

???

accessibilità Il principio di elaborazione secondo cui l'informazione che è più prontamente disponibile esercita generalmente l'impatto maggiore su pensieri, sentimenti e comportamenti.

ricerca dell'affiliazione Il principio motivazionale in base al quale si cerca sostegno, simpatia e accettazione da parte delle persone e dei gruppi che ci interessano e che sono oggetto della nostra stima.

atteggiamento Una rappresentazione cognitiva che riassume la valutazione, da parte di un individuo, di un oggetto di atteggiamento, sia esso una persona, un gruppo, una cosa, un'azione o un'idea.

categorizzazione sociale Il processo che porta a identificare singoli individui come membri di un gruppo sociale poiché condividono determinate caratteristiche tipiche di quel gruppo.

facilitazione sociale L'effetto prodotto dalla presenza di altre persone in virtù del quale le risposte altamente accessibili diventano più probabili e le risposte meno accessibili diventano meno probabili.

concetto di sé Tutte le conoscenze di un individuo riguardo alle proprie qualità personali.

debriefing I chiarimenti dati ai partecipanti a una ricerca – non appena possibile, una volta terminata la ricerca stessa – sugli scopi, sulle procedure e sul valore scientifico dello studio cui hanno preso parte; tale procedura comporta che si risponda con onestà a qualunque domanda i partecipanti desiderino porre.

autoespressione La motivazione a scegliere dei comportamenti che riflettono ed esprimono il concetto di sé.

distorsione della risposta causata dalla desiderabilità sociale
La tendenza delle persone ad agire in modi che gli altri troveranno accettabili e degni di approvazione.

egoismo Il comportamento motivato dal desiderio di ottenere ricompense personali.

comportamento prosociale Qualsiasi comportamento diretto ad aiutare un'altra persona.

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

consenso informato Consenso dato volontariamente da un individuo che decida di partecipare a uno studio dopo essere stato informato su quello che la sua partecipazione comporta.

psicologia sociale Lo studio scientifico degli effetti dei processi sociali e cognitivi sul modo in cui gli individui percepiscono gli altri, li influenzano e si pongono in relazione con loro.

leadership Il processo in cui a uno o a più componenti del gruppo viene permesso di influenzarne e motivarne altri per aiutarli a conseguire gli obiettivi di gruppo.

negoziazione Il processo mediante il quale le parti in conflitto comunicano e si influenzano reciprocamente per raggiungere un accordo.

pervasività dell'influenza sociale L'assioma in base al quale gli altri influenzano praticamente tutti i nostri pensieri, sentimenti e comportamenti, anche quando non sono fisicamente presenti.

costruzione della realtà L'assioma in base al quale la visione che ogni persona ha della realtà è una sua costruzione, plasmata sia dai processi cognitivi (i modi in cui opera la mente) sia dai processi sociali (gli input provenienti dagli altri la cui presenza può essere effettiva o solo immaginata).

profezia che si autoavvera Il processo mediante cui le aspettative che una persona nutre nei confronti di un'altra diventano realtà in quanto sollecitano comportamenti in grado di confermarle.

variabile indipendente Una manipolazione o misurazione concreta di un costrutto che si ritiene influenzi altri costrutti.

processi sociali I modi in cui gli input provenienti dalle persone e dai gruppi che ci circondano influenzano i nostri pensieri e sentimenti e le nostre azioni.

valorizzazione di «me e il mio» Il principio motivazionale in base al quale si desidera vedere in una luce positiva tanto se stessi quanto le persone e i gruppi a sé connessi.

ricerca sperimentale Un protocollo di ricerca in cui i ricercatori assegnano a caso i partecipanti ai diversi gruppi e manipolano una o più variabili indipendenti.

stereotipo Una rappresentazione cognitiva o una impressione di un gruppo sociale formata associando a quel gruppo particolari caratteristiche ed emozioni.

teoria del confronto sociale La teoria secondo cui le persone apprendono e valutano le proprie qualità personali confrontandosi ad altri.

teoria dell'autopercezione La teoria secondo cui, in presenza di indizi interni deboli o ambigui, le inferenze sulle proprie caratteristiche personali vengono tratte dai propri comportamenti.

autostima La valutazione, positiva o negativa, che un individuo dà di se stesso.

aggressività Il comportamento teso a nuocere a un'altra persona.

variabile dipendente Una misurazione concreta di un costrutto che si ritiene influenzato da altri costrutti.

dissonanza cognitiva Uno stato spiacevole causato dalla consapevolezza dell'incoerenza esistente tra convinzioni, atteggiamenti o azioni tra loro discrepanti.

acquisizione della padronanza Il principio motivazionale in base al quale gli individui cercano di capire e prevedere gli eventi del mondo sociale al fine di ottenere delle ricompense.

processi cognitivi I modi in cui i ricordi, le percezioni, i pensieri, le emozioni e le motivazioni influenzano la nostra comprensione del mondo e guidano le nostre azioni.

identità sociale Quegli aspetti del concetto di sé derivanti dalla conoscenza che un individuo ha delle proprie appartenenze di gruppo e dei sentimenti che queste suscitano in lui.

distorsione da sopravvalutazione del sé Qualunque tendenza a raccogliere o a interpretare le informazioni concernenti il sé in un modo che produce valutazioni eccessivamente positive.

pregiudizio Una valutazione positiva o negativa di un gruppo sociale e dei suoi componenti.

superficialità o profondità Il principio di elaborazione secondo cui normalmente si dedica un'attenzione superficiale alle informazioni, mentre a volte si è motivati a valutarle più in profondità.