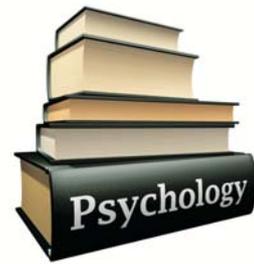


PSICOLOGIA

per un paio di slip

a cura del Prof. Stefano Federici



Un bel po' di tempo fa, e avevo allora solo 21 anni, sono andato in India per più di un mese, facendo sosta a Bombay (l'attuale Mumbai). Molte cose mi colpirono di quel travolgente viaggio, ma un'immagine fra tante torna vivida nella mia memoria: quella di alcune mucche che tranquillamente attraversano e sostano su una grande e trafficatissima strada che percorre Mumbai, città di più di 11 milioni di abitanti, tra grattacieli e baracche. Perché tra le tante esperienze emotivamente forti, vissute in quella città, questa immagine ricorre così chiara nel mio ricordo? Beh, facile a dirsi, direte

voi. Chi, infatti, non rimarrebbe impressionato da un'immagine del genere? Noi occidentali certamente, ma probabilmente non allo stesso modo di asiatici, cinesi o giapponesi. Alcuni studiosi, infatti, hanno dimostrato come il modo di cogliere un oggetto (animali, persone o cose) rispetto allo sfondo in cui questo è collocato (città, campagna o altri ambienti) è diverso tra gli orientali e gli occidentali. I primi, cinesi o giapponesi per esempio, tendono a prestare attenzione a un maggior numero di elementi che caratterizzano l'ambiente in cui è collocato un oggetto, rispetto ai secondi, americani o europei, che invece si concentrano molto più sull'oggetto in primo piano trascurando il contesto in cui è collocato. Il modo di indagare queste differenze culturali, nel modo di percepire e immagazzinare informazioni nella nostra mente, è piuttosto semplice. Si





procede con un esperimento simile a quello che è successo a me in India. Si mostra a delle persone di diversa cultura un gruppo di foto di animali (mucche, cani, scimmie, gatti, ecc.) prima in un ambiente naturale e poi un altro gruppo di foto in cui le precedenti sono state modificate o cambiando qualcosa dell'animale (il colore della pelliccia, per esempio) o cambiando l'ambiente (dal lago alla montagna, dal divano di casa al prato di campagna e così via), ma lasciando inalterato l'animale. Ebbene, si è notato che gli occidentali in genere non si accorgono molto delle differenze ambientali, ritenendo che la foto mostrata sia la stessa, anche se diverso è il paesaggio (si sono cioè concentrati sull'animale, trascurando gli elementi dello sfondo), ma dichiarano che la foto è diversa se l'animale ha un pelo di un altro colore; mentre per gli orientali di solito è l'opposto: una foto non è più la stessa se è stato mutato solo l'aspetto del

paesaggio ma non quello dell'animale. Immaginate allora di essere un pubblicitario e di essere state ingaggiate per realizzare un importante e costoso lancio di un nuovo prodotto sul mercato: sarà importante per voi sapere se le persone si concentreranno di più sull'insieme della pubblicità (figura dell'oggetto da pubblicizzare e sfondo su cui si staglia) o se, invece, fanno maggiore attenzione alle caratteristiche dell'oggetto indipendentemente da dove lo avrete collocato. Tranquille, però: se si tratta di un paio di slip da far indossare a David Beckham sono tutte attente allo stesso modo!

Bibliografia

- Federici, S., Stella, A., Dennis, J., & Hünefeldt, T.** (in press). Is Italians' reasoning style more Eastern than Western? Context sensitivity and Fear of isolation in Italians and US Americans. *Cognitive Processing*, 11.
- Masuda, T., & Nisbett, R. E.** (2001). Attending holistically versus analytically: Comparing the context sensitivity of Japanese and Americans. *Journal of Personality and Psychology*, 81(5), 922-934. doi: 10.1037/0022-3514.81.5.922

realizzato in collaborazione con
Corso di Laurea in Psicologia
Facoltà di Scienze della Formazione

