

# **L'interdipendenza umana e i *bisogni sociali* come fondamenti di una psicologia unitaria**

11 agosto 2026



# Indice

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Nota.....                                                         | 4  |
| 1    Introduzione.....                                            | 5  |
| 2    I bisogni sociali.....                                       | 6  |
| 3    Bisogni antitetici.....                                      | 10 |
| 4    Considerazioni generali .....                                | 12 |
| 5    Mappatura dei concetti psicologici sui bisogni sociali ..... | 14 |

---

## Nota

Questo opuscolo nasce da un dialogo con ChatGPT e Claude.ai, secondo un metodo che ho adottato anche per altri lavori: propongo un tema, discuto con questi strumenti l'impostazione e i contenuti, e faccio scrivere e poi correggere i testi attraverso un confronto articolato, in cui le modifiche vengono proposte, argomentate e discusse insieme.

Il quadro teorico specifico si sviluppa in questi dialoghi, ma si inserisce in una formazione psicologica e filosofica che ho maturato in autonomia ben prima di ricorrere a questi strumenti.

La responsabilità delle tesi sostenute, e delle loro eventuali debolezze, resta comunque mia.

*Bruno Cancellieri*

---

# 1 Introduzione

Credo che la *psicologia* debba servire a capire i motivi del comportamento degli esseri umani nei confronti di altri umani. In tal senso essa dovrebbe trasferire alle neuroscienze lo studio di tutti quei fenomeni mentali che non hanno rilevanza sociale. In quanto alla cosiddetta *psicologia sociale*, credo che essa debba confluire, senza alcuna differenziazione, nella *psicologia tout court*, dato che questa, nella mia accezione, è comunque tutta e soltanto *sociale*.

Capire i motivi del comportamento sociale umano significa rispondere alla domanda "perché gli esseri umani fanno ciò che fanno e non fanno ciò che non fanno in contesti sociali?"

Ritengo che il modo più utile, e forse unico, per rispondere a tale domanda sia considerare il comportamento umano come una serie di strategie e tattiche messe in atto per soddisfare i propri bisogni. Col termine *bisogno* intendo in questo saggio qualsiasi motivazione, innata o acquisita, includendo desideri, pulsioni, aspirazioni, inclinazioni, attrazioni e repulsioni di qualsiasi tipo.

Le conseguenze della mancata soddisfazione di una motivazione possono essere più o meno gravi per il benessere della persona. Infatti la frustrazione di un desiderio ha effetti minori rispetto alla frustrazione di un bisogno primario. Tuttavia questo saggio non tratta di tale differenza. Inoltre assume che ogni motivazione derivi da uno o più bisogni, o ne sia la manifestazione cosciente.

Con questo saggio intendo facilitare la fondazione di una psicologia unitaria che raccolga in un unico sistema organico i saperi sulla mente umana di rilevanza sociale sparsi e frammentati nelle varie scuole di psicologia e nelle opere di vari autori.

A tale scopo ho nel seguito identificato un certo numero di bisogni, che io chiamo *bisogni sociali*, che possono spiegare in termini generali le logiche (consapevoli o inconsapevoli) che determinano il comportamento sociale di ogni essere umano.

Per una spiegazione particolareggiata di tale comportamento suggerisco al lettore di indagare le strategie e le tattiche attraverso le quali l'individuo cerca di soddisfare tali bisogni.

Pur essendo a mio giudizio innati, cioè geneticamente determinati, i bisogni di cui tratto possono essere accentuati, alleviati o inibiti per effetto delle esperienze personali, delle particolari situazioni interpersonali e del condizionamento culturale che inevitabilmente ogni essere umano subisce.

## L'interdipendenza umana

Gli esseri umani sono interdipendenti e nessuno di loro è autosufficiente. Ognuno ha bisogno di cose che altri possono dargli o che altri possono fare per lui: cibo, riparo, protezione, aiuto, sapere, compagnia, riconoscimento. Quasi nulla di ciò che ci serve si ottiene senza passare per qualcun altro.

Questa condizione è il fatto da cui i bisogni sociali derivano. Poiché i nostri antenati non sopravvivevano fuori dal gruppo, la selezione naturale ha installato in noi i dispositivi motivazionali che ci spingono a cercare gli altri e a regolare i rapporti con loro. Sono i bisogni descritti nelle sezioni seguenti.

---

## 2 I bisogni sociali

### Elenco dei *bisogni sociali*

1. Bisogno degli altri
2. Bisogno di avere-in-comune
3. Bisogno di imitare e di modelli
4. Bisogno di valutare e selezionare
5. Bisogno di essere graditi
6. Bisogno di competere
7. Bisogno di possedere
8. Bisogno di riprodursi
9. Bisogno di eliminare
10. Bisogno di non dipendere
11. Bisogno di coerenza logica e narrativa

Tutti questi bisogni sono strumentali rispetto alla medesima condizione di interdipendenza: sono i diversi dispositivi con cui la specie ci ha attrezzati per farvi fronte. Non sono però strumentali l'uno all'altro: si presentano e agiscono come autonomi e indipendenti, spesso simultaneamente, e ciascuno può essere soddisfatto o frustrato per conto proprio.

Alcuni bisogni sono tra loro antitetici, nel senso che la soddisfazione di uno comporta la frustrazione di un altro, e questo può avere conseguenze sul benessere e sulla salute mentale dell'individuo in quanto non riesce a soddisfarli tutti in misura sufficiente.

Per capire il senso, ovvero il motivo, la causa o il fine di un particolare comportamento sociale proprio o altrui, conviene chiedersi: ***quali di questi bisogni il soggetto sta cercando di soddisfare, e attraverso quali strategie e tattiche?***

Le sezioni seguenti descrivono brevemente ognuno di tali bisogni. I capitoli successivi trattano le antitesi fra bisogni e alcune considerazioni generali applicabili a tutti i bisogni.

### Bisogno degli altri

Chiamo *bisogno degli altri* la spinta a cercare la presenza, la disponibilità e l'aiuto dei nostri simili. Ha due facce, che conviene tenere insieme. La prima è strumentale: gli altri hanno, sanno o possono fare ciò che ci serve, e senza di loro non lo otteniamo. La seconda è affettiva: sentiamo il bisogno degli altri anche quando non ci serve nulla da loro, e stiamo male quando ne siamo tagliati fuori. La paura dell'isolamento e il dolore della solitudine sono il segnale della frustrazione di questo bisogno, come la fame è il segnale del bisogno di cibo.

Le due facce non sono due bisogni distinti. La prima dice perché il bisogno esiste, la seconda come lo sentiamo: siccome chi restava solo non sopravviveva, la selezione ha installato una spinta a stare con gli altri e una sofferenza quando se ne è esclusi, indipendentemente dal vantaggio che di volta in volta ne ricaviamo. Il dispositivo agisce anche quando il vantaggio non c'è, e questo è ciò che ne fa un bisogno anziché uno strumento.

Il bisogno degli altri non coincide con il bisogno di essere graditi: si può essere inclusi in un gruppo senza esservi apprezzati, e si può essere apprezzati da lontano restando soli. Non coincide neppure con il bisogno di avere-in-comune, che riguarda ciò che rende possibile l'interazione, mentre questo bisogno riguarda la spinta a cercarla.

**Modi di ottenere dagli altri ciò di cui si ha bisogno.** Ciò che ci serve e che possiamo avere solo dagli altri lo otteniamo in quattro modi: (1) lo riceviamo da chi è disposto a darcelo gratuitamente o in cambio di un corrispettivo; (2) lo produciamo operando insieme ad altri in modo coordinato; (3) lo otteniamo con l'inganno, inducendo l'altro ad acconsentire sulla base di informazioni false; (4) lo prendiamo con la forza o con la minaccia. I primi due sono ciò che chiamiamo cooperazione: l'altro acconsente, e sa a che cosa acconsente. Il terzo e il quarto ne sono le alternative, e vi si ricorre quando la cooperazione non è ottenibile o costa troppo.

**Strumenti e strutture della cooperazione.** Affinché una cooperazione possa aver luogo sono necessari certi impegni, certe forme, certe norme e certe strutture sociali che includono ruoli, funzioni e gerarchie. Tali condizioni sono generalmente definite dalla cultura di appartenenza e negoziate nei particolari dagli interessati.<sup>1</sup>

## Bisogno di avere-in-comune

Due persone non possono cooperare se non hanno già qualcosa in comune. Si condividono (nel senso di *avere in comune*) cose materiali — un luogo, un attrezzo, del cibo, un lavoro da fare — e cose immateriali: una lingua, delle regole, il significato dei gesti, il senso di ciò che si sta facendo, i gusti, ciò che si considera bello, il disprezzo o l'apprezzamento verso certe persone o certe idee, ecc.<sup>2</sup>

## Bisogno di imitare e di modelli

I modi di interagire si apprendono imitando il comportamento altrui, e non si inventano se non in casi eccezionali. Infatti l'apprendimento di qualsiasi cosa avviene innanzitutto per copia e

---

<sup>1</sup> Gli impegni e le promesse legano chi li prende: chi promette rinuncia a fare altrimenti, ed è questa rinuncia a rendere credibile l'annuncio. I debiti e i crediti tengono legate due persone anche dopo che lo scambio è finito, e da qui nascono la gratitudine e il risentimento. I ruoli, le funzioni e le gerarchie dividono il lavoro e dicono a ciascuno che cosa gli altri si aspettano da lui. Le organizzazioni e le istituzioni permettono di cooperare con persone che non si sono mai viste, perché qualcuno ha già verificato al posto nostro. Le norme morali, insegnate fin da piccoli e fatte proprie, ottengono qualcosa che nessuno di questi strumenti otterrebbe: che ci si comporti correttamente anche con chi non si rivedrà mai e anche quando nessuno potrebbe venirlo a sapere.

<sup>2</sup> Quasi mai coloro che cooperano inventano le cose immateriali che hanno in comune: le trovano già pronte nella cultura a cui essi appartengono. Si può avere in comune anche un nemico, e le comunità se ne servono: attribuire a qualcuno la colpa di ciò che va male tiene unito il gruppo, lo assolve e gli permette di sentirsi migliore di chi ne sta fuori. Il fatto di condividere ha un valore in sé come fattore di socializzazione, indipendente dal valore dell'oggetto della condivisione, che può essere perfino nullo o negativo.

riproduzione, e questo vale anche per il comportamento sociale. Non si può non imitare, tuttavia si possono scegliere i modelli da imitare fra quelli che la cultura propone.<sup>3</sup>

### **Bisogno di valutare e selezionare**

Ci facciamo sempre un'idea di ciascuna persona con cui interagiamo o potremmo interagire: serve a sapere di chi fidarci, da chi guardarci, chi scegliere e chi evitare. Guardiamo soprattutto due cose: se l'altro vorrà fare il nostro interesse, e se ne sarà capace. Guardiamo anche quanto potrebbe danneggiarci o costringerci, e quanto potremmo farlo noi a lui.<sup>4</sup>

### **Bisogno di essere graditi**

Gli altri ci valutano per gli stessi motivi per cui noi valutiamo loro, e il giudizio che presumiamo influenza il nostro comportamento verso di essi. Da questo bisogno deriva l'autocensura conscia o inconscia.

### **Bisogno di competere**

La competizione serve ad assicurarci le più vantaggiose forme di cooperazione in concorrenza con altri umani in virtù di qualità e poteri superiori a quelli altrui. Non basta essere utili o attraenti: bisogna risultare preferibili a chi si offre in concorrenza con noi. Non è necessario affrontare i concorrenti, e quasi sempre non li incontriamo: si agisce verso chi deve scegliere con chi cooperare.<sup>5</sup>

### **Bisogno di possedere**

Possedere qualcosa vuol dire poterla dare o negare, e per questo il possesso è potere. Serve anche a dipendere meno dagli altri, perché ciò che si ha già non lo si deve chiedere a nessuno, e a cooperare a condizioni migliori. Si possiedono oggetti, denaro, terra e tempo, ma anche capacità e conoscenze.

### **Bisogno di riprodursi**

Molti sentono il bisogno di avere figli; alcuni non lo sentono affatto. È un bisogno che richiede una cooperazione di tipo particolare, la quale comprende l'interazione sessuale e l'allevamento della

<sup>3</sup> Chi si comportasse in un modo che non corrisponde ad alcun modello non sarebbe originale: sarebbe incomprensibile e inquietante.

<sup>4</sup> Oltre alle due domande principali, qualunque differenza che riusciamo a percepire può diventare un criterio di scelta: le capacità, i mezzi, la salute, la bellezza, il sapere, i gusti, il carattere, i gruppi e le categorie a cui uno appartiene. Ed è per questo che ci si differenzia o ci si uniforma: sapendo di essere guardati e confrontati, ciascuno cerca di apparire diverso dove la differenza lo avvantaggia e uguale agli altri dove è l'uguaglianza a farlo accettare.

<sup>5</sup> Da qui vengono anche il farsi belli, il mostrare ciò che si sa fare, il procurarsi titoli e appoggi. Si può vivere senza competere solo a quattro condizioni: avere già abbastanza da non dover chiedere niente; essere insostituibili per qualcuno; stare in un rapporto da cui l'altro non può uscire; oppure accontentarsi di ciò che gli altri hanno scartato. Vincere la competizione non serve solo a ottenere qualcosa: serve a cooperare a condizioni migliori e con più possibilità di scelta

prole, e che comprende a sua volta il bisogno di prendersi cura — un bisogno che si accende davanti a chi è inerme e non davanti a chi promette di ricambiare.<sup>6</sup>

### **Bisogno di eliminare**

Alcuni a volte sentono il bisogno di eliminare dal proprio ambiente persone o cose ad esse collegate che costituiscono un disturbo o una minaccia per la propria esistenza o il proprio benessere. Per *eliminare* non intendo necessariamente l'annientamento fisico, cioè l'uccisione della persona o la distruzione dell'oggetto, ma anche semplicemente lo spostamento di tali persone o cose in un luogo dal quale non possano costituire disturbo o minaccia, oppure in un luogo in cui non siano visibili. L'alternativa è l'allontanamento volontario del soggetto dalle persone o cose che lo disturbano.

### **Bisogno di non dipendere**

Non è il bisogno di fare a meno degli altri, che è impossibile, né di non avere niente in comune con loro, che renderebbe impossibile vivere insieme. È il bisogno di scegliere da chi dipendere e che cosa avere in comune, invece di trovarselo assegnato. Il conflitto fra il bisogno di avere in comune e il bisogno di non dipendere è la tensione permanente della vita umana.<sup>7</sup>

### **Bisogno di coerenza logica e narrativa**

Abbiamo bisogno che ciò che facciamo, ciò che diciamo e ciò che pensiamo stiano insieme senza contraddirsi, e che il racconto che facciamo di noi stessi si accordi con i racconti e le norme che circolano nella comunità a cui apparteniamo. Quei racconti li impariamo dagli altri e li ripetiamo, e servono a dare un senso a tutto ciò che facciamo.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Avere o non avere figli cambia anche la stima, il rispetto e la reputazione di cui si gode, e i figli sono, fra l'altro, persone che si costruiscono e con cui si avrà un rapporto di cooperazione privilegiato. Poiché la cura risponde all'inermità e non alla promessa di un ritorno, si accudiscono anche i malati, i vecchi, gli estranei e i figli che non restituiranno mai nulla.

<sup>7</sup> Si manifesta in due modi: procurarsi mezzi propri, per poter scegliere i partner invece di prendere quelli che capitano; e prendere le distanze dai modelli ricevuti, per poterli scegliere invece di assorbirli senza accorgersene.

<sup>8</sup> Qualunque racconto è più semplice della realtà che cerca di raccontare, e quando i due non coincidono cede quasi sempre la realtà: i fatti che non ci stanno dentro vengono ridimensionati, dimenticati o negati. E cede tanto più facilmente quanto più il racconto è condiviso, perché cambiarlo per conto proprio costerebbe l'accordo con gli altri. Da qui l'avvertenza che è bene tenere presente: un racconto molto semplice e molto coerente, sul proprio conto o sul conto del mondo, è quasi sempre un racconto che ha buttato via qualcosa. Il bisogno di coerenza è responsabile della falsità, dell'autoinganno, dei bias cognitivi e della rimozione psicoanalitica.

---

### 3      **Bisogni antitetici**

I bisogni non si soddisfano uno alla volta e non spingono tutti nella stessa direzione. Alcune coppie sono antitetiche: soddisfare l'uno frustra l'altro, e non esiste un modo di soddisfarli entrambi pienamente. Non è un difetto di costruzione. Sono dispositivi nati per far fronte a una condizione che è essa stessa contraddittoria, perché gli altri sono insieme la nostra risorsa e il nostro vincolo: chi ci dà ciò che ci serve è per ciò stesso chi ce lo può negare.

Avere-in-comune e non dipendere. È la coppia più stretta e la tensione più continua. Per condividere un mondo con altri bisogna accettare un mondo già fatto: una lingua che non abbiamo scelto, regole che non abbiamo negoziato, gusti, buone maniere, ciò che si può dire e ciò che non si dice. Nessuno di questi elementi è negoziabile uno per uno, perché ciò che è comune serve solo se è comune a tutti: una lingua privata non serve a niente. Ma tutto ciò che è comune è anche imposto, e l'imposizione è tanto più efficace quanto meno si vede.

Il bisogno di non dipendere non chiede di non avere niente in comune, che renderebbe impossibile vivere insieme: chiede di scegliere che cosa avere in comune e con chi. La scelta però riguarda quasi sempre quale mondo comune abitare, non come farlo. Si può cambiare paese, mestiere, religione, compagnia; ciò che si trova dall'altra parte è un altro insieme di cose già decise da altri. Di qui l'oscillazione che si osserva in molte vite: adesione, insofferenza, distacco, nuova adesione altrove.

Alcune situazioni rendono la tensione visibile perché ve la concentrano. L'adolescenza, in cui i due bisogni crescono insieme e il ragazzo si stacca dalla famiglia entrando in un gruppo di coetanei di cui adotta ogni dettaglio. L'emigrazione, che obbliga a scegliere fra restare estranei e diventare come i nuovi. La conversione e l'uscita da una setta, che sono lo stesso movimento in due sensi opposti. In nessuno di questi casi si vince: si sposta il punto in cui si accetta di perdere.

Bisogno degli altri e non dipendere. Qui l'antitesi è più semplice e più antica: chi mi dà ciò di cui ho bisogno acquista per ciò stesso un potere su di me, e più ho bisogno del suo apporto più potere gli riconosco. Ogni relazione utile è anche una posizione esposta. Chi ama teme, chi è aiutato deve essere riconoscente, chi è impiegato obbedisce.

Le strategie per attenuare questa tensione sono poche e tutte imperfette: possedere, per non dover chiedere; moltiplicare i legami, perché nessuno sia indispensabile; rendersi indispensabili a propria volta, perché la dipendenza sia reciproca; ridurre i propri bisogni, che è insieme la strategia dell'asceta e quella del rancoroso. Chi porta all'estremo una qualsiasi delle quattro paga in solitudine ciò che guadagna in indipendenza.

Altre coppie sono antitetiche in modo meno drammatico. Essere graditi e competere: piacere richiede di non risultare minacciosi, prevalere richiede di risulterlo, e i più trovano fra le due cose un assetto stabile senza soffrirne. Possedere e avere-in-comune: ciò che è mio non è nostro, e le comunità che chiedono di mettere tutto in comune durano poco o diventano coercitive; ma nella vita ordinaria la ripartizione fra ciò che si tiene e ciò che si condivide si assesta presto e non torna più in discussione.

Da tutto questo segue che non esiste un assetto ottimale dei bisogni valido per chiunque, e che chi lo cerca vuole una cosa che non c'è. Esistono compromessi, cioè punti in cui si accetta di frustrare un bisogno per soddisfarne un altro. Dove ciascuno collochi quel punto dipende dal temperamento, dalle esperienze e dalla cultura di appartenenza, che in questa materia prescrive molto. La

sofferenza mentale comincia quando il compromesso salta: quando un bisogno viene frustrato oltre il tollerabile e nessuna delle strategie disponibili basta più a compensarlo.

## 4 Considerazioni generali

### Differenze umane e strategie di soddisfazione dei bisogni

Le persone non cercano di soddisfare questi bisogni tutte allo stesso modo. Temperamento, salute, forza, intelligenza, bellezza, sapere, mezzi economici, istruzione e carattere fanno sì che a ciascuno convengano strategie diverse: c'è chi può permettersi di scegliere e chi deve accontentarsi, chi ottiene facendosi apprezzare e chi ottiene con la forza, chi compete e chi si sottrae.<sup>9</sup>

### I sentimenti

Ogni bisogno dà luogo a dei sentimenti: desiderio e attrazione quando qualcosa lo può soddisfare, repulsione e paura quando lo minaccia, piacere e gioia quando è soddisfatto, frustrazione e dolore quando non lo è. I sentimenti sono la misura di come stanno andando i nostri bisogni, e socialmente contano perché in gran parte non li comandiamo e si vedono.<sup>10</sup>

### Aspetti genetici

Tutti i bisogni "sociali" sopra elencati sono funzionali alla sopravvivenza e alla conservazione della nostra specie. Nel corso dell'evoluzione chi li aveva più forti ha avuto più probabilità di riprodursi, e oggi ce li troviamo dentro già pronti. Impariamo poi, per tutta la vita, come soddisfarli al meglio.

### Sulla letteratura psicologica che si occupa dei bisogni umani

Nessuno dei bisogni analizzati costituisce una novità; è nuovo tenerli insieme come fa questo saggio. Preso uno per uno, ciascuno di essi si ritrova negli studi di qualche autore o di qualche scuola. L'interdipendenza, l'imitazione, la valutazione reciproca, la competizione per i partner, il bisogno di autonomia, il bisogno di coerenza sono stati descritti tutti, spesso meglio di come sono descritti qui. Quello che non si trova da nessuna parte è l'insieme organico. Ogni scuola ne ha presi alcuni e lasciato altri, con la conseguenza che la psicologia dispone oggi di molte descrizioni corrette e di nessuna descrizione unitaria e completa della mente "sociale" umana: chi voglia capire un comportamento interpersonale deve rivolgersi a tradizioni che non si parlano fra loro e che chiamano con nomi diversi le stesse cose. Questo saggio non pretende di dire cose che nessuno ha detto: pretende di tenerle insieme.

---

<sup>9</sup> Fra queste strategie ce n'è una che di solito viene scambiata per debolezza: sottomettersi. Rinunciare a una posizione più alta assicura la cooperazione senza doverla contendere, e può essere perfino piacevole, perché dà sicurezza, tranquillità e riparo dai conflitti. Alcuni sanno fare cose che altri non sanno fare, o sono disposti a fare cose che altri non sono disposti a fare, e per quelle sono difficili da sostituire; ma il più delle volte siamo sostituibili, ed è questo che produce la competizione, la gelosia e il desiderio di controllo. Alle differenze fra le persone si aggiungono poi quelle fra le situazioni, e la principale è se dalla relazione si possa uscire: dove si può uscire bisogna rendersi preferibili, altrimenti l'altro se ne va; dove non si può, chi tiene in mano l'altro non ha bisogno di piacergli.

<sup>10</sup> Il rossore, il tono della voce, lo sguardo che si abbassa, l'entusiasmo che non si trattiene dicono agli altri come stiamo anche quando preferiremmo tacerlo. Proprio perché sono difficili da fingere, sono i segni su cui gli altri si fidano di più quando ci valutano.

## **Sulla non falsificabilità delle affermazioni**

Quasi nessuna delle affermazioni di questo saggio è falsificabile con un esperimento, e non è un difetto da correggere. Quasi tutta la psicologia dei rapporti fra le persone non lo è, e non per immaturità: non esiste un esperimento che decida fra due modi di ordinare gli stessi fatti sociali quale sia vero e quale falso.

## 5 Mappatura dei concetti psicologici sui bisogni sociali

50 concetti e 11 bisogni. I numeri nelle celle rimandano alle note alla fine del documento. La prima colonna raccoglie sia i concetti che riguardano il bisogno degli altri sia quelli che riguardano la cooperazione come strategia per soddisfarlo.

| Concetto psicologico          | bisogno degli altri | avere in comune | imitare e modellare | valutare e selezionare | essere graditi | competere | possedere | riprodursi | eliminare | Non dipendere | coerenza logica e narr. |
|-------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------|------------------------|----------------|-----------|-----------|------------|-----------|---------------|-------------------------|
| Attaccamento                  | 1                   | 2               |                     |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Bisogno di appartenenza       | 107                 | 3               |                     |                        | 4              |           |           |            |           |               |                         |
| Identità sociale              |                     | 5               |                     | 6                      |                |           |           |            |           |               |                         |
| Concetto di sé                |                     |                 |                     |                        | 7              |           |           |            |           |               | 8                       |
| Autostima                     |                     |                 |                     | 9                      | 10             |           |           |            |           |               |                         |
| Confronto sociale             |                     |                 |                     | 11                     |                | 12        |           |            |           |               |                         |
| Conformismo                   |                     | 13              |                     |                        | 14             |           |           |            |           |               |                         |
| Obbedienza                    | 15                  |                 |                     |                        | 16             |           |           |            |           |               |                         |
| Compliance/acquiescenza       | 17                  |                 |                     |                        | 18             |           |           |            |           |               |                         |
| Influenza normativa           |                     | 19              |                     |                        | 20             |           |           |            |           |               |                         |
| Influenza informativa         |                     |                 | 21                  | 22                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Apprendimento sociale         |                     | 23              | 24                  |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Apprendimento osservativo     | 25                  |                 | 26                  |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Modeling                      |                     |                 | 27                  |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Reciprocità                   | 28                  | 29              |                     |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Fiducia                       | 30                  |                 |                     | 31                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Cooperazione                  | 32                  | 33              |                     |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Competizione                  |                     |                 |                     | 34                     |                | 35        |           |            |           |               |                         |
| Scambio sociale               | 36                  |                 |                     |                        |                |           | 37        |            |           |               |                         |
| Interdipendenza               | 38                  |                 |                     |                        |                |           |           |            |           | 39            |                         |
| Supporto sociale              | 40                  | 41              |                     |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Empatia                       | 42                  | 43              |                     |                        |                |           |           |            |           |               |                         |
| Comportamento prosociale      | 44                  |                 |                     |                        | 45             |           |           |            |           |               |                         |
| Altruismo                     | 46                  |                 |                     |                        | 47             |           |           |            |           |               |                         |
| Aggressività                  |                     |                 |                     |                        |                | 48        |           |            | 49        |               |                         |
| Ostracismo/esclusione sociale | 106                 | 50              |                     |                        | 51             |           |           |            | 52        |               |                         |
| Pregiudizio                   |                     |                 |                     | 53                     |                |           |           |            | 54        |               |                         |
| Stereotipo                    |                     | 55              |                     | 56                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Discriminazione               |                     |                 |                     | 57                     |                |           |           |            | 58        |               |                         |
| In-group bias                 |                     | 59              |                     | 60                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Deumanizzazione               |                     | 61              |                     |                        |                |           |           |            | 62        |               |                         |
| Dominanza sociale             |                     |                 |                     | 63                     |                | 64        | 65        |            |           |               |                         |
| Status sociale                |                     |                 |                     | 66                     | 67             | 68        |           |            |           |               |                         |
| Impression management         |                     |                 |                     | 69                     | 70             |           |           |            |           |               |                         |
| Self-presentation             |                     |                 |                     | 71                     | 72             |           |           |            |           |               |                         |

| Concetto psicologico                | bisogno degli altri | avere in comune | imitare e modellare | valutare e selezionare | essere graditi | competere | possedere | riprodursi | eliminare | Non dipendere | coerenza logica e narr. |
|-------------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------|------------------------|----------------|-----------|-----------|------------|-----------|---------------|-------------------------|
| Reputazione                         |                     |                 |                     | 73                     | 74             |           |           |            |           |               |                         |
| Attribuzione                        |                     |                 |                     | 75                     |                |           |           |            |           |               | 76                      |
| Errore fondamentale di attribuzione |                     |                 |                     | 77                     |                |           |           |            |           |               | 78                      |
| Self-serving bias                   |                     |                 |                     |                        | 79             |           |           |            |           |               | 80                      |
| Dissonanza cognitiva                |                     |                 |                     |                        |                |           |           |            |           |               | 81                      |
| Atteggiamento                       |                     | 82              |                     | 83                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Persuasione                         | 84                  | 85              |                     | 86                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Reattanza psicologica               |                     | 87              |                     |                        |                |           |           |            |           | 88            |                         |
| Groupthink                          |                     | 89              |                     |                        |                |           |           |            |           |               | 90                      |
| Facilitazione sociale               |                     |                 |                     | 91                     |                | 92        |           |            |           |               |                         |
| Social loafing                      | 93                  |                 |                     | 94                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Polarizzazione di gruppo            |                     | 95              |                     |                        |                |           |           |            |           |               | 96                      |
| Effetto spettatore                  | 97                  |                 |                     | 98                     |                |           |           |            |           |               |                         |
| Self-disclosure                     |                     | 99              |                     |                        | 100            |           |           |            |           |               |                         |
| Norme sociali                       | 101                 | 102             | 103                 |                        | 104            |           |           |            |           |               | 105                     |

## Note

1. Attaccamento: Il legame di attaccamento crea una relazione stabile nella quale ciascuno può fornire protezione, cura e assistenza all'altro.
2. Attaccamento: L'attaccamento implica una comunanza relazionale intensa: esperienze, persone, luoghi e rituali diventano condivisi.
3. Bisogno di appartenenza: Appartenere significa partecipare a una comunanza: gruppo, relazioni, pratiche, valori e identità condivise.
4. Bisogno di appartenenza: L'appartenenza implica generalmente essere accettati dagli altri membri.
5. Identità sociale: L'identità sociale definisce il sé attraverso appartenenze condivise.
6. Identità sociale: L'appartenenza categoriale diventa un'informazione utilizzata per valutare gli altri e decidere come rapportarsi a loro.
7. Concetto di sé: Il concetto che una persona ha di sé è influenzato anche dal modo in cui ritiene di essere vista e valutata dagli altri.
8. Concetto di sé: Il concetto di sé organizza esperienze e comportamenti in una rappresentazione relativamente coerente della propria persona.
9. Autostima: L'autostima incorpora una valutazione del proprio valore e quindi è collegata al processo di valutazione reciproca.

10. Autostima: Il giudizio positivo degli altri può contribuire al mantenimento dell'autostima; il rifiuto e la svalutazione la minacciano.
11. Confronto sociale: Il confronto sociale fornisce informazioni per valutare se stessi e gli altri.
12. Confronto sociale: La posizione relativa rispetto agli altri è essenziale quando le persone competono per risorse, status, partner o opportunità.
13. Conformismo: Adeguarsi al gruppo produce o conserva una comunanza di comportamenti, opinioni e norme.
14. Conformismo: Il conformismo può essere una strategia per ottenere accettazione ed evitare disapprovazione.
15. Obbedienza: L'obbedienza a un'autorità può essere una modalità di coordinamento dell'azione sociale.
16. Obbedienza: L'obbedienza può servire a evitare sanzioni, disapprovazione o conseguenze negative da parte di chi ha potere.
17. Compliance/acquiescenza: Accettare una richiesta permette di realizzare un'interazione funzionale a chi la formula.
18. Compliance/acquiescenza: Acconsentire può essere una strategia per mantenere l'approvazione dell'interlocutore o evitare il suo disappunto.
19. Influenza normativa: La norma indica quale comportamento deve essere comune ai membri del gruppo.
20. Influenza normativa: Il conformismo normativo è motivato in larga misura dal desiderio di essere accettati.
21. Influenza informativa: Quando gli altri sono considerati fonti attendibili, il loro comportamento diventa un modello da seguire.
22. Influenza informativa: Il comportamento degli altri viene utilizzato come informazione per decidere quale comportamento sia appropriato.
23. Apprendimento sociale: Apprendere dagli altri significa acquisire rappresentazioni e pratiche che permettono di entrare nel patrimonio comportamentale condiviso.
24. Apprendimento sociale: L'osservazione e la riproduzione del comportamento altrui sono meccanismi centrali dell'apprendimento sociale.
25. Apprendimento osservativo: Osservare come gli altri svolgono un'attività permette di acquisire modalità di comportamento utili all'interazione con loro.
26. Apprendimento osservativo: Il comportamento osservato diventa un modello da riprodurre.
27. Modeling: Il modeling consiste nell'acquisizione di comportamenti attraverso un modello.
28. Reciprocità: La reciprocità stabilizza gli scambi e rende possibile una cooperazione ripetuta.

- 29. Reciprocità:** Il dare e ricevere reciprocamente costruisce una relazione nella quale qualcosa viene progressivamente posto in comune.
- 30. Fiducia:** La fiducia permette di cooperare quando non è possibile controllare completamente il comportamento futuro dell'altro.
- 31. Fiducia:** Per fidarsi occorre una valutazione della probabile affidabilità dell'altro.
- 32. Cooperazione:** La cooperazione è la modalità principale attraverso cui si ottiene dagli altri ciò di cui si ha bisogno, e l'unica in cui l'altro acconsente sapendo a che cosa acconsente.
- 33. Cooperazione:** La cooperazione richiede frequentemente risorse, obiettivi, regole, significati o attività condivise.
- 34. Competizione:** La competizione presuppone qualcuno che deve scegliere tra alternative e quindi valutare i concorrenti.
- 35. Competizione:** La competizione è la manifestazione diretta del bisogno di competere.
- 36. Scambio sociale:** Lo scambio è una forma fondamentale attraverso cui persone interdipendenti ottengono reciprocamente risorse.
- 37. Scambio sociale:** Lo scambio presuppone risorse che possano essere trasferite, concesse o trattenute.
- 38. Interdipendenza:** Se il comportamento di ciascuno influenza i risultati dell'altro, la cooperazione diventa una possibile strategia.
- 39. Interdipendenza:** L'interdipendenza genera la tensione fra la necessità degli altri e il desiderio di non esserne completamente vincolati.
- 40. Supporto sociale:** Il supporto consiste nell'offrire all'altro risorse materiali, informative o affettive.
- 41. Supporto sociale:** Il sostegno presuppone normalmente una relazione nella quale esistono legami, conoscenze, preoccupazioni o risorse condivise.
- 42. Empatia:** Comprendere gli stati dell'altro facilita risposte adeguate alle sue esigenze e quindi la cooperazione.
- 43. Empatia:** L'empatia riduce la distanza rappresentazionale fra sé e l'altro, costruendo una forma di esperienza condivisa.
- 44. Comportamento prosociale:** Aiutare, condividere, assistere e sostenere altri sono modalità di interazione utile.
- 45. Comportamento prosociale:** Il comportamento prosociale può aumentare l'accettazione, la reputazione e la disponibilità degli altri a cooperare.
- 46. Altruismo:** L'altruismo può favorire la cooperazione anche quando il vantaggio immediato per chi agisce è scarso o nullo.
- 47. Altruismo:** L'aiuto agli altri può aumentare approvazione e reputazione, anche se non esaurisce le spiegazioni dell'altruismo.

- 48. Aggressività:** L'aggressività può essere utilizzata per prevalere sui concorrenti o ottenere una posizione più favorevole.
- 49. Aggressività:** Quando mira a rimuovere una minaccia o un ostacolo rappresentato da un'altra persona, il rapporto con il bisogno di eliminare è diretto.
- 50. Ostracismo/esclusione sociale:** L'esclusione consiste nel sottrarre a qualcuno la partecipazione a una comunanza sociale.
- 51. Ostracismo/esclusione sociale:** Essere esclusi costituisce una minaccia diretta al bisogno di essere accettati.
- 52. Ostracismo/esclusione sociale:** Dal punto di vista di chi esclude, l'ostracismo è una forma non fisica di eliminazione dal proprio spazio sociale.
- 53. Pregiudizio:** Il pregiudizio implica una valutazione dell'altro basata sulla sua appartenenza categoriale.
- 54. Pregiudizio:** Il pregiudizio può motivare evitamento, esclusione e trattamento ostile dell'out-group.
- 55. Stereotipo:** Gli stereotipi sono rappresentazioni socialmente condivise dei gruppi.
- 56. Stereotipo:** Lo stereotipo fornisce una scorciatoia per valutare una persona sulla base della categoria di appartenenza.
- 57. Discriminazione:** La discriminazione consiste nel tradurre una valutazione categoriale in un trattamento differenziale.
- 58. Discriminazione:** Esclusione, evitamento e segregazione sono forme di allontanamento sociale.
- 59. In-group bias:** La preferenza per il proprio gruppo valorizza la comunanza con i suoi membri.
- 60. In-group bias:** L'appartenenza al proprio gruppo diventa un criterio positivo nella valutazione e selezione degli altri.
- 61. Deumanizzazione:** Deumanizzare significa negare o ridurre ciò che l'altro ha in comune con noi in quanto essere umano.
- 62. Deumanizzazione:** La negazione dell'umanità dell'altro può rendere psicologicamente più facile escluderlo, aggredirlo o eliminarlo.
- 63. Dominanza sociale:** Le gerarchie sociali stabiliscono differenze di valore e posizione tra individui e gruppi.
- 64. Dominanza sociale:** La dominanza può essere esito o strumento di competizione asimmetrica per risorse e controllo.
- 65. Dominanza sociale:** Il potere gerarchico permette di controllare e distribuire risorse, persone e opportunità.
- 66. Status sociale:** Lo status è un'informazione utilizzata per valutare il valore, la competenza o la posizione sociale.

- 67.** Status sociale: Essere riconosciuti e valorizzati socialmente è una componente importante dello status.
- 68.** Status sociale: Lo status è spesso oggetto di competizione e può rendere un individuo preferibile come partner.
- 69.** Impression management: La gestione dell'impressione nasce dal fatto che gli altri ci osservano e ci valutano.
- 70.** Impression management: Regolare l'impressione prodotta sugli altri serve frequentemente a ottenere approvazione, accettazione o favore.
- 71.** Self-presentation: La presentazione di sé cerca di influenzare le informazioni sulla base delle quali gli altri ci giudicano.
- 72.** Self-presentation: Una funzione centrale è produrre un'immagine di sé che favorisca l'accettazione sociale.
- 73.** Reputazione: La reputazione condensa informazioni sui comportamenti passati e può essere utilizzata per decidere se interagire con una persona.
- 74.** Reputazione: Una buona reputazione aumenta la probabilità di essere accettati come partner sociali.
- 75.** Attribuzione: Attribuire una causa al comportamento altrui serve a costruire una rappresentazione utile per prevedere e valutare quella persona.
- 76.** Attribuzione: Le spiegazioni causali permettono di inserire comportamenti diversi in un racconto coerente.
- 77.** Errore fondamentale di attribuzione: Sopravvalutare le caratteristiche personali dell'altro influenza direttamente la valutazione che ne facciamo.
- 78.** Errore fondamentale di attribuzione: Attribuire il comportamento a caratteristiche stabili produce spiegazioni più semplici e coerenti.
- 79.** Self-serving bias: Attribuire i successi a qualità proprie e gli insuccessi a fattori esterni può proteggere l'immagine sociale e personale.
- 80.** Self-serving bias: Il bias contribuisce a mantenere una narrazione del sé positiva e relativamente coerente.
- 81.** Dissonanza cognitiva: La dissonanza nasce dall'incompatibilità fra cognizioni, atteggiamenti o comportamenti e spinge verso la loro ricomposizione.
- 82.** Atteggiamento: Gli atteggiamenti possono essere socialmente condivisi e costituire parte del patrimonio valutativo comune.
- 83.** Atteggiamento: Un atteggiamento comporta una valutazione positiva o negativa di una persona, idea o oggetto.
- 84.** Persuasione: Convincere qualcuno può essere una strategia per coordinare il suo comportamento con il proprio.

- 85. Persuasione:** La persuasione mira frequentemente a produrre una rappresentazione, un atteggiamento o una decisione condivisa.
- 86. Persuasione:** Chi persuade cerca di modificare i criteri con cui l'altro valuta un oggetto, una persona o una scelta.
- 87. Reattanza psicologica:** La coercizione può essere percepita come una minaccia alla possibilità di scegliere che cosa condividere e con chi.
- 88. Reattanza psicologica:** La reattanza emerge quando una persona percepisce minacciata la propria libertà di scelta.
- 89. Groupthink:** Il groupthink porta i membri a privilegiare il consenso e l'uniformità rispetto alla divergenza.
- 90. Groupthink:** Il gruppo tende a mantenere una rappresentazione condivisa e coerente anche ignorando informazioni contrarie.
- 91. Facilitazione sociale:** La presenza di osservatori rende saliente il fatto che la propria prestazione possa essere valutata.
- 92. Facilitazione sociale:** L'osservazione può aumentare l'impegno quando la prestazione ha una dimensione comparativa o competitiva.
- 93. Social loafing:** Il fenomeno riguarda una forma di cooperazione nella quale il contributo individuale diminuisce perché il risultato è condiviso.
- 94. Social loafing:** La diminuzione dell'impegno è favorita dall'impossibilità di valutare separatamente il contributo individuale.
- 95. Polarizzazione di gruppo:** La discussione di gruppo rafforza una posizione condivisa e aumenta l'omogeneità delle opinioni.
- 96. Polarizzazione di gruppo:** Il rafforzamento della posizione iniziale produce una rappresentazione collettiva più consistente e meno ambivalente.
- 97. Effetto spettatore:** Il fenomeno riguarda la mancata prestazione di aiuto in situazioni nelle quali si potrebbe cooperare con chi ha bisogno.
- 98. Effetto spettatore:** La decisione di intervenire dipende anche dall'interpretazione della situazione e dalla valutazione di ciò che fanno gli altri.
- 99. Self-disclosure:** Rivelare informazioni personali costruisce conoscenza reciproca e aumenta il patrimonio informativo condiviso.
- 100. Self-disclosure:** La rivelazione personale può servire a creare intimità e accettazione, ma espone anche al giudizio dell'altro.
- 101. Norme sociali:** Le norme coordinano le aspettative e rendono prevedibile il comportamento reciproco, facilitando la cooperazione.
- 102. Norme sociali:** Una norma è una regola di comportamento condivisa o socialmente riconosciuta.

**103.** Norme sociali: Le norme vengono apprese osservando come si comportano gli altri e quali comportamenti vengono approvati o sanzionati.

**104.** Norme sociali: Rispettare una norma può essere una strategia per evitare disapprovazione e ottenere accettazione.

**105.** Norme sociali: Le norme forniscono schemi condivisi che permettono di interpretare il comportamento proprio e altrui in modo relativamente coerente.

**106.** Ostracismo/esclusione sociale: L'esclusione priva della presenza e della disponibilità altrui, ed è la minaccia più diretta al bisogno degli altri.

**107.** Bisogno di appartenenza: Appartenere a un gruppo è il modo tipico in cui il bisogno degli altri trova una soddisfazione stabile.