



İkna Edici Konuşma Becerisinin Geliştirilmesinde Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi Tekniği

Mehmet KURUDAYIOĞLU*
Büşra GOCİAOĞLU**

Öz

Başarılı bir ikna edici konuşmada fikirlerin ve argümanların organize edilerek konuşma metninin yapılandırıldığı hazırlık aşaması büyük önem taşır. Öğrenciler konuşmaya karşı istekli olsalar dahi hazırlık aşamasında uygun strateji ve tekniği belirlemede zorlanabilmektedir. MÖ. 4. yüzyıldan beri üzerinde yoğun ve sistematik bir şekilde çalışılmış, çeşitli kuram ve modellerle zenginleştirilmiş bir alan olarak ikna, ikna edici dil becerilerinin geliştirilmesine yönelik etkinliklerde strateji ve tekniklerden yararlanmak adına oldukça geniş bir alan sunmaktadır. Alan Monroe tarafından geliştirilmiş Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi sırasıyla dikkat, ihtiyaç, tatmin, görselleştirme ve eylem adımlarını içeren ikna tekniklerinden biridir. Çalışmada Dizi konuşma eğitimi kapsamında ele alınmış, öğrencilerin ikna edici konuşma çalışmalarında rehber olarak kullanabilecekleri bir konuşma taslağına ve taslağın kullanımını içeren etkinlik örneklerine yer verilmiştir. Çalışmanın verileri doküman incelemesi yoluyla elde edilmiştir. Alan yazından elde edilen bulgular bu tekniğin kullanılmasıyla öğrencilerin konuşma kaygısının azaldığını, etkinliklere katılımlarının ve konuşma performanslarının arttığını göstermektedir. Teknik, yapısı gereği eleştirel dinleme ve ikna edici yazma kapsamında da ele alınabileceği gibi problem çözme, yaratıcı ve eleştirel düşünme gibi becerilerin geliştirilmesinde de yararlanılabilecek niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: İkna, Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi, konuşma eğitimi, ikna edici konuşma

Monroe's Motivated Sequence Technique for Developing Persuasive Speaking Skill

Abstract

In a successful persuasive speech, the preparation step in which the ideas and arguments are organized and the speech text is structured is significant. Even if students are willing to speaking, they may find it difficult to determine the appropriate strategy and technique. Persuasion as a field that has been studied intensively and systematically since the 4th century B.C., enriched with various theories and models, offers a wide range of activities to use strategies and techniques in activities aimed at developing persuasive language skills. Developed by Alan Monroe, Monroe's Motivated Sequence is one of the persuasion techniques that include attention, need, satisfaction, visualization and action steps, respectively. In this study, the sequence has been discussed within the scope of speaking training and examples of activities including the use of a speech outline and the draft that students can use as a guide in persuasive speech studies are included. Data of this study has been obtained through document review. The findings obtained from the literature show that the use of the technique decreases the speech anxiety of the students, increases their participation in the activities and their speaking performance. The sequence can be handled within the scope of critical listening and persuasive writing, and can be used in the development of skills such as problem solving, creative and critical thinking.

Keywords: Persuasion, Monroe's Motivated Sequence, speaking training, persuasive speaking

* Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Ankara, mkurudayıoglu@hacettepe.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-002-0447-5236

** Arş. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Karaman, busragociaoğlu@kmu.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0003-4321-6605

Giriş

Dilin işlevlerinden biri olan ikna; psikoloji, hukuk, ekonomi, siyaset, pazarlama gibi birçok farklı alanda çeşitli yaklaşımlar dikkate alınarak tanımlanmış olsa da tanımların ortak noktası bir iletişim sürecinin varlığı ve bu süreçte alıcıların düşünce, tutum veya davranışlarının istendik yönde değiştirilmesi üzerinedir. İkna, iletişim yoluyla bir başkasının zihinsel durumunu etkilemeye yönelik kasıtlı bir çabadır (O'Keefe, 2015, s.4). İkna çabasındaki birey, çeşitli duygusal ve bilişsel tekniklerden yararlanarak bir başka bireyin belirli bir davranış, inanç ya da tutumu benimsemesine rehberlik eder (Reardon, 1991, s.2).

Başkalarının düşünce, tutum veya davranışlarını değiştirme isteği antik çağlardan beri süregelmektedir. İkna üzerine yapılan çalışmalar farklı perspektiflerle çeşitlenerek günümüze kadar gelmiş ve günümüzde de güncel yaklaşımlarla birlikte etkin bir şekilde devam etmektedir. Tarihsel açıdan incelendiğinde iknanın Aristoteles'e kadar doğuştan gelen bir yetenek olarak değerlendirildiği, öğrenilebilir ve öğretilbilir bir beceri olarak ele alınmadığı görülmüştür. MÖ. 4. yüzyılda özellikle dönemindeki politikacıların, pazar yerleri ve mahkeme salonlarındaki insanların ikna edici iletişim süreçlerini gözlemleyerek çalışmalarını başlatan Aristoteles (çev. 1995), retorisi, "Belirli bir durumda elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi" şeklinde tanımlamıştır. Kanıtlanma ve inandırma tarzlarının retorik sanatının özünü oluşturduğunu belirterek rethorisi; ethos (kaynak), patos (duygu), logos (mesaj) üçgeninde ele almıştır. Kendinden önceki çalışmalardan farklı olarak Aristoteles iknayı sistematik bir şekilde ele alıp formüle etmiş, ikna üzerine ilk bilimsel yaklaşımı geliştirmiştir. Aristoteles'in en büyük katkısı retorinin bilimsel terimlerle, belirli kavramlarla ve olasılıklara başvurarak tanımlanabilecek bir fenomen olarak görülebileceğini fark etmesi olmuştur (Golden, Berquist ve Coleman, 2000, s.3).

İknanın öğrenilebilir bir beceri olarak değerlendirilmesiyle başlayan süreçte ise başarılı bir ikna edici konuşmada ağırlıklı olarak konuşmacı niteliklerine odaklanıldığı görülmektedir. Çoğunlukla konuşmacının konuşma esnasındaki diksiyonu, beden dili, vurgu ve tonlamaları vb. üzerinde çalışılmıştır. Ancak iknaya yönelik güncel yaklaşımlarla birlikte, konuşmacı nitelikleri dikkate alınsa da, dinleyici kitlesi odak noktası hâline gelmiştir. Bilgi işleme ve bilişsel tepki modelleriyle paralel olarak dinleyicilerin ikna esnasındaki bilişsel süreçlerine odaklanılmış, beynin mantıksal itirazlara nasıl tepki verdiği incelenmiştir. Bu yaklaşımlara göre, dinleyiciler ikna esnasında pasif alıcı konumunda olmamakta, ikna olup olmayacaklarına karar vermek adına aktif bir zihinsel süreç içerisine girmektedir.

Sears ve diğerlerine (1985, s. 164) göre, insanlar maruz kalıkları mesajların pasif alıcısı değil mesajlara karşı bilişsel tepkiler üreten aktif bilgi işleyicilerdir (Akt. Sandıkçioğlu, 2012). Bireyler ikna edici bir mesaj aldıklarında mesajın argümanlarının mesajın iddiasını ne ölçüde desteklediklerini değerlendirmek için büyük ölçüde bilişsel çaba gösterirler (Stiff, 1986, s.2). Dinleyiciler kendilerine sunulan argümanları yetersiz, tutarsız ve güvenilmez buldukları takdirde çaba sarf etmenin bir sonucu olarak mesajı reddedebilirler. Bu durumda dinleyiciler mesaj içeriğini bilişlerinde bir değerlendirmeye tabi tutarken konuşmacıdan gelecek olan argümanların dinleyicinin bilişsel süreçlerine uygunluğu ve mesajın ulaşılabilirliği iknada kritik bir rol oynamaktadır.

İkna Edici İletişim

İkna edici konuşmalar günlük yaşamın getirdiği doğal iletişim süreçlerinden bağımsız, sosyal yaşamdan kopuk bir beceri olarak düşünülmemelidir. Alıcıları etkileme amacı taşıyan neredeyse tüm iletişimsel faaliyetler ikna edici konuşmalar üzerinden gerçekleştirilir. Ne yediğimiz, ne giydiğimiz, kimi dinlediğimiz, hangi müziği tercih ettiğimiz, hangi partiye oy verdiğimiz gibi davranışları şekillendiren ve sürdüren iletişim aslında bir ikna edici iletişimdir (Yılmaz, 2007; Akt. Okur, Süğümlü ve Göçen, 2013). Sosyal doğası gereği toplumun bir parçası olma ve toplumda var olabilmek adına onaylanma ihtiyacı taşıyan insanın ikna edici iletişimde bulunması kaçınılmazdır. İkna; insanların birbirlerini etkilemeleri, kendilerini ifade edebilmeleri, karşıdaki insana kendini kabul ettirebilmeleri, toplumda bir şeyleri birilerine inandırabilmeleri adına bireylerde bulunması gereken bir beceridir (Kaptan, 2015, s.19). Covelli (1966, s.3), ikna edici konuşma becerisini "insanın sosyal anlamda hayatta kalma ve varoluş meselesi" olarak tanımlamıştır. Sosyal ilişkilerde aktif veya pasif bireyler

arasındaki farkı belirleyen ikna edici konuşma becerisidir. Dolayısıyla ikna edici konuşmalar bireylerin iletişimsel deneyimlerinin önemli bir parçasıdır. Etkili iletişimde başarı ölçütlerinden biri de ikna edebilme becerisidir.

İkna'yı iletişimsel boyutuyla ele alan kimi yaklaşımlara göre ikna, dilin ve iletişimin bir işlevi olmaktan öte iletişimin kendisi olarak konumlandırılmıştır. Hovland (1953), ikna modelinde iletişimin temelde bütünüyle ötekini ikna etme üzerine kurulu olduğunu belirtir. Lazar (2001), iletişim sürecinin bir parçası olan herkesin alıcıyı etkileme ve istedik yönde değiştirme amacı taşıdığını ve bu amaca yönelik açık ya da örtük mesajlar ürettiğini öne sürer. Öyle ki insan kimi zaman kendini dahi ikna etme çabası içine girmekte, kendi kendisiyle ikna edici konuşmalar gerçekleştirebilmektedir. Bu durumda içsel konuşmaların da ikna edici bir iletişimin unsurlarını içerdiği söylenebilir.

İletişim ve ikna yapısı gereği de birbirinden ayrılmaz süreçler olarak karşımıza çıkmaktadır. Özodaşık (2012), ikna edici iletişimin normal bir iletişim sürecinin öğelerini barındıran kaynak, ileti, kanal ve alıcı öğelerini kapsadığını belirtmektedir. İnsan, iletişim esnasında kimi zaman kaynak kimi zaman alıcı konumundadır. İkna edici iletişim söz konusu olduğunda da bu durum geçerliliğini sürdürmektedir. Günlük hayatta bireyler birtakım amaçlarla ikna edici mesajlar verme gereksinimi duymakta, aynı zamanda gerek sosyal yaşantılarında gerekse medya aracılığıyla neredeyse her gün ikna amacıyla hazırlanmış dilsel kodlara ya da retorik araçlara maruz kalmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin ikna edici bir iletişim esnasında pasif bir konumda olmaması için ikna edici anlatımda alıcı ve ifade edici dil gelişimlerine yönelik çalışmaların ana dili eğitimi sürecine dâhil edilmesi önemlidir.

Ana dili eğitimi dil becerilerinin yanında düşünme becerilerinin de geliştirildiği çok yönlü bir süreçtir. Bu süreçte strateji ve tekniklerin önemi yadsınamaz. Alan Monroe tarafından geliştirilmiş "Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi", hedef kitlede istedik yönde düşünce, tutum veya davranış değişikliği oluşturma amacı taşıyan ikna tekniklerinden biridir. Bu çalışmada, öğrencilerin ikna edici konuşma becerisinin geliştirilmesinde organize edilmiş net bir konuşma yapısı sunması açısından etkili bir teknik olduğu düşünülen Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi Tekniği alan yazından hareketle tanıtılmış, öğrencilerin ikna edici konuşma çalışmalarında rehber olarak kullanabilecekleri bir ikna edici konuşma taslağı oluşturulmuş ve taslağın derslerde kullanımını içeren etkinlik örnekleri sunulmuştur.

Yöntem

Çalışmada nitel araştırmada kullanılan veri toplama tekniklerinden doküman incelemesi kullanılmıştır. Doküman incelemesi, araştırma süreci boyunca veri olarak toplanan dokümanların anlamının araştırmacı tarafından analiz edildiği veya değerlendirildiği bir yöntemdir (Smulowitz, 2017). Nitel araştırmadaki diğer analitik yöntemler gibi, doküman incelemesi de anlamı ortaya çıkarmak, anlayış kazanmak ve ampirik bilgiyi geliştirmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirir (Corbin ve Strauss, 2008). Çalışma kapsamında Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne yönelik alan yazın taranmış, elde edilen veriler doküman analizine uygun olarak incelenmiştir. Elde edilen verilerden hareketle, ikna edici konuşma etkinliklerinde öğrencilere rehber olması amacıyla bir ikna edici konuşma taslağı oluşturulmuş ve etkinlik örneklerine yer verilmiştir. İkna Edici Konuşma Taslağı Ek 1' de gösterilmektedir.

İnceleme Nesnesi

Literatürde konuya ilişkin sınırlı sayıda çalışma bulunduğundan 1943-2021 yılları arası doğrudan Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne yönelik akademik çalışmalar inceleme nesnesi olarak çalışmaya dâhil edilmiştir. Akademik yayınlarda yer alan bilgiler çoğunlukla araştırma çalışmasına ve yöntemine destek sağlamak için kullanılırken, nitel bir araştırmacı da bu belgeleri bir araştırma kaynağı olarak kullanabilir (Rapley, 2007). Yapılan alan yazın taraması sonucunda iki kitap ve üç araştırma makalesi inceleme nesnesi olarak belirlenmiştir. İnceleme nesnesi olarak belirlenen dokümanlar Tablo 1' de gösterilmektedir.

Tablo 1.

Çalışmada İncelenen Dokümanlar

No	Künye
1	Monroe, A. H. (1943). <i>Monroe's principles of speech</i> . New York: Scott & Foresman.
2	McKerrow, R. E., Gronbeck, B. E., Ehninger, D., ve Monroe, A. H. (2000). <i>Principles and types of speech communication</i> . New York: Addison-Wesley/Longman.
3	Micciche, T., Pryor, B., ve Butler, J. (2000). A test of Monroe's motivated sequence for its effects on ratings of message organization on attitude change. <i>Psychological Reports</i> , 86, 1135-1138.
4	Irawati, E. (2017). Penggunaan Monroe's Motivated Sequence untuk meningkatkan keterampilan publik speaking mahasiswa dalam menyampaikan pidato persuasif. <i>Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pengajaran</i> , 3(2), 188-195.
5	Parviz, E. (2020). How to survive a zombie apocalypse: Using Monroe's Motivated Sequence to persuade in a public-speaking classroom. <i>Communication Teacher</i> , 34(1), 40-46.

Araştırma ve Yayın Etiği

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Bulgular

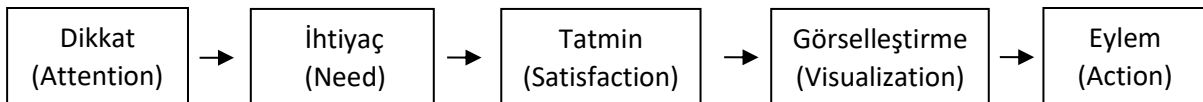
Çalışmanın bu bölümünde öncelikle Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne ilişkin alan yazından elde edilen bulgulara sonrasında bu tekniğin kullanımını içeren ikna edici konuşma etkinliklerine yer verilmiş, Dizi ikna edici konuşma becerisi bağlamında ele alınmıştır.

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi

Alan Monroe, ikna psikolojisi üzerine yaptığı çalışmalardan yola çıkarak "Principle of Speech" adlı kitabında, ikna edici ve motivasyonel konuşmaları bir problem çözme süreci gibi tasarlayarak adım adım organize etmiştir. Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi, dinleyicilerin düşünce veya tutumlarını değiştirerek onları ikna etmeyi ve istedik yönde harekete geçirmeyi amaçlayan beş adımlık bir konuşma taslağıdır.

Dizinin her bir adımı, ikna sürecinde dinleyicilerde meydana gelen bilişsel süreçler üzerine kuruludur. Bu yaklaşım konuşmacıdan çok dinleyici kitlesine odaklanmasıyla kendi dönemindeki ikna yaklaşımlarından ayrılmaktadır. Dinleyicilerin ikna edici bir konuşma esnasında konuşmacıya değil kendi bilişsel süreçlerine odaklandıkları, kendi yararlarını ön plana alarak ikna olup olmayacaklarına dair tercihlerde buldukları düşüncesinden yola çıkmıştır.

Monroe'ya (1943) göre, ikna edici bir konuşma sırasıyla aşağıdaki adımları içermelidir:



Şekil 1. Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi

Monroe'nun dizisi, dinleyiciler için bir sorun belirler ve bu sorunu çözmelerine yardımcı olacak şekilde onları adım adım çözüm sürecine götürür (Griffin, 2010). Monroe (1943), bu diziyi oluştururken insanın bir sorunla karşılaştığında gerçekleştirdiği doğal düşünme sürecini temel aldığı

belirtmektedir. Dizinin her bir adımı, insanın bir problemle karşı karşıya kaldığındaki düşünme sırasına karşılık gelir. Monroe'ya (1943) göre, insan bir problemle karşılaştığında:

1. Problemin varlığını fark etmek üzere dikkatini soruna yöneltir (Dikkat),
2. Problem için bir şeyler yapma ihtiyacının farkına varır (İhtiyaç),
3. Problemin üstesinden gelebilmek için en uygun çözüm yolunu seçer (Tatmin),
4. Çözüm yolunu uygulamak üzere harekete geçer (Eylem).

Monroe (1943), insanın bir problemle karşılaştığında onu çözmeye eğilimli olduğunu ve bu sebeple ikna edilmesi istenen düşünce, tutum ya da eylemin bir problemin çözümü olarak sunulmasının ikna ediciliğinde daha etkili olacağını vurgular. Miller ve Hewgill'e (1966) göre, bu yaklaşımın ikna sürecine uygulanması, herhangi bir ikna edici mesajın en az iki işleve sahip olması gerektiğini düşündürür:

1. Mesaj alıcıları üzerinde bilişsel dengesizliğin uyarılması
2. Bilişsel dengeyi düzeltmek için özel araçların önerilmesi; yani, dengesizliği ortadan kaldıracak belirli bir dizi gizli veya açık davranışların savunulması (s.378)

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne göre organize edilmiş bir konuşmada öncelikle bir problem durumu tanımlanarak dinleyicilerin zihninde bir uyumsuzluk duygusu uyandırılır ve dinleyiciler yeni bir denge durumu elde etmek için tutum veya davranış değişikliğine motive edilir. Problemin tanımlanmasıyla bilişsel dengesizlik içinde bırakılan dinleyici, bir sonraki adımda dengeye ulaşmasını sağlayacak çözüm önerisiyle karşılaştırılır. Monroe'nun bu yaklaşımının öğrenme kuramlarıyla da benzerlik gösterdiği görülmektedir. Piaget'nin öğrenme kuramına göre, insanın doğasında dengeye ulaşmak için içsel bir eğilim vardır ve öğrenme bu şekilde gerçekleşir. Şemalarında yer almayan yeni bir durumla karşılaşan bireylerde çelişkiden doğan bir dengesizlik durumu oluşmaktadır. Bu çelişkiden kurtulmak için birey, eski tutumunu yeni davranışa uyacak biçimde değiştirir (Cüceloğlu, 1990). Monroe (1943), insanın doğasında bulunan dengeye ulaşma arzusunun ikna sürecinde nasıl kullanılabileceğini şu şekilde belirtir:

Bireyler bir ölçüde değişebilse de araştırmaların çoğu insanın bilişleri arasında tutarlılık veya denge aradığını göstermiştir. Doğal yönelimlerini bozan bir sorunla karşılaştıklarında bir çözüm ararlar, bir istek veya ihtiyaç hissettiklerinde onu tatmin etmenin bir yolunu ararlar. Kısaca, bir şey onları bir dağınıklık veya uyumsuzluk durumuna soktuğunda yeni bir denge durumu elde etmek için bilişlerini ve değerlerini ayarlamak veya davranışlarını değiştirmek için motive olurlar (s.197).

Dizi'nin nihai amacı problemin çözüm yolu sunulduktan sonra çözüm yolunu uygulamak üzere dinleyicileri harekete geçirmektir. Ancak dinleyiciler sunulan çözüm önerisini onaylamak konusunda herhangi bir zorunluluk duymamalıdır. Sunulan problemi çözmek zorunda hissetmemeli, problemi çözmek istemelidir. Aksi takdirde bu durum onlarda yaratılan tutum veya davranış değişikliğinin kalıcılığını olumsuz yönde etkileyecektir. Monroe (1943), bu aşamada istek ve motivasyonu eylemin ön koşulu olarak ele almıştır. Ona göre, dinleyiciler ikna olup olmayacaklarına karar verme konusunda aktif alıcılardır ve dinleyiciler tarafından alınan kararların niteliği eyleme geçme açısından belirleyicidir. Monroe (1943), dinleyicileri harekete geçiren başarılı bir ikna edici konuşmada dinleyici tarafından alınan kararların niteliğini şu şekilde açıklar:

Aradığınız şey gerçek bir karardır. İsteksiz alınmış bir kararın değeri azdır. Çünkü böyle bir karar genellikle kısa bir süre sonra iptal edilir veya sonrasında alınacak kararlara bir engel görevi görür. Hedef kitlenize teklifinizi yapmak zorunda olduklarını hissettirmek yerine yapmak istemelerini sağlamalısınız (s. 196)

Bu nitelikte bir kararın alınmasını sağlamak için dinleyicilerde gerçekleştirecekleri eylemin sonuçları üzerine güçlü inançlar oluşturulmalıdır. Eylem ve inanç birbiriyle yakından ilişkilidir (Monroe, 1943). Dinleyicileri eyleme davet etmeden önce onlarda sunulan çözüm önerisine dair güçlü bir inanç oluşturulması, önerilen tutumun veya eylemin bir fark yaratacağının düşündürülmesi ikna olasılığını arttırmaktadır. Schwarzer'e göre (2014; Akt. Keith ve Lundberg, 2015) insan, konfor bölgelerinin dışında düşünmenin veya hareket etmenin bir fark yarattığına inanç duyduğu zaman farklı düşünme veya hareket etme olasılığı daha yüksek olacaktır. Bu duruma örnek olarak ürün satış

reklamlarında, elde edilen gelirin bir kısmıyla yoksul çocuklara destek olunacağını bilgisinin veriliyor olması gösterilebilir.

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi konuşmacılara sırasıyla dikkat, ihtiyaç, tatmin, görselleştirme ve eylem olmak üzere beş adımı içeren organize edilmiş net bir konuşma taslağı sunmaktadır. Adımların sırası sabit olmakla birlikte adımlara ayrılacak süreler, adımlarda kullanılacak yöntemler veya vurgulanacak noktalar konuşmacıya, hedef kitleye, konuşma konusuna ve amacına göre değişiklik gösterebilmektedir. Monroe (1943), dizinin içerdiği adımları geliştirmek ve etkisini güçlendirmek adına çeşitli yöntemler önermiştir. Aşağıda her bir adım ayrı ayrı ele alınarak, adımlarda kullanılması önerilen yöntemler açıklanmıştır. Adımların temel amaçları ve yöntemleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2.

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'nde Amaç ve Yöntemler

No	Adım	Amaç	Yöntemler
1	Dikkat	Dinleyicinin konuşmanın içeriğine ve probleme ilgi duymasını sağlama	<ul style="list-style-type: none">• Konu veya probleme atıf• Retorik sorular• Şok etme• Mizah içeren hikâye/ fıkra anlatımı• Örnek olay/ hikâye ile zihinde canlandırma
2	İhtiyaç	Dinleyicilerde problemin çözümü için bir şeyler yapma ihtiyacı oluşturma	<ul style="list-style-type: none">• Problemi tanımlama• Örnek olay/ hikâye ile zihinde canlandırma• İstatistikî veriler ve alıntılarla destekleme• Problemi kişiselleştirme
3	Tatmin	Dinleyicileri sunulan çözüm yolunun en uygun çözüm yolu olduğuna ikna etme	<ul style="list-style-type: none">• İstenen tutum/eylemi belirtme• Şema, tablo, grafikler vb. ile açıklama• Teoride gösterme• Pratikte gösterme• İtirazları engelleme
4	Görselleştirme	Çözüm yolunun sonuçlarını dinleyicilerin zihninde canlandırma	<ul style="list-style-type: none">• Pozitif yöntem• Negatif yöntem• Karşılaştırma yöntemi
5	Eylem	Çözüm yolunu uygulamak üzere dinleyicileri eyleme davet etme	<ul style="list-style-type: none">• Meydan okuma/ itiraz etme• Referans gösterme• Kişisel niyeti açıklama• Örnek olay/ hikâye anlatımı• Konuşmayı özetleme• Eyleme davet etme

1. Dikkat

Dikkat konuşma boyunca canlı tutulmalıdır fakat bu adımda konuşmanın başlangıcında dikkat çekme temel amaçtır. Başlangıçta dinleyicinin ilgisini ve dikkatini çekebilmek konuşmanın diğer adımlarında verilen mesajların daha etkili olmasını sağlayacaktır. Konuşma esnasında dinleyiciler kimi zaman isteksiz ve sıkılgan bir tutum içerisinde bulunabilmektedir. Bu tutum değiştirilmedikçe konuşmanın diğer adımları da başarısız olacaktır. Monroe (1943), dikkat unsurlarının konuşmanın ana fikrine yönelik olması gerektiğini belirtmiş, dikkat çekmek için aşağıdaki yöntemleri önermiştir:

- Retorik sorular sorma
- Şaşırtıcı bir gerçeğin açıklanmasıyla şok etme
- Konu veya probleme atıf

- Mizah içeren hikâye veya fıkra anlatımı
- Örnek olay veya hikâye anlatımı ile zihinde canlandırma

2. İhtiyaç

İhtiyaç adımı dinleyicinin konuşmayla ilgilenmesi için bir nedenin sunulduğu adımdır. Bu aşamada temel nokta problemi açık bir şekilde tanımlayıp sorunun dinleyicileri kişisel veya sosyal açıdan nasıl etkilediğini belirtmektir. Dinleyiciler problemi net bir şekilde anlayıp sahiplenmelidir ki problemi çözmek için kişisel bir ihtiyaçları olduğuna dair tutum geliştirsinsinler. Petty, Ostrom ve Brock'a (1981) göre, ikna edici bir konuşmada tutum değişikliği sunulan problemin dinleyicilerin kişisel veya sosyal ihtiyacı ile ne ölçüde ilişkili olduğuna bağlıdır. Aksi takdirde kendi kendilerine "Bu çok kötü, ama benimle ne ilgisi var?" diyeceklerdir (Monroe, 1943, s. 205).

Monroe (1943), konuşmanın amacına göre şekillenen iki tür ihtiyaç bulunduğunu belirtmektedir. Dinleyiciler, ya mevcut koşullar olumsuzlanarak değişikliğe ya da mevcut koşulları tehdit eden tehlikelere dikkat çekerek istikrara teşvik edilir. Konuşmanın içeriği bu ihtiyaç türüne göre belirlenmelidir. İhtiyaç adımının geliştirilmesi için aşağıdaki yöntemler önerilmiştir:

- Problemi net, kısa ve öz bir şekilde tanımlama
- Örnek olay veya hikâye anlatımı ile zihinde canlandırma
- Ek bilgi, alıntı, istatistikî veriler vb. ile destekleyerek konuyu genişletme
- Sorunun dinleyicileri kişisel olarak nasıl etkilediğini gösterme

3. Tatmin

Tatmin adımı bir önceki adımda belirlenmiş olan ihtiyacın karşılandığı, problemin çözümünün sunulduğu aşamadır. Dinleyicileri, problemin çözümü için önerilen tutum ya da davranışın en uygun çözüm yolu olduğuna inandırmak amaçlanmaktadır. Monroe'ya (1943, s. 207) göre bu adım, hedef kitlenin "O haklı, bu mantıklı bir çözüm." demesini sağlamalıdır.

Monroe (1943), bu aşamanın geliştirilmesinde aşağıdaki yöntemleri önermektedir:

- Kitlenin benimsemesi istenilen tutum veya eylemi net, kısa ve öz bir şekilde belirtme
- Şema, tablo ve grafiklerden yararlanarak çözüm yolunu açıklama
- Teoride gösterme: Çözümün belirtilen ihtiyacın karşılanmasında mantıklı ve yeterli olduğunu gösterme
- Pratikte gösterme: Gerçeğe dayalı örnekler, olaylar, rakamlar ve uzman alıntılarını kullanma
- İtirazları karşılama: Dinleyicilerden gelecek olası bir karşı argümanın nasıl üstesinden geleceğini göstererek muhalefeti engelleme

4. Görselleştirme

Monroe'ya (1943) göre, görselleştirme adımı sunulan çözüm yolunun gerçekliğinin test edildiği adımdır. Projeksiyon (yansıtma) olarak da adlandırılan bu adımdaki konuşmanın etkileyciliği, söz konusu hayalî yansıtmanın ne düzeyde canlı ve gerçekliğe yakın olduğuna bağlıdır. Canlandırılan koşullar gerçeklikten uzak olmayan olası koşullar olmalı, dinleyiciler bu canlandırmada aktif rol almalıdır. Görselleştirme adımı dinleyiciyi geleceğe göndermeli ki gelecekteki koşulların görüntüsünden etkilenebilsinler (Monroe, 1943, s.207). Monroe (1943), bu aşamada soyut olunmaması gerektiğini, duyu organlarına hitap eden anlatıların daha canlı ve etkili olacağını belirtir. "İzleyicileri fiilen resme koymalısınız. Canlı ve inandırıcı görüntüler kullanın: kitlenin görmesini, duymasını, hissetmesini, tatmasını ve koku almasını sağlayın." (Monroe, 1943, s.208).

Sunulan çözüm yolunun onaylanması durumunda getirilerinin, onaylanmaması durumunda oluşacak kayıpların dinleyicilerin zihninde canlandırmasını sağlamak teklife karşı duyulan arzuyu arttıracaktır. Önerinin onaylanmasıyla kazanılacak güvence, zevk, gurur, kâr gibi konulara değinilmelidir. Önerinin onaylanmamasıyla gelecek olumsuz şartlar ise tehlike, tatsızlık gibi durumlarla zihinde canlandırılmalıdır. Bu yöntem ihtiyaç adımı ile sıkı bir ilişki içerisinde. İhtiyaç adımı tanımlanan problem burada tekrar hatırlatılır.

Monroe (1943), görselleştirme adımının geliştirilmesinde üç farklı yol belirlemiştir:

- Pozitif Yöntem: Dinleyicilerin önerilen çözüm yoluna ikna olmaları hâlinde gelecekteki olumlu koşulları zihinde canlandırma
- Negatif Yöntem: Dinleyicilerin önerilen çözüm yoluna ikna olmamaları hâlinde gelecekteki olumsuz koşulları zihinde canlandırma
- Karşılaştırma Yöntemi: Dinleyicilerin çözüm yoluna ikna olmamaları hâlinde oluşacak istenmeyen durumu zihinde canlandırdıktan sonra hemen arkasından çözüm yoluna ikna olmaları hâlinde oluşacak arzu edilen durumu zihinde canlandırma

5. Eylem

Dizinin nihai amacı dinleyicileri harekete geçirmektir. Harekete geçme kavramı yalnızca fiziksel bir eylemde bulunmayı değil düşünsel olarak da bir değişim yaşamayı kapsamaktadır. Eylem adımının işlevi, görselleştirme adımıyla yaratılmış arzuyu; sabit tutuma, inançlara veya açık eyleme dönüştürmektir (Monroe, 1943, s.209). Konuşma sonlandırılırken, dinleyicilerden beklenen tutum veya davranış biçimi net, kesin, kısa ve öz bir biçimde ve genellikle bir cümle ile belirtilmiş olmalıdır.

Monroe'ya (1943) göre, bu aşamada kullanılacak yöntemler şu şekildedir:

- Karşıt görüşlere meydan okuma veya itiraz etme
- Alanında uzman veya kitlenin saygısını ve güvenini kazanmış kişileri referans gösterme
- Örnek olay veya hikâye anlatımı ile zihinde canlandırma
- Önerilen davranış biçimine veya tutum değişikliğine yönelik kişisel amacını açıklama (Bu yöntem konuşmacı kitle karşısında saygın ve güvenilir bir konumdaysa önerilmektedir.)
- İhtiyaç ve tatmin adımlarının ana noktalarını özetleme
- Özetlemenin hemen ardından açık, kısa ve net bir şekilde eyleme davet etme

Aşağıda Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi kullanılarak hazırlanmış bir örnek konuşma metnine yer verilmiştir:

1. Dikkat

Bunu bir daha yapmak zorunda kalmamak için dua ediyorum. Çocuk ve ölüm arasına sadece yer fıstığı koymaktan daha kötü bir şey olabilir mi? Umarım bunu asla yapmak zorunda kalmazsınız ve daha sonrasında onu hatırlayarak yaşamaya devam etmezsiniz. Eğer seslerini duymuş ve gözlerini görmüş olsaydınız... Ocak ayında, Atina'da, bombadan yara izleri olan işçilerin bölgesinde kalan tek şey, bıraktığım yarım kiloluk bir fıstık konservesiydi. Açmak için uğraşırken düzinelerce bakımsız çocuk bedenimi çılgınca tırmalayıp tutmaya çalışıyordu. Çok sayıda anne, kollarında bebekleri, itiştiler ve bana ulaşmaya çalıştılar. Bebeklerini bana doğru tuttular. Bir deri bir kemik minicik eller kasılarak uzandı. Her yer fıstığını saymaya çalıştım. Aşırı sevinçten neredeyse ayaklarıma sarıldılar. Yüzlerce elden başka bir şey yok. Eller yalvarıyor, eller tutuşuyor, eller umutsuz oluyor; hepsi acınacak derecede küçük eller... "Buraya bir tuzlu fıstık, buraya bir yer fıstığı...". Avuçlarımda kalmış altı tane fıstık ve ayaklarımda bir deri bir kemik bedenlerin vahşi mücadelesi. Buradaki fıstık başka, oradaki başka. Uzanıp yalvaran yüzlerce el, umudun ışığıyla dışarı fırlamış yüzlerce göz. Çaresiz durdum; ellerimde mavi, boş bir kutu... Evet, umarım bu asla başınıza gelmez.

2. İhtiyaç

Bir çocuğun hayatının haftada bir film, bir rujdan veya birkaç paket sigaradan daha az değerli olduğunu kim söyleyebilir? Ancak bugünün dünyasında, özel yardım kuruluşlarına ve başkalarının yardımına bağımlı olan en az 230.000.000 çocuk var. Amiens'den Atina'ya, Kahire'den Kalküta'ya ve Chungking'e savaş hala milyonlarca kimsesiz çocuğa ölümü bir kol mesafesinde tutuyor. Onların tek umudu, tamamen size ve bana bağlı olan, onları ne kadar önemseyeceğimize ve ne verdiğimizimize bağlı olan özel yardım kuruluşlarında yatmaktadır.

3. Tatmin

Birleşmiş Milletler halklarının bunu önemseydiğini gösteren dünya çapında bir kampanya var. Genel merkezi New York City, Broadway'deki Birleşmiş Milletler Çocuklar için Başvuru Merkezi olan UNAC'taki kendi birimiz Amerikan Denizaşırı Yardımı. Amerikan Denizaşırı Yardımı, şubat ayında, Amerikalılardan 60.000.000 dolar toplama çağrısında bulunuyor. Bu, yer fıstıklarını sonsuza dek

onlara verebileceğimiz bir fırsat. Her Amerikalının içinde olmak isteyebileceği kadar büyük bir şey. Amerikan Denizaşırı Yardımı'na katkıda bulunan her kuruluş, milyonlarca savaş kurbanı çocuğa yiyecek, tıbbi bakım ve yeni bir hayat getirmeye yardımcı olacak.

4. Görselleştirme

Seslerini duyabiliyor ve gözlerini görebiliyor olsaydık; şimdi aç ve hastalıklı ya da yakında ölecek olan milyonlarca çocuk koşacak, bir kez daha oynayacak ve gülecekti. Bu sadece kaçımızın onları işiteceğine ve kaçımızın onları göreceğine bağlıdır. Size ulaşmaya çalışan her yere yayılmış parmaklarına bakın ve

5. Eylem

katkınızı American Broadcast, 39 Broadway, New York'a gönderin. (Leland Stowe; Akt. Monroe, 1943).

Ana Dili Eğitiminde İkna Edici Konuşma Becerisi

İkna edici konuşmalar etkili iletişim kurma sürecinde oldukça önemli olduğu gibi içerisinde barındırdığı unsurlar da dil becerilerinin yanı sıra düşünme becerilerinin kazandırılması açısından işlevseldir. İknaı yalnızca iletişimsel amaç bağlamında ele alarak alıcıda düşünce, tutum veya eylem değişikliği yaratmak olarak görmek bu unsurların gözden kaçırılmasına sebep olacaktır. İkna edici bir konuşma yetkin bir dil kullanımı, net bir fikir organizasyonu, sorunların sağlam bir analizi ve mantıksal çıkarımın uygun kullanımını içerir (Covelli, 1966, s.2). İkna edici konuşmalar içerisinde barındırdığı bu unsurlar açısından hem konuşmacı hem dinleyiciler için yaratıcı, eleştirel, analitik düşünme gibi üst düzey düşünme becerilerini geliştirecek nitelikte bir yapıya sahiptir.

Kurudayıoğlu'na (2013) göre, konuşma becerisini geliştirmeye yönelik tasarlanan ve uygulanan etkinliklerin konuşma becerisi ile birlikte eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme, problem çözme, karar verme gibi becerileri de geliştirmesi gerekmektedir. Dizi, temelinde bir problem belirleme ve belirlenen problem için seçilen en uygun çözüm yoluna dinleyicileri ikna etme üzerine kuruludur. Dolayısıyla problem ve çözüm yollarını belirlemek, sonrasında en uygun çözüm yoluna karar vermek bu tekniğin uygulanmasında kaçınılmazdır.

Problemin tanımlanması ve çözüm yollarının üretilmesi yaratıcı düşünme becerisinin geliştirilmesi açısından da önemli görülmektedir. Dizi, konuşmayı organize etme aşamasında öğrencilere net bir yapı sunar. Ancak ikna edici bir konuşmadaki ana hatlara göre oluşturulmuş bu konuşma taslağı katı ve sabit değil, konuşmacıya ve dinleyicilere göre değişebilen esnek bir yapıya sahiptir. Tekniği uygularken öğrenciler konuşmada yalnızca adımların sırasına bağlı kalmaktadır. Seçecekleri problem ve çözüm yollarında, adımlarda uygulayacakları yöntemler ve kullanacakları materyaller konusunda belirleyici olan yaratıcı düşünme becerileridir. "Bu yapıyla, konuşmacılar kendilerinden ne beklediğinin tam olarak farkında olduklarından, ancak yaratıcılık pahasına değil, artan bir güven ile teslim olurlar. Yeni konuşmacılar ikna edici becerilerini geliştirdikçe, gerektiğinde inşa edip başvurabilecekleri sağlam bir teorik temele sahip olmuşlardır." (Miller ve Hewgill, 1966).

İkna edici konuşmaların temelinde argüman geliştirme bulunur. Paul'a (1995) göre, argümantasyon becerisini geliştirmeye yönelik çalışmalar öğrencilere eleştirel düşünme eğitimi vermenin en temel yoludur. Bu süreçte hem konuşmacı hem dinleyici tarafından destekleyici, çürütücü ya da önleyici argümanlar üretilir. Dinleyiciler de ikna edici bir konuşma sırasında kendilerine sunulan argümanları sorgulayıcı bir biçimde değerlendirirken karşıt argümanlar geliştirebilmektedir. Karşılıklı bir konuşma yapılmassa bile, dinleyiciler konuşmacının argümanlarını değerlendirirken zihinsel olarak itiraz edebilirler (Simonds, Hunt ve Simonds, 2008). Konuşmacı ise yalnızca ikna etmek istediği düşünceyi, tutumu veya eylemi destekleyici argümanlar geliştirmekle kalmaz. Daha ikna edici olmak adına oluşturmuş olduğu bu argümanlara karşı dinleyiciden gelebilecek itirazları ve çürütücü argümanları da önceden tahmin etmeye çalışır. Bir başka deyişle, konuşma gerçekleşmeden önce kendisini dinleyicinin yerine koyarak konuşma esnasında kendi argümanlarına karşı gelebilecek olası itirazlar ve çürütücü argümanlar ortaya koyar ve sonrasında bunlara karşılık olarak muhalefeti önleyici argümanlar geliştirir. Önleyici argümanlar geliştirmek ise konu üzerinde çok yönlü düşünebilme ve tek taraflı mesajlar yerine iki taraflı mesajlar sunabilmeyi gerektirir.

Temel dil becerileri birbirleri ile etkileşim hâlinindedir ve eğitim öğretim ortamları bu ilke esas alınarak yapılandırılmaktadır. Konuşma esnasında yalnızca konuşmacı değil dinleyici öğrenciler de aktif bir şekilde sürece dâhil edilmelidir. İkna edici bir konuşma esnasında dinleyici olan öğrenciler de eleştirel dinleme yaparak süreçte aktif rol almalı, konuşmaya sorgulayıcı bir gözle bakabilmeli, ikna olup olmayacaklarına karar verme aşamasında pasif alıcı konumunda olmamalıdır. Monroe'ya (1943) göre, nasıl ikna edebileceğini bilmek ikna edici bir mesajı nasıl değerlendireceğini de bilmeyi sağlar. Monroe'nun ikna tekniğini uygulayarak nasıl ikna edileceğini öğrenen öğrenciler, ikna edici bir konuşma esnasında da eleştirel dinleme yaparak ikna edici bir mesajı nasıl değerlendireceklerini öğreneceklerdir.

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne Yönelik İkna Edici Konuşma Etkinlikleri

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi Tekniği'nin kullanımına yönelik tasarlanmış konuşma etkinliklerinde ikna edici konuşma becerisinin yanı sıra problem çözme, yaratıcı ve eleştirel düşünme becerilerine odaklanılmış; simülasyon oluşturma ve rol yapma tekniklerinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin problem ve çözüm odaklı ikna edici konuşmalar yapması için uygun ortamı sağlamak amacıyla tasarlanan bu etkinliklerde, öğrenciler Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne ilişkin gerekli arka plan bilgisine sahip olmalı ve etkinlikler süresince konuşma taslağından yararlanmalıdır.

Etkinlikler arasında konu/problem durumu seçiminin öğrenciye bırakıldığı etkinlikler olduğu gibi problem durumunun önceden belirlenmiş olduğu etkinlikler de bulunmaktadır. Konu seçiminin serbest olduğu konuşma etkinliklerinde öğrenciler duygusal olarak yakın oldukları konuları seçmeye eğilimli olabilirler. Bu durum konuşmaya karşı olumlu tutum geliştirmelerini sağlasa da kimi zaman konuşma etkinliğinin amacından uzaklaştırabilmektedir. Öğrencilerin problem durumunun öğretmen tarafından belirlendiği, konuya karşı olan duygusal bağlarının azaltıldığı etkinliklerle daha çok tekniğin adımlarına ve konuşmanın stratejik bir şekilde organize edilmesine odaklanabileceği düşünülmektedir. Bu sebeple başlangıçta ikna edici konuşmalara olumlu tutum geliştirmeleri için problem durumu seçiminin serbest olduğu konuşma etkinliklerinden, sonrasında problem durumunun öğretmen tarafından belirlenmiş olduğu etkinliklerden yararlanılması önerilmektedir. Aşağıda tasarlanan etkinlik örneklerine yer verilmiştir.

1. Etkinlik

Öğrencilerden iki kâğıt parçasından birine küresel, toplumsal veya bireysel düzeyde bir problem belirleyerek yazmaları, diğer kâğıt parçasına ise günlük hayatlarında hiç kullanmadıkları/ kullanmayacakları bir ürün yazmaları istenir. Kâğıtlar iki ayrı torbada toplanır. Her bir öğrenci iki torbadan da birer kâğıt seçer. Öğrencilerden seçtikleri ürünleri kullanarak seçtikleri sorunları nasıl çözeceklerine dair İkna Edici Konuşma Taslağı'na uygun konuşmalar hazırlamaları istenir. Bu etkinlik, ikna edici konuşma becerisini geliştirmesinin yanı sıra öğrencileri yaratıcı düşünmeye teşvik etmektedir. Örneğin öğrencileri bir tornavida ile hava kirliliği sorununu nasıl çözebilecekleri üzerine düşündürtebilir.

2. Etkinlik

Öğrenciler kendi problemlerini oluşturmaları ve problemin çözümüne yönelik ürün tasarımları konusunda yönlendirilir. Sonrasında tasarladıkları ürünlerin satışı için bir reklam metni hazırlamaları ve sunmaları istenir. Dinleyici öğrenciler potansiyel alıcı konumundadırlar. Ürün tasarlayan öğrencilerin amacı ise en çok satışı yapmak için dinleyicileri ürünlerini satın almaları konusunda ikna etmektir. Problem belirleme ve ürün tasarımı konusunda öğrenciler sınırlandırılmamalı, yaratıcı düşünmeye teşvik edilmelidir. Belirledikleri problemi dinleyicilerle ilişkilendirmek, onların problemi kişiselleştirmelerini sağlayarak tasarladıkları ürüne ihtiyaçları olduğunu hissettirmek bu etkinliğin temel amacıdır. Öğrenciler ürün tasarımı aşamasında kendi oluşturdukları çizim ve materyallerden yararlanarak sunumlarını zenginleştirebilir. Dinleyiciler Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'nin adımlarını ölçüt alarak argümanların sunum şeklini ve ürünlerin tasarımının argümanlara uyumlu olup olmadığını değerlendirir ve satın almak istedikleri ürünü seçer.

3. Etkinlik

Öğrencilerin ıssız bir adada mahsur kaldıklarına dair hayalî bir durum oluşturulur. Bu aşamada görseller ve ses efektlerinden yararlanılabilir. Öğrenciler beşer kişilik gruplara ayrılır ve oluşturulan gruplardan biri karar heyeti olarak seçilir. Grupların amacı Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ni kullanarak karar heyetini kendi adadan kaçış planlarının en uygun çözüm yolu olduğuna ikna etmektir. Gruplar öncelikle adadan kaçış için kendi çözüm yollarını belirler. Sonrasında gruplardaki her bir öğrenci dizinin bir adımını oluşturur ve konuşma metni uygun geçişlerle bir bütün hâline getirilerek sunuma hazırlanır. Her bir öğrenci sırayla kendi oluşturduğu bölüme ilişkin konuşmasını yapar. Karar heyeti dizinin adımlarında kullanılan yöntemleri değerlendirecek, tekniği en doğru şekilde uygulamış grubun çözüm yolu adadan kaçış için seçilecektir.

4. Etkinlik

İş görüşmesi olarak tasarlanan bu etkinlikte öğrencilerden söz konusu iş için en uygun adayın kendileri olduğuna dair şirket sahiplerini ikna etmek amacıyla bir konuşma hazırlamaları istenir. Beş öğrenciden oluşan bir grup bu esnada şirketlerini kurar, iş tanımını ve işe alınacak kişide aranan özellikleri belirtirler. Öğrenciler ikna edici konuşmalarını hazırladıktan sonra sırayla şirket grubunun mülakatına katılırlar. Şirket üyelerinin her biri dizideki bir adımın değerlendirilmesiyle görevlidir. Tekniği en doğru şekilde kullanan ve belirlenen özelliklere en uygun aday/adaylar işe kabul edilir. Şirket üyeleri konuşma esnasında adaylara soru sorabilir, adayların söylediklerine karşı argümanlar üretebilirler. Bu aşamada aday olan öğrencilerden özellikle tatmin adımındaki itirazları karşılama tekniğini kullanmaları beklenmektedir.

5. Etkinlik

İkna edici konuşmalar yapmak üzere oluşturulan gruplar bir problem oluşturmaları ve bu problemin çözümü için bir bağış kampanyası başlatmaları gerektiği konusunda bilgilendirilir. Bu etkinlikte grupların amacı dinleyicileri kendi bağış kampanyalarına yardımda bulunmak için ikna etmek ve en çok bağışı toplayabilmektir. Dinleyici öğrenciler yapacakları bağış miktarı konusunda özgürdür, farklı miktarlarda birden fazla kampanyaya bağış yapabilirler. Ancak konuşmalarda kullanılan dikkat, ihtiyaç, tatmin, görselleştirme ve eylem adımlarının her birini ayrı ayrı değerlendirerek her bir adıma yapacakları bağış miktarını belirlemelidirler. Beş adımın değerlendirilmesi sonucunda yapılan toplam bağış miktarları açıklanır. Toplamda en çok bağış miktarını elde eden grup kazanan olarak belirlenir.

Tartışma ve Sonuç

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi dikkat, ihtiyaç, tatmin, görselleştirme ve eylem olmak üzere beş adımdan oluşan, kitleleri ikna etmek amacıyla organize edilmiş bir konuşma tekniğidir. Tekniğin, topluluk önünde konuşmaktan endişe duyan, konuşmalarını planlama ve organize etmede zorlanan öğrenciler için net bir konuşma taslağı sunacağı düşünülmüştür. Bu amaçla Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne ilişkin alan yazından elde edilen bulgulara yer verilmiş, tekniğin ikna edici konuşma becerisinin geliştirilmesinde kullanımına yönelik bir ikna edici konuşma taslağı ve etkinlik örnekleri sunulmuştur. Dizinin içerdiği adımlar ve yapısı gereği konuşma becerisinin yanı sıra problem çözme, karar verme, yaratıcı ve eleştirel düşünme, argümantasyon ve özetleme becerisi gibi becerilerin geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'ne ilişkin alan yazın incelendiğinde bu tekniğin ve ikna üzerine etkisinin araştırıldığı sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Türkçe eğitiminde ise tekniğe yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Micchie (2000), tekniğin literatürde şaşırtıcı şekilde az ilgi gördüğünü belirtmiş, ikna üzerine etkisinin ölçülmesinde deneysel çalışmaların olmadığına dikkat çekmiştir. Bu amaçla çalışmada Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'nin alıcılar üzerindeki algı ve tutum değişikliğine etkisini incelemiştir, tekniğin kullanılmasıyla verilmek istenen mesajın anlaşılabilirlik düzeyinin arttığını tespit etmiştir. Irawati E. (2017), üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada topluluk önünde konuşma derslerinde Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi'nin kullanımıyla öğrencilerin konuşma performanslarının ve etkinliğe katılım düzeylerinin arttığını gözlemlemiştir. Parviz (2020),

benzer şekilde topluluk önünde konuşma sınıflarında uygulamış olduğu Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi Tekniği'nin sonucunda öğrencilerin konuşma kaygı düzeylerinin düştüğünü ve katılımın arttığını belirtmiştir.

Strateji, yöntem ve tekniklerin hedefe ulaşmayı kolaylaştırarak zamandan tasarruf sağladığı ve böylece eğitim-öğretim sürecini daha verimli hâle getirdiği bilinmektedir. Kavcar, Oğuzkan ve Sever'e (2000) göre, Türkçe dersinin çok yönlü yapısı eğitim-öğretim sürecinde çeşitli yöntem ve tekniklerin kullanımını gerektirmektedir. Ana dili eğitimi ile geliştirilmesi beklenen temel dil becerilerinin kendi içerisinde türlere ayrılıyor oluşu, bu türlere özgü hazırlanmış yöntem ve tekniklerin önemini arttırmaktadır. Birçok farklı alanda üzerinde yoğun bir şekilde çalışılmış olan ikna; çeşitli kuram, model, strateji ve tekniklerle zenginleştirilmiş bir alandır. Dolayısıyla ikna edici konuşma becerisinin geliştirilmesine yönelik etkinlikler, ikna tekniklerinden yararlanmak adına oldukça elverişlidir. İknaya yönelik strateji ve tekniklerden yararlanarak yapılandırılmış ve organize edilmiş konuşma etkinlikleriyle öğrencilerin ikna edici konuşmalarda daha hazırlıklı ve motive olacağı, bununla paralel olarak üst düzey düşünme becerilerinin daha sistematik bir şekilde geliştirileceği düşünülmektedir.

İkna edici konuşmalar bireylerin günlük hayatta sıklıkla karşılaştığı ve kullanmak durumunda kaldığı konuşma türlerinden biri olsa da bilgi, motivasyon veya özgüven eksikliği gibi sebeplerden kaynaklı konuşmaya yönelik kaygı yaşanabilmektedir. Topluluk karşısında yapılacak konuşmalar söz konusu olduğunda ise kaygı düzeyi oldukça artmaktadır. Fellows ve Madden (2006) öğrencilerin, başlangıçta topluluk önünde konuşmaya karşı istekli ve özgüvenli olsalar dahi; konuşmanın konusuna yönelik araştırma yapmada, konuşmaya uygun strateji ve teknik geliştirmede, konuşma bölümlerini oluşturmada ve sıralamada, bilgilendirici ve ikna edici konuşma arasındaki farkı ayırt etmede zorlandıklarını belirtmektedir. İyi bir hazırlık sürecinden geçmemiş, yöntem ve tekniklerden yararlanarak organize edilmemiş konuşmalar; öğrencilerin konuşmalarında başarısız olmalarına, konuşmaya karşı olumsuz tutum geliştirmelerine ve konuşma kaygılarının artmasına sebep olacaktır. Bu sebeple konuşmayı planlama ve yapılandırma aşaması hazırlıklı konuşmaların en önemli aşamalarındandır. Güneş'e (2014) göre, konuşmalar zihinsel tasarım aşamasında belirlenen çerçeveye göre yapılandırılır. Çalışma kapsamında oluşturulmuş ikna edici konuşma taslağı, konuşmanın amacının belirlenmiş ve içeriğinin düzenlenmiş olduğu bir taslak olarak, konuşmalarını planlama ve organize etmede zorlanan öğrenciler için zihinsel tasarım aşamasında net bir çerçeve oluşturmakta, bir düşünme taslağı sunmaktadır.

Bu çalışmada Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi Tekniği konuşma eğitimi kapsamında ele alınmıştır. Ancak Teknik ikna edici yazma, eleştirel dinleme ve okuma eğitimi kapsamında da ele alınabilecek niteliktedir. İkna edici konuşma etkinliklerinde kullanılacak konuşma taslağı yazma, dinleme ve okuma çalışmalarına da uyarlanabilir. Konuşmacılar konuşmaya hazırlık aşamasında teknikten etkin bir şekilde yararlanırken dinleyiciler de akran değerlendirmesi esnasında tekniğin adımlarının içerdiği yöntemleri ölçüt olarak kullanmaya teşvik edilebilir. Dizi'nin konuşma etkinliklerinde kullanımının konuşma performansı ve konuşma kaygısına veya üst düzey düşünme becerileri üzerine etkisinin ölçülmesine yönelik çalışmalar yapılabilir. Tutum ve davranış değişikliğine etkisinin incelendiği sınırlı sayıda çalışma bulunduğu farklı çalışma gruplarıyla Dizi'nin bireyler üzerindeki ikna ediciliği araştırılabilir.

Araştırma ve Yayın Etiği

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Yazarların Katkı Oranı

Çalışmanın 1. yazarı olan Doç. Dr. Mehmet Kurudayıoğlu %50, 2. yazarı olan Arş. Gör. Büşra Gociaoğlu %50 oranında çalışmaya katkıda bulunmuştur.

Çıkar Çatışması

Çalışma kapsamında herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynaklar

- Aristoteles. (1995). *Retorik* (M. H. Doğan Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Corbin, J. ve Strauss, A. (2008). Strategies for qualitative data analysis. In *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (s. 65-86). California: Sage Publications.
- Covelli, E. F. (1966). Why persuasive speaking?, *Today's Speech*, 14(2), 40-43.
- Cüceloğlu, D. (1990). *İnsan ve davranış: Psikolojinin temel kavramları*. İstanbul: Remzi Yayınevi.
- Golden, J. L., Berquist, G. F., ve Coleman, W. E. (2000). *The rhetoric of Western thought*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt.
- Güneş, F. (2014). Konuşma öğretimi yaklaşım ve modelleri. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 1-27.
- Griffin, C. L. (2002). *Invitation to public speaking handbook*. Boston: Cengage Learning.
- Hovland, C. I., Janis I. L., ve Kelley H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Irawati, E. (2017). Penggunaan Monroe's Motivated Sequence untuk meningkatkan keterampilan publik speaking mahasiswa dalam menyampaikan pidato persuasif. *Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(2), 188-195.
- Kaptan, A. (2015). *İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin ikna edici yazma beceri düzeylerinin belirlenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Kavcar, C., Oğuzkan, F., ve Sever, S. (2000). *Türkçe öğretimi*. Ankara: Engin Yayınevi.
- Keith, W., ve Lundberg, C. O. (2013). *Public speaking: Choice and responsibility*. Boston: Cengage Learning.
- Fellows, K. L., ve Madden, S. J. (2006). Persuasive speaking: It's just a game!, *Communication Teacher*, 20(2), 49-52.
- Kurudayıoğlu, M. (2013). *Konuşma eğitimi*. İstanbul: Kriter Yayıncılık.
- Lazar, J. (2001). *İletişim bilimi*. Ankara: Vadi Yayınları.
- McKerrow, R. E., Gronbeck, B. E., Ehninger, D., ve Monroe, A. H. (2000). *Principles and types of speech communication*. New York: Addison-Wesley/Longman.
- Micciche, T., Pryor, B., ve Butler, J. (2000). A test of Monroe's motivated sequence for its effects on ratings of message organization on attitude change. *Psychological Reports*, 86, 1135-1138.
- Miller, G. R., ve Hewgill, M. A. (1966). Some recent research on fear-arousing message appeals. *Speech Monographs*, 33(4), 377-391.
- Monroe, A. H. (1943). *Monroe's principles of speech*. New York: Scott, Foresman & Company.
- O'keefe, D. J. (2015). *Persuasion: Theory and research*. California: Sage Publications.
- Okur, A., Göçen, G., ve 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*, 10(21), 167-197.
- Özodaşık, M. (2012). *Halkla ilişkiler ve iletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınevi.
- Parviz, E. (2020). How to survive a zombie apocalypse: Using Monroe's Motivated Sequence to persuade in a public-speaking classroom. *Communication Teacher*, 34(1), 40-46.
- Paul, R.W. (1995). *Critical thinking: How to prepare students for a rapidly changing world*. Santa Rosa, CA: Foundation for Critical Thinking.
- Petty, R. E., Ostrom, T. M., ve Brock, T. C. (1981). *Cognitive responses in persuasion*. NJ: Erlbaum.
- Rapley, T. (2007). *Doing conversation, discourse and document analysis*. California: Sage Publications.
- Reardon, K. K. (1991). *Persuasion in practice*. California: Sage Publications.
- Sandıkçioğlu, B. (2012a). *İkna edici iletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Simonds, C. J., Hunt, S. K., ve Simonds, B. K. (2008). *Presenting ideas: Becoming critical producers and consumers of messages*. Boston: Pearson.
- Smulowitz, S. (2017). Document analysis. *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, 1-8.
- Stiff, J. B. (1986). Cognitive processing of persuasive message cues: A meta-analytic review of the effects of supporting information on attitudes. *Communication Monographs*, 53(1), 75-89.

Extended Abstract

Introduction

The preparation step in which ideas and arguments are organized and the speech is structured, is significant in a successful persuasive speech. Speeches that have not undergone a strong preparation process and are not organized using methods and techniques, causes students to develop a negative attitude towards speaking and increase their speech anxiety and thus to fail in their speech. Even if they have developed a positive attitude towards persuasive speech and are willing, they may have difficulty in determining the appropriate strategy and technique and organizing speech parts. Using structured speech activities using persuasive strategies and techniques, students will be more prepared and motivated in persuasive speech, and higher-order thinking skills will be developed in parallel with speaking skills.

Persuasion as a field that has been studied intensively and systematically since the 4th century B.C., enriched with various theories and models, offers a wide range of activities to use strategies and techniques in activities aimed at developing persuasive language skills. Developed as a problem solving process by Alan Monroe, Monroe's Motivated Sequence is one of the persuasion techniques aimed at changing the attitudes or behaviors of the target audience in the desired direction. The Sequence provides the speakers with an organized clear speech outline that includes attention, need, satisfaction, visualization and action steps, and methods to be used in the development of these steps.

Method

Document analysis, one of the data collection techniques used in qualitative research, was used in the study. Document analysis is a method by which the researcher analyzes, or evaluates the meaning of, documents collected as data throughout the research process. Like other analytical methods in qualitative research, document analysis requires that data be examined and interpreted in order to elicit meaning, gain understanding, and develop empirical knowledge (Corbin ve Strauss, 2008).

In this study, the literature on Monroe's Motivated Sequence was reviewed and the data obtained was analyzed in accordance with the document analysis. Based on the data obtained, a speech outline (see Appendix 1) was created to guide students in persuasive speech activities and examples of speaking activities were included.

Result and Discussion

Based on his work on persuasion psychology, Alan Monroe organized persuasive and motivational conversations step by step, designing them as a problem-solving process in his book "Principle of Speech". Monroe's Motivated Sequence is a speech technique organized with the aim of persuading the listeners, consisting of five steps:

1. Attention: It ensures that listeners is interested in the speech.
2. Need: A problem situation is defined and the listeners is made to feel the need to do something to solve the problem.
3. Satisfaction: Solution is offered and listeners are persuaded that this is the most appropriate solution.
4. Visualization: In future positive or negative conditions are visualized in case the listeners are persuaded or not persuaded of the solution.
5. Action: Listeners are invited to change their attitude or behavior to implement a solution.

When the literature on Monroe's Motivated Sequence was examined, a limited number of studies were found that researched this technique and its effect on persuasion. Micchie (2000) pointed out that the technique received surprisingly little attention in the literature and that there are no empirical studies to measure its effect on persuasion. In her study, she found that using Monroe's Motivated Sequence technique, the level of understandability of the message wanted to be given increased. Irawati E. (2017), in her study on university students, observed that the use of Monroe's Motivated Sequence in public speaking classes increased students' speaking performance and activity participation levels. Similarly, Parviz (2020) stated that as a result of Monroe's Motivated Sequence Technique which she applied in public speaking classes, the speech anxiety levels of the students decreased and participation increased.

The technique provides a clear speech outline for students who are concerned about speaking in public and have trouble planning and organizing their speech. Due to its nature, we think that Monroe's Motivated Sequence will contribute to the development of high-level skills such as problem solving, decision-making, organization, creative and critical thinking, argumentation and summarizing skills. It is known that strategies, methods and techniques save time by making it easier to reach the goal and thus make the education-training process more efficient. The basic language skills expected to be developed with mother tongue education are divided into types within themselves, increases the importance of methods and techniques prepared specifically for these types. We think that students will be more prepared and motivated in persuasive speeches with structured speech activities using persuasion techniques, concordantly their higher-order thinking skills will be developed more systematically.

Ek-1. İkna Edici Konuşma Taslağı

İkna Edici Konuşma Taslağı

Problem:

Çözüm Yolu:

Konuşma Süresi:

Materyaller:

1. DİKKAT

Probleme atıf:

.....

Retorik sorular:

.....

Şok etme:

.....

Mizahi hikâye/ fıkra:

.....

Örnek olay/ hikâye:

.....

2. İHTİYAÇ

Problem durumu:

.....

Örnek olay/ hikâye:

.....

Destekleyici veriler:

.....

İkna Edici Konuşma Becerisinin Geliştirilmesinde Monroe'nun Motive Edilmiş Dizisi Tekniği

Problemi kişiselleştirme:

3. TATMİN

Çözüm önerisi:

Şema/ tablo/grafik:

Teoride gösterme:

Pratikte gösterme:

İtirazları engelleme:

4. GÖRSELLEŞTİRME

Pozitif yöntem:

Negatif yöntem:

Karşılaştırma yöntemi:

5. EYLEM

Meydan okuma/itiraz:

Referans gösterme:

Örnek olay/ hikâye:

Kişisel niyet:

Özetleme:

Eylem/onay isteme: