

就職活動で求められる コミュニケーション能力に関する一考察

— 発・信・力 —

小 倉 淳*

1. はじめに

21世紀はコミュニケーションの時代！ 今、必要なのは「コミュニケーション能力」。人々が求められているのはコミュニケーション力！ などなど、「コミュニケーション」という言葉を耳にしない日はありません。もともと外来語のこの「コミュニケーション」という言葉、私自身が、江戸川大学の「メディアコミュニケーション学部」の「マス・コミュニケーション学科」で教鞭をとるようになって、改めて「コミュニケーション」という言葉に振り回されてさえいるような気がします。

「コミュニケーション」とは日本語にするとどんな意味になるのでしょうか？ 大辞林という辞書によれば、「人間が互いに意思・感情・思考を伝達し合うこと。言語・文字その他、視覚・聴覚に訴える身振り・表情・声などの手段によって行う。」と書かれています。「思考の伝達」、「意思の疎通」。外来語の中には日本語に訳し難い言葉もたくさん存在しますが、この「コミュニケーション」という言葉もそんな日本語に訳し難い言葉のひとつなのかもしれません。

ゼミ生達や就職活動を迎えた学生達の中には、「先生、コミュニケーション能力をつけるには、どうすればいいのでしょうか？」と切実に訴えて

くる学生達も少なくありません。その度に、言葉を尽くし、いろいろな角度から話をしてはいるのですが、どうも伝わらない。「コミュニケーション」をどう伝えたら良いのか？

そんな時に思いついたのが、「コミュニケーションを言葉として訳すのではなく、学生達が求められているモノはいったい何かと逆から考えてみたらどうなんだろう?!」ということでした。

特に就活の場面で日々、面接官たちから学生達が求められているモノ、それは、「あなたは誰で、どんなことをして来て、何を求めている、何がしたいのか？そして、何ができて、どうなりたいたいか？」という学生自身のこと。自分自身が何者で、どんなことがしたくて、どうなりたいたいかということを分析し、その自分を面接官に伝えて納得してもらうこと。

つまりは、自分自身を発信して相手に思いを繋げる能力が求められているのです。

自らを発信し相手に繋げる能力＝「発・信・力」

「発・信・力」という言葉で、求められているモノを表現する。発信する側を「発信者」、受け取る側を「受信者」という言葉で表現することで、より分かり易く伝えることが出来るのではないかと。

「発・信・力」という言葉をより詳細に分析し、「発信者」と「受信者」の関係をより鮮明に定義することで、私自身が戸惑いを覚えていた「コミュニケーション」という言葉をより伝え易いモノに変換することが出来るのではと考えたのです。

2011年11月25日受付

* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授 テレビメディア論

2. 受信させられる時代

まずは、今の時代に生きる子供達の毎日の生活を考えてみたいと思います。

朝起きれば、どの家庭でもだいたいテレビがついていて朝のニュース番組や情報番組がまるでBGMの様に家の中に流れ、その画面を見るときも無く情報を感じながら朝食をとる。携帯を片手に家を出て、メールやソーシャルネットワークで身近な人々からの情報を確認し、耳にはヘッドフォンをつけ、音楽などの情報を聞きながら駅へと向かう。電車に乗れば中吊り広告やら壁面広告、最近では電車の車体にまで派手な広告が溢れ、欲しくもない情報を目にする。学校に着いて授業がスタート、与えられたカリキュラムに従い繰り返される毎年変わらない誰にも同じ授業内容という情報の中で終日過ごす。部活などに入っていないければ、塾や進学予備校に向かい、受験に必要とされる情報を反復学習させられて帰宅。テレビの情報を見ながら夕食を済ませ、パソコンや携帯電話等でインターネットを利用し情報の波間を漂う。更にベッドに入っても携帯電話などでソーシャルネットワークの情報を貪る。こんな日々が1年365日のほぼ3/4にも及び、それが小学校から高校までの12年間続く計算になるのです。今の子供達は、生まれた時から「情報端末」が身の回りに溢れた生活を送っています。家のテレビは当然の様に複数台あり、自分だけでテレビ番組を選択し、見ることが出来る。見逃せば留守番録画やインターネットでも見ることが出来る。電話も、「家電」と呼ばれる固定電話はもちろん、個々に持つ携帯電話も幼い頃から所持し、何の不便も無く使用している。パソコンも1家に1台の時代が過ぎ、子供達が勉強でも普通に使っている。それら全ての情報端末から溢れんばかりの情報が毎日、毎秒送り出されており、その中から何となく得たい情報を得ている。つまり、「努力をして情報を取りに行く」という経験を全くしてはいないと言えるのではないのでしょうか？「いやいや、インターネットのポータルサイトから検索して情報を取りに行っ

ていますよ！」と学生達が文句を言いそうですが、ネットで検索して情報を得る事は努力をして情報を得るということとは全く違うものです。私が生まれた昭和33年は東京タワーが出来た年です。あの頃は、電話と言えば黒電話が家の玄関先や茶の間に1台だけあってコードも短く、親の見ている前で電話をしなければならぬような状況でした。従って先方も状況は変わらない事から好意を寄せた相手に電話をするにも、時間帯や相手の親御さんが電話を取ったらどう話したら良いかなど気を使い、緊張して電話をかけたものでした。テレビもそうでした。一家に1台のテレビがやっと普及した頃で、今では死語になってしまった“チャンネル権”は当然親が握っていましたから、自分が見たいアニメやドラマを見るにも親が茶の間にいるかいないかがまず最初のハードルであり、深夜のオトナ向け番組を見るなどある意味最大のチャレンジでした。そんな時代には、今のような便利なインターネットなど存在しませんから、好きなアイドルの情報は本屋さんで芸能情報誌を御店主に怒られながら立ち読みし、塾や習い事の情報は友人や近所の評判を聞き集めて判断したり、受験する学校も自ら足を運んで実際にその学校を見に行き、それこそ刑事ドラマではありませんが、足で情報を集めるのが当たり前でした。自ら積極的に動いて情報を収集する時代だったのです。別に「あの頃は良かった。。。」とノスタルジーに浸りたいという訳ではありません。ただ、不便さ故の好奇心、不便さを凌駕するフットワーク、好奇心を満たしたい熱い思いが昭和の時代には必要だったのでしょう。インターネットの普及などから常に自分の身近に情報が溢れていて、まるで四六時中、情報のシャワーを浴び続けているような時代に生きる若者達に、「好奇心を持って！フットワークを行かせ！情熱を傾けろ！」と言っても、たかが情報を得るだけのために、何故そんな事を言われなければならないのか、理解する事すら難しいのかもしれない。365日、24時間、情報という「餌」を常に与えられ続けているプロイラー宛らの毎日。まさに「受信させられる時代」を生きている彼らに、情報を得る事にどん欲になれと言う

方が間違っているのかもしれませんが。

3. 受信者としての成長

「受信させられる時代」を生きる若者達は、幼少期から常に受信に専念しながら成長します。少子化といわれる昨今、生まれて来た子供に対する親の思いはひと際強く、「這えば立て、立てば歩めの親心」で少しでも早い時期から知育玩具などを与えて学習の初動を早めています。「外国語は早ければ早いほど身に付くから良い」と教育評論家が言えば、英語で学ぶ幼児教室に通わされ、日本語すらよくわからない時期から英語教育という情報を受信させられ、「お受験にはやはりお行儀教室よね!」という噂が流れれば、お行儀情報を受信させられます。こんな風に5歳に満たないころからあらゆる情報を受信させられるのです。小学校に入学すれば、「あなたの学校はここで、クラスはここ、担任の先生はこの人で同級生はこの子達です。」と決められた枠の中で、全員同じカリキュラムに従い、全員同じ教科書で共通の情報を毎日受信させられます。何ヶ月に一度かの割合で、「情報の受信感度チェック」とも言える定期試験を受けさせられて、受信情報の理解度によって成績というランク分けをされます。小学1年入学時には天真爛漫にどんな問いかけに対しても積極的に手を挙げて、自らの存在を発信していた子供達も、3年生にもなれば、「出過ぎたまね」をしないようになり、「無駄に目立つ事を避ける」ことを優先し、発信して目立つよりは周囲にとけ込むことを心がけるようになるのです。このことは、日本的な集団形成の原点とも言える行動パターンを形成するものではないでしょうか？ 自らを主張する事によって周囲から突出するのを極端に嫌う「横並びの構図」。学校生活の中で自分を発信できる機会は、学級委員、生徒会役員、クラブ活動などが主立ったモノで、美男美女や成績がトップクラスで目立つ以外に、こうした機会を活用できるのは限られた子供達でした。そんな子供達に付けられる不名誉な呼び名が「目立ちたがり屋」。この言葉が端的に表す様に、突出しない事こそが

“標準的な子供達”である証なのです。学校教育という日々の中で、まずは、受信する事、受信し続ける事を日々の習慣とし、良くも悪くも突出しない。“発信する事の無い標準的な子供”であることが学校内での快適な生活に導いてくれる。小学校から高校までの12年間、3,200日以上を積極的に発信することなく、受信に専念して成長して行くのです。

4. 発信上手

1学級に30人の生徒がいるとします。そのうち約6割に当たる20人程度が「標準的な子供達」と言われる発信する事をせず、専ら受信する子供達だと考えると、残りの10人程が発信する子供達、目立つ事を拒まない子供達ではないかと考えられます。ある者は成績が良い優等生として発信し、あるものはスポーツに長けていてクラブ活動や体育大会で自らを発信します。またある者は、音楽や美術などの芸術に秀でていて発表会や展覧会でその才能を発信し、中には見目麗しい美男美女として他を圧倒する者もいます。それに加え、積極的に学級委員や生徒会長などの役職に自ら立候補してその存在感を大いに示す者もいるでしょう。こうした例は、「発・信・力」がプラスに作用して自ずと発信上手になれる子供達です。成績優秀者は、日々受信させられるあらゆる学習情報を吸収応用し、定期的なチェックである試験に向け日々努力を惜しまないことでその受信成果をしっかりとアピールできる“発信上手”です。スポーツに長けた子供達は、与えられたいくつかの種類のスポーツと言うフィールドの中から、幸運にも自分自身にぴったり合った種目を見つけ出し、日々努力を惜しまないことで上達し、緊張感を強いられる試合という場で、他を寄せ付けない成績や評価を収められる“発信上手”です。芸術に秀でた子供達は幼い頃から家庭環境の中で与えられた芸術を学ぶ機会に順応し、日々努力を惜しまないことで発表会や展覧会に向けてそのピークを持って行ける“発信上手”です。そして、誰よりも発信上手なのが、学級委員長や生徒会長などの役職に

自ら立候補する子供達です。こうした子供達は「目立ちたがり屋」と言われる事も厭わず、「このクラスを楽しくしたい」とか、「この学校を過ごし易い学校にしたい」とか、「自分が理想とする学園祭をやってみよう」とかの思いを実現するために、自らを発信する子供達です。必ずしも成績がいいとは限りませんし、スポーツや芸術に長けているとも限りません。ましてや、美男や美女ではないかもしれません。それでも自分は誰で、どんな思いで、何がしたいのかを発信する事に力を注ぐ子供達です。まさに、日々努力して発信する“発信上手”ではないでしょうか。実は、こうした発信上手になれる機会はいつでも目の前にあるのにそれを生かそうとしない子供達が“標準的な子供達”のほとんどです。子供の頃の夢は、野球選手になりたい、歌手になりたい、お医者さんになりたい、ケーキ屋さんになりたいなどなど、それぞれの子供達が夢を描いていたり、何かのきっかけで自分のこの才能を生かしたいと気づいたりする筈です。しかし、12年間の受信し続ける暮らしの中で、多くの可能性を諦めざるを得ない状況になってしまう。それは自ら限界を感じる事もあれば、他者から宣言される事もある。仕事柄、いろいろな成功者の方々に話をうかがう機会がありますが、皆さんが「決して諦めなかったこと」とご自身を振り返ります。「諦めないこと」とは、「それでも自分はそれをやりたいんだ！」と発信し続ける事ではないでしょうか。“積極的に発信し続ける事で拓ける道がある。”そう考えたり、実感したりすることで「発信上手」になることができるのです。

5. 受信者から発信者への転換点

高校までの12年間を“専ら受信する事で成長して来た標準的な子供達”が大きな選択を迫られるのが高校卒業後の進路です。もちろん、義務教育終了時点で社会に旅立つことを選択する子供達もいますが、最近ではその多くが、高校卒業時に「進学」か「就職」かの決断を迫られます。大まかに言えば、二者択一の限定的選択ではあります

が、その後の長い人生の進路を決める最初の大きな選択です。ここでは、江戸川大学を含め、進学を選択した学生達に焦点を当てて話を進めて行きます。

進学を選択した子供達は、自分自身のそれまでの受信理解度のバロメーターである成績表をベースにある程度の選択範囲を絞り込まれ、さらに、偏差値という尺度によって進学先を選定して行きます。挑戦や妥協を超えてそれぞれに進学して行くのです。この「進学」という場面で、子供達はほぼ初めてと言っても過言ではない“積極的発信”を求められます。「進学」という選択を他の子供達と横並びで選択した子供達は、次のステップとして「どんな学校を選ぶか」という選択を迫られます。大学か短期大学か専門学校か、理系か文系か、私立か国公立か、地元か首都圏か、推薦かAOか受験か。これらの選択は過去の成績に加え、経済事情など複数の要素が絡み合う条件の中、ある程度の妥協も含めて決断しなければなりません。しかも高校3年時の秋にはほぼ確定していなければならない期限付きの選択です。当然、保護者や学校側の意向が本人の意思とは別に働くケースも考えられ、こうした複雑な条件下で、自分自身がどうしたいのかという“積極的発信”を強く迫られるのです。この時期こそが「専ら受信することで成長して来た標準的な子供達」が「自らを発信する子供達」に転身する大きな転換点と言えるのです。

6. 大学生活こそが「発・信・力」育成の場

さてここからは、江戸川大学を中心とした大学進学を果たした学生達に焦点を当てて論じて行きましょう。

進学を決意し、挑戦や妥協を乗り越えて大学に進学した子供達は、ここで初めて“学生”という呼称を与えられます。それまでに12年間は児童から生徒と呼ばれて来た子供たちが“学生”という社会的にも大人の仲間入りを果たした呼び方をされるようになります。そして、入学と同時に

「自らを発信する」ことを日々迫られるようになります。その第1関門は「カリキュラム→授業の選択」です。それまでの12年間の学校生活では、全員が同じ時間割で授業が割り当てられ、同じ内容の教科書で毎年繰り返される同じ授業を受け、ほとんど変わらない同じ試験を受けて評価されて来ましたが、大学では、入学と同時に自分自身での授業の割り振り、カリキュラムの選択をしなければなりません。もちろん参考に来るひな形はありますが、このひな形をどのように手に入れれば良いのか、また、自分が何を学び、どのような単位を取得して卒業すれば良いのか、こうしたことを自分自身で考え、参考に来るモノや人を見つけ出して教を乞い、教務担当窓口に期限までに提出しなければなりません。「そんなことくらい誰でもできるでしょう?!」と世間の荒波に採まれている大人の皆さんは思われるでしょう。ところが、与えられたモノを受信することばかりを繰り返して来た12年間で、ここに来て大きく転換してしまうことで、多くの学生達が対応できないまま時間だけが過ぎてしまいます。江戸川大学の素晴らしいシステムのひとつに「基礎ゼミ」があります。入学したばかりの1年生対象に、高校までのホームルームのような10人前後のゼミに振り分け、教授陣がその担任教師の様にカリキュラム選択から、学内での友人作り、さらには部活への誘因、あるいは、上級生との絆の構築など、細かな指導を行き届かせます。ただ、この基礎ゼミを担当することで毎年感じるのが、「学生達の幼さ」です。まるで、巣の中で親鳥が与えてくれる餌を常に待ち続けるひな鳥の様に自ら動くこと無く、ただ与えられることを待っている。この幼い学生たちが、3年間の学生生活を過ごして、社会で求められる“発・信・力のある大人”として就職戦線に立ち向かって行くことが出来るのだろうか、ふと不安さえ感じてしまうのです。もちろん、大学教育が本来求められているモノは何かを考えると、卒業後の進路のひとつである就職だけがクローズアップされるべきではないと断じる方も多いと思います。「大学」を国語辞書で調べれば、『高等教育の中核をなす教育機関。学術

の中心として、広く知識を授けるとともに、深く専門の学芸を教授研究することなどを目的とする。』(大辞泉)と記されている様に、知識を授け、教授研究を行う教育機関であることは十分承知しています。しかし、経済が常に右肩上がりであった昭和の成長期には、終身雇用を基本とした企業の採用や雇用の形態において、新入社員を起点とした社会人の企業内育成が継続的に行われる社会体制がありました。ところが、バブルが崩壊し、失われた10年が過ぎ、リーマンショックが強烈な追い打ちをかけた日本経済にあって、企業が新入社員を採用し、その企業内で育成して行く余裕など全く無くなり、即戦力としての中途採用や経験者雇用に重点を置く様になってしまった昨今、社会人育成は大学在学中に個人や大学によって行われなければならない状況に変化して来ていると考えられるのではないのでしょうか。ここ数年、「就活」という言葉と平行してその存在感を大きくして来ているのが「インターンシップ」。大学で学んでいる間に、企業で模擬的に働くことで学生自身の仕事への理解度を深め、自身の適正を見極める。インターンシップを受け入れる企業側は、学生達の就業能力や業態への順応性などを時間をかけて見極めることが出来る。この制度こそが、大学在学中の社会人育成プログラムの一環と受け止められてきています。つまりは、知識を授け、教授研究を行う教育機関であると同時に、社会人育成教育の機会も平行して大学在学中に提供して行くことが21世紀の大学の役割として求められているのです。インターンシップを多くの企業に働きかけることで学生の就業体験や職業選択の一助とすることと同時に、学内で、学生達の社会への対応力を育成して行くには、どのような指導を行えば良いのか。それこそが「発・信・力」の育成であると考えます。企業経営者や採用担当者が求める学生像として口にする言葉に「コミュニケーション能力のある学生」がよく挙げられます。冒頭で論じた〈自らを発信し相手に繋げる能力＝「発・信・力」〉こそが、まさに社会人として求められる能力の筆頭であるコミュニケーション能力であると考えます。児童や生徒と呼ばれていたこ

ろから「発・信・力」のある子供達は、順調に成長を遂げれば、就活の際に複数社から内定の得られる「受ければ問題なく受かる学生」として大学のブランドなどに関係なく就職して行く全体の10%に満たない“求められる学生”です。それ以外の“専ら受信する事で成長して来た標準的な子供達”にいか「発・信・力」を身につけさせることができるか。それは、まず、「挨拶をすること」から始まるのではないかと考えます。「おいおい、大学は小学校じゃないんだよ?!」と一蹴されるかもしれませんが、「挨拶をすること」の意味を別の視点から見てみることで納得できるはずです。挨拶とは、『人に会ったときや別れるときなどに取り交わす礼になかった動作や言葉。』（大辞泉）と辞書には記載されています。しかし、挨拶をすることは、「自分自身の存在を発信することだ」と考えることができると思います。朝、大学に来て、先生や学校関係者、友人に、学生が「おはようございます」と挨拶することで、その学生がその日、その時間に大学にいたことを他人に知らしめることができるのです。「あの学生は今日来てたかな?」という話になった時に、「さっき正門のところで挨拶されたなあ。」という具合にそこにいたことを認識してもらえる。つまり、挨拶をすることは、「自分自身の存在を発信すること」なのです。この小さなコミュニケーションの欠片が、「自らを発信する力」の初めの一歩になり、そこから「発・信・力」に発展させて行くのです。学内に「スマイル・ポスター」が数多く張り出され、挨拶を互いに交わそうという機運が満ち始めていることはとても素晴らしいことだと思います。しかし、残念なことにまだまだ、挨拶を出来ない学生や先生方を毎日目にします。学内で盛んに挨拶が交わされ、発信力の第一歩が満ちあふれてくれば、「発・信・力」に気づき、「発・信・力」に磨きをかける学生が増えてくる筈です。昨年から実施している「bayfm との産学連携によるラジオレポーター」も初年度は、募集をかけてもほとんど学内での反応もなく、ゼミの学生を中心にチームを組ませスタートせざるを得ませんでした。2年目には、入学してくる新入生の中

から、この学生レポーターに積極的に参加を申し出る「発・信・力」のある学生も増えて来ました。同じく、今年2回目を迎えた「江戸川ガールズコレクション」についても、初回よりもずっと多くの女子学生達がモデルとしての参加に応じてくれました。こうした学内だけで消化するのではなく、対外的に発信する機会を大学側から提供していくことで、「発信することの責任」を学生達に実感させることも重要だと考えます。学内で消化してしまう発信は、所詮仲間内でのことと言った意識が働き、緊張感に欠ける傾向がはっきりと見られます。例えば、校内放送を行っているクラブ活動としての放送と、実際に10万人近い不特定のリスナーが耳を聳ているbayfmの生放送では、放送に備える責任感も、生放送そのものの緊張感も格段に違うことから学生達の心構えも当然違って来ます。こうした経験こそが学生達の「発・信・力」を育て、就活の際の力になるのです。少子化により学生数の減少傾向が続く今、大学自身も世間に強く個々の存在を知らしめて行かなければなりません。その際に、大学の発信を行うことと、学生の「発・信・力」の育成との相乗効果を狙った方策を大学が展開して行かなければならない時期に来ているのです。この夏に「コンテンツビジネス研究所」を立ち上げることで、今後その影響力が飛躍的に増大して行くと予想されるインターネットテレビの研究の一環としてJPLIVE.TVというメディアを運営していく中、学生達の企画により「edocam」というネット生配信番組ができました。江戸川大学の今に関わる情報を学生達が取材し、VTRにまとめ、スタジオトークを展開しながら発信する情報番組として不定期ながらも配信し始めました。自ら企画を立て、自ら取材し、自ら編集して、自分たちで世間に発信して行く。それを繰り返し重ねて行くことで、プランを立て、実施し、反省して、反映することの出来る、真に就職戦線で求められる「発・信・力のある学生」を育成して行けるものと確信しています。そして、その取材対象範囲を江戸川大学に限ること無く広げて行くことで、学生達が学内に留まって行動しているだけでは決して会うことの出来ない人々と

の出会いを通じて、偶然から広がる繋がりを得ることで、就活という狭義の職業選択ではなく、働く喜びを見いだせる仕事との出会いが実現できるはずです。学生達の「発・信・力」をより高めて

行くために、大学自体も世間に「発・信・力」を示して行かなければならない時期を迎えているのです。