

Richard J. Gerrig  
Philip G. Zimbardo  
Luigi M. Anolli

# PSICOLOGIA GENERALE

Edizione italiana a cura di Valentino Zurloni

© 2012 Pearson Italia, Milano-Torino

*Authorized translation from the English language edition, entitled PSYCHOLOGY AND LIFE, 19th edition, by Richard Gerrig; Philip Zimbardo, published by Pearson Education, Inc, publishing as Pearson, Copyright © 2010*

*All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.*

*Italian language edition published by Pearson Italia S.p.A., Copyright © 2012.*

Le informazioni contenute in questo libro sono state verificate e documentate con la massima cura possibile. Nessuna responsabilità derivante dal loro utilizzo potrà venire imputata agli Autori, a Pearson Italia S.p.A. o a ogni persona e società coinvolta nella creazione, produzione e distribuzione di questo libro.

Per i passi antologici, per le citazioni, per le riproduzioni grafiche, cartografiche e fotografiche appartenenti alla proprietà di terzi, inseriti in quest'opera, l'editore è a disposizione degli aventi diritto non potuti reperire nonché per eventuali non volute omissioni e/o errori di attribuzione nei riferimenti.

I diritti di riproduzione e di memorizzazione elettronica totale e parziale con qualsiasi mezzo, compresi i microfilm e le copie fotostatiche, sono riservati per tutti i paesi.

LA FOTOCOPIATURA DEI LIBRI È UN REATO Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRO, corso di Porta Romana n. 108, 20122 Milano, e-mail segreteria@aidro.org e sito web www.aidro.org.

Curatore per l'edizione italiana: Valentino Zurloni

Traduzione: Cesare Cavalera, Barbara Diana

Redazione: Elisabetta Versace

Impaginazione: Alberto Portalupi

Progetto grafico di copertina: Achilli Ghizzardi Associati – Milano

Stampa: EcoBook – Rho (MI)

Tutti i marchi citati nel testo sono di proprietà dei loro detentori.

978-88-7192-644-5

Printed in Italy

1<sup>a</sup> edizione: settembre 2012

Ristampa  
00 01 02 03 04

Anno  
12 13 14 15 16

# Indice

<b>Prefazione</b>	<b>XI</b>
<b>Autori</b>	<b>XIII</b>
<b>1. INQUADRAMENTO STORICO E TEORICO SULLA PSICOLOGIA</b>	<b>2</b>
<i>di Valentino Zurloni</i>	
<b>1.1 Le premesse della psicologia scientifica</b>	<b>3</b>
1.1.1 Le premesse filosofiche	3
1.1.2 Le premesse scientifiche	6
<b>1.2 Il primo laboratorio</b>	<b>7</b>
1.2.1 Wundt e l'introspezione	7
1.2.2 La psicologia in Germania	9
<b>1.3 La psicologia negli Stati Uniti</b>	<b>10</b>
1.3.1 Lo strutturalismo	10
1.3.2 James e il funzionalismo	11
<b>1.4 La psicologia della Gestalt</b>	<b>13</b>
<b>1.5 Il comportamentismo</b>	<b>14</b>
1.5.1 Il neocomportamentismo	16
<b>1.6 Il cognitivismo</b>	<b>18</b>
1.6.1 Il modularismo e la mente computazionale	19
1.6.2 Il connessionismo e la mente situata	19
1.6.3 La mente radicata	20
<b>1.7 Che cos'è la psicologia?</b>	<b>20</b>
<b>Approfondimento 1.1 <i>Psicologia scientifica, psicologia ingenua e il fenomeno del "senno di poi"</i></b>	<b>21</b>
<i>In sintesi</i>	22
<i>Verifiche</i>	23
<b>2. I METODI DELLA RICERCA PSICOLOGICA</b>	<b>24</b>
<b>2.1 La ricerca in psicologia</b>	<b>25</b>
<b>2.2 I metodi della psicologia</b>	<b>27</b>
2.2.1 Metodo sperimentale	27
2.2.2 Metodo correlazionale	35
<b>2.3 La misurazione in psicologia</b>	<b>36</b>
2.3.1 Scale di misurazione	37
<b>Approfondimento 2.1 <i>Un esempio di esperimento sugli effetti dei messaggi subliminali</i></b>	<b>38</b>
2.3.2 Attendibilità e validità	39
2.3.3 Misure self-report	40
2.3.4 Misure comportamentali e osservazione	41
<i>In sintesi</i>	44
<i>Verifiche</i>	44

<b>Supplemento di statistica</b>	<b>46</b>
<b>S.1 La statistica in psicologia</b>	<b>46</b>
<b>S.2 L'analisi dei dati</b>	<b>47</b>
Statistica descrittiva	48
Statistica inferenziale	54
<b>3 LA CULTURA</b>	<b>58</b>
<i>di Luigi M. Anolli</i>	
<b>3.1 Origine della cultura</b>	<b>60</b>
3.1.1 Sintesi dell'evoluzione della specie umana	60
<b>Approfondimento 3.1 Perché noi e non loro?</b>	<b>63</b>
3.1.2 Principali premesse biologiche ed evoluzionistiche della cultura	64
<b>3.2 Le dimensioni della cultura</b>	<b>67</b>
3.2.1 Interazione fra l'uomo e l'ambiente	68
3.2.2 Condivisione di simboli	69
3.2.3 Trasmissione e appropriazione culturale	70
3.2.4 Evoluzione culturale e accumulazione degli apprendimenti	71
<b>3.3 Studiare la cultura "dall'esterno" e "dall'interno"</b>	<b>72</b>
3.3.1 Lo studio della cultura "dall'esterno"	72
<b>Approfondimento 3.2 La storia dei rapporti tra natura e cultura</b>	<b>74</b>
3.3.2 Lo studio della cultura "dall'interno"	75
3.3.3 Uno studio comprensivo della cultura	76
<b>3.4 Cultura come mediazione</b>	<b>77</b>
<b>3.5 Cultura come sistema di differenze</b>	<b>80</b>
<b>3.6 Identità culturale</b>	<b>80</b>
<b>3.7 Cultura come partecipazione</b>	<b>83</b>
<b>3.8 La mente monoculturale</b>	<b>84</b>
<b>3.9 La mente multiculturale</b>	<b>87</b>
<i>In sintesi</i>	93
<i>Verifiche</i>	94
<b>4 SENSAZIONE E PERCEZIONE</b>	<b>96</b>
<b>4.1 Che cosa sono la sensazione e la percezione</b>	<b>99</b>
4.1.1 Stimoli prossimali e distali	99
4.1.2 Processi dal basso verso l'alto e dall'alto verso il basso	101
<b>4.2 Processi dal basso verso l'alto: conoscenza sensoriale del mondo</b>	<b>104</b>
4.2.1 La psicofisica	105
4.2.2 Dall'evento fisico all'evento mentale	108
<b>4.3 Processi dal basso verso l'alto: l'organizzazione percettiva</b>	<b>110</b>
4.3.1 Articolazione figura-sfondo	110
4.3.2 Principi di raggruppamento percettivo	112
4.3.3 Integrazione spaziale e temporale	113
4.3.4 Percezione del movimento	115
<b>Approfondimento 4.1 Come si raggruppano le informazioni di modalità diverse?</b>	<b>115</b>
4.3.5 Percezione della profondità	116
4.3.6 Le costanze percettive	120
<b>4.4 Processi dall'alto verso il basso: quando ciò che si sa guida ciò che si percepisce</b>	<b>123</b>
4.4.1 L'importanza dei contesti e delle aspettative	123

4.4.2	Percezione e azione	127
<b>4.5</b>	<b>Considerazioni conclusive</b>	<b>128</b>
	<i>Approfondimento 4.2 La percezione pittorica</i>	<i>129</i>
	<i>In sintesi</i>	<i>130</i>
	<i>Verifiche</i>	<i>130</i>
<b>5</b>	<b>CONOSCENZA E SIMULAZIONE MENTALE</b>	<b>132</b>
	<i>di Luigi M. Anolli</i>	
<b>5.1</b>	<b>Mappe cerebrali e immagini mentali</b>	<b>133</b>
	<i>Approfondimento 5.1 Il caso di Génie</i>	<i>137</i>
<b>5.2</b>	<b>Simulazione e rappresentazione</b>	<b>138</b>
<b>5.3</b>	<b>La mente situata e radicata nel corpo</b>	<b>139</b>
<b>5.4</b>	<b>Un po' di storia sulla mente</b>	<b>140</b>
5.4.1	Dal comportamentismo al cognitivismo alle scienze cognitive	141
5.4.2	La mente computazionale	141
	<i>Approfondimento 5.2 I club dell'abaco</i>	<i>142</i>
5.4.3	Il linguaggio della mente	142
	<i>Approfondimento 5.3 Esistono i simboli amodali?</i>	<i>143</i>
5.4.4	La mente modulare	144
<b>5.5</b>	<b>La mente simulativa</b>	<b>145</b>
5.5.1	Le zone di convergenza e di divergenza	145
5.5.2	I simboli percettivi e i simulatori mentali	146
5.5.3	Le simulazioni mentali situate	148
<b>5.6</b>	<b>Simulazione mentale e pensiero ipotetico</b>	<b>149</b>
5.6.1	Simulazioni rivolte al futuro e pensiero prefattuale	150
5.6.2	Simulazioni rivolte al passato e pensiero controfattuale	151
<b>5.7</b>	<b>Simulazione mentale e attività motoria</b>	<b>153</b>
<b>5.8</b>	<b>Invenzione e creatività</b>	<b>155</b>
<b>5.9</b>	<b>Comprensione della mente degli altri ed empatia</b>	<b>157</b>
	<i>In sintesi</i>	<i>160</i>
	<i>Verifiche</i>	<i>161</i>
<b>6</b>	<b>ATTENZIONE E COSCIENZA</b>	<b>162</b>
<b>6.1</b>	<b>L'attenzione</b>	<b>163</b>
6.1.1	Attenzione selettiva	163
6.1.2	Attenzione divisa	164
	<i>Approfondimento 6.1 Il telefono cellulare distrae mentre si guida?</i>	<i>165</i>
<b>6.2</b>	<b>Che cos'è la coscienza</b>	<b>166</b>
6.2.1	I contenuti della coscienza	166
6.2.2	Consapevolezza e coscienza	167
6.2.3	Studiare i contenuti della coscienza	168
<b>6.3</b>	<b>Le funzioni della coscienza</b>	<b>169</b>
6.3.1	Studiare le funzioni della coscienza	170
<b>6.4</b>	<b>Sonno e sogni</b>	<b>171</b>
6.4.1	Ritmi circadiani	171
6.4.2	Il ciclo del sonno	172

6.4.3	Perché dormiamo?	174
6.4.4	Sogni: il teatro della mente	176
<b>6.5</b>	<b>Stati di coscienza alterati</b>	<b>179</b>
6.5.1	Ipnosi	179
6.5.2	Meditazione	181
	<b>Approfondimento 6.2 Sostanze psicoattive</b>	<b>182</b>
	<i>In sintesi</i>	184
	<i>Verifiche</i>	184
<b>7</b>	<b>Apprendimento ed esperienza</b>	<b>186</b>
<b>7.1</b>	<b>Che cos'è l'apprendimento</b>	<b>187</b>
7.1.1	Abituazione e sensibilizzazione	188
<b>7.2</b>	<b>Condizionamento classico</b>	<b>189</b>
7.2.1	L'esperimento di Pavlov	189
7.2.2	Processi di condizionamento	192
7.2.3	Il processo di acquisizione	195
	<b>Approfondimento 7.1 La paura condizionata</b>	<b>197</b>
<b>7.3</b>	<b>Condizionamento operante</b>	<b>198</b>
7.3.1	La legge dell'effetto	198
7.3.2	Analisi sperimentale del comportamento	199
7.3.3	Il meccanismo del rinforzo	200
7.3.4	Proprietà dei rinforzi	203
7.3.5	Schemi di rinforzo	204
7.3.6	Modellamento (shaping)	206
	<b>Approfondimento 7.2 Comportamento superstizioso e illusione di controllo</b>	<b>207</b>
<b>7.4</b>	<b>Imprinting e apprendimento</b>	<b>208</b>
<b>7.5</b>	<b>Apprendimento cognitivo</b>	<b>209</b>
7.5.1	Apprendimento per insight	209
7.5.2	Le mappe cognitive	210
<b>7.6</b>	<b>Apprendimento situato, simulazione ed esperienza</b>	<b>212</b>
<b>7.7</b>	<b>Nuove frontiere dell'apprendimento</b>	<b>214</b>
7.7.1	E-learning	214
7.7.2	Serious Games	216
	<b>Approfondimento 7.3 Non avere paura! Serious Games e prevenzione del bullismo a scuola</b>	<b>217</b>
<b>7.8</b>	<b>Valutazione dell'apprendimento</b>	<b>218</b>
	<i>In sintesi</i>	220
	<i>Verifiche</i>	221
<b>8</b>	<b>MEMORIA E RAPPRESENTAZIONE MENTALE</b>	<b>222</b>
<b>8.1</b>	<b>Che cos'è la memoria</b>	<b>223</b>
8.1.1	Funzioni della memoria	223
8.1.2	I processi mnestici	225
<b>8.2</b>	<b>Utilizzo della memoria nel breve periodo</b>	<b>226</b>
8.2.1	Memoria iconica	226
8.2.2	Memoria a breve termine	228
8.2.3	Memoria di lavoro	231
<b>8.3</b>	<b>Memoria a lungo termine: codifica e recupero</b>	<b>233</b>
8.3.1	Indizi di recupero	234
8.3.2	Contesto e codifica	236

8.3.3	I processi di codifica e di recupero	239
8.3.4	Perché dimentichiamo	241
<b>Approfondimento 8.1 <i>Biologia e memoria: le tecniche di neuroimaging</i></b>		<b>242</b>
8.3.5	Come memorizzare informazioni non strutturate	244
8.3.6	La metamemoria	245
<b>Approfondimento 8.2 <i>Tecniche di studio</i></b>		<b>246</b>
<b>Approfondimento 8.3 <i>Memoria e preparazione agli esami</i></b>		<b>247</b>
8.3.7	Il processo di ricostruzione della memoria	247
<b>Approfondimento 8.4 <i>La testimonianza oculare</i></b>		<b>248</b>
<i>In sintesi</i>		250
<i>Verifiche</i>		250
<b>9</b>	<b>PENSIERO E INTELLIGENZA</b>	<b>252</b>
<b>9.1</b>	<b>Studiare la cognizione</b>	<b>253</b>
9.1.1	Scoprire i processi mentali	254
9.1.2	Processi mentali e risorse mentali	255
<b>9.2</b>	<b>Problem solving e ragionamento</b>	<b>258</b>
9.2.1	Problem solving	258
9.2.2	Ragionamento deduttivo	262
9.2.3	Ragionamento induttivo	264
9.2.4	Ragionamento abduttivo	266
<b>9.3</b>	<b>Giudizio e presa di decisione</b>	<b>267</b>
9.3.1	Euristiche e giudizio	267
9.3.2	La psicologia della decisione	272
<b>9.4</b>	<b>Che cos'è l'intelligenza</b>	<b>276</b>
9.4.1	Valutazione dell'intelligenza	276
9.4.2	Teorie sull'intelligenza	278
<b>9.5</b>	<b>La creatività</b>	<b>283</b>
9.5.1	Valutare la creatività	283
<b>Approfondimento 9.1 <i>Come si fa a diventare più creativi?</i></b>		<b>285</b>
<i>In sintesi</i>		286
<i>Verifiche</i>		286
<i>Soluzioni</i>		287
<b>10</b>	<b>COMUNICAZIONE E INTERAZIONE</b>	<b>288</b>
<i>di Luigi M. Anolli</i>		
<b>10.1</b>	<b>Principali linee di studio della comunicazione</b>	<b>290</b>
10.1.1	Il punto di vista matematico: comunicazione come scambio di informazioni	290
10.1.2	Il punto di vista semiotico e semantico: comunicazione come produzione di significati	291
10.1.3	Il punto di vista pragmatico: comunicazione come pratica	293
10.1.4	Il punto di vista psicologico: comunicazione come relazione interpersonale	295
<b>10.2</b>	<b>Le funzioni della comunicazione</b>	<b>297</b>
<b>Approfondimento 10.1 <i>La comunicazione seduttiva</i></b>		<b>298</b>
10.2.1	Verso una definizione di comunicazione	299
<b>10.3</b>	<b>Il significato è il fondamento della comunicazione</b>	<b>300</b>
10.3.1	Il significato come insieme di condizioni necessarie e sufficienti	301

10.3.2	Il significato come valore linguistico	302
10.3.3	Il significato come comprensione dell'esperienza	302
10.3.4	Il significato come prototipo	303
10.3.5	Stabilità e variabilità del significato	305
10.3.6	Significato letterale e significato figurato	307
<b>10.4</b>	<b>Intenzionalità e comunicazione</b>	<b>308</b>
	<i>Approfondimento 10.2 La comunicazione menzognera</i>	<i>309</i>
<b>10.5</b>	<b>Comunicare con le parole</b>	<b>311</b>
	<i>Approfondimento 10.3 Quando e come è sorto il linguaggio</i>	<i>312</i>
	<i>Approfondimento 10.4 Universalità e relatività del linguaggio</i>	<i>314</i>
<b>10.6</b>	<b>Comunicare senza parole</b>	<b>315</b>
10.6.1	La comunicazione non verbale	315
10.6.2	Principali sistemi di comunicazione non verbale	316
<b>10.7</b>	<b>Sintonia semantica e pragmatica</b>	<b>322</b>
	<i>In sintesi</i>	<i>323</i>
	<i>Verifiche</i>	<i>324</i>
<b>11</b>	<b>MOTIVAZIONE ED EMOZIONI</b>	<b>326</b>
<b>11.1</b>	<b>Che cos'è la motivazione</b>	<b>327</b>
11.1.1	Le componenti della motivazione	328
11.1.2	Una gerarchia di bisogni	331
	<i>Approfondimento 11.1 Un esempio di bisogno fisiologico: la sete</i>	<i>332</i>
<b>11.2</b>	<b>La motivazione al successo</b>	<b>333</b>
11.2.1	Bisogno di autorealizzazione	333
11.2.2	Attribuzione del successo e del fallimento	335
	<i>Approfondimento 11.2 In che modo la motivazione influenza il successo accademico?</i>	<i>337</i>
11.2.3	Motivazione al lavoro e nelle organizzazioni	338
<b>11.3</b>	<b>Che cosa sono le emozioni</b>	<b>339</b>
11.3.1	Aspetti fisiologici delle emozioni	340
11.3.2	Teoria cognitivo-attribuzionale delle emozioni	342
11.3.3	Teorie dell'appraisal	343
	<i>Approfondimento 11.3 Le emozioni facilitano o ostacolano i processi mnestici?</i>	<i>344</i>
<b>11.4</b>	<b>Manifestazione delle emozioni</b>	<b>345</b>
11.4.1	Teoria dei programmi affettivi	345
11.4.2	Ipotesi dell'universalità delle espressioni emotive	346
11.4.3	La prospettiva contestualista	348
<b>11.5</b>	<b>La regolazione delle emozioni</b>	<b>349</b>
	<i>Approfondimento 11.4 Come categorizziamo le emozioni?</i>	<i>350</i>
	<i>In sintesi</i>	<i>351</i>
	<i>Verifiche</i>	<i>352</i>
	<i>Soluzioni</i>	<i>352</i>
	<b>Bibliografia essenziale</b>	<b>353</b>
	<b>Indice analitico</b>	<b>357</b>



# Prefazione

L'insegnamento e lo studio della Psicologia generale è una delle sfide più intriganti, ma allo stesso tempo più impegnative che le scienze umane ci offrono all'interno del panorama accademico odierno. L'analisi oscilla inevitabilmente dal livello micro dei neuroni e dei processi che coinvolgono il sistema nervoso centrale e periferico, al livello macro dei sistemi culturali. Se, da una parte, la psicologia come disciplina scientifica richiede che le conoscenze, le teorie e gli esperimenti psicologici siano esposti con rigore metodologico, dall'altra occorre rendere lineari e accessibili tali contenuti sotto il profilo esplicativo agli studenti. Poiché gli ordinamenti didattici vigenti presso le nostre Facoltà collocano, di norma, il corso di Psicologia generale al primo anno, siamo di fronte a studenti che, con tutta probabilità, non hanno dimestichezza né con questioni di carattere epistemologico e metodologico, né con il linguaggio proprio della psicologia scientifica. Le loro credenze non si discostano di molto da quelle della psicologia del senso comune. Si aspettano che un corso di Psicologia abbia ricadute positive sulla loro vita quotidiana.

Perché, dunque, proporre un adattamento del volume *Psychology and Life*, giunto ormai alla diciannovesima edizione negli Stati Uniti? L'ormai consolidata collaborazione tra Richard Gerrig e Philip Zimbardo è arricchita nell'edizione italiana dal contributo di Luigi Anolli e da un capitolo di inquadramento storico. La sua pluriennale esperienza negli ambiti della Psicologia della comunicazione e della Psicologia della cultura si integra alle competenze e conoscenze di Gerrig e Zimbardo, rispettivamente, negli ambiti della Psicologia cognitiva e della Psicologia sociale. L'esperienza scientifica e didattica dei tre autori ha contribuito, quindi, alla stesura di un volume che guarda con rigore scientifico a contenuti psicologici di stretta attualità.

Nell'affrontare questo lavoro mi ha piacevolmente impressionato la linearità, la semplicità e la chiarezza del linguaggio dell'edizione statunitense, che rifugge il più possibile da forme di opacità semantica e concettuale. Ciò senza andare a scapito del sapere scientifico, che non risulta né banalizzato né semplificato dall'accessibilità dell'espressione che avvicina lo studente universitario al linguaggio scientifico della psicologia. Se sotto questo aspetto si è cercato di mantenere vivo il nucleo forte dell'originale, è sul piano dei contenuti che il curatore ha operato numerosi cambiamenti. Anzitutto, è stata fatta un'accurata selezione degli argomenti trattati, talvolta riducendo argomenti troppo legati a fenomeni sociali tipicamente americani, talaltra tagliando argomenti più pertinenti a un corso di psicologia *tout court* che a un corso di Psicologia generale. In altri casi, è stato necessario sviluppare o inserire ex novo tematiche che fanno parte della tradizione di studio europea e italiana, o recentemente divenuti di particolare interesse, quali la simulazione mentale come nuova frontiera della psicologia cognitiva, le sfide delle nuove tecnologie nei processi di apprendimento, il ruolo dei processi di induzione, deduzione e abduzione nel ragionamento. Parimenti, sono stati adeguati i riferimenti bibliografici, sia prendendo in considerazione le ricerche scientifiche più recenti, sia facendo riferimento a teorie e a lavori di ricerca di autori europei, sempre troppo trascurati nella produzione manualistica americana.

Per quel che riguarda la sua architettura, quest'opera offre a studenti e docenti una molteplicità di materiali a integrazione del testo. Sul piano scientifico, ampio spazio è stato dedicato alla descrizione di studi sperimentali, integrati nel testo. Sezioni specifiche sono state, invece, dedicate all'approfondimento di fenomeni particolari, quali la comunicazione menzognera o il comportamento superstizioso. Sul piano didattico, il volume propone sia strumenti per l'autoverifica dell'apprendimento (quali le domande *Stop and Check* alla fine di ciascun paragrafo, oppure le *Verifiche* in coda a ogni capitolo), sia alcuni accorgimenti che agevolano il processo di apprendimento e di rielaborazione dei contenuti da parte dello studente (la sezione *In sintesi* in chiusura di ogni capitolo, e la presenza di un glossario accanto ai *Termini chiave* contribuiscono alla messa a fuoco dei concetti principali e delle categorie di base della disciplina).

La ricchezza e la varietà dei temi affrontati hanno alimentato l'esigenza d'integrare il volume con un apposito sito web raggiungibile all'indirizzo <http://hpe.pearson.it/gerrig>. In esso, docenti e studenti troveranno strumenti e materiali aggiuntivi per la didattica e per la verifica dell'apprendimento.

I lettori a cui è rivolto questo lavoro sono principalmente i futuri esperti in scienze umane: psicologi, formatori, educatori, operatori sociali e della comunicazione, sociologi, economisti. Il mio auspicio è che il presente volume possa contribuire alla formazione di queste figure, che saranno chiamate a intervenire in società qualificate da un ritmo accelerato di cambiamento e da un'elevata densità di interazioni e di relazioni. In tale contesto, le conoscenze e gli interventi dello psicologo come esperto, professionista e ricercatore saranno sempre più rilevanti.

Infine, i ringraziamenti. Un sincero ringraziamento a Cesare Cavallera e Barbara Diana per l'accurato lavoro di traduzione; a Cristina Chiarello e Massimiliano Elia per l'aiuto nell'aggiornamento bibliografico, nella rilettura del testo e in alcune scelte stilistiche; a Elisabetta Versace per i suoi utili e preziosi suggerimenti e per il suo ausilio nella fase redazionale; a Valentina Favata e Alessandra Piccardo per il proficuo lavoro di costante e continuo confronto. Infine, un grazie particolare a Luigi Anolli, che ha sostenuto con convinzione questo progetto e ha fornito un contributo fondamentale alla stesura del volume.

Valentino Zurloni

Università degli Studi di Milano-Bicocca

## Contenuti on-line

Questo libro è corredato da una cartolina con un codice di registrazione che consente l'accesso a ulteriori contenuti on-line di integrazione didattica e autoverifica dell'apprendimento. In particolare, gli studenti troveranno:

- Obiettivi e riepilogo di ciascun capitolo
- Soluzioni ai quesiti *Stop and Check* di fine paragrafo (suddivisi per capitolo)
- Risposte alle domande a scelta multipla contenute nella sezione *Verifiche* di fine capitolo
- Risorse video di approfondimento
- Quiz interattivi di autovalutazione
- Flashcard
- Sitografia ragionata
- Bibliografia completa

Seguendo le istruzioni contenute nella cartolina, potrete accedere a un'area di studio personale per organizzare al meglio il vostro percorso didattico.

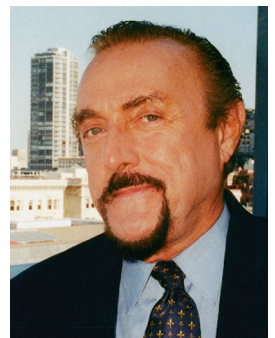
I docenti che adottano il testo, potranno richiedere le slide di presentazione dei contenuti.

# Autori

RICHARD J. GERRIG è Professore di Psicologia presso la Stony Brook University. In precedenza ha insegnato presso l'Università di Yale, dove è stato insignito del Premio Lex Hixon per la qualità dei suoi insegnamenti nelle scienze umane. I suoi studi di psicologia cognitiva nell'ambito dell'uso del linguaggio hanno prodotto diverse pubblicazioni. Nello specifico, i suoi interessi di ricerca si sono focalizzati sui processi mentali coinvolti nella comunicazione efficace. Inoltre, ha approfondito i cambiamenti cognitivi ed emotivi prodotti nel lettore attraverso le tecniche di narrazione. In questo ambito ha pubblicato il volume *Experiencing Narrative Worlds* presso la Yale University Press. È membro della *Society for Text & Discourse*, dell'*American Psychological Association*, e dell'*Association for Psychological Science*.



PHILIP G. ZIMBARDO è Professore Emerito presso la Stanford University, dove ha tenuto il corso introduttivo alla psicologia per oltre 50 anni. Negli Stati Uniti è conosciuto come “la faccia e la voce della Psicologia” per il famoso programma televisivo, *Discovering Psychology*, che è utilizzato in molti corsi universitari sia negli Stati Uniti sia in altri Paesi. I suoi interessi di ricerca e i suoi studi, in diversi ambiti della psicologia, hanno prodotto più di 350 fra articoli e contributi in libri, e più di 50 volumi scientifici. Nel suo volume sulla psicologia del male, *The Lucifer Effect* (vincitore nel 2007 del premio William James come miglior libro dell'anno) ha confrontato gli abusi nella prigione di Abu Ghraib, in Iraq, con quanto accaduto nell'esperimento della prigione di Stanford. Nel 2009 ha pubblicato il volume *The Time Paradox*, in cui fa una rassegna delle ricerche nell'ambito della psicologia dell'orizzonte temporale. Di recente la sua attività di ricerca si è focalizzata sul tema della psicologia degli eroi comuni.



LUIGI M. ANOLLI insegna Psicologia della comunicazione e Psicologia della cultura presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca. Presso la stessa università, nel 2005, è stato nominato direttore del Centro Studi per le Scienze della Comunicazione (CESCOM). In precedenza ha ottenuto la qualifica di professore ordinario di Psicologia sociale presso l'Università degli Studi di Milano. Nel 1993 si è trasferito all'Università Cattolica di Milano come direttore della Cattedra di Psicologia della comunicazione. Nel 1996 è stato nominato direttore del Centro Studi per le Scienze della Comunicazione presso la stessa università. Dal 1999 è stato co-editore del “Giornale Italiano di Psicologia”, la più importante rivista psicologica in Italia. I suoi interessi di ricerca e le sue pubblicazioni hanno fornito un contributo fondamentale per la nascita e lo sviluppo della Psicologia della comunicazione in Italia. Il volume di *Psicologia della comunicazione* (Il Mulino, 2002) è stato il primo manuale pubblicato in Italia in tale ambito. Parimenti, lo studio della cultura come orizzonte concettuale di comprensione dei processi comunicativi ha portato alla pubblicazione del primo manuale italiano di *Psicologia della cultura* (Il Mulino, 2004). Di recente, ha approfondito, sul piano teorico, il costrutto di “mente multiculturale” (*La mente multiculturale*, Laterza, 2006; *La sfida della mente multiculturale*, Cortina, 2011). Tra gli altri volumi pubblicati di recente da Anolli, ricordiamo: *L'ottimismo* (2005), *Come funziona la nostra mente* (con F. Mantovani, 2011), *Fondamenti di psicologia della comunicazione* (2012) e *Psicologia generale* (con P. Legrenzi, 2012), tutti editi da Il Mulino.

