

アメリカ大統領選のコミュニケーション教育への活用

On the Use of American Presidential Election as Learning Materials for Communicational Education

佐々木 智之*

Tomoyuki Sasaki

概要

アメリカ大統領選は、コミュニケーション教育における学習材のソースとして有効性が高い。本稿では、ニクソン対ケネディ、オバマ対マケインそして2016年のトランプ対ヒラリーを例にとり、主にノンバーバルの視点からアプローチするコミュニケーション教育としての有効性を示す。加えて、アメリカの大統領のスピーチを題材にすることの価値についてバーバルの視点から教育的意義について考察する。

1. 題材の価値

昨今のアメリカ大統領選報道は、特に今年のドナルド・トランプへの注目度において、日本の政治ニュースを超える勢いである。アメリカ大統領選において候補者が行う選挙活動の中で、最もコミュニケーション教育の題材となり得るのがディベートである。3回に及ぶディベートは全米で生放送され、投票への影響が大きいと言われている。各候補者が国民の支持を得るために様々な手法を用いて、対立候補者よりも自分の方がアメリカの大統領にふさわしい人物であることを説く。そこにコミュニケーションを学ぶ要素が生まれる。

2. ケネディ対ニクソン

コミュニケーション教育の題材として、バーバルとノンバーバルを扱うことは基本中の基本である。この二つの要素を扱う題材としてケネディとニクソンのディベートが分かりやすい例の1つとして用いられている。その歴史的ディベートは次の流れで伝えられている。

- ①ラジオ放送のディベートでは、ニクソンが優勢ととらえられた。
- ②テレビ放送のディベートに向けて、ケネディ陣営はスタジオの背景色を考慮して当初予定していた色とは違うスーツに変えた。
- ③テレビ討論後の調査では、ケネディ側の好感度が高く、形勢は逆転した。

この事例はコミュニケーションの受け手である国民が、音声による情報をもとに判断しているバーバルコミュニケーションでは映像による視覚的情報がないため、スピーチの内容に特化してノンバーバルの要素に重きをおいたことがわかる。それに対してテレビ討論は、ブラウン管に映った候補者の外見という視覚的要素のインパクトが強い。バーバルに加えて、ノンバーバルの要素がもつ影響力が作用した。ノンバーバルの要素は、バーバルの要素に比べて影響力が強いことを支持する立場からは実に説得力のある事例である。

ただし、ラジオ放送が完全にバーバルコミュニケーションだけで、ノンバーバルの要素を一切排し、その影響力が全くないとは言い切れない。主たる情報の伝達がバーバルコミュニケーションであっても、ノンバーバルの要素が介在する。人間の発する声は、声質、抑揚、強弱を伴う。それらの要素は、音声言語であっても発言者の心情を聞き手に想像させるには十分である。

3. オバマ対マケイン

2008年の選挙戦において、バラク・オバマの存在は、与党の共和党だけでなく、野党の民主党内においてもセンセーショナルな出来事であった。共和党候補者のマケインにとって、オバマの若さ、黒人であること、演説の説得力は脅威である。党を挙げてオバマへの対抗措置をとる。いわゆるネガティブキ

キャンペーンである。しかしオバマは誹謗中傷に同じレベルで対抗するのではなく、誠意ある姿勢を一貫させた。テレビ討論においても、必死にオバマ打倒を図るマケインと冷静なオバマの対応が対照的に映し出され、オバマの好感度は上昇した。下の画像はそれを如実に物語る。

図1 笑顔のオバマと無視するマケイン



対人コミュニケーションにおけるノンバーバルの要素として、顔の表情は影響力が大きい。敵に対しても笑顔で接しようとするオバマに対し、マケインはアイコンタクトをとろうとしない。さらに討論終了後に手を差し出すオバマを無視したことが翌日のニュースで報じられた。これらの事例はノンバーバルコミュニケーションの価値や重要性を理解するための学習題材として説得力を有する。

4. トランプ対ヒラリー

2016年の選挙戦におけるトランプとヒラリーのテレビ討論は、コミュニケーションの Don't's(べからず)を扱う上で有益であった。メディアは3回のテレビ討論の最中、特にトランプ候補の態度がいかに無礼なものだったかを強調した。「非難合戦」「周到な挑発」「発言遮る場面も」「激しい応酬」などと、2人の討論を表現する新聞記事の見出しにそれが表れている。コミュニケーション教育の視点として、3者に視点をあてた。それはその時点で発言の機会が与えられている者、聞き手、第三者つまり聴衆や司会者である。発言者が自分のスピーチ中に討論の相手からことばを挟まれることはどのような悪影響があるか。より良い発言をするために、自分が聞き手のときにすべきことは何か。はたして両候補者のやりとりは聞き手である国民を説得する上で有効に機能しているのか。自分がヒラリーだとしたらトランプのような相手とどのようにコミュニケーションを図るか、もし自分が番組の司会者だったらどのように進行するか。こういった発問を、討論を分析するための切り込み口として提示した。

5. 大統領スピーチの有効性

アメリカ大統領のスピーチは、特に英語教育の題材として用いられてきた。英語教育雑誌が特集を組み、音声テープやCDとして商品化された。メディアの発達により、現在ではスピーチスクリプトがインターネット上でさまざまなサイトにアップロードされている。原稿だけではなく音声、画像の入手も容易である。

アメリカ大統領は選挙戦最中の討論以外でも、スピーチを行う。当選が確実になった直後の勝利宣言、就任演説、そして退任直前の Farewell Address と、どれもスピーチライターと共に練りに練った内容である。これらの原稿は、バーバルコミュニケーションの題材として次の点で価値が高い。

- ・聴衆を説得するレトリックの学習題材
- ・パブリックスピーキングにふさわしい語彙や言い回しのモデル

特に1点目に関して、オバマ大統領のスピーチ関連書籍が多く出版され、様々な視点から分析されている。2点目の公的な場にふさわしい英語表現は、ともすれば fluency を優先するあまり、「通じたからこの表現は可能」と、casual と formal の区別があいまいになることを防ぐ上で有効である。

さらにスピーチ内容の特色から、異文化に着目する題材として活用することが可能である。そのひとつが家族を話題にすることである。オバマ大統領は退任挨拶の中でミッシェル夫人や2人の娘について、まとまりあるパラグラフレベルで触れている。ヒラリークリントンがそうであったように、アメリカにおいてファーストレディは大統領の執務において相当な存在感を有している。ミッシェル夫人はホワイトハウスを舞台に子育てに関わるさまざまな活動を展開した。公的な立場と私人としての位置づけをどのように扱うか。こういった文化的背景を学習する上でもアメリカ大統領のスピーチは、学習者にとってさまざまな視点をもたらす学習題材としての価値を有していると言える。

参考文献

- (1) 海保博之：わかりやすさとコミュニケーションの心理学，2015。
- (2) 渡辺将人：オバマのアメリカ，2008。
- (3) 朝日出版社：オバマ演説集，2008。