

# Sanal Gerçeklik, Metaverse ve ötesi... Modanın Geleceği Bundan Mı İbaret?

Begüm Egeli BURSALIGİL

20 Temmuz 2016

<http://markahikayecisi.com/?p=1724>

Gerçekten bu kadar etkileneceğimi beklemiyordum. “Altı üstü gözlük gibi bir şey ilıştireceğim gözüme, bir şeyler seyredeceğim; abartılacak ne var ki” diye düşünüyordum. Samsung’un Oculus ile bir araya gelerek ürettiği Gear VR’ı denemek üzereyken içimden geçen hisler işte tam bu şekildeydi. Ama tüm ısrarlar üzerine bir koltuğa oturup (bir yere oturmadan denemeyin, gerçekten dengeğiniz sarsılabilir, düşebilirsiniz) gözüme lensleri ilıştirdiğimde her şey değışti.



Bambaşka bir odanın içindeyim. Hayır, hayır oda da denmez, bambaşka bir dünya. Kırmızı bir koltukta oturuyorum; etrafımda kitaplar... 180 derece arkaya dönüyorum. Sanki bu bir tiyatro sahnesiymiş de sahnenin bittiği yerde gerçeklik başlayacakmış gibi... Odanın kalan kısmını görüyorum. Her şey gerçek bir salonda olması gerektiği gibi, yerli yerinde. Bir film izliyorum ama sanki öyle televizyonun karşısına geçmiş gibi değil... Sanki ben filmin içindeyim. Hatta tam ortasında. Benim etrafımda gelişiyor film. Neredeyse dinazorun ağızından akan salyaların ıslaklığını hissediyorum!

Günlük hayatın git gide artan bir ivmeyle teknolojiyle harmanlandığı gerçek. Hatta Sir Martin Sorrell teknolojinin baş döndüren hızını şu kelimelerle anlatıyor “Teknoloji bir daha hiçbir zaman içinde bulunduğumuz günkü kadar yavaş olmayacak”. **E zaten bi’ şeyleri seri ve eğlenceli şekilde halletme durumu değil mi teknoloji ile ilgili bizi cezbeden?** Elimizden düşürmediğimiz **haber alma/ iş/ eğlence/ ilham alma/ vakit kazanma/ vakit harcama/ hesap işlerini halletme/ günlük organizasyonu koordine etme aleti cep telefonlarımız** buna en büyük örnek değil mi?

## **Modanın Teknoloji Cıkartması**

Moda markalarına gelince... Onlar son model cep telefonları ve laptop'lara kılıflar üretti, teknoloji şirketleri ile işbirliğine oturarak kulaklıklar, akıllı bileklikler tasarladı, 3 boyutlu yazıcıları kullanarak kıyafetler yarattılar... E teknolojinin istilası bu denli kuvvetli olunca moda markalarının işin bir yanında belirivermelerini normal karşılamak gerek. Aslına bakarsanız daha önceleri de teknoloji ile modanın arasından su sızmayan dönemler olmuştı. Hatta **bir zamanlar teknoloji markaları ortaya çıkarttıkları ürünlerin 'hip' görünmesi için moda markalarının hünelerinden medet umardı...** Bakınız: Estetik görünmemesinden sebebiyle kaybeden Google Glass. Ama **bu seferki akım başka. Bu sefer teknoloji tüm kartlarını oynayarak modanın bir adım önüne geçti. Metaverse çılgınlığı moda dünyasını peşi sıra sürüklemeye başladı.** Ve derinleşen moda x teknoloji ilişkisi lüks tüketim markalarını dahi etkisi altına alacak kadar yaygınlaştı.

Saat sihirbazı Richard Mille yeni saatine havacılık ile ilgili unsurlar eklemek için Airbus'tan bir tasarımcı ile işbirliği yaptı. Fransız mücevher markası Gemmyo internet üzerinden tasarlanan kişiselleştirilmiş alyans fikriyle, üretim maliyetini aşağıya çeken bir modelde müşterilerine lüks tüketim deneyimi yaşatmayı başardı. Online alışveriş sitesi Lyst ise teknolojinin nimetlerinden yararlanarak data processing projesi olarak geliştirdiği modelle moda sektöründe filizlenen trend'leri anında yakalayıp analiz edebilme mertebesine ulaştı. Lyst'in geliştirdiği dinamik platform sektör oyuncularının gözbebeği haline geldi.

Geçtiğimiz sene Dior, Digitas iB Labs isimli firmayla bir araya gelerek Dior Eyes'ı yarattı. Bu sanal gerçeklik merceği markanın seçili mağazalarına yerleştirildi. Böylece marka heveslilerine Dior'un dünyasına sızma şansını tanımış oldu. Moschino ise haziran ayındaki defilesinin sıkı takipçilerince izlenebilmesi için Livit ile anlaştı. Bitmedi. Markanın kreatif direktörü Jeremy Scott aplikasyon üzerinden canlı stream edilebilecek 'yeni defile' anlayışını kutlamak amaçlı özel başlıklar tasarladı. 50 adet özel üretim başlık markanın Los Angeles ve New York mağazalarında dağıtıldı.

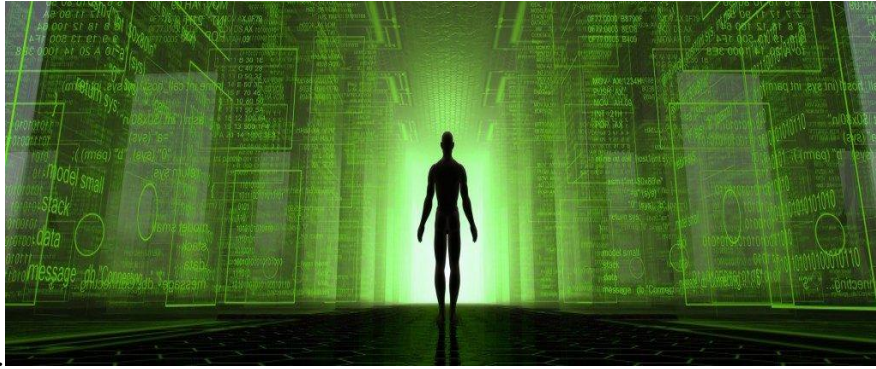
Diğer taraftan bir kısım tasarımcı içine Google Maps entegre edebileceğimiz montların tasarımı için uğraşırken, İngiltere'de bir firma yakın geleceğin en önemli teknolojik aleti drone'lardan gizlenebilmeyi amaçlayan anti-drone kapşonlar üretti.

Bu yaklaşmanın bir nedeni (elbette) **yeni yetişen kuşağın ilgi alanına girebilmek.** Diğeri ise, **markanın bir bütün olarak zamana karşı dik durabilmesini, değer yitirmemesini sağlayabilmek.** İlerleyen günlerde moda markalarının teknolojinin nimetlerine daha da sıkı

sarılacağına eminim. Hatta Pokemon’ların mağazalarına saklanması ve böylece mağazaya giren ayak sayısının artması adına Pokemon Go yaratıcıları ile anlaşmaya varan markalar hortlarsa hiç şaşırımam!

### **Ya Sonra...**

Peki bir sonraki adım ne olacak? Bana göre, tıpkı Disney Labs’in üzerinde çalıştığı modeller gibi **bir üçüncü boyut** işin içine girecek. Metaverse ve Virtual Reality formasyonunda iki boyuta sıkışıp kalmış hayat sınıf atlayacak. Örneğin belki Google Maps entegre ceketimiz yolda giderken “sola sap” sinyali için sol omuzumuzda titreşim yaratacak. Belki goggle’ları taktığımızda gördüğümüz kumaşın dokusu da hissedilebilir hale geleceğiz. Belki defilelere oturduğumuz yerden teşrif edeceğiz. Örneğin gözümüze iliştirdiğimiz alet bizi bir anda Fendi’nin hari-kalar dünyasına götürecektir. Manekener dibimizden yürüyecek, tasarımcı selamını yanı başımızda verecek. Oh ne güzel! Kim en ön sırada oturacak polemiği de yok! Herkes defileyi en



önden izleyecek.

Bu **sanal gerçekliğin hafızası** da olacak belki.... Hani şimdi Snapchat’in yeni çıkardığı “memories” uygulaması gibi. Marka hangi ürünleri ile iletişime geçtiğimizi, hangisine dokunup hangisini ‘sanal’ olarak denediğimizi metaverse dünyası içerisinde aklında tutacak. Bir sonraki sezon karşımıza ona göre alternatifler çıkartacak. **Zamanın altın kadar kıymetli olduğu bu çağda, ‘moda’ olan yerimizden hiç kalkmadan moda ile iletişim halinde olmak olacak belki.** Kim bilir?

E sonra bu bahsettiğimiz **sosyal bir olgu**. Belki gözlüğü takınca teşrif ettiğim defileye arkadaşımı da davet edebileceğim. O da bir gözlük takacak. Yanımda belirecek. Bunların tümü benim kişisel ‘metaverse memory’imde kayıt edilecek... İstedğim an o defile gününe geri dönebileceğim. Sanal müzayedeler düzenlenecek belki. Bir yere tatile çıkmadan önce gözlükleri takıp önceden bir havası alınacak oranın? Çiçeğine, kumuna, restorandaki sandalyesine dokunulabilecek... **Bana göre yakın gelecekte moda ve lüks tüketim deneyimi epey bir değişecek. İlk önce şanslı azınlık için elbette. Bunları yaşayabiliyor olmak lüksün tanımı olacak...**

Moda için diyeceklerim şimdilik bu kadar da teknolojinin gündelik hayatı istilasını daha binbir koldan devam edecek. **Sadece sanal gerçeklik için önümüzdeki sene \$8.5milyar'a ulaşacağı tahmin edilen bir pazardan** bahsediyoruz. Bu olgunun eğitimden eğlenceye, sağlıktan finans dünyasına, telekomünikasyondan savunma sistemlerine entegrasyonu dur durak bilmeyecek.

Belki yakın gelecekte Facetime yerine seçtiğimiz sanal bir ortamda buluşacağız. Gözlüklerimizi takacağız, bir arada, karşı karşıya konuşacağız. Orada el ele tuttuğumuzda bir tene değdiğimiz hissedeceğiz... E bu aletler data saklama hazineleri ile övünüp durduğuna göre, dönüp dolaşıp aynı anıyı kayıttan da izleyebilecek miyiz? Günün sonunda ölümsüzlük dediğimiz şey böyle mi gelecek?