



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
27 NİSAN 2026 PAZARTESİ

ARAŞTIRMA-1

» **Türkiye Ekonomisinde Haftalık Gelişmeler ve Genel Görünüm 24.04.2026**

“2026 Yılı Kamu Yatırım Programı Yıl İçi İşlemlerinin Uygulanması ve İzlenmesi Hakkında Genelge (Sıra No: 1) için lütfen **tıklayınız.**

Kaynak: T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı

ARAŞTIRMA-2

“Gümrük ve Dış Ticaret Mevzuatı Açısından Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları”

<https://ito.org.tr/tr/etkinlikler/detay/gumruk-ve-dis-ticaret-mevzuati-acisindan-fikri-ve-sinai-mulkiyet-haklari?webview=>

“İTOSAM Haftalık Ekonomi Bülteni - (24 Nisan 2026)”

<https://itosam.org.tr/uploads/publications/pdfs/68693fe119fa4d749fae0d50b9de7a1a.pdf>

Kaynak: İTO

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-3

"Hizmet, Perakende Ticaret ve İnşaat Güven Endeksleri, Nisan 2026"
Güven endeksi hizmet sektöründe %3,1 azaldı, perakende ticaret sektöründe %1,8 azaldı, inşaat sektöründe %3,6 arttı.

<https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58153>

Kaynak: TÜİK

ARAŞTIRMA-4

"Üçüz Dönüşüm Zirvesi: Tehditler ve Fırsatlar"

<https://www.iso.org.tr/duyurular/genel-duyurular/ucuz-donusum-zirvesi-tehditler-ve-firsatlar/>

"ENHANCER PRO Start-Up (Girişimcilik) Hibe Programı"

<https://www.iso.org.tr/duyurular/genel-duyurular/enhancer-pro-startup-girisimcilik-hibe-programi/>

Kaynak: İSO

ARAŞTIRMA-5

"Mayıs 2026 Elektronik Sohbet Toplantıları" duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://tim.org.tr/tr/mayis-2026-elektronik-sohbet-toplantilari> linkini tıklayınız.

Kaynak: TİM

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-6

“İhracat İçin Dijital Pazarlama ve E-İhracatın Temelleri Ücretsiz Zoom Video Konferansı – (30 Nisan 2026 Perşembe / Saat 13:30)” duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://www.iib.org.tr/iib-genel-sekreterligi-cevrimici-egitimleri-1777033022254> linkini tıklayınız

Kaynak: İstanbul İhracatçı Birlikleri

ARAŞTIRMA-7

“Kim Daha Uzun Süre Dayanabilir?” yazısına ulaşmak için lütfen

<https://www.setav.org/kim-daha-uzun-sure-dayanabilir> linkini tıklayınız.

Kaynak: SETA

ARAŞTIRMA-8

“Sosyal Medya Artık Sizi Sizden İyi Tanıyor?”

Sosyal medya artık sadece bir platform değil; bir yapay zekâ makinesi. 2026 itibarıyla milyarlarca insanın kullandığı bu platformlar, sadece içerik göstermiyor—düşünce, dikkat ve davranış şekillendiriyor. Facebook, Instagram ve TikTok gibi devler artık sosyal medya şirketi değil; yapay zekâ şirketi.

Rakamlar bu dönüşümün hızını net gösteriyor. Meta'nın 2026 yılında yapay zekâ yatırımlarını 115–135 milyar dolar seviyesine çıkarması bekleniyor . Sadece reklam tarafında bile AI destekli sistemlerin 2026'da yüzde 60'ın üzerinde büyümesi öngörülüyor . Bu artık bir trend değil; bir yapısal kırılma.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Sosyal Medya Nasıl Değişti?

Bugün TikTok'un "For You" sayfası, Instagram Reels veya YouTube önerileri klasik algoritmalarla değil, derin öğrenme modelleriyle çalışıyor. Kullanıcı neyi beğendi sorusu artık yeterli değil. Sistemler şunu soruyor: "Bu kullanıcı şu anda ne hissediyor ve neye tepki verecek?" Bu yüzden sosyal medya deneyimi daha hızlı, daha bağımlılık yaratan ve daha kişisel. Ama aynı zamanda daha kontrolsüz hâle geliyor.

Yeni nesil yapay zekâ araçları içerik üretimini radikal biçimde değiştirdi. Örneğin, Creatify gibi platformlar, sadece bir ürün linki girerek saniyeler içinde TikTok veya Instagram'a hazır video reklam üretebiliyor. Meta'nın yeni yapay zekâ video akışı "Vibes" gibi uygulamalar ise kullanıcıların sıfırdan içerik üretmeden, yapay zekâ ile video yaratmasına imkân tanıyor .

Artık içerik üretmek daha ucuz, daha erişilebilir ve aynı zamanda daha sentetik.

Bilinmeyen Yeni Dünya: Yapay Zekâ Sosyal Medya

Asıl çarpıcı gelişme ise henüz ana akım olmayan platformlarda yaşanıyor. 2026'da ortaya çıkan AI-to-AI sosyal medya platformları, yani insanların değil, yapay zekâların birbirleriyle iletişim kurduğu ağlar gündeme gelmeye başladı.

Bunun en ilginç örneklerinden biri: Moltbook

Bu platformda içerikleri insanlar değil, yapay zekâ ajanları üretiyor ve tartışıyor . İnsanlar sadece izleyici. Bu, sosyal medyanın geleceğine dair radikal bir soruyu gündeme getiriyor: Yarın sosyal medya insanlar için mi, yoksa yapay zekâlar için mi olacak?

Riskler: Kontrol Kimde?

Bu dönüşümün karanlık tarafı da büyüyor. Araştırmalar, yapay zekâ destekli içeriklerin hızla yayılmasıyla birlikte:

- Yanlış bilgi üretimi
- Algoritmik manipülasyon
- Dijital bağımlılık

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



gibi risklerin arttığını gösteriyor.

Üstelik kullanıcıların büyük bölümü, karşısına çıkan içeriğin neden orada olduğunu hâlâ tam olarak bilmiyor. Bu da sosyal medyayı sadece bir içerik platformu değil, bir algı yönetim aracı hâline getiriyor.

World Economic Forum'un son çalışmalarına göre, yapay zekâ destekli içerik sistemleri kullanıcı deneyimini artırırken, aynı zamanda yanlış bilgi ve manipülasyon riskini de büyütüyor. Kullanıcılar çoğu zaman karşlarına çıkan içeriğin neden orada olduğunu bilmiyor.

Bu da sosyal medyayı sadece bir iletişim aracı olmaktan çıkarıp, bir algı ve dikkat yönetimi mekanizmasına dönüştürüyor.

Yöneticiler Ne Yapmalı?

Bu yeni düzende liderler için kritik üç alan öne çıkıyor:

- **Şeffaflık:** Yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin açıkça belirtilmesi
- **Yetkinlik:** Kurum içinde yapay zekâ okuryazarlığının artırılması
- **Kontrol:** Algoritmik kararların etik çerçevede denetlenmesi

Gelecek: Sosyal Medya mı, Yapay Zekâ Asistanı mı?

Sosyal medya platformları üç yönde evrilmeye başladı. Kişisel yapay zekâ asistanlarına dönüştüğü, bazı platformlarda içerik üretiminin tamamen otomatikleştiği, insan–yapay zekâ etkileşiminin insan–insan etkileşiminin önüne geçmeye başladığı.

Sosyal medya artık bir paylaşım alanı değil; bir davranış mühendisliği sistemi.

Peki asıl soru şu: Sosyal medyada gördükleriniz gerçekten sizin tercihleriniz mi yoksa sizin yerinize karar veren bir yapay zekânın seçimi mi?

Kaynak: HBR Türkiye

Not: Lütfen detaylar için kırmızı yazıların üzerini tıklayınız.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com