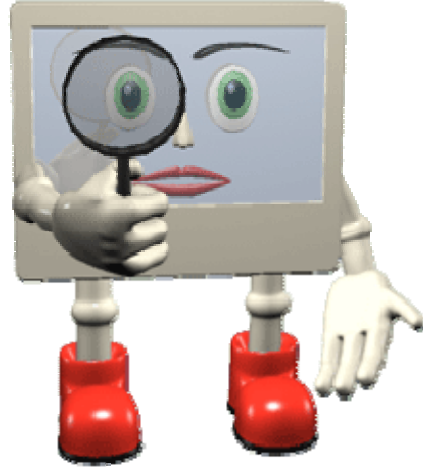


Keşif Aşaması

Bu üretimin başlangıç aşamasıdır. Bu aşamada üretici alıcı ile ilişki ve anlaşmayı kurar. Bu aşamanın sonunda taraflar anlaşmaya dair bir mutabakat, hazırlık bütçesini ve programı oluşturulur. İhtiyaç analizi bu aşamada yapılan başka bir ögedir. Üretici ihtiyaçlarını belirler ve bunları önem sırasına koyar. Bu aşamanın sonuçları alıcı arzusunun iyi bir yansıması olmalı.

Dâhili alıcı ile ortak bir paydada buluşmak ve ilişkinin kurulması harici alıcılara göre daha kolaydır. Sonuçta onlar ürünü kendi istekleri doğrultusunda üretmek üzere gelmişlerdir. Bu yüzden ki daha az ön şartla karşılaşırız. Harici müşteri ile ilgili veri toparlarken birçok değerli bilgi kaynağına ulaşırsınız. Bu alıcılar diğer basın evleri, potansiyel yenilikçi alıcılar ve daha önceden ilişkide bulunulan kişiler olabilir.



Niyet Mektubu & Kontrat

Bu aşama üretici ve alıcının buluşup olası ürünü tartışması ile başlar. Üretici ve alıcı bir niyet mektubu ya da kontrat oluşturur. Bu kontrat son hali değildir aksine diğer aşamalarda değişim açıktır. Niyet mektubu üretici ve alıcının diğer aşamalara geçmesine ve işbirliği içerisinde gerekli ayarlamaları yapmalarına yardımcı olur. Belirlenmiş olan Niyet mektubu kontrat için temel oluşturur. Bu yüzden şu noktaları içermesi gerekir:

- Ürün ne?
- Ürünün genel maliyeti ne kadar?
- Ürün ne zaman tamamlanacak?
- Üretici ve alıcının yükümlülükleri ve görevleri neler?
- Eğer varsa diğer terim ve şartlar; telif hakkı, garanti, reklâm v.b.



Bu aşama üretim teklifini hazırlanması ile son bulur. Bu teklif üst düzey tasarım, ön bütçe ve ön gelişim planını içerir. Bunlar toplanıp alıcıya sunulur. Eğer alıcı teklifi kabul ederse anlaşma aşamasına geçilebilir. Aslında teklif alıcı ile iletişimin iyi yollarından biridir. Yapılacak teklifi niyet

mektubu yardımı ile şeklelendirebilirsiniz. Teklifi sunmadan önce üretici tüm iletişim ve müzakere süreçlerini gerçekleştirebileceğinden emin olmalı. s

İlk Kontrat & İlk Görüşme

Alıcı ile ilk kontrat keşif aşaması için çok önemlidir. Bu aşamada alıcının izlenimi oluşur. İlk kontrattan sonra alıcı başlayıp başlamayacağına karar verir. Toplantı gündemini hazırlamış olmalısınız. Bu gündem şu maddelerden oluşabilir.

- *Plan kararı:* Olası tasarım ve üretim aşamalarını belirten öngörülen üretim zamanının planı. Ön plan belirlenmiş kilometre taşlarının zamanlarını da belirtebilir. Bunlar alıcının onayı için sunulabilir
- *Bütçe kararı:* teklif edilen bütçeye dayalı olarak ürünün ne kadar karmaşık ve geniş olacağı belirtilir. Bu bölümde ürüne örnek olması açısından üst düzey çoklu ortam örnekleri sunabilirsiniz.
- Entelektüel özellik ve bunun gerekleri.
- Alıcının sağlayabileceği olanaklarla ilgili kararlar.
- Ürünün sesli onaylama gibi karmaşık teknolojiler içerip içermeyeceği ile ilgili kararlar.
- Karşılaşılabilecek olası problemlere karşın bir yedekleme planı kararı
- İki tarafın karar ve sorumlulukları.
- Geliştirilecek ürün hakkında yaratıcı yaklaşım aşaması.
- Faaliyet aşaması



Genel olarak ilk kontrat bu toplantı sırasında hazırlanır. Eğer varsa, üreticinin şirketi ve geliştirme stüdyolarını göstermek için bir şansı vardır. Toplantıda her iki taraf da ürünle ilgili tüm ayrıntıları görüşebilir. Emniyete almak için üretici alıcıya üstünden geçilen her nokta ve kararla ilgili kısa notlar hazırlayabilir.

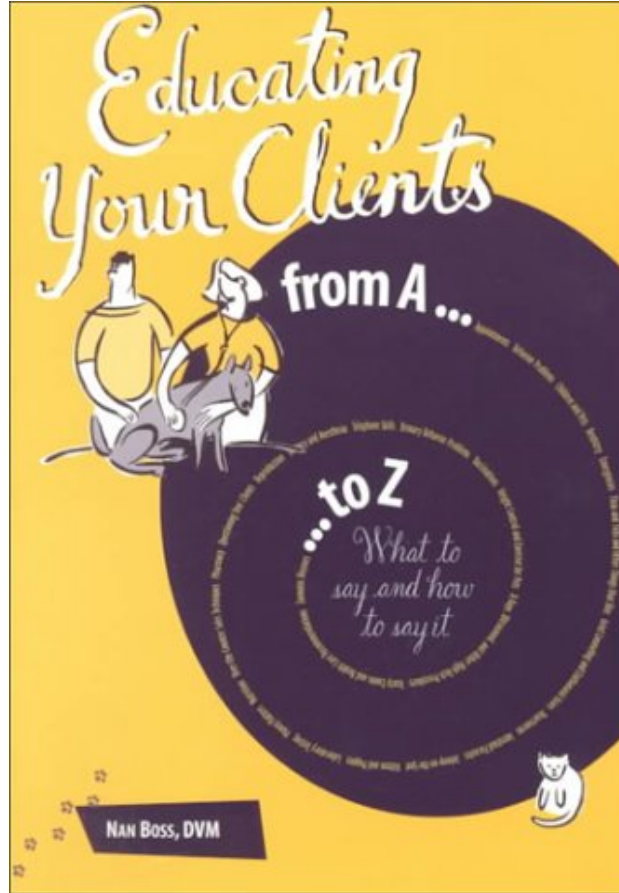
Alıcı Çoklu Ortam Üretimi İle İlgili Ne Biliyor? (Alıcıyı Eğitmek)

Eğer bu süreç alıcının ilk deneyimi ise onu bilgilendirmek üreticinin görevi olmalıdır. Dahası, alıcınız daha önceden çoklu ortam geliştirilmesi ile ilgili kötü deneyimler yaşamış kişiler olabilir. Bir kavramla ilgili yanlış anlaşılmalı düzeltmenin yeni bir kavram öğretmekten daha zor olması bu bilgilendirme süreci içersine girilmesinin sebeplerinden biridir. Çoklu ortam iş piyasaları, yaratıcı olasılıkları ve teknolojileri, alıcının yetiştirilmesi gereken alanlardır.

İş Piyasaları

Şu noktalarda alıcı bilgilendirilmeli:

1. Her bir aşama ve bu aşamalarda olanlardan çoklu ortam geliştirirken siz yararlanacaksınız
2. Ürün geliştirme başladıktan sonra ürünün tasarımı ile ilgili değişiklikler nasıl ve ne zaman yapılacak.
3. Teslim edilebilir ürünün onayı ne zaman ne nasıl yapılacak
4. Telif hakkı ve üstün zeka özelliklerinin önemi nedir? Ayrıca, telif hakkı sınıflandırması belirtilmelidir.
5. Ürün tesliminden sonra ürünün sahiplik hakkı konusu açıklanmalı.



<http://images.amazon.com/images/P/1583260021.01.LZZZZZZZ.jpg> sayfasından alınmıştır.

Yaratıcı Olasılıklar

Genelde çoklu ortam eski ortamın yenilenmiş bir sunum şekli olarak anlaşılır. Bunun nedeni, CD-ROM ve İnternet materyallerinin eski tip bilgilerin bu ortama uyarlanmış şekli olmasıdır ve bunu yapmak sadece teknik bir problem olarak görülür. Bunun haricinde çoklu ortam sadece sesler, resimler, yazı ve benzer unsurların bir araya getirilmiş şekli olarak görülür. Fakat sadece bu unsurları bir araya getirmek çoklu ortam geliştirmek değildir. Bu genel yanılsamanın üstesinden gelebilmek için, alıcınızın şu konularda eğitilmesi gerekir.

1. *Ürün deneyimini alıcıya bırakın:* Eski moda ortam kullanan alıcılara anlatılması en zor bölüm budur. Yapısı alışılmış doğrusal yapıdan ziyade dallanmış ve karışık olan çoklu ortamın en önemli özelliklerini anlatmanız gerekir.
2. *Kullanıcının bu deneyimi özelleştirmesine izin vermek:* Üründe kullanıcı kontrolü anlatılmalı. Bunun çoklu ortamdaki önemi anlatılmalı. Özelleştirme ayrıca ürünün aitliği ile ilgili fikir sahibi yapar.
3. *Ürünü kendi aklı ile sunmak:* Bu çoklu ortamın diğer bir yaratıcı yönüdür. Örneğin, yapay zeka üründe kullanılabilir. Bu alıcıya başta fazlasıyla hayalci gözükür. Bunun yanında bazı özel fonksiyonlara sahip olan özel karakterler kullanılması konuya başka bir örnek olabilir.
4. *Ürüne bir kişilik kazandırmak:* Bu çoklu ortam ürününün olağandışı özellikleri ile kişileşmesi demektir. Bu yaratıcılığın en uç noktasına isabet eder. Bugünlerde birçok ürün kendine özgü özelliklerle tanınıyor



<http://www.ivcc.edu/thomas/> sayfasından alınmıştır.

Teknolojik Unsurlar

Alıcıyı teknolojik unsurlarda bilgilendirmek çok önemlidir, çünkü teknoloji konusunda bazı sınırlamalar olduğunu bilmesi gerekir. Teknoloji gerçek üstü kavramları gerçek yapan bir kavram değildir. Şu konular çoklu ortam konusunda alıcı eğitiminin bir parçası olmalıdır:

1. *Ürünün hedef kitlesi ayrıntılı olarak anlatılmalı.* Programı nerde kullanacağınız ayrıntılı olarak açıklanmalı. Eğer ki bazı platformlar seçilmiş ise, Bunları neden seçtiğinizi alıcıya anlatmalısınız. Bu seçimi destekleyen ve karşı olan görüşlerin sunulması bu açıklama için uygundur.
2. Sistem gereksinimlerinin açıklanması sistemin çalışacağı sistemin geliştirilmesini ve değiştirilmesini sağlayacaktır. Sistem gereksinimleri, işlemci hızı, işletim sistemi, hafıza, ses kartı, CD-ROM sürücüsü, fare ve klavyeyi içerir.
3. CD-ROM sonsuz bir depolama ünitesi değildir. Bütün teknolojik veri depolama aygıtlarının bir kapasitesi vardır. Başta depolama aygıtı sonsuz kapasiteye sahipmiş gibi algılansa da alıcı veri büyüklüğünü ve mevcut disk alanının önemli bir problem olduğunu anlamalı.
4. Video kullanmanın hem avantajı hem de dezavantajları vardır. Kullanılan video ürününüzü daha etkileyici kılsa da başka problemler yol açar; eski ya da yavaş sistemlerde sıkıştırılmış video kullanmak gibi...
5. Program geliştirme işlemi sorunlardan izole edilmiş olarak düşünülemez. Mutlaka bir açık ile karşılaşacaksınız. Bu da güncelleme ve yamaların gerekliliğinin sebebidir.



Üretici Alıcıdan Bilgi Almalı

Alıcı gibi üreticide alıcının yapabileceği tüm yardıma gereksinim duyar.

Şu 6 nokta alıcı tarafından kavranmalıdır.

1. Alıcının zekâ özellikleri
2. Alıcının müşteri portföyü
3. Alıcının ürünün teslimatı hakkında umduğu tarih
4. Alıcının anlaşma, yönlendirme komiteleri, gelişim sunumları, odak testleri gibi kilometre taşlarını açıklaması.
5. Alıcının rekabeti
6. Alıcı ne tür içerik ve ilgili materyaller sağlayabilir.

Keşif Aşamasının Sonuçları

Keşif aşamasının belli başlı ürünleri üst düzey tasarım, ön bütçe, ön gelişim planıdır. Üç tane profesyonel bu süreci şekillendirebilir. Bunlar projenin **üreticisi, yönetmeni ve yazıcısı**dır. Bu kişiler üst düzey tasarımı hazırlar. Üretici ve yönetmen ön gelişim planı üzerinde iş birliği yaparken, sadece üretici ön bütçe üzerinde çalışır. Bu aktif kişiler durumdan duruma değişebilir. Örneğin eğer dev bir çoklu ortam gelişim şirketiniz varsa, bütün bu insanların hepsini destekleyebilirsiniz. Fakat bir öğretmenseniz ve çoklu ortam ürünü ortaya koymak istiyorsanız, bu kişilerin hepsi gibi davranmanız gerekecektir. Bu kişilerin yokluğu vazgeçilemez değildir.

Üst Düzey Tasarım

Üst düzey tasarım çoklu ortam ürününün kilit noktalarını açılan bir belgedir. Bu tasarım ayrıca tasarımcıya projenin çerçevesini genişletmesi ve alt parçaları geliştirmesinde yardımcı olur. İçerik, özellikler, fonksiyonel kontroller, görünüm ve temas unsurlarının her birinin kâğıt üzerinde geliştirildiği evredir. Ön bütçenin ve gelişim planının ortaya konmasında bir hazırlık aşamasıdır

Öncü Gelişim Planı

Öncü Gelişim Planı Hazırlanmış bu üründe, tasarımcı gerekli bütün vasıfları, yazılım mühendisliği emeğini ortaya koyar. Sadece bu unsurların listelerini değil onları yaratmak için gerekli planı da içerir. Daha sonra, kronolojik bir sıralamaya ayrılırlar. Her bir görev, tahmini bitiş zamanını ve gerekli olan emeği içermelidir. Ek olarak, görevin diğerlerinden bağımsızlık çerçevesi belirlenmeli. Dahası, alıcıya projenin gelişiminin sunulması için bir "Demo günü" belirlenmelidir. Aşağıda görmüş olduğunuz tablo bir öncü gelişim planı örneğidir.

Kaynak	Açıklama	Çalışma saatleri
Yönetim		
Üretici/ yönetici	Tam zamanlı, 6 ay	1000
Yaratıcı		

Yazıcı	Fonksiyonel tanımlamalar, 200 sayfa	300
Grafik Tasarımcı	12 arka plan tasarımı, buton ve yeni font	300
Etkileşimli tasarımcı	Ürün tasarımı, tasarım raporu yazma	180
Değerler ve mühendislik		
Arka plan	16 parça	100
Animasyon	10dk, karakter yok	500
3 boyutlu animasyon	5dk, karakter yok	340
Diğer grafikler	150 parça	400
Ses kaydı	25dk, 3 öyküleme	500
Video	50dk, 10 öyküleme	1000
Fotoğraf	30 parça	100
Programlama	12 anlamlı bilgi bütünü, yeni motor	600
Test ve diğerleri		
Denetleyici	Tüm prototipler için 20 denetleyici	400
Araştırma ve odak testleri	Stajyer, video ekibi	200

Bu planda figürlerde kullanabilirsiniz. Örneğin;

No	Görev	26.06.2006	26.07.2006	26.08.2006	26.09.2006	26.10.2006	26.11.2006	26.12.2006	26.01.2007	26.02.2007	26.03.2007
1	Grafik Tasarım										
2	Fonksiyonel tanımlamalar										
3	Scripts										
4	Casting										
5	Animasyon										
6	Ses										
7	Video										
8	Programlama										
9	Disk Yazman										

Bu incelediğimiz örnek bir gelişim planıdır. Görevler arasındaki ilişkiyi böylece gösterebilirsiniz. Örneğin, Grafik tasarım ilk basamaktır ve diğer aşamalar bu yapılmadan başlayamaz. Fakat döküm, animasyon ve video birbirine bağlı aşamalar değil bu yüzden beraber başlayabilir.

Ön Bütçe Planı

Bu belge saatlik oranları, masrafları, yönetsel giderleri ve diğer uygunluk bilgileri gibi üreticinin alıcı ile paylaşmak istemediği bilgileri içerir. Genelde beklenmedik giderlere karşı %10 yanılma payı eklenmelidir.

Projenin ön bütçesi ile ilgili belirlenmesi gereken 3 şey vardır:

1. Gelişim planı: Çalışma saatleri, beceri, çalışma haftaları ve ana harcama sebebi olan programlama görevlerini içerir.
2. Şirket içi ve alt sözleşmeli kaynakların kesinlik oranları.
3. Beklenmedik giderlerin öge tahminleri.