

# DIJİTAL KÖLELİĞİN SIRLARI

Erkan Terzi



# Dijital Köleliğin Sırları

Erkan Terzi

Genel Yayın Numarası: 391  
ISBN: 978-605-72653-5-7  
1. Basım, Mayıs 2023

EFLATUN Basım Dağıtım Yayıncılık Danışmanlık Yatırım ve Tic. Ltd. Şti.©2023  
Efil©2023

Bu kitabın tüm hakları saklıdır.  
Herhangi bir şekil ya da yöntemle çoğaltılamaz.  
Sertifika No: 45550

**Genel Yayın Yönetmeni:** Serenay Dıraz  
**Grafik Tasarım:** Ferhat Önder  
**Kapak Tasarım:** Erkan Terzi, İsmet Kale

**Baskı ve Cilt:**  
Meteksan Matbaacılık ve Teknik Sanayi Ticaret Anonim Şirketi  
Beytepe Köy Yolu No.3 Bilkent, Çankaya/Ankara  
Telefon: 0312 266 44 10  
Sertifika Nu.: 46519

 **EFİL YAYINEVİ**

EFLATUN Basım Dağıtım Yayıncılık Danışmanlık Yatırım ve Tic. Ltd. Şti.  
Bağcılar Mahallesi Şemsettin Günaltay Caddesi 283. Sokak Ata Apartmanı  
No: 9/7 06670 Çankaya/Ankara Türkiye  
Tel : (+90) 312 442 52 10  
GSM : (+90) 530 108 99 76 Faks : (+90) 312 442 52 12

[www.efilyayinevi.com](http://www.efilyayinevi.com) • [instagram.com/efilyayinevi](https://www.instagram.com/efilyayinevi) • [twitter.com/efilyayinevi](https://twitter.com/efilyayinevi)

**Ruhlarımıza İşlenen**  
**DİJİTAL KÖLELİĞİN SIRLARI**

Sizin için oynanan oyunların  
farkına varma zamanı geldi!

$$2 + 0 + 2 = 3$$

Erkan Terzi



# İÇİNDEKİLER

Dijital Yalanlar .....	14
Şirketler Müşteriden Veri Elde Etmenin Neresinde?....	19
Çocuklarımızı Uygulamalardan Ne Kadar Uzakta Tutabiliriz? .....	26
Çocuklarda Reklam Gösterimi.....	29
Meta & Google için Bugün ve Gelecek? .....	31
Meta ile Avrupa Birliği ve ABD Arasında Yaşananlar! .....	36
Sosyal Medyada Stratejik Yalanlar .....	39
Nöro Dünya.....	44
Nöro Pazarlama Nedir?.....	46
Beynimizdeki Algı Sistemi! .....	49
Voğanın Hiçbir Tadı Yok! .....	54
Kullanılan Koşullanma Yöntemleri.....	58
Reklamlarda Kullanılan İçerikler .....	60
Algı Dünyamız ve Çağrışımların Kullanımı.....	64
Takibi Bırakmak.....	68
Sosyal Medya Algı Sistemleri.....	71
Kameralardan Ne Kadar Kaçabilirim?.....	75

<b>Ben Deli miyim? .....</b>	<b>78</b>
<b>Çocuklar için Takip Uygulamaları .....</b>	<b>89</b>
<b>Gelecek ve Teknoloji.....</b>	<b>92</b>
<b>DNA'nın Muazzam Gücü .....</b>	<b>96</b>
<b>Yapay Zekanın Bilimsel Gücü.....</b>	<b>99</b>
<b>Reklam Dünyası İçin Dna!.....</b>	<b>102</b>
<b>Günümüzde Şirketler ve Geleceğin Yeni İş Alanları! .....</b>	<b>105</b>
<b>Var Olan Bilinci Aktarmak! .....</b>	<b>108</b>
<b>İnsan Genomu Projesi (Human Genome Project).....</b>	<b>110</b>
<b>Yaşayan Mikroorganizmalardaki Sen!.....</b>	<b>113</b>
<b>Dünya'nın Sonu Gelecek mi?.....</b>	<b>118</b>
<b>Reklamcılığın Yaşayacağı Evrimleşme.....</b>	<b>124</b>
<b>Metaverse Dünyası Gerçek mi? .....</b>	<b>127</b>
<b>İnteraktif İçerikler .....</b>	<b>131</b>
<b>Mobil Uygulamalar ve Gelecek .....</b>	<b>134</b>
<b>Oyun Dünyası ve Kuantum Bilgisayarlar .....</b>	<b>138</b>
<b>Sağlık Teknolojilerinde Gerçekleşebilecek Yenilikler.....</b>	<b>141</b>

<b>Teknolojik Gelişmenin Hayatımızı Değıştiren</b>	
<b>Olan Listesi.....</b>	<b>144</b>
<b>Son Söz.....</b>	<b>148</b>
<b>Sözlük.....</b>	<b>150</b>

Kendinin ve toplumun farkında olan,  
bilinçli bir hayatla kendine oynanan oyunların farkına varmak  
isteyen tüm okuyuculara ithaf edilmiştir.

Yaşamınıza sahip çıkın!

## YAZAR HAKKINDA



**Erkan Terzi**, 23 yılı aşkın pazarlama ve dijital etkileşim çözümleri alanında deneyimli dünyaca tanınan bir pazarlama profesyoneli. Öncelikle İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden pazarlama alanında lisans derecesi olarak başarılı bir şekilde işletme yönetimi

eğitimi tamamlamıştır. Daha sonra prestijli Massachusetts Institute of Technology (MIT) Sloan School'da Dijital Pazarlama Analizi üzerine eğitim almış ve pazarlama ve dijital teknolojiler alanında yüksek lisansını University of California, Berkeley'de tamamlamıştır. Şu anda İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde tez çalışmasıyla birlikte pazarlama alanında yüksek lisans derecesi için çalışmalarını sürdürmektedir.

Erkan Terzi, İstanbul, Ankara ve San Francisco'da Koç Allianz, Aksigorta, Comcast Spotlight, Simfer, Ziylan Group, LG Electronics ve Aselsan gibi tanınmış ulusal ve uluslararası şirketlerde çalışmıştır. Hem yurt içinde hem de yurt dışında birçok şirket ve marka için danışmanlık ve strateji planları sunmuştur bu hizmetlerini gerçekleştirmiştir.

Şu an Erkan Terzi, teknoloji ve sağlık alanında araştırmalar yapan New York merkezli bir şirket olan Massive Bio'nun Baş Pazarlama Sorumlusu (CMO) olarak görev yapmaktadır. CMO olarak, etkili pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasında önemli rol oynamış ve şirketin iş hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmuştur.

Erkan, Microsoft, Milli Eğitim Bakanlığı, Google, IBM, Marmara Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi ve York Trade gibi farklı kurum ve kuruluşlardan uzun süreli teknoloji ve uluslararası pazarlama eğitimi ve sertifikaları almıştır. Ayrıca Davranışsal Pazarlama (Nöro Pazarlama, Dijital Pazarlama, Kurumsal Marka Pazarlama, Stratejik Pazarlama Planı, Stratejik Dijital Pazarlama Planı), İletişim Teknolojileri ve Dijital Fotoğrafçılık konularında kitaplar yazmıştır. “Davranışsal Pazarlama” kitabı İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Fransa, İspanya, Japonya, İtalya, Hindistan, Brezilya, Hollanda, Almanya ve Türkiye’de satılmıştır.

Erkan’ın pazarlama üzerine yazdığı makaleler Capital, Brandmap, Economist, Digitalage, Para, Mediacat, Marketing Türkiye, Export, Entrepreneurship, Hürriyet gibi dergi ve gazetelerde yayınlanmıştır. Ayrıca çeşitli konferanslara katılmış ve çeşitli pazarlama konularında konuşmalar yapmıştır. İş hayatı süresince, projeler kapsamında 30’dan fazla ödül kazanmıştır. Şu anda sosyal medya, PR değerlendirme, dijital medya ve PR&SM entegrasyonları konularında dört proje üzerinde çalışmaktadır.

Erkan Terzi evli olup iki çocuğa sahiptir.

## GİRİŞ

Her geçen gün değişen iletişim dünyasına ayak uydurmak zorlaşıyor. Var olan bilgilerimize her gün bir yenisi ekleniyor. Bilginin kitlesel kullanımı ve yarattığı bu sinerji, bizleri bazen şaşırtıyor bazen de sadece kendimizi akışa bırakma isteği uyan-dırıyor. Aslında bir şeyler öğreniyor ve herkes gibi iletişim dün-yasındaki yerimizi alıyoruz. Ancak gün içinde gelen yüzlerce hatta binlerce iletişim bombardımanından hangi birinin diğe-rinden daha önemli olduğunu anlayamıyoruz. Tüm bunların hayatımıza, ileriye dönük olarak ne düzeyde zarar verdiğinin farkına bile varamıyoruz. Fakat hepimiz şunu biliyoruz: Bir şey-ler hayatımızda yanlış gidiyor ve bunun nedenlerini bir türlü bulamıyoruz. Bununla birlikte, bu değişimler bize daha fazla eğlence ve özgürlük veriyor. Aslında burada yer alan bu denge-sizliğin arasında bizler plansız, düzensiz bir şekilde yaşamaya çalışıyoruz. İşte “onların” tam da istedikleri bu! Planları hazır ve arada sağa sola çarpsa da kusursuz bir şekilde işlemeye devam ediyor. Bazı hkmetlerin destekleriyle devasa btcelere sahip olan bu projeler hayatımızın tam da merkezinde yer alıyor.

Bu kitap, sizlerin farkında olduğunuz ama devamlı unuttu-ęunuz ya da çoğunlukla kandırıldığınız bazı bilgileri size ha-tırlatıyor ve öğretiyor olacak. Kitlesel iletişimin artık şirketler tarafından parasal değerlere dönüştürüldüğü bu yüzyılda ken-dimizi ve sevdiklerimizi korumak zorundayız. Bu kitapta yer alan bilgiler size bazı çıkış noktaları veriyor olacak. En azından yaşamınız boyunca daha dikkatli olacağınız ve sizlere oynanan oyunların farkında olarak yaşayabileceğiniz bir hayat vadedi-yor. Hem kendinizin hem de sevdiklerinizin hayatlarını daha güvenli olarak nasıl yaşayabileceğinizi belirttiğimiz gibi aslında

teknoloji şirketlerinin ve ürün/servis satışı yapmak isteyen kâr amaçlı büyük markaların neyi, neden ve ne için yapmak istediklerini gözler önüne seriyor. Bu şirketlerin kendi içlerinde yaşadıkları savaflara değiniyor ve bizlere empoze edilmek istenen sömürü sistemini de anlatıyor. Senelerce bu sistemin içinde çalışmış bir kişi olarak, kötü ya da iyi taraf diye belirtmenin doğru olmadığını düşünüyorum. Bilmeniz gereken, daha fazla para kazanmak isteyen markalar var ve bunlar kanuni yollarla bunu mümkün olan en kısa sürede gerçekleştirmek istiyor. Bu kitapta, mümkün olduğu kadar, fazlaca yaşadığımız ve tanık olduğumuz olaylardan örnekler vermeye çalıştım. Günümüz değerlemeleri her geçen gün değişiyor. Bizlerin hayatlarını kolaylaştırdığını iddia ettikleri bu proje ve uygulamalara ayak uydurmak aslında bizlerin hayatlarını daha da zorlaştırıyor. Ancak bunu önlemek bizim elimizde. Bu nedenle öğrenmemiz ve hayatımıza tatbik etmemiz gereken bazı yaşamsal konular var.

Uygulama dünyasında, oldukça değerli zamanımızı bizden çalmak için çaba sarf eden şirketler var. Siz uygulama ya da oyun içinde daha fazla zaman geçirdiğinizde, onlar daha fazla para kazanıyor. Tamamen analitik ve bilimsel yaklaşan bu şirketler, bizler ekranda kaldıkça daha fazla reklam gösterebileceklerini biliyor. Sadece hedeflemelerde kullanmak için bizim verilerimizi almakla kalmayıp zamanımızı da bizden alıyorlar. Hatta, keyif aldığımız birçok uğraşa ya da sevdiğimizlere ayırabileceğimiz değerli zamanımızı bizden uzaklaştırıyorlar. Artık direksiyonu onların elinden almamız gerekiyor. Hayatlarımızı çalmalarına izin vermemeliyiz. Bizlere sosyal medyanın ve interaktif kullanımların dünyayı çok daha güzel bir yer haline getireceğini öğretmişlerdi. Peki ama hâlâ bu fikre katılıyor muyuz?