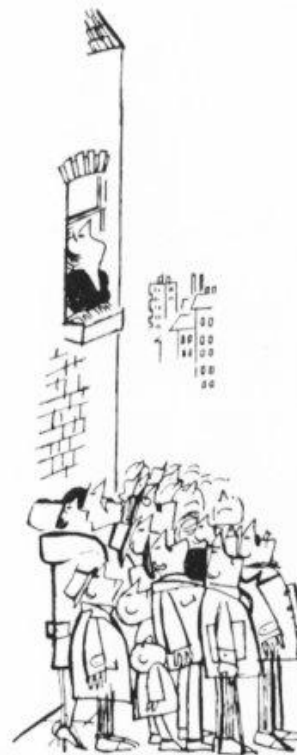
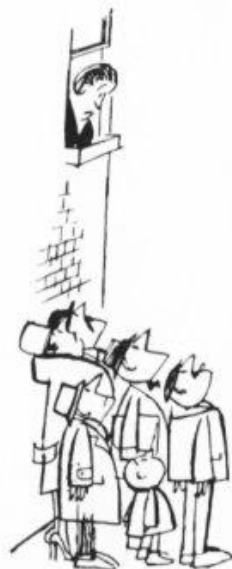
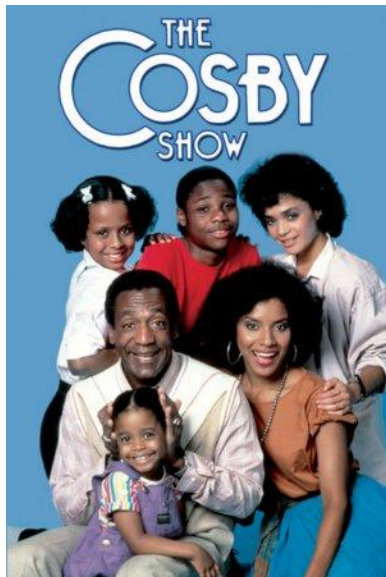
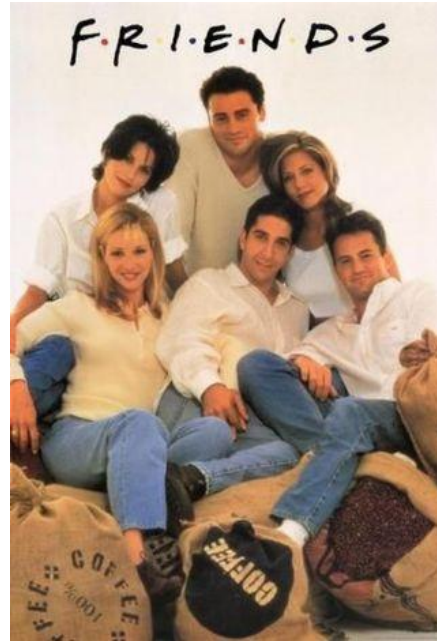


# Společenská platnost





# Princip společenské platnosti:

## *Praktické využití*

- „Nejprodávanejší“
- „Jednička na trhu“
- 100 000 prodaných kopií
- Výpovědi spokojených zákazníků
- Čekání v řadě

# *Praktické využití*

- Co je tady nesprávně?

*„Češi recyklují nejméně odpadu v Evropě!  
Recyklujte!“*

*„Mnoho turistů trhá chráněné kvetiny. Nedělejte  
to i vy!“*

a zeleniny. Nejčastěji  
místem nákupu jsou super-  
markety a hypermarkety,  
kde nejčastěji nakupují čtyři  
pětiny respondentů. Násle-  
dují specializované pro-  
dejny typu ovoce zelenina  
a na třetím místě jsou tr-

přičemž z lidí ve věku 30 až  
50 jsou to téměř všichni.  
Exotické plody patří již k ne-  
dílné součásti našich ná-  
kupů, na druhou stranu bio  
ovoce a bio zelenina si své  
spotřebitele zatím hledají,

kup ovoce a zeleniny. Roz-  
hodně se však nedá mluvit  
o klesajícím trendu, protože  
drtivá většina, 83 %, pova-  
žuje zeleninu a ovoce za ne-  
dílnou součást svého jídel-  
níčku.

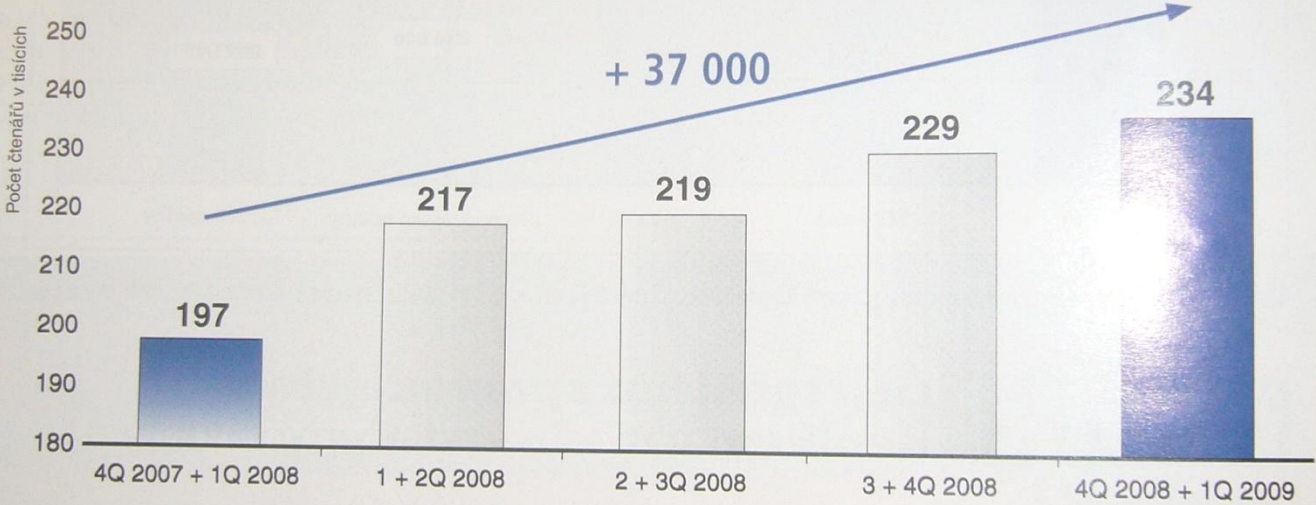


Snapshots je unikátní on-line systém k rychlému získávání aktuálních informací z trhu, které jsou zjišťovány na reprezentativním panelu internetové populace ČR na vzorku 575 lidí ve věku 15-69 let.

zdroj: GMD, Snapshots 2009

INZERCE

# Další skok o 37 000 nových čtenářů!



Odhad čtenosti na vydání.  
Zdroj: Media projekt 1.10.2007 – 31.3.2009,  
Unie vydavatelů, GfK Praha, Median, SKMO, AKA

**HOSPODÁŘSKÉ NOVINY**



# *Praktické využití - Podobnost*

- Učitel motivující studenta by .....NEMĚL..... poukazovat na vzorné studenty v první lavici.
- Pokud prodáváte svůj produkt majitelce kadeřnictví, měli by jste zmínit Vaše spokojené klienty, jako jsou třeba ...  
.... jiné kadeřnictví. A ne Škoda Auto, TV Nova nebo Hamé.

# Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip společenské platnosti?

Není dav umělo vytvořen?



Nemůže se i dav mýlit?

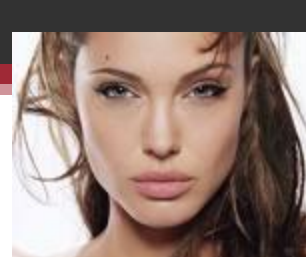
# Oblíbenost





# Oblíbenost





# Oblíbenost

## !!! Fyzická atraktivita!!!

- Fyzicky atraktivní lidé jsou:
  - Více oblíbení
  - Dostávají lepší zamětnání
  - Mají větší společenský vliv
  - Mají vyšší sebevědomí
  - Ve škole mají lepší známky
  - Méně usvědčení u soudu
  - Vnímání jako více talentovaní, milí, upřímní, inteligentní a přesvědčiví

# Faktory ovlivňující oblíbenost:

- **Fyzická atraktivita**
- **Blízkost**
- **Podobnost**
  - Oblečení, image, zájmy, demografie, názory, atd...
- **Příjemnost**
  - **Komplimenty**
- **Frekvence kontaktu**
- **Spolupráce**
  - **Dobrá policajt / zlý policajt**

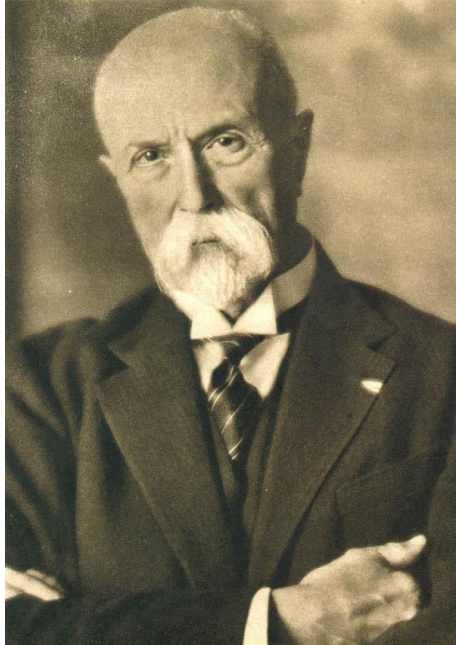
# Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip oblíbenosti?

Oddělte komunikátora od zprávy

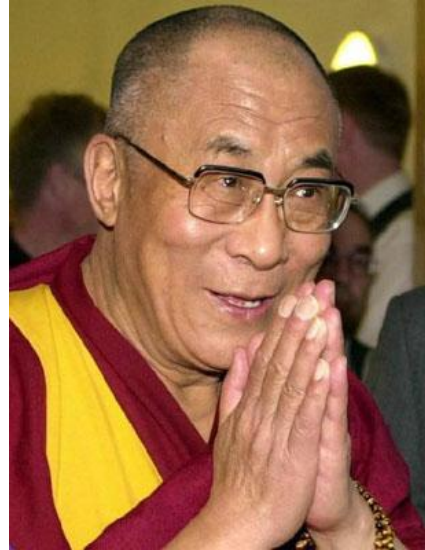


Neděláte to jenom proto, že máte danou osobu rád?

# Autorita



*T. G. Masaryk.*

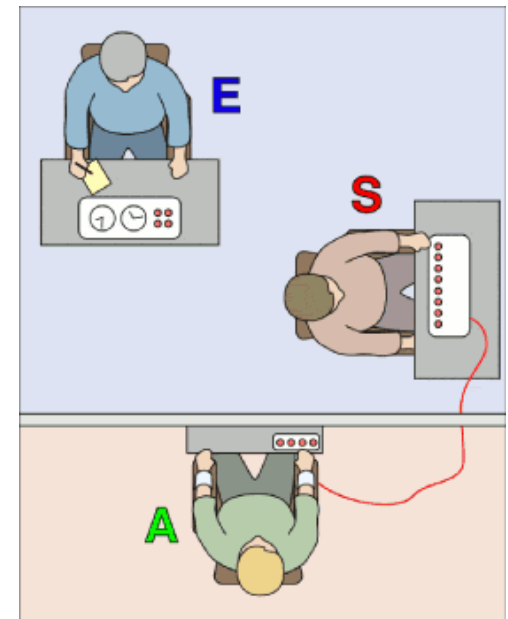


# Autorita

- Stanley Milgram (1974)

## *Obedience to authority: Experimental view*

<http://www.youtube.com/watch?v=7nS8PsbRUkM>



- **Doporučujem prečítať:**  
<http://www.ocf.berkeley.edu/~wwu/psychology/compliance.shtml>



# *Milgram study - Obedience to Authority*

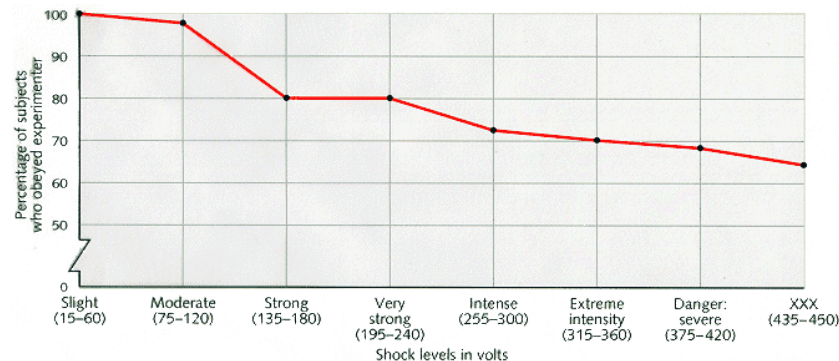


- Experiment investigates punishment in learning
- “Teacher” (subject) and “student” (confederate)
- Shocks 30V – 450V (by 15V). From slight shock to XXX
- In the case of subject’s unwillingness, the experimenter issued commands:
  - Please continue.
  - The experiment requires that you continue.
  - It is absolutely essential that you continue.
  - You have no other choice, you must go on.
- Student’s responses:
  - 75V – grunts
  - 120V - shouts in pain
  - 150V - says that he refuses to continue with this experiment
  - 300V - silence

# Milgram study - Obedience to Authority



- Expected results:
  - 14 Yale senior psychology majors (3% - 450V)
  - Milgram's colleagues (hardly anyone will go beyond 240V)
- Actual results:
  - 26 out of 40 reached 450V



- *“I observed a mature and initially poised businessman enter the laboratory smiling and confident. Within 20 minutes he was reduced to a twitching, stuttering wreck, who was rapidly approaching a point of nervous collapse. He constantly pulled on his earlobe and twisted his hands. At one point he pushed his fist into his forehead and muttered: “Oh, God, let’s stop it.” And yet he continued to respond to every word of the experimenter and obeyed to the end.”*

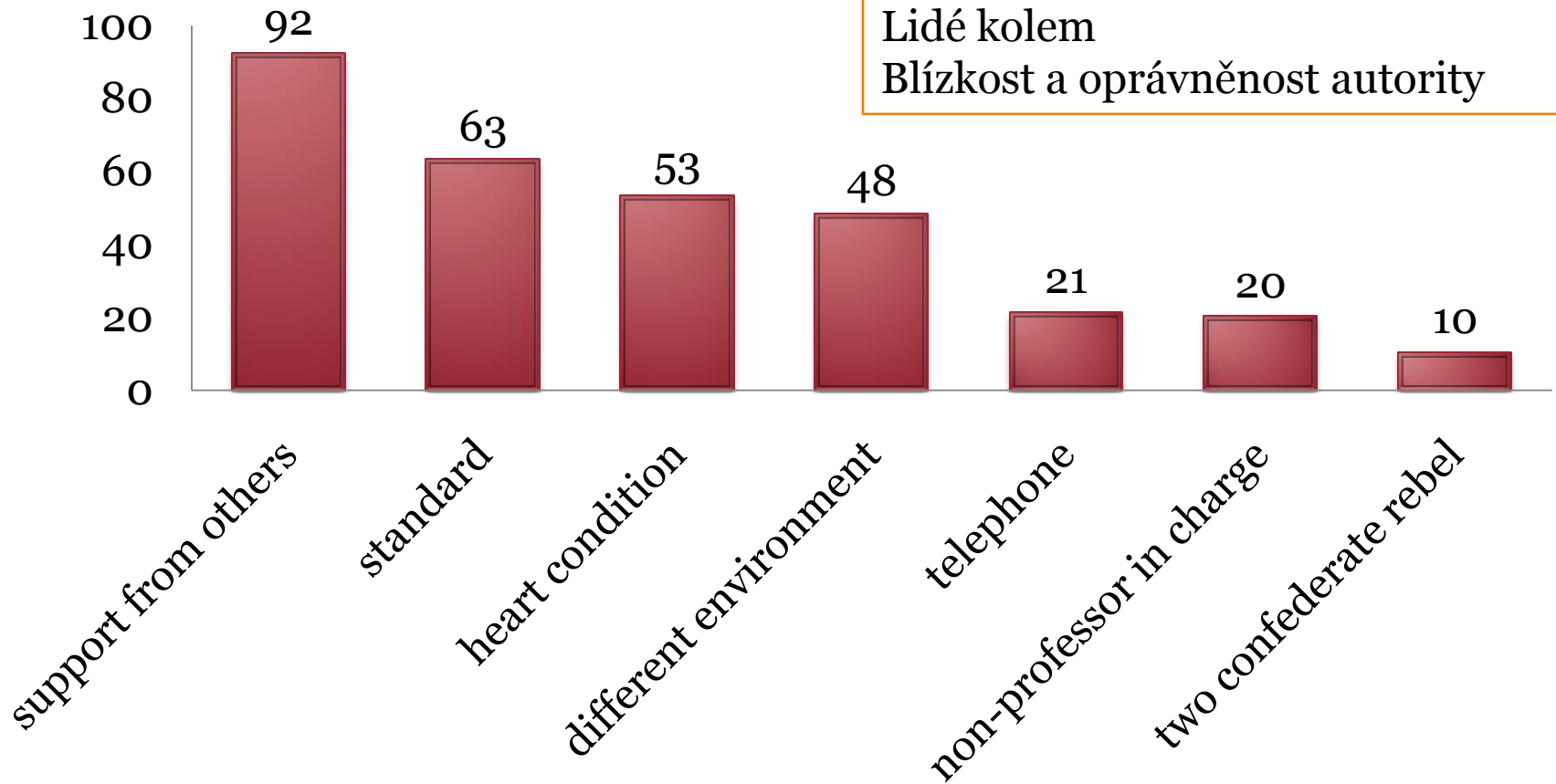
(Milgram, 1963, p. 377)

# Situační faktory

Důležité:

Lidé kolem

Blízkost a oprávněnost autority



# *Milgram study - Obedience to Authority*



- Replication of Milgram's study

<http://video.google.com/videoplay?docid=6110809571753386112>

- Ethical concerns

# Jsme schopni mít kritický náhled na autoritu?

- Příklad ze života:

Right Ear → R Ear





# Experiment v lékařském prostředí

- 4 důvody proč ne:
  1. Nepovolený lék
  2. Dvojnásobně překročená maximální dávka
  3. Neznámí lékař
  4. Příkaz přes telefon



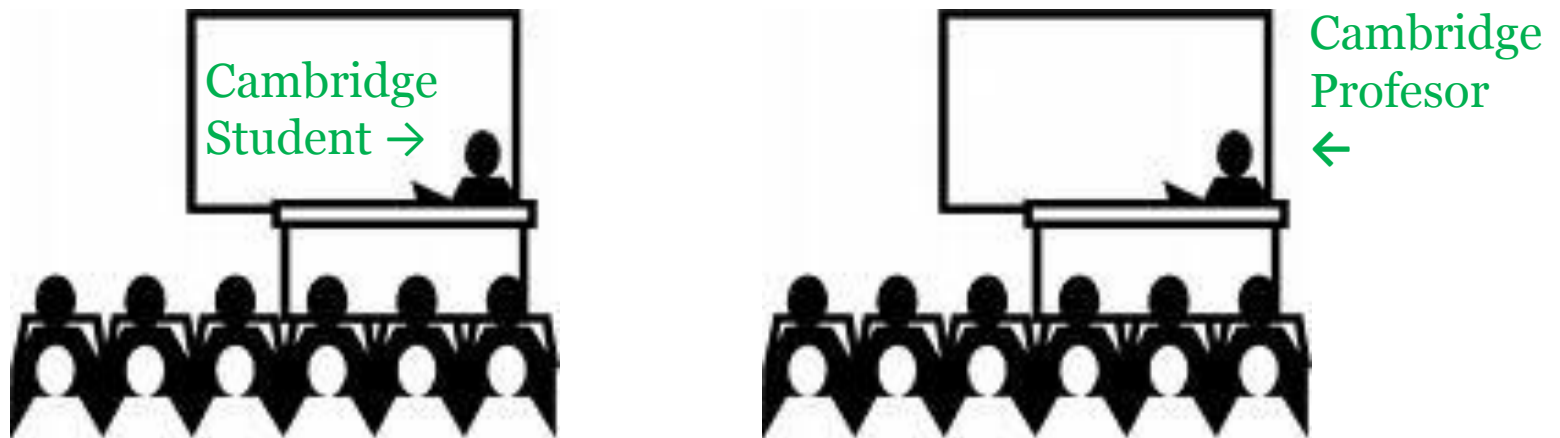
Vyhovělo 21 z 22 sester

# Symboly authority

- Tituly
- Oblečenie

# Symbol authority - Tituly

- Prof., MUDr., vědec, manager, máma, atd...



“Profesor” byl vníman jako o 6.4cm vyšší než “student”



# Symboly authority - oblečení



# Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip autority?

Pamatujme na to, jaká obrovská moc v *autorite* spočívá!



Je tahle autorita skutečně expertem?

Jak důvěryhodný je tento expert?

# Nedostatek (scarcity)





# Co by jste si vybráli?



# NEDOSTATOK aneb OBMEDZENÁ SLOBODA

- „ Akce končí za 2 dny!“
- „Poslední kus na skladě“
- „Prvních 10 zákazníků obdrží...“
- „Jedinečná nemovitost“
- „Malá nabídka v dané lokalitě“

# “Limitovaný počet”

- “Limitovaná edice”
- “Jen 10 kusů na skladě!”
- „Posledný kus“





Candyblog





Dean-German-Grocery  
GERMAN SPECIALTIES







# OJEDINĚLOST aneb OMEZENÁ SVOBODA



Pokud je možnost naší svobodné volby omezená,  
**potřeba udržet si svobodu** způsobí,  
že danou věc chceme ještě víc

Psychological Reactance Theory (Brehm)

Radost nespočívá v zážitku objektu, ale v jeho  
vlastnění

# Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip ojedinělosti?

Stop! Mysli!



Je avizovaná ojedinělost skutečná ojedinělost?

MY princip



