

LETTURA E STUDIO DAL VOLUME
Teoria e Pratica della Comunicazione Multimediale
Unità di apprendimento 07

Le tessere del mosaico
Capitolo 4 – pagine 269 - 339.

Un ruolo fondamentale nel complesso processo di elaborazione dell'informazione è svolto dalla percezione, che costituisce il primo gradino della mediazione tra la risposta dell'individuo e l'ambiente.

Le informazioni di cui l'organismo psico-fisico ha bisogno per orientarsi nel suo ambiente, sono portate al soggetto mediante i diversi organi di senso e vengono vissute a livello fenomenico come sensazioni (suoni, colori, caldo, freddo, pressione, ecc.).

Ben presto il soggetto sotto l'influsso della maturazione e dell'esperienza, diventa capace di organizzare e completare significativamente e selettivamente le sensazioni che lo colpiscono, giunge cioè alla percezione di figure, oggetti, situazioni.

Questo processo di percezione diventa presto abituale e viene posto in atto automaticamente, così che di solito noi percepiamo oggetti o situazioni complesse e solo con un seguente atto di riflessione diventiamo consci delle singole sensazioni che hanno avviato il processo della percezione (Ronco, 1994).

Esistono diversi approcci e teorie della percezione, ma l'approccio psicologico che più di tutti ha contribuito allo studio del processo percettivo e delle variabili ad esso correlate e che si è rivelata più funzionale alla utilizzazione nell'ambito della comunicazione visiva è stata la Gestaltpsychologie (o psicologia della forma).

Ciò che caratterizza tale approccio è l'interpretazione completamente nuova dell'organizzazione sensoriale. Quella appunto della *gestalt* che risale alla cosiddetta TENDENZA ALLA CHIUSURA o al completamento, per arrivare ad avere una buona forma. Così se noi in un'inquadratura televisiva o di un fumetto vediamo il mezzo busto di una persona, ci rappresentiamo quella persona come intera. Esistono diverse leggi generali che presiedono all'organizzazione dei processi percettivi.

Gli individui non vedono necessariamente un oggetto come è in realtà, bensì come viene soggettivamente percepito, in funzione delle loro motivazioni, stili conoscitivi, ecc.

Così un cartone animato o una vignetta, magari per l'ambiguità dello stimolo o per incongruenze nella forma, può assumere percettivamente un percorso interpretativo diverso da quello che gli è stato attribuito dai produttori o a seconda degli osservatori.