

## الإقناع

ما هو؟

الإقناع هو عملية التواصل من أجل تغيير أو تعزيز المواقف أو المعتقدات أو القيم أو السلوكيات تجاه موضوع ما. يحدث الإقناع في جو من حرية الإرادة/الخيار.

وهو يختلف عن الإرغام والتلاعب والضغط والتضليل. فالمهم هو أن تحصل عملية الإقناع ضمن جو يضمن حرية الاختيار للجمهور المستهدف. وفي سياق هذه المبادرة، يكون الجمهور المستهدف بشكل رئيسي الأهل الذين لديهم أطفال في سن المدرسة ولكنهم لا يذهبون إلى المدرسة أو يُخشى من تركهم للمدرسة.

لماذا يعد مهماً؟

يقال بأن الإقناع هو العنصر الذي يجعل التفاعلات الشخصية أكثر سلاسة. حيث إننا نستخدم الإقناع في حياتنا الشخصية، مع شريك حياتنا وأطفالنا وعائلتنا وأصدقائنا عندما لا تكون مواقفنا متطابقة تجاه موضوع ما أو عندما نرغب بتغيير سلوك محدد. من الناحية المهنية، وبالنسبة إلى العامل الميداني، يعد الإقناع جزءاً لا يتجزأ من التواصل الشخصي مع الجمهور المستهدف. وبالتالي، فإن إتقان مهارات الإقناع مع الأهل من شأنه تحسين فرص النجاح في المبادرة التي بين أيدينا.

موجز عن المحتوى

أ. نماذج التأثير

حدد البروفيسور تشارلز مارغريسون أربعة نماذج من المحادثات عندما يحاول شخصان التأثير على بعضهما البعض:

**1- نموذج الإقناع:** في هذه الحالة، ينجح أحد الأطراف بإقناع الأشخاص الآخرين بتبني أو الموافقة على موقفه. وهي

النتيجة المرجوة للزيارة المنزلية ضمن سياق هذه المبادرة حيث يقوم العامل الميداني بإقناع الأهل بتغيير سلوكهم وإرسال/إبقاء أولادهم في المدرسة.

**2- نموذج التفاوض:** إذا لم تستطع إقناع الطرف الآخر بقبول موقفك بشكل كامل، عندها تبدأ بالتفاوض. فأتثناء إجراء عملية

تفاوض اعتيادية، تقدم أنت بعض التنازلات، ويقدم الطرف الآخر بعض تنازلات. وتكون نتيجة التفاوض عبارة عن تسوية.

**3- نموذج التعصب:** يحدث هذا النموذج عندما يتشبث الطرفان بموقفيهما ويرفضان زعزعة بغض النظر عما يقوله

الطرف الآخر. إن نموذج التعصب شائع على نحو بارز. فقط شاهد شخصين يؤيدان حزبين سياسيين مختلفين وهما

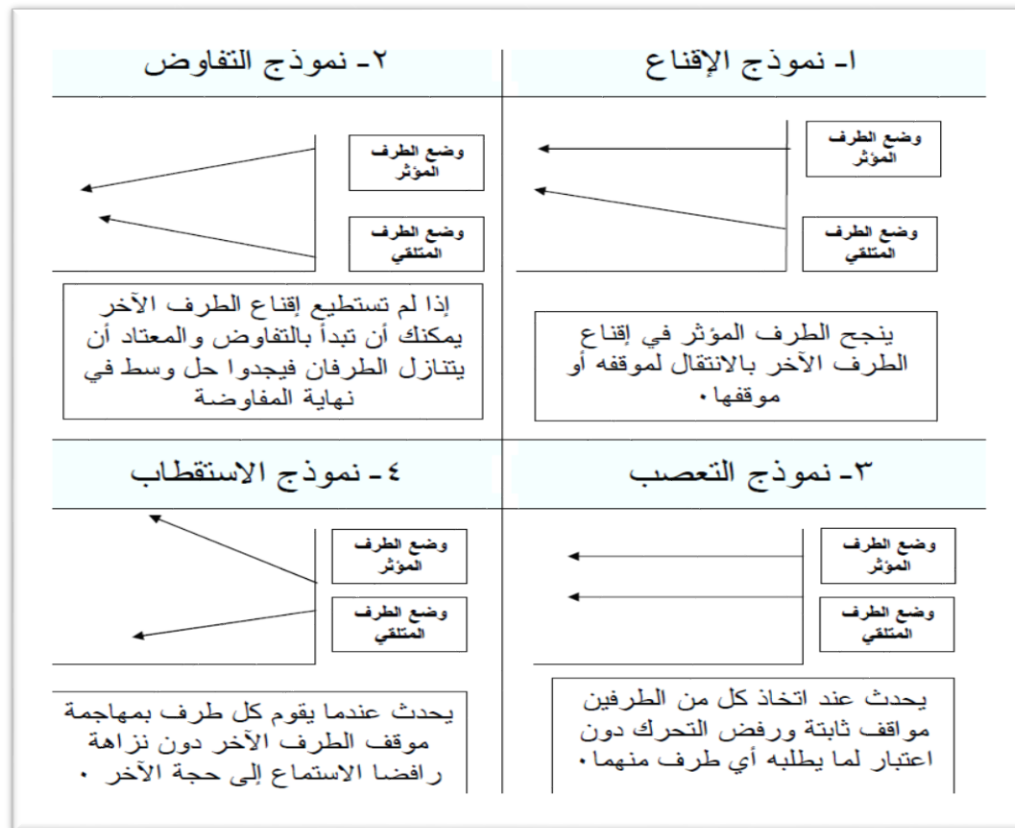
يتجادلان حول مواقفهما. حيث ستجد كل طرف يهاجم الطرف الآخر محاولاً إقناعه بتغيير موقفه، ولكن كلا الطرفين لا يغيران من مواقفهما، بل عادة ما يتشبثون بمواقفهم أكثر مما قبل.

#### 4- نموذج الاستقطاب: يحدث الاستقطاب عندما تزداد الفجوة كلما تكلمت أكثر (الشكل رقم 1.4). يجري الاستقطاب عندما

يهاجم كل من الطرفين موقف الطرف الآخر دون نزاهة، رافضين الاستماع إلى حجج الطرف الآخر. ويحدث الاستقطاب مع سعي كل طرف إلى إثبات تفوقه.

يوضح الشكل أدناه الفرق بين نماذج التأثير الأربعة. وسنركز في هذا القسم من دليل الإرشادات على الخطوات والمهارات المطلوبة للوصول إلى الإقناع.

الشكل رقم 4: نماذج التأثير الأربعة

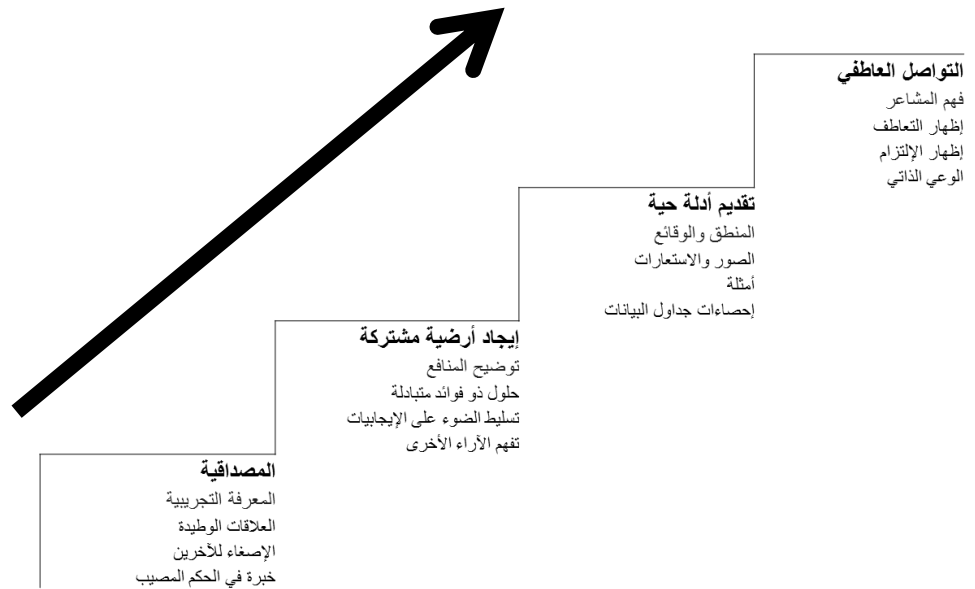


الآن، وبعد أن تكلمنا عن الإقناع كموضوع الدراسة في هذا القسم وقمنا بالتمييز بينه وبين النماذج الأخرى من التأثير التي عادة ما تحصل أثناء التواصل الشخصي، من المهم أن نتحدث عن المراحل المختلفة التي تؤدي إلى الإقناع.

#### ب. مراحل الإقناع

يوضح الشكل أدناه مراحل الإقناع الأربع والتي سيتم التطرق إليها بالتفصيل في هذا القسم.

الشكل رقم 5: مراحل الإقناع الأربعة



## 1. تأسيس المصادقية

تعرف المصادقية بأنها "موقف المتلقي تجاه مصدر التواصل في وقت محدد" (McCroskey, 1997, p. 87). فهي تصور أحد أفراد الجمهور لصفات المتصل. ومع أننا عادة ما نعتقد بأن المصادقية هي شيء يملكه المتصل، إلا أن الأمر أشد تعقيداً من ذلك.

تستند المصادقية إلى دعامتين: الثقة والخبرة. ويمكننا تجسيد المصادقية بالمعادلة التالية:  $\text{الثقة} + \text{الخبرة} = \text{المصادقية}$ .

### 1.1. الثقة

تشير الثقة إلى صورة المتصل من ناحية الصدق والشخصية والأمان. عندما يفقد المُقنع إلى النزاهة، فإننا لا نغير أي انتباه لما يقوله. ففي كل مرة نستمع فيها إلى مُقنع محترف – محامي أو مندوب مبيعات أو دبلوماسي أو عامل ميداني – فإن من بين أولى الأسئلة التي نسألها: هل أستطيع أن أثق بهذا الشخص؟ هل أصدقه؟ هل هو بالفعل صادق؟ من المهم جداً بالنسبة إلى العامل الميداني أن يستشف إن كانت هذه الثقة قد تم تأسيسها أم لا، وذلك لأن الثقة ليست بالضرورة صفة ملازمة للمُقنع، بل إنها سمة ديناميكية تعكس تصور الأهل للعامل الميداني. وبالتالي ينبغي على العامل الميداني أن يصغي بعناية إلى أفكار الأهل ومشاعرهم

التي يعبرون عنها بطريقة لفظية وغير لفظية، وأن يكون قادراً على معرفة إن كانت علاقة الثقة هذه قد تم تأسيسها بالفعل وأن يستمر في توفير جو يتم فيه تقدير آراء الأهل واحترام وفهم مشاعرهم. ويعد الاستماع اليقظ والتعاطف، والالذان تم التطرق إليهما بالتفصيل في قسم التواصل الشخصي، مهارتين هامتين من شأنهما المساعدة في تأسيس الثقة.

من الأهمية بمكان بالنسبة إلى العامل الميداني أن يقدر أهمية علاقة الثقة هذه التي تم تأسيسها مع الأهل وأن يستمر في العمل على بنائها وتعزيزها من خلال عملية التواصل وغيرها. تحسن هذه الدعامة المصداقية وتعتبر اللبنة الأولى في تحقيق الإقناع.

كيف يمكن تأسيس/تعزيز الثقة مع شخص آخر؟

- القول يطابق الفعل، فالمبالغة بالوعد أو عدم الإيفاء بها بشكل كامل يشكلان تكتيكاً خطراً وضاراً. على سبيل المثال، في حال لم يكن العامل الميداني متأكداً تماماً من إمكانية توفير وسيلة نقل لإحدى العائلات كي ترسل أولادها إلى المدرسة فمن المهم ألا يعددهم بذلك؛ بل عليه أن يوضح أن مثل هذه الأمور يمكن تدبره (إذا أمكن)، وأنه سيعود ويؤكد الأمر بعد فترة (x) من الزمن. هذا بالطبع في حال كان سيتابع الأمر فعلاً ومن ثم يعود ليؤكد للعائلة. من الأفضل دوماً أن نكون صادقين تماماً بل أن نكون محافظين على الوعود التي نطلقها. ومن الأفضل أن نحظى بتقدير الآخرين عندما نحقق توقعاتهم أو حتى نزيد عليها من أن نبالغ في الوعود ونخاطر بفقدان مصداقيتنا.

- الصدق/الاعتراف بالأخطاء

على سبيل المثال، لا تتناول مبادرة العودة والبقاء في المدرسة (مثلها مثل المبادرات الأخرى) كافة الحواجز الموجودة ولا تقدم حلولاً لكافة المشاكل، كما أن تطبيقها في الميدان ليس محصناً ضد سوء التفسير أو التلاعب. ويعكس اعتراف العامل الميداني بهذه الأمور، بالإضافة إلى نقاط الضعف الأخرى، أمام الأهل من مدى صدقه ويزيد من مستوى الثقة.

- اهتمام الفرد بالآخرين عوضاً عن اهتمامه بنفسه

يجب أن يضع العامل الميداني مصلحة الأهل دوماً في صلب عملية التدخل. ويتم إظهار ذلك عن طريق الرسائل اللفظية وغير اللفظية التي يقدمها وعن طريق احترام بأن لكل حالة خصوصيتها. فمهمة العامل الميداني تيسير عملية الإقناع وليس فرضها.

- عدم التهديد والتسلط والخنوع

يعود هذا بنا إلى تعريف الإقناع والشرط بأن تحدث العملية ضمن جو من حرية الاختيار. وبالتالي، فإن سلوك العامل الميداني يجب أن يكون مستنداً إلى مبدأ المساواة عند تقديم المعلومات ونقل الرسائل. ويبدأ هذا السلوك من اللحظة الأولى في الزيارة بدءاً من مكان جلوسه مقابل الأهل، إلى نبرة صوته، والكلمات التي يختارها، والتخلي عن أي تحيز أو أحكام.

## 1.2. الخبرة

حالما يتم تأسيس الثقة، يصبح من الأسهل بناء الدعامة الثانية للمصادقية ألا وهي الخبرة. وتعرّف بأنها المعرفة أو القدرة المسندة إلى المتصل، والاعتقاد بأن المتصل لديه مهارات أو قدرات خاصة. مجدداً، تعكس هذه السمة تصور الأهل عما إذا كان العامل الميداني يمتلك الخبرة اللازمة لإقناعهم في موضوع معين. وهي ليست إحدى سمات العامل الميداني، بل تصور في ذهن الأهل. وبالنسبة إلى هذه الدعامة، فمن المهم بالنسبة إلى المُقنع أن يعمل على بناء القاعدة المعرفية الخاصة به قبل التعامل مع الجمهور المستهدف لكي يكون التصور الذي يتم رسمه عن معرفته/خبرته مستنداً إلى الوقائع.

كيف يمكن تأسيس/تعزيز التصور الذي يتم رسمه عن الخبرة/المعرفة في ذهن شخص آخر؟

- الإلمام بالموضوع ودراسته من كافة الجوانب

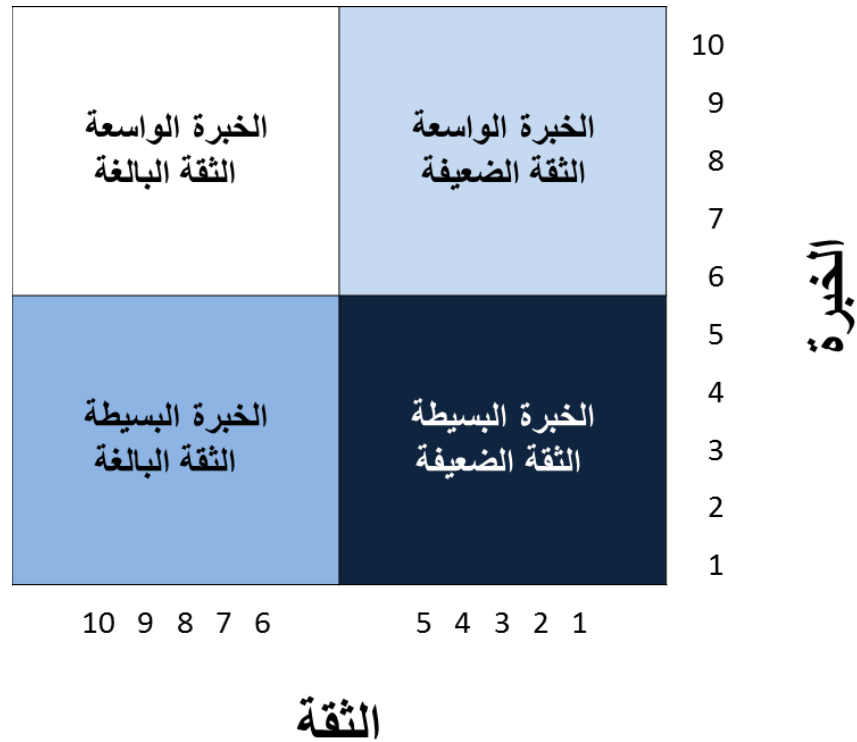
من الأهمية بمكان بالنسبة لأي شخص يعمل في مبادرة العودة والبقاء في المدرسة أن يعلم كافة المعلومات الضرورية قبل الدخول إلى الميدان، وأن يكون معرفة عامة عن المبادرة، وأن يطلع على التبعات الخاصة المرتبطة بإحدى العائلات المستهدفة (مثل المدارس الرسمية في المنطقة، وتكلفة وسيلة النقل والترتيبات الخاصة بها، ومسارات التعليم وتوافر برامج معينة، الخ...). هذا الأمر هام للغاية كي يستطيع العامل الميداني التعامل مع قضايا/أسئلة محددة بطريقة ممنهجة أثناء عملية التدخل.

- أن يكون المرء جلياً في تفكيره ومنطقياً في معتقده
- يقدم الحجج والدلائل كرد على الاعتراضات التي يواجهها
- يتجنب الآراء الحمقاء أو المبالغ فيها
- شخصيته قوية ولا يمكن خداعه بسهولة
- يمتلك تدريباً/خبرة خاصاً

عند النظر في مسألة المصادقية، من المهم معرفة الموقع الذي يحتله المُقنع (حسب اعتقاده) في ما يسمى بمصفوفة المصادقية بالنسبة إلى الشخص الذي يحاول إقناعه.

على العامل الميداني اختيار علاقة مع شخص مستهدف محدد سيقوم بمحاولة إقناعه (الأهل في حالتنا هذه)، ومن ثم يقوم بقياس هذه العلاقة فيما يخص الثقة والخبرة مستخدماً الأرقام من 1 إلى 10، بحيث يكون الرقم 1 منخفض جداً والرقم 10 مرتفع جداً. ستعكس النتيجة تصور الشخص المستهدف (الأهل) الذي رسمه عن العامل الميداني. وقد تقع النتيجة ضمن أحد الأرباع المبينة في مصفوفة المصادقية أدناه.

الشكل رقم 5: مصفوفة المصادقية



إن هدف المُقنع (العامل الميداني) هو تحسين نتيجته للوصول إلى الربع الأيسر العلوي، أي الخبرة الواسعة والثقة البالغة، من أجل الحصول على أعلى مصداقية مع هذا الشخص المستهدف (الأهل) وبالتالي زيادة فرصه في النجاح في عملية الإقناع.

### 1.3. مستويات المصادقية الثلاثة

يجب بناء المصادقية على ثلاثة مستويات. في المستوى الأول، ينبغي بناء المصادقية الشخصية. ويتضمن ذلك كافة الجوانب التي تمت مناقشتها في الأقسام السابقة.

أما في المستوى الثاني فيجب التأسيس لمصادقية الأفكار. فإذا كانت مقترحاتك مثيرة للجدل، ستحتاج إلى أدلة صحيحة تدعمها أبحاث مستقلة وأطراف مستقلة.

وفي المستوى الثالث، يجب التأسيس لمصادقية المنظمة التي تمثلها.

كل مستوى من هذه المستويات يمكن أن يؤثر على البقية، إما إيجاباً أو سلباً. على سبيل المثال، إذا كانت تجربة الأهل مع منظمتك سلبية (بغض النظر عن السبب، حتى وإن كانت غير مرتبطة معك شخصياً بل بناء على لقاءات سابقة مثلاً) فإنه من الأهمية بمكان بناء مصداقيتك الشخصية ومصادقية أفكارك كي تستطيع تحييد الأثر السلبي لمصادقية منظمتك. ومن ناحية أخرى، إذا كنت تعمل مع منظمة تتمتع بمصادقية عالية في نظر الأهل، فإن سلوكك وأفكارك يمكن أن تستفيد من هذا الأمر وتقوم بتعزيز كافة مستويات المصادقية أو العكس.

ولهذا السبب، ينبغي على العامل الميداني تقدير أهمية الخصائص الهشة والديناميكية للمصادقية وأن يكون متناغماً ومصمماً في الجهود التي يبذلها للحفاظ عليها وعلى دعائمها في مستوياتها الثلاثة.

### 1.4. نقاط حول بناء المصادقية وتعزيزها

- قم بإقناع خبير أو مرشد خارجي بأن يعلن تأييده لإفكارك. على سبيل المثال، الشخصيات الدينية التي يحترمها المجتمع المستهدف وكبار السن وممثلو وزارة التربية والتعليم العالي يمكنهم إعلان تأييدهم لنقاط محددة ترتبط بالمدارس الرسمية الخ...
- يجب أن يكون الأهل قادرين على الاعتماد عليك. نفذ ما وعدت به وأعلن عن إنجازاتك.
- كن متقبلاً. فمن الأسهل لنا منح الثقة لشخص يتقبل احتياجاتنا ومخاوفنا.
- لا تزاود ولا تبالغ. فالمبالغة تُضعف من مكانتك.
- استخدم الصراحة. فلا بأس من الاعتراف بالجوانب السلبية لمقترحاتك. اعترف بفشلك وبضعفك. وحيثما يكون ذلك ملائماً، قم بالإشارة إلى مساوئ منتجك أو خدماتك. فهذا يضيف المصادقية على ما تبقى من الأمور التي تقولها.
- استعن بمجموعة أخرى من الأشخاص لتأييد موقفك عندما يكون هناك تصور بأنك أنت أو منظمتك متحيزان في القضايا الأساسية.
- قم ببناء سمعتك على الانفتاح والصدق. فالناس لا يصدقون الأشخاص غير الصادقين حتى وإن كانوا يقولون الحقيقة.

The content of this material was developed by the Center for Public Health Practice, Faculty of Health Sciences, American University of Beirut. 2017©

تم تطوير وإعداد محتوى المادة التدريبية من قبل مركز التواصل والعمل المجتمعي في كلية العلوم الصحية في الجامعة الأميركية في بيروت. ©2017

- لا تفترض مسبقاً بأن الأشخاص يتقنون بك. استغل كافة الفرص لتثبت بأنك تلتزم بما تقوله.
- إذا كنت حديث العهد في هذا الميدان، قم ببناء خبرتك عن طريق مرافقة العمال الميدانيين الأقدم منك؛ وقم ببناء الثقة عن طريق قيام شخص موثوق (في نظر الشخص المستهدف) بتعريفهم بك.

## 2. إيجاد أرضية مشتركة

وهي عملية تحديد الفوائد المشتركة والنظر إلى القضية من نفس المنظار. ويتطلب ذلك في بادئ الأمر إجراء محادثات مفصلة من أجل جمع المعلومات الضرورية من خلال طرح أسئلة مدروسة. ويجب على العامل الميداني ومن خلال الاستماع اليقظ وطرح الأسئلة المفتوحة أن يفهم مواقف ومعتقدات ومحفزات الأهل بالإضافة إلى الحواجز النفسية والفيزيائية التي يواجهونها فيما يخص القضية المطروحة، وهي في حالتنا هذه، إرسال أطفالهم إلى المدرسة وإبقاؤهم فيها. بمعنى آخر، يستطيع العامل الميداني حينها أن ينظر إلى الوضع من منظار أو "إطار" الأهل. (الإطار أو إطار المرجع هو عبارة عن مخطط معقد من المعتقدات أو القيم وما إلى ذلك التي لا جدال فيها والتي نستخدمها لاستدلال المعنى). حالما يصبح هذا الإطار واضحاً، يجب على المُقنع (العامل الميداني) مساعدة الشخص المستهدف (الأهل) بإعادة صياغة -إعادة تأطير- الحالة (بحيث يبقون واقعيين مع الحواجز والمحفزات) بطريقة أكثر إيجابية وبحيث تسمح لكلا الطرفين بالوصول إلى أرضية مشتركة. لا تعني إعادة الصياغة تغيير الحالة، بل هي النظر إليها من زاوية أكثر إيجابية وعملية.

ولكي يكون المُقنع (العامل الميداني) قادراً على إعادة الصياغة، ينبغي عليه وضع ما يتم قوله وفعله جانباً والتفكير بالإطار أو 'العنسة' التي يتم تشكيل الواقع من خلالها. كما ينبغي عليه فهم الأمور التي لم يُصرّح عنها بما في ذلك المعتقدات والمخططات. ثم يجب عليه التفكير بعنسات بديلة، أي أن يقول فعلياً 'دعنا ننظر إلى الأمر بطريقة مختلفة'، وأن يتحدى المعتقدات أو الجوانب الأخرى الموجودة في الإطار ومن ثم يقف في إطار آخر ويصف ما يراه. وينبغي عليه تغيير صفات الإطار ليبدل المعنى.

إذاً يمكن إعادة صياغة/تأطير:

- المشكلة على أنها فرصة
- الضعف على أنه قوة
- أمر مستحيل على أنه احتمال بعيد
- احتمال بعيد على أنه احتمال قريب
- الاضطهاد (ضدي أنا) على أنه حيادي (لا يهتم بي)
- القسوة على أنها عدم فهم

على سبيل المثال، إذا قال الأهل "لن أرسل ابنتي إلى المدرسة. أخشى أن تكون ضحية اعتداء"

يكون إطار الأهل "المدرسة مكان عنيف. أخشى على طفلي من الاعتداء"



إن هدف العامل الميداني هو إعادة صياغة هذه المقاربة السلبية والإشكالية ووضعها في إطار إيجابي يقدم القضية بشكل جديد يمكن أن يشكل فرصة لأرضية مشتركة.

يمكن للعامل الميداني أن يقول "أتفهم قلقك على سلامة طفلك؛ فليس من السهل أن يعيش المرء في ظل هذا الخوف".

عن طريق هذه العبارة، يقر العامل الميداني بمشاعر الأهل ويتعاطف معها. وهذه الخطوة، أي الإقرار بالمشاعر، هامة جداً. والمعنى الذي ينقله الأهل هو أيضاً خطوة هامة قبل إعادة الصياغة.

يمكن أن يتابع العامل الميداني ويقول "إن سلامتها هو حقها، وضمان ذلك هو مسؤولية جميع المشاركين".

وبهذا، يكون العامل الميداني يعيد صياغة "الخوف من الاعتداء" على أنه "حاجة لضمان السلامة"، ويعتبر ذلك إطاراً إيجابياً جديداً يمكن أن يشكل أرضية مشتركة لاستمرار النقاش وتناول المشكلة.

"يجب أن تشكل مدرستها بيئة آمنة. ولهذا السبب توجد سياسات وإجراءات تمنع مثل هذه الاعتداءات. ويمكن التبليغ عن مثل هذه الأمور بعدة سبل فور حصولها لكي تتم محاسبة الأشخاص المسؤولين".

هنا، يكون العامل الميداني قد انتقل من قضية "الخوف من الاعتداء" إلى "سبل ضمان السلامة"، وما يمكن للأهل والمدرسة فعله، وكذلك المنظمات غير الحكومية، في هذا الخصوص.

يجب على العامل الميداني تجنب الرغبة في تقديم الحلول مباشرة عندما تواجهه عقبة أو اعتراض من طرف الأهل. فمن الأهمية بمكان بالنسبة إلى العامل الميداني 1- الإقرار بوجهة نظر الأهل والتعاطف معها 2- إعادة صياغتها بأسلوب يقدم أرضية مشتركة ويمهد الطريق إلى الحل لاحقاً.

### 3. تقديم أدلة حيّة

يتطلب الإقناع تقديم الأدلة – بيانات قوية بأشكال متعددة (قصص ومخططات وصور واستعارات وأمثلة). ينبغي على المقنع أن يبعث الحياة في الحالة عن طريق استخدام لغة حية تتمم الصور.

بالنسبة إلى مبادرة العودة والبقاء في المدرسة، تم إعطاء العمال الميدانيين قائمة تحتوي على أكثر من 30 "رسالة" يمكن استخدامها في هذه المرحلة لتتناول بعض المخاوف المحددة وتقديم الأدلة/المعلومات اللازمة للأهل. يرجى مشاهدة الملحق

بشكل عام، فإن الحجة القوية:

- تكون منطقية وتتفق مع الحقائق والخبرة. على سبيل المثال، عندما يعالج العامل الميداني قضية العنف في المدرسة يمكنه

أن يقول بأنه هناك (x) حالة تم الإبلاغ عنها وقد اتخذت إجراءات عقابية بحق المدرسين/المدرء الخ... (مع ذكر

الحالات التي تم الإبلاغ عنها وتوثيقها)

- تتناول مصالح الجمهور بشكل تفضيلي- لهذا السبب يكون من المهم فهم وجهة نظر وإطار الأهل قبل إعادة الصياغة وتقديم الحل أو الأدلة المطلوبة. فارتباط ما يتم قوله بالموضوع أمر هام للغاية.
- يتم تعزيزها من خلال الصور والاستعارة، أي القصص التي تمس واقع الشخص المستهدف.
- تلقى التأييد من أطراف ثالثة موضوعية يعتبرها الجمهور المستهدف جديرة بالمصداقية (ويفضل أن يكونوا من مجتمع الجمهور المستهدف ذاته).

#### 4. التواصل العاطفي

يعي المقنع الجيد مكانة العواطف وأهميتها ويتجاوب معها. فهو يدرك كيفية الحفاظ على التوازن بين الاحترافية وعواطفه الخاصة تجاه الحالة التي يناصرها. حيث يُظهر تواصله مع الجمهور التزاماً فكرياً وعاطفياً بحالتهم.

بعض المقاربات المثبتة لتعزيز التواصل العاطفي:

- تفهم عواطف الجمهور
- إظهار التعاطف مع الجمهور
- إظهار الالتزام الشخصي

#### ما هي نقاط التعلم الرئيسية؟

- إن ما يميز الإقناع عن الأشكال الأخرى من التأثير هو ضمان جوّ من التبادل الإيجابي يحترم إرادة وحرية الاختيار للأهل.
- الإقناع هو عملية، تبدأ ببناء المصداقية، أي بناء علاقة تستند إلى الثقة والخبرة في الموضوع.
- إن فهم "إطار" أو وجهة نظر الشخص الآخر بالنسبة إلى القضية بالإضافة إلى المعتقدات والمواقف والحواجز الرئيسية يعد شرطاً أساسياً لإيجاد أرضية مشتركة.
- تُستخدم تقنية إعادة الصياغة لنقل النقاش من وجهة نظر سلبية إلى مقارنة إيجابية تستند إلى العمل.
- يساعد تقديم الأدلة في عملية الإقناع فقط عندما تكون هذه الأدلة ذات صلة وتتناول مخاوف الشخص. ويمكن جعل هذه الأدلة أقوى من خلال الحقائق والأدلة الحية وذلك عن طريق استخدام القصص والاستعارة.
- يعد إظهار التعاطف والالتزام الشخصي جزءاً من عملية الإقناع.