

够了够了已经满到高C了无广告-超载宣言

<p>超载宣言：拒绝广告的高潮</p><p></p><p>在这个信息爆炸的时代，广告已经无处

不在，从我们早晨打开手机就能看到到晚上躺下前被推送的每一个角落

。它似乎成了生活的一部分，就像空气一样不可或缺。然而，有些人开始

意识到，这种“充斥”可能已经到了高C（即“情绪过载”的简称）

的水平。</p><p>够了够了已经满到高C了无广告，不仅是对个人时间

和注意力的一种保护，也是一种对社会环境进行净化的呼吁。在此，我

们将探讨一些真实案例，展示这种态度如何影响着我们的日常生活，以

及它所带来的积极效果。</p><p></p><p>首先，让我们来看一下科技行业。随着智能设备和应用

程序越来越多地进入我们的生活，一些用户开始感到焦虑，因为他们觉

得自己的时间被不断提醒、通知和推销所占据。为了应对这一问题，一

些开发者开始提供“干净模式”，这是指去除所有非必要的功能，比如

减少弹窗、关闭定位服务等，以帮助用户更专注于使用产品本身，而不

是其附加功能。</p><p>例如，苹果公司推出了“Do Not Disturb”模

式，它可以完全屏蔽掉一切通知，在特定的时间段内让用户保持安静。

这对于那些想要避免凌晨电话铃声打扰自己休息的人来说，是非常有用

的。而且，这样的设置也鼓励人们自我反思，他们是否真的需要在睡前

接收这些信息？</p><p></p>

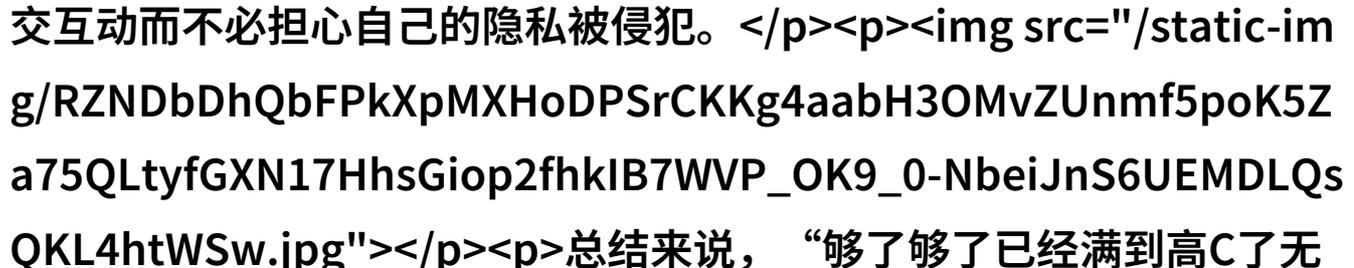
><p>同样，对于媒体内容消费者而言，“够了够了已经满到高C了无广

告”也意味着寻找更为纯粹、没有商业色彩介入的内容体验。Netflix正

是这样的典范，它通过取消电视节目的商业广告，为观众提供了一段相

对干净、没有任何插播或促销信息破坏视觉体验的小憩时光。这对于那些厌倦于频繁切换频道以逃避电视广告的人来说，无疑是一个福音。

最后，还有社交平台上的反垃圾邮件运动，它要求平台管理员严格监管账户，以防止滥用发送大量未经请求的消息给他人。这不仅减轻了受害者的负担，也使得网络环境更加清洁健康，使得人们能够享受社交互动而不必担心自己的隐私被侵犯。



总结来说，“够了够了已经满到高C了无广告”的理念并非简单的一个口号，而是一个深刻的人类需求——我们渴望的是一种纯粹、高效、尊重个人的交流方式。在这个追求效率与舒适并重的时代，我们应该学会把握好这份权利，为自己争取一片属于自己的空间，那里只有你自己，没有别的声音，没有别的事物，只有宁静与自由。

[下载本文pdf文件](/pdf/624230-够了够了已经满到高C了无广告-超载宣言拒绝广告的高潮.pdf)