

Etkili Bir Konuşmanın Anahtarı Hikâye Anlatıcılığı Mı? En Çok İzlenen TED Konuşmaları Üzerine Bir Analiz

Selvinaz YOLTAY¹ Ayşen TEMEL EĞİNLİ²

Başvuru Tarihi/Submitted: 25.09 2024, Kabul Tarihi/Accepted: 15.04.2025

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Öz

İnsan, duygu ve düşüncelerini diğer insanlar ile paylaşmayı isteyen sosyal bir varlıktır. Hikâyelerin diğer insanlarla iletişim kurma ve hayatı anlamlı kılma gücü, yüzyıllar öncesinde başlamış olup günümüzde de yaşamın her alanında kendisini göstermeye devam etmektedir. İnsanın anlama ve anlatma ihtiyacı, hikâye anlatıcılığını ortaya çıkarmıştır. Hikâye anlatıcılığı pazarlamadan sosyolojiye, siyasetten sanata pek çok alanda karşımıza çıkmaktadır. Deneyimlerini ve yaşam tecrübelerini paylaşmak isteyen konuşmacılar, sıklıkla hikâye anlatıcılığına başvurarak konuşmalarını daha etkili kılmaya çalışmaktadır. Dijital dünyanın gelişimi ile artık bireyler topluluklara hitap edebilmek için çevrimiçi ortamlardan da yararlanmaktadır. Fakat çevrimiçi dünyada konuşmacı olma fırsatını elde eden her birey toplulukları etkileme gücüne sahip olamamaktadır. Bu çalışma kapsamında etkili bir konuşmanın hikâye anlatıcılığı ile ilişkisi incelenmektedir. Çalışmanın örnekleme amaçlı örneklem ile şimdiye kadar en çok izlenen 40 adet TED konuşması arasından belirlenen 10 adet TED konuşmasıdır. Seçilen örnekleme konuşmalarda sözlü, sözsüz ve yazılı veriler nitel ve nicel içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda bir konuşmayı başarılı kılan faktörün hikâye anlatıcılığı olduğu, bunun yanı sıra tüm konuşmacıların çerçeve öykü, flash-back, arka plan, anlatı kancası, hikâye içinde hikâye yöntemlerini ağırlıklı olarak kullandıkları görülmüştür. Ayrıca sözsüz iletişim açısından tüm konuşmacıların göz teması ve jestleri etkili kullandıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hikâye Anlatıcılığı, TED Konuşmaları, İçerik Analizi, Dijital Hikâye Anlatıcılığı.

1 Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Tezli Yüksek Lisans Programı, selvinaz-yoltay@hotmail.com, ORCID: 0009-0003-1494-3851

2 Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, aysen.temel.eginli@ege.edu.tr, ORCID:0000-0003-4830-4524

Is Storytelling The Key To An Effective Speech? An Analysis On Most Watched TED Talks

Abstract

Human beings are social beings who want to share their feelings and thoughts with other people. The power of stories to communicate with other people and make life meaningful began centuries ago and continues to show itself in every aspect of life today. The human need to understand and explain has given rise to storytelling. Storytelling appears in many fields, from marketing to sociology, from politics to art. Speakers who want to share their experiences and life experiences often try to make their speeches more effective by resorting to storytelling. With the development of the digital world, individuals now use online environments to address communities. However, not every individual who has the opportunity to become a speaker in the online world has the power to influence communities. Within the scope of this study, the relationship between an effective speech and storytelling is examined. The sample of the study is 10 TED talks selected from among the 40 most watched TED talks to date using purposive sampling. Verbal, non-verbal and written data in the conversations in the selected sample were analyzed by qualitative and quantitative content analysis method. In line with the data obtained, it was seen that the factor that makes a speech successful is storytelling, and all speakers predominantly used frame story, flashback, background, narrative hook, and story-within-a-story methods. In addition, it was determined that all speakers used eye contact and gestures effectively in terms of non-verbal communication.

Keywords: *Storytelling, TED Talks, Content Analysis, Digital Storytelling.*

JEL Kodu: Miscellaneous Categories, Other Special Topics.

Giriş

Tarih boyunca insanlığın en önemli ihtiyacı anlatmak olmuştur (Tonga, 2008, s.371). Bu nedenle insanların hikâye anlatma ihtiyacı insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır (Abrahamson, 1998; Bayer ve Hettinger, 2019; Gouvea vd.,2019; Schinske, vd.2016). Bu anlamda hikâyeler, bireyin iletişim kurmasına, öğrenmesine, sorunlardan kaçmasına ve rahatlamasına olanak sunan önemli yapı taşlarından biri olmuştur (Allen ve Krebs, 2007, s. 47). Bir diğer ifade ile hikâyeler, insanların birbirlerine doğal ve eğlenceli bir şekilde bilgiyi paylaşma ve kültürü aktarmanın en eski ve etkili bir yolu olarak kabul edilmektedir (Gershon ve Page, 2001).

Hikâye anlatımı, yazının icadından günümüze kadar yeni ve daha gelişmiş yolları ile devam etmektedir. Zamanla bir gelenek haline gelen hikaye anlatma ve dinleme, teknolojinin gelişimi ile dijital bir şekle dönüşerek yeni bir anlam kazanmıştır (Kışla, 2015; Sunal vd.,2022). Geleneksel hikâye anlatıcılığından dijital hikâye anlatıcılığına geçilmiş olsa da kişiler hikâyelerle kendilerini ifade etme, deneyimlerini istedikleri gibi paylaşabilme (Lambert, 2018 akt: Bal ve Onay, 2018), kendilerini ve hayatlarını anlatarak kontrol etme olanağını (Giddens,1991) elde etmektedir. Bu anlamda hikâyeler gelecek nesillerin de yaşantılarını nasıl sürdürecekleri konusunda yol gösterici bir nitelik taşımaya devam etmektedir (Şimşek, 2018). Aynı zamanda hikâye anlatıcılığı bilginin aktarılması yoluyla öğrenmenin gerçekleşmesinde (Andrews ve Hull, 2009) en güçlü araç olarak varlığını sürdürmektedir (Denning, 2004). Bu çalışmada etkili bir konuşmanın hikâye anlatıcılığı ile ilişkisi sorgulanmakta, şimdiye kadar en çok izlenen on adet TED konuşması nitel ve nicel içerik analizi yöntemi incelenerek sözlü ve sözsüz kelimelerin kullanımı, sözlü ifadelerin içeriği, sözsüz unsurlar, hikâye anlatıcılığı süreci ve yöntemi açısından betimlenmektedir. Bu betimleme ile etkili bir konuşmanın sözel ve sözsüz unsurlarının neler olması gerektiği ortaya konulabileceği gibi, aynı zamanda hikâye anlatıcılığının ne şekilde ve nasıl kullanılırsa dinleyici ile bağ kuracak bir iletişim yapısı oluşturulabileceğine ilişkin bir bakış açısı sunacağı düşünülmektedir.

Literatür Taraması

Geçmişten günümüze hikâyeler dünyaya anlam kazandırmak, insanlar arasında bağ kurmak ve toplumları organize etmek için önemli bir yer tutmaktadır (Baker ve Boyle, 2009, s. 80; Their, 2017, s. 7). İki veya daha fazla kişinin geçmişi veya beklenen deneyimleri yorumladığı sözlü veya yazılı performans şeklinde ifade edilen hikâyeler, yüzyıllardır bir iletişim biçimi olarak kullanılmaktadır (Boje, 1995, s.100). Bununla birlikte hikâye anlatıcılığı, nesiller arasında problem çözme ve kültüre ilişkin aktarım yapabilecek iletişim yapısının oluşturulmasını sağlayarak kültürün var oluş koşullarından biri olmuştur (Crawford, 2012).

Hikâye, bir olayın sözlü veya yazılı olarak anlatılması; gerçek veya tasarlanmış olayları anlatan düz yazı türü olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2024). Oxford Dictionary (2024)'e göre hikâye, söz konusu bir durumla ya da gerçeklerle ilgili bir açıklama; dinleyici veya okuyucu için kurgulanmış hayali veya gerçek olayların anlatısıdır. Bir başka tanımla hikâye, yaşanmış ya da yaşanacak deneyimi yorumlayan iki ya da daha fazla kişiyi içeren sözlü ya da yazılı performanstır (Boje, 1991, s. 111). Hikâyeler, bir anlatıcının bir dinleyici ya da dinleyici grubuna aktardığı; olay, zaman ve mekân unsurlarını içeren olaylar dizisi olup (Glebas, 2012, s. 41) hayata, dünyaya ve geçmişe dair algıları ve diğerleri ile ilişkileri şekillendirmeye yarayan köklü bir gelenektir (Their, 2017, s. 7).

Gerçek ya da kurgusal bir olay/olayların sözlü ifadesi olan hikâyeler, ilk çağlarda mağara duvarlarına çizilen resimler ve şekiller aracılığıyla bir aktarım olarak başlamıştır (Hurlburt ve Voas, 2011; Rossiter, 2002; Simmons, 2007). İspanya, Fransa ve Avustralya'da Yontma Taş Devri'nden birçok mağara resmi bulunmuş ve bu mağara resimlerinin dönemin avcılık, doğa, gündelik yaşam gibi olaylarını hikâyeleştirerek anlattıkları anlaşılmıştır (Aytemur, 2012, s. 6). Tarihsel sürece bakıldığında ise Orta Çağ döneminde Hindistan'da ortaya çıkan "Binbir Gece Masalları" hikâye anlatımı geleneğinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Yazıcı, 2017). Bir anlamda insanın hikayeler aracılığı ile bilgiyi aktarma ve tehlikelere karşı uyarmanın yanı sıra, olaylar arasında bağ kurmayı sağlamak istediği görülmektedir (Lugmayr vd., 2017, s. 157).

Bir bireyin kendini ve çevresini anlaması, yaşadığı deneyimleri ve tecrübeleri başkalarına aktarması ve gündelik yaşamda karşılaşılan sorunları daha iyi ifade edebilmesi, bir toplumun üyesi olarak kim olduğunu anlamlandırması için hikâyelere ihtiyaç duyulmaktadır (Escalas, 2004; Fog, 2010, s. 18). Çocukluk döneminde başlayan hikâyeler, ebeveynlerin öğüt vermesini sağladığı gibi, aynı zamanda eğitim vermesine de yardımcı olmaktadır (Storr, 2020, s. 210). Hikâyeleştirme bilginin anlamlı bir şekilde zihinde depolanması için gerekli yapının oluşmasını sağlamakta (Akbayır, 2016), böylece hikâyeler aracılığı ile edinilen tecrübeler yol gösterici nitelikte olup nesilden nesile aktarılabilir (McColl ve Legorburu, 2016, s. 45).

Hikâye, hikâye ve anlatım olmak üzere iki kavramı içermektedir (Liu ve Wu, 2011, s. 60). Hikâyeler sadece bilginin değil, aynı zamanda olayın yer aldığı bağlam ve duygunun da birlikte aktarılabilmesini sağlar (Devaney ve Johnson, 2017). Bir diğer ifade ile hikâyenin temel amacı, anlatıcı ve dinleyici arasında bir bakış açısı, ahlaki bir ilke ya da didaktik bir aracın paylaşılmasını sağlamaktır (Mathews ve Wacker, 2009, s. 55). Bireylerin bağ kurma aracı olarak gösterilen hikâyeler, genelde bireylere doğruyu ve yanlış göstermeye yardımcı olmaktadır (McColl ve Legorburu, 2014, s. 31). Bu noktada hikâyeler bireylerin bilgisine değer vermek, paylaşmak ve hedeflere ulaşabilmek için güçlü bir metafor ve çerçeve sağlamaktadır (Ohler, 2013, s. 7).

Hafızanın dinamikleri, seçimler ve hikâyenin yapılanması bakımından hikâyeler kurgusal unsur içerir (Kreiwirth, 2005, s. 87). Bu bakımdan hikâyeler kurgusal ve kurgusal olmayan hikâyeler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Jahn, 2021). Bu sınıflandırmaya ek olarak Simons (2015) hikâyeleri altı başlıkta incelemektedir. Tablo 1’de sunulduğu üzere hikâyeler “Ben Kimim? Hikâyeleri, Neden Buradayım? Hikâyeleri, öğretici hikâyeler, vizyon hikâyeleri, değer hikâyeleri ve Ne Düşündüğünü Biliyorum hikâyeleri” olarak sınıflandırılmaktadır.

Tablo 1

Hikâye Türleri

Hikâye Türleri	
Ben kimim? Hikâyeleri	Bireyin kendisini tanıtmak için kullandığı hikâye türüdür.
Nereden buradayım? Hikâyeleri	Bireyin bulunduğu ortamda var olma amacını açıklamak için kullandığı hikâyelerdir.
Öğretici Hikâyeler	Bir hatanın nasıl düzeltildiği gibi deneyimlerden kazanılan öğretilerin aktarıldığı hikâye türüdür.
Vizyon Hikâyeleri	Gelecekteki hedeflerin ve bu hedeflere nasıl ulaşılacağına anlatıldığı hikâyelerdir.
Değer Hikâyeleri	Bireylerin değerlerini ve değerlere paralel davranışları açıklamak için kullanılan hikâye türüdür.
Ne düşündüğünü biliyorum Hikâyeleri	Görüşlerin ve karşıt görüşlerin ele alındığı hikâyelerdir.

Kaynak: Simons, 2015.

Hikâyeler yapılanması açısından yukarıda Tablo 1 ‘de sınıflandırılabilceği gibi aynı zamanda hikâyeler anlatım biçimleri açısından doğrusal anlatım, doğrusal olmayan anlatım, bakış açısı anlatımı, betimleyici anlatım olarak da ele alınabilmektedir (Gershon ve Page, 2001):

- **Doğrusal Anlatım:** Hikâyedeki olaylar kronolojik bir sıra ile aktarılmakta, her sahneyi bir sonraki mantıksal sahne takip etmektedir. Olaylar arasındaki geçişler bölüm olarak (iki yıl geçmesi vb.) değişir. Doğrusal hikâyeler, uzak bir yere seyahat etmeyi ya da bir hedefe ulaşmak için engelleri aşmayı anlatan arayış anlatıları; gerçek ya da kurgusal bir olayın bir dizi öyküsünü doğrusal bir zaman çizgisi içinde aktaran tarihsel anlatı olarak iki şekilde ele alınabilir.
- **Doğrusal olmayan anlatım:** Doğrusal olmayan bir anlatıda olaylar kronolojik olmayan bir sıra ile sunulmaktadır. Bu anlatılarda birinci şahıs anlatımı, belgelerle, kitaptaki dipnotlarla bir anlatı görülmektedir.
- **Bakış açısı anlatımı:** Hikâye, anlatıcısının hikâyedeki olaylara ilişkin bakış açısına odaklanmaktadır. Genellikle bu tür hikâyeler olay örgüsünden daha çok karakteri temel almaktadır. Bu tür bir anlatım, bakış açısı ve kişisel gelişim temalı kişisel hikâyeler ve için etkili bir seçimdir.
- **Betimleyici anlatım:** Betimleyici bir anlatıda odak noktası, hikâyenin ortamının, karakterlerin ve nesnelerin nasıl görüldüğü ve hissettirdiğidir. Buradaki amaç, hikâyenin dünyasına tamamen dalmaktır. Bu hikâyelerde canlı görüntüler varmış gibi benzetmelerin yapılması ve kişiselleştirmenin yapıldığı görülmektedir.

Bir hikâye, anlatılan (gerçek ya da kurgusal olay ya da durumlar), anlatma (anlatma faaliyeti) ve bunu anlatan kişi (anlatıcı) olmak üzere üç öğeyi kapsamaktadır (Prince, 1982). Bu durumda her hikâye bir anlatıcıya ihtiyaç duymaktadır (Prince, 2012, s. 16). Hikâye anlatıcısı, ağızdan ağıza deneyimin aktarılmasını sağla-

yan (Benjamin, 2001: 78) anlatıcı rolünü üstlenen kişidir (Benjamin, 1995). Kişisel deneyimlerin aktarıldığı hikâyelerde kahraman ve anlatıcı aynı kişi olmaktadır (Boje, 2001, s. 5). Benjamin (2002, s. 146), hikâye anlatıcısının anlattıklarını hem kendi yaşantısından hem de kendisine anlatılanların etkisi ile derleyerek aktardığını, bu anlamda her anlatılanın her dinleyici tarafından yeniden deneyimlenerek üretildiğini ifade etmektedir. Bu anlamda hikâye anlatıcısı, yaşanmış, yaşanılacak ya da yaşanabilir olayları ya da durumları bazen hoş vakit geçirmek bazen de gerçek dünyaya dair bir iletişim aracı olarak kullanan kişidir (Sütçü, 2013, s. 81)

Her hikâye anlatıcısının asıl görevi ise dinleyici ile doğru iletişim kurarak dinleyici kitlesini kazanmak ve hikâyesinin dinlenmesini sağlamaktır (Mathews ve Wacker, 2009, s. 39-56). Bu noktada hikâyeler gücünü anlatıcının hem hayattan dikkatli gözlemlerle hem de deneyimlerle elde ettiklerinin çok ötesine geçmekten almaktadır (Çokluk ve Ökmen, 2020; Çokluk ve Ökmen, 2021). Bu nedenle her hikâye aslında anlatıcısının kendisi için de hep yeni şeyler keşfedeceği yeni bir yolculuk olarak ele alındığında, hikâye anlatıcısı da bir-cik olma özelliğine sahip olmaktadır (Parrish, 2006). Hikâye anlatıcısı, hikâyede geçen olaya tesadüfi olarak tanık olan *gözlemci anlatıcı*, hikâyenin ufak bölümünde yer almasına rağmen tüm hikâyeye hâkim *tanrısal anlatıcı* ve hikâyenin tamamında yer alarak hikâyeye hâkim olan *kahraman anlatıcı* olarak sınıflandırılabilir (Abrahams, 1999, s. 234). İyi anlatılan bir hikâye, dinleyici ve izleyici tarafından kolayca özümsenebilecek bir formatta, nispeten daha az kelime ile çok büyük miktarlarda bilginin aktarılmasını sağlar (Gershon ve Page, 2001). Bu anlamda hikâye eğlence, deneyim ve duygu olarak dinleyiciyi harekete geçirmekte (Denning, 2004) bunun yanı sıra şimdiki zaman ve gelecek arasında bilgi aktarımı ile köprü kurmaktadır (Barzaq, 2009, s. 6-7). Bu bağlamda hikâye anlatıcısı iyi anlatılmış bir hikâyede başlangıç, orta ve son, bir kahraman, bir olay örgüsü ve bir dönüm noktasını aktarmalıdır (Denning, 2006).

Hikâye anlatıcılığı (Storytelling), fikirlerin, inançların, kişisel deneyimlerin ve hayat derslerinin hikâyeler ya da anlatılar yoluyla güçlü duygular ve sezgiler uyandıracak şekilde canlı ve inandırıcı şekilde aktarılmasıdır (Serrat, 2008). Bir diğer ifade ile fotoğraf, kelimeler ve ses aracılığıyla gerçek ya da hayal ürünü olayların aktarımı hikaye anlatıcılığı olarak ifade edilmektedir (Akgün vd., 2015). Hikaye anlatıcılığı ile en karışık ve çözülmesi imkansız görülen olaylar ve deneyimler anlaşılır hale gelmekte (Turgut ve Kışla, 2015), etki yaratma ve sosyalleşme sağlanmaktadır (Lund vd., 2018). Bununla birlikte, mantıksal olaylar dizisi etrafında yapılandırılmış, kişilikleri ve duygusal nitelikleri olan insan veya hayvan karakterlerini kullanan, ses, jest ve yüz ifadeleriyle sunulan sözlü iletişim biçimi olan hikaye anlatıcılığı (Greene vd., 2015, s. 112) toplumsal öze dayanan deneyimler üreten kolektif bir yaratım sürecidir (Pera, 2017).

Bir bireyin hikâyeyi anlaması ve okuması gibi davranışlarının açıklanabilmesi için üç temel gereklilik bulunmaktadır. Woodside vd., (2008) bu gereklilikleri şu şekilde açıklamaktadır. İlk olarak hikâye anlatmak, anlatıcı için eğlenceli bir eyleme dönüşmektedir. Hikaye anlatıcısı olayların keyif yaratan ya da kızgınlık uyandıran yönlerini tekrar tekrar anlatarak nostaljik bir gezintiye çıkma fırsatı yakalamaktadır. İkinci olarak, bireylere bilinçaltında bulunan ideallik koşullarını yakalamaları için fırsat sunmaktadır. Bilinçaltında yer alan ideal kişi, sevgili, yaratıcı ve kahraman gibi arketip formlarına girebilme imkanı sunmaktadır. Son olarak hikaye anlatımı bireye kendisi ve başkaları ile ilgili olayları anlamlandırmasında yardım ederken bu süreci yeniden düzenlemeyi sağlamaktadır.

Geleneksel hikâye anlatıcılığı günümüzde hem görseller, fotoğraflar, videolar vb. hem de kullanıcıların deneyimleri, geribildirimler vb. ile gelişmekte ve değişmekte, dijital hikâye anlatıcılığına dönüşmektedir (Escalas, 2004). Dijital hikâye anlatıcılığı ise, derin bir yansıma ve analiz yoluyla verilerin işlenmesine, yorumlanmasına ve yeniden yorumlanmasına olanak sağlamaktadır (Davey ve Benjaminsen, 2021). Dijital imkânların gelişimi ile hedef kitleye ulaşmak için hikâye anlatıcılığına olanak sağlayan Youtube videoları, Instagram postları gibi platformlar hikâyelerin yeni yapılanmasına olanak tanımaktadır (Bull ve Kajder, 2004). Geleneksel ve dijital hikaye anlatımı arasındaki en önemli fark, dijital hikaye anlatımında bireyin sadece dinleyici konumunda olmaması aynı zamanda hikâyeyi şekillendiren bir etkileşimde bulunabilmesidir (Sunal vd., 2022). Bununla birlikte dijital teknolojiler ile hikâye anlatımı, canlı görüntüler ile karakter tanımlamasını teşvik ederek derin düşünmeyi ve öğrenmeyi kolaylaştırmakta ve arşivleme yapabilmeyi sağlamaktadır (Wilson, 2022). Aynı zamanda dijital hikâye anlatıcılığında görüntüler dijital ses ve müzik ile örülerek yaratıcılığın artmasına katkıda bulunmakta (Rule, 2008: 1-2), bu anlamda da her yaştan ve deneyimden insanı başkalarının hikâyelerini dinlemeye teşvik etmektedir (Porter, 2007:3). Aşağıda Tablo 2'de geleneksel hikâye anlatıcılığı ve dijital hikâye anlatıcılığının özellikleri karşılaştırmalı olarak verilmektedir.

Tablo 2

Geleneksel ve Dijital Hikâye Anlatıcılığı Karşılaştırması

Geleneksel Hikaye Anlatıcılığı	Dijital Hikaye Anlatıcılığı
Duyusaldır	Görseldir
Ezbere dayalıdır	Yaratıcılık ön plandadır
Anlatıcı sayısı sınırlıdır	Anlatıcı sayısı çoktur
Dinleyen sayısı sınırlıdır	Sınırsız dinleyen vardır
Belirli mekânlarda geçer	Mekân sınırlaması yoktur
Teknik bilgiye gerek yoktur	Teknik bilgi gerekir
Anında etkileşim alınır	Hikâye anlatılıp yayımlandıktan sonra etkileşim olabilir.

Kaynak: Türkoğlu, 2014, akt., Ökmen, 2021, s.11.

Hikâye anlatıcılığının geleneksel dönemden moderne geçerken yok olduğu ya da dönüştüğüne dair iki farklı görüş bulunmaktadır. Frankfurt Okulu üyelerinden Walter Benjamin hikâye anlatıcılığının günümüzde yok olduğunu, bir hükmü olmadığını savunmakta, asıl hikâye anlatıcılığının ağızdan ağıza aktarılan deneyim olduğunu ve bunun da ortadan kalktığına dikkat çekmektedir (Benjamin, 2001: 78). Benjamin'in "hayatın pratik meseleleri ile ilgilenme" olarak tanımladığı deneyimin kaybolması asıl hikâye anlatıcılığının da kaybolması anlamını taşımaktadır (Benjamin, 2008: 80). Diğer yandan John B. Thompson ise deneyimin medya aracılığı ile dolayımlandığını, medyanın deneyimi yok etmek yerine yeni bir deneyim formu yarattığını ifade etmektedir (Thompson, 2008: 342). Fulford (2014:132) kitle kültüründe hikâyelerin hala var olduğunu dile getirerek Thompson'ın görüşünü desteklemektedir. Bu noktada hikâye anlatıcılığının günümüzde geleneksel hikâye anlatıcılığından dijital anlatıcılığa evrilmesi, hikâye anlatıcılığının ortadan kalktığını ya da önemsizleştiğini göstermemektedir. Nasıl ki insanlık tarihi boyunca hikâye anlatıcılığı sözlü anlatım aracılığı ile sürdürülürken, yazının bulunmasıyla birlikte yazı yolu ile aktarılmaya başlandığında kaybolmadığı gibi, değişik ve farklı şekillerde varlığını sürdürmeye devam ettiği ifade edilebilir (Ong, 2004: 106 – 115).

Metodoloji

Araştırmanın amacı, bir konuşmanın etkili olmasında hikâye anlatıcılığının bir etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. Literatürde hikâye anlatıcılığı ile ilgili yayınlar olmasına rağmen, hikâye anlatıcılığının bir konuşmanın etkili olmasında ne şekilde ve nasıl bir etkisi olduğunu açıklayan yayın sayısı çok azdır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın araştırma sorusu "Bir konuşmanın etkili olmasında hikâye anlatıcılığı ne şekilde ve nasıl etkili olmaktadır?" şeklinde ifade edilebilir. Bu kapsamda araştırma sorusu doğrultusunda yanıt aranan alt araştırma soruları şu şekilde ifade edilebilir:

- 1.Etkili bir konuşmada yazılı kelimeler (powerpoint vb.) ve sözlü kelimeler ne şekilde ve nasıl kullanılmaktadır?
- 2.Etkili bir konuşmada sözlü ifadelerin içeriği ne şekilde ve nasıl kullanılmaktadır?
- 3.Etkili bir konuşmada sözsüz iletişim unsurları ne şekilde ve nasıl kullanılmaktadır?
4. Etkili bir konuşmada hikâye anlatıcılığı süreci ve tekniği ne şekilde ve nasıl kullanılmaktadır?

TED açılımı "Technology, Entertainment, Design (Teknoloji, Eğlence, Tasarım)" şeklinde olan kısa ve güçlü (18 dakika veya daha az) konuşmalar ile fikirleri yaymaya adanmış kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. TED, 1984 yılında Teknoloji, Eğlence ve Tasarımın bir araya geldiği bir konferans olarak başlamış, bugün ise içeriği bilim, iş, sanat, teknoloji ve küresel sorunları içeren bir kapsamda genişlemiştir. Konuşmalar belirli bir temaya dayanmakta, müzik, performans ve komedi gibi unsurları içermektedir (<https://www.ted.com/about/conferences>).

Araştırmanın örnekleme amaçlı örneklem yöntemlerinden biri olan ölçüt (kriter) örneklem ile en çok izlenen TED konuşmaları içerisinde belirlenen 10 adet konuşmadan oluşmaktadır. Amaçlı örneklem, araştırmanın amacı doğrultusunda, daha zengin verilere ulaşabilmek ve araştırmanın inanılabilirliğini arttırmak amacı ile en çok katkı yapacağı düşünülen küçük bir alt grubun seçilmesi ile oluşturulmaktadır (Baltacı, 2018). Ölçüt (kriter) örneklem, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan araştırmacı tarafından ya da daha önceden hazırlanmış ölçütler listesi kullanılarak örneklemin belirlenmesine dayanmaktadır (Marshall ve Rossman, 2014).

Tablo 3

Bugüne Kadar En Çok İzlenen TED Konuşmaları

Konuşmacı	Youtube İzlenme Sayısı	Youtube Beğeni Sayısı
Ken ROBINSON	22.966.627	278.000
Jill Bolte TAYLOR	8.484.398	101.000
Pranav MISTRY	5.406.017	49.000
David GALLO	2.005.850	14.000
Tony ROBBINSON	-	-
Simon SINEK	18.579.004	268.000
Brene BROWN	20.706.006	357.000
Steve JOBS	-	-
Dan PINK	11.187.152	98.000
Elizabeth GILBERT	4.988.905	73.000
Arthur BENJAMIN	1.783.655	12.000
Marry ROACH	21.834.715	218.000
Dan GILBERT	2.146.762	11.000
Keith BARRY	10.694.767	97.000
Stephen HAWKING	6.967.900	40.000
Shown ACHOR	4.053.617	53.000
Thomas SUAREZ	11.529.644	224.000
Jason FRIED	1.111.833	10.000
Larry SMITH	102.041	2.500
Neil PASRICHA	320.673	3.800
Charlie TODD	546.904	7.600
Luis von AHN	312.140	5.800
Dan MEYER	367.741	3.700
Dan BUETTNER	675.607	5.100
Erez Lieberman AIDEN	236.607	3.700

Örneklem olarak seçilen TED konuşmaları, Ocak 2024'te TED konferansı web sayfasında çevrimiçi olarak bulunan en çok izlenen TED konuşmaları İngilizce "The 20 most-watched TED Talks to date - The 20 most-watched TED talks so far" anahtar kelimesi ile tarama yapıldığında elde edilen 40 TED konuşmasından oluşmaktadır. Örneklem olarak belirlenen 40 konuşma, her iki kritere göre oluşturulan listede tekrar eden/aynı isimdeki konuşmalar çıkarılmış, bu durumda örneklem 37 konuşma olarak belirlenmiştir. Bu noktada analizin yapılacağı dil dikkate alınarak "Türkçe alt yazılı" ve "beğeni sayısı 50.000 ve üzeri" kriterlerine göre değerlendirme yapılmıştır. Tony Robbins ve Steve Jobs'un TED'in Youtube sayfasında herhangi bir verisinin bulunmaması nedeniyle örnekleme dâhil edilmemiştir. Tüm kritere dayalı değerlendirmeler sonucunda araştırmanın örnekleme 10 TED konuşması olarak belirlenmiştir. Çalışmada örnekleme ilişkin tüm veriler <https://www.ted.com> adresinden elde edilmiştir. TED web sitesindeki içerikler creative commons lisanslı materyal olarak dağıtılmaktadır. Örnekleme ilişkin izlenme ve beğeni oranları, her bir konuşmanın <https://www.youtube.com> adresi aracılığı ile ulaşılan video verileri temel alınarak belirlenmiştir.

Tablo 4

Örneklemin Özellikleri

Konuşmacı	Konu	Tarih	Youtube İzlenme Sayısı	Youtube Beğenme Sayısı	Çevrilen Dil Sayısı	Konusu
Simon SINEK	"Mükemmel Liderler Bir Harekete Nasıl İlham Verirler?"	4 Mayıs 2010	18.579.004	268.000	49	İş
Brene BROWN	"Kırılğanlığın Gücü"	3 Ocak 2011	20.706.006	357.000	52	Kişisel Gelişim
Ken ROBINSON	"Okullar Yaratıcılığı Öldürüyor"	7 Ocak 2007	22.966.627	278.000	65	Eğitim
Dan PINK	"Şaşırtıcı Motivasyon Bilimi Üzerine"	26 Ağustos 2009	11.187.152	98.000	44	Kişisel Gelişim
Shawn ACHOR	"Daha İyi Çalışmanın Mutlu Sırrı"	1 Şubat 2012	4.053.617	53.000	50	Kişisel Gelişim
Elizabeth GILBERT	"Deha Üzerine"	9 Şubat 2009	4.988.905	73.000	52	Psikoloji
Mary ROACH	"Orgazm Hakkında Bilmediğiniz 10 Şey"	20 Mayıs 2009	21.834.715	218.000	40	Psikoloji
Keith BARRY	"Beyin Büyüsü"	21 Temmuz 2008	10.694.767	97.000	29	Psikoloji
Thomas SUAREZ	"12 Yaşındaki Bilgisayar Programcısı"	24 Ekim 2012	11.529.644	224.000	45	Kişisel Gelişim
Jill Bolte TAYLOR	"Taylor'a İnen Müthiş İlgörü Darbesi"	13 Mart 2008	8.484.410	101.000	49	Kişisel Gelişim

Amaçlı örneklem ile belirlenen 10 adet TED konuşmasının 2007-2012 yılları arasında yapıldığı ve konuşmaların genel olarak 50'ye yakın ve daha fazla dile çevrildiği görülmektedir. Bununla birlikte konuşmaların beğeni sayısının da 50 bin üzerinde olduğu, izlenme sayılarının ise 4 ile 22 milyon arasında değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. Konularına göre bakıldığında konuşmaların genel olarak kişisel gelişim ve psikoloji üzerine olduğu, bununla birlikte iş ve eğitim hakkında da konuşmaların yer aldığı görülmektedir.

Araştırmanın yöntemi, nicel ve nitel içerik analiz yöntemidir. İçerik analizi, "iletişimin yazılı/açık içeriğinin objektif, sistematik ve sayısal tanımlamalarını yapan bir araştırma tekniğidir" (Berelson, 1952). Nicel içerik analizi, iletilerin içeriğinde yer alan göstergelerin açık ve belirgin anlatımlarından yola çıkarak, içeriğe ilişkin değişkenler ile ilgili tanımlayıcı veriler elde etmek için kullanılır (George, 2003). Nicel içerik analizinin temel amacı, kelimelerin ya da kavramların tekrar etme sıklığını tespit etmek olduğu için, bu amaçla iletişim içeriğinin her biriminin bir kategori temelinde atanması ve her kategori için çetele tutulması yoluyla yüksek olan iletişim birimlerinin atandıkları kategoriyle kuvvetli bağlantısını ortaya koymaktır (Rouke ve Anderson, 2004). Nitel içerik analizi, büyük ölçekteki verileri sistematik bir biçimde eleleyip gruplandırmayı ve analiz etmeyi sağlamaktadır (Mayring, 2000). Nitel içerik analizi, olayların ya da bağlamların dilini kullanarak, olayları bağlamı içerisinde incelemekte, konuyu duruma egemen olan ilişkiler açısından çıkararak kendi doğal ortamında yorumlamaya ve buna ilişkin anlamları ortaya çıkarmaya odaklanmaktadır (Neuman, 2012, s. 224).

Verilerin analizi, ölçüte (kritere) dayalı amaçlı örneklem ile belirlenen 10 adet TED konuşmacısının videoları izlenerek konuşmalarındaki sözlü, yazılı ve sözsüz iletişim verileri ayrı ayrı kategorilere ayrılarak kodlanmış, tablolaştırılmış ve frekans analizleri yapılmıştır. Verilerin kategorilere ayrılmasında Begtimur (2023) çalışmasında yer alan kategorilerden yararlanılmış, bu kategorilere araştırmacılar tarafından yeni kategoriler eklenmiştir.

Araştırmanın güvenilirliği için verilerin toplanması, analizi ve yorumlanmasında birden fazla araştırmacının yer alması ilkesine dayanan araştırmacı üçgenleme yöntemi (Denzin, 1978) kullanılmıştır. Bu süreçte veriler öncelikle manuel olarak araştırmacılar tarafından ayrı ayrı kodlanmış, ayrıca bağımsız bir araştırmacı tarafından kategorilerin kodlanması sağlanmış ve kategori ve kodlar için karşılaştırmalar yapılarak tablolar oluşturulmuştur. Verilerin son halinin verilmesinde Maxqda programı kullanılmıştır.

Araştırmanın güvenilirliği açısından nicel içerik analiz yöntemi tercih edilmiştir. Nicel içerik analizinde açık kodlama yapılarak bir kelime ya da kavramın kaç kez kullanıldığı var/yok şeklinde kodlandığı için güvenilirliği oldukça yüksektir (Neuman, 2017). Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği için nitel içerik analizi yöntemi uygulanmış olup, elde edilen veriler nasıl sorusunun yanıtlanmasını sağlamış, bununla birlikte konuşmacıların konuşmalarından bölümlerle desteklenerek inanılabilirliği artırılmıştır.

Araştırmanın örnekleminin, en çok izlenen TED konuşmaları arasından “Türkçe alt yazılı ve beğeni sayısı 50.000 ve üzeri” kriterlerine göre belirlenen 10 adet konuşmadan oluşması, İngilizce olarak yayınlanan konuşmaların ele alınmaması bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Ayrıca araştırmada sözsüz unsurların sadece göz teması, jestler, beden duruşu ve yüz ifadeleri olarak incelenmesi, diğer sözsüz unsurların (ses tonu, vurgulama vb.) tespit edilememesi de bir sınırlılık olarak ifade edilebilir.

Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Bulgular ve Tartışma

Yazılı ve Sözlü Kelimeler

Seçilen örnekleimde yer alan konuşmacıların konuşmalarında yer alan yazılı kelime ve sözlü kelimelerin her biri analiz edilmiştir. Bu doğrultuda her konuşmanın süresi, toplam sözlü kelime ve toplam yazılı kelimeler kategorize edilerek yüzdeleri çıkartılmıştır.

Tablo 5

Yazılı ve Sözlü Kelimeler

Konuşmacı	Konuşma Süresi (dakika)	Konuşmada Kullanılan Powerpoint Sayısı (sayfa)	Konuşmada Kullanılan Yazılı Kelime Sayısı (adet)	Konuşmada Kullanılan Sözlü Kelime Sayısı (adet)	Yazılı Kelimelerin Sözlü Kelimelere Göre Yüzdesi (%)
Simon SINEK	18.00	2	3	2421	%0.1
Brene BROWN	20.10	16	48	2260	%2.1
Ken ROBINSON	19.17	0	0	2647	0
Dan PINK	18.26	13	98	2279	%4.3
Shawn ACHOR	12.10	8	57	1936	%2.9
Elizabeth GILBERT	19.07	0	0	2264	0
Mary ROACH	17.11	14	66	1631	%4.0
Keith BARRY	19.49	1	0	2279	0
Thomas SUAREZ	4.40	2	4	446	%0.8
Jill Bolte TAYLOR	20.11	8	22	1943	%1.1

Yukarıda yer alan yazılı ve sözlü kelimelerin Tablo 5’te belirtildiği üzere konuşma süreleri ortalama 16 dakika (16.54), ortalama olarak 16 dakikalık bir konuşma süresince kullanılan slayt sayısı yaklaşık 6 sayfa ve her slaytta yaklaşık 4 yazılı kelime bulunmaktadır. Tüm konuşmacıların kullandıkları sözlü kelime sayısına bakıldığında ortalama 2010 kelime kullanılmıştır. Konuşmacıların slaytlarda kullandıkları toplam yazılı kelime sayısı sözlü kelime sayısının yaklaşık %1’i (%1.33) kadardır. Ken Robinson ve Elizabeth Gilbert’in ise konuşmasında Powerpoint kullanmadığı sadece sözlü anlatıma odaklandığı dikkati çekmektedir. Keith Barry ise diğer konuşmacılardan farklı olarak, sözlü anlatımını desteklemek amacıyla sunumunda gerçekleştirdiği bir deneyin videosuna yer vermiştir.

Sözlü İfadelerin İçeriği

Seçilen konuşmacıların konuşmalarda yer alan sözlü ifadelerinin her biri analiz birimi olarak belirlenmiştir. Her konuşmacının kullandığı toplam sözlü kelime sayısı çıkartılmış, bu kelimeler içeriğine göre bilimsel alıntı,

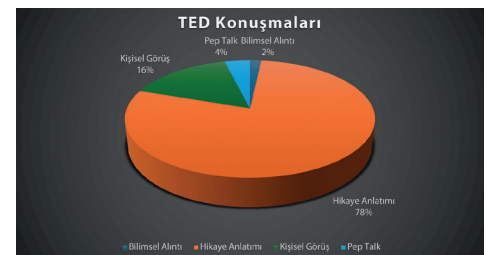
hikâye anlatımı, kişisel görüş ve pep talk (moral verici/canlandırıcı konuşma) olarak kategorize edilmiştir. Kategoriler aşağıda yer alan tabloda belirtilmiş konuşmaları etkin kılan öge tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 6

Sözlü İfadelerin İçeriği

Konuşmacı	Toplam Sözlü Kelime Sayısı	Bilimsel Alıntı Kelime Sayısı	Yüzde (%)	Hikâye Anlatımı Kelime Sayısı	Yüzde (%)	Kişisel Görüş Kelime Sayısı	Yüzde (%)	Pep Talk Kelime Sayısı	Yüzde (%)
Simon SİNEK	2421	108	%4.6	2137	%87.7	66	%2.7	109	%4.6
Brene BROWN	2260	0	0	2054	%90.8	160	%6.7	43	%2
Ken ROBINSON	2647	60	%2.2	1699	%63.4	604	%27.3	198	%7.6
Dan PİNK	2279	33	%1.6	1310	%56.9	877	%38.3	56	%2.8
Shawn ACHOR	1936	48	%2.2	1614	%83.5	229	%11.6	30	%1.8
Elizabeth GILBERT	2264	16	%0.6	1719	%78.2	310	%17.1	86	%3.6
Mary ROACH	1631	127	%7.7	1072	%65.7	119	%7.2	0	0
Keith BARRY	2279	24	%1.0	2077	%91.1	62	%2.7	0	0
Thomas SUAREZ	446	0	0	360	%80.7	60	%13.4	26	%5.8
Jill Bolte TAYLOR	1943	221	%11.3	1386	%71.3	68	%3.4	232	%11.9

Tablo 6'da yer alan verilere göre toplam 10 konuşmada 20.106 sözlü kelime kullanılmıştır. Tüm konuşmalarda kullanılan 20.106 kelimenin 637'si %3.1 oranla bilimsel alıntı, 15.428'i %76.7 oranla hikâye anlatımı, 2.555 kelimenin %12.7'si kişisel görüş ve 780 kelime de %3.8 oranla pep talk için kullanılmıştır. Toplanan veriler incelendiğinde ortalama her konuşma için 2010 kelime kullanılırken, 63 kelime bilimsel alıntı için, 1542 kelime hikâye anlatımına, 255 kelime kişisel görüş için ve 78 kelime de pep talk için kullanılmıştır. Bu noktada konuşmasında 2279 kelime kullanan Keith Barry'nin 2077 kelimeyi (konuşmanın %91.1'ini) hikâye anlatımı için kullandığı görülmekte ve bu da örneklem içerisinde hikâye anlatımını en çok kullanan konuşmacı olduğunu göstermektedir. Keith Barry, hikâye anlatıcılığını en yoğun şekilde kullanan konuşmacılardan biri olmanın yanı sıra, konuşmasını izleyicilerle etkileşimli illüzyonlar gerçekleştirerek aktarmaktadır. Bu yaklaşım, onun diğer konuşmacılardan farklı olarak ön plana çıkmasını sağlayan önemli bir unsur olarak ifade edilebilir. Ayrıca, Brene Brown'un konuşmasının %90,8'ini (2054 kelime) hikâye anlatımına ayırdığı görülmektedir. Bu durum, 357.000 beğeni ve 20.706.006 izlenme oranı ile değerlendirildiğinde, Brown'un konuşmasının etkili olmasının temelinde hikâye anlatıcılığının bulunduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte tüm konuşmacıların hikâye anlatıcılığına yüksek oranda yer verdikleri, Keith Barry ve Brene Brown'dan sonra Simon Sinek %87.7, Shwan Achor %83.5, Thomas Suarez %80.7 oranında konuşmalarında hikâye anlatıcılığını kullandıkları görülmektedir.



Şekil 1. Sözlü İfadelerin Yüzdelik Dağılımları

Tablo 6 ve Şekil 1 verileri incelendiğinde gerçekleşen konuşmaların içeriğinin %78'i hikâye anlatımından oluşmaktadır. Kalan bölümlerden %12'si kişisel görüşler, %3.8'i pep talk ve %3'ü bilimsel alıntılardan oluşmaktadır. Örneklem olarak belirlenen 10 konuşmadan ikisinde hiç bilimsel alıntıdan faydalanılmadığı, pep talk için konuşmaların genelinde yaklaşık %4'lük yer ayrıldığına, kişisel görüşlere ise %12 yer verildiği görülmektedir. Ortalama 16 dakika olarak belirlenen konuşma süresinde %50'den fazla oranda hikâye anlatıcılığı gerçekleştiği görülmektedir. Konuşmalarda anlatılan hikâyelerin belirli bölümleri bilinmeyen hikâyelerden ve konuşmacının yaşam tecrübelerinden oluşurken kalan bölümünün konuşmacının kendi yaşamına dair hikâyeleri olduğu belirlenmiştir.

Hikâye Anlatıcılığı Türleri ve Anlatım Biçimi

Konuşmasının % 91.1'ini hikâye anlatıcılığı kullananarak aktaran Keith Barry kendi yaşam hikâyesinden yola çıkarak başladığı konuşmasını, yine kendisinin içinde yer aldığı gerçek bir olayı hikâyeleştirerek anlatarak devam etmektedir. Beyin büyüğü adlı konuşmasında beynin çalışmasına ilişkin ilginç gerçekleri açıklamak için konuşmasının başlangıcından itibaren “Neden buradayım ve öğretici hikâye” türü ile “doğrusal ve bakış açısı anlatım biçimini” kullanmaktadır. Aşağıda konuşmasından bir bölüm yer almaktadır:

“...Şimdi hatırlıyorum ben 15 yaşlarındayken baskı harfleri algılayabilen 75 yaşındaki Rus bir kadının detaylı hikâyesini anlayan bir Life dergisi sayısı okumuştum. Burada hala bunu yapmayı deneyen insanlar var. Baskı harfleri hatta renkleri sadece dokunarak algılayabiliyordu. Ve tamaen kördü...”

Konuşmasında %90.8 oranında hikâye anlatıcılığına başvuran Brene Brown da kendi yaşam hikâyesini anlatmakta, bu noktada “Ben kimim hikâyesi ve bakış açısı anlatım biçimini” kullandığı görülmektedir. Aşağıda konuşmasından bir bölüm yer almaktadır.

“Şöyle başlayayım: birkaç yıl önce bir organizatör beni aradı çünkü bir konuşma yapacaktım. Aradı ve şöyle dedi:

“Broşürde seni nasıl tanıtacağım konusunda zorluk yaşıyorum.”

Ben de “Niye, zorluk nedir?” diye düşündüm.

Dedi ki, “Seni konuşurken dinledim ve seni bir araştırmacı olarak tanıtacağım, sanırım, ama öyle dersem de kimse gelmez diye korkuyorum çünkü sıkıcı ve gereksiz olduğunu düşünecekler.”

Simon Sinek 18 dakikalık konuşmasında %87 oranında hikâye anlatıcılığına başvururken “öğretici hikâye ve doğrusal olmayan anlatım biçimini” kullandığı görülmektedir. Buna ilişkin ifadelerinden bir bölümü aşağıda verilmektedir.

“ ‘Wright’ kardeşlerin her zaman nasıl dışarı çıktıklarının hikâyesi anlatılır, beş set parçalarını almaları gerekiyordu, çünkü o miktar, akşam yemeğine oturmadan önce ne kadar kaza yaptıklarının miktarı. Ve, nihâyetinde, 17 Aralık 1903’te, ‘Wright’ kardeşler uçtular, ve orada bunu gözlemleyecek kimse yoktu. Birkaç gün sonra neler olduğunu öğrendik. Langley’nin yanlış motivasyona sahip olmasının bir başka kanıtı da ‘Wright’ kardeşlerin uçtuğu gün, o da işinden ayrıldı.”

Dan Pink’in konuşması incelendiğinde Pink’in konuşmasının %56.9’unu hikâye anlatımına ayırdığını, hikâyenin kendi yaşamını içermesi nedeni ile “Ben kimim hikâye türünü ve doğrusal olmayan bir anlatım biçimini” kullandığı görülmektedir. Aşağıda hikâye anlatımına ilişki bir bölüm yer almaktadır:

“Size bir şey itiraf etmeliyim. Yaklaşık 20 sene önce pişman olduğum bir şey yaptım, pek de gurur duyduğum bir şey, bazı bakımlardan kimsenin öğrenmesini istemediğim bir şey, ama şimdi burada bunu açıklamaya kendimi mecbur hissediyorum. 1980lerin sonunda, aklım bir karış havada iken hukuk fakültesine gittim. Şimdi, ABD’de hukuk profesyonel bir derecedir. Önce üniversite derecenizi alır sonra da hukuk fakültesine gidirsiniz. Ve ben hukuk fakültesine gittiğimde, pek de başarılı değildim. Nazikçe söylemek gerekirse, pek başarılı olmadım. Daha açık konuşmak gerekirse, mezun olduğum not aralığı benim üzerimdeki %90’lık aralığı mümkün kılmıştı. Teşekkürler. Hayatım boyunca pratik olarak hukuk mesleğini hiç icra etmedim. Buna izin verilmemişti zaten.”

Hikâye anlatıcılığının yanı sıra konuşmacıların %3 oranında bilimsel alıntılardan yararlandığı görülmektedir. Jill Bolte Taylor konuşmasında %11.3 oranında bilimsel alıntıya en çok yer veren konuşmacılardan biridir. Konuşmasından bilimsel alıntı yaptığı bölüme ilişkin bir alıntı aşağıda yer almaktadır:

“...Ve iki yarıkürenin birbirleriyle haberleşmesi “corpus collosum” dediğimiz 300 milyon kadar akson lifinden oluşan bir ara bağlantı üzerinden olur. Ama onun dışında iki yarıküre birbirinden bütünüyle ayırdır.”

Yapılan araştırma çerçevesinde konuşmaların yaklaşık %4'lük bölümünün pep talktan oluştuğu, özellikle konuşmacıların konuşmalarını sonlandırırken pep talktan yararlandığı görülmektedir. Brene Brown sunumunu pep talk konuşması ile sonlandırmıştır:

“Ve sonuncusu, sanıyorum muhtemelen en önemlisi yeterli olduğumuza inanmak. Çünkü inanıyorum ki ‘Yeterliyim’ dediğimiz bir noktada çalıştığımızda, o zaman çığlık atmayı bırakıp dinlemeye başlayabiliriz, etrafımızdaki insanlara karşı daha nazik ve anlayışlı oluruz ve kendimize daha nazik ve anlayışlı oluruz.”

Konuşmacıların gerçekleştirdikleri sunum esnasında kişisel görüşlerine de yer verdiği görülmektedir. Shawn Achor'un konuşmasından bir kesit alındığında kendi görüşlerini paylaştığı bu bölüm göze çarpmaktadır:

“Bu grafiğin benim için önemli olmasının nedeni şu, haberleri açtığımda görüyorum ki bilginin büyük kısmı pozitif değil, aslında negatif. Çoğu cinayet, yıkım, hastalıklar ve doğal afetler hakkında. Ve çok hızlı bir şekilde beynim bunun dünyada negatifin pozitive olan doğruluk oranı olduğunu düşünüyor.”

Seçilen örneklem bağlamında konuşmasında kişisel görüşlerine en çok yer veren isim %38.3'lük oran ile Dan Pink olarak belirlenmiştir. Dan Pink konuşmasında kişisel görüşlerine yer vererek ve teşvik edici bir şekilde konuşmasını sonlandırmaktadır. Buna ilişkin sözlü ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

“Ve şimdi en güzel bölüm geliyor, yani bunu zaten biliyoruz. Yani eğer iş dünyasının yaptığı ile bilim dünyasının bildiği arasındaki bu uyumsuzluğu düzeltirsek eğer motivasyonumuzu ve motivasyonla ilgili kavramlarımızı 21. yüzyıla taşırsak, bu tembel havuç ve sopa ideolojisinden uzaklaşırsak işlerimizi güçlendirebilir, pek çok mum problemini çözebilir, belki belki belki de dünyayı değiştirebiliriz.”

Konuşmada kişisel görüşlere yer verilmesi konusunda Ken Robinson'un %27.3 oranı ile ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Aşağıda konuşmasındaki eğitime dair kişisel görüşlerine yer vermiştir:

“Eğitime büyük bir ilğim var ve hepimizin olduğunu düşünüyorum. Gerçekten eğitime karşı büyük haklı bir ilgimiz var ve kısmen bunun sebebi, eğitimin bizleri o hakkında hiç bir fikrimizin olmadığı geleceğe taşıyacak olan yegane araç olması.”

Simon Sinek, ilham verici liderlik üzerine yaptığı konuşmalarında Apple'ın ve Wright Kardeşler'in hikâyelerini örnek olarak sunarak dinleyicilerine onların duygularını ve düşüncelerini aktarmaktadır. Sinek, bu anlatımı sırasında yalnızca tarihsel bir bilgi paylaşmakla kalmayıp, aynı zamanda söz konusu bireylerin motivasyonlarını ve bakış açılarını da dinleyicilerine hissettirmeye çalışmaktadır. Bu nedenle tanrısal anlatıcı (Abrahams, 1999) kategorisinde değerlendirilmektedir. Ayrıca, kendi keşif sürecinden bahsederken, bu keşfin dünyasını nasıl dönüştürdüğünü vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, Woodside (2008)'in anlatının yeniden anlamlandırma işlevine yaptığı atıfla örtüşmektedir.

Brené Brown insan doğasını anlama ve bireyin kendini keşfetme sürecine odaklandığı konuşmasında, kendi yaşamından örnekler sunarak bir kahraman anlatıcı rolü üstlenmektedir.

Konuşması boyunca, algısını dönüştüren ve şekillendiren olaylardan bahsetmekte, bu sayede anlatıyı yeniden anlamlandırmaktadır. Ayrıca, dinleyicilerin ideal bireyler olmalarına katkı sağlayabilecek öneriler sunarak konuşmasını desteklemektedir.

Ken Robinson, eğitim üzerine gözlemlerini dinleyicilerle paylaşmakta ve bu bağlamda altı yaşındaki bir kız çocuğuna dair duyduğu bir hikâyeyi aktarmaktadır. Konuşması, gözlemci anlatıcı (Abrahams, 1999) perspektifinde değerlendirilebilir. Robinson, hem kendi kişisel deneyimlerine hem de bildiği hikâyelere yer vererek anlatılarını eğlenceli bir eyleme dönüştürmekte ve böylece dinleyicilerini nostaljik ancak düşündürücü bir yolculuğa çıkarmaktadır.

Dan Pink ödülleri motivasyon üzerindeki etkisini ele aldığı konuşmasında, Amerikan Bankası deneyine benzer araştırmalara değinmektedir. Gözlemci anlatıcı (Abrahams, 1999) olarak sınıflandırılan Pink, anlatımında kişisel hikâyelerine yer vermekte ve geçmişte yaşanan olayları dinleyicilere eğlenceli birer eylem olarak sunmaktadır.

Shawn Achor, konuşmasına kardeşiyle yaşadığı bir anıyı anlatarak başlamaktadır. Konuşmasında sıklıkla geçmiş deneyimlerine yer veren Achor, bu anlatımlarda kahraman anlatıcı rolünü (Abrahams, 1999) üstlenmektedir. Aktardığı hikâyeleri yalnızca bilgi vermek amacıyla değil, aynı zamanda eğlenceli ve dinleyiciyi de sürece dahil eden bir üslupla sunması dikkat çekmektedir.

Elizabeth Gilbert, konuşmasında Antik Yunan ve Antik Roma'dan örneklerle düşüncelerini desteklese de anlatımında kahraman anlatıcı (Abrahams, 1999) yönü baskın bir şekilde öne çıkmaktadır. Bir yazar olarak, toplumun sanatçılar ve deha kavramlarına yönelik tutumlarını sorgulamakta ve dönüştürmeye yönelik bir söylem geliştirmektedir. Anlattığı hikâyeler aracılığıyla dinleyicilerin konuyu yeniden anlamlandırmalarına ve yapılandırmalarına olanak tanımaktadır.

Mary Roach, cinsel tatmin üzerine gerçekleştirdiği konuşmasında hem kendi araştırmalarına hem de daha önce yapılmış çalışmalara yer vermektedir. Bu nedenle, anlatısında hem gözlemci hem de kahraman anlatıcı konumunda bulunmaktadır. Konuya ilişkin bilgi ve araştırmalarını aktarırken mizahi bir üslup kullanması, Woodside (2008)'in hikâyeyi eğlenceli bir eyleme dönüştürme teorisini desteklemektedir.

Keith Barry ise sahnede gerçekleştirdiği illüzyonlar ve konuşması aracılığıyla zihnin ne kadar kolaylıkla aldatılabileceğini gözler önüne sermektedir. Konuşmasında, seyircilerle birlikte gerçekleştirdiği deneylere sıkça başvurmakta ve zihnin nasıl yönlendirilebileceğine dair farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Bu yönüyle konuşması, Woodside (2008)'in anlamlandırma ve düzenleme işlevleri kapsamında değerlendirilmektedir. Anlattığı hikâyeler ve sahnede gerçekleştirdiği illüzyonların merkezinde yer alması nedeniyle, kahraman anlatıcı kategorisinde ele alınmaktadır.

Thomas Suarez, küçük yaşına rağmen elde ettiği başarıların ardındaki süreci dinleyicileriyle paylaşmaktadır. Kendi yaşam öyküsünü merkeze alan konuşmasında, kahraman anlatıcı (Abrahams, 1999) rolünü üstlenmektedir. Şimdiye kadar kazandığı başarıların yanı sıra, gelecekte olmak istediği kişiye de değinerek hikâyeyi ideallik koşullarına ulaşmak için bir araç olarak kullanmaktadır.

Jill Bolte Taylor ise kardeşinin şizofreni hastası olması nedeniyle beyin araştırmacısı olmaya karar vermiş ve bu alanda çeşitli çalışmalar yürütmüştür. Ancak, 1996 yılında geçirdiği inme sonrası farklı bir iç görü kazandığını ifade etmektedir. Bu deneyim, onun dünyayı ve hayatı farklı bir bakış açısıyla anlamlandırmasına yol açmıştır. Konuşmasında, bireylerin hayatlarındaki seçimlerin kendilerine ait olduğunu vurgulayarak, farkındalık geliştirmeye yönelik bir perspektif sunmaktadır.

Sözsüz İletişim Unsurları

Bireyler bilinçli veya bilinçsiz biçimde beden hareketleri ile birtakım mesajlar vermektedir. Sözel olmayan bu davranışlar sözsüz iletişim unsurları olarak değerlendirilmektedir. Sözsüz iletişim, “kaynak tarafından niyet edilerek/ edilmeksizin bilinçli /bilinçsiz şekilde oluşturulan sosyal olarak anlamların paylaşılmasını sağlayan insan hareketlerine” adı verilmektedir (Burgoon ve Guerrero, 1994; Caputo vd, 1994). Bu noktada kişilerin göz hareketlerinden, beden duruşuna, mimikleri, jestleri, baş hareketleri, ses tonu, söyleyiş biçimi ve vurgulama ile çok sayıda sözsüz mesajın aktarılması mümkündür (Devito, 1995). Yüz yüze kişilerarası iletişimde sözel öğelerin etkisinin % 35 ve daha az olduğu, sözsüz öğelerin etkisinin ise % 65 ve fazlası olduğu ifade edilmektedir (Adler ve Elmhurst, 2023).

Tablo 7

Sözsüz İletişim Unsurları

	Göz teması	Jestler	Beden duruşu	Yüz ifadeleri
Simon SİNEK	Var	Var	Yok	Var
Brene BROWN	Var	Var	Yok	Var
Ken ROBINSON	Var	Var	Yok	Yok
Dan PINK	Var	Var	Yok	Yok (alın)
Shawn ACHOR	Var	Var	Var	Yok (alın)
Elizabeth GILBERT	Var	Var	Yok	Yok (alın)
Marry ROACH	Var	Var	Yok	Var
Keith BARRY	Var	Var	Yok	Var
Thomas SUAREZ	Var	Var	Var	Var
Jill Bolte TAYLOR	Var	Var	Yok	Var
TOPLAM	%100	%100	%20	%60

Seçilen örneklem çerçevesinde yer alan 10 TED konuşmacısı incelenmiş ve yukarıda yer alan tablo 7'de sözsüz iletişim unsurlarını kullanma durumları belirtilmiştir. Örneklemde yer alan tüm konuşmacıların göz teması kurduğu ve konuşmasını jestlerle desteklediği görülmektedir. İncelenen bir diğer sözsüz iletişim unsuru olarak beden duruşuna ilişkin veriler konuşmacılarda %20 oranında görülmüş, 10 TED konuşmacısından yalnız 2 konuşmacının bir duruş sergilediği belirlenmiştir. Fotoğraf 1'de yer alan görsellerdeki konuşmacılardan Shawn Achor ve Thomas Suarez, beden duruşlarını konuşmalarının büyük bir bölümü boyunca aynı şekilde korumalarıyla diğer konuşmacılardan ayrılmaktadır. Shawn Achor, konuşmasını elleri kenetli bir şekilde sürdürürken, Thomas Suarez ise elindeki sunum araçlarını kullanarak sabit bir konumda kalmayı tercih etmiştir. Örneklemde yer alan 10 konuşmacıdan Simon Sinek, Brene Brown, Marry Roach, Keith Barry, Thomas Suarez ve Jill Bolte Taylor olmak üzere 6'sının yüz ifadelerinde belirgin değişimler olduğu görülmektedir. Dan Pink, Shawn Achor ve Elizabeth Gilbert'ta ise yalnız alın hareketleri olduğu Ken Robinson'da herhangi bir yüz ifadesi değişikliği olmadığı görülmektedir.



Fotoğraf 1. Shawn Achor ve Thomas Suarez'in Beden Duruşu



Fotoğraf 2. Simon Sinek Yüz İfadesi Değişimi



Fotoğraf 3. Brene Brown Yüz İfadesi Değişimi



Fotoğraf 4. Marry Roach Yüz İfadesi Değişimi



Fotoğraf 5. Keith Barry Yüz İfadesi Değişimi



Fotoğraf 6. Jill Bolte Taylor Yüz İfadesi Değişimi

Genel bir değerlendirme yapıldığında konuşmacıların %60 oranında yüz ifadelerini kullandığını söylemek mümkündür. Ekman'a (1971) göre iletişim sürecinde çok hızlı ve kısa bir sürede ortaya çıkan ve yüz ifadelerine yansıyan yedi temel duygu bulunmaktadır. Bu duygular öfke, mutluluk, üzüntü, şaşkınlık, tikslenme, korku ve aşağılama olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda seçilen örneklem incelendiğinde Simon Sinek konuşmasında yer verdiği hikâyeleri anlatırken genel olarak kaşlarının çatılması ve öfke ifadesinin belirmesine karşıt yaptığı şakalar ile mutluluk duygusunu dinleyicilerine geçirmektedir (Fotoğraf 2). Diğer yandan mutlu bir ifade ile başlayan Brene Brown'un konuşmasının orta bölümlerinde anlattığı konuya ilişkin duyduğu üzüntü göze çarpmaktadır (Fotoğraf 3). Marry Roach, Keith Barry ve Jill Bolte Taylor'un konuşmalarında, dinleyicilerle aktif bir etkileşim kurdukları ve duygularını yüz ifadeleri aracılığıyla belirgin bir şekilde yansıttıkları gözlemlenmektedir. (Fotoğraf 4-5-6). Bu durum, onların anlatım tarzlarını daha etkileyici ve dinleyiciyle daha güçlü bir bağ kurmaya yönelik hale getirmektedir. Buna karşın, diğer konuşmacılarla kıyaslandığında daha sınırlı yüz ifadesi değişimi sergileyen Thomas Suarez'ın konuşmasında, saniyelik mikro ifadelerin olduğu tespit edilmiştir (Fotoğraf 7).

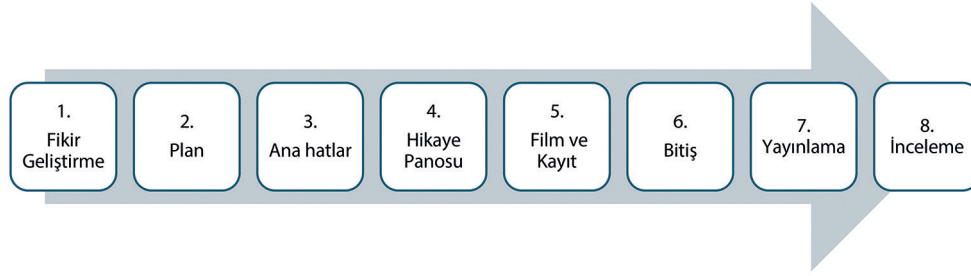
Seçilen örneklemde yer alan diğer konuşmacılarda belirgin yüz ifadesi değişimi gözlenmemesi nedeniyle içerisinde bulundukları duygu durumları net biçimde belirlenememiş, o nedenle duygu durumuna ilişkin bir yorum yapılamamıştır.



Fotoğraf 7. Thomas Suarez Yüz İfadesi Değişimi

Hikâye Anlatıcılığı Süreci ve Tekniği

Dinleyicilerin dikkatini çekebilmek ve kusursuz bir hikâye aktarabilmek için hikâye anlatıcılığının bir süreci bulunmaktadır. Şekil 2’de yer verildiği üzere 8 adımdan oluşan bu süreç bireyleri hikâyelerle etkileşime geçirebilmek adına önem taşımaktadır (Shamsa,2024). Fikir geliştirme basamağı ile başlayan süreçte gerekli sunum planları oluşturulduktan sonra hikâyenin ana hatları belirlenmelidir. Hikâyenin ana hatlarının belirlenerek bir hikâye panosu oluşturulması hikâye anlatıcısının hikâyeyi baştan sona görmesine, olası sorunlara çözüm üretmesine olanak tanır. Film ve kayıt aşamasında anlatıcı hikâyesine görsel ve işitsel eklemeler yapabilmektedir. Oluşturulan hikâye dinleyici kitlesine sunulur ve tamamlanmış olur. Sunum aşamasından sonra hikâyenin dijital mecralarda yayımlanması ve geri dönütlerin alınması ile hikâye anlatıcılığı süreci tamamlanmaktadır (Shamsa, 2024).



Şekil 2. Hikâye Anlatıcılığı Süreci

Tablo 8’de seçilen örneklemin hikâye anlatıcılığı süreci içerisinde hangi basamakları gerçekleştirdiği gösterilmektedir. Örnekleme yer alan konuşmacıların tümünün fikir geliştirme, plan ve ana hatlar olarak ifade edilen üç basamağı kullandığı, bununla birlikte beşinci basamak olan film ve kayıt ve yedinci basamak olan yayınlama aşamalarının da diğer konuşmacılar tarafından kullanıldığı belirlenmiştir.

Tablo 8.

Hikâye Anlatıcılığı Süreci ve Tekniği

	Hikâye anlatıcılığı süreci	Hikâye anlatıcılığı tekniği
Simon SİNEK	1,2,3,5,7	Çerçeve öykü
Brene BROWN	1,2,3,5,7	Flashback
Ken ROBINSON	1,2,3,7	Önceden haber verme
Dan PİNK	1,2,3,5,7	Hikâye içinde hikâye
Shawn ACHOR	1,2,3,5,7	Anlatıcı kancası/ Arka Plan
Elizabeth GİLBERT	1,2,3,7	Hikâye ortasından başlayan hikaye
Mary ROACH	1,2,3,5,7	Çerçeve öykü
Keith BARRY	1,2,3,5,7	Anlatı kancası
Thomas SUAREZ	1,2,3,5,7	Önceden haber verme
Jill Bolte TAYLOR	1,2,3,5,7	Arka plan

Hikâye anlatıcılığı sürecinde anlatıcının yararlanabileceği pek çok anlatım tekniği bulunmaktadır. Seçilen örneklem hikâye anlatıcılığı teknikleri bakımından analiz edilmiş, Tablo 8’de konuşmacıların kullandıkları tekniklere yer verilmiştir. Çerçeve öykü tekniği, bir dizi kısa öyküyü organize eden bir ana öykü üzerinden hikâyenin aktarılması olarak tanımlanmaktadır. Zamanda geriye gitme olarak tanımlanan Flashback tekniği ile anlatıcı zaman dizilerini değiştirerek dinleyiciyi geçmiş zamana götürmektedir. Henüz gerçekleşmemiş ancak gerçekleşeceği düşünülen olayların veya durumların ima yoluyla aktarılması önceden haber verme tekniği olarak ifade edilmektedir. Arka plan tekniğinde anlatıcı mevcut duruma anlam katan geçmiş olaylar-

dan faydalanmaktadır. Çerçeve öykü ile benzerlik gösteren hikâye içinde hikâye tekniğinde başka bir hikaye içinde anlatılan hikaye söz konusudur. Dinleyicilerin dikkatini çekmeye yönelik kullanılan anlatıcı kancası tekniğinde ilginç hikâye açılışları gerçekleştirilmektedir. Son olarak hikâye ortasından başlayan hikâye tekniği ise anlatılan hikâyenin bir dizi olay ortasında başlamasını tanımlamaktadır (Eduqas,2024).

Changa ve Huang (2015) ise bir konuşmanın etkili olmasında konu tanıtımı, konuşmacı sunumu, konu geliştirme, sonuç mesajları, teşekkür/minnet olmak üzere beş aşamasının olduğunu belirlemişlerdir. Bu noktada Li ve Li (2021) konu tanıtımı aşamasında konuyu dinleyicilere tanıtmayı sağlarken arka plan bilgisi vermenin gerekli olduğu bunun da konu ile ilgili hikâyelerin aktarımını içerdiğini ifade etmektedir. Bu araştırmada da arka plan hikâye bilgisi veren hikâye anlatısının Shawn Achor ve Jill Bolte Taylor tarafından kullanıldığı belirlenmiştir.

TED konuşmalarını analiz eden Khajornphaiboon ve Vungthong (2019) dinleyici yönelimi, konunun tanıtımı ve konuşmacının sunumu olmak üzere üç aşama kullanıldığını, özellikle dinleyicilerin dikkatlerini çekmek için giriş bölümünde konuşmacının konuşmaya ilişkin arka plan bilgisine ilişkin hikâye anlatmasının konunun anlaşılmasını ve konuya odaklanmayı sağladığını belirlemiştir. Aynı zamanda konuşmacının geçmiş ile ilgili hikâyelerin anlatımının dinleyici ile bağlantı sağlamanın anahtarı olduğu açıklanmaktadır. Bu noktada gerçekleştirilen araştırmada Flashback tekniğinin Brene Brown tarafından kullanıldığı ve kendisine ilişkin bir hikâye anlatımı gerçekleştirdiği görülmektedir.

Sonuç

Hikâye anlatıcılığı günümüzde etkili konuşma yapan konuşmacıların kullandığı en önemli tekniklerden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Hikâye anlatıcılığı görseller, fotoğraflar, videolar ile desteklenerek kişilerin deneyimlerini aktarmalarında etkililik sağlamaktadır (Escalas, 2004). Dijital hikâye anlatıcılığı ile her yaştaki konuşmacı çok sayıda dinleyiciye ulaşma olanağı bulmakta canlı görüntüler ile daha iyi aktarım ve öğrenme olanağı yaratılabilmektedir (Porter, 2007; Wilson, 2022). Bu anlamda hikâye anlatıcılığı insanların bilgiyi paylaşmada ve kültürü aktarmada en eski yolu olarak (Gershon ve Page, 2001) konuşmacılar tarafından etkili bir konuşmanın unsuru olarak kullanılmaya devam edilmektedir.

Bu çalışmada TED konuşmaları üzerine gerçekleştirilen nicel ve nitel içerik analizi sonucunda tüm konuşmacıların ortalama 16 dakikalık bir konuşma süresinin yaklaşık %50'ye yakın ve daha fazlasında hikâye anlatıcılığını kullandığı belirlenmiştir. Bu da hikâye anlatıcılığının dijital teknolojiler ile dolaylı olarak evrildiğini ve farklı şekillerde varlığını sürdürdüğünü göstermektedir (Fulford, 2014; Ong, 2004; Thompson, 2008). Diğer yandan konuşmasında 2279 kelime kullanan Keith Barry'nin konuşmasının %91.1'ini hikâye anlatımı oluşturduğu ve yüksek beğeni alan konuşmacılardan biri olduğu görülmektedir. Bu durum da hikâye anlatıcılığının etkili bir konuşmadaki önemini göstermek için önemli bir bulgu olarak ifade edilebilir.

Araştırma sonuçlarına göre ilginç bir nokta da konuşmacıların slaytlarda kullandıkları toplam yazılı kelime sayısı sözlü kelime sayısının yaklaşık %2'si kadar olmasıdır. Ken Robinson ve Elizabeth Gilbert'in ise konuşmasında görsel sunum öğeleri (powerpoint) kullanmaması sadece sözlü anlatıma odaklanması da dikkat çekicidir. Bu anlamda konuşmacıların kullandıkları slayt sayısının yaklaşık 6 ve her slaytta 4 yazılı kullandıkları sözlü iletişime daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Konuşmacıların slaytlarda kullandıkları toplam yazılı kelime sayısı sözlü kelime sayısının yaklaşık %1'i (%1.33) kadar olması da dikkat çekici bir veridir. Bu veri, konuşmayı başarılı kılanın yazılı değil, sözlü anlatım olduğunu da desteklemektedir (Begtumur, 2023). Bununla birlikte Riesky ve Hanif (2020) 12 eğitim içerikli TED konuşmasını inceleyerek bir konuşmanın etkili olabilmesi için dinleyicilerin düşünmesini ve hissetmesini sağlayacak teşvik ve dahil edici argümanların kullanıldığını, bunun da %66.6'sının giriş bölümünde yer aldığını belirlemiştir. Aynı zamanda En iyi 5 TED konuşmasını inceleyerek dinleyiciyi etkilemenin odak noktasını araştıran Farid (2019) fikirleri açıkça sunmak için destekleyici unsur olarak argümanlardan yararlanmanın etkililik sağladığını ifade etmektedir.

Ayrıca konuşmacıların sözel ifadelerinin anlaşılabilirliğini sağlamak için göz teması ve jestlerden yararlandıkları görülmektedir. İletişim sürecinde sözsüz öğelerin etkisinin %65 ve fazlası olduğu (Adler ve Elmhurst, 2023) göz önüne alındığında hikâye anlatıcılığının sözlü anlatımın yanı sıra sözsüz unsurlarla desteklenmesi gerektiği ortaya konulmaktadır. Ishaq (2013) tarafından gerçekleştirilen TED konuşmalarında sözlü iletişim becerilerine ilişkin gerçekleştirilen araştırmada retorikte ustalık için hikâye anlatım tekniğinin sözlü iletişim becerisi olarak kullanılması gerektiği ancak bunun sözsüz iletişim unsurları ile desteklenmesi ile mümkün olabileceği belirtilmektedir. Zeng vd. (2019) sunum videolarını inceleyerek duygu tutarlılığının görsel anali-

zini gerçekleştirdiği araştırması sonucunda ses, yüz ve sözler arasında bir duygu tutarlılığı olduğunda geniş kitlelere ulaştığını ifade ederek bu veriyi desteklemektedir.

Gerçekleştirilen çalışmada 15.428’i kelimenin %76.7 oranla hikâye anlatımından oluşması hikâye anlatımının bir sunumun etkili olmasındaki önemine dikkat çekmektedir. Bu noktada Gallo (2016) TED konuşmacılarını incelediği *The Storyteller’s Secret* adlı kitabında Bryan Stevenson’un ayakta alkışlanan sunumun %65’inin hikâye anlatımına dayandığı, hikâyeleri aracılığı ile dinleyici ile bağ kurarak izleyicinin görüşlerine katılmasını sağladığını açıklamaktadır. Örnekleme yer alan Keith Barry, konuşmasındaki 2279 kelimenin 2077’sini %91.1’ini hikâye anlatımı için kullanmıştır. Aynı şekilde Brene Brown konuşmasının %90.8’ini, Shawn Achor %83.5’ini, Thomas Suarez %80.7’sini hikâye anlatımına ayırdığı görülmektedir. Konuşmacıların hikâye anlatıcılığını kullanırken yüz ifadelerindeki değişimler, jestler ve beden duruşları ile konuşmalarının etkili olmasını destekledikleri belirlenmiştir.

Brene Brown, Dan Pink ve Shawn Achor’un konuşmalarının kapanışında dinleyicileri teşvik eden, harekete geçmeye davet eden ve kişisel görüşlerini belirten bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Salem (2019) tarafından gerçekleştirilen TED sözlü sunum becerilerini incelediği araştırmasında konuşmacıların bir sorunu tanıtarak, çözüm önererek ya da harekete geçme çağrısı yaparak sözlü sunuma önem verdikleri verisini desteklemektedir. Aynı zamanda örneklem dâhilinde incelenen tüm konuşmacıların hikâye anlatımını kullanarak dinleyici ile bağ kurduğu, sadece bilgi değil duygu aktarımını da gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Bu durum hikâyelerin insan beyninin hikâyeleri hatırlamak için tasarlandığına inanan, bu anlamda gerçeklerin ve fikirlerin hikâyeler aracılığıyla aktarıldığına dikkat çeken Hale (2019), bağ kurma ve duygu aktarma özelliğini ifade eden Renuka Devi ve Srinivasa (2022); Devaney ve Johnson (2017); Mathews ve Wacker (2009); McColl ve Legorburu (2014)’ü desteklemektedir.

Bununla birlikte konuşmacıların hikâye anlatım süreci incelendiğinde fikir geliştirme, plan, ana hatlar aşamalarının tüm konuşmacılar tarafından kullanıldığı, hikâye panosunun ise hiçbir konuşmacı tarafından tercih edilmediği belirlenmiştir. Bu noktada konuşmanın etkili olmasında konuşmacıların konuşmanın giriş bölümünde kendilerine ve geçmişlerine ilişkin hikâyeler anlatmasının dinleyiciler ile bağ kurduğu ve eğlenme ile yakınlaşma sağladığı görülmüştür. Bu noktada konuşmacının kendisine ilişkin sunumunun (Changa ve Huang, 2015) ve özellikle giriş bölümünde kullanılmasının (Li ve Li, 2021) etkili olacağı görüşleri de desteklenmektedir. Örneklem dâhilindeki konuşmacıların hikâye anlatımını kullanarak konuşmalarını doğal ve istekli bir biçimde gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Bu da Carnegie (2018) “etkili bir konuşmanın en önemli özelliği doğal ve istekli olmasıdır” ifadesini desteklemektedir.

Gelecek çalışmalarda kapsamlı içgörüler elde etmek amacı ile daha büyük örneklem ile çalışılması hikâye anlatıcılığına ilişkin detaylı analiz yapılmasını sağlayabilir. Bununla birlikte gelecek çalışmalarda TED konuşmaları ikna edici sunumlar kriterine dayalı olarak incelenirse ikna edici unsurların belirlenmesi açısından katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Abrahams, R. (1999). Introductory Remarks To A Rhetorical Theory Of Folklore. *Journal Of American Folklore*, 143-158.
- Abrahamson, C. E. (1998). Storytelling As A Pedagogical Tool İn Higher Education. *Education*, 118(3), 440-451.
- Adler, R., Elmhurst, J.M. (2023). *Communication At Work*, New York: McGraw Hill.
- Akbayır, Z. (2016). Bana Bir Hikâye Anlat: Marka İletişiminde Hikayeleştirme ve İnternet. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, (12).
- Akgün, A.E., Keskin, H., Cebecioğlu ,Y., Doğan, D. (2015). Antecedents And Consequences Of Collective Empathy İn Software Development Project Teams. *Information & Management*, 247-259.
- Allen, R., Krebs, N. (2007). Dramatic Psychological Storytelling Using the Expressive Arts and Psychotheatrics. Palgrave Macmillan.
- Andrews, D., & Hull, D. (2009). Storytelling As An İnstructional Method: Descriptions And Research Question. *The Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, (3), 6-23.
- Aytemur, S. (2012). *Hikaye Oksijendir*. İstanbul: Kapital Medya.
- Baker, B. ve Boyle, C. (2009). The Timeless Power Of Storytelling. *Journal Of Sponsorship*, (1), 79-87.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 231-274.
- Barzaq .M.(2009). *Integrating Sequential Thinking Thought Teaching Stories in the Curriculum*, Action Research.
- Bayer S., and A. Hettinger. (2019). Storytelling: A Natural Tool to Weave the Threads of Science and Community Together. *Bull Ecol Soc Am* ,(2), 1542.
- Begtimur, M.E. (2022). Hikayenin Gücü: Ted Sunumları Üzerine Bir İçerik Analizi, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, (41), 230-247.
- Benjamin, W. (2001). *Son Bakışta Aşk*. İstanbul: Metis.
- Benjamin, W. (2002). The Storyteller: Observations on the Works of Nikolai Leskov. Marcus Bullock vd. (Ed), Walter Benjamin Selected Writings, (3),143 – 166.
- Berelson, B. (1952). Content Analysis İn Communication Research, Glencoe, III. The Free Press, 220.
- Boje, D. M. (1991). Consulting And Change İn The Storytelling Organisation. *Journal Of Organizational Change Management*, 4(3), 7-17.
- Boje, D. M. (1995). Stories Of The Storytelling Organization: A Postmodern Analysis Of Disney As “Tamara-Land”. *The Academy Of Managment Journal*, (4), 100.
- Boje, D. M. (2001). Narrative Methods For Organizational & Communication Research. *Narrative Methods for Organizational & Communication Research*, 1-16.
- Bull, G., Kajder, S. (2004). Digital Storytelling in the Language Arts Classroom. *Learning & Leading with Technology*, 32 (4), 47-49.
- Burgoon, J.K,Guerrero, L.K. (1994). *Nonverbal Communication, Human Communication*, Ed. M.L. Knapp, G.R. Miller, California Sage Publications.
- Caputo, J., Hazel, H.C., McMahan, C. (1994). *Interpersonal Communication Competency Through Critical Thinking*. USA: Ally and Bacon.
- Carnegie, D. (2018). *The art of public speaking, The original tool for improving public oration*, USA: First Clydesdale Press Edition.
- Changa, Y., Huang, H. (2015). Exploring TED Talks as a Pedagogical Resource for Oral Presentations: A Corpus-Based Move Analysis, *English Teaching & Learning* ,39 (4) (Special Issue 2015), 29-62.
- Crawford, C. (2012). *Chris Crawford On Interactive Storytelling*. New Riders.
- Çokluk, N. Ökmen, Y.E. (2020). Sözlü Kültürden Dijital Hikaye Anlatımı: Youtuberler Üzerine Kültürel Bir Çözümleme. *Selçuk İletişim Dergisi*, (3), 1114-1148.
- Çokluk, N. Ökmen, Y.E. (2021). Ben de Artık Bir Hikaye Anlatıcısıyım: Hikaye Anlatımında Dijital Olanaklar Açısından Youtuber “Fly With Haifa” Üzerine Bir İnceleme. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (7), 190-215.
- Davey, N. G., & Benjaminsen, G. (2021). Telling Tales: Digital Storytelling As A Tool For Qualitative Data İnterpretation And Communication. *International Journal Of Qualitative Methods*, 20.
- Denning, S. (2004). The Power Of Storytelling. *Knowledge Management*, 7(4), Retrieved May 29,2005 from the Ebsco Host.
- Denning, S. (2006). Effective Storytelling: Strategic Business Narrative Techniques. *Strategy & Leadership*, (1), 42-48.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical İntroduction To Sociological Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Devaney, K., Johnson, J. (2017). Storytelling As A Key Enabler For Systems Engineering. *27th Annual INCOSE International Symposium*, 1-14.

- Devito, J. (1995). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Collins College Publishers.
- Escalas, J.E. (2004). Narrative Processing: Building Consumer Connections to Brands, *Journal Of Consumer Psychology*, 14(1&2), 168-180.
- Farid, M. (2019). The Effectiveness Of Using TED Talks Video in Improving Students Public Speaking Skills in Senior High School, *Journal of Applied Linguistics and Literacy*, 3 (1), 61-74.
- Fog, K., Budtz, C., Munch, B. Ve Blachette, S. (2010). *Storytelling: Branding İn Practice*. Springer-Verlagberlin Heidelberg.
- Fulford, R. (2014). *Anlatının Gücü Kitle Kültürü Çağında Hikayecilik*. (E. Kardelen, Trans.) İstanbul: Kolektif Kitap.
- Gallo, C. (2016). *The storyteller's secret: From TED speakers to business legends, why some ideas catch on and others don't*. New York: St. Martin's Press.
- George, A. L. (2003). "İçerik Çözümlemesinde Nicel ve Nitel Yaklaşımlar", *İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi*. (Der. ve Çev.: Murat S. Çebi), Alternatif Yayınları, Ankara,11.
- Glebas, F. (2012). *Directing The Story: Professional Storytelling And Storyboarding Techniques For Live Action And Animation*. Londra: Routledge.
- Gouvea, M. T., Santoro, F. M., Borges, M. R. S., Cappelli, C., Motta, C. L. R. (2019). Epos: The Hero's Journey İn Organizations Through Group Storytelling. *International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design*, 123-128.
- Greene, H., Koh, K., Bonnici, J., Chase, J. (2015). The Value Of Storytelling İn Marketing Cirriculum, *Journal Of The Academy Of Business Education*, 16, 111-128.
- Hale, J.R. (2010). *The Art of Public Speaking: Lessons from the Greatest Speeches in History Course Guidebook*, USA: The Teaching Company.
- Hurlburt, G.F., Voas, J. (2011). *Storytelling: From Cave Art to Digital Media*, IT Pro, 1-7.
- Jahn, M. (2021). Narratology 2.3: A Guide to the Theory of Narrative. English Department, University of Cologne. Erişim adresi: www.uni-koeln.de/~ame02/pppn.pdf
- Ishaq, M., Ibrahim, U. H., & Abubakar, H. (2013). Design of an off grid photovoltaic system: A case study of Government Technical College, Wudil, Kano State. *International Journal of Technology Enhancements and Emerging Engineering Research*, 2(12), 175-181.
- Karabulut, A. (2023,10 Nisan). İlham verici 8 TED konuşması. Erişim adresi: <https://tr.linkedin.com/pulse/ilham-veren-8-ted-konusmasi-ali-karabulut>
- Khajornphaiboon, P., Vungthong S. (2019). Analyzing the introduction of TED Talks: A corpus-based analysis of discourse organization. *MANUTSAT Parit J Humanit*, May 9; 41(1), 52-70.
- Kramer, L. (2001), What İs Narrative Writing. Erişim adresi: <https://www.grammarly.com/blog/narrative-writing/>
- Kreiswirth, M. (2005). *Narrative Turn in the Humanities*. (Eds). David Herman, Manfred Jahn, and Marie-Laure Ryan, Routledge Encyclopedia of Narrative Theory., New York: Routledge.
- Li, X. W., & Li, F. P. (2021). Corpus-Based Move Analysis of TED Talks about Education. *Creative Education*, 12, 166-175.
- Lambert, J., & Hessler, B. (2018). *Digital Storytelling Capturing Lives, Creating Community*, Routledge.
- Liu, H., Wu, C. (2011). Storytelling For Business Blogging: A Process On Two Path Model. *2011 International Conference on e-Education, Entertainment and e-Management*, 60-63.
- Lugmayr, A., Sutinen, E., Suhonen, J., Sedano, C. I., Hlavacs, H., & Montero, C. S. (2017). Serious Storytelling–A First Definition And Review. *Multimedia Tools And Applications*, 76, 15707-15733.
- Lund, N.F., Cohen, S.A. & Scarles, C. (2018). The Power Of Social Media Storytelling İn Destination Branding. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 271-280.
- Marshall, C. & Rossman, G. B. (2014). *Designing Qualitative Research*. New York: Sage.
- Mathews, R. and Wacker, W. (2009). *Senin Hikâyen Ne*. Çeviren: Aytül Özer, İstanbul: Mediacat
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), 20.
- McColl, D. Ve Legorburu, G. (2014). *Storyscaping: Stop Creating Ads, Start Creating Worlds*. John Wiley & Sons.
- McColl, D. Ve Legorburu, G. (2016). *Hikaye Tasarımı*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Miller, C. H. (2004). *Digital Storytelling A Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Oxford: Elsevier.
- Gershon, N. and Page, W. (2001).What Storytelling Can Do for Information Visualization. *Communications Of The Acm*, 44(8), 31-37.
- Narrative teqniques. Erişim adresi: <https://www.eduqas.co.uk>

- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I-II*. İstanbul: Yayın Odası.
- Ohler, J.B.(2013). *Digital Storytelling in the Classroom: New Media Pathways to Literacy, Learning, and Creativity*. New York: Corwin Press.
- Ong, W. (2004). *Sözlü ve Yazılı Kültür (Çev. Sema Postacıoğlu Banon)*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Oxford Learners Dictionary* (2024). Story. Erişim adresi: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. Erişim
- Ökmen, Y.E. (2021). Dijital Hikaye Anlatıcılığında Görselleştirme Süreci: Youtuber Barış Özcan Örneği. *SDÜ İfade Dergisi*, 8-32.
- Parrish, P. (2006). Design as Storytelling. *TechTrends*, 50(4).
- Pera, R. (2017). Empowering The New Traveller: Storytelling As A Co-Creative Behavior İn Tourism. *Current Issues İn Tourism*, (4), 331-338.
- Prince, G. (1982). Narrative Analysis and Interpretatio. *New Literary History*, 13(2), 179-188.
- Prince, G. (2012). *Narratology: The Form and Functioning of Narrative*. Germany: Walter de Gruyter.
- Renuka Devi M.N, Srinivasa, G. (2022). Multimodal Analysis of TED Talks Towards Designing a Recommendation System, *Proceedings of International Conference on Recent Trends in Computing Lecture Notes in Networks and Systems 2022*, 455-467.
- Riesky, L.I., Hanif, L.V. (2020). Explanation Genre in the Mostly Viewed TED Talks: Contribution of the Generic Structure to the Appeal of the Talks, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 546, 259-264.
- Rule .L. (2008). *What is digital storytelling ? Center for Digital Storytelling*. New Yourk: McGraw-Hill Education.
- Salem, A. A. (2019). A Sage on a Stage, to Express and Impress: TED Talks for Improving Oral Presentation Skills, Vocabulary Retention and Its Impact on Reducing Speaking Anxiety in ESP Settings. *English Language Teaching*, 12(6), 146-160.
- Schinske, J. N., H. Perkins, A. Snyder, and M. Wyer. (2016). Scientist Spotlight Homework Assignments Shift Students' Stereotypes Of Scientists And Enhance Science Identity İn A Diverse Introductory Science. *Class. CBE—Life Sciences Education*, 15-47.
- Serrat, O.(2008). Storytelling. Erişim adresi: <https://ecommons.cornell.edu/bitstream/handle/1813/87742/Storytelling.Pdf?Sequence=1&isallow=3>
- Simmons, A. (2006). *The Story Factor Inspiration, Influence, and Persuasion through the Art of Storytelling*. New York: Basic Books.
- Simmons, A. (2007). *Whoever Tells the Best Story Wins: How to Use Your Own Stories to Communicate With Power and Impact*. New York: Amacom Books.
- Share your story/ A how to guide for digital story. Erişim adresi: https://www.samhsa.gov/sites/default/files/programs_campaigns/brss_tacs/samhsa-storytelling-guide.pdf
- Storr, W. (2020). *Hikaye Anlatıcılığının Bilimi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Sunal, G. & Furuncu Kutluhan, D. & Bağdatlı Kalkan, S. (2022). Geleneksel ve Dijital Hikaye Anlatıcılığı Arasındaki Farkın Covid 19 Pandemi Sürecinde Maske Kullanımına İlişkin Bir Video Filmi Üzerinden İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, (3), 221-228.
- Sülün, S. (2023, 11 Nisan). Liderlerin hikaye anlatma sanatı üzerine. Erişim adresi: <https://hburturkiye.com/roportaj/liderlerin-hikaye-anlatma-sanati-uzerine>
- Sütçü, Ö. (2013). Ortak Bir Dünya Deneyim: Hikaye Anlatıcısı. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, (2), 76-92.
- Şimşek, B. (2018). İletişim Çalışmaları Bağlamında Dijital Hikaye Anlatımı, Kavramlar ve Türkiye Deneyimi. *Alternatif Bilişim Derneği Yayınları*, 23.
- TED web sitesi. Erişim adresi: <https://www.ted.com>
- TED conference web sitesi. Erişim adresi: <https://www.ted.com/about/conferences>
- TED. (2009, 22 Mayıs). *Mary Roach: Orgazm hakkında bilmediğiniz 10 şey* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=-7jx0dTYUO5E>
- TED. (2011, 17 Mayıs). *Shawn Achor: Daha iyi çalışmanın mutlu sırrı* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fL-JsdqxnZb0>
- The most watched TED talks to date. Erişim adresi: <https://blog.ted.com/the-20-most-watched-ted-talks-to-date/>
- TED. (2010, 3 Haziran). *Brené Brown: Kırılabilirliğin gücü* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=iCvmsMzLF7o>
- TED. (2008, 13 Mart). *Jill Bolte Taylor'a inen müthiş içgörü darbesi* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Uyy-jU8fzEYU>
- TED. (2009, 28 Eylül). *Simon Sinek: mükemmel liderler bir harekete nasıl ilham verirler?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qp0HIF3SfI4>

- TED. (2011, 22 Kasım). *Thomas Suarez: 12 yaşındaki bilgisayar programcısı* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Fkd9TWUtFm0>
- TED. (2004, 27 Kasım). *Keith Barry beyin büyüü* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HXcFvL1yL-I>
- Their, K. (2017). *Storytelling In Organizations: A Narrative Approach To Change, Brand, Project And Knowledge Managment*. Germany: Springer.
- Thompson, R. A., Lewis, M. D., & Calkins, S. D. (2008). Reassessing Emotion Regulation. *Child Development Perspectives*, 2(3), 124-131.
- Turgut, G., Kışla, T. (2015). The Use of Computer-aided Story in Education: Literature Review. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, (2).
- Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük (2024). Hikaye. <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 16.01.2024.
- Wilson, M. (2022), Getting Engaged with Storytelling: Challenges and Opportunities, *Storytelling (Arts for Health)*. Emerald Publishing Limited, 119-141.
- Woodside, A. G., Sood, S., & Miller, K. E. (2008). When Consumers And Brands Talk: Storytelling Theory And Research In Psychology And Marketing. *Psychology & Marketing*, (2), 97-145.
- Yazıcı, N. (2017). Sosyal Medyada Hikaye Anlatıcılığı, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Radyo Televizyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Zeng, H., Wang, X., Wu, A., Wang, Y., Li, Q., Endert, A. & Qu, H. (2019). *EmoCo: Visual Analysis of Emotion Coherence in Presentation Videos*, 2019 IEEE.

Extended Abstract

Purpose: The desire of individuals to share their feelings and thoughts dates back centuries and continues today. The fact that humans are social beings and their efforts to communicate with others find a place in every aspect of life. Individuals' need to understand and tell has brought about the concepts of story and storytelling. Is storytelling the key to an effective speech? The question forms the basis of the study. Within the scope of this research, the concept of storytelling is discussed and the power of storytelling to affect the success rate in a speech is analyzed. In line with the findings obtained in the research conducted, it is seen that storytelling plays a high role in a successful and effective speech.

Design and Methodology: The research sample was determined by searching for the keywords "most watched TED talks so far/ to date" in 2024 and using the purposive sampling method between 2007 and 2012. With the search, an analysis of 10 TED talks that were deemed appropriate for the purpose of the research and thought to contribute the most to the study was conducted. It is seen that the 10 TED talks analyzed have been translated into more than 50 languages, received over 50 thousand likes, and their viewing numbers vary between 4 and 22 million. When the topics of the 10 TED talks are examined, they are mostly personal development and psychology, but there are also talks in the fields of business and education.

The method of the research is qualitative and quantitative content analysis. Quantitative content analysis is used to obtain descriptive data about the variables related to the content, based on the clear and distinct expressions of the indicators in the content of the messages (George, 2003). Qualitative content analysis allows the systematic elimination, grouping and analysis of large-scale data (Mayring, 2000).

The verbal, written and non-verbal communication data in the speeches of 10 TED speakers determined by the sample for the purpose of data analysis were categorized separately. The categorized data were coded and tabulated and frequency analysis was performed. Quantitative content analysis method was preferred in order to ensure research reliability. Qualitative content analysis method was applied for research validity and reliability. The obtained data increased credibility by including the sections of the speakers' speeches in order to answer the question of how.

Findings: Written and spoken words were analyzed in the selected sample, and the total spoken and written words of each speaker were categorized and their percentages were calculated. During an average 18-minute speech, approximately 11 pages of slides and 4 written words were included in each slide. The average spoken word count of the speakers was determined as 2010. The number of written words used by the speakers during an average 16-minute speech was 1.33 % of the spoken words.

The analysis of spoken expressions was carried out and categorized under the titles of scientific citation, storytelling, personal opinion and pep talk. In this direction, the role of storytelling in making a speech effective

tive was tried to be determined. 20.106 words were used in the 10 speeches analyzed. It was seen that these speeches contained 3.1% scientific citation, 76.7% storytelling, 12.7% personal opinion and 3.8% pep talk. It was determined that a certain part of the story content included in the speeches consisted of the speaker's own life experiences and stories about his/her life, and the remaining parts were unknown stories.

Research Limitations: The research sample was selected from the seven most watched and inspiring TED talks between 2007 and 2012. In the study, non-verbal elements were categorized as eye contact, gestures, body posture and facial expressions, and other non-verbal elements were not included.

Implications: The research shows that speakers who want to make an effective speech frequently use the storytelling technique. Storytelling is supported by visuals, photographs, and videos, which make people more effective in sharing their experiences (Escalas, 2004). Storytelling, one of the oldest known information sharing methods (Gershon and Page, 2001), is still used today. In this research, the speeches of the selected sample were examined and it was seen that they used storytelling in more than 50% of their speeches. The research reveals that the key to a speech being effective and successful is storytelling. At this point, it will be of great importance for every speaker who wants to gain a place in the minds of the target audience with a memorable and effective speech to include storytelling in their speech.

Originality/ Value: The study examined the concepts of story and storytelling and conducted a literature review. Different views were included by addressing the transition of storytelling from the traditional to the digital era.

Within the scope of the study, 10 TED talks were analyzed using the content analysis method, and the findings were interpreted using the Maxqda program. The obtained data were categorized and tabulated, and percentages were calculated. Sections from the speeches of 10 TED speakers included in the sample were included in the study. In addition to the verbal expressions of the speakers, nonverbal communication elements, storytelling process and techniques were examined in the study.

The difference and originality of the study from other studies is that storytelling is not limited to verbal expressions, and the storytelling process and techniques of the speakers are examined along with their non-verbal communication elements. It is thought that the study will shed light on future studies.