

Weet je nog, dat verhaal dat ik je vertelde?

*Een onderzoek naar de manier waarop TEDtalk-sprekers gebruikmaken van
elaboratieve retentietechnieken die ervoor kunnen zorgen dat het publiek de
boodschap onthoudt*

Masterscriptie 20 EC

Lisanne Mijnders s1561200

Nederlandse taal en cultuur, afdeling Taalbeheersing
Universiteit Leiden

Begeleiders: Prof. Dr. J.C. de Jong & M.J.Y. Wackers, MA
Tweede lezer: R. Pilgram, MA

Juni 2015

Gevangen in zijn limbo van een eeuwig heden, tussen een verleden dat hij zich niet kan herinneren en een toekomst waar hij niet over na kan denken, leidt hij een sedentair leven, geheel vrij van zorgen.

– Joshua Foer (2011: 90) –

Voorwoord

Met bloed, zweet en tranen. Wat een cliché, maar in mijn geval beschrijft het goed het pad dat ik heb bewandeld in de halfjaardurende scriptieperiode. Want het onderzoeksproces is niet zonder horten en stoten verlopen, mede dankzij het voorrecht dat ik had om tegelijkertijd op een geweldige plek in politiek Den Haag stage te lopen. Wellicht dat ik mijzelf hiermee in de vingers heb gesneden (het bloed), maar ik heb het beleefd als een ervaring die ik nooit zal vergeten. Het reizen tussen Den Haag en Leiden en het omschakelen tussen wetenschappelijk schrijven en politiek schrijven heeft mij klamme handjes (het zweet) opgeleverd.

Maar het was niet alleen maar kommer en kwijl, want wat heb ik ontzettend veel geleerd van mijn scriptie. Enerzijds inhoudelijk, het ècht doen van wetenschappelijk onderzoek – want wat was dat nu eigenlijk ‘wetenschappelijk onderzoek’? En anderzijds heb ik mezelf beter leren kennen, gezien welke capaciteiten ik in huis heb en dat ik beter meerdere dingen tegelijk kan doen dan ik altijd dacht.

En nu is het klaar en daar komen de tranen. Tranen van geluk, opluchting en trots. En zoals ik dit voorwoord ben begonnen met een cliché, zo wil ik ook eindigen met een cliché. Ik wil mijn ouders namelijk bedanken, omdat zij degenen waren die mij altijd weer het figuurlijke steuntje in de rug gaven als ik er even genoeg van had. Tot slot dank aan mijn vriend – mijn Griekse adonis – die mij de afgelopen maanden vaak heeft moeten missen maar altijd achter me bleef staan.

Voorburg, juni 2015

Lisanne Mijnders

Samenvatting

Deze scriptie beschrijft het onderzoek naar het gebruik van de anekdote en de vraagfiguur die elaboratie en retentie kunnen bevorderen, gebruikt door TEDtalk-sprekers. Er wordt getracht een antwoord te formuleren op de volgende onderzoeksvraag:

Op welke manier maken TEDtalk-sprekers gebruik van de elaboratieve retentietechnieken de anekdote en de vraagfiguur die ervoor kunnen zorgen dat het publiek de boodschap onthoudt?

Geheugenonderzoek laat zien dat het geheugen bestaat uit drie onderdelen, te weten het sensorische geheugen, het werkgeheugen en het langetermijngeheugen. De drie functies van het geheugen zijn coderen, opslaan en terughalen. Coderen houdt in dat nieuwe informatie moet worden omgezet in een vorm die het beste in het geheugensysteem past. Bij coderen spelen drie factoren een rol: elaboratie, organisatie en visualisatie. In dit onderzoek ligt de focus op elaboratie. Elaboratie houdt in dat aan nieuw binnenkomende informatie een betekenis wordt toegekend. Om dit te bewerkstelligen moet nieuwe informatie worden geassocieerd met al bestaande kennis die in het geheugen ligt opgeslagen. Aandacht bij dit proces is van cruciaal belang. Twee elaboratieve retentie- of aandachtstechnieken zijn de anekdote en de vraagfiguur. De anekdote is in veel adviesboeken een vaak geadviseerde techniek, omdat deze een presentatie levendig maakt, waardoor de presentatie goed in het geheugen blijft hangen. De vraagfiguur bestaat uit vier subtechnieken, namelijk de letterlijke vraag, de quaestie, de retorische vraag en de subiectie. Het verschil tussen de letterlijke vraag en de retorische vraag, is dat er bij een letterlijke vraag wel een antwoord van het publiek wordt verwacht en bij de retorische vraag niet. De retorische vraag overtreedt dan ook drie communicatieregels, waardoor de retorische vraag overbodig, onoprecht en irrelevant is.

Het theoretische kader wordt getoetst aan een corpus van 16 TEDtalks. TEDtalks duren maximaal 18 minuten, vertellen vaak een persoonlijk verhaal en worden gegeven door motiverende en inspirerende sprekers. Deze karakteristieken van

het genre zorgen voor een aandachtig publiek. Aan de hand van een samengesteld codeboek worden de anekdote en de vraagfiguur gecodeerd in het corpus, waarna de resultaten zowel kwantitatief als kwalitatief worden geduid.

Uit de analyses is naar voren gekomen dat er relatief veel anekdotes worden gebruikt en veel vraagfiguren en dat deze technieken qua kwantiteit het meeste voorkomen in de kern van de presentatie, maar in vergelijking tot de grootte van de inleiding en de kern echter vaker in de inleiding. De anekdote bleek een moeilijk te analyseren techniek, omdat niet duidelijk was wanneer de techniek voldeed aan de voorwaarde ‘de anekdote moet kort zijn’. Bovendien heeft het verhalende karakter van de TEDtalks hierop ook invloed. Zoals eerdere wetenschappelijke onderzoeken en adviesboeken suggereren, zijn de anekdote en de vraagfiguur technieken die in de inleiding van de presentatie worden gebruikt.

Met deze scriptie wordt een stap gezet in de theorievorming over het geheugen en retentie, wat betekent dat de theorie wordt verduidelijkt en wordt verbeterd. Bovendien geven de bevindingen aanleiding tot verder onderzoek en dat kan weer leiden tot een verdere verbetering van de theorie.

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	3
Samenvatting.....	4
1 Inleiding	8
2 Het geheugen	11
2.1 Onderzoek naar het geheugen	11
2.2 Drie stadia van het geheugen	11
2.3 De functies van het geheugen	12
2.4 Elaboratie, organisatie en visualisatie	13
3 Elaboratie	19
3.1 Een spinnenweb vol informatie.....	19
3.2 Aandacht: een cruciale factor.....	22
3.3 Elaboratieve retentietechnieken	22
3.4 Anekdote	24
3.5 Vraagfiguur	27
4 Het corpus.....	34
4.1 TEDtalks.....	34
4.2 Verantwoording van het corpus	34
5 De onderzoeksmethode: een elaboratieanalyse.....	41
5.1 Het stappenplan	41
5.2 Kwantitatief en kwalitatief onderzoek	41
6 Resultaten	47
6.1 Kwantitatieve resultaten.....	48
6.2 Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid.....	56
7 Conclusies en aanbevelingen.....	58
7.1 Conclusies	58
7.2 Aanbevelingen.....	62
Literatuur	65
Bijlagen (op USB-stick toegevoegd):	
Bijlage I: Transcriptie interview Caryn 't Hart de Wijkerslooth	71

Bijlage II: Transcripties TEDtalks	90
Bijlage III: Geanalyseerde TEDtalks	152
Bijlage IV: Analyse voor interbeoordelaarsbetrouwbaarheid	214
Bijlage V: Kwantitatieve resultaten in detail	240
Bijlage VI: Kwantitatieve resultaten per 1000 woorden	247
Bijlage VII: Kwantitatieve resultaten inleiding-kern-slot	251
Bijlage VIII: Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid	255

1 Inleiding

Als je elf jaar bent, geef je een presentatie over Bassie en Adriaan, als je zeventien jaar bent, houd je een presentatie over ‘de idioot in het bad’ van Vasalis en weer zes jaar later sta je te presenteren over een geanalyseerde toespraak van een oud-politicus. Totaal andere onderwerpen, maar alle met hetzelfde achterliggende doel: ervoor zorgen dat je publiek onthoudt wat je zegt.

Maar hoe zorgt een spreker hier nu voor? Dit is heel globaal gezegd waar dit onderzoek over gaat: onthouden worden, ofwel het proces van informatieretentie. Om te onderzoeken welke retorische technieken ervoor kunnen zorgen dat de boodschap bij de luisteraar beklijft, wordt er onderzoek gedaan op zowel het gebied van de cognitieve psychologie als op het gebied van de retorica.

Naar zowel de cognitieve psychologie als de retorica afzonderlijk is al veel onderzoek gedaan, maar een onderzoek naar de combinatie van deze twee onderzoeksvelden is nog een redelijk onontgonnen terrein. In 2012 heeft Besterveld wel onderzoek gedaan naar retentieadviezen in presentatieadviesboeken, waarbij hij onderzocht welke retorische technieken er worden geadviseerd met het oog op retentie. Aan het eind van zijn onderzoeksrapport concludeerde hij echter dat het advies voor het gebruik en de werking van de technieken vaak niet overeenkwam. Dit nieuwe onderzoek wordt dan ook niet uitgevoerd vanuit de adviesliteratuur, maar er wordt onderzocht hoe retentietechnieken worden gebruikt ‘in de praktijk’. In navolging van Besterveld stelden Van Loosbroek (2014) en Van Winsen (2014) een retentieanalysemodel op, aan de hand waarvan retentietechnieken in een corpus geanalyseerd kunnen worden. Een probleem bij hun onderzoek aan de hand van dit retentieanalysemodel was de subjectiviteit. Omdat slechts één onderzoeker het gebruik van de technieken analyseerde, werd de analyse subjectief. De aanbeveling aan het einde van hun onderzoek is dan ook dat meerdere wetenschappers samen één corpus onderzoeken. Dit zal hier gebeuren: samen met twee medeonderzoekers wordt één corpus geanalyseerd.

Het doel van dit wetenschappelijke onderzoek is het beter begrijpen en verbeteren van de bestaande theorie over geheugen en retentie. De geheugentheorie wordt hierbij gekoppeld aan de retentietechnieken om uit te vinden wat de retentietechnieken doen met het geheugen. Hiervoor wordt een analysemodel opgesteld

waarmee de retentietechnieken kunnen worden geoperationaliseerd aan de hand van een casus. Hierbij wordt dus direct onderzocht hoe de analysemethode in de praktijk werkt. Het corpus dat als casus voor dit onderzoek is gekozen, bestaat uit TEDtalks. TED staat voor Technology, Entertainment, Design. TEDtalks zijn presentaties van maximaal 18 minuten lang, waarvan de onderwerpen liggen op het gebied van techniek, amusement en ontwerp. Het motto van TED is *ideas worth spreading*. TEDtalks zijn tegenwoordig ook in Nederland ‘hip en happening’, maar onderzoek naar het genre is nog schaars. Daarom is dit een interessant corpus om de analysemethode aan te toetsen.

Om tot concrete resultaten te kunnen komen, wordt het onderwerp afgebakend. Het onderzoek begint met een theoretisch kader over de delen en de functies van het geheugen. Eén van de drie functies van het geheugen is coderen, wat inhoudt dat informatie wordt omgezet in een vorm die het beste in het geheugensysteem past. Coderen wordt vaak opgedeeld in drie elementen, te weten visualisatie, organisatie en elaboratie. Het onderzoek wordt afgebakend door de focus te leggen op elaboratie. Elaboratie houdt – kort gezegd – in dat het publiek de nieuwe informatie die wordt verteld door de spreker koppelt aan informatie die reeds in het geheugen ligt opgeslagen. Om dit mogelijk te maken, is het onder andere van belang dat het publiek aandacht heeft voor de spreker. De retentietechnieken die worden onderzocht, zijn dan ook ‘aandachtstechnieken’. De elaboratieve retentietechnieken waar op wordt geconcentreerd, zijn de anekdote en de vraagfiguur. Onder de vraagfiguur valt de letterlijke vraag, de quaestie, de retorische vraag en de subiectie. De onderzoeksvraag die centraal staat in dit onderzoek luidt dan ook:

Op welke manier maken TEDtalk-sprekers gebruik van de elaboratieve retentietechnieken de anekdote en de vraagfiguur die ervoor kunnen zorgen dat het publiek de boodschap onthoudt?

De opbouw van dit onderzoeksverslag is als volgt. In hoofdstuk 2 wordt een theoretisch kader geschetst met betrekking tot het geheugen, zodat duidelijk wordt welke elementen een rol spelen bij het onthouden van nieuwe informatie. Hoofdstuk 3 staat in het teken van elaboratie, waarbij wordt uitgelegd wat elaboratie is en de primaire voorwaarde voor elaboratie wordt onderzocht, namelijk aandacht. In datzelfde hoofdstuk worden

elaboratieve retentietechnieken verkend en worden specifiek de anekdote en de vraagfiguur onderzocht. In hoofdstuk 4 wordt het corpus uitgelicht en in hoofdstuk 5 staat de onderzoeksmethode centraal. Hoofdstuk 6 bevat de kwantitatieve resultaten die uit het onderzoek zijn voortgekomen en de scriptie wordt afgesloten met de conclusies die bestaan uit een kwalitatieve analyse met daarna enkele aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

2 Het geheugen

Al sinds de klassieke oudheid hielden redenaars als Cicero en Quintilianus zich bezig met het houden van toespraken. Eén van de taken van de redenaar was het onthouden van de uit te spreken tekst, *memoria* genoemd. Hierbij speelde het geheugen een belangrijke rol. Ook Plato en Aristoteles discussieerden en filosofeerden al over de werking van het menselijk geheugen. Volgens de overlevering werd echter de geheugenkunst geboren bij Simonides van Keos (556 – 468 v. Chr.). Simonides bedacht de mnemonische techniek van het ‘geheugenpaleis’ (Foer 2011: 18). Toen Simonides was uitgenodigd voor een banket en even was weggeroepen, stortte het dak van de feestzaal in en werden alle aanwezigen onder het puin bedolven. Niemand was meer te herkennen, maar door in zijn geheugen precies de plekken na te lopen waar elke gast had gezeten, kon Simonides iedereen identificeren. Zo ontstond het idee van het geheugenpaleis: een plek waar je herinneringen stopt om ze later weer naar voren te kunnen halen.

Als de klassieke redenaars en filosofen het hadden over *memoria*, dan bedoelden ze hiermee dat de spreker zijn tekst moest onthouden. In dit onderzoek wordt echter met onthouden niet bedoeld het onthouden door de spreker, maar het onthouden door de luisteraar. Om te weten te komen op welke manier een spreker bepaalde retentietechnieken kan gebruiken zodat de luisteraar de boodschap onthoudt, is het van belang te onderzoeken hoe het menselijk geheugen werkt. Het menselijk geheugen staat dan ook centraal in dit hoofdstuk. In paragraaf 2.1 wordt kort ingegaan op het verdere onderzoek naar het geheugen. Paragraaf 2.2 beschrijft de drie stadia van het geheugen en paragraaf 2.3 de functies ervan. Het hoofdstuk eindigt met paragraaf 2.4 waarin wordt geschetst welke rol elaboratie, organisatie en visualisatie spelen.

2.1 Onderzoek naar het geheugen

Het echte onderzoek naar het menselijk geheugen begon aan het einde van de negentiende eeuw. De Duitse filosoof Ebbinghaus was de eerste die aantoonde dat het mogelijk was om het geheugen experimenteel te bestuderen. In zijn werk *Über das Gedächtnis* uit 1885 onderwierp hij het geheugen aan wetenschappelijke experimenten. Bij de zogenoemde Ebbinghaus-traditie lag de focus op de factoren die betrekking hadden op de vraag hoe nieuwe informatie interacteert met de al bestaande kennis

(Baddeley, Eysenck & Anderson 2009: 4). Door middel van experimenten heeft Ebbinghaus bewezen dat het geheugen experimenteel is te onderzoeken.

Diverse onderzoekers borduurden voort op het onderzoek van Ebbinghaus. In de jaren dertig van de vorige eeuw ontstond de Gestaltpsychologie, een benadering over het begrijpen van het menselijk geheugen. Gestaltpsychologen benadrukten het belang van interne representaties, in plaats van observeerbare stimuli.

In Groot-Brittannië werd een derde benadering ontwikkeld die gebaseerd was op het boek *Remembering* van Bartlett (Baddeley, Eysenck & Anderson 2009: 4). Deze benadering benadrukte de fouten in het geheugen die mensen maken, om ze vervolgens uit te leggen in termen van de culturele veronderstellingen van de deelnemers over de wereld. Deze veronderstellingen zouden afhangen van interne representaties, die Bartlett *schema's* noemde.

De Schotse psycholoog Craik werkte in de jaren veertig van de vorige eeuw samen met Bartlett. Craik stelde het idee voor van de representatieve theorieën als modellen (*models*). Door het gebruik van de computer konden dergelijke modellen worden ontwikkeld (Baddeley, Eysenck & Anderson 2009: 5).

2.2 Drie stadia van het geheugen

In 1968 stelden Atkinson en Shiffrin een geheugenmodel op dat veel invloed heeft gehad op het onderzoek naar de onderdelen van het geheugen, het *modal model* genaamd. Volgens dit model bevat het geheugensysteem drie structurele componenten: het sensorisch register, de kortetermijnopslag en de langetermijnopslag (Atkinson & Shiffrin 1968: 14). 'These three components work together much like an assembly line, with information making stops at each "station" before being passed along. Of course, not every bit of information makes it all the way into long-term memory.' (Miller 2011: 118). Dit model is in de loop der jaren verder onderzocht en uitgebreid.

Zimbardo, Weber en Johnson (2005) maken een onderscheid tussen het sensorisch geheugen, het werkgeheugen – dat tevens het kortetermijngeheugen is – en het langetermijngeheugen. Beelden, geluiden en geuren blijven slechts kort in het sensorisch geheugen hangen. Deze inkomende sensorische informatie wordt net lang genoeg vastgehouden om te kunnen onderzoeken of de informatie belangrijk genoeg is om deze toe te laten tot het volgende stadium. Dit volgende stadium, het werkgeheugen, haalt de belangrijke informatie uit het sensorisch geheugen. Omdat de informatie ook

hier maar tijdelijk wordt vastgehouden, wordt dit onderdeel ook wel het kortetermijngeheugen genoemd. Alle informatie die we bewust in ons opnemen, komt in het werkgeheugen terecht. Het werkgeheugen is dan ook een handige opslagruimte voor informatie die maar even onthouden hoeft te worden. Het langetermijngeheugen is het derde en tevens laatste stadium van het menselijk geheugen. In het langetermijngeheugen wordt informatie uit het werkgeheugen bewaard. Alles wat wij weten over de wereld en over onszelf, ligt opgeslagen in dit onderdeel van het geheugen.

Baddeley, Eysenck en Anderson (2009) maken een onderscheid tussen verschillende onderdelen van het langetermijngeheugen, te weten het expliciete of declaratieve geheugen en het impliciete of non-declaratieve geheugen. Declaratieve herinneringen zijn bewuste herinneringen, zoals het avondeten van gisteren. Enerzijds bestaat het expliciete geheugen uit het semantische geheugen, anderzijds uit het episodische geheugen. Semantisch geheugen verwijst naar de kennis van de wereld, bijvoorbeeld de kleur van een citroen. Het gaat ook over de algemene kennis over hoe de samenleving werkt. Door het episodisch geheugen is het mogelijk specifieke gebeurtenissen te onthouden. Tulving (2002) spreekt van een mentale tijdreis, waardoor we specifieke gebeurtenissen kunnen herinneren, herbeleven en gebruiken voor de toekomst. Hoewel het semantische en episodische geheugen aparte systemen lijken, interacteren ze wel degelijk. Die twee verschillende types van onthouden lijken gebruik te maken van verschillende neurale paden en zetelen in verschillende hersengebieden, hoewel beide sterk afhankelijk zijn van de hippocampus en andere structuren in de mediale temporaalkwabben (Foer 2011: 99). Non-declaratieve herinneringen daarentegen zijn onbewuste herinneringen, zoals de manier van fietsen.

2.3 De functies van het geheugen

Elk geheugensysteem moet drie essentiële functies vervullen. Het moet informatie coderen in een bruikbare vorm, het moet de informatie opslaan en het moet over een methode beschikken om de data toegankelijk te maken en terug te kunnen halen (Zimbardo, Weber & Johnson 2005: 245). Hieronder zal per geheugenstadium worden beschreven wat de functie van het geheugenonderdeel is.

Het sensorisch geheugen

De belangrijkste functie van het sensorisch geheugen is de binnenkomende sensorische informatie net lang genoeg vast te houden zodat door de hersenen beslist kan worden welke informatie relevant is. De cognitief psycholoog Sperling deed onderzoek naar de capaciteit van het sensorisch geheugen. Hij ontdekte dat dit eerste stadium van het geheugen meer informatie vasthoudt dan er uiteindelijk in het bewustzijn terechtkomt. De werkelijke capaciteit zal negen of meer items zijn, maar slechts drie of vier items zullen het bewustzijn bereiken.

In het sensorisch geheugen vindt de transductie van stimuli in neurale impulsen plaats. Elk zintuig krijgt een aparte opslagruimte. Zo heet de sensorische opslagruimte voor beelden het iconisch geheugen en het sensorisch geheugen voor geluiden het echoïsch geheugen (Zimbardo, Weber & Johnson 2005: 251).

Hoewel de sensorische informatie maar kort in dit geheugenonderdeel blijft, is het mogelijk de relevante informatie te selecteren om te kunnen verwerken in het werkgeheugen. Het gaat dan om informatie die op de een of andere manier de aandacht heeft getrokken. Het sensorisch geheugen heeft dus als voornaamste taak informatie net lang genoeg vast te houden om herkend te worden en door te sturen voor verdere verwerking.

Het werkgeheugen

In het werkgeheugen vindt de bewuste verwerking van de informatie plaats. De sensorische informatie wordt hier tijdelijk opgeborgen om te worden klaargemaakt voor opslag in het langetermijngeheugen. De informatie blijft veel langer in het werkgeheugen dan in het sensorisch geheugen.

Dit tweede geheugenstadium wordt geassocieerd met ‘het magisch getal zeven’. Dit betekent dat het werkgeheugen ongeveer zeven items kan bevatten (Miller 1994). De capaciteit van het werkgeheugen is dus kleiner dan het sensorisch geheugen.

Het kortetermijngeheugen houdt dus slechts weinig informatie vast en bevat daardoor maar weinig informatie. Door bijvoorbeeld de informatie te herhalen, kan de informatie in het werkgeheugen behouden blijven. Als deze informatie vervolgens wordt verwerkt, belandt deze in het langetermijngeheugen. Met verwerking wordt bedoeld, dat de nieuwe kennis wordt verbonden met kennis die al eerder is opgeslagen (Zimbardo, Weber & Johnson 2005: 254). Dit proces wordt coderen genoemd. Om

ervoor te zorgen dat de informatie van het werkgeheugen naar het langetermijngeheugen wordt overgebracht, moet aan de informatie een betekenis worden toegekend. Het doel van het werkgeheugen is dan ook zo veel mogelijk verbindingen aan te leggen tussen oude en nieuwe informatie; daarmee wordt de kans vergroot dat die informatie later kan worden teruggehaald (Zimbardo, Weber & Johnson 2005: 255). Craik en Lockhart (1972) ontwikkelden een theorie van verwerkingsniveau die zorgde voor diepere verwerking, dus het meer maken van verbindingen met het langetermijngeheugen. Deze diepere verwerking zorgt ervoor dat nieuwe informatie aan betekenis toeneemt en dus beter herinnerd wordt (Zimbardo, Weber & Johnson 2005: 255).

Het langetermijngeheugen

Het langetermijngeheugen is het laatste stadium van de drie geheugenstadia. De belangrijkste functie van het langetermijngeheugen is het langdurig opslaan van een oneindige hoeveelheid informatie. Alle informatie die in het langetermijngeheugen wordt opgeslagen, moet ‘geregistreerd’ worden aan de hand van de betekenis. Om dit te bewerkstelligen, moet het nieuwe materiaal aan het materiaal dat daar al ligt opgeslagen worden verbonden. Hoe meer van deze verbindingen zijn gecodeerd, des te meer informatie weer kan worden bereikt. Tijdens dit proces van coderen worden *cues* aangelegd die ervoor zorgen dat de informatie dan ook weer teruggehaald kan worden naar het werkgeheugen. Het vermogen om informatie uit het langetermijngeheugen op te roepen wordt ook wel retentie genoemd.

2.4 Elaboratie, organisatie en visualisatie

De drie essentiële functies van het geheugen zijn dus coderen, opslaan en terughalen. Voor dit onderzoek – dat gaat over de manier waarop een spreker gebruikmaakt van retentietechnieken die ervoor kunnen zorgen dat het publiek de boodschap onthoudt – is de codeerfunctie het belangrijkste. Coderen is dus een elementaire functie van het geheugen die te maken heeft met het omzetten van informatie in een vorm die het beste in het geheugensysteem past (Zimbardo, Weber & Johnson 2005: 245). Drie factoren die hierbij een rol spelen zijn: elaboratie, organisatie en visualisatie (Besterveld 2012: 22-23).

Elaboratie

Elaboratie is een vorm van coderen waarbij aan informatie in het werkgeheugen betekenis wordt toegevoegd, zodat die gemakkelijker kan worden opgeslagen in, en weer teruggehaald uit het langetermijngeheugen (Zimbardo, Weber & Johnson 2005: 245). Nieuwe informatie wordt gekoppeld aan informatie die al in het geheugen ligt opgeslagen. Meer informatie over elaboratie volgt in het volgende hoofdstuk dat uitsluitend gewijd zal zijn aan deze codeervorm.

Organisatie

Organisatie hangt, zo zegt Gray (2009: 343), nauw samen met elaboratie. Het organiseren van informatie zodat het makkelijker onthouden kan worden, is op zich al een vorm van elaboratie: er moet verder over de informatie nagedacht worden om het te organiseren. Daarnaast kunnen door het proces van organiseren verbanden tussen de informatie naar boven komen die anders verloren zouden gaan.

Organisatie is op te delen in twee onderdelen, te weten *chunking* en *hierarchical organization* (Gray 2009: 344). Chunking houdt in dat een groep samenhangende items samen tot één nieuw item gevormd wordt. Een voorbeeld hiervan is om de letters T, X, K, F, S, CH, P die te maken hebben met de ‘d’ en ‘t’ in de grammatica om te bouwen tot *Tex kofschip*. Hierdoor worden de verschillende items slechts één item, wat het makkelijker maakt om de informatie te onthouden. Hierarchical organization wordt door Gray bestempeld als de nuttigste manier van het organiseren van inkomende informatie. In deze vorm van organisatie wordt samenhangende informatie tot één categorie gevormd en de samenhangende categorieën vormen een grotere categorie die ook hoger in de rangschikking (hiërarchie) staat. Uit een onderzoek van Andrea Halpern in 1986 is gebleken dat deze organisatievorm werkt: mensen die een lijst met liedtitels moesten onthouden die op deze manier geordend waren, presteerden beter dan de mensen die een lijst kregen in een willekeurige volgorde.

Volgens Hunt (1981) dient er een onderscheid te worden gemaakt tussen het verwerken van informatie die een onderling verband heeft en informatie die op zichzelf staat. Beide vormen van het verwerken van informatie zijn belangrijk voor retentie en uit onderzoek dat gedaan is, blijkt dat er sprake is van *superior recall* op het moment dat beide soorten informatie gecodeerd worden. Variabelen zoals het soort materiaal dat wordt aangeboden of hulpmiddelen die gebruikt mogen worden, kunnen beïnvloeden op

welke manier informatie wordt verwerkt: relationeel of individueel. De combinatie tussen enerzijds individuele en anderzijds relationele ordening werkt het beste in het onthouden van het geheel: relationele ordening om bij elkaar horende zaken makkelijker te onthouden en individuele ordening om uitzonderingen en atypische gevallen te kunnen plaatsen.

Visualisatie

Ook visualisatie is van belang bij het coderen van informatie. De theorie van Richard Mayer (2009) uit zijn werk *Multimedia Learning* speelt hierin een belangrijke rol. De term *multimedia learning* verwijst naar het betrekken van zowel woorden als plaatjes voor het bevorderen van leren. Er zijn volgens Mayer drie aannames die van toepassing zijn op de cognitieve theorie van multimedia learning.

Allereerst de *dual-channel assumption*. Er zijn in ons hoofd twee verwerkingskanalen om informatie doorheen te vervoeren; daar komt zowel audio- als visueel materiaal doorheen. Er zijn twee manieren waarop de verschillen tussen beide kanalen verwoord kunnen worden. Er kan naar gekeken worden op de manier zoals Paivio dat deed. Die richt zich op de presentatiewijze: was de presentatiewijze verbaal (gesproken of geschreven woorden) of non-verbaal (plaatjes, video's, etc.). Maar, er kan ook naar gekeken worden op de manier van Baddeley. Hij richt zich op de zintuigen (de zogeheten sensory-modality): komt het gepresenteerde materiaal binnen via de ogen of via de oren. Paivio kijkt dus naar het gepresenteerde zelf en Baddeley kijkt meer naar hoe dat gepresenteerde ons hoofd in komt. Mayer wil deze twee dingen samennemen en gebruikt de sensory-modality om een onderscheid te maken tussen visueel gepresenteerd en auditief gepresenteerd materiaal en de presentatiewijzebenadering om een onderscheid te maken tussen de modellen in het werkgeheugen die gemaakt zijn op basis van plaatjes en woorden.

De tweede aanname is de *limited capacity assumption*. Mensen kunnen slechts een beperkte hoeveelheid informatie opslaan. Dat limiet dwingt mensen om beslissingen te nemen over het besteden van aandacht. Daar zijn allerlei strategieën voor die bepaald worden door de *central executive*. De central executive heeft controle over de automatische en de intentioneel uitgevoerde handelingen. Een automatische handeling is autorijden en een intentioneel uitgevoerde handeling is het nemen van een andere route dan normaal, bijvoorbeeld omdat de weg is afgesloten.

De derde aanname is de *active processing assumption*. Dat houdt in dat mensen zelf actieve processors zijn die een doel willen geven aan de informatie die binnenkomt. Ze besteden aandacht aan de informatie, organiseren die informatie en integreren de informatie met andere kennis die ze al hebben.

Op het gebied van visualisatie zijn al diverse onderzoeken gedaan. Eén van de onderzoeken is uitgevoerd door Schleiter en Eitel (2014) en ging over de volgorde van plaatjes en tekst. Zij kwamen tot de conclusie dat het niet om de volgorde gaat waarin tekst en beeld worden gepresenteerd als voorspeld moet worden hoe goed mensen iets leren, maar dat het gaat om de functie die de tekst of de plaatjes hebben voor het proces en de uitkomsten van het leren. Vanwege het zogenoemde recency-effect (het laatste wordt het beste onthouden), moet er altijd worden bedacht wat belangrijker is in het verhaal: het beeld of de tekst.

Bij visualisatie is dus de interactie tussen verbale en visuele informatie belangrijk. Doordat de informatie het geheugen via twee wegen bereikt, wordt de kans op retentie verhoogd.

Nu is onderzocht uit welke delen het geheugen bestaat, welke functies deze verschillende delen hebben en welke drie factoren hierbij een rol spelen, wordt er dieper ingegaan op één van deze functies, te weten elaboratie. Het volgende hoofdstuk is dan ook volledig gewijd aan elaboratie.

3 Elaboratie

Om ervoor te zorgen dat een luisteraar de boodschap van de spreker onthoudt, is het geheugenproces van coderen van groot belang. Coderen houdt in dat aan betekenisloze stimuli betekenis wordt gegeven, zodat de nieuwe informatie in de juiste vorm wordt gegoten en in het geheugensysteem past. In dit hoofdstuk staat een belangrijke factor centraal die bij dit proces een rol speelt: elaboratie. In paragraaf 3.1 wordt uiteengezet wat elaboratie nu precies is en welke elementen hierbij een rol spelen. Paragraaf 3.2 gaat over ‘aandacht’, een primaire voorwaarde voor het bewerkstelligen van elaboratie. In paragraaf 3.3 worden zogenoemde elaboratieve retentietechnieken besproken waarvan een spreker gebruik kan maken om ervoor te zorgen dat het publiek zijn boodschap kan onthouden. In de paragrafen 3.4 en 3.5 wordt het onderzoek naar de technieken besproken die hier centraal staan, te weten de anekdote en de vraagfiguur.

3.1 Een spinnenweb vol informatie

Een definitie van elaboratie wordt gegeven door Zimbardo, Weber & Johnson: ‘Elaboratie: Een vorm van coderen waarbij aan informatie in het werkgeheugen betekenis wordt toegekend, zodat die gemakkelijker kan worden opgeslagen in, en weer teruggehaald uit het langetermijngeheugen.’ (2005: 245) Tijdens elaboratie wordt nieuwe informatie gekoppeld aan informatie die al in het geheugen ligt opgeslagen. Alles wat in het langetermijngeheugen ligt opgeslagen, moet aan de hand van een patroon of betekenis worden ‘gearchiveerd’. Op die manier kan nieuw materiaal het beste aan het langetermijngeheugen worden toegevoegd, namelijk door het – terwijl het zich in het werkgeheugen bevindt – in verband te brengen met materiaal dat reeds in het langetermijngeheugen ligt opgeslagen. Door dergelijke verbindingen worden herinneringen waardevoller.

De mate van elaboratie hangt dus ook samen met de mate van retentie. Uit diverse onderzoeken is gebleken dat een hoge elaboratie verbonden is met een hoger niveau van retentie (Fisher & Craik 1980: 400). Elaboratie staat dus in een positieve relatie tot retentie.

Als er nieuwe informatie het geheugen binnenkomt, worden er interactieve beelden of links gecreëerd tussen stukjes informatie om zodoende tot een unieke representatie te komen (Kalra 1997: 682). Door al bestaande kennis te relateren aan de

nieuwe informatie, ontstaan deze links, waardoor het onthouden van het materiaal makkelijker wordt (Kalra 1997: 683). Nieuwe informatie wordt dus het beste onthouden als de lezers of de luisteraars betekenisvolle en belangrijke ‘elaboraties maken’.

Als er bij het codeerproces van elaboratie wordt gesproken over dergelijke ‘links’ of ‘verbindingen’, dan wordt er gesproken over associaties. Zo stellen Tulving en Thomson dat het een algemeen aanvaarde veronderstelling is, dat er verschillende bestaande associaties worden geactiveerd als er een woord wordt gepresenteerd om te studeren (Tulving & Thomson 1973: 358). Joshua Foer publiceerde in 2011 zijn populairwetenschappelijke boek waarin hij onderzocht hoe zijn geheugen in elkaar zat; zijn werking, zijn natuurlijke tekortkomingen en zijn verborgen potentieel (Foer 2011: 28). In dit werk spreekt ook Foer over associaties. Onze herinneringen zijn namelijk met elkaar verbonden in een web van associaties. Enerzijds een metafoor, anderzijds een weerspiegeling van de fysieke structuur van de hersenen (Foer 2011: 45). Onze hersenen bestaan uit zo’n honderd miljard zenuwcellen, die elk vijf- tot tienduizend synaptische verbindingen met andere zenuwcellen aangaan. Een herinnering is een patroon van verbindingen tussen die zenuwcellen. Het niet-lineaire en associatieve karakter van de hersenen maakt het onmogelijk om bewust en systematisch het geheugen af te zoeken. Een herinnering komt alleen dan in het bewustzijn naar boven als ze getriggerd wordt door een andere gedachte of waarneming – een ander knooppunt in het web van bijna oneindige onderlinge verbindingen (Foer 2011: 46-47).

Een bekende paradox in de wereld van de psychologie met betrekking tot het maken van associaties is de zogenoemde ‘Bakker/bakkerparadox’. Foer beschrijft wat dit inhoudt door de paradox als volgt te illustreren:

Een onderzoeker toont twee mensen dezelfde foto van een gezicht, maar zegt tegen de een dat de afgebeelde persoon bakker is en tegen de ander dat hij van zijn achternaam Bakker heet. Een paar dagen later presenteert de onderzoeker dezelfde twee mensen dezelfde foto en vraagt hun om het bijbehorende woord. Degene die het beroep van de man was verteld maakt een veel grotere kans het woord te hebben onthouden dan degene die zijn achternaam te horen had gekregen. Waarom is dat zo? Zelfde foto. Zelfde woord. Verschil in onthouden.

Als je hoort dat de man op de foto bakker is, raakt dat feit verankerd in

een netwerk van gedachten op wat het betekent om bakker te zijn: hij bakt brood, draagt een hoge witte muts, ruikt lekker als hij thuiskomt van zijn werk. De naam Bakker daarentegen is alleen verbonden met een herinnering aan het gezicht van de man. Die link is zwak en als hij oplost drijft de naam reddeloos af naar de onderwereld van verloren herinneringen. Maar als het om het beroep van de man gaat, zijn er allerlei lijnen waarlangs de herinnering weer naar boven kan worden gehaald. Zelfs als je aanvankelijk niet meer weet dat de man bakker is, heb je misschien een vage indruk dat hij iets met brood te maken heeft, of zie je een verband tussen zijn gezicht en een hoge witte muts, of moet je opeens denken aan de bakker bij jou in de buurt. Er zijn heel wat knopen in die wirwar van associaties die je terug kunnen leiden naar zijn beroep. De sleutel tot succes bij ‘namen en gezichten’ op het geheugentoernooi – en tot het onthouden van namen in de echte wereld – is gewoon het veranderen van Bakkers in bakkers, of Foers in *fours*. Of Reagans in *ray guns*. Het is een eenvoudig maar doeltreffende truc. (Foer 2011: 58-59)

Door nieuw binnenkomende informatie te associëren met informatie die al in het geheugen ligt opgeslagen, is de kans op onthouden en retentie groter. Om deze links te kunnen leggen en dus nieuwe kennis te vergaren en op te slaan, is het – logischerwijs – van belang dat het geheugen al kennis bevat. Wederom een paradox: het vergt kennis om kennis te verwerven (Foer 2011: 237). De effectiviteit van het elaboreren hangt dus af van de huidige toestand van de al bestaande kennis (Fisher & Craik 1980: 404). Hoe meer kennis je hebt, des te gemakkelijker is het om nieuwe kennis op te doen. Het geheugen kan dan ook gezien worden als een spinnenweb dat nieuwe informatie vangt. Hoe meer informatie wordt gevangen, hoe groter het web wordt, en hoe groter het web wordt, hoe meer het vangt. Mensen die meer associaties hebben om hun herinneringen aan te kleven, zullen sneller nieuwe informatie onthouden. Betere verwerking leidt vervolgens weer tot betere herinneringen.

3.2 Aandacht: een cruciale factor

Om ervoor te zorgen dat de nieuw binnenkomende informatie van het sensorisch geheugen naar het werkgeheugen gaat om ermee aan de slag te gaan zodat het in het langetermijngeheugen terecht komt en onthouden wordt, is er één aspect dat van groot belang is. In dit onderzoek bestaat het corpus uit TEDtalks, presentaties die voor een groot publiek worden gehouden. Wat is er nu belangrijk als de spreker tot doel heeft dat het publiek de boodschap onthoudt? Aandacht. Om de woorden die worden uitgesproken te begrijpen, is aandacht hiervoor van belang voor retentie (Craik & Tulving 1975: 269). Het lijkt iets vanzelfsprekends, maar de kans is aanwezig dat een luisteraar even checkt of hij nog een bericht van het thuisfront heeft, geïntrigeerd is door de wilde bos krullen van zijn overbuurvrouw of zijn gedachten afdwalen naar de stapel werk die op zijn bureau klaarligt voor morgen. Atkinson stelt dat het dan ook voor een spreker een enorme uitdaging is om ervoor te zorgen dat het publiek de aandacht erbij houdt (Atkinson 2004: 22).

Al sinds de klassieke welsprekendheidscultuur wordt er aan de inleiding van een toespraak of presentatie drie functies toegekend: het publiek moet aandachtig, welwillend en begrijpend (*iudicem attentum, benevolum, docilem parare*) gemaakt worden (Andeweg & De Jong 2004: 33). De eerste inleidingsfunctie heeft dus betrekking op het winnen van de aandacht van het publiek. Aandacht is echter niet alleen van belang in de inleiding van de presentatie, maar gedurende de hele presentatie.

Diverse onderzoeksgebieden

Op diverse onderzoeksgebieden speelt het begrip ‘aandacht’ een belangrijke rol. Hierboven is het begrip al genoemd bij de speechschrijvers in de klassieke oudheid. Bij hen was het aandachtig maken van het publiek één van de functies van de inleiding tijdens een speech. Ook in de psychologie is aandacht van belang. Styles (1997) heeft een werk geschreven over de psychologie van aandacht. Volgens haar hebben psychologen vooral met tegenzin gepoogd om het concept aandacht te definiëren. Het probleem is namelijk dat aandacht niet maar één concept is, maar dat het een naam is voor een variëteit aan psychologische verschijnselen (Styles 1997: 1). Als iemand iets vertelt, is het zo dat sommige stimuli de aandacht krijgen en andere worden genegeerd. ‘If we want to be sure someone remembers what we are telling them, we ask them to

pay attention', aldus Styles (1997: 5). De werking van het geheugen is dan ook nauw gerelateerd aan aandacht.

Voor het begrip aandacht is tevens een grote rol weggelegd in het informatieverwerkingsparadigma van McGuire (1968). Aandacht trekken is de eerste van de drie deelprocessen binnen het proces om een publiek te overtuigen. Als een persuasieve tekst tot overtuiging van een publiek wil leiden, dan moet het publiek eerst aandacht aan de tekst besteden. Zonder aandacht is er volgens McGuire geen begrip en dus ook geen acceptatie mogelijk.

In een onderzoek naar probleemoplossingstructuren in persuasieve teksten onderzocht Hoeken onder andere het effect op de aandacht. 'That readers have to pay attention to the text first, is usually taken for granted. [...] the question of why some texts succeed in capturing the readers' attention whereas others fail to do so, is an important one.' (Hoeken 1998: 61). Copywriters gebruiken verschillende strategieën om de aandacht van de lezer te grijpen, waar de probleemoplossingstructuur er één van is. Een dergelijke structuur kan de aandacht trekken, omdat de lezer enerzijds geïnteresseerd zal zijn in het probleem dat aan de orde is en anderzijds nieuwsgierig zal zijn naar de oplossing voor het probleem. Uit het onderzoek van Hoeken kwam dat een probleemoplossingstructuur ervoor kan zorgen dat de lezer van een tekst ook aandacht besteedt aan minder interessante (bedrijfs)informatie als deze informatie tussen het probleem en de oplossing is gepositioneerd (Hoeken 1998: 70).

Over het concept aandacht is ook in de adviesliteratuur veel geschreven. Zo heeft Petterson (2001) gepoogd voor tekstontwerpers een lijst van technieken te geven om aandacht te trekken, gebaseerd op onderzoek uit de informatieverwerkingspsychologie. 'Van nature richten we onze aandacht op zaken waarin we toevallig geïnteresseerd zijn, op speciale geluiden, op dingen die bewegen, die groot zijn en duidelijk, die nieuw zijn, een heldere kleur hebben, een gebruikelijke vorm of goed contrast, die afwijken van de omgeving of van vertrouwde patronen. We richten onze aandacht op inhouden die gevoelens of behoeften opwekken.' (Petterson 2001: 115)

In het adviesboek *Lend me your ears* (2004) geeft Atkinson advies over het geven van speeches en presentaties, waarbij het begrip aandacht een prominente rol speelt. Voor sprekers is het een grote uitdaging om de aandacht van het publiek vast te houden, omdat het publiek bijvoorbeeld al stopt met luisteren op het moment dat er

verwarring ontstaat. De mate van aandacht wordt verhoogd, zo zegt Atkinson (2004: 30), als het publiek de mogelijkheid heeft om te reageren op wat de spreker zegt. Deze interactie tussen de spreker en het publiek kan al voor ‘een overwinning’ zorgen. Volgens Atkinson zijn er twee vormen van antwoorden of reageren die kunnen helpen bij het vasthouden van de aandacht van het publiek, namelijk humor en publieksparticipatie (Atkinson 2004: 33). Door bijvoorbeeld een vraag te stellen aan de luisteraar, realiseert hij zich dat hij niet meer wordt gezien als een passieve luisteraar, maar dat er op elk moment een vraag op hem kan worden afgevuurd, zodat duidelijk is dat het tijd is om zo goed te luisteren dat hij in staat is om een antwoord te geven. Ook het variëren in intonatie zorgt ervoor dat de aandacht van het publiek kan worden vastgehouden, aangezien op deze manier de verschillende emoties worden overgedragen (Atkinson 2004: 60). ‘The general message is that the interests of audiences are best served by keeping things as simple as possible on all fronts’, aldus Atkinson (2004: 94). Zijn advies is dus om het simpel te houden, want met moeilijke informatie is de kans groot dat de aandacht van het publiek verslapt en het bovendien moeilijk is voor de luisteraar om de associaties te maken. Er wordt dan dus weinig van de presentatie onthouden.

3.3 Elaboratieve retentietechnieken

Om ervoor te zorgen dat de informatie die nieuw binnenkomt in het geheugen in het langetermijngeheugen terechtkomt, is het dus van belang dat het publiek aandacht heeft voor wat er wordt verteld. De vraag is nu welke technieken een spreker toe kan passen om dit ook daadwerkelijk te bewerkstelligen.

Om een goede, memorabele presentatie te geven, zijn retorische middelen onontbeerlijk. Retorische middelen kunnen ervoor zorgen dat emotionele boodschappen inspireren of ze kunnen complex materiaal makkelijker maken zodat het begrijpelijker wordt voor het publiek. Braet (2007) kent aan de vele retorische middelen vijf functies toe. Ze kunnen expressief, sociaal, diverterend, informatief of appellerend zijn (Braet 2007: 122). Appellerende middelen ‘doen een beroep op het publiek, proberen dit vaak ook te raken en meestal in het verlengde daarvan tot een actie aan te zetten’, aldus Braet (2007: 132). De retorica helpt daarom bij het oplossen van twee grote problemen waar een publiek tegenaan loopt: 1. Door dingen op een makkelijkere manier te zeggen, wordt het publiek niet overstroomd met te veel (moeilijke) informatie, en 2. Door de

boodschap op een ‘bekende’ manier te verpakken, houdt het publiek de aandacht en interesse erbij (Atkinson 2004: 263).

Retorische technieken zijn er in overvloed en voor dit onderzoek is het dan ook niet van belang om alle retorische technieken onder de loep te nemen. De technieken die van belang zijn, zijn de technieken die de aandacht van het publiek trekken, zodoende zorgen voor een grote kans op elaboratie (het maken van associaties), zodat uiteindelijk de boodschap wordt onthouden. Er wordt hier dan ook niet meer gesproken van retorische technieken, maar van elaboratieve retentietechnieken.¹

Verantwoording van de gebruikte technieken

Ook van elaboratieve retentietechnieken kan een lange lijst worden opgesteld. Voor het tijdsbestek van dit onderzoek is het echter niet mogelijk om alle technieken te onderzoeken en te gebruiken bij de analyse van het corpus. Daarom zijn er twee technieken gekozen voor dit onderzoek, te weten de anekdote en de vraagfiguur. Ter verantwoording van deze gekozen technieken zijn diverse redenen van doorslaggevende aard geweest.

Van Loosbroek (2014) en Van Winsen (2014) hebben beiden onderzoek gedaan naar het gebruik van retentietechnieken in respectievelijk een VIOT-corpus en een APB-corpus. Aan de hand van een retentieanalysemodel hebben zij onderzocht hoe vaak de retentietechnieken voorkomen in het corpus. De top 5 met resultaten zag er als volgt uit:

Top 5 VIOT-corpus

1. Vraagfiguur
2. Humor
3. Tekstuele structuuraanduiding
4. Citaat
5. Mentale visualisatie

Top 5 APB-corpus

1. Mentale visualisatie
2. Zinsstructuuraanduiding
3. Vraagfiguur
4. Humor
5. Herhaling

(Van Loosbroek 2014: 93, Van Winsen 2014: 66)

¹ Opgemerkt moet worden dat aandacht niet alleen voor elaboratie een voorwaarde is, maar bijvoorbeeld ook bij organisatie. Een spreker kan het slot van de presentatie direct aankondigen, waardoor ook de aandacht van het publiek wordt getrokken.

Te zien is dat in beide onderzoeken zowel de vraagfiguur als de mentale visualisatie in de top 5 staat. In hun retentieanalysemodel valt onder mentale visualisatie de anekdote.² In het VIOT-corpus stond de vraagfiguur op de eerste plaats en in het APB-corpus de mentale visualisatie, waar dus de anekdote onder valt. Dit was een eerste reden om de vraagfiguur en de anekdote te kiezen voor dit onderzoek.

Ook Besterveld (2012) heeft onderzoek gedaan naar retentietechnieken die hij Engelstalige presentatieadviesboeken aantrof. Zijn top 5 met meest frequent genoemde technieken zag er als volgt uit:

1. Samenvatting
2. Anekdote
3. Herhaling
4. Imagery
5. Chunking

(Besterveld 2012: 132)

Hoewel de anekdote niet op de eerste plaats staat en dus niet het meest frequent werd genoemd, is de anekdote wel de frequentst genoemde elaboratietechniek; de samenvatting is namelijk een organisatietechniek.³ Dat de anekdote dus ook in de adviesliteratuur het vaakst wordt genoemd als retentietechniek was een tweede reden om deze techniek op te nemen in dit onderzoek.⁴

² In dit onderzoek is ervoor gekozen om de anekdote onder elaboratie te scharen en niet onder visualisatie, omdat het mentale proces te maken heeft met het leggen van associaties in het geheugen tussen nieuwe en al bestaande informatie. Een medeonderzoeker (Luth 2015) doet onderzoek naar visualisatie, waarbij het gaat om zaken die letterlijk visueel worden gezien, zoals het meenemen van een prop of het gebruik van powerpoint. De anekdote valt niet in de categorie visualisatie.

³ Hierbij moet wel worden opgemerkt, dat deze indeling in elaboratie-, organisatie- en visuele technieken niet feitelijk vastgesteld is. Van Loosboek (2014) en Van Winsen (2014) hebben in hun onderzoek het retentieanalysemodel opgesteld waarin zij de verschillende retentietechnieken onderverdelen in elaboratie, organisatie en visualisatie. Deze indeling is in dit onderzoek overgenomen.

⁴ Uit het onderzoek van Besterveld (2012) kwam ook naar voren dat de retorische vraag werd geadviseerd in de door hem gebruikte Engelstalige adviesboeken. De retorische vraag kwam

Andeweg & De Jong (2004) deden voor hun proefschrift onderzoek naar de drie functies in de inleiding van toespraken, namelijk attentum, benevolum en docilem parare. Eén van de drie technieken die zowel veel in de adviesliteratuur als in de presentatiepraktijk voorkomt, is de anekdote-inleiding (Andeweg & De Jong 2004: 365). Dit resultaat laat zien dat de anekdote dus zowel veel wordt geadviseerd als wordt gebruikt. Wederom een reden om meer onderzoek te doen naar de anekdote.

In een eerder artikel – *May I have your attention* – van Andeweg, De Jong en Hoeken (1998) werd de voordelige functie van de anekdote al ontdekt. Zo concluderen zij: ‘The anecdotes led to significantly higher ratings of the presentation’s comprehensibility and interest, as well as the speaker’s credibility. The presence of an anecdote also resulted in higher retention scores.’ (Andeweg, De Jong & Hoeken 1998: 271). Hoewel de anekdote in hun onderzoek nog geen retentietechniek werd genoemd maar een exordiale ofwel een inleidingstechniek, werd wel al gesteld dat de anekdote leidde tot hogere retentie, wat dus betekent dat de anekdote ertoe leidt dat de presentatie beter onthouden wordt. Interessant was het dus om te onderzoeken of dit ook geldt voor het corpus dat hier is gebruikt, de TEDtalks.

Een andere reden om voor de vraagfiguur als elaboratieve retentietechniek te kiezen voor dit onderzoek, was dat Atkinson (2004) stelde dat het creëren van een band met het publiek ervoor zorgt dat de kans wordt vergroot dat het publiek de boodschap onthoudt (Atkinson 2004: 182). De beste manier om dit te doen, zo zegt hij, is door het stellen van vragen aan het publiek. En aangezien aandacht en interactie van groot belang zijn voor retentie, is de vraagfiguur een interessante techniek om verder onderzoek naar te doen.

Nu duidelijk is geworden waarom er voor dit onderzoek is gekozen voor de anekdote en de vraagfiguur als elaboratieve retentietechnieken, wordt in de volgende paragrafen beschreven wat deze technieken nu precies inhouden.

3.4 Anekdote

Een anekdote is een korte, snedige en afgeronde vertelling (Edens 1979). ‘De oude Grieken gebruikten het woord ἀνεκδοτον voor een nog niet uitgegeven werk. Na de

echter niet voor in de lijst met achttien populairste middelen die hij opstelde, maar de techniek werd wel meer dan incidenteel beschreven. De retorische vraag zet de lezer of het publiek aan tot zelfstandig nadenken (Besterveld 2012: 134).

uitvinding van de boekdrukkunst was het de benaming voor een uitgave van onbekende, kleinere schrijvers. Weer later werd het een korte, snedige en afgeronde vertelling.’ (Edens 1979: 87-88). Uit het onderzoek van Andeweg en De Jong (2004) kwam naar voren dat de anekdote het meest geadviseerd werd in de door hen gebruikte adviesboeken. Volgens Van der Spek (1990) is de anekdote een populaire techniek, omdat mensen dol zijn op verhaaltjes. Bovendien wordt de anekdote in de moderne adviesliteratuur gezien als een geschikte inleidingstechniek in talrijke genres (Andeweg & De Jong 2005: 177). Tevens noemen de moderne adviseurs de anekdote een zeer belangrijke aandachtstechniek (Andeweg & De Jong 2005: 183). In de tijd van de klassieken werd de anekdote een insinuatietechniek genoemd die te gebruiken was bij een vermoeid publiek (Ad Herennium 1.10). In de moderne adviesliteratuur wordt de anekdote gezien als een inleidingstechniek.

Zoals eerder al vermeld, gaat het onderzoek van Andeweg en De Jong (2004) over technieken die worden gebruikt in de inleiding van een toespraak of presentatie. In hun werk noemen ze de verschillende inleidingsfuncties die een anekdote kan realiseren (Andeweg & De Jong 2004: 122-123):

1. Aandacht trekken en richten;
2. In welwillende stemming brengen;
3. Contact maken;
4. Het geheugen stimuleren.

Voor dit onderzoek zijn de eerste, derde en vierde functie van belang. Om retentie te bewerkstelligen is het noodzakelijk dat het publiek aandacht heeft voor de spreker. Een anekdote heeft een aandachttrekkende werking omdat veel toehoorders zich erin kunnen herkennen (Edens 1979: 17; Hoeken & Sinkeldam 2014). Ook interactie tussen de spreker en het publiek zorgt ervoor dat de aandacht wordt getrokken en dat de kans groter is dat de luisteraar onthoudt wat er wordt verteld, omdat hij of zij zelf met de informatie ‘aan de slag gaat’. Van Eijk (1986) stelt dat een anekdote contact tussen de spreker en de zaal mogelijk maakt. Dat een anekdote het geheugen stimuleert, is zeker interessant voor dit onderzoek. Enerzijds maken anekdotes een toespraak levendig, anderzijds blijven anekdotes langer in het geheugen hangen.

Om de anekdotes goed te kunnen analyseren in het corpus, is het belangrijk om te weten wat nu het verschil is tussen een ‘gewoon verhaal’ en een anekdote. In het onderzoek van Andeweg en De Jong (2005) bleek dat de ondervraagden niet allemaal

dezelfde definitie hanteerden voor de anekdote. De anekdote kwam in het onderzochte corpus relatief weinig voor, maar de ondervraagden zeiden zelf juist wel anekdotes gebruikt te hebben (Andeweg & De Jong 2005: 183). Daarom worden er aan de anekdote verschillende voorwaarden gesteld. Zo moet de anekdote relevant zijn, wat betekent dat zij moet gaan over het onderwerp van de toespraak en zij moet bij de gelegenheid passen. ‘De luisteraars zullen er altijd vanuit gaan dat er een verband bestaat tussen het verhaal en het onderwerp van de toespraak; tijdens het luisteren zal men zelfs actief zoeken naar een dergelijk verband.’ (Van der Spek 1995: 11).

Daarnaast moet de anekdote kort zijn. Natuurlijk is ‘kort’ een relatief begrip en het is moeilijk te definiëren wanneer een passage kort is. In dit onderzoek wordt met kort bedoeld, dat de anekdote niet de halve talk in beslag neemt. In de definitie van Braet (2007: 107) wordt ook genoemd dat de anekdote meestal grappig is of minstens gaat over een opmerkelijk voorval. Burger en De Jong noemen in *Handboek stijl* (2009) nog een aantal voorwaarden waaraan een anekdote is te herkennen. De anekdote kan gaan over een ware of een fictieve gebeurtenis, kan een moraal dragen en kan humoristisch of ontroerend zijn (Burger & De Jong 2009: 109). Hoewel dit geen noodzakelijkheden zijn, kunnen dit toch zaken zijn waaraan een anekdote herkend kan worden. Qua vorm, zo stellen Burger en De Jong (2009: 110) lijkt een anekdote op een mop: ‘na een snelle schets van de situatie volgt de ontknoping, als het kan in de vorm van een punchline.’ Anekdoten maken de tekst menselijker, waardoor anekdoten ervoor kunnen zorgen ‘dat de lezer samen met de anekdote ook de theorie onthoudt’ (Burger & De Jong 2009: 285). Uit het onderzoek van Andeweg & De Jong (2005: 187) bleek dat in vergelijking met de andere onderzochte technieken de attentum- of aandachtstechnieken direct na de inleiding beduidend meer aandacht genereren.

3.5 Vraagfiguur

De vraagfiguur is een techniek die onder andere door Van Loosbroek (2014: 16) is opgesteld waaronder de verschillende soorten vragen vallen, te weten de letterlijke vraag, de quaestie, de retorische vraag en de subiectie. Van Loosbroek spreekt niet van een letterlijke vraag maar van een gewone vraag. In dit onderzoek is echter voor ‘letterlijke vraag’ gekozen, omdat – enerzijds – Pauline Slot deze term gebruikt (en haar werk speelt een grote rol in dit onderzoek) en – anderzijds – omdat de term ‘letterlijk’ beter omschrijft wat de techniek inhoudt dan de term ‘gewoon’.

Andeweg en De Jong (2004) geven diverse functies die vragen kunnen vervullen in de inleiding.⁵ De functies van de vraagfiguur zijn:

1. Activeren van het publiek;
2. Trekken van de aandacht van het publiek;
3. Vergroten van de betrokkenheid;
4. Verbeteren van de verwerking van de voordracht;
5. Teweegbrengen van ontspanning.

Al deze functies hebben te maken met aandacht en/of interactie en/of het geheugen. Het tweewegbrengen van ontspanning is wellicht niet direct te koppelen aan retentie, maar zoals eerder gezien, wordt retentie niet bevorderd als er veel en moeilijke informatie naar voren wordt gebracht. Dat het stellen van een vraag voor ontspanning bij het publiek zorgt, kan er dus ook voor zorgen dat de toehoorders de boodschap beter onthouden.

De vraagfiguur kan dus worden opgedeeld in vier ‘subtechnieken’. De quaestie en de subiectie hebben een duidelijke definitie en zijn duidelijk te herkennen in een corpus. Daarom volstaat het voor dit onderzoek om slechts de definitie van beide technieken te geven. Braet (2007: 114) omschrijft de quaestie als ‘een reeks van twee of meer vragen, die vaak retorisch zijn of door de spreker of schrijver zelf beantwoord of behandeld worden’. Een quaestie is dus gemakkelijk te herkennen aan het gebruik van meerdere vragen achter elkaar, zonder onderbreking. Van wat voor soort vraag er dan sprake is – bijvoorbeeld een retorische vraag – is voor dit onderzoek niet relevant. De subiectie wordt door Braet (2007: 115) als volgt omschreven: ‘Vraag die door de spreker of schrijver zowel opgeworpen als beantwoord wordt. Belangrijke variant: Vraag gesteld aan het publiek plus een reactie op het veronderstelde ja- of nee-antwoord van dit publiek.’ Ook deze techniek zal zonder problemen te herkennen en te analyseren zijn, mede doordat het antwoord direct na de vraag moet worden gegeven, dus de lezer of luisteraar hoeft slechts één zin na de vraag te lezen om te zien of er een antwoord wordt gegeven. Het verschil tussen de letterlijke vraag en de retorische vraag is ietwat ingewikkelder uit te leggen en het verschil is vooral bij de analyse moeilijker te herkennen. Daarom worden zowel de letterlijke als de retorische vraag hieronder beschreven en vergeleken. Dit zodat er bij het analyseren van het corpus niet of

⁵ Ook hier geldt wederom dat dit onderzoek niet alleen gaat over de inleiding, maar dat het onderzoek van Andeweg & De Jong (2004) desondanks relevant is.

nauwelijks misverstanden kunnen ontstaan.

Wat een letterlijke vraag is, spreekt eigenlijk voor zich. Het is een vraag zoals we die stellen tijdens een interview, namelijk met als doel een antwoord te krijgen.

Belangrijkste aan de letterlijke vraag is dus dat de spreker een antwoord verwacht van het publiek en er interactie ontstaat tussen hen. Dit in tegenstelling tot de retorische vraag, waar de spreker geen antwoord verwacht. Braet (2007: 114) definieert de retorische vraag als volgt: ‘Een schijnvraag, omdat het antwoord er al in ligt opgesloten: een nadrukkelijke bewering of emotionele uiting in vraagvorm’.

Pauline Slot heeft onderzoek gedaan naar de retorische vraag, waarbij zij onderzocht wat de retorische vraag nu precies is, hoe zij te herkennen is en welke voordelen er te behalen zijn door het gebruik van een retorische vraag. Bij een retorische vraag is het van belang om wat er gezegd is om te zetten naar wat er bedoeld wordt. Dit gebeurt op twee niveaus: in de eerste plaats is er de inhoud van de uiting, in de tweede plaats is er de taalhandeling die door middel van de uiting wordt uitgevoerd (Slot 1995: 17). De handeling die in de letterlijke taaluiting wordt uitgevoerd, is in het geval van retorische vragen altijd die van vragen. Het voorvoegsel ‘retorisch’ geeft aan wat er beoogd wordt met de uiting; in plaats van een vraag wordt in feite het antwoord op die vraag naar voren gebracht. De bedoeling van een retorische vraag is dus niet het inwinnen van informatie, maar het (stellig) uiten van een overtuiging (Slot 1995: 92). Indirecte taalhandelingen worden herkend door een of meer van de communicatieregels. Er zijn in totaal vijf communicatieregels (Slot 1995: 24):

1. Doe geen uitspraken die niet te begrijpen zijn;
2. Doe geen uitspraken die je niet meent;
3. Doe geen overbodige uitspraken;
4. Doe geen zinloze uitspraken;
5. Doe geen uitspraken die irrelevant zijn.

In het geval van retorische vragen worden er drie communicatieregels geschonden. Allereerst is de vraag overbodig, omdat de spreker het antwoord op de vraag al weet. Ten tweede zijn de vragen door de overbodigheid ook onoprecht, want normaliter hoeft een antwoord niet te worden verwacht als het antwoord al duidelijk is; het verzoek om informatie is dus niet gemeend. Ten derde is de vraag irrelevant in de geuite context, omdat het geen passend vervolg is op wat er eerder is gezegd.

Bij het analyseren van de retorische vraag kan de volgende algemene regel in acht worden genomen: ‘Hoe minder algemeen bekend de informatie waarnaar wordt gevraagd, hoe groter de kans dat het een ‘echte’ vraag is; hoe meer algemeen bekend de informatie waarnaar wordt gevraagd, hoe groter de kans dat het een retorische vraag is’ (Slot 1995: 61). Het aanhouden van deze regel is echter geen garantie tot succes. Daarom zijn er nog andere zaken waaraan een retorische vraag is te herkennen. De eerste manier is door te kijken naar signalen in de vraag zelf. Zo kunnen vaste formuleringen als *wie weet?* een signaal zijn voor indirectheid. Daarnaast speelt de context een belangrijke rol, de contextuele signalen.

Signalen in de vraag zelf kunnen een antwoord suggereren door bijvoorbeeld een ja-/nee-vraag negatief te formuleren, omdat door ‘niet’ aan een vraag toe te voegen, een positief antwoord wordt gesuggereerd. Een andere manier om het antwoord te sturen, is door in een positief geformuleerde vraag een element met een negatieve betekenis op te nemen. Ook zijn er diverse bijwoorden die gebruikt kunnen worden bij het herkennen van retorische vragen. Bijvoorbeeld de woorden *nu*, *toch*, *eigenlijk* en *echt*. Deze bijwoorden zorgen vooral voor verbazing. De overtreding van de oprechtheidsregel kan worden herkend doordat er elementen uit de bedoelde uiting zijn toegevoegd. Ook het woordje *immers* laat doorschemeren wat de bedoelde functie van de uiting is. Het gebruik van conventionele vormen is ook typisch voor retorische vragen; bepaalde retorische vragen zijn zo gestandaardiseerd dat taalgebruikers zich nauwelijks nog bewust zijn van het oorspronkelijke vraagelement (Slot 1995: 76). Conventionele formuleringen zijn vaak kort, minder precies en elliptisch.

De tekstuele context van de retorische vraag kan duidelijk maken dat de vraagsteller het antwoord al weet door in de vraag te verwijzen naar het antwoord. Het contextuele signaal *toch* geeft een tegenstelling aan, waardoor duidelijk kan worden gemaakt dat het antwoord al bekend is. Dat het antwoord niet gewenst is, kan de context duidelijk maken door de bedoeling van de uiting expliciet te vermelden, door het gebruik van verbindingswoorden of door een schijnbare tegenstrijdigheid op te roepen.

Bij het omzetten van de inhoud van retorische vragen ziet het patroon er bij ja-/nee-vragen als volgt uit:

- wordt +
- + wordt –
- + blijft +

En bij keuzevragen zo:

+ en + wordt +

+ en – wordt + óf –

Tevens kan er een patroon afgetekend worden dat gebaseerd is op de aard van de inhoud. ‘Een beschrijvend antwoord op de letterlijke vraag kan veranderen in een mening met een waardeoordeel of in een appellerende mening. Een antwoord dat al een waardeoordeel bevat, kan veranderen in een appellerende mening.’ (Slot 1995: 106).

Omdat het gebruik van retorische vragen tot misverstanden kan leiden, is het gebruik van een dergelijke indirectheid niet zonder risico’s. Toch zijn er ook voordelen aan de retorische vraag verbonden, zoals het ontvluchten van de verantwoordelijkheid, aangezien met een retorische vraag iets wordt gezegd zonder het echt te zeggen. Ook genereren retorische vragen de aandacht van het publiek. Taalgebruikers zijn geneigd een vraag te beantwoorden, al is het maar in gedachten, waardoor zij actiever betrokken worden bij het verhaal. ‘Het in een reflex beantwoorden van een vraag betekent dat de lezer deelneemt aan de “interactie”’, aldus Slot (1995: 140). Ook als het niet de bedoeling is dat het publiek de vraag beantwoordt, wat het geval is bij retorische vragen, kan toch de aandacht getrokken worden. Bij het in gedachten beantwoorden van de vraag wordt het publiek in de richting van een specifiek antwoord gestuurd; dit legt de persuasieve kracht van de retorische vraag bloot. Een laatste voordeel van de retorische vraag is stilistisch van aard. De retorische vraag zorgt namelijk voor variatie in de zinsbouw, omdat er niet alleen maar zaken worden geconstateerd in de vorm van een constatering maar ook in de vraagvorm.

Zowel letterlijke als retorische vragen kunnen er dus voor zorgen dat de aandacht van het publiek wordt getrokken en er een zekere mate van interactie ontstaat. Omdat er bij een letterlijke vraag ook daadwerkelijk een antwoord uit de zaal wordt verwacht, is er hier sprake van meer directe betrokkenheid van het publiek. Bij het analyseren van de vraagfiguur in een corpus is het soms moeilijk om het verschil te zien tussen een letterlijke en een retorische vraag. Daarom zijn hierboven de kenmerken onderzocht waaraan een retorische vraag is te herkennen. In het codeboek bij de onderzoeksmethode zullen deze kenmerken ook genoemd worden, zodat het voor een onderzoeker duidelijk is wanneer een vraag als een retorische vraag geanalyseerd moet worden en wanneer als een letterlijke vraag.

4 Het corpus

In dit hoofdstuk staat het geanalyseerde corpus van dit onderzoek centraal. Voor dit wetenschappelijke onderzoek is het van belang dat de relatie tussen enerzijds de theorie en anderzijds het corpus duidelijk is. In paragraaf 4.1 wordt allereerst uiteengezet wat TEDtalks – het corpus van dit onderzoek – nu precies zijn. In paragraaf 4.2 wordt de relatie tussen de theorie en het corpus blootgelegd, door de keuze van het gebruikte corpus te verantwoorden. In deze laatste paragraaf wordt tevens beschreven welke TEDtalks er precies zijn onderzocht en waarom.

4.1 TEDtalks

TED staat voor Technology, Entertainment, Design.⁶ TEDtalks zijn presentaties van maximaal 18 minuten lang, waarvan de onderwerpen liggen op het gebied van techniek, amusement en ontwerp. Het motto van TED is *ideas worth spreading*. Richard Saul Wurman ontwikkelde de eerste TEDconferentie in 1984 als een eenmalig evenement. Zes jaar later werd het ‘heruitgevonden’ als een vierdaagse conferentie in Californië. In 2001 nam Chris Anderson de organisatie over. Tot 2005 was TED een evenement dat één keer per jaar werd gehouden: vier dagen, vijftig sprekers, 18 minuut lange presentaties. In datzelfde jaar voegde Anderson er een zusterconferentie aan toe, genaamd TEDGlobal om zodoende een internationaal publiek te bereiken. Vanaf 2009 werden er ook TEDx-evenementen georganiseerd in meer dan 130 landen. TEDx-evenementen worden georganiseerd door onafhankelijke organisaties. In juni 2006 werd ted.com opgericht, waardoor het publiek nog verder werd vergroot. Een half jaar na de lancering van de site, stonden er nog maar veertig talks op de site, maar deze talks waren al meer dan drie miljoen keer bekeken. ‘The world was and still is clearly hungry for great ideas presented in an engaging way’, aldus Carmine Gallo (2014: 4). In november 2012 waren de TEDtalks op de site al meer dan één miljard keer bekeken en in 2014 werden ze dagelijks 1,5 miljoen keer bekeken. De video’s zijn vertaald in ongeveer negentig talen. Door de uitbreiding van de site en de daardoor enorme uitbreiding van het aantal kijkers, werd TED minder gezien als een conferentie maar meer als ‘ideas worth spreading’ waar een site omheen was gebouwd.

⁶ <https://www.ted.com/about/our-organization>

TEDtalks kunnen de manier waarop mensen de wereld zien veranderen en het zijn springplanken om veranderingen te bewerkstelligen op het gebied van kunst, design, business, educatie, gezondheid, wetenschap, technologie en wereldwijde issues. Of zoals Oprah Winfrey het eens zei: ‘TED is where brilliant people go to hear other brilliant people share their ideas.’ (Gallo 2014: 5). De sprekers op het TEDpodium geven daar de presentatie van hun leven. Zij hebben een bepaalde passie of obsessie en willen deze met anderen delen. Door deze passie, zijn TEDtalk-sprekers motiverend en energierijk, waardoor het interessante sprekers zijn voor het publiek om naar te kijken en te luisteren, waardoor weer de aandacht van het publiek groot zal zijn. Gallo geeft als tip: ‘What makes your heart sing? Identify it and share it with others.’ (2014: 21). Dit is dan ook wat TEDsprekers doen: ze ontdekken een onderwerp dat ze interessant en fascinerend vinden en delen dit met anderen. Als deze interesse en fascinatie aanwezig is, dan is de kans groot dat het publiek dit ook voelt. Deze ideeën en gevoelens die de sprekers hebben, zullen er dus bij voorbaat al voor zorgen dat het publiek aandachtig zal luisteren. Om ervoor te zorgen dat het publiek de presentatie ook onthoudt, moet de presentatie emotioneel, nieuw en onvergetelijk zijn. ‘You may have novel ideas, but if your audience cannot recall what you said, those ideas don’t matter.’ (Gallo 2014: 9).

Bij het geven van een TEDtalk is het belangrijk dat de spreker een verhaal vertelt. Een verhaal dat het hart en de gedachten van de mensen bereikt. Uit hersenonderzoek is gebleken dat verhalen het menselijk geheugen stimuleren en helpen om de spreker in contact te brengen met het publiek, zodat de kans groter is dat het publiek instemt met de zienswijze van de spreker (Gallo 2014: 44). Bij TEDtalks zorgt het vertellen van een verhaal er dus voor dat er een bepaalde vorm van interactie ontstaat tussen de spreker en de luisteraar waardoor de hersenen op een positieve manier aan het werk worden gezet. Het vertellen van een persoonlijk verhaal zorgt er in bijna alle communicatiesituaties voor dat de aandacht van het publiek wordt gegrepen omdat verhalen abstracte concepten omzetten in tastbare, emotionele en memorabele ideeën (Gallo 2014: 57). Bij het vertellen van een verhaal is het bovendien belangrijk dat het op een goede manier wordt overgebracht. Belangrijk hierbij is dat de spreker niet een presentatie maar een conversatie houdt. Stem, gebaren en lichaamstaal spelen hierbij een rol; deze zaken moeten aansluiten bij hetgeen er wordt verteld. Als dat niet zo is, is het te vergelijken met het hebben van een Ferrari (een mooi verhaal) zonder dat je weet hoe je moet rijden (overdracht).

Zoals gezegd, is één van de regels dat de TEDtalk maximaal 18 minuten mag duren. Volgens Anderson is 18 minuten lang genoeg om een serieuze presentatie te geven en kort genoeg om de aandacht van het publiek vast te houden. Bovendien blijkt dat 18 minuten voor online video's goed werkt, omdat het de lengte van een gemiddelde koffiepauze is. Het tijdslimiet dwingt de sprekers goed na te denken over wat er nu daadwerkelijk belangrijk is om te vertellen tijdens de presentatie. 'It has a clarifying effect. It brings discipline.' (Gallo 2014: 184). Dr. Paul King is een invloedrijke wetenschapper op het gebied van de communicatiestudie en hij spreekt over *cognitive backlog*. Luisteren is een vermoeiende activiteit, omdat er continu materiaal wordt toegevoegd om te worden onthouden. Hoe meer informatie er dus naar voren wordt gebracht, hoe groter de cognitieve belasting, waardoor het risico ontstaat dat het publiek de presentatie niet meer onthoudt.

Naar het genre TEDtalks is nog weinig onderzoek gedaan. Giuseppina Scotto di Carlo (2014) noemt in haar onderzoek naar TEDtalks het genre van TED een populariserende wetenschap. Het doel van de TEDorganisatie is namelijk om wetenschap dichterbij het publiek te brengen. Het is overigens niet zo dat alle TEDsprekers wetenschappers zijn. Er moet dan ook een onderscheid gemaakt worden tussen conventionele wetenschap en 'TEDwetenschap', waarbij bij TED ook de persoon achter de spreker een belangrijke rol speelt. Vooral bij de TEDx-evenementen is de hoeveelheid aan wetenschappers gering. Toch is het ook daar de bedoeling dat de sprekers een *idea worth spreading* presenteren. Met de curator van TEDxDelft – Caryn 't Hart de Wijkerslooth – is een interview afgenomen over de regels voor en ideeën over onder andere het coachen van de TEDsprekers, zodat er een beeld gevormd kon worden van de manier waarop TEDsprekers worden gecoacht en in hoeverre er bij de voorbereiding rekening wordt gehouden met het gebruik van retentietechnieken.⁷ Er zijn drie regels waar een TEDx aan moet voldoen: 'Het idee is dat je geen religie en politiek op het podium mag hebben. Geen commerciële agenda en je mag ook geen, ja, wat ze dan in het Engels noemen: pseudo-science hebben', aldus 't Hart de Wijkerslooth. Wat betreft de taal waarin de presentatie wordt gehouden, zijn geen strikte regels, hoewel de meest gangbare taal het Engels is. Als de presentatie namelijk in een andere taal dan het Engels wordt gehouden – zoals dat in Frankrijk veelvuldig gebeurt – wordt de talk niet

⁷ In bijlage I is de transcriptie van het gehele interview te vinden.

verspreid. Het idee is dat de talk meer verspreid kan worden als de presentatie in het Engels is, omdat ervan kan worden uitgegaan dat bijna iedereen Engels spreekt. Volgens 't Hart de Wijkerslooth is het gebrek aan strikte regels goed, want op die manier is iedere TEDx anders, omdat het door mensen wordt gemaakt. Een TEDconferentie bestaat altijd uit diverse soorten sprekers en diverse soorten onderwerpen. 'TED maakt daar een heel mooi onderscheid in', aldus 't Hart de Wijkerslooth. Het enige wat de talks gemeen hebben, is dat het nieuw moet zijn.

Vanaf 2013 is het een vastgelegde regel dat coaching verplicht is. De sprekers worden onder andere gecoacht in de performance. 'Waar het om gaat is meer het format. Je werkt niet met powerpoint of beeld, je mag wel iets verduidelijken. [...] Het publiek heeft in principe alleen jou om het verhaal aan op de hangen: je kan geen handout uidelen aan 1300 man bijvoorbeeld. Je moet er dus voor zorgen dat het publiek het verhaal onthoudt door jouw performance', aldus 't Hart de Wijkerslooth. Waar het hierbij om draait, is de *heros journey*. Dit stamt af van de verhalen in de middeleeuwen, waarbij er altijd een speler is die een bepaald doel heeft en dat gaat dan mis. Dat is meestal het verhaal. 't Hart de Wijkerslooth vertelt dat bij TEDxDelft de coaching is gebaseerd op de helden, de reis van de held. Deze verhaalstructuur heeft ook weer zijn uitwerking op de organisatiestructuur van de presentatie. Gallo zegt over de voorbereiding van een TEDtalk het volgende: 'Once you discover that which makes your heart sing, the stories you tell, the slides you use, and the way you deliver your content will come to life. You will connect with people more profoundly than you ever thought possible. You will have the confidence to share what you've learned as a true master. That's when you'll be ready to give the talk of your life.' (2014: 40).

Volgens 't Hart de Wijkerslooth kent TED een serieus probleem dat bestaat uit twee dingen: 'Eerste is dat ik vind dat we over het algemeen te veel witte mannen op het podium hadden [op TEDxDelft red.] en ik vind ook dat we te veel relatief rijke mensen hebben.' Zowel op het podium als in het publiek zou er meer diversiteit moeten zijn. Dit programmeren is aan de organisatie zelf en zolang er goed blijft worden geprogrammeerd, komen er 'geen yogaleraren die reclame maken voor hun eigen yogaschool'.

Ook andere personen hebben kritiek geuit op TED als genre, onder wie Martin Robbins. In zijn artikel *The trouble with TED talks* (2012) schrijft hij: 'Ideas worth spreading.

What ideas? Ideas that TED in its infinite wisdom picked out for us, ideas which are therefore implied to be true and good and right. We should build a message around them and we should spread that message far and wide. If this doesn't yet sound familiar, try replacing TED with GOD. Ideas worth spreading sounds more like the slogan of the Jehovah's Witnesses.' Volgens hem draait het bij TEDtalks om het publiek. Volgens hem zijn TEDtalks gemaakt om mensen zich goed te laten voelen over zichzelf, om zich slim te laten voelen en het gevoel te geven dat ze deel uitmaken van een elite die de wereld een betere plek maakt. Om bij een conferentie aanwezig te kunnen zijn, moet je rijk zijn en connecties hebben. 'TED's slogan shouldn't be idea worth spreading, it should be: Ego worth paying for', aldus Robbins.

Ook Benjamin Bratton (2013) is niet te spreken over TED. Hoewel TED veel potentie en enthousiasme heeft, is er maar weinig werkelijke verandering te zien, vindt hij. Bovendien spreekt hij van oversimplificatie. 'I think TED actually stands for: middlebrow megachurch infotainment', aldus Bratton.

De al eerder genoemde Anderson laat in een reactie op de kritiek in een artikel (2014) weten dat men TED niet moet verwarren met TEDx. De x in TEDx staat voor *self organised*. In principe kan iedereen een TEDx-evenement organiseren, waardoor het merk TED wordt geruïneerd, vindt Anderson. TED wil de klassieke manier van communicatie in een nieuw jasje gieten. Het begon als technologie, entertainment en design, maar inmiddels komen er veel meer diverse onderwerpen aan bod waar men in geïnteresseerd is. Belangrijk volgens Anderson is dat er geen formule is, maar dat iedereen de talk op zijn of haar eigen manier geeft.

4.2 Verantwoording van het corpus

Zoals eerder al gezegd, is gebleken dat er nog weinig onderzoek is gedaan naar het genre TEDtalks. Dit is al een eerste reden om dit genre eens onder de loep te nemen. Om een werkbaar corpus te kunnen samenstellen, is een selectie gemaakt van TEDtalks, namelijk de 16 meest bekeken TEDtalks uit de door TED samengestelde lijst *most popular talks of all time*.⁸ Alle drie de onderzoekers hebben hetzelfde corpus gebruikt, aangezien Van Loosbroek (2014) en Van Winsen (2014) na hun onderzoek constateerden dat de resultaten van een wetenschappelijk onderzoek minder subjectief –

⁸ Dit corpus is vastgesteld op 1 april 2015. Dit is van belang, omdat de TEDtalks kunnen veranderen van plek in de lijst.

en dus beter – zouden zijn als meerdere onderzoekers naar één corpus kijken.

Voor de 16 TEDtalks is allereerst gekozen, omdat dit een variëteit aan onderwerpen en sprekers weergeeft, zodat er een goede indruk wordt verkregen van het genre TEDtalks. Specifiek deze 16 presentaties zijn gekozen, omdat ontzettend veel mensen deze talks hebben gekeken en hebben gedeeld. We kunnen er daarom vanuit gaan dat mensen enthousiast zijn over deze TEDtalks en ze de talks in zekere mate goed, leuk en/of interessant vinden. Wel moet worden gerealiseerd dat het feit dat deze talks bovenaan in de lijst staan, ook betekent dat mensen er sneller op zullen klikken en dat het ook kan zijn dat vooral het onderwerp of de bekendheid van de spreker mensen aanspreekt en niet per se de talk zelf. Daarnaast kunnen de talks die nieuw online zijn binnengekomen niet meegenomen worden in het corpus, aangezien die nog niet de kans hebben gehad te belanden in de lijst met meest bekeken talks. Hoewel deze nadelen niet moeten worden genegeerd, staat buiten kijf dat de talks bovenaan een lijst staan met de titel *most popular talks of all time*. Over de hele wereld hebben dus veel mensen gekeken naar de presentaties en er zal dus, op welk vlak dan ook, iets interessants en boeiends zijn dat kijkers aantrekt. Zo is de TEDtalk die bovenaan deze lijst staat inmiddels al meer dan 33 miljoen keer bekeken op ted.com. Dit brengt direct nog een voordeel aan het licht van het corpus TEDtalks, namelijk dat de talks makkelijk te verkrijgen zijn op video op de site van TED. Dit maakt het corpus voor iedereen gemakkelijk toegankelijk. Bovendien kunnen we uit het feit dat TEDsprekers de presentatie van hun leven willen geven en het feit dat de sprekers goed gecoacht worden, opmaken dat er uitgebreid wordt nagedacht over de voordracht, waardoor het interessant is voor wetenschappers om te onderzoeken of dit terug te zien is in het gebruikte aantal retentietechnieken.

De 16 TEDtalks die geanalyseerd zijn, zijn de volgende:

Ken Robinson - How schools kill creativity (2006)

Amy Cuddy - Your body language shapes who you are (2012)

Simon Sinek - How great leaders inspire action (2009)

Brené Brown - The power of vulnerability (2010)

Jill Bolte Taylor - My stroke of insight (2008)

Pranav Mistry - The thrilling potential of SixthSense technology (2009)

Mary Roach - 10 things you didn't know about orgasm (2009)

Tony Robbins - Why we do what we do (2006)

Dan Pink - The puzzle of motivation (2009)

David Gallo - Underwater astonishments (2007)

Dan Gilbert - The surprising science of happiness (2004)

Susan Cain - The power of introverts (2012)

Pattie Maes, Pranav Mistry - Meet the SixthSense interaction (2009)

Elizabeth Gilbert - Your elusive creative genius (2009)

Hans Rosling - The best stats you've ever seen (2006)

Pamela Meyer - How to spot a liar (2011)

In het volgende hoofdstuk wordt uiteengezet hoe de in de vorige hoofdstukken beschreven theorieën gebruikt worden bij het analyseren van het corpus: de onderzoeksmethode.

5 De onderzoeksmethode: een elaboratieanalyse

Het doel van dit onderzoek is te analyseren op welke manier TEDtalk-sprekers gebruikmaken van elaboratieve retentietechnieken die ervoor kunnen zorgen dat het publiek de boodschap onthoudt. Om tot deze analyse te komen, is gebruikgemaakt van een corpus van 16 TEDtalks. In de vorige hoofdstukken is het theoretische kader onderzocht en is het corpus beschreven en verantwoord. In dit hoofdstuk zal uiteengezet worden welke methode is gehanteerd bij het analyseren van dit corpus. Hiervoor worden in paragraaf 5.1 de verschillende stappen beschreven die zijn gezet om het corpus te analyseren. Paragraaf 5.2 gaat over de soort onderzoeksmethode, die enerzijds kwantitatief is en anderzijds kwalitatief van aard.

5.1 Het stappenplan

Stap 1: Bekijken

De allereerste stap was het bekijken van de TEDtalks. Dit is gedaan zodat er een eerste indruk kon worden gewekt over de inhoud en de presentatie van de talks.

Stap 2: Transcripties

Zoals in het vorige hoofdstuk besproken, zijn TEDtalks presentaties en bevatten dus een uitgesproken tekst, geen geschreven tekst. Desalniettemin bevat dit onderzoek een tekstanalyse. Daarom is er gebruikgemaakt van de transcripties op www.ted.com.

Voordat er aan de analyse kon worden begonnen, zijn dan ook van alle 16 TEDtalks de transcripties opgezocht.⁹

Stap 3: Printen

De transcripties van de TEDtalks zijn uitgeprint zodat de analyse op papier kon worden uitgevoerd. Uiteraard is dit geen noodzakelijke voorwaarde; deze stap is dan ook puur vanuit mijn persoonlijke voorkeur uitgevoerd.

Stap 4: Lezen

Voordat de technieken werden geanalyseerd, zijn alle TEDtalks eerst gelezen om te

⁹ Alle transcripties zijn te vinden in Bijlage II.

weten waar de tekst over gaat. Dit is van belang, omdat zonder inhoudelijke kennis van de presentatie het moeilijk is om te kunnen stellen of er sprake is van een techniek, bijvoorbeeld de anekdote.

Stap 5: Aard van de transcripties

Zoals gezegd, is er gebruikgemaakt van de transcripties op www.ted.com. Het is van belang om naar de aard van deze transcripties te kijken. Een discours kent altijd bewerkingen en het is belangrijk dat er gekeken wordt naar eventuele belangrijke verschillen tussen de gesproken tekst en de transcriptie. Dus als de presentatie op beeld wezenlijk anders is dan het transcript, dan is dit het vermelden waard. Een voorbeeld is te vinden in de TEDtalk van Amy Cuddy, waar vier keer woorden/zinnen als *you know* en *right* worden weggelaten in het transcript. In dit onderzoek worden deze als retorische vraag gecodeerd als er een vraagteken achter staat, dus dit verschil kan van invloed zijn op het uiteindelijke resultaat van het onderzoek. Er kan wel vanuit worden gegaan dat het serieuze transcripties zijn en enige ruis kon dan ook voor lief worden genomen. Kleine verschillen tussen het transcript en de uitgesproken tekst die niet vermeld hoeven worden, zijn bijvoorbeeld het ontbreken van een bijwoord, zoals in de talk van Amy Cuddy: ‘When you’re in the low-power pose condition, only 60 percent, and that’s a [pretty] whopping significant difference.’ Het woordje *pretty* werd wel uitgesproken maar kwam niet voor in het transcript. Voor het inhoudelijke onderzoek naar de retentietechnieken is dit niet van belang, het enige is dat het invloed heeft op het aantal woorden van de TEDtalk. Verschillen als deze worden echter niet vermeld.

Stap 6: Codeboek

Om het tekstcorpus te kunnen analyseren, is een zogenoemd codeboek opgesteld. Dit codeboek is opgesteld per elaboratietechniek op alfabetische volgorde. In dit codeervoorschrift staat naar welke technieken wordt gezocht, wat de techniek inhoudt en wanneer de passage dus als de betreffende techniek wordt gecodeerd, er wordt een voorbeeld gegeven en er wordt in gezet hoe de techniek moet worden gecodeerd.

De retentietechnieken waar onderzoek naar is gedaan, zijn de anekdote en de vraagfiguur. De vraagfiguur is opgedeeld in vier subtypen, te weten de letterlijke vraag, de quaestie, de retorische vraag en de subiectie. In een vorig hoofdstuk zijn deze technieken uitvoerig behandeld. In onderstaand codeboek wordt nogmaals kort

beschreven wat de techniek precies inhoudt, zodat de technieken eenduidig zijn aan te wijzen.

De letterlijke vraag, de quaestie, de retorische vraag en de subiectie zijn subtypen van de techniek ‘vraagfiguur’. Een vraagfiguur over het algemeen wordt herkend als het woord ‘vraag’ expliciet in de passage is opgenomen. Ook kan de vraagfiguur worden herkend als er inversie optreedt en de passage in de transcriptie met een vraagteken is gemarkeerd.

In de TEDtalks zijn alle vragen gecodeerd. Dit betekent dat ook de vraagfiguren in citaten zijn gecodeerd als een bepaald type vraagfiguur. Reden hiervoor is dat ook deze vragen de aandacht van het publiek kunnen trekken.

Tabel 1: Codeboek anekdote

Anekdote	
Definitie	Een vertelling die: - kort - snedig/gevat/ad rem - afgerond - eventueel humoristisch - eventueel ontroerend is. De vertelling is afgerond als er een eindzin staat (bijvoorbeeld: “Hier eindigde mijn avontuur”) of een volgend onderwerp begint. Vaak eindigt de vertelling met gelach of applaus.
Voorbeeld	“Ik stond laatst in de lift van een ziekenhuis. En toen zei een mevrouw: Ik ken u van tv. Ja, nou zie ik het. Balkenende! Van de LPF.”
Hoe te coderen?	Vanaf het begin tot het einde van het voorval. Een anekdote mag niet onderbroken worden.

Tabel 2: Codeboek letterlijke vraag

Letterlijke vraag	
Definitie	Een vraag waar de spreker een antwoord op verwacht van het publiek, zonder zelf de vraag te beantwoorden.
Voorbeeld	“Wie van jullie drinkt er elke ochtend een kop koffie?”
Hoe te coderen?	Als het antwoord van het publiek niet te horen of te zien is (maar de spreker suggereert wel dat het publiek een antwoord heeft gegeven), dan coderen we het niet als een letterlijke vraag. De vraag wordt dus wel als een letterlijke vraag gecodeerd als te zien is dat het publiek een antwoord geeft, bijvoorbeeld door het opsteken van handen of het uitspreken van een antwoord.

Tabel 3: Codeboek quaestie

Quaestie	
Definitie	Een reeks van twee of meer vragen, die vaak retorisch zijn of door de spreker zelf beantwoord of behandeld worden.
Voorbeeld	“Heb je het hele formulier ingevuld? Heb je jouw volledige naam ingevuld? Heb je jouw handtekening eronder gezet?”
Hoe te coderen?	Wanneer er zonder onderbreking van een nieuwe zin (dus een zin gevolgd door een punt) vragen achter elkaar gesteld worden, coderen we het als een quaestie.

Tabel 4: Codeboek retorische vraag

Retorische vraag	
Definitie	1. Een schijnvraag omdat het antwoord er al in ligt opgesloten: een nadrukkelijke bewering of emotionele uiting in vraagvorm. 2. Een overbodige, onoprechte en irrelevante vraag. 3. De gevraagde informatie is algemeen bekend.
Voorbeeld	“Dat is waar, toch?”
Hoe te coderen?	Wanneer een of meerdere van onderstaande punten te herkennen zijn: 1. Signalen in de vraag zelf suggereren het antwoord. 2. Vragen worden negatief geformuleerd. 3. Bijwoorden, zoals nu, toch, eigenlijk, echt, immers, dus. 4. Elliptische formulering.

Tabel 5: Codeboek subiectie

Subiectie	
Definitie	Vraag die door de spreker zowel opgeworpen als beantwoord wordt.
Voorbeeld	“Wat is nu het antwoord? Het antwoord is 0.”
Hoe te coderen?	1. Het antwoord moet direct na de vraag komen. 2. Alleen de vraag (dus niet het antwoord) wordt gecodeerd.

Doel van de analyse was te onderzoeken hoe vaak en op welke manier de te analyseren technieken voorkwamen. Hiervoor zijn alle 16 TEDtalks per stuk geanalyseerd.

Stap 7: Technieken markeren

Aan de hand van het codeboek kon de tekst geanalyseerd worden. Dit betekent dat het tekstgedeelte waarin een te analyseren techniek voorkwam, werd gemarkeerd.

Stap 8: Technieken coderen

Daarna kon – wederom aan de hand van het codeervoorschrift – aan de gemarkeerde tekstdelen de betreffende techniek worden toegekend. Vanwege het geringe aantal te onderzoeken technieken, is ervoor gekozen geen afkortingscode toe te kennen aan de technieken. Bij een anekdote werd in de kantlijn ‘anekdote’ geschreven en niet bijvoorbeeld ‘A’.

Stap 9: Schematische weergave resultaten

De resultaten die de analyse opleverde, werden vervolgens op een schematische manier weergegeven. Dit gebeurde steeds per TEDtalk en per techniek. Per TEDtalk werd dus beschreven hoeveel woorden de talk bevatte en welke technieken erin voor kwamen. Nadat de gehele talk op deze manier was geanalyseerd, werd een tabel opgemaakt met daarin het aantal voorgekomen technieken in de betreffende TEDtalk en het aantal technieken per 1000 woorden.

Stap 10: Verwerking in Word

De volgende stap was deze resultaten van de analyses te verwerken in het programma Word. Door de resultaten in Word te verwerken, werd het per TEDtalk overzichtelijk welke technieken waar werden gebruikt. Aan elke gevonden techniek werd een tekstballonnetje (‘opmerking’) toegevoegd, zodat het tellen van het aantal technieken gemakkelijk was.¹⁰

Stap 11: Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid

Om op een objectieve manier de resultaten te kunnen interpreteren, is het van belang dat er meerdere onderzoekers naar één corpus kijken. Met het oog op de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid heeft een medeonderzoeker aan de hand van het codeboek de helft van het corpus geanalyseerd.¹¹ Hiervoor is allereerst het codeboek samen doorgenomen om te zien of er geen hiaten inzaten. Het is namelijk de bedoeling dat aan de hand van het codeboek de technieken eenduidig kunnen worden gecodeerd. Nadat beide onderzoekers de analyse hadden uitgevoerd, zijn de talks naast elkaar

¹⁰ In Bijlage III zijn alle geanalyseerde TEDtalks te vinden.

¹¹ De geanalyseerde TEDtalks van mijn medeonderzoeker zijn te vinden in Bijlage IV.

gelegd en is er een tabel opgemaakt met daarin de vergelijkingen. Aan alle technieken is een cijfer toegekend en het cijfer 0 stond voor ‘geen techniek gecodeerd’. Telkens is genoteerd welke techniek er bij een bepaalde passage door de ene onderzoeker werd gecodeerd waarna werd gekeken of de tweede onderzoeker dezelfde techniek bij dezelfde passage had gecodeerd. Zodoende is één grote tabel opgesteld met daarin de resultaten. Door de twee resultaten met elkaar te vergelijken in het programma SPSS, kon de betrouwbaarheid in een Cohen’s kappa (κ) geconstateerd worden. Een kappa van 0 zou betekenen dat de overeenkomst tussen de analyses volledig op kans berust, een kappa van 1 is een volledige overeenkomst.

5.2 Kwantitatief en kwalitatief onderzoek

Eenzijds is er kwantitatief onderzoek gedaan. Kwantitatief onderzoek naar een analyse houdt in dat verbanden tussen variabelen cijfermatig worden vastgesteld en er een theorie wordt getest (Koetsenruijter & Van Hout 2014). In dit geval houdt kwantitatief onderzoek in dat het aantal voorkomens van de technieken in kwestie is geanalyseerd. Na dit deel van het onderzoek kon dus gezegd worden hoeveel keer bijvoorbeeld de anekdote voorkwam in de 16 TEDtalks. Kwantitatief onderzoek is enigszins subjectief en het is dan ook van belang dat deze subjectiviteit bij de analyse in beeld wordt gebracht.

Anderzijds is er kwalitatief onderzoek gedaan. Kwalitatief onderzoek houdt in dat de analyses worden geïnterpreteerd in woorden (Koetsenruijter & Van Hout 2014). Kwalitatief onderzoek is subjectief en interpretatief en betekent dat deze analyses vervolgens zijn geïnterpreteerd. Deze analyse gebeurde op basis van de theorie en de kwantitatieve resultaten en werden gekoppeld aan bestaand onderzoek. Constateren dat een bepaalde retentietechniek een bepaald aantal keer voorkomt in het corpus, is niet genoeg. Uiteraard is het van belang dat deze resultaten ook worden geïnterpreteerd: wat betekent het nu dat bijvoorbeeld de retorische vraag zo vaak of zo weinig voorkomt?

Nu duidelijk is gemaakt op welke manier de analyse is uitgevoerd, zullen in het volgende hoofdstuk de resultaten van de analyses worden gepresenteerd.

6 Resultaten

In het vorige hoofdstuk is duidelijk geworden op welke manier het onderzoek is verricht; de onderzoeksmethode is beschreven. In dit hoofdstuk worden de resultaten van de corpusanalyse kwantitatief weergegeven. De resultaten zullen dus cijfermatig worden geanalyseerd en worden nog niet geïnterpreteerd. Paragraaf 6.1 bevat deze kwantitatieve resultaten. Paragraaf 6.2 staat in het teken van de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid.

6.1 Kwantitatieve resultaten

Alle 16 TEDtalks zijn per talk geanalyseerd om te onderzoeken of de spreker gebruik heeft gemaakt van elaboratieve retentietechnieken, te weten de anekdote en de vraagfiguur. Zoals eerder gezegd, is de techniek van de vraagfiguur opgedeeld in vier subtechnieken: de letterlijke vraag, de quaestie, de retorische vraag en de subiectie.

In bijlage V zijn de tabellen te vinden waarin per TEDtalk gedetailleerd is aangegeven hoeveel van de geanalyseerde technieken – inclusief de subtechnieken – er gevonden zijn. Opvallend is dat de aantallen erg uiteenlopen. Als er gekeken wordt naar de combinatie van het aantal anekdotes en het aantal vraagfiguren, dan is niet eenduidig te zeggen dat deze twee technieken elkaar in de hand werken. Hiermee wordt bedoeld dat het niet zo is, dat er per definitie ook veel vraagfiguren worden gebruikt als er veel anekdotes worden gebruikt. Alleen in de TEDtalk van Ken Robinson worden zowel veel anekdotes (5) als veel vraagfiguren (28) gebruikt. In de TEDtalk van David Gallo daarentegen worden weinig anekdotes gebruikt (0) en weinig vraagfiguren (1). Ook komt het voor dat er veel anekdotes worden gebruikt (5) in combinatie met relatief weinig vraagfiguren (7) – dit is het geval bij Mary Roach – en anderzijds komt het ook voor dat er weinig anekdotes worden gebruikt (0) gecombineerd met veel vraagfiguren (29), zoals bij Dan Gilbert het geval is. Wat bij de subtechnieken van de vraagfiguur opvalt, is dat de letterlijke vraag bij zo goed als elke talk (op één talk na: Dan Pink) het minst populair is. Opmerkelijk is het gebruik van de letterlijke vraag door Tony Robbins. Hij gebruikt als enige relatief veel letterlijke vragen en de manier waarop hij dit doet is interessant. Hij stelt een vraag waarna hij zegt: ‘Say: Aye’ en het publiek

reageert daar op door ‘Aye’ te zeggen.¹² Hier wordt duidelijk dat de letterlijke vraag dus ook letterlijk een antwoord verwacht en doordat het publiek een antwoord geeft, er interactie ontstaat tussen de spreker en het publiek. Onderstaande tabel bevat de resultaten per TEDtalk samengevat.

Tabel 6: *Samenvatting resultaten*

	anekdote	vraagfiguur	letterlijke vraag	quaestie	retorische vraag	subiectie
Ken Robinson	5	28	0	7	15	6
Amy Cuddy	1	28	0	5	14	9
Simon Sinek	0	17	0	5	7	5
Brené Brown	2	21	0	5	4	12
Jill Bolte Taylor	0	8	0	3	4	1
Pranav Mistry	0	11	0	1	10	0
Mary Roach	5	7	0	1	2	4
Tony Robbins	2	55	11	14	17	13
Dan Pink	2	22	1	0	10	11
David Gallo	0	1	0	0	1	0
Dan Gilbert	0	29	0	6	8	15
Susan Cain	1	4	0	1	2	1
Pattie Maes, Pranav Mistry	0	3	0	0	2	1

¹² Transcript: ‘We’ve got to remind ourselves that decision is the ultimate power. When you ask people, have you failed to achieve something significant in your life? Say, "Aye." Audience: Aye.’

Elizabeth Gilbert	3	19	0	11	8	0
Hans Rosling	1	17	0	3	8	6
Pamela Meyer	0	12	0	1	5	6
	22	282	12	63	117	90

Zoals te zien is, zijn de resultaten niet eenduidig te vertalen. Het aantal gebruikte technieken per talk verschilt significant. Wel is te zien dat in alle talks gebruik wordt gemaakt van de vraagfiguur. De anekdote daarentegen wordt niet overal gebruikt. Een voorbeeld van een anekdote is de volgende uit de TEDtalk van Ken Robinson: ‘I heard a great story recently -- I love telling it -- of a little girl who was in a drawing lesson. She was six, and she was at the back, drawing, and the teacher said this girl hardly ever paid attention, and in this drawing lesson, she did. The teacher was fascinated. She went over to her, and she said, "What are you drawing?" And the girl said, "I'm drawing a picture of God." And the teacher said, "But nobody knows what God looks like." And the girl said, "They will, in a minute." (Laughter)’. Dit is duidelijk een anekdote, omdat het een kort verhaal is (zo wordt het ook door de spreker aangekondigd) dat afgerond is en het is tevens als een anekdote te herkennen omdat het eindigt met gelach.¹³

Het hoogste aantal gebruikte anekdotes in het corpus is 5, het laagste 0. Het hoogste aantal gebruikte vraagfiguren is 55, het laagste 1. Wat betreft de subtypen van de vraagfiguur is de letterlijke vraag de minst gebruikte techniek en de retorische vraag wordt in dit corpus het meest gebruikt. Eerder is al een voorbeeld gegeven van de letterlijke vraag. Een voorbeeld van een quaestie is de volgende van Elizabeth Gilbert: ‘Aren't you afraid you're never going to be able to do that? Aren't you afraid you're going to keep writing for your whole life and you're never again going to create a book that anybody in the world cares about at all, ever again?’ De subiectie is onder andere gevonden in de TEDtalk van Dan Gilbert: ‘They don't like their picture, and in fact even after the opportunity to swap has expired, they still don't like their

¹³ Dit voorbeeld wordt gegeven, omdat het (mede door het genre van het corpus) moeilijk bleek om een ‘gewoon’ verhaal te onderscheiden van een anekdote. Dit voorbeeld kan gezien worden als een typische anekdote.

picture. Why? Because the [reversible] condition is not conducive to the synthesis of happiness.’ De subiectie, dus de vraag, is hier ‘why?’ en het antwoord volgt direct na de vraag, waardoor de vraag als een subiectie gecodeerd wordt. In de TEDtalk van Mary Roach is een voorbeeld te vinden van de retorische vraag: ‘Now, if you can trigger the Lazarus reflex in a dead person, why not the orgasm reflex?’ Dit is een retorische vraag, omdat het een vraag is waar geen antwoord van het publiek op wordt verwacht en de vraag is tevens als een retorische vraag te herkennen door de negatie in de formulering. Deze voorbeelden geven een indruk van de verschillende verschijningsvormen.

Van Loosbroek (2014) en Van Winsen (2014) hebben in hun onderzoeken ook een onderscheid gemaakt in de verschillende subtypen van de vraagfiguur. Als de kwantitatieve resultaten van deze drie corpora op het gebied van de subtypen van de vraagfiguur worden vergeleken, dan is opvallend dat in alle drie de corpora een ander subtype het vaakst wordt gebruikt. In het VIOT-corpus is dat de subiectie, in het APB-corpus de quaestie en in het TED-corpus de retorische vraag.

Tabel 7: *Vergelijking corpora (vraagfiguren)*

	VIOT	VIOT %	APB	APB %	TED	TED %
letterlijke vraag	8	7	31	22	12	4
quaestie	18	17	41	30	63	22
retorische vraag	21	19	36	26	117	42
subiectie	63	57	31	22	90	32
totaal	110	100	139	100	282	100

De resultaten zijn niet alleen per talk geanalyseerd maar ook per 1000 woorden.¹⁴

Zodoende is te zien in welk gedeelte van de talks de meeste technieken voorkomen. Tabel 8 laat zien dat de anekdote het meest voorkomt in de eerste 1000 woorden. De vraagfiguur wordt steeds minder gebruikt naarmate de talk vordert.

¹⁴ In Bijlage VI zijn de tabellen van alle geanalyseerde TEDtalks per 1000 woorden te vinden.

Tabel 8: Technieken per 1000 woorden

Alle TEDtalks			
per 1000 woorden	anekdote	vraagfiguur	totaal
0-1000	9	100,5	109,5
1000-2000	4	90	94
2000-3000	7,5	72	79,5
3000-4000	1,5	18	19,5
4000-5000	0	1,5	1,5
	22	282	304

Hier moet echter wel bij worden opgemerkt, dat niet alle talks even lang zijn. Zo is bijvoorbeeld de talk van David Gallo minder dan 1000 woorden en daarom zeggen deze resultaten dus eigenlijk niet altijd op welke plek in de talk de technieken worden gebruikt. Dat er haast geen technieken zijn gecodeerd tussen de 4000 en 5000 woorden, komt simpelweg omdat er maar één TEDtalk is die meer dan 4000 woorden bevat. Wat uit de resultaten uit tabel 8 wel kan worden opgemaakt, is dat in de eerste 1000 woorden er gemiddeld 0,5 anekdotes worden gebruikt en gemiddeld 6 vragen.¹⁵ Om wel te weten te komen in welk gedeelte van de talks de meeste technieken voorkomen, is onderzocht welke technieken in de inleiding, in de kern en in het slot van de talks worden gebruikt. Om te bepalen waar de inleiding, de kern en het slot zich bevinden in de talk, is

¹⁵ Het gemiddelde aantal anekdotes in de eerste 1000 woorden van alle TEDtalks is berekend door het totaal aantal anekdotes (9) te delen door het totaal aantal TEDtalks (16). Het gemiddelde aantal vraagfiguren is op dezelfde manier berekend, namelijk door het totaal aantal vraagfiguren (100,5) te delen door het totaal aantal TEDtalks (16).

gebruikgemaakt van de bevindingen van mijn medeonderzoeker (Hoogesteger 2015).¹⁶

Bij alle talks is dus onderzocht in welk deel van de talk – de inleiding, de kern of het slot – de meeste technieken voorkomen. In bijlage VII is per talk een tabel gemaakt waarin staat in welk gedeelte van de talk hoeveel anekdotes en hoeveel vraagfiguren zijn gecodeerd.

Tabel 9: Technieken inleiding – kern – slot (kwantiteiten)

Alle TEDtalks			
	anekdote	vraagfiguur	totaal
inleiding	5	36	41
kern	17	240	257
slot	0	6	6
totaal	22	282	304

Tabel 10: Technieken inleiding – kern – slot (percentages)

Alle TEDtalks		
	anekdote %	vraagfiguur %
inleiding	23	13
kern	77	85
slot	0	2
totaal	100	100

¹⁶ Om de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van Hoogesteger (2015) te testen, heb ik zelf ook haar analyse uitgevoerd. Een onderdeel van deze analyse was het coderen van de inleiding, de kern en het slot. De uitkomsten van deze analyses waren gelijk.

In bovenstaande tabellen is een overzicht gegeven van waar de technieken in de talks zich bevinden. Over het algemeen komen de anekdotes het vaakst voor in de kern van de talk. Ook de vraagfiguren werden in de geanalyseerde talks het vaakst gecodeerd in de kern. Opmerkelijk is dat er 0% van de anekdotes werden gevonden in het slot van de talks en slechts 2% van de vraagfiguren in het slot. In de inleiding werden meer technieken gevonden dan in het slot, namelijk 23% van de anekdotes en 13% van de vraagfiguren.

Uiteraard is het logisch dat er in de inleiding en in het slot minder technieken worden gevonden, omdat de inleiding en het slot minder woorden bevatten. Daarom is uitgerekend hoe lang de inleiding, de kern en het slot gemiddeld waren. Deze aantallen in percentages zijn te zien in tabel 11. De inleiding is dus ongeveer 8 keer kleiner dan de kern en het slot is ongeveer 17 keer kleiner dan de kern. Als dit nu wordt vergeleken met het aantal gevonden anekdotes en vraagfiguren in de inleiding, de kern en het slot, dan is de uitkomst dat de anekdote in de inleiding ongeveer 3 keer minder wordt gebruikt dan in de kern en in het slot 17 keer minder in vergelijking met de kern. De vraagfiguur wordt in de inleiding ongeveer 7 keer minder gebruikt dan in de kern en in het slot 40 keer minder in vergelijking met de kern. In verhouding wordt zowel de anekdote als de vraagfiguur dus vaker in de inleiding gebruikt, want als de inleiding even groot zou zijn als de kern, dan zouden er meer technieken staan in de inleiding. Wat betreft het slot zouden er ongeveer evenveel anekdotes zijn als in de kern, maar minder vraagfiguren in het slot dan in de kern. Om een voorbeeld te geven: de inleiding is gemiddeld 8 keer kleiner dan kern, maar het aantal anekdotes in de inleiding is gemiddeld 3 keer kleiner dan de kern. Als zowel het aantal woorden als het aantal anekdotes in de inleiding met 8 wordt vermenigvuldigd, dan staan er meer anekdotes in de inleiding dan in de kern.

Tabel 11: Technieken inleiding – kern – slot (qua woorden)

Alle TEDtalks	
	gemiddeld % qua woorden
inleiding	11
kern	84
slot	5
	100

In bijlage V is in de tabellen te zien hoeveel woorden de TEDtalk omvat en hoeveel technieken er in die talk worden gebruikt. Tony Robbins gebruikt het meeste aantal technieken en David Gallo het minste aantal. Het verschil in het aantal woorden is echter significant en daarom is het interessant om te bekijken per hoeveel woorden er een techniek wordt gebruikt. Om dit te berekenen is het aantal woorden gedeeld door het totaal aantal technieken. De resultaten zijn te zien in de tabel hieronder.

Tabel 12: Aantal woorden per één techniek

TEDtalk	Aantal woorden per één techniek
Tony Robbins	1 : 75
Ken Robinson	1 : 95
Dan Pink	1 : 113
Amy Cuddy	1 : 125
Dan Gilbert	1 : 130
Brené Brown	1 : 134
Elizabeth Gilbert	1 : 159
Hans Rosling	1 : 175
Simon Sinek	1 : 176

Pranav Mistry	1 : 177
Mary Roach	1 : 193
Pamela Meyer	1 : 269
Jill Bolte Taylor	1 : 337
Pattie Maes, Pranav Mistry	1 : 388
Susan Cain	1 : 650
David Gallo	1 : 914

Uit bovenstaande tabel is op te maken dat bij Robbins en Gallo het gebruikte aantal technieken in totaal gelijk staat aan het aantal woorden per één techniek. Eerder was vastgesteld dat Tony Robbins in totaal de meeste technieken gebruikt en dit komt ook terug in de tabel 12: gemiddeld elke 75 woorden gebruikt hij een techniek. David Gallo gebruikt slechts één techniek maar in minder woorden. Ook hij gebruikt in verhouding het minst aantal technieken, namelijk één techniek per 914 woorden.

Nu de resultaten kwantitatief zijn beschreven, moeten deze resultaten worden geïnterpreteerd. Duidelijk is nu hoeveel technieken er werden gecodeerd en op welke plaats ze voorkwamen, maar met het oog op de centrale onderzoeksvraag is het van belang om te weten wat deze aantallen nu betekenen. In het volgende hoofdstuk wordt dan ook de kwalitatieve analyse beschreven, wat inhoudt dat de kwantiteiten worden geïnterpreteerd.

6.2 Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid

De kwantitatieve analyse is tevens uitgevoerd door een medeonderzoeker, met het oog op de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid. Hierdoor kon enerzijds de analysemethode worden getest en anderzijds konden de resultaten met meer stelligheid worden geduid bij overeenkomsten in beide analyses.

De kappa (κ) is vastgesteld op 0,79.¹⁷ Hierbij zijn zowel de anekdote als de vraagfiguur meegerekend. Dit is zeker een betrouwbare score, maar uit de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid is gebleken dat vooral de anekdote problematisch is, omdat onduidelijk is wanneer een verhaal kort genoeg is om als een anekdote gecodeerd

¹⁷ In bijlage VIII zijn de resultaten van de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid te vinden.

te worden. Als de anekdote bij het berekenen van de kappa niet wordt meegerekend, komt de kappa op 0,9, wat betekent dat er een bijna perfecte overeenstemming is (Viera & Garrett 2005). De kappa van de anekdote komt uit op een negatieve score, wat betekent dat de score nog lager is dan op basis van toeval te verwachten is. Deze score bevestigt eens te meer dat het begrip ‘anekdote’ niet betrouwbaar genoeg is en daarom moet hiervoor bij een volgend onderzoek een oplossing voor bedacht worden. Buiten het gegeven dat de definitie van de anekdote niet duidelijk is waardoor de score laag is, zal ook hebben meegespeeld dat er maar weinig items voor de anekdote waren en dat er bij het coderen slechts twee mogelijkheden waren, namelijk wel een anekdote of geen anekdote. Bij het toetsen van de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid is het enkele keren voorgekomen dat beide onderzoekers een anekdote codeerden, maar dat de passage niet precies overeenstemde. Ook in dat geval werd de overeenstemming als 0 gecodeerd. Er werd dus geen onderscheid gemaakt tussen wel of geen anekdote, of beiden een anekdote maar bijvoorbeeld eindigend bij een andere zin.

Een voorstel om dit probleem met de anekdote op te lossen, is enerzijds het verbeteren van de definitie en anderzijds kunnen er bij volgend onderzoek aan de medeonderzoeker fragmenten worden voorgelegd waarbij moet worden gezegd of er wel of geen sprake is van een anekdote. Zodoende kan het probleem met het precieze coderen van de passage zich niet meer voordoen en zal de betrouwbaarheid hoger uitvallen.

7 Conclusies en aanbevelingen

In het vorige hoofdstuk zijn de resultaten van de corpusanalyse kwantitatief geïnd. In dit hoofdstuk worden conclusies getrokken, wat betekent dat de kwantiteiten kwalitatief worden geïnterpreteerd. De hoofdvraag van dit onderzoek is namelijk op welke manier TEDtalk-sprekers gebruikmaken van de elaboratieve retentietechnieken de anekdote en de vraagfiguur om ervoor te zorgen dat het publiek de boodschap onthoudt. Tot nu toe is uit het onderzoek gebleken dat de TEDtalk-sprekers uit het corpus gebruikmaken van deze technieken en hoe vaak. Door deze analyse te interpreteren, zal duidelijk worden *op welke manier* zij dit doen. In dit hoofdstuk wordt dan ook een antwoord gegeven op de onderzoeksvraag die centraal staat in dit onderzoek. In paragraaf 7.1 worden conclusies getrokken en in paragraaf 7.2 worden aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek.

7.1 Conclusies

Veel anekdotes

Uit de kwantitatieve analyse is gebleken dat er veelvuldig gebruik wordt gemaakt van de anekdote. In het totale corpus werden er 22 anekdotes gecodeerd, wat neerkomt op gemiddeld één anekdote per talk. Hierbij moet worden vermeld dat er niet in elke TEDtalk een anekdote is gecodeerd. Uit de kwantiteiten bleek dat in sommige talks geen enkele anekdote voorkomt en in andere talks bijvoorbeeld vijf. ‘Gemiddeld één anekdote per talk’ klinkt wellicht niet als veel, maar zeker in vergelijking met de andere onderzochte corpora is dit een groot aantal. Zo werden in het VIOT-corpus drie anekdotes gevonden (Van Loosbroek 2014: 81) en in het APB-corpus negen (Van Winsen 2014: 47). Als dit wordt vergeleken met de 22 anekdotes in het TED-corpus, dan is hieruit te concluderen dat het een groot aantal is.

Veel vraagfiguren

De kwantitatieve resultaten tonen aan dat ook de vraagfiguren veel voorkomen in het geanalyseerde corpus. Alle zestien TEDtalk-sprekers maken gebruik van vraagfiguren. In het TED-corpus zijn maar liefst 282 vraagfiguren gevonden, wat neerkomt op gemiddeld 18 vraagfiguren per talk. Ter vergelijking: het VIOT-corpus bevatte 110 vraagfiguren (Van Loosbroek 2014: 67) en het APB-corpus 139 (Van Winsen 2014: 46). Van de subtechnieken van de familie van de vraagfiguur – de letterlijke vraag, de

quaestie, de retorische vraag en de subiectie – is de retorische vraag het vaakst gecodeerd. De letterlijke vraag wordt het minst vaak gebruikt. Deze resultaten zullen te maken hebben met het genre van het corpus. TEDtalk-sprekers spreken over het algemeen voor een groot publiek, waardoor het moeilijk is om iemand in het publiek direct een vraag te stellen en daar op ook daadwerkelijk antwoord te krijgen. Daarom bestaat het gros van de gebruikte vraagfiguren uit vragen waarop geen antwoord vanuit het publiek wordt verwacht. Hierdoor ontstaat er niet directe interactie, maar de aandacht van het publiek wordt wel getrokken. Opvallend is bovendien dat de retorische vragen veelal vragen zijn ter bevestiging, zoals *toch?*, *is het niet?* en *oké?* Op deze vragen wordt van het publiek geen antwoord verwacht en de vraag suggereert dat de spreker het bij het juiste eind heeft, maar de aandacht van het publiek wordt getrokken, omdat er even gedacht moet worden of alles helder en kloppend is. Vanwege het geringe aantal letterlijke vragen en het grote aantal ‘niet-letterlijke’ vragen kan geconcludeerd worden dat het doel van TEDtalk-sprekers minder het bewerkstelligen van directe interactie is, maar voornamelijk het genereren van aandacht. Het vele gebruik van vraagfiguren in het algemeen sluit aan bij de eerdere onderzoeken waar veel vraagfiguren werden gevonden en bij de adviesliteratuur waarin wordt gesteld dat vragen de aandacht trekken en vasthouden.

Bij de vraagfiguren valt bij de analyse op dat er over het algemeen redelijk veel vraagfiguren in citaten voorkomen. De vraag is nu of ook deze vragen de aandacht trekken. Aangezien de vraag dan niet aan het publiek wordt gesteld maar aan de persoon in het citaat, kan het zijn dat deze vragen in de citaten minder direct de aandacht van het publiek trekken.. In bijlage V is te zien hoeveel van de vraagfiguren in citaten voorkomen, wat erop neerkomt dat gemiddeld 30% van de vraagfiguren in citaten staan.

Inleidingstechnieken

Zoals eerder in dit onderzoek werd gesteld, worden de anekdote en de vraagfiguur door Andeweg, De Jong en Hoeken (1998) gezien als mogelijke inleidingstechnieken. Dit doet dus vermoeden dat de meeste technieken gevonden zouden worden in de inleiding van de talks. De kwantitatieve resultaten van dit onderzoek laten echter iets anders zien. In het merendeel van de talks komen de anekdotes voor in de kern van de talk. Dit is ook het geval bij de vraagfiguren; slechts in één van de zestien talks komen de meeste anekdotes voor in de inleiding. Echter, er is ook vastgesteld dat het logisch is dat er

minder technieken in de inleiding worden gevonden, omdat de inleiding qua aantal woorden geringer is dan de kern. Het omrekenen van de verhoudingen tussen de inleiding en de kern qua woorden en technieken toont aan dat de anekdote en de vraagfiguur in verhouding meer worden gebruikt in de inleiding dan in de kern. Hier moet wel bij worden opgemerkt dat er bij deze berekening van een gemiddelde is uitgegaan. Zoals eerder gesteld, zijn er meerdere TEDtalks waarbij er in de inleiding geen anekdotes worden gebruikt. Op het eerste oog lijken de kwantitatieve resultaten in te druisen tegen de eerdere onderzoeken, maar na dieper onderzoek kan geconcludeerd worden dat dit onderzoek ondersteunt dat de anekdote en de vraagfiguur als inleidingstechnieken gebruikt kunnen worden.

Dat niet elke TEDtalk-spreker gebruikmaakt van de anekdote als inleidingstechniek, is wellicht te verklaren door het feit dat er ook andere technieken zijn die in de inleiding gebruikt kunnen worden en aan de hand van het idee achter het genereren van aandacht van het publiek: een TEDtalk-spreker mag ervan uitgaan dat het publiek bij aanvang van de talk sowieso de aandacht erbij heeft, omdat zij uit interesse kijkt en luistert naar de talk, waardoor in het begin – dus in de inleiding – van de talk het trekken van de aandacht van het publiek minder noodzakelijk is. Naarmate de talk vordert, kan de aandacht van het publiek verslappen, waardoor een TEDtalk-spreker gebruik kan maken van vraagfiguren om de aandacht weer op te wekken. Dat ook in het slot niet veelvuldig vraagfiguren zijn gecodeerd, kan liggen aan het feit dat er andere technieken zijn die de aandacht trekken bij het slot, zoals een directe aankondiging van het slot. Door het slot direct aan te kondigen, weet het publiek dat de talk zal eindigen, waardoor de aandacht weer groter zal zijn. Hoewel volgens Carmine Gallo (2014) het publiek 18 minuten lang de aandacht erbij zou moeten kunnen houden, maken TEDtalk-sprekers desalniettemin veelvuldig gebruik van elaboratieve retentietechnieken.

Problemen met de anekdote

Het coderen van de anekdote bleek in de praktijk enigszins problematisch te zijn. Dit kan te maken hebben met het genre van het corpus. TEDtalks zijn in de kern verhalend van karakter, wat betekent dat TEDtalk-sprekers vaak hun persoonlijke verhaal vertellen. Een anekdote is ook een verhaal, alleen is het kenmerkende aan een anekdote dat deze onder andere kort en afgerond is. Als er gedurende de hele talk een verhaal wordt verteld, kan de hele talk niet als anekdote worden bestempeld, omdat een

anekdote per definitie kort moet zijn. Het coderen van een kort verhaal in een langdurig verhaal, bleek lastig. Daarbij komt nog dat een anekdote afgerond en ononderbroken moet zijn, wat door het verhalende karakter ook niet altijd het geval is. De term ‘kort’ is tevens moeilijk te definiëren, waardoor het bij de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid soms stuk liep. Wat de ene onderzoeker kort vindt, vindt de andere onderzoeker wellicht te lang voor een anekdote. Geconcludeerd kan worden dat het genre van het corpus invloed heeft op de resultaten van de analyse van de anekdote. In de volgende paragraaf zal een aanbeveling worden gedaan voor vervolgonderzoek met betrekking tot dit probleem

De transcripties

Bij dit onderzoek is gebruikgemaakt van een tekstcorpus, wat inhoudt dat het uitgangspunt van de analyse het transcript van de TEDtalk was. Bij de letterlijke vraag was soms de video echter van cruciaal belang. Als op de video niet te zien was dat het publiek antwoord gaf op de vraag, bijvoorbeeld door het opsteken van handen, maar de spreker suggereerde wel dat er antwoord werd gegeven, dan werd de vraagfiguur niet als een letterlijke vraag maar als een subiectie gecodeerd. Hoewel het transcript dus het uitgangspunt was, was het transcript niet los te zien van de video. Bovendien had de transcriptie soms gevolgen voor de uitkomsten van de analyse. Zoals eerder aangetoond, kwam uit een kleine peiling naar voren dat het transcript niet altijd overeenkomt met de uitgesproken tekst. Dit had niet altijd directe gevolgen voor de resultaten van het onderzoek, maar het niet transcriberen van (retorische) vragen heeft uiteraard wel invloed. Daarom moet er goed bedacht worden dat het transcript zoals dit staat op ted.com het uitgangspunt is geweest bij het coderen van de technieken.

Eindconclusie

In dit onderzoek is een analysemodel opgesteld waarmee de retentietechnieken konden worden geoperationaliseerd aan de hand van een casus, de TEDtalks. Het doel van dit wetenschappelijke onderzoek was het beter begrijpen en verbeteren van de huidige theorie. De geheugentheorie is hierbij gekoppeld aan de retentietechnieken om uit te vinden wat de retentietechnieken doen met het geheugen. Hierbij werd dus direct onderzocht hoe de analysemethode in de praktijk werkte. De vraag die centraal stond in dit onderzoek was hoe TEDtalk-sprekers gebruikmaken van die retentietechnieken –

specifiek de anekdote en de vraagfiguur – die ervoor kunnen zorgen dat het publiek de boodschap die wordt verteld onthoudt.

Aan het einde van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat TEDtalk-sprekers intensief gebruikmaken van deze elaboratieve retentietechnieken en dat deze technieken invloed hebben op het geheugen. Aan de hand van het codeboek – de analysemethode – zijn de technieken gecodeerd. Beide technieken hebben als overkoepelend doel het trekken en vasthouden van de aandacht bij het publiek. Het doel van de TEDtalk-spreker is dat het publiek de boodschap van de talk onthoudt en een luisteraar kan pas iets onthouden als er aandacht is voor wat er wordt verteld. De anekdote en de vraagfiguur genereren deze aandacht, waardoor de kans wordt vergroot dat de luisteraar de boodschap ook daadwerkelijk onthoudt. Uit het geheugenonderzoek is namelijk gebleken dat niet alle nieuw binnenkomende informatie kan worden opgeslagen; de informatie zal altijd worden gefilterd. De nieuwe informatie waar aandacht aan wordt besteed, zal in de filter blijven hangen, waardoor deze in het kortetermijngeheugen terecht kan komen. Zodra er dan met de informatie gewerkt wordt, is de kans aanwezig dat de informatie ook in het langetermijngeheugen terechtkomt en dus wordt onthouden. De anekdote en de vraagfiguur zetten de luisteraar aan tot nadenken – hij/zij associeert de anekdote met eigen ervaringen of probeert het antwoord op de vraag te bedenken – waardoor er met de nieuwe informatie aan de slag wordt gegaan. Deze retentietechnieken vergroten dan dus de kans dat de talk in het langetermijngeheugen terechtkomt en wordt onthouden.

Elaboratie is dus een coderingsprincipe waarvan in TEDtalks regelmatig gebruik wordt gemaakt en elaboratie lijkt vaker bewerkstelligd te worden aan de hand van anekdotes en vraagfiguren.

7.2 Aanbevelingen

Uit dit onderzoek is gebleken dat de anekdote bij de analyse een enigszins problematische techniek is. Een anekdote moet per definitie kort zijn, zo zeggen diverse wetenschappelijke onderzoeken en adviesboeken. Het is echter moeilijk te definiëren wat ‘kort’ is en dit stuitte dan ook op problemen tijdens het uitvoeren van de analyse. Herijking van de techniek is nodig en het is daarom aan te bevelen om verder onderzoek te doen naar de vraag waaraan een anekdote nu precies te herkennen is en wanneer er dus sprake is van een gewoon verhaal en wanneer specifiek van een anekdote. Zo kan

bijvoorbeeld worden vastgesteld dat een anekdote maximaal 5% van de gehele presentatie in beslag mag nemen. Als dit verder is onderzocht, kan ook het codeboek hierop worden aangepast, zodat de analyse gemakkelijker is uit te voeren aan de hand van het codeboek.¹⁸

Buiten het gegeven dat de anekdote soms dus wat moeilijk te coderen was, is gebleken dat deze analysemethode aan de hand van het codeboek een goed werkende methode is. Interessant zou zijn om te onderzoeken of deze methode ook bruikbaar is voor het analyseren van andere corpora, zoals verkiezingsdebatten of colleges van bijvoorbeeld *DWDD University*.

De anekdotes en het gros van de vraagfiguren zullen van tevoren zijn voorbereid, maar opvallend was het grote aantal retorische vragen als *is het niet?*. De vragen vragen eigenlijk om bevestiging bij het publiek en zullen waarschijnlijk niet allemaal bedacht worden bij het voorbereiden van de presentatietekst, het zijn eerder een soort ‘stopwoordjes’. In een eventueel volgend onderzoek zou er een onderscheid gemaakt kunnen worden tussen het bewust en het onbewust stellen van een vraag. Indien mogelijk, kan er bij de spreker nagegaan worden welke vragen er waren voorbereid en welke spontaan waren geïmproviseerd. Dit is interessant, omdat zodoende onderzocht kan worden of bepaalde subtechnieken van de vraagfiguur bewust worden ingezet en andere vaker onbewust.

Enerzijds is er kwantitatief onderzoek gedaan waaruit velerlei tabellen met kwantiteiten kwamen. Bij de eigen analyse en ook bij de analyse van de medeonderzoeker waren er twijfelgevallen, waarbij uiteindelijk de knoop werd doorgehakt. Om een nog grotere interbeoordelaarsbetrouwbaarheid te kunnen creëren, zouden meerdere onderzoekers het corpus moeten analyseren. Als er meer onderzoekers in het spel zijn, dan is er meer zekerheid over de overeenkomstige resultaten.

Uit dit onderzoek zijn diverse conclusies getrokken en is ingeschat wat het effect van de gebruikte technieken zou kunnen zijn, namelijk dat vanwege het genereren van

¹⁸ In paragraaf 6.2 is al het volgende voorstel gedaan met betrekking tot de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid: ‘Een voorstel om dit probleem met de anekdote op te lossen, is enerzijds het verbeteren van de definitie en anderzijds kunnen er bij volgend onderzoek aan de medeonderzoeker fragmenten worden voorgelegd waarbij moet worden gezegd of er wel of geen sprake is van een anekdote. Zodoende kan het probleem met het precieze coderen van de passage zich niet meer voordoen en zal de betrouwbaarheid hoger uitvallen.’

aandacht van de anekdote en de vraagfiguur de informatie uit de TEDtalk wordt verwerkt, ermee wordt gewerkt en de informatie daarom in het langetermijngeheugen terecht kan komen en wordt onthouden. Dit is echter een inschatting die gemaakt is naar aanleiding van de resultaten van het onderzoek. Interessant zou zijn om te onderzoeken of de talk ook daadwerkelijk onthouden werd door het publiek en of de delen van de talk waarin een anekdote of een vraagfiguur voorkwam nog beter onthouden werden. Hiervoor is het aan te bevelen om een enquête af te nemen bij het publiek, bijvoorbeeld direct na de TEDtalk en een tijd later.

Al met al geeft dit onderzoek goede aanleiding tot vervolgonderzoek ter verbetering van de theorie en het analysemodel.

Literatuur

Anderson, C.

2014 'TED isn't a recipe for 'civilisational disaster''. In: *The Guardian*.

Andeweg, B. en J.C. de Jong

2004 *De eerste minuten. Attentum, benevolum en docilem parare in de inleiding van toespraken*. Proefschrift. Den Haag: Sdu Uitgevers.

Andeweg, B. en J.C. de Jong

2005 'De anekdote als stijlmiddel in toespraakinleidingen. Advisering, sprekerspraktijk en effectiviteit van een veelzijdig stijlmiddel'. In: *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, vol. 27, nr. 3, p. 172-197.

Andeweg, B., J.C. de Jong en H. Hoeken

1998 "'May I have your attention?': Exordial techniques in informative oral presentations'. In: *Technical Communication Quarterly*, vol. 7, nr. 3, p. 271-284.

Atkinson, M.

2004 *Lend me your ears. All you need to know about making speeches and presentations*. London: Vermilion.

Atkinson & Shiffrin

1968 'Human memory: a proposed system and its control processes'. In: K.W. Spence (red.), *The Psychology of Learning and Motivation: Advances in Research and Theory*, vol. 2, 89-195. New York: Academic Press.

Baddeley, A., M.W. Eysenck en M.C. Anderson

2009 *Memory*. Hove and New York: Psychology Press.

Besterveld, B.

2012 "Recall, too, the memorable words of astronaut Neil Armstrong..." *Onderzoek naar de kwantiteit, inhoud en onderbouwing van retentieadviezen in*

Engelstalige presentatieadviesboeken uit de periode 1980 – 2009. Masterscriptie
Universiteit Leiden.

Braet, A.

2007 *Retorische kritiek. Overtuigingskracht van Cicero tot Balkenende*. Den Haag:
Sdu Uitgevers.

Bratton, B.

2013 ‘We need to talk about TED’. In: *The Guardian*.

Burger, P. en J. de Jong

2009 *Handboek stijl. Adviezen voor aantrekkelijk schrijven*. Groningen: Noordhoff
Uitgevers.

Craik, F.I.M. en R.S. Lockhart

1972 ‘Levels of processing: A framework for memory research’. In: *Journal of Verbal
Learning and Verbal Behavior*, vol. 11, p. 671-684.

Craik, F.I.M. en E. Tulving

1975 ‘Depth of Processing and the Retention of Words in Episodic Memory’. In:
Journal of Experimental Psychology: General, vol. 104, nr. 4, p. 263-294.

Di Carlo, G.S.

2014 ‘The rol of proximity in online popularizations: The case of TED talks’. In:
Discourse Studies, vol. 16, nr. 5, p. 591-606.

Edens, B.

1979 *Van stamelaar tot redenaar*. Culemborg: Educaboek.

Eijk, I. van

1986 *De spreekhulp*. Amsterdam: Contact.

Eitel, A. en K. Scheiter

2014 'Picture or Text First? Explaining Sequence Effects when Learning with Pictures and Text'. Springer Science + Business Media. New York.

Fisher, R.P. en F.I.M. Craik

1980 'The effects of elaboration on recognition memory'. In: *Memory & Cognition*, vol. 8, nr. 5, p. 400-404.

Foer, J.

2011 *Het geheugenpaleis. De vergeten kunst van het onthouden*. Amsterdam: De Bezige Bij.

Gallo, C.

2014 *Talk like TED. The 9 public speaking secrets of the World's Top Minds*. London: Macmillan.

Gray, P.

2009 *Psychology*. New York: Worth Publishers.

Hoeken, H.

1998 *Het ontwerp van overtuigende teksten. Wat onderzoek leert over de opzet van effectieve reclame en voorlichting*. Bussum: Coutinho.

Hoeken, H. en J. Sinkeldam

2014 'The role of identification and perception of just outcome in evoking emotions in narrative persuasion'. In: *Journal of Communication*, vol. 64, p. 935-955.

Hunt, R.R.

1981 'Relational and Item-Specific Information in Memory'. In: *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, vol. 20, p. 497-514.

Kalra, M.

- 1997 'Mechanisms that facilitate the effectiveness of elaboration strategies'. In:
Journal of Educational Psychology, vol. 89, nr. 4, p. 682-685.

Koetsenruijter, W. en T. van Hout

- 2014 *Methoden voor journalism studies*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.

Loosbroek, S. van

- 2014 *De kunst van het onthouden worden. Onderzoek naar de inzet van retentietechnieken in een corpus van wetenschappelijke onderzoeks-presentaties*.
Bachelorscriptie Universiteit Leiden.

Mayer, R.E.

- 2009 *Multimedia Learning*. Cambridge: Cambridge University Press.

McGuire, W.J.

- 1968 'Personality and attitude change: An information-processing theory'. In: A.G.
Greenwald, T.C. Brock & T.M. Ostrom. *Psychological foundations of attitudes*.
New York: Academic Press, p. 171-196.

Miller, G.A.

- 1994 'The magical number seven, plus or minus two. Some limits on our capacity for
processing information'. In: *Psychological Review*, vol. 101, nr. 2, p. 343-352.

Miller, M.D.

- 2011 'What college teachers should know about memory: A perspective from
cognitive psychology'. In: *College Teaching*, vol. 59, nr. 3, p. 117-122.

Petterson, R.

- 2001 'Attention, An information design perspective'. In: *Document Design*, p. 114-
130.

Rhetorica ad Herennium – Rhetorica ad Herennium met Eng. vert. ed. H. Caplan.
Cambridge, Massachusetts/London England: Harvard University Press, 1954.
Loeb Classical Library.

Robbins, M.

2012 'The trouble with TED talks'. In: *New Statesman*.

Slot, P.

1995 *Vroeg ik jou wat? Retorische vragen in alledaags taalgebruik*. Uitgeverij
Contact: Amsterdam/Antwerpen.

Spek, E. van der

1995 *De eerste klap. Twintig beproefde oefeningen*. Alphen aan den Rijn:
Samson/NIVE. Dossier bij *Vraagbak Speech en Presentatie van A-Z*.

Styles, E.A.

1997 *The psychology of attention*. Hove, East Sussex: Psychology Press.

Tulving, E.

2002 'Episodic memory: From mind to brain.' In: *Annual Review of Psychology*, vol.
53, p. 1-25.

Tulving, E. en D.M. Thomson

1973 'Encoding Specificity and Retrieval Processes in Episodic Memory'. In:
Psychological Review, vol. 80, nr. 5, p. 352-373.

Viera, A.J. en J.M. Garrett

2005 'Understanding interobserver agreement: the kappa statistic'. In: *Family
Medicine*, vol. 37, nr. 5, p. 360-3.

Winsen, C.V. van

2014 *Remember my name! Een corpusanalyse naar het voorkomen van retentietechnieken in de algemene politieke beschouwingen van vier partijen in 2010 t/m 2013*. Bachelorscriptie Universiteit Leiden.

Zimbardo, P.G., A.L. Weber en R.L Johnson

2005 *Psychologie. Een inleiding*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.