

神戸

009



(令七国発後)

小論文

- ・問題は1〜10ページである。
- ・下書き用紙は中に2枚入っている。

注意 解答は答案用紙に縦書きで記入しなさい。

次の文章を読んで、あとの問一〜三に答えなさい。

自分の考えやアイデアについてプレゼンテーションをする機会が増えています。新しい商品についてのアイデアを提案したり、研究・開発した成果を発表したり、新しい仕組みについて議論を巻き起こそうというような機会です。あるいは、面接で自分の可能性をアピールしたり、未来のビジョンを共有して一緒に活動する仲間を募ったり、つくった作品を通して他の人に刺激を与えたいということもあるでしょう。このように、プレゼンテーションは現代社会を生きるための必要不可欠な営みになっています。

ところが、自分が持っている知識やアイデアを一生懸命に伝えたとしても、相手の考え方に影響を及ぼしたり、行動を促したりするのは難しいというのも事実です。

伝えた相手に理解してもらえたとしても、その場を離れたらすっかり忘れられるということはよくあることです。ただ「伝える」だけでは、それが聴き手の一部になることはないと考える方がよいでしょう。聴いたことを自分の経験や知識と結びつけることがなければ、定着せずに流れ出ていってしまうのです。そのため、「伝える」ことにいくら注力しても、聴き手の考えや行動を変えることにはつながらないのです。

そこで、プレゼンテーションを「伝達」の場ではなく「創造」の場であると捉え、聴き手の想像をかき立て、新しい発想や発見を生み出すきっかけとなるプレゼンテーションをつくりましょう。

聴き手を創造的にするということのイメージをつかむために、ここでは小説を例に考えてみることにしましょう。小説を読むとき、読者はそこに書かれていることを手がかりにしながら、作品の世界を想像します。すべてのことが書かれているわけではないので、読者は自分でも補いながら想像しています。つまり、自分なりに世界を「想像」＝「創造」しているのです。これが、小説を読んでいる読者も「創造」的な活動をしていると言われる所以ゆえんです。小説は、作者が読者に何かを「伝える」というよりは、作者と読者が同じ側に立ちながら作品の世界を「つくる」のです。

プレゼンテーションも同じように捉えることができます。プレゼンテーションにおける語り手と聴き手は、伝える者と受け取る者ではなく、プレゼンテーションの内容に向かつて同じ側に立ちながら、ともに「つくる」パートナーだという捉え方です。聴き手は、小説の読者と同様に、そこで語られたことを手がかりにしながら、自分なりに考え、想像＝創造するのです。

そう考えると、プレゼンテーションにおいて重要なのは、「聴き手にどう伝えるか」ではなく、「聴き手の創造をどう引き起こすか」ということになります。極論を言ってしまうえば、語ったことが正確に伝わらなかつたとしても、聴き手が新しい発想や発見を得たならば成功だと言うことさえできるでしょう。このように、聴き手を創造的にするプレゼンテーションを、「創造的プレゼンテーション」(Creative Presentation)と呼ぶことにします。

それでは、「創造的プレゼンテーション」はどのようにつくることができるのでしょうか。もっとも大切なのは、どうすれば聴き手の新しい発想や発見を誘発できるのかをきちんと考えてつくるといことです。聴き手を突き動かす「メインメッセージ」を考え、それを「心に響くプレゼント」になるようにつくり込んでいきます。そのとき、聴き手に新しい発想や発見が起きるとい「成功のイメージ」を持つて、そのイメージに近づくようにします。

このようにつくられたプレゼンテーションは、聴き手が自分なりの発想や発見を生み出すことを促します。「創造的プレゼンテーション」は、情報の提供ではなく、創造の体験を生み出すことなのです。語り手自身も、その準備・実践・反応を通じて発見や成長があるはずで、「作品をつくることで作者自身が成長する」と多くの小説家や芸術家が語っていますが、同じことが「創造的プレゼンテーション」の語り手にも起きるのです。このように考えることで、プレゼンテーションは語り手にとっても聴き手にとっても創造的な営みとなるのです。

「創造的プレゼンテーション」では、聴き手が自分なりの発想や発見を生み出す「創造」の手助けをします。そのような創造を誘発するといつても、「何でも自由に考えてください」というわけにはいきません。自由過ぎる状態では人は創造的になれないからです。創造性を誘発するには、ある種の制約やきつかけが必要です。

ところが、いろいろと情報を提供するだけでは、つかみどころのないプレゼンテーションになってしまい、聴き手が考えを深めたり行動したりするきっかけを提供することはできません。

語り手が話したいと思うことを話すだけでは、「これを言うためにはあれを説明しなければならぬ」とか、「あれを説明する前にこれを説明しておいた方がいい」というように、言うべきことは芋づる式に増えていきます。しかも、「せっかく話せる時間があ\nるのだからあれも言うておこう」という気持ちにもなりがちです。そうやってつくられたプレゼンテーションは、結局何を言いたいのかわからないものになってしまいます。

そこで、自分が聴き手に最も伝えるべきメッセージを一つに絞り、それを核としてプレゼンテーションをつくるようにしましょう。メッセージを考えるとときには、「自分」、「相手」、「創造」という三つの視点から考えるとよいでしょう。

まず、自分の経験や知識にもとづいて心から大切だと思っていることのみで、他の人に伝えるべきことは何かを考えます。そして、自分が確信を持っていて、それを語る時に熱が入ってしまうようなものを選びます。メッセージは語り手によって語られることで力を持ちます。そのため、語り手がその内容に確信を持ち、情熱を注ぐことができることが大切なのです。

次に、自分が伝えるメッセージが聴き手にとって本当に必要・重要なものかを考えます。自分にとってどんなに重要な内容であっても、聴き手にまったく関係のないものであれば、語り手の自己満足になってしまいます。

さらに、そのメッセージが聴き手の新しい発想や発見につながるかどうかも考えます。「創造的プレゼンテーション」では、単にメッセージを伝達するのではなく、聴き手が創造的になることを目指しています。そのため、たとえメッセージが聴き手にとって必要・重要なものとしても、新しい発想や発見につながるものにはメッセージとしては不十分だということになります。

これらの三つの視点を行き来しながら、メッセージを考え、絞り込み、磨いていきます。自分、相手、創造の視点から考えるところは、その順番で進む線形的なプロセスではありません。三つの視点を行ったり来たりしながら詰めていき、一つの「メインメッセージ」にまとめあげていくのです。

プレゼンテーションをつくる最初の段階で「メインメッセージ」を考えますが、その内容や表現については、徐々に洗練され明確

なものになっていくものです。多くの場合、最初の段階では荒削りなのですが、プレゼンテーションをつくる過程でそれを洗練させていくことになります。そして、「メインメッセージ」は、最初から頭のなかにあったものを外化して得られるのではなく、それについて考え抜く過程で結晶化されてくるものなのです。その意味で、プレゼンテーションをつくることは、一種の「学び」(つくることによる学び)でもあるのです。

こうして得られた「メインメッセージ」は、最終的にはとてもシンプルなかたちになります。シンプルでストロングなメッセージ——これを目指しましょう。「メインメッセージ」がしっかりとっているプレゼンテーションは、聴き手にとってわかりやすいものになるだけでなく、心を動かす力を持つようになります。

聴き手に届けるべき「メインメッセージ」が固まってきたら、今度は、それをどのように聴き手に届けるのかを考えます。聴き手がどのような知識・経験を持っているかによって、理解しやすい表現は異なり、発想や発見を促す方法も異なるからです。

このとき、漠然とした「聴き手一般」を想定するだけでは、聴き手ひとりひとりの心を動かし、創造を誘発するプレゼンテーションをつくることはできません。

なぜ「聴き手一般」を想定するのではダメなのでしょう。それは、「聴き手一般」というものが具体性を欠く曖昧なイメージに過ぎないからです。そのような曖昧なイメージにもとづいてつくられたプレゼンテーションは、誰にも響かないものになりがちです。とはいえ、「聴き手一般」を想定したくなる気持ちもわかります。プレゼンテーションをつくる段階では、聴き手は目の前にいるわけではなく、一度も会ったことがない相手に対してプレゼンテーションを行うことも多くあるからです。「聴き手」をイメージするための工夫が必要なのです。

そこで、いまつくっているプレゼンテーションが誰に向けてのものなのかを、聴き手になる人を具体的にイメージして、その人の心を動かすような魅せ方を考えましょう。

まず聴き手がどのような人たちなのかを把握します。そのプレゼンテーションの目的や場所によって、ある程度の見込みが立て

られるはずで。継続して行われている会であれば、主催者は過去の参加者についての情報を持つているかもしれません。

その上で、「特定の誰か」を具体的に想像します。プレゼンテーションを届けたい意中の人がいるのであれば、その人をイメージします。あるいは、聴き手のなかに知り合いがいるのであれば、その人をイメージするのによいでしょう。聴き手が全員知らない人である場合には、代わりに聴き手と同じ分野や年代の身近な人をイメージするようにします。そして、その特定の人に対して、どのような魅せ方をするとよいのかを考えていきます。

このとき、「プレゼンテーション」を聴き手への「プレゼント」だと捉えてみましょう。プレゼントを贈るときには、贈られる人のことを考えて選ぶはずで。相手のことを考えなければ、独りよがりなプレゼントになってしまうからです。逆に、贈る側もその人らしいものを選ばないと、その人が贈る意味が薄れてしまいます。同じことはプレゼンテーションにも言うことができるでしょう。プレゼンテーションは語り手にとっても聴き手にとっても素敵な体験となるようなプレゼントであるべきです。

興味深いことに、多くの作家が、作品を最初に見せたい特定の人がいると言います。つまり、一般に広く公開される作品であっても、つくっている段階では不特定多数の人々ではなく、見せたいと思う特定の人を想像しているのです。そうすることが、多くの人の「心に響く」ものになることを知っているのでしょう。「個」を徹底して追求すれば、「普遍」につながるものなのです。

ここで少し注意が必要です。特定の人を想定するのは、相手に迎合するということではありません。また、内輪受けでよいというだけでもありません。その特定の人というのは、あくまでも「聴き手全体のなかにいる一人」です。特定の誰かに着目するのは、聴き手をリアルに感じるための工夫であって、あくまでも「聴き手全体」を代表する一人なのだということは忘れないようにしましょう。

こうして、「心に響くプレゼント」としてつくられたプレゼンテーションは、語り手の思いも伝わり、好感や共感を引き起こし、多くの人の心を動かすものになります。語り手にとっても話しやすい雰囲気となり、ますますいきいきとした素敵なプレゼンテーションになるでしょう。

「メインメッセージ」を明らかにし、それを「心に響くプレゼント」になるように作り込むときには、そのプレゼンテーションを通じて聴き手にどうなっただけでほしいかを考えます。「創造的プレゼンテーション」で目指すのは、聴き手が新しい発想や発見を生み出すのを誘発することです。

ところが、いざプレゼンテーションをつくり始めると、聴き手の「創造」を促すことよりも、「伝える」ことに意識が集中してしまいがちです。

プレゼンテーションをつくる際には、内容や表現をつくり込む作業に多くの時間を費やすことになるため、どうしても「伝える」ことに意識が集中してしまいます。しかしながら、途中で目的がすり替わってしまうと、プレゼンテーションをつくる際の様々な意思決定がブレてしまいます。

そこで、プレゼンテーションによつて、聴き手がどのようなことが成功なのかをイメージし、それを実現するようにプレゼンテーションをつくり込むようにしましょう。

プレゼンテーションを通じて聴き手が創造的になるということには、いくつかの種類があります。語られた内容を「自分にもできる」「自分もやるべきだ」ということを発見する場合、提示された認識枠組みによつて世界の見え方が変わる場合、語り手の志や挑戦、態度に刺激を受け、新しい生き方を見出す場合などが考えられます。

まず、プレゼンテーションで紹介した行動・活動について、聴き手が「自分にもできる」ということを発見する場合が考えられます。聴き手が、その行動・活動がいかに意義があることを感じ、「自分にもできる」「自分もやるべきだ」「自分もやりたい」と考えるようになるのです。難しかったりコストがかかったりするものではなく、すぐにでも簡単に始められるという印象を持ってもらえれば、実際に行動につながる可能性が大きくなります。

次に、プレゼンテーションで提示された認識枠組みによつて、世界の見え方が変わり、それによつて、今まで見えていなかった側面や部分が発見するということが考えられます。そのためには、認識枠組み自体を理解した上で、それをどのように応用することが可能なのかについてのイメージが広がることが重要です。「たとえば、こういう分野にも応用できるかもしれない」とか「こう

いうものとの組み合わせでまったく違うシステムができるだろう」というような話が出ていけば発想しやすくなるでしょう。

そして、プレゼンテーションの語り手の志や挑戦、態度に共感したり魅了されることで、刺激を受けるということも考えられます。聴き手は、今の自分の生き方とは違う生き方を発見するのです。そのため、プレゼンテーションで紹介する内容だけでなく、それを生み出したプロセスや背後にある思想・哲学などが刺激となります。語り手が今回紹介したのは、あくまでも語り手自身の生き方に過ぎないということが意識されれば、聴き手は自ずと自分の他の生き方の可能性についても思いを馳せるはずです。

どの場合も、プレゼンテーションで示す内容が魅力的であり、わかりやすいものであることが前提です。その上で、聴き手の新しい発想や発見にどうつながるのかを考えながらつくり込んでいくことで、「創造的プレゼンテーション」が実現するのです。

その結果、プレゼンテーションを単なる「伝達」ではなく、「創造」の場とすることができます。また、「成功のイメージ」を持つことで、ブレることなく実現させていくことができるようになり、全体としての統一感も生まれます。「成功のイメージ」は終始持ち続けることが大切なので、適宜「成功のリマインド」を行うことで、そのイメージを忘れないようにしましょう。

「創造的プレゼンテーション」を継続的に行っていくには、そのときどきの準備だけでなく、日々の生き方も関係してきます。まず、自分らしい内容や表現が出せるような「独自性の追求」が不可欠です。そして、聴き手をいかにして惹きつけるのかという自分なりの「魅せ方の美学」を構築していくことも必要です。そして、プレゼンテーションにはその語り手自身がよくも悪くも投影されてしまうものです。だからこそ、日頃から自分らしい「生き方の創造」を続け、本気で生きることが大切になるのです。

これらのパターンは、一回一回のプレゼンテーションをどうつくるのかという話ではなく、プレゼンテーションを日々行う生き方についてのものなので、究極のパターンと言うことができます。これらのパターンまで実現できれば、プレゼンテーションの達人と言えるでしょう。

「創造的プレゼンテーション」の経験を積み、聴き手の発想や発見を引き出すプレゼンテーションができるようになってきました。

ところが、どこか根本的なところで、他の人と同じようなプレゼンテーションになってしまっているということがあります。

プレゼンテーションの経験が増え、スキルも磨かれたため、たしかに上手くできるようなものにはなっているのですが、内容や表現に「突き抜ける」感じがなく、どこか無難にまとまっているものになってしまいがちです。内容も表現も、どこか「借り物」のような感じがしてしまうのです。

そこで、プレゼンテーションをつくるたびに、自分を深く深く掘り下げ、内容においても、表現においても、独自性を追求しましょう。

独自性は、「ここではないどこか」にあるわけではありません。多くの場合、自分の「原点」に立ち返ることで見えてくるものです。自分は何をしたかったのか、そしてそれはなぜなのか——そういうことを、実践のなかで探り当てていくことが「独自性の追求」です。独自性は、内容とその表現の両方に求められます。

内容における独自性とは、突き詰めると、この世界をどのように捉えるのかということに行き着きます。「世界とは、人間とは、こういうものだ」という認識や、「こうあるべきだ」という考え、「こうであると素敵だ」という未来像も、それぞれの人が持つ世界の捉え方です。

村上春樹さんは、彼の小説が語ろうとしていることには共通点があるといえます。それは「あらゆる人間はこの生涯において何かひとつ、大事なものを探し求めているが、それを見つげることのできる人は多くない。そしてもし運良くそれが見つかったとしても、実際に見つけられたものは、多くの場合致命的に損なわれてしまっている。にもかかわらず、我々はそれを探し求め続けなくてはならない。そうしなければ生きていく意味そのものがなくなってしまうから」ということだといえます。一つひとつの小説は異なる世界の異なる人々を描いています。それを貫くものがあるからこそ、彼の作品から独自性が感じられるのです。

このように、真の独自性とは単に他と違うということではなく、その人でなければ到達できないような、普遍的な本質に迫るものです。村上さんはよく、深く深く「井戸を掘る」というメタファーを使いますが、まさに地底に潜む「水脈」を見つけに行くということなのです。

表現における独自性は、いま自分がつかみかけているものをどのような表現によってかたちにするのかということに関係します。文章でいえば文体、絵画であればタッチや色使いに独自性が出てくるということです。表現のスタイルは、単に表現されたものの表面に表れるものではなく、表現を生み出すのを支えるものです。村上春樹さんは文体について、「自分の文体を使うと、自分が考えている以上のものが出てくる。そこがまた好きなところで、自分が何を考えてるのか、何を求めているのかよくわからなくても、文章にするとだんだんわかってくるんです」と語っています。つまり自分なりの表現のスタイルを持つということは、表現の過程における創造を誘発することなのです。

このような独自性は一朝一夕には生まれません。また、じつと待っているだけでも得られません。独自性は、日々いろいろなことを考え、体験し、そしてつくり続けることによつて築かれるものです。プレゼンテーションの場合であれば、「創造的プレゼンテーション」を実践し続け、自分らしさを彫琢し、独自性へと昇華させていくほか道はありません。

以上のように「独自性の追求」をしていくことで、その人からしか生み出せないプレゼンテーションをつくることができるようになります。そのようなプレゼンテーションであるからこそ、「世界を変える力」を持つのです。

出典 井庭崇、井庭研究室『プレゼンテーション・パターン…創造を誘発する表現のヒント』慶應義塾大学出版会 二〇一三年
(ただし、本文の一部に改変および省略がある)。

問一 創造的プレゼンテーションが、「創造の体験を生み出す」(傍線部ア)とはどのようなことなのか、本文の内容に即して二〇〇字以内で説明しなさい。(配点四〇点)

問二 創造的プレゼンテーションをつくる上で大切にすべきこととは何か、本文中にある各要素のうち最も重要だと思われる要素を三つあげて、それぞれについて説明しなさい。説明は合計で三〇〇字以内で行うこと。(配点六〇点)

問三 あなたが志望する学科(発達コミュニケーション学科、環境共生学科、子ども教育学科)に入学した後に、どのような学びと成長をあなたが目指すのかについて、本文全体の論旨を踏まえたうえで、プレゼンテーションを一〇〇〇字以内で作りなさい。なお、プレゼンテーションは、志望する学科に所属する教員を対象に想定して作ること。(配点一五〇点)