

ISSN 2367-7031 / www.piron.culturecenter-su.org

БРОЙ # 14 / 2017 / КОНТЕКСТ И КОНТЕКСТУАЛИЗАЦИИ

URL: http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2017/05/Silvia_Petrova_The-Re-enchantment-of-the-World.pdf

Повторното „омагьосване“ на света: добавената реалност на *Pokemon Go*

Силвия Петрова

Резюме: Текстът разглежда някои нива на разгръщане на т.нар. „смесена реалност“ през призмата на един феномен на популярната култура – играта за мобилни устройства *Pokemon Go*. За да се проследят различните значения и употреби на комбинацията между виртуална, добавена (*augmented*) и физическа реалност, се изследват няколко възможни посоки: 1) *Pokemon Go* в контекста на все по-задълбочаващата се, интимна връзка между човек и технологии; 2) Смесената реалност на *Pokemon Go* като техника за конструиране и легитимация на определен тип идентичност; 3) Преназначаване на картата на града: новата употреба на публичните пространства.

Ключови думи: популярна култура, масова култура, *Pokemon Go*, лайфстайл, добавена реалност, виртуална реалност

Силвия Петрова е главен асистент в катедра „Културология“ в Югозападния университет „Неофит Рилски“. Научните ѝ интереси са в сферата на масовата култура, медиите, джендър изследванията.

Текстът ще се опита да разгледа някои нива на разгръщане на т.нар. „смесена реалност“ през призмата на един феномен на популярната култура – играта за мобилни устройства *Pokemon Go**. За да се проследят различните значения и употреби на комбинацията между виртуална, добавена (*augmented*) и физическа реалност, ще се изследват няколко възможни посоки: 1) *Pokemon Go* в контекста на все по-задълбочаващата се, интимна връзка между човек и технологии; 2) Смесената реалност на *Pokemon Go* като техника за конструиране и легитимация на определен тип идентичност; 3) Преначертаване на картата на града: новата употреба на публичните пространства.

Pokemon е японски консорциум между *Nintendo*, *Game Freak* и *Creatures*, който съществува от около 20 години. Започва с игри за конзоли, след това прави анимации, филми, комикси, играчки и различни продукти, брандирани с образите на покемони. Играта за мобилни устройства *Pokemon Go* е разработена от *Niantic* (компания, която е свързана с *Google*). След пускането на *Pokemon Go* на 6 юли 2016 г., играта надминава по активност на потребителите приложения като *Twitter* и *Facebook*. Това е първото мобилно приложение, което постига такава популярност, използвайки технологията на т.нар. добавена реалност¹. Симптом за бързо набиращата скорост популярност е, че още в средата на юли същата година се появяват за продан в сайтове за онлайн търговия като *eBay* потребителски акаунти, стигащи до хиляди паундове, които включват редки видове покемони – покупката на такъв акаунт спестява време и усилия за начинаещите играчи. В Ню Йорк стават актуални обявите за професионални ловци на покемони, заплащането за които е 20–30 долара за час.

Играта *Pokemon Go* се базира на улавяне, събиране, сортиране, трениране и битки между виртуални същества, притежаващи супер сила (покемони), които са разположени в реални пространства и са видими за играчите посредством камерата на смартфон. Някои изследователи извеждат произхода на думата от японското *Poketto Munsuta*, което означава „джобни чудовища“ (на англ. – от *pocket monsters*). Визията на покемоните е в стилистиката на популярния в Япония, Европа и САЩ през 80-те и началото на 90-те години на XX век анимационен филм със същото заглавие. Според правилата на *Pokemon Go*, за да уловят покемони, играчите трябва да посетят

* Ранен и съкратен вариант от този текст е публикуван във в. Култура, бр.10, 2017 г.

¹ На български език все още няма установен термин за превод на *augmented reality*. В този текст се използва най-разпространеният – „добавена реалност“, с уговорката, че той не е в състояние да предаде цялата гама от значения на *augmented reality*.

физически места: паркове, музеи, паметници, седалища на институции и др. Дигиталните чудовища се търсят чрез GPS модула на смартфона (използва се *Google Maps*), виждат се чрез камерата на устройството – появяващи се на екрана на фона на реалната среда, и се хващат чрез уцелване с виртуална топка. Приложението включва подреждане и класифициране на уловените джобни чудовища, комплект от обгрижващи процедури, трениране и битки между покемоните в т.нар. гимнастически салони („покеджимс“). Геймърът може да предостави покемоните си на т.нар. професор, в замяна на което получава различни блага – лечебни мехлеми, магически миризми и т.н.

1. Одушевяване на технологиите

Някои автори (Ан Алисън) разглеждат добавената реалност на *Pokemon Go* като израз на намерението да се вдъхне душа на технологиите, за да се легитимира ставащата все по-интимна връзка между човека и технологичните устройства. Една от основните нишки на интерпретация тук е японската митология като източник на вдъхновение за създателя на покемоните Сатоши Таджири (чието детско хоби впрочем е да колекционира насекоми). Според древната японска религия шинтоизъм светът е населен с ками – божества, населяващи предмети, местности или природни явления като скали, реки, дървета, светкавици. Шинтоизмът се определя като комбинация от обожествяване на природата, правене на магии, почитане на герои (шин тао – от китайски, „път на боговете“). Тъй като в японския език няма единствено и множествено число, ками се отнася до свещената или божествената същност, която се проявява в различни форми. Ками и хората съществуват в един и същи свят, постоянно са във взаимна свързаност. Ками са навсякъде и във всичко, но се смята, че някои места са наситени с тях, поради което са особено свещени и са обект на поклонение. Когато им се предлагат дарове във вид на храна и благовония, ками са благосклонни към хората; и обратно – при липса на достатъчно знаци за почит, могат да станат зли и отмъстителни.

Паралелите със съвременните покемони са ясни: те също населяват дървета, гори, реки, скали и други реални природни местности заедно с хората. Приложението предлага да се грижим за тях, в замяна на което те може да станат наши съюзници и да се възползваме от суперсилата им, като трупаме точки и други ползи. Обратно, ако не засвидетелстваме почит, те могат да се съпротивляват на улавянето или да се провалят в битките, като по този начин ни носят нисък рейтинг в играта и възпрепятстват

изкачването в по-високи нива. Има специални места („покестопове” или „покеджимове“ – много често „наложени“ към физически пространства с културно-историческо значение), които се отличават с особено висока концентрация на покемони: в и около тези „храмове“ се осъществява и физическата среща между геймърите.

В книгата си *Millennial Monster* Ан Алисън² твърди, че феноменът на популярната култура *Pokemon* може да се окачестви като „техно-анимизъм“, който снабдява дигиталните технологии с душа. По този начин консуматорската идеология се опитва да натурализира връзките между човека и технологиите, легитимирайки тяхната интимност. Усещането за изолираност и липса на междучовешка комуникация в съвременния свят на изобилие от информация се компенсира с илюзия за смислена връзка с дигиталното устройство. Очовечените връзки между индивида и наситените с душа технологии се интерпретират като средство за борба със загубата на устойчиви стълбове за изграждане на идентичност. През теорията за техно-анимизма се обяснява и добрият прием на роботите в японските домове.

Ако подобен тип техно-анимизъм може да послужи за обяснителен модел в японската култура, в западния свят вероятно водещо значение за популярността на играта има екзотиката³. Екзотично изглеждащите дребни чудовища отпращат към нещо същностно различно от познатото и родното, което засилва аурата на обаятелност и мистика. Митологичните същества, които се побират в джоба и се появяват в реалния свят с включване на мобилното приложение, изпълняват функцията на екзотика за всекидневна употреба, навсякъде и по всяко време. Геймърите притежават „магическата“ способност да се пренасят в тотално друг, непознат и очароващ свят, без да излизат от собствената си реалност. Потопяването в това екзотично не изисква напускане на познатото. В тази игра между свое и чуждо, между родно и екзотично се създава и легитимира и интимната връзка с технологиите. В контекста на добавената реалност смартфонът действа като протеза към сетивата (или като ново сетиво), чрез която се ориентираме в технологичната реалност (станала неизменна част от човешкото) и без която като че ли не сме „себе си”, чувстваме се осакатени.

² Allison, Anne. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*. University of California Press, 2006.

³ Използвам дефиницията на Ангел Ангелов за екзотичното като форми на живот извън собствената култура, извън времето, незасегнати от историята. (вж. Ангелов, Ангел. „Функции на екзотичното през XIX в.: визуални образи“, *Литернет*, 1 (2012).

В модерните общества, в теорията на Макс Вебер, религията е заменена от научната рационалност. „Разомагьосването на света“, процесът при който човекът заменя връзката с Бога и със свещеното с обвързаност с технологиите, се разглежда като резултат от въздействието на капитализма. Днес обаче трансцендентното (или поне интересът към него) се завръща на всекидневно ниво именно през технологиите. На технологиите и средствата за масова комуникация се дължи бумът на т.нар. ню ейдж – медиен феномен, който представлява своеобразен, хаотичен бриколаж на фрагменти от духовни идеи, религиозни учения, източни практики за грижа за душата и тялото и т.н., които индивидът е свободен да комбинира, както намери за добре. Основни характеристики на ню ейдж са липсата на строга система и йерархия от правила, както и идеята, че Бог е във всеки човек и всеки сам е отговорен да прояви божественото в себе си. Така човешкото и светът наоколо се обогатяват с трансцендентност, която чака проявлението си. Добавената реалност създава нови измерения в ню ейдж идеологията, снабдявайки я с „достоверни“ (видими в реалния ни свят) източници на трансцендентност: притежаващите свръхчовешка сила покемони живеят и подлежат на завладяване в собствената ни човешка действителност, улавянето им следва да предполага присвояване на магичните им сили. По този път технизираната реалност се декорира с мистичен елемент, използван във всекидневни, рутинни ситуации.

Същевременно покемоните са напълно достъпни за взаимодействие (приложението е безплатно), а заловените екземпляри автоматично се подреждат и класифицират в стройна система: по вид (сухоземни, земноводни, водни и т.н.) и характеристики (тежест, височина и пр.). Колекционирането им снабдява играчите с усещане за власт: само с един клик залавяш и управляваш магически същества, които слагаш в джоба си, на фона на картината на реалността. Трансцендентното постоянно е наоколо, но подлежи на колекциониране и контрол от човешките същества – което неизбежно го профанизира.

Общуването на играча с мистичните джобни същества в контекста на смесената реалност (комбинация от реална, виртуална и добавена реалност), както и между самите геймъри, срещащи се на специални места („покестопове“), носи особена ритуалност. Добавената реалност може да се интерпретира като лиминалност, праг между физическата и виртуалната реалност. В лиминалните явления, описани от Виктор Търнър, се случва смесване на незначителност и святост, на хомогенност и

другарство – те са във и извън светската социална структура, във и извън времето. Характерно за лиминалния период е състоянието на обществото като неструктуриран *communitas* – общност, комуна от равни индивиди, които заедно се подчиняват на общата власт на ритуално старшите⁴. По подобен начин геймърите на *Pokemon Go* смесват всекидневните си незначителни дейности с технизирани „чудеса“, прескачат с лекота между светското и митологичното. Играчите представляват общество от посветени в ритуала, които помежду си са в хоризонтални, мрежови отношения, подчинявайки се на невидимата власт на разработчиците на играта и мрежата на *Google*. Но за разлика от традиционните ритуали, добавената реалност на *Pokemon Go* осъществява паралелно присъствие в светското и „магичното“, сливайки ги в една непрекъсната линия. В контекста на смесената реалност презентизмът, за който говори Франсоа Артог (сливане на минало и бъдеще в едно безкрайно настояще), е обогатен – погълнал в себе си и митологичното време. Сакралното и профанното съществуват заедно, в една обща реалност, рамкирана от дисплея на мобилното устройство. Магичното тук обаче е обречено да остане винаги полумагично, трансцендентността е атрофирана от неизменната си свързаност с баналността на всекидневните дейности. Технизиранието магично се поставя в рамката на всекидневното, което стопява част от аурата му, доближава го до иманентността. В добавената реалност светът е наново омагьосан, без опасност от неконтролируеми чудеса. Играчът на *Pokemon Go* се оказва в пространството на екзотичното приключение, на въображението, на мита, като същевременно остава в света на всекидневните очевидности. Добавената реалност обединява двата слоя, придавайки авантюризъм на всекидневието. Играчът е в света, но благодарение на мобилното приложение, този свят е декориран с приключенски елемент. Живее във фантазията като в реалност и в реалността – като във фантазия. Добавената реалност събира виртуалното и реалното, света на въображението (но оформено от софтуера на играта) и света на действителността – границите, между които се развиват неразлично.

Тази мистично-профанна смесена реалност е силно обвързана с бизнеса и консумацията: от богатия асортимент стоки, брандирани с джобни чудовища, през дължностите на добре платени наемни ловци и специализираните туристически маршрути за редки екземпляри, до кафенетата и ресторантите, които привличат клиенти, предлагайки висока концентрация на покемони.

⁴ Търнър, Виктор, *Ритуалният процес*. прев. Антоанета Николова. София: Лик, 1999, 96-97.

2. Общности от градски „елити“

Макар че наглед *Pokemon Go* е достъпна за всички (приложението е безплатно), на практика играта е силно обвързана с реалния ландшафт наоколо: концентрацията на покемони е съвсем различна в гъстонаселените градски райони с мрежи от десетки „покестопове“ и в районите в провинцията, които изглеждат като поке-пустини. Геймърите имат нужда от плътно населени с покемони пространства, ако искат да се забавляват и да покоряват по-високи нива. В този смисъл играта е достъпна (или желана) по-скоро за жителите на големите градове и същевременно е в състояние да насочва големи групи от хора към определени пространства. Така профилът на играчите би следвало да включва технически грамотни хора, живеещи в големи градове и следващи определен тип лайфстайл⁵. Поради огромната популярност на играта този лайфстайл бързо се превръща в актуален, желан модел за идентификация. Сред ключовите му характеристики са:

Екзотика. Анимацията на покемоните е в стил „манга“ – за западния свят това е екзотика, отправяща към нещо, същностно различно от родното⁶. Тук обаче екзотичното е „наложено“, добавено към физическия пейзаж на своето, познатото – границите се преливат, образувайки мъглява амалгама от близко и далечно, интимно и непознато. Включването на екзотични елементи към лайфстайла – във вид на пътешествия, храни, спортове, хобита и т.н. – е мода, установена от популярните медии, която се тълкува като белег за висок статус.

Здравословен живот. Защитниците на *Pokemon Go* я обявяват за революционно различна от всички досега съществуващи компютърни игри, тъй като за първи път геймърите са принудени да играят навън: покемоните може да се „уловят“, „развиват“ и „тренират“ само във физическата реалност, посредством ходене пеша и посещение на конкретни пространства. Ставайки част от общността, играчите се вписват в модата на здравословния, физически активен начин на живот, като включват към виртуалното общуване и реални контакти с останалите геймъри.

⁵ Терминът лайфстайл употребявам в значението, дефинирано от Антъни Гидънс: сценарии или жанрове за идентификация, разпространявани от масмедията, които не съвпадат с идентичността, а по-скоро служат като резервоар за идентичност в епохата на рефлексивната модерност.

⁶ Субкултурата на т.нар. анимета има дълга традиция и огромен брой последователи в Европа, включително и в България, които се срещат предимно във виртуалното пространство, но често си устройват и физически срещи, фестивали и т.н. Добавената реалност на *Pokemon Go* събира в едно виртуалните и реалните общности, поставяйки ги в контекста на смесената реалност.

Носталгия. Както вече беше отбелязано, играта за мобилни устройства е наследник на анимационен сериал, популярен през 90-те години, като до момента са излъчени около 930 епизода в целия свят. За днешните 30–40-годишни хора покемоните са както завръщане към тийнейджърските години и детските хобита, така и възможност да споделят играта с децата си. Още един елемент от механизма за събуждане на носталгията е прекарването на свободното време в игри навън, както в „доброто старо време“ – макар реалността навън да се възприема през „добавките“ от екрана на мобилното устройство.

Туризм. Освен че са наситени около конкретни пространства, някои редки покемони обитават само отдалечени дестинации, достъпът до които е свързан с ресурси като свободно време и финансови средства. Около *Pokemon Go* се развива цял туристически отрасъл, предлагащ като основен продукт възможност за ловуване на виртуални същества. По този път екзотиката преминава от пространството на имагинерното към реалното: образите на екзотичното в смартфона стават мотив за реални пътешествия до далечни дестинации.

Нов тип духовност. Мистичният елемент на обагряне на всекидневната реалност с митически същества може да се свърже с актуалността на ню ейдж в съвременната популярна култура. Без съмнение голяма част от успеха на *Pokemon Go* се дължи именно на следването в модата на здравословното поведение (физическо движение, реални срещи с хора), видно през призмата на екзотиката – характерна тенденция в ню ейдж идеологията.

Очевидно, играта не предлага на геймърите нов тип идентичност, а ги профилира на принципа на пачуърка, селектирайки парчета от актуални тенденции, предлагани от медиите. Макар че съдържа в себе си потенциална възможност за луксозни конотации (свързани с поддържане на по-висок стандарт, включващ, например, пътувания и скъпи мобилни устройства), този тип лайфстайл по-скоро може да се определи като среднестатистически. Играта е насочена към технически грамотни хора, но нивото на грамотност е ограничено до използване на мобилното приложение, което се отличава с простота. Стратегията на *Pokemon Go* в никакъв случай не би могла да бъде наречена сложна, анимацията е наивистична, различните нива не се отличават съществено едно от друго, няма психологически дилеми или смяна на виртуални идентичности. В този смисъл модните градски „елити“ се вписват в дефиницията на медиокрацията, дадена от Ален Дьоно. Според канадския философ съвременният свят

действия на принципа на посредствеността, издигната до ранга на власт: днес всяко действие и постижение бива приравнявано до средностатистическото. Медиокрацията изтласква в периферията както некомпетентните, така и най-компетентните. Симулацията се издига до най-висша стойност. По този начин се легитимират баналността и недоразбраната очевидност. Медиокрацията, според Дьоно, ни провокира да дремем мисловно; тя не е толкова доминация на посредствените, колкото доминация на самото състояние на посредственост.⁷

Средностатистическото, превърнато в норма, завзема и пространството на добавената реалност. В този план трябва да се отбележи, че *Pokemon Go* е наследник на *Ingress* (отново разработена от *Niantic*) – игра с много по-сложна стратегия и усъвършенствана анимация, която обаче не постига и минимална част от успеха и популярността на наивистичните покемони. Тук може да се добави още едно, не толкова популярно извеждане на етимологията на покемон: освен от *rocket monsters*, произходът на думата води към корниш⁸ диалекта, където *pokemon* означава „глупав“ или „тромав, недодялан“.

Pokemon Go създава усещане (или илюзия) за прост живот, за забавяне на ритъма, за убиване на скоростта в контекста на информационното изобилие. Хартмут Роза твърди, че съвременното преживяване на времето, доминирано от бурното развитие на технологиите, се характеризира с един парадокс: чувството за неимоверно ускоряване на времето е съпроводено с усещане за скука, за празно време. Характерното за всички фази на модерността усещане, че „всичко става по-бързо“, е само едната страна на диагнозата. Втората, диаметрално противоположна характеристика, Роза определя като възприемането на реда на собствената епоха като неподвижна „стоманена клетка“, в която не се променя нищо, не се случва нищо ново. Всички идеи изглеждат изпробвани, поради което се появява опасността от безкрайна скука, неизменно преследваща съвременния индивид.⁹

Може да се предположи, че именно това парадоксално, двойствено преживяване на времето от съвременните индивиди е причина за бума на популярността на *Pokemon Go*: едновременно присъствие и отсъствие от технизираната реалност, убиване на

⁷ Дьоно, Ален. „Медиокрацията“. прев. Мартина Недялкова. *Литературен вестник*, 29 (2016).

⁸ Корниш е етническа група, свързана с Корноул, област в югозападната част на Великобритания. Представлява отделна етническа група в рамките на Обединеното кралство, корените на която водят към древните британци, населявали южната и централната част на Великобритания преди римското завоевание.

⁹ Роза, Хартмут. *Ускоряване*. прев. Светла Маринова. София: Критика и хуманизъм, 2015, 47.

суката със същите технологии, които създават стреса от информационното натоварване, използване на високите технологии за изолация в наивистичното. С *Pokemon Go* светът става по-малко логичен, по-прост и по детски магичен.

Легитимацията на средностатистическото/ посредственото в контекста на смесената реалност има отражение и върху господстващия тип комуникация и гражданското общество. Днес, благодарение на *Google* и на социалните мрежи, интернет става все по-персонализиран: виждаме само информацията, която е селектирана като подходяща за нас от изкуствен интелект. На същия принцип, посредством добавената реалност, светът наоколо става различен за различните хора. Добавената реалност е приспособената и филтрирана за персоналните ни нужди реалност. Проблемът е, че тя е приспособена от някого друго – а ако всеки вижда, каквото този „друг“ иска, демокрацията се оказва под сериозен въпрос. В този смисъл, тезите на Джовани Сартори за опасността пред демокрацията и гражданското общество, породена от ситуацията на видеопайдея и телеупралявани общества¹⁰, са доведени до краен предел. Ако доскоро доминацията на образите в културата, наложена от визуалните масови медии, е представлявала заплахата за критичното мислене, днес индивидите са лишени дори от възможността да избират сами между избобилието от образи: изкуственият интелект на технологиите го прави вместо тях.

Така, когато всички сме в една физическа реалност, но я виждаме по различен начин (или поне с различни „добавки“), се засилва склонността към социална и гражданска изолация, както и за манипулации на гражданската позиция и общественото мнение. Ели Парисър въвежда термина „филтриращ балон“ (*filter bubble*), с който означава склонността ни да създаваме „ехо камера“ около себе си, за да подсилим собствените си гледни точки и нагласи и да се изолираме от идеите, които ни смущават или са в разрез с предразсъдъците ни.¹¹ Посредством социалните мрежи можем да се затворим в кръгове от приятели, които споделят собствената ни позиция по повечето въпроси, да изграждаме становището си по обществени теми, доверявайки се на нюзфийда ни в социалните медии, да подберем приложения с добавена реалност, които избирателно ни изолират от околния свят и т.н.

¹⁰ Голешевска, Нора. „Визуалните изследвания и политическа теория. Джовани Сартори: визуална пайдея и видео политика“, *Пирон*, 6 (2013).

¹¹ Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Viking, 2011.

Разбира се, тезата на Парисър може да се сравни с влиятелната за изследванията на масовите медии теория за когнитивния дисонанс на Леон Фестингър (1965), според която индивидът е склонен да избягва информацията, противоречаща на установките му; както и с идеята на Елизабет Ноел-Нойман (развита през 70-те години на XX век) за спиралата на мълчанието, акцентираща върху склонността на индивидите да подкрепят публично само идеи, за които смятат, че ще бъдат подкрепени от мнозинството. Акцентът при Парисър обаче засяга и ролята на невидимата селекция от интернет гиганти като *Google*, *Facebook* и т.н. която неуловимо, но силно влияе на индивидуалните ни решения – независимо дали става дума за нов телефон, игра, или политически решения. Така, на фона на възможностите за избор между „най-добрата“ лично за нас реалност, демокрацията се стопява.

3. Преначертаване на картата на града: нова употреба на публичните пространства.

Както вече беше споменато, „покестопвете“ и „покеджимовете“ представляват стратегически важни за играта места, които са свързани с реални физически пространства – често те съвпадат с важните в града места (паркове, исторически и културни забележителности, мемориали, знакови сгради), които са натоварени с нови функции. Културната сила на тези места е центрирана около нов символен капитал. Играчите откриват нови значения на всекидневните места, присвоявайки си пространства според нормите на популярната култура. Превръщането на важни публични пространства в „покестопове“ може да се интерпретира като отказ или оспорване на значимостта им и предефинирането им чрез лишаване от сериозност. Същевременно така се конструира и нов начин на гледане и виждане на реалността, както и нови стратегии за памет и забравяне.

Нарастването на популярността на играта през юли и август 2016 г. е съпроводено от масови протести и искания към създателите на *Pokemon Go* определени публични места да бъдат „извадени“ от играта, тъй като присъствието и ловуването на покемони там се тълкува като оскърбление (църкви, мемориали) или опасност от шпионаж и кражби (сгради на институции, информацията за чиито вътрешни пространства става достъпна за *Google*, след като играчите ги сканират с камерата на мобилните си телефони).

Привличайки големи маси от хора към определени места с културно, историческо и политическо значение и променяйки радикално мотива им за посещение, *Pokemon Go* извършва ре-дизайн на градските пространства, като разполага своите значими места върху символния капитал на места на памет. Пространствата се оказват откъснати от контекста си, поставени в нов „мизансцен“, рамкиран от екрана на мобилното устройство. Макар старата символна стойност да не е изтрита и напълно забравена, за геймърите тези места имат стойност не заради историята, а заради това, което им придава ценност в настоящия миг от играта. Този процес на изваждане на места, паметници, сгради от контекста и поставянето им пред очите на играча през филтъра на екрана на смартфона може да се интерпретира и като своеобразна музеификация. *Pokemon Go* не е точно забрава, ирония и пренебрегване на местата на памет (защото се възползва и наследява символния им капитал), а по-скоро частична амнезия и поставянето им в контекста на технизиранията настояще, където миналото и бъдещето се сливат в насладата от настоящето. „Ловенето“ на покемони е ритуал, в който култът към историческото наследство е заменен с култа към технологиите: светите места се наследяват, като сакралността им се преосмисля в ключа на новата технизиранията трансцендентност.

Вилхелм Фрихов, цитиран от Жоел Кандо, дефинира местата на памет като „шамандура на спомени“ (*geheugenboei*) – тъй като паметта се обвързва със спомени, оставайки при това да се носи свободно на вълните и запазвайки способността си да отплува в открито море. Затова местата на паметта по природа са недовършени, те не предхождат паметта, а се създават в процеса на действието ѝ. Паметта е избирателна и капризна, поради което днешните места на памет утре може да се превърнат в места на забавление, като обратният процес също е възможен. Така че днес следва да говорим не толкова за изчезване на дадена среда на паметта, колкото за трансформацията ѝ.¹² В този смисъл преначертаването на картата на града от добавената реалност на *Pokemon Go* не изглежда толкова драстичен ход на забрава и подмяна, колкото на добавяне на нови значения към вече съществуващите. Градското пространство придобива нова значимост, която означава и нов режим на гледане: през човешкото зрение, обогатено със смарт-протеза.

¹²Кандо, Жоел, *Антропология на паметта*, прев. Марио Йончев. София: Одри, 2001, 116–118.

4. Добавената реалност: опаковане на реалността

Добавената реалност е тип машинно виждане, използващо технологична протеза, което увеличава човешкия ни обсег и капацитет. Играта на *Pokemon Go* не може да се сравни с четенето на книга или гледането на филм като средство за изолация, за бягство от реалността или за наслада. Когато се възползваме от мобилното приложение, покемоните присъстват едновременно на екрана на телефона, в съзнанието ни, в GPS сателитите, в мобилните мрежи, в сървърите. В този случай технологията не засилва човешките сетива, а като че ли създава ново сетиво, с което боравим в света на дигиталната информация, което ни осигурява бърз достъп до наивно-магичното. Смартфонът изпълнява функцията на протеза: ако не се наложи върху реалността, покемонът ще остане невидим, а мистификацията (която впрочем в случая означава и опростяване) на реалността ще остане невъзможна.

Информацията става същностна част от човешката ни природа, докато технологиите се одушевяват в интимното ни взаимодействие с тях. Тази ставаща все по-неразривна свързаност между човек и технологии е съпътствана от господството на среднестатистическото: масовата достъпност на достиженията на високите технологии е съчетана с употребата им за изолация от същата технизирания реалност, а крайният продукт е максимално опростяване на света, разпадането му до наивистични фрагменти и озаряването му от всекидневни банални чудеса.

Приложенията за добавена реалност могат да се интерпретират като поредната техника за раздуване на настоящето и за премахване на времето. Добавената реалност поставя света във виртуална опаковка – още една стъпка към дематериализацията му след триумфа на симулираната реалност, осъществен от традиционните масмедии. Добавената реалност не е просто възможност за смяна на различни видове опит, а промяна на характера на самия опит: нуждите, идентичностите, желанията и позициите се поставят в нов (среднестатистически) порядък, конструиран от технологиите. Изобилието от образи се заменя с изобилие от специално подбрани за нас образи – което означава по-фини нюанси в манипулативните стратегии, но и по-ограничени възможности за „браконьерство“ и креативна консумация (в термините на Мишел дьо Серто). Пребиваването в смесената реалност (комбинация от виртуална, реална и добавена) и развитието на интимна връзка с технологиите подкопава стратегиите за съпротива, често представяйки конформизма в реториката на бунт.

Библиография:

Ангелов, Ангел. „Функции на екзотичното през XIX в.: визуални образи”, *Литернет* 1 (2012). <http://liternet.bg/publish11/avangelov/ekzotichnoto.htm>

Артог, Франсоа. *Режими на историчност*, прев. Галина Вълчинова. София: Нов Български Университет.

Вебер, Макс. *Генезис на западния разционализъм*, София: Критика и хуманизъм, 2001.

Голешевска, Нора. „Визуалните изследвания и политическа теория. Джовани Сартори: визуална пайдея и видео политика”, *Пирон*, 6 (2013)

Дьоно, Ален. „Медиокрацията”, прев. Мартина Недялкова, *Литературен вестник* 29 (2016).

Кандо, Жоел. *Антропология на паметта*, прев. Марио Йончев. София: Одри, 2001.

Роза, Хартмут. *Ускоряване*, прев. Светла Маринова. София: Критика и хуманизъм, 2015.

Търнър, Виктор. *Ритуалният процес*, прев. Антоанета Николова. София: Лик, 1999.

Allison, Anne. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*, University of California Press, 2006.

Gould, Hannah. “If Pokemon Go Feels Like a Religion, That’s Because it Kind of is” , *The Guardian* <https://www.theguardian.com/technology/2016/jul/12/pokemon-go-addictive-game-shares-much-with-religious-devotion>

Pariserr, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, Viking, 2011.