



# Monitörden Yansıyanlar

Levent Daşkiran

leventdaskiran@yahoo.com

## Böcekler Eve Yayılıyor

Daha önce evimizde televizyonun arkasından veya buzdolabının altından çok böcek ayıklamışızdır, ama öyle görünüyor ki teknoloji bu şekilde ilerlemeye devam ettikçe zaman zaman bu cihazların içini de temizlemek zorunda kalacağız. Böcek, veya yaygın bilinen adıyla bug, bilgisayar donanımlarından veya yazılımlarından kaynaklanan hataların yol açtığı problemlere verilen genel bir isim. Virüs veya casustan farkı, herhangi bir art niyet taşımaksızın üretim veya tasarım aşamasındaki öngörülmeyen durumlara bağlı olarak ortaya çıkması. Evlerde kullandığımız elektronik cihazlardaki işlemcilerin ve bunları kontrol eden yazılımların sayısının giderek artmasıyla bu cihazlar da yavaş yavaş bug tehdidiyle yüz yüze gelmeye başladılar. Bunun bir örneği de geçtiğimiz aylarda yaşandı. Sony, ürettiği 400.000 kadar televizyonu kontrolcüsünde yer alan yazılımdan doğan bir sorun nedeniyle güncelleme için servise çağırıldı. Problem, televizyon toplam 1200 saat çalıştırdıktan sonra ortaya çıkıyor ve cihazın kapatılmamasına veya açılmamasına neden oluyor. Olayla ilgili detaylı bilgiyi <http://www.updatemytv.com> adresinde bulabilirsiniz. Kullanım sırasında oluşabilecek her durumu test ortamlarına yansıtmak mümkün olmayacağı için, ileride buna benzer can sıkıcı durumları çamaşır makinesi veya buzdolabında da yaşamamız için bir neden yok.



Ev elektronik cihazlarındaki kontrolcü ve yazılımların gün geçtikçe çoğalması, bu cihazları, bilgisayarlarda karşılaştığımız benzer sorunlarla karşı karşıya getirebiliyor.

## Elektronik Postaya Pul Geliyor

Geliyor ama hepsine değil. Ücretsiz e-posta hesabı dağıtan popüler servislerden biri olan Yahoo ve Amerika'nın en büyük İnternet servis sağlayıcılarından AOL, bir süredir sözü geçen elektronik postaların ücretlendirilmesi uygulamasını, iş modellerini toplu mesaj gönderimine dayandıran işletmeler için devreye sokmaya hazırlanıyorlar. Amaç, gönderilen her elektronik posta başına 0,25 sent ile 1 sent arası sembolik bir ücret uygulayarak, spam adı verilen ve mesaj kutularında kirliliğe neden olan istem dışı postaların ayrılmasına yardımcı olmak. Yahoo ve AOL, bunu normal kullanıcılar için değil, toplu bilgilendirme ve reklam mesajları göndermek isteyenlerin, spam filtrelerini geçmelerine izin vermek için uygulayacaklar. Yani parasını bastırınlar, bu iki servisten birinde e-posta hesabı olan ve "bu tarz mesajla-

rı almak istemiyorum" kutusunu işaretlememiş olan herkese, mesajlarını takılmadan ulaştırabilecekler. Peki bu ne anlama geliyor? Duruma Yahoo ve AOL açısından olaya baktığımızda, yeni bir iş modeli olarak ama az ama çok bu işten para kazanacakları kesin. E-postayla sık sık bilgilendirme mesajları gönderen profesyonel firmalar, örneğin bankalar ve haber kurumları, gönderdiği mesajların para karşılığı yerine ulaştığını bilerek mesajlarının spam filtrelerine takılmadığından emin olabilecekler. Gerçek spamcılar bu işe beş kuruş vermeyecekleri için olasılıkla onlar açısından değişen bir şey olmayacak. Kısacası sistem kendi içinde dönüp yine kendi sorununa çareler bulmaya çalışıyor: E-posta spamı yarattı, spam mesajlar filtrelerin ortaya çıkmasına neden oldu, spam artıkça filtreler güçlendi, filtreler güçlendikçe kurunun yanında yaş yanmaya başladı derken, olay sonunda bu noktaya kadar geldi. Bakalım bundan bir süre sonra son kullanıcı e-postaları için pul parası da gündeme gelecek mi? Haberin detayını [http://news.yahoo.com/s/ap/20060206/ap\\_on\\_hi\\_te/e\\_mail\\_fee](http://news.yahoo.com/s/ap/20060206/ap_on_hi_te/e_mail_fee) adresinde bulabilirsiniz.

## RFID ile Kablosuz Makyaj

Bir tür kablosuz barkod sistemi olan RFID'nin (radio frequency identification-radyo frekanslı kimliklendirme) farklı kullanım alanları olabileceğinden daha önce bu sayfalarda bahsetmiştim. Ancak o zamanlar RFID'nin kadınlar için otomatik makyaj malzemesi seçiminde de kullanılabileceğini duysam, kesinlikle "hadi canım!" derdim. Gelgelelim birileri bunu çoktan yapmış bile. Japonya'da bu amaç için özel olarak geliştirilen bir yazılım, RFID teknolojisi yardımıyla kadınların makyaj malzemelerini denemelerine gerek kalmadan nasıl duracağını göstermeyi amaçlıyor. Sistemin çalışma şekli şöyle: Ortada kamera ve ışıklandırma sistemleriyle donatılmış ve makyaj aynası süsü verilmiş bir mo-



nitör bulunuyor. Müşteri önce monitörün karşısına oturup menüden kendisine uygun makyaj malzemesini seçiyor. Ardından sistem seçilen malzemenin RFID kodunu belirleyerek ürün veritabanında bir arama yapıyor ve ürünle ilgili gerekli bilgileri topluyor. Daha sonra bunu müşterinin görüntüsüne uygulayarak nasıl duracağı hakkında fikir sahibi olmasını sağlıyor. Seçiminizi yaptığımızda, dilerse yapmış olduğunuz seçime uygun diğer makyaj malzemeleri konusunda tavsiye alabiliyor, birlikte nasıl duracaklarını anında görebiliyor ve sonucu kağıt üzerine basabiliyorsunuz. Bu iş özellikle makyaj malzemesi konusunda kararsız kalan bayanların ve onlara eşlik etmek zorunda kalan erkeklerin bir hayli hoşuna gidecek gibi. NTT Communications Corp, Digital Fashion Ltd ve Seijo Corp tarafından ortaklaşa geliştirilen ve bu ay içinde denemeleri başlayacak sistem hakkında daha fazla bilgi ve bağlantıya <http://ubiks.net/local/blog/jmt/archives3/004949.html> adresinden ulaşabilirsiniz.