

İkna Teknikleri Açısından Çocuk Dergileri: Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk Dergisi

Tuğba Emirhan* Mehmet Kara**

Makale Geliş Tarihi:12/04/2023

Makale Kabul Tarihi:08/06/2023

DOI: 10.35675/befdergi.1281764

Öz

Çocukluk; yeni bilgilerin keşfedildiği, tutum ve davranışların şekillenmeye başladığı bir dönemdir. Bu süreçte çocuğun karşısına çıkacak olan medya ürünleri, çocuğun psikolojik ve sosyolojik gelişimini etkiler. Zira bu ürünlerin içeriğinde çocukların duygu ve düşüncelerine hitap eden çeşitli ikna teknikleri kullanılmaktadır. Dolayısıyla çocuğun hayatında önemli rol oynayan ikna teknikleri, çocuk eğitiminde göz ardı edilmemelidir. Bu çalışmada 2020 yılında yayınlanan Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde -Ocak, Nisan, Haziran, Eylül, Aralık sayıları- kullanılan ikna teknikleri tespit edilmiştir. Veri toplama aracı olarak alanda tespit edilen, 88 ikna tekniğinden oluşan bir liste kullanılmıştır. Buna göre Mavi Kırlangıç dergisinde 34, Dama Dama PTT Çocuk dergisinde 33 ikna tekniğinin kullanıldığı belirlenmiştir. Ayrıca sözü edilen çocuk dergilerinde kullanılan bu ikna teknikleri, çocuk edebiyatının temel ilkelerine göre değerlendirilmiştir. Araştırma sonunda incelenen dergilerde kullanılan ikna tekniklerinin, çocuk edebiyatının temel ilkeleri açısından uygun olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, ikna teknikleri, çocuk dergileri

Children's Magazines in Terms of Persuasion Techniques: Mavi Kırlangıç and PTT Çocuk Magazine

Abstract

Childhood; It is a period in which new information is discovered and attitudes and behaviors take shape. In this process, the media products that the child come across affect the psychological and sociological development of the child. Because various persuasion techniques are used that appeal to children's feelings and thoughts in the content of these products, therefore persuasion techniques which play an important role in the child's life should not be ignored in child education. In this study, the persuasion techniques used in the journals of Mavi Kırlangıç and Dama Dama PTT Çocuk published in 2020 -January, April, June, September, December- have been determined. A list of 88 persuasion techniques identified in the field have been used as a data collection tool. According to this, it was determined that 34 persuasion techniques were used in the journal Mavi Kırlangıç and 33 persuasion techniques were used in the journal Dama Dama PTT Çocuk. In addition, these persuasion techniques

*Millî Eğitim Bakanlığı, Samsun, Türkiye, tubaemirhan.meb@gmail.com, ORCID:[0000-0002-1663-8450](https://orcid.org/0000-0002-1663-8450)^{id}

** Gazi Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi, Türkçe Eğitimi ABD., Ankara, Türkiye, mehkara@gazi.edu.tr. ORCID: [0000-0003-4691-5460](https://orcid.org/0000-0003-4691-5460)^{id}

Kaynak Gösterme: Emirhan, T., & Kara, M. (2023). İkna teknikleri açısından çocuk dergileri: Mavi kırlangıç ve dama dama PTT çocuk dergisi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(38), 486-513.

used in the mentioned children's magazines were evaluated according to the basic principles of children's literature. At the end of the research, it was confirmed that the persuasion techniques used in the examined journals were suitable for the basic principles of children's literature.

Keywords: Communication, persuasion techniques, children's magazines

Giriş

İnsan hayatı, iletişim üzerine kuruludur. Bireyler; duygu, düşünce ve hayallerini paylaşma, başkalarını etkileme, yeni bilgiler edinme ihtiyacı duyarlar. Bu iletişim sürecinde kişi, bazen verici konumdayken bazen de alıcı konumdadır. Nitekim iletişim insanların birbirlerini etkileme ve birbirlerinden etkilenme yoludur (Krauss & Fussell, 1996).

İletişim şekilleri, bilimsel ve teknolojik ilerlemelerin etkisi ile zamanla gelişmiştir. İnsanoglu önceleri genellikle sadece konuşma yoluyla iletişim kurulabilirken günümüzde sosyal medya, çeşitli web uygulamaları, yazılı ve görsel medya gibi birçok araçla iletişim kurma imkânına kavuşmuştur. Dolayısıyla kullanım alanı olan oldukça geniş olan “iletişim” çeşitli şekillerde tanımlanmıştır.

Cüceloğlu'na (2002) göre iletişim hem kişisel hem de toplumsal bir süreçtir. Gökçe'ye (2006) göre ise iletişim, insanlar arasında ilişki kurmayı ya da anlaşmayı ifade etmektedir. Diğer yandan Tutar (2021) iletişimi; yüz ifadesi, el, kol, beden hareketleri, konuşma ya da yazı, telefon, sosyal medya vb. bildirişim araç ve gereçlerinden yararlanarak kaynak ve hedef arasında gerçekleştirilen mesaj alışverişi olarak tanımlamaktadır. Görülüyor ki iletişim, toplumsal bir bütün olmanın öncülüdür (Güngör, 2013).

İletişim iki kişiyi ilişki içine sokan psiko-sosyal bir süreçtir (Cüceloğlu, 2002). Bu süreçte iletişimlerin çoğunluğunun amacı karşı tarafı etkilemek, belli bir inanca, duyguya, düşünceye veya davranışa yönlendirmektir (Akyol, 2019). Bu nedenle iletişim sürecinde iknadan söz etmek gerekir. “İkna, kişi veya grubun tutum ve davranışlarını, dil becerileri ve çeşitli etkileme unsurları aracılığıyla zorlama olmaksızın bilinçli bir şekilde yönlendirmeyi hedefleyen iletişim sürecidir” (Deniz, 2018).

Her dönemde “ikna ve iletişim” bir şekilde gündeme gelmiştir. Dolayısıyla ikna tekniklerine yönelik çalışmalar en eski çağlardan itibaren yapılmış, iknaya dair çeşitli modeller ortaya konmuştur. İkna alanında öne çıkan isimlerden Aristo, (2015) iknayı üç temel unsura bağlamıştır. Birincisi konuşmacının kişisel karakteriyle ilgilidir, ikincisi dinleyiciyi belli bir ruh hâline getirmeye bağlıdır, üçüncüsü ise, konuşmacının öne sürdüğü kanıtlardır. Dolayısıyla Aristo'ya, göre iletişim, mutlaka inandırıcı olmalı ve ikna etme özelliklerine sahip olmalıdır. Bu sebeplerle konuşmacının; yaşı, cinsiyeti, aile ilişkileri, kültürel durumu, ekonomik koşulları, büyüleyici özellik gibi yönleri karşı tarafı ikna etmede etkilidir (Gürüz & Eğinli, 2008). Sonuç olarak Aristo

Model’inde konuşmacının dinleyiciyi ikna ettiği dinleyicinin ise geri bildirimlerle konuşmacıyı etkilediği ifade edilmiştir (Tutar & Yılmaz, 2003).

İletişim ve ikna arasındaki ilişkiyi öne çıkaran bir diğer model ise Hovland Model’idir. Bu modele göre, ikna edilecek kişi (alıcı) yönünden yaklaşma eğilimi vardır. Sözü edilen modelde ön eğilim ve yakınlık faktörlerinden bahsedilir. Buna göre alıcının önceden edindiği ön fikir, tutum, değer ve inançları o kişinin ikna edilebilirliği arasındaki ilişkiyi gösterir (Paksoy & Acar, 2000).

Lasswell’in, Genel İletişim Modeli’nde ise iletişimde asıl gaye iknadır. Lasswell iletişimi, etki olarak izah eder. Etkiyi ise dinleyici olan kişilerin ölçülebilir ve gözlemlenebilir değişimi olarak ifade eder (Alanka, 2017). Reardon (1991), iknayı ikna çabası içinde olan bireyin, çeşitli duygusal ve bilişsel teknikler yoluyla bir başka bireyin belirli bir davranış, inanç ya da tutumu benimsemesine rehberlik etmek olarak açıklar. Söz gelimi satıcı-müşteri, öğretmen-öğrenci, idareci-çalışan, ebeveyn-çocuk iletişiminde ikna vardır. Bir çocuğun, çikolata yemek için gerekçelerini annesine sıralaması, annesinin ona niçin çikolata yememesi gerektiğini anlatması kişilerin birbirini ikna etme çabasıdır. Sonuç olarak ikna, başkalarının davranışlarını, tutumlarını, yargılarını konuşarak ya da yazarak etkilemek için başvurulan her türlü adım olarak ifade edilebilir (Larson, 2001).

Çocuk, Çocuk Dergileri ve İkna

Çocuklar, kendini ve çevreyi onlara verilen imkânlar doğrultusunda keşfeder, duyuşsal ve bilişsel becerilerini bu yönde geliştirirler. Nitekim Yörükoğlu’na (2000) göre çocuk, “gelişen bir insan yavrusu, olgunlaşmamış, ‘reşit’ sayılmayan küçük yurttaşdır.” Bu nedenle çocukları etkilemek ve yönlendirmek kolaydır ancak onlara sunulacak her şeyde onların yaş ve gelişim özellikleri, etik kurallar dikkate alınmalıdır. Zira çocukluk döneminde oluşturulan zihinsel yapı, çocuğun gelecekteki kişiliğini şekillendirecektir (Akyüz, 2013).

Çocuk, ailesinden öğrendikleri ile yaşama adım atar ve sonrasında okulda kendini geliştirmeye başlar. Diğer yandan çocuğun okul dışı hayatı, çevresi ve en önemlisi de kitle iletişim araçları çocuğu eğitmekte ve yönlendirmektedir (Temizyürek & Acar, 2014). Bu noktada çocuğun kiminle, nerede ve nasıl zaman geçirdiği onun kimlik kazanmasında önemli olmaktadır.

“Çocuk candır, geleceğin teminatıdır, evin neşesidir, korunmaya muhtaç insan yavrusudur” (Şimşek, 2013). En kıymetli varlık olarak görülen çocuklar, toplumun önemli bir parçasıdır. Nitekim çocuklar, toplumların değerlerini, geleneklerini ve göreneklerini gelecek kuşaklara aktaracak olan bireylerdir (Işık, 2007). Bu sebeple çocukların belli konularda ikna edilmesi basit bir iş olarak görülmemeli, çocuklara uygun ikna teknikleri kullanılmalıdır.

Toplumu ikna sürecinde kaynakta bulunması gereken özellikleri Doruk Karadoğan (2015) şöyle tespit etmiştir: “güvenirlilik, sosyo demografik özellikler, alanında uzman olma, iletişim becerisi, empati yeteneği, görünüş.” Çocukların ikna

edilmesi söz konusu ise bu özelliklere, çocuğa görelilik ilkesini dikkate alma eklenebilir.

Yazılı, sesli ve görsel kitle iletişim aracı olan medya; dergi, televizyon, gazete, ajans, uydu sistemleri, internet gibi iletişim araçlarından oluşmaktadır. Medya, çocukların kimlik kazanmasında önemli bir etkiye sahiptir. Nitekim çocuğun toplumsal, ruhsal, ahlaki ve zihni sağlığını geliştirebilmek için farklı kaynaklardan doğru ve güvenilir yayınlara ulaşma hakkı vardır (Akyüz, 2013). Bu bağlamda çocuklara istedik davranışların kazandırılmasında medya ürünlerinden faydalanılabilir.

Çocuklar, hayatı keşfetmekten, üretmekten ve yeni bilgiler öğrenmekten keyif alırlar. Çocuk dergileri de çocuğun merak, yaratıcı düşünme, keşfetme taleplerini karşılayacak içeriklere sahip yazılı medya ve çocuk edebiyatı ürünüdür. Sever'e (2017) göre çocuk edebiyatı "erken çocukluk döneminden başlayıp ergenlik dönemini de kapsayan bir yaşam evresinde, çocukların dil gelişimi ve anlama düzeylerine uygun olarak duygu ve düşünce dünyalarını sanatsal niteliği olan dilsel ve görsel iletilerle zenginleştiren, beğeni düzeylerini yükselten ürünlerin genel adıdır." Çocukların hayatında önemli bir etkiye sahip çocuk dergilerinin içerikleri hazırlanırken "ikna teknikleri" bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde dergi yazarları tarafından kullanılmaktadır. Dolayısıyla çocukta kalıcı etkiler bırakabilen içerikler oluşturulurken dikkatli olmak gerekir.

Çocuklara yönelik hazırlanan metinler, subliminal mesajlar içerebilir. İşte bu noktada sözü edilen metinleri okuyan çocukların, bilinçaltı etkilenir. Zira bilinç, her zamanki düzeyinde veya beklenmedik bir düzeye eriştiğinde etkinliğini devam ettirir. Söz gelimi okuma, konuşma, yazma anında dahi hiçbir şey sezilmemesine rağmen, bilinçaltı işlerliğini sürdürür (Güler, 2008). Çocuk dergileri de çocukların hem internet ortamında hem de basılı olarak sık karşılaştıkları eğitim materyalleridir. Dolayısıyla çocuklara sunulan bu ürünlerdeki her ayrıntının çocuk edebiyatı yazarları, ebeveynler, eğitimci tarafından dikkatle incelenmesi gerekir.

Yaş ve gelişim özellikleri sebebiyle çocuklara sunulan metinlerde yer alan ikna teknikleri, çocuğa görelilik ilkesine uygun olmalıdır. Yurttaş (1997) çocuğa görelilik ilkesini "çocuğun hayal gücüne hitap eden onu rahatça ve tat alarak okuyup anlayabileceği dili ve anlatım biçimini barındıran ilgi duyabileceği konuları işleyen, onu duygu ve düşünce yönünden geliştiren kurgusu ve olay örgüsü karmaşık olmayıp onu kavrayabileceği bir düzeyde olan, dikkat dağıtıcı ayrıntılardan arıtılmış olmalıdır." şeklinde tanımlar. Sözü edilen ilkeye dikkat edilmezse çocukların psikolojik ve sosyolojik gelişimlerinde problemler yaşanması muhtemeldir.

Araştırmacılar, (Arıcı, 2016; Dilidüzgün, 2003; Güler, 2006; Kıbrıs, 2006; Nas, 2004; Oğuzkan, 2013; Sever, 2017; Şimşek, 2007; Şirin, 2000; Temizyürek 2003; Yalçın & Aytaş, 2012) çocuk edebiyatının temel ilkelerini tespit etmişlerdir. Bu araştırmalardan hareketle çocuk dergilerinde yer alan metinlerin taşıması gereken özellikler, maddeler hâlinde aşağıda sıralanmıştır.

- Metinler ideolojik fikirleri barındırmamalıdır.
- Metinlerde argo söyleyişlere yer verilmemelidir.
- Metinlerde duygular abartılmamalıdır.
- Metinler tutarlı ve inandırıcı olmalıdır
- Metinlerde örnek kahramanlar olmalıdır.
- Metinler çocukların yaşantılarıyla uyumlu olmalıdır.
- Metinlerde ulusal değerlere yer verilmelidir, ancak dayatılmamalıdır.
- Metinlerde evrensel değerlere yer verilmelidir; ancak dayatılmamalıdır.
- Metinler çocuklara düşmanlık aşılammamalıdır.
- Metinlerde ayrıntılara yer verilmemelidir.
- Metinlerde çocuklara doğrudan öğüt vermek yerine verilmek istenen mesaj çocuklara sezdirilmelidir.
- Metinlerde olaylar objektif bakış açısıyla aktarılmalıdır.

İkna edici bir metin çocuğun kimliğini ve kişiliğini, isteklerini, kararlarını hasılı hayata bakış açısını etkilemektedir. Bu bakımdan çocuk dergilerindeki metinlerin ikna teknikleri açısından incelenmesi önemlidir. YÖK Ulusal Tez Merkezi, Dergipark, ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler veri tabanlarında “çocuk dergileri”, “ikna teknikleri”, “çocuk ve ikna”, “çocuk edebiyatı ve ikna”, anahtar kelimeleriyle yapılan taramada ikna teknikleri açısından çocuk dergilerini konu alan bir çalışma tespit edilmemiştir. Literatür tarandığında genellikle reklamlar, ders kitapları ve propaganda metinleri ikna teknikleri açısından incelenmiştir. Oysa çocuğun öğrenme sürecinde, gelişimine ve tercihlerine uygun olarak ortaya konan çocuk dergileri çocuğun hayatında etkin rol oynamaktadır. Bu sebeple çocuk dergilerindeki metinlerin ikna tekniklerine göre incelenmesi metinlerde kullanılan ikna tekniklerinin çocuklara uygunluğunu tespit etmek açısından önemlidir.

Bu araştırmanın temel amacı, 2020 yılında yayınlanan Mavi Kırılma ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde kullanılan ikna tekniklerini tespit etmek ve bu dergilerde yer alan ikna tekniklerinin çocuklara uygunluğunu değerlendirmektir.

Araştırmanın alt amaçları aşağıda verilmiştir.

1. İncelenen dergilerde hangi ikna teknikleri yer almaktadır?
2. İncelenen dergilerde en sık kullanılan ikna teknikleri nasıl işlenmektedir?
3. İncelenen dergilerde kullanılan ikna teknikleri çocuk edebiyatının temel ilkelerine uygun mudur?

Yöntem

2020 yılında yayınlanan Mavi Kırangıç (5 sayı) ve Dama Dama PTT Çocuk (5 sayı) dergilerinde kullanılan ikna tekniklerini belirlemeye yönelik bu çalışma nitel bir araştırmadır. Nitel araştırmayı Yıldırım ve Şimşek (2011) “Gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma.” olarak tanımlamışlardır.

Araştırmanın Modeli

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden “doküman incelemesi” tekniği kullanılmıştır. Bu amaçla Mavi Kırangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde kullanılan ikna teknikleri incelenmiştir. Doküman analizi, çalışmada kullanılacak dokümanların elde edilip belirli bir sistem içerisinde inceleme işlemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Buna göre dergilerdeki metinler ikna teknikleri açısından incelenmiş, çalışma sonunda elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

Çalışma Materyali

Araştırmanın çalışma grubunu, 2020 yılında Türkiye’de yayınlanan tüm çocuk dergileri oluşturmaktadır. Çocuklar, Mavi Kırangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerine internet ortamında ücretsiz olarak rahatlıkla erişmektedir. Bu sebeple araştırmanın çalışma grubu, Mavi Kırangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinin 2020 yılı “Ocak, Nisan, Haziran, Eylül, Aralık” aylarında yayınlanan sayıları ile sınırlı tutulmuştur.

Verilerin Toplanması

Çalışmada, Mavi Kırangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinin 2020 yılı “Ocak, Nisan, Haziran, Eylül, Aralık” aylarında yayınlanan sayıları incelenmiştir. Belirtilen dergilere ait tüm sayılar okunarak içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analizinde derin bir işleme tabi tutulur, kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilebilir. Kavramlar, araştırmacıyı temalara götürür ve temalar sayesinde olgular daha iyi düzenlenebilir ve daha anlaşılır hâle getirilebilir (Yıldırım & Şimşek, 2011).

Veri toplamak için ikna alanı uzmanları (Burns, Roe, Betty, Ross & Elinor, 1982; Cialdini, Goldstein & Martin, 2016; Cialdini, 2021; Fexus, 2021; Hogan, 2012) tarafından belirlenen ikna teknikleri incelenmiş, tekrar eden ikna teknikleri bir kez yazılıp “İkna Teknikleri Listesi” oluşturulmuştur. İncelenen tüm sayılar, bu listede yer alan 88 ikna tekniği dikkate alınarak incelenmiş ve sözü edilen dergide kullanılan ikna teknikleri tespit edilmiştir.

Tablo 1.
İkna Teknikleri Listesi

Sayı	İkna Tekniğinin Adı
1.	Önce küçük sonra büyük rica tekniği
2.	Borca sokma tekniği
3.	Gitgide artan ricalar tekniği
4.	Evet- evet tekniği
5.	“Acaba” değil “Hangi” tekniği
6.	Soruya soruyla yanıt verme tekniği
7.	Yer etme tekniği
8.	İhtiyaç oluşturma
9.	Sosyal ihtiyaçlara değinme
10.	Anlamlı ve pozitif kelimeler kullanma
11.	Zeigarnik etkisi
12.	Kapıya ayak koyma tekniği
13.	Büyükten küçük ricaya yönelim tekniği
14.	Kaybetme korkusu
15.	Mütekabiliyet
16.	Mor inek
17.	Limitleme
18.	Sınırlandırma
19.	Talebin yüksekliği
20.	Küçük hediyeler
21.	Nane şekeri taktiği
22.	İsteklerin sebeplerini belirtme
23.	Bilimsel kanıt

24. Küçük adımlar
25. Karşılıklı inançlar
26. Empati kurma
27. İtirazları ele alma
28. İhtiyaca yönelme
29. Grubun parçası olduklarını hissettirme
30. Ortak düşman yaratma
31. Beklenti oluşturma
32. Dürüstlük
33. Samimiyet
34. Otorite kurmak
35. Duygusal tepki yaratmak
36. Alanında uzman olma
37. Zayıf yönünü belirtme
38. Kusur hata belirtme
39. Uyum sağlama
40. Sesi etkili kullanma
41. Ortaklık kurma
42. Paylaşımçı olma
43. Saygı gösterme
44. Net olma
45. Az Bulunurluk Hissi Yaratmak
46. Bilinmeyenleri, bilinenlerle bağlantısını göstererek anlatma
47. Zıtlıklar yaratma
48. Nedenini sorma çünkü yanıt anlamsız
49. Güven yaratma
50. Tutarlı olma

51. Sonuç odaklı düşünce kullanma
52. Hissettiğini, hissetmişti, gördüler tekniği
53. Silme, çarpıtma, genelleme
54. Not alma taktiği
55. 80/20 kuralı
56. Esneklik
57. Gizli empatik zihin
58. Muğlak konuşma
59. Üçün gücü
60. Tavırlar yoluyla ikna
61. Müzik yoluyla ikna
62. Soru sorulmasına izin verme
63. Korku duygusu
64. Hazırlıklı olma
65. Hediye verme
66. “Eğer” tekniği
67. Olumlu hayal kurdurma tekniği
68. Kıtlık
69. Sosyal kanıt
70. Aciliyet
71. Kayıptan kaçınma
72. Merak boşluğu
73. Gelecekteki ilerleme hızı
74. Birlik
75. Planda değişime gitme
76. Tekrar
77. İstenen davranışla ilgili açıklamada bulunma

78.	Alanın uzmanı olma
79.	Rica ifadeleri kullanma
80.	Olumsuz nitelme
81.	Parlak sözler
82.	Referans kullanma
83.	Transfer tekniği
84.	Kart tekniği
85.	Tren tekniği
86.	Özdeşleşme tekniği
87.	Tanıklık tekniği
88.	Üslubu güzelleştirme

Bulgular ve Yorum

Birinci Alt Amaca İlişkin Bulgular

Tablo 2.

Mavi Kırlangıç Dergisindeki Metinlerde Tespit Edilen İkna Tekniklerinin Listesi

Sayı	İkna Tekniğinin Adı
1.	Anlamlı ve pozitif kelimeler kullanma
2.	Dürüstlük, Samimiyet ve Empati Kurma
3.	Grubun Parçası Olduklarını Hissettirme
4.	Güvenilir Olma ve Şeffaf Olma /Güven Yaratma
5.	Olumlu Hayal Kurdurma
6.	Bilimsel Kanıt
7.	İstenen Davranışla İlgili Açıklamada Bulunma
8.	Referans Kullanma
9.	Merak Boşluğu
10.	Sosyal Kanıt

11.	Sosyal İhtiyaçlara Değınme
12.	Ortaklık Kurma
13.	Saygı Gösterme
14.	Birlik
15.	Bilinmeyenleri, bilinenlerle bağlantısını göstererek anlatma
16.	Tanıklık Tekniği
17.	İhtiyaç Oluşturma
18.	İhtiyaca Yönelme
19.	Net Olma
20.	Kaybetme Korkusu
21.	Alanında Uzman Olma
22.	Tren Tekniği
23.	Tutarlılık
24.	Beklenti Oluşturma
25.	Acaba Değil Hangi Tekniği
26.	Talebin Yüksekliği
27.	Eğer Tekniği
28.	Parlak Sözlere
29.	Paylaşımıcı Olma
30.	Hediye Verme
31.	Rica ifadeleri kullanma
32.	Üslubu güzelleştirme
33.	Tekrar
34.	Üçün Gücü

Tablo 2’de görüldüğü gibi Mavi Kırılancık dergisinde toplam 34 ikna tekniğine yer verilmiştir. Mavi Kırılancık dergisindeki metinlerde çocukların özellikle ruhsal, sosyal ve duygusal dünyalarını olumsuz etkileyen, “olumsuz nitelendirme, korku duygusu, muğlak konuşma, ortak düşman yaratma, kıtlık, silme, çarpıtma, zayıf yönünü belirtme, kusur hata belirtme, otorite kurma gibi ikna tekniklerinin kullanılmadığı

görülmektedir, bu da çocuk edebiyatının temel ilkelerine uyulduğunu göstermektedir. Ayrıca bu metinlerde çocuğun anlamasını zorlaştıracak üst düzey bilişsel taksonomik ikna tekniklerinin kullanılmaması da önemli ve olumlu bir tutumdur. Mavi Kırılma dergisindeki metinlerde kullanılan ikna tekniklerine bakıldığında hepsinin çocuk edebiyatına uygun “çocuğa görelilik, çocuk gözünden” gibi ilkelere uygun olduğu ve çocuğun kimliğini ve kişiliğini, isteklerini, kararlarını hasılı hayata bakış açısını olumlu yönde etkileyen ikna tekniklerinin kullanıldığını görülmektedir.

Tablo 3.
Dama Dama PTT Çocuk Dergisindeki Metinlerde Tespit Edilen İkna Tekniklerinin Listesi

Sayı	İkna Tekniğinin Adı
1.	Anlamlı ve pozitif kelimeler kullanma
2.	Dürüstlük, Samimiyet ve Empati Kurma
3.	Grubun Parçası Olduklarını Hissettirme
4.	Güvenilir Olma ve Şeffaf Olma /Güven Yaratma
5.	Olumlu Hayal Kurdurma
6.	Bilimsel Kanıt
7.	İstenen Davranışla İlgili Açıklamada Bulunma
8.	Referans Kullanma
9.	Merak Boşluğu
10.	Sosyal Kanıt
11.	Sosyal İhtiyaçlara Değınme
12.	Ortaklık Kurma
13.	Saygı Gösterme
14.	Birlik
15.	Bilinmeyenleri, bilinenlerle bağlantısını göstererek anlatma
16.	Tanıklık Tekniğı
17.	İhtiyaç Oluşturma
18.	İhtiyaca Yönelme
19.	Net Olma

20.	Kaybetme Korkusu
21.	Alanında Uzman Olma
22.	Tren Tekniği
23.	Tutarlılık
24.	Beklenti Oluşturma
25.	Acaba Değil Hangi Tekniği
26.	Talebin Yüksekliği
27.	Eğer Tekniği
28.	Parlak Sözler
29.	Paylaşımcı Olma
30.	Hediye Verme
31.	Rica ifadeleri kullanma
32.	slubu güzelleştirme
33	Tekrar

Tablo 3'te grldği gibi Dama Dama PTT Çocuk dergisinde toplam 33 ikna tekniği tespit edilmiştir.

Dama Dama PTT Çocuk dergisindeki metinlerde de çocukların özellikle ruhsal, sosyal ve duygusal dünyalarını olumsuz etkileyen, ikna tekniklerinin kullanılmadığı görülmektedir. Bu da metinlerde çocuk edebiyatının temel ilkelerine uyulduğunu göstermektedir. Ayrıca bu metinlerde çocuğun anlamasını zorlaştıracak üst düzey bilişsel taksonomik ikna tekniklerinin kullanılmaması da önemli ve olumlu bir tutumdur.

Dama Dama PTT Çocuk dergisindeki metinlerde de kullanılan ikna tekniklerine bakıldığında hepsinin çocuk edebiyatına uygun "ocuğa grelik, ocuk gözünden" gibi ilkelere uygun olduğu ve çocuğun kimliğini ve kişiliğini, isteklerini, kararlarını hasılı hayata bakış açısını olumlu yönde etkileyen ikna tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir.

İkinci Alt Amaca İlişkin Bulgular

Çalışma kapsamında incelenen dergilerde sık kullanılan ikna tekniklerinin nasıl işlendiğine ilişkin bulgular aşağıdaki gibidir:

Dürüstlük, samimiyet ve empati kurma

Dürüstlük, TDK Güncel Sözlük'te (TDK, 2022) “Doğru ve dürüst olma durumu, doğru olana yakışır davranış, dürüstlük, adalet.” anlamlarıyla açıklanmaktadır. Dürüst kişilere güven duyulur, söyledikleri inandırıcıdır. Bu sebeple *dürüstlük* ikna tekniği olarak kullanılmaktadır.

Mavi Kırangıç dergisinde insanların yaptığı hatalar dürüstçe sıralanır: “İnsanlara gelince, onları anlamak doğayı anlamak kadar kolay değil. Çok akıllıyız. Ama hem birbirimize hem de doğaya karşı hatalar yapabiliyoruz. Her hatanın da bir özrü olmayabiliyor. Kırılan bir kalbi her zaman tamir edemeyebiliriz. Doğaya verdiğimiz bazı zararların da telafisi yok ne yazık ki!” (Mavi Kırangıç, S.239, s.11) Ardından “Kendimize, birbirimize, tüm canlılara, doğaya tek bir borcumuz var. O da “saygı”” (MK, S.239, s.11) sözleri ile okur, saygılı olmaya yönlendirilir.

Samimiyet TDK Güncel Türkçe Sözlük'te (TDK, 2022) *içtenlik* olarak açıklanmaktadır. Çocuklara içtenlikle yaklaşmak onları ikna etmeyi kolaylaştırır. Mavi Kırangıç dergisinde çocuklara samimi bir üslupla şöyle yaklaşılr: “Mavi Kırangıç çocuk dergisi ile arkadaş olmaya var mısınız çocuklar?” (MK, S.239).

Bayram (2014) *empatiyi* olayları kendini başkalarının yerine veya başkalarını kendi yerine koyarak değerlendirebilmek, başkalarının gözüyle de bakabilmek, başkalarının da haklı olabileceğini düşünmek şeklinde açıklamaktadır. Dolayısıyla *empati kurma*, ikna tekniği olarak sıklıkla tercih edilmektedir.

Mavi Kırangıç dergisinde, salgın sürecini yaşayan çocuklarla şöyle empati kurulur: “Merhaba arkadaşlar! Sağlık önlemleri nedeniyle bir süredir evlerimizdeyiz. Pek alışık olmadığımız bu duruma belki de bazı uyum problemleri yaşadık. Ama bunların hepsini atlatacak bir anahtarımız var: Sabır!” (MK, S. 244, s.4). Ardından çocuklar “Sabır bize güç verir” başlığı altında sabretmenin olumlu yanlarına değinilir: “Uzun süredir okuldan, sokaktan, sevdiklerimizden, arkadaşlarımızdan uzaktayız. Bu ayrılığı hiç bitmeyecekmiş gibi düşünmüş olabiliriz. Oysaki sabır, karşılaştığımız zorluğun üstesinden gelebilmek için bize güç verir” sözleri ile sabırlı olmaya ikna edilmeye çalışılır (MK, S. 244, s.4).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde ise *empati kurma* tekniğine şöyle yer verilmiştir: “Her birimiz bedensel farklılıklara sahibiz. Bazılarımızın da işitme, görme, konuşma, yürüme gibi bedensel engelleri var. Engelli bireyler bazen ailemizin bir üyesi, bazen sınıf arkadaşımız, bazen de komşumuz olarak yaşamımızın içinde. Peki her gün gördüğümüz ve hayatı paylaştığımız bu kişilerin karşılaştıkları güçlüklerden ne kadar haberdarız? Haydi biraz bu sorunun yanıtını düşünelim...” Burada önce çocuklarla empati kurulmakta, ardından çocuklar empati kurmaya teşvik edilmektedir (Dama Dama PTT Çocuk Dergisi, S.23, s.40).

Grubun parçası olduklarını hissettirme

Kişi, bir grubun parçası olduğunu hissederse o gruba güvenir, grubun ilkelerini ve fikirlerini daha rahat benimser. Çalışma kapsamında incelenen her iki dergide, *grubun parçası olduklarını hissettirme* ikna tekniği öne çıkmaktadır.

Mavi Kırlangıç dergisinde okura, bir grubun parçası olduğu şöyle hissettirilir: “50 yıl önceki çocuklar bugün nasıl birer yetişkin olduysa bundan elli yıl sonra sizler de birer yetişkin olacaksınız. Ve umuyoruz ki siz de çocuklarınıza Mavi Kırlangıç çocuk dergisi alacaksınız. Neden mi? Çünkü Mavi Kırlangıç çocukların dergisi. Çocuklar bu dergiyle büyüdü. Çocuklar için var, bundan sonra da olacak. Yeni çocuklar büyütecek.” (MK, 239).

Çocuklar, “Bak kollarında Yeşilay gönüllüsü koluğu olan herkes birer gizli ve görünmez bir kahramandır. Onlarla tanışman için seni buraya çağırdık.” (MK, S.239. s.9) sözleriyle *grubun parçası oldukları hissettirilerek* Yeşilay gönüllüsü olmaya ikna edilmeye çalışılır.

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde ise millet olma bilinci, *grubun parçası oldukları hissettirilerek* çocuklara şöyle aşılanır: “23 Nisan 1920 Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açıldığı tarihtir. Tam 100 yıl önce daha kurtuluş savaşı sürerken, milletimiz egemenliğini ilan etmiştir. Bu tarihten itibaren temsilciler aracılığıyla kendisini yönetmeye başlamıştır. Atatürk böylesine önemli bir olayın kutlanması gerektiğini düşünerek 23 Nisan’ı ulusal bayram olarak ilan etmiş, ilerleyen yıllarda da bu bayramı çocuklara armağan etmiştir.” (DM, S.15, s.7).

Olumlu hayal kurdurma

Çocuklar, hayal kurmaktan ve hayallerini paylaşmaktan zevk duyarlar. Dolayısıyla çocuklara *olumlu hayaller kurdurma* çocukları ikna etmede etkilidir.

Mavi Kırlangıç dergisinin ana karakterlerinden Ece, okuyucuya, şu sözlerle olumlu hayal kurdurur: “Dergimizin konusu: Yaşam hakkına saygı. Bu ifade beni çok düşündürdü. İnsanlar birbirlerinin ve yeryüzünde yaşayan canlıların yaşam haklarına saygı duymayı öğrenseler ne güzel olur!” (MK, S.239). Ece, sonrasında bu hayalleri gerçekleştirse neler olacağını şöyle sıralar:

“Yeryüzünde daima barış olur.

Tüm canlılar güven içerisinde yaşayabilir.

Hiçbir canlı yiyecek ya da su sıkıntısı çekmez.

Doğa hep temiz ve güzel kalır.

Hiçbir hayvan ya da bitkinin soyu tükenmez.” (MK, S.239).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde, çocuklara temiz bir dünyanın hayali kurdurulur. Buna ilişkin örnekler aşağıda sıralanmıştır:

“Geri dönüşümü yapılan alüminyum kutular, 60 gün içinde süpermarketteki yerini tekrar alır. Bir ülkede bir günde basılan tüm gazetelerin geri dönüşümü yapılırsa 75.000 ağacın hayatı kurtarılabilir.” (DM, S.12, s.33).

“Denizlere atılan plastikleri, deniz canlıları besin sanıp yer ve yaşamlarını yitirirler. Oysa Sıfır Atık hareketi kapsamında denizlere plastik atılması engellenir. Bu sayede birçok deniz canlısının hayatı kurtulur. Eğer dişlerimizi fırçalarken musluğu kapatırsak, her fırçalamada ortalama 15 litre suyu kazanmış oluruz” (DM, S.12, s.33).

“Tertemiz bir dünya mümkün! Bunun için hepimizin dünya kaynaklarını çok dikkatli kullanmamız gerekir. Yere çöp atmamak, musluğu akıllı kullanmak gibi öneriler yazımızda!” (DM, S.15, s.46).

İstenen davranışla ilgili açıklamada bulunma

İkna sürecinde, kişiler, kendisinden bekleneni tam olarak anlamak isterler. Nitekim beklenen davranışın net bir şekilde ortaya konulması kişinin zihnindeki karışıklığı giderir. Çocuklar ise bu konuda daha hassastır. Zira çocuktan istenenler somut olarak ifade edilirse çocuk, daha kolay ikna edilir.

Mavi Kırılmaç dergisinde “Neleri değiştirebiliriz?” sorusu altında çocuklardan istenen davranışlar şöyle sıralanır: “Derslerin kötüyse iyileştirmek için daha çok ve planlı ders çalışman gerekebilir. Derli toplu değilsen uyandıktan sonra yatağını düzeltebilir, odanı toplayabilirsin. Kıyafetlerini çıkarttığın an dolaba yerleştirmeyi deneyebilirsin.” (MK, S.247, s.5).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde ise çocuklardan istenen davranış net bir şekilde şöyle ifade edilmiştir: “Okul alışverişi için kırtasiyeye gittiğimizde cıvıl cıvıl bir dünyayla karşılaşırız. Çevremiz rengarenk defterlerle, cicili bicili kalemlerle doludur. Onları o kadar beğeniriz ki hepsini almak isteriz. Ama pek çoğuna ihtiyacımız yoktur. O yüzden alışverişe çıkmadan önce ihtiyaç listemizi hazırlayalım. Kullanmayacağımız şeyler için gereksiz harcama yapmayalım.” (DM, S.20, s.2).

Merak boşluğu

Çocukluk, hayal gücünün geniş olduğu duyguların ve düşüncelerin sorgulandığı bir dönemdir. Bu sebeple çocukların karşısına çıkacak metinler, çocuklara bir yandan yaratıcı düşünme, keşfetme becerileri kazandırmalı bir yandan da onların merak duygusuna hitap etmelidir. Çalışma kapsamında incelenen her iki dergide *merak boşluğu* sıklıkla kullanılmıştır.

Mavi Kırılmaç dergisinin ana karakterlerinden Efe, derginin içeriğini okumaları için çocukları şöyle ikna etmektedir.

“Kim bilebilir ki?

Tuhaf bir kozanın içindekini,
 Bir tırtılın içinde sakladığı gizemi...
 Kim bilebilir ki?
 Birkaç günlük ömründe,
 Kelebeğin dünyaya kattığı güzelliği...
 Ancak bakmayı bilenler görür;
 Kalbi güzel olanlar bilir,
 Yaşamın eşsiz mucizelerini..." (MK, S.239).

Ece, turşunun nasıl yapıldığı konusunda çocukları şöyle meraklandırır: "Kış aylarında, yemeyi en sevdiğim sebzelerden birisi de lahanadır. Turşusunu da çok severim. Annem, istersem turşu yapabileceğimizi söyledi, ağzım sulandı hemen. Evet anne, yapalım lütfen! Haydi birlikte öğrenelim!" (MK, S.239, s.12).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde kayak merkezlerinin çok talep gördüğünden bahsedilir ve çocukların bu yerleri merak etmesi şöyle sağlanır: "Kış sporlarının başında gelen kayak, ülkemizde de çok rağbet görmektedir. Gelin birlikte, kayak yapılabilecek 5 şehri gezelim..." (DM, S.12, s.10).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde çocuklar, sorular yolu ile rüya konusunda şöyle meraklandırılır: "Rüyaya nedir? Neden rüya görürüz? İstedığımız rüyayı görebilir miyiz? Rüyada zaman kavramı nasıl işler? Her gün sadece bir rüya mı görürüz? gibi soruların yanıtı için sayfayı çevirip okumaya başla sevgili PTT Çocuk okuyucusu" (DM, S.15, s.33).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde kitapların tanıtıldığı bir bölümde, *merak boşluğundan* şöyle yararlanılmıştır: "Sergiye gelen davetlilerden iki tanesi dedenin yarım bıraktığı ve Burak'ın tamamladığı çininin önünde uzun uzun durur. Acaba niye böyle yapmışlardır? Bu iki davetlinin dikkatini çeken nedir? Eğer bu soruların cevabını merak ediyorsan, bu heyecan dolu kitabı okumalısın..." (DM, S.23, s.55).

Sosyal kanıt

İnsan, yaşadığı toplumun değerlerinden, inançlarından, tutumlarından ve davranışlarından etkilenir, bunları eylemlerine yansıtır. Nitekim kişiler, toplumun çoğunluğuna göre hareket etme eğilimindedir. *Sosyal kanıt*; olarak ifade edilen bu durumdan incelenen çocuk dergilerinde yararlanılmıştır.

Yeşilcan, *sosyal kanıtlar* ortaya koyarak, çocukları yardımlaşmaya şöyle yönlendirir: "Merhaba arkadaşlar! Mavi Kırlangıç Ailesi çok büyük bir aile. Sadece mahallemizde yaşayan insanlar değil, tüm kediler, köpekler, kuşlar, karıncalar, tırtıllar da bizim dostlarımız. Mahallemizde yaşayan tüm canlıların ihtiyaçlarını gözetiriz.

Onlarında karnı doyunca mutlu oluruz. Sevgimizi, saygımızı, yemeğimizi paylaşıyoruz. Bu sayede, biz çok mutluyuz.” sözleriyle (MK, S.239).

Yeşilcan, *sosyal kanıtlar* aracılığı ile çocuklara misafirperverliği şu sözler ile açıklamaktadır: “Evine misafir gelmesinden hoşlanmayan yoktur, sanıyorum. Ben bayılıyorum doğrusu. Misafir geleceğini evdeki tatlı telaştan; mutfaktan gelen güzel kokulardan anlayabiliyorum. Demlikten gelen su sesi, annemin terliklerinin sesine karışır. Bir yandan evi toplarken bir yandan da ikramlıkları hazırlar.” (MK, S.239, s.10).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde *sosyal kanıtlar* sunulmuş, salgın sürecinde çocukların nelere dikkat etmesi gerektiği şöyle vurgulanmıştır: “Ardından yaz tatili başladı. Virüs tehlikesi tam olarak geçmediğinden önlem almayı sürdürdük. Sosyal mesafemizi koruduk. Maskemizi taktık. Ellerimizi sık sık yıkadık. Kalabalık ortamlardan uzak durmaya çalıştık.” (DM, S.20, s.21).

Bu örnekte ise *sosyal kanıtlar* aracılığı ile hayvanseverliğin önemi şöyle vurgulanmıştır: “Ağacın tepesinde mahsur kalmış sevimli kedileri ya da kuyuya düşmüş köpek dostlarımızı gördüğümüzde itfaiyeyi ararız. Onlar da hızla yardıma koşar ve hayvan dostlarımızı özgürlüğüne kavuşturur.” (DM, S.20, s.31).

Birlik

TDK Güncel Türkçe Sözlük’te (TDK, 2022) *birlik*, “Tek bir olma durumu, bir arada olma durumu, bağlılık, benzerlik, bağlantı, vahdet.” anlamlarıyla açıklanmaktadır. Bir başka ifadeyle *birlik* insanların bir amaç için bir araya gelmesidir. İnsanları ortak bir hedefe dâhil etmek onların ikna edilme sürecini de kolaylaştırır. Aşağıdaki örneklerde *birlik* tekniğine ilişkin örnekler sıralanmıştır:

Mavi Kırılma dergisinde *birlik ve beraberlik* içinde hayvanlara sahip çıkılması gerektiği şöyle vurgulanır: “Ellerimiz küçük olabilir. Elimizden gelenler de az... Olsun. Bilelim ki çabanın azı çoğu olmaz. Birkaç lokma yem koyalım pencereimizin önüne. Kuşlar karınlarını doyursunlar. Birlikte neşelenip şarkılar söyleyelim. Sokakta kediler, köpekler bir kap yiyecek bekler. Bir kap da su. Göreceksiniz onların teşekkürü bir başkadır. Hiç unutmazlar, iyilik yapan kimseleri.” (MK, S.239, s.5).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde ise doğayı korumak için *birlikte* hareket etmenin öneminden şöyle bahsedilir: “Doğayı korumak hepimizin görevi. Peki bunu nasıl yapabiliriz? Aslında çok kolay. Yerlere çöp atmazsak, sularımızı boş yere akıtmazsak, çevremizdeki çiçek ve ağaçlara zarar vermezsek doğayı koruyabiliriz.” (DM, S.21, s.52).

İhtiyaç oluşturma

İnsanların fiziksel, psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçları vardır. Bireylerin bu ihtiyaçlarını bilmek, onlara sunulacak her alanda önemlidir. Zira insanlar, ihtiyaç duyduklarına talep gösterirler ve ihtiyaç duydukları alanda daha kolay ikna olurlar.

Çalışma kapsamında incelenen her iki dergide sıklıkla *ihtiyaç oluşturma* tekniğine başvurulmuştur.

Mavi Kırılgaç dergisindeki içeriklerin çocuklar için bir ihtiyaç olduğu şöyle vurgulanmıştır: “Dergimizin zengin içerikleriyle birlikte çocuklarımızın fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerini, motor becerilerini artırmayı hedefliyoruz.” (MK, S.239).

Mavi Kırılgaç dergisinde “Dört Mevsim Sağlık İçin Dengeli Beslenelim” başlığı altında ihtiyaçlar şöyle sıralanmıştır: “Güçlü bir vücut, hastalıklara karşı korunmak için sağlam bir kale gibidir. Kalemizi güçlendirmek için çeşitli besinlerden yeterince yemeliyiz. Her gün 4-5 porsiyon mevsim meyvesi ve sebze tüketelim. Haftada 2 kez de balık yiyelim. Su içmeyi ihmal etmeyelim. Şekerli ve gazlı içeceklerden kaçınalım.” (MK, S.239, s.17).

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde, başarılı olmak için nelere dikkat etmek gerektiği şu sözlerle ifade edilmiştir: “Öğrenmeye evde devam ettiğimize göre, ders çalışacağımız uygun bir alan oluşturmalıyız. Bu kendi odamız ya da salondaki yemek masası olabilir. Bu alanı kardeşlerimizle de paylaşmamız gerekebilir. O yüzden bu alanda sınırlarımızı iyi belirleyelim. Masanın üzerine sadece kitap, defter, kalem gibi çalışma araçlarımızı koyalım.” (DM, S.20, s.23).

Üçüncü Alt Amaca İlişkin Bulgular

Bu bölümde çocuk dergilerinde kullanılan ikna teknikleri, aşağıda yer alan çocuk edebiyatının temel ilkelerine göre değerlendirilmiştir.

Metinler ideolojik düşünce barındırmamalıdır.

Metinlerde belli fikirlerin çocuklara dayatılması çocuğun psikolojisini, hayatını ve geleceğini olumsuz etkileyebilmektedir. Dolayısıyla çocuklara yönelik metinlerde ideolojik düşüncelerden uzak durulmalıdır. Mavi Kırılgaç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde yer alan metinlerde ideolojik düşünce tespit edilmemiştir.

Metinlerde argo söyleyişlere yer verilmemelidir.

Çocuklara yönelik metinlerde yer alan argo söyleyişler, çocukların ahlaki yapısını ve davranışlarını kötü yönde etkilemektedir. Mavi Kırılgaç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde yer alan metinlerde argo söyleyişlere yer verilmemiştir.

Metinlerde duygular abartılmamalıdır.

Metinlerde duyguların abartılarak verilmesi, kişiliği yeni gelişmeye başlayan çocukların sosyal-duygusal becerilerini olumsuz yönde etkileyecektir. Mavi Kırılgaç ve Dama PTT Çocuk dergilerinde duyguların abartılmadan işlendiği tespit edilmiştir.

Metinler tutarlı ve inandırıcı olmalıdır.

Tutarsız metinler, çocuklarda kafa karışıklığına sebep olur ve metinler inandırıcılığını yitirir. Ayrıca metinlerdeki tutarsızlıklar, çocukların zihinsel gelişimlerini de olumsuz yönde etkileyebilir. Mavi Kırlangıç ve Dama PTT Çocuk dergilerindeki metinler tutarlı ve inandırıcı bir şekilde hazırlanmıştır. Sözelimi Mavi Kırlangıç dergisindeki karakterlerden Yeşilcan, Efe ve Ece; çevreye, doğaya, hayvanlara ve insanlara duyarlı kişilik özelliklerine sahiptir. Çalışma kapsamında incelenen dergilerde yer alan tüm metinlerde karakterler bu özelliklerini korumuşlardır. Yine Dama Dama PTT Çocuk dergisinde kültürel, sosyal, tarihsel ve sportif faaliyetlere ilişkin metinler, incelenen dergilerin her sayısında yer almış ve bunların çocuklara olan katkıları dile getirilmiştir.

Metinlerde örnek kahramanlar olmalıdır.

Mavi Kırlangıç dergisinde her sayıda yer alan karakterler Yeşilcan, Efe, Ece, Gül Nine davranışlarıyla çocuklara örnek olabilecek özellikler taşırlar. Dama Dama PTT Çocuk dergisinin incelenen tüm sayılarında topluma örnek olan şahsiyetlerin otobiyografilerine yer verilmiştir. Aşağıda bu maddeye ilişkin örnekler sıralanmıştır:

Ece, gözlem yapmanın önemini vurgularken çocuklara dolaylı olarak şöyle örnek olur: “Dergimizin bu ayki konusu beni çok heyecanlandırdı. Sanırım ben gözlem yapmaya henüz bebekken başlamışım. Büyüdükçe de gözlem yapmak eğlenceli bir oyun halini aldı. Doğayı, insanları, hayatı gözlemlerim. Tüm gözlemlerimi de aklıma takılan soruları da not alırım. Yakında “Meraklı Ece’nin Beyninden Geçenler” isimli bir kitap çıkarırsam hiç şaşırmayım.” (MK, S.242).

Yavuz Sultan Selim’in alçak gönüllü oluşu vurgulanarak çocuklara örnek bir kişilik sunulur: “Yavuz Sultan Selim son derece alçak gönüllü bir karaktere sahiptir. Öyle ki ona sunulan “İki Şehrin (Mekke ve Medine) Hâkimi” unvanını kabul etmemiş “Hâkim” yerine “Hadim” yani “hizmetkâr” denilmesini istemiştir.” (DM, S.15, s.10).

Metinler çocukların yaşantılarıyla uyumlu olmalıdır.

Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde anlatılan metinler, çocukların yaşantılarıyla uyumludur.

Mavi Kırlangıç dergisinde Efe’nin dile getirdiği aşağıdaki şiir, çocukların salgın sürecinde karşılaştıkları zorlukları şöyle ifade etmektedir:

“Bir öpücük konduramadım.

Tonton yanağına dedemin.

Bayramda elini de öpemedim.

Özledi beni ama hiç küsmedi.

Çünkü doktorlar bize,

“Evde kal” demişti.

Gülümseyen yüzünü gördüm,

Her aradığımda ekranda.

Gözlerindeki hüznü,

Bir kahkaha ile sakladı hep.

“Üzülme evlat, bu da geçer.” dedi.

“Uzak yakın yok ki,

Sevgimiz gönlümüzde.” (MK, S.244) .

Dama Dama PTT Çocuk dergisinde temizlik konusu, çocukların yaşamlarından örnekler verilerek şöyle vurgulanır: “Yaşadığımız, oyun oynadığımız, ders çalıştığımız yerin temiz tutulması bizi sağlıklı tutan başlıca etkenlerdir. Kendi çevremizi temiz tutabilmek bizim için çok önemli olmalı. Kendi çevremiz kadar doğayı, kenti, okulumuzu da temiz tutmayı öğrenmeliyiz.” (DM, S.12, s.41).

Metinlerde değerlere yer verilmelidir, ancak dayatılmamalıdır.

Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT çocuk dergilerinde millî ve evrensel değerler işlenmiştir. Sözü edilen değerlerin bir kısmı çocuklara doğrudan bir kısmı da dolaylı olarak aktarılmıştır. Her iki dergide değerlerin verilmesine ilişkin bir dayatma tespit edilmemiştir. Dolaylı anlatımın kullanıldığı metinlerde karakterler, davranışları ile örnektir, herhangi bir zorlama yoktur. Değerler doğrudan aktarılırken ise “rica ifadeleri” kullanılmış, “ortak düşman yaratma”, “otorite kurmak”, “kusur hata belirtme” gibi ikna tekniklerine hiç yer verilmemiştir. Bu ilkeye ilişkin örnekler aşağıda şöyle ifade edilmiştir:

“Farklı düşüncelere, yeteneklere, kişiliklere saygı duyulursa toplumdaki insanlar diğer insanlarla uyum içinde yaşayabilir. Aksi halde çeşitli problemler ortaya çıkabilir. Bu sorunları aşmak için toplum kurallarına uymalı, insanları sevmeli ve saymalı, kırıncı olmamalı, hoşgörülü olmalı, herkese eşit ve adil davranmalı, empati yapmalıyız.” (MK, S.250, s.5).

“Dolabını düzenlerken sana artık küçük gelen kullanılabilir durumdaki kıyafetlerini kardeşine, kuzenlerine ya da arkadaşlarına hediye edebilirsin. Böyle düşünceli davranışlar insanları mutlu eder.” (DM, S.23, s.46).

Metinler çocuklara “düşmanlık” aşılammalıdır.

Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde yer alan metinlerde çocuklara “düşmanlık” aşılacak ifadeler tespit edilmemiştir. Tam aksine metinlerde sevgi, dünya barışı sıklıkla vurgulanmıştır. Bu ilkeye ilişkin örnekler aşağıda sıralanmıştır:

“Ülkemizde farklı yöreler var. Bu yörelere özgü farklı gelenekler... Dünyamızda farklı ülkeler var. Bu ülkelere özgü kültürler... Farklı görünsek de farklı görüşlere de sahip olsak saygı çatısı altında buluşuyoruz. Saygı varsa huzur ve barış vardır.” (MKD, 2020)

“Neler Yapmayalım? Engellilerin karşılaştıkları güçlükleri kolaylaştırmak için hepimize görevler düşüyor. Öncelikle toplum genelinde gördüğümüz bazı hatalı davranışlardan söz etmek gerek. Biz çocuklar olarak bu hataları yapmazsak engellilerin yaşadığı pek çok güçlük ortadan kalkar.” (DM, S.23, s.41).

Metinlerde ayrıntılara yer verilmemelidir.

Çocuklar, uzun gereksiz ayrıntıların olduğu metinleri okurken sıkılırlar ve dikkatleri dağılır. Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde ayrıntılara yer verilmemiştir.

Metinlerde çocuklara doğrudan öğüt vermek yerine verilmek istenen mesaj çocuklara sezdirilmelidir.

Çocuklar, kendilerine doğrudan öğüt verilmesinden hoşlanmazlar. Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde çok sayıda öğüt veren bölümler tespit edilmiştir. Bu sebeple incelenen dergilerin bu maddeye uygun olmadığı söylenebilir. İki dergi kıyaslandığında ise Dama Dama PTT Çocuk dergisinde, Mavi Kırlangıç dergisine göre daha çok nasihat veren bölüm vardır. Aşağıda konuya ilişkin örnekler sıralanmıştır:

“Arkadaşlar, kış gelince hayvanlar yiyecek bulmakta zorlanıyorlar. Onlara yardım etmeliyiz.” (MK, S.239, s.8).

“Çalışma alanımız gibi kitaplığımızı da düzenlememiz gerekiyor. Yeni gelen kitaplara yer açmamız gerek. Kullanmadığımız kitapları alt raflara kaldıralım. Bu sene kullanacağımız yeni kitapları kolay erişilir raflara koyalım. Geçmiş yıllardan kalan kitapları ve çalışma gereçlerini alt sınıftaki arkadaşlarımızla paylaşalım.” (DM, S.20, s.23).

Metinlerde olaylar objektif bakış açısıyla aktarılmalıdır.

Çocuklara yönelik yazılan metinler oluşturulurken yanlı bakış açısından kaçınılmalıdır. Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde metinler, tarafsız bakış açısıyla işlenmiştir. Aşağıda konuya ilişkin örnekler sıralanmıştır:

“Farklılıklar dünyayı ne kadar güzelleştiriyor. Yeryüzünde milyonlarca çeşit bitki ve hayvan var. Birbirinden güzel, birbirinden harika yaratılışta milyonlarca canlı... Dünyayı yüzlerce farklı milletten ve kültürden insanlarla paylaşıyoruz. Her milletin ayrı bir melodisi var. Her birimizin farklı düşünceleri, kabiliyetleri var. Kimimiz güzel şiir yazıyor, kimimiz harika resimler çiziyor. Pilotlar uçakları uçururken, doktorlar hayat kurtarıyor.” (MK, S.250, s.11).

“Her birimiz bedensel farklılıklara sahibiz. Bazılarımızın da işitme, görme, konuşma, yürüme gibi bedensel engelleri var. Engelli bireyler bazen ailemizin bir üyesi, bazen sınıf arkadaşımız, bazen de komşumuz olarak yaşamımızın içinde. Peki her gün gördüğümüz ve hayatı paylaştığımız bu kişilerin karşılaştıkları güçlüklerden ne kadar haberdarız? Haydi biraz bu sorunun yanıtını düşünelim...” (DM, S.23, s.40).

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada 2020 yılında yayınlanan Mavi Kırlangıç ve Dama Dama PTT Çocuk dergilerinde kullanılan ikna teknikleri tespit edilmiş ve bu dergilerde yer alan ikna tekniklerinin çocuklara ve çocuk edebiyatının temel ilkelerine uygunluğuna göre değerlendirilmiştir. İnceleme sonunda; her iki dergide de tespit edilen ikna teknikleri şunlardır: “Anlamlı ve Pozitif Kelimeler Kullanma”, “Dürüstlük, Samimiyet ve Empati Kurma”, “Grubun Parçası Olduklarını Hissettirme”, “Güvenilir Olma ve Şeffaf Olma / Güven Yaratma”, “Olumlu Hayal Kurdurma”, “Bilimsel Kanıt”, “İstenen Davranışla İlgili Açıklamada Bulunma”, “Referans Kullanma”, “Merak Boşluğu”, “Sosyal Kanıt”, “Sosyal İhtiyaçlara Değınme”, “Ortaklık Kurma”, “Saygı Gösterme”, “Birlik”, “Bilinmeyenleri, Bilinenlerle Bağlantısını Göstererek Anlatma”, “Tanıklık Tekniğı”, “İhtiyaç Oluşturma”, “İhtiyaca Yönelme”, “Net Olma”, “Kaybetme Korkusu”, “Alanında Uzman Olma”, “Tren Tekniğı”, “Tutarlılık”, “Beklenti Oluşturma”, “Acaba Değıl Hangi Tekniğı”, “Talebin Yüksekliğı”, “Eğır Tekniğı”, “Parlak Sözler”, “Paylaşımıcı Olma”, “Hediye Verme”, “Rica İfadeleri Kullanma”, “Üslubu Güzelleştirme”, “Tekrar”. Mavi Kırlangıç dergisinde, Dama Dama PTT Çocuk dergisinden farklı olarak “Üçün Gücü” ikna tekniğı de almaktadır.

Bir metin, çocuğın hayatında, psikolojisinde ve geleceğinde rol oynayabilir. Söz gelimi çocuk, okuduğı bir yazıdan etkilenip belli bir ideolojik fikre ikna olabilir. Araştırma kapsamında incelenen dergilerde belli bir ideolojik fikir çocuklara verilmemiştir. Bu sebeple söz konusu dergiler çocuklara rahatlıkla önerilebilir.

Araştırma kapsamında incelenen dergilerde nasihat veren bölümler tespit edilmiş, çocuklar bu yolla ikna edilmeye çalışılmıştır. Çocuklar, kendilerine doğrudan nasihat verilmesini istemezler. Dolayısıyla iletiler, kahramanlar ve olaylar üzerinden aktarılmalıdır. Metinlerde öğüt veren karakterler, yaşantılarıyla örnek olmalıdır. (Kara & Emirhan) Dergi yazarlarının, bu durumu dikkate almaları isabetli olacaktır.

Çocuklara kök değerler aktarılırken ikna teknikleri ve çocuğa görelık ilkesine dikkat etmek gerekir. Zira çocuğa uygun olmayan bir ikna tekniğı, çocukların bu değerlerden uzaklaşmasına sebep olabilir. Çalışma kapsamında incelenen dergilerde “borca sokma tekniğı, gitgide artan ricalar tekniğı, ortak düşman yaratma, otorite kurmak, kusur hata belirtme, zıtlıklar yaratma, silme, çarpıtma, genelleme, muğlak konuşma, olumsuz nitelme vb.” çocuğa görelık ilkesi ile bağdaşmayan tekniklere yer verilmemiştir. Dolayısıyla bu dergilerden değerler eğitiminde faydalanılabilir.

İkna edici metinlerde dilin anlatım ve biçiminin alıcıya hoş gelecek biçimde kullanılması gerekir. (Günay, 2007) Çalışma kapsamında incelenen metinlerde argo söyleyişlere yer verilmemiştir. Ayrıca dergilerinde yer alan metinlerde çocuklara “düşmanlık” aşılacak ifadeler tespit edilmemiştir. Tam aksine metinlerde sevgi, dünya barışı sıklıkla vurgulanmıştır. Konu, tema, dil ve anlatım açısından çocuklara uygun olan bu dergiler çocuklara tavsiye edilebilir.

Yapılan araştırmalar, iletinin içeriğinin belli bir mantık yapısı üzerinde toplanmasından çok, kaynağın güvenilir olması ve iletilerin hedefin inanma çerçevesi içerisinde yapılandırılmasının, genelde iknanın gücünü arttırdığını belirlemişlerdir. Bir başka deyişle iknada mantıksal yapıdan çok insanların inanabilmesini belirleyen etkenlerin sonucunda onların ortaya çıkan durumu kabul ettiğini bulmuşlardır (Yüksel, 2005). Bu araştırma kapsamında incelenen metinlerde duygular abartılmamıştır, metinler, tutarlı ve inandırıcı özellikler taşımaktadır. ,

Sonuç olarak her ikna tekniği çocuklar için uygun değildir. Zira çocukların kendilerine has duyuları, biliş düzeyleri ve dünyaları vardır. Dolayısıyla çocuklarla ilgili konularda onların gelişim dönemleri ve yaşları göz önünde bulundurulur (Kara & Emirhan, 2020). Bu noktada çocuklar için hazırlanan dergilerde kullanılan ikna tekniklerinin çocuğa uygun olması beklenmektedir. Çalışma kapsamında incelenen metinlerde yer alan ikna tekniklerinin çocuklar açısından uygun olduğu söylenebilir. Dolayısıyla ebeveynler ve eğitimciler sözü edilen bu dergileri rahatlıkla çocuklara önerebilir.

Etik ve Çıkar Çatışması Bildirimi

Yazarlar aralarında çıkar çatışması bulunmadığını ve tüm araştırmacıların çalışmaya katkı sunduğunu beyan etmiştir. Yazarlar tüm etik kurallara uyduklarını bildirmiştir.

Kaynakça

- Akyol, Z. (2019). *Bir ikna teknolojisi olarak internet: e-ticaret sitelerindeki ikna dinamikleri üzerine bir inceleme* (Tez No. 590110) [Doktora Tezi, Ege Üniversitesi-İzmir]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Akyüz, E. (2013). Çocuğun bilgi edinme ve zararlı yayınlara karşı korunma hakkı. H. Yavuzer ve M. R. Şirin (Ed.), *I. Türkiye çocuk ve medya kongresi bildiriler kitabı-1* (s.115-132) içinde. Çocuk Vakfı.
- Alanka, Ö. (2017). İletişim modelleri. E. Akbulut (Ed.), *İletişime giriş (1. Baskı s. 41-57)* içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Arıcı, A. F. (2016). *Çocuk edebiyatı ve kültürü* (1. baskı). Pegem Akademi Yayınları.
- Aristoteles, (2015). *Retorik*. (Çev. M. Doğan). Yapı Kredi Yayınları.
- Bayram, Y. (2015). *Divan şairleriyle değerler eğitimi*. İlkadım Belediyesi.

- Burns, P., Roe, C., Betty, D., Ross, P. & Elinor, P. (1982). *Teaching reading in today's elementary schools*. Houghton Mifflin Company.
- Cialdini, R. B. (2021). *İknanın psikolojisi* (Çev. Y. Fletcher). Mediacat.
- Cialdini, R.B., Goldstein, N. & Martin, J. (2016). *Evet! İkna etmenin bilimsel olarak kanıtlanmış 50 yolu*. (Çev. F. Özgener). Pegasus Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (2002). *İletişim donanımları*. Remzi Kitabevi.
- Cüceloğlu, D. (2018). *İnsan insana*. (56. baskı). Remzi Kitabevi.
- Dama Dama PTT Çocuk Dergisi, Aralık, 2020, S. 23.
- Dama Dama PTT Çocuk Dergisi, Eylül, 2020, S. 20.
- Dama Dama PTT Çocuk Dergisi, Haziran, 2020, S. 17.
- Dama Dama PTT Çocuk Dergisi, Nisan, 2020, S. 15.
- Dama Dama PTT Çocuk Dergisi, Ocak, 2020, S. 12.
- Deniz, K. (2018). *Eğitimde insan ilişkileri ve iletişim: İkna*. Gece Kitaplığı Yayınevi.
- Dilidüzgün, S. (2003). Çocuk edebiyatı ve eğitsel özellikleri. S. Müzeyyen (Ed.), *Gelişim ve eğitimde yeni yaklaşımlar* (s. 208-219) içinde). Morpa Kültür Yayınları.
- Fexeus, H. (2021). *İkna oyunları* (Çev. M. Erguvan). Diyojen Yayıncılık.
- Gökçe, O. (2006). *İletişim bilimleri insan ilişkilerinin anatomisi*. Siyasal Kitabevi.
- Güler, Handan. (2008). *Alguların ötesi: bilinçaltı reklamcılık, bilinçaltı reklamcılığın tüketici davranışları üzerindeki etkileri* (Tez No: 229476). [Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi- Kocaeli]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Güleryüz, H. (2006). *Yaratıcı çocuk edebiyatı*. Pegem Akademi Yayınları.
- Günay, D. (2007). *Metin bilgisi*. Multilingual Yabancı Dil Yayınları.
- Güngör, N. (2013). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Gürüz, D. & Eğinli, A. T. (2008). *İletişim becerileri*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hogan, K. (2012). *Gizli ikna taktikleri* (Çev. T. Gezer). Yakamoz Kitap.
- Işık, M. (2007). *Televizyon ve çocuk*. Eğitim Kitabevi.
- Işık, M. (2007). *Dünya ve Türkiye bağlamında kitle iletişim sistemleri*. Eğitim Kitabevi.
- Doruk Karadoğan, E. (2015). *İknanın sosyal psikolojisi*. Derin Yayınları.

- Kara, M. & Emirhan, T. (2020). Değerler eğitimi açısından müzik dersi kitaplarındaki çocuk şarkıları. *Ondokuz Mayıs University Journal of Education Faculty*. 39(2), 153-178. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/omuefd/issue/58553/742422>
- Kıbrıs, İ. (2006). *Çocuk edebiyatı*. Tekağaç Eylül Yayınevi.
- Krauss, R. M. & Fussell, S. R. (1996). Social psychological models of interpersonal communication, *Social Psychology: Handbook of Basic Principles*, 655-701.
- Mavi Kırlangıç Dergisi, Aralık, 2020, S. 250.
- Mavi Kırlangıç Dergisi, Eylül, 2020, S. 247.
- Mavi Kırlangıç Dergisi, Haziran, 2020, S. 244.
- Mavi Kırlangıç Dergisi, Nisan, 2020, S. 242.
- Mavi Kırlangıç Dergisi, Ocak, 2020, S. 239.
- Nas, R. (2004). *Örneklerle çocuk edebiyatı*. Ezgi Kitabevi.
- Oğuzkan, F. (2013). *Çocuk edebiyatı*. Anı Yayıncılık.
- Paksoy, M. & Acar, A. C. (2000). İletişim ve iletişim modelleri. İ. Özalp (Ed.), *Örgütsel iletişim içinde*. Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi.
- Reardon, K. K. (1991). *Persuasion in practice*. Sage
- Sever, S. (2017). *Çocuk ve edebiyatı* (9. baskı). Tudem Yayınları.
- Şimşek, Sedat. (2013). Duygusal zekâ bağlamında medyada yayınlanan reklamların çocuklar üzerinde oluşturabileceği davranış biçimleri. H. Yavuzer ve M. R. Şirin (Ed.), *1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1* (s.235-254) içinde. Çocuk Vakfı Yayınları.
- Şirin, M. R. (2000). *99 soruda çocuk edebiyatı*. Çocuk Vakfı Yayınları.
- TDK (2022). *Güncel Türkçe sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 1 Aralık 2022 tarihinde alındı.
- Temizyürek, F & Acar Ü. (2014). Çizgi filmlerdeki subliminal mesajların çocuklar üzerindeki etkisi. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 3(3), 25-39.
- Temizyürek, F. (2003). Türkçe öğretiminde çocuk edebiyatının önemi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 13, 161-167.
- Tutar, H. (2021). *Örgütsel iletişim*. Umuttepe Yayınları.
- Tutar, H., M. K. Yılmaz ve Ö. Eroğlu. (2014). *Genel ve teknik iletişim* (6. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yalçın, A. & Aytaş, G. (2005). *Çocuk edebiyatı*. Akçağ Yayınları.

- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yörükoğlu, A. (2000). *Aile ve çocuk*. Özgür Yayıncılık.
- Yüksel, A. H. (2005). *İkna ve konuşma*. Anadolu Üniversitesi Yayını.

Extended Abstract

Human life is based on communication. Individuals need to share their feelings, thoughts and dreams, influence others, and acquire new information. In this communication process, the person is sometimes in the transmitter position and sometimes in the receiver position. As a matter of fact, communication is a way for people to influence each other and be influenced by each other (Krauss and Fussell, 1996, p.665).

Cüceloğlu (2002, p.8) defines communication as a psycho-social process that associates two people into a relationship. In this process, the purpose of the majority of the communications is to influence the other side and to direct them to a certain belief, emotion, thought or behavior (Akyol, 2019, p. 4). For this reason, it is necessary to talk about persuasion in the communication process. "Persuasion is a communication process that aims to direct consciously the attitudes and behaviors of a person or a group through language skills and various influencing elements without force" (Deniz, 2018, p.38).

Children explore themselves and the environment in accordance with the opportunities given them, develop their affective and cognitive skills in this direction. "A child is a life, a guarantee of the future, a little one in need of protection." (Şimşek, 2013, p. 237) Children, who are considered the most valuable asset, are an important part of society. As a matter of fact, "Our most valuable assets are our children that transmit the cultural heritage that ensures the continuity and development of societies to future generations from themselves." (Işık, 2007, p. 51) For this reason, convincing children about certain issues should not be considered as a simple task, appropriate persuasion techniques should be used for children. The persuasion techniques included in the texts presented to children according to their age and developmental characteristics should be in accordance with the principle of relativity to the child.

The main purpose of this research is to identify the persuasion techniques used in the Mavi Kırangıç and Dama Dama PTT Çocuk magazines published in 2020 and to evaluate the suitability of the persuasion techniques included in these magazines for children.

This study is a qualitative research aimed at determining the persuasion techniques used in Mavi Kırangıç and Dama Dama PTT Çocuk magazines published in 2020. The "document review" technique, one of the qualitative research methods, was used in the study. For this purpose, the persuasion techniques used in Mavi Kırangıç and

Dama Dama PTT Çocuk magazines were examined. Accordingly, the texts in the journals were examined in terms of persuasion techniques, and the data obtained at the end of the study were evaluated.

At the end of the research, the following determinations were reached:

A text can play a role in a child's life, psychology, and future. For example, a child may be influenced by an article he reads and convinced of a certain ideological idea. A certain ideological idea was not given to children in the journals examined within the scope of the research. For this reason, these magazines can be easily recommended to children.

Sections giving advice were identified in the journals examined within the scope of the research, and children were tried to be convinced in this way. "Children do not like to be directly admonished. Messages should be transmitted through heroes and events. For example, heroes who give advice should also set an example with their lives." (Kara & Emirhan, 2020, p.175) Therefore, it would be appropriate for the journal authors to keep in mind situation.

In persuasive texts, the expression and form of language should be used in a way that is pleasant to the recipient. (Günay, 2007, p.337) Slang utterances were not included in the texts examined within the scope of the study. In addition, expressions that would instill "hostility" to children have not been identified in the texts included in their journals. On the contrary, love and world peace are often emphasized in the texts. These magazines, which are suitable for children in terms of subject, theme, language and expression, can be recommended to children.

Researches have determined that rather than collecting the content of the message on a certain logical structure, the source is credible/reliable, and structuring the messages within the target's belief framework generally increases the power of persuasion. In other words, they have found that rather than logical structure in persuasion, people accepted the revealed as a result of the factors determining their ability to believe. (Yüksel, 2005). Emotions are not exaggerated in the texts examined within the scope of this research, the texts have consistent and convincing features.

As a result, not every persuasion technique is suitable for children. Because children have their own unique feelings, levels of cognition and worlds. Therefore, their developmental periods and ages are taken into consideration in the issues related to children (Kara & Emirhan, 2020). At this point, it is expected that the persuasion techniques used in magazines prepared for children will be appropriate for the child. It can be said that the persuasion techniques included in the texts examined within the scope of the study are suitable for children. Therefore, parents and educators can easily recommend these mentioned magazines to children.