

# İkna Edici İletişim

Kimin?

Neyi?

Kime?

Nasıl?

- İletişimci-kaynak (tutumu değiştirmeye çalışan)
- İletişim-mesaj (tutumu değiştirmek amaçlı içerik)
- Dinleyici-hedef (tutumu değiştirilmek istenen)

Kaynağın Özellikleri: İletişimin etki gücüne etki eder.

a.Kaynağın inanılrlığı

Mesajın konusu ve içeriği dinleyici için bireysel olarak anlamlı ve önemliyse kaynağın güvenilirliğinin önemi olmamaktadır (Kağıtçıbaşı, 1999).

## b.Hořa gitme beęenme

- Kişiler normal şartlarda kendi tutumlarının değiştirilmeye çalışıldığını fark ettiklerinde buna direnç gösterirken beğendikleri bir kişinin bu girişimini hoş karşılamakta ve tutumlarını değiştirme eğiliminde olmaktadırlar.

- Uyku etkisi: Kişiler bazı durumlarda kaynağı hatırlamasalar da mesajı hatırlayabilirler. Bir yerde duymuştum şeklinde ifade edilen durumlardır.
- Tutum değiştirme çalışmalarını için her zaman ünlü ya da uzman kişilere ihtiyacımız yoktur.

## İletişimin-Mesajın Özellikleri

**Görüş Farkı:** İkna edici bir iletişimde dinleyicilerin bugüne kadar bildikleri her şeyin yanlış olduğunu söylemek mi daha çok tutum değişimine yol açar yoksa onların bildiğinden az ya da orta derecede farklı düzeyde bir şeyler söylemek mi?

**Tek yönlü çift yönlü iletişim:** Bir konuda insanların tutumlarını değiştirmeye çalışırken sadece kendi fikirlerimizi mi söylemeliyiz yoksa bizim fikirlerimize karşıt olan fikirlerden de bahsetmeli miyiz?

Her iki fikirden de söz edilen iletişim çift yönlüdür. Sadece kendi görüş ve fikirlerimizi aktardığımız iletişim ise tek yönlüdür.

**Duygusal-akılcı iletişim:** Bir dinleyici kitlesine seslenirken duygusal bir tonda konuşmalar mı yapmalıyız yoksa akılcı ve mantıklı bir konuşma mı yapmalıyız hangisi daha etkilidir?

Örn:Engelli birey annesi ve mimar...



**İletişimin Sunum Sırası:**İlk konuşmacı olmak mı yoksa son konuşmak mı?

**Kitle üzerinde en çok hangisi etkili olur?**

## Dinleyicinin-Hedefin Özellikleri

-Öz-saygı→

-Yaş → eski tüfek öğretmenler

-Zeka ve eğitim düzeyi →

-Cinsiyet→

-Taahhüt→

