

Altıncı His

Devrimsel bir giyilebilir-teknoloji ürünü olan "Sixth Sense" hayatımıza girdiğinde bilgi ile kurduğumuz ilişkiyi yeniden tanımlayacak. Massachusetts Institute of Technology (MIT) bünyesindeki Media Lab tarafından geliştirilen bu ürünü bir cümlede tanımlamak zor... Sixth Sense boyuna takılan dijital fotoğraf makinesi, küçük bir projektör ve cep telefonundan oluşan bir sistem. Bu sistem kullanıcının etrafındaki objeleri tanıyor ve ihtiyaç duyulan datayı anında, herhangi bir yüzeye yansıtıyor.

Sistemin faydasını anlamak için farklı kullanım ortamlarını gözden geçirebiliriz: Havalimanı yolunda trafikte sıkışan bir yolcu hayal edelim. Yolcu biniş kartını çantasından çıkarıyor. Sixth Sense bileti "okuyor" ve kartın üzerine uçağın hangi kapıdan kalkacağını, bir gecikme olup olmadığını yansıtıyor. Ya da, alternatiflerle dolu rafların arasında bir kitap seçmeye çalışıyorsunuz. Sixth Sense karıştırdığınız kitabı tanıyor, ilgili internet sitesinden yorumları çekerek sayfanın üzerine yansıtıyor. Hatta, Sixth Sense gazetenin üzerindeki kodları tanıyor ve okuduğunuz haber ile ilgili filmi haberin üzerine yansıtıyor. Haber "canlanıyor", aynen Harry Potter filminde çocukların okuduğu canlı gazete gibi... İşte Sixth Sense böyle bir ürün.

Microsoft tarafından geliştirilen "Surface" ile karşılaştırıldığında, Sixth Sense'in en önemli özelliği günlük hayatın içinde esnek bir biçimde kullanılabilmesi. Microsoft "Surface Table" özel yüzey üzerinde çalışıyor. Sixth Sense ise bilgiyi tüm yüzeylere yansıtıyor; bu yüzey bir kitabın sayfası, ofisin duvarı hatta kullanıcının avucu olabiliyor. Bu açıdan bakıldığında Sixth Sense birey ve bilgi arasında var olabilecek "en şeffaf arayüz" olarak tanımlanabilir.



Özel "parmak başlıkları" takıldığında ise Sixth Sense "Minority Report" filminin çok konuşulan sahnesindeki gibi bir deneyim yaşıyor: Sistem parmak uçlarından gelen sinyaller ile çalışarak bir bilgi ekranı yaratıyor. Kullanıcı parmaklarını hareket ettirerek istediği komutları verebiliyor. Fütüristik bir senaryoda, şimdilik insanın üzerine giydiği bir cihaz olan bu sistem, vücuda entegre edilen bir "implant" haline dönüşebilir.

Fantastik filmlerden fırlamış gibi görünen Sixth Sense'in aslında çok mantıklı bir amacı var:

Mümkün olduğu kadar fazla datayı / bilgiyi anında sunarak bireyin en optimum kararı almasını sağlamak. Kitlesele üretim başladığında vasat bir cep telefonu fiyatına satılacağı tahmin ediliyor. Bu gelişimin tüketim dünyasında kritik bir karşılığı bulunuyor: Tüketicinin satın alım kararını şekillendiren bilgiye anında ulaşabilmesi. Doğru ve detaylı bilgi paylaşımı kurumlar ve markalar için bir "saygınlık kaynağı" iken, göz ardı edilemez bir "zorunluluğa" dönüşüyor. Markanın tüketici ile kurduğu ilişkinin gün geçtikçe şeffaflaşacağı bir geleceğe doğru ilerliyoruz.