

Cuprins

Cuvânt înainte / 9

1. Emoțiile. Delimitări conceptuale / 11

- De ce psihosociologia emoțiilor? / 11
- Emoții, sentimente, afecte / 16
- Perspective de analiză ale emoțiilor / 19
- Clasificarea emoțiilor / 23
- Comunicarea emoțiilor în spațiul social / 30

2. Expresia emoțiilor la animale și oameni / 34

- „*Human–Animal Bond*”. Cu toții avem emoții... / 34
- „*Pet loss*” și „*human emotion*” / 40
- Atașament, seferință și negare / 44

3. Emoțiile sociale. Abordare comparativă / 56

- Rușinea (*shame*), jena (*embarrassment*) și mândria (*pride*) / 56
- De la jenă la timiditate / 65
- Vinovăția (*guilt*), invidia (*envy*) și gelozia (*jealousy*) / 72
- Regretul (*regret*), dezgustul (*disgust*) și speranța (*hope*) / 76

4. Emoțiile și cultura / 82

- Cultură și decizie / 82
- Emoțiile. Grupuri, comportament colectiv și comportament prosocial / 86
- Emoțiile, sănătatea și... agresivitatea / 93
- Umorul. Râsul, zâmbetul și emoțiile / 103

5. Emoțiile în advertising / 110

- „Advertising”, „commercial” și „publicity” / 110
- Modele de analiză a reclamelor / 112
- Despre brand / 122
- Parfumul. Ce senzații, ce emoții... ce „durere” / 127

6. Emoțiile și fraudă intelectuală / 134

Spațiul public și mediul academic / 134
Frauda intelectuală. Metoda „ <i>copy-paste</i> ” / 139
„Codurile onoarei”, între identitate și necesitate / 142
Două caracteristici aproape „nelipsite”: impulsivitatea și căutarea senzației în rândul celor care plagiază / 145
„Portretul” plagiatorului și tipuri de copiat / 146
Frauda intelectuală și emoțiile de rușine și vinovăție în rândul liceenilor / 150
Opiniile elevilor de liceu despre fraudă intelectuală / 150
Frecvența unor acte de fraudă intelectuală în rândul liceenilor / 152
Rușinea, vinovăția și actele de fraudă intelectuală / 154

În loc de încheiere / 167**Anexe / 169****Bibliografie / 171****Summary / 203****Contents / 207**