



# 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

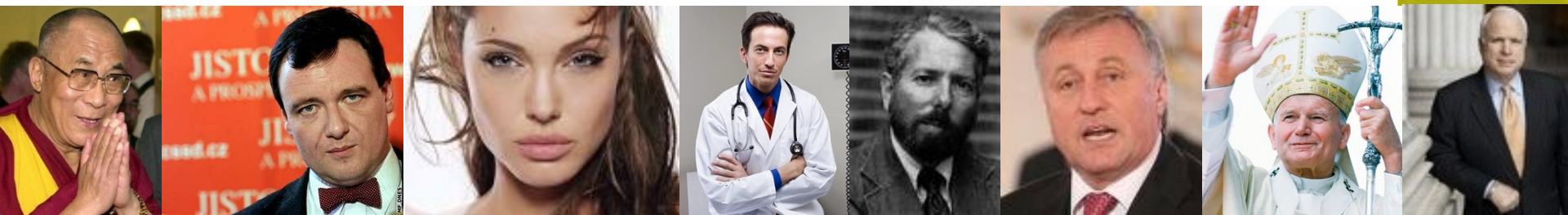
- DÔVERYHODNOSŤ

(Hovland, Janis, Kelly, 1953)

- LÁSKAVOSŤ

(McCroskey, 1999)

- Inteligencia
- Cnosť (charakter)
- Láskavosť (Aristotle)



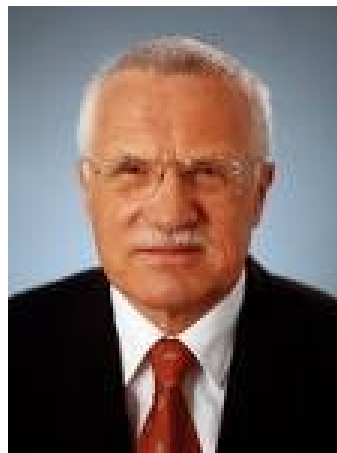


# EXPERTÍZA

- ◉ Vedomosti, schopnosti, skúsenosti...

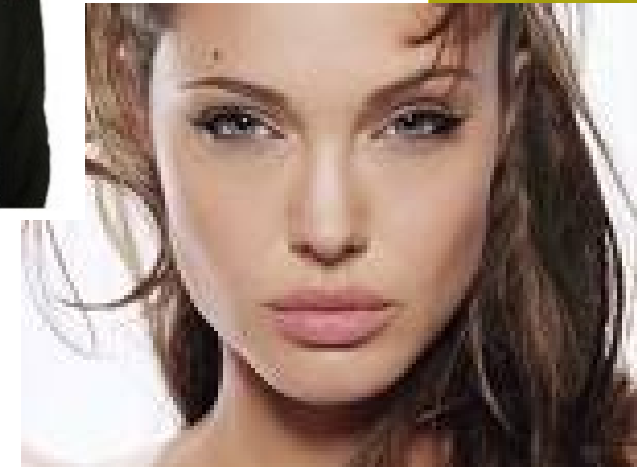


Ψ



# 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

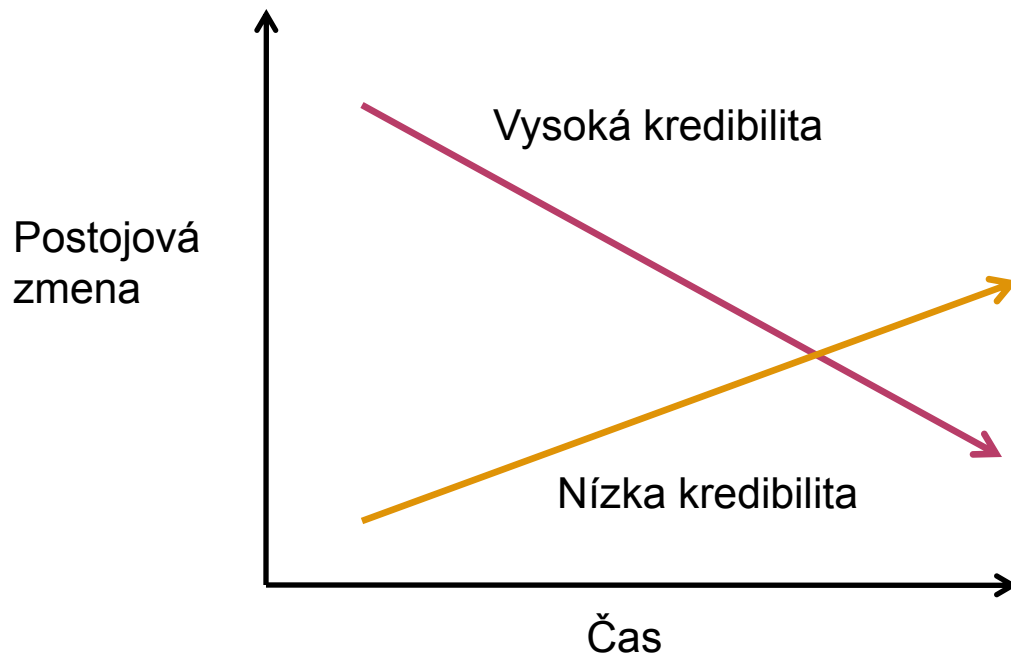
Zdroj:

*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



**A TO HLAVNÉ...**

**EMPATIA**