

Maturità 2003. TIPOLOGIA D:

Si dice da parte di alcuni esperti che la forza delle immagini attraverso cui viene oggi veicolata gran parte delle informazioni, rischia, a causa dell'impatto immediato e prevalentemente emozionale, tipico del messaggio visivo, di prendere il sopravvento sul contenuto concettuale del messaggio stesso e sulla riflessione critica del destinatario. Ma si dice anche, da parte opposta, che è proprio l'immagine a favorire varie forme di apprendimento, rendendone più efficaci e duraturi i risultati. Discuti criticamente i due aspetti della questione proposta, avanzando le tue personali considerazioni.

Negli ultimi decenni il ruolo dell'immagine è diventato predominante nell'ambito dell'informazione. Desto una certa curiosità il fatto che essa sia diventata così indispensabile e si cerca di spiegare il motivo per cui abbia un ascendente così rilevante sull'essere umano.

Secondo alcuni studi scientifici la memoria visiva è quella più utilizzata dall'uomo nell'arco della sua vita, ed aiuta a contestualizzare meglio un ricordo, soprattutto perché conferma che un dato fatto è avvenuto realmente. Inoltre la memoria visiva ha una forza maggiore rispetto alle altre, perché la maggior parte di ciò che è immagazzinato nella nostra mente corrisponde a immagini visive.

L'immagine perciò riesce a suggestionare la mente e i giudizi di una persona. Ma opinioni opposte esistono a riguardo, una infatti sostiene che l'immagine può diventare preponderante, a discapito del concetto che si vuole esprimere, mentre l'altra posizione dichiara che è proprio l'immagine a rafforzare il concetto e ad aiutare a comprenderlo.

La prima opinione che ho enunciato riconosce il valore dell'immagine, ma critica il suo abuso. Le immagini iniziarono ad essere più utilizzate verso gli anni Sessanta, quando si diffuse la televisione. Quest'ultima poteva essere uno strumento di comunicazione culturale indirizzato a un gran numero di persone, anche a chi era analfabeta. Televisione e radio hanno incrementato l'educazione e la cultura della popolazione, e soprattutto in Italia ha divulgato la conoscenza della lingua italiana, poiché in alcune regioni veniva parlato e capito solo il dialetto.

Ma ciò che era nato per allargare orizzonti e cultura, oggi limita la capacità critica di decidere di molta gente. Chi trasmette informazioni, chi si occupa di pubblicità, conosce bene l'influenza che una figura proiettata può avere sulla mente umana, e a volte se ne fa un uso negativo, trasmettendo messaggi ingannevoli, per scopi commerciali. Diffusi sono anche i messaggi subliminali nelle trasmissioni ma anche nella proiezione di film o altri tipi di filmati. Si immettono flash di immagini che durano pochissimi secondi e in apparenza non vengono rilevati. Nel momento in cui quell'immagine verrà di nuovo visualizzata, in un altro contesto, ritornerà il ricordo di quel prodotto e la sensazione che aveva determinato. Spielberg aveva inserito dei flash di immagini di una marca di caramelle nel film E.T., e dopo l'uscita di questo, la vendita dell'alimento era considerevolmente aumentata. Un altro problema legato alla trasmissione di immagini e alla televisione è l'effetto che produce nei bambini e giovani. Secondo alcune ricerche condotte negli Stati Uniti, i bambini che trascorrono molte ore davanti alla televisione sono più

aggressivi, e con il passare degli anni la situazione tende solo a peggiorare. Altri invece sostengono che il supporto di immagini aiuta ad apprendere meglio i concetti che si espongono. In effetti molti studenti riescono ad assimilare meglio una lezione quando questa viene accompagnata da una rappresentazione visiva, per esempio con i lucidi o il Power Point.

Basti pensare al metodo di apprendimento dei bambini: accanto alle parole o alle frasi da leggere, compaiono disegni che illustrano visivamente ciò che è scritto. Anche i documentari, utilizzando i filmati, per molte persone, che non amano leggere, risultano più facili da capire e ricordare. Un film, tratto da un romanzo, viene ricordato meglio del libro letto, per l'associazione tra figura e idea. A mio avviso, le immagini sono un supporto importante per l'apprendimento. Esse aiutano a memorizzare meglio un'idea, a contestualizzarla, a comprenderla con più facilità. Bisogna comunque farne un uso appropriato, cercando di non trasmettere messaggi sbagliati o diseducativi, deleteri per la società, né sfruttare la pubblicità subliminale a scopo di lucro.

The logo for StudentVille features a stylized yellow house icon above the text "StudentVille". The word "Student" is in a light blue color, and "Ville" is in a darker blue color. The text is in a bold, sans-serif font.

StudentVille