

کال نیوپورت

نویسنده کتاب پرفروش کار عمیق

مینیمالیسم  
دیجیتال

انتخاب زندگی متمرکز  
در دنیای آشفته

مترجم: ناهید ملکی

# مینیمالیسم دیجیتال

انتخاب زندگی متمرکز در دنیای آشفته

کال نیوپورت

ناهد ملکی

نشر نوین

سرشناسه	: نیوپورت، کال. Newport, Cal
عنوان و نام پدیدآور	: مینیمالیسم دیجیتال؛ انتخاب زندگی متمرکز در دنیایی آشفته / نوشته کال نیوپورت، ترجمه ناهید ملکی، ویراستار: مریم آقاعبدالرزاق.
مشخصات نشر	: تهران، نوین توسعه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۴۰ صفحه
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۴۰-۱۷-۰
فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: Digital minimalism, 2019.
موضوع	: توسعه فردی، مدیریت خود، تمرکز در عصر اینترنت
رده‌بندی کنگره	: HM۸۵۱
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۳/۴۸۳۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۷۶۴۱۹۲



عنوان:	<b>مینیمالیسم دیجیتال؛</b> انتخاب زندگی متمرکز در دنیایی آشفته
مؤلف:	<b>کال نیوپورت</b>
مترجم:	ناهید ملکی
ویراستار:	مریم آقاعبدالرزاق
زمان و نوبت چاپ:	۱۳۹۸، اول
ناشر:	نشر نوین توسعه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۶۸۴۰-۱۷-۰
قیمت:	۳۹۰۰۰ تومان

کلیه حقوق کتاب برای ناشر محفوظ است.



# فهرست

۷	مقدمه
۱۷	بخش ۱: اصول مینیمالیسم
۱۹	فصل ۱) مسابقه‌ی تسلیحاتی نابرابر
۳۹	فصل ۲: مینیمالیسم دیجیتال
۶۷	فصل ۳: پاک‌سازی دیجیتال
۸۷	بخش ۲: تمرینات
۸۹	فصل ۴: برخی اوقات را به‌تنهایی سپری کنید
۱۲۵	فصل ۵: لایک نکنید
۱۵۷	فصل ۶: احیای اوقات فراغت
۲۰۳	فصل ۷: به جمع مقاومت‌کنندگان پیوندید
۲۳۵	نتیجه‌گیری



## مقدمه

در سپتامبر سال ۲۰۱۶، «اندرو سالیوان»<sup>۱</sup>، وبلاگ‌نویس و مفسر معروف، مقاله‌ای هفت‌هزار کلمه‌ای را با عنوان «قرار بود انسان باشم» برای مجله‌ی نیویورک نوشت. عنوان فرعی این مقاله عبارتی هشداردهنده بود: «بمباران بی‌پایان اخبار، شایعات و تصاویر باعث شد میل شدید و اعتیادگونه‌ای به اطلاعات پیدا کنم؛ مسئله‌ای که زندگی‌ام را تباه کرد و شاید زندگی شما را هم به تباهی بکشاند.»

از این مقاله استقبال فراوانی شد. با وجود این، اعتراف می‌کنم وقتی که برای نخستین بار آن را خواندم، هشدار سالیوان را به‌طور کامل درک نمی‌کردم. من جزو معدود افراد هم‌نسل خویش هستم که در هیچ رسانه‌ی اجتماعی‌ای حساب کاربری ندارم و از سوی دیگر، تمایلی ندارم که زمان زیادی را به وب‌گردی اختصاص دهم؛ بنابراین به همین نسبت، تلفن‌همراه نقش کوچکی در زندگی‌ام ایفا می‌کند. همین نکته هم باعث شد که موضوع اصلی این مقاله برایم ملموس نباشد و آن را درک نکنم. به عبارت دیگر، می‌دانستم که نوآوری‌های عصر اینترنت در زندگی بسیاری از افراد تأثیری منفی گذاشته است، اما با تمام وجود این موضوع را درک نمی‌کردم... تا زمانی که همه‌چیز تغییر کرد.

در اوایل سال ۲۰۱۶، کتابی با عنوان کار عمیق<sup>۲</sup> منتشر کردم. این کتاب درباره‌ی ارزش تمرکز شدید بود و اینکه تأکید دنیای حرفه‌ای بر ابزارهای ارتباطی حواس‌پرت‌کن، چگونه باعث می‌شود افراد نتوانند کارهایشان را به‌خوبی و به بهترین شکل ممکن انجام دهند. همان‌طور که این کتاب مخاطبانش را می‌یافت، من نیز به‌مرور، بازخوردهای بیشتر و بیشتری از خوانندگان دریافت می‌کردم. برخی برایم پیام می‌فرستادند و برخی دیگر در مکانی عمومی با من صحبت می‌کردند؛ اما بیشتر آن‌ها

---

1. Andrew Sullivan

۲. Deep Work: نشر نوین این کتاب را به فارسی ترجمه و منتشر کرده است.

سؤال‌ی مشابه می‌پرسیدند: «پس زندگی شخصی‌مان چه می‌شود؟» من معتقد بودم که ابزارهای دیجیتال موجب حواس‌پرتی در محیط کار می‌شود و آن‌ها هم با این دیدگاه موافق بودند؛ اما پس از آن توضیح می‌دادند که این فناوری‌های جدید باعث کاهش رضایتمندی آن‌ها از زمان سپری‌شده در خارج از محیط کار نیز می‌شود و بیش از همه، از این بابت نگران بودند. این موضوع توجهم را به خود جلب کرد و مرا درباره‌ی وعده‌ها و خطرات زندگی دیجیتال مدرن به فکر فرو برد.

تقریباً همه‌ی افرادی که با آن‌ها صحبت کرده‌ام به قدرت اینترنت اعتقاد داشتند؛ همچنین به این نتیجه رسیده بودند که اینترنت می‌تواند و باید نیرویی باشد که زندگی آن‌ها را بهبود بخشد. آن‌ها لزوماً نمی‌خواستند نقشه‌های گوگل را کنار بگذارند یا اینستاگرام را ترک کنند؛ اما احساس می‌کردند دیگر نمی‌توانند میزان استفاده‌شان را از فناوری کنترل کنند. یعنی اگر به سرعت تغییری رخ ندهد، شاید زندگی‌شان تباه شود!

در این گفت‌وگوها، «خستگی» اصطلاح رایجی بود که درباره‌ی زندگی دیجیتال مدرن زیاد شنیدم. البته نه به این معنی که تمام اپلیکیشن‌ها یا وبسایت‌ها به‌خودی‌خود بد هستند. نه! همان‌طور که بسیاری از مردم توضیح داده‌اند، مسئله تأثیر همه‌جانبه‌ی زرق‌وبرق‌های بی‌فایده‌ای است که به‌شدت آن‌ها را جذب این ابزارها می‌کند و موجب تغییر خلق‌وخویشان می‌شود. در حقیقت، مشکل آن‌ها با این فعالیت هیجانی، به‌ندرت مربوط به جزئیات آن است؛ بلکه بیشتر به این واقعیت اشاره دارد که این مصرف به‌طرزی فزاینده خارج از کنترل آن‌هاست. تعداد کمی از کاربران می‌خواهند زمان زیادی را صرف اینترنت کنند، اما این ابزارها، روش‌هایی در اختیار دارند که سبب ایجاد «اعتیاد رفتاری» می‌شوند. تمایل به چک‌کردن توییتر یا سایت ردیت<sup>۱</sup> حرکتی عصبی است که زمان شما را چندپاره می‌کند، درحالی‌که با زندگی آگاهانه از همین زمان نیز می‌توان سود برد.

---

۱. Reddit.com: ردیت سایتی برای جمع‌آوری اخبار اجتماعی است. کاربرانی که در این سایت ثبت‌نام می‌کنند، می‌توانند اخبار را در قالب لینک یا متن ارسال کنند و آن را با دیگران به اشتراک بگذارند؛ همچنین می‌توانند به پست یا گزارش‌های نوشته‌شده رأی دهند و جایگاه آن خبر را در صفحات ردیت و صفحه‌ی اصلی مشخص کنند.



همان‌طور که در تحقیقات بعدی‌ام متوجه شدم و در فصل بعدی مطرح خواهم کرد، بعضی از این ویژگی‌های اعتیادآور اتفاقی به‌وجود می‌آیند (افراد کمی پیش‌بینی می‌کردند که پیام‌رسان‌ها بتوانند تا این حد توجه شما را جلب کنند)، درحالی‌که بسیاری از آن‌ها کاملاً هدفمندند (استفاده‌ی وسواس‌گونه، پایه‌ی بسیاری از طرح‌های کسب‌وکار این رسانه‌های اجتماعی بوده است)؛ اما منبع آن هرچه باشد، این جاذبه‌ی مقاومت‌ناپذیر روی صفحه‌نمایش باعث می‌شود مردم احساس کنند اختیار انتخاب‌هایشان را به دست این شبکه‌ها سپرده‌اند؛ مشکلی که روزه‌روز بیشتر و بیشتر می‌شود و مردم نیز به آن آگاه‌اند. البته هیچ‌کس عضو این سرویس‌ها نشده تا کنترل زندگی‌اش را از دست بدهد. در حقیقت، قسمت تلخ ماجرا این است که آن‌ها برنامه‌ها را دانلود می‌کنند و به دلایلی مثبت حساب کاربری خود را ایجاد می‌کنند؛ اما این سرویس‌ها به‌تدریج فعالیت‌های باارزشی را که پیش‌تر برایشان جذاب بود، کم‌رنگ می‌کنند؛ افراد به فیس‌بوک پیوستند تا ارتباطشان را با دوستان خود در سراسر کشور حفظ کنند؛ اما اتفاقی که پس از آن افتاد این بود: آن‌ها حتی دیگر نمی‌توانستند با دوستی که آن‌طرف میز نشسته بود مکالمه‌ای سالم و بدون وقفه داشته باشند!

همچنین متوجه شدم که «فعالیت آنلاین بدون محدودیت» چه تأثیرات منفی‌ای بر سلامت روحی افراد می‌گذارد. بسیاری از افرادی که با آن‌ها صحبت می‌کردم، تأکید می‌کردند که رسانه‌های اجتماعی توانایی فراوانی در تغییر خلق‌وخوی آن‌ها داشته‌اند. قرارگرفتن مداوم در معرض تصاویر گلچین‌شده‌ی زندگی دوستانشان، در آن‌ها احساس بی‌کفایتی ایجاد می‌کرد؛ به‌خصوص در دوره‌هایی که احساس کمبود می‌کردند. همچنین می‌گفتند این شیوه روشی بی‌رحمانه در خصوص نوجوانان است که باعث ایجاد حس طردشدن در آن‌ها می‌شود.

علاوه‌بر این، بر اساس انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۱۶ و اتفاقات پس از آن، به‌نظر می‌رسد گفت‌وگوهای آنلاین، باعث تنش‌های عاطفی و خستگی شدید مردم می‌شود. «جارون لانیر»<sup>۱</sup>، دانشمند فلسفه‌ی فناوری، می‌گوید اولویت‌دادن به خشم و

---

1. Jaron Lanier

رفتارهای توأم با خشونت آنلاین، تا حدودی، ویژگی اجتناب‌ناپذیر این رسانه‌هاست: در این بازار علنی‌ای که برای جلب‌توجه ایجاد شده، احساسات نادرست، نسبت‌به‌افکار مثبت و سازنده، نگاه‌های بیشتتری را به خود جذب می‌کند. برای کاربرانی که به‌طور مداوم و زیاد از اینترنت استفاده می‌کنند، تعامل مکرر با این احساسات منبعی منفی از خستگی ایجاد خواهد کرد؛ حتی بسیاری از افراد متوجه نمی‌شوند برای این کانکت‌بودن وسواس‌گونه چه هزینه‌ی روانی زیادی می‌پردازند.

مواجه‌شدن با این نگرانی‌های اضطراب‌زا (از استفاده‌ی بیش‌از‌حد، خسته‌کننده و اعتیادآور از این ابزارها گرفته تا توانایی آن‌ها در کاهش استقلال، شادی، دامن‌زدن به غرایز نادرست و نادیده‌گرفتن فعالیت‌های باارزش‌تر) چشمانم را به روی روابط پریشان‌گشود؛ روابطی که امروزه از طریق بسیاری از تکنولوژی‌هایی که بر فرهنگ ما غلبه پیدا کرده‌اند، حمایت می‌شوند. به عبارت دیگر، به من کمک کرد تا درک درستی از منظور اندرو سالیوان داشته باشم که با افسوس گفت: «قرار بود انسان باشم.»

\*\*\*

تجربه‌ی صحبت با خوانندگان مرا درباره‌ی موضوعی متقاعد کرد: اینکه تأثیر فناوری در زندگی شخصی افراد ارزش بررسی بیشتر دارد؛ بنابراین تحقیق‌کردن و جدی‌تر نوشتن درباره‌ی این موضوع را شروع کردم؛ همچنین تلاش کردم ویژگی‌های اصلی آن را هرچه بهتر درک کنم و به دنبال نمونه‌هایی از افراد نادر باشم که بدون ازدست‌دادن کنترل زندگی‌شان، از این فناوری‌های جدید بهره‌ی زیادی می‌برند.<sup>۱</sup>

از نخستین موارد مشخص‌شده در بررسی فوق این بود: از آنجا که این ابزارها هم ضرر دارد و هم فایده، رابطه‌ی فرهنگ ما با این ابزارها پیچیده است. گوشه‌های

---

۱. از نظر برخی افراد، این واقعیت که من نمی‌توانم از چاه عمیق تجربه‌ی شخصی خودم را بیرون بکشم، ایراد به‌حساب می‌آید. «اگر هرگز از رسانه‌های اجتماعی استفاده نکرده‌ای، چگونه می‌توانی از آن‌ها انتقاد کنی؟!» این یکی از شایع‌ترین گلایه‌هایی است که در مجامع عمومی می‌شنوم. در این ادعا، حقایقی هم وجود دارد؛ اما وقتی که به سال ۲۰۱۶، سال شروع این تحقیق، برمی‌گردم، می‌بینم که من فردی بی‌طرف بوده‌ام. اگر از منظری تازه به فرهنگ تکنولوژی‌مان نزدیک شوم، شاید بهتر بتوانم فرضیه‌ها را از حقیقت و استفاده‌ی درست و معنی‌دار را از سوءاستفاده تفکیک کنم.

هوشمند، اینترنت بی‌سیم که همه جا وجود دارد و پلتفرم‌های دیجیتالی که میلیاردها نفر را به هم متصل می‌کند، نوآوری‌هایی موفقیت‌آمیزند! فقط تعداد کمی از مفسران اندیشمند فکر می‌کنند که بهتر است به زمان قبل از عصر فناوری برگردیم؛ با وجود این، مردم احساس می‌کنند به برده‌های ابزارهای هوشمند خود تبدیل شده‌اند و از این بابت خسته‌اند. این واقعیت چشم‌انداز عاطفی مبهمی ایجاد می‌کند؛ بنابراین هم می‌توانید از امکان دیدن عکس‌های الهام‌بخش در اینستاگرام بهره ببرید و هم نگران توانایی این برنامه برای تحت شعاع قراردادن ساعت‌های شبانه‌ای باشید که از آنها برای صحبت با دوستان یا مطالعه‌کردن استفاده می‌کردید.

رایج‌ترین واکنشی که در برابر آسیب‌های ابزارهای دیجیتال مطرح می‌شود، پیشنهاد ترندها و راهکارهایی برای استفاده‌ی متعادل از این ابزارهاست. شاید اگر یک «تعطیلی دیجیتال» را رعایت کنید، شب‌ها تلفن را از تختتان دور نگه دارید یا نوتیفیکیشن‌ها را غیر فعال کنید و تصمیم بگیرید حضور ذهن بیشتری داشته باشید، بتوانید تمام دلایل خوبی را که موجب جذب شما به این فناوری‌های جدید شده است، حفظ کنید و در عین حال، آثار نامناسبشان را نیز به حداقل برسانید. من جذابیت این رویکرد معتدل را درک می‌کنم؛ زیرا شما را از تصمیم‌گیری‌های سخت درباره‌ی زندگی دیجیتالتان خلاص می‌کند. به این ترتیب، مجبور نیستید همه چیز را ترک کنید، تمام فواید را از دست بدهید، دوستانتان را ناراحت کنید یا به دردسر بيفتید.

کسانی که برای انجام‌دادن این اصلاحات جزئی تلاش کرده‌اند، می‌دانند که برای جلوگیری از تجاوز فناوری‌های جدید به چشم‌انداز شناختی‌شان، فقط نیروی اراده، راهنمایی‌ها و تحلیل‌های مبهم کافی نیست. اعتیاد موجود در طراحی و قدرت فشارهای فرهنگی که از آنها پشتیبانی می‌کند، بسیار نیرومندتر از آن است که روشی خلق‌الساعه بتواند در برابرشان موفق شود. در حین کارکردن روی این موضوع، متقاعد شدم که آنچه نیاز دارید نگرشی تکامل‌یافته درباره‌ی نحوه‌ی استفاده از تکنولوژی است؛ نگرشی که در ارزش‌های اساسی شما ریشه داشته باشد و به سؤالات مطرح‌شده درباره‌ی ابزارهای مورد استفاده‌تان و چگونگی استفاده از آنها، پاسخ‌هایی

واضح و روشن بدهد؛ نکته‌ی مهم دیگر این است که توانایی شما را در چشم‌پوشی آگاهانه از سایر چیزها در نظر بگیرد.

دیدگاه‌های زیادی وجود دارد که شاید از طریق آن‌ها بتوان این اهداف را محقق کرد. یکی از این دیدگاه‌های افراطی متعلق به نئولودیت‌ها<sup>۱</sup> است. طرفداران این دیدگاه خواستار ترک استفاده از بسیاری از تکنولوژی‌های جدیدند. یکی دیگر از دیدگاه‌های افراطی متعلق به طرفداران خود-محدودیتی است که دستگاه‌های دیجیتالی را در تمام جنبه‌های زندگی، با دقت و با هدف بهینه‌سازی آن به‌کار می‌گیرند. با وجود این، از میان نگرش‌های گوناگونی که مطالعه کردم، یکی از آن‌ها، پاسخی مناسب برای کسانی بود که در زمانه‌ی مملو از تکنولوژی ما خواهان پیشرفت‌اند. من این نگرش را «مینیمالیسم دیجیتال» می‌نامم؛ بر مبنای این نگرش می‌توانیم با استفاده‌ی کمتر از ابزارهای دیجیتال، فواید بیشتری کسب کنیم.

البته این ایده‌ای جدید نیست. مدت‌ها قبل از اینکه «هنری دیوید ثورو»<sup>۲</sup> فریاد بزند: «سادگی، سادگی و سادگی»، «مارکوس اورلیوس»<sup>۳</sup> پرسیده بود: «آیا برای داشتن زندگی رضایت‌بخش و محترمانه می‌دانید چه کارهای اندکی باید انجام دهید؟» مینیمالیسم دیجیتال این بینش کلاسیک را به‌سادگی با نقش فناوری در زندگی مدرن ما منطبق می‌کند؛ هرچند تأثیر این انطباق ساده می‌تواند عمیق باشد. در این کتاب، با نمونه‌های بسیاری از مینیمالیست‌های دیجیتال مواجه خواهید شد؛ کسانی که با کاهش شجاعانه‌ی زمان سپری‌شده در اینترنت، از این زمان برای تمرکز بر تعداد کمی از فعالیت‌های بسیار باارزش استفاده کرده‌اند و بدین ترتیب، شاهد تغییرات مثبت بزرگی بوده‌اند. مینیمالیست‌های دیجیتال نسبت به همتایانشان، زمان بسیار کمتری را صرف فعالیت‌های آنلاین می‌کنند. به همین دلیل، آسان است که فکر کنیم سبک زندگی آن‌ها افراطی است؛ اما آن‌ها معتقدند که این استنباط درست

---

1. Neo-Luddites

2. Henry David Thoreau

3. Marcus Aurelius

نیست: آنچه افراطی است زمانی است که دیگران صرف تماشای صفحه‌ی گوشی خود می‌کنند!

آن‌ها آموخته‌اند که کلید پیشرفت در دنیای تکنولوژی‌های پیشرفته، صرف وقت بسیار کم برای استفاده از این تکنولوژی‌هاست.

\* \* \*

هدف این کتاب بیان موارد زیر است: بیان دلایل درستی مینیمالیسم دیجیتال، آنچه از شما می‌خواهد انجام دهید و توضیح دقیق دلایل تأثیرگذاری آن‌ها. در نهایت، اگر دریافتید این نگرش برای شما مناسب است، چگونگی استفاده از آن را به شما آموزش خواهیم داد.

برای انجام دادن این کار، کتاب را به دو بخش تقسیم کرده‌ام. در بخش اول، اساس مینیمالیسم دیجیتال را شرح می‌دهم و در ابتدا، با بررسی دقیق‌تر عواملی شروع می‌کنم که زندگی دیجیتال بسیاری از مردم را به طرز فزاینده تحمل‌ناپذیر می‌کند؛ سپس به‌طور مفصل درباره‌ی نگرش مینیمالیسم دیجیتال صحبت می‌کنم و توضیح می‌دهم که چرا این نگرش راه‌حلی مناسب برای این مشکلات است.

بخش اول با معرفی روش پیشنهادی من برای به‌کاربردن این نگرش پایان می‌یابد؛ یعنی، پاک‌سازی دیجیتال. همان‌طور که در آن بخش توضیح خواهم داد، برای این کار باید به اقداماتی جسورانه دست بزنید که به‌طور کلی، رابطه‌ی شما را با تکنولوژی تغییر می‌دهد و پاک‌سازی دیجیتال یکی از آن اقدامات جسورانه است.

برای انجام دادن این فرایند لازم است به مدت سی روز از برخی فعالیت‌های آنلاین دوری کنید. در طول این دوره، از چرخه‌ی استفاده‌ی اعتیادآور بسیاری از ابزارهای دیجیتال خارج خواهید شد و فعالیت‌های غیردیجیتالی‌ای را کشف می‌کنید که رضایت بیشتری برای شما به ارمغان می‌آورند. به پیاده‌روی می‌روید، به‌صورت حضوری با دوستانتان صحبت می‌کنید، با جامعه تعامل می‌کنید، کتاب می‌خوانید و به ابرها خیره می‌شوید. مهم‌تر از همه، این پاک‌سازی به شما فضایی می‌دهد تا بفهمید

چه کارهایی ارزش بیشتری برایتان دارد. در پایان سی روز، فقط تعداد کمی از فعالیت‌های آنلاینی را که به‌دقت انتخاب کرده‌اید و معتقدید مزایای بسیاری برای شما دارند برمی‌گردانید. این پاک‌سازی مانند «تنظیم مجدد»<sup>۱</sup> عمل می‌کند: شما در قالب ماکسیمالیستی آشفته وارد این فرایند می‌شوید و در قالب مینیمالیستی آگاه آن را ترک می‌کنید.

در فصل آخر بخش اول، شما را راهنمایی خواهم کرد تا پاک‌سازی دیجیتال خودتان را انجام دهید. برای انجام دادن این کار، به تفصیل درباره‌ی آزمایشی صحبت خواهم کرد که در اوایل زمستان سال ۲۰۱۸ انجام شد. در این آزمایش، بیش از ۱۶۰۰ نفر پذیرفتند که پاک‌سازی دیجیتال را به سرپرستی من انجام دهند و سپس تجربیاتشان را گزارش دهند. شما داستان‌های این شرکت‌کنندگان را می‌شنوید و بدین ترتیب متوجه خواهید شد که چه استراتژی‌هایی برای ایشان مناسب بود و در این مسیر، با چه دام‌هایی مواجه شدند که شما باید از آن‌ها اجتناب کنید.

در بخش دوم این کتاب، نگاهی دقیق‌تر به ایده‌هایی دارم که برای داشتن زندگی مینیمالیسم دیجیتال و پایدار به شما کمک می‌کند. در فصل‌های این بخش، موضوعاتی همچون اهمیت خلوت‌کردن و ضرورت پرورش اوقات فراغتی باکیفیت را بررسی می‌کنم؛ اوقات فراغتی که در حال حاضر، بیش از هر چیز، به استفاده‌ی بدون فکر از دستگاه‌های دیجیتال محدود شده است. من ادعایی بحث‌برانگیز را مطرح و حتی از آن دفاع می‌کنم: اگر لایک‌کردن یا نظردهی در پست‌های رسانه‌های اجتماعی را متوقف کنید و به کسی تبدیل شوید که به‌سختی به پیام‌های متنی پاسخ می‌دهد، بی‌شک روابطتان بهتر خواهد شد! همچنین به مقوله‌ی «مقاومت در برابر توجه» نگاهی می‌اندازم. این جنبش تا حدودی سازمان‌یافته است و از ابزارهای پیشرفته و روش‌های کاربردی دقیق برای استفاده‌ی بهینه از «اقتصاد توجه دیجیتال»<sup>۲</sup> استفاده می‌کند؛ در عین حال از افتادن در دام استفاده‌ی وسواس‌گونه از این ابزار دوری می‌کند.

---

1. Reset

2. Digital attention economy

هریک از فصول بخش دوم نیز با مجموعه تمریناتی پایان می‌یابد که بر پایه‌ی تاکتیک‌های خاص طراحی شده‌اند. این شیوه به شما کمک می‌کند به ایده‌های عالی و مؤثر آن فصل عمل کنید. در قالب یک مینی‌مالیست دیجیتال تازه‌کار، می‌توانید تمرینات بخش ۲ را جعبه ابزاری برای خود در نظر بگیرید که با توجه به شرایط خاص شما و برای کمک به تلاش‌هایتان در ایجاد سبک زندگی مینی‌مالیستی مناسب است.

\*\*\*

یکی از مشهورترین جملات ثورو در *والدن*<sup>۱</sup> این است: «توده‌ی مردم در ناامیدی خاموش زندگی می‌کنند.» اما جملات خوش‌بینانه‌ای که در پاراگراف بعدی نوشته، کمتر مطرح شده‌اند:

«آن‌ها واقعاً فکر می‌کنند که هیچ انتخاب دیگری وجود ندارد؛ اما طبیعت هوشیار و سالم به آن‌ها یادآوری می‌کند که خورشید هر روز طلوع می‌کند؛ بنابراین برای اینکه پیش‌داوری‌هایمان را کنار بگذاریم، هرگز دیر نیست.»

رابطه‌ی کنونی ما با فناوری‌های این جهان پر از ارتباطات بی‌ثبات است و ما را به ناامیدی خاموشی نزدیک می‌کند که ثورو چندین سال پیش مشاهده کرده بود؛ اما همان‌گونه که وی به ما یادآوری می‌کند: «خورشید هر روز طلوع می‌کند.» و ما هنوز می‌توانیم این وضعیت را تغییر دهیم.

با وجود این، نمی‌توانیم منفعلانه عمل کنیم و به ابزارها، سرگرمی‌ها و حواس‌پرتی‌های آشفته و افسارگسیخته‌ی عصر اینترنت اجازه دهیم چگونگی گذراندن وقت یا نحوه‌ی احساساتمان را به ما دیکته کنند؛ بلکه باید خوبی‌های این فناوری‌ها را استخراج کنیم و بدی‌های آن‌ها را کنار بگذاریم. ما به نگرشی نیاز داریم که یک بار دیگر، آرمان‌ها و ارزش‌هایمان را به فعالیت‌های روزانه‌مان بیفزاید و سلطه‌ی هوی‌وهوس‌ها و مدل‌های کسب‌وکارهای بزرگ مستقر در سیلیکون‌ولی را کنار بزند. ما به نگرشی نیاز داریم که فناوری‌های جدید را بپذیرد، اما نه به قیمت ازدست‌رفتن

صفات انسانی؛ یعنی، همان چیزی که اندرو سالیوان درباره‌اش به ما هشدار داده بود. ما به نگرشی نیاز داریم که هدف بلندمدت را به رضایت کوتاه‌مدت ترجیح دهد. به عبارت دیگر، ما به نگرشی مانند مینیمالیسم دیجیتال نیاز داریم.



بخش ۱

# اصول مینیمالیسم



## مسابقه‌ی تسلیحاتی نابرابر

### هدفمان از عضو شدن این نبود!

نخستین بار که با فیس‌بوک آشنا شدم در بهار سال ۲۰۰۴ بود؛ دانشجوی سال آخر بودم و متوجه شدم که هر روز تعداد بیشتری از دوستانم درباره‌ی وب‌سایتی به نام thefacebook.com صحبت می‌کنند. جولی اولین نفری بود که پروفایلی را در فیس‌بوک نشانم داد؛ کسی که بعدها نامزد من شد و هم‌اکنون نیز همسر من است.

او اخیراً به من گفت: «به‌یاد می‌آورم آن زمان فیس‌بوک برایم تازگی داشت. در حقیقت، نسخه‌ای مجازی از فهرست دانشجویان تازه‌وارد که ما را با آن اغوا کردند. با آن می‌توانستیم از میان افرادی که نمی‌شناسیم، دوستانی برای خود انتخاب کنیم.»

کلمه‌ی کلیدی این خاطره «تازگی» است. فیس‌بوک با وعده‌ی تغییر ریتم زندگی اجتماعی و مدنی‌مان وارد دنیایمان نشد؛ بلکه فقط سرگرمی‌ای از میان سرگرمی‌های بی‌شمار آن زمان بود. در بهار سال ۲۰۰۴، افرادی که می‌دانستم در فیس‌بوک عضو شده‌اند، به‌طرزی چشمگیر، زمان بیشتری را نسبت به بازی کامپیوتری، صرف به‌روز کردن پروفایل‌هایشان یا سرزدن به پروفایل دوستان مجازی‌شان می‌کردند.

جولی ادامه داد: «فیس‌بوک جالب بود، اما بی‌شک آن زمان، چیزی نبود که بخواهیم وقت زیادی صرفش کنیم.»

سه سال بعد، اپل آیفون را تولید کرد؛ اقدامی که انقلابی در تلفن‌همراه به‌شمار می‌آمد. با وجود این، بسیاری از مردم فراموش کرده‌اند «انقلاب» اصلی‌ای که قرار بود این دستگاه ایجاد کند، بسیار کمتر از تأثیری بود که در نهایت به‌وجود آمد! در حال

حاضر، گوشی‌های هوشمند، با امکان اتصال همیشگی به چیزهای سرگرم‌کننده و حواس‌پرت‌کن، تجربه‌های مردم را از جهان تغییر داده‌اند. در ژانویه سال ۲۰۰۷، زمانی که استیو جابز از آیفون رونمایی کرد، چشم‌انداز آن تا این اندازه باشکوه نبود.

یکی از عوامل جذب مشتری در خصوص آیفون این بود که آی‌پاد و تلفن همراه را با هم ادغام کرده بود؛ بنابراین دیگر شما مجبور نبودید دو دستگاه جداگانه را با خودتان حمل کنید. (این دقیقاً همان فکری بود که در زمان رونمایی‌اش درباره‌ی مزایای آن به ذهنم رسید.) در هشت دقیقه‌ی اول سخنرانی، زمانی که جابز صفحه‌ی آیفون را نشان می‌داد، مشغول توضیح‌دادن درباره‌ی ویژگی‌های پخش صوتی و تصویری نسخه‌ی نمایشی بود و در نهایت، این‌گونه نتیجه گرفت: «بهترین آبیادی که تاکنون ساخته‌ایم!»

در رونمایی این دستگاه عوامل متعددی سبب جذب مشتریان شد؛ از جمله شیوه‌هایی که باعث می‌شد تجربه‌ی برقراری تماس تلفنی بهبود یابد. در آن زمان، خبر مهم این بود که اپل شرکت مخابراتی «ای‌تی‌اند‌تی»<sup>۱</sup> را مجبور کرده سیستم پست صوتی‌اش را باز کند تا رابط کاربری بهتری برای آیفون فعال شود؛ همچنین جابز به‌وضوح ذوق‌زده بود که استفاده از صفحه کلید آن ساده است و پد شماره‌گیری، بدون نیاز به دکمه‌های ثابت پلاستیکی، روی صفحه‌نمایش ظاهر می‌شود.

او در میانه‌ی سخنرانی‌اش با لحنی تحسین‌آمیز گفت: «وجه تمایز این دستگاه قابلیت برقراری تماس است.» البته او هنوز وارد بخش سی‌وسه‌دقیقه‌ای سخنرانی مشهور خود نشده بود که به برجسته‌کردن ویژگی‌هایی مانند ارتقای برنامه‌های پیام‌رسانی و دسترسی به اینترنت همراه می‌پرداخت.

در این راستا، به سراغ «اندی گریگن»<sup>۲</sup> رفتم که یکی از اعضای اصلی تیم آیفون بود. او گفت: «آیفون قرار بود آبیادی باشد که قابلیت تماس تلفنی دارد. مأموریت اصلی ما ساختن دستگاهی بود که به ما امکان پخش موسیقی و برقراری تماس تلفنی بدهد.» همان‌طور که گریگن برایم توضیح داد، در ابتدا، استیو جابز چندان

---

1. AT&T

2. Andy Grignon

## فصل ۱) مسابقه‌ی تسلیحاتی نابرابر || ۲۱

اهمیتی نمی‌داد که آیفون چیزی بیش از رایانه‌ای حمل‌شدنی با کاربردهای متعدد باشد و برنامه‌های فراوان و توسعه‌داده‌شده‌ی برنامه‌نویسان گوناگون را اجرا کند؛ حتی یک بار جابز به گریگن گفت: «اجازه نمی‌دهیم برنامه‌نویسان خنگ با نوشتن برخی گداه‌ها آن را خراب کنند!»

آیفون برای نخستین‌بار در سال ۲۰۰۷ عرضه شد. در آن زمان، اپ‌استور، رسانه‌های اجتماعی و امکان آپلود عکس در اینستاگرام وجود نداشت و حتی افراد در طول شام، دلیلی برای چندین‌بار زیرچشمی نگاه‌کردن به گوشی تلفن خود نداشتند؛ این همان نکته‌ی ظریفی بود که کاملاً مطابق با خواسته‌ی استیو جابز و میلیون‌ها نفری بود که در این دوره، اولین گوشی هوشمندشان را خریده بودند. همانند اولین کسانی که از فیس‌بوک استفاده کردند، اینجا نیز تعداد کمی از افراد پیش‌بینی می‌کردند ارتباط ما با این ابزار جدید و پرزرق‌وبرق در سال‌های بعد تا چه حد تغییر خواهد کرد.



فناوری‌های جدیدی همچون رسانه‌های اجتماعی و گوشی‌های هوشمند، تغییرات زیادی را در زندگی ما، در قرن ۲۱، ایجاد کرده است؛ تغییری که به‌طور گسترده پذیرفته شده و راه‌های زیادی برای نشان‌دادن آن وجود دارد. به نظر من، «لورنس اسکات»، منتقد اجتماعی، این موضوع را به‌خوبی در قالب کلمات بیان کرده است. اسکات زندگی مملو از ارتباطات مدرن را به این صورت توصیف می‌کند: «لحظاتی که تنها و بدون گوشی هوشمند باشید، به‌شکل عجیبی احساس کسالت و یکنواختی می‌کنید.»

با وجود این، جمله‌ی بالا بر نکته‌ای تأکید می‌کند که بسیاری از افراد آن را فراموش کرده‌اند: این تغییرات علاوه‌بر بزرگ و تحول‌آفرین بودن، غیرمنتظره و برنامه‌ریزی‌نشده هم بودند. دانشجوی ارشدی که در سال ۲۰۰۴، برای پیدا کردن هم‌کلاسی‌هایش، حساب کاربری‌ای در [thefacebook.com](http://thefacebook.com) ایجاد کرده بود، احتمالاً پیش‌بینی نمی‌کرد کاربری معمولی در عصر مدرن، روزانه حدود دو ساعت را در رسانه‌های اجتماعی و

سرویس‌های پیام‌رسان مرتبط با آن‌ها سپری خواهد کرد و تقریباً نیمی از آن زمان را هم فقط به محصولات فیس‌بوک اختصاص خواهد داد! بدین ترتیب، نخستین کسی هم که در سال ۲۰۰۷، آیفون را برای گوش‌دادن به موسیقی انتخاب کرد، چندان علاقه‌ای به این موضوع نشان نمی‌داد که شاید ظرف یک دهه به جایی برسد که این دستگاه را به‌طور مرتب و ۸۵ بار در روز چک کند! این همان «ویژگی»‌ای است که هرگز استیو جابز در سخنرانی معروفش به آن اشاره نکرد!

پیش از اینکه فرصت کنیم به عقب بنگریم و بپرسیم واقعاً از پیشرفت‌های سریع دهه‌ی گذشته چه می‌خواستیم، این تغییرات به‌سرعت اتفاق افتادند و غافلگیرمان کردند. ما به دلایل جزئی، تکنولوژی‌های جدید را به محدودی تجربه‌هایمان اضافه کردیم؛ سپس یک روز صبح بیدار شدیم و متوجه شدیم که آن‌ها در مرکز زندگی روزمره‌مان قرار گرفته‌اند! به عبارت دیگر، ما در دنیای دیجیتال ثبت‌نام نکردیم تا به‌جای فعلی برسیم؛ در حقیقت، به‌نظر می‌رسد ما به درون این دنیا سُرخورده‌ایم.

این نکته اغلب در گفت‌وگوهای فرهنگی ما درباره‌ی این ابزارها نادیده گرفته می‌شود. بر اساس تجربه‌ی من، وقتی‌که درباره‌ی نگرانی‌های مربوط به فناوری‌های جدید به‌صورت عمومی بحث می‌شود، مدافعان تکنولوژی با مطرح‌کردن مثالی خاص، به‌سرعت بحث را به‌سمت فواید آن می‌کشانند؛ برای مثال، تلاش یک هنرمند برای پیداکردن مخاطب از طریق رسانه‌های اجتماعی<sup>۱</sup> یا استفاده‌ی یک سرباز از واتس‌آپ برای اینکه با خانواده‌اش از راه دور ارتباط برقرار کند. در نهایت نیز نتیجه می‌گیرند که کنارگذاشتن این فناوری‌ها به دلیل بی‌فایده بودن آن‌ها اشتباه است. جالب اینکه به‌طور معمول نیز تاکتیک آن‌ها برای پایان‌دادن به این بحث کفایت می‌کند!

---

۱. مثال زیر تجربه‌ی شخصی من است: من در نیویورک‌تایمز مقاله‌ای نوشته بودم که در پاییز سال ۲۰۱۶، در برنامه‌ی ملی رادیویی شبکه‌ی CBC کانادا برای گفت‌وگو درباره‌ی آن شرکت کردم. در این مقاله، من به مزایای رسانه‌های اجتماعی برای پیشرفت شغلی به دیده‌ی تردید نگریسته بودم. مجری در ابتدای مصاحبه با دعوت از مهمانی ناشناس مرا غافلگیر کرد. او هنرمندی بود که فعالیتش را در رسانه‌های اجتماعی تبلیغ می‌کرد؛ اما در کمال تعجب، بعد از گذشت مدت زمان کوتاهی از مصاحبه، این هنرمند (بدون هیچ‌گونه فشاری) اعتراف کرد که از نظر او هم رسانه‌های اجتماعی بیش‌ازحد حواس‌پرت‌کن هستند و به همین دلیل نیز در حال حاضر، برای انجام‌دادن کارش، مدتی طولانی‌تر از آن‌ها دوری می‌کند.

ادعای طرفداران تکنولوژی درست است، اما آن‌ها هم متوجه نکته‌ی موجود نشده‌اند. زمینه‌های مزایای استفاده از این ابزارها با زمینه‌هایی که بایستی در استفاده‌ی از آن‌ها احتیاط کنیم فرق دارد؛ برای مثال، اگر از کاربران معمولی رسانه‌های اجتماعی بپرسید که چرا از فیس‌بوک، اینستاگرام یا توییتر استفاده می‌کنند، پاسخ‌هایی منطقی به شما می‌دهند. هریک از این سرویس‌ها احتمالاً اطلاعات مفیدی به افراد می‌دهد که دستیابی به آن‌ها در جاهای دیگر سخت است؛ مثلاً، امکان مشاهده‌ی تصاویر کودک یکی از اقوام یا استفاده از هشتگی خاص برای پیگیری جنبش مردمی.

البته این مطالعات موردی و ناچیز نشان‌دهنده‌ی منبع نگرانی‌های ما نیست. فقط زمانی می‌توان این نگرانی را مشاهده کرد که با واقعیتی بزرگ‌تر روبه‌رو شویم؛ واقعیتی که آشکار می‌کند چگونه این فناوری‌ها به‌طور کلی موفق شدند فراتر از نقش‌های جزئی‌ای توسعه پیدا کنند که در ابتدا برای هریک پذیرفته بودیم. این فناوری‌ها به‌شکلی فزاینده نحوه‌ی رفتار و احساسمان را به ما دیکته می‌کنند؛ تا حدی که مجبور می‌شویم فعالیت‌های ارزشمندترمان را فدا کنیم و بیش‌ازحد مجاز از آن‌ها استفاده نماییم. به عبارت دیگر، آنچه باعث می‌شود احساس خوبی نداشته باشیم، این است که فکر می‌کنیم کنترل اوضاع از دستمان خارج شده است و این احساس هر روز به اشکال متفاوت خود را نشان می‌دهد؛ مثلاً، در طول زمان حمام فرزندمان با تلفنمان مشغول می‌شویم یا فرصت لذت‌بردن از لحظه‌ی شیرینی را از دست می‌دهیم که اصلاً نیازی نیست آن را برای دوستان مجازی‌مان ثبت کنیم.

در حقیقت، صحبت درباره‌ی مزایا نیست، بلکه درباره‌ی استقلال است.

البته سؤال بدیهی بعدی این است: «چگونه خودمان را در این دردسر انداخته‌ایم؟!» بر اساس تجربه‌ی شخصی‌ام، اکثر افرادی که با بخش آنلاین زندگی‌شان مبارزه می‌کنند اشخاصی ضعیف‌النفس یا احمق نیستند؛ بلکه این افراد از نظر حرفه‌ای موفق‌اند و دانشجویانی کوشا و والدینی دوست‌داشتنی‌اند. آن‌ها عادت کرده‌اند اهداف سخت را دنبال کنند. با وجود این، برنامه‌ها و وب‌سایت‌هایی که از روی صفحه‌ی گوشی و تبلت، ما را به سمت خودشان می‌کشند و به‌نوعی موفق هم می‌شوند، بسیار فراتر از نقش اصلی

خودشان گسترش پیدا کرده‌اند. در میان وسوسه‌های بسیاری که هر روز با موفقیت در برابرشان مقاومت می‌کنیم، این موارد منحصر به فرد است.

بخش عظیمی از پاسخ به پرسش فوق این است: بسیاری از ابزارهای جدید به اندازه‌ای که در نگاه اول به نظر می‌رسد بی‌ضرر نیست. دلیل تسلیم شدن مردم در برابر این صفحه‌نمایش‌ها تبلی آن‌ها نیست؛ نه! دلیل این امر میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری‌ای است که برای اجتناب‌ناپذیر کردن این تسلیم صرف شده است. پیش‌تر اشاره کردم که انگار ما به پشت درون این دنیای دیجیتال سر خورده‌ایم؛ اما احتمالاً درست‌تر این است که بگوییم شرکت‌هایی ما را به درون این دنیا هل داده‌اند که چنین ابزار پیشرفته‌ای را تولید می‌کنند؛ همچنین گروه‌های «اقتصاد توجه» که فهمیده‌اند فرهنگ تحت سلطه‌ی گجت‌ها و اپلیکیشن‌ها ثروت زیادی را با خود به ارمغان می‌آورد! در صفحات آتی در این باره بیشتر خواهم گفت.

### تباکوکارانی که تی‌شرت می‌پوشند

«بیل مار»<sup>۱</sup> تمام برنامه‌ی تلویزیونی‌اش را با پیامی واحد تمام می‌کند. موضوعات برنامه‌های او معمولاً سیاسی است؛ اما در دوازدهم می سال ۲۰۱۷ موضوع برنامه سیاسی نبود. مار به دوربین نگاه کرد و گفت:

«سرمایه‌گذاران رسانه‌های اجتماعی باید از تظاهر به این موضوع دست بردارند که خدایانی دوست‌داشتنی‌اند و جهان را بهتر می‌کنند. آن‌ها باید اعتراف کنند که فقط تباکوکارانی هستند که تی‌شرت می‌پوشند و محصولات اعتیادآورشان را به کودکان می‌فروشند. بیایید روراست باشیم، چک کردن لایک‌ها نوعی اعتیاد جدید است.»

نگرانی مار درباره‌ی رسانه‌های اجتماعی با دیدن برنامه‌ای شصت دقیقه‌ای آغاز شد که یک ماه پیش از آن پخش شده بود. نام این برنامه «هک کردن مغز» بود و با مصاحبه‌ی «اندرسون کوپر»، با مهندسی لاگراندام و موخرمایی آغاز شد که تهریشی مشابه آنچه در میان مردان جوان در سیلیکون‌ولی پرطرفدار است به چهره داشت. نام

1. Bill Maher



او «تریستان هریس»<sup>۱</sup> بود؛ بنیان‌گذار سابق یک استارت‌آپ و یکی از مهندسان گوگل که کارش را در دنیای تکنولوژی کنار گذاشته بود و حال به آن دسته افرادی تبدیل شده بود که مشابهبشان کم پیدا می‌شود؛ یعنی، فردی افشاگر.

هریس در اوایل این مصاحبه و همان‌طور که تلفن هوشمندش را بالا گرفته بود، گفت: «این دستگاه قمار است.»

کوپر پرسید: «چطور ممکن است این تلفن دستگاه قمار باشد؟»

هریس پاسخ داد: «خب، هر بار که تلفنم را چک می‌کنم، این دستگاه قمار را برای دیدن «چیزی که به دست آورده‌ام» به کار می‌اندازم. شرکت‌های فناوری برای افزایش مدت زمانی که شما از محصولاتشان استفاده می‌کنید تکنیک‌های خاصی دارند. کتاب راهنمایی وجود دارد که این شیوه‌ها را افشا می‌کند.»

کوپر پرسید: «سیلیکون ولی اپلیکیشن‌ها را کدنویسی و کنترل می‌کند یا مردم را؟»  
هریس پاسخ داد: «آن‌ها مردم را برنامه‌نویسی و کنترل می‌کنند. همیشه می‌گویند که فناوری خنثی است و این بستگی به ما دارد که چگونه از آن استفاده کنیم؛ اما این درست نیست...»

کوپر حرف او را با این سؤال قطع کرد: «فناوری خنثی نیست؟!»

«نه، خنثی نیست. آن‌ها می‌خواهند شما از راه‌های خاص و برای مدت زمان طولانی از آن استفاده کنید؛ چون پولشان را از این راه به دست می‌آورند.»

به نظر بیل مار، این مصاحبه آشنا بود. به همین دلیل، بعد از اینکه مصاحبه‌ی هریس را برای مخاطبانش پخش کرد، با کنایه پرسید: «قبلاً کجا این صحبت‌ها را شنیده‌ام؟» سپس به مصاحبه‌ی معروف «مایک والاس»<sup>۲</sup> با «جفری ویگان» در سال

---

1. Tristan Harris

۲. Myron Leon "Mike" Wallace: مایک والاس با اسم کامل مایرون لئون «مایک» والاس روزنامه‌نگار، تهیه‌کننده و مجری سرشناس آمریکایی است که دوران فعالیت حرفه‌ای‌اش بیش از شش دهه به طول انجامید. وی اجرا و تهیه‌کنندگی یکی از مشهورترین و پربیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی آمریکا را به نام ۶۰ دقیقه برعهده داشت.

۱۹۹۵ اشاره کرد؛ فرد افشاگری که درباره‌ی مشکوک‌ترین محصول جهان در آن زمان سخن گفت: «شرکت‌های بزرگ تنباکو سیگارهایی طراحی کرده‌اند که اعتیادآورترند.»  
مار نتیجه‌گیری کرد: «فیلیپ موریس فقط ربه‌های شما را می‌خواست؛ اما اپ‌استور روح شما را می‌خواهد!»

\*\*\*

تبدیل هریس به فردی افشاگر تا حدودی استثنایی است. او در زمان نوشتن این کتاب در اواسط دهه‌ی چهارم زندگی‌اش است و در منطقه‌ی خلیج سانفرانسیسکو بزرگ شده است. هریس مانند بسیاری از مهندسان، با کار با مکینتاش و نوشتن کدهای کامپیوتری بزرگ شد. برای تحصیل در رشته‌ی علوم رایانه به استنفورد رفت و پس از فارغ‌التحصیلی، دوره‌ی کارشناسی ارشدش را در آزمایشگاه مشهور «پرسویسیو تکنولوژی»<sup>۱</sup> متعلق به «بی.جی. فوگ»<sup>۲</sup> آغاز کرد. در این آزمایشگاه، نحوه‌ی استفاده از فناوری برای تغییر طرز فکر و رفتار مردم بررسی می‌شد. فوگ در سیلیکون‌ولی، به «خالق میلیونرها» مشهور است و مرجعی است برای بسیاری از افرادی که در آزمایشگاه او دوره دیده‌اند و آموخته‌هایشان را برای کمک به ساخت استارت‌آپ‌های سودآور به‌کار برده‌اند (افرادی مانند «مایک کریگر»<sup>۳</sup>، هم‌بنیان‌گذار اینستاگرام). هریس هم این مسیر معین را دنبال کرد و هنگامی‌که به‌قدر کافی در هنر «تعامل بین ذهن و تلفن‌همراه» آموزش دید، از دوره‌ی کارشناسی ارشد انصراف داد و استارت‌آپ «اپچر»<sup>۴</sup> را راه‌اندازی کرد؛ شرکتی که با استفاده از ابزارهای پاپ‌آپ باعث افزایش زمان حضور کاربران در وب‌سایت‌ها می‌شد.

در سال ۲۰۱۱، گوگل «اپچر» را خرید و قرار شد هریس در تیم صندوق ورودی جیمیل کار کند. حال او روی محصولاتی کار می‌کرد که بر رفتار صدهامیلیون انسان

---

1. Persuasive Technology

2. BJ Fogg

3. Mike Krieger

4. Apture

تأثیر می‌گذاشتند و به این ترتیب بود که وی کم‌کم نگران شد. پس از تجربه‌ی جشنواره‌ی برنینگ‌من<sup>۱</sup> و تحت‌تأثیر مستقیم فیلمنامه‌ی «کامرون کرو»<sup>۲</sup>، هریس مانیفستی ۱۴۴ بندی با عنوان «فراخوانی برای به‌حداقل‌رساندن حواس‌پرتی و احترام به توجه کاربران» نوشت. او این مانیفست را برای گروه کوچکی از دوستانش در گوگل ارسال کرد؛ اما این مانیفست به‌سرعت بین هزاران تن از افراد شرکت و از جمله مدیرعامل شرکت «لری پیج» پخش شد. او هریس را به جلسه‌ای دعوت کرد تا درباره‌ی ایده‌های جسورانه‌ی وی صحبت کند؛ سپس مقام جدید «فیلسوف محصولات» را به هریس داد.

اما پس‌ازآن، تغییر زیادی در این شرکت ایجاد نشد. هریس در مقاله‌ای در نشریه‌ی *آتلانتیک* در سال ۲۰۱۶، نبود تغییرات را به «عدم تحرک» سازمان و نبود شفافیت درباره‌ی آنچه از آن طرفداری می‌کرد، مربوط دانست. البته دلیل اصلی این اختلاف ساده است: به‌حداقل‌رساندن عوامل پرت‌کننده‌ی حواس و احترام به توجه کاربران درآمد شرکت را کاهش می‌داد. او اکنون این ادعا را تصدیق می‌کند که اقتصاد توجه، شرکت‌هایی مانند گوگل را به‌سمت «مسابقه‌ی کاهش استفاده از مغز» رانده است.

بنابراین هریس آنجا را ترک کرد و شرکتی غیرانتفاعی به نام «تایم ول اسپنت» راه‌اندازی کرد؛ همچنین مأموریتی برای خود در نظر گرفت. او می‌خواست به دنبال تکنولوژی‌ای باشد که «به مردم خدمت کند، نه اینکه فقط تبلیغ کند». از سوی دیگر، او با هشدارهایش درباره‌ی اینکه شرکت‌های فناوری چگونه سعی می‌کنند ذهن ما را «بدزدند» معروف شده است.

من در واشنگتن دی‌سی زندگی می‌کنم. در این شهر مشهور است بزرگ‌ترین رسوایی‌های سیاسی اتفاقاتی را تأیید می‌کنند که اکثر مردم پیش‌تر درباره‌ی درست بودنشان شک داشته‌اند. این بینش شاید شوقی را که در افشاگری هریس وجود داشت، توضیح دهد. پس از شهرت هریس، عکس او به‌سرعت روی جلد مجله‌ی

---

1. Burning Man

2. Cameron Crowe

آتلانتیک چاپ شد، در برنامه‌ی ۶۰ دقیقه و ساعت خبر PBS شرکت کرد و برای سخنرانی ید دعوت شد. سال‌های زیادی افراد از تبدیل شدن مردم به برده‌های تلفن‌های هوشمند شکایت می‌کردند و در عین حال، با این بهانه که بی‌دلیل ایجاد وحشت می‌کنند، همواره سرکوب می‌شدند؛ اما پس از آن، هریس وارد ماجرا شد و چیزی را تأیید کرد که بسیاری از افراد به طرز فزاینده دربار‌ه‌ی درست بودن آن شک داشتند؛ بنا به گفته‌های بیل مار، این اپلیکیشن‌ها و وبسایت‌های فریبنده، هدیه‌ای از خدایان دوست‌داشتنی برای ساخت جهانی بهتر» نبودند، بلکه طراحی شده بودند تا دستگاه‌های قمار را در جیب‌های ما قرار دهند!

شجاعت اخلاقی هریس باعث شد تا وی دربار‌ه‌ی خطرات نهان تلفن‌های همراهمان به ما هشدار دهد. با وجود این، اگر بخواهیم بدترین آثار این دستگاه‌ها را خنثی کنیم، باید بدانیم که آن‌ها چگونه به راحتی می‌توانند بهترین اهدافمان را نابود کنند. خوشبختانه، ما راهنمای خوبی داریم. در همان سالی که هریس با تأثیر اخلاقی این تکنولوژی اعتیادآور مبارزه می‌کرد، استاد جوان بازاریابی دانشگاه نیویورک روی کشف عملکرد دقیق این اعتیاد به تکنولوژی تمرکز کرده بود.

\*\*\*

پیش از سال ۲۰۱۳، «آدام آلتز» علاقه‌ی اندکی داشت که فناوری را در قالب موضوعی پژوهشی بررسی کند. او استاد کسب‌وکار بود، مدرک دکترای روان‌شناسی اجتماعی از دانشگاه پرینستون داشت و دربار‌ه‌ی چگونگی تأثیر ویژگی‌های جهان اطراف بر افکار و رفتار ما مطالعاتی گسترده انجام داده بود.

برای نمونه، در پایان‌نامه‌ی دکترایش این موضوع را بررسی کرده بود که ارتباطات تصادفی بین شما و شخصی دیگر چگونه بر نحوه‌ی احساس هریک از طرفین دربار‌ه‌ی دیگری تأثیر خواهد گذاشت. او برای من توضیح داد: «اگر متوجه شوید روز تولد شما با روز تولد کسی که کاری بسیار وحشتناک انجام داده، یکی است، حتی بیشتر از زمانی که این اطلاعات را نداشتید از او متنفر خواهید شد.»

او در اولین کتابش، *زندان صورتی مست‌ها*<sup>۱</sup>، نمونه‌های متعددی از موارد مشابه را فهرست کرده است که در آن‌ها عوامل به‌ظاهر کوچک محیطی، تغییرات زیادی در رفتار ایجاد کرده‌اند؛ برای مثال، عنوان این کتاب به مطالعه‌ای اشاره می‌کند که در آن زندانیان مست در زندانی وابسته به نیروی دریایی سیاتل قرار گرفتند. این افراد فقط پانزده دقیقه از زمانشان را در سلول نقاشی‌شده‌ای با طیف خاصی از رنگ صورتی گذراندند، اما پس از آن، رفتاری به‌مراتب آرام‌تر داشتند؛ دانش‌آموزان کانادایی هنگامی‌که در کلاسی با همان رنگ آموزش دیدند نیز رفتاری مشابه داشتند؛ همچنین در این کتاب نشان داده شده که پوشیدن پیراهنی قرمز در عکس پروفایل سایت‌های دوست‌یابی نسبت به هر رنگ دیگری افراد بیشتری را جذب می‌کند و اینکه هرچه تلفظ نام شما ساده‌تر باشد، سریع‌تر در شغل حقوقی پیشرفت خواهید کرد.

آنچه باعث شد سال ۲۰۱۳ نقطه‌عطفی برای کار آلتر باشد، پرواز وی از نیویورک به لس‌آنجلس بود. او گفت: «من برای خوابیدن و انجام‌دادن بعضی کارهایم در طول این پرواز برنامه‌ای برای خودم داشتم؛ اما زمانی‌که هواپیما در حال برخاستن از باند بود، با گوشی‌ام، مشغول بازی فکری ساده‌ای به نام ۲۰۴۸ شدم. وقتی که شش ساعت بعد فرود آمدم، من هنوز هم در حال بازی بودم!»

او پس از انتشار این کتاب، به دنبال موضوعی جدید برای پیگیری گشت؛ جست‌وجویی که وی را به پرسشی کلیدی رساند: «بزرگ‌ترین عامل جهت‌دهی زندگی امروز ما چیست؟» تجربه‌ی او درباره‌ی بازی اجباری در طول آن پرواز شش‌ساعته، به‌طور ناگهانی، پاسخ را برایش مشخص کرد: صفحه‌نمایش گوشی ما.

البته، در آن زمان دیگران هم سؤالات انتقادی فراوانی درباره‌ی روابط به‌ظاهر ناسالم ما با فناوری‌های جدید، مطرح می‌کردند؛ اما آنچه آلتر را از بقیه جدا می‌کرد، تحصیلاتش در زمینه‌ی روان‌شناسی بود. او به‌جای اینکه این مسئله را پدیده‌ای فرهنگی در نظر بگیرد، روی ریشه‌های روان‌شناختی آن تمرکز کرد. این دیدگاه جدید، او را به‌شکلی اجتناب‌ناپذیر در مسیری ناخوشایند قرار داد: علم اعتیاد!

---

۱. Drunk Tank Pink: نشر ترجمان این اثر را با نام *بازداشتگاه صورتی* منتشر کرده است.

\*\*\*

برای بسیاری از افراد، اعتیاد کلمه‌ای ترسناک است. در فرهنگ عامه، این کلمه تصویری از معتادان به مواد مخدر را به ذهن متبادر می‌کند که جواهرات مادرشان را سرقت می‌کنند؛ اما به اعتقاد روان‌شناسان، اعتیاد تعریفی دقیق‌تر دارد که چنین مؤلفه‌های زنده‌ای را دربر نمی‌گیرد؛ برای مثال:

«اعتیاد شرایطی است که در آن فرد از ماده‌ای استفاده می‌کند یا رفتاری انجام می‌دهد که با وجود عواقب زیان‌آورش، پاداش‌های آن انگیزه‌ای قانع‌کننده برای ادامه‌ی این رفتار به‌صورت مداوم فراهم می‌کند.»

تا همین اواخر تصور می‌شد اعتیاد فقط شامل مصرف الکل و مواد مخدر است؛ یعنی، موادی که ترکیباتی روان‌گردان دارد و به‌طور مستقیم، ترکیب شیمیایی مغز را تغییر می‌دهد؛ اما هم‌زمان با ورود به قرن ۲۱، بر اساس مجموعه‌ای از تحقیقات، دریافتیم رفتارهایی هم که شامل مواد خوراکی نمی‌شود می‌تواند بر اساس مفهوم فنی تعریف بالا، اعتیادآور تلقی شود؛ برای مثال، در سال ۲۰۱۰، مقاله‌ی مهمی در مجله‌ی آمریکایی *سوءمصرف مواد مخدر و الکل*<sup>۱</sup> چاپ شد. در این مقاله مطرح شده بود که «بر اساس شواهد در حال افزایش، اعتیاد رفتاری در بسیاری از حوزه‌ها، مشابه اعتیاد به مواد است.» این مقاله «قمار بیمارگونه و اعتیاد به اینترنت» را دو نمونه‌ی اثبات‌شده از این اختلالات دانسته بود. هنگامی که انجمن روان‌پزشکی آمریکا، نسخه‌ی پنجم «راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی»<sup>۲</sup> را در سال ۲۰۱۳ منتشر کرد، برای نخستین‌بار اعتیاد رفتاری به‌عنوان نوعی بیماری در آن مطرح شد.

این موضوع ما را به آدام آلتر برمی‌گرداند. پس از بررسی ادبیات روان‌شناسی و مصاحبه با افراد مرتبط در دنیای تکنولوژی، دو چیز برای او روشن شد. نخست اینکه تکنولوژی‌های جدید، به‌طور خاص، اعتیادهای رفتاری را افزایش می‌دهند. بنا به گفته‌ی آلتر، اعتیاد رفتاری مرتبط به فناوری، نسبت به وابستگی‌های شیمیایی قوی‌ای

---

1. Drug and Alcohol Abuse

2. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5)

که با مواد مخدر و سیگار ایجاد می‌شود، «متوسط» است. اگر شما را مجبور به ترک فیس‌بوک کنند، احتمالاً این کار منجر به بروز علائم جدی ترک اعتیاد در شما نخواهد شد؛ مانند اینکه شب فرار کنید و برای دسترسی به فیس‌بوک به کافی‌نت بروید! اما از سوی دیگر، این نوع اعتیاد نیز به سلامتی شما صدمه خواهد زد. شاید برای دسترسی به فیس‌بوک فرار نکنید، اما اگر این برنامه فقط به اندازه‌ی ضربه‌ای کوچک روی گوشی در جیبتان با شما فاصله داشته باشد، آن‌وقت دیگر به‌سختی می‌توانید در برابر بارها و بارها چک‌کردن حساب کاربری‌تان در طول روز مقاومت کنید.

البته دومین حقیقتی که پس از تحقیقات آلتر مشخص شد، نگران‌کننده‌تر است. طبق هشدارهای هریس، در بسیاری از موارد، این ویژگی‌های اعتیادآور در فناوری‌های جدید تصادفی نیست، بلکه به‌دقت طراحی و مهندسی شده است!

حال به‌طور طبیعی، سؤال دربارہ‌ی نتیجه‌گیری‌های آلتر مطرح می‌شود: به‌طور خاص، چه چیزی باعث می‌شود فناوری‌های جدید سبب ایجاد اعتیاد رفتاری شود؟ او در سال ۲۰۱۷، در کتاب خود با عنوان *مقاومت‌ناپذیر*، جزئیات مطالعه‌ی خود را دربارہ‌ی این موضوع مطرح کرد و به بررسی عوامل گوناگونی پرداخت که باعث می‌شود فناوری مغز ما را بدزد و موجب استفاده‌ی ناسالم ما از آن شود. در میان این موارد متعدد، به‌طور خلاصه، بر دو نیرویی متمرکز خواهم شد که به‌نظر می‌رسد به بحث ما مربوط‌اند؛ دو موردی که در پژوهش خود من نیز، به‌طور مکرر، دربارہ‌ی چگونگی تشویق اعتیاد رفتاری از جانب این شرکت‌های فناوری مطرح می‌شوند: *یاداش مثبت متناوب*<sup>۱</sup> و *انگیزه‌ی جلب تأیید اجتماع*.

مغز ما به‌شدت در قبال این نیروها حساس است. این موضوع بسیار مهمی است؛ زیرا بسیاری از برنامه‌ها و وب‌سایت‌هایی که مردم را مجبور به چک‌کردن گوشی‌های هوشمند و بازکردن مرورگرها می‌کنند، اغلب از این دام‌ها استفاده می‌نمایند. هدفشان هم این است که در برابر وسوسه‌ی چک‌کردن آن‌ها نتوانید مقاومت کنید. برای درک این ادعا، به‌طور خلاصه، بیایید هر دو مورد را بررسی کنیم.

---

1. Intermittent positive reinforcement



با اولین نیرو شروع می‌کنیم: *پاداش مثبت متناوب*. دانشمندان بعد از آزمایش‌های معروف «غذا خوردن کبوتر»<sup>۱</sup> «مایکل زیلر»<sup>۲</sup> در دهه‌ی ۱۹۷۰ متوجه شدند پاداش‌هایی که نمی‌توان آن‌ها را پیش‌بینی کرد، بسیار جذاب‌تر از پاداش‌هایی است که بر اساس الگویی مشخص عرضه می‌شود. پیش‌بینی‌ناپذیر بودن باعث ترشح دوپامین بیشتر می‌شود که انتقال‌دهنده‌ی عصبی مرکزی است و حس اشتیاق را در ما تنظیم می‌کند. در آزمایش اصلی زیلر، دکمه‌ای در لانه‌ی کبوترها بود که غذای پیش‌بینی‌نشده‌ای را در لانه رها می‌کرد. همان‌طور که آدام آلتر اشاره می‌کند، چیزی مشابه این رفتار پایه در دکمه‌های بازخورد بیشتر پست‌های رسانه‌های اجتماعی هم وجود دارد که از وقتی فیس‌بوک آیکون «لایک» را در سال ۲۰۰۹ معرفی کرد، ایجاد شده است.

آلتر می‌نویسد: «اینکه تعیین کنیم دکمه‌ی «لایک» تا چه حد روان‌شناسی استفاده از فیس‌بوک را تغییر داده، کاری دشوار است؛ اما آنچه در قالب روشی انفعالی برای دنبال کردن زندگی دوستانتان آغاز شده بود، حالا عمیقاً تعاملی شده و تقریباً همان بازخوردهای پیش‌بینی‌ناپذیری را دارد که به کبوتران زیلر انگیزه می‌داد.» در ادامه، او ارسال پست در رسانه‌های اجتماعی را نوعی «قمارکردن» توصیف می‌کند: آیا لایک (قلب یا ریتوییت) دریافت خواهید کرد یا هیچ بازخوردی دریافت نمی‌کنید؟ مورد اول، احساسی ایجاد می‌کند که یکی از مهندسان فیس‌بوک آن را «صدای جذاب یک خوشی کاذب» می‌نامد، درحالی‌که دومی، احساس بدی ایجاد می‌کند. در هر صورت، پیش‌بینی نتیجه سخت است؛ همان نکته‌ای که روان‌شناسی اعتیاد به ما می‌آموزد و به‌شکلی دیوانه‌وار، تمام فعالیت‌های مربوط به ارسال و چک‌کردن پست‌ها را برای ما جذاب می‌کند.

با وجود این، دریافت بازخورد در رسانه‌های اجتماعی، تنها فعالیت آنلاین نیست که ویژگی «پاداش پیش‌بینی‌ناشدنی» را دارد. در موارد فراوانی، دیده شده که افراد با

---

1. pecking pigeon

2. Michael Zeiler



هدفی خاص می‌خواستند از وب‌سایتی دیدن کنند؛ برای مثال، مراجعه به سایت یک روزنامه برای بررسی پیش‌بینی آب‌وهوا؛ اما سپس می‌بینند که نیم‌ساعت گذشته و بدون اینکه حواسشان باشد در حال دنبال کردن تریل‌ها و لینک‌ها هستند و از یک عنوان به عنوانی دیگر می‌روند! هر عنوان جذابی که روی آن کلیک می‌کنید یا لینک جالبی که باز می‌کنید، معادل کشیدن یکی دیگر از دسته‌های این دستگاه قمار است.

البته، شرکت‌های فناوری قدرت این بازخورد مثبت و پیش‌بینی‌نشده را تشخیص داده‌اند و محصولاتشان را با در نظر گرفتن این موضوع اصلاح می‌کنند تا حتی بر جذابیت خود بیفزایند. همان‌طور که هریس افشاگر توضیح داد: «اپلیکیشن‌ها و وب‌سایت‌ها پاداش‌های متناوب متغیر را در سراسر محصولات خود پخش می‌کنند؛ زیرا این کار برای کسب‌وکارشان مفید است.» اغلب، نوتیفیکیشن‌هایی با هدف جلب‌توجه یا نمایان‌شدن پست جذاب بعدی، آن هم فقط با یک حرکت انگشت، برای ایجاد واکنش‌های متعدد، بسیار مناسب است. همان‌طور که هریس یادآوری می‌کند، در ابتدا در فیس‌بوک، نماد نوتیفیکیشن، برای مطابقت با رنگ سایر قسمت‌های سایت آبی بود، «اما هیچ‌کس از آن استفاده نمی‌کرد.» بنابراین رنگ آن و سایر هشداردهنده‌ها را به قرمز تغییر دادند و به این ترتیب، کلیک روی آن‌ها به سرعت افزایش پیدا کرد.

شاید افشاکننده‌ترین صحبت مربوط به «شان پارکر»<sup>۱</sup>، اولین مدیر فیس‌بوک باشد. او در اواخر سال ۲۰۱۷، در مراسمی درباره‌ی تکنیک مهندسی توجه، که شرکت سابقش به‌کار برده بود، به‌طور صریح گفت:

«فرایند فکری منسجمی منجر به ساخت این برنامه‌ها شد و فیس‌بوک اولین آن‌ها بود. هدف از تمام این فعالیت‌ها این بود که چگونه تا آخرین حد، زمان و توجه آگاهانه‌ی شما را به خودمان اختصاص دهیم. این بدان معناست که گهگاه باید مقدار کمی دوپامین به شما بدهیم؛ آن هم با لایک، نظر دادن درباره‌ی عکس و پستتان یا هر آنچه ارسال می‌کنید.»

در بیشتر رسانه‌های اجتماعی مدام پست می‌گذارید و سپس در انتظار بازخوردهای پیش‌بینی‌ناشدنی آن می‌نشینید. به نظر می‌رسد این مورد یکی از اساسی‌ترین عملکردهای این سرویس‌هاست. رسانه‌های اجتماعی اولیه بازخوردهای بسیار کمی داشتند و عملکرد آن‌ها فقط منحصر به ارسال و پیدا کردن اطلاعات بود. در ظاهر، مردم هنگام توضیح‌دادن درباره‌ی اینکه چرا رسانه‌های اجتماعی در زندگی‌شان اهمیت دارد، به ویژگی‌های اولیه و پیش از دوران بازخورد اشاره می‌کنند؛ مثلاً، هنگام توجیه استفاده از فیس‌بوک، بسیاری از افراد به چیزی مانند امکان فهمیدن زمان تولد نوزاد یکی از دوستان اشاره می‌کنند که انتقال یک‌طرفه‌ی اطلاعات است و به بازخورد نیازی ندارد.

به عبارت دیگر، هیچ نکته‌ی مهمی درباره‌ی بازخوردهای پیش‌بینی‌ناشدنی‌ای وجود ندارد که بر بیشتر سرویس‌های رسانه‌های اجتماعی مهم تسلط پیدا کرده است. البته اگر این ویژگی‌ها را کنار بگذارید، احتمالاً ارزشی که اکثر افراد از آن‌ها به دست می‌آورند، کاهش پیدا نخواهد کرد. این بازخوردها در بسیاری از رسانه‌های اجتماعی همگانی شده است؛ زیرا روش فوق برای ادامه‌ی فعالیت شما در چنین سرویس‌هایی بسیار خوب عمل می‌کند. زمانی‌که هریس در برنامه‌ی «۶ دقیقه‌ی گوش‌هوشمندی را بالا برد و به اندرسون کوپر گفت: «این دستگاه قمار است»، بی‌شک این نیروهای روان‌شناختی قدرتمند، بخش بزرگی از آن چیزی بود که وی در ذهن داشت.

\*\*\*

حال بیایید نیروی دومی را بررسی کنیم که سبب ترغیب اعتیاد رفتاری می‌شود: *جلب تأیید اجتماع*. همان‌طور که آدام آلتز می‌نویسد: «ما موجوداتی اجتماعی هستیم و به‌طور کامل نمی‌توانیم تفکر دیگران را درباره‌ی خودمان نادیده بگیریم.» در دوران پارینه‌سنگی، مهم بود که روابط اجتماعی‌تان را با دیگر اعضای قبیله‌ی خود مدیریت کنید؛ زیرا بقای شما به این کار بستگی داشت؛ اما در قرن بیست‌ویکم، فناوری‌های جدید این محرک قوی را برای ایجاد یک اعتیاد رفتاری سودآور روده‌اند.

بار دیگر دکمه‌های بازخورد را در رسانه‌های اجتماعی در نظر بگیرید. این دکمه‌ها علاوه‌بر عرضه‌ی بازخوردی پیش‌بینی‌پذیر، که در بالا بحث شد، موجب ایجاد نگرانی‌هایی

درباره‌ی تأیید سایر افراد هم می‌شوند. اگر تعداد زیادی از مردم روی نماد قلب کوچک زیر آخرین پست شما در اینستاگرام کلیک کنند، مانند این است که قبیله‌تان از شما راضی است. این چیزی است که هریک از ما به‌شدت خواهان آن هستیم. البته روی دیگر قضیه این است که نبود بازخورد مثبت، باعث ایجاد احساس پریشانی در ما می‌شود. این مسئله‌ای مهم برای بخش پارینه‌سنگی مغز بشر است و از این رو، برای نظارت بی‌وقفه بر این اطلاعات «حیاتی» می‌تواند نیازی فوری ایجاد کند.

قدرت انگیزه را در راستای جلب تأیید اجتماع نباید دست‌کم بگیریم. «لیا پیرلمن»<sup>۱</sup>، مدیر محصول تیمی بود که دکمه‌ی «لایک» را برای فیس‌بوک ایجاد کرد. (در حقیقت، او نویسنده‌ی پست وبلاگی بود که این ویژگی را در سال ۲۰۰۹ معرفی کرد.) وی اکنون صاحب کسب‌وکاری کوچک است و درباره‌ی آسیب‌های این شبکه‌ها بسیار محتاطانه عمل می‌کند، تا جایی که ادمینی برای مدیریت حساب فیس‌بوکش استخدام کرده است. در واقع، با این کار، مانع از آن می‌شود که این سرویس‌ها به او آسیب روحی برسانند.

انگیزه‌ای مشابه با جلب تأیید اجتماعی می‌تواند به توضیح علاقه‌مندی بیش‌از‌حد نوجوانان امروزی برای حفظ «استریک‌ها»<sup>۲</sup> در اسنپ‌چت با دوستانشان کمک کند؛ زیرا استریکی بدون وقفه در ارتباطات روزانه تأیید می‌کند که این رابطه محکم است؛ همچنین تمایل بیشتر افراد را برای پاسخ‌دادن سریع به پیامی دیگر، حتی در شرایطی نامناسب یا خطرناک همچون زمان رانندگی توضیح می‌دهد. بخش پارینه‌سنگی مغز ما، نادیده‌گرفتن پیام جدید را همانند بی‌اعتنایی به یکی از اعضای قبیله در نظر می‌گیرد که تلاش می‌کند در کنار آتش، توجه شما را جلب کند؛ اشتباهی اجتماعی که بسیار هم خطرناک است.

---

1. Leah Pearlman

۲. در برنامه‌ی اسنپ‌چت، اموجی آتش همواره با یک عدد ظاهر می‌شود. این عدد نشانگر تعداد روزهایی است که شما به این دوست یک اسنپ فرستاده‌اید و او نیز برای شما یک اسنپ ارسال کرده است. این مورد را اصطلاحاً Snapstreak می‌نامند.

صنعت تکنولوژی در استفاده از این غریزه‌ی جلب تأیید مهارت پیدا کرده است. به‌طور خاص، رسانه‌های اجتماعی کنونی به‌گونه‌ای تنظیم شده‌اند که دقیقاً به شما بگویند دوستانتان در حال حاضر چقدر به شما فکر می‌کنند. هریس نمونه‌هایی از تگ‌کردن افراد در عکس‌ها را در سرویس‌هایی مانند فیس‌بوک، اسنپ‌چت و اینستاگرام مطرح می‌کند. هنگامی‌که عکسی را با استفاده از این سرویس‌ها ارسال می‌کنید، می‌توانید سایر کاربرانی را که در عکس حضور دارند تگ کنید. این فرایند تگ‌کردن، نوتیفیکیشنی را برای آن کاربر ارسال می‌کند. همان‌طور که هریس توضیح می‌دهد، این سرویس‌ها اکنون با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته‌ی تشخیص تصویر، این فرایند را تقریباً به‌صورت خودکار انجام می‌دهند، این الگوریتم‌ها کسانی را که در عکس شما هستند، تشخیص می‌دهند و به شما این امکان را می‌دهند که فقط با یک کلیک آن‌ها را تگ کنید. این کار معمولاً با سؤالی ساده صورت می‌گیرد («آیا می‌خواهید فلان شخص را تگ کنید؟») سؤالی که تقریباً در اکثر مواقع هم به آن پاسخ مثبت می‌دهید.

این تک‌کلیک تقریباً کار چندانی ندارد، اما نوتیفیکیشنی که برای کاربران تگ‌شده ارسال می‌شود، باعث ایجاد احساس خشنودی در آنان می‌شود؛ زیرا متوجه می‌شوند که به آن‌ها فکر می‌کنید. طبق گفته‌های هریس، این شرکت‌ها برای بهبود ویژگی «تگ اتوماتیک» سرمایه‌گذاری زیادی انجام داده‌اند؛ اما نه به این دلیل که این ویژگی برای استفاده‌ی مفید از شبکه‌های اجتماعی ضرورت دارد. در حقیقت، آن‌ها این سرمایه‌گذاری را انجام داده‌اند تا بخش‌های اعتیادآور تأیید اجتماعی برنامه‌هایشان را به‌طرز چشمگیری افزایش دهند!

همان‌طور که شان پارکر هنگام توضیح فلسفه‌ی پشت طراحی این ویژگی‌ها، تصدیق کرد: «این تأیید اعتبار در بازخوردهای اجتماعی مانند یک حلقه<sup>۱</sup> است... دقیقاً مثل همان چیزی که هکری مانند خودم از آن استفاده می‌کند؛ زیرا شما از آسیب‌پذیری در روان‌شناسی انسانی سوءاستفاده می‌کنید.»

---

1. loop

\*\*\*

بیاید لحظه‌ای به عقب برگردیم و ببینیم کجا ایستاده‌ایم. در بخش‌های قبلی، توضیح دادم که چرا افراد زیادی احساس می‌کنند کنترل زندگی دیجیتال‌شان را از دست داده‌اند: فناوری‌های جدید و پرفرمداری که در دهه‌ی گذشته یا پس از آن ظهور کرده‌اند، اعتیاد رفتاری را افزایش می‌دهند و باعث می‌شوند مردم در استفاده از این ابزارها افراط کنند؛ حتی بیش از آنچه فکر می‌کنند این ابزارها بی‌ضرر و مفیدند. در واقع، همان‌طور که افشاگران و محققانی مانند تریستان هریس، شان پارکر، لیا پیرلمن و آدام آلتر نشان داده‌اند، در بسیاری از موارد، این تکنولوژی‌ها به‌عمد، به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که چنین رفتار اعتیادآوری را ایجاد کنند. استفاده‌ی وسواس‌گونه در این زمینه ناشی از نقص شخصیتی نیست، بلکه در واقع تحقق طرح کسب‌وکاری بسیار سودآور است.

ما برای زندگی دیجیتال‌ی که در حال حاضر به‌سمت آن رانده شده‌ایم، ثبت‌نام نکرده بودیم. بلکه این زندگی به‌صورتی وسیع در اتاق‌های هیئت‌رئیس‌هی شرکت‌ها طراحی شده است تا منافع گروهی خاص از سرمایه‌گذاران فناوری را تأمین کند.

### مسابقه‌ی تسلیحاتی نابرابر

همان‌طور که گفتم، نگرانی فعلی ما درباره‌ی فناوری‌های جدید یا مفیدبودن و غیرمفید بودن آن‌ها نیست؛ بلکه درباره‌ی استقلال است. ما به دلایلی جزئی در این سرویس‌ها ثبت‌نام کردیم و این دستگاه‌ها را خریدیم؛ دلایلی مانند دنبال‌کردن وضعیت و روابط دوستان یا رفع نیاز حمل‌آی‌پاد و تلفنی جداگانه؛ اما سال‌ها بعد خودمان را در حالی یافتیم که به‌شکلی فزاینده تحت‌تأثیر نفوذ آن‌ها قرار گرفته بودیم و به آن‌ها اجازه دادیم کنترل بیشتر و بیشتری روی وقت‌گذرانی‌های ما و نحوه‌ی احساس و حتی رفتار ما داشته باشند.

در دهه‌ی گذشته، انسانیت ما تحت‌تأثیر این ابزارها تغییر مسیر داده است و این واقعیتی است که نباید باعث تعجب شود. همان‌طور که دقیقاً توضیح دادم، ما در

مسابقه‌ای نابرابر قرار گرفته‌ایم. در این روند، تکنولوژی‌هایی که به استقلال ما دست‌درازی کرده‌اند با دقت زیاد، ضعف‌هایی ریشه‌ای را در مغز ما طعمه قرار داده‌اند؛ درحالی‌که ما هنوز ساده‌لوحانه اعتقاد داریم آن‌ها فقط هدیه‌هایی سرگرم‌کننده‌اند که از طرف خدایان دوست‌داشتنی به ما ارزانی شده‌اند!

وقتی بیل مار به شوخی گفت اپ‌استور برای تصرف روح ما به‌وجود آمده است، در واقع به نکته‌ای مهم اشاره می‌کرد. همان‌طور که سقراط برای «فدروس»<sup>۱</sup> درباره‌ی ارابه‌ی استعاری معروف افلاطون توضیح داد، روح ما را نیز می‌توان راننده‌ی ارابه‌ی درنظر گرفت که تلاش می‌کند دو اسب را مهار کند: یک اسب نماینده‌ی طبیعت برتر ماست و دیگری نماینده‌ی انگیزه‌های پست‌تر ما. هنگامی‌که به‌طور فزاینده‌ای استقلال خودمان را به دنیای دیجیتال تسلیم می‌کنیم، به اسب دوم انرژی می‌دهیم و کار راننده‌ی ارابه را برای هدایت آن، به‌طرزی فزاینده سخت‌تر می‌کنیم و این چیزی است که منجر به کاهش قدرت روح ما می‌شود.

هنگامی‌که از این منظر به آن نگاه می‌کنیم، درمی‌یابیم این نبردی است که باید در آن مبارزه کنیم. اما برای انجام‌دادن این کار، به استراتژی جدی‌تری نیاز داریم؛ چیزی که به‌طور خاص برای مبارزه با نیروهایی که ما را به‌سمت اعتیادهای رفتاری می‌برد ساخته شده باشد و درباره‌ی چگونگی استفاده از فناوری‌های جدید در راستای برآورده‌کردن بهترین اهدافمان برنامه‌ای مشخص عرضه کند. مینیمالیسم دیجیتال یکی از این استراتژی‌هاست. در ادامه، روی جزئیات آن متمرکز خواهیم شد.

---

1. Phaedrus

## مینیمالیسم دیجیتال

### راه‌حلی مینیمال

نوشتن این فصل را شروع کرده بودم که هم‌زمان مقاله‌ای با عنوان «چگونه اعتیاد به گوشی هوشمند را ترک کردم؟ شما هم می‌توانید این کار را انجام دهید.» در نیویورک‌پست منتشر شد. می‌خواهید راز این شخص را بدانید؟ او نوتیفیکیشن‌های ۱۱۲ اپلیکیشن متفاوت را در آیفونش غیرفعال کرده بود. این مقاله نتیجه‌گیری خوش‌بینانه‌ای داشت: «بازپس‌گرفتن کنترل کار نسبتاً راحتی است.»

این نوع مقالات در دنیای ژورنالیسم تکنولوژی رایج است. نویسندگان متوجه می‌شوند که ارتباطش با ابزارهای دیجیتال ناکارآمد شده؛ نگران می‌شوند و راهکاری هوشمندانه به‌کار می‌گیرند، سپس با ذوق و شوق گزارش می‌دهند که همه چیز بسیار بهتر از قبل شده است. البته من به این راه‌حل‌های سریع همیشه شک دارم. بر اساس تجربه‌ام درباره‌ی این موضوعات، اصلاح دائمی زندگی دیجیتالی، آن هم فقط با استفاده از نکات و راهکارها کاری دشوار است.

ما در زمینه‌ی استفاده از فناوری‌های جدید مشکلاتی بزرگ داریم، تغییرات کوچک هم برای حل این مشکلات کافی نیست و این خود مشکلی اساسی به‌شمار می‌آید. در حقیقت، رفتارهای اصلی‌ای که امیدواریم اصلاح شوند، با فرهنگ ما عجین شده است و همان‌طور که گفتیم نیروهای روان‌شناختی قوی‌ای از آن‌ها حمایت می‌کنند که گرایش اصلی ما را تقویت می‌نمایند. برای اینکه بتوانیم دوباره کنترل را به‌دست بگیریم،

باید فراتر از رفتارهای هیجانی عمل کنیم؛ همچنین ارتباطمان را با فناوری، دوباره و با استفاده از ارزش‌های عمیقی بازسازی کنیم که پایه و اساس این ارتباط‌اند.

به بیان دیگر، مقاله‌نویس نیویورک‌پست، باید فراتر از تنظیمات نوتیفیکیشن‌های ۱۱۲ اپلیکیشنش ببیند و در وهله‌ی اول سؤال مهم‌تری را از خودش بپرسد: «چرا از این همه برنامه استفاده می‌کنم؟» آنچه او و تمام افرادی که در حال مبارزه با این مشکل‌اند، بدان نیاز دارند نگرشی درباره‌ی نحوه‌ی استفاده از تکنولوژی است. این نگرش باید همه‌چیز را درباره‌ی ابزارهای دیجیتالی که اجازه می‌دهیم وارد زندگی‌مان شود پوشش دهد؛ همچنین دلایل و شرایط این کار را. در غیاب این درون‌نگری، ما در گردباد اعتیادآور، پرزرق‌وبرق و جذاب فضای مجازی رها خواهیم شد؛ فقط با این امید واهی که روزی ترکیب درستی از راهکارهای خلق‌الساعه ما را نجات خواهد داد.

همان‌طور که در مقدمه گفتم، من چنین نگرشی را پیشنهاد می‌کنم:

### مینیمالیسم دیجیتال

این شیوه نگرشی درباره‌ی نحوه‌ی استفاده از تکنولوژی است. بر این اساس، زمانی که آنلاین هستید، فقط روی تعداد کمی از فعالیت‌های بهینه و با دقت انتخاب‌شده تمرکز می‌کنید. این فعالیت‌ها فقط به موضوعاتی می‌پردازد که به نظر شما ارزشمند است و به این ترتیب، به راحتی از سایر فعالیت‌ها چشم‌پوشی می‌کنید.

مینیمالیست‌های دیجیتالی که این نگرش را دنبال می‌کنند دائماً در حال تجزیه و تحلیل هزینه-فایده هستند. اگر تکنولوژی جدید، با انتظاراتشان یکی نباشد یا مزایای کمی را عرضه کند، آن را نادیده می‌گیرند؛ حتی زمانی که این تکنولوژی جدید با این وعده به وجود آمده باشد که از ارزش‌های مینیمالیستی پشتیبانی کند، باز هم باید آزمایش سختی را پشت سر بگذارد: آیا این بهترین راه استفاده از فناوری برای حمایت از این ارزش است؟ اگر پاسخ منفی باشد، مینیمالیست تلاش می‌کند این تکنولوژی را بهینه کند یا گزینه‌ی بهتری بیابد.

مینیمالیست‌های دیجیتال نخست ارزش‌های عمیق خود را در نظر می‌گیرند؛ سپس فناوری مدنظرشان را انتخاب می‌کنند و به این ترتیب، نوآوری‌هایشان را از یک



## فصل ۲: مینیمالیسم دیجیتال || ۴۱

منبع حواس پرتی، به ابزاری برای پشتیبانی زندگی بهتر تبدیل می‌کند. بسیاری از مردم احساس می‌کنند کنترل زندگی‌شان به دست صفحه‌نمایش گوشی‌شان افتاده است! با استفاده از این روش، این افراد هم طلسم را می‌شکنند.

البته این فلسفه‌ی مینیمالیستی با فلسفه‌ی ماکسیمالیستی‌ای که اکثریت مردم به‌طور پیش‌فرض از آن استفاده می‌کنند کاملاً در تضاد است؛ در طرز فکر ماکسیمالیستی، هرگونه پتانسیل مفیدبودن برای یک فناوری، در صورتی که توجه شما را به خودش جلب کند، برای استفاده از آن کافی است. طبق این نظریه، حتی اگر در چیزی کمترین ارزش یا جذابیتی وجود داشته باشد، نباید از آن چشم‌پوشی کرد.

من هرگز از فیس‌بوک استفاده نکرده‌ام؛ اما زمانی که برای اولین بار درباره‌ی این واقعیت نوشتم، همکارانم کاملاً بهت‌زده شده بودند. از آن‌ها پرسیدم: «چرا باید از فیس‌بوک استفاده کنم؟» آن‌ها پاسخ می‌دادند: «نمی‌توانیم پاسخ دقیقی به تو بدهیم، اما اگر چیز مفیدی در آن وجود داشته باشد و تو آن را از دست بدهی، چه؟»

این استدلال برای مینیمالیست‌های دیجیتال بی‌معناست؛ زیرا به عقیده‌ی آن‌ها، بهترین نوع زندگی دیجیتال از طریق بررسی دقیق ابزارها و با ارائه‌ی مزایای گسترده و آشکار آن‌ها شکل می‌گیرد. فعالیت‌های کم‌ارزش وقت و توجه متمرکز آنان را از بین می‌برد و در نهایت بیش از آنکه مفید باشد، ضرر می‌رساند. مینیمالیست‌های دیجیتال هم مایل‌اند خیلی محتاطانه با آن‌ها برخورد کنند. به عبارت دیگر، از دست‌دادن چیزهای کوچک برای مینیمالیست‌ها مهم نیست؛ آنچه آن‌ها را بیشتر نگران می‌کند، دست‌کم‌گرفتن چیزهای مهمی است که می‌دانند قطعاً موجب خلق زندگی بهتر می‌شود.

ادامه دارد...

[Nashrenovin.ir](http://Nashrenovin.ir)