

SOZIALE MEDIEN UND TRADITIONELLE MEDIENKONFLIKTE: DIE FAKTEN

Prof. Dr. Sedat Cereci

Hatay Mustafa Kemal Universität Fakultät für Kommunikation 31001 Hatay,
scereci@mku.edu.tr. Orcid: 0000-0002-3763-6483

ZUSAMMENFASSUNG

Soziale Medien und traditionelle Medien stehen für unterschiedliche Ansätze. Die Monarchie ist definiert als die Staatsform, in der eine einzelne Person politischer Macht in Besitz ist und deren Verwaltung oft durch Erbschaft an Familienmitglieder weitergegeben wird. Die Monarchie hat ihre Bedeutung ebenso wie andere Konzepte mit der Moderne verändert und sich zu Werkzeugen moderner Designer entwickelt. Soziale Medien ist eines der beliebtesten Werkzeuge der modernen Zeit und wurde produziert, um Menschen, die unter modernen künstlichen Spannungen leiden, zu entlasten und zu unterhalten.

Moderne Strategen haben eine neue Ära entworfen und Sie produzieren neue Medien, um die Welt zu managen. Die attraktivsten und effektivsten Werkzeuge der neuen Medien sind die sozialen Medien verbreiten sich auf der ganzen Welt und alles ist unter Kontrolle. Die Hauptattraktion der Konsumkultur sind Spaßprodukte und Sie brachten alle Menschen zu sich und machten sie abhängig. soziale Medien verwandeln sich in einen Monarch, der die Welt regiert. Die meisten Menschen geben im täglichen Leben nicht auf soziale Medien auf. Das ist Angst.

Alle laufen mit einer Maske herum und alle Dinge werden im Make-up gemach tin modernen Zeiten. Medien sind die Hauptausbeutungswerkzeuge der Moderne und Technologie stärkt Medien und Social Media macht alle abhängig. Eine Periode traditioneller Werte führte das Leben und diese Zeit ist vorbei, dann haben sich moderne

Medien, die attraktiver und lustiger sind, überall ausgebreitet. Modern-Ära-Designer wolen es. Soziale Medien sind eine moderne, politische und systematische Frage.

Soziale Medien erfüllen die Kommunikations- und Unterhaltung Bedürfnisse der Menschen und Sie arbeiten in einem Netzwerk, das die ganze Welt umgibt. Menschen nutzen soziale Medien, um sich selbst zu ernähren. Wertschätzung macht Menschen immer glücklich. Social Media bietet viele Möglichkeiten zur Wertschätzung. Menschen suchen nach sozialen Medien, die sie in der Gesellschaft nicht finden können. Social Media ist eine Art von Zufriedenheit Medium. Personen, die im sozialen Umfeld nicht ausreichend zufrieden sind benutzen meistens soziale Medien. Social Media ist die einflussreichste Attraktion in der Moderne.

Schlüsselwörter: Soziale Medien, traditionelle Medien, Monarchie, moderne Zeit, Kommunikation.

EINTRAG

Die moderne Ära hat mit völlig neuen Ansätzen begonnen. In der modernen Zeit, benutzt fast jeder soziale Medien, aber es ist unwahrscheinlich zu sagen, dass jeder es richtig benutzt. Das richtige Konzept ist relativ, aber Allgemeine menschliche Werte bestimmen den richtigen (Hölig und Hasebrink, 2016: 547). Social Media wird für Kommunikationszwecke verwendet, aber manchmal gibt es unheilige oder brutale teilen. Traditionelle Medien haben selten skrupellose und brutale Veröffentlichungen gemacht. Traditionelle Medien werten menschliche Werte und traditionelle Medien wenden sehr viel Selbstzensur an (Raski, 2015: 254), (Kneuer ve Demmelhuber, 2012: 37). In diesem Sinne sind traditionelle Medien von sozialen Medien getrennt.

Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen werden als traditionelle Medien bezeichnet (Kübler, 2003: 14). Traditionelle Medien sind ein Werkzeug einer anderen Ära. Zu dieser Zeit haben die Leute der Idee mehr Aufmerksamkeit geschenkt als dem Geld. Humane Werte wurden zu dieser Zeit wichtig mit der Philosophie (Kertscher, 2015: 21). Die Grundlage der sozialen Struktur sind die spirituellen Werte. Jeder, der ein

Mensch ist, wird respektiert, zu dieser Zeit wurden ethnische Kulturen geschützt (Karmasin und Litschka, 2017: 377). Die Welt hat zweimal große Schlachten und Die Welt hat sich humanistischen Werten zugewandt nach großer Qual.

Traditionelle Medien verwendeten weniger Unterhaltung. Die Zeitungen zu dieser Zeit waren schwarz und weiß und weniger Fotos. Verbale Programme werden auch im Radio übertragen. Moralische Werte werden in Fernsehsendungen berücksichtigt (Rohs und Hofhues, 2018: 73). Im Allgemeinen respektieren Politiker und Geschäftsleute auch die Moral. Zu dieser Zeit wurden nationale und moralische Anliegen berücksichtigt. Die Medien auch haben menschliche Werte innerhalb des sozialen Ganzen berücksichtigt (Ammerer, 2016: 21), (Gronau, 2009: 347). Die Zeit, in der traditionelle Medien weit verbreitet sind, ist der Zeitraum, in dem auch traditionelle Werte gelten.

Die traditionellen Medien haben sich weiter von den Regierungen entfernt und Sie haben ihre Prinzipien nicht für ihre Interessen kompromittiert. Traditionelle Medien arbeiten in der Hierarchie und Sie sind zu Charakter Trägern mit auf Gesetz und Moral basierenden Prinzipien geworden (Buckens, 2017: 141). Traditionelle Medien haben manchmal finanzielle Schwierigkeiten, aber Sie haben niemals moralische und humane Werte kompromittiert. In den Jahren, in denen traditionelle Werte herrschten, lebten die Menschen unter bescheideneren Bedingungen und Die Medien haben die Nachrichten nicht übertrieben. Übertreibung ist ein Element der Moderne (Nolda, 2009: 7). Übertriebene Übertreibung nahm mit dem Verzicht auf Traditionen zu und Die Realität der Nachrichten wurde zweifelhaft.

Anziehung von Sozialen Medien

Die Gründer der Moderne verdrehten die Welt mit numerischen Netzwerken und Sie verbinden Menschen mit Netzwerken. Digitale Technologie ist in das Leben aller Menschen eingegangen und es schien ihre Arbeit zu erleichtern und Er fing an, diese Leute zu leiten. Etwa 5 Milliarden Menschen nutzen Handys in der Welt (statista.com, 2017), rund 2,1 Milliarden Menschen profitieren von Facebook Messenger. 3,7 Milliarden Menschen nutzen weltweit Postadressen und 4 Milliarden Menschen nutzen

das Internet (Cereci, 2018: 131). Fast jeder auf der Welt ist von sozialen Medien angezogen.

Menschen verlassen Tradition und traditionelle Werkzeuge zusammen mit der modernen Ära. Traditionelle Architektur, traditionelle Kleidung, traditionelle Zeremonien und andere sind vergessen. Mit den Reizen der Neuzeit begannen die Menschen, weniger Bücher und Zeitungen zu lesen, weniger zu plaudern. Die Moderne hat die Menschen viel mehr Spaß gemacht, vielleicht unnötige Möglichkeiten (Nave-Herz, 2003: 193). Die attraktiven Möglichkeiten der Digitaltechnik machen alle analogen Systeme obsolet.

Entwicklung von Methoden im Geschäfts- und Technologiemanagement, insbesondere bei der Erstellung von Informationen aus Daten, Daten- und Informationsverwaltung und -sicherheit, Analyse und Design von Informationssystemen, effektiver Einsatz von Informationssystemen in allen Unternehmensphasen, Management von Geschäftsressourcen und -technologien, Marketing, Geschäfts- / Prozessanalyse und Managementinformationssysteme, die das (Informations-) Systemdesign abdecken, werden in allen Phasen der Medienproduktion eingesetzt (Andrews und Boyne, 2010, 449). Medienorganisationen, die eine Art Informationsverarbeitungsinstitution darstellen, bieten das dynamischste Beispiel für die Verwendung von Managementinformationssystemen.

Soziale Medien bieten Informationen für Menschen aus unbekanntem Welten und Sie bringen viele Neuigkeiten. Soziale Medien bietet jedoch die aktuellste Kommunikation. Menschen können jederzeit über soziale Medien kommunizieren. Das ist eine große Revolution in der Technologiesgeschichte (Leiner, 2012: 121). Soziale Medien haben die Lebensstile, Gewohnheiten und Ansätze der Menschen verändert.

Die Entwicklung der Technologie hat die Arbeit der Menschen erleichtert. Werkzeuge fingen an, im Geschäft und im täglichen Leben zu arbeiten. In modernen Verhältnissen hatten die Menschen mehr Zeit sich zu entspannen und Spaß zu haben. Soziale Medien sind die am besten geeigneten Tools für aktuelle Bedingungen (Rüdiger, 2017: 11), (Teece, 2010: 177). Aber aufgrund veränderter Umstände konnten die Menschen in modernen Zeiten nicht viel Zeit für Kommunikation und soziale Aktivitäten

aufwenden. Technologie bietet den Menschen Bequemlichkeit, aber Technologie hat menschliche Beziehungen reduziert (Sassenberg ud., 2017: 25), (Castells, 2010: 492). Aber die sozialen Medien sind mit Inhalten entstanden, die alle Bedürfnisse der Menschen erfüllen.

Menschen fühlen sich durch soziale Medien als Teil der Gesellschaft, verfolgen aktuelle Ereignisse und Ereignisse über soziale Medien. Menschen kommunizieren miteinander über die Möglichkeiten von Social Media und brauchen keine anderen Mittel und Wege (Kerres und Preußler, 2017: 30). Social Media bietet die Kommunikation und Unterhaltung, die Menschen im täglichen Leben brauchen. Menschen greifen meist auf soziale Medien zurück, um ihre Gefühle der Wertschätzung und Wertschätzung zu befriedigen (Looser, 2011: 218). In gewisser Weise bedeutet Soziale Medien sowohl virtuellen Konsum als auch physischen Konsum, der die Menschen in der heutigen Zeit glücklich macht.

Die moderne Designstrategie zwang die Menschen, soziale Medien für mehr Konsum zu nutzen (Zehetmair, 2013: 58), (Hohlfeld und Godulla, 2015: 28). Die Moderne ist das Zeitalter, in dem die Konsumkultur dominiert. Es gibt sehr attraktive Werkzeuge für den Konsum. Besitzer von Kapital verdienen viel Geld durch Konsum. Ihre effizientesten Mittel der sozialen Medien (Schneider und Zenhäuser, 2017: 49). Im Gegensatz zu traditionellen Medien haben soziale Medien eher geheime und politische Ziele.

Social Media ist faszinierend für Menschen (Butz, 2015: 1). Menschen nutzen soziale Medien, um den Problemen der realen Welt zu entkommen (Tippelt und Kupferschmitt, 2015: 449). Aber soziale Medien schaffen andere Probleme.

Schlussbetrachtungen

Social Media sind die am häufigsten verwendeten Werkzeuge in der heutigen Zeit. Nach der industriellen Revolution wurden verschiedene Techniken entwickelt und traditionelle Techniken wurden aufgegeben. Die Welt traf mit der Moderne auf neue Technologien. Die Digitaltechnik ist die großartigste Entdeckung der Moderne. Die

neuen Medien, die die Aufmerksamkeit der ganzen Welt auf sich ziehen, sind das Produkt der digitalen Technologie. Die gebräuchlichsten Werkzeuge der neuen Medien sind soziale Medien.

Soziale Medien bestehen aus attraktiven und unterhaltsamen Kommunikationsmitteln unter einer großen Anzahl von Menschen, die eine Umgebung für den Austausch persönlicher Nachrichten schaffen. In der Tat sind soziale Medien Spaß-entworfenen Fahrzeuge, die entworfen sind, um den Verbrauch des modernen Lebens zu erhöhen. Menschen, die in der Moderne in einer hochrhythmischen Lebensweise gelebt haben, sind gezwungen, auch soziale Medien zu nutzen. Denn Soziale Medien ist ein dominierendes Element des Designs der Moderne.

Entgegen dem reinen und unschuldigen Charakter der traditionellen Medien sind moderne soziale Medien auf das Geheimnisvolle ausgelegt. In der modernen Zeit hat die Freizeit zugenommen und die Menschen haben mehr Spaß. Soziale Medien ist auch das wichtigste Freizeitmittel. Es zieht Menschen mit großartigem Spaß an. Traditionelle Medien haben für die Berichterstattung und den Informationstransfer gearbeitet. Die ernste und würdevolle Herangehensweise der traditionellen Medien findet sich in den modernen Medien nicht. Soziale Medien steuern und verwalten Menschen.

Ressourcen

Ammerer, H. (2016). Zum demokratiebildenden Umgang mit Werten, Normen und Gesetzen in jungen Lernaltern. *Informationen zur Politischen Bildung*, 39: 16-25.

Andrews, R. und Boyne, G. A. (2010). Capacity, Leadership, and Organizational Performance: Testing the Black Box Model of Public Management. *Public Administration Review*, 70 (3): 443-454.

Buckens, T. (2017). *Belgien in der Deutschen Presse: Ein ‚Failed State‘? Eine Framing-Studie von Belgien in der Berichterstattung nach den Terroristischen Anschlägen in Paris und Brüssel*. Gent: Universiteit Gent.

Butz, R. (2015). Social Media – Fluch oder Segen? *Informatik*, 4: 1-2.

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. 2. Baskı. Suusex: Blackwell Publishing.

Cereci, S. (2018). Soziale Medien und die Welt der Lüge. *Broadcasterinfo*, 158: 130-131.

Gronau, N. (2009). *Anwendungen und Systeme für das Wissensmanagement: Ein Aktueller Unberblick*. Berlin: Verlag.

Hohlfeld, R. und Godulla, A. (2015). *Das Phänomen der Sozialen Medien*. Berlin: Springer.

Hölig, V. S. und Hasebrink, U. (2016). Nachrichtennutzung über soziale Medien im internationalen Vergleich. *Media Perspektiven*, 11: 534-548.

Karmasin, M. und Litschka, M. (2017). *Medienethik als Wirtschaftsethik medialer Kommunikation? Möglichkeiten und Grenzen der Integration zweier aktueller Bereichsethiken*. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing.

Kerres, M. und Preußler, A. (2017). Soziale Medien und Web 2.0 Möglichkeiten für die Erwachsenenbildung. *Die Magazin Thema Forum*, II: 28-30.

Kertscher, J. (2015). Die Unterscheidung zwischen Tatsachen und Werten im Lichte eines undogmatischen Naturalismus. *Ethik und Gesellschaft*, 1: 1-26.

Kneuer, M. und Demmelhuber, T. (2012). Die Bedeutung Neuer Medien für die Demokratieentwicklung. *Printquelle: Medien und Politik*, 35: 30.38.

Kübler, H. D. (2003). *Medien- und Massenkommunikation: Begriffe und Modelle*. http://lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/kuebler_begriffe/kuebler_begriffe.pdf. 29.06.2018.

Leiner, D. J. (2012). Der Nutzen sozialer Online-Netzwerke. Aufwachsen in sozialen Netzwerken. Chancen und Gefahren von Netzgemeinschaften aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive, Chapter: Der Nutzen sozialer Online-Netzwerke, Publisher: Kopaed, Editors: Ulrich Dittler, Michael Hoyer, 111–128.

Looser, D. (2011). Soziale Beziehungen und Leistungsmotivation. Bewertungen: Budrich UniPress Ltd.

Nave-herz, R. (2003). Familie zwischen Tradition und Moderne. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg.

Nolda, S. (2009). Eine Frage der Macht Populäre Medien und Erwachsenenbildung. Ausgabe, 6: 1-10.

Raski, B. (2015). *Selbstregulation und Selbstmanagement im Lernprozess nicht-traditionell Studierender*. Hagen: FernUniversität.

Rohs, M. S. und Hofhues, S. (2018). Zurück in die Zukunft Anforderungen an Medienbildung in der Aus-und Weiterbildung von Lehrpersonen am Beispiel eines Praxis-und Entwicklungsprojekts. *MedienPädagogik*, 31: 58–77.

Rüdiger, T. G. (2017). Soziale Medien - Anbruch Eines Neuen Zeitalters Polizeilicher Arbeit? *Der Kriminalist*, 1-2: 2-12.

Sassenberg, K. und Kimmerle, J. und Utz, S. und Cress, U. (2017). Soziale Beziehungen und Gruppen im Internet. Enzyklopädie der Psychologie. Serie VI: Sozialpsychologie, Chapter: Soziale Beziehungen und Gruppen im Internet, Redakteure: H.W. Bierhoff, D. Frey, Göttingen: Hogrefe, Statista (2017). <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>, 1-32.

Schneider, Y. und Zenhäuser, P. (2017). Struktur der Medienmärkte bei vollständig digitalem Konsum. *Polynomics*, 13: 1-57.

Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43: 172-194.

Tippelt, F. und Kupferschmitt, T. (2015). Social Web: Ausdifferenzierung der Nutzung – Potenziale für Medienanbieter. *Media Perspektiven*, 10: 442-452.

Zehetmair, H. (2013). *Wie Verändern Internet und Soziale Medien Die Politik?* München: Hanns-Seidel-Stiftung e.V.