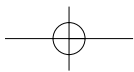


INDICE



<i>Introduzione</i>	7
ANCORAGGIO Influenzati dall'informazione irrilevante	21
ATTENZIONE Ciechi al cambiamento	29
ATTRIBUZIONE Giudicare gli altri secondo natura, se stessi secondo le circostanze	34
AUTOCOMPIACIMENTO Sedotti e abbandonati dall'ego	38
BARNUM Ce n'è davvero per tutti i gusti, anche per il mio!	44
BICCHIERE MEZZO PIENO Quando la cornice modifica il quadro	49
CECCHINO TEXANO Trovare ordine dove ordine non c'è	57
CORRELAZIONE ILLUSORIA Macchie di inchiostro e deretani	63
DOMANI MI METTO A DIETA I neuroni procrastinatori	70
ESCALATION Quanto saresti disposto a pagare per un euro?	77
FALSO CONSENSO Perché sono tutti così simili a me?	83

Trappole della mente

FOCALIZZAZIONE I	
Come impacchettare le scelte	88
FOCALIZZAZIONE II	
Saresti più felice se fossi più ricco?	92
GREGGE	
Così fan tutti	98
GROUPTHINK	
I danni della buona fede e le virtù dell'avvocato del diavolo	102
GRUPPO	
Perché gli altri sono brutti e cattivi	108
HALO EFFECT	
Perché il vino caro è più buono	113
IMPUDENZA	
Quando nove maschi su dieci hanno il pene più lungo della media	118
INVESTITORE SENTIMENTALE	
Il cervello tra avidità e paura	122
L'HO SEMPRE SAPUTO	
I profeti del giorno dopo	129
MEMORIA CREATIVA	
Quando ricordiamo ciò che non è mai accaduto	139
MUCCA PAZZA	
Lontano dagli occhi lontano dal cuore	145
NO-A-TUTTO	
L'illusione di certezza	150
OPINIONE MEDIA	
Non sempre la teoria del più folle è poi così folle	161
OSSERVAZIONE CIECA	
Giochi di distrazione	169
PERCEZIONE SELETTIVA	
Pensare fuori dagli schemi	173
POSIZIONE SERIALE	
Dove è finita Messalina?	177

Indice

PROBABILITÀ ROVESCIATE	
I pericoli dell'analfabetismo statistico	182
PROFEZIE CHE SI AUTOAVVERANO	
«Non possono esserci in giro così tanti coglioni»	188
QUANTO MI COSTI	
Il prezzo della razionalizzazione post acquisto	194
RICORDO MIGLIORE	
La contraffazione della memoria	200
STATUS QUO	
Perché ci piace che le cose rimangano come sono	206
STEREOTIPI FUORI CONTROLLO	
41 colpi di pregiudizio	213
STREGATI DAI PICCOLI NUMERI	
La formidabile memoria della roulette	219
TIPICITÀ	
La probabilità dell'improbabile	226
UFO	
Alla ricerca di conferme	230
VIETATO PERDERE	
Fare affari come le scimmie	238
WISHFUL THINKING	
Credere vero ciò che si vorrebbe lo fosse	244
ZERO RIMPIANTO	
Piangere sul latte (non ancora) versato	248
<i>Per saperne di più</i>	259
<i>Indice dei nomi</i>	297

