

Pedagogická fakulta Masarykovy Univerzity v Brně
Katedra hudební výchovy
Základy teorie umění a hudební estetiky

Neil Postman: Ubavit se k smrti

Vypracoval: Richard Helán, CJ3S + HV3S, UČO: 151040

V Brně dne 9. 6. 2013

Úvod

Předmětem mé práce je druhé vydání knihy Neila Postmana „*Ubavit se k Smrti*“ (podtitul „*Veřejná komunikace zábavy*“). Autor tuto knihu publikoval v roce 1985. Uvážíme-li stáří knihy, a také díky rychlému vývoji informací a technologií, měli bychom na některé autorovy názory nahlížet z jiného úhlu pohledu, myšlenky doplnit či případně nesouhlasit. A to především díky silnému rozmachu a vlivu internetu, který autor nemohl ve své knize zohlednit.

V předmluvě k českému vydání překladatelka knihy Irena Reifová zasazuje Neila Postmana do širších souvislostí. Za zmínku určitě stojí část informující o tzv. elitistickém kriticismu, kam s jistotou můžeme zařadit i Neila Postmana. Na Postmana můžeme také nahlížet jako na „...*zastávce tzv. technologického determinismu, tedy směru, který považuje druh komunikujícího média za určující: a to jak pro podobu komunikovaného sdělení a jeho obsahu, tak i (do jisté míry) pro účinek na příjemce.*“¹

„Ubavit se k smrti“

Postman knihu rozdělil do dvou částí. V části první informuje o variantách mezilidské komunikace, a současně si zajišťuje informovanost čtenáře pro druhou část knihy.

Celkově první oddíl rozděluje na pět částí:

1. Médium je metaforou
2. Média jako epistemologie
3. Amerika v éře tištěného slova
4. Myšlení éry tištěného slova
5. Svět jako kaleidoskop

Druhý oddíl knihy autor rozděluje takto:

6. Věk zábavy
7. „A teď...“
8. Pojdme spolu do Betléma
9. Dejte někomu hlas

¹KUČERA, Marek. [Online]. 2004. [Citace 9. června 2013]. Dostupné z <<http://kajinka.info/Kulturologie/Postman.pdf>>.

10. Vyučování jako zábava

11. Huxleyovské varování

V první části prvního oddílu nás Postman informuje o centrech dění v USA. Zmiňuje se o Bostonu jako o centru politického radikalismu konce osmnáctého století, New York se stal centrem dění v polovině devatenáctého století. Počátkem dvacátého století to bylo Chicago se svým průmyslem a dynamismem. A jako dnešní centrum dění v USA považuje autor Las Vegas, kde hodnotnější cíle a záměry dřívějších center vystřídala konzumní zábava bez trvalé hodnoty a užitku. Celkově se zmiňuje o úpadku, kde se hodnotí věci z vnějšku. Kandidát na prezidenta musí splňovat nové požadavky. Důraz je kladen na vizuální stránku, dobře padnoucí oblek, správný účes atp. Vzdělanost a inteligence jako by ustupovala do pozadí, do vysokých politických funkcí jsou obsazováni bývalí herci atp. *„Bývalý prezident Richad Nixon, který jednou prohlásil, že prohrál volby jen proto, že ho zradili maskéři, mezitím senátoru Edwardu Kennedymu poradil, jak se ucházet o prezidentské křeslo: zhubnout o deset kilogramů.“*² Do popředí se dostává ten, kdo umí lidi pobavit. Dále se odkazuje na Platóna a jeho poznatky. Postman píše, že způsoby jimiž je konverzace vedena má nesmírný vliv na to, jaké myšlenky budeme schopni vyjádřit. Myšlenky, které vyhovují způsobům vyjadřování, se pak nevyhnutelně stávají významnou součástí dané kultury. Tuto teorii dokazuje na příkladu Indiánů a kouřových signálů: *„Ačkoli přesně nevím, jaké obsahy kdysi Indiáni kouřovými signály přenášeli, mohu se bezpečně vsadit, že v nich nebyla zahrnuta žádná filozofická tvrzení. Obláčky kouře nejsou dostatečně komplexní na to, aby se jimi dalo promlouvat o povaze bytí...“*³

Druhá část prvního oddílu je zaměřena na média coby metafory a epistologii, zajímající se o původ a podstatu poznání.

Postman zde vychází z Northorpa Frye a tvrdí, že *„každý prostředek komunikace, každé médium je vybaveno rezonancí, neboť rezonance je vlastně metafora na druhou“*⁴. Dle autora vliv médií *„je patrný v našich koncepcích úcty, dobra či krásy“*⁵. Toto tvrzení dokládá na třech příkladech: v západoafrickém kmeni se i přes absenci písma zformovala orální představa občanských práv, kde rozsudek je vyjádřen pomocí přísloví a rčení. Jako další příklad uvádí klasické soudní řízení, kde je metafora nahrazena a pravda

² POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti*. Přel. I. Reifová. 2. vydání. Praha: Mladá fronta, 2010. 208s. ISBN 978-80-204-2206-4, s. 20.

³ Tamtéž, s. 23.

⁴ Tamtéž, s. 34.

⁵ Tamtéž, s. 34.

je stanovena pomocí psaných knih, zákonů a dalším psaným materiálem nebo příklad obhajoby disertační práce neznámého kandidáta, kde jedna z poznámek v jeho textu odkazuje pouze na orálně předanou informaci. Debata s komisí končí závěrem, že psaný text má vyšší hodnotu z důvodu jeho možné následné verifikace. Třetím příkladem je proces se Sokratem. Pomocí těchto příkladů dochází Postman k závěru, že „*pojetí pravdy je těsně svázáno s tendencí ve formě vyjádření*“⁶. Ve třetí, čtvrté a páté části chce Postman doložit, že ve dvacátém století se v důsledku nahrazení starých médií novými naše pojetí pravdy a představa o inteligenci změnili. Autor zde uznává i jisté klady televize jako například to, že vyvolala odpor k válce ve Vietnamu.

Ve třetí části popisuje celkovou důvěru koloniální Ameriky v tištěné slovo. Snad jako jedinou výjimku té doby uvádí náboženskou sektu Církev bratří, která odmítá zapisovat svá pravidla a zveřejňovat je z důvodu obav šíření případných nedokonalých informací a potenciálních chyb. Postman se v této části zmiňuje o silném rozšiřování knih a o rozšířené gramotnosti nových obyvatel. Například „*roku 1738 se objevily inzeráty na Lockeovo Pojednání o lidském rozumu, Popeovy překlady Homéra...*“⁷ Rozšiřování literatury Postman dokládá na příkladu knihy *Zdravý rozum* od Thomase Painea, kde se roku 1776 za dva měsíce prodalo nad 100tis. výtisků této publikace. „*Pokud by se čtenářské obci Paineova díla chtěla svým publikem proporčně vyrovnat kiha vydaná v roce 1985, muselo by se jí za dva měsíce prodat osm milionů výtisků.*“⁸ Jako významný fakt zmiňuje absenci „literární aristokracie“, právě díky široké dostupnosti knih a veřejnému zájmu o ně. Charakterizuje tuto dobu velice silným rozšířením knihtisku, který však zaostával kvůli nedostatku kvalitního papíru. Další významné prvky ovlivňující komunikaci Postman vidí v silném rozvoji tisku letáků a brožur, a s tím i spojenou informovanost. Ve všech společenských třídách se rozmohla četba románů. To Postman dokládá na konkrétním příkladu - vysazení, vytištění a svázání románu od Dickense proběhlo v jednom dni (zmiňuje se zde i o rozvoji pirátských kopií). Jako významný autor zmiňuje rozvoj přednáškových sálů: „*V roce 1835 existovalo v patnácti státech až tři sta těchto center*“⁹, kde zájem veřejnosti byl enormní (až 1500 lidí na jeden sál). Přednášejícími té doby byli intelektuálové, spisovatelé.

⁶ POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti*. Přel. I. Reifová. 2. vydání. Praha: Mladá fronta, 2010. 208s. ISBN 978-80-204-2206-4, s. 38.

⁷ Tamtéž, s. 51.

⁸ Tamtéž, s. 52.

⁹ Tamtéž, s. 57.

V části čtvrté Postman popisuje projevy či debaty na veřejnosti v devatenáctém století. Jednalo se o několikahodinové projevy (klidně i sedmihodinová řečnění), kde případný oponent měl na reakci 1,5 x více času. Při těchto projevech posluchači hlasitě reagovali a projevovali svůj souhlas či nesouhlas, popíjeli, vykřikovali (pozůstatek těchto hlasitých reakcí a projevů můžeme dnes slyšet například v parlamentu Velké Británie). Celkově zde zdůraňuje smysl k racionální argumentaci a vystupování.

Postman považuje příchod fotografie a telegrafu za „*předvoj nové epistemologie, která později „říší rozumu“ přivedla k jejímu konci.*“¹⁰ Co se týče vývoje tištěných médií zmiňuje se Postman o první reklamě z roku 1704 v *The Boston News Letter*. Jak roku 1704, tak „*v roce 1890 byla reklama stále ještě chápána jako od základu seriózní a racionální aktivita...*“¹¹ Následně však „*došlo k roztříštění tohoto kontextu; nejprve masivním vpádem ilustrací a fotografií a poté nástupem významově oslabeného vyjadřování.*“¹² Konec devatenáctého století vnímá Postman jako zlomový díky nástupu nových médií.

V poslední části prvního oddílu se dozvídáme, že vynález telegrafu znamenal silný zlom v komunikaci a jejím šíření. „*V širokém měřítku uvedl do života fenomény irrelevance, inkoherece a bezmoci.*“¹³ Zmiňuje se o *The New York Sun* a *The New York Herald*, kteří se odvrátili od tradičního pojetí a své články zaměřují na témata povrchní a šokující. Díky telegrafu spíše než na kvalitě zprávy začalo záležet na tom z jaké vzdálenosti a jak rychle přišla. Díky rychlému přenosu informací došlo k informační přesycenosti. Hlavní zlom vidí Postman v tom, že dříve se zprávy a informace dotýkaly každého jedince, který podle těchto zpráv jednal, měly na jeho život konkrétní dopad. Dnešní zprávy vidí v tomto ohledu jako bezvýznamné.

Jako významnou událost vnímá Postman také nástup fotografie: „*Fotografie sama nepřináší žádné tvrzení, s nímž by se dalo polemizovat, nepředkládá podrobný a jednoznačný komentář. Nic netvrdí, takže ji nelze vyvrátit.*“¹⁴ . Zasazuje fotografii do spojení s telegrafickou zprávou, kde „bezvýznamné“ informace získávají na dojmu něčeho známého. V závěru kapitoly silně kritizuje vliv televize a bezpochybovačné přijetí toho co nabízí.

¹⁰ POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti*. Přel. I. Reifová. 2. vydání. Praha: Mladá fronta, 2010. 208s. ISBN 978-80-204-2206-4, s. 65.

¹¹ Tamtéž, s. 77.

¹² Tamtéž, s. 77.

¹³ Tamtéž, s. 83.

¹⁴ Tamtéž, s. 91.

V druhém dílu knihy se Postman zabývá otázkami co je televize, jaké formy komunikace umožňuje, jaké intelektuální tendence podporuje a jaký druh kultury produkuje. Vymezuje rozdíl mezi technologií a médiem: „*Mohli bychom říci, že technologie znamená pro médium totéž, co mozek pro myšlení.*“¹⁵ Televizi vnímá jako médium a ne jako technologii.

Silně kritizuje negativní využití televize v USA a celkový úpadek americké morálky a politické prestiže. Negativa Postman shledává v tom, že „*televize má minimální nároky na porozumění a většinou je zaměřena na emocionální uspokojení*“¹⁶. Majoritním problémem Postmanova výkladu „*není fakt, že televize má zábavný charakter, ale že učinila ze zábavy přiozenou formu zobrazení jakékoli skutečnosti.*“¹⁷ Kritizuje bezmyšlenkovitou důvěru v televizi, kterou demonstruje na příkladu operace srdce v přímém přenosu, kde operovaný před operací prohlásil, že přece nemůže umřít v přímém přenosu. Poukazuje na proniknutí zábavy i do forem vzdělávání, kde například výuka gramatiky probíhá s pomocí rockové hudby.

Naráží na slovní spojení „A teď“, které dostává v televizi nového významu. Díky tomuto spojení cokoli před ním vyřčeno ztrácí na významu a je bagatelizováno. Myšlenky ztrácejí na koherentnosti, a vše se skládá z krátkých nesouvislých úseků. Vytyká televizi novou definici pravdy, kde „*konečným testem pravdivosti je důvěryhodnost mluvčího. Výraz důvěryhodnost se přitom nevztahuje k tomu, jak výroky mluvčího obstály v konfrontaci se skutečností, ale jen k dojmu upřímnosti, autenticity, nejistoty a přitažlivosti.*“¹⁸

Kritizuje nové formy šíření víry v televizi skrze tzv. „elektronické kazatele“, kde sdělení nabývá nových rozměrů, ztrácí na původním významu, vážnosti a dostává charakter zábavy.

Silně negativisticky se Postman staví k reklamě. Je to nejrozsáhlejší forma veřejné komunikace: „*...televizní reklama vůbec nepojednává o vlastnostech výrobků určených ke spotřebě. Pojednává o spotřebitelích těchto výrobků. Obrázky filmových hvězd a slavných sportovců, klidných jezerních hladin a chlapských rybářských výprav, noblesních večeří a romantických intermezz.*“¹⁹ Považuje reklamu za „*praktickou aplikaci psychologické teorie vycházející z unikátního axiomu: chce totiž, abychom věřili, že všechny problémy jsou řešitelné, že jsou řešitelné rychle, a to zásahem technologie,*

¹⁵ POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti*. Přel. I. Reifová. 2. vydání. Praha: Mladá fronta, 2010. 208s. ISBN 978-80-204-2206-4, s. 102.

¹⁶ Tamtéž, s. 105.

¹⁷ Tamtéž, s. 105.

¹⁸ Tamtéž, s. 120.

¹⁹ Tamtéž, s. 148.

*techniky a špetky alchymie.*²⁰

„Rozklad kultury může proběhnout podle dvou scénářů. Podle prvního z nich - orwellovského - se kultura stává vězením. Podle druhého – huxleyovského – se stává fraškou.“²¹ Postman se nepokrytě přiklání k variatně druhé. Závěrem Postman apeluje na to, „že pouze tehdy, získáme-li náležité povědomí o struktuře a účincích informací prostřednictvím demystifikace médií, můžeme získat určitou kontrolu nad televizí, počítačem nebo jakýmkoli jiným médiem.“²²

Závěr

V části, kde Postman srovnává Orwella a Huxleyho se jednoznačně přikláním k Huxleyho teorii. Proti totalitě „orwellovské“ je snažší se postavit než totalitě „huxleyovské“. Je jednodušší se ohradit a bojovat proti konkrétním mantinelům, omezením než prostoru, kde hranice a omezení téměř nejsou.

Velkým problémem sledávám v nepřehledném množství informací. Značná část pozornosti se musí věnovat výběru relevantních informací, selekci. Zpracovat veškeré podněty, zprávy, informace kolem nás není možné (v současnosti ale využíváme pouze pět procent kapacity našeho mozku).

Vše je soustředěno na rychlost, rychlé dosažení výsledků – konzumovat a zahodit. To horzí povrchností přemýšlení naší populace. Rychlost sama a hluboké poznání se vylučují.

Velká část zpráv v televizi je, jak popisuje Postman, zaměřena na efekt, emoce, dramatičnost. Dívák tak během půl hodiny (na TV Nova již téměř padesát minut) prožije široké spektrum emocí zakončené „happyendem“. Souhlasím s Postmanem v tom, že převážná část zpráv, které se k nám dostávají (hlavně v televizi, internet umožňuje svobodu ve výběru) jsou „bezvýznamné“. Jistě, tragická událost jako umrtí, násilný čin atp. je krajně nepříjemná, ale pro nás tato zpráva nemá žádný další význam (v případě, že se něco nezákonného stalo v našem okolí, pak budeme podnikat konkrétní činy).

V dnešní době ale televize nabízí i sofistikované programy zaměřené například na vážnou hudbu a další kulturní či vzdělávací pořady, které mohou člověka obohatit. Celkově se ale drtivá většina pozornosti dnes soustřeďuje na internet než na televizi. I zde ale zdánlivá svoboda začíná být narušena komerčními spoty nebo pohyblivými

²⁰ Tamtéž, s. 151.

²¹ HUXLEY, Aldous. *Konec civilizace aneb Překrásný nový svět*. Praha: Orfeus, 1993, 191 s. ISBN 80-85522-27-6, s. 178.

²² Tamtéž, s. 184.

bannery, které jsou stále agresivnější – dříve nekomerční Youtube je již také plný reklam (existují však utility, které vás jich mohou zbavit). Nemohu však souhlasit s Postmanem a jeho kritikou vzdělání a zábavy propojené v jedno. Zde je zábava pouze cesta k dosažení cíle.

Právě vzhledem k rychlosti šíření informací a pokroku není možné brát Postmanovy myšlenky zcela dogmaticky. Je ale pravdou, že bez vnitřní aktivity a zájmu se člověk daleko nedostane. A také stále platí to (až na několik výjimek), že detailní, rozsáhlé a ověřené informace najdeme v knihovnách, tedy v tištěném médiu.

Seznam použité literatury

HUXLEY, Aldous. *Konec civilizace aneb Překrásný nový svět*. Praha: Orfeus, 1993, 191 s. ISBN 80-85522-27-6.

ORWELL, George. *1984*. 1. vyd. Praha: Levné knihy KMa, 2000. 328 s. ISBN 80-7309-002-3.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti*. Přel. I. Reifová. 2. vydání. Praha: Mladá fronta, 2010. 208s. ISBN 978-80-204-2206-4

Internetové zdroje

KUČERA, Marek. [Online]. 2004. [Citace 9. června 2013]. Dostupné z <<http://kajinka.info/Kulturologie/Postman.pdf>>.

PIGULA, Topi. Ubavit se k smrti – recenze. [Online] 29. dubna 2010. [Citace 9. června 2103]. Dostpné z <<http://pigula.blog.respekt.ihned.cz/c1-45946710-ubavit-se-k-smrti-recenze>>.

PRAVDOVÁ, M. Infotainment, politainment, edutainment aneb K jazyku masových médií. *Naše řeč*. [Online] 2003, č. 4. [Citace 9. června 2103]. Dostpné z <<http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7741>>.

Ubavit se k smrti. *Wikipedia, the free encyclopedia*. [Online] 21. června 2011. [Citace 9. června 2103]. Dostpné z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Ubavit_se_k_smrti>.