

LBRIS

We know
books

NEIL POSTMAN

*Distracția
care ne omoară*

Discursul public în epoca televizorului

Traducere din limba engleză
de Silviu Man

Prefață pentru ediția în limba română
de Read Schuchardt

ANACRONIC

Cuprins

<i>Prefață</i>	5
<i>Cuvânt înainte</i>	13
PARTEA I	
Mediul este metafora	15
Media ca epistemologie	35
America tipografică	53
Mintea tipografică	71
Lumea lui Cucu-Bau	97
PARTEA A II-A	
Epoca showbizului	119
„Și acum...”	141
În pași de dans spre Betleem	161
Întinde mâna și votează pe cineva	175
Educația ca activitate distractivă	197
Avertismentul lui Huxley	215
<i>Postfață</i>	227
<i>Bibliografie</i>	231

Partea I

Mediul este metafora

În diverse perioade din istoria noastră, diverse orașe au îndeplinit rolul de focare ale spiritului american. Spre sfârșitul secolului al XVIII-lea, de exemplu, Bostonul era centrul unui radicalism politic care a declanșat o împușcătură auzită în întreaga lume – un foc de armă care nu ar fi putut fi tras în alt loc decât în suburbiile Bostonului.¹ La auzirea acestei vești, toți americanii, inclusiv cei din Virginia, au fost una cu cei din Boston. La jumătatea secolului al XIX-lea, New York-ul a devenit simbolul ideii de creuzet american (sau cel puțin, de creuzet non-englezesc), pe măsură ce amărății din toată lumea debarcau în Ellis Island și își împărtășiau de-a lungul continentului limbile lor strănii și obiceiurile lor și mai strănii. La începutul secolului XX, Chicago, orașul cu umeri lași și vânt puternic², a ajuns să simbolizeze energia industrială și dinamismul american.

¹ Masacrul din Boston s-a petrecut pe 5 martie 1770, când soldații armatei britanice au ucis cinci bărbați civili și au rănit alți șase. Eveniment cu o puternică încărcătură simbolică pentru independența americană. (n. trad.)

² Referire la poemul *Chicago* al lui Carl Sandburg. (n.trad.)

Dacă există undeva în Chicago o statuie a măcelarului de porci, ea dă mărturie despre timpurile când America însemna cale ferată, vite, combinate siderurgice și aventuri antreprenoriale. Dacă o asemenea statuie nu există, ar trebui, așa cum că există o statuie a unui *Minute Man*³ pentru a aminti de epoca Bostonului și așa cum Statuia Libertății amintește de epoca New York-ului.

Astăzi, trebuie să căutăm în orașul Las Vegas din Nevada metafora caracterului și aspirațiilor noastre naționale: un panou publicitar de 9 metri înălțime, prezentând un automat de jocuri de noroc și o dansatoare de vodevil. Las Vegas este un oraș complet dedicat ideii de distracție, proclamând astfel spiritul unei culturi în care orice discurs public devine din ce în ce mai mult o formă de divertisment. Politica, religia, știrile, sportul, educația și comerțul s-au transformat la noi în elemente auxiliare industriei divertismentului, în mare parte, fără proteste și fără ca prea mulți să observe acest lucru. Rezultatul este că suntem un popor în pragul morții prin distracție.

În timp ce scriu, Președintele S.U.A. este un fost actor de la Hollywood. Unul dintre principalii săi contracandidați din anul 1984 a jucat în cel mai spectaculos show TV al anilor '60 – a fost astronaut. Evident, s-a făcut și un film despre aventura sa extraterestră. Fostul candidat la președinție, George McGovern, a fost gazda popularului show TV *Saturday Night Live*. La fel și un candidat mai recent, reverendul Jesse Jackson.

Între timp, fostul președinte Richard Nixon, care a pretins la un moment dat că a pierdut alegerile pentru

³ Denumire dată luptătorilor din milițiile populare americane, care trebuiau să fie gata de luptă în maximum un minut de la alarmă. (n. trad.)

că a fost sabotat de oamenii de la machiaj, i-a oferit senatorului Edward Kennedy un sfat despre cum să poarte o campanie de succes pentru prezidențiale: să slăbească 10 kilograme. Deși acest lucru nu e menționat nicăieri în Constituție, se pare că cei grași sunt acum efectiv excluși din cursa pentru funcții politice importante. Probabil că și cei cu chelie. Și, aproape sigur, cei al căror aspect nu este semnificativ ameliorat de arta cosmetică. Într-adevăr, este posibil să fi ajuns în punctul în care cosmetica a înlocuit ideologia ca zonă de expertiză în care un politician ar trebui să fie competent.

Jurnaliștii americani, *i.e.* prezentatorii de știri TV, au înțeles ideea. Ei petrec mai mult timp cu uscătoarele de păr decât cu scenariile – cu rezultatul că au ajuns să alcătuiască cel mai stilat grup de oameni din această parte de Las Vegas. Deși legislația în vigoare nu menționează nimic în acest sens, cei care nu dau bine pe cameră sunt excluși de la a se adresa publicului cu privire la „știrile zilei”. Cei care dau bine pe cameră pot cere salarii care depășesc un milion de dolari pe an.

Oamenii de afaceri americani au descoperit cu mult înaintea noastră că utilitatea și calitatea produselor lor sunt subordonate artificului de prezentare; că, de fapt, jumătate dintre principiile capitaliste, așa cum au fost ele lăudate de Adam Smith sau condamnate de Karl Marx, sunt irelevante. Chiar și japonezii, despre care se spune că fac mașini mai bune decât americanii, știu că economia este mai mult o artă a spectacolului decât o știință, așa cum o demonstrează bugetul anual alocat publicității de către Toyota.

Nu cu mult timp în urmă, l-am văzut pe Billy Graham alături de Shecky Green, Red Buttons, Dionne

Warwick, Milton Berle⁴ și alți teologi aducându-i un omagiu lui George Burns la sărbătorirea a optzeci de ani de supraviețuire în industria divertismentului. Reverendul Graham schimba replici cu Burns cu privire la pregătirea pentru Eternitate. Deși în Biblie nu se menționează nicăieri acest lucru, reverendul Graham a asigurat publicul că Dumnezeu îi iubește pe cei care îi fac pe oameni să râdă. A fost o greșeală sinceră. Pur și simplu a confundat NBC cu Dumnezeu.

Dr. Ruth Westheimer este un psiholog care are o emisiune populară la radio și un spectacol într-un club de noapte, în care își informează publicul cu privire la sex în toată varietatea sa infinită, într-un limbaj odinioară rezervat dormitorului și colțului de stradă. Este aproape la fel de distractivă ca reverendul Billy Graham, fiindu-i atribuită următoarea declarație: „Nu îmi propun să fiu amuzantă. Dar dacă așa îmi iese, mă folosesc de asta. Dacă lumea mă vede ca pe un om de divertisment, eu zic că e nemaipomenit. Atunci când un profesor predă folosindu-se de simțul umorului, oamenii pleacă de la curs cu ceva în cap.”⁵ Nu a menționat ce anume le rămâne în cap sau la ce le-ar putea folosi. Dar a punctat foarte bine: e minunat să fii om de divertisment. Într-adevăr, în America, Dumnezeu îi ajută pe toți aceia care au deopotrivă talent și o emisiune care să amuze, fie ei predicatori, sportivi, antreprenori, politicieni, profesori sau jurnaliști. În America, cei mai puțin amuzanți oameni sunt comicii de profesie.

Cei care urmăresc cultura și se îngrijorează – din categoria celor care citesc cărți precum cea de față – vor ști că exemplele de mai sus nu sunt deviații, ci clișee.

⁴ Actori americani (n. trad.)

⁵ Citat din *Wisconsin State Journal*, 24 august 1983, secțiunea 2, p. 1.

Nu ducem lipsă de critici care au sesizat și consemnat disoluția discursului public din America și transformarea lui în artă a divertismentului. Dar cred că cei mai mulți dintre ei abia au început să spună povestea originii și semnificației acestei decăderi într-o imensă trivialitate. Cei care au scris pe larg pe acest subiect ne spun, de exemplu, că ceea ce se întâmplă ar fi reziduul unui capitalism epuizat; sau, din contră, că ar fi fructul amar al maturizării capitalismului; sau că este deznodământul nevrotic al epocii lui Freud; sau pedeapsa pentru că l-am lăsat pe Dumnezeu să piară; sau că totul se trage din metehne mai vechi precum lăcomia și ambiția.

M-am aplecat cu atenție asupra acestor explicații și nu pot spune că nu avem nimic de învățat din ele. Marxiștii, freudienii, lévistraussienii, chiar și creaționiștii științifici, nu trebuie tratați superficial. Și, în orice caz, aș fi foarte surprins dacă povestea mea s-ar apropia de adevărul întreg. Suntem cu toții, așa cum scrie undeva Huxley, Mari Abreviatori, adică niciunul dintre noi nu are înțelepciunea necesară pentru a cunoaște întregul adevăr, timpul pentru a-l spune sau o audiență suficient de credulă pentru a-l accepta. Dar veți găsi aici un argument care presupune o abordare mai simplă a subiectului decât multe alte argumente care l-au precedat. Valoarea sa, atâta cât este, constă în directetea perspectivei sale, care își are originile în observațiile făcute de Platon acum 2 300 de ani. Este un argument centrat pe formele conversației umane, care postulează că modul în care suntem obligați să purtăm asemenea conversații va avea cea mai puternică influență posibilă asupra ideilor pe care le putem exprima în mod convenabil. Iar ideile care pot fi exprimate în mod convenabil devin inevitabil conținutul relevant al unei culturi.

Folosesc cuvântul „conversație” în mod metaforic, pentru a mă referi nu numai la vorbire, ci la toate tehnicile și tehnologiile care permit oamenilor dintr-o anumită cultură să schimbe mesaje. În acest sens, întreaga cultură este o conversație sau, mai precis, o corporație de conversații, purtate într-o varietate de moduri simbolice. Ne concentrăm aici pe modul în care formele discursului public reglementează, sau chiar dictează, tipul de conținut care poate rezulta din aceste forme.

Să luăm un exemplu ușor de înțeles: tehnologia primitivă a semnalelor cu fum. Deși nu știu exact ce fel de informații se transmiteau prin semnalele cu fum ale amerindienilor, pot fi sigur că acestea nu conțineau dezbateri filosofice. Vălătucii de fum nu sunt suficient de complecși pentru a exprima idei cu privire la natura existenței și, chiar dacă ar fi fost, un filosof al tribului Cherokee ar fi rămas în pană de lemne sau pături cu mult înainte de a ajunge la a doua axiomă. Nu poți folosi fumul pentru a comunica filosofie. Forma sa exclude acest tip de conținut.

Să luăm acum un exemplu mai familiar: așa cum am sugerat mai sus, este imposibil să ne imaginăm că cineva cu gușă multiplă și 140 de kilograme – precum cel de-al 27-lea președinte al S.U.A., William Howard Taft – ar putea fi propus pentru președinție în zilele noastre. Forma corpului unui om este, în cea mai mare parte, irelevantă față de forma ideilor sale atunci când el se adresează publicului prin scris, prin unde radio sau, de ce nu, prin vălătuci de fum. Dar devine foarte relevantă la televizor. Obezitatea unei imagini de 140 de kilograme, fie ea și vorbitoare, ar eclipsa cu ușurință orice subtilități logice sau spirituale ale discursului. Și asta pentru că, la televizor, discursul este condus în cea mai

mare parte prin imagistică vizuală, ceea ce e totuna cu a spune că televiziunea ne oferă o conversație în imagini, nu în cuvinte. Apariția managerului de imagine în arena politică și declinul concomitent al scriitorului de discursuri atestă faptul că televiziunea solicită un tip diferit de conținut de la celelalte canale media. Nu poți face filosofie politică la televizor. Forma ei lucrează împotriva acestui tip de conținut.

Mai dau un exemplu, unul ceva mai complex: informația, conținutul sau, dacă vrei, „materia” din care se modelează ceea ce numim „știrile zilei” nu a existat – și nu ar fi putut exista – într-o lume din care lipseau mijloacele media care să îi dea expresie. Nu vreau să spun prin asta că lucruri precum incendiile, războaiele, crimele sau afacerile amoroase nu au avut loc dintotdeauna, peste tot în lume. Vreau să spun că, neavând o tehnologie care să le promoveze, oamenii nu puteau ajunge la ele, nu puteau să le includă în treburile lor zilnice. Asemenea informații pur și simplu nu puteau exista ca parte a conținutului unei culturi. Această idee – că există un conținut numit „știrile zilei” – a fost creată în totalitate de telegraf (și a fost, de atunci, amplificată tot mai mult de canalele media mai noi), care a făcut posibilă circulația informației decontextualizate pe suprafețe uriașe, cu o viteză incredibilă. „Știrile zilei” sunt o plăsmuire a imaginației noastre tehnologice. Ele sunt, într-adevăr, evenimente media. Participăm la fragmente de evenimente din întreaga lume pentru că avem multiple canale media ale căror forme sunt foarte potrivite conversației fragmentate. Culturile care nu au canale media cu viteza luminii – să zicem, culturile în care semnalele de fum sunt cea mai eficientă unealtă disponibilă de cucerire a spațiului – nu au știrile zilei. Fără un mediu care să le