

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Sztuka przekonywania

Istota przekonywania. Podstawy konstruktywnej komunikacji. Skuteczna argumentacja. Wywieranie wpływu na innych ludzi.

Bożena Uścińska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
20 grudnia 2021 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

1

Definicja pojęcia perswazja



PERSWAZJA – (łac. *persuasio* - przekonanie, *persuadere* - przekonać) - **metoda oddziaływania**, której celem jest pozyskanie **zainteresowania** i **aprobaty** dla naszych racji.

Polega na dążeniu do wywołania u **odbiorcy oczekiwanych** przez nas **zachowań**.

Jest to także przekonywanie i nakłanianie kogoś do **zmiany poglądów** i **postaw**.

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

2

Perswazja a manipulacja



Perswazja różni się od **manipulacji** tym, że przekonanie danej osoby do czegoś **nie zaszkodzi jej** w późniejszym czasie.

Nadawca bowiem ma **uczciwe i jawne intencje**, działa **w interesie odbiorcy** oraz pozostawia mu **możliwość** dokonania **wyboru**.

3

Cechy perswazji



Według Piotra Barskiego (*Retoryka i Manipulacja*, 2020) perswazja to takie działanie nadawcy, w którym „odwołuje się zarówno do **woli**, **rozumu**, jak i do **uczuć odbiorcy** przekazu”.

Taki **komunikat** ma określony **cel**, **kierunek** oddziaływania, oraz ustalony przez nadawcę **przekaz**.

4

Komunikat perswazyjny musi być:



1. **Zauważony** – dotrzeć do odbiorcy.
2. **Zrozumiany** – nieskomplikowany jeśli chodzi o formę.
3. **Zaakceptowany** przez odbiorcę.
4. **Skuteczny** – zmiana postawy odbiorcy powinna być długotrwała i zauważalna przez otoczenie.

5

Perswazja Sześć reguł Roberta B. Cialdiniego



1. Reguła **wzajemności**. Człowiek działa tak, że na czyjeś zachowanie odpowiada podobnym działaniem. Jeśli ktoś jest dla niego miły, to też stara się być miły dla tej osoby.

6

Perswazja

Sześć reguł Roberta B. Cialdiniego



2. Reguła **społecznego dowodu słuszności**. Zgodnie z tą regułą, należy się spodziewać, że jeśli jakaś grupa uzna coś za słuszne, to osoby, które ją obserwują, też uznają to za prawdę. Ludzie podejmują bowiem decyzje na podstawie obserwacji reakcji i zachowań otoczenia.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

7

Perswazja

Sześć reguł Roberta B. Cialdiniego



3. Reguła **lubienia i sympatii** mówi nam, że jeśli darzymy kogoś sympatią to jest większe prawdopodobieństwo, iż zgodzimy się na to co proponuje czy pójdziemy na jakieś ustępstwo.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

8

Perswazja

Sześć reguł Roberta B. Cialdiniego



4. Reguła **autorytetu** – zazwyczaj ufamy temu co mówi specjalista danej branży.
W tej metodzie perswazji posługujemy się więc zdaniem kogoś bardziej doświadczonego, odnoszącego większe sukcesy, z dłuższym stażem.

Perswazja

Sześć reguł Roberta B. Cialdiniego



5. Reguła **niedostępności** odwołuje się do potrzeby posiadania czegoś trudnego do zdobycia, niecodziennego i nieprzeciętnego, co sprawi, że wyróżnimy się na tle innych.
(Zaraz się skończy. Zostały 2 dni na decyzję. Tylko jeden uczeń dostanie).

Perswazja

Sześć reguł Roberta B. Cialdiniego



6. Reguła **zaangażowania i konsekwencji** wskazuje, że jeśli poświęcimy czas i zaangażujemy się w jakieś działanie, to prawdopodobnie będziemy je kontynuować. Chcemy bowiem być postrzegani jako stanowczy, rozsądni, słowni, uporządkowani, wytrwali, cierpliwi, pracowici itp.