

見るvs聞く —非言語要素がプレゼンテーションに与える効果—

工藤理沙,姥原李音, 磯端日奈子, 戸高野ノ葉
延岡高等学校 Nobeoka High School

Abstract 先行研究により、日本人はアメリカ人に比べ非言語的媒体を使う機会が少ないことが分かった(非言語的媒体とは言葉以外の伝達方法であり、身振り手振りや声のトーンなどが例としてあげられる)。私達日本人が非言語的媒体を活用する場面の例を挙げると、例えば、大学面接、就職活動、プレゼンテーションなどがある。この中でも私達はプレゼンテーションにおける非言語的媒体の関係性に興味を持ち研究活動を行った。実験の結果から、日本における対面のプレゼンテーションでは、文脈的媒体における理解力が優れていることが分かり、プレゼンテーション能力を向上させるのに非言語的媒体が効果を及ぼすとは一概には言えないと考える。今後は、被験者の能力の偏りをなくすために、被験者が見る動画を増やしたり、被験者の数を増やしたりしてより説得力のある結論を出したい。研究を続けていけば、日本人がプレゼンテーションにおいて重要視しているものが見つかると考えられる。

Keyword 非言語的媒体 / プrezentation能力 / 見る/聞く

1. 序論

(1)研究背景

近年、大学面接や就職活動において自己PRする際に、プレゼンテーション形式で行うことをよく耳にする。その際に非言語的媒体と理解力の関係性について知りたいと思った。
※「非言語的媒体」とは言葉以外の伝達方法であり、身振り手振り・声のトーン・表情などを言う。

(2)研究の目的

本研究は、プレゼンテーション能力を向上させることを目的として、非言語的媒体の中でも「身振り手振り」に着目して本研究を行う。

(3)先行研究

これはウィスコンシン大学のアメリカ人学生と京都大学の日本人学生を対象とした研究である。この参加者に、自らの非言語的コミュニケーション場面を想起させた上で、非言語的コミュニケーション媒体をどの程度用いたかを自己評価させたものである。

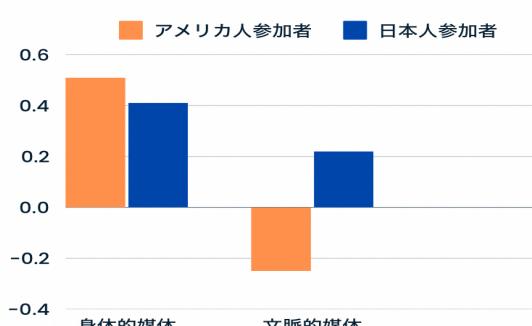
右の図は実験結果による相対値を表している。アメリカでは、送り手が自らの感情・意図を表現できる身体的媒体が他の媒体より多く用いられているのに對して、日本では身体的媒体も用いられ

ていたものの、場の雰囲気などの文脈的媒体がアメリカよりも多く用いられていた。

相対値

(身体的媒体:0.1、文脈的媒体:0.4)

このような結果は非言語的コミュニケーションの媒体に相対値に差があることを示している。



「京都大学こころの未来研究センター」～察するコミュニケーションと表すコミュニケーション～
(https://ifohs.kyoto-u.ac.jp/jp/kokoronomirai/kokoro_vol.10_57.pdf)

(4)研究仮説

先行研究により日本人はアメリカ人に比べ、文脈的媒体を用いたコミュニケーション力が高いことが分かっているため、映像と音声両方の視聴より音声の

みの視聴のほうが正解率が高いのではないだろうか。

2. 調査方法

- ①1分間の自己紹介動画のa:音声のみの視聴とb:映像と音声両方の視聴に分けて行う。
- ②動画の視聴後、動画に関する内容の問題5問解いてもらう。
- ③aとbの正解率を出して、どちらの方が正解率が高かったのかをグラフ・表にまとめる。

※今回の選出方法は特に決まりがあるわけではなく、同じ学年の男女40人(男子20人女子20人)をランダムに選出した。

※本研究で用いた自己紹介動画には非言語的媒体が含まれている。

※被験者には動画内で出てきた数字を聞く問題や動画内で出てきた長所などを質問した。

3. 結果

実験の結果より、全体的な割合でみると、音声と映像両方の視聴が60%、音声のみの視聴が52%であった。しかし、部分的にみてみると、3問正解と全問不正解の時の割合にはほとんど差がなかった。また、全問正解しているのは音声のみの視聴だったりと、一概にも映像があった方が動画の理解力が高まったとは言えない。ただし、今回の被験者の選出方法によっては、能力の偏りが生じてしまったかもしれないため、今後はそのような点についても配慮していきたい。

音声のみと音声と映像についてのグラフ

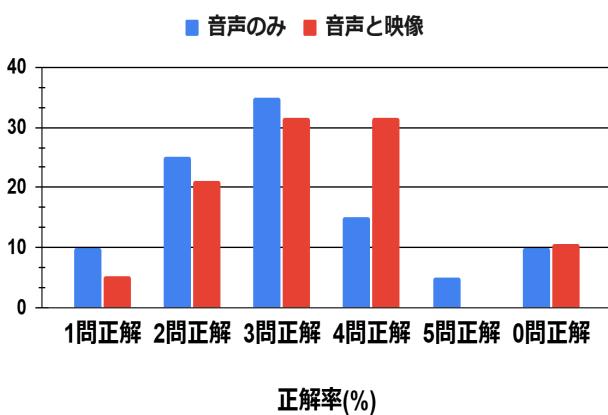


図1:音声のみの視聴と音声と映像両方の視聴での正解率のグラフ

表1:各問題における正解率を表した表

正解率 (%)	1問正解	2問正解	3問正解	4問正解	5問正解	全問不正解
音声のみ	10	25	35	15	5	10
音声と映像のみ	5.3	21.1	31.6	31.6	0	10.5

4. 考察

映像と音声の両方の視聴が音声のみの視聴よりも正答率が高い結果となったが、その差はわずかであった。この結果を導いた要因として、日本で生活する私達は、アメリカで生活する人々に比べ普段の会話で非言語的媒体を使う機会が少ない。そのため会話中の場の空気や会話の流れに頼るような文脈的理解力が優れていると考えられる。

5. 結論

実験の結果より、映像と音声両方の視聴が音声のみの視聴よりも正答率が高かったが、日本における対面のプレゼンテーションでは文脈的媒体の影響が大きく、プレゼンテーション能力を向上させるのに非言語的媒体が効果を示すとは一概に言えない。

6. 謝辞

本研究を進めるにあたり、多大なるご指導とご支援をいただきました森脇達哉先生、五反智大先生、アドバイザーの上ノ原一道様、誠にありがとうございました。

7. 参考文献

宮本百合(2013):『察するコミュニケーションと表すコミュニケーション』京都大学
https://ifohs.kyoto-u.ac.jp/jp/kokoronomirai/kokoro_vol.10_57.pdf閲覧日(2024年1月12日)