

1-التخويف: يعتبر اصحاب هذا المبدأ ان التخويف يحث ويسرّع وينشّط الدوافع الى اجتناب النتائج السلبية للسلوك المطلوب ثم احلال الوسائل والشروط الضرورية مكانها والتي تجعل تغيير السلوك ممكنا (jamis et Kelly 1953) لذلك كان الاعتقاد انه كلما ربطنا التخويف بشكل اكيد بالسلوك المطعون به كلما كان لحملة التأثير فعالية اكبر. من هنا فكلما كان الاتجاه مركزيا بالنسبة للهوية الفردية وكلما حاولت الرسالة الاعلانية النهجم على هذه الهوية كلما كانت نلية الدفاع اكبر ويفشل الاقناع. ثم عرض على طلاب يافعين رسالة إقناعية تدين النتائج السلبية لتعاطي الكحول على المجتمع.