PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 24 - numero 5124 di Giovedì 17 marzo 2022

Le immagini parlanti

L'utilizzo di un'immagine all'interno di una procedura ha lo scopo di renderla più chiara e leggibile, e allo stesso tempo di suggerire i comportamenti da adottare. Questo seguendo la logica delle immagini parlanti come spinta gentile.

Abbiamo affrontato il tema della comunicazione sotto due aspetti. Primariamente quello della leggibilità dei testi (L'importanza della leggibilità dei testi nella formazione per la sicurezza), focalizzando l'attenzione sull'organizzazione delle frasi e sull'utilizzo di parole che ne favoriscano la comprensibilità per tutti. Il secondo contributo è stato relativo alla proposta di strutturazione di brevi video pensati al fine di incuriosire e motivare la conoscenza e l'adesione alle procedure di sicurezza (A mezzobusto: una proposta di comunicazione video). Come scriveva Isaac Asimov «l'espressione più eccitante da ascoltare nella scienza, quella che annuncia le più grandi scoperte, non è "eureka", ma "che strano"». Convinti della profonda verità di questa intuizione riteniamo che siano proprio la curiosità e la motivazione il motore del cambiamento. Un esempio di questi video è scaricabile del canale YouTube di StudioZuliani.

Pubblicità
<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0433] ?#>

Alcune indicazioni dalla psicologia

In questo articolo affronteremo il tema dell'utilizzo delle immagini per favorire la comunicazione anche sulla scorta di alcune importanti scoperte della psicologia. In primo luogo occorre ricordare che le immagini hanno una maggiore capacità di comunicare a quella parte del cervello automatica e veloce nel suo funzionamento (Sistema 1; Kahneman, 2011), e quindi vanno in qualche modo privilegiate rispetto al testo, che invece comunica più efficacemente all'altra parte del cervello (Sistema 2), più riflessivo ma a volte troppo elaborato per funzionare adeguatamente nelle condizioni di emergenza.

Le immagini contano più del testo non solo perché il nostro sistema nervoso alloca più risorse alla visione rispetto al linguaggio, ma anche per il fatto che siamo meno portati a mettere in discussione le immagini rispetto a frasi che descrivono la medesima situazione. Anche perché la forza di un'immagine non risiede solamente nella sua presenza visiva, ma anche nella forza che la stessa parola immagine contiene. Una ricerca di Just e altri (2004) mostra che, se invece di dire: «Hai sentito cos'ho detto?» dite: «Vedi cosa intendo?» cambia la forza di quello che si dice. L'elaborazione di frasi che evocano informazioni visive o astratte coinvolge non solo il lobo temporale sinistro, ma anche il solco intraparietale sinistro, una regione coinvolta nella memoria di lavoro visuospaziale.

La superiorità delle immagini rispetto a un testo può essere spiegato considerando che il linguaggio si è evoluto in un periodo di tempo molto breve in confronto alla nostra abilità biologica di interpretare uno stimolo visivo, che risale a milioni di anni prima dello sviluppo della corteccia cerebrale (Collin e altri, 2003).
Inoltre, come abbiamo già visto, la nostra capacità di acquisire informazioni attraverso gli occhi senza uno sforzo cosciente è resa possibile da antiche aree subcorticali (come il nucleo genicolato laterale, il collicolo superiore e l'amigdala), che elaborano i segnali visivi prima che raggiungano aree corticali più elevate ed evolute (Tamietto, Cauda e Corazzini, 2010).

Qui non si tratta di sostituire il testo con l'immagine (come immaginava Gombrich nel 1985), ma di utilizzare le immagini per rafforzare la comunicazione. In sintesi possiamo dire che enunciati linguistici sono espliciti nel proporre il proprio contenuto, mentre le immagini lo offrono implicitamente. Il mix ideale è rappresentato dal rafforzamento reciproco del testo con

l'immagine e viceversa.

Immagini e immagini parlanti

Ogni oggetto, ogni azione che compiamo, ogni immagine parla. Parla di noi e parla al nostro interlocutore. Come impariamo a scrivere è necessario imparare anche a comunicare attraverso le immagini. Tanto più in un'epoca nella quale le immagini stanno diventando sempre più importanti. Come con le lettere dell'alfabeto che compongono le parole e poi le frasi è importante saper scrivere anche con le immagini. Anche utilizzando le immagini dobbiamo essere sicuri di trasmettere messaggi leggibili. Non solo, ma le immagini, a volte più delle parole, sono in grado di suggerire comportamenti. Ecco perché, riprendendo un concetto di Racamier, che nell'ambito della psicoanalisi parlava di "azioni parlanti", dobbiamo puntare a creare "immagini parlanti".

Utilizzare correttamente le "immagini parlanti" significa generare un nuova grammatica operando affinché la comunicazione prenda una forma visiva in grado di restituire a tutti la sua conoscenza e, di conseguenza, influenzare il comportamento.

Pensando alle procedure di sicurezza ecco che l'immagine, e la comunicazione visiva che porta in sé, può attivare all'istante in chi guarda non solo le sue emozioni, ma anche il ricordo dei comportamenti da attuare. In questo modo possiamo favorire l'emergere dalla memoria il comportamento più adeguato a quella specifica situazione o, addirittura, suggerirne uno (sempre che sia in sintonia e non in contrasto con l'esperienza della persona). In questo senso l'immagine pensata e utilizzata non ha lo scopo principale di suscitare un'emozione, come accade spesso nel campo pubblicitario, ma di suggerire un'azione in assonanza con quella che il destinatario già conosce.

Questo permette anche di ridurre il problema delle barriere linguistiche come abbiamo fatto nell'elaborazione del messaggio di emergenza per i campionati europei di calcio Under21 del 2019.
In questo caso, tra le altre attenzioni poste nell'elaborazione delle immagini, si è tenuto conto che era necessario proporre agli spettatori non tanto una norma da seguire (aspetto non sempre consono al mondo del calcio) bensì la presenza di personale adeguato a soddisfare ogni bisogno ed esigenza (dal trovare il posto, alla collocazione dei bagni e del bar), fino ad essere di supporto e guida nel caso di un'emergenza sia personale sia collettiva.

Alcuni suggerimenti in merito all'utilizzo delle immagini

Sulla base dell'esperienza condotta in questi anni, desideriamo proporre alcune idee guida relative all'utilizzo delle immagini. Diamo per scontata la qualità dell'immagine scelta e la collocazione nello spazio in modo da renderla chiaramente visibile sia a stampa sia all'esterno (ad esempio rispetto all'incidenza della luce).

La scelta dell'immagine è fondamentale proprio per il concetto di analfabetismo funzionale già affrontato. Come con le parole, anche le immagini non hanno un significato sempre condiviso. Quindi, persone diverse possono, anche di fronte a una stessa immagine, ritenere di aver compreso quella che indica. Un aspetto, questo, tutto da valutare con attenzione.

Per rafforzarsi a vicenda, immagine e testo devono essere nello stesso campo visivo. Ancora oggi accade di consultare manuali operativi all'interno dei quali, per problemi di impaginazione, l'immagine è collocata in una pagina diversa dalla sua descrizione. Questo rende la consultazione molto complessa accrescendo, in specie nelle situazioni di emergenza, il margine di errore.

L'immagine scelta deve essere la più semplice possibile. Ogni aggiunta, anche esteticamente gradevole, all'immagine principale può arrivare a confondere e compromettere il significato fondamentale. Questo perché la persona viene attratta da uno stimolo secondario e può arrivare a perderne il significato immediato.

Nella misura in cui si intende suggerire un'azione, anche l'immagine può essere un valido supporto in questa direzione. A titolo di esempio, per indicare la necessità di premere un pulsante fa differenza collocare l'immagine del pulsante da premere scrivendoci "premere il pulsante" rispetto a mettere una fotografia con una mano che preme il pulsante. Questo porta a due risultati. In primo luogo mostra che l'azione viene fatta dall'uomo attraverso la fotografia (e quindi utilizzo di un'immagine fortemente antropomorfa), e in secondo luogo rappresenta come viene messa in atto l'azione (spinta gentile; Thaler e Sunstein, 2008).

In quest'ottica quindi, la situazione e/o la stessa immagine che poi la persona ritrova nella situazione reale dovrebbe essere la

stessa del manuale e/o delle slide utilizzate per la formazione. A titolo di esempio inserire nell'illustrazione una pulsante di colore rosso (perché si tratta di un'immagine facilmente reperibile in rete) può determinare un momento di esitazione se poi il pulsante da attivare è di colore nero.

Proprio per il loro potere di attivare comportamenti è importante cercare di inserire immagini che suggeriscano gli stessi e non che li vietino. È un po' la stessa cosa di quello che sosteniamo nei riguardi dei testi scritti: evitare, per quanto possibile, di utilizzare il "non" spingendo invece il gesto verso l'azione. Questo perché lo stesso avvio del movimento cattura l'attenzione più di ogni altro istante (Abrams e Christ, 2003).

Per concludere, anche un'immagine può essere ripetuta al fine di accrescere il valore della spinta all'azione. Ad esempio, se si desidera indicare una via di esodo porre una serie di frecce in sequenza crea un movimento che nella persona favorisce l'azione e la sicurezza. Tanto più se queste frecce si illuminano seguendo la stessa sequenza della via di esodo.

Attenzione all'immagine stereotipate o parassita

Nel campo della sicurezza vi sono una serie di immagini codificate, atte a indicare specifici rischi e comportamenti da adottare. Si è trattato di uno sforzo importante al fine di codificare e unificare il significato di queste immagini. Pur tuttavia occorre considerare che tali iconografie possono diventare stereotipate o parassite. In forma diversa rischiano di trasformarsi nel tempo in raffigurazioni talmente radicate nelle persone da non segnalare più la loro presenza. Sempre nell'idea che l'immagine debba non tanto rassicurare, quanto attivare l'attenzione.

Antonio Zuliani & Wilma Dalsaso

Fonte: PdE, n. 61

Licenza Creative Commons
