

"ריגשת אותי!": ספרות בעידן ה־Storytelling Boom

הספרות החדשה עתירת רגישות ורגש,
משום שזו מטרתה. אך בשל כך היא גם נטולת דמיון,
מפני שההסתגרות ב"אני" מייתרת עלילה או דמויות
ומצמצמת את העולם הבדיוני.

ברטיבים כתובים נמצאים בכל מקום: קטעי פרוזה קצרים של תובנות אישיות והגיגים אינטימיים, שמגיחים בשטף גנדרני אל אברי־המסכים מתוך הבנאליות של חיי היומיום. הם מציפים את הרשתות החברתיות ואת שלל אמצעי התקשורת, ופולשים גם אל מדפי הספרות. לכולם יש סיפור לספר, כל הזמן, בכתב, על עצמם. חוקרי נרטיב מכנים את התופעה הזאת "Storytelling Boom". ואולי זאת לא תופעה זמנית אלא אירוע מתמשך; מצב עניינים חדש בעולם. וזו מתחילה להיות בעיה, לפחות לגבי קוראים כמוני, כי הסיפורים הללו – תמיד בגוף ראשון, תמיד שקועים בהדהוד פנימי של משהו שמתרחש מבחוץ – מתחילים ליטול חזקה על הדמיון הספרותי וגם על תעשיית הספרות. ה־Storytelling Boom משגשג. התוצרים שמופצים במסגרתו נשענים על רפרטואר נרטיבי מוגבל, פומבי ומרצד: אני אדם מוסרי, שנתקל בעוול ומגיב לו; אני חותר אחר רווחה ואושר; יש בי עומק רגשי ומיומנות פואטית; חיי ייחודיים ובעלי משמעות; הביטוי, הרגישו כלפי!

כותבים כך ועל כך, לא רק כי אפשר – אלא גם כי צריך. שילוב כוחות אידיאולוגיים רבי־עוצמה מפעיל את הסיפורים הללו, ונתמך בפלטפורמות טכנולוגיות שהולמות אותם. בחדר המכונות של הכתיבה החדשה משקשקות הבוכנות של התרבות הניאו־ליברלית, שמקדמת את הניוד העצמי של האינדיבידואל באמצעות הפרטת החוויה האנושית מהכללי אל הפרטי (כן, השלום מתחיל בתוכי. הכול למעשה מתחיל בתוכי), לצד הקמעטה בעוצמת

השפעתם של תהליכים ומבנים חברתיים רחבים. לצידו פועל הקפיטליזם הצרכני הנאור, שמספר לנו שהייחודיות שלנו תלויה רק בהצגתה הפומבית בעולם. את המלאכה מצדיקה בקול גדול הפסיכולוגיה הנרטיבית הפופולרית, על שלוחותיה הרבות בתוכניות המציאות ובחוגים האקדמיים לספרות. היא מטיפה לנו שנרטיבים מאפשרים חיזוק של יכולות האמפתיה והסובלנות החברתית, באופן שממלא תפקיד במארג של יחסים חברתיים ובהתפתחות מוסרית.

אלא שלעומת הכתיבה הספרותית המסורתית, האמפתיה וההזדהות הן משאב שנצרך על ידי הכותב, ולא אפקט שמופעל על הקורא. לפיכך, הבדיון החדש מעוצב באמצעות אסטרטגיות של העצמה-עצמית: הגוף הראשון מושל בכיפה באמצעות תיעוד של חוויות והלכי נפש המביעים התמקדות מופלגת ב"אני". הסגנון הנרטיבי החדש מתמסר לתפקיד אינסטרומנטלי בלעדי, שבו מתנהלים יחסי גומלין בין אפקט הריגוש לבין גיוס ההכרה או האמפתיה ("ריגשת אותי עם הטקסט המרגש שלך, ולכן אני מכיר בך").

אין פלא אפוא שסיפורים אוטוביוגרפיים מסוג זה הפכו לתרופת פלא למגוון מסחר של ליקויים אישיים וחברתיים: הם מניעים החלמה אישית וקהילתית מעמדת קורבנות; הם מאפשרים לתזמר מערך יעיל של זהות ולשווק את ה"עצמי". מבחינה זו, יועצי השיווק והמיתוג הופכים למבקרי הספרות החדשים. יועצים ומנחים של סדנאות Storytelling מטיפים לבנות סיפור ולשתף אותו כתנאי לנוכחות הסובייקט בעולם (ואין זה משנה אם מדובר באדם, במוצר פיזי או ברעיון). "כמה פעמים שמעתם שאתם חייבים לספר סיפור?", נכתב באחד מאתרי הייעוץ המיתוגי; "בואו נמצא ביחד את הסיפורים הבלתי נשכחים שירתקו את הקהל שלכם, שייגעו בו ויהפכו את התכנים שלכם לסיפור הצלחה". ההנחיות לגבי אופי הסיפורים שבאמצעותם ניתן לייצר חוויה (כלומר לבנות מותג), מתחקות אחר כללי היסוד של הכתיבה האינטימית החדשה. הסיפורים צריכים לעורר הזדהות ("אנשים מרחבי העולם חולקים את אותם הצרכים הרגשיים – שיעריכו אותם, שישומו אליהם לב ושיבינו אותם. אם תספרו סיפור המעורר הבנה והזדהות, תוכלו לגרום ללקוחות שלכם להרגיש קשורים למותג שלכם"); הם יכולים להבטיח להפוך את החיים לטובים יותר (כלומר להציג "אתגרים וקשיים יומיומיים ולהציע דרך לפתור אותם"), או להפיג בדידות, כי את/ה לא לבד ("לפעמים אנחנו מרגישים שונים ולא במובן חיובי, רק בגלל שאנחנו עושים את הדברים אחרת. לפעמים השוני הזה הופך למעמסה רגשית עבורה, עד שחברה מוצלחת אחת באה ומזכירה לנו שהדרך שבחרנו היא הנכונה ביותר עבורנו").*

המפיו הזה מדייק באופן שבו הוא מונה את הפונקציות שסיפורי ה-Storytelling Boom ממלאים כיום. כולן אופטימיות: קושרות בין אנשים, מפיגות בדידות, מפרנסות הזדהות ואמפתיה של רגע. קשה לסרב להן, כי סיפורים מרגשים לא יכולים לעמוד במבחן ביקורתי – ואחת היא מה מטרתם ומה הם משרתים. החיווי "ריגשת אותי!" מיותר כל ביקורת או הקשר; מי שמסרב לו נחשד באטימות, ברשעות או בציניות.

לכתיבה החדשה יש השלכות על תעשיית ההוצאה לאור, והן דרמטיות. ראשית, הנרטיב הבדיוני נעשה כלי זמין של איכות חיים ושל "well-being". בתרבות הראווה

* הציטוטים לקוחים מתוך אתר חברת "אונדהאוס", <https://onthehouse-digital.com/storytelling>

שבה גם האני הוא סחורה, האריזה הנוצצת של הריגוש נתונה לגחמות של יעילות הפצה וחשיפה ויראלית. לפיכך תעשיית ההוצאה לאור הולכת ומתבססת על חוקי ההיצע ולא על חוקי הביקוש (כולם מספרים על עצמם, אבל מי יקרא את זה?). מכיוון שהכתיבה היא אופציה של "השקעה בעצמי" שמעידה על זכאות, בדומה לתשלום על בגד יקר או על חופשה מפנקת, המוצר הסופי היא אובייקט מחופצן של סטטוס. התוצאה היא, כפי שאפשר להבחין בנקל, שתעשיית הספרות נשענת על כלכלה מופרטת, המזומנת לעיתים קרובות על ידי המחברים. אם הכלכלה המסורתית הציעה ספרים לקהל קוראים, כעת היא מציעה שירותי הוצאה לאור לקהל הכותבים.

ההשלכה השנייה כרוכה בהנחה שהספרות הופכת אותנו לאנשים טובים. אלא שהמידות הטובות המיוחסות לקריאה מוחלפות במעלות הכתיבה. פרסום ספר הוא עדות להגשמת חלום, להצלחה ולבעלות על משאבים סמליים ונומינאליים; גם במובן שהמחבר מזהיר על הון רגשי בדמות חוויותיו והלכי נפשו יוצאי הדופן, ולפיכך ראוי להפיצם – אך גם משום שהפצה זו כרוכה ביכולת כלכלית המצויה בכיסו. במילים אחרות, האופי המוסרי של הספרות נודד לתחום ההגשמה העצמית של הכותב, ופחות של הקורא.

ההשלכה השלישית היא המטרידה מכולן, משום שהיא נוגעת ישירות באופיים של הסיפורים שנכתבים ובסגנונם. הספרות החדשה עתירת רגישות ורגש, משום שזו מטרתה. אך בשל כך היא גם נטולת דמיון, מפני שההסתגרות ב"אני" מייתרת עלילה או דמויות ומצמצמת את העולם הבדיוני. במשק היצירתי-נפשי האוטרקי של הכתיבה, ההתנסות הפיזית והנפשית של הכותב מספיקה לעצמה. זו אכן שעתם הגדולה של האוטופיקציה האינטימית ושל זרם התודעה הספונטני, שאינם מבוססים על מרחק מהאירועים אלא על רשומון אינטימי ומידי; על מעגל סגור של זיכרונות והרהורים, הרהורים וזיכרונות. גם התמטיקה דומה; מכיוון שמה שמעורר אמפתיה הוא עדות על סבל, הנרטיבים עוסקים על פי רוב בטרומה אישית. אם אין טראומה, אין רגש; ואם אין רגש – אין הון. מרכיבי מערכת היחסים הזו מתנהלים ביחס ישר: ככל שהטרומה חריפה יותר, כך היא משפיעה מטובה על השאר. ואם אין טראומה עסיסית בנמצא, תמיד אפשר לחלץ רגע ביורפי של קושי (כשהייתי ילד, אימא עשתה בושות בגן; מערכת היחסים שלי נגמרה; מישוהו קילל בכביש; יש נזילה בדוד במקלחת) ולנפח אותו למצב קיומי רבת-הודה. בכתיבה הזו, כל אירוע – פעוט ככל שיהיה – יכול להיתרגם לפצע שותת או לחלון של תובנה וגאולה.

[אין לי מילות סיכום, מלבד אלה: אני יודע שיש משהו צפוי מראש באופן שבו המילים הללו מגיבות לשינויים בכתיבה הספרותית בשילוב שמרני של חרדה גלויה ושל נוסטלגיה סמויה. אני יכול לסיים את דבריי בנימה אופטימית: אולי מהמצב החדש תתפתח גם פואטיקה חדשה ומעניינת; ואולי מדובר רק באופנה חולפת, שמתלווה בצנעה לספרות שמתבוננת בעולם (בגוף שלישי!). ליתר ביטחון – וזו כבר הצהרה בגוף ראשון שבוקעת מהלכי הנפש הפנימיים שלי ומעידה על טראומה אוטוביוגרפית – בכוונתי להתרחק מקריאה של אוטופיקציה חדשה. לעת עתה, נגמרה לי האמפתיה.]