



VELIKE PRIČE

Tradicionalne priče s tradicionalnim, linearnim tokom postoje veoma dugo zato što funkcionišu. Deluje da one podražavaju izgled stvarnog života, od rođenja do smrti. Kao disanje ili vođenje ljubavi, te vrste priča imaju uspon i zadovoljavajući pad; početak, sredinu i kraj. Iako nam on danas deluje vrlo prirodno, taj uobičajeni obrazac nije bio podrazumevana struktura priče sve do poznog perioda ljudske istorije, nakon izuma teksta i svitaka u pismenim kulturama poput drevne Grčke.

Biblijske priče, bar one u *Starom zavetu*, ne funkcionišu na taj način. One su više zasnovane na usmenoj tradiciji, gde je glavni cilj pripovedača bio da jednostavno održi pažnju ljudi u određenom trenutku. Informacije i moralne poruke su se prenosile, ali obično kontrastiranjem dva lika ili naroda – jedan je bio blagosloven, drugi proklet. Epske pesme, a kasnije i pozorište, više su pratile linearnu progresiju koju ćemo lakše dovesti u vezu sa svicima ili knjigama u povezu. Postoji početak i postoji kraj. Gde god da se nađemo u priči, svesni smo da postoje prethodne i naredne stranice. Mesto do kojeg smo stigli u svitku ili knjizi ukazuje na to koliko nam je ostalo do kraja, a naše emocionalno iskustvo je u potpunosti isprepletano s vremenom.

Aristotel je bio prvi, ali svakako ne i poslednji, koji je uočio glavne delove te vrste priče i analizirao ih je poput hakera koji razlaže i kopira funkciju kompjuterskog programa. Mehanika priče koju je Aristotel otkrio veoma je važna za naše razumevanje budući da je i danas koriste vlade, korporacije, religije i obrazovne institucije u pokušaju da nas poduče i utiču na naše ponašanje. Ta mehanika je još značajnija zbog načina na koji je prestala da deluje na članove društva koji su razvili sposobnost da se odupru njenim čarima. To je kod pripovedača izazvalo šok sadašnjosti.

Tradicionalna linearna priča funkcioniše tako što stvori lik s kojim se možemo identifikovati, stavi ga u opasnu situaciju i onda mu dozvoli da nađe izlaz iz nje. Upoznali smo Edipa, Luka Skajvokera ili Doru Istraživačicu. Nešto se dogodi – inicijalni događaj – što pošalje glavnog junaka u potragu. Edip želi da sazna istinu o svom poreklu, Luk želi da spasi princezu Leju; Dora želi da vrati žabicu na drvo. Te potom glavni lik pravi niz odluka koje ga guraju u sve opasnije situacije. Edip odlučuje da nađe i usmrti ubicu kralja Laja; Luk postaje džedaj da bi se borio protiv Imperije; Dora poziva svog drugara majmuna da joj pomogne da vrati žabicu kući kroz strašnu šumu. Svakim narednim korakom, glavni lik srlja u veću opasnost i vodi publiku ka napetosti i neizvesnosti.

I upravo kad publika dosegne vrhunac nemira – trenutak kad više ne možemo da izdržimo i moramo da istrčimo iz bioskopa ili tresnemo knjigu o pod – dobijamo preokret. Edip saznaje da je on ubica kog traži; Luk saznaje da mu je Dart Vejder otac; Dora saznaje da je odgovor na zagonetku ružnog, starog trola u njoj samoj. I uz to, najzad, dolazi do pune spoznaje i popuštanja napetosti. Edip oslepi sam sebe, Luk vraća oca na samrti na svetlu

stranu sile, a Dora vraća žabicu na njeno porodično stablo. Što je najvažnije, publika doživljava katarzu i olakšanje. Vožnja je završena. Što je veća napetost koju smo morali da trpimo, što je veći uspon uz koji smo se penjali, to ćemo više uživati u spuštanju.

Ta vrsta uređivanja priče – „putovanje junaka“¹ Džozefa Kembela – danas predstavlja način na koji razumemo svet. Moguće je da se to dogodilo zato što je linearna struktura u suštini verna životu ili smo se možda naprosto toliko navikli na nju da nam ona danas oblikuje način na koji posmatramo događaje i probleme koji iskrsavaju. O čemu god da se radi, ta struktura je bila savršena i za prenošenje vrednosti gotovo svake vrste opčinjenoj publici. Jer ako ispratimo protagonistu u opasnost i ispratimo ga uz strmu ravan napetosti u stanje velike neizvesnosti i nelagode, onda ćemo biti spremniji da prihvatimo svako rešenje koje mu se ponudi da se izvuče. Arnold Švarceneger pronalazi novo oružje koje može da ubije zle vanzemaljce, detektiv u seriji *Red i zakon* koristi psihologiju da okrene ego serijskog ubice protiv samog sebe, a deca u serijalu *Gli* uče da je prijateljstvo važnije od pobede na takmičenju u pevanju. Što više zađemo u napetost, to više zavisimo od pripovedača da nam ponudi razrešenje. Upravo zato on može da doda svaku vrednost, ideju ili pouku koju poželi.

Ili proizvod. Ta tehnika dostiže vrhunac, naravno, u svakoj televizijskoj reklami. Za svega trideset sekundi (ili dvadeset osam, kad se uračuna otamnjenje i zatamnjenje snimka), lik se nađe u određenoj situaciji, donosi odluke koje ga dovode u opasnost i onda nalazi rešenje u vidu kupovine. Uzmimo samo jedan primer. Srednjoškolka iščekuje maturu i primećuje bubuljicu na obrazu (inicijalni događaj). Isprobava tople obloge, ceđenje i narodne lekove, koji dodatno pogoršavaju problem (napetost raste). I baš kad deluje da neće moći da izbegne strašnu bruku i poniženje na maturi, prijateljica primećuje bubuljicu i umesto da je zadirkuje, govori joj da postoji nova krema za bubuljice s brzim dejstvom (preokret). Nanosi kremu (spoznaja) i odlazi na maturu, bez bubuljice (katarza).

Ako smo pratili protagonistu kako se penje stazom napetosti ka opasnosti, onda moramo progutati pilulu, kremu, pušku ili pouku koju pripovedač koristi da reši problem. Da bi sve to funkcionisalo, međutim, pripovedač se oslanja na opčinjenu publiku. Reč *entertainment* (zabava) doslovno znači „držati unutra“ ili držati nekog u određenom stanju svesti. A zabava je, bar donedavno, činila upravo to, pa se u tradicionalne korisnike medija moglo pouzdati da će sedeti tokom omiljene emisije i onda prihvatiti kremu za bubuljice.

No, ako su televizijski gledaoci i osećali da ih u neprijatno stanje uvlači pripovedač-oglašivač, koji je jednostavno želeo da promoviše proizvod, šta je bila alternativa? Pre pojave interaktivnih uređaja poput daljinskog upravljača, televizijski gledaoci su morali da ustanu s kauča, priđu televizoru, okrenu točkić, nađu novi kanal i potom podese antenu. Ili da jednostavno izađu iz sobe i verovatno propuste prve trenutke emisije pošto se reklama završi. Iako televizijski gledaoci nisu bili toliko primorani na poslušnost koliko su vernici u crkvi bili prisiljeni da sede u klupama i slušaju priču dok je sveštenik ispreda, svejedno su manjeviše morali da progutaju svaku pilulu koju bi im tvorac programa ubacio u prelomnu tačku narativa.

¹ Joseph Campbell, *The Hero with a Thousand Faces* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1968). Srpsko izdanje: Džozef Kembel, *Heroj sa hiljadu lica*, prev. Branislav Kovačević, Stylos, Novi Sad, 2004.

Potom se pojavila interaktivnost. Možda više nego ijedna postmoderna ideja ili medijski stručnjak, daljinski upravljač je promenio način na koji doživljavamo televiziju, reklame na njoj i strukturu priče od kojih oni zavise. Ustajanje s kauča i prilaženje televizoru da bi se promenio kanal prethodno je moglo da iziskuje veći napor od pukog podnošenja užasne reklame i proistekle nervoze. Ali s daljinskim u ruci, gledalac može da pritisne dugme i bez po muke produži dalje. Dodajte na to kablovsku televiziju i mogućnost da menjate kanale bez dodatnog podešavanja televizora ili antene (da ne pominjemo stotine kanala na raspolaganju umesto samo tri) i jasno je kako se usredsređenost publike na program u potpunosti promenila. Dete naoružano daljinskim upravljačem ne gleda više televizijski program, već televiziju – ono beži od nelagodnih ka prijatnijim stanjima.

Obratite pažnju na sebe dok upravljate daljinskim. Ne pritiskate dugme za promenu kanala zato što vam je dosadno, već zato što ste besni – neko kome ne verujete pokušava da vas iznervira. Razumete da oglašivač pokušava da vam izazove neprijatna osećanja u vezi s vlastitom kosom (ili nedostatkom nje), vašom vezom ili vašim trenutnim SSRI antidepressivima, pa stoga birate drugi kanal. Ili jednostavno ne pristajete da vas dalje uvlače u komediju ili dramu kad protagonist donese previše loših odluka. Tolerancija za njegove komplikacije postaje sve niža kako mogućnost da pobegnute postaje sve lakša. I tako današnji gledalac ide od emisije do emisije i usput hvata važne trenutke. Pobegnite od dugih reklama usred naučnofantastične serije da biste uhvatili kraj druge četvrtine košarkaške utakmice, pa pređite na prvo važno ubistvo u kriminalističkoj seriji, a potom nazad na onu naučnu fantastiku pre nego što se pojave vanzemaljci.

Tako dekonstruisana, televizija s vremenom gubi sposobnost da pripoveda priče. Deluje da su nestručni ili manipulativni televizijski pripovedači toliko puta pogrešno upotrebljavali i zloupotrebljavali linearnu strukturu narativa da je ona jednostavno prestala da deluje, naročito na mlađe ljude koji su odrasli bliže okruženi interaktivnim medijima i opremljeni odbrambenim tehnologijama. I tako su se sadržaj televizije i šira popularna kultura koju ona predvodi prilagodili novoj situaciji.

(S engleskog preveo Igor Cvijanović)