

視覚からの情報と聴覚からの情報では どちらの方がより印象に残るのか

I 研究動機

通学中、電車に設置されてあるテレビ（消音モード）を見ていて、ふと「今、音が無い状態で見ているテレビCMと、家で見る音のあるテレビCMなら家で見るものの方がよく覚えているな。」と考えた。

そして、本当にそうなのか実証してみたくなった。もしそうなら、目から入ってくる情報と耳から入ってくる情報とでは印象に残る度合いが違うのではないかと疑問に思い、それも調べてみようと思った。

II 研究方法

①20種類のことがらについて、視覚からの情報と聴覚からの情報とに分類する。

(例：ことがら→犬

視覚からの情報→犬の写真



聴覚からの情報→犬の鳴き声)

②①でつくったアンケートをできるだけ多くの人に実施する。

③②で行ったアンケートの結果を統計にとる。

④③で統計にとったアンケート結果のグラフの横軸を、被験者の属性ごとに変えていく。

- ①性別
- ②年齢
- ③誕生月
- ④血液型
- ⑤身長
- ⑥現在住んでいるところ
- ⑦現在眼鏡またはコンタクトを使用している
- ⑧得意な教科

Ⅲ 研究内容

- ① アンケートテストの素材を決める。



セミ・ステーキ・雷・ギター・カエル・ガラス・天ぷら・雨・風
鈴・そば・川・猫・なべ・バイク・赤ちゃん・滝・犬・電車・炎・
時計の秒針

- ② アンケート用紙作製（被験者の属性も）



性別・年齢・血液型など

テストは五段階評価で行う。

映像が 印象に残った	どちらかと いえば映像	どちらとも いえない	どちらかと いえば音	音が 印象に残った

- ③ 仮説を立てる。



人は日常で様々な種類の情報を得ている。その中で特に、聴覚からの情報の量は視覚からの情報よりも多いのではないか。

- ④ アンケートテスト実施

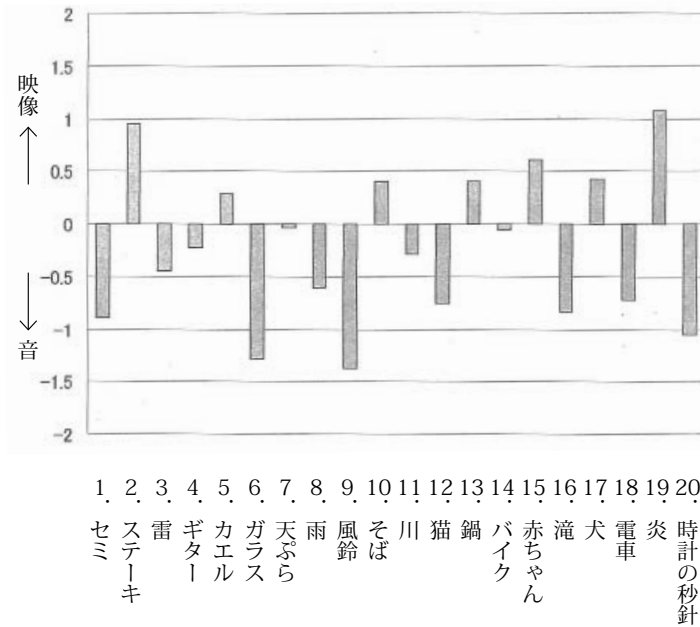


附中の生徒と先生88人に行った。

（吹奏楽部員40人、情報科学部員13人、2－A）

⑤ アンケート解析

〈被験者全員〉



→全体的に見ると
若干聴覚優位である
(13項目 / 20項目)

テスト項目をジャンル別に分類する

動物系 {
 かわいい系…猫・赤ちゃん・犬
 昆虫・は虫類系…セミ・カエル

乗り物系…バイク・電車

食べ物系…ステーキ・天ぷら・そば・鍋

生活用品系…ガラス・風鈴・
時計の秒針

気象系…雷・雨

自然系…川・滝・炎

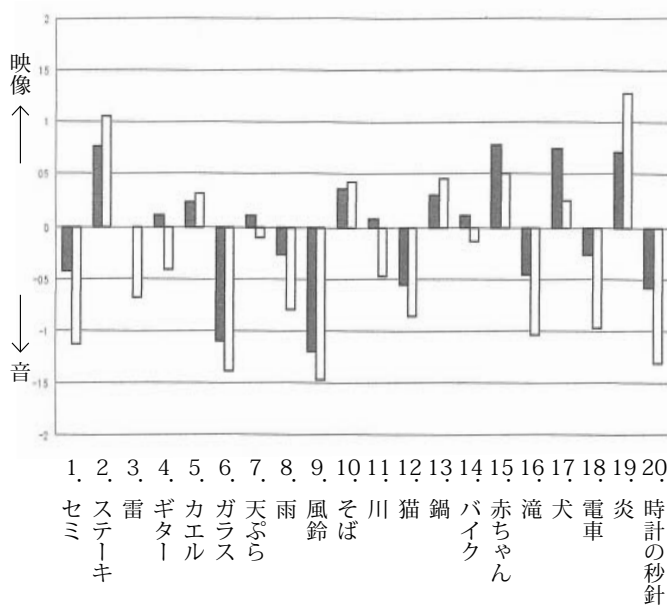
音楽系…ギター



全体の中で視覚優位なのは

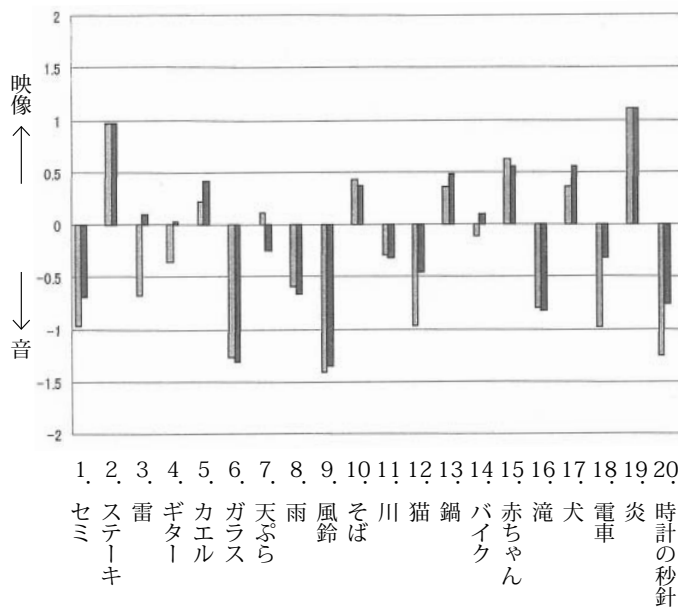
動物系、食べ物系、自然系のジャンルとなる。(——)

〈男女別〉



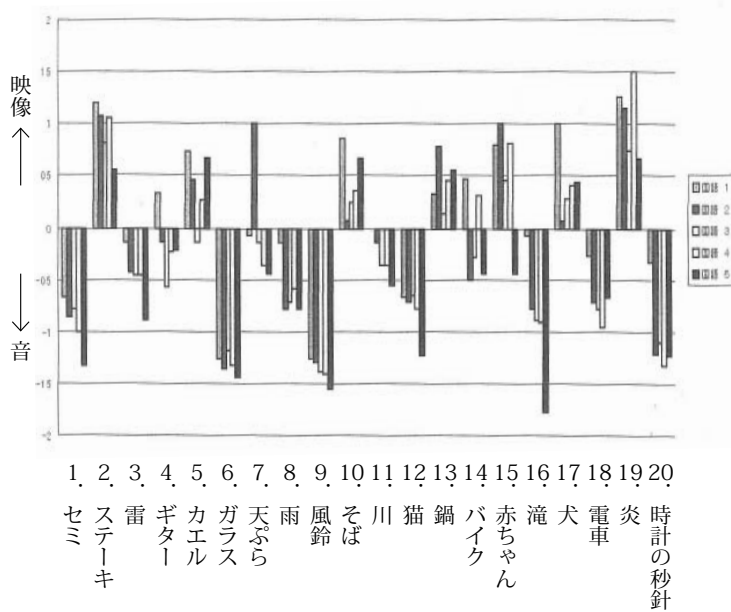
→女子は基本的に聴覚優位だが、(ステーキ、カエル、そば、鍋、炎)で視覚優位。

〈視力別〉 ※眼鏡・コンタクトあり→視力は悪い // なし→視力は良い

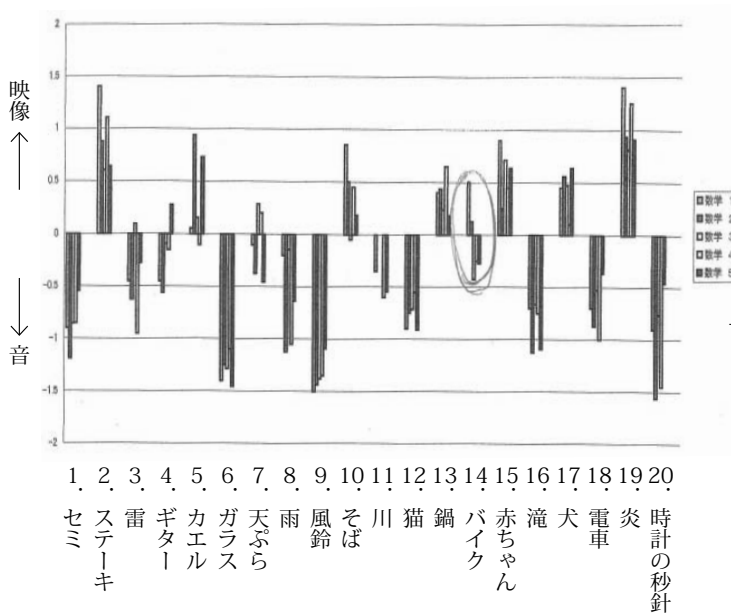


→食べ物系の項目は視力に関わらず視覚優位だった。

〈得意な教科別 ～国語・数学～〉



国語1の被験者は国語5の被験者に比べて視覚優位である。



→国語と同じ傾向になっている！

IV まとめ

◎人は視覚からよりも聴覚からより多くの情報を得ている。

- ・どちらかという、男子は視覚優位で生活していて、女子は聴覚優位で生活している。

↓

男女で性格や考え方に違いが出てくるのは
この影響もあるかもしれない。

- ・視力が悪い人は、聴覚優位で生活している。

↓

視覚からの情報が少ないので、それを聴覚からの情報で補っている。

↓

体のどこかに不自由なところがあると、他の部位がそれを補うために発達する。

※年齢別、誕生月別、住んでいる場所別の統計はとれなかった。

〔年齢…被験者が12～15才に偏ってしまったから
誕生月…月ごとに人数の偏りがあったから
住んでいる場所…地域が広すぎたから〕

V 感想

まずは始めの疑問点が解決できて良かった。この結果は日常で活用できると思う。

たとえば、私たちも行うプレゼンテーション。パワーポイントを使うと、話す方は楽になる。でも、聞き手としてはそれを見て情報を得るよりも、話し手がきちんと情報を話してくれる方が印象に残りやすい。ただ、何かを見せながら説明するとより分かりやすくなる。よって、どちらか一方に頼るのではなく、両方をうまく利用することが大切だと思う。

これから様々な場面で人に「何かを伝える」ことが出てくると思うけれど、その時に、「聴覚」に訴えると、より相手の印象に残る、ということを忘れずに活用していきたい。

VI 参考文献

「アンケート調査とアンケート解析」 菅 民男
株式会社ナツメ社 2011年 (P12～P52)