

I Messaggi Subliminali

Aspetti storici e modalità di funzionamento

Nell'ultimo mezzo secolo si è parlato davvero molto dei messaggi subliminali, della loro presenza in pubblicità, film e canzoni e di come siano un tentativo subdolo di influire sui nostri bisogni, o peggio ancora di contaminarci con informazioni relative al mondo dell'occulto e del satanismo.

Prima di scoprire come siano nati e come funzionino, vediamo di avere un'idea generale ma precisa sull'argomento. Il termine subliminale deriva dal latino, *sub* cioè sotto e *limen* che in italiano significa soglia; ciò ci permette di capire come siano una sorta di linguaggio che agisce ad un livello inconscio sul ricevente (colui che riceve il messaggio). Il metodo di trasmissione del messaggio subliminale può avvenire tramite immagini, scritte o suoni che non necessariamente hanno a che vedere con l'argomento trattato nel contesto generale in cui è inserito. Riguardo a questi messaggi si deve ricordare che la maggior parte delle ricerche scientifiche hanno ottenuto dei risultati che mettevano in luce come questi non avessero un effetto forte ed efficace, e cosa ancora più importante duraturo sul comportamento umano.

Storia del messaggio subliminale

Prima del 1957 non si parlava pubblicamente di questo argomento, si iniziò a farlo dopo la pubblicazione del libro *I persuasori occulti* di Vance Packard, edito in Italia da Einaudi. Qualche anno dopo James Vicary diffuse i risultati dello studio più famoso che si fece sull'efficacia dei messaggi subliminali. Durante la proiezione di un film in un cinema, all'insaputa del pubblico, vennero inseriti alcuni fotogrammi con scritto "bevi Coca-Cola" (Fig. 2) e "mangia pop-corn" e si notò un notevole aumento della vendita di questi prodotti al bar del cinema durante gli intervalli. Oggi, dopo oltre cinquant'anni, si parla di questo studio quasi come se fosse un mito o una barzelletta, invece è stato realmente realizzato.

Come funzionano?

Prima di avere un'idea chiara sul funzionamento dei messaggi subliminali, dobbiamo conoscere due nozioni sulla nostra memoria. La prima è quella che la Natura ci ha dotati di molte memorie, infatti il nostro corredo mentale usa le seguenti forme di memoria:

1. memoria sensoriale: ognuno dei nostri sensi ha una sua propria memoria;
2. memoria di lavoro (o a breve termine): si interessa a tutto ciò che ci succede, ma ha un carattere breve e ciò che entra nella memoria a breve termine si scorda in fretta se non è importante;

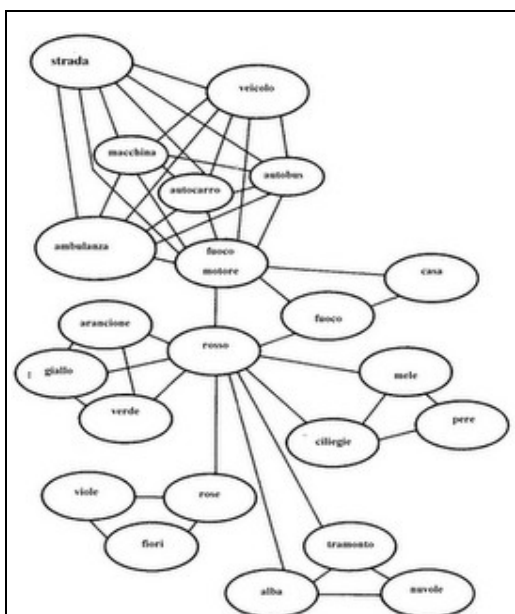


Fig. 1: Modello dell'organizzazione della memoria. Da Collins e Loftus (1975)

3. *memoria a lungo termine*: immagazzina tutti i ricordi che reputiamo importanti, per lunghissimo tempo e crea anche delle connessioni fra i diversi ricordi. (Fig 1)

Per meglio comprendere il meccanismo della memoria e dei messaggi subliminali, dobbiamo considerare la nostra memoria a breve termine come una sorta di scatola nera che registra ogni movimento, colore e sensazione che possano colpire i nostri sensi, successivamente a livello inconscio il nostro cervello fa una selezione delle cose importanti da immagazzinare nella memoria a lungo termine (per avere un esempio di questa selezione, proviamo a renderci conto in questo stesso momento della percezione della sedia sotto di noi, prima non ce ne rendevamo neanche conto che ci fosse, eppure attraverso il nostro sedere la sensazione arrivava al nostro cervello!). Tutta questa serie di messaggi che non ci rendiamo conto di percepire ma percepiamo, vengono poi elaborati (quindi rivissuti) a livello inconscio ed è questo meccanismo che i messaggi subliminali tentano di usare a loro favore, in modo da farci immagazzinare dei messaggi nel nostro cervello, senza che noi compiamo una scelta consapevole di ciò che reputiamo interessante o meno per noi.

I vari canali dei messaggi subliminali

Il cinema e la pubblicità

Come abbiamo già visto, il primo canale in cui sono stati usati dei messaggi subliminali per scopi pubblicitari è stato il cinema. Lo stratagemma di inserire fotogrammi pubblicitari durante la proiezione di un film è stato poi vietato.

Altra possibilità tecnica è quella di inserire “*un film nel film*” che stiamo guardando. In questo caso si introdurranno una serie di colori e di suoni che possono interagire con il nostro inconscio evocando particolari sensazioni o ricordi legati appunto a questi colori o suoni imponendo così convinzioni politiche, comportamenti d'acquisto, orientamenti religiosi e in un certo senso si viene quindi a forzare la volontà degli spettatori.

La musica

La musica è stato l'ambito dove ci si è accaniti con forza maggiore nel tentativo di scovare messaggi subliminali. Ci sono persone che ritengono di essere riusciti a trovare messaggi commerciali, promozionali, scherzosi o peggio satanisti e istiganti

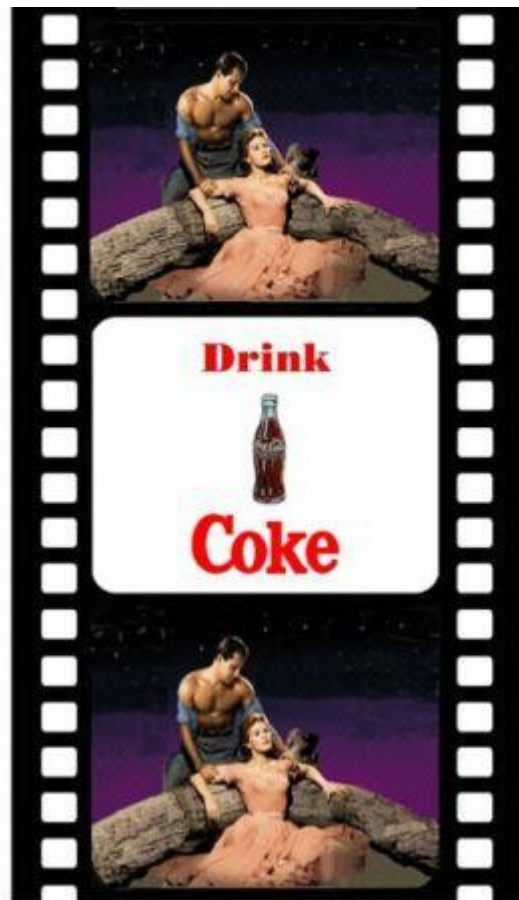


Fig. 2: Esempio di un fotogramma pubblicitario fra due fotogrammi di un film

al suicidio e all'omicidio all'interno di alcune canzoni. Furono soprattutto gli ambiti più macabri ad attirare l'attenzione dei mass-media e del pubblico e hanno interessato gruppi come i Beatles, Queen e i Led Zeppelin.

Ma è vero?

Di solito per scoprire queste messaggi si usa la tecnica di ascoltare al contrario una canzone o un disco, in linguaggio tecnico si usa il termine **backmasking**. Questa tecnica però risulta completamente inattendibile e priva di qualsiasi prova sulla possibilità che questi suoni riescano a raggiungere la nostra coscienza e influenzarla. Vi sono alcuni brani in cui questi messaggi sono stati inseriti volutamente ma nella maggior parte dei casi si tratta di interpretazioni assolutamente personali su dei suoni che potrebbero ricordare una determinata parola o un'altra.

Pur che i messaggi preliminari possano influenzare la nostra coscienza, questo effetto è decisamente breve, sempre che non sia efficace. Di conseguenza si crede proprio che si possa star tranquilli, nessuno potrà stravolgere la nostra coscienza al punto tale da farci commettere atti contro la nostra volontà.