



BINDŽOVANJE KAO NOVI ESKAPIZAM ILI KAKO NEUMERENO GLEDANJE SERIJA MENJA STRUKTURU NARATIVA I NAŠE PONAŠANJE

Probudilo me je škljocanje kvake. Okrenuo sam se i u plavičastoj svjetlosti ranog jutra video je kako стоји pored kreveta. Pogled sa čudnog smeška na njenom licu skrenuo sam na sat koji je pokazivao 06:00.

– Šta je bilo?

– Ništa – rekla je, slegnuvši ramenima, pomalo začuđeno, pomalo uvređeno.

Tada sam video da su njen jastuk i prekrivač bili netaknuti. Izbistriло mi se pred očima, pa sam je jasnije video: bleda, otečenih kapaka i crvenih beonjača, pomalo rastrojeno se kretala po sobi u stvarima koje inače nosi po kući. Sve mi je bilo jasno.

– Odgledala si sve epizode Černobilja odjednom, zar ne?

Nije mi potvrdila, niti je trebalo. Znao sam da će se to dogoditi još sinoć kada se oduševila prvom epizodom i odlučila da neće ići do grada, kao što smo se dogovorili. Sada mi kaže da se strašno potresla i da ju je serija nateralna na razmišljanje, zbog čega nije mogla da sklopi oči i sutrašnji dan je propao. I njoj i meni, koji sam tokom ostatka jutra slušao nju kako se beznadežno okreće u krevetu.

Tako se moja devojka upoznala sa „porokom“ bindžovanja, čiji je ovo samo jedan mogući scenario.

Welcome, Netflix

Jedna od glavnih karakteristika našeg vremena je prekomernost, potreba da svaku aktivnost dovodimo do ekstrema, bez obzira da li to znači da preterujemo radeći nešto ili preterujemo ne radeći ništa. Engleska reč *binge* odnosi se upravo na to – neumerenost u nekoj aktivnosti. I dok se termin prvi put pojavljuje devedesetih u sintagmama *binge-eating* i *binge-drinking*, već neko vreme kao fenomen gledalačke kulture i konzumacije TV sadržaja imamo *binge-watching*. Rečnici engleskog jezika Oksford i Kolins bave se ovim glagolom još od 2014., kada su ga definisali kao „sukcesivno gledanje većeg broja epizoda neke serije bez pauze“. Možemo reći da je u Srbiji bindžovanje stiglo u legalnom obliku početkom 2016. godine, kada je Netflix odlučio da se proširi na 130 zemalja sveta, između kojih je bila i naša. Do tada, mogli smo da bindžujemo samo one već završene serija čije su sve

epizode objavljene, skidajući piratske verzije sa interneta. Bindžovali smo i u vreme kompaktnih diskova, ali nikad tako fanatično, delom jer nije bilo toliko lako i dostupno. Međutim, Netfliks svojim dolaskom, kao verovatno najveći svetski provajder medijskog sadržaja, nije ponudio samo novu vrstu usluge sa nespornim pogodnostima. On, kao i njemu slične konkurenentske kompanije poput Hulua (*Hulu*) i Amazon prajma (*Amazon Prime*), doveli su do izrazitih promena u 1) narrativnim formama filmova i serija i 2) gledalačkim navikama, posledično utičući na naše ponašanje, uz psihosomatske posledice.

Netfliks je pre sedam godina napravio smeо potez. Dotadašnja praksa produkcije serijskog programa podrazumevala je da se prvo snimi probna, „pilot“ epizoda, pa da se nakon toga produkcija nastavi u skladu sa reakcijama test publike. Kada je Netfliks 2013. napravio svoju prvu seriju *Kuća od karata* (*House of Cards*), svih 13 epizoda istovremeno je objavljeno, a serija nije bila ponuđena nijednoj TV stanicu da bi se iskoristila ekskluzivnost originalnog sadržaja. Riskantan potez se isplatio. Serija je postala jedna od najgledanijih i najnagrađivаниjih na svetu. U to vreme, glavni glumac Kevin Spejsi svojim javnim govorima nastupa kao ambasador inovativnog Netfliksovog koncepta. Tokom poznatog TV festivala u Edinburgu, povodom nastajuće kulture bindžovanja izjavio je sledeće: „Publika želi kontrolu. Ona želi slobodu. (...) Dajte ljudima ono što žele, kada to žele, i u formi u kojoj to žele, po razumnoj ceni, i oni će verovatno pre platiti to, nego ga ukrasti.“¹

Međutim, ovaj stav, i drugi koje dalje razvija – o tome kako publika „umire“ za kvalitetnim pričama i da joj treba omogućiti zadovoljenje nepatvorene potrebe za bindžovanjem, jer ona na to ima pravo, a i na kraju krajeva to ide svima u korist – najobičnija je kapitalistička zamena teza. Ona treba da hiperprodukciji TV programa pruži alibi navodnim odgovaranjem na autentične potrebe potrošača, kada je istina da se one tendenciozno, veštački stvaraju i kontrolišu. Netfliks je 2019. proizveo 2769 sati samo svog, originalnog sadržaja, što je povećanje od 60% u odnosu na prethodnu godinu.² Pitanje je i koliko je ova prekomerna proizvodnja održiva na duže staze. Pedro Fereira, profesor informacionih sistema sa Univerziteta Karnegi Melon tvrdi³ da sa epizodama koje koštaju po 8, 9 miliona dolara (*Sens8* (*Sense8*), kojoj je uprkos ogromnom broju fanova i sjajnoj kritičkoj recepciji ukinut budžet), pa čak i 13 miliona (*Kruna* (*The Crown*)), striming platforme zapravo ne zarađuju dovoljno novca. One su uspele da bindžovanjem stvore kontinuiranu, rastuću potražnju, ali njihova ponuda će neminovno u jednom trenutku postati nedovoljna jer, očigledno je, serije se bindžuju neuporedivo brže nego što se stvaraju. To navodi na pomoćao da i u ovoj sferi možemo očekivati ekonomsko urušavanje, tipično za cikluse kapitalističkih kriza.

Da li nam bindžovanje zaista treba, ili su marketinški magovi opet uspeli da nas ubede da nam je neophodno nešto što je zapravo nepotrebno, pa čak i potencijalno štetno za nas? Skloniji sam ovom drugom viđenju, naviknut na kapitalističke apologije individualnih

¹ <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-23802572>

² Prema nekim podacima, ceo Netfliks trenutno ima bezmalo 37.000 sati programa. (<https://www.whats-on-netflix.com/news/how-long-would-it-take-to-watch-all-of-netflix/>)

³ <https://www.cmu.edu/news/stories/archives/2019/april/binge-watching.html>

rajeva u kojima postoji sloboda izbora, ali samo izbora kojim proizvodom čemo pokušati da utolimo našu konzumerističku strast.

Drugacije pričanje priča

Netfliksov pristup gledalačkom iskustvu moguće je uporediti sa onom ugostiteljskom *all-you-can-eat* ponudom. Maratonsko gledanje serija čini našim gledalačkim navikama ono što prežderavanje čini našim crevima i želucu. Pa ipak, da bi prikovoao pažnju publike za stotine i stotine sati svog programa, Netfliks i slične kompanije su morale da svoju ponudu obilato prošire, ali i drastično promene. Pored sugestivnih preporuka za nove serije, a na osnovu praćenja onoga što ste do tada gledali, Netfliksov korisnički interfejs daje mogućnost da se preskoči špica, a na kraju svake epizode se automatski pušta naredna. Producenci su tako uspeli da gledanje učine intenzivnjim, unapređenim i teškim za prekidanje. Tim putem bindžovanje jamči produženo uživanje u narativu. Sezone, sa svojim „narativnim lukom“ koji podrazumeva mnoštvo likova, zapleta i podzapleta, počinju da se gledaju kao ogromni, višesatni filmovi,⁴ rezultirajući sve većom i većom količinom vremena koju provodimo pred (raznim) ekranima.

Utisci publike nude argumente u korist ove inovacije. Bindžovanje ukida nekadašnje frustrirajuće čekanje na narednu epizodu, koje su emitovane najčešće jednom nedeljno. Takođe, pošto se ove provajderske platforme finansiraju isključivo iz pristupačne pretplate, epizode se više ne prekidaju dosadnim reklamama. Međutim, možda je najvažniji podstrelkač bindžovanja osećanje da smo mnogo dublje uvučeni u samu priču i da narativ ostavlja jači efekat na nas. Gledanje epizoda ulančanih istim zapletom mnogo je intenzivnije kada se one gledaju uzastopno, bez prekida, u jednom naponu fokusa i emocija. Stoga, možemo primetiti kako postupno nestaju serije čije su epizode bile pojedinačne, svaka narativno zaokružena pa se praktično cela serija mogla gledati na preskok. Ali njihova adiktivna moć je bila srazmerno manja. Celovitost priče u okviru pojedinačne epizode ostala je rezervisana najčešće za sitkome, detektivske serije, nastupe komičara i kulinarske emisije. Iako ne pružaju dovoljno uzbudjenja i ne izazivaju toliku zavisnost, i oni imaju svoje prednosti: jeftini su, lako „probavljni“, neopterećujuće zabavni i kratko traju (između 20 i 30 min). Zbog toga su prijemčivi korisnicima koji vole „da puste nešto da ide u pozadini“ dok se bave drugim poslovima.

U jednom naučnom istraživanju⁵ posvećenom uticaju bindžovanja na san sažeto su sumirane karakteristike narativa koje osiguravaju bindžovanje. Dakle, program mora podrazumevati 1) veliki broj 2) što raznolikijih tokova priče koji se 3) protežu na minimum više od jedne epizode i koji se 4) često prepliću tokom sezone ili se 5) tek na samom kraju ispo-

⁴ Paralele sa ovim možemo primetiti i u dve tendencije u holivudskim blokbasterima koje se javljaju poslednjih godina: 1) filmovi traju sve duže i duže, čak i po 3 sata, a organizovani su u 2) čitave serijale paralelnih univerzuma pojedinačnih junaka ili grupa.

⁵ Liese Exelmans, MA1; Jan Van den Bulck: *Binge Viewing, Sleep, and the Role of Pre-Sleep Arousal* (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5529125/pdf/jcsm.13.8.1001.pdf>)

stavljuju nekako povezani. Ovako gusto isprepletanu i višeslojnu narativnu strukturu zapravo bi bilo nemoguće ispratiti na tradicionalan način, što će reći sa sedmodnevnim pauzama. To nam ilustruje slučaj sa kulnom serijom *Čista hemija* (*Breaking Bad*), koja inače važi za jednu od prvih ikada bindžovanih serija. Naime, emitovane jednom sedmično, epizode prve sezone startovale su pod okolnostima koje im nisu bile naklonjene (štrajk udruženja holivudskih scenarista, sportske utakmice koje su se preklopile sa pilot-epizodom i sl.). Tokom emitovanja prve tri sezone, *Čista hemija* se, uprkos nagradama i pohvalama stručne javnosti, zapravo neprestano mučila da održi gledanost. Preokret, prema priznanju⁶ idejnog tvorca Vinsa Giligana i jednog od glavnih glumaca Erona Pola, nastaje u trenutku kada producentska kuća AMC sklapa ugovor sa Netfliksom o distribuciji prve tri sezone, koje su objavljene odjednom. Pošto se tek u tom trenutku javlja pomama za serijom koja će joj obezbiti kulni status, moramo priznati da su Netfliks i bindžovanje spasili *Čistu hemiju*. Međutim, mišljenja sam da je dinamika narativa, kako su se sezone nizale, sve više služila za puko demonstriranje scenariističke dosetljivosti kako da za što kraće vreme provedu što više junaka kroz što više zapleta. I što je svaki naredni bio napetiji, ubedljiviji i bolje izведен (i razrešen), pojačavao se i moj utisak da su oni uveliko postali sami sebi svrha, iako je serija tim adrenalinskim pokretačima radnje zasigurno privlačila novu i odanu publiku.

Za razumevanje strukture televizijskih fabula i junaka, esej Teodora Adorna „Kako gledati TV“ iz daleke 1953. čini se i dalje relevantnim. Na jednom mestu u tom tekstu autor analizira upotrebu stereotipa u igranom programu, što je dragoceno iz ugla njihovog dovođenja u uzročnu vezu sa specifičnostima proizvodnje televizijskog materijala: „Tehnologija televizijske produkcije čini stereotipe skoro neizbežnim. Manjak vremena dostupnog za pripremu scenarija i obiman materijal koji treba konstantno proizvoditi zahteva određene formule.“⁷ Zatim on ističe da zahtev za stereotipima i tipiziranošću junaka diktira i vremenska ograničenost epizoda, koje ostavlja deficit prostora da se prikažu sve psihološke nijanse u njihovoj karakterizaciji. Međutim, iako Adorno navodi da stereotipi mogu imati funkcionalnu ulogu u smislu organizovanog predviđanja iskustva i sprečavanja pada u mentalni haos, te ih stoga nijedna umetnost ne može potpuno odbaciti zbog toga što uvek postoje dve strane svakog psihodinamičkog fenomena, može se dogoditi da postavka kulturne industrije koja preterano rabi stereotipe pomuti uvid u realnost. Pojačana potreba za klišeima odraz je žudnje da se unese poredak u sve kompleksniji, brži i konfuzniji savremeniji život. Zato Adorno rigidno konvencionalne poruke utkane u fabulu kojima se kontroliše reakcija publike naziva „pseudorealističnim“. Iskustva i događaji junaka dizajnirani su da izgledaju autentično, a zapravo to nisu, već predstavljaju obrasce koji čine da lakše pratimo priču, ali i istovremeno otupljuju funkcionalni potencijal našeg iskustva. Naravno, podrazumeva se da Netfliks i drugi nisu „izmisliili“ eksploraciju stereotipa, samo je hiperprodukcija koja računa na bindžovanje tu eksploraciju podigla na nezamislive nivoje.

⁶ <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a15063971/breaking-bad-cast-interview/>

⁷ <http://users.clas.ufl.edu/burt/l%27mnotcrazy!/AdornoHowtoLookatTelevision.pdf>

Borba protiv sna

Ove promene narativnih struktura koje su uveli producenti/distributeri medijskog sadržaja omogućile su im da bindžovanjem drže publiku ispred ekrana toliko dugo da to počne da utiče na njihove obrasce ponašanja. Bindžovanje nije samo nuspojava nove kulture gledanja koju je stvorio Netfliks, nego posledica tendencioznog manipulisanja sistemom nagrađivanja, kako to vidi profesor na studijama kognitivnih medija Džejk Alden Vrajtner sa Univerziteta Kent. Po njemu, najpre imamo iskustvo nekog zadovoljstva, zatim razvijamo žudnju za njim, dok ne pribavimo sebi nagradu u vidu ispunjenja tog zadovoljstva. Na kraju se bihevioralistički adaptiramo ovom ciklusu, ne bismo li ga ponovo izazvali. U serijama, zadovoljstvo se javlja sa katarzom nakon prevazilaženja prepreka na putu pred junacima i junakinjama sa kojima se identifikujemo. Naravno, ovaj obrazac eksploracije narativa postoji od samih početaka TV produkcije, kao i Holivuda uostalom. Međutim, bindžovanje, kako tvrdi Vrajtner, „rezultira kontinuiranim ciklusom pružanja zadovoljstva (...) čime gledalac dobija konstantan fiks u obliku koncentrovanog užitka”,⁸ na čijem kraju neminovno sledi ogromno razočaranje kada se potroši sav materijal za pružanje zadovoljstva. Dakle, kada se odgleda poslednja epizoda.

Postoji veliki broj naučnih istraživanja koje se bave time na koji način promena obrazaca ponašanja izazvana manipulisanjem sistema za nagrađivanje utiče na naše zdravlje. Prvo što će sigurno stradati pred udovoljavanjem bindžovanju jeste san. Studije koje su se bavile korelacijom spavanja i neprekidnog gledanja serija pokazale su da bindžovanje utiče na izazivanje nesanice zbog pojačanog „kognitivnog uzbuđenja” nakon konzumiranja mnogobrojnih epizoda u malom vremenskom periodu. Ovo istraživanje, u kojem su ispitanici i ispitanice imali između 18 i 25 godina, pokazalo je da jedna sesija bindžovanja obično traje malo više od 3 sata i da se u proseku odgleda između 3 i 5 epizoda.⁹ Jedna statistička analiza TV publike u Sjedinjenim Državama pokazala je da u 86% slučajeva ljudi kasnije odlaze na spavanje da bi odgledali seriju, a 52% ostaje radi toga budno i celu noć (uz to, 40% se lošije hranilo i manje vežbalo zbog bindžovanja).¹⁰

U članku „Koliko je nezdravo bindžovanje?” na sajtu *Riders dajdžesta (Reader's Digest)* sumira ce nekoliko posledica bindžovanja po zdravlje: podrazumevajuće nekretanje zbog dugačkih intervala sedenja (kao dodatak onome na koje smo već prisiljeni u kancelarijama) pojačava rizik od dijabetesa, srčanih oboljenja i kancera; bindžovanje kroz podsticanje naše adiktivnosti utiče na društvene aspekte našeg života, jer ono ohrabruje našu asocijalnost; tu je i tzv. „hedonistička adaptacija” zbog koje nam je sve češće potrebno sve više sve jačih izvora zadovoljstva.¹¹ Ukratko, najneophodniji resurs za bindžovanje jeste slobodno vreme, a čini se da je danas njegovo poslednje nalazište u preko potrebnom snu. Kao potvrdu da

⁸ <http://www.hopesandfears.com/hopes/now/question/216901-does-binge-watching-tv-make-it-less-enjoyable?fbclid=IwAR1OsghJRG6Po-i0AycY54TGlqXygaLjJDFmjVvLMBEyX8yrl-JWEdDeTng>

⁹ <https://aasm.org/binge-watching-television-associated-with-poor-sleep-in-young-adults/>

¹⁰ <https://morningconsult.com/2018/11/06/most-young-adults-have-an-appetite-for-binge-watching-shows/>

¹¹ <https://www.rd.com/culture/binge-watching-unhealthy/>

rezultati ovih istraživanja nisu slučajni, niti plod nečije paranoje od zavere protiv gledalačke publike, imamo izjavu jednog od generalnih direktora Netfliksa Rida Hejstinga iz 2017: „Mi se zapravo takmičimo sa spavanjem. I pobeđujemo!”¹² Pa ipak, iako je ova kompanija od 2013. do 2017. napadno promovisala termin bindžovanje u svojim medijskim saopštenjima i propagandnim sloganima, sa sve češćim i sve poraznijim analizama posledica bindžovanja, već početkom 2018. ta reč je uveliko nestala iz korporativnih saopštenja Netfliksa. Istovremeno, glumcima u njihovim serijama sugerisano je da izbegavaju taj pojam tokom promotivnih kampanja.¹³

Možda nije suvišno naglasiti da motivi za bindžovanje nisu plod neke strašne patologije, već su veoma „ljudski”. Bindžujemo zato što nam to pojačano i poboljšano gledalačko iskustvo pruža dosad nezamislivo prožimanje sa narativom i junacima. Samo gledanje serija je efikasno relaksirajuće sredstvo koje nam može pomoći da se opustimo. Osim toga, kao ništa drugo do sad, daje nam nakon odgledane sezone ili čitave serije i osećanje dovršenosti i zaokruženosti. Bindžovanje kao kulturni fenomen utiče i na našu društvenu inkluzivnost, jer serije i filmovi česta su tema razgovara sa prijateljima, naročito kada je nešto aktuelno u pitanju, a možemo učestvovati i u raspravama na blogovima i društvenim mrežama. Međutim, bojim se da bi bilo pogubno da iz perspektive izgubimo i činjenicu da striming firme kroz bindžovanje računaju na našu infantilnost pred dostupnošću zadovoljstva. U izvesnoj meri, čovečanstvo je nezrelo za mogućnosti koje napredak tehnologije nudi, i stoga se ona ili preterano upotrebljavaju i/ili zloupotrebljavaju. Ako je najidealniji korisnik striming servisa onaj koji neprestano ponavlja „Još! Još!”, onda je izlaženje u susret toj nezrelosti poput udovoljavanja nezajažljivom apetitu za slatkišima kod dece.

Postoje mišljenja¹⁴ o tome kako bi se problem sa bindžovanjem mogao rešiti povratkom na strukturalnu ulogu tradicionalne televizije, što mi se ne čini kao najpametniji izbor. Sa zrevanje ne treba da podrazumeva ukidanje slobode izbora, koju distributeri medijskog sadržaja nesporno nude, već buđenje svesti o odgovornosti pred tim izborima. Ako je bindžovanje zaista loše po naše zdravlje, moramo naučiti kako da se kontrolišemo. Još jedna karakteristika bindžovanja na koju se ukazuje u analizama jeste to što mu se veoma često prepuštamo slučajno i nemerno. Inicialno planirajući da provedemo ograničeno i unapred isplanirano vreme pred ekranom, po inerciji na to često utrošimo mnogo više vremena. Mogu se naći sugestije da bi se ovo moglo rešiti opcijom vremenskog ograničenja pristupa sadržaju, ili ograničenjem broja epizoda/filmova koje možemo pogledati u toku dana. Ruku na srce, iako mi se čini da bi takva mogućnost mogla biti delotvorna, očekivati da se tako nešto sproveđe u delo je isto kao očekivati od neke naftne kompanije ulaganja u proizvodnju električnih automobila.

S tim u vezi, verovatno je najveća zabluda koju nam striming platforme nude zapravo privid kontrole. Vršenje odabira u nepojmljivo velikoj ponudi medijskog sadržaja treba da

¹² <https://www.vanityfair.com/hollywood/2019/01/netflix-competition-disney-hulu-fortnite>

¹³ <https://www.investopedia.com/tech/netflix-obsessed-binge-watching-and-its-problem/>

¹⁴ <https://www.hec.edu/en/knowledge/instants/tv-series-consumption-habits-era-netflix-how-young-adults-embrace-and-protect-themselves-atawad-tv-watching>

nas ubedi da samo mi određujemo šta čemo, kada čemo i koliko gledati. A zapravo baš bindžovanje nudi analitičke podatke o tipu programa koji je najpopularniji, kao i o obrazima konzumiranja sadržaja, na osnovu čega producentski timovi osmišljavaju budući program i uslove korišćenja. Glavna stvar na koju oni računaju jeste odsustvo najvećeg neprijatelja kapitalizma – naše samokontrole. Uz to, tu je i eksploracija osećanja usamljenosti i otuđenosti, neretko praćenih depresijom i hroničnom iscrpljenošću.¹⁵ Dani, nedelje pa i meseci koje provedemo u bindžovanju su simptomi našeg bežanja u samoizolaciju, bežanje od realnih ljudi na multimedijalna ostrva naseljena isključivo ljudskim hologramima. Komercijalnom robom i avatarima govorimo svetu koje serije bindžujemo, šaljući okruženju informaciju za koji sistem vrednosti se zalažemo, što bindžovanje čini i sredstvom za (samo)identifikaciju. Povratna reakcija nas i ne interesuje jer bindžovanje predstavlja novi oblik eskapizma u kojem najzad zauvek možemo biti istovremeno i sami i okruženi ljudima.

¹⁵ https://www.eurekalert.org/pub_releases/2015-01/ica-fol012615.php