

「プレゼンテーション能力育成のための教育法研究」報告

——卒業研究とプレゼンテーション教育をリンクさせる試み——

執筆：小倉真理子

共同研究者：松坂被直 松井陽通 野口禎一郎
浅岡由美 宮澤俊憲 池田善英 富田真紀子

1. はじめに

東京成徳短期大学ビジネス心理科は、2001年4月に創設された。その設置において教育の特色は以下のように説明されている。

「日本語や英語のコミュニケーション能力や情報処理能力の育成を図り、心理学の基礎知識とビジネスを関連づけ教育することによって、高度成熟社会である21世紀初頭のビジネス社会において自立的、調和的及び実践的な実務者の育成を目的とするもので、従来の教育組織には全くその例を見ない新しいものである。即ち、高度に成熟した市場経済社会においてビジネスの根幹を成すと考えられるマーケティングの実践について、知的探求を行うとともに、その根幹を成す人間についての理解を心理学的手法によって科学的に進めようとするものであり、新たな学際的な教育組織の発想である。」

つまり、ビジネス心理科では心理学の基礎知識とマーケティングについての理論を教育し、社会に貢献出来る実務者を育成することを教育目標としている。同時に、こうした教育成果を社会で発揮していくためには、自己表現力が不可欠であると考え、日本語力・英語力・情報処理能力の育成を大きな課題としてきた。その中で、日本語表現力を基盤とするプレゼンテーション能力は、たとえば、会社外の人との接触における販売や営業というような場面で、また会社内においては会議等での意見交換の場面で、さらには、円滑な人間関係を維持し生き生きと働いていくための根幹的な能力の一つと認識し教育に当たってきた。

ビジネス心理科におけるプレゼンテーション教育の特色は、卒業研究発表と連動させる形で、全教員がこの発表を目指して教育を進めていることといえる。他にも、2003年4月からは、プレゼンテーション実務士の称号（全国大学実務教育協会）を取得できるようにカリキュラムを改正し、称号取得という方面からもプレゼンテーション能力を育成できるよう支援している。さらに、2005年4月からは、文部科学省より私立大学教育研究高度化推進特別補助を受け、「プレゼンテーション能力育成のための教育法研究」のもと、プレゼンテーション教育を充実させてきた。

ビジネス心理科創設より7年目の現在、ビジネス心理科における「プレゼンテーション能力育成のための教育法」は一つの到達点を得ることができたように思える。プレゼンテーション教育の現状を概観した上で、本学科で実施しているプレゼンテーション教育のあり方を公表する事によって、今後のプレゼンテーション教育の発展に供したいと考える。

2. プレゼンテーション教育の現状

(1) プレゼンテーション実務士

現在のプレゼンテーション教育の状況を知る一つとして、ビジネス心理科でも導入しているプレゼンテーション実務士資格の現状を紹介してみたい。プレゼンテーション実務士の称号は、全国大

学実務教育協会が発行するもので、2002年3月から授与が開始され、以下の教育目標を持つ。

1. プレゼンテーションの重要性や位置づけを理解する。
2. 聴衆分析の基本技能を身につける。
3. 目的に合致した内容構成を行う能力を身につける。
4. 言語表現・身体表現・視覚資料の作成・提示を効果的に行う能力を身につける。

これらの教育目標は、プレゼンテーションに関して求められる能力を網羅するような形で設定されているとみてよいだろう。システムを導入しているのは、全国で13の大学と、41の短期大学である。一見、多くの大学・短期大学が当該の資格を視野に入れているかのように感じられるが、関東圏に限ってみると、本学科を含めて4大学と7短期大学に過ぎず、意外に少ない。

表1 プレゼンテーション実務士カリキュラム導入校（関東圏）

地区	大学	地区	短期大学
茨城	常磐大学	茨城	常磐短期大学
埼玉	武蔵野学院大学	栃木	國學院大學栃木短期大学
東京	目白大学	群馬	育英短期大学
神奈川	相模大学	埼玉	川口短期大学
		東京	自由が丘産能短期大学
		東京	東京成徳短期大学
		神奈川	湘北短期大学

(<http://www.jaucb.gr.jp/lisence/13.html>参照)

また、全国大学実務教育協会が発行する認定証の数からしても、情報処理士や、ビジネス実務士、秘書士と比較するとかなり差があることがわかる。実務士資格の導入という観点から意図的にプレゼンテーション教育を目指している大学・短期大学は、いまだ多いとはいえない現状であると知られる。

表2 全国大学実務教育協会の認定証発行数資格別ランキング（4年制大学・短期大学）

資格名	発行件数
1, 情報処理士	4,906
2, ビジネス実務士	3,437
3, 上級情報処理士	2,405
4, 秘書士	2,151
5, プレゼンテーション実務士	754
6, 上級ビジネス実務士	745
7, 上級秘書士	676

(<http://www.jaucb.gr.jp/lisence/index.html>参照)

(2) 模索状態のプレゼンテーション教育

ただし、プレゼンテーション実務士のカリキュラムを採用していない大学・短大においても、プ

プレゼンテーション教育自体は様々な取り組みがなされていよう。そこで、各大学の実情を知るために、プレゼンテーション教育についての先行研究を調査した。その結果、プレゼンテーション教育については、近年ようやく注意が向けられ始めた状況であり、教育方法は未だ十分に研究されていない現況であることが明らかになった。下記の《資料1》《資料2》のように、プレゼンテーション教育が模索状態であることの認識は一致している。

《資料1》プレゼンテーション教育の必要性が認識される一方で、多くの教員が暗中模索の状態にあることも事実である。実際のところ、プレゼンテーションとはいかなるものか、その全体像が把握されているとはいいがたく、定義も未だ統一性を欠いている。それぞれの教員のフィールドによって、プレゼンテーションの意味が余りにも幅広く用いられ、「プレゼンテーション」という用語が一人歩きしている感は否めない。

(小野塚久枝 阿部泰子 海老川寿美夫他「プレゼンテーション教育に関する考察—フィールドバックシートの開発と授業展開の試み—」2000年11月「論叢」秋田経済法科大学短期大学部)

《資料2》プレゼン能力を養成するための効果的な教育方法は手探り状態である。そういう状況下で、筆者は、収集したデータをExcelで処理して得た情報に基づいて、PowerPointによるプレゼンを行うことを2年間試みてきている。

(片岡章郎「PowerPointによるデジタルプレゼンテーション教育の試み」2003年「順正短期大学研究紀要」)

では、現在、具体的にはどのような形でプレゼンテーション教育がなされているのだろうか。そこで、高等学校、短期大学、4年制大学を視野にいて、主に2000年以降報告されているプレゼンテーション教育に関する論考を調査し、現在行われているプレゼンテーション教育の動向を概観した。それによると、現在のプレゼンテーション教育は、次の5通りに大別できそうである。以下、参考となる論考を挙げながら紹介したい。

①総合的学習における口頭発表

小中学校においては1998年12月、高等学校においては1999年3月に告示された「総合的学習の時間」が導入された。実施される内容は様々であろうが、「総合的学習の結実はさまざまなプレゼンテーションの形で示される」(小田迪夫「プレゼンテーションに必要な言語技術を」2000年3月「言語技術教育」) ことになるため、この総合的学習におけるプレゼンテーション教育が注目されている。総合的学習として、「課題研究」の科目を新設し、パソコンを使用してプレゼンテーションするという授業形態も報告されている(坂戸英明「『課題研究』におけるプレゼンテーション指導」1999.11「パソコンリテラシ」)。

②日本語表現としてのプレゼンテーション

日本語の読み書きの重要性が再認識されている昨今、大学教育(短大を含む)の基礎的科目として日本語の表現力法を養う科目が置かれていることが多い。こうした授業の中で、或いは、その延長線上で口頭表現を中心にプレゼンテーション教育が為されていることが報告されている。三田村雅子による「朗読から始める『文学』教育(日本語プレゼンテーション演習の試み)—レベッカ・ブラウン『体の贈り物』を読む—」2003.3「フェリス女学院大学文学部紀要」)は一つの典型を示している。

③パワーポイントの使用を目的とするプレゼンテーション

PowerPointの使用を目的に掲げる教育も多い。師啓二「経営学部における情報教育 VI.プレゼンテーションの評価方法について」(2000.9「白鷗大学論集」)、柴田貴子・中川伸子「ビジネス教育におけるプレゼンテーション能力の開発ーパワーポイントを活用した授業ー」(2004.1「学術紀要」神戸女子大学瀬戸短期大学)等にその例を見る。発表のテーマは、前者では「招致活動」(観光客を呼び寄せるためのPR等)、「社会問題」(情報社会の便利な点、不都合な点等)、後者では、「わたしのPR」「わたしの町」が報告されている。多くの場合、情報教育担当の教員が実施しているようだ。現在、この形での授業法研究が最も盛んだといえる。

④卒業研究発表としてのプレゼンテーション

パワーポイントを使用するプレゼンテーションの中には、卒業研究の発表の場で用いる例も少なくはない。谷口吉光「短期大学の卒業研究におけるプレゼンテーションソフトの利用」(2000.12「秋田県立大学短期大学部紀要」)では、学生の作成したスライドを紹介しながら、プレゼンテーション教育の方法を紹介している。ただし、各研究室で、専門教育として為されているためか、プレゼンテーション教育法としての報告は少なくなっている。

⑤教員の資料提示法としてのプレゼンテーション

生徒、学生に課するプレゼンテーションばかりでなく、教師の授業自体をプレゼンテーションと見なし、教師の使用するOHP・VTR・PowerPointの効果的な使用方法について述べた論考もある。(北村光一「効果的なプレゼンテーションのための資料提示方法・技術」2005.11「学習情報研究」)

代表的な例を挙げただけでも、上記のように、プレゼンテーション教育の範囲は多岐に渡っている。それぞれの教育が、それぞれの目的を持って為されていることであり、可否は付けられないけれども、個々で実践している教育方法を見ると、そのバリエーションは限りなく広い。ただ、総じて言えることは、情報教育担当の教員や表現法などプレゼンテーション担当教員が、担当科目の中で、必死にプレゼンテーション教育の方法を模索しているということである。こうした中で、現在、最も一般的なプレゼンテーション教育は、③のように、情報教育として、プレゼンテーションソフトであるパワーポイントを使用することによってなされているようだ。

(3) プレゼンテーション＝パワーポイントという現状

上記を踏まえた上で、本学科の学生の実態を把握するために簡単なアンケートを行った。得られた回答は多くないが、プレゼンテーション教育に関わる傾向を掴むことができると考えられるので紹介したい。

■アンケート対象 東京成徳短期大学ビジネス心理科1年生(平成18年度入学生の一部)54名。

■手 続 き プレゼンテーション関係の科目を履修する前に調査用紙によるアンケートを実施した。

■アンケート内容 ①プレゼンテーション及びパワーポイントの学習の有無。
②プレゼンテーション及びパワーポイントの学習時期(複数回答)。
③プレゼンテーションでの発表内容(自由記述)。

■ アンケート結果 1

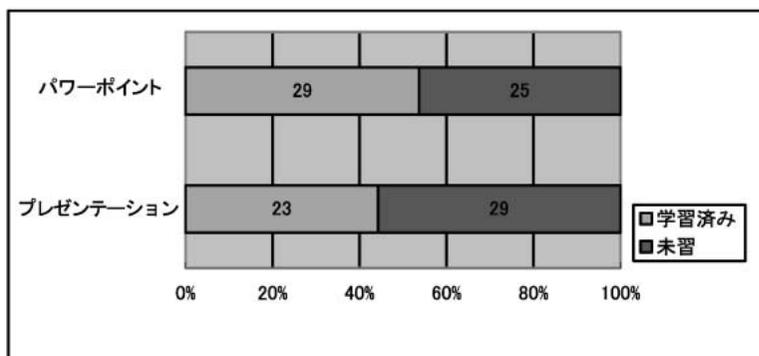


図1 プレゼンテーション及びパワーポイントの学習の有無

まず、ビジネス心理科1年生に対して、短大入学以前、つまり高校卒業までにプレゼンテーションの学習経験があるかどうかを聞いたところ、23名(43%)がすでにプレゼンテーションの学習をしていることがわかった。同時に、29名(57%)の学生が未習であることもわかった。これは、教育現場において、プレゼンテーション教育への関心が高まりつつある一方、その範囲はまだまだ半数程度の状況であることを示している。高校卒業以降、短期大学や4年制大学でのプレゼンテーション教育が期待されているといえるだろう。

ところで、この回答で注目すべきは、高校卒業までにプレゼンテーションの学習をしたことがないと答えた学生の中の6名(全体の11%)が、パワーポイントの学習経験があると答えていることだ。パワーポイントは、プレゼンテーションのためのパソコンソフトだから、パワーポイントを学習すれば当然、プレゼンテーションを学習しているはずである。にもかかわらず、学生にかような認識がないのは不思議といわざるをえない。そこで、次のアンケート結果から、この点をさらに分析してみることにする。

■ アンケート結果 2

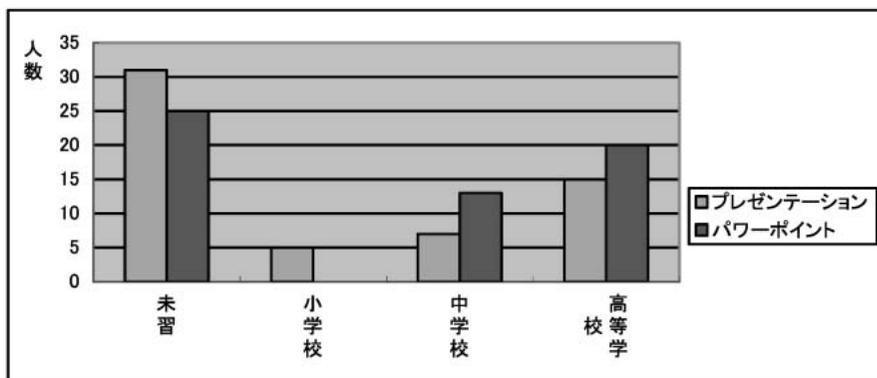


図2 プレゼンテーション及びパワーポイントの学習時期

学生の状況を詳しく知るために、プレゼンテーションを学習した時期と、プレゼンテーションソフトのパワーポイントを学習した時期(いずれも複数回答)について尋ねた結果である。他に、実

施したプレゼンテーションについての内容（自由記述）も回答してもらった。

小学校では「総合的学習」や「修学旅行のまとめ」でプレゼンテーションをしたと答えており、パワーポイントは使用していない。その後、中学校・高等学校になるとプレゼンテーションの学習が、パワーポイントの学習と連動していることがわかる。プレゼンテーションの内容も、「自己紹介」「将来プラン」「日本文学の歴史」のほか、「パソコンを使用した」「スライドを作った」「情報の時間に習った」という回答が多く、情報教育としてパワーポイントの指導が導入されている実態が知られる。パワーポイントの学習がプレゼンテーション教育に欠くことのできない存在となっており、プレゼンテーション＝パワーポイントという図式が成り立っていると知られよう。プレゼンテーションの教育法研究で報告されている教育の動向と学生の実態とが一致していることを確認できた。ビジネス心理科に本年度入学した1年生でプレゼンテーションを学んでいるという学生は、中学・高校で盛んとなってきた情報教育の一環として、パワーポイント＝プレゼンテーションを学んできたことがわかる。

ところで、中学・高校の時期、プレゼンテーションを学習したと答える学生よりも、パワーポイントを学習したと答える学生の人数が上回っている点についてはどのように考えたらよいのだろうか。プレゼンテーションソフトであるパワーポイントを学びながら、プレゼンテーションを学んでいないと回答しているのは一見矛盾しているように感じられる。が、ここには別の意味が含まれているのではないだろうか。たとえば、プレゼンテーションという言葉の意味についての理解、あるいはプレゼンテーションに関する教育の徹底がなされないまま、技能としてのパワーポイント指導が先行しているように考えられる。プレゼンテーションとパワーポイントとが深く関わっているため、パワーポイントの指導がプレゼンテーション教育に置き換わっているという事実を示唆してはいないだろうか。〈アンケート結果1〉において、パワーポイントの学習をしているにもかかわらず、プレゼンテーションを学んだことがないと答える学生が見られた所以であろう。

今やパワーポイントは、プレゼンテーションに欠かせないソフトとなっており、プレゼンテーション教育には必須の要素となっている。とはいえ、パワーポイントが使えるば、プレゼンテーションが完成するとは言い難いだろう。実は、パワーポイントを使用するに至るまでの教育こそがプレゼンテーションにおいては重要といえるのではないだろうか。そこで、このような立場から実施してきた本学科のプレゼンテーションの教育法を次に紹介してみたい。

3. ビジネス心理科でのプレゼンテーション教育

(1) プレゼンテーション実務士称号の取得における課題

先に示したように、プレゼンテーション教育を推し進める手だてとして各大学・短大で導入されているプレゼンテーション実務士の称号取得のカリキュラムは、ビジネス心理科においても実施している。ビジネス心理科では、並行してビジネス実務士のカリキュラムも導入しており、その認定状況は下記の通りである。

表3 ビジネス心理科初号認定状況

	ビジネス実士（人）	プレゼンテーション実務士（人）	卒業生（人）
平成16年度	22	8	56
平成17年度	32	23	49
平成18年度	28	18	72

ビジネス実務士もプレゼンテーション実務士も、卒業と同時に認定される称号とはいえ、安易に

取得できるというわけではない。ビジネス心理科の場合は、両実務士ともに、学業への意識が高く、成績も上位にあるが学生が認定を受ける傾向にある。プレゼンテーション実務士認定の学生数が、ビジネス実務士認定の学生数よりやや少ない原因の一つは、プレゼンテーション実務士の認定において、必修科目の成績がB評価以上であることが要求されるなど、ややハードルが高くなっているためと考えられる（注1）。これに加えて、プレゼンテーション実務士はもともと口頭発表に抵抗のない学生、つまり、プレゼンテーションを得意とする学生がその認定を目指すという傾向がある。換言すれば、学業成績が良好であっても、人前で話すことを苦手とする学生は、初めからプレゼンテーション実務士のカリキュラムに関心を示さないということになる。元来、日本人は寡黙を尊重してきた歴史があり（注2）、人前で話すことを要求するプレゼンテーションの科目自体に興味を示さない学生も少なくはない。プレゼンテーション実務士を取得するために指定されているカリキュラムが、的確な目標のもと十分に検討されているとしても、関心を向けさせたいタイプの学生は、このカリキュラムを回避する傾向も見られる。

このようなことは、プレゼンテーション実務士のカリキュラムだけではなく、科目選択すべてに当てはまるかも知れない。たとえば、コミュニケーション能力を含めた表現力を養うことを目的とする科目においても、もともと表現やプレゼンテーションに関心のある学生がそれらの科目を選択しているのであり、表現することが不得意であったり関心が薄かったりする学生は表現関係の科目を選択しないという当然の結果に導かれていく。プレゼンテーション実務士の称号取得のためのカリキュラムを充実させることは、その能力育成のために極めて有効ではあるが、すべての学生にとって決定的ではないということになる。

もちろん、こうした分野に対する好悪は、強制されるべきものとはいえない。しかし、学ぶことなく敬遠してしまうのは、いかにも残念なことである。しかも、社会において、様々な場面で必要と考えられるプレゼンテーション能力の育成は、本学科で目指す教育の一つとして掲げている訳で、別の方面から学生にアプローチする必要が生じてくる。

（2）卒業研究とプレゼンテーション教育の現状

ビジネス心理科において、プレゼンテーション能力育成に関して極めて有効に機能しているといえるのが、卒業研究におけるプレゼンテーションの実施である。

高等学校までの学校教育以外でプレゼンテーションの実施を考えた場合、企業における各種のプレゼンテーションと大学での研究発表の場が想定される。卒業研究でプレゼンテーションを実施しているところも少なくはないだろう。しかし、卒業研究でのプレゼンテーションは、各研究室内での指導となるためか、外部からその教育方法は見えにくい。

その点、本学科では専任教員全員が卒業研究の発表に向けて足並みを揃えながら、教育方法の改善をしてきた。卒業研究にプレゼンテーションを課するということは、学科創設時からなされてきたが、現在まで改良を重ね、概ね以下のような形で落ち着いている。

①卒業研究への前提的教育

「心理学概論」「心理学研究法」「マーケティング・ベーシック」等の科目で、心理学とマーケティングの基礎を学習した上で、各学生の興味に応じて、心理学及びマーケティングに関する理解を深め、専門的教育を進めていく。また、これと並行して、Word・Excel・PowerPoint等パソコンを使用するに当たっての目的を明らかにし、操作方法を習得しておく。さらに、2007年度からは、卒業研究に先立つ時期に、ビジネス心理演習A～H（選択必修）を設け、それぞれの分野で学習の掘り下げを行い、卒業研究に向かう準備段階とした。

②卒業研究の実施：2年次より開始。

1年次の終わりに希望調査を採った上で、2年次から、全学生は専任教員のゼミに配属され、「卒業研究」という科目の中で各自の課題に沿って研究を進める。この卒業研究においては、社会のあらゆる事象を対象とし、心理学的視点またはマーケティングの視点から分析を行う。データによる客観性を重視するため、アンケート等による調査が実施されることが多い。設定されている時間は週1コマ（通年）であるが、学生には自主的な学習を要求している。

なお、卒業研究はグループ研究ではなく、個人研究としている（グループ学習は他の科目において実施）。卒業研究では、全学生が最初から最後まですべての過程を体験し、責任を持って取り組むことを求めるためである。各教員は5～15人程度の学生を担当している。

③卒業研究論文提出：12月1日（曜日により、多少の変動あり）。

- (a) A4版の用紙（Microsoft Word使用）で記述する。
- (b) 記述には、以下の内容、または同程度の内容を含む。

{	1 はじめに	2 目的	3 方法	4 結果	5 考察
	6 結論	7 反省と今後の課題・展望			8 参考文献

学生は、各自の研究を上記の手順に沿ってまとめ提出する。4月から約8ヶ月間の学習の中で行われ、研究題目は〈表4〉の通り多岐に渡っている。これらの研究によって、学生は専門分野の理解を深めていくわけだが、それを文章化する過程において、自ら行おうとする研究の目的を明らかにし、的確に伝えていくための構想を練っていく。一貫した内容を文章として表現していく過程で、思考力や論理力を養うことができるのは言うまでもないだろう。

表現を目的とする教育の中で、最も重要なのは、自分の伝えたい内容を論理的に述べていくことだ。もちろん、「日本語表現法」や「プレゼンテーション論」など表現を目的として設定されている授業においても、時事問題を含め様々な課題について論ずることが可能であり、そうした取り組みも実施している。が、単一のコマにおける課題の掘り下げは往々にして徹底されにくい面がある。これに対し、学生が最も時間をかけて資料やデータを収集し、語るべき内容を豊富に持っている卒業研究こそ、表現力養成のための絶好な機会として認識されるべきであろう。

プレゼンテーション能力育成という面からすると、説得力のあるプレゼンテーションをするためには、プレゼンテーションソフトの使用法というような技能的な側面以上に、課題に対する掘り下げや、語るべき内容の論理性こそが重要であると身を以て体験することになる。学生は研究論文提出までに、担当教員のチェックを受けることが義務付けられており、少なくとも2～3回程度の推敲をする。文章を推敲するという機会が多くない現在の学生にとって、大変よい学習となり得ている。このような卒業研究は、あるいは、各大学・短期大学でなされていることかもしれない。けれども、専門教育としての卒業研究と同時に表現力育成のための教育という二面から全教員が理解と合意を持ち、学科全体の教育方針として共通の形式で指導するのがビジネス心理科の特色といえるだろう。

表 4 卒業研究題目例

<p>日本企業の業種別企業規模別情報処理利用動向の分析 女子大学生と父親の関係 既婚女性のストレスと癒しに関する研究 少子化社会のこれから—原因と対策を考える— 映画に関する調査 障害者雇用問題の改善案 ヤングの自己期待イメージとフランドルのブランド・イメージの対応 悪人度調査—結婚相手として絶対選びたくない、人の好みの許容度— 中高年女性の美意識の違いと化粧品の使用状況の関係—価値観水準別の比較分析— 高校生・短大生による社会的マナーと身だしなみに関する意識調査 情報社会と人権 化粧品のブランドとイメージキャラクターの認知度の関係について 「ナチュラルローソン」と健康意識の浸透について ヤング世代のファッション・ブランド選択に関する調査 音楽の影響力—人は音楽によって気分が変わるのか— 泣くということについて 血液型が人に与える印象 ホームページにおける「お客様相談室」の利便性について 現代社会におけるバリアフリーの研究 重回帰モデルによる音楽CDの売上減少要因の研究</p>
--

④卒業研究口頭発表：1月下旬、プレゼンテーションの実施。

- (a) パワーポイントを使用し、卒業研究の内容を聞き手にわかりやすく説明する工夫をする。
- (b) 発表は7分、質疑応答は3分とする。
- (c) 記録用の撮影を行う。

このプレゼンテーションは卒業試験に相当し、先に提出した卒業研究論文についてパワーポイントを使用して口頭発表することが課せられている。発表は、A室、B室の2教室で学生各1名ずつ同時に発表を進める。専任教員もA、B各教室に分かれ審査を行う。毎年、すべての学生が発表を行い、終了するには2日間を要する。

このプレゼンテーションのための指導は、パワーポイントの操作を含めて、専任教員全員が当たる。情報担当・表現担当の教員は、1年次から2年次前半にかけて、Word・Excel・PowerPointに関する基本的な指導をするものの、卒業研究においては各ゼミ担当がパワーポイント操作を含めたプレゼンテーション教育をすることになる。これも学科の教員の共通理解がなければ為されないことであり、教員の側の努力も要求されている。

学生は、ここで制限時間内に発表を終わらせるための要約と整理をすることになる。先に提出した卒業研究論文の論理性を見直し、文章化してあったものを口頭発表用に置き換えることによって、改めて表現を磨くということになる。表現力の育成をする第二のチャンスとなり得ている。これらの作業を一ヶ月余りで終わらせて、パワーポイントのスライドを完成させていく。プレゼンテーションとして設定されている時間は、7分と短いものの、学生はその中に工夫して研究内容を盛り込む。パワーポイントのスライドは、20枚程度にまとめることが多い。パワーポイントを用いた短大生のプレゼンテーションとしては、十分な内容が表現出来ると考えられる。

こうした過程で、学生は教員立ち会いの場で、少なくとも2回程度の発表練習をした上で、個人

的にも練習を積むことになる。プレゼンテーション能力の育成という面では極めて有効な時間を持つことができる。実際の発表では、担当教員以外の教員が加わって学生のプレゼンテーションを評価することになるから、学生には適度な緊張が加えられ、プレゼンテーションに向かうためのよい刺激となっている。

ここで最も評価されるべき点は、プレゼンテーションが学生全員に課されているという点であろう。先にも述べたように、人前で話すことを潔しとしない学生は、プレゼンテーションのカリキュラムを周到に設定したとしても、それらを選択しないという形で回避する。ところが、このプレゼンテーションは卒業研究の一環であり、必修として設定されているため、はじめは、否応なくプレゼンテーションを学ぶというケースもあるが、最終的には、プレゼンテーションにおける自己表現の魅力を発見し、自信をつけて卒業していく姿が見受けられる。

なお、平成17年からは、プレゼンテーションを実施する際に、メディアサイトライブ (Media site Live) というプレゼンテーション収録システムを導入し、学生のプレゼンテーションを撮影、記録 (CD及びDVD) した。メディアサイトライブでは、学生がプレゼンテーションをしている状況をビデオで再現すると同時に、パワーポイントで作成したスライドを同一の画面で観ることができる (図3)。また、学生が作成したスライドだけを検討しようとするれば、スライドだけの画面も見ることができる (図4～7)。

プレゼンテーションにおいては、スライドの完成度だけが要求されるのではなく、スライドに応じた口頭発表の仕方も大きな要因になる。メディアサイトライブでは、その両方を記録として残すことができた。その意味で、卒業研究のプレゼンテーション撮影は有意義であったと考えられる。この撮影によって、卒業発表の記録と同時に、次年度の学習者に、卒業研究の概要を知らしめ、プレゼンテーションについての関心を喚起させることもできたからである。記録を観た学生は、同程度に詳しく、周到になされている研究であっても、発表の方法や態度によって、聞き手に与える印象も理解度も大きく変わってくることを学ぶことができた。



図3 メディアサイトライブの画面

さらに、学生の作ったスライドを比較検討することによって、聞き手にわかり易く、かつ、アピールできる方法なども学ぶことができた。例として、次に、学生が作成したスライドのうち、「はじめに」の部分をも4種類挙げてみる。それぞれ、学生が熱心に作成したものであが、文章をそのまま入力したスライド (図4)、箇条書きしたスライド (図5)、矢印などを使い図式的に示したスライド (図5)、グラフを使って視覚に訴えかけようとするスライド (図6) など、同じ「はじめに」であっても、様々なパターンがあることなどを学ぶことができた。次年度生は、各所において先輩が実際に作成したスライドを参照し、自分の研究にふさわしい表現方法について考えを巡らすことができた。

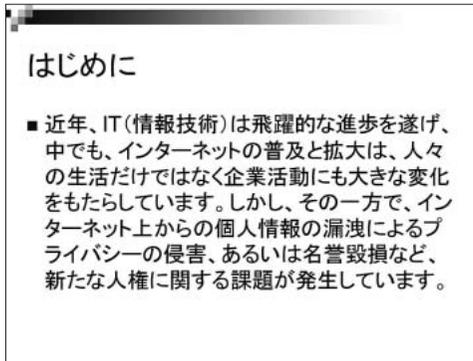


図4 文章を入力したスライド

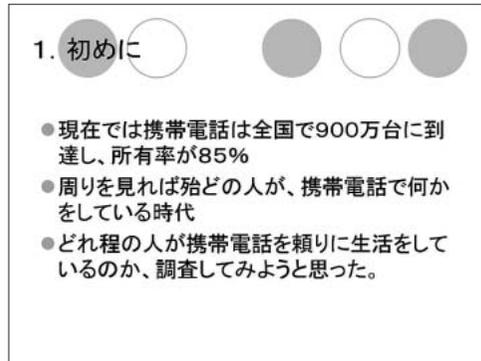


図5 箇条書きにしたスライド

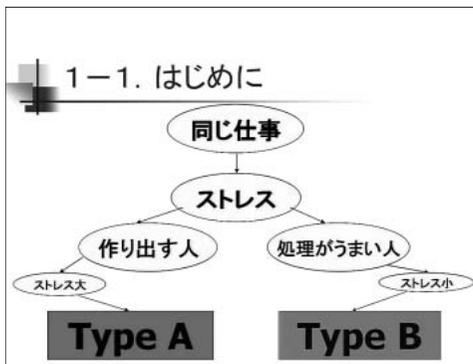


図6 図式的に示すスライド

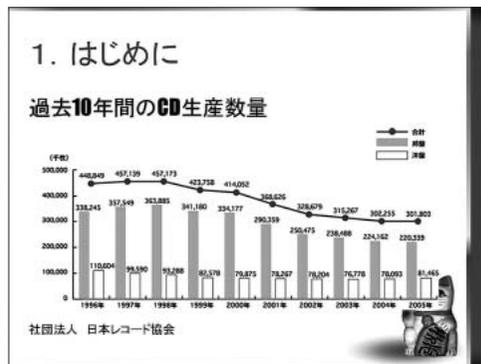


図7 グラフを利用したスライド

このようなメディアサイトライブによる撮影と記録は、特別研究費が採択された平成17年度と18年度に実施した。19年度においても進行中である。

⑤卒業研究抄録原稿提出：1月末（年度によっては2月早々を提出期限とする）。

- 卒業研究で記述した内容を、A4版の用紙2枚に要約する。
- 内容は卒業研究論文と同様の8項目（はじめに、目的、方法、結果、考察、結論、反省、参考文献）の要素を含む。
- 書式等は詳細なマニュアルに従って記述する。
- 全学生が作成した原稿は、「ビジネス心理研究 卒業研究抄録」として印刷・製本し、学生に配付する。

卒業研究抄録では、A4版の用紙2枚に、卒業研究の内容をまとめることを課している。すでに数度の推敲をなし、ほぼ完成されている各自の卒業研究をさらに集約しその骨子を掲げようとするものである。学生は、12月に提出した卒業研究をもとに、プレゼンテーションにおける質疑を参考として、再び内容を吟味し、最もアピールする箇所を決められた形式の中で記入していく。

この抄録は、「ビジネス心理研究」として製本するため、字句の使用に対する気配りもおろそかにしないよう指導している。卒業研究口頭発表（プレゼンテーション）での指摘を受けて、自分の研究に最もふさわしい題目に変更したり、述べる順序を変えたりするなど大幅な改訂も見られた。いろいろな方向から自分の研究を見直し、担当教員以外の教員の視点も入ることによって、研究に

対する思考が深まっていることは間違いない。また、思考の深まりが、文章を書いたり、口頭で発表したりする表現によって、獲得されることも身を以て知ることができると思う。

2005年度までは、卒業研究論文の優秀者のみが「ビジネス心理研究」に成果を発表するという形を取っていたが、2006年度からは、全学生の抄録を掲載することにした。これによってすべての学生が、平等な教育の機会を与えられ、学力の向上も図ることができた。

上記から知られるように、各学生は、卒業研究において最低3回の提出を要求されている。各提出に付き、教員による2～3回以上の指導が入るのが普通だから、学生は各自の卒業研究において最低でも6～9回以上の推敲及び書き直しをしているとよいだろう。こうした作業は、専門科目の理解を深めることはもちろん、文章表現、口頭表現、プレゼンテーション力などの表現力を育成し鍛えていくという点からも大きく貢献している。つまり、専門分野と表現教育とをタイアップすることによって、プレゼンテーションを含めた表現教育は、実務を越え、思考力・論理力を鍛えることのできる教育となり得ているのだ。専門分野に対する掘り下げは、プレゼンテーションを含めた表現能力の育成無くしてあり得ないことになる。ビジネス心理科の場合、全ての分野の教員がプレゼンテーションを含む表現法ということに理解があるために為し得たことといえるだろう。

卒業研究において、論文・プレゼンテーション・抄録という3種類の課題を出し、その都度、添削及び指導をするということは、教員にとっての負担も少なくない。しかし、本学で毎年実施している、学生による「授業に関するアンケート」で卒業研究に対する評価はかなり高い(注3)。学生にとって、卒業研究が、学ぶことのまとめとして有効に機能していることの証であろう。専門分野の掘り下げと共に、卒業研究の各所で為されている表現教育が評価されていると理解している。プレゼンテーションを目標にした表現能力の教育は、表現担当教員が孤立して為すべきものではなく、専門分野と連動してこそ意味があることを、改めて実感する。少なくとも、このような体制によって卒業研究を実施出来ることが、ビジネス心理科のプレゼンテーション能力育成においては不可欠であるといえよう。

4、まとめ及び今後の課題

本学科では、表現力の充実を教育目標の一つとして掲げている。創設以来実務文書が書けることを目指して、「ビジネス文書技能検定(3級)」(実務技能検定協会)の受験を推奨しているのもその一環であり、毎年7月において新1年生の9割以上が受験し、その内の約9割が合格するという実績を残している。このように、検定を目指して学習させることで集中的に表現力を伸ばすという方法も有効といえる。

しかし、学生が語るべきものを内に持っている卒業研究という形こそ、文章表現力、プレゼンテーション力ともに育成するのに最適なチャンスであると捉えるべきではなからうか。学生は、約1年の間、自分の課題を考え続けると同時に、それに対する適切な表現手段を継続的に模索していくことになるからである。こうしたことは、決して目新しいことではないかもしれない。しかし、国語力の低下が指摘されている昨今、卒業研究と表現力育成とを連動させることを改めて提唱したいと思う。

本学科でこうした形式がスムーズに進んで来たのは、卒業研究担当の教員(専任教員全員)が、卒業研究における表現力を不可欠なものとして認識し、全員一致で取り組んで来た結果である。表現力、プレゼンテーション力の育成は、表現科目担当の教員のみでの力では浸透させられるものではない。レポートや課題の発表等すべての科目において育まれるべきものだろう。中でも、学生が全力を傾ける卒業研究においては、表現力の成長が大きく期待出来る総合的なプレゼンテーション教育の機会として、是非、見直されるべきではないだろうか。学生が全力を傾ける卒業研究とリンクさせる

からこそ、プレゼンテーション能力の育成はもちろん、表現能力全般の飛躍的成長が望めると考える。

本学科の卒業研究は、課題の決定・調査・集計・論文執筆・プレゼンテーション・抄録執筆をほぼ10ヶ月で行っている。学生はもちろん、担当教員の方も、多大な時間を費やすことになる。そこで、一応完成させるわけだが、さらに時間をかければ、より深みのある研究となるかもしれない。この点は、今後の課題の一つといえるだろう。また、日々コンピュータ技術が進化する現在、プレゼンテーションの最新技術や最新の撮影技術をどんどん導入させていくことも必要だろう。

今後は、こうした点も改良しながら、現在行っている総合的なプレゼンテーション教育をさらに発展させていきたいと考えている。

- (注1) プレゼンテーション実務士の必修科目は10単位で、ビジネス心理科では、日本語表現法・プレゼンテーション論・口頭表現トレーニング・プレゼンテーション演習A～C・コンピュータ・リテラシー演習・コンピュータ・ネットワーク演習の科目が相当する。
- (注2) 平田祐子「日本人のコミュニケーション能力向上についての一考察－日本人の特性を考慮したプレゼンテーション教育－」(2003.3「同志社国文学」)参照。
- (注3) 平成18年度、学生による「授業に関するアンケート」(前後期末にすべての科目で実施)において、ビジネス心理科「卒業研究」(授業の目的の理解)では、5段階中4.55(担当教員7名の平均)という評価を得た。