

Glossario

abitudine Comportamento ripetuto che si innesca automaticamente in una particolare situazione.

accessibilità La facilità e la velocità con cui un'informazione arriva alla mente e viene utilizzata.

accomodamento Processo con cui si risponde a un'azione negativa del partner.

acquisire la padronanza Principio motivazionale secondo cui le persone si sforzano di acquisire la padronanza e di comprendere e prevedere gli eventi del mondo sociale, al fine di ottenere vantaggi.

aggressività Comportamento finalizzato a far del male a un'altra persona.

aggressività ostile Aggressività stimolata dalla rabbia causata da un insulto, una mancanza di rispetto o da altre minacce all'autostima o all'identità sociale.

aggressività strumentale Aggressività al servizio del bisogno di padronanza, quindi usata come mezzo per arrivare a un certo fine, per controllare altre persone o per ottenere risorse di valore.

altruismo Comportamento teso ad aiutare un'altra persona, senza alcuna prospettiva di ricompensa personale per chi lo mette in atto.

amore L'insieme di pensieri, sentimenti e azioni che si provano quando si desidera stabilire o mantenere una relazione intima con una particolare persona.

amore romantico L'insieme dei sentimenti di attrazione sessuale, intenso desiderio della compagnia del partner, euforica soddisfazione ed estasi quando la relazione va bene, e ansia e disperazione quando va male.

aspetti del sé (*self-aspects*) Concezioni che riassumono le convinzioni della persona su ciò che è il suo sé in ruoli, attività e domini specifici.

assegnazione casuale (*random assignment*) Procedura con cui i partecipanti vengono assegnati a gruppi sperimentali diversi, tale per cui ogni partecipante ha esattamente la stessa probabilità di tutti gli altri di essere in un dato gruppo.

associazione Connessione fra due o più rappresentazioni mentali.

atteggiamento Rappresentazione mentale che sintetizza la valutazione che un individuo dà di una persona, un gruppo, una cosa, un'azione o un'idea.

atteggiamento ambivalente Atteggiamento basato su informazioni positive e negative in conflitto tra loro.

atteggiamento esplicito L'atteggiamento relativo a un determinato oggetto che le persone esprimono apertamente e deliberatamente attraverso il comportamento o autodescrizioni.

atteggiamento forte Valutazione estremamente positiva oppure negativa, percepita con grande certezza, persistente e resistente, e tale da influenzare l'elaborazione delle informazioni e il comportamento.

atteggiamento implicito Valutazione automatica e incontrollabile, positiva o negativa, su un particolare oggetto di atteggiamento.

attribuzione causale Il giudizio relativo alla causa di un comportamento o di un evento.

autoaffermazione Qualsiasi evento o azione che accresce o sottolinea il senso di integrità personale, come ad esempio l'affermazione dei propri valori più importanti.

- autocategorizzazione** (*self-categorization*) Il processo che porta a vedersi come appartenente a un gruppo sociale.
- autoconsapevolezza** (*self-awareness*) Stato di accentuata consapevolezza di sé, che abbraccia i canoni interiori e il sentirsi o meno alla loro altezza.
- autoespressione** Motivazione per scegliere comportamenti tesi a manifestare o rivelare il proprio concetto di sé.
- automonitoraggio** Caratteristica della personalità, definita come il grado in cui una persona è sensibile alle richieste delle situazioni sociali e plasma il proprio comportamento di conseguenza.
- autopresentazione** (*self-presentation*) Motivazione per scegliere comportamenti tesi a plasmare le impressioni che gli altri si formano su di noi.
- autosabotaggio** (*self-handicapping*) Cercare di evitare il biasimo per una performance che si prevede scarsa, trovando una scusa in anticipo o sabotando attivamente la propria performance (per esempio, non esercitandosi abbastanza).
- autostima** La valutazione positiva o negativa di sé.
- bias di autoaccrescimento** (*self-enhancing bias*) Tendenza a raccogliere o interpretare le informazioni riguardanti il sé in un modo tale da ottenere una valutazione di sé troppo positiva.
- BIRG** (*bask in the reflected glory*) “Bearsi della gloria riflessa”, un modo di accrescere l’autostima identificandosi con i successi o con le buone qualità di altri membri del gruppo interno.
- cambiamento sociale** La strategia che si propone il miglioramento della situazione sociale complessiva di un gruppo stigmatizzato.
- caratteristiche della domanda** (*demand characteristics*) Gli indizi in un *setting* di ricerca che portano i partecipanti a fare inferenze su ciò che i ricercatori si aspettano o desiderano da loro, distorcendone così i comportamenti.
- categorizzazione sociale** L’identificazione delle singole persone come membri di un gruppo sociale, per via di certe caratteristiche che condividono e che sono tipiche del gruppo.
- collaborazione** Due o più persone che lavorano insieme a uno scopo comune che porterà benefici a tutti coloro che ne sono coinvolti.
- compensazione sociale** (*social compensation*) Lo sforzo particolare che un membro del gruppo produce per compensare il minore impegno, o la performance più scarsa, di un altro membro.
- competizione sociale** Strategia che implica il tentativo diretto di modificare la condizione sociale di svantaggio del gruppo interno, per esempio costruendo la solidarietà del gruppo e sfidando il gruppo esterno.
- complessità del sé** Qualità del sé legata alla molteplicità e diversità di aspetti del sé posseduti da una persona.
- complice** (*confederate*) Collaboratore dei ricercatori che svolge nella ricerca un ruolo specifico in incognito, facendo finta di essere un partecipante come gli altri.
- comportamento prosociale** Comportamento teso ad aiutare un’altra persona.
- concetto di sé** Tutta la conoscenza che una persona possiede sulle proprie qualità.
- condizionamento classico** Forma di apprendimento in cui uno stimolo in precedenza neutro, se abbinato a uno stimolo capace di evocare un’emozione o un altro tipo di risposta, acquisisce esso stesso la capacità di generare tale risposta.
- condizionamento valutativo** Il processo mediante il quale si formano o si modificano atteggiamenti positivi oppure negativi, grazie all’associazione con altri oggetti valutati positivamente oppure negativamente.
- conflitto** Incompatibilità di scopi percepita fra due o più parti.
- conformismo** Convergenza di pensieri, sentimenti e comportamenti dei singoli verso una norma sociale.
- conformismo privato** L’intima accettazione delle norme sociali.

- conformismo pubblico** Comportamento manifesto conforme a norme sociali che a livello privato la persona non accetta.
- consenso informato** Consenso volontario, dato da una persona che decide di partecipare a una ricerca, dopo essere stata informata di che cosa comporterà tale partecipazione.
- correlazione illusoria** Associazione percepita fra due caratteristiche in realtà non correlate.
- costrutti** Concetti astratti e generali usati nelle teorie e non osservabili direttamente.
- costruzione della realtà** Assioma secondo cui la visione della realtà di ognuno di noi è una costruzione plasmata sia da processi cognitivi (il modo in cui funziona la nostra mente), sia da processi sociali (gli input provenienti dalle altre persone, effettivamente presenti o solo immaginate).
- creatività sociale** Strategia che implica l'introduzione e l'enfatizzazione di nuove dimensioni del confronto sociale, dimensioni nelle quali un gruppo sociale svantaggiato può vedersi superiore.
- culture collettiviste** Culture in cui le persone tendono a pensarsi in connessione con gli altri e a definirsi nei termini delle relazioni che hanno con gli altri.
- culture individualiste** Culture in cui le persone tendono a concepirsi come separate dalle altre e definiscono se stesse nei termini della propria unicità.
- debriefing** La procedura con cui si informano i partecipanti a una ricerca, al più presto possibile, una volta terminata la loro partecipazione allo studio, sugli scopi, le procedure e il valore scientifico dello studio, affrontando qualsiasi questione sollevata dai partecipanti.
- deindividuazione** Stato psicologico in cui l'identità sociale o di gruppo domina completamente sull'identità personale o individuale, così che le norme di gruppo acquistano la massima accessibilità.
- diffusione della responsabilità** (*diffusion of responsibility*) L'effetto per cui la presenza di altre persone fa diminuire la percezione della responsabilità soggettiva di dover portare aiuto.
- dilemma sociale** Una forma di interdipendenza in cui l'azione che a livello individuale porta le ricompense maggiori causerebbe, se scelta da tutti gli appartenenti, un esito negativo per l'intero gruppo.
- discounting** Ridurre la propria convinzione rispetto alla presunta causa di un certo comportamento, data l'esistenza di un'altra causa possibile.
- discriminazione** Qualsiasi comportamento positivo o negativo diretto verso un particolare gruppo sociale e i suoi appartenenti.
- disegno della ricerca** Piano che specifica come saranno selezionati e poi trattati i partecipanti alla ricerca.
- disegno non sperimentale della ricerca** Tipo di disegno della ricerca in cui vengono misurate entrambe le variabili, indipendente e dipendente.
- disegno sperimentale della ricerca** Tipo di disegno della ricerca in cui gli scienziati assegnano a caso i partecipanti a gruppi differenti, quindi manipolano una o più variabili indipendenti.
- dissonanza cognitiva** Stato di spiacevole tensione causato dalla consapevolezza della persona che esiste una profonda incoerenza tra le sue convinzioni, i suoi atteggiamenti e le sue azioni.
- EEG – elettroencefalogramma** Misure di segnali elettrici rilevati a livello del cuoio capelluto, che indicano in modo preciso i momenti in cui si verificano particolari eventi neurali.
- effetto attore-osservatore** La tendenza delle persone ad attribuire i propri comportamenti a cause legate alla situazione, e invece i comportamenti degli altri alle loro caratteristiche interiori.
- effetto del falso consenso** La tendenza a sovrastimare il grado di accordo delle altre persone con le nostre opinioni, caratteristiche e azioni.

- effetto del rimpianto post-decisionale** (*post-decisional regret effect*) Modifica di un atteggiamento motivata dal bisogno di ridurre la dissonanza causata da una scelta, o da una decisione, compiuta liberamente.
- effetto dell'ipocrisia** Modifica di un comportamento motivata dal bisogno di ridurre la dissonanza causata dalla libera scelta di sostenere pubblicamente un comportamento che non viene messo in atto a livello personale.
- effetto della giustificazione dello sforzo** Modifica di un atteggiamento motivata dal bisogno di ridurre la dissonanza causata dalla libera scelta di dedicare uno sforzo o una sofferenza notevoli al conseguimento di un determinato obiettivo.
- effetto della giustificazione insufficiente** Modifica di un atteggiamento motivata dal bisogno di ridurre la dissonanza causata da un comportamento che contrasta con l'atteggiamento, e che non può essere attribuito a ricompense o punizioni esterne.
- effetto di assimilazione** Effetto prodotto da un confronto per cui la persona è portata a formulare un giudizio di somiglianza con lo standard di riferimento.
- effetto di contrasto** Effetto prodotto da un confronto per cui la persona è portata ad accentuare nel suo giudizio la differenza con lo standard di riferimento.
- effetto di omogeneità del gruppo esterno** La tendenza a vedere il gruppo esterno come relativamente più omogeneo e meno diversificato del gruppo interno.
- effetto di priorità** (*primacy effect*) Il fenomeno per cui le informazioni incontrate per prime producono un impatto maggiore di quelle successive; è un esempio del conservatorismo cognitivo.
- effetto spettatore** (*bystander effect*) L'effetto osservato per cui la presenza di più spettatori fa costantemente diminuire le probabilità che uno qualsiasi di loro intervenga a portare aiuto.
- egoismo** Comportamento motivato dal desiderio di ottenere ricompense personali.
- elaborazione** (*elaboration*) Processo di generazione di una reazione favorevole oppure sfavorevole al contenuto di un messaggio persuasivo.
- elaborazione sistematica** (*systematic processing*) Prendere in considerazione in modo approfondito e con notevole impegno cognitivo un'ampia gamma di informazioni importanti per formulare un giudizio.
- elaborazione superficiale** (*superficial processing*) Basarsi sulle informazioni accessibili per formulare inferenze o giudizi, dedicando scarso impegno all'elaborazione.
- errore di corrispondenza** La tendenza a inferire le caratteristiche personali di un attore in base al suo comportamento osservato, anche quando tale inferenza non è giustificata poiché esistono altre possibili cause per quel comportamento.
- errore di persistenza** (*perseverance bias*) La tendenza delle informazioni ad avere un effetto persistente sui nostri giudizi, anche dopo che sono state screditate.
- esclusione morale** Vedere gli appartenenti ai gruppi esterni come esseri subumani, estranei al dominio in cui valgono le leggi della morale.
- euristica della persuasione** Associazione tra un indizio valutato in termini positivi, oppure negativi, e l'oggetto di atteggiamento. Tale associazione permette una valutazione rapida e poco ponderata dell'oggetto di atteggiamento.
- facilitazione sociale** Il fenomeno per cui le risposte altamente accessibili diventano più probabili, e quelle meno accessibili diventano meno probabili, in conseguenza della presenza di altri.
- fiducia** L'aspettativa che gli altri si comporteranno in maniera prosociale nel corso di un'interazione sociale.
- fMRI** (*imaging a risonanza magnetica funzionale*) Misure indirette dei livelli di attivazione in specifiche aree del cervello.
- formazione di coalizioni** Si ha quando due o più parti mettono insieme le loro risorse per ottenere uno scopo che da sole probabilmente non riuscirebbero a raggiungere.

funzione conoscitiva Il modo in cui un atteggiamento contribuisce alla padronanza consentendo di organizzare, sintetizzare e semplificare la nostra esperienza di un particolare oggetto di atteggiamento.

funzione di gestione delle impressioni (*impression management function*) Il modo in cui un atteggiamento contribuisce all'interconnessione facilitando le interazioni e le relazioni.

funzione di identità sociale Il modo in cui un atteggiamento contribuisce all'interconnessione esprimendo aspetti e funzioni importanti dell'identità individuale e di gruppo.

funzione strumentale Il modo in cui un atteggiamento contribuisce alla padronanza facendoci avvicinare agli oggetti positivi e allontanare da quelli negativi.

gruppo di riferimento Le persone accettate come fonte appropriata di informazioni per formulare un giudizio, in quanto condividono le caratteristiche rilevanti per poter trarre quel giudizio.

gruppo sociale Due o più persone che condividono una qualche caratteristica comune socialmente significativa per se stesse o per gli altri.

identità sociale Gli aspetti del concetto di sé che derivano dalle conoscenze e dai sentimenti della persona riguardo alle appartenenze di gruppo che essa divide con altri.

ignoranza pluralistica (*pluralistic ignorance*) Si verifica quando a livello pubblico tutti si conformano a una norma apparente, che al livello privato nessuno accetta.

impegno (*commitment*) L'insieme delle forze che tengono uniti i due partner in una relazione duratura.

inerzia sociale (*social loafing*) La tendenza a impegnarsi meno nell'esecuzione di un compito di gruppo quando gli sforzi individuali non sono distinguibili da quelli collettivi, in confronto a quando lo stesso compito viene eseguito individualmente.

inferenza corrispondente Caratterizzare una persona come se possedesse un tratto della personalità che corrisponde ad un suo comportamento osservato.

influenza informativa (*informational influence*) Processo con cui le norme del gruppo vengono accettate a livello intimo, privato, al fine di acquisire o mantenere la padronanza sulla realtà.

influenza normativa (*normative influence*) Processo con cui le norme del gruppo sono accettate sul piano privato, così da ottenere o mantenere la connessione con gli altri e un'identità sociale apprezzata.

inganno Tenere i partecipanti all'oscuro, o ingannarli deliberatamente, su particolari aspetti della ricerca.

intenzione L'impegno a realizzare un obiettivo, o un comportamento, desiderato.

intenzione di attuazione (*implementation intention*) Il piano di azione per mettere in atto un comportamento specifico diretto a un obiettivo in una situazione determinata.

interdipendenza I pensieri, le emozioni, i comportamenti di ciascun membro del gruppo influenzano quelli degli altri.

interdipendenza di compito (*task interdependence*) Fare affidamento sugli altri membri del gruppo per la padronanza sui risultati del compito di gruppo.

interdipendenza sociale (*social interdependence*) Fare affidamento sugli altri membri del gruppo per il senso di interconnessione, le ricompense sociali ed emozionali, e un senso positivo di identità sociale.

interventi (*interventions*) Provvedimenti pratici presi per cambiare il comportamento delle persone o per risolvere problemi sociali.

intimità Legame emozionale positivo che include comprensione e sostegno per l'altro.

ipotesi del contatto La teoria secondo cui certi tipi di contatto diretto fra appartenenti a gruppi ostili possono ridurre la stereotipizzazione e il pregiudizio.

leadership Processo con cui a uno o più membri del gruppo viene riconosciuta la possibilità di influenzare e motivare gli altri in modo da contribuire al conseguimento degli obiettivi del gruppo.

- leadership trasformativa** Stile di leadership che ispira nei seguaci un grado estremo di devozione e identificazione emotiva, così che questi leader producono effetti profondi su chi li segue.
- manipolazione** La variazione intenzionale della variabile indipendente in un progetto di ricerca sperimentale.
- mantenimento della valutazione di sé** (*self-evaluation maintenance*) La teoria che sottolinea le condizioni in cui l'autostima di una persona resta inalterata oppure soffre, in seguito a confronti sociali con persone vicine oppure distanti.
- meta-analisi** Tecnica per l'individuazione sistematica di lavori su un particolare argomento e per la sintesi complessiva dei loro risultati.
- metacognizione** (*metacognition*) La riflessione sui pensieri o sul processo del pensare.
- minaccia dello stereotipo** La paura di confermare gli stereotipi negativi che gli altri nutrono sul nostro gruppo interno.
- misure d'archivio** (*archival measures*) Misure ottenute dall'esame di tracce di comportamenti passati.
- misure di performance** Misure che richiedono ai partecipanti di svolgere un dato compito nel modo migliore possibile.
- misure di self-report** (*o di autovalutazione*) Misure basate sulle risposte delle persone a domande sui loro pensieri, sentimenti o comportamenti.
- misure fisiologiche** Misure basate su processi fisiologici, come la frequenza cardiaca e il movimento muscolare.
- misure implicite** Misure alternative a quelle di autosservazione, ottenute mediante il *priming* e lo IAT e riguardanti aspetti della performance molto difficili da controllare, quali la velocità o l'accuratezza della risposta.
- misure osservative** (*observational measures*) Misure basate sull'osservazione diretta e la registrazione del comportamento delle persone, compresi i comportamenti online.
- mobilità individuale** La strategia di fuga individuale, sul piano fisico o psicologico, da un gruppo stigmatizzato.
- modello del sollievo dallo stato d'animo negativo** (*negative-state relief model*) La teoria secondo cui la maggior parte di noi odia vedere gli altri soffrire, quindi lo scopo ultimo di andare in soccorso non è aiutare l'altro esclusivamente per il suo bene, ma ridurre il disagio di chi offre l'aiuto.
- modello dell'empatia-altruismo** (*empathy-altruism model*) La teoria secondo cui provare empatia motiva le persone ad aiutare un altro che ha bisogno, e a farlo unicamente per il suo bene.
- modello della probabilità di elaborazione** (*ELM, Elaboration Likelihood Model*) Teoria sulla persuasione, secondo la quale la modifica degli atteggiamenti avviene lungo una via periferica oppure lungo una via centrale dell'elaborazione, e il tipo di elaborazione dipende dalla motivazione e dalla capacità cognitiva della persona.
- modello generale dell'aggressività** (*General Aggression Model*) La teoria secondo cui fattori personali e situazionali influenzano le cognizioni, le emozioni e lo stato di attivazione di un individuo, e ciò a sua volta influenza l'interpretazione della situazione e la decisione in merito all'agire in modo aggressivo.
- modifica dell'atteggiamento** (*attitude change*) Il processo con cui gli atteggiamenti vengono formati e cambiati tramite l'associazione di informazioni positive oppure negative con l'oggetto dell'atteggiamento.
- negoiazione** Processo con cui le parti in conflitto comunicano e si influenzano a vicenda per raggiungere un accordo.
- norma dell'impegno sociale** La visione condivisa secondo cui siamo tenuti a rispettare gli accordi e a onorare gli impegni che abbiamo preso.
- norma dell'obbedienza all'autorità** La visione condivisa secondo cui abbiamo l'obbligo di obbedire chi detiene una legittima autorità.

- norma della reciprocità** La visione condivisa secondo cui siamo obbligati a contraccambiare i beni, i servizi e le concessioni che altri ci hanno offerto.
- norma della responsabilità sociale** Norma secondo la quale le persone che sono in grado di badare a se stesse hanno l'obbligo morale e il dovere di assistere coloro che non sono in grado di farlo.
- norme sociali** I modi di pensare, sentire e agire generalmente accettati sui quali le persone di un certo gruppo concordano e che approvano come giusti e appropriati.
- norme sociali descrittive** Rappresentazioni mentali, su cui un gruppo di persone concorda, riguardanti ciò che il gruppo pensa, sente e fa.
- norme sociali ingiuntive** Rappresentazioni mentali, su cui un gruppo di persone concorda, riguardanti ciò che il gruppo dovrebbe pensare, sentire e fare.
- pensiero di gruppo** (*groupthink*) Processo decisionale di gruppo inficiato dalla spinta a raggiungere il consenso, senza curarsi che la sua formazione avvenga in modo corretto.
- personalità autoritaria** In base alle teorie elaborate da Freud, si riferisce alle persone che hanno pregiudizi perché non possono accettare la propria ostilità, quindi credono acriticamente nella legittimità dell'autorità e vedono negli altri la propria inadeguatezza.
- persuasione** Il processo che comporta la formazione, il rafforzamento o la modifica di atteggiamenti tramite la comunicazione.
- pervasività dell'influenza sociale** (*pervasiveness of social influence*) L'assioma secondo cui gli altri – che siano fisicamente presenti oppure no – influenzano praticamente tutti i nostri pensieri, sentimenti e comportamenti.
- polarizzazione del gruppo** Processo con cui la posizione media iniziale di un gruppo su una data questione diventa più estrema in seguito alle interazioni fra i membri del gruppo.
- potere** La possibilità di fornire o di togliere agli altri ricompense o punizioni.
- pregiudizio** Valutazione positiva o negativa di un particolare gruppo sociale e dei suoi appartenenti.
- priming** È l'attivazione di una rappresentazione mentale, un processo che ne aumenta l'accessibilità quindi la probabilità che sia utilizzata.
- principio del conservatorismo** (*conservatism principle*) Principio di elaborazione secondo cui la visione del mondo di individui e gruppi è lenta a cambiare e tende a perpetuare se stessa.
- principio dell'accessibilità** Principio di elaborazione secondo cui l'informazione più facilmente accessibile, qualunque essa sia, produce l'impatto più forte sui nostri pensieri, sentimenti e comportamenti.
- principio della contrapposizione tra superficialità e profondità** Principio di elaborazione secondo cui le persone in genere mettono scarso impegno nell'elaborare le informazioni, ma a volte sono motivate a prenderle in esame con maggiore profondità.
- processi automatici** L'insieme dei processi che operano spontaneamente (senza intento deliberato del percettore), spesso in modo inconsapevole ma con grande efficienza.
- processi cognitivi** I modi in cui le nostre memorie, le percezioni, i pensieri, le emozioni e le motivazioni influenzano la nostra comprensione del mondo e guidano le nostre azioni.
- processi sociali** I modi in cui gli input che riceviamo dai singoli individui e dai gruppi intorno a noi influenzano i nostri pensieri, sentimenti e azioni.
- profezia che si autoavvera** (*self-fulfilling prophecy*) Il processo per cui le aspettative di una persona rispetto a un'altra diventano realtà, poiché evocano in quest'ultima comportamenti che confermano le aspettative della prima.
- psicologia sociale** Lo studio scientifico degli effetti dei processi sociali e cognitivi sul modo in cui le persone percepiscono e influenzano gli altri, e si relazionano con loro.

- punizione vicaria** (*vicarious retribution*) È la ritorsione contro appartenenti a un gruppo che ha compiuto un'azione aggressiva, messa in atto da membri del gruppo che ne è stato vittima, anche se non direttamente coinvolti.
- pura esposizione** Esposizione a uno stimolo, non accompagnata da alcuna ricompensa esterna. Crea familiarità con lo stimolo e in generale fa sì che aumentino i sentimenti positivi della persona verso di esso.
- orientamento valoriale** Differenze stabili nei modi in cui le persone agiscono nei dilemmi sociali, per esempio: in modo competitivo oppure prosociale.
- ostracismo** L'essere ignorati ed esclusi da un gruppo.
- rapporto di comunanza** Relazione in cui si offrono ricompense al partner perché ci si preoccupa per l'altro e si desidera dimostrare il proprio interessamento.
- rapporto di scambio** Relazione in cui le persone si scambiano ricompense al fine di ricevere a loro volta dei vantaggi.
- rappresentazione mentale** Un insieme di conoscenze depositate nella memoria di una persona.
- reattanza** (*reactance*) La motivazione a proteggere o a ristabilire il senso minacciato della libertà di agire.
- reazioni focalizzate sul problema** (*problem-focused coping*) Reagire direttamente alle minacce al sé o ai fattori di stress, spesso tramite una rivalutazione della situazione o rimuovendo direttamente la minaccia.
- reazioni focalizzate sull'emozione** (*emotion-focused coping*) Reagire alle emozioni negative suscitate dalle minacce al sé o da fattori di stress, spesso mediante la soppressione delle emozioni o la distrazione.
- regolazione del sé** (*self-regulation*) I tentativi di controllare il comportamento, adeguandolo ai canoni interiori (guide del sé) o agli standard esterni.
- relazione intima** Una relazione che implica forti e frequenti sentimenti di interdipendenza in molte aree della vita.
- replica** Ripetere nuovi studi in condizioni differenti, nell'intento di trovare conferme alle ipotetiche relazioni previste, evidenziate da una ricerca precedente.
- ricerca di affiliazione** (*seeking connectedness*) Principio motivazionale secondo cui le persone cercano sostegno, stima e accettazione dai singoli individui e dai gruppi che stanno loro a cuore e a cui danno valore.
- ricerca sul campo** Ricerca che avviene al di fuori di un laboratorio.
- saliienza** La capacità di un indizio di attrarre l'attenzione nell'ambito del suo contesto.
- schema di sé** Le qualità fondamentali che, secondo quanto la persona ritiene, la caratterizzano nelle diverse situazioni.
- scopi d'ordine superiore** (*superordinate goals*) Scopi comuni che possono essere raggiunti soltanto se i gruppi collaborano.
- sé ideale** Il senso di ciò che una persona vorrebbe essere.
- sé imperativo** (*ought self*) Il senso di ciò che una persona dovrebbe essere, o è costretta a essere.
- situazione intergruppi minima** Situazione sperimentale in cui le persone sono categorizzate, su una base arbitraria e non significativa, in gruppi che non hanno alle spalle nessuna storia, né conflitti sul piano degli interessi, né stereotipi già formati.
- socializzazione di gruppo** (*group socialization*) I cambiamenti cognitivi, affettivi e comportamentali che avvengono quando gli individui si uniscono ai gruppi o li lasciano.
- sostegno sociale** L'offerta da parte di altre persone di risorse emozionali e materiali per fare fronte ai problemi.
- sottotipo** Gruppo sociale più ristretto e più specifico, come quello delle casalinghe o delle femministe, compreso entro un gruppo sociale più vasto, per esempio quello delle donne.
- stereotipo** Rappresentazione mentale o impressione di un certo gruppo sociale, che le persone si formano associando al gruppo particolari caratteristiche ed emozioni.

- stigmatizzazione** Valutazione negativa da parte degli altri.
- stili di attaccamento** Il tipo di orientamento, sicuro, evitante o ansioso, verso l'altro in una relazione intima.
- subliminale** Presentazione di uno stimolo in modo tale che i percettori non ne siano coscienti, di solito per un tempo molto breve.
- svalutazione reattiva** Percepire in modo negativo una proposta di soluzione del conflitto semplicemente perché è stata avanzata dal gruppo esterno.
- tecnica del piede nella porta** Tecnica che serve ad accrescere la disposizione ad accogliere una richiesta più onerosa dopo che è stata accettata una precedente richiesta più piccola, il che innesca i processi dell'autopercezione.
- tecnica del tiro mancino** (*low-ball technique*) Tecnica in cui la persona che vuole influenzarne un'altra si garantisce l'accordo mediante un certo tipo di richiesta, ma rende più gravoso il mantenere fede all'impegno preso.
- tecnica della porta in faccia** Tecnica in cui la persona che vuole influenzarne un'altra fa una richiesta iniziale talmente grande da provocare un rifiuto; a questa fa poi seguire una richiesta minore, che appare come una concessione. Ciò rende più probabile che l'altra persona accetti, per poter fare a sua volta una concessione.
- teoria del comportamento pianificato** (*theory of planned behavior*) La teoria secondo cui gli atteggiamenti, le norme sociali e il controllo percepito si combinano in modo da influenzare le intenzioni, e quindi il comportamento.
- teoria del conflitto realistico** La teoria secondo cui l'ostilità intergruppi nasce dalla competizione per risorse materiali scarse ma ritenute di grande valore.
- teoria del confronto sociale** (*social comparison theory*) La teoria secondo cui le persone imparano a conoscere e a valutare le proprie qualità personali mettendosi a confronto con gli altri.
- teoria del focus regolatore** La teoria secondo cui le persone possiedono un focus di promozione oppure un focus di prevenzione, che le fa agire in modo da regolare il sé verso il raggiungimento di risultati positivi, oppure verso l'evitamento di esiti negativi.
- teoria dell'aggressività da frustrazione** Teoria che sostiene che qualsiasi frustrazione, definita come l'impedimento a raggiungere uno scopo importante, scatena inevitabilmente l'aggressività.
- teoria dell'autopercezione** La teoria secondo cui traiamo inferenze sulle nostre caratteristiche personali in base ai nostri comportamenti manifesti, quando gli indizi interni sono deboli o ambigui.
- teoria dell'azione ragionata** (*theory of reasoned action*) La teoria secondo cui atteggiamenti e norme sociali si combinano producendo le intenzioni comportamentali, che a loro volta influenzano i comportamenti.
- teoria dell'identità sociale** La teoria secondo cui la motivazione a usare le appartenenze di gruppo quali fonti di autostima è una delle principali forze che sottostanno alle distorsioni in favore dei gruppi interni.
- teoria della deprivazione relativa** La teoria secondo cui la convinzione che altre persone, o altri gruppi, stiano meglio di noi dà origine a un senso di insoddisfazione.
- teoria della gestione del terrore** (*Terror Management Theory*) Teoria secondo cui tutto ciò che ricorda a una persona il suo essere mortale la porta a riaffermare le proprie visioni del mondo più fondamentali, cosa che può avere effetti sia positivi che negativi.
- teoria scientifica** Affermazione che soddisfa tre requisiti: riguarda costrutti, descrive relazioni causali e si propone uno scopo generale, benché il livello di generalizzazione differisca nelle diverse teorie.
- teorie della contingenza sulla leadership** Teorie per cui i comportamenti dei leader possono differire e i comportamenti differenti sono più efficaci a seconda delle specifiche situazioni.

- validità di costrutto** La misura in cui la variabile indipendente e quella dipendente usate nella ricerca corrispondono ai costrutti teorici che si stanno indagando.
- validità esterna** La misura in cui i risultati della ricerca sono generalizzabili in modo appropriato ad altre persone, momenti e *setting*.
- validità interna** La misura in cui è possibile concludere che il cambiamento della variabile indipendente è la causa del cambiamento della variabile dipendente in un dato studio.
- valorizzare “me e il mio”** (*valuing “me and mine”*) Principio motivazionale secondo cui le persone desiderano vedere in una luce positiva se stesse e qualsiasi cosa o persona connessa con loro.
- valutazione** (*appraisal*) L'interpretazione che la persona dà di un evento, o di una situazione, rilevante per il sé, in grado di dirigere le risposte emozionali e comportamentali.
- variabile dipendente** Misura concreta di un costrutto che si ritiene sia l'effetto di altri costrutti.
- variabile indipendente** Manipolazione o misura concreta di un costrutto che si ritiene sia la causa di altri costrutti.
- vizio di risposta in base alla desiderabilità sociale** La tendenza delle persone a comportarsi nel modo che ritengono sia accettato e approvato dagli altri.