

Yazılar:

G R A F İ K T A S A R I M C I L A R M E S L E K K U R U L U Ş U

Yüzyılın kitapları: “Önce görülsün, sonra...”

Ezgi Arıdur

Art Unlimited

Mayıs–Haziran 2016

Fotoğraf: Özgür Can Akbaş

Portakal Sanat ve Kültür Evi 2014’te 100. yılını idrak etti. Aralık 2015’te bu vesileyle dört kitap yayımlandı: Duveen | Antikacıların Piri, Vollard | Bir Tablo Satıcısının Anıları, Raffi Portakal | Portakal’ın Yüzyılı ve Osman Hamdi

Bey | İzlenimler 1859–1885. *Bülent Erkmen bu dört kitabı tasarladı. Aynı kitapların künyelerinde ben de yayıma hazırlayan olarak görünüyorum. Uzun soluklu ve dolambaçlı bir yolculukla ortaya çıkan kitapların tanıtımları yapıp, içerikleri konuşuladursun ben Raffi Portakal’ın önsözünde söylediği gibi “sözün kitap olması, eli doldurması” sürecini konuşmak üzere 1 Nisan 2016’da Bülent Erkmen’le bir kez daha buluştum.*

Erkmen’in upuzun ve meraklı şeylerle dopdolu masasının olduğu mekâna açılan merdivenlerden

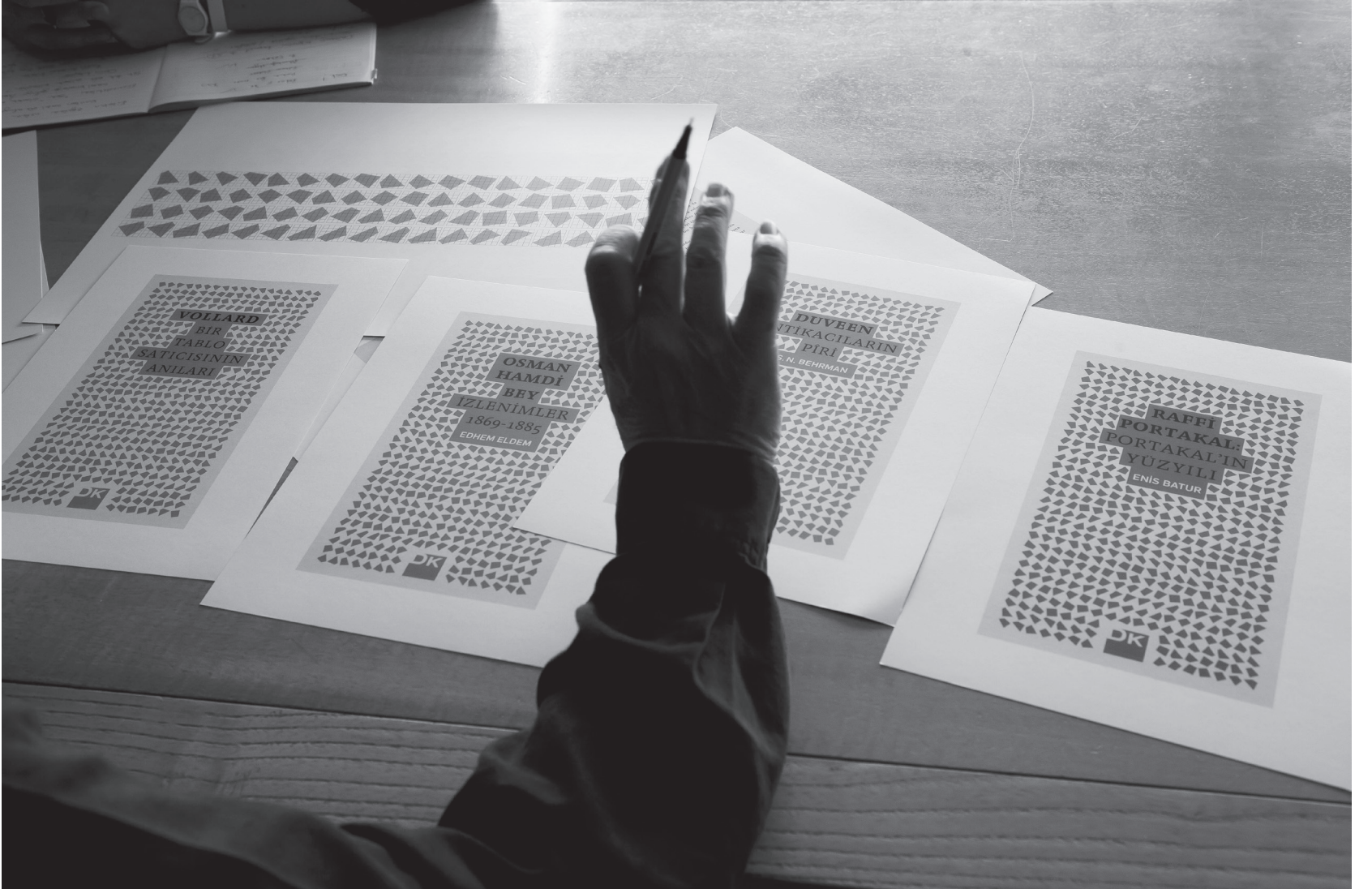
çıkarken mutlak olarak heyecanlanıyorum. Bülent Erkmen heyecanlı biri. Kitapların çalışıldığı günlerde fikirlerin geliştiği ve değiştiği ama illa ki somutlaştığı, kristalleştiği masada beni karşısına oturtuyor. Odasının can alıcı bir noktasına konuşlandırılmış, eksiksiz servis düzeneğinde kahve hazırlarken bir yandan da neler konuşacağımızdan, nasıl bir yazı düşündüğümüzden bahsediyoruz. Ses kaydını başlatıyorum ve Erkmen masaya oturup “Burada mesele şuydu,” diye anlatmaya başlıyor.

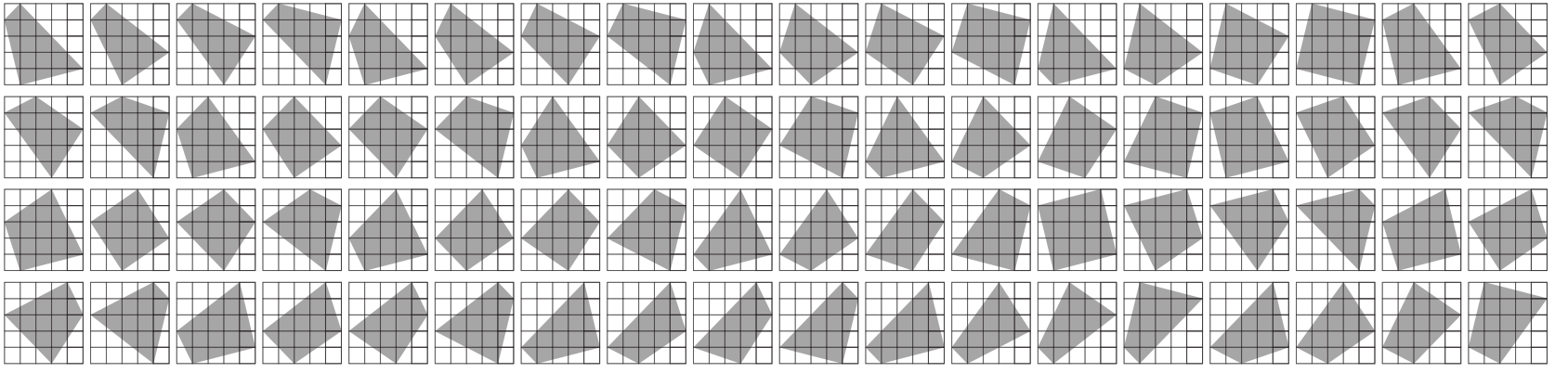
Ama ben burada durup, yaklaşık üç yıl geriye dönmek istiyorum. PORTAKAL’da planlanmış bir öğlen üstü toplantısından saatler önce telefonum çalıyor ve Bülent Bey benden toplantının yapılacağı odaya bir şövale, olmadı bir pano getirmemi, yanında bize gösterilecek bir şey getirdiğini söylüyor. O gün toplantıda ilk kez dörtgenleri görüyoruz. Dörtgenlerin büyüleyici bir etkisi var. Karşımızda beyaz üzerine siyah, büyük boyutlu, daha sonra kitapların da içine gireceği dar uzun bir formatta basılmış hepsi farklı şekillerde dörtgenlerden oluşan bir sunu var. Bülent Bey anlatıyor: “Dörtgenlerin hepsi başka başka şekillerde. Dört kenarlarıyla dört kuşağı yansıtıyorlar. Arada, dikkatli bir göz, bu dörtgen formun kareye de dönüştüğünü görebilir...” Henüz

nereye, ne şekilde uygulanacağı bile belli olmayan bu dörtgenler silsilesi, süre giden Portakal Yüzyılı projesinin somutlaştığı ilk yer oluyor. Dört kitabın da kapağını şenlendirmesi boşuna değil.

Portakal Yüzyılı projesi damıtıldı; “Baktık ki sonunda geriye üç sanat taciri kitabı kaldı önce. Çok doğru bir birliktelik o. Dördüncü kitap olan *İzlenimler* ise, bu birlikteliğe uymamasına rağmen hem içerik ve çalışmanın kalitesi nedeniyle, hem de açıkçası üçten bir tane daha fazla olsun diye katıldı ve bu dört kitapla kutlama hali kendiliğinden ortaya çıktı,” diye özetliyor süreci Erkmen. Çıktıların adetleri azalıp, sınırı daralınca buna görsel olarak yüklenmek gerektiğini düşünüyor: “Odaklanmak anlamında yüklenmek, yani bu dört kitabın görünürlüğünü bu işin bir ‘işareti’ haline getirmek gerekiyor. Bu işareti üzerinde durulacak ve dikkatin oraya yönleneceği bir hale getirmek temel niyetimdi.”

“Ortada tek, bir tane işaret vardı,” diyerek önüne çektiği sayfanın üzerinde 5×5 bir matrise oturan dörtgenleri gösteriyor. “Bir doku yaratmak sonuçta; bir süreç dokusu, bir yüzyıl dokusu. Ne dersen de. Ama kendinden menkul bir doku yaratmak. O doku oyunbaz dokudur.” Bana uzun uzun tekniğini anlatıyor sonra; beşli matris içinde kenarların nasıl bir mantıkla ilerleyerek yeni





Erkmen'in oyunbaz dörtgenleri ilk bakışta karmaşık görünebilir ama temel prensip bir o kadar yalın: Bir dörtgen çizilecek. Bu dörtgen 5×5 bir matris içine oturacak. Dörtgenin her bir köşesi matrisin başka bir kenarına denk gelecek. Dörtgenin kenarları ile matrisin kenarları hiç öpüşmeyecek. Dörtgenin ilk kenarına 'belirleyici kenar' dersek yanlış olmaz. Belirleyici kenarı oluşturan köşegenin yapısı (kat ettiği kare sayısı, uzandığı yön gibi) değiştiğinde, dörtgeni oluşturan diğer kenarların matrisin hangi noktasına ulaşacağı da ilgili olarak değişiyor. Bu yöntemle yüzlerce birbirinden farklı dörtgen üretmek mümkün.

dörtgenler yarattığını. Basit bir algoritma, kocaman bir sonuç! Matematiğin tasarımın göbeğine oturması. Bir yandan kafamın içinde 'oyunbaz' sözcüğü döneniyor. Sayfa üzerinde iki boyutlu şekillerin yan yana geldiklerindeki dalgalanışlarını, fıkır fıkırlıklarının ne güzel, ne kolayca anlatıyor.

"Karelerle oynamak benim hoşuma gider," diyor, "Denemeler yaptım. 12 kareli bir deneme yaptım, 16 kareli bir deneme yaptım." Sonunda kapaklarda yer alan 18'li versiyon. 18 sütuna 31 satırdan oluşan kapakların hiçbirinin aynı değil: "Anlaşılması çok zor ama başlangıçlar hep farklıdır ve dolayısıyla akış farklıdır." Kitapların kapak içlerinde de bu oyun sürüyor. Gri renklerinin de arttırdığı bir etkiyle, ilk bakışta kapaktaki karelerin kitabın içine yansımaları gibi görünen ve ışık geçirgen bir duygu yaratan kapak içlerindeki kareler, dört kitapta da birbirlerinden ve kapaklarından farklı.

Matrislerin içinde oluşan dörtgenler birbirlerine değmiyorlar; aralarındaki mesafe de eşit olunca bağımsız alanlar yaratıp, kendi içinde her birisini tanımlamak mümkün olmuş. Böylelikle kapaktaki diğer unsurlar, kitabın

başlığı, yazarının adı, yayınevi logosu bu alanlar içine yerleşmiş. Erkmen'in anlatısında dörtgenler, inceliklerle kapağa evriliyor ve kapağın unsurlarını anlatmayı sürdürüyor: "Başlık alanında isim kitapta kullanılan tırnaklı fontun kalınlığı; ona bağlı konunun ismi aynı fontun incisiyle, kitabın yazar adı ise tırnaksız fontla ve dişi olarak kullanıldı."

Arka kapakta ön kapaktaki doku yineleniyor. Kapağın ortasında düşeyde sırasıyla barkod, Portakal Yüzyılı logosu ve PORTAKAL logosu yer alıyor: "Kitapların hepsinde Portakal Yüzyılı logosunu arkaya koyduk. Bu dört kitabın var olma nedeninin işareti kitapların standart olarak arkasında görünür oldu. Aslında burada çok ince bir strateji var. Aidiyet işaretlerini önden, arkaya çektiğimiz. Portakal Yüzyılı'nı arkaya alarak kitapların içeriğini öne çıkarttık. Böylece vaadi azaltıp beklentiyi de kontrol etmiş olduk."

Yavaş yavaş kitapların içine giriyoruz: "Üç kitabın iç düzenlemelerinde görselle yazı aynı sayfada yer almadı. Fotoğraflar ve tablolar kendi mekânlarına sahip oldular, kendi sayfalarında, tek başlarına yer aldılar." *İzlenimler*'de kitabın ihtiyaçları farklı. Üç sanat

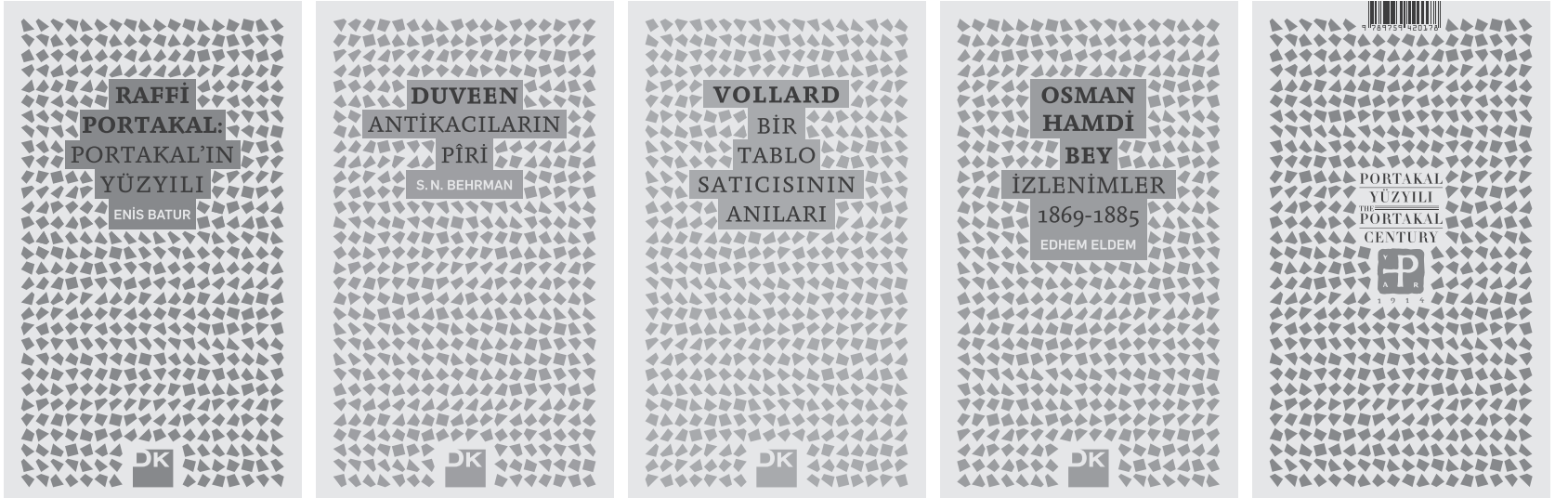
taciri kitabına eklenen *İzlenimler* yapısı çok farklı olmasına rağmen çoktan ortaya çıkmış bu kitapların formatına mahkûm kalmıştı. Yapılırken benim için Lars Von Trier'in *Beş Engel* adlı filminin kitap tasarımı karşılığı gibiydi. "Kabul görmesinin nedeni şu," dedi Erkmen, "Benim niyetim bu defterleri bir bölü bir uygulamaktı. Defterlerin küçüklüğü buna imkân verdi. Defterler, bu kitaba sığdı. İstedim ki defterler sayfa sayfa değil, yırtıklarıyla, kiriyle, hacmiyle birlikte fotoğraflansın. Arkasındaki sayfaları da görüyoruz, kenar cildini görüyoruz, yırtığını kopuğunu... Defterlerin orta yeri, kitabın da orta yeri oldu. Böylece kitabın sayfalarıyla birlikte defterlerin sayfası açılmış oldu. Kitaba bakarken deftere de bakmış olduk. Deftere, kitapla birlikte bakmış olduk. Çok uygun oldu. Kitapların boyutu buna imkân verdi. Defteri içinde barındıran, deftere de bakabildiğiniz bir kitap bu. O bakımdan defterin sayfalarının ve incelemenin birlikte işlemesi gerekiyordu. Ne yapıldı? Yazarın metinle birlikte görülmesini istediği malzeme metinlerin içine yedirildi."

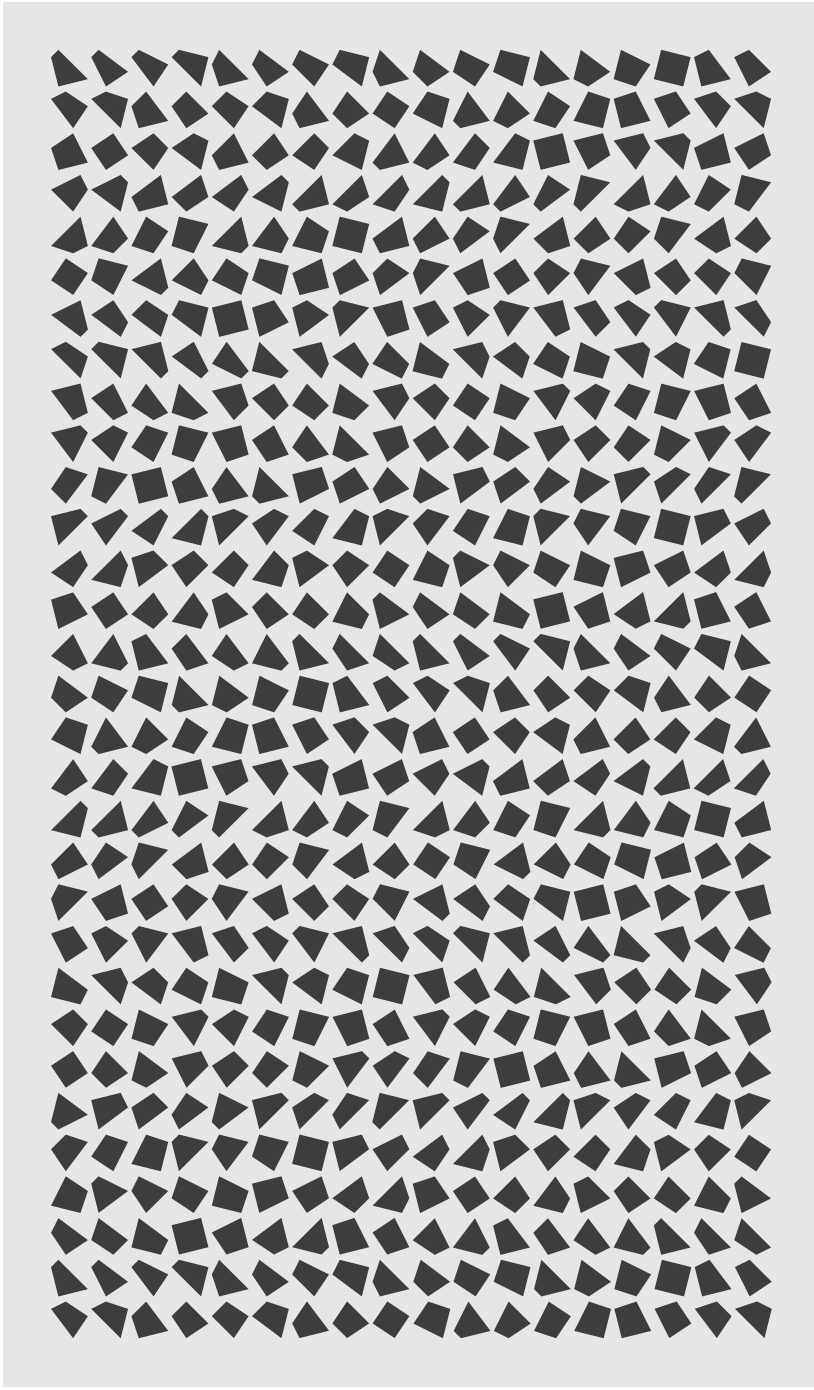
Portakal'ın Yüzyılı da iç düzenlemesinde farklılaşıyor: "Baştan sona söyleşiden oluşan

bu kitapta farklı bir şey yapmaya çalıştım. Kitap karşılıklı konuşmalardan oluşuyor. Aralarda yazarın durum tespitleri var ama ondan sonra kitap çoğunlukla iki, yer yer üç kişinin karşılıklı konuşması. Geleneksel röportaj formundan uzaklaşmak istedim. Sonuçta bu bir dergi değil, beş yüz küsur sayfalık bir kitap. Bu bakımdan kitap duygusunun, görüntüsünün yaratılması için süreklilik önemli. Hiçbir kesinti, hiçbir konuşan ismi olmamalı. RP'ler, EB'ler olmamalı." Böyle düşünerek yabancılaşma etkisini sayfanın içinden çıkartmış. İki konuşanın sayfada farklı satır başları var. Sayfanın alt kenarında, tekrarlayan başlık satırında, bu satır başlarının hangisinin kime ait olduğu adeta not düşülmüş: "Genel olarak yazarı başa aldım. İkincisi ana konuşmacı. Daha az konuşanı da sona aldım; zaten alan da daralıyor. Bu kendi içinde küçük bir oyun ama zaman içinde alışılabilir bir oyun. Bu sayede hiçbir kesintiye uğramadan okunuyor."

Kitapların tümünde tırnaklı ve tırnaksız font kullanımıyla yaratılan ayırım var. Tüm kitaplarda künye ve bölüm başları gibi, Erkmen'in "kitabın ana unsurları" olarak

Başka şekilde bir arada değerlendirilmesi güç bu kitapları aynı keşfe koyan tasarım ortaklıkları. Kapakların biraradalığı – aynılığı değil çünkü – kitapların da biraradalığını sağlamış oluyor. Bunlar "Bir bütün olan ama her birisi de kendi başına, kendinden menkul olabilen kitaplar. O beraberliğin gücünden yararlanıyorlar. Dördünün birlikte görülmesi ve birlikte alınması isteğinin uyanmasından, birlikte sahip olunma arzusundan yararlanıyorlar. Sadece *İzlenimler*'le ilgilenen bile ondan dolayı diğer üçünü almak isteyebilir," diyor Erkmen. Böylece arka kapakta anılan ve bu kitapların varlığına vesile olan Portakal Yüzyılı da uygun bir biçimde büyümüş, köpürmüş oluyor.





Portakal Yüzyılı'ı'nı niteleyen “tek, bir tane işaret” son derece göz alıcı. Leke kadar boşluğun da form kazandığı bu silsilede göz, hangi alanı ‘okuması’ gerektiğini seçmekte zorlandığından, bütünü bir anlamda ‘hareketli’ görme eğiliminde. Op-Art’ın da sıkça kullandığı bu trüik iki boyutlu ve durağan olanı hareketli ve hacimli gösteriyor. Dörtgenler birbirine yakın ama başkalaşan formlarıyla kendi etrafında çark ediyormuş izlenimi verirken, bir araya gelen satır ve sütunların oluşturduğu boş alanlar kimi yerde lekeleri yutuyor, kimi yerde öne itiyor.

tanımladığı kısımlarda tırnaksız, “metinsel unsurlarda” ise tırnaklı font kullanılmış: “*Portakal’ın Yüzyılı*”nda, karşılıklı konuşmalarda, tırnaklı bir font kullanıldı. Yazarın yazdığı girişler ve bölüm başlıkları tırnaksızdır. Kitabın sonunda yer alan belge metinlerinde de tırnaksız font tercih edildi. Onlarda hem sütun kullanımı var, hem de geri kalanından kolay ayırışın diye zemine hafif bir renk verildi. Bölüm başları tırnaksızdır.” Bu yapıyla Erkmen’in tasarımı okuyucuya neyin neyle birleşebileceği anlamında yol gösteriyor; kitabın kaç farklı malzeme içerdiğini ilk bakışta görmesini sağlıyor. *Portakal’ın Yüzyılı* (tıpkı *İzlenimler*’in de olduğu gibi) ‘çok okunabilir’ bir kitap. Kitabın farklı unsurlarını ayırt etmek kolaylaştıkça farklı okuma biçimleri, sıraları ve yaklaşımları da oluşabiliyor.

Hızla ve dolu dolu ilerliyoruz. Çoktan bildiğim ama arkasındaki fikre nihayet vakıf olduğum konular süzülen kahvenin kokusu gibi yayılıyor. Portakal Yüzyılı kitaplarının ötesinde, “Bülent Erkmen kitabı nasıl düşünür?” sorusunu sormadan geçemeyeceğimi biliyorum. *Portakal’ın Yüzyılı*’nı çalışırken en sevdiğim anlatılardan biri Aret Portakal’ın ustalığının sırrını soran bir müşterisine verdiği yanıtı: “Ben antikayı dinlemesini bilirim, anlayabilene konuşur onlar,” demiş. Erkmen’in de kitap tasarım sürecini anlatırken aynı analogiyi yapması tesadüf mü? “Kitap da bir canlıdır benim için ve kitabın kitabı yapandan bazı talepleri vardır. Konuşamaz da üstelik. İstekleri de vardır. Ona yakınlık göstermen lazım ki ne istediğini anlayabilesin. Onun isteklerini kendimin

istekleriyle birlikte çözmeye çalışırım. Kendimin isteklerini göz ardı etmem. Karşılıklı bir alış verişle yukarı çekilir bu. Ben isterim, o ister; ben duruma göre tekrar isterim. O cevap verir. Olumlu cevap vermesi lazım, işlemeyen, o duruma uygun olmayan şey doğru değildir. Süs olur o.”

Kitap, malzeme ve tasarımcı arasında olup bitmiyor ama bir de işin sahibi var: “Orası hassas bir nokta. İşin sahibini zaman zaman göz ardı edebilirim. İşin sahibini zaman zaman göz ardı etmek isteyebilirim. Çünkü, işin sahibi, yani metnin sahibi uzmanlık alanı ya da o işe yoğunlaşmış olması itibarıyla tek odaklı bir yere bakmaktadır; bakmıştır. O tek odaklılık içinde form düzeyinde bağılıklar ve bağımlılıklar oluşabilir. Çünkü insan yazarken doğal olarak, eminim bir form hayal eder. Genel olarak yazarlar, alıştıkları, kitap olarak bildikleri, formları hayal ederler. Ben biraz yazarla çatışırım aslında. Yazara rağmen bir şey yapmaya çalışırım çünkü o çatışma, aslında yazarla olan o alış veriş, işi farklı bir noktaya çeker. Zaman zaman beni aşağıya çekebilir ama işi yukarı çeker. O nokta yazarın hayal ettiğinin üstünde bir noktadır genellikle. Her seferinde danışırım ve onay alırım ama empoze de ederim.”

En başta ‘oyunbaz dörtgenler’le işaretleşen, ardından kitapların geneline yayılan tasarım aklı “bütün olarak kitapla baş başa kalacak potansiyel okurda daha kitabı

“Formun içerikten uygun rol çalması benim ilkem; temel yaklaşımımdır. Form aslında kendinden menkul bir şey değildir. Form bizdeki algısıyla ilgilidir. Çünkü önce görür, sonra okuruz.”

okumadan, kitapla ilgili olumlu izlenimler uyandıracak bir görsel yapı inşa etmek üzerine kurulu.” Kitapların genelinde hemen göze çarpmayan, usta işi ayrıntılar var. Bunları fark etmemek kolay ama bunlardan etkilenmemek mümkün değil. Sözüünü ettiğim fark ettiğinizde takdir etmeniz değil; içten içe daha bilinçsiz bir etkilenme durumu. “Formun içerikten uygun rol çalması benim ilkem; temel yaklaşımımdır. Form aslında kendinden menkul bir şey değildir. Form bizdeki algısıyla ilgilidir. Çünkü önce görür, sonra okuruz. Hiçbir şey yapılmamışsa ya da referanslara çok bağlıysa, alıştığımız bir yapıysa, doğrudan okuruz ama fark etmesek bile önce görürüz. O görme anını dikkate değer bir unsur haline getirmeye çalıştım ben. Yükseltmek istedim. Daha çok fark edilmesini istedim. Genel olarak yaptığım bir şey de bu. İlk beğenme halinin içerikle olan ilişkiyi kuvvetlendireceğine inanıyorum. Önce görülsün; ilgi çeksin, beğenilsin, sonra okunsun.” ●

Başı üç sayfa öncesinde kalmış bir yarım sözcükle başlayan bu sayfa Portakal’ın Yüzyılı kitabının son bölümünden. Kitabın mutat konuşmacılarının yanı sıra üçüncü kişiyi de barındırması açısından Erkmen’in isim işareti olmaksızın konuşmayı anlaşılır kıldığı çözümüne iyi bir örnek. Burada konuşmacıların çokluğu konuşmanın dinamizmini artırarak metnin daha kolay okunmasına olanak veriyor. Kitabın genelinde ise zorunlu olmadıkça paragraflardan kaçınmak kararımızın, büyük metin kütleleri yaratarak, okuyucuyu zorladığını gelen yorumlardan öğreniyoruz. Yaratıcı tasarım çözümleri barındıran bu sayfanın küçük kusurları, mükemmel kitap sayfasına erişmek için editör ve tasarımcının ihtiyacı olan yeterli zamanı kitabın içeriği lehine kullandığımızın göstergeleri.

mında galeride konferans veriyor. Bize sonsuz faydası var.

Florence Martin kurumsal gelişiminizin bir parçasıdır. Birlikte kaç kere Resim ve Heykel Müzesi’ni, İstanbul Modern’i, Pera Müzesi’ni, Sakıp Sabancı Müzesi’ni gezdik ve böylelikle günümüz Türk sanatı hakkında epeyce bilgi edindi. Kendisi de Türkiye’ye gelişlerinde yanında 1000 tane eserin görseliyle gelir, bir tabloya nasıl bakılacağı, geçişini ve içeriğini okumanın üzerinde dururdu; sembollerin okumanın yollarını gösterirdi.

Bu çalışmalar sürerken gerçekleştirdiğim Fransızca’yı da ona borçluyum. Ve yine onun sayesinde en zevk aldığım şey tabloları konuşmaktır. Sembollerin izini sürerek, onların hikâyesini ortaya çıkarmak

Hangi yıllara denk geliyor, bu Paris dönemi?

2000-2004 arası.

Sen artık yönünü tayin etmeye başlamış durumdasın. Bu yön tayini, iyi kötü belirlenmeye başladıktan sonra, hayatının devamında yapmak isteyeceğin işi Portakal çerçevesinde yapma fikri ağır basmaya başladı mı?

Daha da ötesi bu iş doğdu. Bu sadece bir metafor değil, hakikaten 3-4 yaşından itibaren bu işin içindim. Dolayısıyla hakikaten bir mesleğin yanı sıra bir yaşam biçimi oldu benim için.

Raffi, Maya’nın seninle birlikte bu işin içinde yer almaya başladığını anladığından bu yana, belki duygusal olarak da ayrıca rahatlamış olabilirsin ama düşünce zemininde, geleceğe yönelik, Portakal adına projeksiyonunda bir şeyler değişti mi?

Hem de pek çok şey.

Başka bir yol çızmış olsaydı, başka bir projeksiyonun olacaktı...

Kesinlikle haklısın. Gerek kişisel gerekse mesleki bakımdan son yıllarda çok daha dinamik bir ruh hali içindiyim. İşin ticari kısmı bir yana mesleki yenilikler beni daha çok

heyecanlandırıyor artık. Türkiye’nin kaynayan, son derece hareketli bir toplum olması da etkiliyor doğrusu. Dipten gelen dalğaya binerek ilerlemeye çalışıyorum; sınırlı da olsa bilgimle, vizyonumla elimden geldiğince daha rafine işler yapmak için kafa yoruyorum. Elbette Şeker Ahmet Paşa’nın güzel bir tablosunu, bir fermayı, iyi işlenmiş bir tomboğ ya da orta boy bir Monet’i, bir Schnabel’i satmaktan çok zevk alırım.

Babamla gezmek, yıllardır sokakları, galerileri, müzeleri, fuarları, beraber gezmenin bana büyük faydaları oldu. Sanatçı Sarkis’in bana bir gün söylediği “İnsanlar Louvre’u bulvar geçer gibi geziyorlar,” lafı kulağımda şimdi. Bu gezmeler sırasında konuşur, fikir yaratır, tartışır, kimi zaman kavgaya eder, ama muhakkak yenilikler buluruz. Yapılmayana yapmak, düşünülmemiş düşünmek, “ilk”ı yapmak, en iyiyi hedeflemek yazılı olmayan misyonumuz. Baba-kız yeniliğin, doğru yeniliğin önemini biliyoruz.

Maya olmasaydı, risk alır o yenilikleri geliştirme konusunda daha süratli davranabilirdim. Ama şu an için öncelikli görevim, var olan kurumu daha sağlam hale getirip Maya’nın rahat kullanılabileceği, omuzlarına yük olmayacak kadar hafif ve kıvrak hale getirmek. Onun, ufak bir fırça darbesiyle zenginleştirceğine inandığım malzemeyi ortaya çıkarmaya çalışıyorum. O da biliyor bunu.

Bir noktada, diyelim beş sene sonra ya da yedi sene sonra, Maya daha fazla işe ağırlığını koyma durumuna geçerse rahatsızlık duymayacak mısın?

Maya ile birlikte, müşterilerle ya da sanatçıyla muhatap olduğumuzda çatışmalar yaşayabiliriz. Şimdiden bunun işaretlerini görebiliyorum ve ilişkimizin zedelenebileceğini biliyorum. Ama bu meseleye uzaktan baktığımda görüyorum ki, babamdan çok daha deneyimliyim ve kolay kolay aynı duruma düşmem.

EB RP MP RAFFI PORTAKAL PORTAKAL’IN YÜZYILI 422

EB RP MP “PORTAKAL’IN GELECEĞİ” 423

Modern markalar için VR ne anlama geliyor?

James Britton

www.creativereview.co.uk

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Stinkdigital'den James Britton, tevazu ile yaklaşmaları koşuluyla VR (Sanal Gerçeklik) ile ilgilenen markaların elde edeceği kazançları ortaya koyuyor.

James Britton, teknoloji devriminin ortasında olduğumuzu söylüyor. VR halen kutuplaşan tepkiler çekmeye devam ediyor ve belki de sanayinin geleceğini tahmin etmeye çalışan kişi sayısı, mevcut kulaklık sayısından daha fazla olabilir ama konu devasa ve hiç şüphesiz hızlanarak büyüyor.

Finansal tahminler iyimser. VR için küresel pazarın bu yıl büyük olasılıkla 6,7 milyar dolara ulaşması bekleniyor ve 2020 yılındaysa 70 milyar doların üzerine çıkması öngörülüyor – bu rakamlar hem donanım ve hem de içerik miktarlarını kapsamaktadır. Reklamcıların bu rakamları görmezden gelmeleri zor; her ne kadar nihai piyasa değerine ait projeksiyonlar akıllı telefonların modellemesine göre yapılmış olsa da, şunu akıldan çıkarmamak gerekir: akıllı telefonların donanım maliyetlerinin aşağı düşmesi doğal olarak kendi çıkarları peşinde olan servis sağlayıcılardan gelen milyon dolarlık sübvansiyonlarının avantajı sayesinde olmuştur. En

çok rağbet edilen VR kurulumunun bedelinin son duyurulara göre 1.000 sterlin ve üstü olduğu düşünülürse bu, kısa vadede aşılması gereken en büyük engel gibi görünüyor. Bazı insanlar, Unity'den John Riccitiello'nun son zamanlarda "fikir ayrılığı" diye adlandırdığı gibi, bugün yaşananların reklamlarla iddia edildiği kadar uzun ömürlü olmayacağını düşünüyor ve kitlelerce benimsenme potansiyeline gerçekten şüpheyle bakıyorlar.

Ancak sonuçta, maliyetler aşağı inmeye devam edecektir. Örneğin Google ve Samsung, kısa dönem stratejilerinde akıllı telefonları VR deneyiminin merkezine yerleştiriyor. Zaten herkesin cebinde bir tane olduğu göz önüne alınınca bu plan çok mantıklı; hatta YouTube ve Facebook gibi video hizmet sunucuları 360 derece olanaklarını sunarak VR'a giriş kapısını açmış bulunuyorlar. Telefon veya elektronik gözlükler gibi taşınabilir aletlerle yaşanan bu "hafif" deneyimler ile (bir bilgisayara veya konsol vs.ye) bağlı "sabit" olanlar arasında doğal bir ayrımın ortaya çıktığını görebiliriz; sabit olanların daha fazla işlem gücüne ihtiyacı vardır, ama çok daha etkileşimli, gerçek zamanlı deneyimler sunabilirler, bu da altı yönde (ön/arka-sağ/sol-alt/üst) özgürlük demektir. Oculus ve HTC Vive markalarının demoları, karmaşık ses tasarımlarının yanı sıra, derinlik ve tensel duyular yaratarak canlılık katan haptikler sayesinde giderek daha etkileyici olmaktadır.

Bizimki gibi şirketler perde arkasında bu yeni sanal platformları doldurmak için içerik oluşturmakla meşgulüz. Uсталıkla yapılmış çizgisel anlatımların kullanıcının, ona yanıt veren etkileşim ve hallerle karşılaştığı durumları içeren yeni hikâye anlatma teknikleri hakkında

tartışmalar sürüyor. Tabii ki, marka ve reklamverenler için "orada – hazır – bulunma yanılması" en büyük çekiciliğe sahiptir: insanlar eğer bir ortamın merkezindeyseler, ortamlarında daha fazla empati ve duygusal bağ hissederler. VR'ın, hikâye anlatımından eğitime kadar, insanların kendilerini anda kaybetmelerine ve hatta senaryolardaki diğer insanların duygu ve kaygılarını birinci şahıs olarak algılamalarına yardımcı olduğu iddia ediliyor. Ama bu mutlaka da yeni bir kavram değil: Roger Ebert, daha VR'ın gücünden bahsedilmeye başlanmadan onlarca yıl önce, "empati makinesi" ifadesini ilk defa sinemayı tanımlamak için kullanmıştı. Çoğu kişi 360 derecelik ortamı hikâye anlatmada aynı ölçüde bir engel olarak görüyor ve hikâye tek bir noktada odaklandığında izleyicilerin her yöne bakmalarına izin verilmesinin nedenini sorguluyorlar.

Doğal olarak tüketici deneyimi önemli ama bunun yanı sıra VR içeriği yakalamak için yeni yollar bulma konusunda daha da büyük bir yarış var. Yeni kameralar, yeni donanımlar, yeni lensler, hareketli görüntüleri grafiklerle ve hacimlerle birleştiren yeni teknikler – ve tüm bunlar kameranın bir sahnedeki nesneleri tüm açılardan görüntülemesini sağlıyor. Peki nasıl yaparız da, periferik görüşü birinci şahıs deneyimi için daha iyi taklit ederiz? Kullanıcının mizansende istediği her yöne bakma seçeneği varken, etkinlik alanının odağını ve derinliğini nasıl yönetebiliriz? Sinemanın mevcut araçları ve dil bilgisi olmadan bir hikâyeyi yakalamak için en iyi nasıl plan yaparız? Bu sorulara en iyi cevap finansmanı hazır projelerde donanım deneyleri yapmak olabilir, bu da oturmuş üreticiler gibi, yeni girişimciler ve markaların tümü için

karma gerçekliklerle deneysel çalışmalar yapmak için olağanüstü büyük fırsatlar sunmakta. Markalar geride kalma riskini azaltmak durumundadır; ama aynı zamanda reklamların her zaman yaratıcı deneyler için bir oyun alanı olarak kullanıldığının farkındadırlar çünkü bu onların popüler kültür içindeki rolünü haklı çıkarmaya yarar. Geçenlerde Hollywood yönetmenlerinin bir araya geldiği bir yuvarlak masa tartışmasında, Ridley Scott, onlarca yıl TV reklamlarında öğrendiklerinin ve edindiği deneyimlerin Marslı gibi filmlerin çekiminde ona ne kadar yardımcı olduğunu söylediğinde, bunu duymak büyüleyiciydi. Bu yeni bir kavram olmasa da, markalar giderek gelişmekte olan teknolojilerle çalışmakta tereddüt etmemeliler. Tabii, arada birkaç budağa hata da olacaktır, ama her şey ileriye doğru daha hızlı harekete devam edecek ve sonuçta bundan herkes yararlanacaktır.

Bu yeni teknolojiye tevazuyla yaklaştığımız ve reklamlarda VR tekniklerinde çok fazla abartıya kaçmadığımız sürece, VR'ın deneyimlere büyük anlam katacağı şüphesizdir. Müşterilerimizle, VR'ın henüz bebeklik çağında olduğunu açıklıkla ve dürüstçe paylaşmaya çalışıyoruz. VR projeleri, birlikte öğrenmek için açık sözlülük gerektirir ve modern markaların bu maceranın içinde olmaktan kesinlikle heyecan duymaları gerekir. ●

James Britton Stinkdigital'de Genel Müdür olarak çalışmaktadır ve kendisine Twitter @james_britton adresinden ulaşılabilir.



heyecan verici bir meydan okuma sunar.

Koşulların nasıl geliştiğini belirlemede markaların rolünün büyük önemi olduğu tartışmasızdır. Reklamlara ödenen paraların nasıl parçalanarak dağıldığını düşünceler, finansmanı karşılayan müşteriler, VR ve (sanal ve reel gerçekliğin bir arada bulunduğu)

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Umut Südüak

Tasarım

Bülent Erkmən

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar

Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr