

به ندای درونت اعتماد نکن

راهنمای رسیدن به خواسته‌ها
با استفاده از داده‌ها

ست استیونز دیویدویتس

رضا اسکندری آذر



نشر خزه

عنوان دیگر: راهنمای رسیدن به خواسته‌ها با استفاده از داده‌ها

موضوع: شناخت (جامعه‌شناسی)

Knowledge, Sociology of

داده‌های کلان

Big data

تصمیم‌گیری

Decision making

شناسه افزوده: اسکندری آذر، رضا، ۱۳۵۸ - مترجم

HM651

رده‌بندی کنگره: ۳۰۶/۴۲

رده‌بندی دیویی: ۸۹۶۴۹۶۷

شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۶۴۹۶۷

سرشناسه: استیونز-داویدوویتس، ست

Stephens-Davidowitz, Seth

عنوان و نام پدیدآور: به ندای درونت اعتماد نکن: راهنمای

رسیدن به خواسته‌ها با استفاده از داده‌ها/ ست استیونز دیویدوویتس؛

مترجم: رضا اسکندری آذر.

مشخصات نشر: تهران: نشر خزه، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری: ۲۷۶ص. مصور، جدول، نمودار: ۱۴/۵ x ۲۱/۵ س.م

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۸۵۸-۱۹-۰

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: Don't trust your gut : using data to get what you really want in life, 2022.



به ندای درونت اعتماد نکن

راهنمای رسیدن به خواسته‌ها با استفاده از داده‌ها

نویسنده: ست استیونز دیویدوویتس

مترجم: رضا اسکندری آذر

ناشر: نشر خزه

چاپ اول: ۱۴۰۱

۲۷۲ صفحه

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

طراحی جلد: غزل فرجی

صفحه‌آرایی: محمد لوری آبکنار

چاپ و صحافی: پردیس دانش

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۸۵۸-۱۹-۰

khazepub@gmail.com

 khazepub

فهرست

مقدمه: خودیاری برای خوره‌های اطلاعات.....	۷
فصل ۱: ازدواج با کمک هوش مصنوعی.....	۲۷
فصل ۲: موقعیت. موقعیت. راز بزرگ فرزندی.....	۶۳
فصل ۳: محتمل‌ترین مسیر به موفقیت در ورزش – اگر هیچ استعدادی ندارید.....	۹۵
فصل ۴: ثروتمندان پنهان آمریکا چه کسانی هستند؟.....	۱۱۷
فصل ۵: مسیر طولانی و کند موفقیت.....	۱۴۳
فصل ۶: بهره‌گیری از شانس به نفع خودتان.....	۱۶۱
فصل ۷: بازسازی ظاهر: نسخه‌ی مختص خوره‌های اطلاعات.....	۱۹۵
فصل ۸: جادوی متحول‌کننده‌ی بلند شدن از روی میل.....	۲۱۳
فصل ۹: تله‌های پدبختی‌زای زندگی مدرن.....	۲۳۷
نتیجه‌گیری.....	۲۶۹
ضمیمه.....	۲۷۱

مقدمه: خودیاری برای خوره‌های اطلاعات

شما می‌توانید تصمیمات بهتری در زندگی بگیرید. داده‌ها می‌توانند در این راه کمکتان کنند.

ما به لطف اینترنت و تمام اطلاعاتی که در اختیارمان قرار می‌دهد، در حال تجربه کردن انقلابی خاموش در درکمان از مهم‌ترین جنبه‌های زندگی هستیم. طی سال‌های اخیر، محققان به داده‌های متنوعی دست پیدا کرده‌اند - از پیام‌های سایت‌های همسربابی گرفته تا پروفایل‌های ویکی‌پدیا و وضعیت تأهل پروفایل‌های فیسبوک. آن‌ها شاید برای اولین بار، در این چند میلیارد داده، به جواب‌هایی معتبر برای سؤالات بنیانی رسیده‌اند. سؤالاتی نظیر:

◆ خصوصیات والدین خوب چیست؟

◆ چه کسانی در خفا ثروتمند شده‌اند و چرا؟

◆ احتمال سلبریتی شدن چقدر است؟

◆ چرا بعضی‌ها به طرز عجیبی خوش شانس هستند؟

◆ چه فاکتورهایی زندگی زناشویی موفق را رقم می‌زنند؟

◆ عموماً چه چیزهایی اسباب شادی مردم هستند؟

در غالب موارد، جواب‌های ناشی از داده‌ها با آنچه حدس می‌زنید فرق دارند و حاکی از اتخاذ تصمیماتی متفاوت با تصمیمات خودتان هستند. به بیان ساده‌تر، بینش‌هایی در این داده‌ها وجود دارند که می‌توانند شما یا نزدیکانتان را در اتخاذ تصمیمات بهتر یاری کنند.

در ادامه سه نمونه‌ی کشف‌شده از پژوهش‌های انجام‌گرفته درباره‌ی

جنبه‌های مختلف زندگی را می‌بینید:

مثال ۱: فرض کنید مجرد هستید و به راحتی با افراد جدید آشنا نمی‌شوید. سعی دارید خودتان را در تمام زمینه‌هایی که دیگران پیشنهاد می‌دهند، تقویت کنید. بهتر تیپ می‌زنید. دندان‌هایتان را بلیچ می‌کنید. به آرایشگاه گران قیمت می‌روید. با این حال، از همدم جدید خبری نیست. بینش‌های ناشی از کلان داده‌ها می‌تواند به شما کمک کند.

ریاضیدان و نویسنده‌ی معروف، کریستین رادر، ده‌ها میلیون مورد سلاقی کاربران وبسایت همسریابی OkCupid را مطالعه کرد تا به ویژگی‌های موفق‌ترین کاربران پی ببرد. او کشف کرد - و البته، تعجبی هم نداشت - که موفق‌ترین کاربران در امر همسریابی، از ویژگی‌های مرسوم زیبایی برخوردار بودند. آن‌ها برد پیت‌ها و ناتالی پورتمن‌های زمانه بودند. اما رادر غیر از این‌ها، افراد دیگری را پیدا کرد که با وجود ظاهر نه‌چندان زیبا، در امر همسریابی موفق بودند. به‌طور مثال، افرادی با رنگ موی آبی، بدن‌های پر از تتو و پیرسینگ، عینک‌های عجیب و موهای تراشیده.

چرا؟ کلید موفقیت این گروه هنجارشکن این است که اگرچه عده‌ی زیادی جذیشان نمی‌شوند و آن‌ها را جذاب نمی‌بینند، بعضی‌ها واقعاً جذیشان می‌شوند. و در امر همسریابی، این مهم‌ترین فاکتور است.

در همسریابی، اگر به طرز خیره‌کننده‌ای زیبا نباشید، به قول رادر، بهترین استراتژی این است که: «تعداد زیادی جواب مثبت، تعداد زیادی جواب منفی، اما تعداد کمی جواب ممتنع دریافت کنید.» رادر کشف کرد که چنین استراتژی‌ای باعث می‌شود به اندازه‌ی ۷۰ درصد پیام‌های بیشتری از سایر کاربران دریافت کنید. مطابق با داده‌ها، اگر به نسخه‌ی افراطی خودتان تبدیل شوید، از نظر بعضی‌ها جذاب می‌شوید.

مثال ۲: فرض کنید به تازگی بچه‌دار شده‌اید.^۱ حالا باید محله‌ای را انتخاب

کنید تا بچه در آن بزرگ شود. روش کار را می‌دانید. با تعدادی از دوستان مشورت می‌کنید، برخی از اطلاعات مقدماتی را در گوگل جستجو می‌کنید، از چند خانه بازدید می‌کنید، و به این ترتیب، خانه‌ای برای خانواده‌تان می‌خرید. شاید فکر کنید علم کاربرد چندانی در این مورد ندارد.

اما امروزه علمی برای انتخاب کردن محل زندگی وجود دارد.

پژوهشگران به تازگی با استفاده از سوابق دیجیتالی مالیاتی، سیر زندگی صدها میلیون شهروند آمریکایی را مورد مطالعه قرار دادند. آن‌ها دریافتند که بزرگ شدن در برخی شهرهای به‌خصوص - و حتی محله‌های به‌خصوص در آن شهرها - می‌تواند نتایج زندگی افراد را به طرز چشمگیری بهبود ببخشد. و این محله‌های عالی الزاماً آن‌هایی نیستند که مردم فکر می‌کنند. آن‌هایی نیستند که از همه گران‌قیمت‌ترند. امروزه نقشه‌هایی وجود دارند که می‌توانند بر اساس تحلیل گسترده‌ی داده‌ها، والدین را از کیفیت تمام محله‌های آمریکا مطلع کنند.

هنوز تمام نشده. پژوهشگران همچنین داده‌هایی را کشف کرده‌اند که از طریق آن‌ها ویژگی‌های مشترک بین محله‌های مناسب برای بزرگ کردن فرزندان را یافته، و طی این فرایند، اغلب تصورات مرسوم درباره‌ی تربیت فرزندان را دگرگون کرده‌اند. به لطف همین داده‌های مبسوط، حالا می‌توانیم به اطلاع والدین برسانیم که چه فاکتورهایی واقعاً در تربیت فرزندان اهمیت دارند (مثلاً الگوبرداری از والدین) و چه فاکتورهایی آن‌قدرها اهمیت ندارند (مثلاً مدرسه‌ی شیک و گران‌قیمت).

مثال ۳: فرض کنید یک هنرمند جویای نام هستید و هرچه تلاش می‌کنید به موفقیت نمی‌رسید. تمام کتاب‌های مرتبط با زمینه‌ی هنری‌تان را می‌خرید. از دوستانتان بازخورد دریافت می‌کنید. حاصل کارتان را بارها و بارها اصلاح می‌کنید. اما هیچ‌یک از این‌ها فایده‌ای ندارد. نمی‌فهمید کجای کارتان خطاست.