



Oradaymışım Gibi

Yaprak Özer / İndeks İletişim, Yönetim Kurulu Başkanı

Virtual Reality kod adıyla "VR" tercümesiyle Sanal Gerçeklik, bilgisayarlar aracılığı ile gerçekte var olmayan ortamları gerçek gibi sunmak, aslında bulunulmayan ortamlarda bulunuyormuş hissi yaşatmak demek. Kullanıcılar, kask, ekran, gözlük gibi araçlarla olmayan ortamlara girdikleri andan itibaren gerçeklikle bağlantısını koparıyor ve sanal gerçekliğin yarattığı ortamda olma hissini yaşıyorlar.

Virtual Reality kavramını en fazla kimler kullanıyor diye düşündüğümde nereden başlayacağımı bilemedim. Tüketicisi (bir fikrin, ideolojinin, ürünün, hizmetin) bulunan herkes! Farklı bir bakış açısı sunmak adına; küresel liderler örneğin.

Sanal içerikleri kim yaşıyor

Virtual Reality/Sanal Gerçeklik teknolojisi ayrı bir konu. Bu gerçekliğin hikâyesi başka bir konu. Konsantrasyonumuz teknolojide ve oyun, eğitim gibi sınırlı alanlarda kaldığı için sanal içindeki gerçekliği, gerçeklik içindeki sanalı ıskalayabiliyoruz.

Sanal gerçeklik içeriğini yani bir nevi senaryoyu hazırlayan takımlar kritik. İş dünyasında pazarlamacı, reklamcı, iletişimciler dikkat çekiyor. Başka dünyalarda bu listeye düşünce kuruluşları, istihbarat servisleri, özel danışmanlık firmaları, akademi ve akademisyenler giriyor. Bazen biri bazen hepsi bir arada.

Bizim dizi sektörüne benziyor, senaryo kuvvetli, oyuncular yetenekli ve güçlüyse, ana aksta kurgusal bir

defo yoksa yapımcı firma kazanıyor. Diziler sanal gerçekliğin geleneksel boyutu ve en önemli ihraç kalemlerimizden biri bildiğiniz gibi. İçinde yaşıyoruz, nefessiz izliyoruz, etkilenip ertesi gün Hürrem ya da Kösem gibi davranabildiğimiz gibi sokakta genç yaşlı birçok "Celal Baba" dolaşıyor.

Gerçek mi sanal, sanal mı gerçek. Nostradamus en büyük kâhindi. Sanal gerçeklik içerikleri yazarlar onu fersah fersah geçti. Sanal gerçeklik gözlüğü takmak gibi: "Oradaymışım gibi". Hepimiz oradaymışım gibi. Oradaymışım gibi olunca buradaymışım gibi hissetmiyoruz. Duygularımız ve düşüncelerimiz katlanıp kanatlanıyor. Sanal gerçekliğin dünyanın en önemli gelişmelerinden biri olduğuna inanıyorum, hatta en tehlikelisi olduğuna, psikolojik etkisinin yıkıcı olduğunu düşünüyorum.

Sizin sanal gerçekliğiniz hangisi?

Sabah uyandığımız sanal gerçeklik akşama kadar katlanarak ve derinleşerek gelişiyor. Oysa belki ABD, Rusya, Hindistan, İngiltere ya da Avrupa Birliği sanal ekseninde yaşayan birinin öz gerçekliğinde yoksunluk ve yoksulluk, açlık ya da tokluk, çalışmak ve işsizlik, sağlıkla ilgili endişeler var.

Eğlence ve medya sektörü dünyanın en hızlı gelişen alanlarından biri. Sanal gerçekliği vaktiyle yaratanlar habercilerdi. Sonra teknoloji üreticiler girdi devreye. Şimdilerde ise kimin yazdığını biliyoruz.

PWC 2017-2021 medya ve eğlence raporu

Dünyanın en büyük vergi danışmanlığı ve finans hizmetleri şirketlerinden PricewaterhouseCoopers aralıksız her yıl açıkladığı Medya ve Eğlence Raporu'nu Londra'da bir basın toplantısıyla duyurdu. Raporda 2017-2021 öngörüsü bulunuyor. Çıkan sonuç çarpıcı: Hayatımız "oradaymışım gibi" olacak! Özetle sanal gerçeklik, e-spor, müzik yayını ve tüketici deneyimi teknolojisinin geldiği son nokta. Sanal gerçeklik gelecek beş yıl boyunca, her yıl yüzde 77 büyüyecek, 15,1 milyar dolara ulaşacak. "Mış gibi" yapacağız. Oradaymışım gibi!

PWC Raporu'ndan birkaç rakamsal veriyi paylaşmak istiyorum: İlk kez internet reklamları televizyon reklamlarını geçti. Büyük olay! İnternette video izlemek de ilk kez fiziki anlamda video izlemeyi solluyor. Müzik "download" etmek tarihe karışıyor, müzikleri "stream" etmek karşısında tutunamıyor. Sanal gerçeklik interaktif oyunları solluyor. Akıllı telefon veri trafiği "fixed broadband"i üç yıl içinde geçmiş olacak. Ev dışı dijital ortamlardaki reklamlar ilk kez ev dışı fiziksel ortamlara verilen reklam miktarını geçiyor.

Gelişmeler sanal gerçekliği destekliyor. Para, "oradaymışım"casına ortamlara kayıyor.

İki gerçeklik arasında sıkışmak

"Oradaymışım gibi" durumunu sanalda ve gerçekte nasıl daha iyi ve kapsamlı anlatabilirim acaba? Bir lider örneğine

ne dersiniz: yüzündeki sivilce izlerinden dolayı "Ananas Surat" lakabıyla tanınan despot lider Manuel Noriega. Geçtiğimiz ay 83 yaşında öldü. Bir zamanlar adı manşetlerden inmez, Latin Amerika'yı titretirdi. Noriega, 80'lerde Panama'yı yönettiğini sanıyordu, oysa onu ABD itinayla yetiştirmiş ve yerleştirmişti. Fakir bir ailenin çocuğuydu, babası evlatlık vermişti. Doktor olmak istiyordu, imkânı olmayınca askeri okulda kurtuluş buldu. Zeki, çevik ve akıllıydı. CIA'in dikkatini çekti, Amerikan sisteminde eğitildi sonra da ABD'nin ezeli düşmanı Fidel Castro'nun panzehiri olarak kıtaya yerleştirildi.

Dizi film senaryosu gibi değil mi? Noriega sanal gerçekliğe yani gördüklerine inandı. Fazla ileri gitti. Yakın geçmişte Ortadoğu'da gördüğümüz farklı örneklerdeki benzer hikâyelerde olduğu gibi. Lafın kısası sanal gerçeklikten çıkamadı.

Gerçek hayatta (16 Aralık 1989) Panama'da bir Amerikan askeri öldürüldü. Bu nedenle Bush yönetimindeki Amerikan ordusu Panama'yı vurdu. İlginç bombardımandı, tarihe geçti. Amerikalılar kulakları sağır edecek kadar yüksek sesle müzik yayını yaparken, Noriega çoktan Miami'ye getirilmiş ve yargı önüne çıkarılmıştı. Magazinciler görevde kaldığı 6 yılda, 300 milyon dolarlık servet yaptığını açıkladılar. Hukukçular, uyuşturucu ve yolsuzlukla suçladılar. 40 yıla mahkûm edildi. Noriega dünyaları karıştırdığı için yok oldu.

Deneyim ekonomisi

PWC raporundaki en kritik konu, deneyimleme. Ekonomi deneyim üzerine kuruldu. Tüketici deneyimlemek istiyorsa, iletişim deneyim üzerine kurgulanıyor, sanal gerçeklik bu deneyimi yaşıyor. Araştırmada, geleceğin, öncelikle "aynı düşlere sahip, aynı zevkleri tüketen, aynı hedefe koşan, aynı çıkara sahip hedef kitle" oluşturan ve

vaat ettiği deneyimi bu kitleye yaşatabilecek araçları kullanan firmaların olacağı öne sürülüyor. İster iş, ister siyaset dünyasında olun, oyun aynı! Dünyalar değişik. Büyük küçük fark etmez, bütün hikâyeleri iyi okumak gerekiyor.