İkna Edici Konuşma Becerisini Geliştirmeye Yönelik Etkinlik Önerileri

Activity Recommendations for Improving Persuasive Speaking Skills

Mehmet Kurudayıoğlu* - Fatih Sevindik**

Abstract: Individual; socializes through language, and understands and makes sense of the world through language. Therefore, language teaching is mainly aimed at gaining the understanding and expression skills of the individual. Narration skills and speaking skills are among the most frequently used skills of the individual during the day. Talk; it is the transmission of emotions, thoughts and information through the language of sounds. Individual; In order to regulate community relations and to meet the need for communication in the community, they often need to use speaking skills. The main purpose of communication is to exist, to convey thoughts and to create an effect. The effectiveness of communication is related to the persuasion of messages. Persuasion is considered as a form of communication realized in accordance with the desired aims and is present in every area of our lives, like speech, and is used at any time. As a result of the developments in communication technologies and the changing world order, today's education concept; aims to educate individuals with strong communication skills, problem solving and high persuasion skills. Therefore, providing students with persuasive speech education will prepare them for the future in a more confident manner and will prepare the ground for them to become more successful individuals in social life. In this study, the relationship between speech, communication and persuasion has been discussed, the necessity of persuasive speech education has been explained in various aspects and the activity suggestions for improving persuasive speaking skills have been included.

Structured Abstract: Tongue; it is the most important tool that enables people to convey their feelings, thoughts and desires. Individual; socializes through language, and understands and makes sense of the world through language. Therefore, language teaching is mainly aimed at gaining the understanding and expression skills of the individual. Listening and reading skills should be developed in order to improve the comprehension ability of the individual and speaking and writing skills should be developed in order to improve the ability of expression. Narration skills and speaking skills are among the most frequently used skills of the individual

* Bu makale, XI. Uluslararası Dünya Dili Türkçe Sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

** Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Türkçe Eğitimi.

Assoc.Prof., Hacettepe University

ORCID 0000-0002-0447-5236

mkurudayi@hotmail.com

** Yüksek Lisans Öğrencisi. Hacettepe Üniversitesi, Türkçe Eğitimi

Graduate Student, Hacettepe University

ORCID 0000-0002-4335-9553

fatihsevindik@hacettepe.edu.tr

Cite as/ Atıf: Kurudayıoğlu, M. & Sevindik, F. (2020). İkna edici konuşma becerisini geliştirmeye yönelik etkinlik önerileri, *Turkish Studies - Education*, 15(1), 289-301. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.40137>

Received/Geliş: 12 December/Aralık 2019

Checked by plagiarism software

Accepted/Kabul: 25 February/Şubat 2020

Published/Yayın: 29 February/Şubat 2020

Copyright © INTAC LTD, Turkey

CC BY-NC 4.0

during the day. Talk; Emotion is the transfer of emotions, thoughts and information through the language consisting of sounds. Individual; In order to regulate community relations and to meet the need for communication in the community, they often need to use speaking skills. The main purpose of communication is to exist, to convey thoughts and to create an effect. The effectiveness of communication is related to the persuasion of messages. Persuasion is considered as a form of communication realized in accordance with the desired aims and is present in every area of our lives, like speech, and is used at any time. Although the concept of persuasion does not attract enough attention in our daily lives, it should be known that the process of persuasion started from the moment two people started to communicate. Today, the first medium of many persuasion efforts is the mass media used by every human being. Therefore, regardless of the adult or child, every individual is subject to intense persuasion at home and outside. Therefore, persuasive and convincing speeches appear in every aspect of our lives. As a result of the developments in communication technologies and the changing world order, the understanding of education of our age; aims to educate individuals with strong communication skills, problem solving and high persuasion skills. Therefore, providing students with persuasive speech education will prepare them for the future in a more confident manner and will prepare the ground for them to become more successful individuals in social life. Especially Turkish educators have a great responsibility in developing persuasive speaking skills which are very important for individuals to live in society. When the relevant literature is examined, it is seen that there are insufficient studies that can guide educators to develop convincing speaking skills. For this reason, it was aimed to include activity suggestions and examples of activities that Turkish educators could apply in the classroom.

☛ Conceptual / theoretical framework related to the study topic: In this study, the relationship between speech, communication and persuasion was discussed, the necessity of persuasive speech education was explained in various aspects and activity suggestions for improving persuasive speech skills were included. Based on these suggestions, examples of activities that trainers could implement in the classroom were shared. The study aims to contribute to the development of persuasive speech education.

☛ Method: In the study, the related literature was searched and the subject was examined in detail.

As a result, the communication that provides communication between the individual and the society affects the social life significantly and is seen as one of the factors determining the success of the individual in his / her life. Students who develop these skills through persuasive speech training will be individuals who can achieve this success, have high communication skills and solve problems. The Turkish language curriculum supports this view. In the program; It is stated that the rapid changes experienced in today's science and technology, the changing needs of the individual and society, the innovations and developments in the theories and approaches of learning and teaching directly affect the roles expected of individuals. This change produces information and can use this information in life functionally, problem solving, critical thinking, entrepreneur, determined, having communication skills, empathy, contributing to society and culture and so on. qualifications of an individual. Therefore, providing students with persuasive speech education will prepare them for the future in a more confident manner and will prepare the ground for them to become more successful individuals in social life. This study will be a guide for educating these educators by providing convenience to educators. Eliminating the lack of such studies in the relevant literature and increasing the practices in schools will increase the quality of education.

Keywords: Speech training, Communication, Persuasive speech, Activity, Example.

Öz: Birey; dil aracılığıyla sosyalleşmekte, bulunduğu dünyayı dil aracılığıyla anlamakta ve anlamlandırmaktadır. Bu yüzden dil öğretimi temelde bireye anlama ve anlatma becerilerini kazandırmak amacıyla yapılmaktadır. Anlatma becerilerinden konuşma becerisi ise bireyin gün içerisinde en sık kullandığı becerilerdendir. Konuşma; duyguların, düşüncelerin ve bilgilerin, seslerden oluşan dil aracılığıyla aktarılmasıdır. Birey; toplum ilişkilerini düzenlemek ve toplumdaki iletişim ihtiyacını karşılamak için sık sık konuşma becerisini kullanmak durumundadır. İletişimin temel amacı ise varlık göstermek, düşünceleri aktarmak ve bir etki uyandırmaktır. İletişimin etkili olması ise mesajların ikna edici olmasıyla ilişkilidir. İkna, istenilen amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen iletişim biçimi olarak ele alınmakta ve tıpkı konuşma gibi hayatımızın her alanında var olmakta, her an kullanılmaktadır. Günlük yaşamımızda ikna kavramı yeterince dikkat çekmese de iki insanın iletişime başladığı andan itibaren ikna sürecinin başladığı bilinmelidir. Günümüzde birçok ikna çabasının ilk vasıtası her insanın yoğun bir şekilde kullandığı kitle iletişim araçları

olmaktadır. Bu nedenle yetişkin ya da çocuk fark etmeksizin her birey gün içinde evinde ve dışarıda yoğun bir ikna çabasına maruz kalmaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve değişen dünya düzeni neticesinde de günümüz eğitim anlayışı; iletişim becerileri güçlü, problem çözebilen ve ikna kabiliyeti yüksek bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla öğrencilere ikna edici konuşma eğitimi verilmesi onların daha özgüvenli bir şekilde geleceğe hazırlanmasını sağlayacak ve onların toplumsal hayatta daha başarılı bireyler olabilmesine zemin hazırlayacaktır. Bu çalışma ile konuşma, iletişim ve ikna ilişkisi ele alınmış, ikna edici konuşma eğitiminin gerekliliği çeşitli yönleriyle açıklanmış ve ikna edici konuşma becerisini geliştirmeye yönelik etkinlik önerilerine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Konuşma eğitimi, İletişim, İkna edici konuşma, Etkinlik, Örnek.

Giriş

Dil; insanların duygularını, düşüncelerini ve isteklerini aktarmasını sağlayan en önemli araçtır. Birey; dil aracılığıyla sosyalleşmekte, bulunduğu dünyayı dil aracılığıyla anlamakta ve anlamlandırmaktadır. Bu yüzden dil öğretimi temelde bireye anlama ve anlatma becerilerini kazandırmak amacıyla yapılmaktadır.

Bireyin anlama yetisini geliştirmek için dinleme ve okuma becerilerinin, anlatma yetisini geliştirmek için ise konuşma ve yazma becerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Anlama becerileri gelişmiş bir birey kendisine aktarılanları daha iyi anlayıp kavrayacak anlatma becerileri gelişmiş olan bir birey de aynı şekilde kendisini daha etkili bir şekilde ifade edebilecektir (Ayrancı,2016). İnsanların gün boyu ortalama on iki saat iletişim kurduğu, bunun beş saatinin dinlemeye, dört saatinin ise konuşmaya ayrıldığı ifade edilmektedir. (Güneş, 2014: 2). Bu da göstermektedir ki günlük hayatımızda insanlar arasındaki iletişimde çoğunlukla konuşma becerisinden yararlanılmakta dolayısıyla da konuşma, toplumsal yaşamın en önemli unsurlarından biri olmaktadır.

Konuşma; duygu, düşünce ve bilgilerin, seslerden oluşan dil aracılığıyla aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Demirel, 1999). Konuşmak eylemi ise Türkçe Sözlükte (TDK, 2019) birçok farklı şekilde tanımlanmıştır:

1. Bir dilin kelimeleriyle düşüncesini sözlü olarak anlatmak.
2. Belli bir konudan söz etmek.
3. Bir konuda karşılıklı söz etmek, sohbet etmek.
4. Söylev vermek, konuşma yapmak.
5. Düşüncesini herhangi bir araç kullanarak anlatmak.

Yapılan tanımlar da göstermektedir ki konuşmak insanın en ayırt edici özelliklerinden biridir ve insanın sosyalleşmesi için bir gerekliliktir. Birey; toplum ilişkilerini düzenlemek ve toplumdaki iletişim ihtiyacını karşılamak için sık sık konuşma becerisini kullanmak durumundadır. Alan yazında karşılaşılan başka bir tanıma göre “Konuşma, insanın doğuştan sahip olduğu, zaman içinde öğrenip yaşamak suretiyle edindiği düşünce ve görüşleri ile kendi istek ve duygularını belli bir maksatla karşısındakine veya karşısındaki kişilere iletebilmesidir.” şeklinde tanımlanmaktadır. (Çongur, 1995: 42). Bu tanımda da konuşma becerisine insanın doğuştan sahip olduğu ve konuşmanın belli bir amaçla yapıldığı hususu üzerinde durmaktadır. Ancak birey doğuştan bu beceriye sahip olduğu için okullarda bu beceriden ziyade okuma ve yazma becerilerinin geliştirilmesine yönelik eğitim verildiği ve konuşma becerisinin ihmal edildiği ifade edilmektedir. (Doğan, 2009). Oysa sosyal hayatta insanlar arasındaki iletişim genellikle konuşma ile gerçekleşmekte dolayısıyla da konuşma toplumsal yaşamın en önemli unsurlarından biri olmaktadır. Günümüzde bireyler arasında dinleme ve konuşma becerilerindeki yetersizliklerden dolayı iletişim sorunlarının yaşanması da dinleme ve konuşma becerilerinin eğitime verilen önemin artması gerektiğine işaret etmektedir (Erdem ve Erdem, 2015). Bireylerin toplum halinde yaşamalarında büyük bir öneme sahip olan konuşma becerisinin

geliştirilmesinde özellikle Türkçe eğitimcilerine büyük sorumluluk düşmektedir (Kurudayıoğlu, 2003).

İletişimde konuşma becerisinin yeri

İletişim, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Yapılan başka bir tanımlamaya göre ise iletişim bilgi, duygu ve düşüncelerin kullanılması yoluyla insanları etkilemek olarak ifade edilmektedir (Konrot, 2003).

Toplumsal bir varlık olması ve sosyal bir çevrede yaşamasından dolayı insan, sürekli iletişim halindedir. Gün içerisinde sürekli kurulan bu iletişim ise sözlü veya sözsüz olarak gerçekleşmektedir. Ancak yapılan çalışmalar göstermektedir ki sözlü iletişim unsurlarından olan konuşma ve dinleme gün içerisinde kurulan iletişimin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu bağlamda özellikle konuşma becerisi iletişim sürecinde etki oluşturmak ve alıcıyı işe koşturmak için kullanılmaktadır.

İnsanlar diğer canlılardan farklı olarak kendi varlığını ve toplumsal ilişkilerini çoğunlukla konuşma aracılığıyla iletişim kurarak devam ettirmektedirler. Yapılan çalışmalara göre, insanlar bir günün %50-%80'lik bölümünü iletişim kurarak geçirmektedir. Gün içerisinde insanların iletişim kurma zamanının ortalama %45'inin dinleme, %30'unun konuşma, %16'sının okuma ve %9'unun ise yazma becerisinden oluştuğu ifade edilmektedir (Nalıncı 2000). Sözlü iletişim becerilerini oluşturan konuşma ve dinleme becerileri de birbirinden ayrı düşünülemeyeceği için iletişim kurma zamanının yaklaşık %75'inin konuşma becerisi ile ilişkili olduğu söylenebilir (Kurudayıoğlu, 2003).

Tıpkı konuşma gibi iletişim de belirli bir amaçla yapılmaktadır. İletişimin temel amacı ise varlık göstermek, düşünceleri aktarmak ve bir etki uyandırmaktır (Demirtaş, 2004). Diğer bir ifadeyle, iletişimde amaçlanan asıl nokta, alıcıda kaynağın ilettiği mesaja hizmet edecek bir etki yaratmaktır. İletişimin etkili olması ise mesajların ikna edici olmasıyla ilişkilidir.

İnsanlar, iletişim sürecinde sözlü iletişim, beden dili, mektup, gazete, makale gibi iletişim araçlarıyla beraber günümüzdeki gelişmeler neticesinde telefon, internet, televizyon gibi araçlar aracılığıyla da sürekli bir iletişim halinde bulunmaktadır. Kurulan her tür iletişimde taraflar arasında bilinçli ya da bilinçsiz, dolaylı ya da doğrudan bir etkileşim söz konusu olmaktadır. İletişim anında ise herhangi bir duygu, bilgi veya düşüncenin paylaşımı amaçlanmaktadır. Bu paylaşım sırasında iletişimde bulunan kişilerin benzer düşüncelere sahip olabilecekleri gibi birbirlerinden farklılaşacağı noktalar da olacağı aşikârdır (Seymenoğlu, 2009). Söz konusu farklılaşmaların olacağı durumlarda da kişiler birbirlerini kendi düşünceleri doğrultusunda ikna etme çabasına gireceklerdir.

İkna

Günlük yaşamımızda ikna kavramı yeterince dikkat çekmese de iki insanın iletişime başladığı andan itibaren ikna sürecinin başladığı bilinmelidir. Bu sürecin daha iyi anlaşılabilmesi için iletişimi oluşturan unsurların “kaynak, ileti(mesaj), kanal ve alıcı”dan oluştuğundan bahsetmek gerekmektedir. Bu bağlamda mesajı ileten kişi(kaynak) alıcıyı(hedef) ikna etmeye çalışmakta, buna karşılık alıcı da iknaya maruz kalmaktadır. Çünkü görüş belirten diğer bir ifadeyle mesajı ileten kişinin, görüşlerini karşı taraftaki insanın (alıcı) dinleyip kabul etmesi ve böylelikle iletişimin sürebilmesi için alıcının ikna edilmesi gerekmektedir. En basit tabiriyle verilen mesajın dinlenebilir ve dikkat çekici olduğuna alıcının ikna edilmesi gerekmektedir.

Türk Dil Kurumu sözlüğüne (2019) göre ikna, bir konuda birinin inanmasını sağlama, inandırma ve kandırma olarak tanımlanmaktadır. Ancak sosyal psikoloji sözlüğüne göre ikna, ikna etme çabasına girilen kişi veya kişilerin tutum veya davranışlarını zorlamak ya da manipüle etmek yerine, çeşitli akıl yürütmeler ve kanıtlama yoluyla etkileme eylemi olarak tanımlanmaktadır (Bakır, 2006). İki tanım karşılaştırıldığında ise TDK tanımının ikna için “kandırmak” ifadesini kullanarak

bu kavram hakkında daha olumsuz bir yargı bildirdiği görülmektedir. Oysaki iknanın olumsuz ya da olumlu bir nitelik taşıması kullanan kaynağa ve kaynağın amacına göre değişmektedir. İlgili alan yazındaki tanımlara bakıldığı takdirde ikna hakkında daha tarafsız bir yargıya ulaşılabilir.

Alan yazına bakıldığı takdirde iknaya ilişkin birçok tanım yapıldığı görülmektedir. Reardon (1991: 2), iknayı “ikna etme çabası içinde olan bireyin, çeşitli bilişsel ve duygusal teknikler yardımıyla muhatabının belirli bir davranış, tutum ya da inancı benimsemesine rehberlik etmek” şeklinde tanımlar. Raven ve Haley ise iknayı (1982: 427), “bir bireyin etkisiyle diğer bireylerin tutum, biliş ya da davranışlarında değişiklik meydana getirilmesi” şeklinde tanımlarlar. Demirtaş’a (2004) göre ikna “kaynak konumundaki kişi ya da kişilerin, hedefin belirli bir birey, ürün ya da görüşe ilişkin olumlu bir tutum oluşturmamasını ya da var olan tutumunu değiştirmesini sağlama yönündeki çabası” olarak tanımlanmaktadır. Hogan’a (2007: 20) göre ise ikna, insanların düşüncelerini ve davranışlarını belli yöntemlerle etkilemektir. Yurdakul’a (2013: 154) göre de karşıdaki kişiyi, iki tarafın da uygun gördüğü bir çözüme götürmek için kullanılan sistematik bir yöntemdir. Seymenoglu (2009) ise iknayı, bir insanın kendi amaçları ve görüşleri doğrultusunda, karşıdaki kişinin davranış, tutum ya da düşüncelerinde kendi tarafına yönelik bir değişikliği meydana getirmek için kurduğu iletişim biçimi olarak tanımlamaktadır. Alan yazındaki tanımlardan hareketle ikna genel olarak; kaynağın yani iknaya başvuran kişinin çeşitli teknik ve stratejiler yoluyla alıcının yani ikna edilmek istenilen kitle ya da bireyin düşünce, davranış, tutum ve değerlerini; istedik bir şekilde değiştirme ve biçimlendirme sürecidir; şeklinde ifade edilebilir.

Tarih boyunca insanlar dünya üzerinde var olabilmek için karşılarındaki kişi ya da grupları kendi istekleri doğrultusunda yönlendirmek istemiştir. Bu isteklerinin gerçekleştirilebilmesi için ise bahsedilen kişi ya da grupları duygu, düşünce, tutum ya da davranış boyutunda etkilemeye çabalamışlardır (Kaptan, 2015). Dolayısıyla bu etkileme çabası sürecinde çeşitli ikna yolları denenmiştir. Bu bağlamda günümüzde psikolojiden pazarlamaya, hukuktan politikaya kadar birçok alanda kullanılan ve oldukça önemli bir konu olan iknanın tarihi, insanlık tarihi kadar eskidir, denilebilir (Bakır, 2006). Ancak ikna ile ilgili yapılan ilk somut çalışmaların eski Yunana dayandığı görülmektedir.

Eski Yunanda doğuştan gelen bir yetenek olduğuna inanılan ikna becerisi ile ilgili Aristoteles “The Art of Rhetoric” adlı ilk önemli çalışmayı yaparak iknanın öğrenilebilir, geliştirilebilir bir dil becerisi olduğunu ifade etmiştir (Aristoteles, 2004; Mortensen, 2004; Parrish, 1995, akt. Otan, 2010). Bu çalışma ile Aristo günümüzde bile yeni yeni keşfedilmekte olan ve bilimsel olarak kanıtlanmış birçok bilgiyi aktarmıştır. Çalışmasında kendisinden önceki hatipleri sistemli ve öğretici çalışmalar ortaya koyamadığını iddia ederek iknanın sistemli olması gerektiğini savunmuştur (Bal, 2009: 183). Bunun üzerine iknada konuşmacının kişiliğinin (*ethos*), hedef kitlenin duyguları (*pathos*) ve mesajın özelliklerinin (*logos*) ikna gücü üzerindeki etkilerinden söz etmiştir (Petty ve Cacioppo, 1981, akt. Demirtaş, 2004). Ayrıca konuşmacının kontrolü dışında kalan olgu ve olayları *atechnoi* diye adlandırdığı başka bir faktör daha belirlemiştir (Aristo, 2013 akt. Kurudayıoğlu, Yılmaz, 2014).

Aristo’nun belirlediği unsurlardan hareketle, hedef kitleyi etkileyebilmeye ve ikna edebilmeye yönelik bir iletişimde, hedef kitlede üç farklı amacı gerçekleştirmeye yönelik bir planlamanın yapılabileceği ifade edilebilir. Hedef kitlenin davranışlarında, tutumlarında veya bilgi düzeyinde bir değişim meydana getirebilmek etkileyici bir iletişim kurmanın en önemli amaçları arasında görülmektedir (Özodaşık, 2012). İkna edici bir iletişimde muhatabımızın tavır ve davranışlarını etkilemek amacıyla aktarılan mesajlar, ikna çabasına girilen kişilerin zihnine ve kalbine etki edebilecek şekilde düzenlenmelidir. Çünkü ikna çabasının olduğu bir iletişimin temelinde insanların kararlarını şekillendiren etkileyebilecek olan zihne (mantığa) ve kalbe (duygulara) hitap etmek yatar (Ajzen, 1992). Duygulara ve mantığa hitap edilerek yapılan ikna çabasının olduğu bir iletişimde ikna etmek amacını güden kaynağın, iletişim becerisi ne kadar güçlüyse karşıdaki kişiyi ikna etme olasılığı da o kadar fazla olacaktır (Borg, 2012). Bu bağlamda

ikna becerisi yüksek bir kaynağın sözlü iletişim becerilerinin de yüksek olması gerekmektedir. Bu da kaynağın iyi bir konuşma eğitimi almış bir hatip/konuşmacı olmasına bağlıdır.

İkna becerisi yüksek bir konuşmayı kötü bir konuşmadan ayırmak için iletişim sürecinde “kim, kime, ne ve nasıl” gibi soruların cevaplandırılması gerekmektedir. Bu iletişim sürecinde kim sorusunu konuşmacı, ne sorusunu içerik, kime sorusunu hitap ettiği hedef kitle ve son olarak nasıl sorusunu ise konuşmacının kullandığı teknikler karşılamaktadır (Lasswell, 1948, akt. Power, 1998). İkna sürecinde içerik temel unsurlardan biri olarak kabul edilebilir. Alıcının ikna edilmesi adına ortaya bir mesaj konulabilir. Bu mesaj rastgele dizilmiş söz parçalarından oluşmamalıdır. Öncelikle mesajın dikkat çekici olması ve argümanlarla, kanıtlarla ve örneklerle desteklenmesi gerekmektedir (Kurudayıoğlu, Yılmaz, 2014). Konuşma öncesinde hatip ikna amacını belirlemeli ve bu amaçtan sapmadan giriş, gelişme ve sonuç planlarını da dikkate alarak, bilgilerini, gördüklerini, düşüncelerini argümanlar sunarak mantığa ya da duygulara hitap edecek bir şekilde anlatabilmelidir. Kanıt sunmak anlamına gelen argüman, iknanın bir yolu olarak ifade edilmektedir. Kişi, mantıksal bir yapıda görüşlerini kabul ettirmek ve muhatabını ikna etmek için kanıtlara başvurmalıdır ve bu da ikna için bir yoldur (Hall ve Birkerts, 1991). Bir argüman üretirken amacımız, karşı tarafı ikna etmek ve gerçeği ortaya çıkarmaktır. Öne sürülen argümana karşı argüman sunmaya ise çürütme denir. Çürütme ise; bir argümanın, bahsedilen soruna çözüm getirmeyeceğinin, istenilen sonuca ulaşılmasını sağlamayacağının neden sonuç ilişkisi kurularak açıklanmasıdır. Aşağıdaki örnek ile argüman ve çürütmenin ne olduğu daha somut bir şekilde anlaşılabilir:

Örnek: Kürtaj serbest olmalıdır.

Argüman: Kadın 9 ay boyunca bebeği rahminde taşır ve doğum sonrası bu bebeğe bakmakla yükümlüdür (sebepe). Bu yüzden bu doğumu yapıp yapamayacağına kendisi karar verebilir (sonuç). Tüm hayatı boyunca iyi bakamayacağını düşündüğü bebeği doğurmayarak hem doğacak bebeğe hem de kendisine karşı sorumluluğunu yerine getirmiş olur. Zira belli bir haftaya kadar fetüs bebek halinde değildir ve bu yüzden normal bir hücreden çok da farklı değildir (açıklama).

Örnek: Yukarıdaki argümanı çürütme:

Çocuğu, kadının tek başına dünyaya getirdiğini söylemek ve çocukla ilgili tüm sorumluluğu ve hakları sadece bir kişiye vermek mantıklı değildir. Çünkü bir çocuğun dünyaya gelmesinde iki kişi hak sahibidir ve babanın da çocuğu üzerinde hakları vardır. Ayrıca babanın haklarından daha önemli olan ise doğacak canlının yaşama hakkıdır. İnsan haklarının en önemli maddesi yaşama hakkıdır. Diğer hakların hiçbirisi yaşam hakkından daha önemli değildir. Kadının kendi bedeniyle ilgili hakları da vardır ancak bu haklar dünyaya gelecek bir insanın yaşayıp yaşamama hakkını içermemelidir.

İkna sürecine konuşmacı gözüyle bakıldığı zaman hedef kitle, içerik ve kullanılan teknikler herhangi bir zamana ve ortama göre değişebilse de konuşmacı değişmemektedir. Yani iyi bir konuşma eğitimi almış birey bu iletişim sürecinde hazırlıksız olsa dahi değişen kitleye ve içeriğe rağmen diğer konuşmacılardan bir adım önde olmaktadır. Ancak bireye iyi bir konuşma eğitiminin yanı sıra ikna edici konuşma becerisini geliştirmeye yönelik bir eğitim de verilmesi gerekmektedir. Çünkü iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve değişen dünya düzeni neticesinde de günümüz eğitim anlayışı; iletişim becerileri güçlü, problem çözebilen ve ikna kabiliyeti yüksek bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktadır.

İkna edici konuşma eğitiminin gerekliliği

Günlük yaşamımızın vazgeçilmez bir unsuru olarak karşımıza çıkan ikna olgusu tarih boyunca toplumlarda belirgin bir şekilde rol oynamış ve hâlâ da oynamaktadır. Bununla birlikte özellikle sosyal ilişkilerde ikna oldukça önemli bir yere sahiptir. Çünkü her insan, yaşamının her anında diğer insanları ikna etme gereği duyabilir. Mortensen’a (2004) göre; yaşa, mesleğe, dine,

felsefi inançlara bakılmaksızın insanlar sürekli birbirlerini ikna etme çabası içindedirler. Bu durum, ikna kavramının ve bu kavramın somut bir ifadesi olan ikna edici konuşmanın önemini açıkça ortaya koymaktadır. Okul hayatında, iş hayatında ve günlük hayatta insanlar bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde ikna edici konuşmayı kullanmakta ya da ikna edici konuşmanın kullanıldığı taraf olabilmektedir. Örneğin mağazadaki bir satıcının, ürünü müşterisine satmak için müşteriyi ikna etmesi gerekmektedir (Bakır, 2006). Ya da tam tersi bir şekilde müşterinin istediği fiyata ürünü alabilmek için ikna edici bir konuşma ile pazarlık etmesi gerekmektedir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve değişen dünya düzeni neticesinde de (televizyon, internet, akıllı telefon vs.) kullanılan örnekteki mağazalar evlerimizin içine kadar girmişlerdir. Günümüzde birçok ikna çabasının ilk vasıtası, kitle iletişim araçları olmaktadır. İzlediğimiz ve dinlediğimiz TV reklamları, radyo reklamları, internet reklamları reklamlar vb. bizi bir konuda ikna etmeyi amaçlamaktadır. (TÜİK, 2013) verilerine göre Türkiye'de günlük televizyon izleme oranı 5 saattir. Bu, yılda 1825 saat yani 76 gün yapmaktadır. Altı ile on beş yaş arası çocukların 10 tanesinden 9'u her gün televizyon izlemektedir. Bu da göstermektedir ki yetişkin ya da çocuk fark etmeksizin her birey gün içerisinde evinde ve dışarıda yoğun bir ikna çabasına maruz kalmaktadır, denilebilir. Dolayısıyla ikna ve ikna edici konuşmalar yaşamımızın her alanında karşımıza çıkmaktadır. Bu alanlara siyaset, yargı sistemi, din alanları, reklamcılık ve medyanın örnek gösterilebileceği ifade edilmektedir (Humprey, 2010).

İknanın olumlu ya da olumsuz bir nitelik taşıması kullanılan kaynağa göre değişebilmektedir. Olumlu nitelik taşıdığı bir örnek ise eğitim faaliyetleridir. Eğitim sırasında kişilerin birbirlerine karşı ikna edici tutumlar sergilemesi, kalıcı ve bilgilendirici öğrenmenin gerçekleşmesi açısından büyük bir önem arz etmektedir. Öğretmenin öğrencileri tarafından kabul edilmesi ve dinlenmesi için öğrencilerini ikna etmesi gerekmektedir. Bir çocuğun da arkadaşlarının arasına katılması, grup içerisinde söz hakkına sahip olması için diğer çocukların onu kabul etmesi ve onun grubun bir üyesi olduğuna yönelik ikna olmuş olmaları gerekmektedir. Ya da bir doktorun hastasını sağlığına kavuşturabilmesi için öncelikle hastasını tavsiyelerini dinlemesi yönünde ikna edebilmesi gerekmektedir.

İkna edici konuşma becerisi eğitiminin gerekliliği çeşitli yönleriyle açıklandıktan sonra Türkçe öğretmenlerinin derslerde uygulayabilecekleri etkinliklere yönelik öneriler vermekte yarar vardır. Öğretmenler bu önerileri aynen uygulayabilecekleri gibi öğrencilerinin durumuna göre değişiklikler de yapabilirler.

İkna edici konuşma becerisini geliştirmeye yönelik etkinlik önerileri

Türkçe Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'nda (2009); bir konuşma tür, yöntem ve tekniği olarak ikna edici konuşma beş adımda gerçekleştirilmektedir. Bu adımlar;

1. *Dikkat çekme: İkna edilecek konuda değişik görüş ve bilgilerle karşıdakinin dikkatini çekme.*
2. *Anlamayı sağlama: Canlı bir dille ve somut örneklerle konuyu anlamasını sağlama*
3. *İnandırma: Soru ve kuşkularını giderecek kanıtlar sunma*
4. *Tekrarlama ve istenileni açıklama: Ana fikri aralıklarla tekrar ederek hatırlatma ve son olarak da yapılmak istenileni açıklamadır.*

Bu kurallar dâhilinde aşağıdaki etkinlik önerileri ikna edici konuşma becerisini geliştirebilir:

Örnek konuşmalar

Öncelikle öğrencilere konuşma esnasında uyulması gereken kurallar olduğu gibi ikna edici konuşmada da uyulması gereken kurallar olduğu belirtilmelidir. İkna edici bir konuşmada ikna amacının belirlenmesi gerektiği ve konuşmanın bu amaçtan sapmadan giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden oluştuğu vurgulanmalıdır. Öğrencilere argüman ve çürütme gibi kavramların ne

olduğu açıklanmalı gerekirse örneklerle gösterilmelidir. Bu aşamalardan sonra ise öğretmenin yapacağı ikna edici konuşma örnekleri ile beraber öğrencilere izletilecek/dinletilecek seviyeye uygun kayıtlar kullanılabilir. Bu kayıtlar izletilip/dinletildikten sonra ise sunulan argümanların ne olduğu hep beraber tespit edilebilir. Sonrasında farklı bakış açıları ile bu argümanlara tüm sınıfın katılımı ile çürütmeler yapılabilir.

Örnek metinler

Dünya tarihinde yapılmış etkileyici konuşma metinleri ve gazete yazıları gibi materyaller akıllı tahta aracılığıyla öğretmenin rehberliğinde incelenebilir. Bu metinlerdeki inandırıcılık ve ikna edicilik unsurlarının ne olduğu hakkında konuşulabilir. Sonrasında da öğrencilerin bu metin yapılarına benzer yapılar oluşturması için konu verilerek grup çalışmaları yapmaları sağlanır. Bu aşamada grup çalışması yapmak önem arz etmektedir. Çünkü öğrenciler metne yazdıkları argümanların ve önermelerin ikna ediciliğini yine kendi aralarında tartışarak karara bağlayacaklardır. Böylelikle etkinlik daha verimli bir şekilde gerçekleşecektir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta çalışmaların aşamalı bir şekilde öncelikle argüman içeren cümleler oluşturulmasına öncelik verilerek bir süreç içerisinde yayılarak yaptırılmasıdır.

Münazara

Türkçe Sözlükte münazara; bir konu üzerinde, belli kural ve yöntemlere uyularak yapılan tartışma olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Münazara gibi etkinlikler grup çalışmaları olduğu ve katılımcıların dışında sınıftaki diğer öğrenciler de sürece izleyici olarak katılabildiği için etkin katılımın yapılabildiği etkinliklerdir. Ayrıca münazaraların kazananı olduğu için öğrenciler bu etkinliklere katılmaya yönelik daha yüksek bir motivasyona sahiptir. Birçok farklı türü bulunan münazara etkinlikleri genel olarak argüman oluşturmayı ve oluşturulan argümanı çürütmeye dayanmaktadır. Günümüzde münazara turnuvalarında yapılan münazara türü ise İngiliz Parlamentosu geleneği örnek alınarak oluşturulmuş bir tartışma oyunudur. Gerek Türkiye'deki turnuvalar gerekse Avrupa ve Dünya Şampiyonaları, bu gelenek örnek alınarak oluşturulmuştur. Bu stille yapılan münazara maçında; her biri iki konuşmacıdan oluşan toplam dört takım bulunmaktadır. Takımlar; hükümet açılış, hükümet kapanış, muhalefet açılış ve muhalefet kapanış olarak adlandırılmaktadır. Her konuşmacının oluşturduğu argümanların ne takım arkadaşlarının ne de aynı kanatta bulunan diğer takımın söyledikleriyle çelişmemesi gerekmektedir. Aynı kanatta olsalar bile takımlar (muhalefet ya da hükümet) birbirlerine karşı yarışmaktadır. Münazarada tartışılacak konular maç başlamadan genellikle 15 dakika önce yarışmacılara duyurulur. Bu süre içerisinde takımların çalışıp konuşmalarını hazırlamaları beklenir. Maç sonucunda ise maçı bir takım kazanır (Torkay, 2006). Öncelikle sınıf kapsamında sonra ise okul kapsamında düzenlenecek münazara turnuvaları öğrencilerin ikna edici konuşma becerisini geliştirebilir.

Anı anlatımı

Türkçe Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'nda (2009); ikna edici konuşmanın temel özelliklerinden birisi de görüşlerin kabul edilebilir nitelikte olmasıdır. İkna edici konuşma esnasında ileri sürülen görüşler tutarlı ve kabul edilebilir nitelikte olmalıdır. İkna edici konuşma, karşıdaki kişiyi kandırma anlamına gelmez; çünkü kandırma amaçlı konuşmalarda iş birliği yoktur, karşıdaki kişiyi kontrol altına alma söz konusudur. Oysa ikna edici konuşmanın, iş birliği yapma ve iki taraf için de yarar sağlamayı amaçladığı belirtilmiştir (MEB, 2009). Bu noktadan hareketle anlatma çalışmaları yaparak ikna edici konuşma becerileri geliştirilebilir. Anlatmaya her insanda hazır olan kendi anılarından başlamak çok yararlıdır. Anı hazır bir konudur. 5.6.7.8. sınıf çocuğunun her günü biriktirilmiş anılarla doludur. Bu çalışmalarda öğrencilerin iki gruba ayrılması ve grup üyelerinin sıra ile seçecekleri bir anısını anlatmaları istenir. Ancak anlatacak olan öğrenci anısına bir tutarsızlık eklemelidir. Bu tutarsızlık belirgin bir tutarsızlık olmamalıdır. Karşı taraf bu tutarsızlığı fark edebilirse puan kazanacaktır. Etkinlik sonunda en yüksek puanı alan grup kazanır. Bu çalışma ile

öğrencilerin ikna karşı kullanabilecekleri beceri olan eleştirel dinleme becerileri de gelişecektir. Tekniğin nasıl kullanıldığını öncelikle öğretmenin göstermesinde yarar vardır. Yine tutarsız anlatma çalışmalarında kullanılabilecek diğer türler de masal ve öyküler olabilir.

Sınıflandırma çalışmaları

Konuşmanın zihinsel süreçlerinin geliştirilmesine yönelik olarak öğrencilerden ikna edici konuşmalarında kullanacakları argümanları sınıflandırma, ilgilendirme, gruplandırma çalışmaları yapılabilir. Sınıflandırma belli ölçütlere göre belli şeyleri gruplandırmaktır. Diğer bir ifadeyle birtakım nesneleri, kavramları bazı özelliklerine göre ilgili gruplara ayırmaktır. Konuşma yaparken anlatım başarısızlığı gibi bir sonuca ulaşmamak için insanların bilgiyi beyinlerinde düzenli bir şekilde depolaması gerekmektedir (Kurudayıoğlu, 2003). Bilgi eğer beyinde düzenli bir şekilde depolanmamışsa birey konuşurken bu bilgileri birbiri ile ilişkilendiremeyecek, birbiri ardına getiremeyecek ve netice itibarıyla ikna edici konuşmasını destekleyemeyerek iknanın amacına uygun bir sonuca ulaşamayacaktır. Sınıflandırma bu açıdan ikna edici konuşma için çok önemlidir. Bu bağlamda öğretmenin belleğin çalışma sistemini göz önünde bulundurarak çalışmalar yapması gerekmektedir (Kurudayıoğlu, 2003).

Dramatizasyon

İlköğretim okullarında derslerin canlı hale getirilmesinde önemli bir yeri olan dramatizasyon tekniği özellikle sözlü anlatımın geliştirilmesinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Dramatizasyon tekniği ile uzun bir hazırlığa gerek duymadan dersleri daha eğlenceli hale getirmek mümkündür. Bu bağlamda dramatizasyon tekniği ikna edici konuşma becerisini geliştirmek için de kullanılabilir. Sınıf içi yaratıcı drama, örnek olay ve canlandırma gibi etkinliklerle öğrencilerin güncel olaylardaki ikna unsurlarını fark etmeleri sağlanabilir. Bu çalışmalarda günlük hayattan seçilecek ikna içerikli bir konu öğrenciler tarafından canlandırılabilir. Örneğin sınavı olan bir öğrencinin, arkadaşlarının dışarı çıkma teklifini onları mantıklı gerekçeler sunarak ve kırmadan ikna etmesi istenebilir. Bu ve buna benzer örnekler öğrencilerin düzeyine ve yaşantısına uygun bir hale getirilerek yapılabilir.

Beyin fırtınası

Beyin fırtınası çok sayıda fikri, bir grup insandan kısa sürede elde etmeye yarayan bir tekniktir. Aynı zamanda bir soruna çözüm getirmek ve çeşitli konularda fikir üretmek için de kullanılır. Bir durum hakkında grubun görüşleri ve fikirleri alınarak belirlenen lider tarafından tahtaya yazılır. Beyin fırtınasında öncelikle bir problem belirlenmelidir. Bu problem de günlük hayatta insanları ikna etmemiz gereken bir durum olabilir. Örneğin bir öğrencinin ailesinden bisiklet istediği bir senaryoda nasıl bir ikna edici konuşma yapması gerektiği bu teknikle sınıfa sorulabilir. Örnekler öğrencilerin düzeyine ve yaşantılarına uygun bir şekilde düzenlenmelidir. Bu teknik aracılığıyla bahsedilen diğer etkinlikler çeşitlendirilebileceği gibi ikna üzerine değişik durumlar oluşturulabilir. Bu yönüyle beyin fırtınası tekniği ikna edici konuşma etkinliklerine hem yardımcı hem de başlı başına bir ikna edici konuşma etkinliği olabilmektedir.

Örnek etkinlik 1

Etkinliğin Adı: Pazarlamacı/Satıcı

Açıklama: Bu oyunda amaç bir öğrencinin hayali bir ürünü sınıftaki diğer öğrencileri ikna ederek satmaya çalışmasıdır. Bu oyunun verimli olması için öğrencilere önceden bildirilmesi ve evde hazırlanma fırsatı tanınmalıdır. Bu oyun son derece motive edici, zevkli ve ikna edici konuşma pratiğini artıran bir etkinliktir. Dikkat edilmesi gereken nokta ise mevcut kitleye hitap edecek ürünlerin oluşturulması ve bu ürünlerin sağladığı kolaylıkların da öğrenciler tarafından ifade edilmesidir.

Etkinliğin Uygulanışı: Öğrenci hayali bir ürün yaratır, ne işe yaradığını, özelliklerini sınıfta arkadaşlarına anlatarak satmaya çalışır. Özellikle öğrenciden ürünü için bir isim ve bir reklam sloganı

oluşturması istenir. Öğrenci ürününü tanıtır sınıfı satın almaya ikna ederken öğretmen ve öğrenciler de ürün hakkında sorular sorar. Tanıtma bittikten sonra öğretmen sınıfa hangi ürünün alınmak istendiğini sorar, en çok satış yapan öğrenci de oyunun galibi olur.

Örnek etkinlik 2

Etkinliğin Adı: İş Görüşmesi

Açıklama: Bu etkinlikte amaç öğrencilerin iş başvurusu ve mülakat tecrübesi edinmeleri sağlamakla birlikte öğrencilerde işe başvururken ikna edici konuşma becerisini nasıl kullanacaklarını göstermektir. Oyunda dramatizasyon (canlandırma) tekniği kullanılır.

Etkinliğin Uygulanışı: Öğretmenin liderliğini yaptığı bir jüri oluşturulur. Bu jüri öğrencilerin iş başvurularını yaptıkları jüri olacaktır. Jürilerin elinde daha öncesinde öğretmenin hazırlamış olduğu değerlendirme ölçütleri ile not kâğıtları olmalıdır. İşin ne üzerine olduğu kararlaştırıldıktan sonra öğrencilere başvuruya hazırlanmaları için bir miktar süre verilir. Hazırlıklar tamamlandıktan sonra öğrenciler mülakata alınır. Mülakat sonrası ise jüri tuttukları notlar ve değerlendirme kâğıtları yardımı ile kazananları açıklar. Açıklamadan sonra ise başvuru esnasında ikna edicilik açısından nelerin doğru nelerin doğru olmadığına yönelik öğretmen liderliğinde beyin fırtınası tekniği yoluyla tartışılır.

Örnek etkinlik 3

Etkinliğin Adı: Çürütme

Açıklama: Bu etkinlikte amaç ikna açısından büyük bir önem arz eden argüman oluşturma ve argüman çürütme becerisini geliştirmektir. Etkinliğe başlamadan önce öğretmenin argüman ve çürütme kavramlarını öğrencilere açıklaması ve örneklendirmesi gerekmektedir.

Etkinliğin Uygulanışı: Sınıf A takımı ve B takımı olmak üzere iki takıma ayrılır. Öncelik olarak A takımının öğretmenin belirlediği konu çerçevesinde bir argüman oluşturma istenir. B takımının görevi ise oluşturulan bu argümanı farklı bakış açıları ile irdeleyerek çürütmektir. B takımı mevcut argümanı çürütebilirse hanesine 1 puan yazılır. Eğer çürütemezse puan A takımının hanesine yazılır. Diğer turda ise B takımı oluşturma yaparken A takımı çürütme yapacaktır. Oyun sonunda en çok puanı alan takım kazanır.

Örnek etkinlik 4

Etkinliğin Adı: Seçim Konuşması

Açıklama: Bu etkinlikte amaç öğrencilerin ikna becerisini, demokrasi bilincini geliştirmek ve onlara Purdue Üniversitesi profesörü Alan H. Monroe'nin ikna psikolojisini temel alarak oluşturduğu "Beş Adımda İkna" tekniğini öğretmektir. Öğrenciler seçim konuşmalarını bu tekniği dikkate alarak hazırlamalıdır. Teknik beş adımdan oluşmaktadır.

1. Dikkat çekme: İzleyicilerin dikkatini çekmek için öykü, cevap beklemeyen soru (sözde soru), mizahi öğeler ya da istatistikler kullanın.

2. İhtiyaç belirleme: Bu adımda izleyicilere bir sorun olduğu ve mevcut durumun değişmesi gerektiği vurgulanmalıdır. Bu durumun yarattığı sonuçlar izleyicilere fark ettirilmelidir. Bu adım ile birlikte izleyicilerin konuşmacının tavsiyesine hazır hale getirilmeleri amaçlanmaktadır.

3. İhtiyacı karşılama: Bu adım konuşmacının çözümü sunduğu kısmı ifade etmektedir. Bu yönüyle sunumun en önemli kısmını oluşturmaktadır. Bu yüzden konuşmacı bu kısımda ayrıntılı bilgi vermeli, istatistikler sunmalı, örnekler vermeli ve fikrini açıkça ifade etmelidir.

4. Geleceği anlatma: Bu aşamada konuşmacı seyircilere hiçbir şey yapmadıkları takdirde gelecekte neler ile karşılaşabileceklerini anlatmalıdır. Seyircilere karşılaşabilecekleri olumsuz

durumlar ifade edildikten sonra konuşmacının fikrinin kabul edilmesiyle oluşacak olumlu tablodan bahsedilmez. Anlatımın gerçekçiliği ve inandırıcılığı ne kadar yüksekse ikna edicilik oranı da o denli yüksek olacaktır.

5. Eylem: Konuşmacı seyircilere oluşacak tabloyu tasvir ettikten son aşamada onların ne yapmasını istediğini ifade eder ve çözümün onlarda olduğunu vurgulayarak konuşmasını bitirir.

Etkinliğin Uygulanışı: Öğrencilerden okul ya da sınıf başkan adayı olmaları halinde diğer öğrencilerin neden kendisini seçmesi gerektiğini açıklayan “Beş Adımda İkna” tekniğine göre hazırlanmış ikna edici bir konuşma metni hazırlamaları istenir. Öğrenciler ikna edici metni hazırladıktan sonra resmi bir konuşmayla sürece katılır.

Örnek etkinlik 5

Etkinliğin adı: Suçlu kim?

Açıklama: Bu oyunun amacı rol oynama tekniği ile öğrencilerin ikna becerilerini geliştirmektir. Oyunda 4 adet rol vardır. Bunlar suçlu, polis, hâkim ve halktır. Hâkim rolünü öğretmenin oynaması tavsiye edilir. Polis rolünün amacı suçluyu bulmak ve halkı kendi fikrine katılmaları için ikna etmektir. Suçlunun amacı ise kendisinin suçlu olmadığına ve halktan biri olduğuna diğer oyuncuları ikna etmektir.

Etkinliğin Uygulanışı: Küçük kâğıtlara yazılan roller katlanarak ve rastgele bir şekilde hâkim tarafından dağıtılır. Herkes rolünü okuduktan sonra kâğıtlarını kimsenin görmemesi için gizler. Oyunu yöneten hâkim “Gece oldu,” der ve herkes gözlerini kapatır. Herkes gözlerini kapattıktan sonra hâkim “Suçlu uyansın,” diyerek suçlu rolünü kimin oynadığını görür. Sonrasında ise suçluyu da uyutarak “Gündüz oldu herkes uyansın,” der ve herkesi uyandırarak turu başlatır. Tur başladığında polise tahmini sorulur. Polis tahminini söyler ve diğer oyuncuları ikna etmeye çalışır. Polisin tahmin ettiği kişiden de kendisini savunması istenir. Eğer şüphelenilen kişi diğerlerini ikna edebilirse elenmez ve diğer tura kalabilir. Ancak yeterli çoğunluk ondan şüphelenirse elenir. Bu arada suçlu rolünü oynayan kişi de ilk tur hariç her tur başında uyandırılarak parmağı ile sessizce gösterdiği bir kişiyi elemektedir. Kimin elendiği tur başında sınıfa hâkim tarafından duyurulur ve elenen kişinin oyun bitene kadar konuşmaması istenir. Eğer suçlu yakalanamaz ve son tura kadar kalırsa oyunu kazanır. Ancak suçlu herkesi eylemeden yakalanırsa oyunu diğer oyuncular kazanır. Sınıftaki kişi sayısına göre rollerin sayısı değiştirilebilir. Bu oyun ikna ve gözlem kabiliyetini geliştiren eğlenceli bir oyundur.

Sonuç

Birey ve toplum arasında iletişimi sağlayan konuşma toplumsal hayatı önemli ölçüde etkilemekte ve bireyin hayatındaki başarısını belirleyen etmenlerden birisi olarak görülmektedir (Kurudayıoğlu, 2003). İkna edici konuşma eğitimi olarak bu becerileri geliştirilmiş öğrenciler ise gelecekte bu başarıyı sağlayabilen, iletişim becerileri yüksek ve problem çözebilen bireyler olacaktır. Türkçe dersi öğretim programı da bu görüşü destekler niteliktedir. Programda; günümüz bilim ve teknolojisinde yaşanan hızlı değişim, bireyin ve toplumun değişen ihtiyaçları, öğrenme öğretme teori ve yaklaşımlarındaki yenilik ve gelişmelerin bireylerden beklenen rolleri de doğrudan etkilediği belirtilmektedir. Bu değişimin bilgiyi üreten ve bu bilgiyi hayatta işlevsel olarak kullanabilen, problem çözebilen, eleştirel düşünen, girişimci, kararlı, iletişim becerilerine sahip, empati yapabilen, topluma ve kültüre katkı sağlayan vb. niteliklerdeki bir bireyi tanımladığı ifade edilmektedir. (MEB, 2019:3) Dolayısıyla öğrencilere ikna edici konuşma eğitimi verilmesi onların daha özgüvenli bir şekilde geleceğe hazırlanmasını sağlayacak ve onların toplumsal hayatta daha başarılı bireyler olabilmesine zemin hazırlayacaktır.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1992). Persuasive communication theory in social psychology: a historical perspective, M. J. Manfredo (Ed) *Influencing Human Behavior: Theory and Applications in Recreation and Tourism*, 1– 27.
- Aristoteles. (2013). *Retorik* (M. H. Doğan, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ayrancı B.B. (2016). Konuşma, konuşma eğitimi ve Türkçe programlarındaki yeri. *Journal of Educational Sciences* 4. 15-24.
- Bakır, U. (2006). Televizyon reklâmlarında ikna unsuru olarak mizah. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bal, M. (2009). *Aristoteles'e göre retorik*. Özne 11-12. Kitap.
- Borg, J. (2012). *İkna, insanları etkileme sanatı*. (S. Silahlı, Çev.). İstanbul: Pearson.
- Çongur, H. R. (1995). Söz Sanatı (I). *TÖMER Dil Dergisi*, S. 28, 42-
- Demirel, Ö. (1999). *İlköğretim okullarında Türkçe öğretimi*. İstanbul: Millî Eğitim Yayınları.
- Demirtaş, H. A. (2004). Temel ikna teknikleri tutum oluşturma ve tutum değiştirme süreçlerindeki etkilerinin altında yatan nedenler üzerine bir derleme. *İletişim Dergisi*, 19, 73-90. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.484547>
- Doğan, Y. (2009). Konuşma becerisinin geliştirilmesine yönelik etkinlik örnekleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7 (1), s. 185-204.
- Erdem, A. ve Erdem, M. (2015). Yapılandırmacı karma öğrenme ortamlarının dinleme ve konuşma becerilerine etkisi. *İlköğretim Online*, 14(3), 1130-1148. <https://doi.org/10.17051/io.2015.27258>
- Güneş, F. (2014). Konuşma öğretimi yaklaşım ve modelleri. Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(1), 1-27. <https://doi.org/10.14686/buefad.201416205>
- Hall, D., & Birkerts, S. (1991). *Writing well*, Harper Collins Publisher, Seventh Edition.
- Hogan, K. (2007). *Gizli ikna teknikleri*. İstanbul: Yakamoz Kitap/Sonsuz Kitap.
- Humphrey, A. (2010). Establishing legitimacy: persuasion and organisational identity, Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi. Tez No:271129
- Kaptan, A. (2015). İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeylerinin belirlenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Konrot, A. (2003). İletişim, dil, konuşma: Temel kavramlar, (Ünite 1). S.Topbaş (Ed.), *Çocukta dil ve kavram gelişimi*, (s.1-22). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. <https://doi.org/10.14527/9786052415399.01>
- Kurudayıoğlu, M. (2003). Konuşma eğitimi ve konuşma becerisini geliştirmeye yönelik etkinlikler. *TÜBAR*, 13(2), 287-309. <https://doi.org/10.14527/9786050370508.15>
- Kurudayıoğlu, M., & Yılmaz, E. (2014). Nasıl ikna ediliyoruz? İkna edici metin ve yapısı. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 10(1): 75-102 ISSN: 1304-9496. <https://doi.org/10.17244/eku.427280>
- MEB. (2009). *İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu (1-5. Sınıflar)*. Ankara: MEB Yayınları.
- MEB. (2019). *İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı (1-8)*. Ankara: MEB Yayınları.

- Mortensen, W. K. (2004). *Maximum influence: the twelve universal laws of power persuasion*. New York: Amacom.
- Nalıncı, A.Nur. (2000). *Avrupa birliğine tam üyelik yolunda başarının anahtarı: yeniden yapılanma*. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Otan, D. (2010). Türkçede ikna söylemi: sözbilimsel sorunların söylem- edimbilimsel işlevleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.480956>
- Özodaşık, M. (2012). *Halkla ilişkiler ve iletişim*, F. Seçil BANAR (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque: Wm. C. Brown.
- Power, M. R. (1998). Persuasion, structure and language devices. Working Through Communication. *Faculty of Humanities and Social Sciences*. Paper 3. Chapter 2. http://epublications.bond.edu.au/working_through_communication/3
- Raven, B. H., & Haley, R. W. (1982). Social influence and compliance of hospital nurses with infection control policies. R. J. Eiser (der.), *Social Psychology and Behavioral Medicine* içinde, s. 413-438. NY: John Wiley & Sons.
- Reardon, K. K. (1991). *Persuasion in practice*. Newbury Park: CA: Sage
- Seymenoğlu, Y. (2009). Televizyon reklamlarında iknanın belirleyicileri “animasyon karakter kullanımının tüketicilerin ikna sürecine etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://doi.org/10.17218/husbed.06389>
- TDK (2019). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.
- Torkay, S. (2006). 2006 Türkiye Münazara Şampiyonu, Galatasaray Üniversitesi. 22.06.2019 tarihinde (<https://munazaratr.wordpress.com/dokumanlar/egitim-materyalleri/>) adresinden edinilmiştir.
- TÜİK. (2013). 06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya.21.06.2019 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15866> adresinden alındı.
- Yurdakul, S. (2013). *Filmlerden ve yaşamdan örnekleriyle etkileme-ikna ve müzakere teknikleri*. İstanbul: Sokak Kitapları Yayınları.