

ARTHUR A. RANEY

## A moralitás szerepe a szórakoztató médiatartalmakra adott érzelmi válaszokban és élvezetükben

### ABSZTRAKT

A tanulmány azt vizsgálja, hogy milyen szerepet játszik a moralitás a szórakoztató médiára adott érzelmi válaszok vonatkozásában. A moralitás kétségtelenül befolyásolja, és bizonyos mértékig irányítja a médiatartalmakra adott érzelmi válaszainkat, és szerepet játszik abban, hogy milyen történetekre esik a választásunk, mely szereplőket szeretjük és melyeket gyűlöljük, milyen racionális magyarázatokkal támasztjuk alá ezeket az érzéseinket, illetve milyen érzelmeket váltanak ki az egyes események. Az élvezet és a jelentés mindezek eredményeképp jön létre. Médiafogyasztóként tehát érzelmeikkel reagálunk a szereplőkre (kedvelés), az általuk átélt helyzetekre (anticipátoros érzelme) és a sorsuk végső alakulására (élvezet és nagyrabecsülés). Minden egyes ilyen érzelmi reakciót a moralitás irányít: hogy kedvelünk-e egy szereplőt, azt a szereplők motivációjáról és viselkedéséről alkotott morális ítéletünk befolyásolja, az anticipátoros érzelmeinket az igazságosságra irányuló elvárásaink alakítják, az élvezet pedig abból az erkölcsi ítéletből fakad, melyet a történet zárlatának és az elvárt végkimenetelhez való viszonyának fényében fogalmazunk meg. Ezeket a folyamatokat és összefüggéseket az erkölcsi intuíció, a morális érzelme, és az erkölcsi elszakadás (*moral disengagement*) aktuális irodalmának fényében vizsgáljuk.

Kulcsszavak: erkölcsiség, erkölcsi elszakadás, morális érzelme, élvezet, affektív diszpozíció elmélete

A szórakozás mint médiahatás<sup>1</sup> az elmúlt évtizedben a kutatás figyelmének középpontjába került. Ez a kutatási irányzat a szórakozás és élvezet élményét a médiafogyasztás tudatosan keresett (és talán nem szándékolt következményekkel járó) hatásaként vizsgálja, melyben személyenként eltérő pszichológiai folyamatok és egyéni különbségek is szerepet játszanak. Ebben az összefüggésben a kutatók felhívták a figyelmet a néző szubjektív erkölcsi beállítódásának szerepére,<sup>2</sup> valamint arra, hogy a műfaj kiválasztását és élvezeti értékét jelentősen befolyásolja az igazságosságra irányuló vágy és motiváció.<sup>3</sup> A szereplők és a tartalom morális megítélése, valamint az erkölcsi vonatkozások kiiktatása<sup>4</sup> szintén hozzájárul az élvezethez. Ez a kutatás képezi a jelen esszé alapját. Ugyanakkor hozzá kell tenni, hogy az eddigi eredmények mindeddig nem tudták kielégítő mértékben magyarázni az érzelmek és a moralitás összetett kapcsolatát a szórakozás kontextusában. Reményeim szerint a következő oldalakon sikerül ezeket a hiányosságokat kiküszöbölnöm.

<sup>1</sup> Dolf ZILLMANN and Jennings BRYANT, „Entertainment as Media Effect”, in *Media Effects: Advances in Theory and Research*, eds. Jennings BRYANT and Dolf ZILLMANN, 437–461 (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1994).

<sup>2</sup> Mary Beth OLIVER, „Influences of authoritarianism and portrayals of race on Caucasian viewers’ responses to realitybased crime dramas”, *Communication Reports* 9 (1996): 141–150; Arthur A. RANEY, „Moral judgment as a predictor of enjoyment of crime drama”, *Media Psychology* 4 (2002): 307–324; Arthur A. RANEY, „Punishing media criminals and moral judgment: The impact on enjoyment”, *Media Psychology* 7 (2005): 145–163; Arthur A. RANEY and Jennings BRYANT, „Moral judgment and crime drama: An integrated theory of enjoyment”, *Journal of Communication* 52 (2002): 402–415; Dolf ZILLMANN and Jennings BRYANT, „Viewer’s moral sanction of retribution in the appreciation of dramatic presentations”, *Journal of Experimental Social Psychology* 11 (1975): 572–582.

<sup>3</sup> Manfred SCHMITT and Jürgen MAES, „Equity and justice”, in *Psychology of Entertainment*, eds. Jennings BRYANT and Peter VORDERER, 273–290 (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006); Dolf ZILLMANN, „The psychology of the appeal of portrayals of violence”, in *Why We Watch: The Attractions of violent entertainment*, ed. Jeffrey H. GOLDSTEIN, 179–211 (New York: Oxford University Press, 1998).

<sup>4</sup> Tilo HARTMANN and Peter VORDERER, „It’s okay to shoot a character: Moral disengagement in violent video games”, *Journal of Communication* 60 (2010): 94–119; Christoph KLIMMT, Hannah SCHMID, Andreas NOSPER, Tilo HARTMANN and Peter VORDERER, „How players manage moral concerns to make video game violence enjoyable”, *Communications: The European Journal of Communication Research* 31 (2006): 309–328; Arthur A. RANEY, „Expanding disposition theory: Reconsidering character liking, moral evaluations, and enjoyment”, *Communication Theory* 14 (2004): 348–369; Daniel SHAFER, *Moral disengagement for enjoyment’s sake: Judging the actions of fictional characters*, Paper presented at the 59th Annual International Communication Association Conference Chicago, USA, 2009.

## ADT ÉS AZ ERKÖLCS, AZ ÉRZELEM ÉS A SZÓRAKOZÁS KAPCSOLATA

Vizsgálatunk elején az affektív diszpozíció elméletét<sup>5</sup> elevenítem fel, mely az erkölcs–érzelem–szórakoztatás kapcsolatrendszerrel foglalkozik. Az ADT azt igyekszik feltárni, hogyan merítenek az emberek élvezetet a szórakozásból. Az elmélet szerint a szórakoztató média élvezete a szereplőkre és a szereplők sorsára irányuló érzelmekből fakad. Ebben a kontextusban az élvezetet legtöbbször olyan, a tetszéssel összefüggő érzelmi kifejezésekkel írják le, mint például a boldogság, a kedvelés és az áradó jókedv. A szórakoztató médiával összefüggésbe hozott számos érzelem tulajdonképpen jellemezhető *morális érzelmeként* is.<sup>6</sup> Az alábbiakban ezt az állítást fogjuk részletesen tárgyalni.

Miért vonzódnak a nézők érzelmileg bizonyos médiaszereplők iránt? Mely szereplők méltóak erre a vonzalomra? A nézők nyilvánvalóan kevésbé rajonganak a gonosztevőért, mint a főhősért. A társadalmi tapasztalat azt mutatja, hogy akár fikcióról, akár a valóságról van szó, a részrehajlás nem véletlenszerűen alakul. A mindennapi életben az erkölcsi érzék vagy megérzés<sup>7</sup> vezeti az embereket arra, hogy részrehajlást vagy előzékenységet mutassanak azok iránt, akikkel közösek az értékeik, hitük és erkölcsi felfogásuk. Azokkal az emberekkel azonosulnak tehát, akiknek a viselkedése és motivációi az általuk elfogadható erkölcsi kereteken belül mozognak. Ugyanez a helyzet a médiaszereplőkkel is: a szórakoztató média szereplőivel való érzelmi azonosulás szükségszerűen egybeesik a jóról és rosszról alkotott elképzelésünkkel. A médiaszereplőktől elvárjuk, hogy erkölcsösek legyenek. Ha egy szereplő cselekedeteit erkölcsileg igazolni tudjuk, általában elfogultak leszünk vele szemben, sőt erkölcsileg felmentjük, és más szereplők kárára is az előnyét kívánjuk. Ha viszont erkölcsi igazolás nélkül részesítjük előnyben az egyik szereplőt a má-

<sup>5</sup> ADT; Arthur A. RANEY, „The psychology of disposition-based theories of media enjoyment”, in *Psychology of Entertainment*, eds. Jennings BRYANT and Peter VORDERER, 137–150 (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006); Dolf ZILLMANN and Joanne CANTOR, „A disposition theory of humor and mirth”, in *Humor and Laughter: Theory, Research, and Application*, eds. Antony CHAPMAN and Hugh FOOT, 93–115 (London: Wiley, 1976).

<sup>6</sup> Jonathan HAIDT, „The moral emotions”, in *Handbook of Affective Sciences*, eds. Richard J. DAVIDSON, Klaus R. SCHERER and H. Hill GOLDSMITH, 852–870 (Oxford: Oxford University Press, 2003).

<sup>7</sup> Jonathan HAIDT, „The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment”, *Psychological Review* 108 (2001): 814–834; Jonathan HAIDT, „The new synthesis in moral psychology”, *Science* 316 (2007): 998–1002.

sikkal szemben, az kognitív diszonzanciához, szorongáshoz vezet,<sup>8</sup> és vajmi kevés élvezetet eredményez.

A szórakoztató média nézői értékelik és megítélik a szereplők viselkedését és motivációit, és ezek alapján döntenek el, hogy kit vegyenek pártfogásukba.<sup>9</sup> Minél jobban elfogadják erkölcsileg egy szereplő cselekedeteit és mozgatórugóit, *annál pozitívabb* viszonyulást alakítanak ki a szereplővel szemben. Azonban minél elfogadhatatlanabbnak tartják egy szereplő cselekedeteit és motivációit, *annál negatívabb* lesz a viszonyulásuk iránta. Számos további tényező (például a szereplő neme és vonzereje, a cselekmény, a párbeszéd, a műfaj, illetve a néző hangulata) is befolyásolja a nézők kapcsolatát a szereplőkkel, s így végeredményben egy bizonyos narratíva élvezetét is. Ugyanakkor az ADT-tanulmányok egybehangzóan igazolták, hogy az erkölcsi megfontolásoknak kulcsszerepe van abban, hogy a szereplőt megkedveljük-e vagy sem.<sup>10</sup>

#### ERKÖLCSISÉG ÉS A SZEREPLŐKRE ADOTT ÉRZELMI VÁLASZOK

Az utóbbi évek morálpaszichológiai elméletei elutasítják azt a régóta vallott racionalista álláspontot, miszerint minden erkölcsi ítélet tudatos felismerés és megfontolás eredménye. Az „új szintézis”<sup>11</sup> szellemében erkölcsi ítéleteinkben elsődleges szerepet játszanak az érzelmek, az érzések,<sup>12</sup> valamint az erkölcsi intuíció,<sup>13</sup> és a jó–rossz, kedvelt–nem kedvelt megkülönböztetést automatikusan végzi az agy filogenetikusan ősi érzelmi rendszere. Az erkölcsi intuíció „gyors, automatikus, és (rendszerint) affektív folyamat, melyben (a szereplő vagy a személy cselekedeteivel kapcsolatos) jó–rossz vagy *kedvelem–nem kedvelem* érzés mindenféle tudatos mérlegelés és következtetés nélkül alakul ki”.<sup>14</sup> Ez a nézőpont tökéletesen egybevág az ADT szakirodalomban megfogalma-

<sup>8</sup> Leon FESTINGER, *A Theory of Cognitive Dissonance* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1957).

<sup>9</sup> Dolf ZILLMANN, „Basal morality in drama appreciation”, in *Moving Images, Culture and the Mind*, ed. Ib BONDEBJERG, 53–63 (Luton, UK: Luton University Press, 2000).

<sup>10</sup> RANEY, „Moral judgment...”; RANEY, „Punishing media criminals...”; ZILLMANN and BRYANT, „Viewer’s moral sanction...”.

<sup>11</sup> HAIDT, „The new synthesis...”.

<sup>12</sup> Robert B. ZAJONC, „Feeling and thinking: Preferences need no inferences”, *American Psychologist* 35 (1980): 151–175.

<sup>13</sup> John A. BARGH and Tanya L. CHARTRAND, „The unbearable automaticity of being”, *American Psychologist* 54 (1999): 462–479; HAIDT, „The emotional dog...”.

<sup>14</sup> HAIDT, „The new synthesis...”.

zott megfigyelésekkel és feltevésekkel, melyek megkérdőjelezték, hogy a szereplőkhöz való viszonyulás kialakításában jelentős szerepe lenne a szereplői viselkedés és motivációk tudatos mérlegelésének.<sup>15</sup> Ma már kijelenthető, hogy a nézők morális érzelmei szabják meg, hogy mely szereplők irányában lesznek elfogultak és melyeket ítélnék el.

A nézők szereplők iránti elfogultsága ugyanakkor arra is kihatással van, hogy mennyire érinti meg őket érzelmileg a narratíva. Ez részben azért van így, mivel az elfogultság mozgásba hozza az „empátia erkölcsi, érzelmi folyamatát”.<sup>16</sup> Amint megszeretik a nézők a szereplőket, azonosulni tudnak küzdelmeikkel, együtt éreznek a fájdalmukkal és reménykednek végső sikerükben. A nem kedvelt szereplőkkel azonban képtelenek azonosulni vagy együtt érezni velük, és mivel a kedvelt szereplő sikerének útjában állnak, a nézők azt remélik, hogy elbuknak és odavesznek. Ezért ha egy kedvelt szereplő a biztos szenvedéssel vagy vereséggel néz szembe, akkor a nézők nyugtalanságot és félelmet éreznek a szereplő iránt érzett empátiájuk miatt. A döntő változó ebben az egyenletben az érzelmi viszonyulás, melyet morális megfontolások hívnak életre. Az erkölcsi meggondolás érzelmet vált ki, amely ezt követően lehetővé teszi az élvezetet.

#### MORÁLIS ÉRZELMEK ÉS SZÓRAKOZTATÁS

A szereplők által kiváltott érzelmek önmagukban nem jelentenek elegendő élvezeti forrást, fontos szerepet játszik az is, hogy mit tesznek a szereplők az elbeszélésben: megpróbáltatásokon és szenvedéseken esnek át, örömet és fájdalmat éreznek, s megtapasztalják a győzelmet és a bukást. Amint fentebb jeleztük, a nézők azért éreznek együtt a szereplőkkel, mert *előre számolnak a lehetséges végkifejlettel*. A nézők által megélt érzéseket morális érzelmekként azonosíthatjuk. Jonathan Haidt szerint morális érzelmeket olyan társas helyzetekben él át az egyén, melyekben nincs személyes érintettsége.<sup>17</sup> A szóra-koztató médiára adott válaszok minden kétséget kizáróan megfelelnek ennek a leírásnak, hiszen olyan érzelmeket váltanak ki, amelyeket mások (jóllehet közvetített és fiktív) megpróbáltatásait és diadalait átélve tapasztalunk meg.

<sup>15</sup> RANEY, „Expanding disposition theory...”.

<sup>16</sup> June P. TANGNEY, Jeffrey STUEWIG and Debra MASHEK, „Moral emotions and moral behavior”, *Annual Review of Psychology* 58 (2007): 345–371.

<sup>17</sup> HAIDT, „The moral emotions...”.

Az ADT megközelítése szerint élvezetesebb a néző számára a történet, ha a végén a kedvelt szereplők győzedelmeskednek, illetve az elutasított szereplőket balsors éri, és kisebb lesz az élvezet, ha a kedvelt szereplők sorsa balszerencsés fordulatot vesz, illetve az ellenszenves szereplők kerekednek felül. Első ránézésre ez a képlet elég egyszerűnek tűnik: a kedvelt szereplő sikere örömet okoz, míg egy ellenség sikere fájdalmas. Ennek a látszólag leegyszerűsített receptnek a mélyén azonban az erkölcsi ítélet bonyolult és összetett rendszere húzódik meg. Erre a komplexitásra utal Noël Carroll,<sup>18</sup> amikor a fikcionális környezetben megtapasztalt feszültséget olyan hatásként írja le, melyet az erkölcsileg felsőbbrendű, illetve a morálisan alsóbbrendű vagy egyenesen ördögi végkimenetel hívhat életre. Habár a nézők hajlamosak arra, hogy a lehetséges befejezéseket egyszerűen *rossznak* vagy *jónak* nevezzék, Carroll e leegyszerűsített kettősségen túl a szereplő iránti szimpátia alapját képező erkölcsi megfontolásokra mutat rá.

Carroll elemzéséből az a következtetés vonható le, hogy a drámai végkimenetel az igazságosságról és a morálisan helyes cselekedetről kialakított elképzelésekkel áll összhangban, ami számos további kutatással egybecseng.<sup>19</sup> A kitalált elbeszéléseken belüli ún. igazságosság-szekvencia (*justice sequence*)<sup>20</sup> egy vagy két olyan jelenetből áll, melyek egy ösztökélő és egy megtorló cselekedetet ábrázolnak, és egyúttal az igazságosságra vonatkozó állásfoglalásnak is tekinthető. Amikor például a *Maffiózók* második évadában Tony Soprano megrendezi FBI-informátorra avanszált barátja meggyilkolását, a történet állást foglal az igazságosságra vonatkozóan. Ugyanilyen állásfoglalás fogalmazódik meg abban a romantikus vígjátékban, melynek végén a slampos, ám szerethető srác elnyeri a „nem a súlycsoportjába tartozó” lányt.

A néző a mű végén abból a szempontból is értékeli a végkifejletet, hogy mennyire gondolja méltányosnak a kedvelt szereplőjével kapcsolatos elvárásaihoz képest. Ez az értékelés a legfontosabb, mert itt az élvezet forog kockán. Az értékelés részeként a néző összehasonlítja a látottakat az előzetes elvárásokkal, és eldönti, hogy mi a méltányos, helyes, igazságos, jogos, túlzó vagy épp elégtelen. Ennek a döntésnek az alapját a néző szereplők iránti érzelmei, saját igazságfogalmai, valamint a befejezésre vonatkozó elvárásai és előérzetei

<sup>18</sup> Noël CARROLL, *The Philosophy of Horror or Paradoxes of the Heart* (New York: Routledge, 1990).

<sup>19</sup> Kenneth A. LACHLAN and Ron TAMBORINI, „The effect of perpetrator motive and dispositional attributes on enjoyment of television violence and attitudes toward victims”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 52 (2008): 136–152; RANEY and BRYANT, „Moral judgment and crime drama...”.

<sup>20</sup> Uo., 404.

képezik. A nézők elvárják, hogy az elsősorban erkölcsi tisztességük miatt kedvelt szereplők becsületes és igazságos módon, míg az utált szereplők erkölcsileg igazolhatatlan módon cselekedjenek, ennek következményeképp pedig a főszereplő győzedelmeskedjen, és az ellenfele elbukjon. A nézők nem pusztán *akarják*, hanem *elvárják*, remélik vagy félik az olyan végkifejletet, ahol a kedvelt szereplők fölénybe kerülnek, az ellenszenvesek pedig megbűnhődnek, ami azzal magyarázható, hogy *a nézők az ilyen befejezést gondolják erkölcsileg igazolhatónak és helytállónak*. A drámai elbeszélés során megtapasztalt anticipátoros érzelmeket az a metafizikai remény táplálja, hogy a világban igazság uralkodik, és a jó mindig győzedelmeskedik a gonosz felett.<sup>21</sup> Ennek a reménynek az intenzitása természetesen az egyes nézők esetében eltérő, az elvárások megvalósulása azonban mindig élvezethez vezet.

Összességében elmondható, hogy a nézők érzelmekkel viseltetnek a drámai szereplőkkel (kedvelés), szenvedéseikkel (remények és félelmek) és sorssal (élvezet) szemben. Ugyanakkor az összes ilyen érzelmi reakciót a moralitás szabályozza: a szereplők viselkedésének és motivációinak erkölcsi megítélése megszabja, hogy a néző kedveli-e a szereplőt vagy sem. Az igazság helyreállításának reménye meghatározza az anticipátoros érzelmeket, az elévart befejezéshez mért valós végkimenetel erkölcsi megítélése pedig megadja az élvezet mértékét.

#### MENNYIBEN MORÁLISAK A SZÓRAKOZTATÁS SORÁN TAPASZTALT ÉRZELMEK?

Az eddig elmondottak alapján az olvasó könnyen arra a következtetésre juthat, hogy a szórakoztató média nézőit megszámlálhatatlan erkölcsi dilemma és ítélet árasztja el. Nem csoda tehát, hogy a társadalomkritikusok és elemzők gyakran kiemelik, hogy a szórakoztatás kulcsszerepet játszik a társadalom erkölcsi hanyatlásában. Ez a következtetés azonban elhamarkodottnak tűnik.

Amint az előző bekezdésekben bemutattuk, a szórakoztató tartalmak fogyasztása során tapasztalt érzelmek jelentős része morális érzelmeként határozható meg. A morális érzelmek leggazdagabb leírását és osztályozását Haidt

<sup>21</sup> Markus APPEL, „Fictional narratives cultivate just-world beliefs”, *Journal of Communication* 58 (2008): 62–83; Jeffrey H. GOLDSTEIN, *Why We Watch: The Attractions of Violent Entertainment* (New York: Oxford Press, 1998); Zick RUBIN and Letitia Anne PEPLAU, „Who believes in a just world?”, *Journal of Social Issues* 31 (1975): 65–89.



adta,<sup>22</sup> rendszere e tanulmány szempontjából is igen fontos. Haidt amellet érvelt, hogy egy érzelem erkölcsi vonatkozása mennyiségi kérdés. Ennek megfelelően megkülönböztethetünk prototipikus és kevésbé prototipikus morális érzelmeket. Másodsorban arra is felhívta a figyelmet, hogy egy prototipikus erkölcsi érzelem két alapvető dimenzióban különbözik a többitől: a kiváltó helyzet természetében és az ebből fakadó cselekvési tendenciában.

Ha egyik családtagunkkal történik tragikus esemény, például egy autóbaleset, az jellemzően szomorúságot, empátiát vagy szorongást vált ki belőlünk. Ha viszont egy idegen kerül hasonló helyzetbe, akkor inkább részvétet érezhetünk. Minél kevésbé érint minket személyesen a kiváltó helyzet, annál morálisabb az érzelmi reakció. Így a részvét morálisabb érzelmeknek tekinthető, mint a szomorúság, mivel a részvét az egyén és a kiváltó esemény közötti személyes kapcsolat nélkül jön létre. Az érzelmek ugyanakkor a kiváltó helyzetre reagáló cselekvésre is ösztönöznek minket. Azokat az érzelmeket tartjuk morális érzelmeknek, melyek nem a saját, hanem mások érdekeit szolgáló viselkedésre sarkallnak minket. Mind a szomorúság, mind a részvét készíthet arra minket, hogy egy ilyen baleset során közbelépünk, a részvétet azonban morálisabb érzelmeknek tartják, mivel a cselekvéses válasz olyan személyre irányul, akihez nem fűződik személyes érdekelttségünk.

Ezen kritériumok alapján az érzelmek egy kétdimenziós síkban elhelyezve lehetnek morálisabb vagy kevésbé morális érzelmek. Egy ilyen osztályozás természetesen erőteljesen szubjektív, kiindulhatunk azonban Haidt<sup>23</sup> általánosan elfogadott rendszeréből. Tarthatjuk a szórakoztató médiára adott érzelmi válaszokat definíciószerűen morálisnak, valójában azonban a szórakoztató eseményekre adott legjellemzőbb reakciók, mint a boldogság, a szomorúság, a mások szorongása miatti szorongás, félelem vagy káröröm a kevésbé morális érzelmek osztályába tartoznak. Ezeket ugyanis olyan személyek váltják ki, akiket a néző személyes ismerősének tekint. Összességében tehát a filmek, tévéműsorok, regények vagy videójátékok által kiváltott érzelmeket morális érzelmeknek tekinthetjük, de csak bizonyos megkötésekkel. Ezeket az érzelmeket ugyanis általunk kedvelt szereplők iránt tápláljuk, és ezért önös (bár következmények nélküli) cselekedetekre sarkallnak minket.

Ez azonban nem megfelelő. A szórakoztató médiatartalmakba való érzelmi bevonódás szükségszerűen elfogultsághoz vezet, hiszen a szórakoztatás nem működik, ha a nézőt nem érdeklik a megjelenített események. A szereplőkkel szembeni közömbösség esetében elmarad az empátia, így a nézőnek nem lesz-

<sup>22</sup> HAIDT, „The moral emotions...”.

<sup>23</sup> Uo.



nek érzelmi reakciói. Mindez azt jelenti, hogy a néző érzelmei csak részben tekinthetők morálisnak, hiszen erősen érdekelt a történet végkimenetelében.

Nem kérdés azonban, hogy léteznek prototipikus morális érzelmek; ilyen a (jogos) harag, emelkedettség, büntudat és részvét,<sup>24</sup> mivel ezek nem kötődnek személyes érdekekhez és proszociális cselekvést eredményeznek. De vajon kiválthat-e a szórakoztató médiatartalom prototipikus morális érzelmeket? A rövid válasz az, hogy „igen”. Mindenki fel tud idézni olyan filmeket, tévésorozatokot, regényeket, sőt, még komolyabb játékokat is, amelyek a részvét, büntudat, harag és emelkedettség érzéseit keltik. Ugyanakkor rögtön el kell ismerni, hogy a szórakoztatóipar eme termékei inkább kivételnek tűnnek, mintsem a szabálynak.

Azok a szórakoztató médiatartalmak, melyek prototipikus morális érzelmeket váltanak ki, arra sarkallják a nézőket, hogy a dolgok mögé nézzenek, a saját létezésükön elmélkedjenek és az emberi sorson töprengjenek. Nem csak érzik ezeket a morális érzelmeket, de úgy tűnik, hogy *el is gondolják* őket. A prototipikus morális érzelmeket kiváltó szórakoz(tat)ás tehát serkenti (vagy megkívánja) a bonyolultabb kognitív tevékenységet. Az emberek valószínűleg tisztában vannak ezzel a különbséggel, és e megkülönböztetés alapján választják meg, milyen médiatartalmat fogyasztanak.

Mary Beth Oliver<sup>25</sup> javaslatot tett ezzel kapcsolatban egy pontosabb fogalmi különbségtételre: a médiafogyasztás elsődleges motivációja lehet az örömközpontú élvezet vagy az eudaimónikus, illetve igazságkereső értékelés. A főképp szórakozásra vágyó médiafogyasztók az élvezetre törekednek, és remélik, hogy átélik a pozitív hatást. Azok, akiket inkább az élet céljáról vagy értelméről való elmélkedés vezérel, komplex érzelmi és kognitív élményt várnak. A kutatók többsége úgy gondolja, hogy a hedonisztikus élvezet a nézők többségének alapmotivációja, viszont abban is egyetértenek, hogy ezen felül a legtöbb (ha nem az összes) néző törekszik a szórakozáson keresztül megtapasztalható mélyebb felismerésekre is.

Jelen tanulmányban amellet érvelek, hogy az élvezet-értékelés különbségtétel a fogyasztók által megtapasztalt morális érzelmekben meglévő különbségeket is megvilágítja. Egyes médiatartalmak ugyanis több morális ér-

<sup>24</sup> Uo.

<sup>25</sup> Mary Beth OLIVER, „Tender affective states as predictors of entertainment preference”, *Journal of Communication* 58 (2008): 40–61; Mary Beth OLIVER and Arthur A. RANEY, *Development of hedonic and eudaimonic measures of entertainment motivations: The role of affective and cognitive gratifications*, Paper presented at the 58th Annual International Communication Association Conference, Montreal, Canada, 2008.

zelmi reakciót váltanak ki, mint mások. Ez az állítás néhány további érdekes kérdést is felvet: vajon bizonyos emberek természetüknél fogva hajlamosabbak olyan médiatartalmakat fogyasztani, amelyek prototipikus morális érzelmekeket váltanak ki? Ha igen, mely egyéni vonások felelősek ezért? Nevelhető-e az emberek arra, hogy ilyen tartalmakat fogyasszanak? Továbbá mik a következményei annak, ha olyan médiaélményeket keresünk – vagy éppen elkerülünk –, amelyek ösztönzik a morális érzelmi válaszokat? Fejlesztik, gátlják, rombolják vagy serkentik-e ezek a valós helyzetekre adott morális és érzelmi válaszainkat? A következő, tanulmányunkat záró rövid szakasz ezeket a kérdéseket feszegeti.

#### A SZÓRAKOZTATÓ TARTALMAK ÁLTAL KIVÁLTOTT MORÁLIS ÉRZELMEK LEHETSÉGES HATÁSAI

A fentiekből kiindulva azt gondolom, hogy a szórakoztató médiatartalmak fogyasztásában jelentős tényezőt képeznek azok a motivációk, melyek részben a morális ítélkezés gyakorlására irányulnak. A kutatók már évtizedekkel ezelőtt rámutattak, hogy a fiktív történetek és játékok jó lehetőséget nyújtanak arra, hogy valós fenyegetés nélküli környezetben nézzünk szembe azzal, amittől félünk és rettegünk, valamint képzeletbeli élményeken át próbáljuk ki a valós életben használt készségeinket, és mások küzdelmeinek követése által birkózzunk meg a saját démonainkkal.<sup>26</sup> A szórakoztató narratívák terápiás és gyakorlati célú felhasználásának kétségtelen velejárója az erkölcsi én kiművelése is. Ennek megfelelően fontos funkciója van az olyan médiatartalmak befogadásának, melyek a szórakoztatáson túl racionális értékelésre és morális érzelmek átélésére is sarkallják az egyént. A kutatók fontos feladata mélyrehatóan megismerni ezt a funkciót és hatásait.

A probléma a következő kérdést veti fel: mik a velejárói annak, ha szándékosan – és szinte kizárólagosan – azért nézünk szórakoztató médiatartalmakat, hogy kevésbé morális érzelmeket éljünk át, és hogy elkerüljük azokat az élményeket, amelyek megkívánják az erkölcsi dilemmákkal való konfrontálódást? A kutatók már évtizedek óta úgy gondolják, hogy a szórakoztató tartalmak kiválasztásának egyik fő szempontja a valóságtól való menekülés és a fi-

<sup>26</sup> Peter VORDERER, „It’s all entertainment – sure: But what exactly is entertainment? Communication research, media psychology, and the explanation of entertainment experiences”, *Poetics* 29 (2001): 247–261.

gyelemelterelés.<sup>27</sup> Azt gondolom, hogy a menekülést hedonisztikus, az élvezetkeresésre irányuló megfontolások motiválják. Ezek a nézők és játékosok rendszerint olyan élményeket keresnek, amelyek révén saját hektikus életük kényszerei és kötelességei elől sikerrel, életörömmel, szeretettel és izgalommal teli fiktív világokba menekülhetnek. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy ők valószínűleg a fentebb tárgyalt, kevésbé morális érzelmeket élék át.

Bármilyen legyen is azonban egy néző motivációja, morális kérdéseket minden médiatartalom felvet. Hogyan tudnak a nézők kitérni az ezekkel való szembe-sülés és a prototipikus morális érzelmek intellektuálisan fárasztó tapasztalata elől? A válasz összetett. Az esetek jó részében az ábrázolt tartalmak erkölcsi súlya a néző ellenállása ellenére elvezethet a morális kérdésekkel való szembe-nézéshez, hacsak nem eredményezi a tartalom teljes elutasítását (nevezetesen a figyelem elvesztését vagy egy új inger kiválasztását). Más esetekben azonban a menekülési vágy hatására a nézők képesek figyelmen kívül hagyni a tartalomban rejlő morális dilemmákat. Mintha levehető lenne az az erkölcsi szem-üveg, melyen keresztül láthatóvá válik a valós világ.

Ezt a jelenséget *az élvezet érdekében történő morális elszakadásnak (moral disengagement)* neveztem el,<sup>28</sup> csatlakozva Bandurának az erkölcsi alapelvek át-hágásának igazolásáról szóló elméletéhez.<sup>29</sup> Az ADT elmélet kereteiben ez a befogadói hozzáállás azzal magyarázható, hogy a nézők korábbi médiatapasztalataik alapján tudják, hogy az általuk kedvelt szereplők boldogulása okoz nekik élvezetet, ezért olyan módon értelmezik a cselekedeteiket – még azokat is, amelyek morálisan megkérdőjelezhetők, mint az ún. antihősök esetében –, hogy erényesnek és erkölcsösnek, morálisan motiválnak láthassák őket. A médiafogyasztók elfogultak a főhőssel és ellenszenvet táplálnak az ellenfél-lel szemben, ami torzítja a cselekedeteik további megítélését. A befogadó vá-gyik az olcsón megszerezhető élvezetre, a részrehajlás pedig elnyomja az er-kölcsi mérlegelés iránti késztetést. A cél az élvezet, és a nézők jól ismerik az

<sup>27</sup> Vö. a „használat és élményszerzés” elmélet irodalmát, például Jay G. BLUMLER and Elihu KATZ, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (Beverly Hills, CA: Sage, 1974).

<sup>28</sup> RANEY, „Expanding disposition theory...”; RANEY, „The psychology of disposition-based...”.

<sup>29</sup> Albert BANDURA, *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall: 1986); Albert BANDURA, „Social cognitive theory of moral thought and action”, in *Handbook of Moral Behavior and Development: Theory, Research and Applications*, eds. William M. KURTINES and Jacob L. GEWIRTZ, 71–129 (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum: 1991); Albert BANDURA, „Selective moral disengagement in the exercise of moral agency”, *Journal of Moral Education* 31 (2002): 101–119.

ehhez vezető legrövidebb utat és ezt is választják. Ez az út pedig a filogenetikusan ősi affektív rendszeren és a kevésbé morális érzelmeken át vezet, amit Haidt fent ismertetett társas intuicionista modellje is alátámaszt.<sup>30</sup>

Összegezve azt mondhatjuk, hogy az elbeszélések felkínálják a nézőknek azt a lehetőséget, hogy elmenekülhessenek ebből a folyamatos erkölcsi megfontolásokra készítő világból egy másik világba, ahol a jó győzedelmeskedik a gonosz felett, és mindenki boldogan él, amíg meg nem hal. A „kognitív fős-vénység” készítésének engedelmessé a nézők az elfogultságért és kivételezésért cserébe (f)eladják a morális mérlegelést. Mivel az a legfontosabb számukra, hogy jól érezzék magukat, szinte teljes erkölcsi szabadságot adnak a főszereplőnek, hogy ne kelljen lemondaniuk az élvezetről.

Mindezek figyelembevételével azt a kérdést is meg kell válaszolni, hogy leleselkedik-e veszély azokra, akik a szórakoztató tartalmat a valóságból való menekülésre használják. Felvértezi vagy felbátorítja-e őket az élvezet kedvéért történő erkölcsi elszakadás arra, hogy a valóságban is gyakran így tegyenek? Elsorvasztja-e a kevésbé morális érzelmelek folytonos keresése a prototipikus érzelmelek keresése iránti vágyat? Mint minden ilyen kérdés esetében, a válaszok meglehetősen összetettek, és nagymértékben függenek több tényezőtől is. Azok az erőfeszítések, amelyeket azért teszünk, hogy felvilágosítsuk gyermekeinket az olyan médiaüzenetek lehetséges negatív hatásairól, mint a faji előítéletek, nemi szerepekkel kapcsolatos sztereotípiák és jórészt elérhetetlen testalkatok, azt feltételezik, hogy a válasz ezekre a kérdésekre „igen”. Amikor a szakemberek a médiatartalmakkal szembeni kritikus hozzáállásra tanítják a gyermekeket, a nagyobb kognitív befektetés mellett foglalnak állást, ami természetesen magába foglalja az erkölcsi kérdésekkel való szembenézést is. Azok az erőfeszítések tehát, amelyek a káros hatások kordában tartását célozzák, arra ösztönzik a nézőket, hogy a szórakoztatóipar üzeneteit elemző módon dolgozzák fel.

Az eszképzizmus céljából űzött médiafogyasztásnak tehát lehet a valós életben mutatott morális passzivitás a következménye. Ha az emberek az élvezet kedvéért kikapcsolják erkölcsi alapelveiket (vagy legalábbis minimalizálják azok hatását), akkor jogosan gondolhatjuk, hogy a valós helyzetekben is így fognak cselekedni. További eltökélt kutatási célunk annak vizsgálata, hogy milyen hosszú távú hatásai lehetnek ennek a folyamatnak.

<sup>30</sup> HAIDT, „The Emotional Dog...”; HAIDT, „The New Synthesis...”.

## ZÁRÓ GONDOLATOK

A tanulmányban azt a célt tűztük ki, hogy megvizsgáljuk, milyen szerepet tölt be a moralitás a szórakoztató médiára adott érzelmi reakciókban. Mondhatja valaki, hogy több kérdés merült fel, mint amennyit megválaszoltunk, és lehet, hogy így is van. Ugyanakkor remélem, hogy a kutatás itt felvázolt irányvonalai másokat elvezethetnek ahhoz, hogy megbirkózzanak ezekkel az összetett kérdésekkel. A moralitás kétségtelenül befolyásolja a médiára adott érzelmi válaszainkat, s hatást gyakorol arra, hogy milyen történetekre esik a választásunk, hogyan viszonyulunk érzelmileg a szereplőkhöz, milyen racionális magyarázatokkal támasztjuk alá ezeket az érzéseinket, milyen érzelmeket élünk át az események vonatkozásában, valamint hogyan vezet el mindez az örömmérzethez. Mivel az emberek láthatóan egyre több időt fordítanak a szórakozásra, mindenkinek érdekében áll ezeknek az összefüggéseknek a pontosabb megértése.

(RANEY, Arthur A. „The Role of Morality in Emotional Reactions to and Enjoyment of Media Entertainment”. *Journal of Media Psychology* 23, no. 1 [2011]: 18–23.)

Fordította: *Cora Zoltán és Horváth Márta*