1. Sanayi Devrimleri

ENDÜSTRİ 1.0:

Aletli üretim yerine, makine üretimine geçildi. Fabrikalar gibi büyük üretim ortamlarına geçilen bir dönemdir. İnsan gücü yerini makinelere bırakmaya başlamıştır.

ENDÜSTRİ 2.0:

Demiryolları gelişmiş, ticaret ivme kazanmış, petrol ile birlikte otomotiv sektörü gelişmiş, seri üretim bantları ortaya çıkmıştır. Elektrik santrallerinin kurulması ve elektriğin bir yerden başka bir yere taşınabilmesi ile beraber buhar motorları yerine elektrik motorları kullanılmaya başlanmıştır.

ENDÜSTRİ 3.0:

Bu dönemin baş aktörü yarı iletkenlerin (silisyum, germanyum, selenyum) kullanılmaya başlanması ile elektronik devrelerinin ve bilgisayarın icadıdır. Bilgisayar ile birlikte tasarım ve üretim süreci hızlanmış ve kalite artmıştır. Bilgisayar ile birlikte IT sektörü de doğurmuştur. İnternet ve e-ticaretin gelişmesi ile üretici ile tüketici doğrudan iletişime geçmiştir. Lojistik, önemli bir sektör haline gelmiştir. Toplumda İnternet ve sosyal ağlar  ile tüketim hızı çok fazla artmıştır.

ENDÜSTRİ 4.0:

Canlı-cansız her nesnenin internete bağlanarak diğer nesnelerle iletişime ve etkileşime geçebildiği akıllı üretim dönemidir. Birbiriyle haberleşebilen, ortamı algılayabilen ve veri analizi yaparak ihtiyaçları fark edebilen robotlarla üretim yapılmaktadır.

İnternetin, sanal gerçeklik platformlarına dönüşeceği, çeşitli sensörlerle insanların bu platformlara bağlanarak hizmet veya ürün alabileceği bir ortam haline gelecek. Böyle bir ortamda siber güvenlik hiç olmadığı kadar ihtiyaç duyulan bir hizmet sektörü haline gelecek.

Web Devrimleri

2. Web Devrimleri

Web 1.0

1990 ların başında adını duyuran internetin hayatımıza girdiği ve yaygınlaştığı yıllarda sadece tek yönlü iletişimin olduğu bir ortamdı web. Sadece web sitelerine girip bilgi aldığımız, gözlemlediğimiz ancak katkı sunamadığımız tek yönlü bir iletişim bir ortamıydı. Aslında sanal bir kütüphaneydi. Bu dönem için «read-only web» kavramı da kullanılır

Web 2.0

2004 yılında adını duyuran, kullanıcıların içerik üretimine katkı sundukları ve paylaşım yapabildikleri çift yönlü bir iletişim ortamıydı. Kullanıcılar bu dönemde sadece gözlemlemekle kalmadı, paylaşımlar yaparak karşılıklı iletişim kurdular. Bu sebeple ismi sosyal web olarak anılmaktadır. User-generated content. Bu dönemde sosyal medya da öne çıkmış, Facebook, Youtube, Instagram uygulamaları bu dönemde doğmuştur. Bu dönem aynı zamanda kullanıcının «ürün» olduğu bir dönemdir.  «If you don’t pay the product, you are product»

Bu dönemin başında elde edilen big data nın, veri madenciliği, makine öğrenmesi i ve yapay zeka yaklaşımları ile analiz edilebildiği ve anlamlandırılabildiği bir dönemdir.  Kullanıcının eğilimleri ve istekleri doğrultusunda yapılan çıkarımlarla kişiye özel içerik oluşturulmuştur. Özellikle arama platformlarında farklı kullanıcıların yaptığı aynı aramalarda sonuçlar bile kişiye özel gelmektedir. Sosyal medya platformları kişinin eğilimlerini tespit edip ona uygun önermeler yapmaktadır.

Reklam ve pazarlama dünyasında da devrim yaşadığı bir dönemdir. Kullanıcılardan alınan hassas bilgiler sayesinde kişiye özel hazırlanan reklamlar gösterilmeye başlanmıştır.

Web 3.0

Web 2.0 da özellikle sosyal ağlarda merkeziyetçi bir yapı bulunmaktadır. Bu yapıya bağlı tüm kullanıcıların bilgileri merkezi sunuculardan geçer. Bu sunucular kendilerini gelen datayı saklarlar. Kullanıcı sözleşmeleri gereği bu datanın kullanımı konusunda neredeyse sınırsız hakları bulunmaktadır. Bu bilgilerin saklanmasından dolayı ortaya hem güvenlik hem de etik sorunlar çıkmaktadır. Web3.0 bu merkeziyetçi yapıya bir son vererek pear-to-pear iletişimi esas almaktadır. Bu yapı daha fazla mahremiyet, güvenlik ve özgürlük anlamına gelmektedir. Tekelleşmeyi büyük ölçüde bitireceği düşünülmektedir. Özellikle blockchain uygulamaların yaygınlaşması ile veriler daha güvenli bir şekilde tutulacaktır.