

Università Kore di Enna

Corso di Laurea in Scienze della comunicazione multimediale II anno

Cattedra di Psicologia Generale

Prof. G. Sprini

La comunicazione subliminale

Subliminale deriva da “*sub limen*”, termine latino che letteralmente vuol dire sotto la soglia.

Indica uno stimolo destinato ad imprimersi nella psiche del destinatario proprio al di sotto della sua sensibilità percettiva.

Tecnicamente si intende quel limite designato dalla più bassa intensità avvertita dal soggetto il 50% delle volte in cui lo stimolo è somministrato.

“Percezione subliminale” è la percezione troppo debole perché sia avvertita consciamente.

Il nostro cervello vede e sente molto più dei relativi organi sensoriali, nel senso che la quantità di stimoli che la memoria elabora è maggiore della somma dei singoli particolari percepiti consciamente.

Da ciò deriva che i messaggi subliminali sono messaggi che sfuggono all'esame della coscienza, annidandosi in quella parte della nostra personalità che definiamo inconsapevole.

Due categorie di messaggi subliminali:

- Tipo Visivo
- Tipo Uditivo

Messaggi subliminali di tipo Visivo

Immagini che vengono proiettate per poche frazioni di secondi durante normali sequenze che nulla hanno a che vedere con il contenuto del messaggio nascosto (flashing image).

Un ulteriore tipo di messaggi subliminale di tipo visivo si ottiene mimetizzando un segnale debole (come intensità) in un contesto di segnali dominanti: è il caso di oggetti nascosti o di parole formate non da lettere ma da rilievi di oggetti o punteggiature su superfici irregolari.