

ಅಲ್ಲಿಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಮುಟ್ಟುತ್ತ, ತಣ್ಣನೆ ಗಾಳಿಗೆ ನಡುಗುತ್ತ, ಪರಿಮಳಕ್ಕೆ ಮುದಗೊಳ್ಳುತ್ತ ಆ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಸಂಚರಿಸುತ್ತಿರುವ ಅನುಭವ ಇಡೀ ದೇಹಕ್ಕೆ ಪ್ರಾಪ್ತವಾಗಬಹುದು. ಇದು ಸುವಾರು ಶೇ. 80ರಷ್ಟು ನಮ್ಮನ್ನು ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ಗೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯಬಹುದಾದ ಹಂತ. ಈ ಹಂತದ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು, ತಯಾರಿಗಳು ಭರದಿಂದ ನಡೆಯುತ್ತಿವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿ ಕೂಡಾ ಆಗಿದೆ. ಕೆಲ ದಿನಗಳ ಹಿಂದೆಯಷ್ಟೇ ಫೆಸ್‌ಬುಕ್‌ನ ಜುಕಾರ್ಬರ್ಗ್ ಸ್ವರ್ಶ ಗ್ರಹಿಸಬಲ್ಲ (haptic) ಗೌಸನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿದ್ದು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಯಾಯಿತು. ಈ ಕೈಗವಸು ಧರಿಸಿದರೆ, ನಾವು ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಸೋಕಿದ ವಸ್ತುಗಳು ನಮ್ಮ ಸ್ವರ್ಶಕ್ಕೆ ಸಿಗಬಲ್ಲವು.

ಹಂತ 3: ಮೂರನೇ ಹಂತ ಅತಿ ಮಹತ್ವದ್ದು. ಇದು ನೂರಕ್ಕೆ ನೂರು ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ನಮ್ಮನ್ನು ಲೀನಗೊಳಿಸುವಂಥದ್ದು. ಈ ಎಲ್ಲ ಸಂಶೋಧನೆಗಳ ಅಂತಿಮ ಗುರಿ ಮನುಷ್ಯನ ಮೆದುಳು-ನರಗಳನ್ನು ಸ್ವಿಮುಲೇಟ್ ಮಾಡುವುದೇ ಆಗಿದೆ. ಮೆದುಳಿನ ಪ್ರತ್ಯನುಕರಣೆಯ ಮೂಲಕ, ತಾನು ಜೀವಿಸುತ್ತಿರುವುದೇ ಬೇರೊಂದು ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಎಂದು ಮನುಷ್ಯನಿಗೆ ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಅನ್ನಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವ ಘಟ್ಟ ಇದು. ಈ ಹಂತದ ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯನ ದೇಹಕ್ಕೂ ಆತನ ಬುದ್ಧಿಗೂ (ಅಥವಾ ಪ್ರಜ್ಞೆ) ಯಾವುದೇ ಸಂಬಂಧವಿಲ್ಲ. ಮನುಷ್ಯನ ದೇಹದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯೂ ಆತನ ಮೆದುಳಿನ ಸಂದೇಶದ ಮೂಲಕವೇ ನಡೆಯುತ್ತದಷ್ಟೇ. ಅದೇ ಮೆದುಳು ಈ ದೇಹದ ಹಂಗಿಲ್ಲದೆ ಬೇರೆಯದೇ ಅವತಾರ ಎತ್ತಿ ಆ ಅವತಾರವನ್ನೇ ತನ್ನ ದೇಹವೆಂದು ತಿಳಿದು ಅದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾದ ಯೋಚನೆಯನ್ನು ಮಾಡುವಂತಾದರೆ, ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಅನಾಮತ್ತಾಗಿ ಎತ್ತಿ ಬೇರೆಯದೇ ಲೋಕಕ್ಕೆ ಕರೆದೊಯ್ಯಬಹುದಲ್ಲ? ನಮ್ಮ ಭೌತಿಕ ದೇಹವನ್ನು ಇದ್ದಲ್ಲಿಯೇ ಇರಗೊಟ್ಟು, ಮಿಥ್ಯವಾಸ್ತವ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಪ್ರಂಚೇಂದ್ರಿಯಗಳೂ ಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತ ಅದೇ ನಿಜ ಜಗತ್ತು ಅನ್ನಿಸಬಹುದಲ್ಲ!

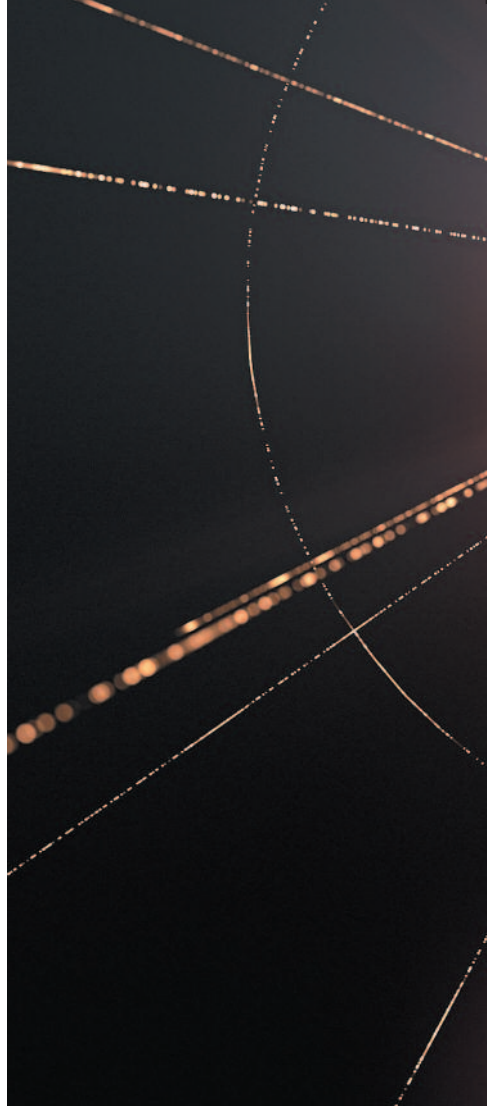
ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ನ ಆರ್ಥಿಕತೆ

'ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌'ನಲ್ಲಿ ಏನೆಲ್ಲಾ ಇದೆಯೆಂದಾದ ಮೇಲೆ ಅದರ ಹಿಂದೆ ಒಂದು ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಇರಲೇಬೇಕಲ್ಲ? ಈ ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ ಉಳಿದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳ ಜೊತೆ, ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ತಾಣವೂ ಆಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸುಲಭದಲ್ಲಿ ಊಹಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ಅನುಭವದ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಅದು ಬೇರೆಯದೇ ಮಜಲನ್ನು ಮುಟ್ಟಬಹುದು. ಇವತ್ತಿನ ಪರದೆಯ/ಟಿವಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಂತೆ ಅವು ಏಕಮಾರ್ಗೀಯವಾಗಿರದೆ, ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದುವ ಪ್ರದರ್ಶನ ಮಳಿಗೆಗಳಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ. ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸುತ್ತಿರುವ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ನೀವು ಮುಟ್ಟಿ, ನೋಡಿ ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

ಇನ್ನೊಂದು ಹೆಜ್ಜೆ ಮುಂದೆ ಹೋಗಿ, ನೀವು ಕೊಳ್ಳಲಿಚ್ಛಿಸುವ ಕಾರಿನ ಟೆಸ್ಟ್ ಡ್ರೈವ್ ಕೂಡಾ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಬಹುದು; ಅದೂ ನಿಮಗಿಷ್ಟವಾದ ಊರಿನ ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಆಗುವಿಕೆಯನ್ನು ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸುವಂತೆ, ಫೋರ್ಡ್, ಕೋಕ್, ಆಪಲ್‌ಗಳಂಥ ಹೆಸರಾಂತ ಕಂಪನಿಗಳು ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ತಂತಮ್ಮ ಪ್ರಾಡಕ್ಟುಗಳ ಜಾಹೀರಾತಿನ ವಿವಿಧ ಸಾದ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಈಗಾಗಲೇ ಮಾತುಕತೆ ಶುರುಮಾಡಿವೆಯಂತೆ.

ಈ ಮೇಲಿನದು, ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿಯ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ನೋಡಿದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಭೌತಿಕ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸುವ ಕುರಿತಾಯಿತು. ಅದರೊಡನೆ, ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ನಲ್ಲೇ ಬಳಸಬಹುದಾದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಜನ ಖರೀದಿಸುವ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವೂ ಇದೆ. ಅದು ಇನ್ನೂ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯವಹಾರ. ಅಂದರೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ನೀವು ಸಂಚರಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ ಅಲ್ಲಿ ಬೇಕಾಗಬಹುದಾದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪೋಷಾಕು, ಮೇಕಪ್ ಸೆಟ್ಟು, ಓಡಾಡಲು ವಾಹನ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ನೀವು ಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಇವೆಲ್ಲ ಡಿಜಿಟಲ್ ರೂಪದಲ್ಲೇ ಇದ್ದು, ಅವುಗಳನ್ನೆಲ್ಲ ಆ ಲೋಕದಲ್ಲೇ ಇರುವ ನಿಮ್ಮ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿಡಬಹುದು. ಹಾಗೇ ಅಲ್ಲೊಂದು ಮನೆ ಕಟ್ಟಲು ನಿಮಗೆ ಜಾಗ ಬೇಕಾದ್ದರಿಂದ ಮೆಟಾವರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ನೀವು ಜಮೀನನ್ನೂ ಖರೀದಿಸಬಹುದು!

ಇಂದಿಗೆ ಇದೆಲ್ಲ ವಿಚಿತ್ರವೆನ್ನಿಸುತ್ತದೆ ಅಲ್ಲವೇ? ಭೌತಿಕ ಅಸ್ತಿತ್ವವೇ ಇಲ್ಲದ ಅಂಗಿಯೊಂದನ್ನು ಯಾರು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ? ಕಾಲೂರಲಾಗದ ಭೂಮಿಯ ಮೇಲೆ ದುಡ್ಡೇಕೆ ವ್ಯಯಿಸುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಸಹಜ. ಆದರೆ ನಾಳೆ ಇವೆಲ್ಲ



ಕಡಿಮೆಯಾದೆ ಬ್ರಹ್ಮಾಂಡ!