

NÁSLEDKY TOHO, ŽE SPOLEČNOST JE PŘESYČENÁ STIMULY a vyhýbá se jakémukoliv stresu, se kupí. V roce 2017 více než polovina dospělých uvedla, že jsou ve „velkém stresu“. Za poslední rok se míra úzkosti zvedla o 39 procent. Schopnost udržet pozornost klesla mezi lety 2000 a 2015 o 33 procent a depresí bylo od roku 2013 diagnostikováno o 33 procent více.

Dr. Judson Brewer, profesor psychiatrie na Brown University Medical School, studuje závislost, mnoho závislých ošetřuje a vyvinul metody, jak jim ulevit. Obzvláště ho zajímá vztah mezi časem stráveným u obrazovky a rostoucím množstvím duševních problémů. „Neřekl bych, že za to můžou ze sta procent jen mobilní technologie,“ řekl Brewer. „Ale z devadesáti ano.“

Není tedy divu, že Steve Jobs, jak se proslýchá, nedovolil svým dětem používat iPad. A není jediným guru v oblasti technologií, který zpochybňoval to, co zároveň propagoval. Velká spousta zaměstnanců Silicon Valley, kteří vyvíjejí mobilní technologie a aplikace, sami sobě i svým dětem zakázali produkty Valley používat. Jeden z bývalých manažerů Facebooku prohlásil pro New York Times, že „je přesvědčen, že ďábel sídlí v našich telefonech“. Jiný se nechal slyšet, že produkty Silicon Valley „trhají předivo sociálních vztahů na kusy“.

Představte si sami sebe v Bille, Lidlu nebo jiném běžném obchodě. Vezmete produkt, donesete ho ke kase a podáte pokladní. Ta ho namarkuje, zahledí se vám do očí a tiše prohlásí: „Jsem přesvědčená, že za tím vším je ďábel.“ Vy byste a) usoudili, že jste se stali hlavní

postavou ve skutečném hororu, nebo b) byste koupili produkt a normálně ho používali? Je jasné, že si všichni zvolíme b).

Za prvé, ty nástroje se dají zneužít – čau Číno – a za druhé ... se ty nástroje dají zneužít. Aplikace se tvoří na základě Foggova modelu chování. Jestli vám to zní zlověstně jako něco, co upekli v laboratoři, kde se zkoumá ovládání lidské mysli, tak to je proto ... že tomu tak v podstatě je. „Musí se sejít tři faktory ve stejnou chvíli, aby vyvolaly určité chování: motivace, schopnost a pobídka,“ napsal stanfordský psycholog B. J. Fogg. Tento vzorec ještě umocnily aplikace v chytrých telefonech natolik, že pro vaši pozornost fungují jako kokain. Vytvořili je vědci ze Stanfordu v něčem, co se eufemisticky nazývá Laboratoř designování chování.

Fogg původně vytvořil model chování s dobrými úmysly. Například k použití smartphonu k tomu, abyste se zbavili špatného návyku, třeba kouření. S příchodem iPhone se začali objevovat studenti, kteří tento model aplikovali na mobilní technologie.

Jedna z jeho tříd roku 2007, nyní známá jako třída Facebooku, vytvořila aplikace, které se propojily s Facebookem. Během jednoho semestru získali 16 milionů uživatelů a milion dolarů na výdělích z reklamy. Tito studenti pak nastoupili do práce ve společnostech, jako je Facebook, Uber, Twitter a další a Foggův model chování si vzali s sebou.

Představte si např. někoho, kdo dá na Instagram selfíčko. Ta osoba je zcela očividně *motivovaná* dozvědět se, jak na její fotku budou sledující reagovat. Bude se jim líbit, a nebo ji zkritizují? Ta osoba má *schopnost* si komentář okamžitě přečíst. Je nemožné, že by se na telefon nepodívala.

A dopadne to samozřejmě tak, že si kontroluje nové komentáře a lajky celý den a pokaždé jako v transu listuje celou historií příspěvků. Dívá se, jaké nové, vyšperkované fotky pověsila na zeď její rivalka (která se tváří jako kamarádka) a pročte si konspirační teorie toho týpka, co ho zná od střední a už tenkrát čuchal lepidlo. A mezitím shlédne tunu reklam, což je důvod, proč má Mark Zuckerberg hodnotu sto miliard dolarů. Pravidlo zní – pokud za nějakou digitální službu nic



neplatíte, jste produktem, který se tu prodává, vy sami. Firma vymazala systém natolik, aby získával co nejvíc vaší pozornosti, a tu pak prodá tomu inzerentovi, který zaplatí nejvíce.

I dnes sedí nejnovější generace mladých ajťáků v Laboratoři designování chování a pracuje na tom, aby naši pozornost ještě více upoutali a mohli prodat více prostoru pro reklamy. A jsou v tom zatraceně dobří. Vezměte si třeba to, že upozornění na Twitteru a lajky na Instagramu vždycky naběhnou až několik sekund po tom, co aplikaci zapnete. To není náhoda. Ta chvilka působí stejně, jako když sledujete válečky na hracím automatu a čekáte, jaké obrázky se objeví. Spustí to stejný biologický mechanismus jako v herně a donutí nás aplikaci zapínat znovu a znovu. Mudrcové za Silicon Valley mají hromadu dat, která jim přesně řeknou, co na nás platí, a pitomci jako já proti nim nemají šanci.

Někteří vědci si myslí, že termín „návykový“ je v souvislosti s mobilními telefony příliš silný. Protože to puzení neustále kontrolovat email nebo upozornění na sítích člověk zažívá jinak než puzení napít se alkoholu nebo si dát nějakou drogu. Ale jako člověk, který o závislostech něco ví, vám mohu říct, že ten pocit, že telefon, na kterém píplo oznámení, prostě musíte vytáhnout z kapsy a zkontrolovat, je někdy velmi podobný pocitu, který v alkoholikovi vyvolají neonové nápisy blikající nad barem. Alkoholici mají rčení: „Zkus s pitím skončit z minuty na minutu. A příště to zkus zase.“ Fajn, takže zkuste ignorovat pípnutí mobilu. A příště zase.

„Líbí se mi jednoduchá definice závislosti, která zní „nepřetržitě užívání navzdory neblahým následkům,“ řekl Brewer. To, že mám problém s alkoholem, se dalo celkem bezpečně poznat podle toho, že většina mých problémů v životě byla způsobena mým pitím. A přesto jsem nedokázal odolat, když mě bar zavolal. Brewera nijak nepřekvapilo, že je tolik lidí závislých na „hracím automatu ve vlastní kapse“, jak to nazýval. Evoluce nás tak stvořila.

„Během evoluce jsme si vytvořili metodu, jak si pamatovat, kde najdeme potravu, a uchránit se smrti hladem,“ řekl mi Brewer. Našli jsme jídlo, snědli jsme ho a žaludek vyslal mozku signál, že má

uvolnit dávku dopaminu, chemikálii, která nám navozuje příjemný pocit, říká Brewer. Je to ta samá chemická látka, která se uvolní, když si lidé dají kokain nebo extázi, snědí něco opravdu chutného, pomilují se s někým, hrají hazardní hry nebo dělají něco podobně uspokojivého. Tahle záležitost má také tři fáze.

„Je tu spouštěč, chování a odměna,“ řekl Brewer. „Ale tento proces se v současnosti přenesl i do jiné oblasti. Spouštěčem je místo jídla nuda. A chování znamená kouknout na YouTube nebo se podívat, co nového na Instagramu. A to nás nudy zbaví. Nadchneme se a dostaneme za odměnu svou dávku dopaminu.“

„Paradoxem je, že mechanismus, který nám kdysi pomáhal přežít, nám nyní zdraví ničí,“ vysvětlil. „Huř zvládáme nepohodlí. Dříve, když jsme se cítili nepříjemně, například jsme se nudili, museli jsme ten pocit chvíli vydržet, dokud se nám nepodařilo najít nějaké produktivní řešení situace. To už ale nemusíme. Sáhne po telefonu a rozptýlí se.“ Nebo, jak to nazval Danckert, dáme si další „porci nezdravých polotovarů pro mozek“.

Pokaždé, když automaticky sáhne po telefonu nebo zapneme počítač či televizi, abychom zabili nudu, je to jako bychom na naši toleranci vůči stresu pověsili další závažíčko, které naši schopnost tolerance stahuje níže a níže. Vědci ze státní univerzity v Oregonu přišli na to, že každodenní stres v podobě front a dalších prodlev nás mohou uchránit různých neurologických chorob, pokud si je prostě protrpíme a zapomeneme na ně. Pro váš mozek jsou takové každodenní stresy zdravé.

NUDA, KROMĚ TOHO, ŽE ZVYŠUJE NAŠI PSYCHICKOU SÍLU a odolnost, má ještě další přínos. Když si hledáme cestu z nudy ven, musíme zapojit kreativitu,

Aaron Sorkin, uznávaný a plodný scénárista, potvrdil tento fenomén, když vyprávěl během rozhovoru s Billem Simmonsem o okamžiku, kdy poprvé v životě psal jen tak pro zábavu: „Bylo to v New Yorku, během jednoho večera, kdy se zdálo, že všichni ostatní jsou na večírku,

kam mě nikdo nepozval. Neměl jsem ani vindru. V pokoji jsem ale měl poloautomatický psací stroj – elektrické klávesy a manuální posouvání válce. Televize byla rozbitá, audio přehrávač taky. Jediné, co se dalo dělat, bylo vložit do stroje papír a začít psát. Prostě jen tak, z nudy. A to bylo poprvé, kdy jsem psal pro zábavu... a užíval jsem si to. Celou noc jsem byl vzhůru a psal jsem a od té doby mám pocit, že ta noc neskončila.”

Sorkin tak potvrdil, že bychom se měli naučit se s nudou popasovat a objevit při tom, jak to udělat efektivněji, než si jen pustit YouTube nebo listovat Instagramem.

Výzkum z padesátých let dvacátého století potvrzuje Sorkinovo propojení nudy a kreativity. Tým britských vědců nechal lidi dělat něco příšerně nudného: patnáct minut číst telefonní seznam. Tito znudění lidé pak podstoupili standardizovaný test kreativity, jako například přijít s neobvyklými způsoby, jak lze použít polystyrenový kelímek, nebo test vzdálených asociací, kde dostanete tři slova a vy musíte přijít s dalším, které všechna tři spojuje (např. volat + platit + linka = telefon; pohyb + potloukat se + nízký = pomalý). V porovnání se skupinou, která znuděná nebyla, nabízeli znudění lidé výrazně více odpovědí v obou testech a jejich odpovědi byly mnohem kreativnější. I další studie narazily na stejný fenomén. (Jen s tím rozdílem, že v těchto studiích vědci nudili lidi tím, že je nutili pozorovat spořič obrazovky nebo třídit hromadu fazolí podle barvy.)

„Teď se tedy říká, že vám nuda zvýší kreativitu,” říká Danckert. „To je nesmysl. Nuda nezpůsobí, že budete kreativnější. Jen vám říká ‚dělejš něco!’“ A když toto „něco” umožní naší mysli dále fungovat v uvolněném stavu – jako třeba si sednout a napsat scénář – místo toho, že ji utlumíme další porcí novinek z médií, které konzumují všichni kolem nás, začneme myslet, a to doslova, na jiné vlnové délce. A to je přesně to pravé pro kreativitu.

Ellis Paul Torrance byl americký psycholog. V padesátých letech si v amerických školách všiml něčeho znepokojivého. Učitelé upřednostňovali poddajné děti s encyklopedickými znalostmi. Děti, které překypovaly energií a nápady, vykládanou látku si interpretovaly

po svém, vymýšlely miliony výmluv, proč nemají domácí úkol, a během hodin v laboratoři se měnily v šílené vědátory, jim spíše lezly na nervy. Systém tyto děti pojmenoval jako „neukázněné”. Torrance ale věřil, že jsou prostě nepochopené. Protože když bylo třeba řešit v životě nějaký problém, děti s encyklopedickými znalostmi se snažily najít řešení v knize. Co když tam ale žádné řešení není? Pak je třeba být tvůrčí.

Zasvětil tedy život studiu kreativity a zkoumání, k čemu slouží. V roce 1958 vytvořil Torranceův test kreativního myšlení a od té doby se používá jako spolehlivé měřítko kreativity. Torrance podrobil velkou skupinu dětí v obecné škole v Minnesotě zkoušce. Obsahovala takové úkoly, jako že ukázali dítěti hračku a zeptali se ho: „Jak bys tu hračku vylepšil/a, aby s ní byla větší zábava?”

Torrance analyzoval skóre jednotlivých dětí. Pak sledoval jejich životní úspěchy až do své smrti v roce 2003, kdy v jeho práci pokračovali jeho kolegové. Když některé dítě z testovací skupiny napsalo knihu, zaznamenal to. Založilo byznys? Zapsáno. Nechal si zaregistrovat patent? Zapsáno. Každý úspěch byl zaznamenán. To, co zjistil, otřáslo tím, jak hodnotíme inteligenci.

Děti, které v testu přišly s více a lepšími nápady, toho v dospělosti dokázaly nejvíce. Stali se z nich úspěšní vynálezci, architekti, manažeři a ředitelé středních škol, autoři a diplomaté apod. Torranceovo testování v podstatě úplně pokořilo klasický IQ test.

A nyní jsme zahubili jeden z největších zdrojů kreativity: schopnost nechat myšlenky rozběhnout. A výsledek? Vědkyně z University of William and Mary analyzovala 300 000 výsledků Torranceova testu od padesátých let dále. Zjistila, že v devadesátých letech začalo dosažené skóre prudce klesat. To ji vedlo k přesvědčení, že nyní čelíme „krizi kreativity”.

Podle vědců je na vině náš uspěchaný, přeorganizovaný život a „neustále rostoucí množství času, které trávíme zábavou na elektronických zařízeních.” A to je špatná zpráva. Zvláště když si uvědomíme, že v současném světě, kde většina pracuje spíše hlavou než rukama, je kreativita naprosto klíčovou vlastností.