

「聴く耳」はどこへいくのか

宮木 由貴子

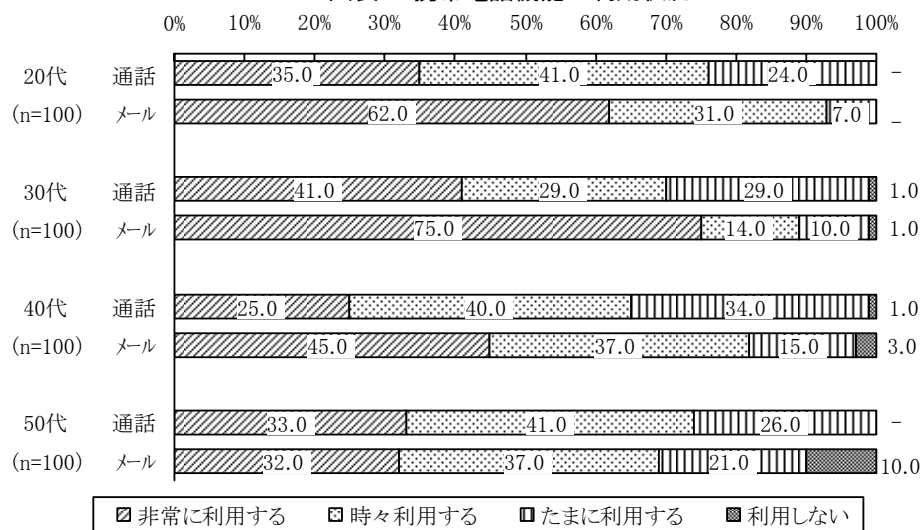
＜限定される「音声のみ」コミュニケーション＞

1876年に世界最初のテレコミュニケーションがなされ、1890年に東京・横浜で電話交換が開始されたが、電話はしばらく「地域に1台」のものだった。1970年代以降、ようやく「一家に1台」となり、1990年前後から子機の普及で「個室に1台」となる。その間、電話といえば通話がメインだった。

1990年代に急速に普及した携帯電話（含む PHS）により、電話は「一人に1台」となった。携帯電話は遠隔でのパーソナルな通話コミュニケーションを実現すると同時に、メールという文字コミュニケーション文化を定着させた。今日、加入数で固定電話をしのぐ携帯電話は、40代以下において、通話機能ではなく、その中心にメール、すなわち文字コミュニケーション機能を据えている（図表1）。

また、特に若者において、積極的に電話で通話をする相手は、恋人などのごく親しい人や友人、家族に限定され、それ以外の人とは一般にメールでコミュニケーションをとる傾向がある。日々、多くのメールがやりとりされる中、メールの受け手はそれらを選別し、優先順位に従って「すぐに返信」「時間をおいて返信」「無視」などの処理をするのである（宮木 2007「青年層の異性付き合いにおける電子メール利用」『Life Design Report(2007年5-6月号)』第一生命経済研究所）。

図表1 携帯電話機能の利用状況



注：携帯電話の機能としてあげた22項目のうち「通話」と「メール」部分のみ抜粋して作成

資料：ヤフーバリューインサイト C-NEWS 調査「ケータイを使ったコミュニケーション～利用機能編～」2008

＜情報の「受け手」から「採り手」に＞

インターネットが普及したことで、情報の可視化が進み、我々はみたいものや知りたいことについて、文字のみならず、静止画・動画で簡単にみることができるようになった。また、プレゼンテーションツ

ールの発達により、セミナーや講習会、講義等のビジュアル化が進み、従来以上に視覚に訴えるわかりやすい資料が重視されている。

一方で、若者を中心にテレビ離れが進んでいるといわれている。テレビも電話同様、「地域に1台」→「一家に1台」→「個室に1台」と変化したものである。今日、テレビ機能が搭載されている携帯電話も増え、テレビの「個電」化が進んだ。

テレビ視聴の特徴の変遷をみると、リモコンの普及で“ザッピング”、すなわち頻りにチャンネルを切り替えることによる番組の掛け持ち視聴が行われるようになった。また、ビデオの普及により、みたい番組は録画をし、都合のよい時間帯にCMを飛ばしながら視聴することが増えた。インターネットが普及すると、現代の若者はネット上で映像をみるようになった。従来のテレビ視聴時間そのものがネット利用に費やされるようになった上に、「映像のライブ視聴」といういわば従来のテレビの専売特許までがネットに代替されるようになったのである。これにより、若者を中心として、テレビよりも多種多様なネット上の選択肢の中から、より自分のみたいものだけを選別して視聴するようになってきた。若者にとってテレビは必需品ではなくなってきたのである。

同様に、現代の若者は新聞を購読せず、みたいニュースをタイトルで選んでネット上で読む傾向がある。これは、料金が新聞購読料よりも安価である点に加え、一紙をじっくり読むというよりも、複数紙にわたって横断的に情報を収集することができる点がポイントとなっている。このように、ネットを活用すれば、みたい情報・知りたい情報を今まで以上に効率的に選別できるようになったのである。

<「他人の話を正確に聞く力」が欠如?>

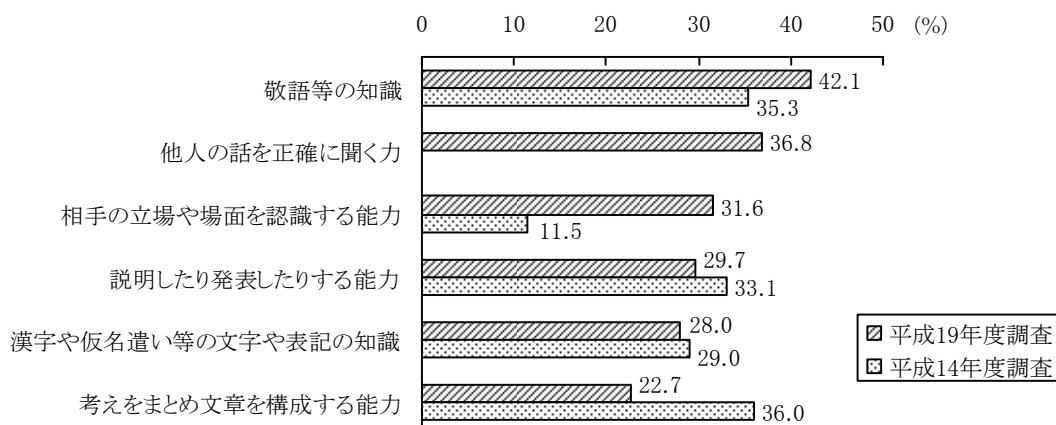
若者を中心に「視覚情報なし・音声のみ」での情報処理の機会が減少し、さらに「みたいものしかみない」「聞きたいことしか聞かない」傾向が強まっているように思われるが、これは現代人のコミュニケーションスキルに影響を及ぼしているのだろうか。

現代の若者が「話を聞かない」とされる点については、教育者等によってしばしば指摘されているが、ここでその真偽や因果関係については言及しない。ただ、例えば携帯電話の普及で家の電話の家族への取次ぎ機会が減少したり、知らないことは身近な人に聞くよりもネットで調べたほうが迅速で情報量も多いなど、人の話を「注意して聴く」機会が全般的に減少しているように見受けられる。だとすれば、現代の若者は、「人の話を聴く」スキルの向上に適した環境下にあるとはいえないのではないだろうか。

文化庁の平成19年度「国語に関する世論調査」によれば、日本人の国語力における問題点として、「他人の話を正確に聞く力」が欠如していると思う人は36.8%で、「敬語等の知識」(42.1%)に次いで2位にあげられている(図表2)。これに「相手の立場や場面を認識する能力」が31.6%で続いている。「他人の話を正確に聞く力」については、新規追加項目なので時系列比較はできないが、「相手の立場や場面を認識する能力」については平成14年度調査と比べて20ポイント以上の増加となっている。

一方で、課題としての認識が低くなっているのが「考えをまとめ文章を構成する能力」である。これをメール多用の影響と断定するのは尚早だが、少なくともメールを利用するようになり、「自分の伝えたいことを文章にする」の機会がこれまでに比べて格段に増えたことは事実である。

図表2 日本人の国語力の課題



注：「他人の話を正確に聞く力」については平成14年度調査データなし
資料：文化庁「平成19年度 国語に関する世論調査」より作成

<「聴く耳」を意識し、「見極める目」を培う>

このような状況下で、伝えなければならない情報をいかにして伝えたらよいのだろうか。企業CMや製品・サービスのプロモーションもさることながら、我々の日常生活にかかわる日々の政治・経済・社会情報をはじめ、交通や災害・気象情報、行政的な各種手続き、製品やサービスの危険情報やリコールなど、相手が望むと望まざるを問わず伝えなければならない情報は山ほどある。これらが、情報の採り手（受け手）主導でシャットアウトされてしまうと伝えることができない。視聴者や読者の気をひくための過剰にあおるような報道や特集ばかりが増えれば、何が事実なのかもみえにくくなるばかりである。

また、緊急連絡や通報、コールセンター、各種相談窓口など、電話での通話に依存する業種業界も少なくない。人の話を聞き、人と話ができなければ困るケースは、現在以上に情報化が進んだとしても、完全になくなることはないだろう。

人との会話中に当たり前のように携帯電話に出る、講義中に携帯電話をいじる、ビジュアル情報がないと人に物事を伝えられない・・・それらは、是とされないまでも黙認される傾向がある。シンポジウムやセミナーへの参加のポイントが、話そのものよりもレジュメなどの関連資料の入手になっていないか。手元に視覚情報がないと相手の話を理解しにくいという傾向はないか。相手の話にじっくりと耳を傾ける機会があるか。コミュニケーションの時間がとれないという言い訳をしていないか。これらは、若者に限らず現代人の多くにあてはまるように思われる。無論、音声情報だけで理解するには「話し手」側のコミュニケーションスキルも重要である。既出の文化庁の平成19年度「国語に関する世論調査」によれば、自分自身の国語力において不足しているものとして、「説明したり発表したりする能力」をあげた人が最も多く、特に20代(36.3%)・30代(42.9%)において多いことがわかっている(図表省略)。

人に伝えられない、人の話を聞き取れない現代人。我々に必要なのは、携帯電話やネットの利用をやめることでも、ビジュアル情報への依存を改めることでもない。まず必要なのは、自分たちが今現在、そういう形の「情報社会」にいるという事実を認識し、「聴く耳」を意識したコミュニケーションについて再考し、情報そのもののエッセンスを「見極める目」を培うことではないだろうか。