



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Millî Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

Sosyal Medyanın İletişimde Artan Rolü

Prof. Dr. Nükhet VARDAR

Bilgi ve İletişim Sektörü Paneli

UTMK 3. Büyük Buluşma
Antalya - 5 Kasım 2016



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

UNESCO Bilgi ve İletişim Ana Temaları

- Bilgi toplumunun temel yapı taşı ifade özgürlüğü
- UNESCO'nun bilgi ve iletişim alanında belirlediği ana temalardan biri
- Bilgi toplumunun diğer bileşikleri ise en genel hatlarıyla:
 - Bilgiye evrensel erişim,
 - Kültürel ve dilsel çeşitliliğe saygı,
 - Herkes için kaliteli eğitim, olarak kabul edilmiştir.



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu

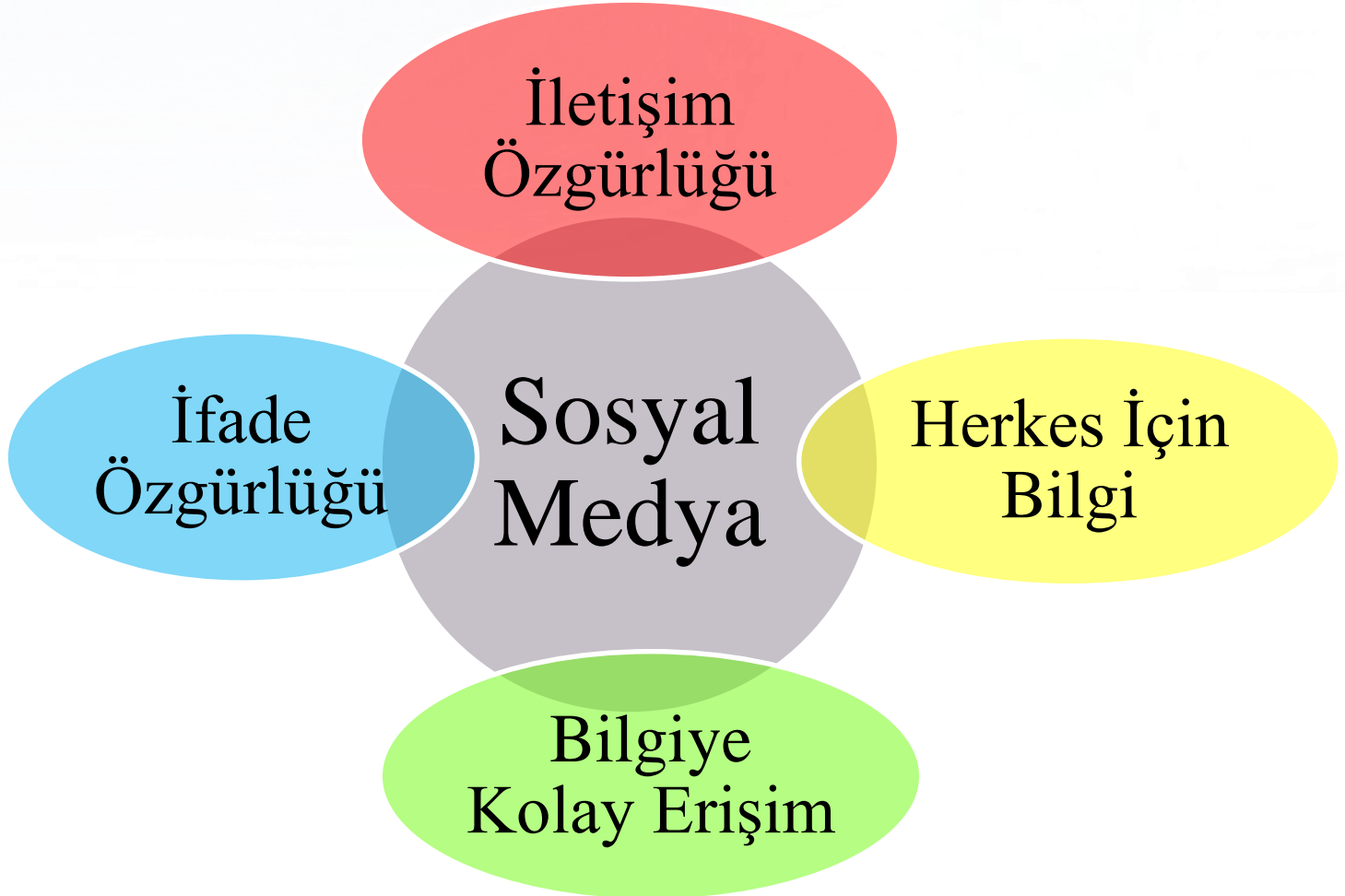


UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

UNESCO'nun İletişim Öncelikleri ve Sosyal Medya





Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

Sosyal konularda toplumun görüşlerinin zamanla bir uçtan diğerine salındığına tanık oluruz



**Hiçbir şey ne %100 iyidir, ne de %100 kötü.
Sarkaç, ortada dengeye geldiğinde optimal noktaya erişilmiş olur.**



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Millî Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

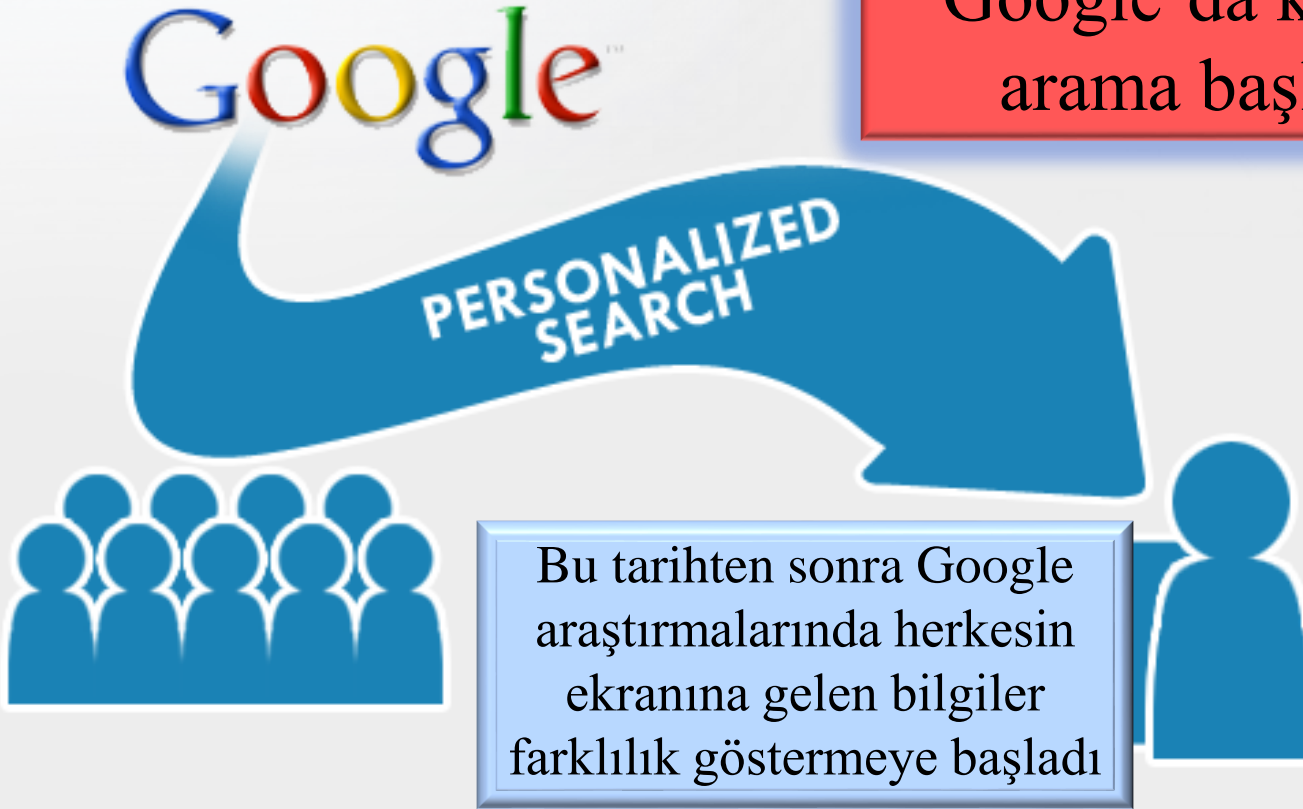
Internet ve Sosyal Medya

- Internet bilgiye erişimi kolaylaştırdı
- Dileyen herkesin fark gözetmeksizin bilgiye erişebilmesini mümkün kıldı
- Kişilerin farklı, hatta çoğu zaman birbiriyle çelişen görüşlerle karşılaşmasını sağladı
- Bilgiye erişmede neredeyse tüm sınırları kaldırdı
- Artık bilgiye erişmek değil, ihtiyacımız olan ve doğru bilgiye erişmek sorun olmaya başlamıştı



İnternette Kişiselleşme

4 Aralık 2009'da
Google'da kişisel
arama başladı



Yaklaşık 200.000.000 sonuç bulundu (0,37 saniye)

Marka Tescil - Kaliteli ve Güvenilir Hizmet - marpatas.com.tr

Reklam www.marpatas.com.tr/marka-tescil

Patent, **Marka** Tescilinde 30 Yıllık Tecrübe ile Sizlere En İyi Hizmeti Sağlıyoruz

[Marka Tescil](#)

[Patent İşlemleri](#)

[İletişim](#)

M.A.R.K.A

www.marka.com/

Firma profili, **marka** ve pazarlama danışmanlığı hizmetleri, yapılmış çalışmalar, duyurular ve iletişim bilgileri yer almaktadır.

[Müşterilerimiz](#) · [Klasikler](#) · [İletişim](#) · [Yayınlarımız](#)

Marka - Türk Patent Enstitüsü

www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/onlinehelp/onlineMarka

Kimlik numarası ya da vergi numarası girişiyle **marka** yayına itiraz, karara itiraz evraklarını görüntüleyip bilgisayarınıza indirebilirsiniz. E-imza ya da mobil imza ...

Marka araştırma - Türk Patent Enstitüsü

online.tpe.gov.tr/

Yayına çıkmamış **marka** başvurularının başvuru sahibi bilgilerini görüntüleyemezsiniz. Yayına çıkmamış patent ve tasarım başvurularını görüntüleyemezsiniz.

Marka Gıda

markagida.com/

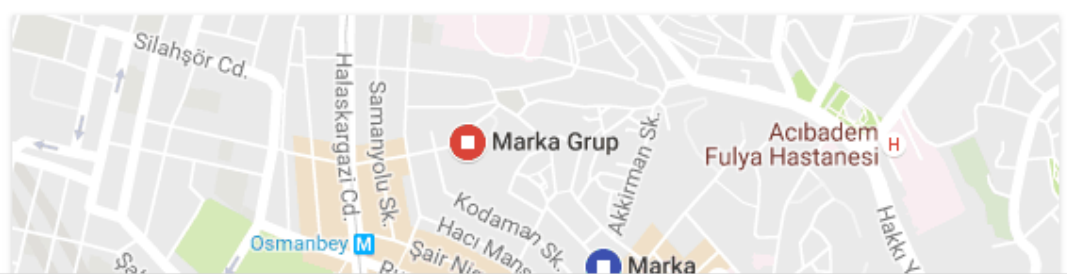
All Images Maps Videos News More Search tools

About 201,000,000 results (0.46 seconds)

Marka - Türk Patent Enstitüsü OK Norton
www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/.../onlineMarka Translate this page
Kimlik numarası ya da vergi numarası girişiyle **marka** yayına itiraz, karara itiraz evraklarını görüntüleyip bilgisayarınıza indirebilirsiniz. E-imza ya da mobil imza ...

Marka Mevzuatı - Türk Patent Enstitüsü OK Norton
www.tpe.gov.tr/.../laws/informationDetail?id=102 Translate this page
ULUSAL. Kısa Adı, Açıklaması, Doküman. **Marka** KHK, 556 Sayılı **Markaların** Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname. **Marka** Yönetmelik, 556 Sayılı ...

Marka İşlem Ücretleri - Türk Patent Enstitüsü OK Norton
www.tpe.gov.tr/.../fees/informationDetail?id=101 Translate this page
Hesap Kodları, Hizmet Adları, Fiziki Evrak ile Yapılan Taleplere İlişkin Ücretler, Online Yapılan Taleplere İlişkin Ücretler. 02.01.01, Tek Sınıflı **Marka** Başvuru ...



İnternette Kişiselleşme

İnternet önceleri bize tüm bilgileri sunabilen bir derya iken;
geldiğimiz noktada herkes giderek daha fazla sadece kendi penceresinden dünyaya bakmaya başladı...



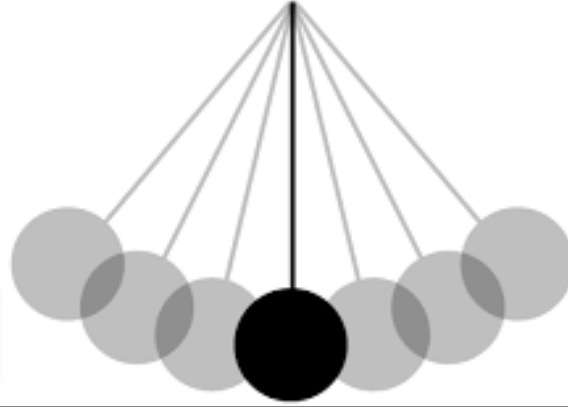


UNESCO Türkiye Millî Komisyonu

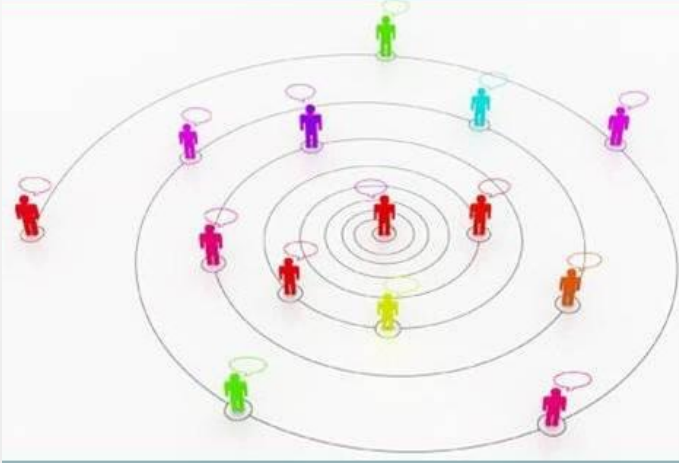
Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu

İnternette Kişiselleşme

Dünya oturma odamızda



2009'dan sonra giderek
bize benzeyenlerle
çevrili bir dünya





Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu

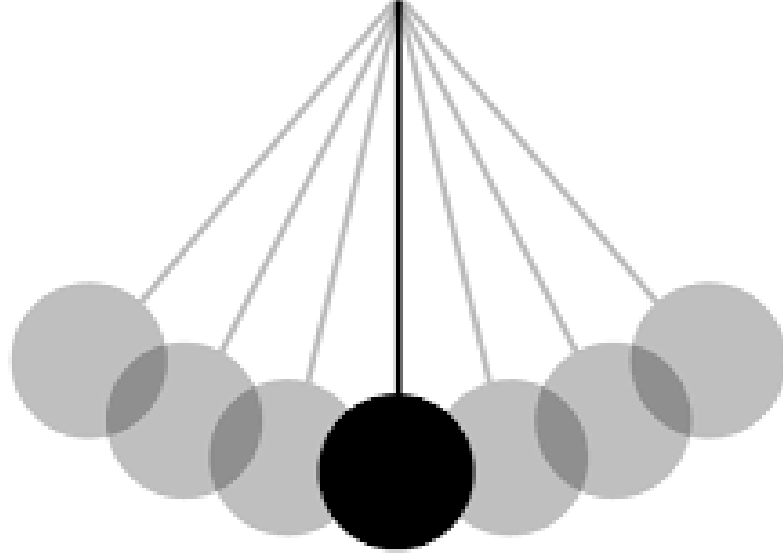


UNESCO
Türkiye
Millî Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

Sosyal Medya ve Barındırdığı İkilem



**Her Şeyin
Paylaşıldığı
Nokta**

**Sarkaç Bir Kez Saha
Salınmakta...**

**Kiminle?
Bizi "Like" Edenlerle!**



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu

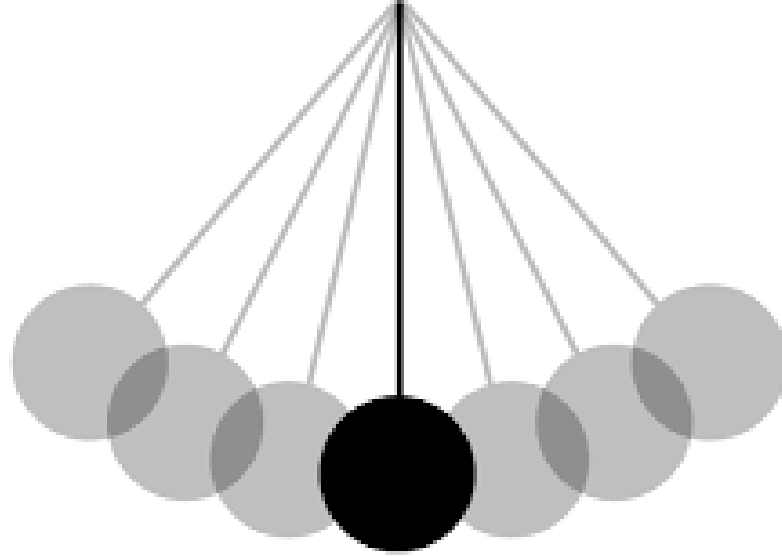


UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

“Sanal Gerçeklğe” Doğru...



**Sarkaç Bir Kez Saha
Salınmakta...**

- Yediğimiz yemek
- Bugün giydiğimiz ayakkabı
- Oturma odamız
- Kedimiz...



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

Sosyal Medya ve Bireysel Hücreler

- ❑ Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle kendi sınırlı dünyalarımıza daha da fazla hapsolmaya başladık
- ❑ Esasında “paylaş”tıkça, kendi dünyalarımız daha da daralıyordu
- ❑ Çünkü artık “arkadaş”larımızın beğeni ve tercihleri de bizim hakkımızda bilgi veriyordu
- ❑ Giderek daha fazla sayıda kullandığımız ekrandan çevremizdeki kişilerin gündemlerini takip eder olmuştuk
- ❑ Yani bilgi alacağımız çember genişleyeceğine, ne yazık ki giderek daralmakta...



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

“Sanal Gerçeklik” Üzerine...

“Kapınızın önünde ölmüş bir sincap, Afrika’da ölmekte olan insanlara göre hayatınızın daha önemli bir parçası haline gelebilmekte.”

Mark Zuckerberg

Facebook Kurucusu



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

Sosyal Medya Üzerine Düşünceler

Sosyolog Zygmunt Bauman çağımızın paradoksunu kısaca şöyle açıklamaktadır

“Hiç bu kadar özgür olmamıştık. Ama aynı zamanda hiç bu kadar aciz de hissetmemiştik.”

VIDEO



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Millî Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

Sosyal Medya Üzerine İki Çalışma

❑ *Habercilerin sosyal medya alışkanlıkları**

❑ Meslekte daha az tecrübeli olanlar haber toplarken sosyal medya araçlarını daha fazla kullanıyorlar. Bu veri, gelecekte haberciliğin farklı bir yöne kayacağıının ilk işaretlerinden

❑ *Gençliğin haber alma alışkanlıkları* **

❑ Nisan 2013'te Boston maratonundaki bombalamadan sonra yapılan araştırmada, deneklerin %52'sinin genelde haberleri Twitter'dan aldıklarını, bunların %41'sinin daha sonra gazete websitelerinden ek bilgi aldığını göstermiştir.

❑ Twitter'dan sonra gelen ikinci büyük kaynak %10 ile “arkadaş” olmuştur.

*T.L. Gillis ve K. Johnson, "Younger Journalists More Likely to Use Social Media," *Newspaper Research Journal*, 2015, Vol. 36(2), 184-196.

**E.D. Tandoc Jr., E. Johnston, "Most Students Get Breaking News First From Twitter", *Newspaper Research Journal*, 2016 Vol. 37(2), 153-166.



Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Milli Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

**Belli ki sosyal medyada sarkacın henüz dengeye gelmesi için
önümüzde epey uzun bir yol var...**





Birleşmiş Milletler
Eğitim, Bilim ve Kültür
Kurumu



UNESCO
Türkiye
Millî Komisyonu



Sürdürülebilir
Kalkınma
Hedefleri

Teşekkürlerimizle