

# OPINION



愛知淑徳大学  
ビジネス学部准教授

福本 明子氏



ふくもと あきこ 異文化  
コミュニケーション。ニュー  
メキシコ大学卒・博士(コ  
ミュニケーション学)。196  
9年生まれ。

2014年1月発表の経団  
連の調査によると、10年連続  
「コミュニケーション能力」  
が新卒採用時に企業が重視し  
た要素の1位となった。4月  
からの授業の展開を工夫しな  
いと「10年連続1位」という  
単純でパワフルなメッセージ

に広がり、メディアリテラシ  
ー、PCリテラシー、環境リ  
テラシー、金融リテラシーな  
ど、現在では広く使用されて  
いる。「コミュニケーション  
性の観点からも広くコミュニ

た。しかし次第に、特定分野  
に関する能力や知識、メッセ  
ージの読み解き方という意味  
に広がり、メディアリテラシ  
ー、PCリテラシー、環境リ  
テラシー、金融リテラシーな  
ど、現在では広く使用されて  
いる。「コミュニケーション  
性の観点からも広くコミュニ

に大刀打ちができないなど思  
案している。「コミュニケー  
ション能力」を巡る報道を読  
み解く力としてのリテラシー  
が必要なのである。以前、日  
経B.P.記事検索サ  
ービスを使って、「コミュニ  
ケーション能力」の使用  
について調査を行った。この  
言葉 키워ドとし記事

## 「コミュニケーション能力」リテラシー

## 活用のヒント「側面」にあり

ニケーション能力をとらえて  
おり、バランスが取れてはい  
ない。しかし、その能力は女性  
性と深く関連づけられてお  
り、コミュニケーション能力  
は「女子力」であり「美人」  
の要素であり、「ご指名ウー  
マン」になるための必須要件  
とされていた。女性に特化し  
なくてもよい経営者の視点  
や行動力まで含まれてもい  
た。後者の雑誌では、仕事で  
成功するための複数要素の一  
つとして捉えられてはいるも  
の、コミュニケーション能  
力は英語をはじめとする語学  
力、又は「説得術」や「アピ  
ール術」として、個人のスキ  
ルの側面が強調されていた。

このように一つの単語の使用  
の差が何に起因するのか、雑  
誌の読者層を見ると明らかに  
なる。大日広告社によると、日  
経WOMANの読者層は25か  
ら35歳の仕事を持つ女性で、  
約35%は公務員だという。比  
較的長期に關係が安定する  
職場にて同僚とのコミュニケ  
ーション能力が重視される  
傾向が読み取れる。また、日  
経ビジネスアソシエの方は、  
20から30代が多数で、次世代  
のリーダーを目指すためのス  
キルや仕事術のノウハウの  
提供が目的とされているとい  
える。上昇志向の強い層に向け  
ては、4月からの授業での伝え  
方を工夫せねば。

が目的なのである。雑誌のコ  
ンセプトと読者層の間で、持  
ちつ持たれつで特集が組ま  
れ、特定の方向で能力が定義  
され、情報が提供されている  
のである。では、このコミュニケ  
ーション能力におけるリテラシー  
をどのように活用すべきなの  
か。一案として、強調された  
能力以外の側面を探るとい  
うのはどうだろうか。案外、特  
定の層に向けて提案される内  
容は、その層に迎合する内容  
であり、その内容の外側にこ  
そ活路や創造性のヒントがあ  
るのではないだろうか。まず  
は、4月からの授業での伝え  
方を工夫せねば。