



ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI
SINIF ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM DALI

İLKÖĞRETİM BEŞİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN İKNA EDİCİ YAZMA BECERİ
DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Arif KAPTAN

Yüksek Lisans Tezi

ESKİŞEHİR, 2015

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI
SINIF ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM DALI

İLKÖĞRETİM BEŞİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN İKNA EDİCİ YAZMA BECERİ
DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Arif KAPTAN

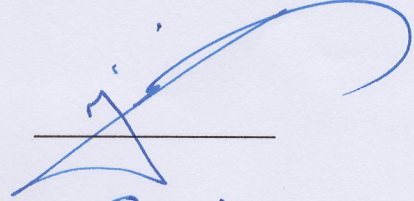
Yüksek Lisans Tezi

ESKİŞEHİR, 2015

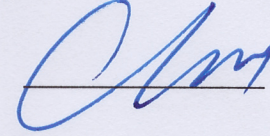
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Arif KAPTAN tarafından hazırlanan “İLKÖĞRETİM BEŞİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN İKNA EDİCİ YAZMA BECERİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ” başlıklı bu çalışma, 28/12/2015 tarihinde *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği*'nin ilgili maddesi uyarınca yapılan **Tez Savunma Sınavı** sonucunda **başarılı** bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

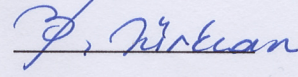
Jüri Başkanı : Prof. Dr. Mehmet GÜLTEKİN



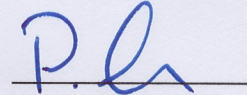
Danışman: Doç. Dr. Hüseyin ANILAN



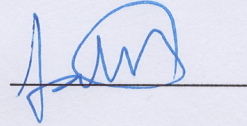
Üye: Doç. Dr. Burçin TÜRKCAN

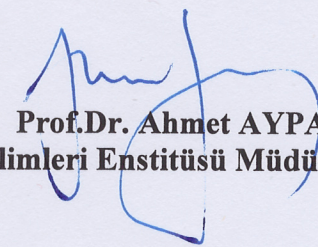


Üye: Doç. Dr. Pınar GİRMEN



Üye: Doç. Dr. Fatih ÇEMREK




Prof. Dr. Ahmet AYPAY
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

Teşekkür

Dil, toplumu oluşturan bireylerin bir arada bulunabilmesini sağlayan, onların arasındaki güçlü bağı oluşturan en temel unsurdur. Bir millet ancak dili sayesinde vardır. Dili sayesinde de tarih sahnesinde kalabilmektedir.

Bu anlamda bir milletin varlığını devam ettirebilmesi; diline sahip çıkması ve onu en iyi şekilde kullanabilmesi ile mümkündür. Dilinin kurallarını öğrenmesi, dilinin olanakları doğrultusunda kendisini ifade etmesi, sağlam iletişim becerilerine sahip olması bir milleti oluşturan bütün bireylerin en temel görevlerindedir.

Bu çalışmada bireyin kendisini ifade biçimlerinden biri olan, bir dilin bütün imkânlarının görülebildiği ikna edici yazılar üzerinde durulmuştur. İkna her türlü iletişimde kendisini gösteren hayatın her anında ve her yerinde karşılaşılan bir beceridir. İkna edici yazı çalışmaları da dili geliştirmenin, bir insanı anlamının hem de dilin olanaklarını görebilmenin en güzel yoludur. Bu doğrultuda yapılan araştırmada öğrencilerin ikna edici yazı yazma becerilerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmam sırasında daima bana yol gösteren değerli hocam Doç. Dr. Hüseyin ANILAN'a, çalışmamın istatistiksel çözümlerinde görüşleri ile yardımcı olan dostum Sercan ERDAN'a, araştırmama yabancı kaynak ve çeviri yönünden destek veren arkadaşım Ar. Gör. Buket TURHAN'a, araştırmamın tamamında, en zorlu zamanlarımda bile maddi ve manevi her türlü desteği gösteren çok sevdiğim babam Hüsnü KAPTAN, annem Ayşe KAPTAN, kardeşim Kadri KAPTAN ve eşim Aylin KAPTAN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Arif KAPTAN

İLKÖĞRETİM BEŞİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN İKNA EDİCİ YAZMA BECERİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Özet

Amaç: Bu çalışma ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerilerini belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Yöntem: Araştırma 2011 - 2012 eğitim öğretim yılında Eskişehir Tepebaşı ilçe merkezindeki okulların beşinci sınıflarında öğrenim görmekte olan 857 öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Öğrencilere yazdırılan ikna edici yazıların analizinde araştırmacı tarafından geliştirilen ikna edici yazıları ölçme aracı (rubrik) kullanılmıştır. Uyum ve güvenilirlik analizleri için öğrencilerin yazdığı rastgele seçilmiş 100 ikna edici metin, biri araştırmacı olmak üzere üç sınıf öğretmeni, bir öğretim üyesi ve bir Türkçe öğretmeni tarafından değerlendirilmiştir. Araştırmacı ve diğer değerlendirenler arası uyum ve güvenilirlik analizlerinin yeterli puana sahip olmasından dolayı örnekleme yer alan 857 metin, araştırmacı tarafından değerlendirilmiştir.

Bulgular: Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda öğrencilerin ikna edici yazı yazma becerilerinin istenilen düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin ikna edici yazma becerilerinin çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Tartışma ve Sonuç: Araştırma beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeylerinin belirlenmesine yönelik yapılmış bir çalışmadır. Yazı türlerinden biri olan ikna edici yazılara ülkemizde gerekli önemin gösterilmediği söylenebilir. Bu durum öğrencilerin ikna edici yazma becerilerine yansımış olup öğrencilerin ikna edici yazma becerilerinin yeterli seviyede olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte araştırma, İlköğretim Türkçe Programında yer alan 'ikna edici yazılar yazar' kazanımını öğrencilerin ne düzeyde edindiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türkçe öğretimi, yazılı anlatım, ikna edici yazma becerisi.

DETERMINE THE FIFTH GRADE STUDENTS' PERSUASIVE WRITING SKILLS LEVELS

Abstract

The aim: This research was done with the aim of determining the fifth grade students' persuasive writing skills levels.

The method: This research was carried out with 857 fifth grade students who were studying at schools that are in Eskişehir/Tepebaşı in 2011- 2012. In this research, relational screening model was used. A measuring tool (rubric) of persuasive writing, that was developed by the researcher, was used for the analysis of the students' persuasive articles. For the analyses of harmony and realibility, the randomly selected 100 persuasive articles were evaluated by three class teachers (one of these is the researcher), one university lecturer and one Turkish teacher. Because of that the analyses of harmony and realibility between the researcher and the other evaluators have adequate point, 857 articles in the sample were evaluated by the researcher.

Findings: According to the findings of the research, it is seen that the students' persuasive writing skills levels are not adequate as it is desired. Additionally, it is determined that the students' persuasive writing skills differ according to several variables.

Argument and Result: This research was carried out to determine the fifth grade students' persuasive writing skills levels. It can be said that, persuasive writing, that is one of the text types, is not seen as important adequately in our country. This condition affects students' persuasive writing skills and it is seen that the students' persuasive writing skills are not at sufficient level. In addition to this, the research shows what extent the students obtain the acquisition of 'writing persuasive articles' that takes part in elementary Turkish curriculum.

Key Words: Turkish teaching, written expression, persuasive writing skills

İçindekiler

Teşekkür	i
Özet	ii
Abstract.....	iii
İçindekiler	iv
Tablolar Listesi	ix
Şekiller Listesi.....	xiii
Bölüm I: Giriş.....	1
1. Problem Durumu	1
2. Araştırmanın Amacı	3
2.1 Araştırmanın Alt Amaçları	4
3. Araştırmanın Önemi	5
4. Sayıtlar	6
5. Sınırlılıklar	6
6. Tanımlar	6
7. İlgili Araştırmalar	7
Bölüm II: Kavramsal Çerçeve	13
1. İletişim.....	13
2. İkna	15
3. İknaya Tarihsel Bakış	18
3.1 Ethos	19
3.2 Pathos	20
3.3 Logos.....	21
4. İknada Retorik.....	23
5. İkna Süreçleri.....	26
5.1 Kaynak.....	26
5.2 İleti.....	27
5.3 Kanal.....	28
5.4 Alıcı.....	28
6. İknayı Etkileyen Değişkenler.....	29
6.1 İknada Duygusalılık.....	29
6.2 Duygusal Dil.....	30
6.3 İnanırlık.....	31

6.4	Korku Çekiciliği.....	31
6.5	Genel Uyarılmışlık Hali ve GÜdü.....	32
6.6	Kişilik.....	33
7.	İkna ve Tutum.....	34
8.	İkna ve Etik.....	35
9.	İkna Modelleri / Stratejileri.....	37
9.1	Ayrıntılandırma Olasılık Modeli (ELM)	38
9.2	Sezgisel Sistematik Model (HSM)	39
9.3	Bilişsel Tepki Modeli.....	40
9.4	İkna Bilgisi Modeli.....	41
9.5	İkna ve Toulmin Mantık Yürütme Yaklaşımı.....	42
9.6	Şema Teorisi.....	43
10.	İkna Teknikleri.....	43
10.1	Önce Küçük Sonra Büyük Tekniği.....	44
10.2	Önce Büyük Sonra Küçük Tekniği.....	45
10.3	Evet-Evet Tekniği.....	46
10.4	Mesaj Tekrarı Tekniği.....	46
10.5	Sadece O Değil Tekniği.....	47
11.	İlköğretim Türkçe Öğretim Programı.....	47
11.1	Türkçe Öğretim Programı Öğrenme Alanları.....	49
11.1.1	Dinleme.....	49
11.1.2	Konuşma.....	50
11.1.3	Okuma.....	51
11.1.4	Görsel Okuma ve Görsel Sunu.....	52
11.1.5	Yazma.....	53
12.	İkna Edici Yazı	55
12.1	Sınıfta İkna Edici Yazı Yazma.....	60
12.2	İkna Edici Yazı Planı.....	61
12.3	İkna Edici Yazıda Bulunması Gereken Özellikler.....	62
12.3.1	İkna Edici Yazıda İddianın Varlığı.....	62
12.3.2	İkna Edici Yazıda İddiayı Destekleyen ve Karşıt Görüşü Çürüten Nedenler.....	63
12.3.3	İkna Edici Yazıda Kelime Seçimi.....	64

12.3.4	İkna Edici Yazıda Cümle Yapıları ve Cümlede Akıcılık.....	66
12.3.5	İkna Edici Yazıda Yazarın Rolü.....	67
12.3.5.1	Hedef Kitle Farkındalığı.....	68
12.3.5.2	Üslup.....	69
12.3.6	İkna Edici Yazıda Yazım ve Noktalama.....	70
12.3.7	İkna Edici Yazıda Kağıt Düzeni ve Sunum	70
12.3.8	İkna Edici Yazıda Organizasyon.....	71
Bölüm III: Yöntem		74
1.	Araştırmanın Deseni.....	74
2.	Evren- Örneklem.....	74
2.1	Evren.....	75
2.2	Örneklem.....	75
3.	Veri Toplama Araçları	77
3.1	Dereceli Puanlama Anahtarı.....	78
3.2	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracının Hazırlanması.....	79
3.3	Öğrencilerin Yazdığı İkna Edici Metinlerin Konu Seçim İşlemleri.....	83
3.4	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracını Geliştirme Süreci	84
3.4.1	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracının Pilot Uygulaması	84
3.4.2	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracının Geçerlik - Güvenirlik Çalışmaları.....	86
3.4.3	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracının Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları.....	88
3.4.4	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı Değerlendirmeciler Arası Uyum Bulguları.....	94
4.	Verilerin Toplanması.....	103
5.	Verilerin Çözümlemesi.....	103
Bölüm IV: Bulgular ve Yorumlar.....		105
1.	Alt Amaçlara İlişkin Bulgular.....	107
1.1	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazılarında İkna Edici Yazı Özelliklerini Kullanma Düzeyleri	107
1.2	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri ve Öğrencilerin Devam Ettikleri Okullar Arasındaki Fark	110
1.3	İkna Edici Yazma Düzeyleri ve Cinsiyet Arasındaki Fark.....	111

1.4	İkna Edici Yazı Özelliklerini Kullanma Becerileri ve Cinsiyet Arasındaki Fark	112
1.5	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Hikaye, Şiir, Kompozisyon vb. Yazım Sıklığı Değişkeni Arasındaki Fark	114
1.6	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve İkna Edici Yazı Yazmaktan Hoşlanma Durumu Değişkeni Arasındaki Fark.....	115
1.7	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Daha Önce İkna Edici Yazı Yazma Durumu Değişkeni Arasındaki Fark.....	116
1.8	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Daha Önce Sınıfta İkna Çalışması Etkinliklerinin Yapılma Değişkeni Arasındaki Fark.....	117
1.9	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Daha Önce Birini İkna Etme Çabasına Girişme Değişkeni Arasındaki Fark.....	117
1.10	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Evde İnternet Bağlantısı Varlığı Değişkeni Arasındaki Fark.....	118
1.11	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Kendilerine Ait Oda Bulunma Değişkeni Arasındaki Fark.....	119
1.12	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Öğrencilerin Evlerinde Kitaplık Bulunma Durumu Değişkeni Arasındaki Fark.....	120
1.13	İkna Edici Yazı Özelliklerini Kullanma Düzeyleri ve Okunan Kitap Sayısı Değişkeni Arasındaki Fark.....	120
1.14	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Eve Süreli Yayın Alma Değişkeni Arasındaki Fark.....	124
1.15	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Öğrencilerin Televizyon ve Bilgisayar Başında Geçirdikleri Süre Değişkeni Arasındaki Fark.....	125
1.16	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Anne ve Baba Öğrenim Durumu Değişkeni Arasındaki Fark	126
1.17	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Anne ve Baba Mesleki Durumu Değişkeni Arasındaki Fark.....	127
1.18	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Aile Ekonomik Düzeyi Değişkeni Arasındaki Fark.....	129
1.19	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Okul Sosyo-Ekonomik Düzey Değişkeni Arasındaki Fark.....	130

1.20	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve İzlenen Televizyon Programı Değişkeni Arasındaki Fark.....	131
1.21	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Kullanılan Neden Türü Değişkeni Arasındaki Fark.....	132
1.22	İkna Edici Yazma Beceri Düzeyi ve Seçilen Konu Başlığı Değişkeni Arasındaki Fark.....	133
Bölüm V: Sonuç, Tartışma ve Öneriler.....		135
1.	Sonuç ve Tartışma.....	135
1.1	Alt Amaçlara İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	135
2.	Öneriler.....	145
Kaynakça.....		147
Ekler.....		164
Ek: A	İzin Belgesi.....	164
Ek B:	Kişisel Bilgi Formu.....	166
Ek C:	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı.....	172
Ek D:	Öğrencilerin Yazılı İkna Edici Metinlerinden Örnekler.....	178

Tablolar Listesi

Tablo No	Başlık	Sayfa
1	Araştırmanın Evrenini Oluşturan Öğrenci Sayıları	75
2	Araştırmanın Örneklemine Oluşturan Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Okullar...	76
3	Örnekleme Katılan Öğrencilerin Cinsiyet ve Yazı Tipi Frekansları.....	77
4	İkna Edici Yazıları Değerlendirme Ölçeği (Rubrik) İçerik Geçerliği Uygunluk Derecesi Formu Örneği.....	86
5	Lawshe minimum içerik (kapsam) geçerliği oranları.....	88
6	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın Türkçe Dil ve Anlam Geçerliği Uygunluk Puanları.....	89
7	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın İçerik Geçerlik Katsayıları.	90
8	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın Madde-Toplam Korelasyonlarını Belirlemek Amacıyla Yapılan Sperman Korelasyon Analizi Sonuçları.....	91
9	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın Alt Özellik Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Puanları ile Alt Unsurlar Arasındaki Korelasyonlarını Belirlemek Amacıyla Yapılan Sperman Korelasyon Analizi Sonuçları.....	92
10	İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın Maddeler Bazında Cronbach Alpha Katsayıları	93
11	Metinlerin İddia Varlığı Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	94
12	Metinlerin İddiayı Destekleyen Neden Belirtme Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	95
13	Metinlerin Yazarın Üslup Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	95
14	Metinlerin Yazım Kuralları Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	96
15	Metinlerin Cümle Akıcılığı ve Cümlede Yapı Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	97
16	Metinlerin Kelime Seçimi Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum	97
17	Metinlerin Yüzey Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	98
18	Metinlerin Genel Organizasyon Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	98

19	Metinlerin Giriş Paragrafı Organizasyonu Özelliğinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	99
20	Metinlerin Gelişme Paragrafı Organizasyonu Özelliğinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum.....	100
21	Metinlerin Sonuç Paragrafı Organizasyonu Özelliğinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum	100
22	Değerlendirmeciler Arası Uyum Analizlerine Göre Korelasyon Ortalamaları ve Uyum Kat Sayıları	101
23	Verilerin Normal Dağılıp Dağılmadığını gösteren Kolmogorov ve Shapiro değerleri.....	107
24	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları İkna Edici Metinlerin İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'na Göre Aldıkları Puanların Dağılımları	109
25	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrenim Gördükleri Okullara Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları	111
26	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	112
27	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları Metinlerde İkna Edici Yazma Özelliklerini Kullanma Düzeyleri Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	112
28	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Hikaye, Şiir, Kompozisyon vb. Yazım Sıklıklarına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	114
29	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları Metinlerde İkna Edici Yazma Düzeyleri İkna Edici Yazı Yazmaktan Hoşlanma Durumu Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	115
30	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Daha Önce İkna Edici Yazma Durumu Değişkenine Göre İncelendiği Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	116

31	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Öğrencilerin Daha Önce Sınıfta İkna Etkinliklerinin Yapılma Değişkenine Göre İncelendiği Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	117
32	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Daha Önce Birini İkna Etme Çabası Gösterip Göstermeme Değişkenine Göre İncelendiği Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	118
33	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Evde İnternet Bağlantısı Varlığı Değişkenine Göre İncelendiği Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	118
34	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Kendilerine Ait Odalarının Bulunma Değişkenine Göre Farklı Olup Olmadığını Belirlemek İçin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	119
35	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Kitaplık Bulundurma Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	120
36	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Okunan Kitap Sayısına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	121
37	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Eve Süreli Yayın Alma Değişkenine Göre Farklı Olup Olmadığını Belirlemek İçin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	124
38	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları Metinlerde İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Öğrencilerin Televizyon ve Bilgisayar Başında Geçirdikleri Süreye Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	125
39	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Öğrencilerin Anne ve Baba Öğrenim Durumlarına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	126
40	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları Metinlerde İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin Anne ve Baba Mesleki Durumlarına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	128

41	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Öğrencilerin Aile Ekonomik Düzey Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları	129
42	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Okulların Sosyo-Ekonomik Düzeyleri Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	130
43	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri İzlediği Televizyon Programları Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları	131
44	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Öğrencilerin İkna Amacıyla Başvurdukları Neden Türü Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	132
45	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin İkna Edici Yazma Amacıyla Seçtikleri Konu Başlığı Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	134

Şekiller Listesi

Şekil No	Başlık	Sayfa
1	Retorik Üçgen	23
2	İkna Bilgi(si) Modeli	41
3	Lawshe içerik (kapsam) geçerliği oran formülü.....	87

BÖLÜM I

Giriş

1. Problem Durumu

Dil, bir insanın kendini ifade edebilmesini, çevresini anlayabilmesini ve anlamlandırabilmesini sağlayan bir iletişim aracıdır. Dil sayesinde olaylar, kişiler, nesnelere zihinde tasarlanıp, düşünülebilir ve düşünülenler çevreye aktarılabilir. Dilin varlık nedeni insanlar arasında oluşan iletişim gereğinden ortaya çıkmıştır (Orhanoglu, 2009).

İnsanın en önemli iletişim aracı olan dil, sadece konuşma sırasında ortaya çıkmaz. İnsan düşünürken, hayal kurarken, kitap okurken, karşısındakini dinlerken ve yazı yazarken de dili kullanır. Anılan (2012) dili, toplumun ve bireyin kendisini başkalarına açma ve anlatma aracı olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda bireylerin kendilerini yazılı olarak ifade ederken ikna etme becerilerini kullanabilmeleri oldukça önemlidir.

Eğitim sisteminin benimsediği ve hedeflediği; ne istediğini bilen, yaratıcı, üreten, dili doğru ve etkili kullanabilen nitelikli insan vasıflarına sahip bireylerin yetişmesi, bu doğrultuda hazırlanan öğretim programlarıyla gerçekleştirilmektedir. Her öğretim programının kendi içerisinde geliştirmeyi hedeflediği beceriler vardır. Bu beceriler hayata hazırlanan öğrencinin hayatında başarılı olabilmesi için gerekli etkenlerden bazılarıdır.

Günümüz eğitim anlayışında sorgulayan, eleştiren, bilgiye ulaşmayı beceri hâline getirmiş, yapıcı ve yaratıcı bireyler yetiştirmek amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda Türkçe dersleri, bireylerin düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilecekleri, duygularını akıcı bir üslupla anlatabilecekleri, yazmaktan zevk alan ve kendisine yazmayı bir uğraş edinmiş çocukları yetiştirmeye dönük olarak planlanmalıdır (Öztürk, 2007).

Türkçe Dersi Öğretim Programı da; dinleme, konuşma, okuma, yazma, görsel okuma ve görsel sunu ile ilgili temel becerilerin geliştirilmesinin yanı sıra metinler arası düşünme, anlama, sıralama, sınıflama, sorgulama, ilişki kurma, eleştirme, analiz – sentez yapma ve değerlendirme gibi zihinsel becerilerin geliştirilmesini de hedeflemektedir. Geliştirilmesi hedeflenen becerilere bakıldığında her birinin üst düzey beceriler olduğu ve bu becerileri kazanma adına bireyin ikna edici yazı yazma

etkinliklerinde daha aktif bir şekilde rol alacağı görülmektedir. İkna edici yazma becerisi, anlama, sorgulama, analiz, sentez ve değerlendirme gibi becerilerin işe koşulduğu bir yazma becerisi olduğundan öğrencilerin bu beceriyi edinmesinde büyük yarar bulunmaktadır.

Hayatın bütün aşamalarında yazı dili, insanlarla olan ilişkilerde duygu ve düşünceleri, istekleri açıklamada kullanılan bir araçtır. Günümüzde öneminden hiçbir şey kaybetmeyen yazma becerisi, öğrencilerde istenilen düzeyde geliştirilmek isteniyorsa, eğitim politikalarında yazma becerisine yeteri kadar önemin verilmesi, öğretmenlerin donanımlı olması ve eğitim programlarının bu yönde hazırlanması bir zorunluluktur (Öztürk, 2007).

Türkçe Öğretim Programında belirtildiği gibi ilköğretimi tamamlayan öğrencilerden duygu, düşünce ve isteklerini yazılı olarak doğru ve düzgün biçimde ifade edebilmeleri beklenmektedir. Hayata dair işlevsel becerilerden bir olan ikna edici yazma becerisi gündelik yaşamda kullanılmakta, öyküleyici yazma, betimleyici yazma, bilgilendirici yazma gibi anlatım türlerini içermektedir.

İkna etme becerisi, günlük hayatta insanların birbiriyle iletişime geçtiği andan itibaren kullanılmaya başlar. Duygu ve düşünceleri karşıdaki bireye veya topluluğa kabul ettirebilmek için ikna çabası gerekmektedir. Yine bakıldığında belirli bir düşünceyi veya ideoloji benimsemek için o konuda ikna olunması gerekir. Bir satıcının herhangi bir eşyayı satabilmesi için müşterisini ikna etmesi gerekir. Sinemada seçilen film afişlerinin veya fragman görüntülerinin izleyicileri ikna etmesi beklenir. Televizyon programları da izleyici çekebilmek için ikna tekniklerini kullanmaktadır. Televizyonlarda yayınlanan reklamların, hedef kitleyi etkisi altına alabilmesi ve ürünü satabilmesi için hedef kitlesini ikna etmesi gerekir. Yine hukuk alanında iknanın önemi ortadadır. Avukatların savundukları kişilerin haklı olduğunu ortaya çıkarmaları için hakimleri ikna etmeleri gerekir. Herhangi bir bilimsel araştırmanın sonucunda yazılan araştırma raporlarında ortaya atılan düşüncelerin ve sonuçların da ilgilenenleri ikna etmesi beklenir. Öğrencilerin sınav kağıtlarına yazdıkları ile öğretmenlerini ikna etmesi gerekir ki geçer not alabilsin. Kuşkusuz bu örnekleri çoğaltmak mümkündür; tüm örneklerin ortak noktası ise iknanın yaşamın bir parçası ve günlük hayatın içinde olduğudur.

İster sözlü ister yazılı olsun ikna edici ürünlerin günlük hayatın bir parçası olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu kadar hayatın içerisinde yer alan bir becerinin öğrencilerce edinilmesi gerektiği de günün şartları düşünüldüğünde eğitim öğretimin içerisinde yer almasını zorunlu kılmaktadır. Ayrıca Kurdayoğlu ve Yılmaz'a (2014) göre ikna edici yazma becerisi, öğrencilerin ikna yeteneklerinin gelişmesini ve ikna tekniklerini çözümlenmelerini sağlamaktadır. Birey eleştirel ve analitik düşünürken, bilgiyi üretip anlamlı hale getirmeye çalışmakta üst düzey bilişsel beceriler kullanmaktadır.

Görüldüğü üzere günümüzde dili etkili ve düzgün kullanma becerisinin içinde bireyler arası sözlü ve yazılı iletişimde ve günlük yaşamda ikna becerisi önemli bir yer tutmaktadır. İkna; insanların birbirlerini etkilemeleri, kendini ifade edebilmeleri, karşıdaki insana kendini kabul ettirebilmeleri, toplumda bir şeyleri birilerine inandırabilmeleri adına bireylerde bulunması gereken bir beceridir. Bu beceri aynı zamanda İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı'nda (1-5. sınıflar) da yer alan bir beceridir ve öğrencilere kazandırılması gereken kazanımlar arasındadır. Öğrencilerin öğrenim sürecinde bu beceriyi edinmesi önemli olduğu gibi çok fazla dikkat çekmeyen ama hayatın her anında karşılaşılan bu becerinin varlığı göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu nedenle bu çalışmada ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerilerinin değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Bir başka deyişle İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı'nda da yer alan ve kazanılması gereken bir becerinin ne ölçüde kazanıldığının belirlenmesi ve öğrencilerin bu beceriyi ne ölçüde kullanabildiğini belirlemek önemlidir.

2. Araştırmanın Amacı

İkna edicilik bir metin türü olarak ele alınmaktadır. İkna edici metinlerin eğitimde kullanılmasının öğrencileri kendine güvenli bir şekilde geleceğe hazırlayan bir uygulama olacağı düşünülmektedir. Bunun sebebi iknanın iletişimin vazgeçilmez bir unsuru olmasıdır. Çoğu zaman ikna yeteneği kuvvetli kişiler, başarılı bir iletişimci olarak anılırlar. Bu açıdan ikna yeteneğine yönelik düşünceler ve uygulamalar, kişisel gelişim çalışmalarında sıklıkla işlenmektedir.

Türkçe eğitimi açısından bakıldığında başarılı bir iletişim ve dili etkili kullanabilme adına ikna edici yazma çalışmalarına önem verilmesi gerektiği

düşünülmektedir. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin değerlendirilmesini konu edinen bu araştırmanın amacı “ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerileri ne düzeydedir?” sorusuna yanıt aramaktır.

Bu bağlamda araştırmada ilköğretim beşinci sınıf Türkçe Dersi Öğretim Programında yer alan ‘ikna edici yazılar yazar’ kazanımı göz önüne alınarak, ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin oluşturdukları ikna edici yazılarında, ikna edici yazı unsurlarını barındırma düzeyleri ve öğrencilerin ikna edici yazılarının ikna etme gücünün belirlenmesi amaçlanmıştır.

2.1. Araştırmanın alt amaçları

Bu çalışmada amaç cümlesine bağlı olarak şu alt amaçların araştırılması amaçlanmıştır:

- 1) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri nedir?
- 2) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri devam ettikleri okullara göre farklılık göstermekte midir?
- 3) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 4) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma unsurlarını kullanma düzeyleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 5) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri hikaye, şiir, kompozisyon vb. yazım sıklıklarına göre farklılık göstermekte midir?
- 6) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri ikna edici yazı yazmaktan hoşlanma durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 7) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri daha önce ikna edici yazı yazma durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 8) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin daha önce sınıfta ikna etkinliklerinin yapılma durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 9) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri daha önce birini ikna etme çabası gösterip göstermeme değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

- 10) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri evde internet bağlantısı varlığı değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 11) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri kendilerine ait odalarının bulunma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 12) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri kitaplık bulundurma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 13) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı öğelerini kullanma düzeyleri, okunan kitap sayısına göre farklılık göstermekte midir?
- 14) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri eve süreli yayın alma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 15) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri, öğrencilerin televizyon ve bilgisayar başında geçirdikleri süreye göre farklılık göstermekte midir?
- 16) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin anne ve baba öğrenim düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?
- 17) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin anne ve baba mesleki durumlarına göre farklılık göstermekte midir?
- 18) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin aile ekonomik düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
- 19) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrenim gördükleri okulların sosyo-ekonomik düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?
- 20) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin izlediği televizyon programları değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 21) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin ikna amacıyla başvurdukları neden türü değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- 22) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin ikna edici yazı yazma amacıyla seçtikleri konu başlığı değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

3. Araştırmanın Önemi

Ülkemizde ikna, ikna etme, ikna edici yazılar yazma, iletişimde ikna, metinlerde ikna unsuru üzerine ilgili alan yazın incelendiğinde yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Türkçe eğitimi göz önüne alındığında da söz konusu durum bundan pek farklı olmamakla birlikte çalışmaların daha da azalarak birkaç çalışma ile sınırlı kaldığı

görülmektedir. Bu nedenle öğrencilerin günlük yaşamda kullanmak durumunda oldukları ikna etme becerisini, yazılı anlatımlarında kullanıp kullanamadıklarının belirlenmesi önemlidir. Bu bağlamda bu araştırma İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı'nda da yer alan ikna becerisinin 'ikna edici yazılar yazar' kazanımını göz önünde bulundurarak, öğrencilerin bu beceriyi edinip edinmeme durumunu, öğrencilerin ikna edici yazılarında hangi öğeleri kullandıklarını ortaya koymas ve ikna edici edici yazıların nasıl değerlendirileceğine ilişkin bir ölçme aracını alana kazandırması bakımından önemli görülmektedir. Ayrıca araştırmanın alanda çalışan kişilere, öğretmenlere ve ilgili öğrencilere katkı sağlaması beklenmektedir.

4. Sayıtlar

Araştırmanın dayandığı temel sayıtlar şunlardır;

- (i) Araştırmaya katılan ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerileri, gerçek seviyelerini yansıtmaktadır.
- (ii) Örneklem, evreni temsil edebilecek niteliktedir.

5. Sınırlılıklar

Bu çalışma;

- (i) 2011-2012 öğretim yılında Eskişehir ili, Tepebaşı ilçesi merkez ilköğretim okullarından, beşinci sınıfta öğrenim gören 857 öğrenciyle,
- (ii) Öğrencilerin kurguya dayalı oluşturdukları metin yapılarının ikna edici özelliklerinin değerlendirilmesiyle,
- (iii) Öğrencilerin, araştırmada kullanılan veri toplama araçlarına yansıttıkları becerileriyle,
- (iv) Öğrencilerin yazma uygulamaları sırasındaki davranışları ve bu davranışları etkileyen koşullar ile sınırlıdır.

6. Tanımlar

Dil: İnsanlarınduygu, düşünce ve gözlemlerini işaret veya kelimelerle paylaştıkları bir sistemdir (Güneş, 2013, s.21).

İkna: İnandırma, razı etme, kişinin tutum ya da davranışlarını zorlama olmaksızın etkilemeyi hedefleyen iletişim süreci, bir konuda birinin inanmasını sağlama, kandırma (Deniz, 2007).

İletişim: Tarafların bilgi/sembol üreterek birbirlerine iletme ve bu iletileri anlama, yorumlama sürecidir (Eroğlu, 2013, s.7)

Retorik: İkna etmesi gereken ya da ikna etmeyi amaçlayan argüman ve söylemlerin sergilenmesidir (Meyer,2009, s.10).

Yazma: Düşüncelerimizi ifade edebilmek için gerekli sembol ve işaretleri motorsal olarak üretebilme becerisidir (Akyol, 2007, s.51).

7. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde yazılı anlatım, ikna edici yazı yazma ve ikna edici yazıda bulunan unsurlarla ilgili konularda Dünya’da ve Türkiye’de yapılan çalışmalar, bu çalışmaların uygulanış biçimi ve sonuçları ile ilgili bilgiler verilmektedir.

Beard, R. ve Burrell, A. (2010), "Writing Attainment in 9- to 11 Year-olds: Some Differences Between girls and boys in two genres" (9 -11 Yaşlarındaki Çocukların Yazma Kazanımları: Kızlar ve Erkeklerin Arasındaki Bazı Farklılıklar) isimli çalışmasında 9 ve 11 yaş aralığında 112 öğrenciye standartlaştırılmış test uygulamış, çalışmasında cinsiyet farklılığı olmadığını belirtmiş; ancak öğrencilerin yaş büyüdükçe ikna edici yazıların sahip olması gereken özellikleri daha fazla yansıttığını belirtmiştir.

Burkhalter, N. (1995), "A Vygotsky Based Curriculum for Teaching Persuasive Writing İn The Elementary Grades" (Temel Seviyede İkna Edici Yazmayı Öğretmek İçin Vygotsky Tabanlı Öğretim Programı) isimli çalışmasında her sınıf düzeyinde deney ve kontrol grupları oluşturarak 153 dördüncü ve altıncı sınıf öğrencisiyle 3 haftalık bir çalışma yapmıştır. Bu araştırmaya göre; deney grubundaki öğrencilerin kontrol grubundaki öğrencilere göre ikna edici yazı düzeyleri daha yüksek çıkmıştır. 4. sınıf deney grubu öğrencileri 6. sınıf deney grubu öğrencilerine göre daha düşük başarı göstermesine rağmen, 4. sınıf öğrencilerinin gelişiminin daha iyi olduğunu belirtilmiştir. Ayrıca çalışmada 9 yaşa kadar olan öğrencilerin ikna edici yazı yazma konusunda daha yetenekli olduğu belirtilmiştir. Cinsiyet farklılığına da değinilen araştırmada, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha başarılı ikna edici yazı sergiledikleri görülmüştür. Ayrıca araştırmada katılımcıların en çok zorlandıkları kısmın kesinlik, netlik olgusu olduğu gözlenmiş, bunun sebebi olarak da ikna edici yazıların hem zihinsel hem de fiziksel etkinlikleri kapsaması nedeniyle küçük yaştaki

öğrencilerin yazmakta zorlandıkları vurgulanmıştır. Ayrıca 6. sınıf öğrencilerinin 4. sınıf öğrencilerine göre daha iyi performans sergiledikleri belirtilmiştir. Bulguların genel olarak Vygotsky'nin yaklaşımını desteklediği belirtilerek, her çocuğun gelişim dönemlerinin farklı olduğu vurgulanmış ancak 11 yaş sonrasının biçimsel olarak bunları uygulayabildikleri görülmüştür.

Connor (1990), "Linguistic/Rhetorical Measures for International Persuasive Student Writing" (Uluslararası İkna Edici Yazma İçin Dil/ Retorik Ölçümler) isimli çalışmasında ikna edici yazı yazma öğretimi ve öğrenciler tarafından yazılan makalelerin değerlendirilmesini yapmıştır. Araştırmada, İngilizce konuşulan üç farklı ülkede (İngiltere, Yeni Zelanda, Amerika Birleşik Devletleri) lise düzeyindeki 150 öğrenciden ikna edici makale yazmaları istenmiştir. Öğrencilere yazdırılan ikna edici yazılar üç bağımsız puanlayıcı tarafından değerlendirilmiştir. Araştırmada retoriksel ve dilsel ölçüm sonuçları açıklanmıştır. Araştırmada ikna edici yazı öğretiminin göstergeleri bulunduğunu dile getiren araştırmacı, ikna edici başvuruların ve tartışmacı yapıların vurgulanmasını tavsiye etmiştir. Ayrıca ABD'li öğrencilerin diğer ülkelere göre ikna edici özellikler (bilgi, kesinlik, etkililik, mantıksal ve güvenilirlik) bakımından daha düşük puanlar elde ettiği görülmüştür.

Coşkun (2006), "İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Kompozisyon Yazma Becerileri Üzerine Bir Araştırma" isimli çalışmasında 156 ilköğretim beşinci sınıf öğrencisiyle çalışmıştır. Araştırmada öğrencilere altı adet kompozisyon konusu dağıtılmış ve bir tanesini seçip, onunla ilgili bir kompozisyon yazmaları istenmiştir. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin cinsiyetlerine göre kompozisyon yazmada bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Araştırmada anne- baba eğitim düzeyinin, ailenin sosyo-ekonomik durumunun, derse yönelik tutumların kompozisyon yazmada etkili olduğu bulunmuştur.

Çelik (2012), "İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Yazılı Anlatım Becerilerinin Farklı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi" isimli çalışmasında Samsun ili merkezindeki okulların üçünden seçilen 420 öğrenci üzerinde, farklı değişkenlerin yazılı anlatım becerilerini etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin yazma becerilerinin cinsiyet, evde kitaplık bulundurma, kendilerine ait odalarının olması, günlük tutma, okul öncesi eğitim alma durumlarına göre anlamlı farklılık oluşturmadığı, babanın ve annenin eğitim durumu,

ailenin sosyo-ekonomik düzeyi, eve süreli yayın girmesi ve düzenli kitap okuma değişkenlerine göre ise anlamlı bir farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir.

Deniz (2007), "İlköğretim İkinci Kademedeki Konuşma ve Dinleme Yoluyla Öğrencileri İkna Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmada ilköğretim ikinci kademedeki bir ders işleme sürecindeki öğretmen öğrenci iletişiminde, öğretmenlerin konuşma ve dinleme yoluyla ikna edici iletişim unsurlarını ne ölçüde kullandıkları ve bunları kullanma düzeylerini etkileyen faktörleri incelemiştir. Araştırmaya Ankara'da bulunan ilköğretim okullarının ikinci kademesinde görev yapan 150 Türkçe öğretmeni ve bu okullara devam eden 750, yedi ve sekinci sınıf öğrencisi katılmıştır. Araştırmada öğretmenlerin ikna edici iletişim davranış ve tekniklerini uygulayıp uygulamadıkları kendi görüşleriyle belirlenmiştir. Görüşlerin tutarlılığı da öğrencilere dağıtılan formlarla gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya göre öğretmenlerin bir ders sürecindeki ikna edici iletişimini etkileyen faktörler, öğretmenlerin cinsiyeti ve sınıftaki öğrenci sayısıdır. Kıdem, mezun olunan okul, lisans tamamlama veya lisansüstü eğitim yapma, ekonomik durum, medeni durum, çocuk sayısı, ek işte çalışma, haftalık ders saati, iletişim konulu bir faaliyete katılma durumlarının öğretmenlerin ikna edici iletişim unsurlarını kullanmalarına anlamlı düzeyde bir etkisi yoktur. Ayrıca öğretmenler kendilerince, ikna beceri ve tekniklerini genel olarak "iyi" düzeyde uyguladıklarını belirtirken öğrenci görüşleri bunu desteklemediği görülmüştür.

Göçer (2011), "Öğrencilerin Yazılı Anlatım Çalışmalarının Türkçe Öğretmenlerince Değerlendirilmesi Üzerine" adlı çalışmada Türkçe öğretmenlerinin uyguladıkları değerlendirme biçimlerini tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışma nitel araştırma türündedir. Bu doğrultuda 12 Türkçe öğretmeni ile görüşme yapılmıştır. Türkçe öğretmenlerinin öğrencilerine yazdırdıkları etkinlik içi yazma dokümanları ile yazılı sınav kâğıtları doküman olarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda yazılı anlatım çalışmaları değerlendirilirken her bir öğretmenin farklı ölçütlerle değerlendirme yaptığı, bütün öğretmenlerin kullandığı genel bir ölçüt birliğinin olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca değerlendirmeler yapılırken biçimsel özelliklerin içerik özelliklerinden daha ön planda tutulduğu görülmüştür.

Kissel (2003), "Promoting Writing And Preventing Writing Failure in Young Children" (Çocuklarda Yazma Becerisini Geliştirme ve Yazım Hatalarını Önleme) isimli çalışmasında erken çocukluk döneminde yazma becerileri geliştirilen çocukların daha ileriki yaşlarda daha iyi yazılar yazdıklarını, bu dönemde yapılan çalışmaların

ilerideki dönemlerde de yazma becerisini etkilediğini savunmaktadır. 4. 8. ve 12. sınıf çocuklarıyla yapılan araştırmalarda da bu durum desteklenmiş ve bu durumda öğretmen rolünün ve çocuğun gelişim düzeyine uygun bir yazma ortamı oluşturulmasının oldukça önemli olduğu saptanmıştır.

Kırbaş (2006), "İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Yazılı Anlatım Becerilerinin Değerlendirilmesi" isimli çalışmasında Erzurum'da öğrenim gören 171 öğrenciye yazılı anlatım çalışması yaptırmış; bu yazılı anlatımları imla, noktalama kurallarının uygulanması ve planlama hatalarının belirlenmesi açısından incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin yazılı anlatımlarının cinsiyet, okul, ailenin gelir düzeyi, en sevdiği ders, Türkçe dersinden almış olduğu not gibi değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Leon (2008), "Middle-School Students Comprehending, Analyzing, and Evaluating Persuasive Text" (Ortaokulu Öğrencilerinin İkna Edici Metinleri Kavraması Analiz Etmesi ve Değerlendirmesi) adlı çalışmasında altıncı sınıftan sekizinci sınıfa 11-15 yaşları arasındaki 357 ortaokul öğrenciyle yapılmıştır. Bu öğrenciler hayvanat bahçesindeki hayvanları korumayla ilgili bir tartışma okumuşlar; bu tartışma tek taraflı, çift taraflı çürütme ya da çift taraflı çürütmeme şeklindedir. Metin içeriği duygusal ve gerçektir. Öğrenciler okurken metnin ikna ediciliğini kendileri oranlıyarak değerlendirmiştir. Okumadan önce ve okuduktan sonra inançlarını ve bilgilerini karşılaştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda ortaokul öğrencilerinin çoğu tartışma ve ikna etme konusunda yetişkin bilgilerinden yoksun oldukları görülmüştür. Çoğu öğrenci bilgilendirme için ikna edici metinleri yazılı olarak belirlemiştir ve konuyu ana nokta olarak, bir iddiayı da destekleyici detay olarak seçmiştir. Sözel cevaplar, kavramak, analiz etmek ve değerlendirmek için ikna edici içeriği ya da tartışmanın yapısıyla ilgili bilgileri çok az sayıda öğrencinin kullandığını göstermiştir. Öncelikleri değerlendirirken çoğu öğrenci kanıtı olan kaynakları seçmiştir. Ancak sözel sonuçlar öğrencilerin çoğunun kanıt temelini seçmek yerine metin tabanlı kanıtları, önceki bilgileri ve inançlarını seçtiği görülmektedir. Öğrenciler duygusal içeriği gerçek içerikten daha inandırıcı bulmuşlardır. Diğer sonuçlar da tek taraflı tartışmaların öğrencileri daha çok etkilediğini göstermektedir. Algılanan bilgideki değişiklikler inançlardaki değişiklikleri yansıtmaktadır.

Nippold Ward-Lonergan ve Fanning (2005), "Persuasive Writing in Children, Adolescents and Adults: A Study of Syntactic, Semantic, and Pragmatic Development" (Çocuklarda, Ergenlerde ve Yetişkinlerde İkna Edici Yazı Yazma: Sözdizimsel, Semantik ve Pragmatik gelişmelerin çalışması) adlı çalışmada katılımcılar sirklerde performans göstermek için eğitilen hayvanları tartışmalı bir şekilde konu alan bir makale yazmışlardır. Daha sonra metinler sözdizimsel, semantik ve pragmatik gelişimlere odaklanarak detaylı bir şekilde incelenmiştir. Çalışma gelişim çağındaki çocuklar, ergenlik dönemi çocukları ve yetişkinler olmak üzere 7, 11 ve 24 yaşları arasında 180 kişiye uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; ikna edici yazının uzunluğu, cümle uzunluğu, kelime çeşitliliği, bağlaçlar, metalinguistik, metabilişsel fiillere göre farklılıkların yaşla orantılı bir şekilde değiştiği görülmüştür. Ayrıca yetişkin yazarların, genç yazarlara göre daha farklı ve daha çok sayıda nedenlemelere başvurdukları görülmüştür. Araştırmaya göre yetişkin yazarlar düşüncelerini kanıtlama konusunda daha esneklerdir.

Otan (2010) "Türkçede İkna Söylemi: Sözbilimsel Soruların Söylem Edimbilimsel İşlevleri" adlı çalışmasında Türkçede ikna söyleminde kullanılan dilsel araçlardan birinin sözbilimsel sorular olduğunu belirtmiştir. Çalışmada, yazarın okurla iletişime geçerken sözbilimsel soruların söylem-edimbilimsel işlevlerinin neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın veri tabanını beş farklı gazetenin üç yazarının dört aylık köşe yazılarından elde edilmiş sözbilimsel sorular oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucunda veri tabanını oluşturan gazetelerdeki sözbilimsel soruların yazarlar tarafından: 1) nedenselliğin metin içinde verildiği sav işlevli sözbilimsel sorular, 2) nedenselliğin metin içinde verildiği görüş işlevli sözbilimsel sorular 3) zıt kutup belirten sözbilimsel sorular, 4) "neden" soru sözcüğü ile belirtilen sözbilimsel sorular, 5) yardımcı sözbilimsel sorular, 6) soruların yanıtlarıyla birlikte verildiği sözbilimsel sorular, 7) tetikleyici sözbilimsel sorular olmak üzere yedi farklı türde kullanıldıkları saptanmıştır. Sözbilimsel sorular, söylem-edimbilimsel işlevleri açısından değerlendirildiğinde ise dört farklı işlev ortaya çıkmıştır: Bunlar; düşüngüdüleme, yönlendirme, paylaşılan - öznellik ve tetikleme işlevidir.

Standish (2005), "The Effects Of Collaborative Strategic Reading And Direct Instruction In Persuasion On Sixth-Grade Students' Persuasive Writing And Attitudes" (İşbirlikli Stratejik Okumanın Etkileri ve 6. Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazı Yazma ve Tutumları Üzerinde İkna Yolunda Doğrudan Öğretim) isimli çalışmasını 2003-2004

yılında üç farklı özel okulda öğrenim gören 59 altıncı sınıf öğrencisiyle yapmıştır. Araştırma üç farklı gruba uygulanmıştır. Birinci gruba işbirlikli okuma stratejisi ve ikna içerikli doğrudan öğretim verilmiştir. İkinci gruba sadece doğrudan öğretim verilmiştir. Üçüncü grup ise kontrol grubudur. Çalışma sonucunda önemli bulgular ortaya konulmuştur. İlk olarak, işbirlikli stratejik okuma ve ikna konusunda doğrudan öğretim ile eşleştirilen öğrenciler, altı kez yapılan ölçüm sonuçlarına göre, diğer iki davranış koşullarından daha iyi performans göstermişler. Çalışma süresince, aynı öğrencilerin işbirlikli gruplarda çalışırken altı haftalık müdahalede görevle ilgili diğer iki davranış koşullarındaki öğrencilerden daha fazla zaman harcadığı gözlemlenmiştir. İkna konusunda doğrudan öğretim grubunda öğrenciler, diğer iki davranış koşullarındaki öğrencilere kıyasla daha iyi bir performans sergileyememişlerdir. Ancak örnek durum çalışmasındaki öğrencilerin ikna konusunda doğrudan öğretimde uygulamadaki örnek yazılarından faydalandıkları görülmüştür. Son olarak, üç farklı davranış koşulunda da öğrencilerin yazmaya karşı tutumları test öncesinden test sonrasına önemli derecede farklılıklar göstermemiştir. Ancak, örnek durum çalışmasındaki öğrencilerin cevapları öğrencilerin yazmaya karşı pozitif bir tutum içerisindeyse daha çok yazma etkinliği gerçekleştirdiklerini ve daha etkili yazabildiklerini ortaya koymuştur. Çalışmanın tüm sonuçlarına göre işbirlikçi stratejik okuma ve ikna konusunda doğrudan öğretim, öğrencilere ikna edici bir yazı yazdırmayı öğretme konusunda çok güçlü bir etki yaratmaktadır. Ancak, öğrencilerin yazmaya karşı tutumlarını ve ikna etme konusundaki doğrudan öğretimin etkilerini daha iyi belirlemek için daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

BÖLÜM II

Kavramsal Çerçeve

Araştırmanın bu bölümünde ikna, ikna becerisi ve ikna edici yazılar temelinde ilgili temel kavram ve konulara yer verilmiştir.

1. İletişim

İletişim, genel anlamda bilgi, duygu ve düşünceleri işe koşarak insanları etkilemektir (Konrot, 2003). Sosyal bir çevrede yaşayan, toplumsal bir varlık olan insan, doğası gereği iletişim halindedir. Birçok nedenden dolayı iletişim halinde olan birey, bu iletişimi sözlü veya sözsüz olarak gerçekleştirmektedir.

İnsanlar, iletişim sürecinde karşılıklı sözlü iletişim, beden dili, mektup, makale, gazete vs. yazılı dokümanlar kullanmalarının yanı sıra günümüzde de telefon, internet, televizyon (film, reklam vs) gibi araçlar vasıtasıyla sürekli iletişim halindedir. Bu iletişim süresinde isteyerek ya da istemeyerek, doğrudan ya da dolaylı, kurulan her tür iletişimde taraflar arasında bir paylaşım söz konusu olmaktadır. İletişim sırasında herhangi bir bilgi, duygu veya düşünce paylaşımı vardır. Bu paylaşımında iletişime geçen kişilerin benzer düşüncelere veya benzer yargılara sahip olabilecekleri gibi birbirlerinden farklılaşacağı noktalar da olacaktır (Seymenoğlu, 2009). Bu farklılaşmadan ötürü kişiler birbirlerini ikna çabasına girişeceklerdir. Yani; duygu, düşünce, tutum ve davranışlarda farklılaşmanın yaşandığı bu gibi durumlarda kişiler, sahip oldukları ve karşı tarafa aktardıkları bilginin doğruluğuna, karşıdaki insanın tutum ve davranışlarını değiştirmeye veya var olan görüşü daha da güçlendirmeye yönelik ikna etme çabasına girişeceklerdir.

İkna üzerine yapılmış çalışmalara bakıldığında, bu çalışmaların geneli itibari ile iletişim alanında olduğu söylenebilir. Aristo'dan günümüze kadar ikna üzerine yapılmış olan çalışmaların tutum ve davranışları değiştirmeye yönelik beceriler üzerine odaklandığı görülmektedir (Sypher, Russo ve Hane, 2002). Etkileyici ve ikna gücü yüksek bir iletişimde, hedef kitlede üç farklı amaç üzerine planlamanın yapılabileceği söylenebilir. Hedef kitlenin bilgi düzeyinde, tutumlarında veya davranışlarında değişim yaratmak etkileyici bir iletişim kurmanın amaçları arasındadır (Özodaşık, 2010). İkna edici bir iletişimde karşıdaki kişinin tavır ve davranışlarını etkilemek için aktarılan

mesajlar, ikna çabasına girişilen kişilerin zihnine ve kalbine (duygularına) etki etmek için düzenlenmelidir. Çünkü ikna çabasının olduğu bir iletişimin temelinde kalbe (duygulara) ve zihne (mantığa) hitap etmek yatar (Ajzen, 1992). Duyguları ve mantığı işe koşarak yapılan ikna çabasının olduğu bir iletişimde ikna edilmek istenen kişinin, iletişim esnasında anlatılan konunun kabulü veya tutum ve davranış değişikliği yaratma durumu düşünüldüğünde, iletişim becerisi ne kadar güçlüyse karşıdaki kişiyi ikna etme gücü de o kadar fazla olacaktır (Borg, 2012).

İletişim sırasında, ikna edici özelliklere sahip insanların, dikkat ettiği etmenlere bakıldığında ikna edici insanlar, kim, kime, ne ve nasıl hitap ettiğinin vurgusunu yapmaktadırlar. İyi ve kötü konuşmalar arasındaki farklılıklar bu değişkenlerden etkilenmektedirler. İletişimdeki bu sürecin öğelerini konuşmacı (kim), içerik değişikliği (ne), hitap ettiği hedef kitle (kime) ve konuşmacının kullandığı teknikler (nasıl) karşılamaktadır (Lasswell, 1948, akt., Power, 1998). Bu sözlü iletişim süreci, yazılı iletişim sürecine uyarlandığında çok da farklılık göstermeyeceği söylenebilir.

İletişim içerisinde konuşma becerisi ile birlikte anlatım faaliyetini sağlayan bir diğer beceri de yazmadır. Yazma eylemi de anlatım faaliyetlerinden biridir. Yazma eylemi kişinin duygularını, düşüncelerini, hayallerini ve isteklerini belli kurallar dahilinde birtakım sembollerle ifade etmesidir (Çelik, 2012).

Weiss (1993) aktarılmak istenilen mesajın, sözlü yerine yazıyla da verilebileceğini, bir dili konuşan ya da okuyabilen her insanın yazabileceğini, yazılı olarak sunum yapabileceğini belirtmiştir. Bu bağlamda bakıldığında hem konuşma hem de yazma becerisinde konu iletişimidir. Her iki durumda da, düşüncelerin ya da duyguların dışa vurumu veya başkalarına iletme durumu söz konusudur. İster konuşarak, ister yazarak olsun verilen mesajı alan kişinin anlatılmak istenenleri anlayabileceği, verilen hissiyatı ve inancı algılayabileceği şeyleri içeren bir mesaj gönderimi söz konusudur.

İkna amaçlı yazılı iletişimde de amaç çoğu zaman bir fikri, duyguyu, bilgiyi aktarmak ve ikna etmek istediği kişi veya kişilerin tutum ve davranışlarını değiştirmek, onu bir konuda ikna etmektir (Özodaşık, 2012).

2. İkna

Günlük yaşamın her anında kullanılan ikna becerisinin yeterince dikkat çekmediği söylenebilir. Halbuki iki insanın iletişime geçtiği andan itibaren ikna süreci başlamaktadır. Bir kişinin görüşlerini karşı taraftaki insanın dinleyip kabul etmesi ve iletişimin sürmesi için karşısındaki insanı ikna etmesi gerekmektedir.

Günlük yaşamın vazgeçilmez ve ayrılmaz bir parçası olarak karşımıza çıkan ikna olgusu aslında toplumlarda belirgin bir şekilde rol oynamaktadır. İkna, sosyal ilişkilerde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü her insan, yaşamının herhangi bir anında herhangi bir yerde diğer insanları ikna etme gereği duyabilir. Mağazadaki bir satıcının, ürünü müşterisine satmak için ikna etmesi gerekir (Bakır, 2006). İkna yaşamın her alanında olmakla birlikte siyaset, yargı sistemi ve din alanlarında, reklamcılıkta, medyada da görülmektedir (Humphrey, 2010). Eğitimde de kişilerin birbirlerine karşı ikna edici tutumlar sergilemesi, kalıcı ve bilgilendirici öğrenmenin gerçekleşmesi için önemlidir. Yine, öğretmenin öğrencileri tarafından kabul edilmesi, dinlenmesi için öğrencilerini ikna etmesi gerekir. Bir çocuğun arkadaşlarının arasına katılması, söz hakkına sahip olması, diğer çocukların onu kabul etmesi için arkadaşlarının ikna olması gerekmektedir. İzlediğimiz TV programları, afiş, reklam broşürleri, dilekçeler, dilek, istek, şikayet mektupları vb. bizi bir konuda ikna etmeyi amaçlamaktadır.

İletişim süresinde kişiyi ikna etmede ve etkilemede başarıya ulaşmak için iki farklı durumla karşılaşmaktadır. Bunlardan biri etkilemek istenilen kişinin tutumunu değiştirmek bir diğeri ise ikna etme çabasına girilen kişinin konuyu benimseyip tutumuyla birlikte davranışlarında bir değişikliğe neden olmaktır (Petty ve Cacioppo, 1979). Bu iki duruma göre Seymenoğlu (2009) iknayı, bir insanın kendi görüşleri ve amaçları doğrultusunda, karşısındaki kişinin düşünce, tutum ya da davranışlarında, kendi tarafına yönelik değişikliği meydana getirmek için kurduğu iletişim olarak tanımlamaktadır. Kelime anlamı ve köken olarak bakıldığında ikna, Arapça kökenli bir sözcüktür. Türk Dil Kurumu sözlüğünde, bir konuda birinin inanmasını sağlama, inandırma ve kandırma olarak tanımlanan ikna, sosyal psikoloji sözlüğünde ise ikna etme çabasına girilen kişi veya kişilerin tutum veya davranışlarını zorlamak, manipüle etmek yerine, çeşitli akıl yürütmelerle ve kanıtlama yoluyla etkileme eylemi olarak tanımlanmaktadır (Bakır, 2006).

Akdeniz (2010, s.98) ikna kavramını şöyle açıklamaktadır:

İkna, İngilizce ve Fransızca'da "persuasion" olarak kullanılmaktadır. Bazı kişiler "inandırma/ to convince" anlamında da kullanmayı tercih etmektedirler fakat "ikna / persuasion" ile "inandırma / to convince" arasındaki fark oldukça açıktır. "İnandırma" denildiğinde; karşı taraf size veya söylediğinize inanmıştır fakat "ikna söz konusu olduğunda her zaman inanmayı gerektirmez yani karşı taraf tam inanmasa bile söylenileni bir şekilde kabul eder ve istenileni yapmaya razı olur.

Bu durumda ikna, ikna olan kişi inansın veya inanmasın durumu kabul ederek her türlü razı olması, kabul etmesi şeklinde tanımlanabilir (Uçan, 2008). İkna kavramını Özodaşık (2012) bir kaç farklı tanım içinde belirtmiştir. İknayı, kanaat ettirme, kandırma, razı etme olarak nitelendiren Özodaşık yine iknayı inançları, tutumları, niyetleri veya davranışları değiştirmeye yönelik iletişim süreci olarak tanımlamaktadır. Bu iletişim sürecinde konuşmacı veya yazar, kendini yazılı veya sözlü ifade ederken dinleyici veya okurun üzerinde yukarıda belirtilen inanç, tutum, niyet veya davranışları değiştirmeye yönelik bir etki oluşturmayı amaçlayacaktır. Deniz'in (2007) Akkurt' tan (2007) aktardığına göre, zaten böyle bir etki yaratmayan bir konuşma veya yazının olamayacağını, yazarın ne kadar bilgilendirme amaçlı olarak yazısını yazsa da metnin yine de ikna edici özellik taşıyacağını belirtmiştir.

James (1984) ise ikna ediciliği, üç açıdan tanımlamıştır. Etik olarak; okurun güvenini kazanmak. Duygulara başvurum açısından; okurun duygularına yönelmek, duygularına hitap etmek. Mantıksal olarak; iddiasını mantık yoluyla ikna etmek olarak ifade etmektedir. Barut ve Altundağ' ın (2005) Miller ve Burgoon'dan (1973) aktardığına göre İkna; " a) bilinçli bir niyet ya da girişim, b) bireyi harekete geçirme ya da motivasyon, c) bireyin hareketinin yönünü tayin etme ya da manipülasyon, d) davranışı değiştirme, biçimlendirme ya da etkileme ve e) tüm bunları gerçekleştirebilecek mesajları nakletme" olarak belirtmektedir. Psikoloji ve iletişim bilimleri alan yazınlarına bakıldığında iknada zihinsel olarak amaçlanan üç ana durum vardır. Bunlar: doğru veya yanlış olan inancın kabul edilmesi, ikna etmeye çalışılan herhangi bir durum, nesne veya olaya karşı olan tutum değişimi ve karşıt olan duruma karşı uyum kazanılması, eyleme geçirilmesidir (Miller 1980, akt., Anand ve ark., 2011).

Alan yazındaki ikna tanımlarından hareketle, ikna; iknaya başvuran kişinin hedefleri doğrultusunda ikna edilmek istenilen hedef kitle üzerinde bilgi, tutum ve davranış değişikliğine sebep olan ve ikna eden kişinin ortaya koyduğu iddiasını mantıksal, duygusal ve etik nedenleme süzgeçlerinden geçirerek savını kabul ettirmeye yönelik iletişim çabası olarak tanımlanabilir.

İkna ve argüman terimlerinin alan yazında sıklıkla kullanıldığı ve kişilerin anlam olarak karıştırabildiği görülmektedir. Özellikle yabancı kaynaklardan çevrilirken birbirlerinin yerine de kullanıldığı görülmektedir. Argüman ve ikna terimleri benzer kavramlardır; ancak aynı anlamda da değildir. Çünkü kanıt göstermek anlamına gelen argüman iknanın bir yoludur. Kişi, mantıksal bir yapıda görüşlerini kabul ettirmek ve ikna etmek için kanıtlara başvurur ki bu ikna için bir yoldur. Argüman ikna edilecek kişiye kanıtlar göstermedir. Yani, argüman harekete geçirmenin bir yoludur. İkna ise nedenler, kanıtlar göstererek karşıdaki kişiyi eyleme geçirme işidir (Hall ve Birkerts, 1991). İkna kanıt göstermenin yanı sıra duyguları, etik nedenlemeleri ve içinde ikna tekniklerinin yer aldığı bir beceri olarak nitelendirilebilir. Argüman kavramı kanıt gösterme yolu iken ikna kanıtların yanında dil becerisi ve hitabet sanatını da gerektirmektedir.

Etkili ikna, dört farklı ve önemli adım içerir. İlki inanırlık, ikincisi hedef kitlenin düşüncelerini de çerçeve içine alan ortak bir zemin oluşturmak, üçüncüsü canlı bir dil ve ikna edici kanıtlarla tarafını güçlendirmek, sonuncusu duygusal bir bağ kurmaktır (Conger, 1998). Yukarıda da söylendiği gibi iknada inanırlığın yanında dil becerisi önemlidir. İkna edici bir iletişimde açık anlaşılır bir dil kullanılmalıdır. Okura veya dinleyiciye ikna edici yazı/söylem anlamlı gelmelidir. Okurun anlamadığı bir dille ikna olması da mümkün görünmemektedir. Bu nedenle ikna edici yazılar okurun anlayabileceği şekilde yazılmalıdır. Karşıdaki kişiyi ikna etmek için gerçeklerden söz edilmeli, o gerçeğin o kişiye nasıl fayda sağlayacağı anlatılmalıdır. Hedef kitlenin duygularına hitap edilmesinin yanı sıra duygusal bir dile başvurulmalıdır. Bunun yanı sıra samimiyet ve güven kurularak karşıdaki kişiyi ikna etme yollarına başvurulmalıdır.

Herhangi bir konuda belli kişi ya da kişileri belli bir amaç doğrultusunda ikna etmek için kaynak konumundaki iknacının izlemesi gereken adımları şu şekilde sıralamak mümkündür (Yüksel, 2005):

- Hedef kitleyi ikna etmek için ele alınacak görüşe, bakış açısına karar verilmesi,
- İknanın amacının belirlenmesi,
- Ele alınmak istenen belli bir olay ve amaç için doğru ve uygun zamanın seçilmesi,
- İkna edilecek kişi, hedef kitle veya olay hakkında bilgi toplanması,

- Hareket kararı sırasında uygun adımların seçilmesi,
- Hedef kitlenin gönderilen iletiye karşı gösterdiği tepkilere göre elde edilen dönütlerin bir araya getirilmesi,
- İkna başvurusu sonunda hedef kitleden elde edilen dönütlerin, bilgilerin ışığında ikna edici iletilerin gerekirse yeniden düzenlenip gönderilmesi,
- Beklenen başarılı iknaya ulaşılması.

Yukarıda sıralanan ve izlenen bu adımlar sonucunda, ikna edici iletişimde şu değişimler meydana gelir; hedef kitlenin bilgi düzeyinde ortaya çıkan bir değişim, hedef kitlenin tutumunun değişimi, hedef kitlede var olan tutumun pekişmesi, hedef kitlede yeni tutum oluşumu, hedef kitlenin davranışında olan değişimdir (Yüksel, 2013a).

3. İknaya Tarihsel Bakış

İnsanlık tarihi kadar eski olan etkileme çabalarının özünde çoğu zaman karşıdaki kişi ya da grupları duygu, düşünce ya da davranış boyutunda etkileyerek onları istenilen şekilde yönlendirme amacı yatmaktadır. Kuşkusuz bu yönlendirmenin sağlanması için ise çeşitli yollardan yararlanılmaktadır. Günümüzde psikolojiden pazarlamaya, hukuktan siyasete değin birçok alanda yoğun olarak araştırılan ikna da bu etkileme yolları arasında oldukça önemli bir konuma sahiptir (Bakır, 2006).

İkna becerisi, eski Yunanda doğuştan gelen bir yetenek olarak değerlendirilirken Aristoteles "The Art of Rhetoric" kitabı ile iknanın öğrenilebilir bir dil becerisi olduğunu dile getirmiştir (Aristoteles, 2004; Mortensen, 2004; Parrish, 1995, akt., Otan, 2010). Aristo'nun klasikleşmiş çalışması rhetoric, iknaya ilişkin ilk önemli çalışma olarak kabul görmektedir. Aristo yıllar önce, bilimsel olarak günümüzde yeni yeni keşfedilmekte olan ve kanıtlanmış birçok önemli bilgiyi kaleme almıştır. İknada konuşmacının kişiliğinin, hedef kitle ve mesajın özelliklerinin ikna gücü üzerindeki etkilerinden söz etmiştir (Petty ve Cacioppo, 1981, akt., Demirtaş, 2004).

Aristo ikna kavramını, ikna üzerine oluşturduğu kuramlarını mahkeme salonlarında, pazaryerlerinde yani iş başında, uygulama esnasında gözlemleyerek ortaya çıkarmıştır. Aristo'nun ortaya koyduğu ve bugün de geçerliliğini sürdüren ve çağdaş iknanın da temellerini oluşturan 400' den fazla çalışması ortaya çıkarılmıştır (Yüksel, 2005, s.21).

Aristo ikna konusuna ilişkin çalışmalarında artistik olan ve olmayan kanıtlardan bahsetmiştir. Artistik kanıtlar ile kastettiği iknacının kontrolünde olan ve ikna faaliyetini gerçekleştirenin yaratma ve yönetme yeteneğiyle ilgili özellikleri kapsamaktadır. Artistik olmayan kanıtlar ise iknanın meydana geldiği yer ya da konuşmacının fiziksel çekiciliği gibi iknacının kontrolünde olmayan durumlar için geçerlidir (Yüksel, 2005). Aristo bu durumları içinde barındıran ikna sürecini, iknanın kullanımını ethos, pathos ve logos olmak üzere üç unsura ayırmıştır (Dahlberg, 2009). İkna gücü yüksek kişiler, konuşmalarında bu üç farklı unsurdan yararlanır ki bu kavramlar:

- Ethos: Etik, karakter ve izlenim,
- Pathos: Duygulara hitap etme,
- Logos: Mantığa hitap etmedir (Borg, 2012).

Aşağıda Aristo'nun ikna sürecinde, iknanın kullanımında öne sürdüğü bu üç unsur biraz daha detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

3.1. Ethos

Ethos, iknadaki ilk ögedir ve birçok boyutu vardır (Yüksel, 1994). İknada ethos, ikna çabasına girişen kişinin görüntü ve itibarının ön plana çıktığı durumdur (Dahlberg, 2009).

Yüksel' in (1994) de belirttiği gibi sunuş sırasında her insan bir şekilde etkilenir ve belirli şeylerle ikna olur. Kişiler gördüklerine dayanarak iknacılar hakkında bir fikir edinerek bir takım kararlara varırlar. Bu kararın oluşmasında; konuşmacının fiziği, giyimi, konuşma şekli ve hareketleri etkili olabilir. Kimi zaman ise iknacının dürüstlük, deneyim, mizah gücü gibi özellikleri ile bu konuda bir ünvanının olması iknayı kolaylaştırır.

İkna girişiminde bulunan kişinin fiziksel görünümü, giyimi, konuşma biçimi, hareketleri, davranışları ya da dürüstlük, deneyim, konusunda bir ün ya da ünvanının olması, ikna edilecek kişilerin sunumdan önce algılayacağı özelliklerdir. Bir kısmı ise, seçilen sözcükler, dil kullanımı, göz teması gibi iletinin etkinlik sırasında görülen ve önemli rol oynayan özelliklerdir (Otan, 2010). İyi görünümlü insanların sosyal iletişimde daha avantajlı olduğunu belirten Cialdini'nin (2011) Eagly, Ashmore, Makhijani ve Longo' dan (1991) aktardığına göre, araştırmaların iyi görünümlü kişilere

otomatik olarak yetenek, zerafet, dürüstlük, zeka gibi özelliklerin yüklendiğini belirtmiştir. Bu iyi görünümlü kişilere yüklenen özelliklerin ikna etmeye yönelik bir konuşmada iknayı olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Ethos kelime anlamıyla karakter demektir. Aristo'ya göre ethos, konuşan veya yazan kişinin güvenilirlik veya iyi niyet kurmada işe yarayan retorik bir stratejidir. Aslında yazar ethosu kullanırken mesajındaki iddiasının ikna gücü, güvenilirliğe bağlıdır (Alfano ve O'Brien, 2005). Mesajın inandırıcılığı, ikna girişiminde bulunan kişinin hedef kitlesine güven vermesine bağlıdır. Bu güven de iknacının samimiyetiyle kazanılır (Borg, 2012). İkna çabasına girişen kişinin hedef kitle tarafından güvenilir biri olarak algılanması ve güvenilirliği sağlamak için ikna çabasına girişen kişinin zeki olması, etik ve mesleği ile ilgili iyi özellikleri barındırması gibi nedenlerin olması gerektiği söylenebilir. Aristo, iknaya başvuran kişinin yeterli düzeyde güvenilir özelliklere sahip olduğu takdirde ikna edicilik özelliğinin de yüksek olacağını belirtmiştir (Özodaşık, 2012).

İknada okurun değer yargısına hitap eden ethos, değer, gerçek, doğru, dikkatli olma sorumluluğu, adil bir toplum ve toplumun sorumluluğu gibi konular ile değerleri içerir (Naplan, 2012).

3.2. Pathos

Yunan kaynaklarında acı veya duygu anlamına gelen pathos terimi, okurun düşünce yapısı ve ruh hali anlamına da gelmektedir. Pathos, duygulu acıklı dokunaklı söz başvurumlarıdır. Ancak pathos bir durumdan çok bir tekniktir. Yazar okur üzerinde güçlü duygular yaratarak hedef kitleyle samimi bir iletişim kurar ve hedef kitleyi ikna etme adına pathosu ikna etme aracı olarak kullanır (Alfano ve O'Brien, 2005). Daha çok hislerle ilgili olan pathos, fazilet ya da erdem olarak aktarılabilir. Deniz (2007, s.19) "zamanının fazilet içeriğini; adalet, sağduyu, cömertlik, cesaret, ölçülü olmak, hoşgörü, nezaket, akıllılık-bilgelik" olarak açıklamaktadır. Bu kavramların, iknaya başvuran kişinin sahip olması gereken özellikler olduğunu belirtirken, ikna edilmek istenen hedef kitlenin hislerinin bilinmesinin iknaya başvuran kişinin başarısını artıracığını ifade etmektedir.

İknaya başvuran kişinin ikna etmek istediği hedef kitlenin farkındalığına sahip olup empati kurması, hedef kitlenin duygularına yönelmesi iknayı daha başarılı kılacaktır.

Hedef kitlenin duygularıyla ilgili olan pathos'un ikna üzerindeki rolünü Aristoteles, "*Konuşma, duyguları harekete geçirirse dinleyici ikna olur.*" sözüyle ikna edici olabilmek için dinleyicinin duygularına hitap etmesinin önemli olduğunu ve empati kurmanın gerekliliğini vurgulamaktadır (Borg, 2012). Yazar için de bu durumun aynı olduğu söylenebilir. Okurun duygularına hitap eden yazar empatik ifadeleri, duygusal bir dil kullanımı, okur farkındalığıyla birlikte okuru doğrudan konuya dahil eden, muhalif görüşleri kötüleyen, yapay bir otorite yaratabilir (Naplan, 2012).

İkna sürecinde duygusal başvuruların söz konusu olduğu pathosta üzgün, kızgın, mutlu, korkmuş sempatik vs. duygu yüklü bir dil kullanarak, canlı örnekler sunarak içten ve inançlı hedef kitlenin ahlak ve değerleri için cazip olan bir sunum olmalıdır (Rhodas, 1997; Verderber ve Verderber, 2002). Duygu yüklü ve kişilerin duygularına hitap eden bir dilin kişilerin karar vermesinde etkili olduğu söylenebilir. İkna edilmek istenilen hedef kitlenin psikolojik ve duygusal durumu ile verdiği karar ve yargılar farklılık gösterir. Örneğin çok mutlu olduğu anda verilen bir karar ile çok üzgün, karamsar ya da sinirli bir anda verilen kararlarda farklılık göstereceği söylenebilir. Ayrıca Lutzke ve Henggeler' in (2009) belirttiği gibi mesajda canlı örnekler, detaylar ve görsellerin yer alması okurun duygu ve hayal gücünü kullanmasını sağlayacaktır. Yazarın, okurun önem verdiği veya ilgi duyabileceği örnekleri kullanması okurun inanç ve değerlerine hitap etmesini sağlayacak ve bu durum ikna ediciliği etkileyecektir.

3.3. Logos

Yunanca "kelime" veya "neden" olarak tercüme edilen logos mantıksal argüman stratejileri gerektirir. Logosun kullanımında genelde gerçek ve sebepler etrafında yapılandırılarak yazıda kanıtlanmış gerçekler, otoritelerden alıntılar, istatistiksel kanıtlar yer almaktadır. Ancak başvuru alanların mantıkta sağlam kanıtlara dayalı yorumlamalar, akla dayalı kıyaslamalar, iddianın sebepleri, istatistiklerle birlikte sağduyulu başvurular ve kültürel varsayımlar olmalıdır (Alfano ve O'Brien, 2005).

Logos, hedef kitleyi ikna etmek adına kanıtlarla sunulan mesajın özüdür. İknaya girişen kişi, ikna etmek istediği kişilerin bilgi sürecini en mantıksal yolla değerlendirip, karara varma yeteneğine güvenmelidir. İknaya başvuran kişi hedef kitlenin konu veya iddia hakkında ne yapacağını, nasıl bir mantık yürüteceğini empati kurarak, tahmin ederek hareket etmelidir. Yani, söz konusu iletinin içeriğine ve akla uygunluğuna dikkat etmelidir (Aristoteles, 2004, s.38, Mortensen, 2004 s.21' den akt., Otan, 2010). Örneğin; politikacılar istatistikleri, örnekleri kullanarak kişilerin kendileri lehine oy vermelerini sağlamaktadırlar. Aynı şekilde reklâmcılar da grafik kullanılmaktadır. Buradaki amaç, insanları belli bir marka ürünleri almayı kullanmaya ikna etmektir. Tüm bu durumlarda yapılması gereken bilgi sürecini kişiye en mantıklı şekilde vermektir (Akdeniz, 2010).

Mantık ve iddiayı destekleyen bir dayanak ile ilgili olan logos, ikna sürecinde nedenler üzerine vurgu yapar. Özetle logos ikna için mantıksal bir yaklaşımdır (Özodaşık, 2012). Okuru mantıksal hüküm yürütme, akıl yürütme yoluyla ikna çabasına girişme durumu olan logos unsuru; tarafsız bir dil, tarafsız bir yazar duruşu, otoriteleri gerekçe gösteren ve tarafsız olarak muhalif görüşleri de ele alan, nitelikli nicel durumlara yer verir (Naplan, 2012).

Kısaca iknada, ikna kavramının devreye girdiği bir iletişimde yer alan ethos, pathos ve logos öğelerine bir bütün halinde bakılırsa ethos; hedef kitle ikna çabasına girişen kişinin güvenilirliğinin yüksek biri olarak algılamasıdır. Logos; ikna eden kişi (örnekler, resimler, istatistikler, anılar, yasalar, uzman görüşleri vb.) kanıtlar kullanarak hedef kitleyi kazanmasıdır. İknaya başvuran kişinin, hedef kitlenin duygularına hitap ederek etkilemesi, öfke, gurur, sevgi, umut vs. duygulara başvurumu, karşıt görüşlerden haberdar olma, hedef kitlenin ilgileri, değerleri, ihtiyaçları, duygusal durumu, kültürel bilinci, ekonomik ve eğitim düzeyi hakkında bilgilere sahip olup ikna etmek istediği hedef kitle görüşünün farkındalığı vb. pathos olarak ifade edilebilir (Rhodas,1997; Verderber ve Verderber, 2002).

Bu durumu; çevreyi ve gündelik yaşamı gözlemleyerek ikna kavramı üzerine düşünceler ortaya atan Aristo, “ikna sanatı” anlamında kullanılan “retorik (retorik)” konusunda çalışan ilk düşünürlerdendir (Cangöz, 2013).

Retorik ethos, pathos ve logosun çevresinde yapılanmıştır. Platon retoriği, hedef kitlenin manipüle edilmesi; Quintilianus, güzel konuşma sanatı; Aristo, hedef kitleyi ikna etmeyi amaçlayan, ikna edici argüman ve söylemlerin sunumu olarak tanımlamıştır. Bu tanımlamalara bakıldığında Platon iknada hedef kitlenin rolünü, Quintilianus sunucunun rolünü, Aristo ise argümanları devreye sokarak nasıl sunulcağını vurgulayarak, sununun rolüne dikkat çekmektedir (Meyer, 2009). 19. yüzyıl düşünürlerinden Schopenhauer retoriği, içeriğe önem vermeden haklı olunsun ya da olunmasın sadece görünüşte doğruya ulaşmakla ilgilenen haklı çıkma sanatı olarak tanımlamaktadır (Schopenhauer, 2012).

Aristo'nun belli bir durumda, kişinin inandırma yollarını kullanma yetisi olarak tanımladığı retorik (Aristoteles, 1995), etkili bir iknayı sağlamak için sözü ve yargıyı coşkularla yönlendirerek biçimin önemini vurgulamaktadır. Dilin ikna gücünün artırılmasını amaçlayan retorik kapsamında, ne söyleneceği kadar ne şekilde söyleneceği de önem taşımaktadır. Retoriksel yapı, temelde dil yapılarına dayanmaktadır. Mecazların her türü, kafiye, ironi, karşılaştırma vb. bu yapı içinde bulunan araçlardır (Batı, 2007).

Retorik, sadece gösteriş, hedef kitleyi yönlendirme veya hilelere başvurma değildir. Antik anlamıyla retorik, ikna edici söylemdir (Nelson, Megill ve Mc Closkey, 2002). Thompson ve Jenkins (2008) retoriği, gönüllü bir şekilde uyum sağlamak için doğru yolları ve doğru kelimeleri bulma sanatı olarak tanımlamıştır.

Maki (1995) retoriği sosyal bir süreç olarak ele almakta; retoriğin şu unsurları kapsadığını belirtmektedir (akt., Keskin ve arkadaşları, 2013):

- İknaya başvuran kişi,
- İknâ edilmek istenilen hedef kitle,
- İknâ edenin ikna etme amacı,
- Amaca ulaşmak için kullanılan argümanlar,
- Dürüstçe tartışma/ konuşma.

Retorik tekniği, hedef kitleyi ikna etmek ve harekete geçirmek için kullanılır. MÖ 500 yıllarına dayanan retorik stratejiler, iknayı klasik bir bakış açısıyla yorumlayıp ele almıştır (Alfano ve O'Brien, 2005). Yunan ve Latin geleneğini izleyen klasik retorik iknaya yoğunlaşırken Burke'nin retorici özdeşleşmeye odaklanmaktadır. Burke, retorici özdeşleşme aracı olarak ele alır. Retorici amacının özdeşleşme olduğunu, özdeşleşme olmadan iknanın sağlanamayacağını ileri sürer. Özdeşleşme, retoriksel güdülerin çoğu kez hangi tarzda sunulduğunu, hangi durum ya da koşullarda farkına varılıp varılmadığını ya da hangi niyetle bağlantılı olduğunu gösterir (ebi, 2008, s.193).

Batı' ya (2007) göre kullanım özelliklerinden dolayı sosyal, psikoloji, dil, edebiyat, ikna gibi alanları içine alan ve bir kodlama biçimini ifade eden bu disiplin, söz ve biçimle ilgilidir. Retorik, alıcıda önceden belirlenmiş olan davranış ve tutum değişikliklerini sağlamayı amaçlayan bir ifadenin en etkili biçimde nasıl aktarılabilieceğinin bulunmasıdır. ebi' nin (2008) Burke' den (1969b) aktardığına göre retorik, tutumları bir kalıba sokmak ya da başkalarını eyleme geçirmek amaçıyla insanların sözcükleri kullanmalarıdır.

Dil yapısıyla ilişkili olmasına rağmen tek başına bir gramer ya da dilbilgisi olmaktan uzak olan retorik, iletinin ikna ediciliğini arttırabilmek amaçıyla eğretilmeler, cinaslar, kıyaslar, benzetmeler, hicivler vb. retorik figürlerinin her birinden faydalanmaktadır (Batı, 2007). Retorik üzerine alan yazın incelendiğinde ses tekrarı, kafiye, etkileme biçimi, kelime oyunları, retorik sorular, ironi, paradoks vs. retorik biçimler gibi ögelerle karşılaşılmaktadır (Mcquarrie ve Mick, 1996).

Retorik sorular, hedef kitleyi, ikna çabasına girişen kişinin önerilerini kabul etmeye yönlendirir. Bu nedenle önerilen iddiayı özetlerken bu tür soruların kullanılması iknaya girişen kişinin yararına olacaktır (Harvard Business, 2008). Retorik sorular, retorik biçimlerden bir tanesidir. Retorik sorular cevabı içinde olan cevap aranmayan sorulardır. Luecke'ye (2007) göre retorik soruların amaı etki yaratmaktır. İkna etmek istenilen hedef kitlenin konuya dahil olmasını sağlamaktır.

Retorik soruların ikna etme çabasına, ikna ediciliğe olan etkisine yönelik hakim olan açıklamalar, retorik sorularla ele alınan iletinin, aktarılmak istenen mesajın detaylı bir şekilde görünüme ve iddiaya bu sorularla okurun dikkatini çekmek için kullanıldığı ve ikna ediciliği bu sorularla güçlendirip iknanın niteliği zenginleştirildiği belirtilmektedir (Petty ve ark., 1981 akt., Ahluwalia ve Burnkrant 2004).

5. İkna Süreçleri

Goulston (2010) ikna sürecini ikna çemberi adını verdiği bir ifadeyle anlatmıştır. Bu süreç içerisinde ikna edecek kişinin amacının hedef kitleyi çemberin başından sonuna götürmek olduğunu belirtmiştir. Bu süreçte ikna çabasına girişen kişi, hedef kitlesini direnmekten dinlemeye, dinlemekten dikkate almaya, dikkate almaktan yapmak istemeye, istekten yapma aşamasına geçirmeye ve yaptığına memnun olmaya, eylemi yapmaya devam etmesi şeklinde ilerlemesi gerektiğini belirtmiştir.

İkna edici iletişim, normal bir iletişim sürecinin öğelerini barındıran kaynak, ileti, kanal ve alıcı öğelerini kapsar. Bu nedenle ikna sürecinin izlediği yol; kaynak-ileti-kanal - alıcıdan oluşmaktadır. İletişim sürecinin bu dört ögesi aynı zamanda ikna sürecinin de öğeleridir (Özodaşık, 2012).

5. 1. Kaynak (İknacı)

İkna edici iletişimde kaynak, bilgiyi veren, iletinin kodlayıcısıdır. Kaynak ya da iknacı, alıcıya sunduğu ikna mesajını kodladıktan sonra, kanala bırakma görevini yerine getiren, ikna edici iletişim unsurudur (Sandıkçioğlu, 2012b). Kaynak kişi, grup, toplum veya bir kurum olabilir. İkna sürecinde bilginin kim tarafından verildiği veya hangi kaynaktan alındığı, ortaya çıkabilecek tutum değişikliği derecesini etkileyebilecek faktörlerden biridir. Kaynak olan bireyin biyolojik özellikleri (yaş, cinsiyet, boy, ırk vb), davranışsal özellikleri (jest ve mimikler, beden dilini kullanma biçimi, giyim ve kuşamı), psiko-sosyal özellikleri (kişiliği, kimliği, karizma ve statüsü) ikna sürecinin nasıl ve hangi yönde işlerlik kazanacağını önemli bir belirleyicisi olmaktadır (Özodaşık, 2012).

Kaynağın kim ya da ne olduğu da hedef açısından önem taşır. Bu, hedef kitlenin iletiye inanıp inanmamasında da etkilidir. Çünkü inanılır kaynaktan gelen ikna edici iletişim, hedefte daha fazla tutum değişimi yaratır (Özodaşık, 2012). İletişimde kaynak olarak betimlediğimiz kişinin saygınlığı da iletinin daha kolay bir şekilde kabul edilip iletişime olumlu etkisi olmaktadır. Örneğin sigara içimi ve akciğer kanseri arasındaki ilişkinin anlatıldığı sigarayı bırakmaya yönelik bir ileti doktor tarafından aktarıldığında bir başkasına göre daha etkili olacağı söylenebilir (MEB, 2008a, s.85).

5. 2. İleti

Mesaj veya ileti ikna sürecini etkileyen bir diğer faktördür. İleti, bilginin içeriği bir başka deyişle ürünün kendisidir (İnceoğlu, 2010). Bir bilginin, düşüncenin veya duygunun ilettime uygun biçimidir. İleti, sözel, görsel ya da diğer işaretler şeklinde olabilir (Özodaşık, 2012).

İleti, kaynağın alıcıya ulaştırmak istediği duygu, düşünce, fikir ve davranışların alıcı için uygun bir biçimde kodlanmış halidir. İletinin ikna sürecindeki önemi, hedef yani alıcı üzerinde etki bırakacak ögenin kendisi olmasıdır. İkna etme çabasına girişen kişi, iletiyi hazırlarken iletinin sunumu sırasında önemli kısımlarını, iletinin neresinde kullanılacağına dikkat etmesi gerekir. İkna etkisini yaratacak cümlenin iletinin başında mı yoksa sonunda mı vereceği önemli görülmektedir. İkna etkisini yaratması beklenen nokta, iletinin başında verilirse topluluk konuya daha çok konsantre olabilirken bazen de konuşmanın sonunda verilen mesaj alıcının aklında daha çok kalabilmektedir. Bu nedenle iletinin vurucu kısmının sunum sırasında başta ve sonda olması önem taşımaktadır (Baban, 2005). Bu konu üzerindeki tartışmaların devam ettiğini belirten Özodaşık, iletide ikna edecek iletinin nerede verildiği kadar, nasıl verildiğinin de önemli olduğunu belirtmektedir. İster başta, ister sonda olsun anlatılanlar, duyulmak istenenle benzer veya yakın olduğunda sonucun daha başarılı olacağını; çünkü alıcı/alıcılar, kendi duygu ve düşüncelerini, inanışlarını destekleyen iletilerden hoşlandığını belirtmiştir (Özodaşık, 2012). Bu nedenle ikna edilmeye çalışılan hedef kitleye ikna girişiminde bulunulmadan önce hitap edilecek kitlenin ihtiyaç ve inanışları belirlenip bu doğrultuda iletiyi sunmak verilen iletinin etkisini artıracaktır (Yüksel, 2005). Kısacası kişinin, hedef kitlesini etkileme ve ikna etme amacı varsa mesajın (ileti) yapısı önem kazanmaktadır. Mesajın üç temel etmeni vardır. İlki mesajın nasıl hazırlanıp nasıl organize edildiği; yani mesajın yapısı ile ilgilidir. İkincisi mesajın çekiciliği ve kanıtların sunumu vb. başka bir deyişle mesajın içeriği ile ilgilidir. Üçüncü etmen ise dildir. İkna çabasına girişen kişinin, alıcıları ikna etmek için kelime ve sembolleri nasıl kullandığıyla ilgilidir (Onay, 2012).

İleti, hedef kitlenin dikkatini çekecek biçimde yapılandırılmalı ve sunulmalıdır. İletinin dikkat çekecek şekilde kurulması; zamanlama, yer seçimi ve konu ile yakından ilgilidir (Yüksel, 2005). Dikkat çekici bir nitelik taşımayan ve okurun ilgisini çekmeyen bir yazıya okur odaklanmada güçlük çekecek ve okuma isteği olmayacaktır. Bu nedenle iknaya başvuran kişi, iletinin içerisine okurun dikkatini çekecek kelimeler, mecazlar,

retorik sorular, istatistiksel kanıtlar vs. unsurlar yerleştirmeli okuru öncelikle yazıyı okuması yönünde ikna edebilmelidir.

5.3. Kanal

Kanal, iletişimde mesajın gönderilmesinde ya da iletilmesinde kullanılan araçtır (İnceoğlu, 2010). Bařka bir deyişle, ikna edici iletiyi taşıyan araçlardır. Kanal ile iletişim farklı yollarla sağlanabilir. Beř duyu organı ve kitle iletişim araçları kanal özelliğini taşıyabilir (MEB, 2008a). Aynı iletinin farklı kanallarda yer alması ikna ediciliği üzerinde farklı etkilere sahip olacaktır. Örneđin ileti göze ve kulağa hitap eden kitle iletişim araçlarında (televizyon, bilgisayar) yer aldığında basılı kitle iletişim araçlarından (gazete, dergi) daha ikna edicidir (Larson, 2011, 63'ten. akt., Yılmaz, 2007). Bu çalışmada kanal işlevini yazılı materyaller oluşturmaktadır. Kanal ile aktarılan ileti/mesaj çok geniş kapsamlı ve karmaşık bir yapıya sahip olduğu zaman yazılı kanalların ikna etkisi, sözlü iletişim kanallarına göre daha etkilidir. Çünkü ileti/mesaj ile ilgili alıcının kafasında herhangi bir problem, soru oluştuğunda o noktaya geri dönme, tekrar bakabilme şansına sahip olması ačiusından diğer sözlü araçlara göre daha etkili olduğu söylenebilir. Yazılı metinler bu anlamda avantaj sağlamaktadır (Özodaşık, 2012).

5.4. Alıcı

Alıcı, mesajı okuyan, dinleyen ya da izleyen kiři, grup, topluluk ya da kitledir. (İnceoğlu, 2010, s.177). Yani ikna etme sürecindeki ikna olacak hedef kitledir. Alıcı, kaynak tarafından ikna edilmek istenen, kaynağın yolladığı iletinin kodunu ačan, kendi yorumunu ekleyendir (Özodaşık, 2012, s.136).

Alıcının cinsiyeti, öz güveni, konu hakkındaki bilgi düzeyi, eğitimi, zeka düzeyi, iknanın etkisi üzerinde etkilidir (MEB, 2008a). Ayrıca alıcının kişilik özellikleri ve davranışsal niyetleri iknayı etkiler. Örneğin öz saygısı yüksek kişilerin iknaya bir dereceye kadar bağışıklıkları vardır. Öz saygısı düşük insanların ise tutum değişimleri daha kolaydır ve etkilenmeye daha açıktırlar. Bunun nedeni kendine güveni az olan insanların, kendi görüş ve fikirlerine fazla değer vermedikleri için onları değiştirmelerinin daha kolay olmasıdır. Kendine güveni yüksek olan bir kimse ise kendi tutumuna ters düşen bir iletişimi reddetme, görmezlikten gelme veya unutma eğilimi gösterir. Bu durumlar göz önüne alındığında alıcı ile ilgili çeşitli etmenlerin ikna üzerinde etkili olduğu söylenebilir (Özodaşık, 2012).

6. İknayı Etkileyen Değişkenler

6.1. İknada duygusallık

İkna, hem bilinçaltı hem de bilinç düzeyinde gerçekleşir. Mantık ağırlıklı olarak bilincimize hitap eder. Kişiler var olan durumu zihninde değerlendirir. Olasılıkları ele alır ve mantıksal bir yaklaşımla bilinç düzeyine getirir. Bazı insanların ikna olma sürecini bilinçaltı yönetir. Bu kişiler ikna edenin verdiği bilgiyi o anki hislerine ve sezgilerine göre değerlendirir. Yani ikna çabasına girişen kişinin, kendilerinde uyandırdığı güven ve hislerine göre karar verirler. Ardından ikna edenin sunduğu fikirleri iyice ölçüp biçerek verdikleri kararları desteklemeye çalışırlar (Borg, 2012).

İnsanlar karar verirken ilk olarak duygularına göre hareket ederler. Daha sonra gerçeklere yönelirler. İnsanların, kararlarının çoğunda mantık rol oynamasına rağmen, aslında mantık ikinci plandadır. Çünkü bilinçaltındaki duygular güçlüdür ve gizli bir şekilde lehimize olacak biçimde kullanılabilir ve kuvvet, güç ve kontrolün büyük çoğunluğu bilinçaltında duygu kontrolü olarak karşımıza çıkmaktadır (Hogan ve Speakman, 2006).

İkna etme çabasına girişen kişi duygulara ya da hislere hitap ediyorsa mantıksal başvurumlardan daha etkili olan duyguları çekici kılmayı amaçlamaktadır. Etkili bir duygusal çekicilik hedef kitlenin ruh durumuna, ilgili konuya göre değişebilir. İkna çabasında duygu unsuru olan pathos; ödüllendirici çekicilik, korkuyu harekete geçiren çekicilik, gereksinim, istek ve değerlerin çekiciliği olmak üzere farklı şekillerde uygulanabilmekte ve duygulara hitap edilmektedir (Özodaşık, 2012).

Borg (2012) bu konuyla ilgili yapılan çalışmalara dayalı olarak karar vermedeki başlıca etkenin genellikle bilinç altı (veya duygularımız) olduğunu belirtmektedir. Bireylerin bilinçli hareket etmesine rağmen, karar alırken iç güdülerine ve sezgilerine başvurduğunu söylemektedir. Duygular iknada önemli bir araç olmakla birlikte duyguların dikkati dağıtabileceği veya dikkatin yönünü değiştirebildiği bu yüzden ikna sürecinde duygulara başvurmanın olumsuz etkilerinin de olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Fisher ve Shapiro, 2008). Bu nedenle ikna edici bir yazıda duygulara hitap ederken seçilen kelimelere dikkat edilmelidir.

İkna etme girişiminde bulunan kişi, iletisinde hangi duyguları kullanıp, hangi duygulardan kaçınacağını iyi bilmelidir. Alıcıların duygusal ihtiyaçlarına göre hangi

duyguların etkili olacağıın analizini yapmalıdır. Kaynak, mesajda umut, memnuniyet, gurur, sorumluluk gibi çoklu duygusal vurgulara odaklanarak duygusal çekiciliği kullanabilir (Yüksel, 2013a). Böylece duygulara hitap etmenin, ikna etme başarısını olumlu yönde etkilediği görülecektir.

6.2. Duygusal dil

Yazar, okurun duygularını yakalamalı, okurun duygularına hitap etmelidir. Duyguya yönelik girişimler zihinsel girişimlerle birlikte sunulmalıdır (Tompkins, 2004). İkna çabasına girişen kişinin ikna etmek istediği kişinin inancını değiştirme eğilimi ikna etmek istediği hedef kitlenin duygularını harekete geçirerek hedef kitlenin beklentilerine yönelik duyguları ele alması iknayı güçlendirecektir (Miceli, Rosis ve Poggi, 2006).

Düşünceler önce duygulara, daha sonra mantığa uğrar. Duyguları kullanarak okurları ikna etmek için hangi duyguların bizi hedefe götüreceğini ve hangi duyguları uyandırmak gerektiğini bilmek gerekir. Bu nedenle olumsuz duygusal tepkileri azaltmak adına, olumlu duyguları uyandırmalı daha sonra bu duygularla ikna çabasına girişilmelidir (Hogan ve Speakman 2011).

Duygular hafıza açısından kilit önemlidir ve verilen kararların büyük çoğunluğunun temelini oluşturur. Görsel elementler ve ikna sürecinde tekrar; geçmiş ile bağ kurmayı ve hatırlamayı kolaylaştıracak etmenlerden bazılarıdır (Maxwell ve Dickman, 2011). Okurların kalplerini kazanmak için, etkili anlatımlara, mecazlara, benzetmelere ve hikayelere başvurmak gerekmektedir. Duygusal bir bağlantı kurmadan en mantıklı sav bile insanları ikna etmek için tek başına yeterli olmamaktadır. İnsanların karar verme sürecinde duygular gerçeklerden, rakamlardan ve önerinin yararlarına ilişkin rasyonel değerlendirmelerden daha güçlü bir rol oynamaktadır. Bunun nedenleri arasında hikayelerin istatistiklerden ve gerçeklerden daha ilginç hatırlanmaya değer olması; duyguların mantıksal gerçeklerden daha hızlı davranış değişikliğine yol açması; duyguların bir önerinin olumlu ve olumsuz yanlarını açıklamaya yönelik mantıksal çabalardan daha azının gösterilmesini gerektirmesi; duyguları uyandıran savların ikna etmeye çalışan konuşmacının dinleyicilerin dikkatlerini başka yöne çekmesini sağlaması gibi unsurlar sayılabilmektedir (Akdeniz, 2010).

6.3. İnanırlık

İkna inanırlılıkla başlar. "İkna edebilmek için güvenilir olmak, güvenilirlik için de inandırıcı olmak gerekmektedir" (Özodaşık, 2012, s.137).

İnanılır olmadan hedef kitleyi ikna etmek pek mümkün olmayacaktır. İnanılır olmak için, ikna çabasına girişen kişinin düşünceleri doğru bir şekilde algılanmalı ve hedef kitle iknacıyı inanılır, güvenilir ve samimi buluyor olmalıdır (Akdeniz, 2010). Buradan hareketle, İnanırlılık = Güven + Uzmanlık formülü ortaya çıkmaktadır. Kısacası, ne kadar çok güven kazanır ve uzmanlık elde edilirse o kadar çok inanılır olunmaktadır (Luecke, 2007). Güven ve uzmanlığın birleşimi inanırlılığı sağlar. Bunu güzel bir örnek ile belirten Özodaşık, okul dersleri ilgili olarak araştırma görevlisi ve profesöre bir soru sorulduğunda, profesörün cevabının araştırma görevlisinin cevabından daha inandırıcı olacağını belirtmektedir. İnanırıcı bir kaynaktan gelen ileti daha ikna edici bulunarak, tutum değişimine yol açabilmektedir (Özodaşık, 2012).

6.4. Korku çekiciliği

İkna etme başarısında, hedef kitlenin duygularına hitap etmenin önemli olduğu söylenebilir. Korku çekiciliği duygulara hitap etmektedir. Balcı (2006) korku çekiciliğinin aslında ikna stratejilerinden biri olduğunu belirtmiştir. Korku çekiciliği, insanlara mesajda ileri sürülen tavsiyelere uymadıklarında karşı karşıya kalacakları olumsuz durumları anlatarak, hedef kitleyi korku yoluyla ikna etmeye çalışan mesaj türüdür. Örneğin, sigara içmeyi bırakmak için önce sigara içmenin zararlarından, meydana gelecek olumsuz durumlardan söz ederek sigara içen bir okuru korku yoluyla bu alışkanlığından vazgeçirme yolu denilebilir.

Korku çekiciliğinde tehdit veya kişiye göreceği zararları anlatarak ikna çabasına girişmenin yanı sıra hedef kitleye, sahip olduğu bir değeri kaybedeceği tehdidinde bulunmanın da ikna üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Güllüpunar' ın (2013) Cialdini'den (2003) aktardığına göre, ikna etmek istenilen kişilere kaybedecekleri değerlerin anlatılmasının, kazanılacak değerlerin anlatılmasından daha önemli olduğunu çünkü insanların bir şey kazanma düşüncesinden çok, bir şeyi kaybetme düşüncesinin daha fazla motive ettiğini hatta kazanabilecekleri şeyin değeri ile kaybedebileceklerinin değeri eşit olsa bile, kaybedilebilecek olanın anlatılması ikna sürecinde daha etkili olduğunu belirtmektedir. Yine Özodaşık'ın (2012) belirttiği gibi ikna çabasına girişilen kişiler, kendilerinin veya sevdikleri diğer

insanların herhangi bir zarar görmesine yönelik bir tehdit algıladıklarında ikna konusu üzerinde daha hassas olurlar. Bu durum ikna edici bir mesajın etkililiğini artırmak için korku unsurundan yararlanılmasının ikna üzerine etkisini göstermektedir.

İkna etme çabasında korku çekiciliğinin nasıl kullanıldığına yönelik Balcı' nın (2007) Rogers'dan (1975) aktardığına göre, korku çekiciliğinde öncelikli olarak bir tehdit ortaya atılmakta daha sonra tehditten korunmak için tavsiyeler öne sürülmektedir. Korku çekiciliğinin tehdit kısmı, genelde iki mesaj unsurunu içermektedir. Bunlar; tehdidin büyüklüğü ya da sertliği ile insanların tehditten etkilenmesidir. Örnek olarak tehdidin büyüklüğü; sigara içmek akciğer kanserine ve ölüme neden olur. İnsanların tehditten etkilenmesi; Sigara içmekle ölüm riski altındasınız.

İkna edici iletişimde korku olgusunun kullanımına dikkat edilmesi gerekir. Çünkü korku, kavramayı ve ileti kabulünü etkiler. Ancak dozu iyi ayarlanmamış büyük bir korku ise dikkate yönelmiş bir karışıklık, kavrama sorunu ve buna bağlı olarak daha az ikna olmayı beraberinde getirebilir (Yüksel, 2005). Aktarılan mesaj içeriğinin ikna bazlı tutum değişimi üzerine yapılan bir araştırmanın sonucuna değinen İnceoğlu (2010) korku dozunun derecesi hakkında çok korkutucu, korkutucu ve az korkutucu olmak üzere üç ayrı dozda kodlanan mesajlardan söz etmekte ve en az korkutucu olanın ise tutum değişiminde en fazla etkiyi yarattığını yine de bunun bütün koşullar için geçerli olmadığını belirtmektedir. MEB'e (2008a) göre korku derecesinin gereğinden fazla olması iletinin alıcı tarafından reddedilmesi riskini doğurmaktadır.

6.5. Genel uyarılmışlık hali ve güdü

Genel uyarılmışlık hali ve güdünün ikna becerileri üzerindeki etkisine değinerek istekle yapılan bir çalışmanın sonucu, zorla ve isteksiz biçimde yapılan çalışmanın sonucuna göre yüksek olacağına değinen Özodaşık (2012) bir kişinin ikna edilebilmesi için özellikle ikna edenin genel uyarılmışlık halinde olması gerektiğini belirtmektedir. İsteksizce ikna çabasına girilen eylemlerin diğer kişiler tarafından kabul edilmeyeceğinden dolayı öncelikle kişi, ikna edeceği konuya kendisinin inanması ve ikna etmeye hazır olması gerekmektedir.

İnceoğlu (2010) güdüleyici bir iletişimi, iletişimi kuran kişinin başka bir deyişle kaynağın hedef kitlesinde tutum değişikliği yaratmaya yönelik tek yönlü bir iletişim olarak tanımlamaktadır. Güdüleyici iletişim, tutum değişikliği yarattığına göre güdülemenin de ikna etme sürecine olumlu etki edeceği söylenebilir.

6.6. Kişilik

Hem ikna çabasına girişen hem de iknaya maruz kalan hedef kitlenin kişilik özellikleri şüphesiz ki ikna becerisi üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkiye sahip olacaktır.

O halde kişiliğin önemli yönlerini temsil eden karakter, mizaç, zekâ ve yetenekler hem kişinin dışarıya olan bakış açısını hem de diğer insanların o kişiye olan bakış açılarını ve değerlendirmelerini etkilemektedir. Karakter, mizaç, zekâ ve huyları açısından diğer insanlar üzerinde olumlu etkiler bırakan biri güvenilir olarak algılanır. Güvenilir olarak algılanan insanların etkileme gücü daha yüksektir. Etkileme gücü daha yüksek olan kişilerin hedef kitlesini istediği yönde ikna etmesi de daha kolay olacaktır (Özodaşık, 2012). Kişinin karakter, huy, zeka gibi kişilik özelliklerinin yanında yaşının ve cinsiyetinin de ikna etme becerisi üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Kişilik özellikleriyle birlikte kişinin yaşı da ikna üzerinde şüphesiz etkili olmaktadır. Araştırmalara göre bireyin yaşı ile ikna edilebilirlikleri arasında da ilişki olduğu saptanmıştır. Bireyin iknaya en açık olduğu yaşın dokuz olduğu ortaya konmuştur. Bu yaştan sonra ikna edilebilirlik azalmakta ve gençlik yıllarında belli bir düzeye ulaştıktan sonra durağanlaşmaktadır (İnceoğlu, 2010). Ayrıca cinsiyet farklılığının da ikna üzerinde etkili olduğu, kadınların sosyal etkiye daha fazla uyum gösterdiğini, genellikle erkeklerden daha kolay ikna edilebileceğini belirten Özodaşık bunun nedenini kadının ve erkeğin toplumsal rollerinin kültür tarafından farklı şekillerde tanımlanması ve kadının erkekten daha yumuşak, daha az iddiacı olduğu yönünde toplumsal bir beklentinin olması olarak belirtmiştir (Özodaşık, 2012).

İkna etme girişimiyle baş başa kalan hedef kitlenin kişilik özellikleri önemlidir. İknacı tarafından basit bir şekilde ele alınıp iyi savunulmayan mesajların sunumu, özsaygısı düşük kişilerde daha çok iknaya neden olurken, karmaşık ancak iyi savunulan mesajların, öz-saygısı düşük kişilerde daha az iknaya neden olduğunu belirten İnceoğlu ayrıca ikna ile otoriter kişilik yapısı arasında da ilişkiye değinmiş, otoriter kişilerin, otoriter mesajlardan etkilenerek tutum değişimi gösterdiğini, otoriter olmayan kişilerin ise gerçek bilgilere dayanarak tutum değişimine daha açık olduğunu belirtmiştir (İnceoğlu 2010).

İkna etme başarısına kişilik özelliklerinin yanı sıra birçok faktörün de etki ettiği görülmektedir. Onyekwere (1989) ikna çabasının olduğu bir iletişimde çevresel faktörlerin, bireydeki depresyon, açlık veya öfkeli olma durumları gibi etkenlerin de ikna edicilik üzerinde etkili olduğuna değinmiştir.

7. İkna ve Tutum

Tutum kavramıyla ilgili pek çok çalışma yapılmış olup çalışmalar da çok farklı tanımlamaların yapıldığı görülmüştür. Tutum, bireyin bir nesne, olay, durum yada kişi ile ilişkilendirilmesi ve bu bağlamda da bir eylemin başlatılması sürecinde etkin rol oynayan bir ögedir (İnceoğlu, 2010).

Yüksel (2012) ise tutum kavramını, *"bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilim"* olarak tanımlamıştır.

İkna kavramı genel olarak düşünce, tutum ve davranış değişikliği olarak tanımlanmaktadır. İkna çabasının hedef kitlenin tutumunu değiştirmeye yönelik olduğunu düşünürsek tutum kavramını da bu açıdan irdelemek gerekmektedir.

İkna, ikna çabasına başvuran kişinin, ikna etme amacındaki hedef kitlenin tutum, davranış ve düşüncelerini değiştirerek hedef kitlesini istediği yönde harekete geçirme çabasıdır. Tutumlar da bu harekete geçirme, eyleme dönüşme noktasında önemli rol oynamaktadır.

İkna edici iletişimde tutumun önemsenmesinin nedeni tutumun davranışa eşlik etmesindedir. Tutum değişiminin sağlanmasıyla birlikte insanların davranış değişimi daha uzun süreli olmaktadır (Deniz, 2007).

Tutum, tavır alışa ya da tepkiye konu olacak ilişki ya da etkileşim ortamının ortaya çıkmasında ve eylemin gerçekleşme sürecinde baştan sona etkin bir rol oynar. Başka bir deyişle tutumlar bireyi, bazı durumların ya da olayların oluşmasına etki etmesi yönünde harekete geçirir (İnceoğlu, 2010).

İkna üzerinde iknacının güvenirlilik, saygınlık, uzmanlık seviyeleri, hedef kitle farkındalığı ve bu doğrultuda inanç ve değerleri, ikna etmeye ve tutum değişimine yönelik etkileri yadsınamaz. Akdeniz (2010) ikna çabasına girişen kişinin güvenilirliği

ve saygınlığı yüksek ise, bu kaynaktan gelen mesajın daha kolay kabul edilebildiğini ya da iknaya başvuran kişi, konusunda uzman ise diğer insanların tutumlarını değiştirmede daha etkili olabildiğini belirtmiştir. Yine Simons (1988) iknaya başvuran kişinin, hedef kitlenin inanç ve değerleriyle uyumluluk göstermesi gerektiğini ve aşırı baskıcı tehditkar söylemler göstermemesi gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca yazar açısından bakıldığında, yazarın inanç ve değerlere saygı çerçevesindeki tutumunun iknada başarıyı sağlayacağını vurgulamıştır.

Şahin' in (2010) Severin ve Tankard' dan (2001) aktardığına göre, bir tutumun, duygusal, bilişsel ve davranışsal olmak üzere üç bileşeni vardır. Duygusal bileşen, kişinin bir nesne hakkındaki hislerini, bilişsel bileşen, kişinin bir nesne hakkındaki inanışlarını ve davranışsal bileşen ise kişinin nesneye karşı gerçekleştirdiği eylemleri içermektedir. Bu bağlamda Yüksel (2012) tutumların genel anlamda duygu, düşünce ve davranış eğilimi içersinde bütünleşmesi gerektiğini belirtmiştir.

İnceoğlu (2010, s.20) ise bu durumu şöyle açıklamaktadır.

Zihinsel, duygusal ve davranışsal öğeler arasında bir iç uyum, tutarlılık ve örgütlenme olmadığında tutumun oluşması da mümkün değildir. Buna göre tutum bir tepki gösterme biçimi değil, belli bir tepkinin ortaya konulmasının bir ön aşamasıdır. Yani tutum, bireyin belli bir duruma, nesneye veya kişiye yönelik bir tepki ortaya koymadan önce o tepkiye hazırlık olmak üzere aldığı tavır, sergilediği duruştur.

Buradan da anlaşılacağı üzere ikna çabasının hedefindeki kişileri, ikna etmek adına, ortaya atılan iddia ve iletilen mesaja yönelik hedef kitlenin süreç öncesinde aldığı tutumun, ikna edenin başarısını da doğrudan etki edeceği söylenebilir.

Şahin' e (2010) göre ikna etme amaçlı sunulan mesajdaki bilgilerin miktarı ve sırası da tutumları etkileyip, değiştirmede önemlidir. Genellikle ana fikir mesajın başına ya da sonuna konulmalı ve en uygun iletişim aracı seçilmelidir. Böylece iknaya girişen kişinin hedef kitlesinin tutumunu istediği yönde etkileyebilecektir.

8. İkna ve Etik

2300 (MÖ 384-322) yıl önce iletişim konusunu ilk ele alan ve iletişimin içerisinde ikna konusuna değinen filozof Aristoteles, iknayı bir sanat olarak görmüştür. İknayı, istenmediği sürece yapmayacakları bir şeyi insanlara yaptırma sanatı olarak tanımlamıştır. Aristoteles, insanların hemen her gün bir başkasını ikna etmek durumunda kaldığını gözlemlemiş, ikna çabasının söz konusu olduğu her durumda,

karşıdaki kişinin tutum ve davranışlarını yönlendirmeye, yön değiştirme girişiminde bulunulduğunu belirtmiş ve bu durumu ikna etme olarak tanımlamıştır (Borg, 2012).

İknanın amacı, ikna çabasına giren kişinin nedenleriyle birlikte hedef kitlesinde iddiası yönünde düşünce değişikliği yaratmaktır. Bu değişiklik sadece inançlardaki değişiklik değil o kişiyi A yerine B'ye oy verme, sigarayı bırakma veya bir ürünü almak gibi harekete geçiren bir durumdur. James' e göre ikna olan kişinin bu değişiklikte gönüllülüğü esastır. İkna olan kişinin iddiayı, öneriyi kabul veya reddetmesi hususunda özgür bırakılması gerekir (James, 1984). İkna edilecek hedef kitlenin tutum ve davranışlarının kendiliğinden ya da rıza göstererek gerçekleşmesi gerekmektedir. Ayrıca iknanın anlık ve etkili bir sonuca değil dürüst ve ahlaki sonucunun da olmasına mutlaka dikkat edilmelidir (Yüksel, 2012). Ancak iknada her zaman gönüllülüğün olmadığı yönünde alan yazında eleştiriler vardır. İknaya yönelik alanyazına bakıldığında iknada kişi istesin veya istemesin, istenen görüşü veya davranışı sergilemesi, razı olması yönünde etkilemenin olduğu görülmektedir. Gönüllülük dışında iknaya başvuran kişinin korku, övgü, tehdit unsurlarını işe koşarak kişide tutum ve davranış değişikliği yarattığı ancak bu durumun da etik olup olmadığı konusunda tartışmalar ortaya çıkmaktadır.

İkna etmek istenilen kişinin duygu ve mantığına uygun bir şekilde hitap edilmelidir. İknada bazen de zorlayıcı bir kuvvetle veya dolaylı bir zorlayıcı etkenle iletilen mesaj, alıcının/kişinin davranışını değiştirmesini sağlamaktadır (Miller, 1987, s. 451'den akt., Al-Khatib, 1994). Ancak Yüksel' in de (2005) tanımladığı gibi ikna, birini bir konuda inandırma, bir şey yapmaya razı etme, kandırma başka bir deyişle kişinin tutum ya da davranışlarını 'zorlama' olmaksızın etkilemeyi hedefleyen iletişim sürecidir. Tehdit unsurunu kullanarak ikna etme çabasına girişmenin, kişileri zor durumda bırakmanın etik boyut düşünüldüğünde tartışmalı bir konu olduğu söylenebilir.

İkna etme becerisinde istenilen düşüncelerin olması, istenilen davranışların sergilenmesi ikna etme çabasına girişen kişinin hoşuna gidecek ve bu durumu kötüye kullanma girişiminde bulunanlar da olacaktır. Bu durumun da etik olup olmadığı, bu yönüyle yine tartışmaya açıktır.

Açıkça ikna kelimesi akıllarda birçok kavram uyandırmakta ve bunların hepsi de olumlu anlamlar barındırmamaktadır. Bu yüzden ikna etkilemek, inandırmak,

yönlendirmek, cezp etmek ifadelerini de içerir (Murphy 2001). İkna etme girişiminde kişilerin genel olarak açık bir şekilde yaptıkları hatanın etik olmayan kullanımı olduğunu belirten Digs (1964) ikna sanatının çoğu zaman kötüye kullanıldığı yönünde bir kanaat oluştuğunu vurgulamaktadır.

Martinson ve Baker (2001) yapmış oldukları çalışmada etiğe uygun bir ikna için beş ilke olduğunu belirtmişlerdir. Bunlar; etik bir ikna için iletinin doğruluğu, ikna eden kişinin gerçekçiliği, saygı (okurun sahip olduğu değişkenlere), eşitlik ve kabul edilen ortak iyiliği içinde barındıran sosyal sorumluluktur.

Etik bir ikna için Yüksel (2012) Tares testi uygulanması gerektiğini belirtmiştir. İknanın etiğe uygun olup olmadığını belirlemek için bu testte şu noktalara dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır:

- İletinin “açık sözlülüğü”
- İknacının gerçek, açık ve belirgin olması
- İzleyiciye saygı
- İkna edici çekicilikte tarafsızlık.

Yukarıda bir ikna sanatı olarak tanımlamaların yapıldığı retorik, aslında etik yaklaşım içerisinde iknanın bir yöntemidir. Savunulan bir davranış değişikliğine yönelik ikna etme çabasına girişen kişinin değer yargıları, kabul edilen iyi, kişisel ahlaki terbiye, saygı, adalet, ahlak gibi etik değerler çerçevesinde ele alınır (Brembeck, 1964). Kısaca iknaya başvuran kişi, ikna etmek istediği hedef kitlesini kendi çıkarları doğrultusunda etkileyip, hedef kitlesini göz ardı ederek, aldatarak gereken saygıyı göstermemesi gibi ikna girişimi yerine iknaya başvuran kişi kendi iddiası yönünde davranış veya tutum değişikliği yaratırken karşılıklı fayda, ahlaki değer, adalet gibi kavramları işin içine eklediğinde etik değerler çerçevesinde ikna üzerinde daha olumlu bir yargıya sahip olacaktır.

9. İkna Modelleri / Stratejileri

İkna edici mesaj stratejilerinin teorik olarak dört grupta toplandığını belirten Onyekwere (1989) bunları, a) tehdit, uyarı, suçluluk, caydırıcılık, çekicilik, söz verme, güven gibi yaptırım veya baskıya dayalı stratejiler b) ihtiyaca dayalı stratejiler c) doğrudan isteme, ima gibi açıklamaya dayalı stratejiler d) aldatmaya dayalı stratejiler olarak belirtmiştir.

İkna stratejilerine bakıldığında mesaj temelli, tutum temelli, rasyonel ve duygusal yaklaşımlar vardır. Mesaj temelli yaklaşımlar mesaj ve kaynağı ön plana çıkartırken tutum temelli yaklaşımlar davranışa, davranış değişikliğine odaklanır. İkna çabasına girişen kişinin vermiş olduğu mesajda kişilerin rasyonel eğilimlerin ya da duygu yüklü, duygusal eğilimlerin daha çok ikna edici olduğu konusunda yaklaşımlar vardır (MEB, 2008a).

1950' li yıllarda sosyal psikolog Hovland ve meslektaşlarının yaptığı araştırmaların öncülük ettiği tutum değiştirmede ikna modellerinin çeşitli türlerinin olduğu açıklansa da genel olarak araştırmacıların kabul ettiği ve üzerinde birleştiği Petty ve Cacioppo' nun (1986) Elaboration Likelihood Model (ELM) ve Chaiken'ın (1989) Heuristic Systematic Modeli (HSM) dir. (Hovland ve Janis, 1959; Hovland, Janis, ve Kelley, 1953; Hovland, Lumsdaine ve Sheffield, 1949; Eagly ve Chaiken, 1993; Petty ve Wegener, 1998 akt., Lavine, 1999).

Ayrıntılandırma olasılığı modeli ve herusitik sistematik model, ikna sonuçları üzerinde çeşitli faktörlerin rol oynadığını ve ikna sürecinde, ikna girişimlerindeki mesaja vurgu yapmaktadırlar (Petty, Cacioppo ve Goldman, 1981; Chaiken, 1987; Todorov, Chaiken ve Henderson, 2002. akt., O'Keefe ve Jensen, 2008).

9.1. Ayrıntılandırma/detaylandırma olasılık modeli (The elaboration likelihood model (ELM))

Petty ve Cacioppo' nun (ELM) ayrıntılandırma olasılığı modeli ikna edici bir iletişimin etkililiğinin altında yatan temel süreçleri organize etme, kategorize etme ve anlamayı kapsamlı bir çerçevede görmeyi sağlar (Petty ve Caccioppo, 1986, s.3' den akt., Jeandrain, 2001). Bu model, kaynak, mesaj ve diğer ikna değişkenlerinin, tutum değişimine etkisini araştırmaktadır. Bu model iknaya hedef olan bireylerin doğru tutumlar oluşturma fikri üzerinde kurulmuştur (Şahin, 2010).

Petty ve Cacioppo'nun (1981) geliştirdiği iknanın ayrıntılandırma olasılığı modeli zihinsel süreç veya hedefe ulaşmada kullanılan detaylara dayalıdır. Ayrıntılandırma olasılığı modeline göre çevresel ve merkezi olmak üzere iki yol vardır. Bunlar da hedefin yani ikna edilecek kişinin motivasyonu ve aktarılan mesajı işleyebilme yeteneğidir (Bator ve Cialdini, 2000).

İkna edilecek kişinin konu üzerindeki motivasyonu veya yeteneği düşük ve isteksiz olduğu durumlarda çevresel yol izlenir. Bu durumda ikna etme çabasında izlenen çevresel (peripheral) yol daha yüzeyseldir. Çünkü alıcılar ikna edici mesajın içeriğinden çok, kendileri için olabilecek/olası yarar ve getirilerine odaklanma eğilimindedirler. Hedef kitlenin konu hakkında ön bilgileri veya ilgisi olduğunda ise bu yolla davranış ve tutum değişimini meydana getirmede, başarı nadiren görülmektedir (Bator ve Cialdini, 2000). Eğer kişiler kendilerine sunulan mesajı dikkatle inceler ve ayrıntılı olarak değerlendirirlerse, merkezi yol yöntemi kullanılarak tutumlarda değişiklik yapılabilir ya da yeni tutumlar oluşturabilirler (Şahin, 2010).

İknanın ELM merkezi yol sürecinde, genellikle hedef kitlenin içeriği öğrenme adına gerekli zamanı ayırabildiğinde ve ikna edici mesaja motive olunduğunda kullanılır. İknada merkezi yolun başarılı olabilmesi için hedef kitlenin ilgilerini ele alıp, konuya hedef kitleyi dahil ederek, onların anlayabileceği şekilde ve inanç yapıları üzerine dikkatleri çekilmelidir. İkna çabasına giren hedef kitlenin, iletiye katılma ve iletiyi anlama yeteneği düşünüldüğünde, mesajı tekrarlama gibi taktiklerin kullanımıyla hedef kitleyi ikna etmesi daha olası görülmektedir (Bator ve Cialdini, 2000).

Kıscacası ayrıntılandırma olasılığı modeli bir mesajı dikkatle değerlendirme ve inceleme güdüsü ve yetisi olan insanların, mesajın içeriğini dikkate alarak merkezi ikna yolu ile tutumlarını değiştirdiğini, buna karşılık bu yetisi veya güdüsü daha az olanların ise yüzeysel yollara, çeşitli ikna ipuçlarına dayanarak çevresel ikna yolu ile tutumlarını değiştirdiğini savunan bir tutum değiştirme teorisidir (Şahin, 2010).

9.2. Sezgisel sistematik model (Heuristic systematic model)

Temelini bilişsel tepki modelinden alan Heuristic - Systematic Model, Chaiken (1980) ve onun meslektaşları (Eagly ve Chaiken) tarafından önerilen çift süreçli bir modeldir. Sezgisel sistematik model, bilgisi ve katılımı yüksek bireylerin sistemli bir şekilde mesajı işlemedir. Model herhangi bir değerlendirmede kişinin kendi tutum ve kararlarını belirlerken sezgisel ve sistematik olarak iki farklı yola yöneleceğini iddia etmektedir (Şahin, 2010). Bu yaklaşımın özünde hedef kitleyi ikna edici iletişim aracılığıyla savunulan görüş veya eylemle ilgili olumlu, olumsuz düşünmeye dayalı olarak ikna çabasına girilen kişilerde meydana gelen değişim vardır (Chaiken, 1980, Chaiken, 1987, akt., Ajzen, 1992).

Sistemantik süreç, doğası gereği hem bilişsel kapasite hem de yetenek gerektirir. Bu yüzden bu sürecin sistemantik biçimde oluşması için konu hakkında yeterli düzeyde bilgiye ve zamana ihtiyaç vardır. Mesajın kavranması sistemantik süreç için önemli bir zorunluluktur. Sezgisel süreçte ise bilginin işlenmesi daha sınırlıdır. Bu süreç, daha az bilişsel çaba ve daha az bilişsel kaynak gerektirmektedir (Şahin, 2010). Kısacası bu modelde sistemantik bir yaklaşım sergilenmesi için mesajın sistemantik bir şekilde işlenmesi adına konunun kavranması gerekliliği ve sezgisel yola başvurulduğunda ise daha az bilişsel yollara başvurulduğu vurgulanmaktadır.

9.3. Bilişsel tepki modeli

Bilişsel tepki modeli, ikna edilecek kişi veya kişilerin ikna sürecine aktif bir şekilde katıldığını belirtir. Bilişsel Tepki Modelinde mesajlar ikna için yeterli görülmemektedir. Eğer ikna çabasına maruz kalan kişi veya kişilerin mesajı kabul eden düşünceleri var ise ikna da vardır. Bu nedenle, ikna edilecek kişilere yönlendirilen ikna edici mesajlar, olumlu düşünceleri teşvik ederek davranış değişikliği oluşturabilmelidir. İkna edilecek kişi ya da grubun kafasında olumlu davranışlar oluşturulmalı, dikkat çekilmeli ve davranış değişikliği yaratılmalıdır (Şahin, 2010).

Bilişsel tepki modeli, alıcıların maruz kaldıkları mesajların pasif alıcısı olmadığını, mesajlara karşı aktif olarak bilgiyi işlediğini ve alıcıların olumlu veya olumsuz düşüncelerle bilişsel tepkiler ürettiğini belirterek, iletişim sonunda insanların tutumlarını değiştirip değiştirmeyeceğini kendilerinin belirlediğini varsaymaktadır (Sears ve ark., 1985, akt., Sandıkçioğlu, 2012a). Yani iknaya maruz kalan kişiler, kendi iradeleri çerçevesinde iknaya yönelik hangi mesajı kabullenip kabullenmeyeceği kararını kendileri verir ve istemezlerse ikna olmayabilirler.

İnsanların tutumlarını neden değiştirdiğini açıklayan bu yaklaşıma göre, ikna edici bir mesajla karşı karşıya kalan alıcıların ne düşündükleri ve bu düşüncelerin tutum değişimini nasıl etkilediği açıklanmaya çalışılır. Bu yaklaşım esas olarak mesajın değil, insanların mesaja karşılık tepki olarak geliştirdikleri düşüncelerin tutum değişimine yol açtığını ya da tutum değişimini engellediğini ileri sürmektedir (Kayaoğlu, 2011).

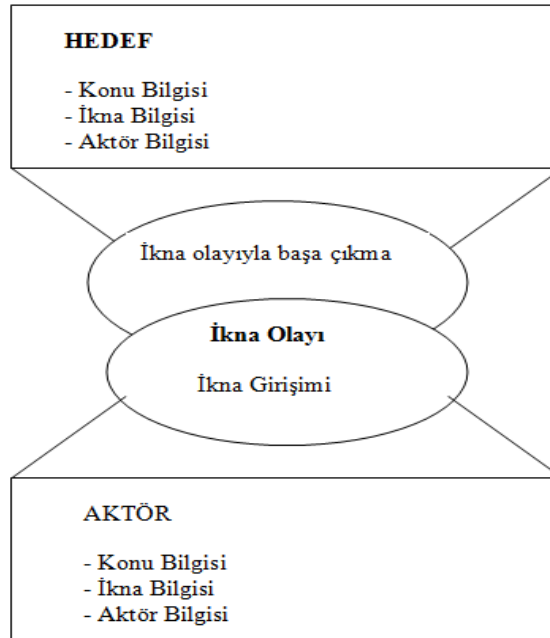
Bilişsel Tepki Modeli mesajın ikna gücünün, ikna edilecek kişi veya kişiler hakkındaki bilgiler sayesinde ikna girişiminde bulunan kişinin kendiliğinden geliştirdiği biliş ya da düşüncelere bağlı olduğu yönünde tanımlanmakta ve ikna konusundaki bazı paradigmalara bağlı olduğu söylenmektedir. Bilişsel Tepki Modeli Chaiken (1980)

tarafından geliştirilmiş, daha sonra Petty ve Cacioppo tarafından Ayrıntılı İnceleme Modeli (ELM) yazınına eklenmiştir (Şahin, 2010).

9.4. İkna bilgi(si) modeli (Persuasion knowledge model)

İkna bilgisi kuramı ilk kez Friestad ve Wright (1994) tarafından önerilmiştir. Ana kavram, ikna çabasına maruz kalan kişilerin ikna bilgileri ve ikna girişimlerinin farkına varmasıdır. İkna bilgilerini, analiz etmek, yorumlamak, değerlendirmek ve hatırlamak için kullanmaları ve baş etme taktiklerini seçmeleri ve uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır (Lorenzon ve Russell, 2012). Kısacası alıcı odaklı bir model olan İkna Bilgisi Modeli genel olarak insanların ikna konusunda nasıl geliştiği ve ikna ile başa çıkmak için ikna bilgi kullanımını nasıl gerçekleştirdiğini anlatmaktadır (Friestad ve Wright, 1994, akt., Şahin, 2010).

Daha çok tüketiciler üzerine odaklanan bu model Friestad ve Wright (1994), tüketicilerin ikna sürecinin aktörleri, konuları ve çıktıları ile ilgili bilgilerini bu girişimlere tepki olarak nasıl etkilediklerini açıklamak için (Persuasion Knowledge Model) PKM'yi geliştirmişlerdir. PKM tüketicilerin ikna etkileşiminde üç bilgi türü ile ilerlediklerini ve bu bilgi türlerinin ikna girişimine yönelik tepkilerini etkilemede etkileştiklerini ileri sürmektedir (Lorenzon ve Russell, 2012).



Şekil 2. İkna Bilgi(si) Modeli

Kaynak: Friestad ve Wright, 1994, akt., Wu (2009)

Aracı bilgi, bir aracının ikna içermeyen tüm bilgisidir; aracının nitelikleri ve yeterlikleri hakkında inançları birleştirir. Konu bilgisi, ikna girişiminin konusu veya içeriği hakkında iknasız ilgili tüm bilgidir. Bu, reklamı yapılan ürünler ve yer aldıkları içerik hakkındaki bilgiyi kapsar (Hibbert ve ark., 2007, akt., Lorenzon ve Russell 2012).

Campbell ve Kirmani (2008), ürün veya konu alanındaki bilginin, konu bilgisinin bir parçası olduğunu, çünkü uzmanların acemilerden/yenilerden çok, daha iyi konu bilgisine sahip olma eğiliminde olduğunu belirtir. Basit ikna bilgisi olarak adlandırılan üçüncü tür bilgi, ikna girişimlerinde kullanılan stratejiler ve taktikler hakkında tüketicinin bireysel bilgisidir (akt., Lorenzon ve Russell, 2012). Bu ise, aracının ne başarmayı denediği, ikna stratejilerinin yanı sıra, aracının neyi başarmak için girişimde bulunduğu hakkındaki fikirleri içerir (Campbell ve Kirmani 2000 akt., Lorenzon ve Russell, 2012).

Bu modelin merkezinde kişilerin ikna bilgilerinin hedef kitleyi etkilemek için kullanılan ikna taktiklerine yönelik var olan algıları vardır. İkna girişiminde bulunan kişilerin ikna etme bilgileri üzerindeki algıları, tüketicilerin ikna teşebbüslerine vermiş oldukları cevaplarla şekillenir. Friestad ve Wright (1994) hedefi (target) kimin için ikna girişiminde bulunulacak, (agent) ikna girişimini düzenleme ve yapılandırma işlemi, ikna girişimi(attempt) birisinin tutum, davranış, inanç ve harekete geçirmek, etkilemek için düzenlenmiş bilgilerin sunumuna yönelik hedef kişilerin algısı olarak tanımlamaktadır (akt., Wu, 2009).

9.5. İkna ve Toulmin mantık yürütme yaklaşımı

Mantık yürütme becerilerinin metinlere yansıtılması, bilişsel becerilerin bir yöntem dahilinde Toulmin tarafından geliştirilmiştir. Toulmin metodu, özellikle Amerikan üniversite ve kolejlerinde “yazma programı” içeren bölümlerinde, iyi yazı yazma yöntem ve teknikleri arasında özellikle fikir yazılarının, makalelerin, planlamasının nasıl yapılacağı konusunda kullanılmaktadır (Mavili, 2004).

Toulmin modeline göre tartışılan konu iki düzeyde ele alınmıştır. Analizin ilk seviyesi iddiayı, verileri (bilgi), destekleyicileri ve garanti edici detayları (kanıt) içerir. İkinci seviye ise niteleyiciler ve yürütmeleri içerir (Toulmin ve diğ. 1984, akt., Standish, 2005). Alan yazına bakıldığında tartışma modeli olarak karşımıza çıkan

Toulmin modeli, karşıt görüşteki kişi veya kişileri mantıksal kanıtlar sunarak ikna becerisinin kullanımıyla ikna edildiği modeldir.

Toulmin'e göre mantıksal ikna (logical persuasion) süreçlerini içeren herhangi bir tartışma konusu üç ana bölümden oluşmaktadır: Bilgi, iddia ve kanıt. Toulmin Metodu, mantık süzgecinden geçirilerek bu üç ana unsur arasındaki bağlantının kurulduğu ve karşıt görüşlere de yer verilerek düşüncelerin aktarıldığı bir sistemdir (Mavili, 2004).

Toulmin mantık yürütme yaklaşımına göre ortaya bir iddia atılır, iddiayı destekleyici bilgiler toplanır ve belirli teorilere, belirli temellere dayanaklandırılır, iddiayı destekleyen kanıtlar sunulur ikna yoluna girilir. Güçlü kanıtlar daha fazla, zayıf kanıtlar daha az ikna edici güce sahiptir (Hosman, Huebner ve Siltanen, 2002, s. 362'den akt., Mavili, 2004).

9.6. Şema Teorisi

İkna becerisi, anlatım veya açıklama becerisine göre daha bilişsel bir beceri gerektirir (Bereiter, 1978; Moffett, 1968, akt., Crowhurst, 1990b). Öğrencilerin başarılı ve özgün bir şekilde ikna edici bir yazı yazabilmeleri için çocuklarda ikna şeması geliştirilmelidir. İkna bilişsel olarak zor olduğu için etkinlikler zayıf yapılırsa öğrencilere verilen eğitimle ikna edici yazı yazma becerisi gelişmeyebilir. İkna etme üzerine şemalarının olmaması, ikna edici yazıların kötü olmasına neden olmaktadır (Crowhurst, 1990b).

10. İkna Teknikleri

İnsanlar günlük hayatında bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde bir çok farklı ikna tekniğini kullanır. İkna etme sürecinde ele alınan konu doğrultusunda var olan bilgiyi ve kanıtları iyi bir şekilde yapılandırıp, organize edilmesinin yanı sıra kişi yazılı olmayıp sözlü iletişim halindeyse dış görünüşüne, konuşma tarzına ve beden diline kadar bir çok faktörü göz önünde bulundurmalıdır (Demirtaş, 2004).

İkna edici mesaj stratejilerinde yaygın olarak şu üç teknik kullanılır: "Korku çekiciliği, kapıyı aralama tekniği ve mesaj tekrarı." Korku çekiciliği tekniğiyle insanlar

bir şeye ikna edilirken korku uyandırılmaya çalışılmakta ve belli bir davranışı yapması sonucunda ortaya çıkabilecek zararlar sıralanmaktadır (MEB, 2008a).

Maden'in (2010) çalışmasında yer verdiği hem akla hem duygulara hitap eden Kuran-ı Kerim'in okurları ikna etmek için ayetlerle kanıtlar sunarak mukayese yöntemini sıkça kullandığını ve etkili bir ikna üslubu olduğunu belirtmektedir.

Alan yazına bakıldığında birçok ikna tekniği ile karşılaşmaktadır. Bu tekniklerden bazıları aşağıda ele alınmıştır.

- Önce küçük sonra büyük rica tekniği
- Önce büyük sonra küçük rica tekniği
- Evet- evet tekniği
- Mesaj tekrarı tekniği
- Sadece o değil tekniği

10.1. Önce küçük sonra büyük rica tekniği

İngilizce'de "foot in the door" olarak geçen teknik, alan yazında "azıcıkta bir şey olmaz, kademeli etki tekniği" (Bilgin, 2000, s.115'den akt., Demirtaş, 2004. s.77), aynı zamanda kapıyı aralama tekniği olarak geçmektedir.

Bu teknikte amaç ikna edilmek istenen kişiye, asıl sorudan önce küçük bir ricaya ya da soruya "evet" yanıtı vermesidir (Hogan,2007). Yani, insanların küçük bir isteğinin yerine getirilmesine razı edildikten sonra daha büyük bir isteği ileride yapabilecekleri varsayımına dayanmaktadır (MEB, 2008b).

Kapıyı aralama tekniği olarak da bilinen önce küçük sonra büyük rica tekniği ilk defa Freedman ve Fraser'ın yaptığı deneysel çalışmayla ileri sürülmüştür (Goldman ve ark., 1982, s.19' dan akt., Güllüpunar, 2013). Ayrıca Demirtaş'ın (2004) Fredman ve Fraser'den (1966) aktardığına göre, 156 ev hanımı üzerinde yaptığı araştırmada küçük istekleri kabul eden kadınların yüzde 50'sinin büyük isteği kabul ettiğini ve küçük isteğin yöneltilmediği ve doğrudan büyük isteğin talep edildiğinde ise kadınların yüzde 25'inin büyük isteği kabul ettiği görülmüştür.

Önce küçük sonra büyük rica veya kapıyı aralama tekniği karşı taraftaki kişiyi ikna etme isteğinde bulunulduğunda kişiden önce onun kabul edebileceği, kabul etme olasılığının yüksek olduğu, karşı taraftaki kişiyi olumsuz etkilemeyecek, küçük isteklerden başlayarak adım adım daha büyük taleplerde bulunarak devam eder.

Bu teknikle ikna olanlar, tutarlılığa daha çok önem veren; diğer bir deyişle, davranışlarıyla tutumları arasındaki tutarlılığı daha çok gözetten kişilerdir (Cialdini, 2001, akt., Sandıkçioğlu, 2012b). Bu tekniğin etkisinin altında taahhüt, tutarlılık beklentisi ve benlik algısının rolü olduğunu dile getiren Demirtaş (2004) toplum tarafından pekiştirilme eğilimi olduğu için kişi, belirli bir konuda verilen bir kararın arkasında durmak, tutarlı davranmak ister. Bu nedenle ardından gelen ricaları kabul etme eğilimi gösterir (Festinger, 1957; Heider, 1946; Newcomb, 1953, akt., Demirtaş, 2004). Bu da iknayı başarılı kılma olasılığını etkiler.

Kapı aralama tekniğinde ilk isteğe verilen cevap sonrası yapılacak olumlu bir geribildirim sonraki isteklere uyum ihtimalini yükseltebilir. Kabul durumundaki değişimi görmek için kapıyı aralama yöntemi ile etiketleme tekniğinin ele alındığı bir araştırmada ilk istek sonunda araştırmaya katılanlara yapılan yararlı ve yararlı olmadıkları şeklindeki geri bildirimler, bir sonraki isteğe uyma durumlarını etkilemiştir. Yararlı oldukları söylenenlerin ikinci isteği kabul etme durumları yararsız oldukları söylenenlere göre daha yüksek olmuştur (Goldman ve ark., 1982, s. 19' dan akt., Güllüpunar, 2013).

10.2. Önce büyük sonra küçük rica tekniği

İngilizce "door in the face" Türkçede "önce reddetme, sonra kabul etme, kapıyı yüzüne çarpma, kapı kapatma" tekniği olarak adlandırılan teknikte adından da anlaşılacağı gibi ilk önce büyük, ardından küçük bir ricada bulunulur (Bilgin, 2000; Sakallı, 2001, akt., Demirtaş, 2004).

Bu tekniğin uygulandığı ikna sürecinde, iknanın hedefindeki kişi veya kişilere gücünü aşan ve kabul etme olasılıklarının neredeyse imkansız olacağı taleplerde bulunulur; başka bir deyişle iknacı önce reddedilme olasılığı çok yüksek olan bir talepte bulunur sonra beklentiyi düşürerek hedef kişi ya da kişileri aslında istediği durum, yapılması beklenen istek için ikna olmalarını sağlar (Sandıkçioğlu, 2012b). Çünkü insanlar kendilerinden talep edilen bir istekte, indirime gidildiğinde karşılık vermek

amacıyla daha sonradan gelen bu küçük isteği kabul etme eğilimindedirler. Bunun nedeni, karşı tarafın yaptığı indirim karşısında borçlu kalmak istememeleridir ki bu teknik ile ilgili araştırma sonucuna göre "yeni bir istekte bulunmak yerine birinci isteğin daha küçük bir versiyonu olan ikinci bir istekte bulunulursa, kabul etme işleminin genelleştirilebileceği" görülmüştür. Başka bir deyişle bir istek reddedildiğinde, iknaya başvuran kişi yeni bir istek yerine ilk istekle bağlantılı; ancak daha küçük ikinci bir istekte bulunursa bu ikinci isteğin kabul edilmesinin genel geçer bir kural olduğu söylenebilir (Sakallı, 2001; Mowen ve Cialdini, 1980, akt., Güllüpunar, 2013).

10.3. Evet - evet tekniği

Genellikle satış ve ikna çekiciliğinde kullanılan bu teknikte, kaynak, hedef kitlenin evet cevabını vermesi için çalışır (Yılmaz, 2007). Evet-evet tekniğinde, ikna edilmesi amaçlanan kişi veya kişilere üst üste evet yanıtı verme olasılığı yüksek olan sorular sorulur ve asıl talep en sona bırakılır (Larson, 2003, s.330'dan akt., Sandıkçioğlu, 2012). Son olarak beklenen ve istenen evet cevabının gelme olasılığı güçlenir.

Üst üste evet yanıtının beklendiği ve bu teknikle soruların sorulduğu durumda çoğunlukla evet yanıtlarının devamı gelir. Bunun altında yatan nedenlerden birisi, ikna etmek istenilen kişinin zihninde oluşturulan örüntüdür. Bu örüntü evet deme yönünde bir hazırbulunuşluğa yol açmaktadır. Ardarda, soluksuz bir şekilde yöneltilen sorular, hedefin kaynaktan gelen bilgileri ayrıntılı bir şekilde bilişsel işleme sokmasına olanak tanımayarak ve kestirme yoldan yapılan bilişsel işlem olarak belirtilmektedir (Demirtaş, 2004). Bu teknik ikna edici bir yazıda uygulandığında ikna çabasına girişen kişi yazısına cevabı evet olabilecek sorularla başlarsa ilerleyen aşamada da istenilen yönde cevaplar alacaktır.

10.4. Mesaj tekrarı tekniği

Mesaj tekrarı tekniğinde iknanın başarılı olabilmesi için mesajın devamlı olarak tekrar edilmesi gerekmektedir. Tekrar edilen mesajlar insanlar tarafından daha iyi anlaşılmakta ve hafızada daha iyi yer almaktadır. Mesajın sürekli tekrar edilmesi algılamayı da kolaylaştırmakta, iletinin seçilmesine yardımcı olmaktadır (MEB, 2008b).

10.5. Sadece o değil tekniği

Bu tekniğin etkisinin altında da, önce küçük sonra büyük rica tekniğinde olduğu gibi karşılıklılık ilkesi vardır. Birisi sizin için bir iyilik yaptığında, indirim ya da hediye verme yoluna gittiğinde, siz de onun iyilikseverliğine karşılık verme yönünde bir sorumluluk hissedersiniz (Demirtaş, 2004).

Önce büyük sonra küçük rica tekniğiyle oldukça benzer görünen bu teknik arasında temel bir farklılık vardır. Önce büyük sonra küçük rica tekniğinde ikna çabasına maruz kalan kişi, ilk ricayı reddettikten sonra küçük rica devreye sokulur. Sadece o değil tekniğindeyse, henüz alıcıdan bir yanıt gelmeden, yanıt vermesine fırsat vermeden ikinci teklif sunulmaktadır (Sakallı, 2001, s.176'dan akt., Demirtaş, 2004).

Yukarıda ifade edilen ikna model ve tekniklerinin tamamının temel dil becerileri olan dinleme, konuşma, okuma, yazma ve görsel okuma ve görsel sunu becerilerini kapsadığı görülmektedir. Bireyin doğumuyla başlayıp ölümüne kadar edinimi bir şekilde devam eden bu becerilerin özellikle okullarda desteklenmesi öğretim programlarının temel amaçlarındandır. Söz konusu beceriler okullarda kısmen diğer dersler yoluyla kazandırılmaya çalışılsa da bu sorumluluk özeldir Türkçe Öğretim Programı'yla şekillendirilmiş olan Türkçe derslerindedir.

11. İlköğretim Türkçe Öğretim Programı

Ana dili eğitimi, ilköğretimin ilk kademesinde okuma yazma öğretimiyle başlayıp eğitim kademeleri ilerledikçe diğer dil becerilerinin kazandırılması ve dil bilgisi öğretimiyle devam eder. Dil becerileri, dil öğretiminin temelini teşkil etmektedir. (Yılmaz, 2008, s. 4). Çünkü dil sayesinde öğrenciler iletişime geçer, kendilerini ifade eder, bilgi edinir ve kendilerini geliştirirler.

2005 yılından itibaren uygulamaya konulan yeni ilköğretim programıyla beraber Türkçe Dersi Öğretim Programında da değişiklikler yapılmıştır. Yeni yaklaşımla birlikte öğretmen, öğrencinin bilgiye ulaşmasında, beceriyi kazanmasında rehberlik görevini üstlenmiş, öğrencinin aktif bir şekilde işin içinde olduğu, öğrenci merkezli bir yaklaşım benimsenmiştir. Yaşamdaki sürekli değişim ve gelişim öğretim programına da yansımış çağa ayak uydurabilmek, zamanı yakalamak adına yenilikler, eğitime yansımıştır. Öğrencilerin çağa ayak uydurabilmeleri için temel dil becerilerini yeterince ve gerekli nitelikte edinmesi artık zorunluluk haline gelmiştir.

Temel dil becerileri olarak nitelendirilen dinleme, konuşma, okuma, yazma, görsel okuma ve görsel sunu becerilerinin, ilköğretim Türkçe dersi öğretim programının genel amaçları kapsamında öğrenciler tarafından edinilmesi beklenmektedir. Bu beceriler Türkçe dersi öğretim programında beş öğrenme alanı şeklinde birbiriyle ilişkili ve bir bütünlük içerisinde ele alınmış ve program da bu alanlar üzerine yapılandırılmıştır. Bu becerilerin geliştirilmesinin yanısıra Türkçe Dersi Öğretim Programı metinler arası düşünme, anlama, sıralama, sınıflama, sorgulama, ilişki kurma, eleştirme, analiz - sentez yapma ve değerlendirme gibi zihinsel becerilerin geliştirilmesini de hedeflemektedir (MEB, 2009).

Türk Milli Eğitiminin genel amaçlarına uygun olarak hazırlanan yeni Türkçe Dersi Öğretim Programında Türkçe öğretiminin amacı:

- *Dinleme, konuşma, okuma, yazma, görsel okuma ve görsel sunu dil becerilerini geliştirme,*
- *Türkçeyi sevdirmeye, doğru ve etkin kullanımını sağlama,*
- *Zihinsel gelişimlere uygun olarak, anlama, sıralama, sınıflama, sorgulama, ilişki kurma, eleştirme, tahmin etme, analiz sentez yapma ve değerlendirme gibi zihinsel becerileri geliştirme,*
- *Metinler arası düşünme becerilerini geliştirerek söz varlığını geliştirme,*
- *Bilimsel, yapıcı, eleştirel ve yaratıcı düşünme, kendini ifade etme, iletişim kurma, işbirliği yapma, problem çözme ve girişimcilik becerilerini geliştirme,*
- *Bilgiyi araştırma, keşfetme, yorumlama ve zihinde yapılandırma becerilerini geliştirme,*
- *Bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma ve üretme becerilerini geliştirme,*
- *Bilgi teknolojilerini kullanarak okuma, metinler arası anlam kurma ve öğrenme becerilerini geliştirme,*
- *Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajları sorgulama becerilerini geliştirme,*
- *Kişisel, sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yönlerden gelişmelerini sağlama,*
- *Milli, manevi, ahlaki, tarihi, kültürel, sosyal ve sanatsal değerlere önem vermelerini sağlama, milli duygu ve düşünceleri güçlendirme,*
- *Yazılı ve sözlü ürünlerde Türk ve Dünya kültürünü tanımalarını sağlama,*
- *Okuma sevgisi ve alışkanlığını kazandırma şeklinde belirlenmiştir (Türkçe Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu, 2009, s.12).*

Tüm bu amaçlara bakıldığında Türkçe dersi öğretim programının öğrenciyi merkeze aldığı ve onun yaratıcılık, iş birliği içerisinde olma, sorun çözme, girişimcilik, analiz, sentez yapabilme ve akıl yürütme gibi zihinsel becerileri de geliştirmeyi amaçladığı görülmektedir. Böyle bir programda yetişen öğrencilerin ne istediğini bilen, istediklerini doğru bir şekilde ifade edebilen, tüm bu becerilerle ilintili ikna etme becerisini kullanabilen iletişime açık ve diğer bireylerle her açıdan iyi ilişkiler kurabilen bireyler olmaları beklenmektedir.

11.1. Türkçe Öğretim Programı Öğrenme Alanları

Dil öğrenme, yakın çevrede kendiliğinden kültürlenme yoluyla başlar ve okullarda kasıtlı bir kültürlenme süreciyle devam ederek hayat boyu sürer. Okul ise anadili öğretimini kasıtlı kültürlenme yoluyla sağlamayı amaçlamaktadır (Sulak, 2009). Başka bir deyişle kişinin dil öğrenimi ailede başlayıp, etkileşimde bulunduğu sosyal çevreyle birlikte gelişir ve okul hayatının başlamasıyla birlikte daha sistemli bir hal alır.

Okul yaşamında öğrenci bir takım bilgi ve beceriler edinir. Türkçe dersi öğretim programına göre öğrenci, anlama ve anlatmaya dayalı bir takım dil becerileri edinmektedir.

Dil becerilerinin genel olarak iki temel boyutu vardır:

- a. Anlamaya yönelik dil becerileri: Dinleme, okuma, görsel okuma.
- b. Anlatmaya yönelik dil becerileri: Konuşma, yazma, görsel sunu

Türkçe öğretiminin amacı; anlamaya ve anlatmaya yönelik olan bu temel dil becerilerini geliştirmektir. Bu beceriler birbirinden tamamen bağımsız olmadığı için bir bütün olarak ele alınmalıdır (Yılmaz, 2008, s.6).

11.1.1. Dinleme

Bütün başarılı insanların gerçekte iyi bir dinleyici oldukları söylenir. Dinleme etkinliği, insanlar arasındaki anlaşmayı kolaylaştırmaktadır. İyi bir dinleyici, karşısındaki insana saygı gösteren, sözünü kesmeyen ve anlamaya çalışan kişidir. Anlamaya yönelik olan dinleme becerisini etkili kullanmak, iletişimi daha güçlü kılacaktır. Tabi ki dinlemeyi etkili kılan birçok unsur vardır. Ungan (2013) dinlemeyi konunun içeriğinin, kişinin motivasyonunun, dinleme amacının, kişinin ön bilgi düzeyinin, kalıtımın, bireysel farklılıkların etkili olduğunu belirtmiştir.

Dinleme, işitmeyi de içine alan kapsamlı, karmaşık, aktif bir süreç, başka bir deyişle anlatıcıdan gelen mesajları anlama ve yorumlama çabası; amaçlı bir davranış ve insan beyninin bilişsel süreçlerini gerektiren zihinsel bir etkinliktir (Epçaçan, 2013).

Birey günlük yaşamında birçok sözlü, işitsel uyarıcıyla karşı karşıya kalmakta ve bu uyarıcılar arasından ihtiyaçlarına, ilgilerine göre seçim yapmaktadır. Kişi uyarıcılardan gelen mesaja dikkat eder ve uyarıcılarla kurduğu bağlantılarla mesajı

anlamaya çalışır. Anlama, diğer dil becerilerinde olduğu gibi dinlemenin de vazgeçilmez bir unsurudur. Dinleme etkinliğinde işitme, işittiğini anlama ön plana çıkmaktadır. Dinleme sürecinde dinleyici yani alıcı, kaynaktan gelen mesajı var olan bilgileriyle yorumlayıp, değerlendirerek anlamlandırmaya çalışır (Emiroğlu ve Pınar, 2013).

Öğrencilere dinleme beceri ve alışkanlığının kazandırılabilmesi için diğer dilsel becerilerle bütünleştirilerek öğretme öğrenme etkinlikleriyle bilişsel, duyuşsal ve devinişsel boyutlu davranışlar kazandırılabilir (Sever, 2011).

11.1.2. Konuşma

Konuşma becerisi, insanın başkalarıyla ilişkilerini sürdürebilmesi için, en çok gereksinim duyduğu ve yararlandığı dil etkinliğidir. İnsanlar arasındaki iletişim büyük oranda konuşma aracılığıyla gerçekleşmektedir (Gündüz, 2013).

İnsanların çevresiyle iletişim kurmasının en etkili yollarından biri olan konuşma, duygu ve düşüncelerin sözlü olarak aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Güneş, 2013). Başka bir deyişle konuşma zihinde başlayan ve düşüncelerin sözle ifade edilmesiyle tamamlanan bir süreçtir (MEB, 2009).

Konuşma bir çok boyut dahilinde gerçekleşir. Konuşma sürecinde, kişi zihinsel hazırlık, konuşmayı yapılandırma ve konuşma yaparak işlem boyutu, etkileşimi planlama, etkileşimi yönetme ve etkileşimi değerlendirerek etkileşim boyutu ve dinleyicilerin güdülenmesini sağlamasıyla, güdülenme boyutunun işleve girdiği bir aktivitedir (Güneş, 2013).

Konuşmayı çevresel, kalıtımsal vb. birçok faktör etkilemektedir Bunlardan bazıları cinsiyet, dil, zeka, fiziksel yapı, dil, öğrenme ve olgunlaşma gibi faktörler sıralanabilir (Demirel ve Şahinel, 2006). Bu nedenle veliler, öğrencinin arkadaşları konusunda dikkatli olmalı, olumsuz etkileri en aza indirmeli, öğrenciye olumlu etkilerin söz konusu olduğu arkadaşlıklar kurmasına yardımcı olmalıdır. Öğrencinin rol model edindiği telaffuz ve diksiyonun çok iyi olması beklenen öğretmenlerin de bu konuda dikkatli olması beklenmektedir. Çünkü öğrenci öğretmeni örnek alacaktır (Uçgun, 2007).

11.1.3. Okuma

Okuma, yazar tarafından yazılanların yani iletinin, alıcı başka bir deyişle okur tarafından anlamlandırıldığından, kaynaktan alıcıya yönelik bir iletişim süreci olarak tanımlanabilir.

Türkçe dersi öğretim programı; okuma sürecinin, çizgi, harf ve sembollerin algılanmasıyla başladığını, algılama işlemiyle birlikte kişinin dikkatini yoğunlaştırarak anlama yoluna gittiğini, aynı zamanda okurun okuma becerisinde ilgisine göre seçilen bilgilerin sıralama, sınıflama, sorgulama, ilişki kurma, eleştirme, analiz - sentez yapma, problem çözme ve değerlendirme gibi zihinsel işlemlerden geçirildiğini vurgulamaktadır. Ayrıca işlenen bilgiler, ön bilgilerle yapılandırılmakta ve anlamlandırılmaktadır (MEB, 2009).

Okumayı, uygun eğitim programıyla geliştirilebilecek bir algılama süreci olarak tanımlayan Güneyli (2003) okumanın bilişsel, duyuşsal ve devinişsel boyutlu bir gelişim süreci olduğunu belirtmektedir. Okumada birey bilgi edinmek amacıyla yazılı metinleri okurken önce yazılı metne karşı duyuşsal yönden hazırlık yapar. Duyuşsal boyut okurun okunacak metne dikkatini vermesi, istekli olması, isteklilikte sürekliliğinin olması ve belli bir amaç doğrultusunda okumaya yönlendirilmesi gibi uyarılarla doğrudan ilişkilidir. Okuma etkinliğinde anlama çabasına girildiğinden birey bütün dikkatini metne odaklar. Böylece zihnini, metinde verilen mesajları algılama, ayırt etme, anlamlandırma, yeniden düzenleyip sunma noktasında yoğun bir şekilde kullanarak bilişsel bir çaba gerçekleştirir (Beydoğan, 2010).

Geçmişten günümüze okuma ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Eskiden okuma denilince yazıların şifresini çözme eylemi anlaşılıyor, sesli okumaya ağırlık veriliyordu. Daha sonra okuma, kelimeleri, yazıları bütün olarak görüp zihne yerleştirme olarak tanımlandı; ancak zamanla gelişen ve değişen insan ve toplumlar okumanın tanımında değişikliğe gitti. Günümüz eğitim anlayışının benimsediği yapılandırmacı yaklaşıma göre okuma ön bilgilerle metindeki bilgilerin etkileşime girdiği, bütünleştirildiği ve yeniden yapılandırıldığı bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Güneş, 2013, s.127). Kısaca okumada birey öncelikle kelimeyi tanımalıdır. Kişi, yazıdaki sembolleri tanıyıp algıladıktan sonra zihinsel sözlüğünü, ön bilgilerini kullanmalı, var olan dil bilgisini işlevselleştirip zihinsel beceri ve edinmiş olduğu deneyimine göre anlamlandırma yapmaktadır (Akyol, 2007).

Okuma etkinliğinin temel amacı; anlatılanı anlamaktır. Türkçe öğretimi de okuma beceri ve alışkanlığını kazandırmanın yanısıra okuduğunu anlama ve değerlendirme gücü gibi iki temel bileşen üzerinde durmaktadır (Sever, 2011). Okumayı öğrenen öğrencinin yazılı ifadeleri sadece okuması için yeterli olmayacaktır. Okuma eyleminde önemli olan okunan yazılı ifadeden anlam çıkarmaktır.

Okuma becerisiyle yazma becerisi arasında yakından bir ilişki vardır. Çünkü okumayı bilmeyen birisi yazma eylemini gerçekleştiremeyecektir. Dolayısıyla bireye yazma becerisinin kazandırılabilmesi için öncelikle okuma becerisi kazandırılmalıdır. Bu iki beceri birbirini takip eden iki dil becerisidir (Coşkun, 2005).

11.1.4. Görsel okuma ve Görsel sunu

Günümüzde bilgiyi elde etme şekli ve bilgi üretimi giderek artmakta her alanda bilgi yığılması olabilmektedir. Bilgiler sadece yazılı değil aynı zamanda resim, şekil, sembol, grafik olarak da görsel olarak sunulabilmekte ve çoğaltılabilmektedir. Bu durum görsel okumanın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Son yıllarda okullarda görsel okuma yayılmakta ve görseller aracılığıyla yeni bilgi ve düşüncelere ulaşılmaktadır (Güneş, 2013, s.185). Teknolojinin gelişmesi ile birlikte görsel okuryazarlık ihtiyaç haline gelmiştir. Bu nedenle görsel okuma ve görsel sunu öğrenme alanı, 2005 yılında Türkçe öğretim programı içerisinde yerini aldığı görülmüştür.

Görsel okuma ve görsel sunu öğrenme alanı; şekil, sembol, resim, grafik, tablo, beden dili, değer ve sosyal olaylar gibi görselleri okuma, anlama ve yorumlamayı kapsamaktadır. Öğrencilerin duygu, düşünce ve bilgilerini görseller aracılığıyla başkalarına aktarması da bu alan içinde yer almaktadır (Temur, 2013).

Geçmiş ve içinde yaşadığımız yüzyılı anlamlandırabilmek için gereklilik haline gelen görsel okuryazarlık düşünmeyi, karar vermeyi, iletişim ve öğrenmeyi geliştirme amacıyla; yorumlama, bilgiyi kullanma, değer verme ve imaj oluşturma gibi becerileri geliştirmektedir. 2005 yılında uygulanmaya başlanan öğretim programıyla işlevselleştirilen görsel okuryazarlık becerisi kişisel ifadeyi, fikirlerin organizasyonunu geliştirmesini, bilgileri hafızada tutmayı sağlama gibi bir çok avantajı vardır. Ayrıca görsel metinler zengin bir sunum gücü yaratır ve yazılı metinlere göre daha etkili sunulabilmektedir (Akyol, 2013).

11.1.5. Yazma

Dil, insanlar arasında anlaşmayı sağlayan bir araç olarak tanımlanmaktadır. Ancak dil, bu işlevinin yanında, bir insanın yetişmesine, zihinsel bakımdan gelişmesine de yardımcı olur. Çünkü insan dille düşünür ve dil aracılığıyla hisseder. Sosyal ilişkilerde iletişim konuşmakla sağlanır. Ancak günümüzde konuşmak kadar yazmak da önemlidir (Aktaş ve Gündüz, 2010, s.29).

Dil eğitiminde yazma becerilerinin önemi tartışılmaz. Yazı ve yazılı anlatım Türkçe öğretiminin en önemli etkinliklerinden biridir. Yalnızca Türkçe dersinde değil, her ders ve ortamda duygu, düşünce, görüş, bilgi ve bakış açılarının dile getirilmesinde bir araçtır. Yazı sayesinde, birey ana dilini kullanarak duygu ve düşüncelerini ifade edebilir (Özkara, 2007).

Yazı; her türlü olay, durum, fikir ve duyguların, meydana geldiği, doğduğu onları yarınlara yansıtan, kalıcılığını sağlayarak gelecek nesillere kalmasına imkan veren bir araçtır (Ağca, 2006). "Yazı yazmamızın amacı, okura duygu ve düşüncelerimizi gözlemlerimizden ve bilgi birikimimizden yararlanarak güzel, doğru ve etkili biçimde yansıtmaktır. Bu yansıtma eylemi sadece bilgi vermekle sınırlı olmayıp aynı zamanda okurların zevk almasını sağlamaya yönelik çok yönlü ve karmaşık bir etkinliktir" (Aktaş ve Gündüz, 2010, s.165).

Duyguların, düşüncelerin, olayların, hayallerin, isteklerin ve çevredeki varlıkların ifade edildiği yazma becerisi, belirli süreç dahilinde gerçekleşmektedir. Bu süreçte yazar yazmaya güdülenir, konusunu seçer, amacını ve hedef kitlesini belirler yazma öncesi hazırlık yapar. Daha sonra yazısını düzenleyerek paylaşım sürecine geçer.

Yaman (2008), yazma eyleminin sadece sembollerin yazılı bir şekilde ifade edilmesi olmadığını yazıyı oluşturan harflerin, hecelerinin, kelimelerin ve hatta cümlelerin kendi içerisinde bir anlam bütünlüğü taşıması gerektiğini belirterek yazılı anlatımın temel niteliklerini; yazılı anlatımın, kişisel bir ihtiyaç olduğunu, yazılı anlatım yeteneğinin doğuştan getirildiği gibi, geliştirilip beceri haline dönüşebileceğini, okuyarak geliştiğini ve yazılı anlatımın kendi içinde birtakım kurallarının olduğunu söylemiştir.

Yazma önemli becerilerden biridir; bu konuda çok fazla becerisi olmayan öğrenciler yoğun bir çaba harcarlar. Çoğu öğrenci yazım ve noktalama, yazının içeriğini oluşturma ve yazım sürecinin gelişimini anlamakta zorlanmaktadırlar (Gregg ve

Mather, 2002, akt., Sanchez ve arkadaşları, 2012). Ülkemizde de öğretmenlerin yazılı anlatım çalışmalarında dil bilgisi kurallarını öne çıkarmaları ve öğrencilerin bunlarla ilgili hata yapma korkusu, bilişsel düşünme süreçlerinin yeteri kadar gelişmemiş olması, duygu ve düşüncelerini sıralayamama, düzene koyamama gibi etmenlere dayalı olarak öğrencilerin yazma becerileri gelişmemektedir (Karatay, 2011).

Yazı dilini etkili kullanabilmek için yazma öğretimine, ilköğretimden başlayıp eğitim-öğretimin bütün aşamalarında gereken önemi vermeli, öğrencilerin daha iyi yazmaları için uygun ortamı hazırlayıp uygun yöntem, teknik ve stratejiler onlara kazandırılmalıdır (Öztürk, 2007).

Yazma becerisi Türkçe Dersi Öğretim Programında da öğrencilerin kazanım haline getirmesi gereken bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat birçok öğrenci yazma konusunda sıkıntılar yaşamakta ve isteksiz görünmektedir. Öğretim sürecinin her aşamasında yazma becerisini geliştirmeye yönelik yetersiz uygulama etkinlikleri ve değerlendirme çalışmaları, zamanla öğrenciler arasında kendini yazılı olarak anlatmanın ve yazı yazmanın herkeste var olmayan özel bir yetenek olduğu yönünde yanlış bir algıya ve/veya yazılı anlatıma karşı olumsuz tutuma neden olabilmektedir Karatay (2011).

Bülbül (2000) yazılı anlatımlarda dikkat edilecek önemli noktaları; yazılı anlatımlarda sözcüklerin anlamını iyi bilme ve yerli yerinde kullanma olarak belirtmiştir. Cümleler uzun ve anlaşılmaz biçimde değil, doğru ve açık bir şekilde ele alınmalıdır. Yine yapısında giriş, gelişme ve sonuç bölümleri yer alıp paragraf kullanımına özen gösterilmesini, ele alınan metnin mutlaka bir konusu olması gerektiğini belirtmektedir.

Öğrencilerin gelecekte doğru ve etkili bir iletişim kurmalarına yardımcı olunmalı ve hayatta kullanabilecekleri, işe yarar bilgiler içeren metin türleri üzerinde durulmalıdır. Öğrenciler bu metin türlerini oluşturabilecekleri ve yazma becerilerini edinebilecekleri şekilde eğitim öğretim süreci düzenlenmelidir (Okur, Göçen ve Süğümlü, 2013).

Amacına ve yazıya göre çeşitli yazı türleri vardır. Amacına göre bilgilendirici, eğlendirici, ikna edici, yaratıcı, betimleyici, sorgulayıcı yazıya göre ise bitişik eğik, dik yazma vs. başlıkları altında toplanabilir (Güneş, 2013).

İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programında yazma türleri; betimleyici yazma, hikâye edici yazma, ikna edici yazma, karşılaştırmalı yazma, işbirliği yaparak yazma, planlı yazma ve sorgulayıcı yazma olarak yedi gruba ayrılmıştır. Ayrıca programda belirtilen bu yazı türlerin içinde de ikna kavramının yer aldığı, ikna kavramını barındırdığı söylenebilir. Örneğin bilgilendirici bir metin okuyucusuna verdiği bilgiler konusunda inandırıcı, ikna edici olması gerekir ki okur yazılı metni okumaya devam etsin ve yazılı olarak verilen bilgileri kabul etsin. Diğer yazı türleri için de aynı durumun söz konusu olduğu söylenebilir.

Yazılı anlatımın, yazı türlerinin içerisinde kendisine yer bulan ikna edici yazılarda normal bir metnin, yazının gereklerini barındırması gerekmektedir. İkna edici yazılarda da giriş, gelişme ve sonuç bölümleri iyi düzenlenmiş ve mantıksal bir sıralama yapılmış olmalıdır. Yazının içerisinde ikna faaliyetine yönelik kelimeler ve deyimler, ikna tekniklerini barındırmalı, paragraflar arası geçiş kopuk olmalı, cümleler açık ve anlaşılır bir şekilde sunulup yazı, ikna edici bir üslupla birlikte iyi bir organizasyona sahip olmalıdır.

12. İkna Edici Yazı /Metin

İkna hayatın her anında karşı karşıya kalınabilen bir durumdur. İkna sadece konuşma dilinde değil; aynı zamanda yazılı dilde de karşımıza çıkmaktadır. Yani, yazılı dokümanlarla da sağlanmaktadır. İkna amaçlı, iknaya odaklanmış metinler, mektuplar, dilekçeler, reklam, film, gösteri vb. afişleri, kitap kapakları, seri ilanlar, makaleler ve hayatımızda yer alan birçok yazılı materyalde ikna ile karşı karşıya kalınmaktadır.

İknaya odaklı bir metin, ikna edici bir dil ve metinde haklı olduğunu gösteren, ele alınan görüşün önemli olduğunu belirten, uygun açıklamalar ve yönlendirmeler ile yazıyı oluşturmaya dayalıdır (Anand ve vd., 2011). Metnin amacı, okurun düşüncelerinde değişiklik yaratıyorsa bu tür metinlere ikna odaklı metinler denilebilir. Bu tür metinler aktardıkları bilgi ile okurların fikirlerini değiştirmeyi amaçlar (Akfirat, 2010). Mektuplar, dilekçeler, reklam, film, gösteri vb. afişleri vs. bu ürünlerin yanısıra akademik çalışmalar, lisans üstü düzeyde hazırlanan tezler, bilimsel dergilerde yayımlanan makaleler ikna edici yazı grubuna girmektedir (Dinler, 2000).

İlkokul öğretim programlarında genellikle ikna edici yazı ihmal edilmekte, atlanmaktadır. Çünkü savunulan iddianın nedenlerini düzenlemek, analiz etmek,

sentezlemek, biçimsel ve işlemsel beceri gerektirir. Bu yetenek de işlemsel ve performansa yönelik olduğundan çocuklar için zor olduğu düşünülmektedir (Burkhalter, 1995).

İkna edici yazılar belki de öğrencinin en çok zorlandığı yazma türüdür. İkna edici yazılar okuru bir şeyler yapmaya veya bir şeylere inanmaya motive eden ve yazarın tarafını belirten ve yazar görüşlerine inandırmak için okuyucuya ikna edici nedenler sunan yazılardır. Yazar okura sunduğu nedenlerle ikna etmeli, okur ile hemfikir hale gelmelidir (Farris, 2005).

Aslında sözlü olarak ikna etme becerisi, bebeklik döneminde zaten vardır. Yaşla birlikte yazılan iletinin daha karmaşık uzun ve daha çeşitli olması, iknanın bilişsel olgunlaşma seviyesi (mantıksal ve soyut düşünme) ile ilgilidir. Bu nedenle iknayı etkili bir şekilde kullanmayı öğrenmek tam anlamıyla mümkün görünmemektedir (Wagner, 1987; Pellegrini, ve ark., 1984; Knudson, 1992, akt., Bermudez ve Prater, 1994).

7- 13 yaş arası çocukların ikna edici yazılar yazma becerisi üzerine yapılan araştırmaya göre bu yaş aralığındaki tüm çocukların bir şeyler ifade edebildiği, yaş arttıkça düşüncelerini mantıksal gerekçelerle açıkladıkları görülmüştür. Küçük çocuklar ben merkezci bir yaklaşımla nedenlerini açıklayıp karşı taraftaki insanı iknada başarısız olurlarken, 10 yaş çocukları da ifadelerinde kendileriyle içerisinde çelişmektedir (Tompkins, 2004).

Knudson'un (2009) Pellegrini, Galda, ve Rubin'den (1984) aktardığına göre bir, üç ve beşinci sınıf öğrencilerinin hem yazılı hem sözlü olarak ikna edici mesajlarına bakıldığında yaşla beraber ikna edici mesajın daha uzun daha kompleks ve daha çeşitli olduğunu belirtmiştir.

İlköğretim seviyesindeki öğrenci yazarlar genel olarak ikna edici yazı olarak üç ikna tekniğine başvurur ve uygular. Öğrencilerin en yaygın olarak ele aldıkları teknik, yazarın gerçek bilgilerle iddiasını destekleme gerekliliği, öğrencilerin ikinci olarak kullandığı teknik yazarın güvenilir ve kabul edilebilir bir şekilde örneklerle okura yönelik ikna edici girişimlerde bulunması ve yazar olarak kişisel memnuniyetine doğrudan yer vermemesi böyle bir girişimde bulunmamasıdır. Öğrencilerin son olarak başvurduğu teknik ise duygulara yönelik başvurumlardır. Örneğin: okurda korku hissini

yaratmak, tutku, kızgınlık ve diğer duyguları ele alarak okuru ikna etme çabasına girerek görüşlerini okura sunmaktadır (Farris, 2005).

İkna edici bir yazıyı yazmadan önce bir takım hazırlıkların yapılması, okurun ikna edilme derecesini artıracaktır. Behrman (2004) ikna edici bir yazıyı yazmadan önce yazılacak konu hakkında beyin fırtınası yapılmasının, ayrı bir kağıtta taslak hazırlanmasının ve beyin fırtınasından alınan notlarla beraber ilk taslağın düzenlenmesinin ve gözden geçirilmesinin önemli olduğu görüşündedir. Buna göre ikna edici bir yazının öğelerini içeren bir liste hazırlanıp bu listeye göre tüm maddeler ele alınarak hazırlanan ikna edici yazı gözden geçirilebilir.

İkna edici bir mesaj veya yazı, içerisinde bazı özellikler barındırır. İkna edici bir metin okurunun duygularına karşılık verecek şekilde ve okurun güvenini kazanacak bir söylem içerisinde kendi görüşünü destekleyen yeterli düzeyde kanıtlarla, ikna edici argümanlarla iddiasını savunmalı, okurun sahip olabileceği, karşıt iddiaları da çürütme yollarına girerek, yazısını yazmalıdır (Chambliss ve Garner, 1996 akt., Fives ve Alexander, 2001).

Bir yazının hedef kitleyi ikna edebilmesi için belli özellikleri taşıması gerekmektedir. Çünkü rastgele yazılmış bir yazıyla bu amacı gerçekleştirmek olası değildir. İkna edici bir yazının özelliklerini ele alırken öncelikle uygun tartışılabilir bir konuyu ele alarak, karşı düşüncede olan okurların olduğunu farzetmeli, okur ve yazar kabul edilebilir, anlaşılabilir bir ortak nokta üzerinde başlayıp okurun ilgilerini, düşüncelerini ve kendi görüşlerini yansıtmalı daha sonra karşıt olan düşünceleri çürütme yoluna gitmeli, detaylarla, istatistiklerle, örneklerle sebep sonuç ilişkisi belirten nedenlemeler vs. sunmalı, başladığı veya bitirdiği cümleler iddiası ile ilgili olmalı, okurun reddedebileceğini tahmin ederek bir plan hazırlamalı, mantıksal nedenlerle güven kazanılmalı, duygusal, psikolojik başvurular yapmalıdır. Okurun tüm bunları kabul etmesi büyük oranda yazarın güvenilirliğine dayalıdır. Yazar ikinci ağızdan anlatıyormuş havasından kaçınmalıdır. Kanıtlar yoluyla okurla etkili bir bağlantı/ilişki kurulmalı okura yaptırmak veya düşündürmek istenen şey mantıksal bir nedene dayandırılarak sonuçlandırılmalıdır (Sorenson, 2000).

İkna edici bir yazının amacı ele alınan konu üzerinde savunulan bakış açısıyla okuru ikna etmektir. İkna edici yazıda, görüşlerin açıklanması, tartışılması, analizi ve ele alınan konunun değerlendirilmesi olabilir. İkna edici yazı türü resmi ve gayri resmi

olabilir ancak ikna edici yazıda yazar konuyu akılcı bir şekilde mantık sırasına göre ele almalı ve konu üzerinde hedef kitlenin duygularını fark etmelidir. Özel bir konu veya problem kişisel bilgi ve deneyimlerle detaylı bir şekilde ele alınabilir. İkna edici bir yazının ana bileşenleri yapısı, giriş, iddianın ve argümanların geliştiği gelişme ve sonuç bölümünden oluşur (Naplan, 2012).

İkna edici bir yazı en azından konuyu ele alan bir cümle, bir iddia, iddiayı destekleyen en az iki kanıt sunmalı ve sonuç cümlesi içermelidir. İkna edici bir yazıda bu gerekliliklere yer vererek giriş, iki (veya daha fazla) gelişme paragrafı ve sonuç paragrafından oluşan bir yapı oluşturulmalıdır (Butler ve ark., 2005).

Naplan (2011) ikna edici bir yazıda bulunması gereken ölçütleri, hedef kitle, metnin yapısı organizasyon (giriş, gelişme, sonuç), ikna etmek amaçlı seçilen konu, yazarın görüşünü destekleyen iknayı zenginleştiren ikna araçları, kelime seçimi, tutarlılık (kelimeler, paragraflar arası ilişki), cümle yapıları, yazım ve noktalama hataları başlıkları altında ele almıştır. Araştırmalara göre ikna sürecini etkileyen en az altı yön vardır: Güvenilir bir yazar, güçlü bir iddia, anlaşılır bir metin ve iddiayı destekleyicilerin dengeli dağılımı, duygusallığa başvuru, ilgi çekici bir konu/metin, metinde sunulan bakış açısının okuru etkilemesidir (Petty ve Cacioppo, 1986; Stiff, 1994, akt., Murphy, 2001).

İkna edici yazıyla kurulan özel iletişimde kişi kendi görüşünü diğerlerine aktarır ve bir takım değişime sebep olur. İkna edici yazının bütün türlerinde (mektup, afiş vs.) yazar bir görüş benimser ve onu savunur. İkna edici yazar karşıt düşünceleri önceden tahmin eder ve ele alır. Ayrıca yazarın konu, ikna etme yolları ve ikna edeceği okurlar hakkında bilgisi olmalıdır (Applebee, Langerina ve Mullis, 1986). Çünkü yazar hitap edeceği hedef kitlesi hakkında bilgisi olduğunda ikna başarısı artacaktır. Başka bir deyişle yazar, hedef kitlesinin ilgilerine, ihtiyaçlarına ve özelliklerine göre ikna girişiminde bulunacak, başarı olasılığı artacaktır. Hedef kitlesinin ortaya atacığı karşıt görüşleri önceden tahmin edecek, buna göre hazırlık yapacak olması, iddiasını güçlendirip karşıt görüşleri çürüterek konuyu ele alması başarılı ikna girişiminde bulunmasını sağlayacaktır.

Nippold, Ward-Loergan ve Fanning'in (2005) Frank (1992) ve McCann'den (1989) aktardığına göre ikna edici bir yazarın çevresindeki insanların bilgi, değer ve sahip oldukları inancın farkındalığına sahip olması gerekmektedir. Etkili ikna edici bir

yazar okurun ortaya süreceği karşı argümanları tahmin edip bu karşıt görüşlere uygun cevabı verebilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Okuru ikna etmek için yazarın iddiasını kendi görüşleri ve gerçeklerle desteklemesi gerekmektedir. İkna sürecinde bunlardan birisini veya ikisini birden kullanmak yazarın isteğine bağlıdır. Ancak araştırmalar, sadece gerçekleri ele alarak yapılan iknanın hedef kitlede değişim yaratmadığını göstermektedir. Bu nedenle ikna çabasına girilen hedef kitlenin zihninde var olan inanç ve bilgileri dikkate alınarak uygun kanıtlar seçilmelidir (Ilardo, 1982, akt., Hamm ve Dunbar, 2006)

Etkilemek ve ikna etmek için hedef kitlenin ihtiyaç duyduğu miktarda ve seviyede bilgi verilmelidir. Bilgi aktarılırken hedef kitle göz ardı edilmemelidir. Çünkü bireyler dünyayı kendi zihinsel haritalarına göre şekillendirir. Bu nedenle ikna çabasına girişen kişi hedef kitleye yeteri düzeyde bilgi aktarmalıdır (Kılınç, 2013). Ayrıca İnceoğlu (2010) ikna çabasına girişen bir kişinin, öncelikle ikna etmek istediği kişilerin olumlu karşılayabileceği, istenmesi daha olası bilgileri sunması daha sonra istenmeyen veya olumsuz karşılanması beklenen bilginin sunulmasının daha ikna edici olduğunu; böylece söz konusu iletişime daha kolay ilgi göstereceğini, iletişime olumsuz bir bilgiyle başlanmasının ikna çabasına girişen kişinin hedef kitlesinin iletişime isteksizlik gösterebileceğini belirtmiştir.

İkna Etmenin Beş Adımı;

- Mesajı hedef kitlenin ilgi alanına ve yaklaşımlarına uyarlayarak dikkat çekilmelidir.
- Canlı bir dil ve somut örneklerle hedef kitlenin daha iyi anlaması sağlanmalıdır.
- İkna etme adına hedef kitleye kanıtlar sunulmalıdır.
- Aralıklarla tekrar yapılarak hedef kitlenin hatırlaması sağlanmalıdır.
- Hedef kitlenin istedik eylemde bulunması için bu yönde talepte bulunulmalıdır (MEB, 2008a).

Montante (2003) ikna edici bir yazıyı başarıya götüren üç şeyin okuru işe koşma, anlaşılmayan bir konu ikna edici olamayacağı için ele aldığı konuyu açıklama, yazısını odaklandığı konu üzerine kurma, konusu üzerine odaklanma olduğunu belirtmektedir.

İkna edici bir yazı, sorgulayan bir okuryazarlık için olanak sağlar ve dil gelişimiyle etkileşim içerisindedir. İkna etme çabası edimbilim, anlambilim ve sözdizimi kullanımının daha gelişmiş olmasını gerektirir (Nippold ve vd., 2005).

12.1. Sınıfta ikna edici yazı yazma

Dil eğitimi verilirken ana dilin etkinlik alanları; okuma, yazma, dinleme, konuşma birlikte öğretilmelidir. Dil eğitiminde öğretmen, öğrencilerin dili bir düşünme ve iletişim aracı olarak doğru ve etkili kullanmalarını sağlayacak ortamlar hazırlamalıdır (Sever, 2002). Dili güzel ve etkili kullanmak için ikna edici iletişim becerilerini kullanmanın önemli olduğu söylenebilir.

İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programında ikna edici yazı türüne yer verilse de bu türle ilgili kazanımlara ayrıntılı bir şekilde yer verilmediği görülmektedir. Oysa ikna karşıdaki kişiyle iletişime geçildiği anda başlar, ikna olduğu takdirde iletişim sürer. İster sözlü ister yazılı olsun ikna edici bir iletişimle çok sık karşılaşılmasına rağmen çok fazla dikkat çekmese de ikna edici yazılar da hayatımızın içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. İkna edici mektuplar, editöre mektuplar, ürün dergileri, broşürler, afişler, tavsiye yazıları, dilekçeler, duyuru kağıtları, makaleler vs. gündelik hayatta karşılaşılan ikna edici yazı örneklerinden bazılarıdır. Caine (2008) ikna edici yazı çalışmalarının üçüncü sınıftan itibaren yapılabileceğini ileri sürmektedir. Üçüncü sınıftan itibaren ikna edici mektuplar (kişisel, kapak yazıları veya iş mektupları), politik konuşmalar, gazete, kitap, reklam çalışmaları, dördüncü sınıfta gazete veya dergilerde yer alan tavsiye sütunları, kamu duyuru (halkı harekete geçirmek adına televizyon, radyo gibi araçları işe koşmak), dilekçe yazma çalışmaları, editöre mektup yazma çalışmalarının yapılacağını beşinci sınıf düzeyinde de bu tür çalışmaların yapılabileceğini belirtmiştir.

İyi bir ikna edici yazı yazmak için öncelikle yazarın konu hakkında bir görüşe sahip olması gerekir. Yazar iddiasını kanıtlarla da desteklemek zorundadır. İkna etme çabasına girişen yazar görüşünün doğru olduğunu, savunduğu iddiasını anlatırken neyi anlatmak istediğini önceden düşünerek, okuru hesaba katarak anlatmalı, anlatımını da ikna edici bir tutumla, iddiasını kanıtlarla desteklemenin yanında inandırıcı, ikna edici bir üslupla ifade ederek okuruyla aynı frekans yakalamalıdır. Tüm bu becerilerin edinimi için ikna edici yazı yazma çalışmaları yapılmalıdır (Caine, 2008).

Sınıfta ikna edici yazı çalışmasında öğretmen, ikna edici yazım tekniklerinin analizini adım adım sunabilir. Ayrıca ikna çabasına girişecek yazara ve konuya uygun olmasına dikkat etmelidir. Problem açık bir şekilde tanımlanmalı, çözümler sunulmalı, kabul ve eylem olmalı, öğrenciler ikna edici yazının somut örneklerini görmeli, yaşamalı, yazmalıdır. Olayın içerisinde olmalı, akademik bir etkinlikten ziyade ödev olduğunu hissetmelidir. Bu şekilde öğrenciler daha motive olmuş bir şekilde, daha hevesli yazım etkinliğine girişeceklerdir (Baker, 1953).

İkna edici bir yazı öğretimi yapılırken öncelikle okuru ikna etmek için bir konu ve konuyla ilgili bir sorun belirlenmelidir. Konu hakkında güçlü görüşlere yer verilmelidir. Sınıfta bu görüşleri ortaya çıkarmak için beyin fırtınası yaptırılabilir. Daha sonra hedef kitlenin benimsemiş olduğu görüşleri kabul ederek ikna çabasına girişilen hedef kitleye kendi görüşlerini destekleyen nedenler ve gerçeklere başvurarak kendi iddiasını destekleyen ikna edici araçlara yer verilmelidir. Tabi bunlar kendilerinin belirleyeceği bir taslak veya planla, mektup, makale, şiir vb. gibi tercih edilen bir türle yapılabilir. Ayrıca yazılarda kelime seçimi ve hedef kitleye sesleniş biçimi daha etkili bir ikna yazısının önemli parçalarındandır. Tüm yazılarda olduğu gibi ikna edici yazıda da yazım ve noktalama hatalarının azlığı, yazıyı daha sade ve ikna edici kılacaktır (Shaw, 2015).

12.2. İkna edici yazı planı

İkna edici iletişimde iknacı ortaya bir problem ve çözüm koymalıdır. Kendi görüşünü, tarafını ve karşıt görüşleri de sunarak sebep ve sonuçlarla birlikte çürütme girişiminde bulunup, iddiasını, destekleyici kanıtlarla ele alarak görüşünü açık bir şekilde ifade etmeli ve hedef kitleyi harekete geçirecek ifadelerle iletişimi bitirmelidir (Harvard Business, 2008). İkna edici bir yazıda öncelikle okuru ikna etmek için benimsenen iddianın amacı belirlenmeli, yazar açık ve net bir şekilde görüşünü, tarafını belirtmeli, okuru ikna etme adına uygun bir dil kullanılmalı ve yazının sonunda okuru harekete geçirecek bir hitap tarzı olmalıdır. Bu kriterler dahilinde ikna edici yazıda konuya uygun dikkat çekici bir başlık, yazının giriş kısmında ele alınan görüş ve görüşü destekleyen argümanlar, bilgiler, gelişme bölümünde sebep ve kanıtlarıyla birlikte savunulan iddia, sonuç bölümünde ise ele aldığı görüşü yeniden ifade eden kısa bir özet ile ikna edici bir yazı üretilmiş olur (Naplan, 2011).

Alanyazındaki ikna üzerine yapılmış çalışmalara ve ikna edici yazıyı değerlendirme ölçeklerine bakıldığında, ikna edici bir yazının barındırması gereken özelliklerin belirlenmesi, ikna edici yazıların hangi unsurları barındırması gerektiğine yönelik fikir vermektedir.

Power (1998) başarılı bir ikna edici yazının değerlendirme ölçütlerini belirlemiş, bu bağlamda altılı rubrik oluşturmuş ve en yüksek puanı alabilmek için aşağıdaki ölçütlerin olması gerektiğini belirtmiştir. Dolayısıyla ikna edici bir yazıda bulunması gereken ölçütleri buradan yola çıkarak belirlenebilir. Bu ölçütler; çok iyi bir şekilde düzenlenmiş organizasyon, konunun, iddianın ve görüşlerin gelişimi, içeriğin açık, anlaşılır bir şekilde ele alınması, okurları dikkate almak, hedef kitle farkındalığı, açık bir şekilde sunumu yapılmış bir iddia, cümlelerin çeşitlilik göstermesi ve olabildiğince hatasız veya az yazım ve noktalama, dil bilgisi hataları olarak ele alınmıştır.

12.3. İkna edici yazıda bulunması gereken özellikler

12.3.1. İkna edici yazıda iddianın varlığı

Etkili bir iknanın temeli, sağlam kanıtları bir araya getirerek öneride bulunmaktır. İddiayı destekleyen güçlü kanıtlarla hazırlanan bir öneri, gerçeklerle ve deneyimle tutarlı ve mantıklı olmalıdır. İknaya başvuran kişi hedef kitesinin çıkarlarına hitap etmeli, kendisine karşıt olabilecek görüşleri yok etmeli, otorite sahibi ve objektif üçüncü şahıslardan onay almalıdır (Akdeniz, 2010).

Yazar ikna edici yazısında görüşünü, konuyu yazının bütününde belirli bir bakış açısıyla sunmalıdır. İknacı, okurla aynı bakış açısını benimseyip eyleme dönüştürmesi için denemelerde bulunarak okuyucuyu ikna etmeye çalışmalıdır (Nippold ve ark., 2005).

Benimsenen görüşün, iddianın tarafını belirleme yolları;

- 1) Yazıya karşıt iddia ve nedenlemelerle başlanmalı, iknaya başvuran kişi kendi iddiası ve iddiasını destekleyen nedenleriyle yazısına son vermelidir.
- 2) İknaya başvuran kişi iddiasını destekleyici unsurlarla iknaya başlamalı, karşıt argümanlarla birlikte paragrafın sonunda iddiasını destekleyen en iyi argümanını ele alarak paragrafı sonlandırmalıdır.

3) Ele alınan konuda her zaman üst düzey, güçlü argümanlar kullanılıp giriş ve sonuç cümleleri iddiayı destekleyen en iyi gerekçelerle bitirilmelidir (Robb, 2012).

İkna edici bir yazar iddiasını sunarken mantıklı, güçlü destekleyicilerle birlikte kendi iddiasına karşıt olabilecek görüşleri düşünüp tarafsız bir şekilde yaklaşıyor muşçasına çürütme yoluna gitmelidir. İddiasını güçlü nedenlerle, gerekçelerle giriş ve sonuç paragraflarında sunmalıdır. Ayrıca yazar, iddiasını belirli bir konu üzerinde açık bir şekilde anlatmalı, güvenilir kanıtlar ve güçlü nedenler sunarak iddiasını desteklemeli, gerekçelerini mantıksal bir düzende sunmalıdır (Lutzke ve Henggeler, 2009). Çünkü açık ve net olmayan bir yazı anlaşılabilir, anlaşılmayan bir yazının ikna ediciliği de düşük olacağı söylenebilir.

12.3.2. İkna edici yazıda iddiayı destekleyen ve karşıt görüşü çürüten nedenler

İkna edici bir yazıda yazarın iddiası, görüşü açık ve net olmalıdır. Açıkça belirtilmelidir. Yazar konuya tamamen hakim olmalıdır. Konu hakkında her şeyi bilmelidir. Yazarın savunduğu iddia, konuyu tamamen ele almalı, kapsmalıdır. Yazının bütününde belirli bir konuya odaklanmalıdır. Yazarın seçtiği dil ve iddia, hedef kitle üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Bu nedenle ikna çabasına girişen yazar düşüncelerini etkili bir şekilde anlatmalı, mecazlar, benzetmeler, hatta hedef kitleyi etkileyecek hikayelere yer vermelidir (Luecke, 2007).

Yazar iddiasını ikna edici bir şekilde geçerli nedenlerle ve nedenlerini savunduğu kanıtlarla açıklamalıdır. Tompkins'e (2004) göre yazarın hedef kitleyi ikna ederken iddiasını nedenlere dayandırması ve nedenlerini mantıksal genellemelerle, güçlü olasılıklarla beraber etkili sonuçlara yer vermesi ayrıca olabilecek gerçeklerle desteklemesi okuru ikna etmektedir. Ayrıca ikna girişiminde bulunan kişi nedenlerini, kuvvetli kanıtlar göstererek desteklemelidir. Çünkü uzman ve güvenilir kişileri tanık göstererek inanırlığı sağlamak ikna ediciliği de artıracaktır. Ayrıca anlaşılır, akılda kalıcı örnekler ve istatistikler ile grafiksel kanıtlar gösterme iknanın etkisini artıracaktır (Harvard Business, 2008).

Yazar iddiasını destekleyen nedenlerini anlatırken nedenlerini mantıksal, etik ve duygusal bakış açılarıyla ele alarak okuru ikna etme yollarına gitmelidir. Yine okurun faydasına olan durumları anlatması, okuru ikna etme açısından etkili olacaktır. Rank

(1968) ikna girişiminde ideal olarak etik, duygusal ve mantıksal nedenlere başvurmanın daha ikna edici bir yazı oluşturacağını belirtmiştir.

Yazar iddiasını destekleyen kanıtları ele aldığı konuya, savunduğu görüşe ve iddiasını destekleyen nedenlere uygun bir seçim yapmalıdır. Yaygın olarak kullanılan iddiayı destekleyen kanıt türleri: analogi, anekdot, karşılaştırmalar, karşıtlıklar, tanımlamalar, örnekler, istatistikler, atıflar, alıntılarla sunmalıdır (Flacks ve Raspberry, 1981; Cooper, 1991 akt., Hamm ve Dunbar, 2006). Çünkü Luecke'ye göre (2007) insan, doğası gereği ikna çabasına girişen kişiye direnç gösterecektir. Bu nedenle ikna yoluna başvuracak kişi iddiasını, sağlam, güçlü kanıtları bir araya getirerek sunduğu takdirde daha başarılı olacaktır. Bu yüzden ikna çabasına girişen kişinin kanıtlarla desteklenmiş önerisinin de gerçeklerle tutarlı ve mantıklı olması gerekir. Ayrıca bunların ikna çabasına girişilen kişilerin yararına ve çıkarlarına da uygun olması gerekmektedir.

Yazar okuru ikna etmek için iddiasını destekleyen nedenlerini doğru, tam, ve güçlü bir şekilde ele almalıdır. Yazar okuru kendi görüşüne ikna etmek ve istenilen etkiyi yaratmak için okura çeşitli nedenler sunmalıdır. Ancak bu nedenlerin en güçlüsü son paragrafa bırakılıp, son paragrafta ikna edici nedenlerini genel olarak sunarken okuru harekete geçirecek, düşüncelerini değiştirecek bir sonuç bildirisiyle okuru baş başa bırakmalıdır.

12.3.3. İkna edici yazıda kelime seçimi

İkna edici bir yazıda kelimelerin doğru ve yerinde kullanımı, kelimelerin amaca yönelik seçimi iknayı başarıya götürecektir. Dili anlaşılır ve etkili kullanmak, düşünceleri istenilen yönde etkileyecektir.

Dilin bir parçası olan kelimeler sayesinde zihinsel imgeler, görüntüler oluşturulur. Kişi bir şeyler iletmek istediğinde zihninde var olan resmi, kelimelerle ifade etmeye çalışır. Yani kaynaktan alıcıya mesaj aktarılır ancak aktarılan kelimeleri alan kişi, kelimeleri tekrar resme dönüştürürken algıladığı, yorumladığı gibi resmi oluşturacaktır. Böylelikle iknaya başvuran kişinin zihnindeki resimle, alıcının zihninde oluşan resim örtüştüğü oranda başarılı bir iletişim gerçekleştirilmiş olacaktır. Bu nedenle iletişimde aktarmak istenilenleri uygun ve yerinde kelimelerle ifade etmek doğru kelime seçimlerini gerektirmektedir (Borg 2012).

İkna edici bir yazı, ikna etmeye çalışılan hedef kitlenin düzeyine uygun anlayabileceği seviyede olmalıdır. Aşırı karmaşık ve teknik terimlerin yer alması okuru sıkacaktır. Eğer böyle terimlerin kullanılma gerekliliği varsa yazar iddiasını açık bir şekilde tanımlamalı, kanıtlarını dikkatli bir şekilde açıklamalıdır (Hamm ve Dunbar, 2006).

Hedef kitlenin ikna olmasında bir etken de anlaşılabilir olmaktır. Anlaşılmayan bir mesajın ikna gücü doğal olarak zayıf olacaktır. Bir mesajın anlaşılabilirliğini sağlamak içinse dil basitleştirilmelidir. Bu doğrultuda ikna edecek kişi şu soruları kendine sormalıdır (Fisher ve Shapiro, 2008):

- Mesajın gideceği hedef kitle kim?
- İletilen mesajı hedef kitle anlayabilir mi ?
- Hedef kitlenin yapacağı seçimde faydalar ve kayıplar nelerdir?
- Aktarılan mesajı hedef kitle kabul mü yoksa ret mi edecek? bu soruların yanıtları ikna edicilik bakımından daha açık ve güçlü bir durum yaratacaktır.

İkna edici yazıda kelimelerin seçimi ve yerleştirilmesi doğru bir şekilde yapılmalıdır. Yazar, anlam kargaşasına yol açacak kelimelerden kaçınmalıdır. İkna edici bir yazıda çarpıcı, doğal, canlı, ikna edici, güçlü ve pozitif kelimelere yer verilmelidir. Yazı boyunca aynı kelimeler değil farklı kelimeler kullanılmalıdır. Yazar ikna edici yazısında kelime seçiminde duyarlı davranarak amacına uygun kelime seçimi yapmalıdır. İkna edici bir yazıda ikna gücü kuvvetli kelimelere, deyimlere ve söz öbeklerine yer verilmelidir. Yazarın kullandığı kelimeler, söz öbekleri, deyimler yazıya betimleyici ve açıklayıcı bir nitelik kazandırmalıdır.

Cümle kurarken kelimeler arasında kurulan bağlantılara dikkat edilmelidir. İfade edilmek istenilen düşünce doğru kelimeler seçerek anlatılmalı ve kelimeler doğru yerde kullanılmalıdır. Çünkü aynı kelimelerden oluşan ama farklı bağlantılarla kurulan cümleler farklı anlamlara yol açabilir (Borg, 2012).

Crowhurst (1990a) genç yazarların ikna edici yazılarının kelime çeşitliliği bakımından sınırlı ve özenden yoksun olduğu görüşündedir. Yazarların genellikle ve, ama, ile gibi monoton ve az sayıda bağlaç kullandıklarını, kısa cümleler kurduklarını, konuşmanın daha genel ifadeler ve yapılarla geçirildiğini belirtmektedir.

Golstein, Martin ve Cialdini (2009) 'çünkü' kelimesini ikna ediciliği arttıran, ikna gücü yüksek bir kelime olarak göstermişlerdir. Davranış bilimci Ellen Langer ve

arkadaşlarının yaptığı deneyi ele alarak çünkü kelimesinin ikna ediciliğini açıklamışlardır. Çünkü kelimesinin arkasından gelen cümleler bir neden belirtir. Çünkü kelimesinden sonra bir neden açıklamak gerekmektedir. Ancak belirtilen nedenin mantıklı bir açıklaması olmalıdır. İddiyayı mantıksal, etik, duygusal nedenleriyle açıklamak ikna ediciliği artıran özelliktir.

İkna edici bir yazıda okuru dahil eden zamirler, güçlü hareket fiillerine, ikna edici zarf ve sıfatlara yer verilmelidir. Mantıksal sebep - sonuç ve koşul - sonuç ilişkileri kuran bağlaçlar kullanılmalıdır.

Tipik olarak, genellikle, çoğunlukla, birçok, birkaç, bazen gibi zarfların kullanımının önemini tartışmış zarfların, ikna gücünün derecesini etkilediğini belirtmiştir. Benzer bazı araştırmalar da zarfların, iknaya maruz kalan kişileri mesaj ile daha derinden ilgilenmeleri konusunda teşvik ettiği vurgulamaktadır (Toulmin 1969, Maronick ve Andrews, 1999, akt., Mavili 2004).

12.3.4. İkna edici yazıda cümle yapıları ve cümlede akıcılık

Cümlenin akıcılığı; kelime gruplarının akışı ve ritmi, cümle akıcılığı, ifadelerin düzgün ve akıcı olmasıdır. Yazarın amacı, fikirleri akıcı bir şekilde birleştirmek olmalıdır (Paquette, 2002; Steineger, 1996, akt., Özkara,2007).

Bağlaçların cümleleri veya paragrafları birbirine bağlama ve geçiş sağlama gibi görevleri bulunmaktadır. Ve, ama gibi bağlaçlar ile cümle veya paragrafa başlamak etkili retorik tekniklerden biridir. Bu bağlaçlar paragraflar arası tutarlılığı sağlayabileceği gibi, kendinden sonra gelen cümle veya paragrafı vurgulayarak dikkat çekme işlevini de yerine getirecektir. Daha akıcı paragraflar oluşacaktır (Bush, 2008). Ayrıca cümlelerle birlikte paragraflar arası uyumluluğun ve anlam bütünlüğünün olması, yazının akıcılığını da olumlu yönde etkileyecektir. Akıcı bir şekilde yazılmış metin, okuru rahatsız etmeyecek yazıyı okuması için etkenlerden biri olacaktır. Aksi takdirde rahatsızlık duyan okur yazıyı okumayı bırakacak ve ikna çabası başarısız olacaktır. Bu nedenle metin içerisindeki cümlelerin akıcılığı sağlanmalı, cümle kurulumları iyi bir şekilde yapılandırılmalı, cümleler belirli bir akış içerisinde, belirli bir düzende sunulmalıdır. Bu nedenle ikna edici bir yazıda kelimelerin yerleri de önem teşkil etmektedir. Cümlelerdeki vurgulamaya dikkat edilmeli, vurgular yerinde yapılmalıdır.

12.3.5. İkna edici yazıda yazarın rolü

İkna edici iletişimde kullanılan en iyi araç dildir. Çünkü diğer iletişimlerin aksine iknada ne söylendiğinden çok nasıl söylediği önemlidir (Okur, Göçen ve Süğümlü, 2013).

İkna edici bir yazıda, yazar ikna etme amacını uygun bir şekilde yazı boyunca sürdürmeli ve yazı okura uygun olmalıdır. İyi bir ikna edici yazıda yazar okur farkındalığına sahip olmalıdır. Okurun düşünceleri gibi duygularına da hitap etmelidir. Savunduğu görüşü dikkatlice ele almalı, savunduğu iddiaya önem verdiğini okuyucuya sezdirmelidir.

Yazarın okuru ikna etmek için okuru da anlattıklarına dahil etmesi gerekmektedir. Bunu da yazısında bir şeyler anlatırken okuru konuya ortak ederek yapabilir. Okur farkındalığı ile burada yine karşılaşmaktadır. Ayrıca yazar, ikna edici yazısını güçlü, pozitif ve güvenilir bir dille yazmalıdır. Yazısı boyunca ikna edici tonu tutarlı bir şekilde sürdürmelidir. İkna edici dili etkili bir şekilde kullanıp yazısında tutku, heves ve heyecan sergilemelidir.

Conger'e (1998) göre ikna çabasına giriştiğiniz kişilere karşı güvenirliliği sağlamak, hedef kitlenin düşüncelerini bakış açısını içeren ortak bir zemin oluşturmak, ikna edici kanıtlar sunmak ve duygusal bir dil kullanmak ikna ediciliği olumlu yönde etkilemektedir.

Yazar ikna edici yazısını yazarken kesin bir dil kullanmalıdır. Belirsizliklere yer vermemelidir. Yazar kesin bir dille yazısını yazdığı takdirde okur, yazarın yazdıklarından emin olduğunu anlayacak ve okuru ikna etkisi artacaktır.

Nippold, Ward-Loergan ve Fanning'e (2005) göre ikna edici bir yazıda, yazar kendi görüşü doğrultusunda okuru bazı eylemleri harekete geçirmeye ve kendi bakış açısını benimsemesini sağlamaya yönelik ikna etmeyi denemektedir.

Aristoteles'in pathos'u kişinin karşısındaki bireyin gerçek hislerine sahip olması günümüzdeki ismiyle empati kurma, ikna çabasına olumlu yönde katkı sağlayacağı söylemek yanlış olmayacaktır. Borg'a (2012) göre yazar kendini ikna etmek istediği hedef kitlenin yerine koyarak, kendi görüşüne muhalif olabilecek görüşleri önceden tahmin edebilir. Bunları yazısında ele alarak çürütme yollarına başvurabilir. Bu durumda Aristo'nun dediği gibi bu durum iknayı olumlu yönde etkileyecektir.

İkna etme becerisini geliştirirken en önemli faktörlerden biri kişinin kendisini diğer kişinin bakış açısından bakmak konusunda eğitmesidir. Kişi kendini ikna edilecek

kişinin yerine koyup ikna amacına baktığında var olan durumun niteliğini görecektir. İkna çabasına girişen kişi, ikna etmeye çalışılan hedef kitleye aynı görüşte olmaları hususunda emredemez, ama katılımlarını sağlayabilir. Ayrıca ikna çabasına girişen kişinin hedef kitlenin yararına olan şeyleri vurgulaması da ikna etmeyi kolaylaştıracaktır (Fowler, 1997). Empati kurma becerisine sahip olan bireyler, kendilerini ikna etmek istediği kişinin yerine koyabilir ve neyi nasıl söyleyeceğini bilirler (Borg, 2012). Empati becerisini kullanarak iknaya başvuran kişinin, hedef kitlesini etkilemede ve ikna etmede daha başarılı olabileceği söylenebilir.

Güven, ikna etme çabasını kolaylaştıran önemli bir faktörlerden biridir. Yazısında ikna etme çabasına girişen yazar, okurlarının güven duygusunu kazanmalıdır. Luecke (2007) insanların güven duydukları zaman, inanılır, bilgili ve samimi görme eğilimde olduğunu belirtmektedir. Bu durumda iknaya maruz kalan kişiler, ikna çabasına girişen kişiyi çıkarlarına karşı bir eylem yapmayacak, dürüst ve güvenilir bir kimlik olarak gördüğünü belirtmektedir.

Borg (2012), Aristoteles'in ethosu yani konuşmacının güvenilirliğinin samimiyetle ilgili olduğunu belirtmiştir. Davranış bilimciler, iletişimi geliştiren, böylece bireylerin kendi fikirlerini başkalarına kabul ettirmesini sağlayan iki özelliğin empati ve samimiyet olduğunu belirtmektedir.

12.3.5.1. Hedef kitle farkındalığı

İkna çabasına girişen kişi, hedefindeki kişi ya da grubu ne kadar iyi tanırsa, hedef kitlesini ikna etmesi o kadar kolaylaşır (Hogan, 2007). Bu nedenle yazar, okuyucularının özelliklerini, ilgi alanlarını iyi bilmelidir. İknaya başvuran kişinin, iddiasının içeriğini hedef kitleye yönelik şekilde biçimlendirmesi önemli bir noktadır. İknaya girişen kişinin hedef kitlesini bilmesi, ikna edeceği kişi veya kişilerin ilgilerine, düşüncelerine, tutumlarına göre oluşturulmuş ikna edici bir ileti, yazar için bir avantaj olacaktır (Riley, 2003). Ayrıca ikna edici yazı yazan bir yazar, yazısını, ele aldığı konuyu, okuyacak okurun görüşü açısından ele alıp kendi görüşünü kabul etmeleri halinde okura ne gibi yararları olacağından da bahsetmelidir (Fowler, 1997). Çünkü hedef kitleye aktarılan iddianın faydalarını anlatmak iknada önemli bir rol oynar. Hedef kitlenin yararına olan iyi özellikleri ele almak ikna etmeyi daha kolay kılar. Bu nedenle mesajda faydalar üzerine odaklanılmalıdır (Martin ve ark., 2003; Rivers ve ark., 2005, akt., Kraemer ve Mosler 2010).

İnsanlar karar alırken genellikle edindiği bilginin kendisine uygunluğunu düşünüp davranış veya düşüncesini değiştirmede kendisine olan faydayı düşünmektedir. Bu nedenle ikna çabasına girişen kişi mesajını, ikna etmek istediği kişilerin yani hedef kitlenin ihtiyaçları ve arzularını dikkate alarak bu doğrultuda kendi görüşünün ödül veya avantajlarına değinerek mesajını anlaşılır bir şekilde aktarmalıdır (Simons, 1988).

Hedef kitlesini ikna etme çabasına girişen kişi, ikna etmek istediği kişi veya kişilerle arasında bir güven bağı oluşturmalı, güvenilirliği sağlamalıdır. Bireysel çaba yerine grubu etkilemeye yönelik çaba harcamalıdır. Hedef kitleyi harekete geçirecek güçlü duygulara başvurmalıdır. Hedef kitlesiyle bir olduğunu, onlar gibi düşündüğünü gösterip bağlılık çağrısı yapmalıdır (Power, 1998).

İkna etme sürecinde, hedef kitlenin kim olduğuna ve özelliklerine göre, kişinin doğru benliğini seçmesi/belirlemesi oldukça önemlidir. Bunun için hedef kitlenin geçmiş yaşantılar, tutumlar ve hedef kitle hakkında bilgi sahibi olmak ikna edecek kişi açısından yararlı olacaktır (Özodaşık, 2010).

Başarılı bir iknada yazar okurları ile aynı boyuttan bakmalı, anlamlar, duygular ve anlayışların bütünleşip, zihinler aynı paydada yer almalıdır. Yazar, okurlarını kendi gibi düşünmesini istiyorsa okurların düşüncelerini hissetmeli ve yazısında okurların bakış açısından bakıp iddiasına karşıt olabilecek görüşlere yer vermeli, okurları anladığını hissettirmelidir (Hogan, 2011).

12.3.5.2. Üslup

Steiniger'e (1996) göre üslup, yazarın okuyucuyu yazıya çekmesi, bir yazıya katılan tat olarak tanımlamaktadır. Buna göre yazar nasıl bir okuyucu kitlesine hitap ettiğinin farkında olmalı ve onların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yazmalıdır (akt., Özkara, 2007). İkna süreci içerisinde iknacı, hedef kitleyi konuya dahil etmeli, ikna edici yazısında onların görüşlerine ve bakış açılarına yer vermelidir. Yazarın sergileyeceği bu yaklaşım, hedef kitleyi ikna olma durumuna getirecektir (Conger, 1998).

Yazar, okurla iletişime geçerken objektif davranmalı, hedef kitlesini iyi tanıyan yazar kendisine karşıt olabilecek görüşleri objektif bir tavırla çürütme yoluna girerek kendi iddiasını destekleyen pozitif, güvenilir bir iletişim kurmalıdır. Yazarın doğrudan karşıt düşüncelerde olduğunu belirtmesi okuru metinden uzaklaştırabilir. Bu nedenle yazar, duygusal, mantıksal ve etik bakış açılarıyla inanırlığı sağlayarak ikna yoluna girmelidir.

12.3.6. İkna edici yazıda yazım ve noktalama

İmlâ, düşünceler, yazı organizasyonu, kelime seçimi, üslup ve cümle akıcılığında farklılık gösterir, çünkü diğer özellikleri geliştirmek için tekrar nasıl düşünüleceği, nasıl görülmesi gerektiği öğrenilebilir. İmladaki amaç kâğıdı, başkası için okunur hale getirmektir. Bazen imladaki hatalar okurun mesajı almasını zorlaştırabilir. İmla, metnin okunabilirliğini artırmaktadır. Yazım, noktalama, büyük harf kullanımı ve paragraf başını kapsamaktadır. Paragraf başı okuyucuya uzun süredir devam eden cümlelerden sonra gözlerini dinlendirmesine imkân tanınması yönünden önemlidir. Genel olarak paragrafların dört ile altı cümle arasında oluşturulması yazının organizasyonuna yardımcı olmaktadır. Ayrıca noktalama doğru olmalı ve okuyucuya metin içerisinde yol göstermelidir. Okumayı yavaşlattığı için yazım yanlışları olmamalıdır (Paquette, 2002; Steineger, 1996, s.16'dan akt. Özkara, 2007).

İkna edici bir yazıda dilbilgisi hataları, yazım yanlışları ve noktalama hataları yer almamalıdır. Çünkü bu yanlışlar cümlelerin akıcılığını bozabileceği gibi okuru rahatsız edecek, dikkatini dağıtacaktır. Yine noktalama işaretlerinin kullanımında yapılan yanlışlıklar anlama müdahale edebilir, okuru yanlış anlamalara sevk edebilir. Bu durum da ikna etme başarısını olumsuz olarak etkileyebilir.

12.3.7. İkna edici yazıda kağıt düzeni ve sunum

İkna edici bir yazıda kağıt düzeni ve sunumu da ikna ediciliği artıran diğer bir unsurdur. İkna edici bir yazının sunumu, yazının sayfada bütün olarak görünüşüdür. El yazısı kötü yazılmışsa, okurun yazıda verilmek istenen mesajı anlaması zorlaşır ya da imkânsızlaşır. Kötü bir el yazısı ve kirli bir sayfa okuru ikna etmek için yeterli olmayacağı söylenebilir.

İkna edici yazı el ile yazılmış ise yazı tipi, boyutu ve düzenine dikkat edilmesi gerekir. Yazı okunaklı, düzgün bir el yazısı ile sunulduğunda ikna ediciliği artacaktır. İkna edici bir yazıda, yazar yazısını özenle yazmalı, kağıt temizlik ve düzenine dikkat etmelidir. Yazıda okurun dikkatini dağıtacak, okuru rahatsız edecek herhangi bir duruma mahal vermemelidir. Bu durum iknaya maruz kalan kişinin o yazıyı okuma isteğini azaltacağı söylenebilir.

Özkara (2007) el yazısında problemler olduğu takdirde, yazının daha kolay okunabilmesi için bilgisayarda yazılabileceğini söylemiştir. Ayrıca sunumdaki diğer önemli şeyin sayfa düzeni olduğu sayfanın alt, üst ve yanlarında bırakılan boşlukların

eşit olmasına, kelimelerin birbirine çok yakın olmamasına, sayfanın en sonuna kadar yazılmamasına ve belli bir düzenle her sayfada eşit boşluklar bırakılmasına dikkat edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

12.3.8. İkna edici yazıda organizasyon

Bir yazının organizasyon yapısı, yazının yapısı, paragrafların yeri ve nasıl sıralandığı, paragraflar arası geçişin uygunluğunu içerir. Yazıda organizasyonun olması düzeni sağlar ancak bu düzen açık bir şekilde sergilenmelidir ki açık bir düzen olmadan fikirler birbirine karışır. Okurların fikir yürütmesini ve konuyu anlamasını organizasyon düzeni sağlamaktadır (Paquette, 2002, akt., Özkara, 2007).

İkna edecek kişi, ikna sürecinde bir anlatım planı belirlemelidir. Anlatmak istediği ve istemediği konu başlıklarını belirleyip, anlatmak istediklerini, bir anlatım planı içinde düzenlemelidir. Konunun sınırlarının, çerçevesinin doğru çizilmesi hedef kitlenin anlamasını kolaylaştıracaktır (Özodaşık, 2012). İkna başarısının da anlama ile doğru orantılı bir şekilde artacağı söylenebilir.

İkna amaçlı bir iletişimde istendik değişimleri ortaya çıkarma başarısı, iyi düzenlenmiş bir giriş ve sonuç bölümü ile artırılabilir (Yüksel, 2013b). İkna edici bir paragraf, bir başlangıç ve bitişe sahip olmalı, ele alınan görüşün argümanlarını belirtmeli, olası karşıt görüşteki argümanları da ele almalı ve çürütme yoluna gitmelidir. (Robb, 2012).

İkna edici bir iletişimde başarıya ulaşmayı etkileyen bölümlerden başlıcaları giriş ve sonuç bölümleridir. Giriş bölümünün dört amacı vardır: Dikkati toplama, hedef kitleye yönelik üslubu ayarlama, iyi niyet yaratma ve hedef kitlenin dikkatini içeriğe yöneltme (Yüksel, 2013). Bir yazının giriş cümleleri, metnin diğer öğeleri kadar önemli, hatta diğer öğelerinden biraz daha fazla bir öneme sahip olduğu bile söylenebilir. Çünkü giriş cümlesi okurun yazıya dikkatini verip metni okuyup okumama kararı aldığı evredir. Bir yazının giriş kısmında okura hitap etmeyen, okurun ilgisini uyandırmayan cümlelerin kurulması, okurun o yazının giriş cümlelerini okuyup bırakmasına neden olacaktır. Bu nedenle bir metinde veya yazıda giriş cümleleri okuru kendine bağlayıcı nitelikte olmalıdır ki bu özellik ikna edici yazılarda biraz daha fazla bir öneme sahiptir. Bu bağlamda ikna edici yazıların giriş cümlelerinin yazarın okuyucuya ulaşabilmesi için önemli olduğunu söylenebilir.

İkna edici yazılarda da giriş cümlesinin okuru kendine çekmesi gerekmektedir. Okurun dikkatini çekecek sözler ve okuru yazıya çekecek kanca sorulara yer verip okuru yazıya bağlamalıdır. Retorik sorular dediğimiz: Kürkleri için daha kaç hayvan katledebiliriz? sorusu gibi cevabı belli olan sorularla okuru konuya çekecek tekniklere yer vermelidir. Yine giriş cümlesi okuru yazıya davet eder nitelikte olmalıdır. Giriş cümlesinde okuru konu hakkında bilgilendirmeli, şaşırtıcı istatistikler, örnekler, anekdotlara yer vermelidir. Yazar konu hakkında bilgilendirme yaptıktan sonra kendi görüşünü açık, anlaşılır bir şekilde sunmalı, iddiasını, tarafını yazının giriş kısmında belirtmelidir.

İyi bir ikna edici yazının gelişme bölümünde en az üç gövde paragrafına yer verilmelidir. Bu paragraflarda ele aldığı görüşü, iddiasını destekleyen nedenlemelere başvurmalıdır. İddiasını destekleyen her nedenini de istatistiki bilgiler, alıntılar, uzman görüşleri, örnekler ve anekdotlarla destekleyerek okurunu ikna etmek için kanıtlar sunmalıdır. Yazar her nedene yeni bir paragrafla başlamalıdır. Eğer savunulan iddia için dört veya daha fazla argüman olursa iki paragraf daha gerekebilir (Robb, 2012).

Yazar, ikna edici yazının gelişme bölümünde iddiasını, görüşünü açık, anlaşılır ve ikna edici bir şekilde anlatmalıdır. Yine bu bölümde görüşüne ters olabilecek karşıt görüşleri ön görüp karşıt görüşleri kabul ederek bu görüşleri yazının gelişme bölümünde yer vermelidir. Yine iddiasına ters, zıt düşen görüşleri geçerli nedenlerle ele alarak çürütmelere başvurmalıdır.

İkna edici bir yazının sonuç bölümünde ele alınan paragrafta yazar iddiasını, görüşlerini tekrar sunmalıdır. Sonuç kısmını güçlü bir şekilde bitirmelidir. Okuru ikna etmek için iddiasını destekleyen nedenlerini özgün bir şekilde sonuç bölümünde tekrar sunmalıdır. Kişisel görüşünü ve okuru harekete geçirecek eylem çağrısına yer verilmesi gerekmektedir. Güçlü bir sonuç ve duyguyla okuru baş başa bırakıp okura yazının bittiği duygusunu vermelidir. Sonuç bölümünde, yazar problem oluşturan konuya çözüm sunmalıdır. Yazar sonuç bölümünde güçlü bir sonuç bildirisine yer verip sonuç bölümünü etkileyici bir şekilde bitirmeli, okuru ikna etmelidir.

İletişim süreçlerinde her zaman akılda kalan son söylenendir. Bu nedenle sonuç bölümü iyi ve etkili bir şekilde sonuçlandırılmalı, ikna etmeyi amaçlayan kişi sonuç bölümünde ele aldığı konunun ve iddianın kısa bir özetini yapmalı, hatırdaki kalacak ve etkiyi yaratacak kelimelerin vurgusunu yapmalıdır (Yüksel, 2013). Çünkü okuru harekete geçirecek, duygusal etkiyi yaratacak, düşündürecek etki sonuç bölümünde vurgulanır.

Crowhurst (1990) genç yazarların ikna edici bir yazıda sonuç ifadelerine yer vermediğini, kullanılsa da bir seslenme ve hitap olduğunu, ikna edici bir kompozisyona uygun bir sonlandırma ifadesinin/yorumunun bulunmadığını belirtmiştir.

İkna edici bir yazı öncelikle açık ve anlaşılır bir dille anlatılmalıdır. Çünkü okurun anlayamadığı bir yazıda ikna olması mümkün görünmemektedir. Yazı hedef kitlenin anlayabileceği düzeyde olmalıdır. Anlaşılamayan bir yazının ikna ediciliğinin düşük olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Yine ikna edici bir yazıda anlatılmak istenenlerin belli bir mantıksal düşünce sıralaması içinde sunulması gerekmektedir.

İkna edici bir yazının giriş, gelişme ve sonuç bölümleri iyi bir şekilde düzenlenmelidir. Paragrafları geçiş sağlayan bağlaçlar ve cümlelerle birbirine bağlamalı yine giriş, gelişme ve sonuç bölümlerini de bu tekniği kullanarak bu bölümleri belirli bir bütünlük içerisinde sunmalıdır. Yazıda paragraflar arası geçiş sağlayan bağlaçların etkili kullanımıyla paragraflar etkili bir şekilde sunulmalıdır. Ayrıca yazar ikna edici bir yazının organize olmasını sağlayacak başlık ve alt başlıklar kullanmalı, kullandığı başlıkları metne uygun seçilmelidir. Yüksel (2013) başlığı iletişim amacının kısaltılmış hali olarak tanımlamakta, ana başlık belirlendikten sonra altbaşlıkları belirlemenin ve yapılandırmanın yararlı olacağını belirtmektedir.

İkna edici yazıların içinde barındırması gereken bir takım özellikler, yukarıda alanyazın kapsamında ele alınmıştır. Bu bağlamda ikna edici yazıların, dil becerilerinin gelişiminde önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Bilgilendirici, öyküleyici metin türü gibi ikna edici metin türü olarak yer alan ikna edici yazılar ayrıca diğer metin türlerinin içerisinde de yer alabilen bir yapısı olması, ikna edici yazıların kullanımının genişliği ve ikna edici yazıların önemini göstermektedir.

Tüm bu anlatılardan yola çıkarak, günlük hayatın her anında ve her yerde karşımıza çıkabilen ikna edici yazıları beşinci sınıf öğrencilerinin kullanım durumlarını belirlemek, beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin ne düzeyde olduğunu görmek, ikna edici yazılarda bulunan unsurları, bu yaş aralığının ne derece kullandıklarını görmek adına araştırmacı bu konuya yönelmiştir.

BÖLÜM III

Yöntem

1. Araştırma Deseni

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazılarını dereceli puanlama anahtarına (analitik rubrik) göre belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelleri geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey veya nesne kendi koşulları içinde ve var olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Krathwohl, 1993, akt., Kılcal, 2010).

Tarama araştırması sürecinde önce hipotezler geliştirilir, ölçek tipine karar verilir. Ölçek soruları yazılır ve yanıt kategorilerine karar verildikten sonra plan tasarlanır. Daha sonra verilerin nasıl toplanacağına planlaması yapılır ve tarama aracına pilot test uygulanır. Pilot test uygulamasından sonra uygulamanın yapılacağı hedef grubuna karar verilir. Örnekleme çerçevesi oluşturulur. Örneklem büyüklüğü belirlenir ve örneklem seçilir. Uygulanan ölçeği yanıtlayacak kişiler belirlenip, uygulamaya geçilir. Bu işlemlerden sonra elde edilen veriler dikkatli bir biçimde kaydedilir. Kaydedilen veriler yeniden kontrol edilir, daha sonra veriler üzerinde istatistiksel işlemler yapılır ve istatistiksel analizler yürütülür. Son olarak araştırma raporunda yöntemler ve bulgular tanımlanır. Bulguların eleştirisi ve değerlendirmeleri için de sunumu yapılır (Neuman, 2007).

Tarama modellerinde amaçların ifade edilişi genellikle, soru cümleleriyle olur. Bunlar; “ne idi?”, “nedir?”, “ne ile ilgilidir?” ve “nelerden oluşmaktadır” gibi daha çok var olan bir şeyi değişik boyutlarıyla açıklamaya yönelik sorulardır (Kılcal, 2010). Tarama araştırmalarında amaç, araştırma konusu ile ilgili var olan durumu olduğu gibi değişikliğe uğratmadan, betimleme yapmak olduğundan bu çalışmada da mevcut durumun betimlenebilmesi için, konu kendi koşulları içerisinde müdahale edilmeden değerlendirilmeye çalışılmıştır.

2. Evren ve Örneklem

Bu bölümde araştırmanın evreni ve bu evreni yansıttığı düşünülen araştırma örnekleme hakkında bilgiler verilmektedir.

2.1. Araştırma Evreni

Araştırmanın çalışma evrenini 2011 - 2012 eğitim öğretim yılında Eskişehir Tepebaşı İlçe Merkezi'nde öğrenim gören beşinci sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Eskişehir Tepebaşı Milli Eğitim Müdürlüğünden alınan bilgiler doğrultusunda evreni oluşturan öğrenci sayıları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1.

Araştırmanın Evrenini Oluşturan Öğrenci Sayıları

Cinsiyet	Öğrenci sayısı
Kız	1685
Erkek	1768
Toplam	3453

2.2. Araştırma Örnekleme

Araştırma evrenine giren tüm öğrencilerin araştırmaya dâhil edilmesi mümkün olmadığından örneklem alma yoluna gidilmiştir. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin belirlenmesine yönelik yapılan bu çalışmada evreni temsil edeceği düşünülen farklı sosyo-ekonomik düzeylerdeki okullardan 857 öğrenci 'tabakalı rasgele örnekleme yöntemi' ile araştırma örnekleme seçilmiştir. Tabakalı örnekleme, evrendeki alt grupların belirlenip bunların evrende var oldukları oranlarıyla örnekleme temsil edilmelerini sağlayan bir örnekleme yöntemidir (Büyüköztürk ve arkadaşları, 2008).

Araştırmada okulların seçimi okulların sosyo-ekonomik düzeyleri göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Daha önce yapılan pek çok araştırmanın sosyo-ekonomik düzeyin eğitim durumlarına etkisini ortaya çıkarması bu araştırmada da bu değişkenin dikkate alınmasına neden olmuştur. Araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin öğrenim gördüğü okulların sosyo ekonomik düzeyleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2.

Araştırmanın Örneklemi Oluşturan Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Okullar

Düzeyler	Okullar	f	%
Üst sosyo – ekonomik düzey	1) Mithat Paşa İÖÖ.	55	6.4
	2) Mehmet Akif Ersoy İÖÖ.	67	7.8
	3) Ülkü İÖÖ.	93	10.9
	4) İki Eylül İÖÖ.	55	6.4
	5) Atatürk İÖÖ.	28	3.3
Orta sosyo – ekonomik düzey	1) Barbaros İÖÖ	76	8.9
	2) Namık Kemal İÖÖ	75	8.8
	3) Tunalı İÖÖ.	28	3.3
	4) Hürriyet İÖÖ.	27	3.2
	5) Mimar Sinan İÖÖ	30	3.5
	6) İsmet Paşa İÖÖ.	49	5.7
Alt sosyo – ekonomik düzey	1) Ahmet Olcay İÖÖ	41	4.8
	2) Ali Rıza Efendi İÖÖ.	70	8.2
	3) Cemallettin Sarar İÖÖ.	41	4.8
	4) Ata İÖÖ.	49	5.7
	5) Korgeneral Lütfi Akdemir İÖÖ.	73	8.5
TOPLAM		857	100

Tablo 2'den anlaşılacağı üzere çalışmaya; Ata İlköğretim Okulundan 49, Mehmet Akif İlköğretim Okulundan 67, Ali Rıza Efendi İlköğretim Okulundan 70, Barbaros İlköğretim Okulu 76, Ülkü İlköğretim Okulundan 93, Mithat Paşa İlköğretim Okulundan 55, Namık Kemal İlköğretim Okulundan 75, Cemallettin Sarar İlköğretim Okulundan 41, Hürriyet İlköğretim Okulundan 27, Tunalı İlköğretim Okulundan 28, İsmet Paşa İlköğretim Okulundan 49, Mimar Sinan İlköğretim Okulundan 30, İki Eylül İlköğretim Okulundan 55, Korg. Lütfi Akdemir İlköğretim Okulundan 73, Ahmet Olcay

İlköğretim Okulundan 41, Atatürk İlköğretim Okulundan 28 olmak üzere toplam 857 öğrenci katılmıştır.

Tablo 3.

Örnekleme Katılan Öğrencilerin Cinsiyet ve Yazı Tipi Frekansları

	Değişken	f	%
Cinsiyet	Erkek	407	47.5
	Kız	450	52.5
Yazı Tipi	Bitişik Eğik Yazı	628	73.3
	Dik Temel Yazı	229	26.7

Tablo 3'te görüldüğü gibi araştırmaya 407 erkek, 450 kız öğrenci katılmıştır. Öğrencilere yazdırılan ikna edici metinlerin yazı tipine bakıldığında da öğrencilerin yaklaşık dörtte birinin öğretmenlerin bitişik eğik yazı kullanılmalı uyarısına rağmen dik temel yazıyı kullandıkları görülmektedir.

3. Veri Toplama Araçları

Alanyazın incelendiğinde konu alanı ile ilgili yapılan araştırmaların ölçme aracı olarak dereceli puanlama anahtarı kullandıkları görülmüştür. Çalışmanın ölçme aracı, alanyazında yer alan ölçme araçlarıyla uyumluluk göstermesi ve ikna edici yazıları daha objektif bir şekilde değerlendirebilmesi amacıyla araştırmacı tarafından "İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı" adında yeni bir ölçme aracı geliştirilmiştir. Veriler geliştirilen dereceli puanlama anahtarı (rubrik) ile değerlendirilmiştir. Bu araştırmada veri toplama aracı ise öğrencilerin yazdığı ikna edici metinlerdir.

Uygulama sırasında öğrencilere üç bölümden oluşan form dağıtılmıştır. Bu formun birinci bölümünde kişisel özellikleri belirlemek üzere 18 adet sorudan oluşan "Kişisel Bilgiler" bulunmaktadır. Formun ikinci bölümünde öğrencilerin yazacağı, ikna edici yazıları için seçimlerine sunulan 'Konu Listesi', üçüncü bölümde ise ikna edici yazılarını yazabilmeleri için düz beyaz kâğıtları içeren 'İkna Edici Yazım Alanı' yer almaktadır. (Ek B)

3.1. Dereceli puanlama anahtarı

Eğitimde istenilen sonuçlara ne derece ulaşıp ulaşılmadığını görebilmek için ölçme ve değerlendirme işlemlerinden yararlanır. Eğitimin hedeflerine ne derece ulaşıldığını belirleme ölçme ve değerlendirme işlemlerini etkili kullanabilmeye bağlıdır (Güneş, 2007). "Eğitimde gözlenmeye veya ölçülmeye çalışılan değişkenler genellikle başarı, ilgi, motivasyon yetenek vb. gibi psikolojik değişkenlerdir ki bu fiziksel nitelikleri bilinmeyen değişkenleri ölçmek ve tanımlamak için çeşitli ölçme yöntem ve tekniklerinden yararlanılmaktadır " (Arda, 2009, s.10).

Türkiye'de 2005 yılında uygulanmaya başlanan ilköğretim programlarında, ölçme ve değerlendirme alanında da geleneksel ölçme ve değerlendirme yöntem ve tekniklerine tamamlayıcı ölçme ve değerlendirme yöntem ve teknikleri geliştirilmiştir. Öğrencinin değerlendirme ölçütlerinden haberdar olduğu dereceli puanlama anahtarı da bunlardan biridir. Dereceli puanlama anahtarıyla değerlendirme yapılmadan önce öğrenci, kendinden beklenen özellik veya kazanımların neler olduğu konusunda bilgilidir.

Dereceli puanlama anahtarı ölçütler sayesinde kişiden kişiye değişmeyen nesnel bir belirleme yapmaya ve değerlendirme yapılan kişinin başarısı hakkında açık ve anlaşılır not vermeye olanak sağlar. Böylece puanlayıcının puanlama yaparken zaman zaman yanlı davrandığı kanısının oluşması da engellenmiş olur (Hızarcıoğlu, 2013).

Değerlendiriciler arası nesnel bir belirleme yapabilmek, objektif bir değerlendirme olması için dereceli puanlama anahtarının belli aşamalar geçirilerek hazırlanması ve belli özellikleri taşıması gerekmektedir.

Goodrich (2001) dereceli puanlama anahtarının hazırlanma aşamalarını şöyle belirtmiştir:

1) Ölçüt listelerinin belirlenmesi: Ölçütler öğrencilerin yerine getirmesi gereken davranışlara bakarak belirlenir. Ancak bu ölçütler belirlenirken, öğrenci çalışmalarının farklı örneklerini ayırt ettirebilecek, performansın önemli noktalarından olmalarına dikkat edilmelidir.

2) Dereceli puanlama anahtarının türünün belirlenmesi: Amaca göre analitik veya bütünsel dereceli puanlama anahtarı seçilmelidir.

3) Performans düzeylerinin belirlenmesi: Değerlendirmenin kaç düzeyde/derecede olduğu belirlenmelidir.

4) Dereceli puanlama anahtarıyla ilgili uzman görüşlerinin alınması: Dereceli puanlama anahtarı hazırlandıktan sonra ilgili öğretmenlerden ve ölçme değerlendirme uzmanlarından görüş alınmalıdır.

Sezer'e (2005) göre, rubrik oluşturulurken izlenecek aşamalar şöyledir: Öncelikle öğrenciden beklenen performans seçilmelidir. Daha sonra performansın boyutları belirlenmelidir. Performansı tanımlamak yeterli değildir. Çünkü herhangi bir performans alt beceriler de içerir. Bu alt beceriler aynı zamanda rubriğin alt boyutları olacaktır. Performans düzeylerinin saptanmasından sonra performans tanımlarının yazılması gerekmektedir.

Tuncel'e (2011, s.222) göre puanlama kategorileri iyi tanımlanmış bir rubrik, puanlama sonucunda puanlanan/ puanlayan kim olursa olsun sonucun sürekliliğinin sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Buna göre aşağıda bir rubriğin güvenilirliğini değerlendirmek için cevaplandırılması gereken başlıca sorular listelenmiştir.

- Puanlama kategorileri iyi tanımlanmış mı?
- Puan kategorileri arasındaki farklar açık mı?
- Yapılan iki bağımsız ölçüm aynı sonuca ulaşıyor mu?
- Her nitelikteki öğrenci grubunu değerlendirmeye yönelik mi?

Bu bağlamda dereceli puanlama anahtarı hazırlanması durumunda öncelikle beklenen performans ve performansa yönelik ölçütleri belirlemek gerekmektedir. Yani performansın düzeyi belirlenmelidir. Ancak belirlenen düzeyler arasındaki farklar ayırt edici olmalı, performans düzeyleri birbirlerine yakın olmamalıdır. Aksi takdirde değerlendiriciler farklı puanlama yapabilirler ya da aynı değerlendirici farklı iki ölçüm sonucunda aynı sonuca ulaşmayabilir. Bu durumda da dereceli puanlama anahtarının geçerliliği ve güvenilirliği düşecektir.

3.2. İkna edici yazıları ölçme aracının hazırlanması

Öğrencilerin oluşturdukları ikna edici yazıları (metinleri) değerlendirebilmek için dereceli puanlama anahtarı(rubrik) kullanılmıştır (Ek C). Dereceli Puanlama anahtarını oluşturan özellikler, ölçütler ve tanımlar bu alanda Türkiye'de daha önce

yapılmış araştırmaların olmamasından dolayı, yabancı kaynakların taranması ve uzman görüşlerinin alınmasıyla elde edilerek araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

İkna edici metinler, “dereceli puanlama anahtarı (analitik rubrik)'na göre biçimsel (dış yapı) ve içerik(dil ve anlatım), özellikleri bakımından değerlendirilmiştir. İkna edici yazılarda biçimsel olarak yazım kuralları (yazım, noktalama hataları vb.), Yüzey Özellikleri (kağıt temizliği, yazı tipi, boyutu vb.), yazının genel organizasyonu (başlık, paragraf kurulumu, paragraf bütünlüğü vb.) olmakla birlikte, içerik (dil ve anlatım) olarak ikna edici bir yazıda bulunan iddia, yazarın görüş ve tarafı, iddiayı destekleyen nedenler, görüşünü destekleyen ikna edici detaylar, kullanılan kelime seçimi, üslup, cümle akıcılığı, yazının giriş, gelişme ve sonuç bölümünde yer alması gereken ve ikna edici yazıda bulunması gereken özelliklerden oluşmaktadır. Bu özellikler, herhangi bir hikaye veya kompozisyon yazılarında bulunan özellikler olmasının yanında, ikna edici yazıların dil ve anlatım özelliklerini de işe koşarak, ikna edici bir yazıda bulunması ve değerlendirilmesi gereken özelliklerdir.

İkna edici yazıları değerlendirmek için hazırlanan rubrik özelliklerinin düzeylere (boyut/derece) göre tanımlanmasında çok iyi (4) düzeyde “etkileycilik”, iyi (3) düzeyde “doğruluk ya da tamlık”, orta (2) düzeyde “eksiklik”, yetersiz (1) düzeyde “yanlışlık ya da yokluk” nitelikleri esas alınmıştır. Çalışma, 2011-2012 eğitim öğretim yılının Nisan ve Mayıs aylarında yapılmış ve öğrencilerin ikna edici yazı yazma başarı durumları ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmada, öğrencilerin ikna edici yazı yazma beceri düzeylerini ortaya koymak amacıyla hazırlanan dereceli puanlama anahtarı Goodrich'in (2001) önerdiği basamaklardan yararlanarak hazırlanmış ve hazırlanırken izlenen yol aşağıda belirtilmiştir:

a) İkna edici yazıda bulunması gereken özellikleri belirlemede kullanılacak ölçütlerin belirlenmesi:

Araştırmacı öncelikle İlköğretim Türkçe Dersi (1.-5. Sınıflar) Öğretim Programında yazma temel becerisi kapsamındaki amaç ve kazanımları incelemiş ve bu inceleme sonucunda yazma kurallarını uygulama, planlı yazma, farklı türde metinler yazma (ikna edici yazılar), konular dikkat çekmiştir. Amaç ve kazanımlarının incelenmesinden sonra öğretim programında yer alan ikna edici yazılar yazar

kazanımına yoğunluk veren araştırmacı yazı türlerinden ikna edici yazı yazma becerisini öğrencilerin yazdıkları metinlerde uygulanabilirlik düzeyini değerlendirmeye karar vermiştir.

Araştırmacı, değerlendirme aracına temel olması için öncelikle Türkçe kaynaklara yönelmiş ikna konusu üzerinde yapılmış makale (Balcı,2007; Demirtaş, 2004), yüksek lisans tez çalışmaları (Akdeniz, 2010; Akfırat, 2010; Baban, 2005; Bakır, 2006; Maden, 2010; Orhanoğlu, 2009; Seymenoğlu, 2009; Yılmaz,2010) ve doktora tez çalışmalarını (Balcı, 2006; Deniz, 2007; Otan,2010) incelemiştir. Türkçe alan yazında ikna kavramı konusunda farklı olan bu çalışmaların dışında ikna edici yazı yazma üzerine kaynaklara rastlanmamıştır. Ayrıca ikna edici yazı türü yazılı anlatım içerisine girdiği için yazılı anlatımı ölçme ve değerlendirme olan ve ölçek kullanılan yüksek lisans (Deniz, 2000; Coşkun, 2006) ve doktora (Sever, 1993; Özbay, 1995; Teksan, 2001; Tezci, 2002; Coşkun, 2005) tezlerini ayrıntısıyla incelemiştir. Daha sonra yurt dışında yazılı anlatım ve ikna edici yazma alanında yapılan çalışmalar (Alfano ve O'Brien, 2005; Caine,2008; Crowhurst, 1990; Hamilton, 2011; Nippold, Ward-Lonergan, Fanning, 2005; Payne, 2005; Robb, 2012; Wu, 2009) incelenmiştir.

İkna edici yazıları değerlendirme için hazırlanan dereceli puanlama anahtarı (analitik rubrik) konunun kavranması adına (Goodrich, 2001; Smagorinsky, 2005; Bush, 2008; Sayed, 2010) çalışmalarına ve National Assessment Governing Board tarafından hazırlanan Writing Framework for the 2011 National Assessment of Educational Progress, Australian Curriculum, Assessment and Reporting Authority ACARA 2012, NAPLAN 2012 Persuasive Writing Marking Guide, Vantage Learning, 2009 tarafından yayımlanan Ünite yazarları: Walqui, Koelsch, ve Schmida'nın Persuasion Across Time and Space, Vermont Department of Education tarafından 2003 te geliştirilen Vermont new standards rubric for Persuasive writing: writing to propose or persuade, California Department of Education tarafından 2004' te geliştirilen California Standards Tests kaynakları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

İkna konusu üzerine yapılmış çalışmaların ölkemizde çok fazla bulunmamasına rağmen yurt dışında yapılan çalışmalar, etkinlikler ve yazılmış kitapların çokluğu dikkat çekmektedir. İkna ve yazma becerisinin birlikte işe koşulduğu ikna edici yazı yazma becerisi üzerine yapılmış bir çalışmanın olmaması araştırmacının bu alanda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Ayrıca ikna edici yazılar yazma becerisini

değerlendirme adına ulaşılan yabancı kaynakların neredeyse tamamında rubrik kullanılması, araştırmacıyı rubrik (Dereceli Puanlama anahtarı) geliştirme çalışmasına yönlendirmiştir. Böylece araştırmada değerlendirme aracı olarak kullanabilecek daha doğru ve daha kesin ölçümlerin yapılabileceği bir analitik rubrik (dereceli puanlama anahtarı) yapılmasına karar verilmiştir.

Sonuç olarak dereceli puanlama anahtarının (analitik rubrik) hazırlamadan önce, yabancı literatürde daha önce hazırlanmış olan 58 rubrik incelenmiştir. Bunun sonucunda ölçme aracı biçimsel olarak yazım kuralları (yazım noktalama hataları vb.), yüzey özellikleri (kağıt temizliği, yazı tipi, boyutu vb.), yazının genel organizasyonu (başlık, paragraf kurulumu, paragraf bütünlüğü vb.) olmakla birlikte, içerik (dil ve anlatım) olarak ikna edici bir yazıda bulunan iddia, yazarın görüş ve tarafı, iddiayı destekleyen nedenler, görüşünü destekleyen ikna edici detaylar, kullanılan kelime seçimi, üslup, cümle akıcılığı, cümle yapıları yazının giriş, gelişme ve sonuç bölümü olarak ikna edici bir yazıda bulunması gereken ortak özellikler belirlenmiş ve toplam 11 özellik değerlendirmeye alabilecek şekilde tasarlanmıştır.

b) Kullanılacak dereceli puanlama anahtarının türünün belirlenmesi:

Bu araştırmada ikna edici bir yazıda bulunması gereken özelliklerin karşılanmasında öğrencilerin yeterliliğini belirlemek, dolayısıyla ikna edici yazıların ayrıntılı olarak puanlanması istenildiğinden analitik dereceli puanlama anahtarı kullanılmıştır.

c) İkna edici bir yazıda bulunması gereken önemli özelliklerin düzeylerinin belirlenmesi, düzey tanımlarının yapılması ve uzman görüşünün alınması:

İlk önce dereceli puanlama anahtarındaki özellikleri bağlı tanımların düzeylere ayrılması işleminde, yönergedeki değerlendirme düzeyleri beşe (çok iyi, iyi, orta, yetersiz, zayıf) ayrılarak bu düzeylerde aranan nitelikler tanımlanmıştır. Asıl uygulama öncesinde öğrencilerin yazdığı ikna edici yazılar, bu düzeylere göre değerlendirilmiştir; ancak tanımlama düzeyleri arasındaki ayrımın tam olarak yapılamaması ve öğrencilerin yazmış olduğu ikna edici yazıların değerlendirilmesinde kesinlik ve netlik olmamasından dolayı beş düzeyli değerlendirmenin zor olduğu görülmüştür. Bu nedenle değerlendirme düzeylerinin uzman görüşü ile birlikte dörde düşürülmesine karar verilmiştir.

Çok iyi, iyi, orta, yetersiz olarak dört düzeyden oluşan tanımlar yönergeye getirilerek öğrencilerin yazmış olduğu ikna edici yazılar yeniden değerlendirilmiş ve daha önce hazırlanan 5 düzeyli puanlama yönergesine göre yapılan değerlendirmede karşılaşılan güçlüklerin bunda yaşanmadığı gözlenmiştir. Daha sonra dil ve anlam geçerliği çalışmasına katılan 10 ve içerik geçerliliğine katılan 8 uzmanın görüşü alınarak dereceli puanlama anahtarına (rubrike) son şekli verilmiştir.

Rubrik geliştirilirken ayrıca Ergün, Gürel ve Çorlu'nun (2011, s.44) yapmış olduğu rubrik geliştirme çalışmasında belirttiği gibi geçerlik kapsamında aşağıdaki hususlara dikkat edilmiştir:

- Her bir ölçütün açık ve anlaşılır olarak ifade edilmesi, farklı puanlayıcıların ele alınan ölçütten aynı anlamı çıkarmayı sağlaması,
- Her bir ölçüt amacının dışına çıkmadan, kendi amacıyla sınırlı kalarak başka ölçütlerle binişik olmamasına,
- Ölçülmek istenilen tüm özelliklerin rubrikte yer almasına,
- Her bir ölçütün başarı düzeyine göre sıralanmasına,
- Performans düzeylerinin, öğrenciler arasındaki başarı farkını doğru bir şekilde yansıtacak özelliğe sahip olmasına dikkat edilmiştir.

3.3. Öğrencilerin yazdığı ikna edici metinlerin konu seçim işlemleri

Araştırmanın temelini oluşturan veriler, öğrencilere yazdırılan ikna edici yazılardan oluşmaktadır. Öğrencilerin ikna etme becerilerini etkili kullanabilmelerini ve yazmalarını kolaylaştırmak için onlara 10 ayrı konu başlığı verilmiştir. Öğrencilerden tercih ettiği bir konu hakkında ikna edici özelliklere sahip bir yazı yazmaları istenmiştir.

Belirlenen on konu başlığının seçiminde öğrencilerin o döneme kadar aldıkları dil eğitimi sonucunda edindikleri dil becerilerini rahatlıkla yansıtabilecekleri konuların üretilmesi amaçlanmıştır. Bunun yanında verilecek konuların öğrencilerin kendi yaşantıları dışında kurgular oluşturabilecekleri, hayalleri ve yaratıcı düşünceleriyle geliştirebilecekleri konular olmasına özen gösterilmiştir. Bu amaca ulaşmak için konuların seçiminde uzman görüşüne ve öğrenci seçimine başvurulmuştur.

Uzman görüşü olarak Türkçe eğitimi, sınıf öğretmenliği ve eğitim bilimleri alanındaki 10 uzmandan, hazırlanan 25 konu başlığını 1 ile 10 puan arasında bir puanlamayla ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin düzeyine göre ayrı ayrı değerlendirmeleri istenmiştir. Daha sonra bu konulara verilen puanların ortalamaları alınarak en üst düzeyde puan verilen 10 konu belirlenmiştir.

Ayrıca pilot uygulama ve tez çalışmasından bağımsız olarak 10 konu başlığının belirlenmesinde 76 beşinci sınıf öğrencisine yine aynı 25 ikna edici yazı konu başlığından 10 konu başlığı seçimi için puanlama yaptırılmıştır. Elde edilen puanlama sonucunda en yüksek puan alan on konu başlığı belirlenmiştir.

Uygulamaya konulan konu başlıklarının seçiminde hem uzman hem de öğrenci grubu aynı yedi konu başlığını seçmişler, üç konu başlığında ise farklılık yaşanmıştır. Çalışmaya eklenecek üç konu başlığını belirlemede ise öğrenciye görelilik ve puanlayıcı sayı çokluğunun olmasından dolayı öğrencilerin seçmiş oldukları konu başlıkları tercih edilmiştir. Böylece çalışmada uygulanacak 10 konu başlığı belirlenmiştir.

Araştırmanın uygulama aşamasında öğrencilere belirlenen 10 konu başlığının yazılı olduğu bir kâğıtla birlikte boş bir kâğıt verilip konulardan istedikleri herhangi biri hakkında ikna edici bir yazı (metin) yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin ikna edici yazı becerilerini sergiledikleri bu formlar çalışmanın ek bölümünde yer almaktadır. (Ek D)

3.4. İkna edici yazıları ölçme aracını geliştirme süreci

3.4.1. İkna edici yazıları ölçme aracının pilot uygulaması

İkna edici yazıları ölçme aracı olarak kullanılacak dereceli puanlama anahtarının (Rubrik) geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları doğrultusunda uygulamanın yapılacağı evrende (Eskişehir ili Tepebaşı merkez ilçesinde) beşinci sınıfta öğrenim gören 212 öğrenciye ikna edici yazılar yazdırılmış ve bu yazılar hazırlanmış olan ölçme aracının geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarında kullanılmıştır.

Ön (pilot) uygulama 212 öğrenci üzerinde yapılmıştır. Ön uygulamada öğrencilere ön bilgiler verilmiş ve bir ders saati (40dk) içerisinde konu başlıklarından birini seçerek ikna edici yazılar yazdırılmıştır. Yazarken ikna edici yazılarda nelere dikkat etmeleri gerektiği sözlü olarak anlatılmıştır. Yazma süresinin (40 dk) yeterli olup olmayacağı konusundaki çekinceler ön uygulama sırasında yeterli olduğu görülerek giderilmiştir. Ön uygulama sonucunda elde edilen verilerle hazırlanmış olan dereceli

puanlama anahtarının (rubrik) geçerlik, güvenilirlik analizleri yapılmış, elde edilen sonuçlar doğrultusunda asıl uygulamada kullanılacak puanlama yönergesi üzerinde düzenlemelere gidilmiştir.

Rubriklerin güvenilirliği, farklı puanlayıcılar arasındaki tutarlılıkla ilgili bir kavramdır. Rubriklerde güvenilirlik iki farklı şekilde sağlanmaktadır. Bunlardan biri aynı performans görevlerini, beceriyi, puanlayan farklı puanlayıcılar arasındaki tutarlılık; diğeri ise, bir puanlayıcının farklı zaman aralıklarında aynı performansı değerlendirmesi ve verdiği puanlar arasındaki tutarlılıktır (Moskal ve Leydens, 2000' den akt., Ergün ve ark., 2011).

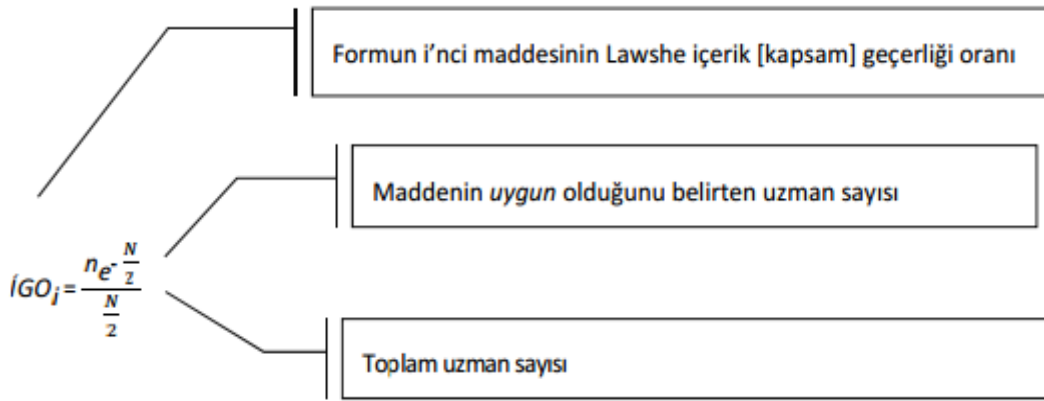
Asıl uygulamada ikna edici yazıları değerlendirecek olan araştırmacının, değerlendirmenin güvenilirliği açısından değerlendirmeciler arası uyum yöntemine başvurulmuştur. Asıl uygulamada değerlendirmeye giren örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin yazdığı 857 metnin arasından tesadüfi olarak 100 ikna edici yazı seçilmiş ve biri öğretim üyesi; bir araştırma görevlisi; bir uzman öğretmen, bir Türkçe öğretmeni, bir sınıf öğretmeni toplam beş gönüllü değerlendirmeciye dağıtılmıştır. Puanlama güvenilirliğini artırmak için değerlendirmeci ve değerlendirilen metin sayısının çok olması tercih edilmiştir. Ayrıca araştırmacı farklı zaman aralıklarında metinlere verdiği puanlar arasındaki tutarlılık için öğrencilerin yazmış olduğu ikna edici yazılardan tesadüfi olarak 100 adet metin seçmiştir. Seçilen metinleri farklı zamanlarda 20 gün arayla tekrar değerlendirmiştir. Değerlendirmeye alınmış iki değerlendirme arasındaki uyumun (.87) olduğu görülmüş ve sonucun bu tür çalışmalar için yüksek sayılabilecek bir korelasyona sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Değerlendirmeciler, yazılı anlatım ürünlerini birbirinden bağımsız olarak değerlendirmişlerdir. Söz konusu değerlendirmeye katılanların görevleri, cinsiyetleri ve hizmet süreleri aşağıda belirtilmiştir:

1. Araştırmacının kendisi (sınıf öğretmeni, erkek, 3 yıl)
2. İlköğretim Sınıf Öğretmenliği Bölümünde görev yapan öğretim üyesi (erkek, 10 yıl)
3. Eğitim Bilimleri Eğitim Programları ve Öğretimi bölümünde görev yapan öğretim elemanı (kadın, 2 yıl)
4. İlköğretim okulunda görev yapan Türkçe öğretmeni (erkek, 3 yıl)
5. İlköğretim okulunda görev yapan sınıf öğretmeni (erkek, 8 yıl)
6. İlköğretim okulunda görev yapan sınıf öğretmeni (kadın, 28 yıl)

İçerik geçerliğiyle ilgili olarak uzmanlardan; rubrikteki her bir ifadeyi, okumaları ve rubrikte yer alan her bir ifadenin (maddenin) ikna edici bir yazıda bulunması gereken özellikler içerip içermediğini değerlendirmeleri istenmiştir. Uzmanlardan, ölçme aracında yer alan her bir maddeyi, ikna edici yazıları mükemmel ölçüyorsa 10 (on), hiç ölçmüyorsa 0 (sıfır) aralığında değerlendirmeleri istenmiştir. Ölçme aracının içerik geçerliğinin saptanması için Lawshe İçerik Geçerlik oranları hesaplanmıştır.

Lawshe içerik (kapsam) geçerliği oranında uzmanların her bir maddeyi nasıl değerlendirdikleri dikkate alınır. Lawshe katsayısının yüksekliği ve düşüklüğü, uzmanların her bir maddeye verdikleri uygunluğun katsayılarına göre hesaplanmaktadır. Araştırmada kullanılan Lawshe içerik (kapsam) geçerliği oranı formülü Şekil 3'te görüldüğü gibidir (Vickery, 1998, akt., Baloğlu ve Karadağ, 2008).



Lawshe içerik (kapsam) geçerliği oran formülü
Şekil 3: Lawshe (1975)

Lawshe içerik (kapsam) geçerliği oranı formülü sonucundan her bir madde için bir yüzde değeri elde edilmiştir. Bu katsayı -1 ve +1 arasında değişim göstermektedir. (Baloğlu ve Karadağ, 2008).

Lawshe (1975) tarafından verilen; farklı sayıdaki uzman sayıları büyüklükleri için $p = .05$ güven aralığında minimum Lawshe içerik (kapsam) geçerliği oranları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5.
Lawshe minimum içerik [kapsam] geçerliği oranları

Uzman Sayısı	Minimum Değer
5	.99
8	.75
10	.62
15	.49
20	.42
25	.37
30	.33

Kaynak: Lawshe (1975)

Tablo 5'te görüldüğü üzere 8 uzmanın katıldığı bir çalışmanın maddelerinin Lawshe içerik (kapsam) geçerlik oranı değerinin .75' den küçük olması o maddenin veri toplama aracından çıkartılmasını gerektirmektedir. Uzmanların vermiş oldukları puan ortalamalarına göre değerlendirmeye giren rubrik maddeleri yeniden düzenlenmiş veya çıkartılmıştır.

Çalışmanın diğer sürecinde hazırlanan dereceli puanlama anahtarının yapı geçerliği ve güvenilirlik analizleri rassal örnekleme yöntemi ile belirlenen 212 öğrenci ile yürütülmüştür. Öğrencilerin yazmış olduğu metinler, kapsam geçerliği tamamlanmış olan dört düzeyli dereceli puanlama anahtarı (rubrik) ile değerlendirilmiştir.

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın iç güvenilirlik düzeyi, rubrik'in iç tutarlılığı Cronbach Alpha katsayısı kullanılmıştır. Rubriğin alt özelliklerinin ortalama ve standart sapma değerleri ile alt özellikleri arasındaki korelasyonların tespitinde ise Sperman korelasyon analizi kullanılmıştır. Ayrıca, İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın geçerlik ve güvenilirlik analizlerini hesaplamak için SPSS 18.0 programı kullanılmıştır.

3.4.3. İkna edici yazıları ölçme aracının geçerlik ve güvenilirlik bulguları

Türk dili uzmanlarından, İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın (rubrik) her bir maddesinin dil ve anlam geçerliği uygunluk puanları, 6.67 ile 10.00 arasında değişmektedir. En düşük dil ve anlam uygunluk puanı olarak [$X=6.67$, $s=2.08$] İddia alt özelliği hesaplanmıştır. En yüksek dil ve anlam geçerlik uygunluk puanı olarak

Organizasyon Gelişme [$X=9.67$, $s=0.57$] hesaplanmıştır. Rubrikin alt özelliklerinde yer alan maddelere verilen puanlamada İddia alt özelliğinde yer alan maddeler hariç diğer alt özellikler 7.00 üzerinde dil ve anlam uygunluk puanı bulunmuş olup dil ve anlam geçerliği düşük olan İddia alt özelliğinde yer alan maddeler üzerinde düzeltme yapılmıştır. Türk dili uzmanların her bir madde için Türkçe dil ve anlam uygunluk dereceleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6.

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın Türkçe Dil ve Anlam Geçerliği Uygunluk Puanları

Alt Özellik	X	S
İddia	6.67	2.08
Başvurulan neden	9.00	1.00
Yazım kuralları	7.33	2.51
Üslup	8.33	2.08
Kelime seçimi	8.00	2.64
Yüzey özellikleri/sunum	9.00	1.00
Cümle akıcılığı / cümle yapıları	7.67	2.51
Organizasyon genel	9.67	.57
Organizasyon giriş	8.67	1.52
Organizasyon gelişme	9.00	1.73
Organizasyon sonuç	9.33	1.15

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın (Rubrik) içerik geçerliği uzmanlarca değerlendirilmiş ve değerlendirme puanları 6.00 ile 10.00 aralığında değişiklik göstermiştir. İçerik geçerliği çalışmasına katılan uzmanlara ait derecelendirmede, uzman bir madde için 6'dan az puan verdiyse, o maddenin uygun olmadığı düşünülerek, her madde için Lawshe İçerik Geçerlik Oranı hesaplanmıştır.

Lawshe içerik geçerliği oranında uzmanların her bir maddeyi nasıl değerlendirdikleri dikkate alınmaktadır. Lawshe katsayısının yüksekliği ve düşüklüğü, uzmanların her bir maddeye verdikleri uygunluğun katsayılarına göre

hesaplanmaktadır. Lawshe içerik geçerliği oranı sonucundan her bir madde için bir yüzde değeri elde edilmektedir. Bu katsayı -1 ve +1 arasında değişmektedir.

Lawshe (1975) tarafından verilen; farklı sayıdaki uzman sayıları büyüklükleri için $p = .05$ güven aralığında minimum Lawshe içerik geçerliği oranlarında 8 uzman katılımcı için .78'dir. Bu kritere göre 11 alt özellik bulunan rubriğin İGO'ları 1.00 olarak hesaplanmıştır. Rubrikteki alt özelliklerde yer alan maddelerinin tamamında ikna edici yazıları ölçmede içerik geçerliliği sağlanmıştır. Tablo 7'de tüm maddelerin içerik geçerliği katsayıları verilmiştir.

Tablo 7.

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın İçerik Geçerlik Katsayıları

Alt Özellik	X	S	İGO
İddia	8.60	1.51	1
Neden Belirtme	8.60	1.51	1
Yazım Kuralları	9.00	1.22	1
Üslup	7.60	2.19	1
Kelime Seçimi	8.60	1.67	1
Yüzey Özellikleri/Sunum	8.20	1.64	1
Cümle Akıcılığı / Cümle Yapıları	7.80	1.64	1
Organizasyon Genel	7.20	1.64	1
Organizasyon Giriş	9.60	.54	1
Organizasyon Gelişme	9.60	.54	1
Organizasyon Sonuç	9.20	1.30	1

Eğitim bilimleri uzmanları Rubrikteki maddeleri 10 tam puan üzerinden 8.54 olarak değerlendirmişlerdir. Bu puanlar üzerinden elde edilen Lawshe içerik geçerlik oranları tüm maddeler için geçerliği sağlamıştır. Buna göre içerik geçerliği sonucu olarak söz konusu İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nda yer alan tüm maddelerin istenilen amaca hizmet ettiği ve ikna edici yazıları ölçtüğü söylenebilir.

Tablo 8.

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın Madde-Toplam Korelasyonlarını Belirlemek Amacıyla Yapılan Sperman Korelasyon Analizi Sonuçları

Alt Özellik	Madde-Toplam r
İddia	.793**
Neden Belirtme/Nedenleme	.733**
Yazım kuralları	.658**
Üslup	.885**
Kelime seçimi	.855**
Yüzey Özellikleri/Sunum	.860**
Cümle akıcılığı / Cümle yapıları	.909**
Organizasyon Genel	.845**
Organizasyon Giriş	.784**
Organizasyon Gelişme	.781**
Organizasyon Sonuç	.597**

** p<.01

Tablo 8'de tüm maddelerin madde-toplam korelasyon katsayıları verilmiştir. İçerik geçerliği tamamlanan İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nda yer alan alt özellikler açısından kişileri ayırt etmede ne kadar yeterli olduğunun belirlenmesi amacıyla 212 öğrenciden toplanan veriler üzerinde yapılan değerlendirme puanları aracılığıyla madde- toplam korelasyonları hesaplanmıştır. Madde-toplam korelasyonlarında elde edilen korelasyon katsayıları 0.59 ile 0.90 arasında olan boyutlarda istatistiksel olarak manidardır. Ancak organizasyon sonuç alt özelliğine ait olan korelasyon katsayısının 0.59 olduğu görülmüştür. Bu durumun sebebi olarak öğrencilerin ikna edici bir yazının sonuç bölümünü yazamamaları nedeniyle aldıkları puanların düşük olması gösterilebilir.

Tablo 9.

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracının Alt Özelliklerinin Ortalama ve Standart Sapma Puanları ile Alt Özellikler Arasındaki Korelasyonlarını Belirlemek Amacıyla Yapılan Sperman Korelasyon Analizi Sonuçları

Alt Özellikler	X	S	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
İddia 1	2.53	.743	1	.569	.429	.667	.692	.623	.685	.680	.656	.616	.439	.793
Neden Belirtme 2	1.54	.625	.569	1	.236	.634	.655	.528	.650	.527	.585	.739	.523	.733
Yazım Kuralları 3	2.59	.905	.429	.236	1	.536	.477	.686	.571	.531	.419	.323	.241	.658
Üslup 4	2.15	.788	.667	.634	.536	1	.763	.733	.824	.724	.637	.689	.524	.885
Kelime Seçimi 5	1.89	.746	.692	.655	.477	.763	1	.689	.792	.741	.686	.650	.484	.855
Yüzey Özellikleri 6	2.31	.912	.623	.528	.686	.733	.689	1	.799	.701	.581	.571	.403	.860
Cümlede yapı ve akıcılık/ 7	1.93	.809	.685	.650	.571	.824	.792	.799	1	.766	.690	.677	.525	.909
Organizasyon Genel 8	2.00	.763	.680	.527	.531	.724	.741	.701	.766	1	.697	.607	.443	.845
Organizasyon Giriş 9	1.71	.720	.656	.585	.419	.637	.686	.581	.690	.697	1	.578	.461	.784
Organizasyon Gelişme 10	1.47	.603	.616	.739	.323	.689	.650	.571	.677	.607	.578	1	.560	.781
Organizasyon Sonuç 11	1.32	.586	.439	.523	.241	.524	.484	.403	.525	.443	.461	.560	1	.597
İkna puan M-Toplam 12	21.47	6.60	.793	.733	.658	.885	.855	.860	.909	.845	.784	.781	.597	1

$\eta=212$. ** $p<.01$

Korelasyon analizinde veriler normal dağılım gösterdikleri takdirde Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi uygulanmaktadır. Bu çalışmada veriler normal dağılım göstermediği için İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın alt özellikleri arasındaki ilişkinin saptanması için Sperman korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 8'de Sperman Korelasyon Analizi Sonuçlarına bakıldığında İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'ndan alınan toplam puan ve maddeler arasındaki korelasyonları görülebilir. Burada alt özelliklerin ikna edici yazı yazma toplam başarı puanı arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında "İddianın Varlığı" alt özelliği için .79 , "Neden Belirtme" alt özelliği için .73, "Yazım Kuralları" alt özelliği için .65, "Üslup" (okur farkındalığı) alt özelliği için .88 "Kelime Seçimi" alt özellik için .85, "Yüzey Özellikleri" alt özellik için .86 , "Cümlede Yapı ve Cümle Akıcılığı" alt özelliği için .90, "Genel Organizasyon" alt özelliği için .84, "Organizasyon Giriş" alt özelliği için .78, "Organizasyon Gelişme" alt

özelliği için .78 , "Organizasyon Sonuç" alt özelliği için .59 olduğu görülmektedir. Alt özelliklerin ikna etme başarısı arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında oldukça yüksek olduğunu ancak organizasyon sonuç alt özellik korelasyon puanının .59 diğer ölçme aracı alt özellik maddelerine göre düşük olduğu söylenebilir. Bu durumun nedeni olarak öğrencilerin ikna edici bir yazının sonuç bölümünü yazamamaları, bu nedenle metinlerin sonuç bölümünden aldıkları ikna edicilik puanların düşük olması gösterilebilir.

Tablo 10.

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın Maddeler Bazında Cronbach Alpha Katsayıları

İkna Edici Yazı Alt Özellik Maddeleri	Alpha
İddia	0.936
Neden Belirtme	0.939
Yazım Kuralları	0.946
Üslup	0.932
Kelime Seçimi	0.932
Yüzey Özellikleri	0.935
Cümle akıcılığı / Cümle yapıları	0.930
Organizasyon Genel	0.934
Organizasyon Giriş	0.936
Organizasyon Gelişme	0.937
Organizasyon Sonuç	0.942
Toplam	0.942

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın güvenilirliği, iç tutarlılık yöntemi ile incelenmiştir. Ölçme aracının maddeler bazında iç tutarlılık katsayısı Cronbach Alpha 0.93 ile 0.94 arasında iken; ölçme aracının geneli için ise 0.94 olarak bulunmuştur. Güvenilirlik katsayısının 0.70 ve üzerinde olması ölçme aracının güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğunu gösterir.

Sonuç olarak İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın yeterli güvenilirlik katsayılarına sahip ve kabul edilebilir düzeyde geçerlik göstergeleri bulunan bir ölçme aracı olduğu söylenebilir. Geliştirilen ölçme aracının özellikle öğretmenlerin, öğrencilerin ikna edici yazı yazma becerilerini ölçmelerinde, araştırmacıların da benzer çalışmalarda yararlanabileceği bir araç olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu ölçme aracının kullanılacağı araştırmaların yapılması bu ölçme aracının ölçme gücüne önemli katkılar sağlayacaktır. İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'nın değişik örneklemeler üzerinde denenmesinin daha güçlü göstergelere ulaşılmasına yarar sağlayacaktır.

3.4.4. İkna edici yazıları ölçme aracı değerlendirmeciler arası uyumla ilgili bulgular

Dereceli puanlama anahtarına göre, gönüllü altı değerlendirmecinin verdiği puanlar doğrultusunda değerlendirmeciler arası uyum ile ilgili bulgular bu bölümde yer almaktadır. Değerlendirmeciler arası uyumda Pearson korelasyon analizi ile korelasyon ilişkilerine; güvenilirlik analizi ile alfa değerine ve Kendall'ın uygunluk kat sayılarına yer verilmiştir.

Örneklem grubundaki 857 beşinci sınıf öğrencisinin yazdığı ikna edici yazıların arasından tesadüfi olarak seçilen 100 metin yöntem bölümünde bahsedilen altı değerlendirmeciye dağıtılmıştır. Altı değerlendirmeci, kendilerine verilen dereceli puanlama anahtarında yer alan 11 özelliğe göre 100 metni değerlendirmiştir. Değerlendirmecilerin, dereceli puanlama anahtarına göre yaptığı puanlama sonucunda altı değerlendirmeci arasındaki uyuma bakılmıştır. Buna göre Pearson korelasyon analizleri aşağıdaki tablolarla gösterilmiştir.

Tablo 11.

Metinlerin İddia Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.774	1.00				
3	.765	.795	1.00			
4	.758	.794	.663	1.00		
5	.770	.691	.728	.775	1.00	
6	.768	.762	.746	.781	.708	1.00

Tablo 11 incelendiğinde, iddia özellikleri bakımından değerlendirmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, ikinci ve üçüncü değerlendirmeci arasında (.795); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirmeci arasında (.663) olduğu görülmektedir. 1 no' lu değerlendirmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70 ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 12.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların İddiayı Destekleyen Nedenler belirtme Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.866	1.00				
3	.788	.784	1.00			
4	.817	.789	.620	1.00		
5	.851	.901	.767	.828	1.00	
6	.835	.868	.796	.718	.837	1.00

Tablo 12 incelendiğinde, iddiayı destekleyen nedenler belirtme bakımından değerlendirmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, ikinci ve beşinci değerlendirmeci arasında (.901); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirmeci arasında (.620) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 13.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların Yazarın Üslup Özellikleri Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.743	1.00				
3	.779	.721	1.00			
4	.754	.784	.612	1.00		
5	.775	.699	.620	.775	1.00	
6	.749	.683	.730	.724	.734	1.00

Tablo 13 incelendiğinde, yazarın üslup özellikleri bakımından değerlendirilmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, ikinci ve dördüncü değerlendirmeci arasında (.784); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirilmeci arasında (.612) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirilmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirilmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 14.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların Yazım Kuralları Özellikleri Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.899	1.00				
3	.838	.789	1.00			
4	.911	.895	.750	1.00		
5	.869	.828	.652	.870	1.00	
6	.885	.841	.829	.865	.746	1.00

Tablo 14 incelendiğinde, yazım kuralları özellikleri bakımından değerlendirilmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, birinci ve dördüncü değerlendirilmeci arasında (.911); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve beşinci değerlendirilmeci arasında (.652) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirilmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirilmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 15.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların Cümle Akıcılığı ve Cümlede Yapı Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.756	1.00				
3	.815	.721	1.00			
4	.757	.861	.665	1.00		
5	.741	.887	.700	.834	1.00	
6	.786	.779	.796	.754	.739	1.00

Tablo 15 incelendiğinde, cümle akıcılığı özellikleri bakımından değerlendirilmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, ikinci ve beşinci değerlendirilmeci arasında (,887); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirilmeci arasında (,665) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirilmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirilmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise ,70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 16.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların Kelime Seçimi Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.736	1.00				
3	.793	.695	1.00			
4	.733	.823	.621	1.00		
5	.760	.813	.694	.823	1.00	
6	.775	.764	.759	.738	.758	1.00

Tablo 16 incelendiğinde, kelime seçimi özellikleri bakımından değerlendirilmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, (dördüncü ve beşinci) ve (ikinci ve dördüncü) değerlendirilmeci arasında (,823); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirilmeci arasında (,621) olduğu

görülmektedir. 1 no'lu değerlendirmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 17.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların Yüzey Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.826	1.00				
3	.825	.776	1.00			
4	.818	.760	.640	1.00		
5	.778	.776	.660	.757	1.00	
6	.835	.790	.800	.725	.737	1.00

Tablo 17 incelendiğinde, kağıt, yazı yüzey özellikleri bakımından değerlendirmeçiler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, birinci ve altıncı değerlendirmeçisi arasında (.835); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirmeçisi arasında (.640) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirmeçisi olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeçiler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 18.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazının Genel Organizasyon Özelliklerinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.815	1.00				
3	.798	.756	1.00			
4	.807	.781	.621	1.00		
5	.851	.756	.735	.761	1.00	
6	.820	.777	.744	.814	.770	1.00

Tablo 18 incelendiğinde, öğrencilerin yazılarının organizasyon düzeni (genel) özellikleri bakımından değerlendirmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, birinci ve beşinci değerlendirmeci arasında (.851); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirmeci arasında (.621) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 19.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların İkna Edici Bir Giriş Paragrafı Organizasyonu Özelliğinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.823	1.00				
3	.855	.815	1.00			
4	.849	.881	.764	1.00		
5	.848	.823	.845	.861	1.00	
6	.848	.805	.908	.761	.835	1.00

Tablo 19 incelendiğinde, ikna edici yazının giriş paragrafı organizasyon özellikleri bakımından değerlendirmeciler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, üçüncü ve altıncı değerlendirmeci arasında (.908); en düşük korelasyonun ise dördüncü ve altıncı değerlendirmeci arasında (.761) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirmeci olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeciler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 20.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların İkna Edici Bir Gelişme Paragrafı Organizasyonu Özelliğinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.817	1.00				
3	.728	.755	1.00			
4	.897	.813	.615	1.00		
5	.823	.921	.733	.844	1.00	
6	.814	.798	.750	.781	.798	1.00

Tablo 20 incelendiğinde, ikna edici yazının gelişme paragraf organizasyonu özellikleri bakımından değerlendirmeçiler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, ikinci ve beşinci değerlendirmeçi arasında (.921); en düşük korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirmeçi arasında (.615) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirmeçi olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeçiler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 21.

Öğrencilerin Yazdıkları Yazıların İkna Edici Bir Sonuç Paragrafı Organizasyonu Özelliğinin Puanlanmasında Değerlendirmeciler Arası Uyum

Değerlendirmeciler	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	.849	1.00				
3	.815	.746	1.00			
4	.819	.788	.716	1.00		
5	.867	.840	.756	.828	1.00	
6	.847	.790	.786	.785	.808	1.00

Tablo 21 incelendiğinde, ikna edici yazının sonuç paragrafı organizasyonu özellikleri bakımından değerlendirmeçiler arası güvenilirlik analizi sonucu en yüksek korelasyonun, birinci ve beşinci değerlendirmeçi arasında (.867); en düşük

korelasyonun ise üçüncü ve dördüncü değerlendirme arasında (.716) olduğu görülmektedir. 1 no'lu değerlendirme olan araştırmacı ile diğer değerlendirmeler arasındaki korelasyon puanlarına bakıldığında ise .70'ten büyük olduğu görülmektedir.

Değerlendirmeler arası uyumu belirleyebilmek için Kendall uyum kat sayısı (Kendall's coefficient of concordance: w) hesaplama yöntemi kullanılmıştır. "Kendall'ın uyum kat sayısı değerlendirme arasındaki uyumun ölçülmesinde kullanılır." (Powers, Harris, 1991; Karasar, 2002; Kennedy, McCallister, 2002; Legendre, 2005; Sigler, Runnels, 2006; akt., Arı, 2008).

Değerlendirmelerin kendi içindeki uyumluluğunu da test etmek için kullanılan Kendall'ın w testi, değerlendirme yapanların, değerlendirmelerindeki uyumluluklarını test etmek için kullanılır (Özdamar, 2010, akt., Hızarcıoğlu, 2013). Bu nedenle "Kendall'ın w testi" ile değerlendirmelerin dereceli puanlama anahtarı kullanarak verdikleri puanlar arasında bir uyumun olup olmadığı test edilmiştir. Bununla ilgili bulgular tablo 22'de gösterilmiştir.

Tablo 22.

Değerlendirmeler Arası Uyum Analizlerine Göre Korelasyon Ortalamaları ve Uyum Kat Sayıları

Ölçme Aracı Alt Özellikleri	Pearson korelasyon ortalaması (r)	Alfa değeri	Kendall uyum kat sayısı (w)	p
İddia	.890	.814	.901	.000
Neden Belirtme	.913	.816	.834	.000
Yazım Kuralları	.920	.818	.863	.000
Üslup	.877	.812	.888	.000
Kelime Seçimi	.897	.814	.845	.000
Yüzey özellikleri / Sunum	.887	.815	.869	.000
Cümle Akıcılığı / Cümle Yapıları	.896	.815	.835	.000
Organizasyon Genel	.901	.815	.849	.000
Organizasyon Giriş	.928	.818	.783	.000
Organizasyon Gelişme	.909	.816	.828	.000
Organizasyon Sonuç	.913	.815	.743	.000

Kendall sig .00 Alpha sig .00

Tablo 22 incelendiğinde değerlendirmeciler arası uyum analizi sonucuna göre, ikna edici yazı özellikleri bakımından altı değerlendirmeci arasındaki korelasyon ortalamasına göre çok iyi bir uyumun olduğu söylenebilir.

İkiden fazla değerlendirmecinin katıldığı çalışmalar için Kendall konkordans kat sayı (Kendall coefficient of concordance: W) yöntemine başvurulur. SPSS analiz sonuçlarına göre uyum kat sayılarının ,05'ten düşük olması, alfa değerinin 1'e yakın olması değerlendirmenin güvenilirliğini gösteren bulgulardır (Arı, 2008).

İkiden fazla değerlendirmecinin olduğu durumlarda bu kat sayı kullanılır. "Bu ölçümde amaç, değerlendirmecilerin doğru ölçüm yapıp yapmadığını belirlemek değil, değerlendirmeciler arasında uyumun olup olmadığını belirlemektir." (Aker ve ark., 2005, s.53'ten akt., Arı, 2008). Bu kat sayı, 0 ile 1 arasında bulunduğunda değerlendirmeciler arasında uyumun olduğu, 0 bulunduğunda ise uyumun olmadığı anlamına gelir (Malvern, Skidmore, 2001; Legendre, 2005, akt., Arı, 2008). Bu çalışmada Kendall uyum katsayısının bire yakın olması puanlayıcılar arası uyumun yeterli düzeyde olduğu söylenebilir.

Değerlendirmeciler arası uyum üzerine yapılmış diğer araştırmalara bakıldığında Atmaz (2009) puanlama yönergesi (rubrik) kullanılması durumunda puanlayıcı güvenirliliğinin incelenmesi adlı çalışmasında öğretmen sayısının artmasının, rubrik kullanarak yapılan puanlamalarda da hatayı azalttığını ve güvenirliliği yükselttiğini, ayrıca öğretmenlerin rubrikle daha güvenilir puanlamalar yaptıklarını belirtmiştir. Ayrıca öğretmenlerin farklı zamanlarda puanlama yönergesi (rubrik) kullanarak verdiği puanlar arasındaki korelasyonlar, diğer okumalara kıyasla oldukça yüksek görüldüğünü öğretmenlerin farklı zamanlarda aynı türde yapmış olduğu puanlamalar arasında pozitif yönde yüksek bir ilişki bulunduğunu belirtmiştir.

Atmaz'ın (2009) yapmış olduğu çalışmada, öğretmenlerin rubrikle puanlama yaptıklarında farklı zamanlarda birbirine çok yakın puanlar verdiği bulgusuna ulaşmış, başka bir deyişle aynı öğretmenlerin aynı kağıtları aradan belli bir süre geçtikten sonra tekrar puanlamaları durumunda, rubrik kullanarak verdikleri puanların ortalamaları arasındaki farklılığın diğer okumalara kıyasla daha az olduğu görülmüştür.

Can (2007) derecelendirme ölçeklerinde cömertlik, genelleme, cimrilik ve merkeze yığılma gibi hataların geçerlik ve güvenirliliği etkilediğini belirtmiştir. Ayrıca Atmaz (2009) rubrik kullanımı durumunda çoğu öğretmenin puanlama yaparken daha yüksek puan verme(cömertlik) eğiliminde olduğunu belirtmiş sahip olduğu bulgular doğrultusunda, cömertlik etkisinin, dereceleme biçiminin bir fonksiyonu olduğunu

savunan Bernardin ve Orban'ı (1990) desteklediği yorumunu yapmıştır. Ancak bu durumda dereceli puanlama anahtarının ayrıntılı bir puanlama biçimi önermesi, daha açık bir ifade ile hangi davranışa kaç puan verileceğinin belirlenmemiş olmasından kaynaklandığını belirtmiştir. Yeterince açık ve kesin bir yönergeyle söz konusu bu durumun önüne geçilebileceği söylenebilir.

Farklı öğretmenlerin rubrik kullanarak vermiş oldukları puanlar arasındaki korelasyonların, rubrik kullanmadan vermiş oldukları puanlar arasındaki korelasyonlardan daha yüksek olduğu görülmüştür. Buna göre puanlama yönergesi kullanımının farklı öğretmenlerin birbiriyle daha tutarlı puanlama yapmalarında katkı sağlayabileceği belirtilmiştir (Atmaz, 2009).

4. Verilerin Toplanması

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazılarının değerlendirilmesine yönelik veriler araştırmacı tarafından hazırlanan ikna edici yazı yazmaya yönelik konu listesi ve ikna edici yazım alanı, kişisel bilgi formuyla birlikte örneklem grubundaki öğrencilere uygulanarak elde edilmiştir. Veriler araştırmacı tarafından örneklem grubunun bulunduğu okullara gidilerek toplanmıştır. Verilerin toplanması süresinde gerekli mercilerden izin alınmıştır. İzin belgesi ekte sunulmuştur. (Ek A)

5. Verilerin Çözülmesi

Çalışmada veri analiz yöntemi olarak betimsel analiz kullanılmıştır.

Bu çalışmada daha önce belirtilen on bir özellik, dereceli puanlama anahtarında bulunan değerlendirme kategorilerini oluşturmaktadır. İkna edici yazılarda; iddianın varlığı, iddiayı destekleyen nedenlerin varlığı, yazım kuralları, yazarın üslubu, kelime seçimi, cümle akıcılığı ve cümle yapıları, yazı yüzey özellikleri (kağıt düzeni vb.), yazının genel organizasyonu (paragraf bütünlüğü, başlık kullanımı vb.) ikna edici yazının giriş paragrafı, gelişme paragrafı ve sonuç paragrafının özellikleri bakımından bir ile dört arasında puanlaştırılarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Değerlendirmede öğrencilerin oluşturduğu metinler biçimsel özellikleri olarak yazım kuralları, kağıt yüzey özellikleri ve yazının genel organizasyonu; içerik (dil ve anlatım) özellikleri olarak ikna edici bir yazının iddianın yazarın tarafı ve yazar görüşünün varlığı, iddiayı destekleme nedenleri karşıt görüşleri çürütme girişimleri, yazarın üslubu, kelime seçimi, cümle yapıları ve cümle akıcılığı, ikna edici bir yazının giriş , gelişme ve sonuç paragraflarının özellikleri bakımından istatistiki veriler var olan

demografik bilgilere göre anlamlı fark oluşturup oluşturmadığı tablolar halinde sunulmuştur.

Dereceli puanlama anahtarına göre yapılan değerlendirmenin nasıl olduğunu betimlemek için öğrencilerin oluşturduğu metinlerden örnekler sunulmuş ve nicel bulgular verilmiştir. Ayrıca öğrencilerin metinlerinde, araştırma değişkenleriyle ilgili olarak başarıları ve yetersizlikleri somut örneklerle sunulmaya çalışılmıştır.

Verilerin analizinde parametrik ya da nonparametrik testlerin kullanılıp kullanılmayacağına, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine ilişkin sonuçlara yapılan Kolmogorov – Simirnov ve Shapiro – Wilk testleri ile ulaşılmıştır. Bu testler iki kümülâtif dağılım fonksiyonunun incelenmesi temeline dayanmaktadır (Gamgam, 1998).

Yapılan testlere göre ($p < 0.05$) verilerin normal dağılım göstermediği görülmüş, dolayısıyla verilerin analizinde nonparametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Öğrencilerin yazdıkları metinlerde bulunması gereken unsurları kullanma düzeylerinin bilgi toplama formunda bulunan çeşitli değişkenlere göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere non-parametrik testlerden Kruskal Wallis ve Mann Whitney-U testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis tekniği, ilişkisiz ya da daha çok örneklem ortalamasının birbirlerinden anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test eden bir istatistik tekniğidir (Büyüköztürk, 2012). Mann Whitney-U tekniği ise iki ilişkisiz örneklemden elde edilen puanların birbirinden anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini test eden bir tekniktir.

Araştırmanın etik boyutu açısından öğrencilerin yazdıkları ikna edici yazılara sayısal dosya isimleri verilerek kodlama yapılıp öğrencilerin kimlik bilgileri belirtilmeden metinlerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Metinler kod numarası sırasına göre çözümlenmeleri, çalışma kapsamında geliştirilmiş olan İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı ile yapılmıştır. Çalışmanın ekler bölümünde öğrencilerin orijinal yazılarından örnekler verilmiştir. Değerlendirilen 857 metnin arasından tesadüfi olarak 13 metin seçilmiş ve bu metinler ekte örnek olarak sunulmuştur. (Ek D)

Bölüm IV

Bulgular ve Yorum

Araştırmanın bu bölümünde ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin değerlendirilmesine yönelik amaç cümlesine bağlı olarak belirlenen;

1. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri nedir?
2. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri devam ettikleri okullara göre farklılık göstermekte midir?
3. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
4. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
5. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri hikaye, şiir, kompozisyon vb. yazım sıklıklarına göre farklılık göstermekte midir?
6. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri ikna edici yazı yazmaktan hoşlanma durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
7. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri daha önce ikna edici yazı yazma durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
8. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin daha önce sınıfta ikna çalışması etkinliklerinin yapılması değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
9. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri daha önce birini ikna etme çabası gösterip göstermeme değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
10. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri evde internet bağlantısı varlığı değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
11. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri kendilerine ait odalarının bulunma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
12. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri kitaplık bulundurma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
13. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyi okunan kitap sayısına göre farklılık göstermekte midir?

14. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri eve süreli yayın alma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
15. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri, öğrencilerin televizyon ve bilgisayar başında geçirdikleri süreye göre farklılık göstermekte midir?
16. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin anne ve baba öğrenim düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?
17. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin anne ve baba mesleki durumlarına göre farklılık göstermekte midir?
18. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin aile ekonomik düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
19. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrenim gördükleri okulların sosyo-ekonomik düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?
20. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin izlediği televizyon programları değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
21. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin ikna amacıyla başvurdukları neden türü değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
22. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin ikna edici yazı yazma amacıyla seçtikleri konu başlığı değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

Şeklindeki alt amaçlara ilişkin bulgular yorumlamalarla birlikte verilmektedir. Ölçme aracıyla elde edilen bulguların istatistiksel analizleri ve bu analizlere ait yorumlar, amaçlar doğrultusunda sunulmuştur.

Tablo 23.

Verilerin Normal Dağılıp Dağılmadığını Gösteren Kolmogorov ve Shapiro Testi Sonuçları

Normallik Testi	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Test	Serbestlik	p	Test	Serbestlik	p
	İstatistik	derecesi		İstatistik	derecesi	
İddia	.298	857	.000	.812	857	.000
Nedenleme	.404	857	.000	.655	857	.000
Yazım Kuralları	.214	857	.000	.878	857	.000
Üslup	.269	857	.000	.828	857	.000
Kelime Seçimi	.267	857	.000	.780	857	.000
Yüzey Özellikleri	.263	857	.000	.856	857	.000
Cümle Akıcılık	.252	857	.000	.804	857	.000
Organizasyon Genel	.263	857	.000	.821	857	.000
Organizasyon Giriş	.373	857	.000	.701	857	.000
Organizasyon Gelişme	.437	857	.000	.608	857	.000
Organizasyon Sonuç	.488	857	.000	.483	857	.000
Toplam Puan	.089	857	.000	.966	857	.000

Tablo 23'e bakıldığında tüm öğelerin p değerinin .05 ten küçük olduğu ($p < .05$) görülmektedir. Bu nedenle verilerin normal dağılmadığı söylenebilir. Test sonuçlarına göre veriler normal dağılmadığı için ikili ve üçlü karşılaştırmalarda non-parametrik testler kullanılmıştır. Buna göre iki değişkenli karşılaştırmalarda Mann Whitney-U, üç ve daha çok değişkenli karşılaştırmalarda Kruskal Wallis testi uygulanmıştır.

1. Alt Amaçlara İlişkin Bulgular

1.1. İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri

Birinci alt amaçta ele alınan ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerde ikna edici yazı özelliklerini (İddia varlığı, Neden Belirtme, Yazım

Kuralları, Üslup, Kelime Seçimi, Yüzey Özellikleri, Cümlede Akıcılık, Genel Organizasyon, Giriş Paragrafı, Gelişme Paragrafı, Sonuç Paragrafı) kullanma düzeyleri nedir? sorusuna ilişkin bulgular tablo 24'te verilmiştir.

Tablo 24.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları İkna Edici Metinlerin İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı'na Göre Aldıkları Puanların Dağılımları

İkna Edici Yazma Özellikleri	Değerler					Toplam	
	1 puan	2 puan	3 puan	4 puan	Ort.		
İddianın Varlığı	f	58	436	332	31	2.392	857
	%	6.8	50.9	38.7	3.6		100
Neden Belirtme	f	554	275	27	1	1.387	857
	%	64.6	32.1	3.2	.1		100
Yazım Kuralları	f	111	310	316	120	2.519	857
	%	13	36.2	36.9	14		100
Üslup	f	225	446	169	17	1.974	857
	%	26.3	52	19.7	2		100
Kelime Seçimi	f	363	399	85	10	1.698	857
	%	42.4	46.6	9.9	1.2		100
Yüzey Özellikleri	f	152	409	253	43	2.218	857
	%	17.7	47.7	29.5	5		100
Cümlede Akıcılık	f	340	374	135	8	1.779	857
	%	39.7	43.6	15.8	.9		100
Organizasyon Genel	f	220	446	184	7	1.974	857
	%	25.7	52	21.5	.8		100
Organizasyon Giriş Paragrafı	f	519	261	74	3	1.487	857
	%	60.6	30.5	8.6	.4		100
Organizasyon Gelişme Paragrafı	f	603	235	19	-	1.318	857
	%	70.4	27.4	2.2	-		100
Organizasyon Sonuç Paragrafı	f	699	143	12	3	1.205	857
	%	81.6	16.7	1.4	.4		100
İkna Edici Yazı Toplam Puan						19.953	

Tablo 24 incelendiğinde öğrencilerin ikna edici bir yazıda iddiada bulunma girişimlerinde buldukları söylenebilir. Ancak öğrencilerin ele aldıkları iddiayı destekleyen ve karşıt görüşleri çürütmek için kullanılması gereken neden belirtme ortalamasının düşük olduğu görülmektedir. Bu durumun öğrencilerin iddiasını destekleyecek bir nedenleme yapmadığı ya da öğrencilerin yazılarında kullandıkları nedenleme türlerinden genelde mantıksal nedenlemelere gittiği ve bu durumun ikna edicilik bakımından yetersiz kaldığı söylenebilir.

İkna edici bir yazının biçimsel özellikleri olarak ele alınan ikna edici bir yazıda yüzey özellikleri olarak isimlendirilen kağıt düzeni, temizliği vb. ile yazım kuralları ve yazının genel organizasyon özellikleri bakımından diğer alt özelliklere göre daha yüksek ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Bu durumun öğrencilerin eğitim öğretim sürecinde kazanımların etkisi olduğu söylenebilir.

Yine öğrencilerin ikna edici bir yazının nasıl bir üslupla yazılması gerektiği konusunda yeterli düzeye sahip olmadıkları ve bu anlamda kelime seçimlerinin ve cümle akıcılık düzeylerinin de yetersiz olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca öğrencilerin ikna edici bir yazının giriş, gelişme ve sonuç paragraflarından almış oldukları puan ortalamalarına bakıldığında ikna edicilik bakımından düşük bir ortalamaya sahip oldukları söylenebilir. Bu durumu öğrencilerin yazma becerilerinin yeterli seviyede olmaması ya da ikna edici bir yazının giriş, gelişme ve sonuç paragraflarının barındırması gereken nitelikleri bilmemesinden kaynaklandığı söylenebilir.

Öğrencilerin yazdığı metinlerin ikna edicilik toplam puan ortalamasına bakıldığında (19.95) yüzlük puan türünden 45 puana karşılık geldiği bu puanında çok iyi bir puan olmadığı söylenebilir. Öğrencilerin daha önce ikna edici yazı yazma çalışması veya etkinlikleri yapmamış olması, belki Türkçe dersi öğretim programının öğrenciler için "ikna edici yazılar yazar" kazanımı dışında bu beceriye yer vermemiş olması, yurt dışı alanyazında verilen değeri görmemiş olması tez çalışmasının analiz sonuçlarına bakıldığında bu durumu destekler niteliktedir.

1.2. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve öğrencilerin devam ettikleri okullar arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerinde ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin devam ettikleri okullara göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 25'te verilmiştir.

Tablo 25.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Devam Ettikleri Okullara Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Sosyo-Ekonomik Düzey	Okul Adı	n	Sıra Ortalaması	Standart Sapma	X ²	p
Üst Sosyo-Ekonomik Düzey	Atatürk İÖÖ.	28	660.63	15	127.479	.000
	M.Akif Ersoy İÖÖ.	67	442.01	15		
	İki Eylül İÖÖ.	55	585.51	15		
	Mithat Paşa İÖÖ.	55	504.75	15		
	Ülkü İÖÖ.	93	493.39	15		
Orta Sosyo-Ekonomik Düzey	Barbaros İÖÖ.	76	415.84	15		
	Namık Kemal İÖÖ.	75	441.94	15		
	Mimar Sinan İÖÖ.	30	474.22	15		
	Hürriyet İÖÖ.	27	510.78	15		
	Tunalı İÖÖ.	28	353.75	15		
	İsmet Paşa İÖÖ.	49	444.44	15		
Alt Sosyo-Ekonomik Düzey	Cemalettin Sarar İÖÖ.	41	310.82	15		
	Ali Rıza İÖÖ.	70	259.74	15		
	Korg.Lütfü Akdemir İÖÖ.	73	371.19	15		
	Ahmet Olcay İÖÖ.	41	416.01	15		
	Ata İÖÖ.	49	289.05	15		
TOPLAM		857				

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeylerinin okul değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin öğrenim gördüğü okullarla ikna edici yazı yazma becerisi arasında $p < 0.05$ olduğundan istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu testin sonuçlarına göre ikna edici yazma beceri düzeyinin yüksekliği Atatürk İlköğretim Okulu lehine anlamlılık göstermektedir. Atatürk İlköğretim Okulu öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin diğer okulda öğrenim gören öğrencilere göre daha başarılı olduğu söylenebilir. Ancak görüldüğü üzere ikna edici yazı yazabilme beceri düzeylerinin bir kaç okulda yüksek ortalamaya sahip olduğu, yüksek ortalamaya sahip bu okulların sosyo-ekonomik seviye bakımından diğer okullara göre üst düzeyde olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki tabloya bakıldığında sosyo-ekonomik seviye bakımından üst seviye olan okulların ikna edici yazı yazma beceri düzeylerinin diğer okullara göre yüksek olduğu söylenebilir. Atatürk İlköğretim Okulu, İki Eylül İlköğretim Okulu, Mithatpaşa İlköğretim Okulu, Ülkü İlköğretim Okulu' nun sosyo-ekonomik seviyesi orta ve alt grup içinde yer alan diğer okullara göre daha başarılı oldukları söylenebilir.

1.3. İkna edici yazma düzeyleri ve cinsiyet arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerinde ikna edici yazı yazma becerilerinin öğrencilerin cinsiyetine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 26'da verilmiştir.

Araştırmada öğrencilerin yazdıkları metinlerin ikna edici yazı unsurlarını kullanma becerileri (ikna edici yazı yazma becerileri) ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin var olup olmadığına bakabilmek için parametrik olmayan testlerden Mann Whitney - U testi uygulanmıştır.

Tablo 26.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları

İkna Edici Yazı	Cinsiyet	n	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	u	z	P
	Kız	407	517.79	210741.00			
	Erkek	450	348.69	156912.00	55437.000	-10.001	.000
	Toplam	857					

p< 0.05

Tablo 26'da görüldüğü gibi beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeylerinin ortalamalarında kız öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p<0.05). Bu durum, beşinci sınıfta öğrenim gören kız öğrencilerin metinlerinde ikna edici yazma beceri düzeyinin, erkek öğrencilerin yazdığı metinlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

1.4. İkna edici yazı özelliklerini kullanma becerileri ve cinsiyet arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerinde ikna edici yazı unsurlarını kullanma becerilerinin öğrencilerin cinsiyetine göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin bulgular Tablo 27'de verilmiştir.

Tablo 27.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları Metinlerde İkna Edici Yazı Özelliklerini Kullanma Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları

İkna Edici Yazı Özellikleri	Cinsiyet	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	z	P
İddia	Kız	407	484.12	197035.50	69142.50	-6.88	.00
	Erkek	450	379.15	170617.50			
Nedenleme	Kız	407	473.73	192810.00	73368.00	-6.02	.00
	Erkek	450	388.54	174843.00			
Yazım Kuralları	Kız	407	505.45	205719.50	60458.50	-9.07	.00
	Erkek	450	359.85	161933.50			

Üslup	Kız	407	487.27	198319.00	67859.00	-7.17	.00																																																																																												
	Erkek	450	376.30	169334.00				Kelime Seçimi	Kız	407	494.13	201110.50	65067.50	-8.07	.00	Erkek	450	370.09	166542.50	Yüzey Özellikleri	Kız	407	501.61	204154.00	62024.00	-8.80	.00	Erkek	450	363.33	163499.00	Cümle Akıcılık	Kız	407	502.49	204514.50	61663.50	-8.96	.00	Erkek	450	362.53	163138.50	Organizasyon Genel	Kız	407	488.38	198771.50	67406.50	-7.32	.00	Erkek	450	375.29	168881.50	Organizasyon Giriş	Kız	407	495.79	201785.50	64392.50	-8.67	.00	Erkek	450	368.59	165867.50	Organizasyon Gelişme	Kız	407	468.71	190767.00	75411.00	-5.62	.00	Erkek	450	393.08	176886.00	Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00	Erkek	450	404.19	181884.50	Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00
Kelime Seçimi	Kız	407	494.13	201110.50	65067.50	-8.07	.00																																																																																												
	Erkek	450	370.09	166542.50				Yüzey Özellikleri	Kız	407	501.61	204154.00	62024.00	-8.80	.00	Erkek	450	363.33	163499.00	Cümle Akıcılık	Kız	407	502.49	204514.50	61663.50	-8.96	.00	Erkek	450	362.53	163138.50	Organizasyon Genel	Kız	407	488.38	198771.50	67406.50	-7.32	.00	Erkek	450	375.29	168881.50	Organizasyon Giriş	Kız	407	495.79	201785.50	64392.50	-8.67	.00	Erkek	450	368.59	165867.50	Organizasyon Gelişme	Kız	407	468.71	190767.00	75411.00	-5.62	.00	Erkek	450	393.08	176886.00	Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00	Erkek	450	404.19	181884.50	Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00	Erkek	450	348.69	156912.00								
Yüzey Özellikleri	Kız	407	501.61	204154.00	62024.00	-8.80	.00																																																																																												
	Erkek	450	363.33	163499.00				Cümle Akıcılık	Kız	407	502.49	204514.50	61663.50	-8.96	.00	Erkek	450	362.53	163138.50	Organizasyon Genel	Kız	407	488.38	198771.50	67406.50	-7.32	.00	Erkek	450	375.29	168881.50	Organizasyon Giriş	Kız	407	495.79	201785.50	64392.50	-8.67	.00	Erkek	450	368.59	165867.50	Organizasyon Gelişme	Kız	407	468.71	190767.00	75411.00	-5.62	.00	Erkek	450	393.08	176886.00	Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00	Erkek	450	404.19	181884.50	Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00	Erkek	450	348.69	156912.00																				
Cümle Akıcılık	Kız	407	502.49	204514.50	61663.50	-8.96	.00																																																																																												
	Erkek	450	362.53	163138.50				Organizasyon Genel	Kız	407	488.38	198771.50	67406.50	-7.32	.00	Erkek	450	375.29	168881.50	Organizasyon Giriş	Kız	407	495.79	201785.50	64392.50	-8.67	.00	Erkek	450	368.59	165867.50	Organizasyon Gelişme	Kız	407	468.71	190767.00	75411.00	-5.62	.00	Erkek	450	393.08	176886.00	Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00	Erkek	450	404.19	181884.50	Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00	Erkek	450	348.69	156912.00																																
Organizasyon Genel	Kız	407	488.38	198771.50	67406.50	-7.32	.00																																																																																												
	Erkek	450	375.29	168881.50				Organizasyon Giriş	Kız	407	495.79	201785.50	64392.50	-8.67	.00	Erkek	450	368.59	165867.50	Organizasyon Gelişme	Kız	407	468.71	190767.00	75411.00	-5.62	.00	Erkek	450	393.08	176886.00	Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00	Erkek	450	404.19	181884.50	Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00	Erkek	450	348.69	156912.00																																												
Organizasyon Giriş	Kız	407	495.79	201785.50	64392.50	-8.67	.00																																																																																												
	Erkek	450	368.59	165867.50				Organizasyon Gelişme	Kız	407	468.71	190767.00	75411.00	-5.62	.00	Erkek	450	393.08	176886.00	Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00	Erkek	450	404.19	181884.50	Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00	Erkek	450	348.69	156912.00																																																								
Organizasyon Gelişme	Kız	407	468.71	190767.00	75411.00	-5.62	.00																																																																																												
	Erkek	450	393.08	176886.00				Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00	Erkek	450	404.19	181884.50	Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00	Erkek	450	348.69	156912.00																																																																				
Organizasyon Sonuç	Kız	407	456.43	185768.50	80409.50	-4.58	.00																																																																																												
	Erkek	450	404.19	181884.50				Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00	Erkek	450	348.69	156912.00																																																																																
Toplam Puan	Kız	407	517.79	210741.00	55437.00	-10.00	.00																																																																																												
	Erkek	450	348.69	156912.00																																																																																															

p<0.05

Tablo 27'de görüldüğü üzere ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerde ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri, ikna edici yazma becerileri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici bir yazıda bulunan unsurları kullanım düzeylerinin ortalamalarında kız öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<.05$). Bu durum, beşinci sınıfta öğrenim gören kız öğrencilerin metinlerinde ikna edici yazı yazma beceri düzeyinin, erkek öğrencilerin yazdığı metinlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Alanyazındaki çalışmalara bakıldığında genel itibariyle yapılan çalışmalar kızların dili kullanma becerileri bakımından erkeklerden daha başarılı olduğunu göstermektedir. Çalışmada çıkan sonuçlar da bu durumu destekler niteliktedir. Kız öğrencilerin ikna edici yazı yazabilme becerilerinin erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

1.5. İkna edici yazma beceri düzeyi ve hikaye, şiir, kompozisyon vb. yazım sıklığı değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin hikaye, şiir, kompozisyon vb. yazma sıklıklarına göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 28'de verilmiştir.

Tablo 28.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Hikaye, Şiir, Kompozisyon vb. Yazım Sıklıklarına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Hikaye, Şiir Kompozisyon Yazım Sıklığı	N	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	p
	Hiç	87	330.99			
İkna Edici Yazma	Bazen	663	439.67	2	15.236	.000
	Sık sık	107	442.57			

p<0.05

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazı yazma becerileri (ikna edici yazı unsurlarını kullanma düzeyleri) ile hikaye, şiir, kompozisyon vb. Yazım Sıklığı değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin hikaye,şiir, kompozisyon vb. yazım sıklıklarının öğrencilerin bazen ve sık sık tercihlerinin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p<.05).

Bu duruma göre, hikaye,şiir, kompozisyon yazım girişimleri olan öğrencilerin veya hikaye, şiir vs. yazım sıklığı artan öğrencilerin metinlerinde ikna edicilik düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

1.6. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve ikna edici yazı yazmaktan hoşlanma durumu değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma becerilerinin öğrencilerin ikna edici yazı yazmaktan hoşlanma durumu değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 29'da verilmiştir.

Tablo 29.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yazdıkları Metinlerde İkna Edici Yazı Yazma Beceri Düzeylerinin İkna Edici Yazı Yazmaktan Hoşlanma Durumu Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları

	İkna Edici Yazma	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	u	z	P
İkna Edici Yazmaktan Hoşlanma Durumu	Evet	471	445.71	209929.00	83033.000	-2.186	.029
	Hayır	386	408.61	157724.00			

p<0.05

Tablo 29'da görüldüğü üzere ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerde ikna edici yazı yazma becerileri ile ikna edici yazı yazmaktan hoşlanma durumu değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerilerinin ikna edici yazı yazmaktan hoşlanma durumu değişkeninde lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemektedir (p<.05). Bu durumun sebebi olarak araştırmacı uygulama esnasında öğrencilerin ikna edici yazı hakkında yeterince bilgiye sahip olmadığını görmüştür. Bu nedenle bu soruyla öğrencilerin yanılgıya düştüğü aslında öğrencilerin ikna edici yazı hakkında içgüdüsel davrandıkları görülmektedir. Yine bu yanılgı aşağıdaki tabloda gösterilen daha önce ikna edici yazı yazma durumuyla da benzerlik göstermektedir.

1.7. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve daha önce ikna edici yazı yazma durumu değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazı yazma (ikna edici yazı unsurlarını kullanma) becerilerinin öğrencilerin daha önce ikna edici yazı yazma durumu değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 30'da verilmiştir.

Tablo 30.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeylerinin Daha Önce İkna Edici Yazı Yazma Durumu Değişkenine Göre İncelendiği Mann Whitney-U Testi Sonuçları

	İkna Edici Yazma	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	u	z	P
Daha Önce İkna Edici Yazı Yazma Durumu	Evet	369	447.71	165205.50			
	Hayır	488	414.85	202447.50	83131.500	-1.927	.054
	Toplam	857					

$p < 0.05$

Tablo 30'da görüldüğü üzere ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerde ikna edici yazı yazma becerileri ile daha önce ikna edici yazı yazma durumu değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerileri daha önce ikna edici yazı yazma değişkeni ile arasında $p > 0.05$ olduğundan anlamlı bir fark görülmemektedir.

Araştırmacı tarafından uygulama sırasında sınıf öğretmenlerine daha önce ikna edici yazı yazma çalışması yapıp yapılmadığı sorusuna sınıf öğretmenlerinden olumsuz cevap alınmış, daha önce ikna edici yazı yazma çalışmaları yapmadıklarını belirtmişlerdir. Öğretmenlerin bu yöndeki cevaplarına rağmen öğrencilerin neredeyse yarısı evet yanıtını vermiştir. Bu durum öğrencilerin ikna edici yazının ne olduğu hakkında ve ikna edici yazma hakkında bilgilerinin yetersiz olduğunun göstergesidir.

1.8. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve daha önce sınıfta ikna çalışması etkinliklerinin yapılma değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeylerinin öğrencilerin daha önce sınıfta ikna çalışması etkinliklerinin yapılma değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 38'de verilmiştir.

Tablo 31.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Beceri Düzeyleri Öğrencilerin Daha Önce Sınıfta İkna Çalışması Etkinliklerinin Yapılma Değişkenine Göre İncelendiği Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazım	İkna Etkinliği	n	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	p
	Hiç	382	424.75			
İkna Etkinliğinin Yapılma Durumu	Bazen	427	439.07	2	3.265	.195
	Sık sık	48	373.24			
	Toplam	857				

p<0.05

Öğrencilerin sınıfta daha önce ikna edici yazılar yazma etkinliği yapma durumunun ikna edici yazılar yazma becerisi arasında anlamlı bir fark görülmemektedir (p> .00). Ancak araştırmacı tarafından uygulamanın yapıldığı sınıfların sınıf öğretmenlerine ikna edici yazı veya ikna etme becerisi üzerine etkinlik çalışmaları yapıldı mı? sorusu üzerine öğretmenlerden olumsuz cevap alınmış daha önce ikna konusu üzerine herhangi bir etkinlik çalışmasının yapılmadığı belirtilmiştir. Araştırmacı ikna kavramını ikna edici yazı çalışmasını öğrencilere anlatmış öğrencilerin bildiklerini düşündükleri ikna kavramı konusunda aslında bilmedikleri veya çok az konuda fikir sahipleri oldukları görülmüştür. Araştırmacı tarafından bu durumun istatistiksel analizlere yansdığı düşünülmektedir.

1.9. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve daha önce birini ikna etme çabasına girişme değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeylerinin daha önce birini ikna etme çabası gösterip göstermeme değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 32'de verilmiştir.

Tablo 32.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Daha Önce Birini İkna Etme Çabası Gösterip Göstermeme Değişkenine Göre İncelendiği Mann Whitney-U Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma Becerisi	İkna Etme Çabası	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	u	z	P
	Evet	324	436.27	141353.00			
	Hayır	533	424.58	226300.00	83989.00	-.672	.502
	Toplam	857					

Öğrencilerin sınıfta daha önce birini ikna etme çabası gösterip göstermeme durumu ile ikna edici yazı yazma becerisi arasında anlamlı bir fark söz konusu değildir. ($p > .05$) Bu durumun da yukarıda açıklanan duruma benzer olduğu görülmektedir. Çünkü araştırmacı ikna kavramını, ikna edici yazı çalışmasını öğrencilere anlatmış öğrencilerin bildiklerini düşündükleri ikna kavramı konusunda aslında bilmedikleri veya çok az fikir sahibi oldukları görülmüştür. Yine bu durumun istatistiksel analizlere yansıtıldığı düşünülmektedir.

1.10. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve evde internet bağlantısı varlığı değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri evde internet bağlantısı varlığı değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 33'te verilmiştir.

Tablo 33.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Evde İnternet Bağlantısı Varlığı Değişkenine Göre İncelendiği Mann Whitney-U Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma Becerisi	Evde İnternet Bağlantısı Durumu	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	u	z	P
	Evet	560	471.86	264239.00			
	Hayır	297	348.20	103414.00	59161.00	-6.970	.000
	Toplam	857					

Tablo 33'te görüldüğü gibi beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerilerinin evlerinde internet bağlantısı bulunma durumu değişkeninde internet bağlantısı olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < .05$).

Bu durum, evinde internet bağlantısı bulunan öğrencilerin yazdığı metinlerin internet bağlantısı bulunmayan öğrencilerin yazdığı metinlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum aslında internet varlığının öğrenciyi daha çok uyarıcıyla maruz bırakmakta belki de bilinç altında öğrenci internet üzerinde ikna amaçlı reklamlar yazılarla karşılaşmakta olması etkilemiş olabilir.

1.11. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve kendilerine ait oda bulunma değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri, kendilerine ait odasının olması değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 34'te verilmiştir.

Tablo 34.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri, Kendilerine Ait Odalarının Bulunma Değişkenine Göre Farklı Olup Olmadığını Belirlemek İçin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma Becerisi	Oda Durumu	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	u	z	P
	Evet	571	447.87	255732.50			
	Hayır	286	391.33	111920.50	70879.50	-3.157	.002
	Toplam	857					

$p < 0.05$

Tablo 34'te görüldüğü üzere ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerileri ile evde kendilerine ait bir odalarının olması değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerilerinin evlerinde kendilerine ait bir odanın bulunma durumu değişkeninde odası olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0.05$).

Bu durum, evinde kendisine ait bir odası bulunan öğrencilerin yazdığı metinlerin odası olmayan öğrencilerin yazdığı metinlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

1.12. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve öğrencilerin evlerinde kitaplık bulunma durumu değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin evlerinde kitaplık bulunma durumu değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 35'te sunulmuştur.

Tablo 35.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Kitaplık Bulundurma Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları

İkna Edici Yazı Yazma Becerisi	Kitaplık Bulunma Durumu	n	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	u	z	P
	Evet	638	458.10	292269.00			
	Hayır	219	344.22	75384.00	51294.00	-5.883	.000
	Toplam	857					

p<0.05

Tablo 35'te görüldüğü üzere ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerde ikna edici yazma beceri düzeyleri ile evde kitaplık bulunma değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin evlerinde kitaplık bulunma durumu ile ikna edici yazma becerileri arasında anlamlı farklılık görülmektedir. (p<0.05) Evlerinde kitaplık bulunan öğrencilerin ikna edici yazma düzeyi puanları daha yüksektir.

1.13. İkna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri ve okunan kitap sayısı değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri yaz tatilinden bu zamana kadar okunan kitap sayısı değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 36'da sunulmuştur.

Tablo 36.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazı Özelliklerinin Okunan Kitap Sayısına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazı Özellikleri	Kitap Sayısı	n	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	P
İddia	Hiç	17	300.68			
	1-3 arası	70	360.58			
	3-5 arası	124	379.75	4	31.641	.000
	5-10 arası	325	424.61			
	10 dan fazla	321	474.19			
Nedenleme	Hiç	17	350.65			
	1-3 arası	70	380.87			
	3-5 arası	124	392.68	4	24.431	.000
	5-10 arası	325	416.10			
	10 dan fazla	321	470.73			
Yazım Kuralları	Hiç	17	222.68			
	1-3 arası	70	327.86			
	3-5 arası	124	400.26	4	44.160	.000
	5-10 arası	325	421.21			
	10 dan fazla	321	480.97			
Üslup	Hiç	17	270.88			
	1-3 arası	70	351.70			
	3-5 arası	124	385.73	4	38.198	.000
	5-10 arası	325	419.70			
	10 dan fazla	321	480.36			
Kelime Seçimi	Hiç	17	338.88			
	1-3 arası	70	343.46	4	49.610	.000
	3-5 arası	124	370.51			

	5-10 arası	325	411.10			
	10 dan fazla	321	493.14			
	Hiç	17	263.94			
	1-3 arası	70	310.95			
Yüzey Özellikleri	3-5 arası	124	364.82	4	53.657	.000
	5-10 arası	325	436.43			
	10 dan fazla	321	480.75			
	Hiç	17	296.50			
	1-3 arası	70	325.94			
Cümlede Akıcılık	3-5 arası	124	379.36	4	50.419	.000
	5-10 arası	325	416.04			
	10 dan fazla	321	490.79			
	Hiç	17	323.85			
	1-3 arası	70	332.03			
Organizasyon Genel	3-5 arası	124	382.29	4	39.087	.000
	5-10 arası	325	422.06			
	10 dan fazla	321	480.79			
	Hiç	17	407.50			
	1-3 arası	70	359.50			
Organizasyon Giriş	3-5 arası	124	393.33	4	17.224	.002
	5-10 arası	325	429.18			
	10 dan fazla	321	458.89			
	Hiç	17	375.94			
	1-3 arası	70	389.43			
Organizasyon Gelişme	3-5 arası	124	401.02	4	19.159	.001
	5-10 arası	325	415.10			
	10 dan fazla	321	465.32			

	Hiç	17	350.00			
	1-3 arası	70	429.40			
Organizasyon Sonuç	3-5 arası	124	419.21	4	6.157	.188
	5-10 arası	325	424.81			
	10 dan fazla	321	441.12			
	Hiç	17	251.41			
	1-3 arası	70	308.94			
İkna Edici Yazı Toplam Puan	3-5 arası	124	364.97	4	60.575	.000
	5-10 arası	325	418.59			
	10 dan fazla	321	499.87			

p<0.05

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı özelliklerini kullanma düzeyleri yaz tatilinden bu zamana kadar okunan kitap sayısı değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yaz tatilinden bu zamana kadar okunan kitap sayısı ile ikna edici yazı özelliklerinden organizasyon sonuç boyutu hariç diğer tüm boyutlarda anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0.05$).

Bu doğrultuda gruplar arası yapılan Kruskal Wallis Çoklu Karşılaştırmalar Testi sonuçlarına göre kitap okuma sayısı ile ikna edici yazı yazma becerisi arasında anlamlı farklılıklar görülmektedir. Tablodaki değerler incelendiğinde bu anlamlı farklılığın 10 ve üzeri kitap okuyanlar lehine olduğu görülmektedir.

Tablo incelendiğinde öğrencilerin okuduğu kitap sayısının artmasının öğrencilerin yazmış oldukları metinlerde ikna etme çabasını kolaylaştıran iddianın varlığı, nedenlerin sunumu, kağıt düzeni, kelime seçimi, yazarın ifadeleri, cümlelerin akıcılığı ve yazım kurallarına olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Tablodaki p değerleri incelendiğinde, p değeri 0.05'ten küçük olduğu görülmektedir. Kitap okuma sayısının artmasının ikna edici yazı yazma becerisinin lehine anlamlı farklılık gösterdiği söylenebilir. Ancak bu durum ikna edici yazılarda sonuç bölümü üzerinde lehine farklılık göstermemektedir ($p > .188$). Bunun nedeni olarak öğrencilerin ikna edici bir yazının sonuç bölümünü nasıl tamamlaması gerektiği konusunda bilgi yetersizliği olduğu, normal bir yazı türünden farklı olması gerektiği

farkındalığının olmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

1.14. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve eve süreli yayın alma değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri eve süreli yayın alma değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 37'de sunulmuştur.

Tablo 37.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeylerinin Eve Süreli Yayın Alma Değişkenine Göre Farklı Olup Olmadığını Belirlemek İçin Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma Becerisi	Evdeki Süreli Yayın Alım Durumu	n	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	u	Z	P
	Evet	522	449.43	234600.50			
	Hayır	335	397.17	133052.50	76772.50	-3.020	.003
	Toplam	857					

p<0.05

Tablo 37'de görüldüğü üzere ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerde ikna edici yazma becerileri ile eve süreli yayın alma değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerileri, evlerine süreli yayın alan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermektedir (p<.05).

Bu durum, evine süreli yayın alınan öğrencilerin yazdığı metinlerin süreli yayın alınmayan öğrencilerin yazdığı metinlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durumun sebebi olarak evine süreli yayın alınan öğrencilerin bu yayınlara ister istemez maruz kalacağı söylenebilir. Bu yayınlarda ikna amaçlı yazıların olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, bu yayınları okuyan öğrencinin yazma becerilerinin de gelişeceği söylenebilir.

1.15. İkna edici yazma beceri düzeyi ve öğrencilerin televizyon ve bilgisayar başında geçirdikleri süre değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerde ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin televizyon ve bilgisayar başında geçirdikleri süreye göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 38'de verilmiştir.

Tablo 38.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri, Öğrencilerin TV ve PC Başında Geçirdikleri Süreye Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazı Yazma Becerisi	Saat	n	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	P
Bilgisayar Saat	Hiç	183	356.46	3	31.839	.000
	Bir saatten az	320	459.60			
	1-2 saat	266	463.46			
	2 saatten fazla	88	364.43			
Televizyon Saat	Hiç	15	327.83	3	8.182	.042
	Bir saatten az	517	444.10			
	1-2 saat	249	417.32			
	2 saatten fazla	75	378.21			

p<0.05

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin televizyon ve bilgisayar başında geçirdikleri süre değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre;

Tablo 38'de yer alan p değeri incelendiğinde, 0.05 den küçük olduğu görülmektedir. Öğrencilerin ikna edici yazma beceri düzeyleri ile televizyon başında geçirdikleri süre durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu söylenebilir.

Tabloya bakıldığında öğrenciler genel olarak televizyon ve bilgisayar başında iki saatten az bir zaman geçirdiklerini belirtmişler. Bu durumun da sıra ortalamalarına bakıldığında ikna edici yazma becerileri arasında anlamlı bir fark oluşturduğunu

göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin bilgisayar başında geçirdikleri sürenin hiç ve bir iki saat seçeneklerinde toplanmasının sebebi olarak öğrencilerin ekonomik durumlarının elverişsiz olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

1.16. İkna edici yazma beceri düzeyi ve anne ve baba öğrenim durumu değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin anne ve baba öğrenim durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 39'da sunulmuştur.

Tablo 39.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin Anne ve Baba Öğrenim Durumlarına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazı Yazma Becerisi	Mezuniyet Durumu	n	Sıra Ortalaması	Standart Sapma	χ^2	p
	Hiç gitmemiş	370	420.38			
Anne Öğrenim Düzeyi	İlkokul	171	430.22			
	Ortaokul	203	453.61	4	24.863	.000
	Lise	69	497.91			
	Üniversite	44	275.20			
	Hiç gitmemiş	253	396.01			
Baba Öğrenim Düzeyi	İlkokul	180	379.87			
	Ortaokul	308	461.12	4	30.522	.000
	Lise	112	502.70			
	Üniversite	4	189.75			

Tabloya bakıldığında öğrencilerin babalarının eğitim durumlarının (%31,6) ile lise mezunu oldukları, öğrencilerin annelerinin eğitim durumlarının ise (%50,5) ile ilkokul mezunu oldukları görülmektedir. Bu sonuçlara göre öğrencilerin aile eğitim düzeylerinin çok üst seviyede olmadığı söylenebilir.

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma becerileri (ikna edici yazı unsurlarını kullanma düzeyleri) ile öğrencilerin anne ve baba eğitim düzeyleri değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin anne ve baba eğitim düzeyi ile ikna edici yazma becerileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Yukarıdaki tabloya göre anne ve babaların mezuniyet durumlarının sıra değer ortalamalarına bakıldığında anne ve babası lise düzeyinde olan öğrencilerin ikna becerilerinin lehine bir anlamlılık göstermektedir. Bu durumun sebebinin üniversite mezunu veli sayısının az olması, lise düzeyindeki velilerin sayıca çokluğundan kaynaklandığı söylenebilir.

1.17. İkna edici yazma başarısı ile anne ve baba mesleki durumu değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin anne ve baba mesleki durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 40'ta sunulmuştur.

Tablo 40.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin Anne ve Baba Mesleki Durumlarına Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma Becerisi	Mesleki Durum	n	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	p
Anne Mesleki Durumu	İşçi	119	416.02	3	10.478	.015
	Memur	41	538.50			
	Ev hanımı	648	428.32			
	Serbest meslek	49	377.85			
Baba Mesleki Durumu	İşçi	451	427.24	3	17.738	.000
	Memur	103	518.20			
	Çalışmıyor	63	420.81			
	Serbest meslek	240	396.18			

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin anne ve baba mesleki durumları değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin anne ve baba mesleki durumları ile ikna edici yazma becerisi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Tablodaki değerler incelendiğinde öğrencilerin anne memur statüsü sıra ortalaması 538,50 ve babaları memur statüsünde olanların sıra ortalaması 518,20 değerlerini göstermektedir. Bu değerler göre anne ve babası memur statüsünde olan öğrencilerin lehinde ikna edici yazma becerileri anlamlılık göstermektedir.

Yazılı anlatım çalışmalarına bakıldığında öğrencilerin yazılı anlatım becerilerinin annelerinin çalıştığı meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan çalışmalarda elde edilen sonuçlar da kendi aralarında farklılık gösterdiği görülmektedir.

Yine öğrencilerin dil becerilerinin ve yazılı anlatım becerilerinin babalarının çalıştığı meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan çalışmalara bakıldığında genel itibariyle dil becerilerinin baba meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Ancak tüm bu çalışmalara rağmen yukarıdaki tabloya bakıldığında anne ve baba mesleki durumlarının öğrencilerin ikna edici yazma becerilerine etkisinin olduğu görülmektedir.

1.18. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve aile ekonomik düzeyi değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerde ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin ailelerinin ekonomik düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 41'de verilmiştir.

Tablo 41.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin Aile Ekonomik Düzey Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma Becerisi	Ekonomik Düzey	n	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	p
	İyi	431	443.02			
Aile Ekonomik Düzey	Orta	402	419.32	2	5.156	.076
	Kötü	24	339.40			
	Toplam	857				

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin aile ekonomik durum değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin aile ekonomik seviyeleri ile ikna edici yazma becerileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görünmemektedir. Ancak alan yazında yapılmış çalışmalara bakıldığında ekonomik seviyenin yazılı anlatım becerilerini etkilediği görülmektedir.

Araştırmada öğrencilerin aile ekonomik seviyelerini belirlerken subjektif davrandığı veya topluma göre ekonomik durumlarını kestiremediğinden dolayı yanılgıya düşmüş olabilirler. Bu durumun da araştırma sonuçlarını etkilediği söylenebilir.

1.19. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve okul sosyo-ekonomik düzey değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerde ikna edici yazma beceri düzeylerinin öğrencilerin öğrenim gördükleri okulların sosyo-ekonomik düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 42'de verilmiştir.

Tablo 42.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Okulların Sosyo-ekonomik Düzeyleri Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma Becerisi	Ekonomik Düzey	n	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	p
	İyi	300	517.05			
Okul Sosyo- Ekonomik Düzey	Orta	285	436.66	2	87.555	.000
	Kötü	272	323.86			
	Toplam	857				

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin aile ekonomik durum değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin öğrenim gördükleri okulların sosyo-ekonomik seviyeleri ile ikna edici yazma becerileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

1.20. İkna edici yazma beceri düzeyleri ve izlenen televizyon programı değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerde ikna edici yazma beceri düzeyleri öğrencilerin izlediği televizyon programlarına göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 43'te verilmiştir.

Tablo 43.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin İzlediği Televizyon Programları Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazı Yazma Becerisi	TV Programı	n	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	p
TV Programı	Dizi	239	377.43	7	34.055	.000
	Film	232	396.99			
	Çizgi Film	171	471.73			
	Belgesel	39	522.46			
	Spor	32	467.03			
	Müzik	10	497.45			
	Eğlence	59	448.76			
Yarışma	75	505.44				

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin izledikleri televizyon programları değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin izledikleri yarışma ve belgesel programlarının lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuçlara göre öğrencilerin yarışma programları ve belgesel izlemeleri ikna edici yazma becerilerine olumlu bir etki yarattığı söylenebilir.

1.21. İkna edici yazma beceri düzeyleri ile kullanılan neden türü değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerde ikna edici yazma düzeyleri öğrencilerin ikna amacıyla başvurdukları neden türlerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 44'te verilmiştir.

Tablo 44.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin İkna Amacıyla Başvurdukları Neden Türü Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

İkna Edici Yazma	Kullanılan Nedenleme	n	%	Sıra ortalaması	Standart sapma	χ^2	p
Kullanılan Neden Türleri	Mantıksal	318	37.1	454.72	6	417.03	.000
	Duygusal	119	13.9	420.90			
	Neden Yok	253	18.0	213.92			
	Mantıksal-Duygusal	154	.7	711.35			
	Mantıksal - Etik	6	.4	746.75			
	Duygusal - Etik	3	.5	490.17			
	Mantıksal-Duygusal- Etik	4	29.5	836.38			
	Toplam	857	100				

Yukarıdaki tabloya göre öğrencilerin daha çok mantıksal nedenlerle ikna etme çabalarına giriştikleri görülmektedir. Daha sonra duygusal nedenlemelerle ikna girişimini kullanan öğrenciler, etik nedenlere neredeyse yer vermedikleri görülmektedir. İkna etme çabasında mantık ve duygu nedenlemelerinin ikisini de yapan öğrenci sayısının %18 (154) olduğu ancak mantık-etik ve duygu ve etik nedenlere başvuran öğrenci sayısının çok az olduğu görülmektedir.

Alan yazına bakıldığında iyi bir ikna edici yazılı anlatımda mantıksal, duygusal ve etik nedenlemelere başvurulması gerektiği görülmektedir. Yapılan bu araştırmada öğrencilerin etik nedenlemeye başvuranların sayısının çok az olması dikkat çekici

görülmektedir. Bu durumu Kohlberg'in ahlak gelişimi kuramına atıfta bulunarak değerlendirmek konuya açıklık getirecektir. İlköğretim beşinci sınıf yaş seviyesine bakıldığında ahlak gelişiminin yeni yeni başladığını, vicdani değerlerin yeni yeni devreye girmesi etik nedenlere dikkat etmemesinin bir açıklaması olduğu söylenebilir. Öğrencilerin bu yaş seviyesinden sonra soyut düşünme, ahlak gelişiminin başlaması etik nedenlemelere başvurabileceği düşünülebilir.

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin ikna amaçlı yazılarında kullandıkları neden türleri değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerilerinin ikna edici yazılarında mantıksal, duygusal ve etik olarak üç nedeni de kullanan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmektedir.

1.22.İkna edici yazma beceri düzeyleri ve seçilen konu başlığı değişkeni arasındaki fark

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazdıkları metinlerde ikna edici yazma beceri düzeylerinin öğrencilerin ikna edici yazma amacıyla seçtikleri konu başlıklarına göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 45'te verilmiştir.

Tablo 45.

İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Düzeyleri Öğrencilerin İkna Edici Yazı Yazma Amacıyla Seçtikleri Konu Başlığı Değişkenine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemeye Yönelik Yapılan Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Konu Başlığı	n	Sıra	Standart		
		Ortalama	Sapma	χ^2	p
1) Bazı öğrenciler ödevlerin gereksiz olduğunu belirtmek için bir kampanya başlattı, öğretmenler ise ödevlerin gerekli olduğunu, öğrencilerin yapması gerektiğini söylediler siz de konuyla ilgili desteklediğiniz tarafı savunan ikna edici bir yazı yazınız.	68	488.18			
2) 16 yaşından küçük çocuklar için bisiklet, paten, kaykay, skutera binerken kask takmalarının gerekip gerekmeyeceğini belirten ve karşısındakileri ikna eden bir kompozisyon yazınız.	88	360.15			
3) Okul üniforması giymenin gerekli ya da gereksiz olduğunu belirten ikna edici bir kompozisyon yazın. Okul üniforması neden olmalı ya da neden olmamalı konusunda karşınızdaki kişiyi ikna edin	50	414.09			
4) Aileniz artık oturduğunuz evden taşınmak gerektiğini düşünüyor. Sizin çocukluğunuz o mahallede, o sokaklarda geçtiği ve arkadaşlarınızla oralarda çok vakit geçirdiğiniz için oradan taşınmak istemiyorsunuz. Ailenizi ikna edecek bir mektup yazın.	81	484.80			
5) Bazı insanlar kağıt, cam, plastik gibi maddeleri yerlere atarak hem çevre kirliliğine hem de ekonomik kayba neden olmaktadır. Bu insanların bu türden çöpleri geri dönüşüm kutularına atmaları için ikna eden bir yazı yazınız.	165	437.29			
6) Yaz tatilini sıkıcı bulan bir arkadaşınızı, yaz tatilinin eğlenceli olduğuna inandırmanız gerekiyor. Bunun için arkadaşınızı ikna edeceğinizi düşündüğünüz bir yazı hazırlayınız.	127	439.48	9	25.19	.003
7) Okulunuzun bahçesine bir çocuk parkı yapılmasını istiyorsunuz. Ancak bunu yapabilecek ne sizin ne de okulunuzun parası var. Belediye başkanını bu konuda ikna etmeniz gerekiyor. Belediye başkanını okulunuzun bahçesine bir çocuk parkı yaptırması için ikna	34	318.88			
8) Yarıyıl tatilindesiniz ve dışarıda lapa lapa kar yağıyor. Arkadaşlarınız sokakta kartopu oynuyor, kayıyor ve kardan adam yapıyorlar. Siz de onlarla birlikte oynamak istiyorsunuz ama anneniz buna izin vermiyor. Annenizi ikna etmelisiniz. Annenizi izin	94	395.51			
9) Babanız eve internet bağlatmak istiyor, ancak sizin derslerinizi aksatacağı gibi endişeleri var ve bu konuda çok kararsız. Eve internet bağlatması konusunda babanızı ikna etmeniz ve endişelerini gidermeniz gerekiyor. Konu ile ilgili bir yazı yazınız.	84	454.37			
10) Bir arkadaşınızı ders çalışmak için evinize davet ettiniz. Arkadaşınız bu davetinizi kabul etti ancak annesi izin vermiyor. Arkadaşınızın annesini ikna etmeniz gerekiyor. Evde ders çalışmanıza izin vermesi için arkadaşınızın annesini ikna eden bir yazı yazınız.	63	413.76			

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yazmış oldukları metinlerinde ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin ikna amaçlı yazıları için seçtikleri konu başlıkları değişkeni arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri seçtikleri 1 ve 4 no'lu konu başlıklarının lehine anlamlı bir farklılık görülmektedir.

Bölüm IV

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Alan yazına bakıldığında ikna üzerine birçok kuramsal ve araştırmaya dayalı çalışmaların olduğunu; ancak ikna derslerinin etkinlik ve alıştırmaları değerlendirmeye yönelik çok fazla çalışmanın olmadığı görülmektedir (Kibler, Gibson ve Hunter, 1967). Türkiye' de de benzer durumun olduğu söylenebilir.

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma becerilerinin değerlendirilmesine yönelik yapılan bu çalışma ilişkisel tarama modeline göre gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan veriler 2011 – 2012 öğretim yılının ikinci döneminde Eskişehir Tepebaşı Merkez İlçesinde öğrenim gören 857 beşinci sınıf öğrencisinin yazmış olduğu ikna edici metinlerden elde edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu, öğrencilerin ikna edici yazılarını yazabilmeleri için seçimlerine sunulan konu listesi ve ikna edici yazı yazma alanı kullanılmıştır. Öğrencilerin ikna edici yazılarını değerlendirmek üzere araştırmacı tarafından "İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı" adı altında dereceli puanlama anahtarı geliştirilmiştir. Bu doğrultuda toplanan verilerin istatistiksel olarak çözümlenmesi yapıldıktan sonra aşağıdaki sonuçlar bulunmuş ve çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Alanyazında yer alan farklı çalışmalara ait bulgulardan alıntılar yapılmış olup, bu bulgular nedenleriyle tartışılmıştır.

Sonuç ve Tartışma

Bu bölümde araştırmada ulaşılan sonuçlar yer almaktadır. Sonuçlar, alt amaçlara göre ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

1.1. Alt amaçlara ilişkin sonuçlar ve tartışma

1) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazılarında ikna edici yazı unsurlarını kullanma düzeylerini tespit etmek amacıyla belirlenen birinci alt amaca göre öğrencilerin ikna edici yazılarında ortaya koyduğu "İddianın varlığı" ortalaması (2.39), ikna edici yazılarını destekleyen ve karşıt görüşleri çürütecek "Neden Belirtme" düzeylerinin ortalaması (1.38), öğrencilerin ikna edici yazılarını yazarken dikkat ettikleri "Yazım Kuralları" düzeylerinin ortlaması (2.51), öğrencilerin ikna edici yazıyı yazarken edindiği "Üslup" becerisinin ortalaması (1.97), ikna edici yazılarda

öğrencilerin kullandığı kelimelerin düzeylerinin "Kelime Seçimi" ortalaması (1.69), öğrencilerin kağıt temizliği tertip düzeni gösteren "Yüzey Özellikleri" ortalaması (2.21), ikna edici yazılardaki öğrencilerin "Cümlede Akıcılık" ortalaması (1.77), öğrencilerin ikna edici bir yazının düzenlemesini barındıran " Genel Organizasyon" ortalama puanı (1.97), ikna edici yazıların "Giriş Bölümü" ortalaması (1.48), ikna edici yazıların "Gelişme Bölümü" ortalaması (1.31), ikna edici yazıların "Sonuç bölümü" ortalaması (1.20) olarak belirlenmiştir. Ölçme aracına göre elde edilebilecek en yüksek puan (44.00) iken 857 öğrencinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyi ortalaması (19.95) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin aldıkları toplam puanların ortalamasının altında olduğu görülmektedir.

Birinci alt amaca ilişkin veriler incelendiğinde genel olarak öğrencilerin ikna edici yazı yazma unsurlarını kullanma düzeylerinin 1, 2, 3, 4 dereceli puanlama ölçeğine göre, 1 ve 2 puan aldıkları görülmektedir. Bu durum öğrencilerin ikna edici yazı yazabilme becerilerinin istenilen düzeyde olmadığını göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin ikna edici yazı unsurlarını kullanma durumlarına bakıldığında ikna edici bir yazıda öğrencinin tarafını gösteren bir iddiada bulunma girişimlerinin olduğu; ancak iddiasını destekleyecek nedenler ve olabilecek karşıt görüşleri çürütmek için kullandıkları nedenlerin ortalamasının oldukça düşük olduğu görülmektedir.

7- 13 yaş arası çocukların ikna edici yazılar yazma becerisi üzerine yapılan bir araştırmaya göre bu yaş aralığındaki tüm çocukların bir şeyler ifade edebildiği, yaş arttıkça düşüncelerini mantıksal gerekçelerle açıkladıkları görülmüştür. Buna göre 10 yaşın altındaki çocukların ben merkezci bir yaklaşımla nedenlerini açıklayıp karşı taraftaki insanı ikna etmede başarısız oldukları 10 yaş grubu çocukları ise nedenlerini açıklarken kendileriyle çeliştikleri görülmüştür (Tompkins, 2004).

Özellikler kendi aralarında sıralandığında yazım kuralları, yazının genel organizasyonu ve ikna edici bir yazıda yüzey özellikleri olarak isimlendirilen kağıt düzeni, temizliği vb. unsurların diğer alt unsurlara göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu, başarı düzeyinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu duruma öğrencilerin eğitim öğretim süreci içerisinde edindiği kazanımların etkisinin olduğu düşünülmektedir. Öğrencilerin ikna edici bir yazının giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden almış oldukları puan ortalamalarına bakıldığında ikna edicilik bakımından düşük bir ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. İkna edici bir yazıda giriş, gelişme ve sonuç bölümleri ile birlikte ikna etmek için iddiayı destekleyen neden belirtme özelliği de öğrencilerin en çok zorlandıkları unsurlar olarak belirlenmiştir. Yine

öğrencilerin ikna edici bir yazının nasıl bir üslupla yazılması gerektiği konusunda yeterli düzeyde olmadığı ve bu anlamda kelime seçimlerinin ve cümle akıcılık düzeylerinin de yetersiz olduğu dikkat çekmektedir.

Araştırmanın sonuçları alanyazındaki bir çok araştırmayla da paralellik göstermektedir. Crowhurst (1990) çalışmasında ikna edici bir yazının sonuç bölümünde genç yazarların sonuç ifadelerine yer vermediğini, eğer kullanılırsa da bir seslenme, hitap olduğunu ikna edici bir kompozisyona uygun bir sonlandırma ifadesinin / yorumunun bulunmadığını belirtmiştir. Bu araştırmada da öğrencilerin ikna edici bir yazının sonuç paragrafını oluşturmada düşük bir puana sahip olduğu görülmektedir.

Bermudez ve Prater (1994, s.48) çalışmasında ikna üzerine yapılmış çalışmalara kısaca değinmiş ve ilköğretim çağı öğrencilerin ikna edici yazı yazmada zorluklar çektiğini belirtmiştir (McCann,1989; Rybscynski, 1992). Genelde, yazılan ikna edici yazıların kısa ve basit olduğunu (Rybscynski, 1992), çoğunlukla görülen problemlerden bazıları: (a) zayıf bir organizasyona sahip olma (Freedman & Pringle, 1984); (b) iddiasını destekleyen nedenlerini ele almada başarısızlık (Crowhurst, 1983); (c) yazının genel olarak kalitesinin düşük olması (Applebee, Langer & Mullins, 1986a, 1986b); (d) yazıyı etkisiz ve ani bir sonla bitirme (Langer, 1986; Crowhurst, 1983); (e) hedef kitlenin ihtiyaç ve ilgilerinin göz ardı edilmesi (Scardamalia & Bereiter, 1986); (f) hedef kitleye benimsetmek istenen görüşün, kendisinin etkili bir şekilde giriş bölümünde olmaması (Kroll, 1984); ve (g) ikna ediciliğin, inandırıcılığın sınırlı seviyede olması (Crowhurst, 1988; Applebee et al 1986b), biçiminde verilebilir.

Yukarıda belirtilen çalışmalarda da görüldüğü üzere öğrenciler ikna edici yazı yazmakta bazı güçlükler yaşadığı, yazılarında bazı eksikliklerin olduğu belirtilmektedir. Bu çalışmaya bakıldığında aynı durumların görüldüğü söylenebilir. Bu sonuçlara göre beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir.

2) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerileri öğrencilerin devam ettikleri okullara göre anlamlı bir fark göstermektedir. İkna edici yazma becerilerine bakıldığında üst düzey ekonomik seviyeye sahip okulların lehine anlamlı olduğu söylenebilir. Bu duruma göre ekonomik seviyesi daha üst seviyede olan okulda öğrenim gören öğrencilerin ikna edici yazma becerileri daha iyi olduğu söylenebilir.

3) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerileri, öğrencilerin cinsiyetlerine göre ele alındığında kız öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu durumun da aslında öğrencilerin ikna becerilerini kullanabilmeleri açısından değil yazım noktalama ve kağıt temizliği vb. özelliklerdeki kız öğrencilerin başarısından kaynaklandığı görülmektedir. İkna edici yazının barındırması gereken

usurlardan aldıkları puanlara bakıldığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha iyi oldukları görünmektedir. Bu durum alan yazındaki çalışmalarla da benzerdir.

İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin yazılı anlatım çalışmalarının bazı yönlerden incelenmesine yönelik yapılan çalışmada Kütahya ilinde 193 öğrenci üzerinde Yazılı Anlatım Değerlendirme Ölçeği kullanılarak bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre yazılı anlatımda daha az yanlış yaptıkları belirlenmiştir (Arıcı ve Urgan, 2008). Yine İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin noktalama işaretleri ile yazım kurallarını uygulayabilme düzeyini belirlemeye yönelik yapılan çalışmada da kızların noktalama işaretleri ile yazım kurallarını uygulama düzeylerinin erkek öğrencilere göre daha iyi olduğu görülmüştür (Bağcı, 2011).

4) Deniz'in (2007) Küçükkurt ve Can'dan (1988) aktardığına göre, toplum içinde erkeklerin rol ve statüsü gereği daha inanılır olduğunu, siyaset, askerlik, spor vb. konularda ikna edici olabildiğini ancak her konuda ikna edici olamayacağını belirtmiştir. Kadınların ise acıma, şefkat ve güzellik gibi konularda daha ikna edici olabildiğini belirtmektedir.

Yine Deniz'in (2007) öğretmen görüşleri doğrultusunda yaptığı bir araştırmada kadın öğretmenlerin ikna beceri ve tekniklerini uygulama bakımından erkek öğretmenlere göre daha başarılı oldukları görülmüştür.

Arı'nın (2008) yaptığı çalışmada da 6 ve 7. sınıf öğrencilerinin hikaye edici metinleri yazabilme başarılarının kız öğrenciler lehine olduğu görülmüştür. Yukarıda verilen diğer çalışmalarda elde edilen sonuçların bu çalışmada elde edilen sonuçla da örtüştüğü görülmektedir. Araştırmada ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı unsurları kullanma başarılarının kız öğrenciler lehine anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

5) Öğrencinin duygu ve düşüncelerini sözlü veya yazılı olarak etkili ve anlaşılır bir şekilde ifade edebilmesi Türkçe öğretim programının amaçlarından biridir (MEB, 2009). Bireyde yazılı anlatım becerisini geliştirmenin yollarından biri de kompozisyon çalışmalarıdır (Cemiloğlu, 2003, s. 119'dan akt., Köse ve Şahin, 2008). Sınıfta hikaye, şiir, kompozisyon yazım çalışmalarının yapılması yazılı anlatım becerisini geliştirmek adına olumlu etki sağlayacaktır. İkna edici yazı yazma becerisinin gelişiminin de bu uygulamadan olumlu etkileneceği söylenebilir.

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri öğrencilerin hikaye, şiir, kompozisyon vb. yazma sıklıklarına göre farklılaşmaktadır.

Buna göre bazen ve sık sık bu yazı türlerine başvuran öğrencilerin hiç kullanmayan öğrencilere göre ikna edici yazı yazma becerilerini olumlu yönde etkilediği ve anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür.

6) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, ikna edici yazı yazmaktan hoşlanma durumuna göre ikna edici yazı yazmaktan hoşlanan öğrencilerin lehine anlamlı bir fark göstermektedir.

Standish (2005) çalışmasında da öğrencilerin yazmaya karşı pozitif bir tutum içerisinde ise daha çok yazma etkinliğini gerçekleştirdiklerini ve daha etkili yazabildiklerini vurgulamaktadır. Araştırmada elde edilen sonuç da bu durumu desteklemektedir.

7) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin daha önceden ikna edici yazı yazıp yazmama durumu değişkenine göre farklılaşmamaktadır. Buna göre daha önceden ikna edici yazı yazan öğrencilerle, yazmayan öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Aslında araştırmacının da araştırma sürecinde yaptığı gözlemler öğrencilerin ikna edici yazılar yazıp yazmadıklarının farkında olmadıkları yönündedir.

8) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin daha önce sınıfta ikna edici yazı yazma etkinliklerinin yapılıp yapılmaması durumuna göre farklılaşmamaktadır. Buna göre daha önceden sınıfta ikna edici yazı yazma etkinliği yapan öğrencilerle, etkinlik yapmayan öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Araştırmacı tarafından araştırma sırasında öğretmenlere ikna edici yazı çalışması yapılıp yapılmadığı sorulmuş ve bu tür etkinlikleri bir - iki öğretmenin yaptığı belirlenmiş, büyük çoğunluğunun sınıfta ikna edici yazı yazma etkinliklerini yaptırmadıkları anlaşılmıştır.

9) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin daha önce birini ikna etme çabası gösterip göstermeme değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu durumun yukarıda ifade edilen benzer gerekçelerle ilişkili olduğu söylenebilir.

10) 2007 yılında İnternet kullanımının Türkçeye etkilerine dair yapılan nitel bir çalışmada, internet ortamında yaygın olarak kullanılan dilin Türkçeyi olumsuz etkilediği belirtilmektedir. İnternetin yazı dilinin rastgele ve özensiz kullanımına yol açtığına ilişkin bulgular ele alınırken, günümüzde en etkili iletişim aracı olan internet kullanımının eğitim programlarıyla düzenlenmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır (Erdoğan ve Yaman 2007).

İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin evlerinde internet bağlantısı bulunup bulunmama durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri evlerinde internet bağlantısı bulunan öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık göstermektedir.

11) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin kendilerine ait odalarının olup olmaması değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Buna göre kendisine ait odası bulunan öğrencilerin bulunmayan öğrencilere göre ikna edici yazı yazma becerilerinin daha iyi olduğu görülmektedir.

İlköğretim 6. sınıf öğrencilerinin öyküleyici metin yazma becerilerinin incelendiği bir çalışmada da benzer bir sonuç elde edilmiştir. Bu çalışmada kendilerine ait odaları bulunan öğrencilerin kendilerine ait odaları bulunmayan öğrencilere göre yazılı anlatımda daha başarılı oldukları görülmüştür (Yılmaz, 2008). Yazı türlerinin içerisinde yer bulabilen ikna edici yazılarda bu bağlamda benzer nitelikte olacağı söylenebilir.

12) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin evlerinde kitaplık olup olmaması değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Buna göre evlerinde kitaplık bulunan öğrencilerin bulunmayan öğrencilere göre ikna edici yazı yazma becerilerinin daha iyi olduğu görülmektedir.

13) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma unsurlarını kullanma beceri düzeyleri, yaz tatilinden bu zamana kadar okunan kitap sayısı değişkenine göre, anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu duruma göre, okunan kitap sayısı arttıkça ikna edici yazı yazma beceri düzeyi de artmaktadır. Ancak, ikna edici yazıda sonuç paragrafı oluşturma unsurunun bundan etkilenmediği görülmektedir. Yaz tatilinden bu uygulamanın yapıldığı zamana kadar on ve üzeri kitap okuyan öğrencilerin kitap okumayan ya da daha az kitap okuyan öğrencilere göre daha ikna edici yazılar yazdıkları görülmektedir.

Bolu ili ilköğretim 5. ve 8. sınıf öğrencilerinin yazılı anlatım becerileri üzerine yapılan bir çalışmada okuma alışkanlığının yazılı anlatım becerisine olumlu yönde katkı sağladığı tespit edilmiştir. Çok kitap okuyan öğrencilerin yazılı anlatımlarının az kitap okuyan öğrencilere göre daha başarılı olduğu görülmüştür (Koçak, 2005). Yapılan bu çalışma da Koçak'ın araştırmasını destekler niteliktedir.

14) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin evlerine süreli yayın alınıp alınmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Buna göre evlerinde süreli yayın alınan öğrencilerin alınmayan öğrencilere göre, ikna edici yazı yazmada daha başarılı oldukları görülmektedir.

15) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin televizyon ve bilgisayar başında geçirdikleri süre arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna dayalı olarak öğrencilerin televizyon izleme süresi azaldıkça ikna edici yazı yazma başarıları artmaktadır. Ancak ikna edici yazı yazma becerisi bir saatten az televizyon izleyen öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık gösterirken hiç televizyon izlemeyen öğrencilerin ikna edici yazı yazma beceri düzeylerinin daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum öğrencinin televizyonu çok fazla izlemesi veya hiç izlememesi anlamına gelmediği, makul bir düzeyde izlemesi gerektiği sonucunu doğurmaktadır. Aynı durum bilgisayar başında geçirilen süre için de geçerlidir. Bilgisayar başında bir saatten az vakit geçiren öğrenciler hiç vakit geçirmeyen ve iki saatten fazla vakit geçiren öğrencilere göre ikna edici yazı yazmada daha başarılıdırlar.

16) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin anne ve babalarının eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. İkna edici yazı yazma becerisi, anne ve baba eğitim seviyesi, lise düzeyinde olan öğrenciler lehine anlamlıdır. Bulgulara göre ikna edici yazı yazma becerisi anne ve baba mezuniyet derecesinde lise düzeyine kadar artarken anne ve babası üniversite mezunu olan öğrencilerin ikna edici yazı yazma başarı düzeyinin ilköğretim, ortaokul ve lise mezunu olan öğrencilere göre daha az başarılı olduğu görülmektedir. Bu durumun anne ve babası üniversite mezunu olan öğrencilerin anne ve babalarının iş yaşamlarının yoğunluğu nedeniyle öğrenci ile yeterince ilgilenememelerinden kaynaklandığı düşünülebilir. Genelde ülkemizde üniversite öğrenimi görmüş anne ve babaların daha üst düzey işlerde çalıştığı ve bu nedenle çocuklarına yeterli zamanı ayıramadığı, bu durumun da çocukların ikna etme becerilerini olumsuz etkilediği söylenebilir.

Yapılan çalışmalara göre anne eğitim düzeyinin artması öğrencilerin dil becerilerine olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Yapılan bir çalışmaya göre, anne eğitim düzeyinin öğrencilerin yazılı anlatım becerilerinde belirleyici rol oynadığı belirlenmiştir (Elbir ve Hasan, 2012).

Özodaşık (2012) eğitimin, sosyal olgular ve durumların açıklanması, olayların algılanması ve kişilerarası ilişkilerin düzenlenmesindeki rolüyle insan hayatı için vazgeçilmez bir unsur olduğunu ve eğitilmiş kişilerin hayata bakış açısıyla eğitilmiş olmayan kişilerin hayata bakış açıları arasında büyük farklılıkların olacağını belirtmiştir. Ayrıca eğitilmiş kişilerin yaşama biçimindeki seviye onların algı ve ikna gücündeki farklılaşmadan meydana geldiğini, her insanın algı ve iknası, sahip oldukları eğitimin kalitesi ile doğru orantılı olduğunu dile getirmiştir. Ancak bunun çocuklara ayrılması gereken zamanı olumsuz etkilememesi gerekmektedir. Eğitilmiş bireylerin çocukları için ayıracakları zamanı da etkili ve verimli kullanmaları gerektiği de düşünülmelidir.

17) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin anne ve babalarının mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. İkna edici yazı yazma becerisi, anne ve babası memur olan öğrenciler lehine anlamlıdır. Buna göre anne ve babası memur olarak çalışan öğrenciler ikna edici yazı yazma konusunda daha başarılıdırlar. Mesleğe ilişkin elde edilen bu sonucun başka çalışmalarda da gözlemlendiği, ancak baba mesleğine ilişkin sonuçların farklılık gösterdiği görülmektedir.

İlköğretim 3. sınıf öğrencilerinin Türkçe dersinde okuduğunu anlama becerilerini etkileyen ekonomik ve demografik faktörlerin araştırılmasına yönelik Gaziantep ilinde 496 öğrenci ile yapılan bir çalışmada, anne mesleğinin çocuğun okuduğunu anlama becerisi üzerinde etkili olduğu, özellikle annesi memur olan çocukların diğer çocuklara göre okuduğunu anlamada daha başarılı oldukları bulunmuştur (Sabak, 2007). Yine ilköğretim öğrencilerinin yazılı anlatım becerileri üzerine yapılan bir çalışmada, Bolu ilinde öğrenim görmekte olan beşinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinden kompozisyon yazmaları istenmiştir. Araştırmada annesi memur olan öğrencilerin yazılı anlatımlarında ortalama 27 cümle 144 kelime kullandığı, annesi ev hanımı olan öğrencilerin ise ortalama 12 cümle 96 kelime kullandığı tespit edilmiş ve anne mesleğinin çocuğun yazılı anlatım becerisine etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Koçak, 2005). Ancak Edirne il merkezinde öğrenim görmekte olan 156 beşinci sınıf öğrencisiyle yapılan bir çalışmada ise öğrencilere değişik aralıklarla kompozisyon yazdırılmış ve bu durum değişkenler doğrultusunda incelenmiştir. İncelemeler sonucu anne mesleğine göre öğrencilerin yazılı anlatım becerilerinde anlamlı bir ilişki çıkmamıştır. Bu durum çalışan annelerin çocuklarıyla yeterince

ilgilenememeleri, çalışmayan annelerin de genel olarak eğitim düzeylerinin düşük olmasıyla açıklanmıştır (Coşkun, 2006).

İlköğretim 4. ve 5. sınıf öğrencilerinin yazı dilindeki kelime hazinelerinin bazı değişkenler açısından incelenmesine yönelik yapılan bir çalışmada Ankara ilinde öğrenim görmekte olan 199 öğrenciden bir ay aralıklarla bilgilendirici metin, öyküleyici metin ve anı yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin yazılı anlatımlarının baba mesleği değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine bakılan çalışmada ilköğretim 4. ve 5. sınıf öğrencilerinin yazılı anlatımlarında kullandıkları toplam ve farklı kelime sayılarının baba mesleğine göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır (Temur, 2006). Yine ilköğretim 7. sınıf öğrencilerinin dil bilgisi becerilerinin sosyo kültürel değişkenler açısından değerlendirilmesine yönelik yapılan çalışmada, baba mesleğinin dil becerilerine herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir (Yılmaz, 2012).

18) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin ailelerinin sosyo-ekonomik düzeyine göre farklılık göstermektedir. Sosyo-ekonomik düzeyi daha iyi olan ailelerin çocuklarının ikna edici yazı yazma başarısı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan ailelerin çocuklarına göre daha yüksektir. Bu çalışmada elde edilen bu sonuç başka çalışmalardaki sonuçlarla da örtüşmektedir.

Coşkun (2006) ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin kompozisyon yazma becerileri üzerine yaptığı bir çalışmada, sosyo-ekonomik düzey bakımından üst grupta yer alan öğrencilerin yazılı anlatım becerilerinin alt grupta yer alan öğrencilere göre daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

19) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri, öğrencilerin eğitim gördüğü okulların sosyo-ekonomik düzeyine göre de farklılık göstermektedir. Sosyo-ekonomik düzeyi daha iyi olan okullarda öğrenim gören öğrencilerin ikna edici yazı yazma başarıları sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan okullarda öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksektir. Yine Coşkun'un (2006) araştırma sonuçları ile bu çalışmanın sonuçları benzerlik göstermektedir.

20) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma beceri düzeyleri ile öğrencilerin izledikleri televizyon programları arasında anlamlı bir farklılık vardır. İkna edici yazı yazma becerisi televizyonda belgesel ve yarışma programlarını izleyen öğrenciler lehine anlamlılık göstermektedir. Yani; genellikle belgesel ve yarışma programlarını izleyen öğrenciler, televizyondaki diğer programları izleyen öğrencilere

göre daha başarılı ikna edici yazı yazmaktadırlar. Alan yazında çalışmanın bu sonucunu destekleyen çalışmalar görülmektedir.

2008 yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yapılan bir çalışmada öğrencilerin televizyon izleme alışkanlıklarının dil kullanımı üzerindeki etkisi araştırılmış ve televizyonun dil kullanımı üzerinde olumsuz etkileri olduğu belirtilmiştir. Uzun süre televizyon izleme alışkanlığının Türkçenin yanlış, kötü ve kaba kullanılmasına yol açtığı, sözcük sayısında ve ana dilin yozlaşması konusunda da olumsuz etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca uzun süreli televizyon izleme alışkanlığının çocukların zihinsel gelişimlerini de olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır (MEB, 2008b).

21) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerileri ile öğrencilerin yazılarında kullandıkları ikna amaçlı nedenleme türleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Alanyazını da destekleyen bu istatistiksel sonuca göre; ikna edici yazı yazma becerisi ikna edici yazısında mantıksal, duygusal, ve etik nedenler belirten öğrenciler lehinedir. Yani; bu üç nedeni de belirten öğrencilerin daha başarılı ikna edici yazı yazdıkları görülmektedir.

Farris (2005) ilköğretim seviyesindeki öğrencilerin genel olarak ikna edici yazılarda üç ikna tekniğine başvurduğunu belirtmiştir. Ancak öğrencilerin mantıksal ve duygusal nedenlere yöneldiklerini işaret etmektedir.

Bu araştırmanın bulgularına göre de öğrencilerin yazılarında daha çok mantıksal ve duygusal nedenlemelere başvurdukları etik nedenlerin ötelendiği görülmektedir. Bu durum alan yazındaki kuramsal bilgilerle örtüşmektedir. Çünkü Kohlberg'in ahlaki gelişim dönemleri düşünüldüğünde geleneksel döneme ait bu yaş grubu öğrencilerin etik nedenlere başvurmaması ahlaki gelişim durumundan kaynaklandığı söylenebilir. Ahlaki gelişim dönemleri düşünüldüğünde etik nedenlemelere daha çok gelenek sonrası ahlaki dönem içerisindeki bireylerin başvuracağı söylenebilir.

22) İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerileri ile öğrencilerin ikna amaçlı yazılarında seçtikleri konu başlıkları arasında anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Öğrencilerin çoğunlukla "Bazı öğrenciler ödevlerin gereksiz olduğunu belirtmek için bir kampanya başlattı, öğretmenler ise ödevlerin gerekli olduğunu, öğrencilerin yapması gerektiğini söylediler siz de konuyla ilgili desteklediğiniz tarafı savunan ikna edici bir yazı yazınız." ve "Aileniz artık oturduğunuz evden taşınmak gerektiğini düşünüyor. Sizin çocukluğunuz o mahallede, o sokaklarda geçtiği ve arkadaşlarınızla oralarda çok vakit geçirdiğiniz için oradan

taşınmak istemiyorsunuz. Ailenizi ikna edecek bir mektup yazın." konu başlıklarını seçmiş oldukları görülmüştür. Bu konu başlıkları lehine anlamlı bir farklılık vardır. Bu bağlamda öğrencilerin tercih ettikleri konu başlıklarına bakıldığında öğrencilerin daha çok gündelik hayatın içerisinde, gerçekçi ve kendilerini problemin içerisinde buldukları konuları seçtikleri söylenebilir.

Öneriler

Türkçe Dersi Öğretim Programı kazanımları içerisinde yer alan ikna edici yazı yazma becerisi, dilekçe, poster, afiş vb. etkinlik çalışmaları ile anlatım becerilerini geliştirecek ders içi yazma çalışmalarıyla geliştirilebilir. Öğrencilere kendilerini, planlarını, hayallerini, düşüncelerini rahat bir biçimde anlatabilecekleri fırsatlar tanınmalı, beyin fırtınası yapılarak yaratıcılıklarını, kelime haznelerini geliştirecek etkinliklere yer verilmelidir.

Öğrencilerin başarılı bir yazılı anlatım yapabilmeleri, düşündüklerini doğru bir şekilde aktarabilmeleri için öncelikle onlara küçük yaşlardan itibaren kitap sevgisi ve kitap okuma alışkanlığı kazandırılmalıdır. Bunun için öğretmenler ve ailelere büyük görev düşmektedir. Öğretmen okul koridorlarında ders kitabı dışında, okuduğu kitapla gezmeli, ailede evde bu sevgiyi aşmalı, öğrencilere örnek olmalı, çocuklarına ve öğrencilerine gerekli yönlendirmeleri yapmalıdır.

Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin izledikleri televizyon programlarından yarışma ve belgesel programları öğrencilerin ikna edici yazılar yazma becerilerinde bir artış sağlamaktadır. Bu anlamda aileler çocuklarının izlediği programları ve televizyon izleme sürelerini yakından takip etmelidir.

Evde kitaplığın olması öğrencilerin ikna edici yazı yazma becerilerini geliştirmektedir. Ancak kitaplık bulundurma yanında bu kitaplığı aktif olarak kullanmanın işlevleri üzerinde de durulmalıdır. Evde nitelikli kitaplardan oluşturulmuş bir kitaplığın olması çocuğun kitap okuma alışkanlığını geliştirecek bu da çocuğun sözcük hazinesine ve yazma gücüne olumlu etki edecektir.

İkna edici yazılar, bilgilendirici, öyküleyici ve açıklayıcı anlatım türlerinin içinde bulunabilen, şiirlerde, makalelerde, fıkralarda yer alabilen bir yazı türüdür. Bu nedenle sınıflarda yaratıcı yazma çalışmaları yaptırılmalı, yazılı anlatım etkinlikleri uygulanmalıdır.

Bir metinde yazım, noktalama kuralları oldukça önemli rol oynamaktadır. Yazım ve noktalamaların doğru ve yerinde kullanılması yazıyı daha anlaşılır kılacaktır. Yazım ve noktalama kurallarının öğretiminin yanı sıra öğrencilere iyi bir dilbilgisi eğitimi verilmeli, kullanacakları üslubu geliştirici çalışmalar yaptırılmalıdır. Doğal ve sade bir dil kullanmaları, inandırıcı bir anlatım yapabilmeleri sağlanmalıdır. İnandırıcı, anlaşılır bir dilin ikna edici yazı yazma başarısını da artıracak göz ardı edilmemelidir.

Sınıflarda ikna edici bir yazıda bulunması gereken unsurlar üzerinde durulmalı, derslerde ikna edici yazım çalışmaları yapılmalıdır. Afiş, makale, dilekçe, mektup, poster vb. çalışmalarıyla öğrencilerin ikna edici yazılı anlatım becerileri geliştirilmelidir.

Sınıf içi yaratıcı drama, örnek olay ve canlandırma gibi etkinliklerle öğrencilerin güncel olaylardaki ikna unsurlarını fark etmeleri sağlanmalıdır.

Bir yazıda mantıksal, duygusal ve etik nedenler belirtme, ikna ediciliği artıran faktörlerdir. Bu nedenle öğrencilere amaç - sonuç, sebep - sonuç belirten, nedenlemeye başvurumayı gerektiren cümle çalışmaları yaptırılmalıdır. Çünkü bu tür uygulamalar ikna edici yazma becerisini olumlu yönde etkileyecektir.

Araştırmacılara yönelik öneriler;

Geliştirilen ikna edici yazıları değerlendirme amaçlı rubrik farklı yaş gruplarına uygulanabilir.

İkna edici konuşma becerilerine yönelik yeni bir ölçek geliştirme çalışması yapılabilir.

Öğrencilerin ikna edici konuşma becerilerine yönelik farklı desenlerde çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

- Ağca, H. (2006). *Yazılı anlatım*, Öğretmen Kitapları Serisi 11. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Ahluwalia, R. & Burnkrant, R. E. (2004). *Answering questions about questions: a persuasion knowledge perspective for understanding the effects of rhetorical questions*, Journal Of Consumer Research, Cilt. 31, Haziran.
- 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.
- Akdeniz, Ö. (2010). *Uluslararası işletmelerde yüzyüze iletişim ve ikna*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul. Tez No:273913
- Akfirat, S. (2010). *İkna odaklı metin türleri olarak metin türleri*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Muğla. Tez No: 264286
- Aktaş, Ş. & Gündüz, O. (2010). *Yazılı ve sözlü anlatım*. Ankara: Akçağ Yay.
- Akyol, H. (2007). *Türkçe ilkokuma ve yazma öğretimi*, Ankara: PegemA yay.
- Akyol, H. (2013). Görsel okuma ve sunu. A. Kırkkılıç ve H. Akyol (Ed.), *İlköğretimde Türkçe öğretimi* 6. Bölüm. Ankara: Pegem Akademi.
- Alfano, C. & O'Brien, A. (2005) *Envision: persuasive writing in a visual world*, Sample Chapter Longman 1185 Avenue of the Americas 25th floor New York, NY 10036
- Al-Khatib, M. A. (1994). *A sociolinguistic view of the language of persuasion in Jordanian society*, Language, Culture and Curriculum, 7:2, 161-174, <http://dx.doi.org/10.1080/07908319409525174>
- Anand, P., King, J., Graber J.B., Wagner. E., Martell, C., Oard, D., Resnik, P., (2011). *Believe me—we can do this! annotating persuasive acts in blog text*, The AAAI 2011 workshop on Computational Models of Natural Argument, Association for the Advancement of Artificial Intelligence <http://www.cs.colorado.edu/~jbg/docs/persuasion.pdf> (10.07.2015)

- Anılan, H. (2012). *Bazı değişkenler açısından Türkçe dersinde okuduğunu anlama*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.
<http://www.aku.edu.tr/aku/dosyayonetimi/sosyalbilens/dergi/VI2/anilan.pdf>
- Applebee, A.N., LangerIna, J. A. & Mullis, V. S. (1986). *The Writing Report Card Writing Achievement in American Schools*, ERIC no:ED273994
- Arda, D. (2009). *İlköğretim sınıf öğretmenlerinin 2005 öğretim programı ekseninde ölçme ve değerlendirme alanındaki yeterlilik ve görüşlerinin incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Arı, G. (2008). *Öğrencilerin hikâye edici metinlerinin çözümleyici puanlama yönergesine göre değerlendirilmesi (6. ve 7. sınıf örneği)*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Arıcı, A. F., & Urgan, S. (2008). *İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin yazılı anlatım çalışmalarının bazı yönlerden değerlendirilmesi*. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 317 – 328.
- Aristoteles (1995). *Retorik*. Çev., M. H. Doğan. İstanbul. Yapı Kredi Yayınları.
- Atmaz, G.(2009). *Puanlama yönergesi (rubrik) kullanılması durumunda puanlayıcı güvenilirliğinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi. Mersin
- Baban, E. (2005). *İkna amaçlı iletişim kuramları ve edward bernays'ın halkla ilişkiler uygulamalar*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul. Tez no:158746
- Bağcı, H. (2011). *İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin noktalama işaretleri ile yazım kurallarını uygulayabilme düzeyi*. *Turkish Studies- International Periodical For the Language, Literature and History of Turkish or Turkic*, 6 (1), 693 – 706.
- Baker,W. D. (1953). *Teaching Writing with a New Twist*, College English, Kasım, Cilt 15. Sayı 2 . 124-126, <http://www.jstor.org/stable/371493> Erişim tarihi: 27/10/2011 13:12
- Bakır, U. (2006). *Televizyon reklâmlarında ikna unsuru olarak mizah*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir. Tez No: 205268

- Balcı, Ş. (2006). *Negatif siyasal reklamlarda ikna edici mesaj stratejisi olarak korku çekiciliği kullanımı*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya Tez No:189311
- Balcı, Ş. (2007). *Negatif siyasal reklamlarda ikna edici mesaj stratejisi olarak korku çekiciliği kullanımı*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 17, s.73 - 106. uvt_81402
- Baloğlu, N., & Karadağ, E. (2008). *Öğretmen yetkinliğinin tarihsel gelişimi ve Ohio öğretmen yetkinlik ölçeği: Türk kültürüne uyarlama, dil geçerliği ve faktör yapısının incelenmesi*, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Güz, Sayı 56, ss: 571 - 606
- Barut, B., & Altundağ, C.S. (2005). *Globalleşen dünyada bir siyasal ikna unsuru olarak vaatler (3 Kasım 2002 Türkiye milletvekili genel seçimleri ile 2 Kasım 2004 Abd başkanlık seçimleri karşılaştırmalı örneğiyle)*, İletişim, 4, 1, Ulakbim: uvt_54597 Selçuk
- Batı, U. (2007). *Reklamlarda retorik figürlerin kullanımı*, Haziran, 327-335 Öneri. C. 7. s.28 Ulakbim: uvt_76112
- Bator, R. J., & Cialdini, R. B. (2000). *The application of persuasion theory to the development of effective proenvironmental public service announcements*, Journal of Social Issues, Cilt. 56, Sayı 3, 527–541
- Beard, R., & Burrell, A. (2010). *Writing attainment in 9- to 11-year-olds: some differences between girls and boys in two genres*, Language and Education. Cilt. 24, No. 6, Kasım, 495–515.
<http://dx.doi.org/10.1080/09500782.2010.502968>
- Behrman, C, H. (2004). *Ready- to- use writing proficiency lessons activities*, 10th grade Level, Jossey Bass A Willey Imprint. San Francisco
- Bermudez, A. B., & Prater, D. L. (1994). *Examining the effects of gender and second language proficiency on hispanic writers' persuasive discourse*, Bilingual Research Journal: The Journal of the National Association for Bilingual Education, 18:3-4, 47-62

- Beydoğan, H. Ö. (2010). *Okuma ve anlamayı etkileyen stratejiler*, Milli Eğitim Dergisi, kış, 39, sayı 185. s.8-20
- Borg, J. (2012). *İkna, insanları etkileme sanatı*, (S. Silahlı, Çev.). Pearson, İstanbul.
- Brembeck, W. L. (1964). *The content of a college course in persuasion*, The Speech Teacher, 13:4, 277-282, <http://dx.doi.org/10.1080/03634526409377387>
- Burkhalter, N. (1995). *A Vygotsky-Based Curriculum For Teaching Persuasive Writing In The Elementary Grades*, Language Arts; Mart; 72, 3; ProQuest Education Journals. pg. 192
- Bush, J. (2008). *Grammar to enrich & enhance writing, constance weaver*, Heinemann, Portsmouth, NH.
- Butler, K., Sellers, D., Bohlen, M., Barfield, V., Smagorinsky, P. (2005). *Persuasive writing unit*. (26.05.2013)
http://smago.coe.uga.edu/Writing_Units/Barfield_Bohlen_Butler_Sellers.pdf
- Bülbül, A. R. (2000). *Yazılı anlatım ve yazı türleri*, Nobel Yayın Dağıtım, 3. Baskı, Kasım, Ankara.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz Ş., Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı, istatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Caine, K. (2008). *Writing to persuade minilessons to help students plan, draft, and revise, Grades 3–8*, Heinemann Portsmouth, NH.
- Can, G. (2007). *Derecelendirme Ölçekleri*. A. Ceyhan (Ed.), Bireyi Tanıma Teknikleri (s.60 - 72). Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yay.
- Cangöz, İ. (2013). *Çizgisel ve sosyo-psikolojik yaklaşımlar*, E. Yüksel (Ed.), İletişim Kuramları, (s.34-59). Ünite 2, Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yay.
- Cialdini, R. B. (2011). *İknanın psikolojisi*, Teorik ve Pratik Bir Arada, (Y.Fletcher, Çev.). İstanbul. MediaCat.

- Conger, J. A. (1998). *The necessary art of persuasion*, Harvard Business Review, Mayıs - Haziran.
- Connor, U. (1990). *Linguistic/rhetorical measures for international persuasive student writing*, Research in the teaching of English. Şubat Cilt 24. No:1
- Coşkun, E. (2005). *İlköğretim öğrencilerinin öyküleyici anlatımlarında bağdaşıklık, tutarlılık ve metin elementleri*. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara. Tez No:205427
- Coşkun, İ. (2006). *İlköğretim 5. sınıf öğrencilerinin kompozisyon yazma becerileri üzerine bir araştırma*. Doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul. Tez No:191647
- Crowhurst, M. (1990a). *Teaching and Learning the Writing of persuasive / Argumentative Discourse*, Canadian Journal of Education / Revue canadienne de l'éducation, Güz. Cilt. 15, No. 4 348-359.<http://www.jstor.org/stable/1495109>
- Crowhurst, M. (1990b). *Reading / writing relationships: an intervention study*, canadian journal of education / Revue canadienne de l'éducation, Vol. 15, No. 2 (Spring, 1990), ss. 155-172, <http://www.jstor.org/stable/1495373> .
- Çebi, M. S. (2008). *Sembolik/retoriksel bir eylem olarak dil'in anlam inşasındaki aracılık işlevi*. Selçuk İletişim 5, 2. s.183-198 Ulakbim:uvt_80229
- Çelik, M. E. (2012). *İlköğretim sekizinci sınıf öğrencilerinin yazılı anlatım becerilerinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi*, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic. Kış. Cilt 7/1.727-743. Ulakbim: uvt_143283
- Dahlberg. L. (2009) "Amelie's: A french bakery's" persuasion strategy, COMM612 Persuasion laura.dahlberg@gmail.com
- Demirel, Ö., & Şahinel, M. (2006). *Türkçe ve sınıf öğretmenleri için Türkçe öğretimi*. Ankara: PegemA Yayıncılık,
- Demirtaş, H. A. (2004). *Temel ikna teknikleri tutum oluşturma ve tutum değiştirme süreçlerindeki etkilerinin altında yatan nedenler üzerine bir derleme*. İletişim Dergisi, 19.

- Deniz, K. (2007). *İlköğretim ikinci kademedeki konuşma ve dinleme yoluyla öğrencileri ikna üzerine bir araştırma*, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara. Tez No: 206980
- Digs, B. J. (1964). *Persuasion and ethics*, The Quarterly Journal Of Speech, 50:4, December, s.359-373, <http://dx.doi.org/10.1080/00335636409382679>
- Dinler, Z. (2000). *Bilimsel araştırma ve internete bağlı bilgi merkezleri el kitabı*, Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları.
- Elbir, B., & Yıldız, H. (2012). İlköğretim yazma eğitimi üzerine yapılan lisansüstü çalışmalarının değerlendirilmesi, Akademik Bakış Dergisi, Sayı:30 Mayıs-Haziran <http://akademikbakis.org/eskisite/30/12.pdf> Tarih:20.06.2015
- Emiroğlu, S., & Pınar, F. N. (2013). Dinleme becerisinin diğer beceri alanları ile ilişkisi, Turkish studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Cilt 8/4 Bahar, s. 769-782, Ankara.
- Epçaçan, C. (2013). Temel bir dil becerisi olarak dinleme ve dinleme eğitimi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Türkçenin Eğitimi Öğretimi Özel Sayısı, Ocak, Cilt:6 Sayı:11.
- Erdoğan, Y., & Yaman, H. (2007). İnternet kullanımının Türkçeye etkileri: Nitel bir araştırma. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 3 (2), 237 – 249.
- Ergün, H., & Gürel, Z. & Çorlu, M. A. (2011). *Problem tasarlama performansının değerlendirilmesinde kullanılabilecek bir rubriğin geliştirilmesine ilişkin bir araştırma*, Milli Eğitim Dergisi. Yaz. Sayı 191, ulakbim: uvt_133436
- Eroğlu, E. (2013). Etkili iletişim ve doğru anlamak, (Ünite 1). E. Eroğlu ve A. H. Yüksel (Ed.), *Etkili iletişim teknikleri*, T.C Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.
- Farris, P. J. (2005). *Language arts process, product and assessment*, (4th ed.). Long Grove Waveland Press.
- Fisher, R., & Shapiro, D. (2008). *Duygularla mantık ötesi ikna teknikleri* (Ö.Gültekin, Çev.). Sistem Yay. İstanbul.

- Fives, H., & Alexander, P. A. (2001). *Persuasion as a metaphor for teaching: a case in point*, theory into practice, Güz, Cilt 40, Sayı 4,
http://dx.doi.org/10.1207/s15430421tip4004_5
- Fowler, A. (1997). *Müzakere, ikna ve etkileme*, (A. Bora ve O. Cankoçak, Çev.). İlk Kaynak Kültür ve Sanat Ürünleri Ltd. Şti. Ankara.
- Gamgam, H. (1998). *Parametrik olmayan istatistiksel teknikler*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Goodrich, A. H. (2001). *The effects of instructional rubrics on learning to write*. Current Issues ID Education, 4(4). (<http://cie.asu.edu/volume4/number4/>, 06.07.2012 tarihinde erişildi).
- Golstein, N.J., Martin, S. J., & Cialdini, R.B. (2009). *Evet! ikna etmenin bilimsel olarak kanıtlanmış 50 yolu*, (Çev. F. Özgener), İstanbul. Pegasus Yay.
- Goulston, M. (2010). *İknanın anahtarı*, (A. Kalem Bakkal, Çev.). İstanbul. Mediacat.
- Göçer, A. (2011). *Öğrencilerin yazılı anlatım çalışmalarının Türkçe öğretmenlerince değerlendirilmesi üzerine*. On dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 30, 71-97.
- Güllüpunar, H. (2013). *Seçmen tercihlerinde kapı aralama, kapı kapatma ve korku çekiciliği tekniklerinin etkilerinin tespitine dönük bir araştırma*, The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science, Mart. Cilt 6. Sayı 3. 1179-1200.
http://www.jasstudies.com/Makaleler/1096220767_60G%C3%BCII%C3%BCpu narHa san-1170-1200.pdf
- Gündüz, O. (2013). Konuşma Eğitimi, 4. Bölüm. *İlköğretimde Türkçe Öğretimi* (Ed. A. Kırkkılıç ve H. Akyol). Pegem Akademi yay. 3. Baskı. Ankara.
- Güneş, A. (2007). *Sınıf öğretmenlerinin kendi algılarına göre ölçme ve değerlendirme yeterlilikleri*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Güneş, F. (2013). *Türkçe Öğretimi Yaklaşımlar ve Modeller*. Pegem Akademi Yay. 1. Baskı. Ankara.

- Güneyli, A. (2003). *Metin türlerine göre okuduğunu anlama becerisinin sınanması, Türkiye Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti üniversiteleri üzerinde bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi. Ankara.
- Hall, D., & Birkerts, S. (1991). *Writing Well*, Harper Collins Publisher, Seventh Edition
- Hamm, H., & Dunbar, N. R.(2006). *Teaching and persuasive communication: class presentation skills*, A Handbook For Faculty, Teaching Assistants And Teaching Fellows A Publication of The Harriet W. Sheridan Center for Teaching and Learning Brown University.
- Harvard Business Scholl Press (2008). *İnsanları ikna etmek*, Pocket Mentor, (B. Çekmece, Çev.). Optimist yay. İstanbul.
- Hızarcıoğlu, B. Ö. (2013). *Problem çözme sürecinde dereceli puanlama anahtarı (rubrik) kullanımında puanlayıcı uyumunun incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Hogan, K. (2007). *İstedığınız kişiye 8 dakikada nasıl evet dedirtirsiniz?* (T. Gezer, Çev.). İstanbul: Yakamoz yay.
- Hogan, K., & Speakman J. (2006). *Covert persuasion, psychological tactics and tricks to win the game*, Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Hogan, K., & Speakman J. (2011). *Gizli ikna taktikleri, her koşulda hayır yanıtını anında evet'e çevirmenin gücü*. (T. Gezer, Çev.). Yakamoz yay. İstanbul.
- Humphrey, A. (2010). *Establishing legitimacy: persuasion and organisational identity*, Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi. Tez No:271129
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum, algı, iletişim*. İstanbul. Beykent Üniversitesi yay. ekitap http://www.beykent.edu.tr/WebProjects/Uploads/METIN%20INCEOGLU_Tutum-almi-iletisim.pdf
- James, M. M. (1984). *Writing With a Purpose*, Joseph F. Trimmer , Nancy I. Sommers, Eight Edition. Houghton Mifflin Company, Bölüm 10. Boston.

- Jeandrain, A. C. (2001). *Essay about telepresence effects on persuasion three possible explanations*, Paper presented at Presence 2001 - The Fourth Annual International Workshop on Presence
<http://www.temple.edu/presence2001/index.htm>
- Karatay, H. (2011). *4+1 Planlı yazma ve değerlendirme modelinin öğretmen adaylarının yazılı anlatım tutumlarını ve yazma becerilerini geliştirmeye etkisi* Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Cilt 6/3 Yaz . 1029 -1047 Ulakbim. uvt_143969
- Kayaoğlu, A. (2011). Sosyal Psikoloji, S. Ünlü (Ed.), *Birey ve Davranış*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Ünite 8. Eskişehir. s.168-194.
- Keskin, U., & Büyük, K. & Koç, U. (2013). *Yönetmel ve örgütsel açıdan retorik*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı/No: 1 (27-40).
- Kılcal, R. Y. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kılınç, M. (2013). *Kişileri yönlendiren 19 davranış kalıbı*. İstanbul: Kariyer yay.
- Kırbaş, A. (2006). *İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin yazılı anlatım becerilerinin değerlendirilmesi*. Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Kibler, R. J., Gibson, J. W., & Hunter, E. C. (1967). *The current status of persuasion courses in american colleges and universities*, The Speech Teacher, 16:2, 137-142, <http://dx.doi.org/10.1080/03634526709377588>
- Kissel, B. (2003). *Promoting writing and preventing writing failure in young children*. Preventing School Failure, 52 (4), 53 – 56.
- Knudson, R. E. (2009). *An analysis of persuasive discourse: Learning how to take a stand*, Discourse Processes, 18:2, 211-230,
<http://dx.doi.org/10.1080/01638539409544892>
- Koçak, A. (2005). *Bolu ili ilköğretim beşinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin yazılı anlatım becerileri üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.

- 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.
- Köse, E., & Şahin, A. (2008). *Yüksek öğrenime yeni başlayan öğrencilerin düşüncelerini yazılı olarak ifade edebilme becerilerinin değerlendirilmesi*, Milli Eğitim Dergisi, Güz. Sayı 180, Ulakbim: uvt_96197
- Kraemer, S. M., & Mosler, H. J. (2010). *Persuasion factors influencing the decision to use sustainable household water treatment*, International Journal of Environmental Health Research. Şubat. Cilt 20. Sayı 1. 61–79
<http://dx.doi.org/10.1080/09603120903398301>
- Kurudayıoğlu, M., & Yılmaz, E.(2014). *Nasıl ikna ediliyoruz? İkna edici metin ve yapısı*, Eğitimde Kuram ve Uygulama, 10(1): 75-102 ISSN: 1304-9496
- Lavine, H. (1999). *Types of evidence and routes to persuasion: the unimodel versus dual- process models*, Psychological Inquiry: An International Journal for the Advancement of Psychological Theory, 10:2, s.141-144
<http://dx.doi.org/10.1207/S15327965PL100208>
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28, 563–575.
- Leon, T. M.(2008). *Middle-school students comprehending, analyzing, and evaluating persuasive text (Orta okulu öğrencilerinin ikna edici metinleri kavraması analiz etmesi ve değerlendirmesi)*. Doktora Tezi, Maryland Üniversitesi, Washington. ABD.
- Lorenzon, K., & Russell C. A. (2012). *From apathy to ambivalence: How is persuasion knowledge reflected in consumers' comments about in-game advertising?*, Journal of Marketing Communications. Şubat. Cilt 18. Sayı. 1. 55–67 Erişim tarihi: 19 Ocak 2012 <http://dx.doi.org/10.1080/13527266.2011.620768>
- Luecke, R. (2007). *Güç, Etki ve İkna*, (T. Parlak. Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

- Lutzke, J., & Henggeler M. F. (2009). *The rhetorical triangle: understanding and using logos, ethos, and pathos*, School Of Liberal Arts Indiana University, University Writing Center, www.iupui.edu/~uwc
- Maden, E. N. (2010). *Bir ikna üslubu olarak imani konular bağlamında Kur'an-ı Kerim'in mukayese yöntemi*, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi, Konya. Tez No:261247
- Maxwell, R., & Dickman, R. (2011). *İkna Yöntemleri*, (T. Taftaf, Çev.). İstanbul: Alfa
- Martinson D. L., & Baker, S. (2001). *The TARES test: five principles for ethical persuasion*, journal of mass media ethics, 16(2&3), 148–175
- Mavili, E. Y. (2004). *İletişimde mantık yürütme ve eleştirel düşünme yöntem ve yaklaşımlarının rolü ve önemi: politik lider sunumlarının analizine yönelik kalitatif bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Mcquarrie, E. F., & Mick, D. G. (1996). *Figures of rhetoric in advertising language*, the journal of consumer research, Cilt. 22, No.4, Mart. s.424-438
- MEB, (2008a). *Etkin iletişim*, Mesleki eğitim ve öğretim sisteminin güçlendirilmesi projesi, Milli Eğitim Bakanlığı Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı , Ankara.
- MEB, (2008b). *Öğrencilerin televizyon izleme alışkanlıkları*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- MEB, (2009). *İlköğretim Türkçe dersi öğretim programı ve kılavuzu (1-5. Sınıflar)*, Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü Basım Evi.
- Meyer, M. (2009). *Retorik*, (İ. Yerguz Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yay.
- Miceli, M., Rosis, F., & Poggi, I. (2006). *Emotional and non-emotional persuasion*, applied artificial intelligence: An International journal, 20:10, 849-879, <http://dx.doi.org/10.1080/08839510600938193>

- Montante, S. (2003). *'Introduction To A Persuasive essay' Lc Shows You How To Pack A Punch In Your Opening Paragraph And Prime Your Reader For Persuasion*, Literary Cavalcade, Kasım/Aralık.
- Murphy, P. K. (2001). *Teaching as persuasion: a new metaphor for a new decade*, theory into practice, 40:4, 224-227, online:19 Nisan 2012.
http://dx.doi.org/10.1207/s15430421tip4004_2
- Naplan (2011). *Persuasive writing marking guide*, school release version, national assessment program literacy and numeracy, Australian curriculum, assessment and reporting authority (ACARA). Sydney.
- Naplan (2012). *Persuasive writing marking guide*, national assessment program literacy and numeracy persuasive writing marking guide, Australian curriculum, assessment and reporting authority (ACARA). Sydney.
- Nelson, J. S., Megill, A., & Mc Closkey, D. N. (2002). *Araştırma retoriği*, (Ed. H. Arslan). Retorik, Hermeneutik ve Sosyal Bilimler İnsan Bilimlerinde Retoriğe Dönüş. İstanbul. Paradigma yay.
- Neuman, W.L. (2007). *Toplumsal araştırma yöntemleri nitel ve nicel yaklaşımlar*, (S. Özge Çev.). Cilt 2, Yayın Odası 4, Toplumbilim Dizisi 1, İstanbul.
- Nippold, M. A., Ward-Lonergan, J. M. ve Fanning J. L. (2005). *Persuasive writing in children, adolescents and adults: a study of syntactic, semantic and pragmatic development*, language, Speech and Hearing Services in Schools, Nisan, Vol. 36 s.125-138
- O'Keefe, D. J., & Jensen, J. D.(2008). *Do loss-framed persuasive messages engender greater message processing than do gain-framed messages? A meta-analytic review*. Communication Studies Cilt 59. Sayı 1, Ocak-Mart. 51–67
- Okur, A., Göçen, G., & Süğümlü, Ü. (2013). *İkna edici yazma ve karşılaştırmalı bir araştırma* (Avustralya ana dili öğretimi ders materyalleri ve Türkiye örneği). Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 10. Sayı 21.
- Onay, A. (2012). İkna edici iletişimde mesaj, (Ünite, 5). M. Oyman (Ed.), *İkna Edici İletişim*. T.C Anadolu Üniversitesi Yayını.

- Onyekwere, E. C. O. (1989). *Culture, persuasion and the management of environmental attitudes*, African Council on Communication Education, Africa Media Review. Cilt 3. Sayı. 2.
- Orhanoğlu, Y. (2009). *Kişilerarası iletişimde iknanın gücü: dilbilimsel bir yaklaşım*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli. Tez No:229501
- Otan, D. (2010). *Türkçede ikna söylemi: sözbilimsel sorunların söylem- edimbilimsel işlevleri*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir. Tez No:263994
- Özkara, Y. (2007). *6+1 Analitik yazma modelinin 5. sınıf öğrencilerinin hikâye edici yazma becerilerini geliştirmeye etkisi*. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Özodaşık, M. (2012). *Halkla ilişkiler ve iletişim*, F. Seçil BANAR (Ed.), Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Öztürk, E. (2007). *İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin yaratıcı yazma becerilerinin değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Ankara. Tez No:207018
- Petty. R. E., & Cacioppo, J. T.(1979). *Issue involvement can increase or decrease persuasion by enhancing message-relevant cognitive responses*. Journal of Personality and Social Psychology. Cilt. 37, Sayı 10. 1915-1926
- 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
- Rank, H. (1968). *The Rhetorical Effectiveness of "Black Like Me"* , The English Journal, Vol. 57, No. 6 Eylül, ss. 813-817 Erişim: 27/10/2011 13:15 <http://www.jstor.org/stable/812027> .
- Rhodas, K. (1997). *The tools of persuasion: ethos, logos, & pathos*, The University of North Carolina Greensboro The University Speaking Center, (336) 256-1346 *Everyday influence*. www.workingpsychology.com
- Riley, P. G. (2003). *Tek sayfalık teklif, iş yaşamında sürdürdüğümüz iddiayı ikna edici bir tek sayfaya nasıl dökersiniz?*, Çev. Elif Yıldırım, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları,

- Robb, L. (2012). *Argument, writing a persuasive essay*, Smart Writing: Smart Writing: Practical Units for Teaching Middle School Writers, Unit 4, Firsthand An imprint of Heinemann
- Sabak, E. (2007). *İlköğretim 3. Sınıf öğrencilerinin Türkçe dersinde okuduğunu anlama becerilerini etkileyen ekonomik ve demografik faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Sanchez, Y.C., Mastropieri, M. A., Scruggs, T. E. & Kidd. J. K.(2012). *Teaching students with emotional and behavioral disorders to self-advocate through persuasive writing*, exceptionality: A Special Education Journal, 20:2, 71-93
- Sandıkçıoğlu, B. (2012a). *İkna Kuramları*, (Ünite, 3) M. Oyman (Ed.), İkna Edici İletişim. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sandıkçıoğlu, B. (2012b). *İkna edici iletişimde kaynak*, (Ünite, 4) M. Oyman (Ed.), İkna Edici İletişim. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Schopenhauer, A. (2012). *Eristik Diyalektik*. Haklı Çıkma Sanatı, Ülkü Hıncal (Çev.). İstanbul: Sel.
- Seymenoğlu, Y. (2009). *Televizyon reklamlarında iknanın belirleyicileri “animasyon karakter kullanımının tüketicilerin ikna sürecine etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma”* Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir. Tez No: 241345
- Sever, E. (2008). *Öğrenme stilleri: ilköğretim 6-8. sınıf öğrencilerine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Sever, S. (2011). *Türkçe öğretimi ve tam öğrenme*. Anı yayıncılık, 5. Baskı. Ankara.
- Sezer, S. (2005). “*Öğrencinin akademik başarısının belirlenmesinde tamamlayıcı değerlendirme aracı olarak rubrik kullanımı üzerinde bir araştırma*”. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 18, s. 72-84. uvt_62818
- Shaw, J. (2015). *Nonfiction Genre Mini-Unit Persuasive Writing, 2nd Grade*, Erişim tarihi:17.09.2015 http://teacherlink.ed.usu.edu/tlresources/units/Read_S/Persuasive%20Writing%202nd%20grade%20by%20Jessica%20Shaw.pdf

- Simons, R. L. (1988). *Generic social work skills in social administration: the example of persuasion*, Administration in Social Work, 11:3-4, 241-254
http://dx.doi.org/10.1300/J147v11n03_22
- Sorenson, S. (2000). *Webster's new world student writing handbook*. Cleveland, Ohio:Wiley.
- Standish, L. G. (2005). *The effects of collaborative strategic reading and direct instruction in persuasion on sixth-grade students' persuasive writing and attitudes*, Doktora Tezi, University of Maryland, College Park. Washington.
- Stevens, B. (2005). *The Car Accident: An Exercise in Persuasive Writing*, Communication Teacher, 19:2, 62-67,
<http://dx.doi.org/10.1080/14704620500123265>
- Sulak, S. E. (2009). *İlköğretim Okulları 1-5. Sınıf Türkçe Ders Kitaplarında Yer Alan Metinlerin Türlerine Göre Yapılarının Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi. Konya. Tez No:234974
- Sypher, B. D., Russo, T. C. & Hane, A. C. (2002). *The development of persuasive abilities in college students*, American Communication Journal, Bahar. Cilt 5, Sayı 3.
- Şahin, B. (2010). *Dergi reklâmları ve ikna bilgisi modeli*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Temur, T. (2006). *İlköğretim 4 ve 5. sınıf öğrencilerinin yazı dilindeki kelime hazinelerinin bazı değişkenler açısından değerlendirilmesi*. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Temur, T. (2013). Türkçe Öğretim Programları, 13. Bölüm. *İlköğretimde Türkçe Öğretimi*. A. Kırkkılıç ve H. Akyol (Ed.), Ankara: Pegem Akademi yay.
- Tompkins, G. L. (2004). *Teaching Writing Balancing Process and Product*. Pearson Merrill Prentice Hall.
- Thompson, G. J., & Jenkins, J. B. (2008). *Kibarca ikna sanatı*, sözlü dövüş, (E. Özkaya, Çev.). İstanbul: Koridor Yay.

- Tuncel, G. (2011). *Sosyal bilgiler dersinde rubriklerin etkili kullanımı*, Marmara Coğrafya Dergisi Sayı: 23, Ocak, s. 213-233. ulakbim:uvt_131636
- Uçan, M. Y. (2008). *Müzakere yönetimi ve bir model denemesi*, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta. Tez No:215701
- Uçgun, D. (2007). Konuşma eğitimini etkileyen faktörler. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 59 – 67.
- Ungan, S. (2013). Dinleme Eğitimi, *İlköğretimde Türkçe Öğretimi* A. Kırkılıç ve H. Akyol (Ed.), Ankara: Pegem Akademi yay.
- Weiss, D. H.(1993). *Kolay ve etkili yazma teknikleri*, (Çev. D. Şahiner), Cep Yönetim Dizisi:11 Kitabın ,Orjinal adı: How to Write Easily And Effectively, 1. Baskı, Rota yay.
- Verderber, R. F. & Verderber, K. S. (2002). *The tools of persuasion: ethos, logos, & pathos*, The University of North Carolina Greensboro The University Speaking Center, (336) 256- 1346 *Communicate!*. www.workingpsychology.com
- Wu, Y. (2009). “*Seeing is believing?*” *A persuasion knowledge model on Attitudinal evaluations in advertisements*. Lingnan Üniversitesi,
- Yaman, E. (2008). *Yazma sanatı, yazılı anlatım*, Ankara: Savaş yayınevi.
- Yılmaz, R. A. (2007). İkna Edici İletişim, N. A. Yüksel (Ed.), *İletişim Bilgisi* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, S. K. (2008). *İlköğretim altıncı sınıf öğrencilerinin öyküleyici metin yazma becerileri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara. Tez No: 227867
- Yılmaz, O. (2012). İlköğretim 7. sınıf öğrencilerinin dilbilgisi becerilerinin sosyo kültürel değişkenler açısından değerlendirilmesi: Erzincan örneği. *Turkish Studies – International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7 (2), 1255 – 1266.
- Yüksel, A. H. (1994). *İkna Edici İletişim*, T.C. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir: Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.

- Yüksel, A.H. (2005). İknaya Tarihsel Bakış ve İknanın Toplumsal Hayattaki Yeri, A.A. Bir. (Ed.), *İkna ve Konuşma*. Eskişehir: T.C Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yüksel, A. H. (2012). İkna Kavramı, M. Oyman (Ed.), *İkna Edici İletişim*, Eskişehir: T.C Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yüksel, A. H. (2013a). Etkili iletişimde konuşma ve dinleme, E. Eroğlu ve A. H. Yüksel (Ed.), *Etkili iletişim teknikleri*, Eskişehir:T.C Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yüksel, A. H. (2013b). Etkileme, etkili iletişim ve ikna edici konuşma, E. Eroğlu ve A. H. Yüksel (Ed.), *Etkili İletişim Teknikleri*, Eskişehir: T.C Anadolu Üniversitesi Yayını.

EK. A

T.C.
ESKİŞEHİR VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : B.08.4.MEM.0.26.20.02.605.01 (124)
Konu : Uygulama İzni

22.03.2012* 05205

VALİLİK MAKAMINA

- İlgi: a) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Rektörlüğü Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'nın 09.03.2012 tarih ve B.30.2.OGÜ.0.72.00.302.08.01/717-1828 sayılı yazıları.
b) Millî Eğitim Bakanlığına Bağlı Okul ve Kurumlarda Yapılacak Araştırma ve Sosyal Etkinlik İzin ve Uygulamaya ait 07.03.2012 tarih ve 2012/13 sayılı Genelge.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı, Sınıf Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Arif KAPTAN'ın "İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Becerilerinin Değerlendirilmesi" konulu tezi kapsamında ek listede bulunan ilimiz ilköğretim okullarında uygulaması yapılabilmesi için izin talebi incelenmiştir.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü tarafından kabul edilen ve onaylı bir örneği Müdürlüğümüzde muhafaza edilen ve uygulaması yapılması istenen ilimiz Odunpazarı Tepebaşı İlçelerine bağlı olan ek listede bulunan 27 (yirmiyedi) ilköğretim okunda 1 Nisan 10 Mayıs 2012 tarihleri arasında öğrencilere uygulanması ilgi (b) genelge doğrultusunda Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde Olur'larınıza arz ederim.

Erdoğan AYATA
Millî Eğitim Müdürü

OLUR
21.03/2012

İsmail KÜRECI
Vali a.
Vali Yardımcısı



Adres : Büyükdere Mah. Atatürk Bulvarı No:247
Eskişehir
Tef: 0(222) 239 72 00 Faks: 0(222) 239 39 22
Web : http://eskisehir.meb.gov.tr
e-Posta : strateji26@meb.gov.tr



FORM: 2

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI
Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı

ARAŞTIRMA DEĞERLENDİRME FORMU

ARAŞTIRMA SAHİBİNİN	
Adı Soyadı	Arif Kaptan
Kurumu / Üniversitesi	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Araştırma yapılacak iller	Eskişehir
Araştırma yapılacak eğitim kurumu ve kademesi	İlköğretim
Araştırmanın konusu	İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin İkna Edici Yazma Becerilerinin Değerlendirilmesi
Üniversite / Kurum onayı	Var
Araştırma/proje/ödev/tez önerisi	Var
Veri toplama araçları	Kişisel Bilgi Formu, İkna Edici Metin Konu Listesi ve Yazma Alanı
Görüş istenilecek Birim/Birimler	
KOMİSYON GÖRÜŞÜ	
<p>1. MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞINA BAĞLI OKUL VE KURUMLARDA YAPILACAK ARAŞTIRMA VE ARAŞTIRMA DESTEĞİNE YÖNELİK İZİN VE UYGULAMA YÖNERGESİ gereğince; Eğitim – öğretimi aksatmamak kaydıyla, 1 Nisan- 10 Mayıs 2012 tarihleri arasında uygulanmasında sakınca yoktur.</p>	
Komisyon kararı	KABUL Oybirliği ile alınmıştır.
Muhalif üyenin Adı ve Soyadı:	Gerekçesi;.....


20/03/2012
Komisyon Başkanı
Mehmet ŞENKÜL
Milli Eğitim Şube Md.

KOMİSYON


Üye
Mine AKSOYLAR
Öğretmen


Üye
Ahmet TATAR
Öğretmen

EK. B**VERİ TOPLAMA FORMU****Sevgili öğrenci;**

Elinizdeki bu form Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsünde yürütülmekte olan “Beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazı yazma becerilerinin değerlendirilmesi” konulu yüksek lisans tezine veri toplamak amacıyla oluşturulmuştur. Bu form üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sizin kişisel özelliklerinizi belirlemeyi amaçlayan “Kişisel Bilgiler”, ikinci bölümde ikna edici anlatımınızı yapabilmeyi için sizin seçiminize sunulan “Konu Listesi”, üçüncü bölümde de ikna edici yazınızı yazabileceğiniz düz beyaz kâğıtları içeren “İkna Edici Yazım Alanı” bulunmaktadır. Verdiğiniz bilgiler sadece bu araştırmada kullanılacak ve gizli tutulacaktır. Katkınız için teşekkür ederim.

Arif KAPTAN

Sınıf Öğretmeni,

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı

Sınıf Öğretmenliği Yüksek Lisans Öğrencisi

1. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, aşağıda yer alan sizinle ilgili soruları eksiksiz ve doğru olarak yanıtlamanızdır.

KİŞİSEL BİLGİLER

Sınıfı:.....

Okulu:.....

2. Cinsiyetiniz?

a) Kız

b) Erkek

3. Sizinle beraber kaç kardeşiniz?

- a) Kardeşim yok b) 2 kardeşiz c) 3 kardeşiz d) 4 ve daha fazla

4. Babanızın mesleği nedir?

- a) İşçi b) Memur c) Çalışmıyor d) Serbest meslek.....

5. Annenizin mesleği nedir?

- a) İşçi b) Memur c) Ev Hanımı d) Serbest Meslek.....

6. Bilgisayar başında günde kaç saat vakit harcıyorsunuz?

- a) Hiç b) 1 saatten az c) 1-2 saat d) 2 saatten çok

7. Babanız aşağıdaki okullardan hangisini bitirmiş?

- a) İlkokul b) Ortaokul c) Lise d) Üniversite e) Hiç gitmemiş

8. Anneniz aşağıdaki okullardan hangisini bitirmiş?

- a) İlkokul b) Ortaokul c) Lise d) Üniversite e) Hiç gitmemiş

9. Yaz tatilinden şimdiye kadar kaç kitap okudunuz?

- a) Hiç b) 1-3 arası c) 3-5 arası d) 5-10 arası e) Diğer

10. Ne tür kitaplardan hoşlanırsınız?

- a) Masal b) Hikâye c) Macera d) Bilimsel kitaplar e) Diğer (belirtiniz).....

11. Daha önce ikna edici bir metin/ yazı yazdınız mı?

- a) Evet b) Hayır

12. İkna edici yazılar yazmaktan hoşlanır mısınız?

- a) Evet b) Hayır

13. Ne kadar sıklıkla (hikâye/şiir/ kompozisyon vb.) yazarsınız?

- a) Hiç yazmıyorum b) Bazen c) Sık sık

14. Daha önce sınıfta ikna edici yazı yazma çalışmalarını yaptınız mı?

a) Hiç yapmadık b) Bazen c) Sık sık

15. Daha önce yazıyla birini ikna etme çabasına giriştiniz mi?

a) Evet b) Bazen

16. Günde kaç saat televizyon seyrediyorsunuz?

a) Hiç seyretmiyorum b) 1 -2 saat arası c) 3-4 saat arası d) 5 -6 saat ve fazlası

17. Televizyon programlarından en çok hangi türleri daha çok seviyorsunuz?

(Belirtiniz).....

18. Evinizde kitaplık var mı?

a) Evet b) Hayır

19. Evinize süreli yayın (gazete-dergi) alınıyor mu?

a) Evet b) Hayır

20. Evinizde kendinize ait bir odanız var mı?

a) Evet b) Hayır

21. Ailenizin ekonomik durumu nasıl?

a) İyi b) Orta c) Kötü

22. Evinizde internet var mı?

a) Evet b) Hayır

2. BÖLÜM

Bu bölümde yirmi öğretmen ve seksen, beşinci sınıf öğrencisiyle yapılan değerlendirmeler ve uzman görüşleri ile yirmi beş ikna edici metin yazma konusu arasından seçilmiş olan on tane ikna edici yazı/metin yazma konusu yer almaktadır. Sizden istenilen bu konulardan en beğendiğiniz, ilgi duyduğunuz bir konuyu seçmenizdir. Daha sonra, seçtiğiniz konuyla ilgili oluşturacağınız ikna edici yazınızı üçüncü bölümdeki yere yazmanızdır.

KONU LİSTESİ

- 1) Bazı öğrenciler ödevlerin gereksiz olduğunu belirtmek için bir kampanya başlattı, öğretmenler ise ödevlerin gerekli olduğunu, öğrencilerin yapması gerektiğini söylediler siz de konuyla ilgili desteklediğiniz tarafı savunan ikna edici bir yazı yazınız.
- 2) 16 yaşından küçük çocuklar için bisiklet, paten, kayak, skutera binerken kask takmalarının gerekip gerekmeyeceğini belirten ve karşısındakileri ikna eden bir kompozisyon yazınız.
- 3) Okul üniforması giymenin gerekli ya da gereksiz olduğunu belirten ikna edici bir kompozisyon yazın. Okul üniforması neden olmalı ya da neden olmamalı konusunda karşınızdaki kişiyi ikna edin.
- 4) Aileniz artık oturduğunuz evden taşınmak gerektiğini düşünüyor. Sizin çocukluğunuz o mahallede, o sokaklarda geçtiği ve arkadaşlarınızla oralarda çok vakit geçirdiğiniz için oradan taşınmak istemiyorsunuz. Ailenizi ikna edecek bir mektup yazın.

- 5) Bazı insanlar kağıt, cam, plastik gibi maddeleri yerlere atarak hem çevre kirliliğine hem de ekonomik kayba neden olmaktadır. Bu insanların bu türden çöpleri geri dönüşüm kutularına atmaları için ikna eden bir yazı yazınız.
- 6) Yaz tatilini sıkıcı bulan bir arkadaşınızı, yaz tatilinin eğlenceli olduğuna inandırmanız gerekiyor. Bunun için arkadaşınızı ikna edeceğini düşündüğünüz bir yazı yazınız.
- 7) Okulunuzun bahçesine bir çocuk parkı yapılmasını istiyorsunuz. Ancak bunu yapabilecek ne sizin ne de okulunuzun parası var. Belediye başkanını bu konuda ikna etmeniz gerekiyor. Okulunuzun bahçesine bir çocuk parkı yaptırması için belediye başkanını ikna eden bir yazı yazınız.
- 8) Yarıyıl tatilindesiniz ve dışarıda lapa lapa kar yağıyor. Arkadaşlarınız sokakta kartopu oynuyor, kayıyor ve kardan adam yapıyorlar. Siz de onlarla birlikte oynamak istiyorsunuz ama anneniz buna izin vermiyor. Annenizi ikna etmelisiniz. Annenizi izin vermeye ikna eden bir yazı yazınız.
- 9) Babanız eve internet bağlatmak istiyor, ancak sizin derslerinizi aksatacağı gibi endişeleri var ve bu konuda çok kararsız. Eve internet bağlatması konusunda babanızı ikna etmeniz ve endişelerini gidermeniz gerekiyor. Konu ile ilgili bir yazı yazınız.
- 10) Bir arkadaşınızı ders çalışmak için evinize davet ettiniz. Arkadaşınız bu davetinizi kabul etti ancak annesi izin vermiyor. Arkadaşınızın annesini ikna etmeniz gerekiyor. Evde ders çalışmanıza izin vermesi için arkadaşınızın annesini ikna eden bir yazı yazınız.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

EK. C

İkna Edici Yazıları Ölçme Aracı

Puanlama	4	3	2	1
İddia / Görüş / Taraf Varlığı	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konu üzerindeki duruş ve tarafını açık, anlaşılır ve güçlü bir şekilde ortaya koymuştur. - İddia, konuyu veya öneriyi tamamen ele almıştır. -Her zaman iddiasını / görüşünü ikna edici detaylarla desteklemiş ve iddiasını kanıtlarla ilişkilendirerek açıklamıştır. - İddiasının tartışma nedenlerini güçlü, açık ve anlaşılır bir şekilde savunmuştur. - Yazının bütününde belirli bir konuya odaklanmıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konu üzerindeki görüş, taraf, ve iddiasını açık ve anlaşılır bir şekilde ele almıştır. - İddiasını ve neden tartıştığını açıklamıştır. - Görüşünü tamamen olmasa da ikna edici detaylarla desteklemiştir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Görüş ve tarafını belli etmektedir ancak yeterince açık değildir. - İddiasını ilgili kanıtlarla desteklemeye çalışmış ancak ikna edici detaylara yeterince yer vermemiştir. - İddiasını üstü kapalı bir şekilde belirtmiş, neden tartıştığını açıklamamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Görüş ve tarafını belli etmemiştir. - Yazısında hiçbir iddiada bulunmamıştır. İddia varsa da konuya uygun değildir. - İddiasını ve neden tartıştığını açıklamamıştır.
İddiayı Destekleyici Nedenler	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Okuru ikna etmek için iddiasını/ görüşünü destekleyen nedenleri doğru, tam, açık, anlaşılır ve güçlü bir şekilde ele almıştır. - İddiasını destekleyen mantıksal, duygusal ve etik nedenlerin her birini ayrı ayrı içeren en az üç veya daha fazla neden belirtmiştir. - İkna amaçlı her nedeni, en az iki kanıtla (ilgili gerçekler, anekdotlar, örnekler, istatistikler, görüşler, benzetmeler, alıntılar vb.) desteklemiştir. -Yazısında iddiasına karşıt olan/olabilecek görüşlere yer vermiş, bunları geçerli nedenlerle çürütmüştür. -Okuru ikna etmek için okurun faydasına olan durumları belirtmiştir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Okuru ikna etmek için iddiasını/ görüşünü destekleyen nedenleri doğru, tam, açık, anlaşılır bir şekilde sunmuştur. - İddiasını destekleyen mantıksal, duygusal ve etik nedenlerin her birini ayrı ayrı ele almamıştır. - İkna amaçlı her nedeni destekleyen (ilgili gerçekler, anekdotlar, örnekler, istatistikler, görüşler, benzetmeler, alıntılar vb.) kanıtlar sunmuştur. - İddiasına karşıt olan/olabilecek görüşleri ele almış ancak karşıt görüşleri çürütmeye yeterli olamamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - İddiasını/görüşünü iki nedenle açıklamış ancak sunulan nedenler etkisiz kalmıştır. - İddiasını destekleyen mantıksal, duygusal ve etik nedenleri eksik ve etkisiz sunmuştur. - İddiasını destekleyen görüşlere yer vermiş ancak kendi iddiasına karşıt olabilecek görüşlere ve çürütmelere yer vermemiştir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - İddiasını/görüşünü destekleyen hiçbir neden belirtmemiştir. - İddiasına karşıt olabilecek görüşlere ve çürütmelere yer vermemiştir. - İddiasını destekleyen kanıtlara yer vermemiştir.

Puanlama	4	3	2	1
Yazım Kuralları	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dil bilgisi ve yazım kurallarına uymuştur. Noktalama işaretlerini doğru ve yerinde kullanmıştır. VEYA Yazıda çok az dil bilgisi, yazım yanlış ve noktalama hatası vardır. (0-2 hata) - Yazısındaki dil bilgisi, yazım ve noktalama yanlışları ile okuru rahatsız etmemekte veya dikkatini dağıtmamaktadır. - Yazısındaki dil bilgisi, yazım ve noktalama eksikliği/yanlışlıkları ile okurun anlamamasına/yanlış anlamasına neden olmamaktadır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bir kaç cümlede dil bilgisi, yazım ve noktalama hataları yapmıştır. (3-4 hata) - Yazısındaki dil bilgisi, yazım ve noktalama hataları ile zaman zaman okurun dikkatini dağıtabilmektedir ancak bu hatalar okurun anlamamasına/yanlış anlamasına neden olmamaktadır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yazısında okurun açıkça fark edebileceği dil bilgisi, yazım ve noktalama hataları yapmıştır. (5-7 hata) - Yazısındaki dil bilgisi, yazım ve noktalama hataları ile okurun dikkatini oldukça dağıtmakta ancak bu hatalar okurun anlamamasına/yanlış anlamasına neden olmamaktadır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yazısındaki dil bilgisi, yazım ve noktalama hataları ile okuru rahatsız etmekte ve okurun dikkatini dağıtmaktadır. (8 ve üstü) - Yazısındaki dil bilgisi, yazım ve noktalama hatalarının çokluğu ile yazıyı okunaksız hale getirmekte, okumayı güçleştirmektedir. Hatalar yazının anlaşılmasını engellemektedir.
Üslup	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Her zaman amaç ve hedef kitleye (okura) uygun ses/ton kullanmıştır. - İddiasına önem vermiştir. İddiası hakkında dikkatli davranmıştır. - Okurun duygu ve düşüncelerini öngörerek yazmıştır. Okurun duygularına güçlü bir şekilde hitap etmektedir. Okur farkındalığı çok iyi düzeydedir. - Yazısını kesin, güçlü, pozitif (olumlu) ve güvenilir bir dille yazmıştır. Yazı boyunca ikna edici tonu tutarlı bir şekilde sürdürmüş ve ikna edici bir dil kullanmıştır. - Yazısında tutku, heves ve heyecan içindedir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Genellikle amaç ve hedef kitleye uygun ses/ton kullanmıştır. - Yazısında okuru dikkate almaktadır. - Yazısını güvenilir bir dille yazmış ancak okuru ikna etme ihtiyacı vardır. -Genellikle ikna edici bir dil kullanmış ancak yazının bazı yerlerinde ikna edici ton görülmemektedir. - Yazısında tutku, heves ve heyecan içinde olduğu hissedilmekte ancak yeterli değildir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nadiren amaç ve hedef kitleye uygun ses/ton kullanmıştır. - Okurun duygu ve düşüncelerine çok az hitap etmektedir. Okur farkındalığı sınırlı düzeydedir. - Okuru ikna edecek düzeyde güvenilir bir dile sahip değildir. - Okuru ikna edecek tutarlı bir tondan yoksun ve ikna edici dilin kullanımı sınırlı düzeydedir. - Yazısında herhangi bir tutku, heves ve heyecan içinde olduğunu sezdirecek bir anlatım ortaya koyamamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amaç ve hedef kitleye uygun ses/ton kullanmamıştır. - Yazısında okurun duygu ve düşüncelerine hitap etmemektedir. Yazarın okur farkındalığı yoktur. - Yazısını açık, anlaşılır ve ikna edici bir tonda yazamamıştır. - Yazısını isteksizce yazılmış gibi görünmektedir. Yazısında tutku, heves ve heyecan yoktur.

Puanlama	4	3	2	1
Kelime Seçimi	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yazısında çarpıcı, doğal, canlı, ikna edici ve pozitif kelimelere yer vermiştir. - Kullandığı kelimeler, söz öbekleri ve deyimlerle yazıya betimleyici ve açıklayıcı bir nitelik kazandırmıştır. -Kelimelerin seçim ve kullanımını doğru yapmıştır. Anlam kargaşasına yol açacak kelimelerden kaçınmıştır. - Yazısında ikna gücü kuvvetli kelimelere,deyimlere ve söz öbeklerine yer vermiştir. Yazı boyunca anlatımını aynı kelimeler üzerinden değil farklı kelimelerle yapmıştır. Duyarlı davranarak amaca uygun kelime seçimi yapmıştır. - Yazıda okuru dahil eden zamirler kullanmıştır. Güçlü hareket fiillerine, ikna edici zarf ve sıfatlara yer vermiştir. Mantıksal sebep-sonuç ve koşul-sonuç ilişkileri kuran bağlaçlar kullanmıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - İkna edici kelimeler, söz öbekleri ve deyimler kullanmıştır. - Doğru kelime seçimi ile aktarmak istediği mesajı iletmıştır. - Kelimelerin seçim ve yerleştirilmesini doğru yapmıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktarmak istediği mesajı/ iletiyi açık, anlaşılır bir şekilde ifade etmek istemiş ancak tümüyle başarılı olamamıştır. Güçlü ve daha pozitif kelimelere ihtiyaç duyulmaktadır. - Sıradan kelimeler seçmiş, hemen hemen aynı kelimelerle metni tamamlamıştır. - Kelime seçiminde çoğunlukla sıkıcı, yavan, sönük kelimeler tercih etmiş bu nedenle okuru etkilemesi zor görünmektedir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kelime seçiminde dikkatli davranmamıştır. -Yazıda defalarca aynı kelimeleri kullanmıştır. Seçilen kelimeler anlatılmak istenen mesajı açıklamakta ve betimlemekte yetersizdir. - Metin ve metnin konusundan farklı/bağımsız kelimeler kullanmıştır.
Yüzey Özellikleri / Sunum	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kağıt kenarlarında ve satır aralarında bırakılması gereken boşluk uygundur. - Başlık, yazı tipi, boyutu ve düzenini mükemmel biçimde kullanmıştır. Yazı okunaklı düzgün el yazısı ile iyi bir şekilde sunulmuştur. - Kağıt temizliğine dikkat etmiş ve özenle yazmıştır. Yazıda herhangi rahatsız edici bir durum söz konusu değildir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yazı tipi, boyutu ve düzenini doğru bir şekilde kullanmıştır. - Yazısını okunaklı bir el yazısı ile yazmıştır. - Kağıdın temizlik ve düzenine özen göstermiştir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yazı tipi, boyutu ve düzeni konusunda yetersiz kalmıştır. - Yazısını kısmen okunaklı bir el yazısı ile yazmıştır. Kullandığı el yazısındaki hatalar dikkat çekmektedir. - Kağıt temizliğine ve düzenine yeterince özen göstermemiş, kağıdı biraz buruşuk ve lekeli. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yazı tipi, boyutu ve düzenini doğru kullanmamıştır. -El yazısını okunaklı yazmamıştır. - Kağıdın temizlik ve düzenine hiç özen göstermemiştir. Kağıt buruşuk, lekeli ve kirlidir. - Yazısını acele ile yazmış gibi görünüyor.

Puanlama	4	3	2	1
Cümle Akıcılığı / Cümle Yapıları	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yazı boyunca cümlelerin akıcılığını mükemmel derecede sağlamıştır. - Çeşitli uzunluklarda açık, anlaşılır cümlelere yer vermiştir. Yazı hedef kitlenin anlayabileceği düzeydedir. - Yazı boyunca cümle kurulumlarını iyi yapılandırmıştır. Cümleler tamamlanmış ve yazıda yer alan cümleler belirli bir akış ve düzen içinde sunulmuştur. - Yazıda farklı türde cümleler kullanmıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cümleleri iyi yapılandırmıştır ancak mükemmel düzeyde değildir. - Yazının genelinde açık ve anlaşılır cümleler kullanmış, cümlelerini kısmen belli bir akışa göre sunabilmiştir. - Yazının genelinde cümle çeşitliliğini sağlamaya çalışmış, cümlelerini kısmen doğru kurmuş ve tamamlamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cümleleri iyi kuramamıştır. Cümleler sıklıkla parçalı ve/veya aralıksız olduğundan okumayı zorlaştırmakta, akıcılığı zayıflatmaktadır. - Cümleleri çok uzun yazmıştır. - Çoğu cümleyi iyi yapılandıramamıştır, cümleler tamamlanmamış görünmektedir. -Yazı içerisinde yaptığı hataları çoğunlukla tekrarlamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cümlelerinde akıcılığı hiç sağlayamamıştır. - Kurduğu aralıksız ve/veya parçalı cümle yapıları ile okumayı tümüyle güçleştirmiştir. - Yazısında cümle çeşitliliğini sağlayamamıştır. - Cümlelerinin hemen hemen hepsinde kurgusal ve yapısal hatalar yapmıştır. Cümleler eksik ve dağınık görünmektedir.
Organizasyon Genel	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktarmak istediği iletiyi / iddiayı açık, anlaşılır ve mantıksal bir akış içerisinde sunmuştur. Yazarın görüşü tümüyle ve kolayca anlaşılmalıdır - Geçiş sağlayan cümleleri ve kelimeleri etkili kullanarak giriş, gelişme ve sonuç bölümlerini belirli bir bütünlük içerisinde iyi düzenlemiş ve iyi sunmuştur. - Yazıda metne uygun bir başlık kullanmıştır. Yazıda organize edici olarak gerektiğinde başlık ve alt başlıklara yer vermiştir. -Yazıda bağlaçları etkili kullanarak paragraf bütünlüğü sağlamıştır. -Yazar iddiasına yönelik her neden için yeni bir paragraf oluşturmuştur. (Özellikle duygusal, mantıksal ve etik nedenler olmak üzere) 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - İddiasını/görüşünü açık, anlaşılır ve belirli bir düzende anlatılmaya ve mantıksal bütünlüğü sağlamaya çalışmıştır. Yazarın görüşü kolayca anlaşılmalıdır. - Yazıda metne uygun bir başlık kullanmıştır. Yazısını düzenlerken gerekli durumlarda başlık ve alt başlıklara yer vermemiştir. -Giriş, gelişme ve sonuç bölümlerini oluşturmuştur ancak organizasyonda eksiklikler vardır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - İddiasını/görüşünü belirli bir düzende sunmuştur ancak görüşü kolayca anlaşılmamaktadır. -Giriş, gelişme ve sonuç bölümlerini ayrı ayrı oluşturmamış ya da bu bölümlerden bazılarını oluşturmamıştır. - Giriş, gelişme ve sonuç bölümleri arasındaki bağlantıyı zayıf kurduğundan ve/veya bölümler arasındaki geçiş ibarelerini eksik bıraktığından düzenlemelerde bariz eksiklikler vardır. - Yazısında mantıksal bütünlüğü oluşturamamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Düşüncelerini/iddialarını/ görüşlerini belirli bir düzene göre yapmamıştır. - İfade etmek istediği fikirleri mantıksal bir bütünlük içinde sunmamıştır. - Giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden en az bir ya da iki tanesini yapmamıştır. Bölümler arası geçiş yoktur.

Puanlama	4	3	2	1
Organizasyon Giriş	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giriş cümlesinde tarafını, görüşünü açık bir şekilde belirtmektedir. Bu bölümünde sadece okurun dikkatini çekmek amacıyla istatistiklerden, örneklerden ve retorik sorulardan vb. yararlanmıştır. - Girişte okuru yazıya davet etmektedir. Okurun dikkatini çekecek sözler ve okuru yazıya çekecek kanca sorular kullanmıştır.Yazının giriş bölümünde okuru konu hakkında bilgilendirmektedir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giriş bölümünde görüş, taraf ve tutumunu belirtmiş ancak görüşü çok genel kalmış ayrıntılandırmamıştır. - Giriş bölümünü okuru davet eder nitelikte oluşturmaya çalışmış ancak okurun dikkatini çekecek uygulamaları gerçekleştirememiştir. - Giriş bölümünde konuyla ilgili bilgilendirmeyi yeterli düzeyde yapamamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giriş bölümünde konu hakkındaki görüşünü/tarafını belli etmiş ancak çok net değildir. -Giriş bölümünü okuru davet eder nitelikte düzenleyememiştir. - Giriş bölümünde konuyla ilgili herhangi bir bilgilendirme yapmamıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giriş bölümünde ya görüşlerini belirtmemiş ya da görüşleri açık ve anlaşılır değildir. -Giriş bölümünde okurun dikkatini çekmemektedir. - Ya giriş bölümüne yer vermemiş ya da hatalı giriş yapmıştır.
Organizasyon Gelişme	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konuyla ilgili bilgilerle, nitelikli detaylarla ve iddiasını destekleyen örneklerle okuru bilgilendirmiştir. - Ele aldığı iddiayı/görüşü destekleyen en az üç neden sunmuş ve her nedeni destekleyen en az iki kanıtla (istatistiki bilgiler, alıntılar, anekdotlar, örneklerle vb.) desteklemiştir. - Görüşünü açık, anlaşılır ve ikna edici bir dille anlatmış, karşıt görüşleri ön görerek yazısında bunlara yer vermiş ve geçerli nedenlerle ikna edici bir şekilde çürütmüştür. - Gelişme bölümünde en az üç farklı neden Mantıksal, duygusal ve etik) paragrafına yer vermiştir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konuyla ilgili bilgilendirme yapmıştır. Ancak yeterli düzeyde örneklerle, istatistiki verilere, gerçek durumlara vb. yer vermemiştir. -Ele aldığı görüşü/iddiayı destekleyen en az iki neden sunmuş ve nedenlerini desteklemeye çalışmıştır. - Görüşünü/iddiasını ve karşıt görüşleri ele almış, karşıt görüşleri çürütme girişiminde bulunmuştur 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konuyla ilgili bilgilendirmeyi yeterli düzeyde yapamamıştır. İkna edici detaylara çok az başvurmuştur. - İddia karşıtı görüşlere, düşüncelere yer vermemiştir. Kendi iddiasını destekleyen nedenler ve kanıtlar zayıf kalmıştır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> -Konuyla ilgili hiçbir bilgilendirme yapmamıştır. İddiasını destekleyen detaylara yer vermemiştir. - İddiasını destekleyen neden/nedenleri açık, anlaşılır ve ikna edici düzeyde sunamamıştır. - İddiasını basit düzeyde yineleyerek ele almış, karşıt görüşlere, düşüncelere yer vermemiştir.

Organizasyon Sonuç	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ele aldığı iddia/kişisel görüş ve nedenleri özetleyerek sonuç bölümünde tekrar sunmuştur. - Kişisel görüş ve okuru harekete geçirecek eylem çağrısına yer vermiştir. Sonuç bölümünü etkileyici bir şekilde bitirmiştir. - Güçlü bir duygu ve net bir sonuçla okuru baş başa bırakmıştır. Okur yazının bittiği duygusunu algılamaktadır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - İddiasını/görüşünü özetleme yoluna gitmeden tekrar tekrar sunma çabası içindedir. - Sonuç etkileyici olmamakla birlikte tatmin edicidir. Okura eylem çağrısı yapmaktadır. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sonuç bölümünde açık ve net olmamakla birlikte kişisel görüş ve iddiasının zayıf bir özetini yapmış ve yazıyı bitirmiştir. - Eylem çağrısı niteliğinde cümle oluşturma girişiminde bulunmuş ancak girişimden öteye gidememiştir. 	<p>Yazar;</p> <ul style="list-style-type: none"> - İddiasını/kişisel görüşünü belirtmemiştir. Sonuç açık ve anlaşılır değildir. Yazı acilen bitirilmiş gibi görünmektedir. - Eylem çağrısı yapmamıştır.
TOPLAM PUAN =				

EK. D

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Çevreyi korumak

Sen niye yerlere çöp atıyorsun yerlere çöp atmad insan sağlığını korur.
 Aynı zamanda senin sağlığını korur. Sen insan sağlığını korumak
 istemisin senin o kadar çevremiz yok mu sen niye yerlere çöp atıyorsun.
 Diğer seninle yere çöp atılan diye seninle dalga geçerler.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

yer tatil çok güzel ve her tatil her zaman eğlenceli
geçer yer tatilini hep eğlenceli geçer
yer tatiline gitmeni ve o kadar sıkıcı bir yer olduğunu
hiç düşünme ve gitmeni ve en güzel olduğunu görmelisin
ve hiç bir zaman yer tatili eğlenmesini geçirmen

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

4-) Bir yerden bir yere taşınmak her kese zor gelir. İnsanların yaşadıkları yerden ayrılmaları kötüdür. Ben ayrılmak istemem. Mektubum;

Baba ben bu mahallede büyüdüm. Buradan gitmek istemem. Gideceğim yere alışmam zor olur. Gitmek istemiyorum.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

6) Yaz tatilinde insanlar eğlenir bence herkes sevmeli, oyun oynarsın, bilgisayar oynarsın, bisiklet sürersin, sonra oyunlar oynarsın. Bence güzel sizde sevin güzel günleriniz olur hep okula gitmesi güzelmi? hadi sen de oyna. Futbol oynamayıda sevmiştürmüsun hadi ikna ol. Tatilde eğlenmişmişin eğlenmesi güzel oyunlar oynarsınız,

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Lütfen! Camları ve plastikleri yerlere atmayın ben leon raman geriyeyorum. Camları yere attığımız raman kırıntılarımız küll oluyor. Kağıtları yere atınca onlarca ağaçlara zarar oluyor. Onları geri dönüşüm kutusuna atın onlar yerlerde rezil olmasın.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Çerene Kirliliği

Bası insanlar yenlere çöp atarlar. Kâğıt, Sise ... gibi çöpler olur. Çeremizde Çeremize bence çöp atmayalım çünkü bunların bazı zararları olabilir. Masala hasto olabilir hersey olabilir ve o yüzden yenlere çöp atmayalım. İyzer Sabakhanca Çöp tenekesi yoksa elimizde bekletiyir eke geldimide çöke bitiris. Çerene birhline zarar. Uenecer Seyda yapmayalım meşala. Fil atıkları bu fil atıklarını suya re. Kodar zarar uenecer biliyormusunuz? Reki o zaman Çereneye kirlenmeyelim.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Gevreyi Kirleten İnsan

Bazı insanlar kağıt, cam, plastik gibi maddeleri yere atarak gevreyi kirletiyorlar. Bu durum hayvanlara, bitkilere, ağaçlara kısacası doğadaki canlılara zarar veriyor. Bu durumu beni çok rahatsız ediyor. Peki o canlıların yerinde sen olsaydın, seninevini batırsalardı hoşuna gider miydi? Eğer hoşuna gitmiyorsa bu duruma engel olmaya çalışmalısın. Yani zarar vermek yerine bir fidan'ekkebilirsin. Bence böylesi daha doğru olur. "Gevreye çöp atmayalım, hayatımızı kirlatmayalım."

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Sevgili yere çöp atan arkadaş: Yerlere çöp atmak çok kötü. Dünyayı yerlere çöp atarak yok ediyorsun... Kendini kapalı bir odaya kapat ve gelmiş bütün yiyecekleri odaya at ve birkaç gün sonra orası çöpten geçilmeyecek. İşte dünyada böyle çöpten geçilenecek ve sen de bu duruma pişman olacaksın. Kendini dünyaya geri ne koy. İnsanların üstüne çöp attığın, düşün neler hiss edersin? Çöpten ne hale geleceğini de düşün senin gibi çocuklar yerlere çöp atıyorlar. İstedön jada böyle olacak sizin yüzünüzden dünya çöpten geçilmeyecek ve dünya yok olursa sen de yok olursun... Lütfen yerlere çöp atmaktan arıyın.

 LÜTFEN

YERLERE 

Lütfen

ÇÖP

ATMA

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

6

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Sevgili Arkadaşım,

Yaz tatili eğlencelidir. Çünkü yaz tatilinde istediğimizi yapabiliriz. Sakaya çıkıp top oynarız, izleriz, saklanma oynarız, yakın top oynarız, oyunlar oynarız. Yaz tatilinde her yer açık olur. Sunaparka gideriz. Seğül olmasın parka gideriz. Yaz tatilinde ince ve kısa kıyafetler giyeriz. Kumşala ve denize gideriz. Güneşleniriz, denizde istediğimizi kadar yüzeriz, kumdan kaleler yaparız. Yaz tatilinde, görmediğimiz akrabaları şehirdeseydik ve yurtdışındakileri akrabalarımızla görüşürüz. Farklı farklı kitaplar okuruz ders çalışırız. Televizyonda bakardığımız dizilerin filmlerin, sinemaların tekrarını izleyebiliriz. Bilgisayarda oyunlar oynayabiliriz. Ayrıca akrabalarımızla görüşebiliriz. Sakakta bisiklet ve skutera süreriz paten kayabiliriz. Kısacası her şeyi yapabiliriz.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Bence evden taşınmamalıyız, çünkü burada yaklaşık 5 senedir oturuyoruz, ve burada çok güzel anılarımız var. Ayrıca Batıkent kadar sakin ve yeşillik alanı olan bir yer yok. Burası merkeze uzak olabilir ama tek otobüs veya minibüsle sadece 10 yada 15 dakika. Ayrıca market, tamirci, kuaför, pastane, bisikletçi, sayısız yeşil alan, birçok park ve güzel insanlar barındıran bir mahallede oturuyoruz. Bir çok güvenebileceğimiz komşularımız var. Yazın da kışın da havası çok güzel ve temiz olan bir mahalle. Burada 35-40'ü geçtik arkadaşım var. Zaten seneye servisle de gitmeyeceğim, arkadaşlarım da azalacak. Bence eğer şehrin merkezinden ev alırsak gece-gündüz şehrin görüntüsü çokeceğiz ve toz duman içinde kalacağız. Dışarıda oynarken yaralanma ihtimalim burdakı sığınan katına çıkacak. Oturduğumuz yer çok katlı, olacak ve deprem durumunda daha kötü hasar alacağız. En iyisi duralım ve mahallemizin tadını çıkaralım.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Antik günümüzdeki çocuklar ödev yapmak istemiyorlar. Ama ben öyle düşünmüyorum ve bunu bir hikaye ile anlatmak istiyorum.

Bir gün Çökce adında bir kızı çocuğu varmış. Çökce 1. sınıfa başladığında ödevlerini istek ile yapıyor. Ama artık büyümeye başladığında tembelleşmiş. Artık öğretmenin verdiği ödevleri istek ile yapmıyormuş. Çünkü ödevlerin gereksiz olduğunu düşünüyormuş. Ama ilerde ödevlerini yapmadığı için günün pırran olacak. Çünkü ödevler çocukları geliştiren Çökce zaten bunun engelini en benden fark etmiş. Tabii geç kalmış. Çökce'nin bütün notları düzensiz ve ödevlerini artık hep düzensiz yazmış.

İşte buradaki hikayede ödevlerin dersleri ve çocukların bilgisini nasıl etkilediğini gördük, o yüzden bir bix olun bütün çocuklar ödevlerini düzenli olarak yazın.



ÖDEVLERİMİZİ
YAPMASIYIZ

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Canım annem ve babam! Buradan taşınmak istediğinizi biliyorum. Ama ben ayrılmak istemiyorum. Şimdi başka bir yere giderssek kimseyi tanımıyoruz. Yabancı olacağız. Hem siz de yabancılaşacaksınız. Biliyorum, orada arkadaş edinirsin diyeceksiniz ama benim hayatım için taşınmıyorum. Hem ben arkadaşlarıma alıştım, sokaga herşeye alıştım, düzenimi kurdum. Hem orası caddede sürekli araba sesi var. Ama bizim eve öyle mi? Teniz ağaçlar doğal yer hiç araba sesi yok. Sessiz sakin bir yer. Hayır olmaz dersiniz kırılırım. Zaten his birşeye izin vermiyorsunuz ki! Ya, lütfen ben okulumdan sokağımdan ayrılmak istemiyorum. Eğer biricik kızımın zorlaşmasını ve kırılmasını istemiyorsanız taşınmayın.

LÜTFEN!

Sizin sağlığınıza ve mutluluğunuza isteyen beniz.

3. BÖLÜM

Bu bölümde sizden istenen, yukarıda verilen on yazma konusu arasından seçtiğiniz bir konuya ilişkin bizleri ikna edebilmek için oluşturduğunuz ikna edici yazınızı bu bölümdeki ilgili yere yazmanızdır.

İKNA EDİCİ YAZI YAZMA ALANI

Sevgili abilerim, ablalarım ve abranlarım;

Ben geçen yolda yürüyün yaparken bir grup bisiklet süren bisikler gördüm. Dışlıkları, başları ve dışlıkları yoktu. Bir de çok hızlı gidiyorlardı. Yanlışlıkla yere düşen çocuğu rahatsız edilebilir olur. En büyük hataları ise caddelerden geçerken sağında soluna bakmama - maktı.

Bir sabahın bir arabası hızla geliyor olabiliyor. Onlarda sağında soluna bakmadığı için arabayı karşılayabiliyor. Ve bazı hataları olabilir. Örneğin ben geçen hafta ve dışlıkları takmadan bisiklete bindim. Bisikletle giderken bir anda hızla gittim. Örnekte başka bir bisikletli çıktı. Ben frene basmaya unuttum. O bisikletliyle çarpıştı. Benim dışı kapayıcı sorun vardı. Çok ağrıyordu ve kanıyordu. Çarpıştığım bisikletliye gelince başka ve dışlığı olduğu için ona bir şey olmadı. Olan bana oldu. Hem de benim yüzümden.

Arkadaşlar şimdi size bu yazıyı yazarak size bisiklete binerken başka ve dışlıkları takmanızı önerdim. Kendimden de bir örnek verdim. Siz ise olun sağında solunda başka ve dışlıkları takmaya ihmal etmeyin. Bir de bu yazıyı okuduktan kendinizi benim yerine koyun ve öyle davranın.

Kaslarınızı Takmayı Unutmayın



Berkay UZUNZK

B. Uzunz

Hayatınızı Tehlikeye Atmayın...

