PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 23 - numero 4963 di Venerdì 25 giugno 2021

Comunicare sicurezza, comunicare nell'emergenza: le immagini

L'apprendimento per imitazione è una strategia importante anche nel mondo della sicurezza sul lavoro.

La pandemia in atto evidenzia più che mai la necessità di ricercare delle forme comunicative efficaci che sappiano trasferire informazioni, ma anche suggerire comportamenti idonei, seguendo la logica delle "spinte gentili" (Thaler e Sunstein, 2008). Accanto alle doverose informazioni occorre, infatti, inserire "suggerimenti" e indicazioni sui comportamenti più idonei da assumere per proteggersi. Non prestare la doverosa attenzione a questo aspetto è una componente spesso determinante in tanti comportamenti poco opportuni che si vedono nelle piazze o nei luoghi pubblici. Imputare ciò solamente alla "sconsideratezza" delle persone significa non esaminare con attenzione gli errori comunicativi commessi.

In questo articolo ci soffermeremo su alcuni aspetti relativi all'importanza dell'utilizzo delle immagini per comunicare: in un mondo sempre più dominato dalle immagini è necessario cercare di comprendere il loro significato e il loro effettivo valore comunicativo.

In realtà ogni comunicazione efficace dovrebbe sempre ricercare e mantenere un equilibrio sui cinque strumenti che oggi concorrono a rendere efficace un'immagine: la fotografia, il video, la grafica, le parole e gli schemi. Collegare tra di loro, con la giusta attenzione e calibratura, questi strumenti rende più efficace la strategia per comunicare un'informazione complessa, come quella connessa, oggi, al Coronavirus. Questa non è un'operazione statica perché, proprio l'avvento della comunicazione via social, sta spogliando ogni comunicazione di buona parte della sua valenza temporale. Ciò significa anche che quando predisponiamo una comunicazione dobbiamo sempre essere consapevoli che la stessa potrà ricomparire, anche a distanza di tempo e, in quel momento sarà letta come riferita alla situazione in atto.

Questo aspetto è particolarmente rilevante per la comunicazione che utilizza l'immagine perché ha una maggiore capacità di essere intercettata dal nostro sistema cognitivo automatico (Sistema 1: automatico, veloce, guidato dalle abitudini. Spesso è emozionale e intuitivo, può essere impulsivo o procrastinare, può essere timoroso o fin troppo pieno di sé. Nelle situazioni di emergenza è quello che spinge le persone a reagire - Kahneman, 2011) e quindi va in qualche modo privilegiata rispetto al semplice testo (che comunica più efficacemente al Sistema 2: lento, riflessivo, adeguato ai ragionamenti complessi, che prevedono calcoli e attività mentali impegnative. Richiede concentrazione e tempo - Kahneman, 2011).
Le immagini contano più del testo non solo perché il nostro sistema nervoso alloca più risorse alla visione che al linguaggio, ma anche al fatto che siamo meno portati a mettere in discussione le immagini rispetto a frasi che descrivono la medesima situazione. In sintesi possiamo dire che enunciati linguistici sono espliciti nel proporre il proprio contenuto, mentre le immagini lo offrono implicitamente.

D'altra parte c'è una grossa questione che distingue le parole dalle fotografie. Mettendo in fila le parole si riesce con tutta probabilità a dare alla frase un significato preciso; questo perché ogni singola parola ha un significato ben preciso.
Al contrario una fotografia, in assenza di una esatta contestualizzazione, si presta a molte letture e a molte interpretazioni: infatti, si dice in proposito che le fotografie sono polisemiche (possiedono cioè la facoltà di avere significati diversi). Pertanto è spesso necessario abbinare l'immagine a un testo esplicativo, ma è molto importante che lo stesso corrisponda in modo inequivocabile all'immagine.

Da questo punto di vista il bilanciamento tra immagini e parole è molto delicato: ad esempio pensiamo a un messaggio che conosciamo "attenti al cane". Questo messaggio, se risulta solamente scritto, ha un'efficacia comunicativa molto inferiore a quello accompagnato dall'immagine di un cane. Ciò perché l'immagine ci indirizza, con una sorta di priming semantico, verso il fatto che la scritta parlerà di un cane. Ecco allora che la scritta "attenti al cane", abbinate all'immagine del cane, troverà la strada

preparata per una più rapida comprensione. A questo punto però il significato che quella specifica immagine di cane ha per ognuno di noi acquista valore non trascurabile. Se, a titolo di esempio, mi piacciono i pastori tedeschi e magari ne ho avuto uno al quale ero particolarmente affezionato, l'immagine di quella razza di cane non mi predisporrà a comprendere che mi stanno avvisando di un pericolo.

Al fine di dettagliare meglio il significato che possono assumere le immagini, vediamone tre aspetti salienti: le caratteristiche stereotipiche, parassitarie e di fake che possono assumere le immagini.

Pubblicità
<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0733] ?#>

Immagini stereotipo e immagini parassite
Per addentrarci nel mondo delle immagini e sul loro effetto sembra utile ricordare la distinzione proposta da Schianchi (2018) tra quelle stereotipo e quelle parassite. Si tratta di immagini che vengono utilizzate molto spesso, per cui conoscerne l'effetto è rilevante per il risultato che si vuole conseguire utilizzandole con consapevolezza.

In sostanza le immagini stereotipo sono sostanzialmente cliché e, in quanto tali, sono anche facilmente riconoscibili. Un esempio tipico è quello della casalinga attenta sia al pulito della sua abitazione sia al suo vestito. Lo sono la giacca e la cravatta indossata da politici negli incontri ufficiali e le fotografie di chi si atteggia a "intellettuale pensante" facendosi ritrarre di tre quarti, con la mano che accarezza il mento o la guancia.
Il fatto che si tratta di stereotipi non significa che non possano essere utilizzate nel contesto di una comunicazione di sicurezza: il focus è nella consapevolezza di questa loro caratteristica anche relativamente al significato che vengono ad assumere per chi le osserva.

Diversa è la funzione delle immagini parassite, definite come tali per la loro capacità di albergare in ognuno di noi proprio come un parassita. Per questo, e per la loro grande diffusione nel mondo visivo del web, sono più difficili da individuare rispetto a quelle stereotipe. Si tratta di un'immagine profondamente radicate nel nostro modo di vedere tanto che, non se ne percepisce neppure la presenza, ci suggerisce certezza e costanza in quello che vediamo: non occorre andare oltre.

All'interno di questa categoria possiamo individuare le immagini generalmente considerate belle e di buon gusto. O ancora quelle associazioni così spontanee da apparire alla nostra mente come uniche e veritiere: gli abbinamenti lupo/solitario, svolta/epocale o genio/incompreso. Ma anche al fatto che un uomo con la barba incolta appare come un intellettuale, mentre se gli si aggiunge un turbante può trasformarsi, agli occhi di un osservatore, in un terrorista
Il fatto di essere immagini classificate come parassite non significa che non debbano essere utilizzate nel contesto di una comunicazione relativa alla sicurezza, ma occorre una certa cautela nel loro impiego al fine di evitare che il destinatario, proprio a causa della facilità legata la loro utilizzo, sia spinto a non mettere in campo la necessaria capacità di giudizio. Se sono immagini che, per dirla con Kahneman (2011) ben si allineano al funzionamento automatico del Sistema 1, possono però di conseguenza sfuggire alla revisione critica da parte di un Sistema 2 più accorto e riflessivo.
La differenza fra questi due tipi di immagini risiede nell'atteggiamento assunto da chi le osserva. Nel caso delle immagini stereotipo tenderà a delegarle, ponendole fuori da sè, ritenendo che appartengano solo agli altri. Rispetto alle immagini parassite, anche per la loro piacevolezza, la persona tenderà a esserne assorbito. La loro "pericolosità" risiede proprio nel fatto che sentendole come proprie adotterà facilmente un atteggiamento acritico.

Lavorare in questa direzione significa, prima di tutto, essere attenti a individuare e a distinguere le "immagini parassite" e le "immagini stereotipo", perché entrambe possono modificare il senso dell'intenzione comunicativa. In un mondo che appare sempre più dominato dalle immagini riteniamo sia utile riflettere sul loro utilizzo e offrire a chi le guarda maggiori strumenti interpretativi per evitare che possano modificare la visione della realtà.

Un'immagine può diventare fake
Precedentemente abbiamo accennato alle fake images che, nel contesto di una comunicazione social possono subire una sostanziale trasformazione. Quando pensiamo al fenomeno fake ci concentriamo sul fatto che si tratti di notizie e di immagini create con lo scopo deliberato di disinformare.
Infatti, se inizialmente si trattava per lo più di errori o scherzi, nel tempo si sono trasformate in raffinati tentativi per determinare reazioni negli osservatori a fini economici e/o politici. Le fake news, o nel nostro caso le fake images, sono le false notizie che,

pur basandosi su fatti di attualità, la modificano o inventano realtà alternative.
Esistono motivi diversi per cui vengono create queste fake, arrivando fino alla disinformazione laddove una notizia falsa viene usata deliberatamente per far credere di informare su un dato argomento, ma in realtà si sta tentando di convincere di qualcosa di falso, o di pilotare un'opinione.

Quanto sta avvenendo in questa pandemia ci mostra come le cose possano essere diverse: una stessa immagina postata su un social mesi addietro rimanendo nel circuito o essendo recuperata nel suo anniversario può risultare sconcertante e fuorviante. Pensiamo a una persona che sta conducendo una campagna di sensibilizzazione alle attenzioni da adottare come difesa dal coronavirus e che appare improvvisante al centro di un assembramento senza mascherina. È ben vero che questa immagina può essere stata scattata e postata in tempi antecedenti all'avvio della pandemia, ma la sua comparsa in un social suscita una reazione emotiva immediata estremamente negativa.

Antonio Zuliani

Questo articolo è pubblicato sotto una Licenza Creative Commons.

---

www.puntosicuro.it