

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcý



Sztuka przekonywania

dr Andrzej Smolarczyk

Politechnika Białostocka
Wydział Inżynierii Zarządzania
 4 czerwca 2020 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

1

Definicje



Perswazja

- umiejętność skłaniania ludzi do przyjęcia twoich przekonań i wartości poprzez oddziaływanie na ich myśli i zachowania przy użyciu specyficznych strategii.

(Kevin Hogan)

Manipulacja

- umiejętność oddziaływania, w którym osoba wywierająca wpływ nie liczy się z interesem osoby, na którą wpływ ten jest wywierany. Ważna jest dla niej jedynie własna korzyść.

(Dariusz Doliński)

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

2

Celem przekonywania jest:



- Oczarowanie rozmówcy.
- Zaprezentowanie siebie jako osoby kompetentnej.
- Zdobyć zaufania rozmówcy.

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

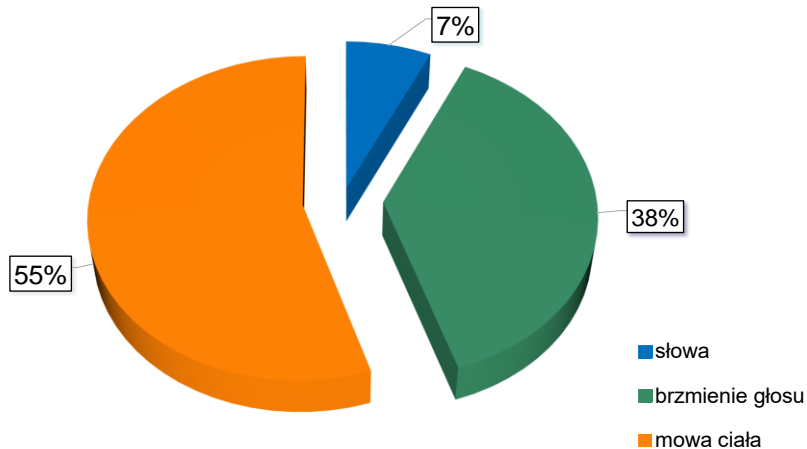
WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

3

Elementy Skutecznego Przekazu



ELEMENTY WPŁYWAJĄCE NA ODBIÓR PRZEKAZU



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

4

Kanały komunikacji niewerbalnej:



- **Gestykulacja:** ruchy części ciała, rąk, nóg, palców, dłoni, głowy.
- **Kontakt wzrokowy:** spojrzenie i wymiana spojrzeń, unikanie kontaktu wzrokowego, ruchy oczu.
- **Mimika:** okazywanie emocji za pomocą mięśni twarzy, tak zwane „miny”.
- **Dotyk i kontakt fizyczny:** nachalność, unikanie, naturalność.
- **Wygląd fizyczny:** ubiór, czystość, schludność, zaniedbanie.
- **Kanał wokalny:** rytm mowy, barwa głosu.
- **Dźwięki paralingwistyczne:** westchnienia, pomruki, szloch.
- **Dystans fizyczny:** odległość między rozmówcami.
- **Pozycja ciała:** wyprostowana, swobodna, sztywna, skulona.
- **Otoczenie:** architektura i wystrój wnętrza, estetyka, symbolika.



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

5

Sposoby wywierania wpływu społecznego (Hanna Hamer)



- **APEL INSPIRUJĄCY** - emocjonalna prośba wywołująca entuzjazm, odwołanie się do wartości lub ideałów.
- **APEL OSOBISTY** - odwołanie się do osobistych potrzeb lub przyjaźni.
- **INGRACJACJA** - manipulacja przez chwalenie lub wprowadzanie w dobry nastrój w inny sposób.
- **LEGITYMIZACJA** - powoływanie się na przepisy, regulaminy.
- **KOALICJA** - poszukiwanie sojuszników i powoływanie się na nich.
- **KONSULTACJA** - prośba o współdziałanie w planowaniu lub podejmowaniu decyzji.
- **PRESJA** - wymuszanie, grożenie, zastraszanie, szantaż.
- **PERSWAZJA RACJONALNA** - postępowanie się tylko argumentacją logiczną, faktami, dowodami.
- **WYMIANA** - obietnica wszelkich nagród i korzyści, jakie można uzyskać w zamian za współpracę i posłuszeństwo.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

6

Dziewięć praw perswazji (Kevin Hogan)



Prawo rewanżu (zasada wzajemności)

Gdy ktoś ofiarowuje Ci coś o dostrzegalnej wartości, natychmiast reagujesz pragnieniem, by mu się odwzajemnić.

1

2

Prawo kontrastu
Gdy dwie rzeczy różnią się od siebie, percepcja różnicy pogłębi się, jeśli ujrzymy te rzeczy bliżej siebie w czasie lub przestrzeni.

Prawo sympatii

Jeśli ktoś prosi Cię o zrobienie czegoś, a Ty uważasz, że to człowiek, który ma na względzie Twoje dobro - albo chciałbyś, żeby tak było - to prawdopodobnie spełnisz jego prośbę.

3

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

7

Dziewięć praw perswazji (Kevin Hogan)



Prawo potwierdzania oczekiwań

Jeśli ktoś, komu ufasz lub kogo szanujesz oczekuje, że wykonasz zadanie lub osiągniesz określone wyniki, będziesz dążyć do spełnienia jego oczekiwań, niezależnie od tego, czy to, czego oczekuje, jest dobre, czy złe.

4

5

Prawo pozytywnych skojarzeń („efekt aureoli”)

Zwykle jesteśmy zwolennikami rzeczy czy idei popieranym przez ludzi, których lubimy lub szanujemy.

Prawo konsekwencji (zachowania zgodności)

Jeśli ktoś deklaruje, pisemnie lub ustnie, że zajmuje określone stanowisko w jakiejś sprawie, będzie za wszelką cenę dążył do obrony tego stanowiska, niezależnie od tego, czy jest ono słuszne czy nie, a nawet w obliczu przytaczających dowodów jego niestosowności.

6

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

8

Dziewięć praw perswazji (Kevin Hogan)



Prawo limitu (reguła niedostępności)

Jeśli komuś się wydaje, że ilość rzeczy, które pragnie posiadać jest ograniczona, ceni je wyżej niż wtedy, gdy jest ich pod dostatkiem.

7

8

Prawo konformizmu (zasada dowodu społecznego)

Wielu ludzi zaaprobuje naszą propozycję, produkty lub usługi, które będą do przyjęcia dla większości innych ludzi lub większości rówieśników danej osoby.

Prawo władzy (autorytetu)

Ludzie zyskują władzę nad innymi wtedy, gdy są postrzegani jako Ci, którzy posiadają większy autorytet, siłę czy kompetencje.

9

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

9

Ćwiczenie 1. Taktyka wpływu na ludzi



- **Cel ćwiczenia:** Głębsze uświadomienie sobie stosowanych w praktyce sposobów nakłaniania ludzi, by realizowali nasze cele.
- **Instrukcja:** Zaznacz, jak często używasz danej taktyki, aby przekonać osoby do swoich racji. Jaki sposób lubisz najbardziej? Które taktyki są najczęściej przez Was stosowane? Zestawcie wspólne wyniki.

	nigdy	rzadko	czasem	często	bardzo często
APEL INSPIRUJĄCY					
APEL OSOBISTY					
INGRACJACJA					
LEGITYMIZACJA					
KOALICJA					
KONSULTACJA					
PRESJA					
PERSWAZJA RACJONALNA					
WYMIANA					

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

10

Ćwiczenie 2.

Źli i dobrzy przywódcy



- **Cel ćwiczenia:** Porównanie skutecznych i nieskutecznych przywódców. Doskonalenie umiejętności przywódczych.
- **Instrukcja:** Zastanówcie się, czy znacie osoby, o których możecie powiedzieć, że są skutecznymi lub nieskutecznymi przywódcami (szefami, dyrektorami, politykami). Niech każdy z Was indywidualnie napisze na kartce, co konkretnie robi ten znany Wam skuteczny i nieskuteczny przywódca. Wspólnie wypiszcie na kartce papieru w dwóch kolumnach cechy skutecznych i nieskutecznych przywódców. Macie na to 15 minut. Potem porównamy Wasze spostrzeżenia.



Ćwiczenie 3.



- Wymieńcie argumenty, w jaki sposób możecie przekonać nauczyciela, żeby przełożył zaplanowaną na dzisiaj klasówkę?



Literatura:



- Doliński D., *Techniki wpływu społecznego*, Warszawa 2005.
- Hamer H., *Rozwój umiejętności społecznych. Jak skutecznie dyskutować i współpracować*, Warszawa 1999.
- Hogan K., *Psychologia perswazji. Strategie i techniki wywierania wpływu na ludzi*, Warszawa 2001.
- Sobaczak-Matysiak J., *Psychologia kontaktu z klientem*, Poznań 1998.
- Witkowski T., *Psychomanipulacje*, Warszawa 2000.