

A figyelem, mint áru

Egy új gazdasági forma felé haladunk, ami radikális változásokat fog magával hozni. A régen kialakított és ma is gyakorolt gazdasági elvek – amire a mai egész világgazdaság épül – csak egy bizonyos környezetben érvényesek és működőképeseek. Pontosabban ezek a gazdasági elvek csak a piacorientált ipari tömegtermelés és a pénz által irányított fogyasztói társadalmak esetében működőképeseek. Mint ahogyan eddig is minden ilyen rendszer, ez a tömegtermelésre és a pénzre épülő fogyasztói társadalom is elérte fejlődésének csúcspontját – ez 1965-ben történt – és azóta hanyatlásba kezdett.

Ezek a hatások részben a hagyományokon alapuló és ezáltal korszerűtlen termelési- és vállalatirányítási rendszerekben, részben pedig az új kommunikációs technológiákban és a digitális forradalomban keresendők. Az 1965. óta bekövetkezett változások az egész gazdasági életet alapjaiban megváltoztatták és radikálisan átalakították.

Az új kommunikációs szokások miatt, a gazdasági szféra a vevők állandóan változó és másfelé forduló figyelmével is kell számoljon, nem elegendő ma már az olyan, csak anyagi tényezők vizsgálata, mint nyersanyagok, termelőeszközök, logisztika, stb. Vagyis a gazdaságot befolyásoló tényezők közé egy nem anyagi tényező is bekerült, ami a szakemberek számára még többnyire új dolog. Pedig napról napra egyre erősebb hatása lesz és hamarosan a legfontosabb gazdasági tényezővé válik: az emberi figyelem!

Az emberi figyelem ilyen nagymértékű felértékelődése és ezáltal döntő gazdasági tényezővé válása a fejlődés törvényszerű velejárója. Mivel az embernek csak egyetlen fizikai teste van, ezért az anyagi javak fogyasztásában korlátozott. Ebben a helyzetben az állandó fogyasztási igényt csak úgy lehet fenntartani, hogy azonos célokat szolgáló árúkból újabb és újabb változatokat fejlesztenek ki a gyártók. Az óriási tömegekben megtermelt árúk és azoknak újabb és újabb változatai, típusai és fajtái azonban egy újfajta hiányt hoznak létre. Az, ami ma a leginkább hiányzik, az nem más, mint a vevők – az emberek – figyelve.

Mit is jelent ez? Miért vezet az érdeklődés, az emberek figyelmének hiánya új struktúrák és kategóriák kialakulásához? Miért válhat a figyelem a XXI. század gazdaságának új értéktöbblet termelő eszközévé?

A mai információra épülő társadalom tulajdonképpen az emberi figyelem körül forog. Ez pedig egy olyan dolog, amiből az embereknek szintén csak korlátozott mértékben van. De azt minden gazdasági szakember tudja, hogy anélkül, hogy valami nem kerül az emberek figyelmébe, nem ébreszti fel azt, az a dolog addig nem létezik, ennek következtében aztán nem is adható el.

Egyébként figyelemre van szükségünk az életben minden olyan dologhoz, amit tudatosan akarunk megélni. De a figyelmet minden más dologra is fel tudjuk használni. Ebben a mai globalizált világban, amikor mindent mindenre fel lehet használni, a figyelem a pénzzel azonos értékű, sőt még annál is több. Ahogyan a pénzből, a figyelemből is krónikus hiány van, illetve azonnal hiány keletkezik, amint az

ajánlat a felhasználási lehetőséget meghaladja. De a pénzzel szemben, aminek hiányát pótolni lehet, a figyelem nem többszörözhető meg. A figyelem csak akkor nő, ha a Földön tudatosan jelenlévő emberek száma nő. Ennek következtében a gazdaság fő hajtóereje az a kívánság, hogy figyelmet szerezzen, olyan valamit, ami a természetéből következően korlátozott mértékben áll rendelkezésre.

Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy amit gazdasági életben, amit a termékek és szolgáltatások óriási kínálata jellemez, valamint a kommunikációs lehetőség robbanásszerű kibővülése alakít át, ebben a világban ezt a hatalmas kínálatot csak úgy lehet a fogyasztók nyakába sózni, ha azok figyelmét a termékre vagy szolgáltatásra rá lehet irányítani. De figyelemből nincs elegendő és közben mindenki tudja, hogy gazdasági sikerei ettől függnék. Ezért aztán a médiák által manipulált és irányított valamint teljes mértékben informatizálódott XXI. századi gazdaságnak a figyelem lesz a legfontosabb – nem anyagi – nyersanyaga. Ezt a folyamatot a figyelmet a gazdasági folyamatokba beépítő és abban kihasználó irányzat az Egyesült Államokban indult be az elmúlt évszázad végén.

Ennek az új irányzatnak már voltak napjainkban is még elterjedten használt előfutárai, mint a reklámok, direkt-mail kampányok, de ezek csak gyermekes próbálkozásoknak tekintendők, ahhoz képest, hogy milyen is lesz ez az új kommunikációra támaszkodó gazdaság, illetve milyen lehetőségek vannak egy új, a médiára és kommunikációra támaszkodó gazdasági rendszerek. Mára azzal, hogy a gazdaság, az internet új módszereit felhasználva, az embereket úgy foglalkoztatja, hogy azok szinte nem is tudnak róla, új területekre lép be. Ezek olyan izgalmas területek, ahol már nem a tárgyi valóság áll a középpontban, hanem teljesen újszerű módon, a szubjektum kerül a középpontba. Ez pedig nem elméleti síkon, nem visszafordítható módon történik, hanem ténylegesen és a gyakorlatban, mégpedig olyan módon, hogy ezektől a változásoktól, minden túlzás nélkül, a civilizáció mélyreható változását lehet várni. Mind közép- mind hosszútávon olyan jelentős változások előtt állunk, amik alapjaiban fognak a gazdasági kultúrára és szokásokra kihatni és jelentőségüket még nem is tudjuk felmérni, vagy megbecsülni. Egy azonban biztos, hogy az ilyen átalakulást csak olyan eseményekkel lehet összehasonlítani, mint pl. a világgazdaság újrendezése a WTO által.

Ennek oka elsősorban abban van, hogy várhatóan az emberek figyelmére épülő gazdasági rendszer nem csak a ma ismert és működő gazdasági struktúrákat fogja alapjaiban megváltoztatni, hanem az őket körülvevő világ életformáját és az emberek gondolkodását is átalakítja majd. Az új gazdasági rendszerben átalakul a tulajdon értelmezése is, mert a figyelem "tulajdonosai" más emberek számára is elérhetőek. Ez egy olyan tulajdon, ami tartósan az én birtokomban van, és a szó szoros értelmében, annak a szellemében él, aki a figyelmét felhasználja, részánja valamire. Ez a tulajdon egy olyan dolog, miután az ember szellemében él, hogy csakis közvetlen emberi kapcsolaton keresztül lehet megkapni.

De a figyelmet praktikákkal is könnyen meg lehet megszerezni. Ez viszont éles ellentétben áll a szellemi magántulajdonnal kapcsolatos gondolatokkal és tennivalókkal. A szellemnek, az ember teljes szellemi tulajdonának védelemre van szüksége, de ez az új rendszer, ami a szellemi magántulajdon felhasználására épül, nem tartalmaz ilyen lehetőséget, alternatívát. Ennek oka elsősorban az, hogy a figyelem, mint az ember tulajdona természetesnek és adottnak tűnik, ellentétben más tulajdonokkal szemben.

Éppen ezért eltérő ez a figyelemre épülő gazdaság minden ma ismert gazdasági rendszertől.

Így aztán ma egy új és az eddigiektől mindenben eltérő gazdasági berendezkedés átmeneti időszakában élünk. Ez az átmeneti időszak azért összetett és bonyolult, mert a régi rendszer elemei, de sokkal inkább a régi gondolkodásmód, még mindig velünk él és meghatározzák tetteinket. Így aztán várható, hogy komoly konfliktusok fognak megjelenni, azok között, akik a mai gazdasági rendszert irányítják, akiknek hatalmuk van és azok között, akik az új gazdasági rendszerben az irányítók lesznek, akik majd az új rendszerből a legnagyobb hasznot húzzák. Hasonló jelenségeket fogunk tapasztalni és megélni, mint amit a feudalizmusból a kapitalizmusba való átmenet során már megélt az emberiség. Az átmenet fontos, talán legfontosabb eleme az Internet és a World Wide Web óriási növekedése és fejlődése, ami tulajdonképpen a digitális információk világának hitetetlenül nagy és gyors növekedését jelenti.

Az új gazdasági rendszer jeleiként sorra jelennek meg az Interneten olyan web-lapok, ahol a látogatókat arra buzdítják, hogy figyelmüket egy adott témára, tárgyra adják oda. Ha ezt bizonyítható módon megtették, akkor a web-lapon egy saját felhasználói számlát nyithatnak és erre – a figyelemért cserébe – pénzt írhatnak jóvá maguknak. Ez az egyik oldalról nézve egyszerű ötlet, vagyis potenciális vevőket azért megfizetni, hogy "aktívan" reklámokat olvassanak, vagy "önkéntes hirdetés-fogyasztókká" váljanak, bizony a másik oldalról hatalmas távlatokat nyit meg. Ezzel ugyanis a felhasználó, aki eddig az értéktobblet teremtő lánc passzív végpontja volt, maga is értéktobblet teremtő tényezővé válik. Az ő tőkéje, amivel a folyamatban részt vesz, nem más, mint a figyelve, amit az új rendszer, mint gazdasági tényezőt vesz figyelembe. Ezzel az ember úgy tudja figyelmét eladni, pénzzé tenni, mint azt eddig a munkarejével tette. Ez pedig az emberek bevételi forrásának egy teljesen új formáját teremti meg, hiszen minden ember abból az októl kifolyólag, hogy ő egy figyelemre képes egyéniség és e felett a figyelem felett csakis ő rendelkezik, képessé válik a figyelemből tőkét kovácsolni.

Érdekes megfigyelni, hogy ebben a rendszerben az aktív figyelem az értékes. Nem egy passzív, önmagát és tudatosságát elvesztő énről van szó, hanem egy olyan személyről, aki koncentrált ÉN-tevékenységével aktívan együtt dolgozik a rendszerrel. Az így működő web-oldalokon a fizetés kétféle módon történik: egyszer az aktív és tudatos részvételt és együttműködést, másodsor pedig az időt, amit erre a célra áldoz, fizetik meg. Érdekes megfigyelni, hogy az idő az ember számára veszteség, mert a web-oldalokon töltött időt elveszti, mind szociális, mind pedig kulturális tevékenységeitől. Egyébként a figyelem és az idő itt szorosan kapcsolódik egymáshoz, hiszen a figyelem, mint emberi tulajdonság az időben is korlátozott, hiszen az ember életciklusai határozzák meg. A közismert mondás, hogy "az idő pénz" ebben az új formában új jelentést és kiemelt fontosságot kap.

Ez az új gazdasági szemlélet, tehát az aktív figyelemmel rendelkező fogyasztókat használja fel. Ezen keresztül a gazdaság felfedezi az "aktív tudatosságot" is, mint fogalmat, az eddigi passzív tudatossággal szemben. Vagyis felfedezi azt a tényt, hogy az ember egy ÉN-tudattal rendelkező lény és felismeri ennek a különböző lehetőségeit. Ezen keresztül aztán az ember figyelve a legmagasabb fokozatot éri el a gazdaságban. Persze ennek a következményeit ma még nem látjuk tisztán, csak az világos és egyértelmű, hogy ebből pénzt akarnak csinálni és minden lehetséges módon fel akarják használni a gazdaságban.

Mindenesetre ennek a fejlődésnek van egy alapvető kettőssége a fejlődés mellett, egyszer a gazdaság szellemiesítése, másrészt pedig az emberek egészen mélyreható manipulációja. Ennek előfutára az Internet, jelenleg ismert formájában. Hiszen az előbb is említett web-oldalakra sem történik más, mint egy kísérlet arra, hogy – nemzetközi méretekben – az ÉN figyelmét felkeltsék és utána hasznot hozó folyamatokhoz kössék hozzá. Ezzel aztán egy olyan önmagát erősítő folyamat indul el, ami még több nyereség elkérését teszi lehetővé.

Így válik majd a figyelem a XXI. század legfontosabb alapanyagává, amit a vállalkozók mindenkor piaci értékének megfelelően fognak megfizetni. Egyes vélemények szerint ezen keresztül a figyelem nemzetközi fizetőeszközzé válhat, egy valódi világpénzzé, ami minden földrajzi és politikai határon keresztül működik. Ebben az új világban a ma ismert műsorokat megszakító reklámoknak vége lesz, és azokat egy új marketing modell váltja majd fel. Ebben a modellben a fogyasztók önként adják oda figyelmüket és tudnak meg valamit a termékről vagy szolgáltatásról, és rendszeres látogatásaikon keresztül, amiket a különböző cégek weblapjain tesznek, bensőséges kapcsolat alakulhat ki. Ezért aztán ez a modell, az eddig ismert egyik reklámra és manipulációra alapuló modellel sem azonos.