



Yogesh Haribhau Kulkarni • You

AI Advisor (Helping people/organizations in their AI journeys) | PhD (Geo...
now •

...

My article on "Attention Economy" has been published in the local Marathi newspaper, Sakal, today!



In it, I dive deep into:



How the attention economy is reshaping our lives and behaviors



The addictive design tactics used by tech companies



The impact on our ability to focus and engage in deep work



The broader implications for society, politics, and media

In a world designed to distract, managing our attention is becoming a superpower. But it's not all doom and gloom! I also offer practical strategies to reclaim your attention:



Embracing digital minimalism



Creating "attention sanctuaries"



Curating a healthier information diet



Rediscovering the power of boredom

Link for the full article in the comments.

What are your thoughts on the attention economy?

How can we take control of our digital lives and focus on what truly matters?

Do let me know your opinions/suggestions in the comments below.

#AttentionEconomy #DigitalWellbeing #Productivity

#MentalHealth #TechEthics #Mindfulness #FocusedLife

#MarathiNewspaper #Sakal #marathi #pune

Sakal Media Group Niranjan Agashe Abhijit Pawar

सकाळ

६

‘लक्ष’ द्यावे उमजून

भाष्य



डॉ. योगेश कुलकर्णी

सध्या मोबाईल आणि समाजमाध्यमांमुळे एक नवीनच अर्थव्यवस्था प्रभावी होत आहे... त्याला आपण ‘अटेन्शन इकॉनॉमी’ म्हणजेच ‘लक्ष अर्थव्यवस्था’ म्हणू शकतो. सध्या माहितीची वानवा नसून तुमच्या ‘अवधाना’ची आहे. तुमचे लक्ष कुठे आहे, यावर डिजिटल युगातील कंपन्यांचे लक्ष आहे. त्यातून मिळणारा अमाप नफा हे त्यांचे ‘लक्ष्य’ आहे.

फार पूर्वीची अर्थव्यवस्था शेतीवर आधारित होती. औद्योगिक क्रांतीनंतर उद्योग व सेवाक्षेत्र अर्थव्यवस्थेचे महत्त्वाचे भाग झाले. संगणक आणि इंटरनेट क्रांतीमुळे माहितीची अर्थव्यवस्था बळ धरू लागली. सध्या, मोबाईल व समाजमाध्यमांमुळे एक नवीनच अर्थव्यवस्था प्रभावी होत आहे. त्याला आपण ‘अटेन्शन इकॉनॉमी’ म्हणजेच ‘लक्ष अर्थव्यवस्था’ म्हणू शकतो. १९९७च्या ‘अटेन्शन शॉपर्स’ या लेखात शास्त्रज्ञ मायकल गोलडहाबर यांनी ‘लक्ष’ आधारित अर्थव्यवस्थेची पहिल्यांदा वाचरता केली. त्यांच्या म्हणण्यानुसार, सध्या स्पर्धा ही फक्त माहिती पुरवण्यात राहिलेलीच नाही, तर तुमचे लक्ष राखण्याकडे वळलेली आहे. एखादी वस्तू घ्यायची असेल तर इंटरनेटवर त्याची माहिती असंख्य ठिकाणी मिळते. जर एखादी साईट जास्त खिळवून ठेवणारी असेल तर तुम्ही तेथे जास्त वेळ थांबाल; तर तुम्हाला जास्त वेळ जाहिराती दाखवता येतील. मग त्या साईटच्या कंपनीला त्याचा जास्त फायदा होईल, नाही का? सध्या माहितीची वानवा नसून तुमच्या ‘लक्ष’ची आहे. डिजिटल युगातील कंपन्यांचे तुमच्या लक्षावर लक्ष आहे; त्यातून मिळणारा अमाप नफा हे त्यांचे ‘लक्ष्य’ आहे.

बऱ्याच जाणांना वाटते की, हे सारे मस्त, फुकट मिळता आहे. छान छान व्हिडिओ मिळत आहेत. घमाल करणूक होत आहे, पण विचारांती असे लक्षात येईल की, हे बिल्कूल फुकट नसून तुम्ही (म्हणजे तुमचे ‘लक्ष’) विकले जात आहात. जेव्हा जास्त तुमचे लक्ष ते खेचतील, गोळा करतील, तेव्हा जास्त जाहिरातीचा प्रवाहून. ‘लक्ष अर्थव्यवस्था’ मोबाईलला किंवा स्मार्टफोनला जखडून ठेवण्यावर भर देते. एखादा व्हिडिओ अथवा रील पाहतानाच दुसरे समोर येते. अथवा सुचवले जाते. फोटोचे-छायाचित्रांचेही तसेच. आपण एकामगून एक सतत काहीतरी नवीन, आकर्षक समोर येते. ‘थोपामार्ग’ मिळते, मग अजून अजून बघावेसे वाटते. युपवर काही संदेश (मेसेज-नोटिफिकेशन) आला की लगेच वाचावेसे वाटतात. उत्तर नाहीतर किमान ईमेली तातकाटा टाकावीशी वाटतात. बॉसच्या ई-मेलला तर पुढच्या मिनिटातच उत्तर नेले पाहिजे याची धडपड, विषय तातडीचा नसतानामुळा. हे व्यसनाधीनतेकडे नेण्यासारखेच आहे. काही करणांनी मोबाईल, समाजमाध्यम वापरायला नाही मिळाले, जवळ नसेल तर अवस्थ्य जहमला होते. चिडचिड, त्रास तर काहीच नाही, वैयक्त्याकडे वाटचाल सुरू होते. मोबाईल युगाआधीचे दिवस आठवा! तेव्हा आपण गोष्टी लक्ष देऊनच करायचे. पुरतक बाचणे, नाटक-सिनेमा पाहणे. त्यामुळे लक्ष हे स्वतःहून काही वाईट नाही. पण सतत बदलणारे लक्ष धातक आहे. त्याला ‘कॉन्टेस्ट स्ट्रिचिंग’ म्हणजेच ‘लक्ष वेगवेगळ्या गोष्टींकडे वारंवार बदलत



राहणे’ असे म्हणतात. एका प्रुपवर रील मेसेज बघितला की, लगेच दुसरा प्रुपवर नजर गेलीच समज. पहिल्या रीलनंतर दुसरे... ब्राऊझरमध्ये असंख्य टॅब्स उघडलेले. याने विचारांची स्थिरता होत नाही. काही नोट समजल्याआधीच दुसरे येते, त्यामुळे सखोल विचार होत नाही, मन, चिंतन तर दुरा. किंज्वहना नोट विचार करवा लागेल, असे मग काही बघावेसेच वाटत नाही. जरा मोठा लेख आला तर तो टाळून आपण पुढे जातो. नाही का?

कॅथॅलरीन्या-अरवाइन् विद्यापीठातील स्फेरिया मार्क यांच्या संशोधनानुसार, एखाद्या व्यक्तीनंतर पुन्हा पूर्वीच्याच सखोल विचार स्थिरता यापुढा सर्वसाधारणपणे तेवढीच मिनिटे लागतात, पण सध्या लगेच दुसऱ्या मिनिटाला अजून एक नोटिफिकेशन-व्यत्यय आलेलाच असतो. आपली सखोल विचारक्षमता हळूहळू क्षीण होत आहे. तुम्हालापण स्वतःमध्ये व इतरांमध्येही जाणवले आहे का, की काही खूप नोट व खोल विचार करण्याच्या कामांना आता जास्त वेळ लागतो, किंवा जमतच नाही. औद्योगिक भाषेत बोलखणे तर आपली ‘उपादकता’ कमी होत आहे. तुम्ही सध्या कधीही सलग एक तास, शांत चिंतने एखादे पुरतक (मार्सिक-वर्तमानपत्र नव्हे) वाचू शकता का? उत्तर नाही असेल तर, विषय गंभीर आहे असे समज. मोबाईलमधील ‘डिजिटल वेल बोंग’ सारखी अॅप बघा. त्यात तुम्ही दिवसभरात कोठल्या अॅपवर किती वेळ घालवता, हे दिसते. हे आकडे भानावर आणणारे ठरतील.

वसाहतवादाचे आधुनिक रूप

मोठ्या समाजमाध्यम कंपनी खरंतर फक्त एक प्लॅटफॉर्म (मंच) उपलब्ध करून देतात. तुमच्यातलेच काही (इन्फ्लुएन्सर, प्रभावक) काही गोष्टी (मिम, रिक्वेस्ट, रीस्प, पॉइकास्टस इ.) बनवतात आणि आपण ते पाहत बसतो. या ‘प्रभावका’ना (अगदी मोजक्याच आणि खूप जनसंख्ये असणाऱ्या) चांगले-ठीकठाक पैसेही मिळतात. त्यामुळे मागणी-निर्माण-उपभोग, अजून मागणी-अजून निर्माण हे चक्र अन्याहत चालूच राहते. फायदा प्रामुख्याने आंतरराष्ट्रीय बलाढ्य कंपन्यांचा.

काहीवेळेला या कंपनी दादागिरीपण करतात. कुठल्या विचारधारेचा मजकूर ठेवायचा, कोणाला बढावा द्यायचा, हे त्यांच्या (म्हणजे त्यांनी बनवलेल्या प्रगल्भ्यांच्या, अल्गोरिथ्मच्या) हातात असल्याने ते समाजमन वळवतच नाही; तर मोठ्या प्रमाणात नियंत्रित करतात. मागील निवडणुकांमध्ये त्याचा परिचय आपल्याला झालाच असेल. त्यामुळे ज्यांचा समाजमाध्यमावर ताबा त्यांचा (काही प्रमाणात का होईना) जगावर आणि जगाच्या समाजमानावर ताबा राहतो. वसाहतवादाचे हे आधुनिक रूप. समाजमाध्यमांचा वापर हा समाजाला व्यसनाधीनतेकडे नेण्यात होतो आहे. सार्वजनिक ठिकाणी पाहिले तर बऱ्याचशा लोकांचे लक्ष असे मोबाईलमध्ये, कोणी विचारांची तंत्री लावून शून्य आकाशात बघताना दिसतो का? कदाचित. याचा परिणाम वैयक्तिक नाही, सामाजिक नाही तर आंतरराष्ट्रीय सुरक्षेबाही होऊ शकतो. अशी विचारक्षीण, मोबाईलमध्ये गुपकटेली जनता कोणत्या शत्रूपाटूला नको आहे? एवढ्या सगळ्या वाईट गोष्टी ऐकल्यावर आपल्याला वाटेल की मग मोबाईलचा आणि समाजमाध्यमांचा त्यागच करायचा का? न, नक्कीच नाही. यांचा प्रभावी वापर करता येतो. त्यांनी ज्ञानाची कबाड खुस्ती केली आहेत.

कानाकोपऱ्यातील नातेवाईकांना, मित्रमंडळींना जवळ आणले आहे. संवाद, पारदर्शकता वाढली आहे. लोकशाही सुदृढ झाली आहे. धरबसल्या काम करणे शक्य झाले आहे. हे फायदे नक्कीच आहेत. आशेप आहे तो त्यांच्या वापरकडे अति-वापरबद्दल आणि काळांतराने होणाऱ्या व्यसनाधीनतेबद्दल.

या सर्वांचा सकरात्मक वापर कसा वाढवायला येईल, दुष्परिणाम कसे टाळाता येतील, हे आपल्या हातात आहे. ज्यांची रोजी-रोटीच मोबाईल-समाजमाध्यम आणि कायम ऑनलाईन राहण्यावर अवलंबून आहे, त्यांना काही पर्याय नाही; पण ज्यांची तरी स्थिती नाही त्यांच्यासाठी काही उपाय सुचवता येतील. पहिला उपाय म्हणजे ‘डिजिटल मिनिमलिझम’. कमीत कमी वापर. अनावश्यक अॅप, अकाउंट्स, सबस्क्रिप्शन्स, डिव्हाइसेस काढून टाकणे. ‘डिजिटल फास्टिंग’ म्हणजे समाजमाध्यमे, मोबाईल न वापरणे. असा ‘उपवास’ आठवड्यातून एक-दोन दिवस करणे. शाळकरी मुलांच्या हातात फक्त कॉल करता येणारे डब्बा-फोन, असे बरेच काही. असे विचारावेसे वाटते की तुम्ही, नजीकच्या काळात कधी ‘बोअर’ झाल होऊन? मोबाईलमुळे पुढात इतक्या गोष्टी वाढून ठेवल्या आहेत की कंटाळा येणेच दुरापास्त आहे. ‘बोअर’ होणे किंवा काही न करता बसून राहणे याने खरंतर बऱ्याच गोष्टी साध्य होतात. मन शांत व्हायला लागते, बाबड-उतेबेडेशिवाय विचार करता येतो, आयुष्याच्या जमा-खर्चाचा मेज लावायला वेळ मिळतो, नवीन कल्पना सुचतात. एखादा तास काही न करता, एकाडे बसून बघाय!

लेखक ‘कृत्रिम बुद्धिमत्ता’ विषयाचे सल्लागार आहेत.