



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il  
Tribunale di Palermo  
n. 2 del 17 gennaio 2005  
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati  
gli articoli possono essere riprodotti a  
condizione che venga evidenziato che  
sono tratti da www.ec-aiss.it

## Malvagità e estetica: teorie recenti

Stefano Calabrese e Valentina Conti

### 1. Immergersi nel male: modalità d'uso

A opinione di Marie-Laure Ryan una delle caratteristiche fondamentali dei media digitali introdotti negli anni Novanta è la loro natura reattiva e interattiva, dove per “reattività” si intende la risposta a cambiamenti nell’ambiente o ad azioni non intenzionali dell’utente, e per “interattività” la risposta a un’azione deliberata dell’utente (Ryan 2004, p. 338). Ora, una delle nuove forme di storytelling è appunto la *fiction immersiva*, una narrazione dove il testo racconta eventi in un mondo simulato e in cui è l’utente a governare un personaggio o a identificarsi in lui, come in un videogame. Se in quest’ultimo gli input e gli output sono spesso interamente testuali, con comandi quali “guarda attraverso la finestra”, “attacca il drago”, “chiedi informazioni per l’autostrada”, Ryan sostiene che l’immersività fa a meno di comandi specifici ed è ormai entrata nelle abitudini del consumatore di prodotti estetici. La nuova frontiera del consumo culturale è divenuta l’immersività perché è venuto meno il corpo a corpo del testo e del contesto, dell’autore e del destinatario, del soggetto e dell’oggetto. Ora c’è soltanto il *prosumer*, il produttore-consumatore secondo il modello Ikea, ed è scomparsa definitivamente l’arte quale oggetto di contemplazione “frontale” a favore delle *installazioni*, dove lo spettatore “entra” nel testo artistico e vi si immerge per intero (Ryan 2011).

Giustamente Frank Rose, nel suo recente libro *Immersi nelle storie. Il mestiere di raccontare nell’era di Internet*, sostiene che l’imporsi del web e di sistemi di lettura non-sequenziali abbia fatto emergere un nuovo modello di empatia, fondata sul coinvolgimento emotivo del destinatario e sulla sua identificazione con l’emittente della narrazione stessa, sino alla soglia di una sostanziale indistinzione. Fine del lettore, trasformato in *prosumer*. Fine dello spettatore, trasformatosi in osservatore partecipe, lo spettatore (Rose 2013, p. 80 ss.). Nascita di forme di autorialità *diffusa*, come le fanfiction.

La spiegazione che fornisce Frank Rose è molto articolata. La nostra mente processa la realtà attraverso mappature neuro-cognitive in cui tutto giunge simultaneamente, senza un prima e un dopo, per cui *immergersi* significa far scomparire il *mio* tempo e il *mio* spazio a favore del tempo e dello spazio dell’*altro*, o almeno renderli simultanei; inoltre, l’esperienza partecipativa del *web* ha generato un tipo di prospettiva ad “alveare”, dove la crescente profusione di *link* fa in modo che la gelatina elettrochimica necessaria ad attivare neuroni e sinapsi crei connessioni su ampia scala e induca una perdita di identità del singolo individuo. Gli studiosi che si occupano di romanzi da un punto di vista psicologico sostengono che il trasporto narrativo (*narrative transportation*) è un’esperienza ad alto impatto cognitivo in grado di restituire al lettore la sensazione di perdersi in un mondo alternativo alla realtà (Green, Brock, Kaufman 2004): un individuo *trasportato* si trasforma in una specie di *avatar* coinvolto in prima persona nella storia a livello emotivo e cognitivo, grazie a un flusso simil-esperienziale che innesca vivide

immagini mentali.

Ebbene, l'immersività comporta addirittura che le nostre disposizioni verso i personaggi fittizi siano differenti a seconda che essi difendano o trasgrediscano le norme morali. Secondo test recenti, durante la lettura di un libro o la visione di un film, monitoriamo i personaggi alla ricerca di individui che si comportino bene e proviamo piacere quando il trasgressore delle norme sociali viene punito. La cosa non è banale: la mente dei lettori si comporta come un controllore morale costantemente impegnato a valutare le azioni dei personaggi come appropriate o no, ad applaudire o condannare le loro intenzioni e azioni. Gli psicologi parlano di una apprensione "vicaria" che porta il lettore a ricercare la "giustizia", e la cosa più straordinaria è che sembra ciò sia legato a un aumento dei livelli di ossitocina nel sangue dei lettori: tale ormone è considerato un indicatore dell'empatia, in grado di incrementare la tendenza alla moralità, la generosità degli individui e la passione per i brand dei prodotti da parte dei consumatori. Il neuroeconomista Paul Zak, direttore del Center for Neuroeconomic Studies della Claremont Graduate University, ha provato a misurare i livelli di cortisolo (ormone dello stress e dell'attenzione), e di ossitocina (la "molecola morale") in un gruppo di individui ai quali era stato richiesto di lasciarsi immedesimare in una narrazione animata in stile disneyano, rilevando con stupore una relazione tra l'aumento di ossitocina e il "giusto" andamento dell'intreccio (Zak 2012, p. 30 ss.).

Si tratta di un'ipotesi plausibile? In realtà ampie porzioni dell'intrattenimento estetico sembrano oggi smentire questo canone della giustizia distributiva e dello *happy end*. Va ricordato innanzitutto il successo della *sick-lit*, la letteratura "malata", negli ultimi anni. La serial fiction *Wonder* della scrittrice R. J. Palacio (2012), come molte altre fondata su focalizzazioni interne variabili di libro in libro (*Il libro di Julian*, 2014; *Il libro di Christopher*, 2015; *Il libro di Charlotte*, 2015), fa immedesimare il giovane lettore con la storia di un ragazzo affetto dalla sindrome di Tracher-Collins, malattia che deforma gravemente i tratti del viso, alle prese con il suo primo anno di scuola media. E ancora: i romanzi per ragazzi di John Green, che in *Cercando Alaska* (2005) tocca il tema del suicidio, mentre in *Colpa delle Stelle* (2012), con 9 milioni di copie vendute e un adattamento cinematografico, racconta la storia d'amore tra due giovanissimi ragazzi affetti dal cancro, che non può che concludersi con un tragico finale. La recente ri-edizione di *Io prima di te* di Jojo Moyes (seguito da *Dopo di te*, 2015), inizialmente pubblicato nel 2012, ma beneficiario di una nuova fortuna dopo la trasposizione cinematografica del 2016, racconta infine la difficile storia d'amore tra una ragazza e un giovane tetraplegico a causa di un incidente, che ha già deciso di morire ricorrendo all'eutanasia.

Soprattutto, va segnalata la marcata presenza in romanzi, film e serial TV quali *Dexter*, *Breaking Bad*, *The Sopranos*, *Kill Bill*, *Hannibal Lecter*, *V for Vendetta*, o *La paranza dei bambini* di Roberto Saviano, di personaggi che commettono azioni immorali per raggiungere i propri obiettivi, rinnegando in tal modo le caratteristiche tipiche dell'eroe tradizionale, moralmente buono ed eticamente corretto (Bernardelli 2017, pp. 9-11). Ora, come è possibile empatizzare con personaggi dalla condotta morale profondamente discutibile? L'"immersività" della Ryan acquisisce in questi casi una valenza diversa o, detto in altri termini, può avere effetti moralmente nefasti? Ci sono innanzitutto ragioni di tipo cognitivo. Lo psicologo canadese Albert Bandura (Bandura 2002) ha analizzato ad esempio i fenomeni di *disimpegno morale* (*moral disengagement*) in grado di inibire le autocensure e l'autocondanna ad esempio grazie al "confronto vantaggioso" – in cui si paragona la propria azione a condotte moralmente peggiori, ridimensionando per contrasto la valenza immorale del proprio comportamento –, mentre Arthur A. Raney ha affermato che la chiave del successo di questi eroi malvagi sia che "they must be morally justifiable" (Raney 2010, p. 167): solo in tal modo sarebbe possibile avere delle disposizioni positive verso personaggi moralmente ambigui, condizione necessaria per entrare in empatia con loro. I *rough heroes* oggi non commettono infatti azioni biasimevoli per il puro e semplice piacere di fare del male, ma c'è sempre un fattore narrativo che permette allo spettatore di "giustificarli" attraverso un meccanismo di *moral disengagement*. Ad esempio, in *Breaking Bed* l'insegnante di chimica Walter White comincia a produrre metanfetamina solo dopo aver scoperto di essere malato di cancro, allo scopo di assicurare un degno sostegno economico alla sua famiglia anche dopo la sua morte. Si tratta di personaggi *round* e complessi, *heroes* e al tempo stesso *villains*.

Ma ci sono altrettante ragioni di tipo narratologico. Nel suo contributo *Alignment, allegiance and murder* David Bordwell ha dimostrato come si possano utilizzare le potenzialità del punto di vista per incrementare la prossimità dello spettatore al personaggio, *allineandolo* a esso (Bordwell 2011): in *House by the river* di Fritz Lang (1950), durante una scena di grande tensione ed efficacia, è possibile fare oscillare la risposta empatica del pubblico verso uno o l'altro personaggio attraverso semplici movimenti di macchina. Mentre infatti Stephen, che ha compiuto un omicidio, cerca di indagare con finta innocenza sulle impressioni e le idee di sua moglie Marjorie in proposito, una chiusura dell'inquadratura sul suo personaggio farà parteggiare il pubblico per lui, facendogli temere che possa essere scoperto. Da parte sua, in *Blinded by familiarity. Partiality, morality and engagement with tv series* Margrethe Bruun Vaage ricorre al medesimo concetto di *alignment* per indagare il particolare fenomeno della moltiplicazione di "antieroi" come protagonisti della nuova serialità televisiva, comprensibile solo alla luce della *longue durée* dei serial: la narrazione diventerebbe infatti più interessante e ambigua se, dopo un periodo di latenza in cui ha avuto tempo e modo di assicurare la fedeltà dello spettatore al personaggio, essa ne mette in crisi i presupposti, facendolo cadere in contraddizione tra propensioni intuitive e ideologie morali (Vaage 2014, p. 270).

Vaage ripercorre le tappe del coinvolgimento dello spettatore, notando come il momento della *recognition*, ovvero il riconoscimento dei personaggi quali agenti capaci di determinare eventi, sia seguito da quello dell'*alignment*, benchè il vero e proprio scatto empatico si abbia con l'*allegiance* (fedeltà), cioè la condivisione dei valori morali dei personaggi. Bordwell sottolinea come l'*allineamento* debba essere differenziato dalla *fedeltà*, dal momento che altrimenti non si spiegherebbe la possibilità per uno spettatore di sentirsi schierato dalla parte di un personaggio che non considera positivo a livello morale. A suo avviso, il pubblico riesce a empatizzare con personaggi sostanzialmente negativi come Hannibal Lecter nel *Silenzio degli innocenti* o Tony Soprano ne *The Sopranos* principalmente attraverso la presenza nella narrazione di personaggi moralmente inferiori, ciò che gli consentirebbe di mantenere un "baricentro morale". Al contrario, secondo Vaage una totale indipendenza o non-correlazione tra *allineamento* e *fedeltà* risulterebbe problematica, se non altro perché i personaggi che conosciamo meglio e con i quali ci "allineiamo" modificano sistematicamente la nostra valutazione morale (Bernardelli 2017, pp. 53-64). Un semplice esempio: un'automobile in divieto di sosta multata e rimossa difficilmente potrà suscitare l'empatia di un passante; se invece il passante in questione venisse a conoscenza della storia di chi ha parcheggiato, magari giovane madre con un lavoro precario e sempre di corsa, tenderebbe immediatamente a trovarvi una giustificazione, sperando che non incorra nella sanzione e considerandone il mancato rispetto del codice stradale alla stregua di un'eccezione: "This could be extended to the following rule of human psychology: the more one learns about a specific case, the more one is willing to treat it as special... Learning about someone's background and their reasons for doing something works as an excuse for why the general rule does not apply so easily" (Vaage 2014, p. 270).

## 2. Splendori & splendori del *moral disengagement*

Nella sua formulazione tradizionale, la teoria delle disposizioni affettive (*affective dispositions theory*) considera il giudizio morale il fattore chiave per spiegare l'appagamento di un soggetto derivante da un prodotto mediatico. Secondo tale teoria, il divertimento (*enjoyment*) è una funzione delle reazioni emotive dello spettatore verso: (a) i personaggi, sotto forma di gradimento (*liking*); (b) i successi e gli insuccessi che i personaggi incontrano durante lo svolgimento della storia, sotto forma di reazioni anticipatorie, di speranze e di paure; (c) gli esiti finali raggiunti dai personaggi nella risoluzione narrativa, sotto forma di piacere o di divertimento (Shafer, Raney 2012, p. 1029). Il giudizio morale regola ciascuna di queste reazioni emotive: ad esempio, l'approvazione morale della condotta e delle motivazioni del protagonista ne accresce il gradimento, oppure l'aspettativa morale secondo cui gli eroi virtuosi dovrebbero essere ricompensati e i cattivi immorali puniti porta a emozioni anticipatorie in linea con essa, ma anche la valutazione morale dei risultati raggiunti, soprattutto in termini di ripristino della giustizia prevista, governa il godimento che sperimentiamo (Shafer, Raney 2012, pp. 1029-1030).

Sappiamo che intorno ai tre anni di età si formano gradualmente sia quel sistema di attese (*schema* o *frame*) che ci consente di capire l'evento che stiamo vivendo in prima persona, osservando come spettatori di una situazione o ascoltando, sia quella condizione di lettura situazionale (*script*) che ci permette di articolarlo in una sequenza ordinata. I due modelli di *schema* e *script* sono alla base non solo delle esperienze reali di cui siamo attori o spettatori ma anche di ogni racconto, romanzo, film e programma televisivo che leggiamo o vediamo. I *frames* (letteralmente: cornici, quadri concettuali) si riferiscono a oggetti *statici* o relazioni, e concernono le attese relative al modo in cui le aree esperienziali sono strutturate/classificate in una certa situazione. Lo stesso accade per la realtà finzionale: grazie all'esposizione ripetuta a racconti, impariamo in che modo storie simili, scene e ambientazioni sono costruiti, come alcune azioni siano collegate a un'altra e alla ricorrenza di determinati temi. Nel corso del tempo uno spettatore sviluppa vari *frames* e *scripts* che si attivano quando incontra una narrazione successiva e guidano le aspettative sull'interpretazione della storia in corso e dei personaggi coinvolti.

Ora, lo spettatore di un film o di una serie televisiva raggiungerebbe un certo grado di appagamento nel momento in cui gli eventi diegetici sono conformi a uno schema pregresso: nello specifico, in base alla teoria delle disposizioni affettive ciò avverrebbe quando gli obiettivi e le azioni dei personaggi "buoni" vanno a buon fine, ma non quando i "cattivi" riescono nei loro intenti. È evidente che tale formulazione presuppone una distinzione tra bene e male, eroi e antieroi troppo netta, mentre con i *rough characters* attuali i confini si fanno sfumati, emerge una discrepanza tra i processi di *framing* e *scripting*, e la convinzione che una situazione vada in un determinato modo viene ribaltata senza tuttavia minare il nostro appagamento: si tratta di assassini, spacciatori, bugiardi, traditori che ci ammaliano e seducono. Secondo Raney, la natura finzionale di tali rappresentazioni è da considerarsi come il primo fattore in grado di permettere una certa flessibilità di giudizio delle azioni dei personaggi, o meglio è il desiderio di appagamento stesso, scaturito dalla visione di un film o dalla lettura di un romanzo, che attiverebbe nell'individuo un processo di disimpegno morale allo scopo di raggiungere una totale soddisfazione (Raney 2004, pp. 356-359). Il punto è che godimento affettivo o godimento cognitivo non sempre vanno di pari passo: alcuni contenuti finzionali possono evocare piacevoli emozioni senza nondimeno coinvolgerci cognitivamente. Attraverso numerosi test, K. Maja Krakowiak e Mary Beth Oliver hanno evidenziato il fatto che possiamo provare piacere di fronte a una narrazione in modo del tutto indipendente dalla percezione della moralità di un personaggio. Sebbene le disposizioni affettive siano state associate al godimento emotivo (*affective enjoyment*) del pubblico, le storie con *morally ambiguous characters* attiverebbero altre risposte nel pubblico come il realismo percepito (*perceived realism*), il coinvolgimento (*transporting*), e l'aumento del livello di *suspense* che sono profondamente associati a un tipo di godimento diverso da quello affettivo, cioè il godimento cognitivo (*cognitive enjoyment*) (Krakowiak, Oliver 2012, pp. 130-131).

Fondamentale a questo punto appare il concetto di *disimpegno morale* (*moral disengagement*) elaborato da Bandura in riferimento ai meccanismi psicologici che inibiscono i sentimenti di autocondanna, minimizzando la responsabilità o l'effetto delle azioni di un individuo, poichè come attori morali facciamo riferimento ai codici diffusi nella società di appartenenza. A opinione di Bandura la condotta trasgressiva è regolata da due principali tipi di sanzioni: le *sanzioni sociali* per le quali chi opera un'azione "socialmente deplorabile" viene esposto a una punizione o a una censura dalla società, e le *sanzioni internalizzate* che operano in modo anticipatorio rispetto al comportamento e rispondono a principi morali consolidati nella persona, esponendola a sentimenti di riprovazione e autocritica. Ebbene, quando un individuo compie un'azione contraria ai suoi principi morali e a quelli della società interverrebbero secondo Bandura dei processi psicologici di disimpegno morale in grado di inibire la sanzione interna, fungendo quali pratiche autoassolutorie finalizzate alla riduzione del senso di colpa e alla preservazione dell'autostima. Il processo si articola in otto step che agiscono in tre diverse fasi del processo di regolazione dell'agire (Bandura 2002, pp. 103-111): a) la *giustificazione morale*, b) l'*etichettamento eufemistico*, e c) il *confronto vantaggioso* appartengono alla valutazione del comportamento lesivo in sé; d) il *dislocamento delle responsabilità*, e) la *diffusione della responsabilità*, e f) la *non considerazione o distorsione delle conseguenze* rientrano nella valutazione delle conseguenze dell'azione; infine, g) la

deumanizzazione della vittima e h) l'attribuzione di colpa fanno parte della terza tipologia, quella del giudizio nei confronti delle vittime (Raney 2004, pp. 359-360).

Come accade nella realtà, è probabile che tali meccanismi entrino in gioco anche per assolvere i *rough characters* al fine di appagare il piacere che si può trarre dall'intrattenimento, lasciando in secondo piano la valutazione morale. Nel contributo *Effects of hedonic and eudaimonic motivations on film enjoyment through moral disengagement* (2016), Mina Tsay-Vogel e Krakowiak hanno messo in luce come la diversa disposizione di un individuo nel fruire di uno spettacolo finzionale influisca sul disimpegno morale verso i personaggi più ambigui: i 168 studenti universitari statunitensi che hanno partecipato all'esperimento hanno compilato un questionario per valutare se la loro motivazione alla visione di un film fosse edonistica (*hedonic*: ricerca di un piacere immediato) o eudemonistica (*eudaimonic*: volta a un interesse più profondo dell'intrattenimento). In seguito, i volontari hanno letto la trama di un film in cui un poliziotto sotto copertura di nome Barry Watkins si trovava di fronte a una serie di sfide morali, quali ad esempio rubare automobili, vendere droga, rapinare banche ed eseguire un ordine di uccidere, e dopo la lettura hanno compilato un test che accertasse il loro livello di disimpegno morale e di gradimento della storia. Gli esiti hanno dimostrato che gli individui con motivazioni edonistiche hanno avuto un maggiore disimpegno morale in confronto a quelli con motivazioni eudemonistiche, con la conseguenza che i primi hanno apprezzato maggiormente la lettura della trama del film traendone un maggiore beneficio (*enjoyment*) rispetto ai secondi. In breve, chi vede un film con l'intenzione di divertirsi riesce a sospendere il proprio giudizio morale con più facilità (Tsay-Vogel, Krakowiak 2016).

### 3. "They must be morally justifiable": il male a fin di bene

Nell'articolo *What makes characters' bad behaviors acceptable? The effects of character motivation and outcome on perceptions, character liking, and moral disengagement* (2013), Krakowiak e Tsay-Vogel hanno verificato quali effetti comportano la motivazione di un'azione e i risultati che da essa conseguono sulla percezione del lettore circa gli attributi di un personaggio (*perceptions of a character's attributes*), sul gradimento verso quest'ultimo (*character liking*) e sul disimpegno morale (*moral disengagement*). A ciascuno dei 123 partecipanti di età compresa tra i 19 e 30 anni è stato assegnato in modo casuale un racconto in cui erano di volta in volta presenti le azioni del personaggio principale mosse da motivazioni altruistiche o al contrario da motivazioni egoistiche, mentre le conseguenze dei suoi comportamenti portavano a risultati positivi o negativi. Dopo aver letto il racconto i volontari hanno risposto a un questionario con domande che verificassero in che modo la rielaborazione sperimentale della storia influiva sulla percezione degli attributi (positivi-negativi) del protagonista, sul gradimento verso quest'ultimo e sui meccanismi di disimpegno morale che i lettori attuavano in relazione alle sue azioni. La storia parla di due alpinisti, ed è in gran parte focalizzata dal personaggio principale, Craig, inizia là dove i due alpinisti sono a qualche ora dal raggiungimento della cima dell'Everest: arrivati a metà strada, il personaggio secondario, Jon, inizia a sentirsi stanco, e contemporaneamente i due uomini ricevono una trasmissione da parte di alcuni alpinisti giunti alla cima in cui li avvisano che sta per iniziare una tempesta. Nella storia a motivazione altruistica, Craig decide di lasciarsi alle spalle Jon per cercare di aiutare gli altri scalatori, mentre nella storia a motivazione egoistica Craig abbandona Jon perché vuole giungere alla vetta. Il racconto continua con Jon che tenta di scendere da solo dalla montagna, e nella condizione a esito positivo riesce a raggiungere un campo dove è al sicuro, mentre nella condizione a esito negativo si addormenta nella neve e muore di ipotermia. I risultati mostrano che Craig è percepito con maggiori attributi positivi, suscita un gradimento più elevato e innesca un maggior disimpegno morale nei lettori nella versione in cui agisce per un motivo altruistico e dove le conseguenze di tale azione portano a risultati positivi per Jon, rispetto alla versione in cui egli compie la medesima azione per un motivo egoistico e con risultati negativi (Krakowiak, Tsay-Vogel 2013, pp. 188-193).

Se dal test è altresì emerso che le intenzioni comportamentali influiscono maggiormente sulla valutazione di un personaggio – in termini di *character's attributes*, *character liking*, *moral disengagement* – rispetto agli esiti di un'azione, i fatti che sono stati riscontrati come più rilevanti dagli studiosi sono

due: (i) alti livelli di disimpegno morale conducono sia a una maggiore percezione degli attributi positivi del personaggio, sia a un maggiore gradimento di quest'ultimo; (ii) la percezione di attributi positivi nel protagonista determina un maggior gradimento di esso, ma sorprendentemente la percezione di attributi negativi non diminuisce il gradimento e i risultati delle azioni non hanno un'influenza diretta sul gradimento verso il personaggio. Cosa dedurne? Sebbene tale indagine dimostri il ruolo centrale della moralità nella valutazione di un personaggio in linea con la tradizionale teoria sulle disposizioni affettive, o meglio confermi che il giudizio morale verso la condotta del protagonista sia alla base della fruizione di una storia, essa mette in luce come diversi espedienti narrativi stimolino il disimpegno morale da parte del lettore, *conditio sine qua non* per mantenere delle disposizioni positive che, a loro volta, susciteranno un certo grado di apprezzamento verso l'antieroe. Il cane si morde la coda, certo, ma soltanto in questo modo è possibile avere una disposizione positiva verso personaggi moralmente discutibili come condizione necessaria per entrare in empatia con loro (Raney 2010, p. 167).

Infatti, ad uno sguardo più attento ci si rende conto che i *rough heroes* presenti nelle serie TV e nei film più *mainstream* non commettono azioni biasimevoli per il mero piacere di fare del male, ma compare sempre un fattore narrativo che permette allo spettatore di “contestualizzarli” e “giustificarli”. La chiave della loro popolarità sembrerebbe avere una relazione con una sorta di “dipendenza da campo” riguardante sia la consapevolezza che siamo di fronte a un mondo finzionale, sia il fatto che mettiamo in rapporto qualsiasi azione con l'intreccio narrativo in cui essa compare. Ad esempio Vic Mackey, protagonista della serie televisiva statunitense *The Shield* (2002-2008), è un detective devoto alla giustizia, ma allo stesso tempo è mendace, corrotto e incline alle azioni criminali; spesso viene a patti con la malavita, talvolta non per scopi criminali, ma per trovare un equilibrio di potere ed evitare inutili spargimenti di sangue nelle strade del quartiere; altre volte, invece, lo fa proprio per guadagno personale, benchè principalmente destini il “bottino” ai tre figli, di cui due autistici e bisognosi di cure costose. Il male fatto per un fine buono. Altrettanto emblematica è la serie televisiva statunitense *Dexter*, prodotta dal 2006 al 2013. Il protagonista Dexter Morgan è un serial killer sociopatico che uccide soltanto i criminali sfuggiti alla giustizia, cioè seguendo un proprio rigoroso *codice*, senza contare il fatto che il suo impulso omicida deriva dall'esperienza traumatica vissuta all'età di tre anni, quando ha assistito al truce assassinio della madre fatta a pezzi con una sega elettrica. Il male fatto per difendersi dal male subito: anche le esperienze passate di un personaggio favoriscono l'accettazione morale delle sue azioni, come è il caso di *Hannibal Lecter - Le origini del male (Hannibal Rising)*, film del 2007 diretto da Peter Webber, basato sul romanzo omonimo di Thomas Harris. Anche qui il dottor Hannibal Lecter si trasforma in uno spietato assassino per vendicare il dolore provato da bambino, quando per sfuggire agli orrori della Seconda guerra mondiale la sua famiglia si trasferisce in un casale tra i boschi dove egli vede morire sia i propri genitori in seguito all'attacco di un caccia-bombardiere, sia la sorella Mischa, oggetto di un pasto cannibalico da parte di un gruppo di collaborazionisti lituani; allo stesso Hannibal, confuso dalla fame e dal freddo, vengono fatte mangiare con l'inganno parti del corpo della sorella. Ecco l'origine “commovente” del male assoluto di cui è emblema Hannibal, personaggio *round* per eccellenza: giustamente, non manca chi ha notato come “as protagonists, antiheroes display qualities of both heroes and villains” (Shafer, Raney 2012, p. 1029).

#### 4. Il ruolo dell'empatia

I *rough characters* oscillano costantemente sul crinale tra il bene e il male, interiorizzando così la dicotomia tra eroe e antieroe, ma è possibile che sia proprio questa lotta interiore a consentire di identificarci con gli antieroi? Uno studio che i neuroscienziati Gal Raz e Talma Hendler hanno condotto insieme a un gruppo di ricercatori mostra come la lotta tra bene e male interiorizzata da un personaggio abbia un riscontro a livello neurofisiologico nel coinvolgimento empatico dello spettatore (Raz *et al.* 2012). I partecipanti al test sono stati sottoposti a una scansione cerebrale tramite risonanza magnetica funzionale (fMRI) durante la visione di due clip ricavate dal film drammatico *La scelta di Sophie* (1982) di Alan J. Pakula e dalla commedia *Nemiche amiche* (1998) diretto da Chris Columbus. I risultati derivanti dalla visione del primo film – in particolare della scena in cui la protagonista Sophie

Zawistowska viene deportata insieme ai due figli, un maschio e una femmina, ad Auschwitz – sono particolarmente rilevanti per ciò che concerne il rapporto tra l’empatia verso personaggi che commettono azioni immorali e il disimpegno morale: all’arrivo nel campo un ufficiale tedesco la costringe a scegliere quale dei due bambini egli avrebbe potuto uccidere a scapito della salvezza dell’altro, là dove la mancata scelta avrebbe necessariamente implicato la morte di entrambi. Ebbene: la donna salva il figlio maschio, e gli esiti della risonanza magnetica evidenziano come, durante la visione della scena in cui Sophie decide di sacrificare la figlia, vi sia un’elevatissima attività nel sistema limbico (*limbic network*), centrale durante l’immedesimazione empatica e la percezione delle emozioni altrui. In questo caso è chiaro che il momento di massima tragicità del film, l’atroce dilemma morale di Sophie, evoca la rappresentazione mentale del dolore “simulato” con effetti *mirroring* da parte degli spettatori. Le nostre reazioni neurali possono quindi aiutarci a comprendere perché ci piacciono storie con contenuti a forte valenza negativa (crimini, violenza, ecc.), poichè quando fruiamo positivamente di un racconto i cui protagonisti commettono azioni moralmente discutibili per raggiungere i propri obiettivi si attivano in noi le stesse aree neurali coinvolte durante i processi di “teoria della mente” e di empatia affettiva (Altmann *et al.* 2012, p. 7).

Come abbiamo ricordato all’inizio, tra i vari meccanismi di disimpegno morale lo psicologo Bandura ha individuato quello del *confronto vantaggioso* che consiste nel mettere a confronto una propria azione deplorabile con una peggiore, in modo da alterarne la percezione e il giudizio morale: più flagranti sono le attività utilizzate nel confronto, più è probabile che la nostra condotta lesiva appaia trascurabile o addirittura benevola, in quanto i deterrenti interni vengono eliminati dalla ristrutturazione morale che mette l’autoapprovazione al servizio di imprese distruttive, trasformando ciò che prima era condannabile in fonte di autostima. Nel contesto dell’intrattenimento mediatico, alcune ricerche forniscono oggi prove sul fatto che il confronto sociale *discendente* migliora la condizione degli spettatori dopo aver osservato altri che soffrono o si trovano in una condizione peggiore. Naufragio con spettatore – per riprendere il topos lucreziano su cui Hans Blumenberg ha scritto un celebre saggio? Reviviscenza della classica *catarsi*? Forse, è vero che più avanza il degrado della globalizzazione, più riscopriamo gli splendori originari della classicità, là dove l’*homo sapiens* occidentale è nato.

Cosa concluderne? Che l’*allineamento* empatico, soprattutto se consolidato nel tempo attraverso forme estetiche serializzate, può condizionare il giudizio morale, l’*allegiance*. Sarebbe troppo oneroso cognitivamente mantenere una dissonanza tra *alignment* e *allegiance*, ed è molto meglio procedere a una contaminazione (Raney 2011, pp. 12-23). A differenza del cinema, la serialità televisiva può irretire lo spettatore in modo assai più marcato aiutandolo a empatizzare con i personaggi fittizi. Così quando Tony Soprano nell’episodio *Second Opinion* minaccia violentemente il medico oncologo Dr. Kennedy, che ha in cura il fratello malato gravemente, ma che da giorni non gli risponde al cellulare, il pubblico è decisamente portato a empatizzare con lui, perché posto in una luce migliore a livello morale. Eppure, se il trattamento di cura del dottore si rivelasse corretto, per quanto negligente, non sarebbe possibile dire che sia stato commesso alcun crimine; mentre nel caso di minacce a una persona, sì. Bruun Vaage nota che l’intera serie TV ha costruito per lo spettatore il personaggio Tony Soprano attraverso episodi di vita quotidiana che fungono così da giustificazione per il suo comportamento, e in effetti il pubblico vede Tony mentre accompagna a scuola la figlia, o va dallo psicologo per degli inspiegabili attacchi di panico, o si affeziona a una famiglia di anatre che ha preso dimora nella sua piscina durante l’estate. Al contrario, il pubblico non conosce sostanzialmente alcunché del Dr. Kennedy. Basterebbe venire a conoscenza di un divorzio in atto, che renda il medico scostante e disattento nei confronti dei pazienti, o di una sua impossibilità a seguire il fratello Soprano senza trascurare altri poveri pazienti, per far cambiare al pubblico opinione su di lui (Vaage 2014, pp. 268-269). Ma l’episodio è costruito per far condividere allo spettatore il solo punto di vista di Tony, per cui non stupisce che egli lo percepisca come moralmente giusto e veda il Dr. Kennedy come arrogante e meritevole di una bella lezione. *Alignment* uno, *allegiance* zero.



## Bibliografia

- Bandura, A. 2002, "Selective moral disengagement in the exercise of moral agency" in "Journal of moral education", vol. 31, n. 2, pp. 101-119.
- Bernardelli, A. 2017, *Cattivi seriali. Personaggi atipici nelle produzioni televisive contemporanee*, Roma, Carocci.
- Bordwell, D. 2011, "Alignment, Allegiance and Murder", in Observations on film art (sito web), [www.davidbordwell.net/blog/2011/05/16/alignment-allegiance-and-murder](http://www.davidbordwell.net/blog/2011/05/16/alignment-allegiance-and-murder), consultato il 19 aprile 2017.
- Doveling, K., Scheve, C. von, Konijn, E. A., a cura, 2010, *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*, London, Routledge.
- Green, J. 2015, *Cercando Alaska*, trad. it., Milano, Rizzoli.
- Green, J. 2015, *Colpa delle stelle*, trad. it., Milano, Rizzoli.
- Green, M.C., Brock, T.C., Kaufman, G.F. 2004, "Understanding Media Enjoyment: The Role of Transportation Into Narrative Worlds", in "Communication Theory", vol. 14, n. 4, pp. 311-327.
- Krakowiak, K. M., Oliver, M. B. 2012, "When good characters do bad things: Examining the effect of moral ambiguity on enjoyment", in "Journal of Communication", vol. 62, n. 1, pp. 117-135.
- Krakowiak, K. M., Tsay-Vogel, M. 2013, "What makes characters' bad behaviors acceptable? The effects of character motivation and outcome on perceptions, character liking, and moral disengagement", in "Mass Communication and Society", vol. 16, n. 2, pp. 179-199.
- Moyes, J. 2016, *Io prima di te*, trad. it., Milano, Mondadori.
- Moyes, J. 2016, *Dopo di te*, trad. it., Milano, Mondadori.
- Nannicelli, T., Taberham, P., a cura di, 2014, *Cognitive Media Theory*, New York, Routledge.
- Page, R., Browneen, Th., a cura di, 2011, *New Narratives. Stories and storytelling in the Digital Age*, Lincoln, University of Nebraska Press.
- Raney, A. A. 2004, "Expanding disposition theory: Reconsidering character liking, moral evaluations, and enjoyment", in "Communication Theory", vol. 14, n. 4, pp. 348-369.
- Raney, A. A., "Media Enjoyment as Affective Dispositions Toward and Moral Judgment of Characters", in K. Doveling, C. von Scheve, E. A. Konijn, a cura, 2010, London, Routledge.
- Raney, A. A. 2011, "The role of morality in emotional reactions to and enjoyment of media entertainment", in "Journal of Media Psychology", vol. 23, n. 1, pp. 18-23.
- Raz, G., Winetraub, Y., Jacob, Y., Kinreich, S., Maron-Katz, A., Shaham, G., Hendler, T. 2012, "Portraying emotions at their unfolding: a multilayered approach for probing dynamics of neural networks", in "Neuroimage", vol. 60, n. 2, pp. 1448-1461.
- Rose, F. 2013, *Immersi nelle storie. Il mestiere di raccontare nell'era di Internet*, trad. it., Torino, Codice.
- Ryan M.-L. 2004, a cura di, *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*, Lincoln, University of Nebraska Press.
- Ryan, M.-L., "The Interactive Onion. Layers of User Participation in Digital Narrative Texts", in R. Page, Th. Browneen, a cura di, 2011, Lincoln, University of Nebraska Press.
- Palacio, R. J. 2015, *Il libro di Julian. A wonder story*, trad. it., Milano, Giunti.
- Palacio, R. J. 2016, *Il libro di Christopher. A wonder story*, trad. it., Milano, Giunti.
- Palacio, R. J. 2016, *Il libro di Charlotte. A wonder story*, trad. it., Firenze, Giunti.
- Saviano, R. 2016, *La paranza dei bambini*, Milano, Feltrinelli.
- Shafer, D. M., Raney, A. A. 2012, "Exploring how we enjoy antihero narratives", in "Journal of Communication", vol. 62, n. 6, pp. 1028-1046.
- Vaage, M. B., "Blinded by familiarity. Partiality, morality, and engagement with tv series", in T. Nannicelli, P. Taberham, a cura, 2014, New York, Routledge, pp. 260-290.
- Tsay-Vogel, M., Krakowiak, K. M. 2016, "Effects of hedonic and eudaimonic motivations on film enjoyment through moral disengagement", in "Communication Research Reports", vol. 33, n. 1, pp. 54-60.
- Zak, P. J. 2012, *The Moral Molecule: The Source of Love and Prosperity*, New York, Dutton.



