

## **Premessa**

### **I. Teorie a confronto**

1. Il modello della probabilità di elaborazione (ELM)
2. Il modello euristico-sistematico
3. Un modello di cambiamento degli atteggiamenti impliciti (*APE model*)
4. Dai modelli «duali» alla proposta «unimodale»

### **II. Il messaggio**

1. La mera esposizione
2. Organizzazione del contenuto
3. Gli effetti del canale di comunicazione
4. Gli effetti del *frame*

### **III. La fonte**

1. La credibilità
2. Il potere dell'aspetto
3. Lo stile di comunicazione non verbale
4. La somiglianza e la condivisione sociale

### **IV. Il ricevente**

1. Il processo di elaborazione delle informazioni
2. Le differenze individuali
3. Caratteristiche strutturali degli atteggiamenti bersaglio
4. Il ruolo dell'umore
5. L'effetto della corrispondenza (*matching effect*)

### **V. Penso dunque agisco?**

1. Il «se» e il «quando» della relazione fra atteggiamenti e comportamenti
2. Il «come» della relazione fra atteggiamenti e comportamenti
3. Il ruolo dell'esperienza diretta

### **VI. Agisco dunque penso**

1. Il *role-playing*
2. Persuasione e dissonanza cognitiva
3. La teoria dell'autopercezione
4. Una possibile integrazione
5. Il concetto di impegno nelle tecniche di induzione comportamentale

### **VII. Contesti e applicazioni**

1. La persuasione nella politica
2. La persuasione per la prevenzione
3. La persuasione tecnologica

### **Riferimenti bibliografici**

### **Indice analitico**