

#1 NEW YORK TIMES BESTSELLER

VOLANIE SIRÉN

**POZORNOSŤ – NAJOHROZENEJŠIA
KOMODITA DNEŠKA**

CHRIS HAYES

TATRAN

VOLANIE SIRÉN

VOLANIE SIRÉN

**POZORNOSŤ – NAJOHROZENEJŠIA
KOMODITA DNEŠKA**

**CHRIS
HAYES**

TATRAN

Z anglického originálu Chris Hayes: The Sirens' Call:
How Attention Became the World's Most Endangered Resource,
ktorý vyšiel vo vydavateľstve PENGUIN PRESS,
An imprint of Penguin Random House LLC,

New York 2025,

preložil Martin Kolenič.

Vydalo Vydavateľstvo TATRAN, s. r. o., v roku 2025,
so sídlom Klariská 16, 815 82 Bratislava, Slovenská republika.

Vyšlo ako 5593. publikácia.

Vydanie I.

Knižnú väzbu podľa pôvodného návrhu spracoval Peter Zentko.

Zodpovedná redaktorka Zuzana Šulajová

Jazykoví redaktori Matej Rumanovský, Zlata Sršňová

Technický redaktor Peter Zentko

Sadzba AldoDesign

Vytlačil FINIDR, s.r.o., Český Těšín.

www.slovtatran.sk

:: knihy pre **hodnotnejší** život

info@slovtatran.sk

All rights reserved.

Copyright © 2025 by Christopher Hayes

Translation © Martin Kolenič 2025

Slovak edition © Vydavateľstvo TATRAN 2025

ISBN 978-80-222-1781-1



*Ryanovi, Davidovi a Anyi:
Všetka moja pozornosť patrí len vám.*

OBSAH

1. KAPITOLA:	Volanie sirén	11
2. KAPITOLA:	Výherný automat a strýko Sam	35
3. KAPITOLA:	Korene zla	63
4. KAPITOLA:	Sociálna pozornosť	83
5. KAPITOLA:	Odcudzenie	115
6. KAPITOLA:	Úsvit doby pozornosti	152
7. KAPITOLA:	Pozornosť verejnosti	191
8. KAPITOLA:	Ako získať späť vlastnú myseľ	242
 POĎAKOVANIE		261
 POZNÁMKY		265

1. KAPITOLA

Volanie sirén

Začnime toto rozprávanie príbehom z Odyseovej cesty. V dvanástej knihe Homérovej *Odysey* sa náš hrdina chystá opustiť ostrov bohyně Kirké, ktorá mu na rozlúčku dá dôležité poučenie – povie mu, ako má s Argonautmi prekonať nástrahy počas ďalších ciest.¹

Počúvaj, čo ti rozpoviem teraz...

Najsamprv k Sirénám prídeš; tie spevom lákajú všetkých ľudí, čo prichodia k nim. Kto ale sa z nevedomosti odváži priblížiť k nim a vypočuť spievanie Sirén, toho už manželka jeho a jeho maličké deti neprídu vítať a tešiť sa z neho, až vráti sa domov, ale ho omámia Sirény svojím lahodným spevom. Na lúke sedia a okolo nich je hromada kostí z ľudí, čo tleje im telo a koža scvrká sa na ňom.

Odyseus pozorne počúva plán bohyně Kirké: celá posádka si má do uší vopchať vosk, pretože iba tak zostane imúnna voči spevu Sirén. Sám Odyseus sa zasa má dať priviazať k sťažňu a zostať takto dovtedy, kým bezpečne nepreplávajú okolo ich územia.

Odyseus dodrží plán bohyně do bodky. Keď začuje spev Sirén, pokynie mužom z posádky, že ho majú rozviazať, aby sa mohol vydať za nimi. Posádka však plní jeho pôvodné pokyny a ignoruje ho, až dokiaľ sa neodplavia do bezpečnej vzdialenosti.

Tento obraz je jedným z najsilnejších obrazov kánonu západnej literatúry: Odyseus priviazaný k sťažňu zápasí s lanami, ktorými sa sám dal zviazať v očakávaní takejto situácie. V priebehu storočí sa tento obraz využíval ako metafora s odkazom na množstvo rôznych vecí: hriech verzus cnosť, pokušenie tela verzus schopnosť odolávať im silou vôle; závislý splachujúci tabletky s vedomím, že keď sa nutkanie opäť ozve, bude žobroniť o ďalšiu dávku. Je to znázornenie freudovského zápasu medzi egom a id: vieme, že to, po čom túžime, chcieť nemáme a nesmieme.

Prakticky všetky vizuálne stvárnenia sirén, ktoré som kedy videl, ich predstavujú ako – nech mi čitatelia odpustia – riadne ženské, teda vskutku príťažlivé osoby. V literatúre od Shakespeara až po Ralpha El-lisona sirény najčastejšie vystupujú ako obraz ženskej sexuálnej zvodnosti.² Hrdina Joyceovho *Odysea* Bloom hovorí o mužovi, ktorý sa zaplietol s jeho ženou, takto: „V podstate tu však šlo iba o obyčajný prípad manžela, ktorý zlyhal a neplnil si svoje povinnosti, a to sa na scéne zjavil chlap, ako sa patrí, až taký silný, že podľahol svojim slabostiam, dal sa zmámiť sirénami a zabudol na svoje záväzky voči vlasti.“³

Vzhľadom na to môže snaha prepojiť pôvodný význam slova siréna s jeho dnešným využitím pôsobiť trochu zvláštne. V súčasnosti nám totiž slúži ako označenie rušivého zavýjania prístroja na streche sanitiek alebo policajných áut. To prepojenie je tu však prítomné a je dokonca aj veľmi hlboké. Práve ono je navyše kľúčovým pozorovaním, z ktorého vychádza táto kniha, a je aj kľúčom k pochopeniu povahy života v dvadsiatom prvom storočí.

Ak vydržíte stať na rohu ulice akéhokoľvek mesta na tejto planéte dostatočne dlho, presviští popri vás vozidlo záchranných zložiek s charakteristickým zvukom. Pri cestách do cudzích krajín tento zvuk vyčnieva z tamojšej textúry vnemov, ktoré vám inak môžu byť úplne cudzie. Je to preto, lebo tento zvuk znie povedome i cudzo zároveň, nech ste práve kdekoľvek. Jeho cudzosť vychádza z toho, že v jednotlivých krajinách znejú sirény vždy trochu odlišne – hlasitosť zvuku môže kolísať pomalšie, prípadne ide o striedanie dvoch tónov alebo je výška tónu sirény odlišná. Pravdou však je, že aj keď by ste sa s takýmto zvukom nikdy predtým nestretli, jeho význam pochopíte ihneď.

V prostredí jazyka, ktorému nemusíte nutne rozumieť, a jedál, ktoré ste doteraz nikdy neochutnali, je siréna univerzálna. Jestvuje preto, aby upútala našu pozornosť, a tento cieľ svojej existencie plní naozaj úspešne.

Sirénu, ako ju poznáme dnes, vynášiel v roku 1799 škótsky polyhistor John Robison⁴. Tento typický predstaviteľ doby osvietenstva sa venoval prakticky všetkému od filozofie až po strojárstvo a zariadenie chcel pôvodne využiť ako formu hudobného nástroja, ktorý sa však neujal.⁵ Aktuálnu podobu a funkciu však siréna nadobudla až koncom 19. storočia. Okolo roku 1880 istý francúzsky inžinier a vynálezca, ktorý stál za vznikom elektrických (a tak zväčša tichých) lodí, využil sirény na elektrický pohon ako prevenciu pred zrážkami lodí.⁶ (Sám mal dokonca loď, ktorá niesla meno *La Siréne*.) Relatívne krátko nato sa táto technológia dostala aj do sveta pozemných vozidiel – napríklad na požiarne autá, kde nahradila hlasné zvony, ktorými si predtým hasiči uvoľňovali cestu.⁷

Sirény z legend, ako aj tie z našich ulíc, majú spoločnú črtu: priťahujú pozornosť proti našej vôli. Tento stav, keď nám rušivé zavýjanie zväzuje myseľ, je dnes prakticky trvalý a stal sa naším životným údelom. Volanie sirén dnes znie bez prestania.

Pozornosť je podstatou života. Každú bdelú chvíľu niečomu venujeme pozornosť: či už z vlastného rozhodnutia, alebo preto, že nás k tomu niečo alebo niekto núti. Život ako taký sa v konečnom dôsledku skladá práve z takýchto drobných momentov pozornosti. Ako píše William James v *The Principles of Psychology* (Princípy psychológie) z roku 1890: „Moje prežívanie tvorí to, čomu sa rozhodnem venovať pozornosť.“⁸ Čoraz častejšie sa však javí, že pomaly strácame kontrolu nad vlastným prežívaním, a keďže je toto zdanie všadeprítomné, cítime istý vnútorný rozpor. Čosi nás oberá o schopnosť ovládať vlastné myšlienky. Vnútorný život sa nám zmenil bezprecedentným spôsobom a platí to prakticky v každej krajine a kultúre na svete.

Ráno pred cestou do školy si s mojou drahou mladšou dcérkou zvykneme sadnúť na pohovku. Má šesť rokov a líce mi jemne ovanie jej dych, keď sa ku mne schúli s knižkou v ruke a poprosí ma, aby som jej z nej čítal. Pozornosť má neporušenú a čistú. Nič v živote azda nie je krajšie, no napriek tomu cítim takmer fyzickú potrebu inštinktívne

siahnuť po tej malej „škatuľke pozornosti“, ktorá mi leží vo vrecku. S istou námahou počkám, kým nutkanie prejde, stále však kdesi v hĺbke pulzuje ako Glochov prsteň.

Schopnosť odmietnuť toto mierne nutkanie znamená, že som živý a stále som celistvou ľudskou bytosťou. Vo chvíľach hanby, keď vábenu podľahnem, však premýšľam, čím presne som, respektíve, čím som sa stal. V myšlienkach sa vraciam k Jamesovým slovám: „To, čomu sa rozhodnem venovať pozornosť.“ Slovo „rozhodnem“ má totiž obrovský význam. Aj keď volanie po našej pozornosti prichádza zvonka, James týmito slovami vyjadruje presvedčenie, že práve my sami v konečnom dôsledku rozhodujeme o tom, kam ju nasmerujeme. Tým, že „sa rozhodneme“ venovať niečomu pozornosť, vyjadrujeme súhlas. James bol priam posadnutý otázkou slobodnej vôle, tým, či ju vôbec máme a spôsobom, akým tento princíp funguje. V jeho ponímaní sa „vynaloženie pozornosti“ – teda rozhodnutie o tom, kam nasmerujeme myšlienky – rovnalo „podstatnému prejavu vôle“.⁹ Šlo prakticky o totožnú vec. Nie div, že vnímam isté odpojenie od samého seba, keď sa mi zdá, že ma tá škatuľka pozornosti vo vrecku priťahuje proti mojej vôli.

Siréna sanitky môže byť v hlučnom a rušnom mestskom prostredí nepríjemná, no aspoň priťahuje pozornosť spoločensky užitočným spôsobom. Sirény z gréckych bájí zasa lákajú našu pozornosť s cieľom urýchliť stretnutie s vlastnou smrťou. Odyseus pomocou vosku a lán aktívne riadil svoju pozornosť. Hoci je táto stať z Homérovho eposu naozaj dramatická, nám, ktorí žijeme v dobe pozornosti, sa už javí takmer ako všedná. Život v dnešnej dobe a v dnešnom svete, online aj offline, je totiž podobný situácii Odysea, ktorý sa snažil vymaniť z lán a odpútať sa od sťažňa. Ide o večný boj o kontrolu nad vlastným bytím v súboji s ustavičným volaním sirén, ktorým nás chcú o pozornosť pripraviť ľudia, prístroje, korporácie alebo iné zlomyselné činitele.

Toto je zhruba svet, ktorý sme si vystavali pre vlastnú myseľ, aj keď sme to neboli „my“ v pravom slova zmysle. Naš vlastný podiel na formovaní podnikov a inštitúcií doby pozornosti je skôr otázkou veľkej debaty. Kombinácia najhlbších biologických inštinktov a geniálna schopnosť celosvetového kapitalizmu skúšať stále nové nápady totiž

umožňujú nekonečné experimentovanie, v ktorom najväčšie firmy vynakladajú miliardy na to, aby zistili, po čom v hĺbke duše túžime a koľko nám toho dokážu predať. Zvnútra svojej existencie vnímame pozornosť ako podstatu nášho ja, no z perspektívy entít mimo nás samých je pozornosť ako zlato na dne rieky alebo ložisko ropy ukryté kdesi pod kamennou platňou.

Moja profesia vyžaduje, aby som týmto otázkam venoval osobitnú pozornosť. Nemám však pravdu, ak poviem, že ich do nejakej miery vnímame všetci? Všetci poznáme stav, keď nás niečo náhle odpúta od vlastného vnútra a pozornosť nám uniká – sme prítomní *telom*, ale nie *duchom*. Stavil by som sa, že by ste mohli brázdiť mesto dňom aj nocou v snahe nájsť niekoho, kto by vám tvrdil, že často veciam venuje až priveľa pozornosti, že sa sústreďí až príliš a že by si želal viac rozptýlení, prípadne viac času pred obrazovkou. Podobne ako na premávku, aj na telefóny sa dnes svorne sťažujeme a tieto sťažnosti sú často dobrým východiskom nezáväzných rozhovorov v kaderníctve alebo v rade pri pokladnici. Sprvoti nás varovali len slabé hlasy kdesi na okraji záujmu, keď vraveli, že technologické giganty nám dnes ponúkajú faustovský obchod. Postupne sa však rozmnožili a dnes sa z nich stáva konsenzus: situácia je zlá a jej príčinou sú technológie, ktoré všetci denne využívame. Telefóny nás vlečú na cestu smrti.

Kým však túto myšlienku len tak prijmem a pustíme sa do ďalšieho skúmania, mali by sme sa nad zrodom tejto novej ľudovej múdrosti ešte chvíľu zamyslieť. Napokon, je to vari prvý raz, čo čelíme takému-to cyklu? Nie je to tak, že ľudia sa odjakživa sťažujú na stav vecí a vinia z neho dnešnú mládež či nové technológie (ako kníhtlač, parný stroj a tak ďalej)?

V PLATÓNOVOM FAIDROVI ZAČNE SOKRATES REČNIŤ A SŤAŽOVAŤ sa – napoly presvedčivo, napoly absurdne – na nebezpečenstvá, ktoré so sebou prináša nový vynález... písma. Sokrates varoval, že ak si ho ľudia osvoja, do duší im prenikne zábudlivosť: prestanú si cvičiť pamäť, pretože sa budú spoliehať na zápisy a pripomínať si veci nie

vďaka vnútornému poznaniu, ale vďaka vonkajším znakom. Podľa neho tak ľudia neobjavili kľúč k pamäti, ale k pripomienkam.¹⁰

Myslím, že pri spätnom pohľade na dejiny môžeme celkom smelo vyhlásiť, že v konečnom dôsledku písmo značilo jasný prínos vo vývoji ľudstva, a to aj napriek obavám jedného z najvýznamnejších mysliteľov civilizácie – asi tak, ako sa naši súčasníci obávali o osud priaznivcov počítačových hier. A naozaj: Často sa javí, že napriek legitímnej kritike sociálnych sietí a všadeprítomných obrazoviek alebo kontaktu s internetom niekde v pozadí pretrváva dobre známa spoločenská neuroza a hystéria, ktorá tvorí základ hrozivých predpovedí či varovaní. Otázke „času pred obrazovkou“ sa dnes už venuje celý nový segment v žánri kníh o rodičovstve, kde zaznievajú hrozby smrteľného nebezpečenstva obrazoviek pre vývin detského mozgu. Širšiu spoločenskú debatu na túto tému stihla zaplaviť typická prehnaná horlivosť, aká sprevádza každú morálnu paniku. V roku 2009 denník *Daily Mail* upozorňoval čitateľov na to, „ako používanie Facebooku môže zvyšovať riziko rakoviny“.¹¹ Denník *New York Post* zasa varoval, že obrazovky sú ako „digitálny heroín“, ktorý premení deti na „psychotických závislakov“.¹² „Pubertiaci na sociálnych sieťach sa menia z hlupákov na hrozbu,“ vystríhal portál CBS.¹³ Aj známy magazín *The Atlantic* si spolu s mnohými ďalšími kladol rovnakú otázku: „Zničili smartfóny celú jednu generáciu?“¹⁴ V roku 2024 vydal sociálny psychológ Jonathan Haidt knihu *Úzkostná generácia*, v ktorej tvrdí, že stály prístup k smartfónom vyvolal v generácii detí a nástročných bezprecedentnú mieru depresie, úzkosti a sklonov k sebapoškodzovaniu. Hoci vedci pôsobiaci v tejto oblasti kritizovali Haidtovu polemiku ako prehnanú, kniha sa stala trhákom a rodičia v tandeme s vedením škôl v celej krajine Spojených štátov organizovali kampane za zákaz telefónov v školách presne v súlade s výzvami z Haidtovej knihy.¹⁵

Autormi najhrozivejších a najšokujúcejších opisov toho, aký vplyv má na nás doba pozornosti, sú najmä ľudia, ktorí sami prispeli k jej vzniku. Ťažiskom dokumentárneho trháka Netflixu *Sociálna dilema* sú práve osobnosti, ktoré v minulosti pôsobili v prostredí Silicon Valley, ako napríklad Tristan Harris, bývalý zamestnanec Googlu a whistleblower (teda oznamovateľ protispoločenskej činnosti, pozn.

prekl.). Ten vo filme varuje pred zákernou taktikou rôznych aplikácií, ktoré vyslovene ťažia našu pozornosť. Sean Parker, autor aplikácie Napster a jeden z prvých investorov Facebooku, hovorí v súvislosti so sociálnymi sieťami o „výhreде svedomia“: „Len sám pánboh vie, čo to spôsobuje detskému mozgu,“ vyhlásil.¹⁶ Ani zďaleka pritom nie je sám. Článok denníka *New York Times* z roku 2018 sa venuje fenoménu „temného konsenzu v súvislosti s deťmi a obrazovkami“, ku ktorému dospeli spolutvorcovia produktov Silicon Valley, ktoré teraz sami zakazujú používať vlastným deťom. „Som presvedčený,“ vyhlásil jeden z bývalých zamestnancov Facebooku pre denník, „že v telefónoch sa usadil diabol a robí z našich detí trosky.“¹⁷

K tomuto názoru by som sa celkom ochotne priklonil, ale keď sa pozriem na situáciu, ktorá čoraz silnejšie pripomína klasickú morálnu paniku, celkom vážne o tom pochybujem. Pojem „morálna panika“ po prvý raz použil sociológ Stanley Cohen vo svojej knihe *Folk Devils and Moral Panics* (1972; Ludové strašidlá a morálna panika), v ktorej skúmal, aká hystéria obklopovala v minulosti kultúru mladých ľudí, s dôrazom na hnutie „Mods and Rockers“, populárne najmä v Spojenom kráľovstve v šesťdesiatych rokoch 20. storočia. „Raz za čas v spoločnosti prepukne obdobie morálnej paniky,“ píše. Objaví sa skupina alebo kultúrny trend, „ktorý sa začne považovať za hrozbu pre spoločenské hodnoty a záujmy, pričom jeho povahu prezentujú oznamovacie prostriedky štylizovaným a stereotypným spôsobom. Na morálne barikády sa postaví redaktori, biskupi, politici a iní ľudia, správneho myslenia, spolu stanovujú diagnózy a predkladajú riešenia istej skupiny odborníkov, ktorí sa tešia spoločenskému uznaniu.“¹⁸

Tento známy vzorec pozorujeme aj vtedy, keď jeho cieľom nie je práve kultúrny trend či spoločenská skupina, ale technológia: nadšenie a fascinácia sa rýchlo menia na hrôzu a paniku. Technológia lacnej kníhtlače v 19. storočí umožnila vzostup brožovaných kníh a brakových románov „za babku“, čo motivovalo istého literárneho kritika k tomu, aby vydavateľa tohto žánru verejne odsúdil za „otrávenie spoločnosti... pochybnými príbehmi a nečistým príkladom... morálny vred, zdroj náказы, malomocný, s ktorým treba zaobchádzať presne

tak, ako s takými ľuďmi zaobchádzali za čias minulých – vyhnáť ho z dobrej spoločnosti, prikázať mu, aby volal ‚Nečistý‘, a varoval tak ostatných pred pliagou, ktorú prináša“. ¹⁹ V roku 1929, v čase, keď bolo rádio na najlepšej ceste stať sa dominantným masovokomunikačným prostriedkom v Spojených štátoch, si denník *The New York Times* položil otázku: „Spôsobuje hluk z rádia ochorenia?“ a informoval čitateľov o tom, že „medzi mužmi vedy a lekármi panuje všeobecná zhoda na tom, že rádio zapríčinilo veľké množstvo chorôb, a to hlavne vyvolaním nervových ťažkostí. Mechanizmus človeka vyžaduje odpočinok a nie je možné ho neustále držať v rytme džezu“. ²⁰

Vynikajúci ilustrátor Randall Munroe, autor webového komiksu *xkcd*, gro tejto problematiky zachytáva v dielku *The Pace of Modern Life* (Tempo moderného života), kde na časovej osi mapuje obavy kritikov modernej priemyselnej spoločnosti najmä v súvislosti s rýchlosťou komunikácie a zlepšením dostupnosti informácií a ich dosahom na našu myseľ. Začína pohľadom na časopis *Sunday Magazine* z roku 1871, kde autor článku žiali pre fakt, že „umenie písania listov rýchlo vymiera... Pálime po sebe rýchle a stručné noticky namiesto toho, aby sme si pekne sadli a rozvinuli konverzáciu na hárku papiera“. ²¹ Ďalej cituje politika z roku 1894, ktorý narieka, že ľudia čoraz rýchlejšie strácajú pozornosť: Namiesto čítania kníh sa uspokojia so „zhrnutím zhrnutia“ a „načierajú do... množstva problematík, pričom informácie zbierajú... v povrchnej podobe“, v dôsledku čoho strácajú „návyk a veľkým dielam už nevenujú patričný čas“. Osobne ma najviac nadchla krátka poznámka z periodika *Journal of Education*, ktorej autor sa sťažuje na novú „modernú podobu rodinného stretnutia, keď všetci sedia v tichosti pri kozube a každý je ponorený do svojho obľúbeného časopisu“. ²²

Celé nám to dnes znie ako vtipná hyperbola, no tieto opakované varovania a náreky o tom, čo nám moderná doba berie, môžeme vnímať dvojako. V prvom prípade sa na vec pozeráme ako na istý výstrelok – vždy budú medzi nami ľudia, ktorí sa desia vplyvu hocijakej novej technológie alebo média, a časom zistia, že je vlastne všetko v poriadku a napríklad taká móda časopisov nijako neničí mozgy detí ani nenarúša základ rodinného života.

Podľa mňa to však nie je správne. Zo širšieho hľadiska považujem tieto výhrady a obavy vo vzťahu k zrýchľovaniu technológií a médií za opodstatnené. Keď bolo písmo nové, naozaj predstavovalo hrozbu pre množstvo starších foriem komunikácie a myslenia, ktoré sa svojho času tešili uznaniu. To isté platí aj o vynáleze kníhtlače a o všeobecnom náraste gramotnosti, ako aj o rádiu a televízii. Ide totiž o to, že práve v období, keď je nejaký technický výdobytok nový, čerstvý a horúci na dotyk, páli najviac.

Samotné prežívanie toho, čo nazývame modernou dobou, je vlastne stret so svetom, ktorého životné tempo, informačný záber a zdroje podnetov naberajú čoraz väčšie rozmery aj rýchlosť. Ak by sme si ich preniesli na papier ako krivku, v každom bode tohto vzostupu by sme dostali závrat. Keď Henry David Thoreau v lete roku 1845 ušiel z mesta k jazeru Walden, hľadal útočisko práve pred takýmito zážitkami, pred rušivou modernosťou, ktorá sa naňho zovšadiaľ hrnula a oslabovala jeho úsudok. O takzvaných zlepšovákoch modernej doby píše: „Sprevádza ich určitá ilúzia, pokrok nie je vždy pozitívny... Naše vynálezy sú ako lákavé hračky, ktoré majú odvieť pozornosť človeka od podstatných záležitostí.“²³

Ak máme lepšie pochopiť, čo znamená byť človekom v tejto konkrétnej epoche, je potrebné sa dookola zamýšľať nad tým, čo je nové a čo nie, čo je produktom nejakej novej technológie alebo inovácie a čo je vlastné ľudskej spoločnosti samotnej. Vezmime si príklad: nie je nič nové na tom, že mnoho ľudí verí nepravdám. „Dezinformácie“ Facebooku neboli potrebné na to, aby sa vyhlásil hon na čarodejnice alebo zorganizovali pogromy. Bezproblémová a okamžitá globálna komunikácia však nepochybne pôsobí ako urýchľovač. Nové nie je ani to, že keď myseľ nemá čo robiť, zamestnávajú ju rozličné túžby. Pozrime sa napríklad na fotografie alebo obrázky ľudí, ktorí začiatkom 20. storočia cestujú do práce električkou: vagóny plné chlapíkov v oblekoch a klobúkoch, každý pohrúžený do novín s upreným pohľadom, presne takým istým, aký je pohľad ľudí prilepených na obrazovky telefónov. Niet však pochyb ani o tom, že vzťah, aký máme s telefónmi, má iné špecifiká než vzťah našich cestujúcich predkov s novinami.

Vo svojej knihe *Ukradnutá pozornosť* o takzvanej ekonomike pozornosti sa autor Johann Hari venuje aj krátkej polemike s Nirom Eyalom (autorom *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*; Na udici: Ako prísť s produktom, ktorý formuje návyky). Eyal tvrdí, že vydesené výkriky o sociálnych sieťach sú skrátka len súčasnou verziou morálnej paniky, ktorá kedysi prepukla aj pre komiksy a nabrala také obrátky, že v americkom Senáte zorganizovali sériu vypočúvaní, kde sa politici pýtali na pôsobenie komiksov na americkú mládež. Eyal dodáva, že všetky varovania pred telefónmi a sociálnymi sieťami sú „prakticky kópiou senátnej debaty o komiksoch z 50. rokov“, obdobia, keď ľudia „chodili do Senátu s tým, že komiksy menia naše deti na závislých, od reality odtrhnutých [zombíkov] – je to doslova to isté... Dnes vnímame komiksy ako úplne nevinnú záležitosť“.²⁴

Napokon sa ukázalo, že komiksy nestáli za toľké obavy, a aj preto tá panika z dnešného pohľadu pôsobí smiešne. Ale nie je to ďalšia kľúčová otázka? Popri vyhodnocovaní, čo je nové a čo nie, je tu aj hlbšia otázka o tom, čo je škodlivé a čo neškodné. Človek si ľahko zamení jedno a druhé. Keď v Európe došlo k prudkému nárastu spotreby tabaku, v spoločenskom diskurze zaznievali hlasy tých, ktorí bili na poplach. Už v roku 1604 anglický kráľ Jakub odsúdil nový zlozvyk ako „odpudivý pre oči, odporný pre nos, škodlivý pre mozog, nebezpečný pre pľúca; čierny smradľavý dym z neho najviac pripomína prišerný dym, ktorý sa vznášal nad nekonečnou priepasťou v Stýgii“.²⁵ Celkom iste to znelo prudérne a hystericky, no napokon boli tieto obavy v plnej miere opodstatnené. Nedávno som si pozrel neuveriteľný dokument Petra Jacksona o tom, ako Beatles nahrávali *Let It Be* a to množstvo cigariet, ktoré pri každom nahrávaní spotrebovali, ma rušilo a znepokojovalo zároveň. V roku 1969, keď nahrávali svoj posledný album, už výskum disponoval relatívne veľkým množstvom poznatkov o tom, že cigarety sú nebezpečné.²⁶ Trvalo však ďalších tridsať rokov, kým v kultúre a v zákonných normách upadli cigarety do nemilosti a kým fajčenie postupne stratilo popularitu a zmizlo z väčšiny verejných priestorov.²⁷

Človek sa občas zamyslí nad tým, ako budú zábery z dneška vyzerat' o takých päťdesiat rokov – budú ľudia na „hladkačov telefónov“ hľa-

dieť tak isto, ako som sa ja pozeral na Ringa Starra, keď ťahal jednu cigaretu za druhou? Veď s tým už prestaň, zabije ťa to! Hlavný hygienik Spojených štátov dokonca predniesol výzvu, aby sa aj na sociálnych sieťach objavilo rovnaké povinné varovanie, aké poznáme z cigaretových škatuliek. To sa však stretlo s odporom výskumníkov, ktorí sa venujú duševnému zdraviu adolescentov – tvrdia, že aktuálny výskum by neobhájil takýto drastický krok.²⁸ Debata o našom digitálnom živote, minimálne vo forme, v akej ju reflektuje verejný diskurz, je v podstate o nasledujúcej otázke: Je rozvoj globálnych a všadeprítomných sociálnych sietí a ich chronické spojenie so svetom bližšie ku komiksom, alebo k cigaretám?

JA OSOBNE SOM PRESVEDČENÝ, ŽE MIERA TRANSFORMÁCIE, ktorou aktuálne ako spoločnosť prechádzame, je oveľa väčšia a je nám oveľa bližšie, než najbláznivejšie predstavy vydesených kritikov. Inými slovami, problém s hlavným prúdom kritických hlasov voči ekonomike pozornosti a pliage sociálnych sietí je fakt, že (až na pár svetlých výnimiek) nedosiahne až tak ďaleko. Rétorika morálneho odsúdenia podceňuje mieru súčasnej transformácie. Je síce lákavé vyhlásiť, že problém spočíva v telefónoch, no tie sú v rovnakej miere príčinou i dôsledkom. Sú iba prirodzeným vyvrcholením pôsobenia síl, ktoré menia charakter nášho života. Ekonomika zameraná na získavanie pozornosti nie je nejakou novou drogou, ktorou dopujeme celú populáciu, nie je omamnou a návykovou látkou s obrovskými škodlivými vplyvmi, ba ani revolučnou formou média s hlbokým spoločenským dosahom. Je to niečo oveľa hlbšie a celkom odlišné. Vychádzam z tézy, že definujúcou črtou dnešnej doby je skutočnosť, že náš najdôležitejší zdroj – teda pozornosť – je *zároveň* aj tým, čo robí ľudí ľuďmi. Na rozdiel od pôdy, uhlia alebo kapitálu, všetko vecí, ktoré existujú mimo nás, je hlavný zdroj súčasnosti ukotvený v našej psyché. Jeho ťažba vyžaduje prienik do mysle.

Všetci intuitívne chápeme hodnotu pozornosti, teda aspoň vnútorne, pretože to, čomu venujeme pozornosť, tvorí náš vnútorný život. Keď nám ju niekto alebo niečo vezme, vnímame jej stratu. Pozornosť

je však mimoriadne cenná aj vonku, vo svete, ktorý nás obklopuje. Je základom prakticky každej ľudskej činnosti, od vzťahov, ktoré budujeme, až po naše konanie v rolách pracovníkov, spotrebiteľov či občanov.

Aby sme si to trochu priblížili, urobíme si drobný myšlienkový experiment. Predstavte si, že zajtra sa rozhodnete kandidovať do miestneho zastupiteľstva. Vyhľadáte si, aké žiadosti musíte podať a aké listiny k tomu treba priložiť, dokedy je nutné všetko stihnúť. Vzápätí sa zamýšľate nad dvoma ďalšími otázkami: ako získať peniaze na kampaň a ako sa predstaviť voličom. Pri riešeníach oboch otázok pravdepodobne oslovíte svoje spoločenské kruhy (alebo sociálnu sieť v pravom slova zmysle) – susedov, priateľov a príbuzných. Mohli by ste zorganizovať podujatia, postaviť sa niekam na roh ulice, zísť na miestny jarmok, zúčastniť sa na turnaji v kolkoch alebo ísť na zastávku metra, podávať ruky okoloidúcim a predstavovať sa im. Budete potrebovať personál, posolstvo, kampaňové plagáty a transparenty, stanoviská k rôznym problematikám a tak ďalej, a tak ďalej. Tvorí to základ pre ďalšie kroky, ktoré sú pre úspech v kampani potrebné.

Alebo si predstavte, že idete zakladať firmu. Počas pandémie ste vytvorili špeciálny recept na sušienky s kúskami čokolády a dotykom papričky habanero, ktorá im dodáva šmrnc. Všetci, ktorí ich vyskúšali, sa do nich okamžite zamilovali. Stojíte však pred množstvom logistických záležitostí, ktoré treba vyriešiť a ktoré vás poriadne zamestnajú – založiť eseročku alebo živnosť, zohnať potrebné vybavenie a možno aj požiadať o pôžičku pre začínajúce podniky. V konečnom dôsledku sa však ocitnete v rovnakej situácii ako človek vo volebnej kampani: stoja pred vami totiž tie isté otázky. Ako ľuďom dať vedieť, že predávate sušienky? Ako upútať ich pozornosť? Odpoveď na ne je základom prekvapivo širokej škály činností, ktorým sa venujú dnešní ľudia – od hľadania práce až po randenie.

Pozornosť je určitým druhom zdroja, ktorý má hodnotu. A ak ju dokázate získať, získate aj jej hodnotu. Tento princíp sa uplatňuje už dlhý čas. Charizmatickí lídri a demagógovia, šoumenky, kazatelia, skvelí predajcovia, marketérky, reklamní mágovia, svätice a svätci so zástupmi nasledovníkov – práve oni využívajú silu pozornosti na to,

aby získavali moc a bohatstvo. Medzičasom sa však zmenilo to, aká je pozornosť dôležitá vo vzťahu k iným veciam. Ľudia, ktorí ju úspešne vyťažia, dokážu hromadiť bohatstvo, vyhrávať voľby, a dokonca meniť štátne zriadenie v krajinách. Zápas o kontrolu nad tým, čomu práve venujeme pozornosť, mení štruktúru všetkého – od nášho vnútorného života (koho a čo počúvame, ako a kedy dokážeme vnímať blízkych) až po verejný život ako taký (ktoré dôležité spoločenské otázky rozoberáme a zákonne upravujeme a ktoré vytlačáme na okraj záujmu, prípadne to, ktoré úmrtia hlasno oplakávame a o ktorých sa mlčí). Každý jeden aspekt ľudského života v tých najširšie poňatých formách organizácie spoločnosti mení svoju orientáciu a začína sa točiť predovšetkým okolo snahy získať pozornosť.

Ako sme sa sem však dostali? Koncom 20. storočia začalo množstvo bohatých národov postupne prechádzať od modelu priemyselnej alebo výroby orientovanej ekonomiky smerom k digitálnej. V roku 1961 by ste v prvej desiatke rebríčka firiem s najväčšími aktívami našli až šesť ropných spoločností.²⁹ Aktíva, ktoré tieto firmy kontrolovali – fosílna palivá –, predstavovali v povojnovom svetovom poriadku tú najhodnotnejšiu vec. Popri petrochemických firmách sme tu našli aj automobily ako Ford Motor alebo priemyselné giganty ako DuPont.

V dnešnom rebríčku najväčších amerických firiem, ktorý zostavuje časopis *Forbes*, kralujú najmä banky a technologické firmy: Microsoft, Apple, Alphabet (materská firma Googlu), Meta a Amazon.³⁰ Ťažiskom ekonomiky tak už viac nie sú firmy, ktoré manipulujú s atómami, ale tie, ktoré manipulujú s bitmi. Pri tomto druhu podnikania vnímame, že je naviazaný v prvom rade na informácie a dáta. Tvrdenie, že „dáta sú nová ropa“, sa stalo novodobou mantrou. Ten, kto vládne zdrojom informácií, v súčasnosti sústreďuje vo svojich rukách veľkú moc.

Prísne vzaté, tento pohľad nie je vyslovene nesprávny. Informácie sú naozaj životne dôležité. Pri takomto vnímaní sveta však prehliadame jednu mimoriadne dôležitú vec – to, prečo je dnešná doba taká odlišná a prečo v nej prežívame také veľké odcudzenie. Informácie sú opakom vzácných zdrojov. Sú totiž všade okolo nás a ich množstvo neustále rastie. Sú generatívne. Môžeme ich kopírovať. S rovnakými