

Facebook, and every other social-media outlet, knows that all too well. Your phone vibrates a dozen times an hour with alerts about likes and comments and retweets and faves. The combined effect is one of just trying to suck you back in, so their numbers look better for their next quarterly earnings report. Sean Parker, one of Facebook's earliest investors and the company's first president, came right out and said what we all know: the whole intention of Facebook is to act like a drug, by "[giving] you a little dopamine hit every once in a while, because someone liked or commented on a photo or a post or whatever."

Sosyal medya insanları bir *hap* gibi etkiliyor diyor şurada. İnsanların arada sırada, bir yorumda, bir layкта hafif bir dopamine almasını ve sonunda buna *bağımlı* olmasını sağlayan psikolojik mekanizmalar üzerine kurulmuş şirketler. İnsanların birbirlerine *sevgilerini* göstermesi bu kadar kolay değilken, dopamine de bu kadar çok beynimizi işgal etmiyordu. Eskiden şeker de bu kadar çok değildi ve sonra bollaşıp ucuzlayınca, göbeklerimiz kocaman oldu. Zihnimize *şeker* vermeyi de öğrendik ve bunun sonu zihnimizin de göbeklenmesi.

Odaklanamıyoruz, okuyamıyoruz, uzunca yazıların, kitapların sonunu getirmek zor geliyor. Bir dirhem bal için bir çeki odunu sündür sündür okumak, hikayeyi kurmak, sonra bundan keyif almak yerine kısa cümlelerle anlatılmış basit ilginçlikler, ve uzun uzun yazmak yerine bizi birazcık dopaminle buluşturacak *paylaşımlar* daha kolay.

İnsan evladını bedenini kullanmayı bıraktığı gibi, beynini kullanmayı da bırakıyor. Kurmak, düşünmek, anlamak zor.