

やる気を高めるためにかかる言葉に関する研究

～上下関係と同等関係に着目して～

言語文化比較ゼミナール 1314046 花島 瑠偉

1. 研究動機・研究目的

現代社会において、新卒で就職した新入社員は就職先対して夢や希望を持ち、それらを叶えるためモチベーション（やる気）を高くもち入社する。入社当初は、多少の苦悩や苦痛をはね退け仕事に対して高いモチベーションで仕事に取り組むことが多くみられる。しかし、入社して数年経つと、仕事に対するマンネリ化や同期との差等の影響によりモチベーションに差が現れる。それが離職の原因にも繋がる可能性がある。そこで重要なのは周りの上司や同期がその人に対しどのような言葉をかけ、モチベーション向上に繋がられるかだと考える。指導者の立場である上司が、部下のやる気を高めるためにかかる言葉にはどのような特徴があるのか、同期入社した社員同士が掛け合う言葉にはどのような特徴が見られるのか。上司と同期とでは言葉かけにどのような類似点、相違点があるのか。また、社会人における上司と部下、同期の関係性に加え、大学生における先輩、後輩、同級生との関係性にも着目して、やる気を高めるための言葉かけにおける特徴だけでなく、社会人と大学生という社会的地位の違いも含めて分析したいと考えた。本研究の目的は、やる気を出すためにかかる言葉かけについて、上司（先輩）と部下（後輩）の上下関係、同期（同級生）の同等関係に着目して、その違いと類似相違点を明らかにすることを目的としている。

2. 研究方法

先行研究ではやる気を出すために、言葉をかける側がどのような行動や言動を行えば、言葉をかけられる側に影響を及ぼせられるか「人を動かすこと」という視点で検討していきたい。次に言葉かけをティーチングの視点と、コーチングの視点から研究し、どちらのほうが相手にやる気を出させることができるのか分析をする。また、社会人、大学生を対象としたアンケート調査を行い、悩んでいる部下（後輩）または同期（同級生）に向けて、やる気を出すためにどのような言葉かけを行うのか選択形式で調査を行う。主に「コーチング」、「ティーチング」、その他の観点からどちらを用いて言葉かけを行っているのかを調査し、部下（後輩）と同期（同級生）との類似点と相違点、社会人と大学生による類似点、相違点を明らかにする。

3. 主な結果と考察

先行研究では、やる気を高めるためには相手に対して「自発的行動」を促さなければならないことが明確になった。また、やる気が低下する原因とは「やらされている感」を相手に感じさせてしまうことにある。次にアンケート調査によって大学生と社会人のやる気を高める言葉かけについての類似点、相違点を調査した。類似点は、「ティーチング」の言葉かけをした場合、その後の反応は「変わらない」割合が多かった。一方、「コーチング」の言葉かけをした場合、その後の反応は「やる気になり積極的に取り組んだ」割合が多かった。相違点に関しては、大学生は「ティーチング」の言葉かけ、社会人は「コーチング」の言葉かけを多く適用していることであった。原因の推測としては、大学生は社会人と比べ知識、経験が少ないことから、考えるというよりも教えて動かすことが多いため「ティーチング」の言葉かけが多くなる。一方社会人になると、大学生と比べ長期期間を見据えての言葉かけになるため、教えるというよりも考えさせることが多いため「コーチング」の言葉かけが多くなったと考えられる。アンケートの結果、大学生と社会人との言葉かけの相違は、期間と知識、経験、技術の差にあると推測する。

4. 結論

上記で記した結果として上司や部下、先輩や後輩に対しての言葉かけの場合は、学生の立場と社会人の立場とでは異なることが明らかになった。以上のことから、「コーチング」を言葉かけの中で取り入れるためには相手との会話は、8割相手が話し、自分は2割程度が良いとされている。相手の話を聞き、「同意」し、「どうしたら良くなると思う？」とフォローすることで相手からは好意をもたれ、相手のやる気も高まっていく。それにより、相手は今自分がしなければいけないことに気づき、自らの意志によって行動をすることができる。同期や同級生に対してやる気を高めるためにかける言葉かけは「コーチング」による言葉かけを意識することが大切である。その際に大切なことは、決して「否定」と「アドバイス」をしてはならないことである。

5. 卒業論文の執筆を終えて

本研究の目的は、人間なにをするときも必要になる「やる気」に焦点を当てて「やる気」を高めるためにはどのような言葉かけが適切であるのかを調査することであった。人間の主な悩みは対人関係である。しかし、本研究の「やる気」を高めるためには必ず他者の存在が大切であった。今回、調査を行った社会人、大学生でいえば上司、部下、同期あるいは先輩、後輩、同級生が身近な環境である。人間の欲求として「承認欲求」が最大のやる気に繋がることを考えれば、「やる気」を高めるために最も有効的であるのは、他者からの言葉かけである。研究の結果は、主に「自発的行動」を促す為にも「コーチング」の言葉かけを多用し、自らが考えを「教える」のではなく、相手に答えを「導かせる」ことが重要であった。今後、この調査を様々な分野で生かしていければと考えている。