, hâlihazırda mevcut olan sosyal adaletsizliğin artmasına sebep olmakta hatta enformasyon toplumuna ayak uyduramayarak bu toplumun dışında kalan büyük "uyumsuz" grupların oluşumuna neden olabilmektedir.

Yeni medya iyi eğitilmiş vatandaşlar, çalışanlar ve tüketicilerin prensipte, karar verici kurumlarla daha iyi bir iletişim kurmalarını

ve de bu kurumlara katılımlarını sağlaması nedeniyle *demokrasiyi* güçlendirmelidir. Diğer yandan, teknoloji tepeden kontrole müsait olduğu için, aslında demokrasi tehdit altına girmektedir. Bazıları - örneğin tüketicilerin seçim özgürlüğü gibi - özgürlüklerin teknolojinin sunduğu etkileşim nedeniyle artacağını öne sürmektedir. Diğerleri daha karamsar bir bakış açısıyla yaklaşarak, bireylerin kayıt altına alınmış vatandaşlar, "şeffaf" çalışanlar ve her bir kişisel özelliği taranan tüketicilere dönüşecekleri ve merkezi kontrol fırsatları artacağı için özgürlüğün özel hayatın gizliliğinde meydana gelen azalma nedeniyle tehlike altına gireceğini öne sürmektedir.

(Engelli, hasta ve yaşlı kişiler gibi) bazı gruplar ve toplumun geneli açısından da *güvenlik* her türlü kayıt altına alma ve alarm sistemleri aracılığıyla artırılabilir. Aynı zamanda güvenlik yine bir teknoloji türüne, hem de daha saldırıya açık bir teknolojiye bağımlı hale geleceğimiz için azalacaktır.

Sosyal ilişkilerin niteliği ve niceliği iletişim teknolojisi bize ne kadar uzak mesafede olursa olsun dilediğimiz herkesle iletişime geçebilme fırsatını sunarsa artabilir. Diğer yandan, bazı kişiler sadece bilgisayar ve telefonla iletişimi seçip, güvenli, sadece kendi seçecekleri sosyal çevrelerle iletişim kurmayı tercih edecekleri için sosyal ilişkilerin azalma şansı da bulunmaktadır. Örneğin, Sherry Turkle (2011) Amerika'da pek çok gencin sadece pahalı olması nedeniyle değil, aynı zamanda bunu bir nevi yüzleşme veya meydan okuma olarak gördükleri için birbirini telefonla aramadıklarını ortaya koymuştur. Telefonda konuşmak yerine, Amerikan gençleri kendilerine daha fazla kontrol sahibi olma olanağı sağladığı için mesajlaşmayı tercih etmektedir. Bu bağlamda yeni medya aracılığıyla iletişim tamamen yüz yüze iletişimin yerini alabilmekte ama aynı zamanda çeşitli açılardan iletişimin kalitesinin düşmesine de neden olmaktadır.

Yeni medya aracılığıyla edindiğimiz izlenimlerin çeşitliliği *insan zihninin zenginliğini* artırabilir. Öte yandan genellikle izlenimler şematik, önceden programlanmış ve parçalara ayrılmış çerçeveler içerisinde, herhangi bir bağlam olmadan sunulduğu için bu zenginliği azaltabilir de. Ve bu izlenimlerin sayısı aşırı derecede fazla olduğu için enformasyon asla alıcı tarafından tamamen işlenememektedir.

İKİNCİ İLETİŞİM DEVRİMİ

İletişim devrimi nedir?

Medya tarihi genellikle arka arkaya sıralan bir dizi yeni medya araçlarının evrimsel açıdan geliştiğini öne sürmektedir. Oysa son iki yüzyılda iletişim araçlarının gelişimi, iki adet yeniliğin bir noktada yoğunlaşmasıyla açıklanabilir; birincisi, 19'uncu yüzyılın son dönemi ve 20'inci yüzyılın ilk dönemleri ve ikincisi de 20'inci yüzyılın sonu ve 21'inci yüzyılın başında gerçekleşmiştir. Bu ilk yoğunlaşma ve tarihçesi ilk kez James Beniger *The Control Revolution* (1986) kitabında incelemiştir. Ardından, Frederick Williams da ikinci yoğunlaşmayı, *The Communications Revolution* (1982) isimli kitabında ele almıştır. Ben burada *modern çağın birinci ve ikinci iletişim devriminden* bahsetme cüreti gösteriyorum. "Devrim" çok iddialı ve endüstri ve teknolojiye yerli yersiz çok fazla kullanılan bir kelimedir. Gerçekten de tüm devrimlerin tamamlanması onlarca yıl almıştır. Çok önemli teknolojik gelişmeler oldukça nadir olarak bir devrim niteliği taşımaktadır; teknolojik süreç genellikle evrimseldir. Yeniliklerden önce uzun süreli bir hazırlık dönemi gerekmektedir. Yeni teknolojilerin aniden ortaya çıktıklarını düşünmek hata olur. Daha ziyade, daha önceden üretilmiş teknolojilerin bir bileşimidirler. Yeni medyanın tam olarak neden yeni olduğunu ve neden "devrim" teriminin bu noktada kullanılabileceğini sorgulamak gerekmektedir. Bahsedilen iki yoğunlaşma sürecinde, sadece yeniliklerin ortaya çıkışında önemli ölçüde niceliksel bir hızlanma meydana gelmiş olsaydı, "devrim" kelimesini kullanmaya cesaret etmezdim. Nitekim dolayımlanmış iletişimde herhangi bir *yapısal değişim veya niteliksel teknik gelişme* gerçekleşmeden iletişim devriminden bahsetmek mümkün değildir.

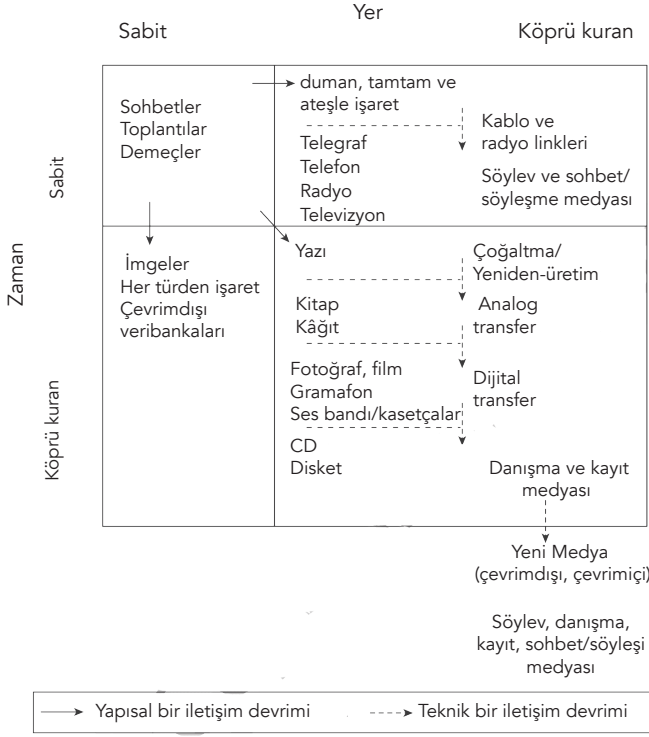
Yapısal bir iletişim devrimi

Medya tarihinde birkaç adet iletişim devrimi gerçekleşmiştir. Bunlar yapısal ve teknik iletişim devrimleri olarak ayrılabilir. *Yapısal* devrimlerde uzam ve zaman koordinatlarında temel değişiklikler meydana gelir. İletişim aracı uzamda (belirli bir yerde) sabit bir iletişim şekli sunabileceği gibi birkaç yer arasındaki iletişimi sağlıyor da olabilir. Medya ayrıca, iletişimin anını sabitledikleri gibi, zamanlar arasındaki boşluğu kapatmamıza da yarayabilir.

Uzam ve zamanda sabitlenmiş iletişimden uzam ve zaman arasında köprü kuran iletişim şekline geçişimiz insanlığın tarihöncesi zamanlarında meydana gelen ilk iki iletişim devrimini tanımlamaktadır: uzak mesafelere duman, davul ve ateşle sinyal göndermek ve farklı yerler arasında köprü oluşturmak için elçiler göndermek. Daha sonraki nesillere da miras kalan işaretlerle çanakların üzerine ve mağaraların içine çizimler yapılarak da iletişimin zaman boyutu aşılmıştır.

Bir sonraki ve tahminen de en önemli yapısal iletişim devrimi insanların hem uzam hem de zamanın kısıtlamalarını aşmalarına olanak tanıyan yazının icadıdır. Yakın dönemde gerçekleşen ve bu kitabın da konusunu oluşturan iletişim devrimi de yapısal bir devrimdir. Bu devrim, uzam ve zamanda sabitlenmiş iletişim araçları ve bu boyutlar arasında köprü kuran iletişim araçları arasındaki ayırımın sonuna geldiğine işaret etmektedir. Sonuçta yeni medya her iki amaç için de kullanılabilir. Her ne kadar uzam ve zaman arasında köprü kurma amacı birincil amaç olsa da, yeni medya, örneğin bir elektronik kitap veya DVD'ye başvurulduğundaki gibi, çevrimdışı ortamlarda da kullanılabilir. Yeni medya İnternet, kişisel bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar ve elektronik kitap okuyucular gibi hem çevrimiçi hem de çevrimdışı iletişim araçlarından oluşmaktadır. Yeni medya iletim bağlantıları ve ayrı ayrı cihazlara da yüklenebilen (metin, veri, görüntü ve/veya sesle dolu) yapıp hafızaların bir bileşimidir.

Bu yüzden, bugüne kadar medya tarihini tanımlamaya yarayan uzam ve zaman arasında köprü kuran devrim şemasının dışına çıkılmasını gerektirmektedir (bknz Şekil 1.1). Yeni medyanın, hem belirli bir zamana ve uzama bağlı geleneksel sosyal çevrelerde hem de zaman ve uzam boyutunu birleştiren çevrimiçi ortamlarda kullanılan uygulamalarından oluşan bileşimi, bu iletişim araçlarının yapısal yeni özelliklerini ortaya çıkartmaktadır. Bu kitap bu bileşimin, yerel ölçekte yüz yüze iletişimin yerini yüz yüze olmayan iletişimin alması yerine, bu iki iletişim türü arasındaki verimli karşılıklı etkileşimin yeni medyanın en ümit vaat edici boyutunu oluşturduğunu ortaya koyacaktır.



ŞEKİL 1.1 Medya tarihinde iletişim devrimleri

Teknik bir iletişim devrimi

Teknik iletişim devriminde, bağlantılar, yapay hafızalar ve/veya hafızaların içeriğinin yeniden üretilmesi kökten bir değişim yaratmaktadır. Matbaanın icadı metnin çoğaltılması açısından bir devrimdi. On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında ise yeni bir devrim gerçekleşti. Bu devrim, kablo ve havadaki sinyaller aracılığıyla uzun mesafeli bağlantıların icat ve inşa edilmesi, (fotoğraf, film, gramofon kaydı ve ses kayıt bantları gibi) yeni analog yapay hafızaların ortaya çıkması ve (özellikle rotatif baskı makinesi gibi) yeni çoğaltma tekniklerine dayanan temelde teknik bir devrimdi. Burada niteliksel açıdan yeni olan şey ise ses/konuşma, metin/veri ve görüntülerin farklı kanallar ve uzak mesafeler üzerinden doğrudan transferi için iletişim araçlarının geliştirilmesiydi. Telg-

raf ve telefonun *icadı* on dokuzuncu yüzyıldan yirminci yüzyıla geçişten çok daha öncesine dayanmaktadır ve radyo ve televizyonun icadı ise bundan hemen birkaç sene sonra gerçekleşmiştir. Bu araçların *inovasyonu*, yani ilk defa kullanılabilir bir biçim kazanmaları 1890 ila 1925 arasında gerçekleşmiştir. *Kapsamlı bir biçimde topluma sunulmaları* ise ancak 50 sene sonra olmuştur. En yakın dönemde gerçekleşen teknik iletişim devrimi dijital yapay hafızalar ve dijital iletim ve reproduksiyon ile tanımlanmaktadır. Bu bağlamda da “dijital devrim” teriminin kullanımı uygun düşmektedir.

Güncel iletişimdeki gelişmeler de benzer bir motif izlemektedir. Buluşlar son elli sene içerisinde gerçekleşmiştir. İkinci Dünya Savaşından sonraki yıllarda, yoğun hesaplama makineleri veya veri tabanı işlemcileri görevini gören büyük anabilgisayarlar ve uydu telekomünikasyonu icat edilmiştir. Daha sonra, 1960’lardan başlayarak genel sembolik makineler olarak kullanılan daha küçük ancak daha güçlü bilgisayarlar piyasaya sürülmüştür. Bu bilgisayarlar enformasyonun etkileşimli işlenmesi ve iletişim için kullanılmaktadır ve giderek artan bir biçimde de ağlar içerisinde birbirlerine bağlanmışlardır.

Bu arada, kişisel bilgisayarlar, bilgisayar ağları, terminal donanımlar, programlar ve hizmetlerin birkaç neslinin piyasaya sürülmesiyle bu inovasyon aşamalarını geride bıraktık. Şu anda bu yenilikler tüm dünyada iş yerleri, okullar, evler ve kamu alanlarına girmeye devam etmektedir. Bu aşama da tahminen 2040 senesine kadar sürecektir.

İşte şimdi kilit soruyu yanıtlayabiliriz: mevcut yapısal ve teknik iletişim devriminde nitelik nasıl artmıştır? Bunun nedeni uzam ve zamanın önemli koordinatlarının önemsiz boyutlara indirgenmiş olması veya gerekli iletişim araçlarına erişime sahip olan herkesin birkaç saniye içerisinde dünyanın bambaşka bir ucunda yaşayan kişilerle iletişime geçmesinin mümkün olması değildir. Diğer bir deyişle bunun sorumlusu, popüler söylemi kullanırsak, “dünya küresel bir köye dönüştüğü” için değildir. Bu sadece, on dokuzuncu yüzyıldaki iletişim devrimiyle çoktan gerçekleşen uzam ve zaman eksenleri bazında gerçekleşen bir devrimi ifade edecektir. Hayır, şu anda gözlemlediğimiz devrimin özü, *bütünleşme* ve *etkileşim* gibi yapısal terimler ve yeni medyanın belirleyici özellikleri olarak *dijital kod* ve *hiper metin* gibi teknik terimlerle özetlenebilmektedir.

YENİ MEDYANIN ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde yeni medyayı üç özellik ile betimleyeceğim. Öncelikle yeni medyayı daha önceden açıklanan dört özelliğin bir bileşimi olarak sunan bir tanım yapacağım. Ardından, yeni medyanın kullanımında görülen tipik enformasyon ve iletişim motiflerini tartışacağım. Ve son olarak, iletişim kapasitesi adı verilen, yeni medyanın güçlü ve zayıf kullanım özelliklerini tanımlayacağım.

Bütünleşme veya yöndeşme

Yeni medyanın en önemli *yapısal* özelliği telekomünikasyon, veri iletimi ve kitle iletişimini tek bir ortamda birleştirmesidir. Bu yöndeşme sürecidir. Bu yüzden de yeni medyaya daha çok multimedya adı verilir. Entegrasyon ise aşağıda belirtilen bir veya birkaç seviyede gerçekleşebilir:

1. Altyapı – örneğin farklı iletim bağlantılarının ve donanımlarının telefon ve bilgisayar (veri) iletimi için birleştirilmesi;
2. Ulaşım – örneğin İnternet telefonu ve web TV'nin kablolu ve uydu televizyonlarda çalışması;
3. Yönetim – örneğin, telefon hattından faydalanan bir kablolu yayın şirketi ile kablolu televizyon hattından faydalanan bir telefon şirketinin her ikisinin de İnternet bağlantısı sunması;
4. Hizmetler – örneğin sosyal paylaşım sitelerinde irtibatlandırma hizmetleri ve pazarlamanın birleşmesi;
5. Veri türleri – ses, veri, metin ve görüntülerin bir araya getirilmesi.

Bu entegrasyon, telekomünikasyon, veri iletimi ve kitle iletişiminin ayrı ayrı anlamları yok olurken kademeli olarak iç içe geçmesine sebep olmuştur. Biz de, "multimedya," "geniş bant," "İnternet" veya "ağ" terimlerini kullanacağız. Bu terimlerin eninde sonunda "yeni medya" teriminin yerine kullanılmaya başlayacağını düşünmekteyiz.

Entegrasyon süreci iki adet devrimci teknik sayesinde ortaya çıkmıştır: