

## 2. PŘES RENTGENOVÉ ZÁŘENÍ K DIGITÁLNÍMU MINIMALISMU

Internet si v podstatě nastavujeme svým vlastním chováním, protože věci, které na něm děláme či tvoříme, se následně odráží v tom, co se nám zobrazuje. Úkol zní jasně: udržet naši pozornost co nejdéle tak, abychom nabyli dojmu, že daný výrobek, službu nebo informaci opravdu potřebujeme.

Miluji historii, a proto se z ní snažím co nejvíce poučit. Když jsem hledal, zda se již kdysi něco podobného internetu objevilo, zjistil jsem, že obdobným vynálezem bylo rentgenové záření. Byl to velký hit a stal se z něj fotokoutek tehdejší doby, lidé se rentgenovali a ukazovali si svoje kosti. Protože průmysl nikdy nespí a vždy hledá možnosti, jak vydělat, obuvníci začali prozařovat nohy pomocí rentgenového přístroje zvaného pedoskop<sup>(2)</sup>, který vznikl kolem roku 1920.

Pedoskopie byly používány na podporu prodeje, zejména pokud šlo o nákup bot pro děti a mladistvé. Obchodníci zaručovali, že díky tomuto přístroji budou boty vyrobené na míru, a tak zajistí delší životnost boty; zákazník se dokonce mohl podívat, zda je jeho stávající obuv vhodná. Postupem času, konkrétně kolem roku 1950, bylo zjištěno, že nadměrné rentgenové záření může způsobovat zdravotní rizika, a tak se tento výrobek stáhl z prodeje, v Německu v roce 1973 a ve Švýcarsku dokonce až v roce 1989.<sup>(2)</sup>

Zakázalo se však rentgenové záření? Ne, pouze se poupravilo chování, které bylo s tímto vynálezem spojeno. Rentgen nám pomáhá najít řešení zdravotních problémů, ale musíme být opatrní. Podobně vnímám internet a různá zařízení; musíme se naučit s nimi správně a efektivně zacházet.

Lidský druh je už od pradávna motivován strachem a touhou. Všechna lidská pozornost se točila kolem otázky, jak si obstarat potravu a přežít. Poté jsme pomocí revolučních vynálezů dokázali vyrobit tolik jídla, že už jednotlivci ani nedokázali takové množství spotřebovat.

V tu chvíli jsme se již hladem nemuseli zabývat a naše pozornost se zaměřila spíše na to, kdo bude obsluhovat průmyslové stroje. Primární strach se změnil ve frustraci nedostatkem kvalitních pracovníků. Po čase se ale zlepšilo zaškolování i nabírání nových zaměstnanců a najednou i tato obava zmizela. Naše pozornost se zaměřila na vzdělání a moudrost, protože nás zajímalo, kam vložíme peníze, aby nám vydělávaly, a například co budeme jíst, abychom byli zdraví. Začali jsme si pokládat více otázek a hledat odpovědi. Proto jsme se přesunuli k touze po vzdělání a informacích. S Googlem a Wikipedií strach z neznalosti zmizel, protože si dnes můžeme jakoukoliv informaci dohledat během pár sekund. Spíše hrozí, že budeme čerpat informace z nekvalitního zdroje, anebo že kvůli internetu přijdeme o svoji pozornost či soustředění. Najednou nevíme, čemu pozornost věnovat a co ignorovat. Proto se v dnešní době nejvíce zaměřujeme na rozvoj svého kritického myšlení a toužíme po sebepoznání.

## **Jakou roli hrají naše reálné sociální vazby?**

Nicolas Christakis<sup>(3)</sup> zjišťoval, jak naše chování a rozhodování ovlivňuje lidi kolem nás. Víte, že jste údajně výsledkem pěti svých nejbližších přátel? Výzkumy, které Christakis vedl, poodhalily, jaký vliv máme my na ostatní a jaký oni na nás. Bylo zkoumáno mnoho veličin, například kouření, spokojenost, i obezita. Představte si, že se rozhodnete, že budete obézní. Je to vaše svobodné rozhodnutí, které ovlivní nejenom vás, ale i vaše nejbližší okolí, a to až na 45 % (takzvaný Stupeň 1), což znamená, že pokud by se lidé kolem vás rozhodovali, zda být obézní, či ne, vaše předešlé rozhodnutí na ně bude mít vliv. Výzkum pokračoval a zjistilo se, že vaše rozhodnutí ovlivňuje i přátele vašich přátel (takzvaný Stupeň 2) a to až na 25 %, což už je docela velká řádka lidí. Konečným zjištěním však bylo, že vlastním chováním, rozhodováním a přemýšlením ovlivňujete nejenom sebe, nejbližší okolí a přátele vašich nejbližších, ale že ve výsledku máte vliv i na ty, kteří jsou v okruhu přátel vašich přátel (Stupeň 3), tedy osoby, které často ani neznáte.

Zkuste si představit, že jste na dovolené a chtěli byste si opravdu pochutnat na večeři s vaší rodinou. Půjdete do prázdné restaurace? Možná ano, pokud jste ještě nikdy nezažili střevní potíže, ale ve většině případů raději půjdete tam, kde někdo sedí. Naše chování ovlivňuje druhé a chování druhých ovlivňuje nás. Když jste s přáteli v hospodě, stačí, aby jeden člověk vytáhl telefon: co se stane s ostatními?

*„Dobrý příklad není jednou z možností, jak ovlivnit jiné lidi.  
Je to jediná možnost.“*

— Albert Schweitzer  
držitel Nobelovy ceny za mír

## **Jak tedy něco změnit?**

Problém spočívá v tom, že náš vztah s přístroji je stále ve fázi líbánek, kdy se jeden druhého prostě nemůžeme nabažit – ještě jsme se nedostali do fáze, kdy nám nevadí strávit pár hodin od sebe a jezdit odděleně na dovolenou. Nové technologie nenahradily starší formy komunikace; doplňují je. Ale vše má své meze.

Zajímavé je sledovat používání výrobků lidmi, kteří stojí za jejich vznikem. Myslíte si, že Mark Zuckerberg je nejoblíbenější postavou na Facebooku nebo nejaktivnější uživatel Instagramu? Zakladatelé se nejspíše řídí heslem drogových dealerů: „*Nikdy se nesjížděj vlastním zbožím.*“

## **Digitální minimalismus**

V průběhu dějin přistupovali kvalifikovaní pracovníci k novým nástrojům s dávkou skepticismu. Zaměřovali se na přímo měřitelné náklady a přínosy daného stroje. Nástroj byl prostředkem pro dosahování vyšších cílů jejich řemesla. Čas, reklama a touha však mnohé v průběhu několika let změnily.

Podle Deborah Johnson by se například každá nová technologie měla hodnotit podle čtyř hledisek:

1. Hledisko původu (proč taková technologie vůbec vznikla?)
2. Hledisko symbolických významů (jaké atributy se k technologii vážou?)
3. Hledisko podpory skupin (komu daná technologie pomáhá?)
4. Hledisko vlastností a dopadů (o co přicházíme kvůli technologiím?)

Vytvořte si výběrové řízení na aplikaci – co musí splňovat a v čem vám má pomáhat?

Méně znamená v našem vztahu s digitálními nástroji více. Cal Newport, autor knihy *Digitální minimalismus*, tento směr definuje jako zodpovědný přístup k technologiím a jejich zapojení do našich běžných životů bez ohrožení spánku, spokojenosti, vztahů, pozornosti a trpělivosti. Soustředíme se na malý počet vysoce hodnotných aktivit. <sup>(4)</sup> Jedná se tedy o hledání cesty, která se soustředí na malý počet věcí, jež ale přinášejí největší užitek a hodnotu.

## Principy digitálního minimalismu

- **Nepořádek je drahý**

Neměli byste vlastnit mnoho zařízení a aplikací, protože právě ty podkopávají potenciál a podporují izolovanost.

- **Optimalizování je důležité**

Musíte učinit rozhodnutí, které technologie a aplikace využívat, aby co nejlépe podpořily váš potenciál.

- **Uvědomělé používání aplikací**

Všimněte si, jak vás aplikace nebo nová technologie ovlivňuje.

- **Definujte si svá technologická pravidla**

Rozhodněte se, co a kde chcete používat. Opusťte on-line přátele, s kterými nepotřebujete být v kontaktu. Specifikujte si, kdy a jak budete kterou technologii používat.

- **Dejte si pauzu**

- **Přehodnoťte technologii**

Začněte s prázdným listem a vnímejte technologie jako nástroj, který pro vás má mít nějaký cenný osobní přínos.

*„Díky moderním technologiím jsme dnes mnohem více propojeni než dříve. Nikdy jsme si však zároveň nebyli tak vzdálení.“*

Nestačí principy pouze znát. Musíte je opravdu používat, aby vám přinesly prospěch.

Představte si sebe za měsíc:

1. Jaký byste chtěli mít vztah s telefonem?
2. Co byste chtěli mít hotové nebo rozjednané díky času navíc?
3. Jak byste někomu popsali svoji změnu?
4. Co budete na mobilu dělat?

Napište dopis nebo e-mail svému budoucímu já. Popište, jak vypadá váš úspěch, a poblahopřejte si, že jste to zvládli.

*„Nejlepší věcí, která se může přihodit lidské bytosti, je narazit na problém, zamilovat si jej a trávit život pokusy o jeho vyřešení, dokud nenarazí na jiný problém, který si zamiluje ještě více.“*

— Sir Karl Popper  
rakousko-britský filozof