

Насолоджуватися новизною

Небезпека та сподівання

На ранніх етапах існування телебачення транслювалась передача під назвою *Зона сутінок*, у якій був цікавий сюжет: нібито на Землю висадилися канамніти — триметрові прибульці. Вони розмовляли незрозумілою мовою, але телепатично проінформували Організацію Об'єднаних Націй, що єдиною метою їхнього прибуття є допомога людству, і передали книгу. Криптографи незабаром змогли розшифрувати називу: «*Служити людству*», але саму книгу їм перекласти не вдалось.

Завдяки технологіям канамнітів пустелі згодом перетворились на родючі зелені поля, а бідність і голод зникли. Декому пощастило отримати дозвіл на подорож до планети канамнітів, яку вони описували, як справжній рай. Але одна з криптографів таки розшифрувала текст. Вона прочитала книгу й побігла до інопланетного корабля, східцями якого вже піднімався її бос Майкл Чемберс, готовий рушити до планети прибульців. «Не заходь! — гукнула Чемберс. — Це книга з кулінарії!» Так, то була книга з кулінарії, і люди в ній фігурували як головний інгредієнт усіх страв.

Криптограф зрозуміла, що допомога прибульців людству схожа на турботу фермера про індичку напередодні Дня подяки. Швидше

за все, глузуючи, залишили вони книгу з рецептами, якими збиралися скористатись. Чемберс хотів повернутись, але один із триметрових прибульців не дозволив йому втекти, бо не хотів позбутися смачного інгредієнта «людського» рагу.

Мораль цієї історії очевидна: не буває безкоштовних обідів, хіба що ви самі є стравою! Але йдеться і про те, що сподіватися на новизну та зміни небезпечно. Перехід тварини на іншу територію може спричинити два наслідки: або вона відкриє нові джерела харчування, або сама стане їжею для когось. Індивід у пошуках новизни може зазнати травм, мандруючи невідомими територіями, чи зустрітися з хижаком. Водночас тому, хто будь-якою ціною уникає невідомого, може забракнути їжі, тож він голодуватиме.

Знайшовши комфортне місце, індивід не має вагомих причин його змінювати. Але таким чином він втрачає можливість навчатися. Умови навколошнього середовища змінюються, і тварини, які вже зібрали інформацію про нові джерела харчування, шляхи відступу, укриття тощо, матимуть значно більше шансів на виживання. Дослідники помітили, що різні біологічні види демонструють щодо цього різну поведінку. Наприклад, собакам подобається розвідувати нові території, бо їхні предки, неймовірно сміливі вовки, щукали їжу довкола поселень первісних кочівників; птахи, які мешкають у складних умовах мінливого середовища, скажімо, на узліссях, значно більше цікавляться розвідкою нових територій, ніж ті, що живуть комфортніше.

Нині саме ми, люди, є тим видом, який мусить адаптуватись, бо фізичне, соціальне та інтелектуальне середовище нашого існування змінюється безпрецедентно швидко. Наприклад, обсяг наукових знань зростає експоненціально, тобто кількість наукових публікацій зростає так само, як інвестиції за фіксованою ставкою — подвоюється приблизно за дев'ять років. Така тенденція зберігається досить довго, але раніше тримати цю планку було значно легше, бо початкових знань було не так багато, а тому їх подвоєння не настільки вражало. Однак нинішній обсяг знань величезний, тому його подвоєння кожні дев'ять років загрожує таким високим темпом, витримати який жодній людині не під силу. Наприклад, у 2017 р. було опубліковано понад

три мільйони нових наукових статей. Вчені-практики з будь-якої сфери наукової діяльності просто не в змозі систематизувати таку кількість матеріалу; більше того, навіть наукові журнали неспроможні вмістити стільки публікацій. Через це протягом десятиліття, з 2004-го по 2014 р., видавництва були змушені створити понад п'ять тисяч нових наукових журналів лише для того, щоб якось зарадити перенавантаженню.

Аналогічна ситуація і у професійній сфері: чимало галузей промисловості вимагають від своїх працівників такої кількості експертних навичок, яку жодна людина нізащо не зможе опанувати. З'являються сотні книг різної тематики — від електричних трансформаторів до хімічного складу косметики, не враховуючи знання з категорії комерційних таємниць, якими володіють бізнес-корпорації. Така незрозуміла тема, як *fuzzy logic optimization of injection molding of liquid silicone rubber*^{*}, навряд чи вас зацікавить, але, певно, вона достатньо важлива, бо інакше Фірмін З. Сілло не присвятив би їй у 2005 р. книгу на 190 сторінок.

Ринок соціальних мереж та Інтернету зростає ще стрімкіше: кількість веб-сайтів подвоюється кожні два-три роки. Соціальна позиція теж швидко змінюється: порівняйте хоча б темпи розвитку руху за громадянські права зі швидкістю, з якою рух за права гейв завдяки молоді охопив усі розвинені країни світу.

Щоразу, коли ви розмірковуєте, прийняти нове чи ні, йдеться про небезпеку та надію. Проте нещодавно темпи змін дуже прискорились, а тому принцип оцінки можливих переваг від введення нового теж суттєво змінився. Сучасне суспільство високо винагороджує людей, які комфортно почуваються в умовах мінливості, і так само карає тих, кому така риса не притаманна. Те, що раніше вважалося безпечною стабільністю, зараз часто розглядається як небезпечне заміноване поле стагнації.

Згадаймо історію створення телефону. Нині ми кажемо «набрати номер», бо не так давно телефонний номер слід було саме наби-

* Приблизний переклад: «оптимізація лиття під тиском рідкої силіконової гуми за допомогою нечіткої логіки».

рати, повертаючи диск. У 1963 р. компанія *Bell Telephone* запропонувала нову технологію введення номеру натисканням кнопок. Такий варіант виявився зручнішим, ніж попередній циферблатний, до того ж з'явилася можливість робити вибір у голосовому меню, відповідаючи на команди автоматичних телефонних систем. Проте спершу ця технологія не набула популярності, бо люди тоді були занадто «повільними» й не готовими позбутися старих звичок. Навіть через двадцять років після появи кнопкових телефонів більшість користувачів віддавали перевагу телефонам із поворотними дисками. Так тривало аж до 1990-х — лише через три десятиліття після появи нового типу телефонів старий дисковий апарат нарешті почав вважатись раритетом.

А тепер порівняйте це з представленим *Apple* у 2007 р. першим зручним мобільним телефоном із сенсорним екраном, який мав замінити телефони з клавіатурою або стилусним управлінням. Апарати *Apple iPhone* миттєво завоювали серця користувачів, і вже за кілька років альтернативні технології практично вимерли. На відміну від минулого століття, у 2007 р. люди були не просто готові, а навіть прагнули змінити свої звички, і в подальшому радо купували кожну нову версію телефона.

В середині ХХ століття людям знадобилося кілька десят років для зміни звички використовувати телефон із циферблатором, тоді як у ХХІ столітті вони миттєво замінили традиційний телефон цілою комп’ютерною системою. Компанію, яка не спроможна швидко адаптуватись до нових умов, чекатиме крах, як це трапилось із *BlackBerry*. А зараз необхідність адаптуватися торкнулась і нас з вами; вона стала неодмінною умовою зростання в усіх значеннях цього слова.

Сюжет про канамінітів вийшов в ефір лише за рік до появи кнопкового телефона. В кінці сюжету Чемберс, уже на кораблі, повертається обличчям до камери й питає глядачів: «А як щодо вас? Ви залишились на Землі чи перебуваєте на кораблі поряд зі мною?» Він мав на увазі, що новизна може бути смертельною. Нині ж, коли у нашому соціальному чи професійному світі з'являються нові ідеї, краще ризикути й піти на борт корабля, аби випробувати свою вдачу.