

分かり合うための言語コミュニケーション(抜粋)(平成30年 国語分科会報告)

私たちは、一人一人が異なる存在である。とりわけ現代は価値観が多様化し、共通の基盤が見付けにくい時代になっている。こうした「多様な私たち」を前提とした社会で生きていくためには、コミュニケーション、特に言語コミュニケーション(言葉による伝え合い)によって、情報や考え、気持ちを互いにやり取りし、共通理解を深めていくことが欠かせない。

言語環境が大きく変化する中で、何をどのように伝え合うことが望ましいのか、これは、複雑化した今日を生きる私たちの多くが抱える悩みである。

コミュニケーションにはいつでも通用するような正解があるわけではない。しかし、より望ましい方法は、きっとあるはずである。文化審議会国語分科会は、特にそのうちの言語コミュニケーションにおいて意識すべき大切な要素として、「正確さ」、「分かりやすさ」、「ふさわしさ」、「敬意と親しさ」の四つを掲げる。これらを手掛かりとして提示し、言葉によって分かり合うための工夫を共に考えていきたい。

Ⅲ 言語コミュニケーションのための具体的方策

1 言語コミュニケーションの四つの要素

分かり合うためのコミュニケーションとは、複数の人が互いの異なりを踏まえた上で、情報や互いの考え、気持ちなどを伝え合い、理解し合い、その理解を深めることである。

その中心となるのは、言葉によって伝え合うこと、つまり「言語コミュニケーション」である。特に、価値観が更に多様化し、共通の基盤が見付けにくくなるおそれのあるこれからの時代においては、互いの異なりを乗り越えて歩み寄ることがこれまで以上に求められるであろう。そのためには、言葉によって考え方や気持ちを表し、互いに対する理解を深めていくことが欠かせない。また、多様な他者との間で起こりやすい誤解を避けるための言葉の使い方を身に付けておく必要もある。さらに、もし誤解が生じてしまった場合には、それを解くのも言葉を中心とするほかない。

ただし、分かり合うための伝え合いは、言葉そのものだけでなく、それ以外のものによっても大きく影響を受ける。例えば、話し言葉でのやり取りにおいては、話す速度、声の大きさや抑揚などが、さらに、対面のやり取りに際しては、表情や姿勢、視線、身振り、加えてその場の雰囲気といったものまでが伝え合いを左右する。また、書き言葉でのやり取りにおいては、漢字か仮名かといった文字種や書体、手書きならば字の丁寧さなどのほか、文書等の書式、用紙や情報機器の画面の様子といったものまでが影響する。

言語コミュニケーションの在り方について検討するに当たっては、その質を高めていく上で関わりの深い言葉以外の要素についても、視野に入れておくことが大切である。

では、言葉による伝え合いの質を高めるには、どのようなことに留意すべきであろうか。言語コミュニケーションが円滑に進んでいるときには、次に挙げる四つの要素が、目的に応じてバランス良く言葉のやり取りを支え、言葉の使い方に反映されていると考える。

まず「正確さ」がある。これは、互いにとって必要な情報を誤りなくかつ過不足なく伝え合うことである。次に「分かりやすさ」がある。これは、互いが十分に情報を理解できるように、表現を工夫して伝え合うことである。さらに「ふさわしさ」がある。これは、場面や状況、相手の気持ちに配慮した話題や言葉を選び、適切な手段・媒体を通じて伝え合うことである。そして最後に「敬意と親しさ」がある。これは、伝え合う者同士が近づき過ぎず、遠ざかり過ぎず、互いに心地良い距離をとりながら伝え合うことである。

ただし、これら四つの要素は、互いを支え合うだけではなく、対立する側面も持っている。例えば専門家同士であれば、専門的な用語を用いる方が内容を正確に伝え合うことが容易となる。しかし、正確さを重視して、それをそのまま一般の人に向けて示した場合には、分かりにくい情報になってしまうおそれがある。また、意味を取り違える心配の少ない直接的な表現をした方が、正確で分かりやすいとしても、少し遠回しな言い方をした方が、相手はその言葉を受け入れやすいという点でふさわしい場合もある。このような点に気を付け、伝え合いの目的、相手、場面や状況によって、どの要素を優先し、あるいは控えるのか、バランスをうまく取りながら、情報や互いの考え、気持ちなどをやり取りすることが、分かり合うための言語コミュニケーションを実現していく上でのヒントとなる。



2 様々な言語コミュニケーション（Q&A）

本節では、言語コミュニケーションの四つの要素とその観点について、様々な場合や場面を想定し、問いと回答の形式（Q&A）で解説する。Q&Aにすることによって、言語コミュニケーションの四つの要素とは何か、伝え合う上でどのような注意点があるかなどについて、なるべく具体的に述べることを目指した。

ただし、ここに示す回答が唯一の正解というわけではない。また、ここに示されていない回答は誤っているということの意味するものでもない。そもそも、言語コミュニケーションにはいつでも通用するような正解があるわけではない、というのがこの報告の基本的な考え方である。そのことを前提としながらも、今日の日本語の在り方や日本語に対する国民の意識、調査研究の成果等を踏まえ、このQ&Aを作成した。各人が言語コミュニケーションを考える際のヒントとなることを目指し、一定の裏付けをもって示された一つの考え方として参考にしてもらうことを意図したものである。

Q 3 言語コミュニケーションには語彙力が重要だと言われますが、できるだけたくさんの言葉を知って身に付けたいのでしょうか。

A 必要な語彙は、どんな職業に就いているか、何を専門とするか、また、どんな趣味を持っているかなどによって異なります。また、分野ごとに必要な言葉を身に付けるとともに、一般的に知っておくべき言葉を覚えておくことも求められます。

解説

それぞれの分野、仕事、趣味などに役立つ語彙を

語彙とは、ある範囲（一つの言語や特定の分野、作品など）で使われる言葉の集まりを指します。

大きな国語辞典には五十万ぐらいの言葉が載っていますが、新語や流行語なども含めれば日本語全体の語彙の数はもっと多くなります。その中には特定の分野で用いられる語彙も入っています。例えば、拡張子、タブ、CPUといった用語は、コンピューターに関連してよく使われる語彙に含まれます。コンピューターを操作するには欠かせませんが、操作しない人は必ずしも覚える必要はないでしょう。それぞれの仕事や趣味などをこなすに当たって、それぞれに必要な語彙というものがあります。誰に対しても一概に、「どのような語彙をどのくらい」と言うことはできません。

同じ仕事や趣味などに通じている人の間では、その分野に特有の言葉をそのまま用いることによって、正確な伝え合いができ、分かりやすさも確保できるでしょう。

一方で、意思をはっきり伝えたり、分かりやすく説明したりするなど、円滑な伝え合いのために役立つ言葉は、誰もが知っておきたい語彙と言えます。今一つ自分の言いたいことがうまく伝わらないなど感じたら、別の表し方を探してみましょ。同じ内容を表す言葉は一つだけとは限りません。いろいろな言い換えを考えてみるのは、語彙力を高める訓練になります。また、人の話を聞いたり本を読んだりして、使えそうな言葉に出会ったときは、心に留め、国語辞典や類語辞典などで確かめ、頭の中の引き出しにしまっておく、そんな積み重ねが語彙を増やしていくでしょう。

意味が分かっているというだけでは語彙力が身に付いたとは言えません。似た意味の言葉の中から、場面によってふさわしいものを選べるかどうかなど、運用の能力が求められます。話し言葉、書き言葉にかかわらず、個々の言葉そのものだけに注目するのではなく、文全体の中で考えてみる習慣を付けたいものです。

一歩進めて

まずは、常用漢字表を一つの手掛かりに

平成16年に文化審議会国語分科会が発表した「[これからの時代に求められる国語力について](#)」(答申)では、乳幼児期から青年期を通じた国語教育の中で、特に「語彙力」の重要性を強調しています。具体的にどのような語彙を身に付けるべきかを示すような指針はありませんが、「コミュニケーションの手段としての漢字使用」という観点を踏まえて作成した[常用漢字表](#)は、社会生活を送る上で覚えておくべき語彙を知るための手掛かりにもなると考えられます。

常用漢字表には、書籍やウェブサイト、新聞などを対象とした大規模な漢字の出現頻度数調査に基づき、社会生活において一般に広く使用されていることを基本に選定された漢字が掲げられています。常用漢字を用いて書き表される言葉は、社会の一員として知っておくべき語彙の広い部分をカバーしていると言えるでしょう。様々な情報を広く理解するためには、より多くの語彙を獲得することが理想ですが、手始めに、常用漢字を用いて書き表される言葉を意識しておくことは有効です。

そして、常用漢字は、小学校から高等学校までの間に、学校で身に付ける漢字の範囲でもあります。教科書は、全ての教科を通じて、固有名詞や専門的な用語などを除き、原則として常用漢字を用いて表記されています。新聞をはじめとするマスメディアの多くも、原則として常用漢字が作る語彙を土台にして文章を作成し、政治や経済の動き、最新の文化現象などについて記述しています。例えば、新聞記事などを読んで、知らなかった言葉は、辞書などで確認するようにすれば、語彙力の強化が期待できるでしょう。

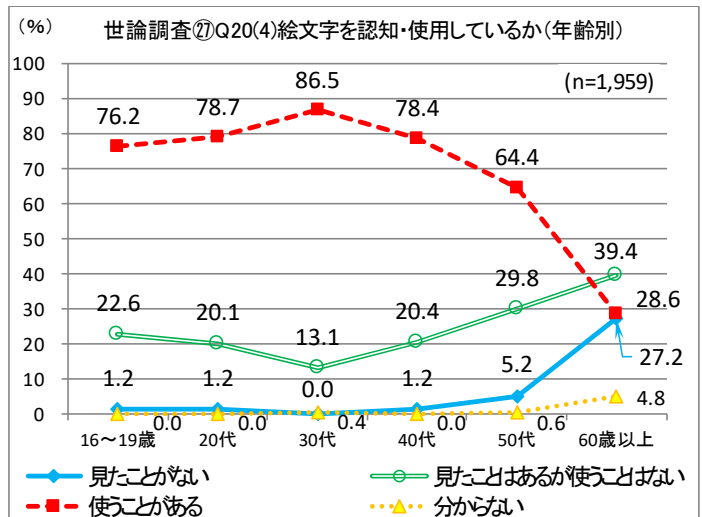
Q 4 「打ち言葉」とは、どのようなものを指すのでしょうか。従来の書き言葉との違いなどを教えてください。

A 携帯メールやSNSなどを用いた私的場面における頻繁で短い言葉のやり取りでは、書き言葉であっても、くだけた話し言葉的文体を用いられます。このような情報機器などへの文字入力による言葉を、この報告では「打ち言葉」と呼んでいます。

解説

「打ち言葉」の使用・認知程度は世代差が大きい

「打ち言葉」には、書き言葉としての従来の日本語表記とは異なるものも多く認められます。顔を合わせた会話では表情や声の調子という言語外の情報も互いに読み解きながらやり取りをしますが、書き言葉にはそれらの情報が欠落しています。「打ち言葉」ではその欠落を補うために顔文字や絵文字といった代替手段が発達してきました。その中で比較的広く浸透しているものに、顔の表情をデザインした 😊 😢 😄 のような絵文字があります。世論調査⑦Q20(4)の結果を見ると、50代以下では60%以上が「使うことがある」と回答していますが、60歳以上では3割以下と使用率が目立って低く、世代差が大きいことがわかります(グラフ)。



「打ち言葉」の特性に由来する独特の表記も登場しています。「お k (OK)」、「う p (up・アップ)」のようなローマ字入力の誤変換を起源とするネット俗語的な表記がそれに該当します。しかし、この使用率は全体の1割を切っているだけでなく、世代差も大きなものとなっています。10代では5割が「使うことがある」と回答している一方で、50代以上では「見たことがない」が6割を超えています(世論調査⑦Q20(3))。

言語外の感情を表現する系統の絵文字は一般化しつつあるものの、いまだ世代差は大きく、とりわけ俗語的な印象の強い誤変換由来の表記は広く受け入れられるには至らない様子が見えられます。「打ち言葉」特有の表記は、誰に対しても通じるものではないことを意識しておきましょう。

なお、ふだん電子メールやSNSで使っている、行頭で1字下げをしない書き方や話題のまとまりごとに1行空けるような形式などを、通常の文書でそのまま使用する傾向も認められます。従来の書き言葉における習慣との違いや、書式の使い分けを意識しておく必要もあるでしょう。

視点を改めて

特性を知った上で伝え合いの手段・媒体を選択する

「打ち言葉」は私たちの生活に身近なものとなりました。特に20代以下の若い世代においては、SNSが日常的な伝え合いの手段になっています(平成27年度情報通信白書)。SNSには、送信した情報の拡散性が非常に高く、不特定多数が読者になるというこれまでの手段とは大きく異なる特徴が認められます。ウェブ調査Q2では、SNSの読者として想定する相手の第一位は「不特定多数(35.6%)」です。「内容による(13.4%)」という慎重派も存在しますが、「知人(19.3%)」、「友人(17.5%)」という身近な人のみを想定する回答も少なくありません。「打ち言葉」による伝え合いに際しては、手段・媒体ごとの特性をよく認識した上でやり取りすべき時代を迎えていると言っていいいでしょう。

参考

「情報通信白書 ソーシャルメディアの普及がもたらす変化」(総務省 平成27年)

「情報通信白書」で検索

Q 5 情報化社会以降に生まれた若い世代の人々は、対面での言語コミュニケーションを苦手として
いると聞かれます。そのように言われるのはどうしてでしょうか。

A インターネットの普及と新しい媒体の登場によって、対面を必要としない日常的な伝え合いが可能
な時代となりました。かつては対面で行うほかなかった伝え合いをSNSなどでも行えるよ
うになったことから、若い世代は対面の伝え合いが「苦手」という見方が出てきたの
かもしれません。

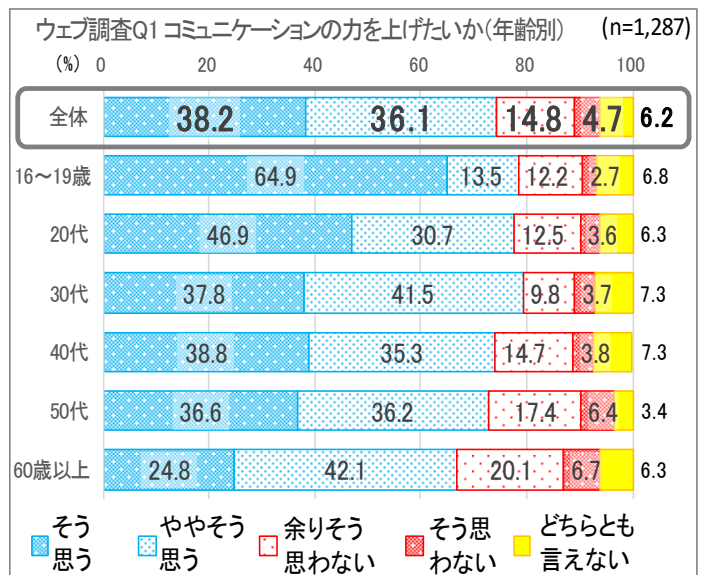
解説

媒体の変化と「コミュニケーション能力」不足への不安

若い世代が他の世代に比べ対面コミュニケーションが苦手であるという客観的なデータが存在する
わけではありません。また、若い世代が他世代に比べ対面コミュニケーションを避けているというわけ
でもないことは、ウェブ調査Q3の結果から読み取れます。この調査では、「お礼」、「お願い」、「断り」、
「謝罪」、「お誘い」の五つの場面において、「対面」、「電話」、「手紙」、「メール」、「SNS等」のうち
どの手段を最もよく使うか尋ねています。その結果は、「謝罪」(52.0%)、「お願い」(46.1%)、「お礼」
(39.2%)は「対面で」が多く、「お誘い」、「断り」は対面を前提としない手段・媒体によるというも
のです。この傾向はどの年代においても同様に見られます。

一方で、ウェブ調査Q1の結果を見ると「コミュニケーション力を上げたいか」という問いに対し、
「そう思う」の割合は全体で4割弱ですが、16～19歳では他の年代に比べ顕著に高く6割を超えていま
す(グラフ)。この傾向が、現代の若者に特徴的なものだとするならば、SNS等による伝
え合いが近年急速に広まってきたことと無関係ではないかもしれません。SNS等による
伝え合いは、24時間他者とのコミュニケーションをとることを可能にしました。これが、
自身のコミュニケーション力を常に意識せざるを得ないというかつて誰も経験したこと
のない状況を生み、その結果、そこに身を置く現代の若者がコミュニケーションを過剰に意
識するようになったとしても不思議はないで
しょう。

加えて、10年以上連続して、企業が新卒者採用をする際に最も重視するのは「コミュニ
ケーション能力」という調査結果が示されて
います。このことも、コミュニケーションに対する若者世代の不安を一層かき立てる要因となっ
ているの
かもしれません。



視点を改めて

コミュニケーションに関する言葉が流行語に

インターネットの普及は、現実社会と仮想社会という対立意識をも一般化させました。現実世界を謳
歌するタイプの人々が「リア充」と呼ばれ、新語・流行語大賞の候補となったのは平成23年のこと
です。その数年後に現実世界でコミュニケーションがうまくできないことを意味する「コミュ障(症)」
という言葉が使われ始めます。「コミュ障」が書籍タイトルとして最初に登場したのが翌24年、28年以降
には、学術系商業誌の特集や、マンガなどのタイトルにも登場するようになってい
ます。このような現象は、若者の「コミュ力」不足に対する不安感の写し鏡と見ることもできるで
しょう。

参考

「[新卒採用に関するアンケート調査結果の概要](#)」(日本経済団体連合会) 「[新卒採用アンケート](#)」で検索

Q7 専門的な内容を、詳しい知識のない一般の人に正確に伝えるには、どのようなことに気を付けたらよいでしょうか。

A 専門家の側は、一般の人に対して、できるだけ日常的な言葉に言い換えるべきです。ただし、専門用語を使わないと伝えられない内容もあります。その場合は、丁寧な説明を添え、かみ砕いて説明するよう心掛けましょう。そして、一般の人の側も、理解するための努力が必要です。

解説

言い換える、説明する、普及に努める

専門用語は専門家同士の伝え合いで用いられている限りは、何の問題もありません。しかし、医療や経済、政治、法律など、市民生活に深く関わる分野で、一般になじみの薄い、難解な専門用語が濫用されると、情報の伝え合いに支障が生じます。専門用語が情報から置いていかれる人たちを作り出しているという現実を、専門家は認識する必要があるでしょう。

分かりやすく伝えるためには、次のような工夫が考えられます。

- A 一般の人がほとんど見聞きしたことのないような、知られていない専門用語は使わず、日常的な言葉に言い換える。
- B ある程度知られている専門用語は、きちんと理解してもらえるよう、明確に説明する。
- C 重要で新しい概念を表す専門用語については、言葉と概念とが同時に普及するよう、丁寧に説明しながら積極的に使っていく。

これらは、[国立国語研究所「病院の言葉」委員会](#)が、医療用語を分かりやすくするための検討を行う中で提案された工夫です。ほかの分野の専門用語についても適用できるでしょう。

なお、同委員会では、例えば、がんを告知されたときのような、一般の人（患者）の側に理解を妨げる心理的負担がある場合には、また別の視点や方法による検討が必要とされました。この点に関しては、言語コミュニケーションを支える四つの要素の一つとして挙げた「ふさわしさ」が、対応のヒントになります。「正確さ」や「分かりやすさ」を前面に押し出さないことにより、相手が受け入れやすくなる言い方を考えることができます。

一歩進めて

情報から置いていかれる人をなくすために

まず、専門家が、聞いたことのないような用語を使ったときは、「もう少しかみ砕いて言うと、どうということなのでしょうか。」や「専門用語がよく分かりません。」などと、日常的な言葉で分かりやすく説明するよう求めることが大切です。このことは医療関係などの専門分野に限られません。公的文書や役所の窓口の対応でも、一般になじみのない行政用語が使われることがあります。

一方で、自分が関わることになった分野の専門用語を学習する努力もすべきでしょう。健康や生命に関わる医療の分野、財産や日々の生活を支える経済・金融の分野に関わる言葉などは、特に学んでおく意義があります。知っていると思っても理解が十分でなかったり、勘違いしていたりする用語は意外にあるものです。新聞やテレビ・ラジオのニュースなどから常に新しい情報を得ることを心掛け、知識を広めることが肝腎です。特に、新しい概念を表す専門用語については、それを理解することが大きな利益につながる場合があります。

専門家は一般の人に対して専門用語をむやみに使わないようにし、どうしても必要な場合には、十分な説明を加える。一般の人は自分の関係する分野の専門用語を知り正しく理解しようとする。そうした双方の努力が、伝え合いを支える土台となります。

参考

「[病院の言葉](#)」（平成21年 独立行政法人国立国語研究所） [「病院の言葉」で検索](#)

病院で使われる用語が分かりにくいという声に応え、医療関係の専門家に向けて、「病院の言葉」を分かりやすくする工夫を提案しています。

Q24 言語コミュニケーションの上で「ふさわしさ」に配慮するとは、どういうことでしょうか。

A 言語コミュニケーションを円滑に行うには、伝え合う相手の気持ちに配慮する必要があります。敬語や親しみを込めた言葉遣いを用いることは別に、伝える情報そのものについても、相手や状況・場面に合った「ふさわしい話題や言葉」を選ぶことが大切です。

解説

相手の気持ちを思いやる想像力を

その言葉や表現自体には問題がなくても、使用する場面や状況によっては、不快な思いをさせたり、違和感を抱かせたりする場合があります。

台風が多い年を「台風の当たり年」と言うことがあります。本来「当たり年」は農作物や果実などの収穫が多い年を指します。それを自然災害に関して用いるのは、比喩表現として適切でないというだけでなく、台風の被害に苦しんでいる地域の人的心情を傷つけるおそれがあります。

「自殺の名所」というたどえはどうでしょうか。美しい風景や有名な古跡をいう「名所」を「自殺」と組み合わせるのには、違和感を覚える人も少なくないはずです。

こうした言い回しは、人を傷つけるために意図的に使われているわけではありません。単にデータとして捉えたり、反語的に用いたりする分にはむしろ効果的なこともあるでしょう。ただ、その場合にも、文脈などを慎重に考慮する必要があります。

そのほかにも、球技などで器用な技術を持っている選手に対し、「〇〇選手は、小細工がうまいですね。」などと言うことがあります。「小細工」は「細々とした手先の仕事」という意味ですが、「根本的でないその場だけの策略」といった意味で用いられることもあります。褒めているつもりでいても、本人が後者の意味で受け取ったら、余りいい気持ちはしないでしょう。言葉の意味には広がりがあります。自分の意図とは異なった意味で受け取られないか、注意する必要があります。

特定の言い回しをリストアップしておき、それさえ避ければよいというものではありません。言語コミュニケーションは、相手（聞き手・読み手）の気持ちにどこまで寄り添えるかが常に試されているとも言えます。ふさわしい言葉・表現を選択するには、相手を思いやる想像力が不可欠です。

なお、冠婚葬祭の場面など、社会的な慣用に沿った言葉遣いが必要となるときもあります。書き言葉においても、手紙、書類などでは、定型に合わせて書くことが求められるときがあるでしょう。型に沿った言葉遣いをするのが、ふさわしさの要になる場合も少なくありません。

視点を変えて

「正確さ」や「分かりやすさ」との両立

言語コミュニケーションにおいては、相手にとってそもそも受け入れにくい内容を伝えなければならないことも少なくありません。仕事上の評価、経済状況、病状など、相手が置かれている深刻な状況ありのままに伝えると、伝え合いを拒否されるような事態が予想される場合もあります。そんなときは、伝えるべき事柄を少し曖昧に表現したり、部分的に省略したりして受け入れやすくし、衝撃を和らげる手立てを講じたいものです。正確さを抑えることによって受け入れやすくする工夫です。

ただ、受け入れやすさばかりを優先すると、その状況を乗り切るために必要な情報が伝えられません。最も大切な事柄がぼやけてしまうこともあります。相手の反応を見ながら、徐々に正確さを高めていく努力を怠らないようにしましょう。

また、分かりやすい表現を使おうとすると、ふさわしさを欠いてしまうような場合があります。「台風の当たり年」、「自殺の名所」といったたとえがよく使われるのは、それが分かりやすいからです。たとえ（比喩表現）を使った説明は、分かりやすさを向上させます。しかし、そうした効果を求めた結果、相手や場面に対してふさわしさを欠いた表現につながることもあるのです。

分かりやすさを求めてエピソードやたとえを使うときは、古過ぎる価値観や型にはまった捉え方、人を蔑む意識など、誰かを傷つけてしまうような偏った内容がないか、相手や場面にふさわしくない考え方が含まれていないか、よく吟味することが肝要です。

Q26 相手が受け入れにくい、感じの良くない言い方や言葉遣いには、どのようなものがあるでしょうか。

A 感じの良くない言い方というのは、一つの単語として元々そのような性質を帯びているものだけではありません。極めて普通の単語を複数組み合わせ、ある場面で用いたとき、結果としてそのようなニュアンスが生じてしまっている場合も少なくないのです。

解説

言葉の組合せが生む感じの悪さ

例を通して考えましょう。ある先生のところ、このような手紙が来たとします。

「初めてお便り申し上げます。先生の御著書を拝読して、内容的に高い水準に達し、価値があるものと感じました。そこで、一度御講演をお願いしたいと思っております。日程は、先生の御予定に合わせる事が可能です。内容は、御著書にお書きになったことと同じもので十分です。あるいは、もしこれ以外にお詳しい分野がありましたら、ほかのお話でもかまいません。つきましては、一度打ち合わせをお願いできたら幸甚です。お目に掛かる日は、私は来週の月曜日が空いていますが、先生の御都合を優先します。」

どうでしょうか。一つ一つの単語として「失礼な」ものはないのですが、それらが組み合わさった結果、全体として感じの悪さを醸し出しているところがあります。次に挙げる点を指摘できます。

- ◆ 日本語では、相手に対する「評価（プラス評価も含む）」をしてもよい立場にあるのは目上の人であり、「内容的に高い水準に達し、価値がある」などという言い回しを使うと、相手のことを目下扱いしていると取られかねない。例えば「大変興味深く拝読し、とても勉強になりました。」など、「評価」につながらない言い方を用いる。
- ◆ 会ったこともない人に初めて依頼をするときに、「お願いしたいと思っております」とこちらの願いだけを言い切ってしまうのは十分と言えない。例えば「お願いしたいと思っておりますが、いかがでしょうか。」のように、最終的な判断は相手に委ねる形を用いる。
- ◆ 「御予定に合わせる事が可能です」、「御都合を優先します」は、一見相手を思いやっているようでいて、依頼としては不十分。例えば「可能な範囲で先生の御都合に合わせて設定いたしますので、差し支えない日程をお教えてください。」など、相手が要望を述べやすい言い方を用いる。
- ◆ 「(御著書にお書きになったことと同じもので) 十分」や「(ほかのお話しでも) かまいません」などの「判断」に関わる言い回しは、依頼のときには注意が必要。例えば「…といったことでも結構です。」などを使って、やや低姿勢な印象を与える言い方を用いる。
- ◆ 「もしこれ以外にお詳しい分野がありましたら」は、「先生」の能力が広範囲には渡らないという想定を前提にしているように読まれかねない。余計な前提のない言い方を用いる。

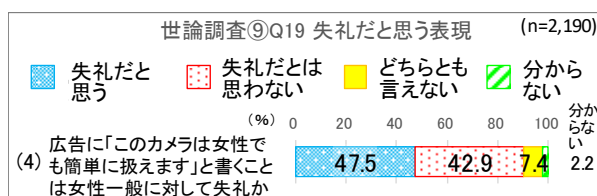
これら以外にも指摘すべきところがあるかもしれません。このような文・言い方が一般に使われることは決してまれではなく、人間関係に無用な軋轢を生んでいるおそれがあります。

データを見る

型にはまった考え方を表す言葉に注意

世論調査⑨Q19(4)では、広告に「このカメラは女性でも簡単に扱えます」と書いてあったとしたら「失礼だと思う」という回答が47.5%で、「失礼だとは思わない」の42.9%よりも多くなっています。「女性は機械に詳しくない(男性は機械に詳しい)」

という型にはまった考え方に基づいた言動と言えるかもしれません。例えば、赤ちゃん用のミルクの説明書に「簡単に作れますから、パパに任せても安心です。」と書いてあったら、どう感じるでしょうか。「ミルク作りは女性の仕事だ」、「男性はミルクをきちんと計量して作るのが苦手だ」といった前提に立った表現であるとも読め、子育てをしている人たちの気持ちを逆なでするかもしれません。



Q29 情報化の進展により、コミュニケーションの手段に関して選択の幅が広がっています。媒体を選ぶときには、どんなことに気を付けるとよいでしょうか。

A 媒体には、それぞれの特性があります。特性を見極め、理解した上で媒体を選択することが大切でしょう。特性を考えるに際してどのような点に注目すべきかを知っておきましょう。

解説

媒体の特性を知り、目的に合ったものを選ぶ

コミュニケーションのための手段は、多岐にわたっています。言語を主とした双方向性のある媒体に限ってみても、それぞれ異なる特性が認められます。言語コミュニケーションは、場面や状況によって様々に変化するので、やり取りをする相手やその目的・内容に従った媒体の選択が期待されます。媒体ごとの特性を考えるに際しては、様々なことが想定されます。媒体選択のヒントとして、以下のような観点を示すことができます。

- ◆ 対面して、あるいは間接的にでも、相手の表情などを見ながら行うことが可能なやり取りか
- ◆ 時間差のない同時的なやり取りか
- ◆ 双方向性の高いやり取りか
- ◆ 会話的要素と書き言葉的要素、どちらが強いやり取りか
- ◆ 匿名のままであることの、あるいは他人に成りすますことの可能なやり取りか
- ◆ 受信者の指定が可能か、不特定多数の人に広がる（拡散する）可能性のあるやり取りか
- ◆ 言葉以外の情報を併用することが可能なやり取りか

このような観点に沿って、用いようとする媒体が備えている特性とその程度を意識した上で、伝え合いの目的に適したものであるかどうかを検討してみましょう。

新しい媒体が増え一般に広まるに従い、注意すべき事柄も増えています。コメントや画像等を発信するSNSのうちに、受信者が限定されるわけではなく、拡散性の極めて高いものもあることには、特に注意が必要でしょう。親しい人のみに発信したつもりが、全く想定していない人に受信され、思わぬ事態を招くこともあります。また、話し言葉においては、気分や感情を伝えるために、話す速度、声の大きさや抑揚、声色などの言語以外の情報を用いることができます。一方、新たな手段である「打ち言葉」は音声を伴わないために、気分や感情は、各種の記号や顔文字、絵文字、画像等を用いて代替的に表現されることがしばしばあります。記号などの視覚的要素で表現しようとした気分や感情が発信者の意図どおりに受信者に伝わるとは限らないことは、十分に意識しておく必要もあるでしょう。

視点を変えて

連絡手段に対する意識に変化も

かつては、郵便か電話で行っていたコミュニケーションが、インターネットを介した電子メールやSNSによっても行えるようになりました。インターネットを介したやり取りは、手軽な上に経費負担も軽く、郵便のような時間差なしに、相手への返信も自分の都合に合わせたタイミングで行うことが可能です。そのため、即時の対応が求められる電話は、送信者が受信者である自分の時間を一方的に奪う押し付けがましい媒体である、と感じる人も少なくないようです。

世論調査⑧Q19では、会ったことのない相手に大切なことを依頼する際、まず電子メールで接触するという人は、大都市部、特に東京都区部で高く、年代別では16歳から29歳で他の年代より高いという結果でした。媒体の選択では、相手・目的・内容に沿った判断が肝要です。時間に余裕がある場合には電子メール、急いでいる場合、込み入った話やデリケートな内容を含む場合などは、事前合意の上での通話や対面による会話といった使い分けを意識する必要もあるかもしれません。

