



Kozmik bir marka yaratmak

Üç boyutlu bilim kurgu [Avatar](#) tüm zamanların en çok gişe hasılatı elde eden filmleri sıralamasında ikinciliğe yükseldi. HBO'nun yayın haklarını satın alması filmin sürekli bir diziye dönüşeceği tahminlerini güçlendiriyor. Avatar sinema tarihinin en yüksek hasılatlı filmi olma yolunda ilerlerken tüketimin geleceğine dair de önemli ipuçları veriyor.

Öncelikle, sinema sektörünün görsel anlamda ulaştığı bu zirve önümüzdeki yıllarda sanal ile gerçeğin nereden birbirine karışacağını gösteriyor. Avatar'ın prodüksiyonunu mümkün kılan teknoloji onbeş yıl önce, Oscar ödüllü yönetmen James Cameron filmin hayalini kurmaya başladığında henüz yoktu. Yarısından fazla üç boyutlu animasyondan oluşan Avatar'ın prodüksiyonu bir takım özel efektler geliştirildikten sonra mümkün oldu ve yaklaşık dört yıl sürdü. "Devrimsel" olarak nitelendirilen teknoloji gerçeküstü karakterlere ve gerçeküstü bir gezegene hayat veriyor. Belki de özel efektlerin varlığı filmin hiçbir saniyesinde fark edilmediği için teknoloji gerçekten de devrimsel.

Seyircinin gerçekten ayrılmayan bir deneyim yaşaması ilginç duyguları da beraberinde getiriyor. Cameron, "Belki de Navi kabilesi, insanların daha iyi bir modeli, belki de doğal olarak içimizde var olan ama kaybetmeye başladığımız saf halimiz. Filmi gördüğünüz zaman siz de Navi'ler gibi olmak isteyeceksiniz," diyor. "[Pandora Blues](#)" sendromu başta CNN olmak üzere dünyadaki saygın yayınlarda konu olmaya başlıyor. İki buçuk saat boyunca mükemmel bir dünyayı deneyimleyen izleyici 3D gözlükleri çıkardığında bir miktar hüznle kalıyor. Pandora'yı bu kadar arzulanır kılan nedir? Yerli halkın neolitik toplum yapısına rağmen geliştirdiği kültür, tüm canlılar ve doğanın bütünü ile sürdürdüğü bağ, hayata duyduğu derin saygı burada var olmayan "mükemmel bir uyum hali" yaratıyor. Bu halkın iletişime geçmek için kablosuz ağ bağlantılarına, uzun mesafeler katetmek için makinelere ya da iyi görünmek için sezonun modasını yansıtan kıyafetlere ihtiyacı yok. Tüm ihtiyaçların doğal yöntemler ile giderildiği, insanların mutlu olduğu ve medeniyetin ikellik sınırlarını aştığı bir hayal seyircileri içine çekiyor. Bildiğimiz anlamda tüketimin var olmadığı Pandora'nın milyonlarca insanı içine böylesine alabilmesi tüketim kavramının her geçen gün daha da fazla sorgulanacağını da güçlü sinyallerini veriyor.

Tüketim sona ermeyecek, elbet. Ama etik bir konu olarak tüketim, tüketimin mutluluk ile ilişkisi ve tüketimin hayat kalitesi ile ilişkisi gün geçtikçe daha fazla sorgulanacak. Böyle bir geleceğe bugünden hazırlanmak için birkaç sorudan oluşan basit bir "asit test" alınabilir: Yönettiğim marka dünyaya ne katıyor, var olmasının arkasında güçlü sebepler var mı? Bu dünyadan çıkan hangi markalar Pandora'da yaşayabilir? Ya da, tüm ticari mesajlardan arınmış bir dünya üzerinde nasıl bir "kozmetik marka" yarattım?