

FAKTORY ZDROJA







AS SEEN ON
TV



FAKTORY ZDROJA

3 KL'ÚČOVÉ ELEMENTY

- ⦿ Autorita
- ⦿ Kredibilita
- ⦿ Sociálna atraktivita

AUTORITA

- ◉ Milgramove experimenty
- ◉ Symboly authority
 - Tituly
 - Oblečenie



KREDIBILITA

● Percipovaná úroveň vierohodnosti komunikátora

- **EXPERTÍZA**

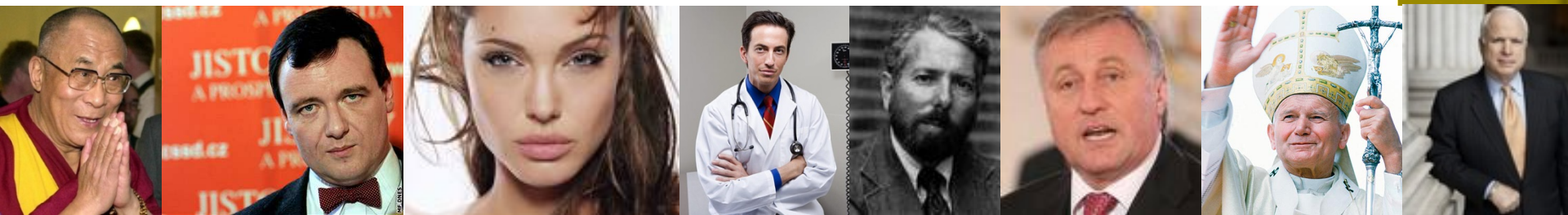
- **DÔVERYHODNOSŤ**

(Hovland, Janis, Kelly, 1953)

- **LÁSKAVOSŤ**

(McCroskey, 1999)

- Inteligencia
- Čnosť (charakter)
- Láskavosť (Aristotle)



EXPERTÍZA

- ◉ Vedomosti, schopnosti, skúsenosti...



Ψ



KREDIBILITA - DÔVERYHODNOSŤ

- Percipovaná úprimnosť, charakter a bezpečie



KREDIBILITA - LÁSKAVOSŤ

- ⦿ a.k.a. Goodwill
- ⦿ Percipovaná starostlivosť (Sú vnímaví, empatickí, so záujmom porozumieť)



BUDOVANIE KREDIBILITY PROSTREDNÍCTVOM NVK

- ⦿ Očný kontakt
- ⦿ Spontánna gestikulácia dávajúca dôraz na dôležité veci
- ⦿ Uvoľnený a otvorený postoj tela
- ⦿ Hlas znie sebavedomo. Obmieňa výšku, hlasitosť, rytmus a podobne.
- ⦿ Oblečenie





SLEEPER EFFECT

- Dopad persuzívnej správy obvykle časom klesá. Sleeper effect je fenomén vysvetľujúci fakt, že účinok persuzívnej správy od nekredibilného zdroja môže časom narastať.

(Hovland, Weiss, 1951)

Článok o nukleárnych ponorkách

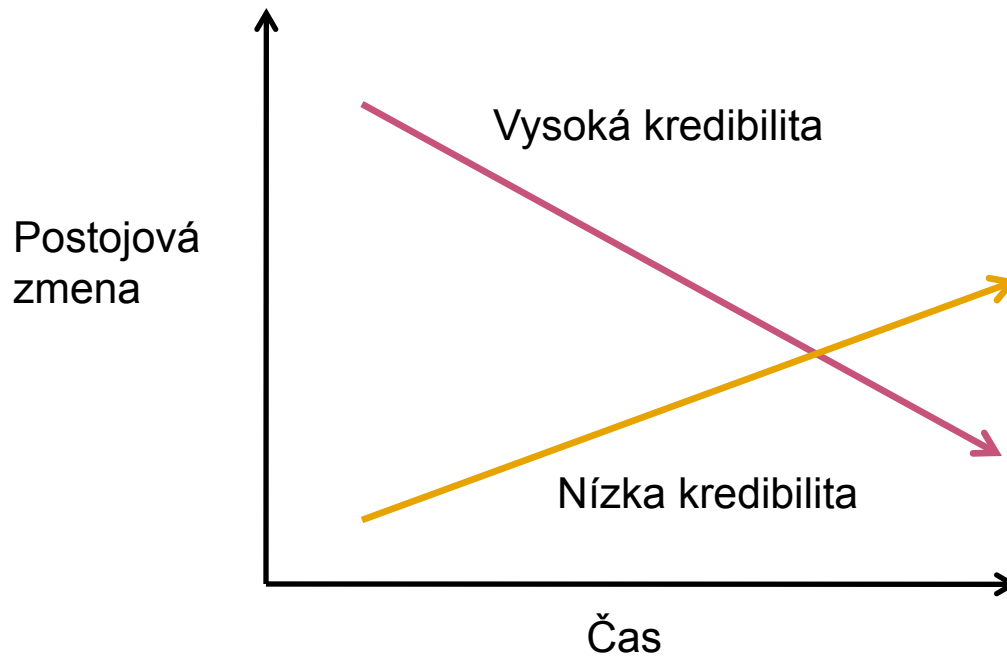
Zdroj:

Pravda

vs.

Držiteľ nobelovej ceny R. Oppenheimer

SLEEPER EFFECT



Príčina : k zániku väzby s znehodnocujúcim činiteľom dochádza rýchlejšie než k zániku správy

SOCIÁLNA ATRAKTIVITA

- Sociálne atraktívni ľudia sú obľúbení a fyzicky príťažliví



SUMMARY

- ⊙ Autorita
- ⊙ Kredibilita
 - Expertíza
 - Dôveryhodnosť
 - Láskavosť
- ⊙ Sociálna atraktivita
 - Fyzická atraktivita, podobnosť, blízkosť, príjemnosť, podobnosť, kooperácia