

〈論文〉

視覚化するコミュニケーション能力 Visualization of Communication Skills

桶川 泰

OKEGAWA Yasushi

概要

社会学において、コミュニケーション能力は、「伝達不可能なもの」「不可視なもの」と想定されている。だが、現代日本社会ではコミュニケーション能力の向上を促す学びの場や組織が多様に存在している。本稿では、『出版指標年報』の「書籍の出版傾向」で紹介されている「売れてる」「話題になった」会話ハウトゥ本を分析資料として、コミュニケーションの自己向上を促す言説が如何に存在するのかを考察した。またコミュニケーション能力が力説される 2000 年代以降の日本社会において、如何に助言が変容しているのかを明らかにした。会話ハウトゥ本の中でも会話を取る上で基本的な能力にして最も重要な能力として紹介されている情報やメッセージの受信の仕方（聞き方・質問の仕方）をめぐる技術に焦点を当てている。

考察の結果、「相手に対して『共感・理解』していることを示しつつ、相手の会話のボールをキャッチする」「相手が投げ返しやすい。話題が広がりやすい質問のボールを投げる」というコミュニケーションの仕方が時代を通して助言されていた。ただし、2000 年代になると「私はあなたの話に興味・関心がある」「相手が投げ返しやすい会話のボールを投げる」という目標のための手段がより追求されるようになっている。言うならば、コミュニケーション能力がより視覚可能化していた。

キーワード

コミュニケーション能力、会話ハウトゥ本、聞き上手

I はじめに

1.1 コミュニケーション能力をめぐる社会学研究

2000 年代以降の日本社会では、「コミュニケーション能力」という言葉がクローズアップされており、コミュニケーション能力を習得する必要性が多くの人々に力説されている。社会学においてもコミュニケーション能力は研究の対象となっており、その研究は主に 2 点に分けることができる。

1 点目は、コミュニケーション能力を代表とする新しい能力が力説される社会的背景を考察する研究である。本田由紀は、産業構造の転換と個人化の進展が伴うポスト近代社会においては、社会的地位の獲得のために、既存の（学力といった）「近代能力」に加え、コミュニケーション能力などの「ポスト近代能力」を獲得することが煽られるようになったことを論じている（本田 2005）。本田のハイパーメリトクラシー論はよく知られているが、ハイパーメリトクラシー論に対して否定的な見解が存在し

1 他にも、松下佳代は新しい能力が提唱される社会的背景として、グローバルな知識経営の下での労働力要請を挙

ないわけではない。中村高康は、過去において、コミュニケーション能力や人間力などのハイパーメリトクラシーと呼びたくなるような能力評価は広汎に共有されていなかったのかという疑問を提示している（中村 2018: 22 - 33）。新しい能力の必要性が力説される社会的背景としては「メリトクラシーの再帰性」という概念を提示している（中村 2018）。

2点目は、現代日本社会のコミュニケーション能力偏重性（もしくはコミュニケーション能力万能論）を問題化していく議論・コミュニケーション能力を含む「新しい能力」が有する社会的作用・社会的権力の働きを問題化する議論である。

居郷至伸は、就業する際にも職務遂行の際にもコミュニケーション能力が必要であるという議論に批判的検討を加えている。居郷はコンビニエンスストアの店舗責任者にインタビュー調査をし、コミュニケーション能力が統一的評価基準を有するものではなく、店舗経営者の主観に基づき構成されたものにすぎないことを指摘している（居郷：2005）。上述で言及した中村の議論もコミュニケーション能力が多様な職業の共通する能力の土台に措定されていることを問題化している（中村 2018: 44）点でコミュニケーション能力の偏重性を問題化する議論にも該当する²。

「新しい能力」が有する社会的作用・社会的権力の働きを問題化する議論として、（中西 2014）（牧野 2014）（貴戸 2011、2018）がある。中西新太郎は、人間力・社会人基礎力・学士力といった多様な新しい能力が能力陶冶の自己責任モデルを意味していること（能力が不足している本人の努力の問題に帰されること）を指摘している（中西 2014: 193）。牧野智和も、新しい能力が生まれる理由には、ビジネスの成功・経済の活性化・社会病理など、様々な社会事象を人間的な問題・心理的な問題に縮減する社会的背景があることを指摘する。そして、新しい能力の中でも人間力に着目し、雑誌メディアにおけるその使用のされ方を分析している（牧野 2014）。一方、貴戸理恵は、コミュカ・コミュニケーション能力という表現が、身近にある異文化同士・異なる立場同士の人間のコミュニケーションを閉ざすこと（貴戸 2011: 46、2018: 40-2）を問題化している。またコミュニケーションという文脈依存的にしか見出すことのできないもの（2人以上の当事者のあいだに生じる関係的な事柄）を「能力」という個人化された言葉で表現することに問題性を見出し、関係性の個人化と形容している（貴戸 2011）。

1.2 コミュニケーション能力研究をめぐる本稿の視座

『今どきコトバ事情——現代社会学単語帳』では、コミュニケーション能力は「相手、場所・場面・状況によってかわってくるため、個人の資質に由来せず、測定もできない。いわば『正体のないもの』ではないだろうか」と紹介されている（工藤 2016: 157）。前項で2つのコミュニケーション能力研究を確認したが、どの研究においても、コミュニケーション能力は伝達不可能・不可視な「正体のないもの」と想定されている点では共通している。

例えば、ハイパーメリトクラシー論を論じた本田においては、コミュニケーション能力を中心とした「ポスト近代型能力」は努力やノウハウとはなじまず、個々人の人格や感情身体と一体化したものであることを指摘している（本田 2005:23-4）。メリトクラシーの再帰性を提示した中村も、（現代日

げている（松下 2010: 7-8）。社会学研究者ではないが、コミュニケーション教育に携わっている平田オリザは、コミュニケーション問題の顕在化—コミュニケーション下手な人間は一定数存在するが、そうした人たちの問題が顕在化している—という視点を提示している（平田 2012: 27-36）。

2（吉岡 2018）や（妹尾 2022）のように統計的分析手法によって、現代日本社会のハイパーメリトクラシー化・コミュニケーション能力の偏重性について考察・検証しようとする研究も存在する。

本社会においてコミュニケーション能力が力説されているけれども) コミュニケーション能力は測れないものであることを指摘している(中村 2018: 54-5)。本田も中村も、「ポスト近代型能力を獲得する機会を社会的に様々な場に埋め込む」という選択に否定的・消極的な点では共通している。本田の議論においては、コミュニケーション能力は伝達不可能なため、学校などの公的教育に組み込むことは困難であることを論じている(本田 2005:254-60)。中村の議論では、「新しい能力を求めなければならない」という強迫観念自体を問題化している(中村 2018: 233)。

関係性の個人化論を提起した貴戸の議論でも、「測定不能でどうやって身につけるか分からない曖昧な『能力』」(貴戸 2011: 4)と言及している。現代日本社会のコミュニケーション能力の偏重性、社会的作用・社会的権力性を問題化する議論では、コミュニケーションがブラックボックスにも拘わらず、その必要性が力説されているからこそ、その偏重性・社会的作用・権力性が問題化されていると言ってよい。

本稿では、コミュニケーション能力を「伝達不可能なもの」「不可視なもの」と想定する研究に対して2点の疑問を提起したい。

1点目は2000年代以降の日本社会では、会話教室や日本コミュニケーション能力認定協会などのコミュニケーション能力の向上を促す学びの場や組織が多様に存在している。もし、コミュニケーション能力が「伝達不可能なもの」「習得の仕方が不明なもの」であるならば、なぜコミュニケーション能力の向上を促す学びの場・組織・メディアが存在しているのか。多くの人々に受け入れられている場・組織・メディアには如何なるコミュニケーションの自己向上を促す言説が存在しているのだろうか。

2点目は、前述してきたようにコミュニケーション能力は「伝達不可能なもの」「習得の仕方が不明なもの」と想定されているが、多くの論者はコミュニケーション能力を「ない」とまでは論じていない。例えば、「関係性の個人化」論を提起した貴戸すらも「『測れない』ということは、『ない』と同じではありません」(貴戸 2011: 4)と指摘している。ただ、他者や場との関係によって変わってくる文脈依存的なものとして想定している(貴戸 2011: 2-5)。

貴戸が指摘するように、如何なる時代・如何なる社会においても普遍的に必要とされるコミュニケーション能力は存在していないのかもしれない。もっともコミュニケーション能力が文脈依存的なものだとしても、その文脈性がある狭い文脈でのみ(ある社会集団内で必要とされる、もしくは小さな社会的・文化的・経済的目標を達成するために必要なコミュニケーション能力)存在するのか。時代において変わるかもしれないが、現代日本社会というより広い文脈に依存的な(現代日本社会においてより多くの人に受け入れられている)コミュニケーション能力は存在していないのかについては定かでない。

II 本稿の研究枠組み

2.1 会話ハウトゥ本という分析資料

本稿では、『出版指標年報』に紹介されている1974年～2019年までの「売れてる」「話題になった」会話ハウトゥ本の言説の変容を記述・考察していく。『出版指標年報』の「書籍の出版傾向」では、それぞれの分野において「売れてる本」「話題になった本」「出版傾向のある本」などが紹介されている。会話ハウトゥ本も、「書籍の出版傾向」の中の「語学分野」に1978年から紹介されるようになっていく。また、「ビジネス書」分野でも1994年から載せられている。1978年～2019年までの『出版指標年報』

「語学」「ビジネス書」分野で紹介されていた会話ハウトゥ本の冊数は1974年～1979年までが7冊、1980年～1989年が19冊、1990年～1999年が9冊、2000年～2009年が28冊、2010年～2019年が38冊であり、総数は101冊となる³。

「売れてる」「話題になった」会話ハウトゥ本を分析資料とすることによって、現代日本社会にコミュニケーション能力の向上を促す言説が如何に存在しているのかを解き明かすことが可能となる。もちろん、コミュニケーション能力の向上を促す言説は会話教室・企業内研修など、様々な場や組織から発せられている。ただし、「売れてる」「話題になった」会話ハウトゥ本を分析資料とすることによって、多くの人に受け入れられている（より広い文脈性を有する）コミュニケーション能力には如何なるものがあるのかを抽出するという研究の狙いも持っている。

「売れてる」「話題になった」会話ハウトゥ本は、「読者層」を絞らずに幅広い読者が読むことができるメディアであるという特徴を有している。例えば、友達・恋人・親子との会話、会社の上司・部下・同僚・営業先との会話、初対面の人との会話など、ある対象との会話・会話の目的が1冊の本のテーマとして組まれることは少ない。加えて大抵の会話ハウトゥ本は、如何なる読者層をターゲットにして執筆されたのかについて言及されることも少ない。1冊の本の中に、複数の会話の仕方（「説得力のある話し方」「好感が持たれる話し方」など）を盛り込んだものがほとんどである。「読者層」を絞らずに幅広い読者に読んでもらうことを目的にしたハウトゥ本がより「売れる」本になる傾向がある。

2.2 会話ハウトゥ言説の外観

会話ハウトゥ本の中には「明確で簡潔な説明の仕方」「説得の仕方」「表現力の培い方」「聞き方・質問の仕方」「～の場面に適した話題のあり方」など、様々な助言で溢れている。当然のごとく、何を目的とするかによって、その会話の技術的助言も異なってくる。例えば、「明確で簡潔な説明の仕方」では「概要→詳細の順番で話す」「適切なボキャブラリーを使用する」などが助言されている。

『現代社会学事典』（2012年、弘文堂）によれば、コミュニケーションは「人間が対人関係のなかで互い意思、感情、思考を伝達しあい、理解しあうこと」（『現代社会学事典』2012: 453）であり、「情報やメッセージの発信者、受信者、そして情報そのものという3つの要素に分けて考えることができる」（『現代社会学事典』2012: 453）と整理している。本稿でも、コミュニケーションを情報やメッセージの「発信者」「受信者」、「情報そのもの」という3点に分けて考える。それでは、会話ハウトゥ本にはそれぞれコミュニケーションの向上を促す助言が如何に存在するのか。

表1 会話ハウトゥ本の助言の分類

| | |
|----------------------------|--|
| <p>情報・メッセージの 発信の仕方</p> | <p>・表現能力の培い方（「ボキャブラリーの増やし方・運用の仕方」、言語化能力を培うためのトレーニング方法） ・説明の仕方（相手に分かりやすく・明確かつ分かりやすく伝える方法） ・説得の仕方 他、「謝罪」「お礼の伝え方」「怒り方」「注意の仕方」「面白い冗談の作り方」「自己開示・自己情報の伝達の仕方」など。</p> |
|----------------------------|--|

3 「語学分野」「ビジネス分野」において、「話し方本」として紹介されている本の他に、タイトルに「話し方」「話術」「質問の仕方」「雑談」等のタイトルが付けられた本を収集している。ただしスピーチ本、学術本、1冊全てが言葉遣い・敬語の使い方のみが紹介されている本は分析資料から除外している。

| | |
|----------------|--|
| 情報そのもの | <ul style="list-style-type: none"> ・共通の話題の作り方 ・話題の集め方 ・○○の場に適した話題の在り方 |
| 情報・メッセージの受信の仕方 | <ul style="list-style-type: none"> ・友達や恋人など関係づくりに持たれる聞き方・質問の仕方、営業・ビジネスの場での雑談における好感の持たれる聞き方、仕事場での人間関係作りに必要な好感の持たれる聞き方・質問の仕方 他、「説得のための質問」「相手が思わず本音を言ってしまう質問」「ロジカルな質問」「相手にイエスを引き出す二段階術質問」 |

まず「情報・メッセージの発信の仕方」をめぐる助言では、「情報・メッセージ」を発信するために必要な表現能力の培い方（「ボキャブラリーの増やし方」「言語化能力を培うためのトレーニング方法」）、発信する「情報・メッセージ」を相手に分かりやすく・明確に伝える方法（説明）、「情報・メッセージ」の内容を相手に同意させ、その内容に従って行動させる方法（説得）をめぐる助言が存在する。他にも、どのような「情報・メッセージ」を伝えるかによって、「謝罪」「お礼の伝え方」「怒り方」「注意の仕方」「面白い冗談の作り方」「自己開示・自己情報の伝達の仕方」などの助言が存在していた。

「謝罪」「お礼」「怒り」「注意」「面白い冗談」「自己開示・自己情報」などは『現代社会学事典』の区分では「情報そのもの」や「情報やメッセージの受信者」にも該当するだろう。もっとも会話ハウトゥ本の助言では、「情報やメッセージの発信者」側から助言されることが多く、「謝罪」「お礼」「怒り」を如何に受け止めるのか（受信の仕方）という助言は少ない。

会話ハウトゥ本では、「情報そのもの」に該当する助言として、情報（話題）の選び方・作り方といった助言が存在する。その助言には「共通の話題の探し方」「話題のストックの増やし方」「～の場に適した話題のあり方」の3つが存在する。その中でも「共通点・共通の話題を探すこと」「話題のストックを増やすこと」は、会話ハウトゥ本において、つながりを築いていく上で重要なスキルの1つだと想定されている。例えば会話ハウトゥ本では、共通点・共通の話題を見つけることによって、相手と打ち解ける・好感を持たれる・親しくなれることが力説されている。

情報・メッセージの受信の仕方は、主に、友達や恋人との雑談における聞き方・質問の仕方、営業・ビジネスの現場における雑談的な聞き方・質問の仕方など、様々な社会的場面における好感の持たれる・良好な人間関係を築くための聞き方・質問の仕方が多かった。会話ハウトゥ本において、聞くこと・質問することは、「聞き上手になることは、話し上手になるための近道なのです」（塩月 2002: 31）、「聞く力が伸びれば会話上手への道も開ける」（福田 2006: 5）等のように、会話の基本にしてもっとも重要な能力として紹介されることが多い。また社会的場面ごとに助言が異なるのではなく、「相手（相手の話）に興味・関心があることを示しつつ、相手の会話のボールをキャッチする」「相手が投げ返しやすい・話題が広がりやすい質問のボールを投げる」というコミュニケーションの仕方が助言されている点で共通していた。他には、「説得のための質問」「相手が思わず本音を言ってしまう質問」「ロジカルな質問」「相手にイエスを引き出す二段階術質問」といった助言も存在するが、載せられるハウトゥ本は限定される。

2.3 本稿において研究対象となる言説

(桶川 2023a) (桶川 2023b) では、1974 年～ 2019 年までの「売れてる」「話題になった」会話ハウトゥ本の「情報やメッセージの発信」の仕方、情報（話題）の選び方・作り方をめぐる助言の構成のされ方、時代的な変容のあり方について明らかにされている。

「情報・メッセージの発信の仕方」をめぐる助言では、説明・説得の仕方、表現能力の培い方については 1970 年代・1980 年代から助言のバリエーションが出そろい、時代的な変化を見出すことはできなかったことが指摘されている。もっとも「自己開示・自己情報の伝達の仕方」をめぐる助言では 2000 年代になると質的な変化が生じていることが明らかにされている。2000 年代以前では、「自己をオープンにすると相手の心もまたオープンになる」（「自慢話・独りよがり・自己中心的な話をすると嫌われる」）という助言が中心だった。一方、2000 年代以降では「良い会話の流れ」を生み出すために、自己開示・自己呈示をコントロールする（相手が受け答えできる自己開示・自己呈示の）必要性や自己開示・自己呈示の意識性の向上の（自己情報を伝えることができるように常に自己の話せることを探す）必要性も助言されるようになってきている（桶川 2023b）。

一方共通点・共通の話題をめぐる助言では、1980 年代までは共通点・共通の話題を探すには「キドニカケセシ衣食住などのキーワードから探す」「相手の反応を観察しながら興味・関心を示さない話題は引き下げる（別の話題を提示する）」という助言に止まっていた。それに対して 2000 年代以降では、「共通点を具体化していく・具体的なフックを探す」、「自分と相手との日常的な振る舞い方・経験の差異」を話題として展開する（そのため自己の普段の振る舞い方・経験に対する言語化の意識性を高める）必要性を提起する助言が現れたことが明らかにされている（桶川 2023a）。

好感の持たれる・良好な人間関係を築くことができる対人コミュニケーションをめぐるスキルとも言える共通点・共通の話題をめぐる助言においては、助言の具体性が向上し、意識性の向上を促す助言が出現している。また「情報・メッセージの発信の仕方」をめぐる助言でも、好感の持たれる・良好な人間関係を築くことができるスキルをめぐる助言（「会話にいい流れが生まれる」「会話が弾む話題を提供できる」自己開示・自己呈示をめぐる助言）においては、2000 年代に助言の質的変容が見られた。本稿においては、好感の持たれる・良好な人間関係を築くことができる「相手の話の聞き方・質問の仕方」をめぐる助言が如何に構成されており、それは 2000 年代以降に如何に変容しているのか、如何なる意識性の向上を促す助言が出現しているのかを明らかにすることを試みる。

III 会話ハウトゥ本における聞き方・質問の仕方をめぐる助言のされ方

3.1 聞き方をめぐる助言の構成のされ方

それでは会話ハウトゥ本において、会話の基本にしてもっとも重要な能力として紹介される「聞き方・質問の仕方」のスキルにおいて如何なる助言が提供されているのか確認しよう。まず、多くの会話ハウトゥ本では、相手の話を聞く際に重要な事柄として、「私はあなた（あなたの話）に興味・関心があります」というメッセージを伝える必要性が助言されている。その必要性・重要性に言及しているハウトゥ本は 42 冊存在する。

興味・関心を伝達することが必要な理由を整理すると 2 つに分けることができる。1 つ目は「誰もが自分のことを話したい・理解されたい」ために、自分の話を肯定的に聞いてくれる・受け入れてくれる人は重要な存在である（それが故に聞き上手は好かれる）点。2 つ目は「会話のキャッチボール

を成立させるためには相手の会話のボールを取る」必要性がある（それが故に聞き上手になることによって「相手が話すのを勇気づける」、「相手がどんどん喋り、会話が弾む」ようになる）点である。

「自分から話しかけないと会話は始まらないかもしれませんが、話を続けるには、相手の言うことをよく聞くことが必要です。相手の話を聞かなければ、会話は成立しません。会話のキャッチボールをうまく続けるには、まず相手の投げたボールを、きちんとキャッチすることから始めなければなりません」（池上 2002: 53）

また、相槌や大きなリアクション、オウム返し・相手の使った言葉（キーワード）の使用、相手の話の要約・言い換えも相手の話を聞く上で重要な行為であることが助言されている。「相槌の打ち方に関する助言・オーバーリアクションの必要性」に言及したハウトゥ本は 39 冊、「オウム返し・相手が使った言葉のキーワードの使用」に言及したハウトゥ本は 21 冊存在していた。

相槌の打ち方には様々な助言があり、「話し手の気持ちの変化に合わせて、うなずき方にも変化をつける」必要性や「同意を表す相槌」「多少の疑問を表す相槌」「感嘆や驚きを表す相槌」など、相槌の仕方にも複数のバリエーションを持つ必要性を助言するハウトゥ本も数多い。「相づちは、あえて声に出さずに黙ってうなずくと、好印象になる」（魚住 2015: 133）という助言をする論者もいれば、『打てば響く』という感じで、ちょっと大げさなくらいのリアクションを会話の中に入れていくと、話し手もどんどん話しやすくなっていく」（齋藤 2016: 48）などのようにオーバーリアクションの必要性を助言する論者もいる。ただし相槌もオーバーリアクションもさらにオウム返し・要約・言い換えも「私はあなた（あなたの話）に興味・関心があります」というメッセージを伝える必要性からその重要性が言及されている点で一致している。

他にも、「知らない話」「相手の得意な話」は「教えてもらう」心構えで聞く、「知っている話」でも「知らないふり」をして聞くという助言をする論者もいる。賛同できない話の場合は、「ノーリアクション」か、「気持ちは分かるけど〜という考え方もある」等のように、相手の話を 1 度は受容してから、反対の見解を提示するという助言もある。

「私はあなた（あなたの話）に興味・関心があります」というメッセージを伝えるためのリアクションだけでなく、「話を聞いていない」（会話のキャッチボールをする意思がない）と受け取られるネガティブなリアクションも会話ハウトゥ本では紹介されている。特に「否定的に聞く」「相手の話を遮る」「話を先回りする」などの行為、無反応や単調なリアクションはタブーとされている。

3.2 質問の仕方をめぐる助言構成のされ方

前項では、「私はあなた（あなたの話）に興味・関心があります」というメッセージを伝えることが相手の話を聞く際の重要な行為として助言されていることを確認した。

一方、「この会話のよさは、どこにあるのでしょうか。気がつくことは、聞き手が、程よい質問をしていることです」（鈴木 1981: 33）、「対話がうまくいっているように見えるが、それは聞く方がうまいからである」（齋藤 2003: 18-9）と語られているように、質問することの重要性も会話ハウトゥ本において認識されている。特に「相手が投げ返しやすいく・話題が広がりやすい質問のボールを投げる」必要性が往々にして言及されている。

具体的にどのような質問が、相手が投げ返しづらい・話題が広がりづらい質問になるとされている

のだろうか。まず、相手が投げ返しづらい質問として、漠然とした質問や抽象的な質問（「～ってどうですか」等のような質問）が挙げられており、返答があったとしても、同じく漠然としたものになることが指摘されている。質問は具体的なものでなければならない必要性、情景・イメージが伴った質問をする必要性、さらにポイントを絞った質問をする必要性も助言されており、それらの助言を載せたハウトゥ本は11冊存在した。

また、「なぜ」が伴う質問をタブー視する論者も存在している。安田正・谷原誠は、相手が会話のボールを投げ返すことに負担を感じさせるからだとその理由を言語化している（安田 2015）（谷原 2016）。「なぜ」よりも「何」や「どのように」などの疑問詞を使う（言葉を置き換える）必要性も助言されている⁴。

一方、話題が広がりづらい質問としては、相手が「そうです」と言ったらそれでおしまいになるような質問や答えを確認したら終わりになるような質問が挙げられている。言うならば、会話のボールを投げ変えやすいが、会話のキャッチボールが「長く続かない」「すぐに終わる」質問が言及されている。特に、相手の答えが「イエス」「ノー」で終わる「クローズドクエスチョン」は「その場で会話が終わってしまう」「使い続けると会話が途切れ沈黙が訪れる」「相手は答えを誘惑させているようで不快に感じる」と指摘されている。一方で、自由度の高い「オープンクエスチョン」は相手が好きなように話すことができるため、会話が発展しやすいと助言されることが多い。ただし、話の開始時点では「イエス」「ノー」で答えられる質問をし、徐々にオープンクエスチョンに切り替えていく等、「オープンクエスチョン」「クローズドクエスチョン」を使い分ける必要性を指摘する論者もいる。

好感が持たれる・良好な人間関係を築くことを目的にして「イエス・ノー」をめぐる質問の仕方に言及したハウトゥ本は12冊存在していた⁵。

IV 2000年代以降における聞き方・質問の仕方をめぐる助言の変容のあり方

4.1 聞き方をめぐる助言の変容

会話ハウトゥ本には相槌、大きなリアクション、オウム返し、要約・言い換えの必要性、否定的なリアクション、「イエス」「ノー」で終わる質問、漠然とした質問のタブー化など多様な助言が存在している。ただし、それらの助言の基底的な参照項には「私はあなた（あなたの話）に興味・関心があるというメッセージを伝える（相手の会話のボールをキャッチする）」、「相手が投げ返しやすい・話題が広がりやすい質問のボールを投げる」というコミュニケーションの仕方が存在する。

表IIは、前述した「私はあなたの話に興味・関心があるというメッセージを伝える必要性・重要性」（「興味・関心の伝達」）、「相槌の仕方」、「オウム返し」、「具体性・情景・イメージを伴った・ポイントを絞った質問をする必要性」（「具体性・情景・イメージ」）、「イエス・ノーをめぐる質問の仕方」（イエス・ノー）に言及しているハウトゥ本を年代ごとに整理したものである。「聞く」「質問」「相槌」「オウム返し」「要約」「質問」など用語が付いているタイトル・章・見出し・小見出しの頁を対象、もし

4 相手に投げ返しやすい質問をするという目的の場合には「なぜ」を伴う質問は相手にとって重荷になるが、相手の頭をフル回転させて自分の部下を成長させたいときなどは、「なぜ」を伴う質問が役立つという指摘をするハウトゥ本も存在する（谷原 2016）。

5 好感が持たれる・良好な人間関係を築くことを目的にしてオープンクエスチョン・クローズドクエスチョンの使い分けの仕方を紹介するハウトゥ本の冊数をカウントした。ただし、自分の得たい答えによってオープンクエスチョン・クローズドクエスチョンの使い分けの仕方を紹介するハウトゥ本も存在する。

くは太字などの強調文を対象にしてカウントしている。

「相手（相手の話）に興味・関心があることを示しつつ、相手の会話のボールをキャッチする」必要性や「相手が投げ返しやすい・話題が広がりやすい質問のボールを投げる」必要性は1970年代・80年代から助言されており、必ずしも2000年代特有のものではない。

それでは、時系列的な変容、特に2000年代以降において如何なる助言の変容を見出すことができるのだろうか。

表Ⅱ 年代別分析資料数と聞き方・質問の仕方をめぐる内容分析（単位＝冊数）

| | 冊数 | 興味・関心の 伝達 | 相槌の仕方 | オウム返し | 具体性・情景・ イメージ | イエス・ノー |
|-------------|----|--------------|-------|-------|-----------------|--------|
| 1974年～1979年 | 7 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| 1980年～1989年 | 19 | 7 | 8 | 1 | 2 | 1 |
| 1990年～1999年 | 9 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 |
| 2000年～2009年 | 28 | 13 | 10 | 7 | 3 | 6 |
| 2010年～2019年 | 38 | 20 | 15 | 12 | 6 | 5 |

まず聞き方においては、「興味・関心の伝達」に言及しているハウトゥ本は1970年代～90年代までが9冊（35冊）、2000年代～2010年代までが33冊（66冊）、「相槌の仕方」を載せているハウトゥ本は1970年代～90年代までが14冊（35冊）、2000年代～2010年代が25冊（66冊）、「オウム返し」に言及しているハウトゥ本は1970年代～90年代までが2冊（35冊）、2000年代～2010年代が19冊（66冊）となっている。

「オウム返し」に言及しているハウトゥ本が増大しているように思われるが、サンプル数の少なさと各々のハウトゥ本に載せられているオウム返しの記述の頁数も異なるため、本稿では（統計的手法よりも）質的变化に着目したい。

前述したように、1970年代・1980年代にオウム返しを紹介するハウトゥ本は2冊存在している。それぞれ、「要するに、相手がいった言葉をもう一度口の中で繰り返すわけです」「相手に同調する、つまりは相手の人格を認めているということを言葉で表現していることになるんです」（久米 1979: 53）、聞き上手の「中級・上級となるには、適当に言葉をリピート（繰り返し）する、質問をはさむという工夫をしてみてください」（小川 1983: 37）「リピートは、こちらのお話を確実に聞いてくれるなという感じを与えるものです」（小川 1983: 38）という助言に止まっている。

一方、2000年代の会話ハウトゥ本では、「ただ相手の言ったことをダラダラくり返していたのでは、相手はバカにされたと感じてしまうので、そう思わせないようにするテクニックが必要なのです」（東山 2000: 29）と、好感が持たれるオウム返しの仕方と好感が持たれないオウム返しの仕方が紹介されるようになっている。

また、「向こうの言葉を使ったうえで、違った角度からのとらえ方などを付け加えるのがコツです」（高井 2003: 130）といった「オウム返し＋一言」の技術が紹介されるようになっている。こうした「オウム返し＋一言」の技術は、ただ単に「私はあなたの話に興味・関心があります」というメッセージをより一層伝えることができるのみに止まらない。「オウム返しのポイントは、質問形式で返すなどして、話が広がりそうな言葉を付け加えることです」（安田 2015: 90）と助言されているように、より相手が会話のボールを投げ返しやすくする（もしくは話題が広がる）技術にもなっている。

オウム返し1つ取っても、「相手が会話のボールをより投げたいと感じる（より相手が会話のボー

ルを投げやすくなる) オウム返しをどのようにすればできるようになるのか」が掘り下げられて言及されるようになっている点が、2000年代の会話ハウトゥ本の特徴である。

4.2 質問をめぐる助言の変容

質問の仕方をめぐる助言では、如何なる変容を見出すことができるだろうか。

表IIから確認することができるように、「具体性・情景・イメージを伴った・ポイントを絞った質問をする必要性」を載せているハウトゥ本は1970年代～1990年代までが2冊(35冊)、2000年代～2010年代が9冊(66冊)、「イエス・ノーをめぐる質問の仕方」は1970年代～1990年代までが1冊(35冊)、2000年代～2010年代までが11冊(66冊)となっている。「相手が投げ変えやすい」質問をめぐる、1980年代と2000年代以降では質的な変容を見出すことができる。

80年代のハウトゥ本では、「聞くというのは相手に対するサービスなのである。どんな質問をしてあげたら、この人が気持ちよく話し続けることができるだろうという思いやりなのである」(鈴木1983: 150)、「人に何かをきくときは、聞く準備を整えて無駄のない、きめの細かいきき方をしなければなりません。心くばりのゆき届いたきき方がのぞまれます」(奥脇1983: 75-6)といった語りを見出すことができる。言うならば、相手が返しやすい質問のボールを投げることができるかどうかは、気遣いや心配り、相手へのサービスといった「相手に接する際の動機づけ」に帰されている。

2000年代のハウトゥ本でも「質問は相手への興味・関心から生まれる」「興味を持てば、自然に質問は浮かんでくる」(福田2006: 159)などのように、「相手に接する際の動機づけ」の問題に言及するハウトゥ本は数多い。ただし、質問技術を獲得することができるかどうかは、反省的な意識性と日々の経験が必要であるという助言も登場している。

「いちばん大切なのは『質問力』というコンセプトをいつも意識する習慣をつけることだと思う」(齋藤2003: 20)

「うん、<質問を見つけてもすぐに詰んでしまう>って、簡単に言えばその質問じゃダメなわけですよ。そこで止めてしまわずになぜその質問がダメだったのか、よく考えてまたべつの『えっ?』を投げかけてみましょう。練習とはそういうこと、何度もくり返しやってみることで」(吉田尚記2015: 114)

また、2000年代のハウトゥ本では、「相手(相手の話)に対して質問が浮かばない→相手への関心・好奇心の欠如」「相手が投げ返しづらい質問のボールを投げてしまう→相手に対する気配り・サービス心の欠如」という動機づけの問題に止まらない。質問が、より思い浮かぶ「意識性のあり様」や「会話が続く」ための質問のボールを投げるための「意識性のあり様」も、洞察能力が高い論者によって提供されるようになっている。

例えば、(盛り上がる会話をするには)相手のバックグラウンドや思いに意識を向け、会話のポイントを拾っていく必要性を提起する安田正(安田2015)、チャンクサイズ・コントロール(話の塊の大きさをコントロールするテクニック)を提起する星渉の「神トーク」(星2019)、「目の前の人が、『私』とどう違うのか、どのくらい近いのか遠いのか。そのスケールをもとに質問を広げていく」手立てを提起する阿川佐和子(阿川2012: 77)など。

また、相手の話に対して情景・イメージを思い浮かべるといふ助言も提示されている。吉田照幸は、相手の話を映像化したり、その人のシチュエーションに思いを巡らせたりしながら質問することによって、質問の鉅脈を見つけることや具体的な質問のボールを投げるのが可能になることを指摘している（吉田照幸 2015）。吉田尚記は、相手に対する先入観であっても、（はじめから正しく理解しようとするよりも）その先入観を伝えることで「相手は間違った情報を訂正して喋る」ため、逆に会話が弾むことを指摘している（吉田尚記 2015）。野口敏もまた情景・イメージを思い浮かべることの有用性を助言しているが、さらに相手の話の中での登場人物（登場人物同士のやりとりなど）、話を過去に遡らせる、未来に広げるなど、質問をめぐる多様な観点を提示している（野口 2010）。

V おわりに

本稿では、1974年～2019年までの会話ハウトゥ本を分析資料として、好感の持たれる・良好な人間関係を築く対人コミュニケーションの仕方、特に聞き方・質問の仕方をめぐる助言の変容を考察してきた。

会話ハウトゥ本はコミュニケーションの自己啓発書と呼んでもいいが、自己啓発メディアを考察した牧野は、1990年以前の自己啓発書ベストセラーは心の持ち方や心がまえ、徳性・精神論を中心に自己の内部を論じていたことを指摘している（牧野 2012: 38-50）。一方、1990年代以降の日本社会では、多様な自己啓発メディアにおいて、不可視・不可触のものであった内的世界を、技術的な働きかけの対象とみなす志向性（自己をめぐる技術性の上昇）が増大したことを論じている（牧野 2012）。

同様の知見は会話ハウトゥ本にも見出すことができる。

会話ハウトゥ本では「相手（相手の話）に興味・関心があることを示しつつ、相手の会話のボールをキャッチする」「相手が投げ返しやす・話題が広がりやすい質問のボールを投げる」というコミュニケーションの取り方を基底的な参照項（「再帰性の打ち止め地点」）を軸にしている。その参照項を軸にして、「ネガティブなリアクションをしていないか」「オウム返しをしているか」「相手が投げ返しづらい・話題の広がらない質問の仕方をしていないか」といった自己再帰性を促す助言を提供していると言って良い。

また会話ハウトゥ本において70年代・80年代までは自己に対する働きかけは「相手に接する際の動機づけ」（「相手を受け止める気持ち」「相手に対する興味・関心・好奇心」「相手への気遣い」の有無）が中心だった。一方、2000年代以降においては「相手に接する際の動機づけ」の他にスキルの要因（好感の持てるオウム返し・オウム返し＋一言のスキル）や話題を広げていくために必要な意識性も言及されるようになってきている。自己開示・自己呈示をめぐる助言においても「自己をオープンにすると相手の心もまたオープンになる」という相手に接する際の動機付けだけでなく、自己開示・自己呈示のコントロール化・自己開示・自己呈示の意識性の向上が提示されていた（桶川 2023b）。共通点・共通の話題をめぐる助言では、「自分と相手との『日常的な振る舞い方』『経験』の『差異』を話題として展開する（そのため自己の『普段の振る舞い方・経験』に対する言語化の意識性を高める）」必要性を提起する助言が現れていた（桶川 2023a）。

もっとも牧野の研究では、自己啓発メディアでは1990年代以降に、「内面の技術対象化」が進行したが、それぞれの文脈における諸前提は問い直されることなく再生産されていること（牧野 2012: 243）。自助マニュアルが人びとの振る舞いを構造化する働き、統治の一形態をなしていることを指摘

している（牧野 2021: 198）。例えば就職用自己分析マニュアルでは、1990年代にやりたいことを見つけるために自己分析をするという目的論が濃密化する一方で（牧野 2012: 105 - 12）「本当の自分」を導出するだけでなく、（選抜プロセスにおいてアピールできる等の）「本当の自分」の客観化・調整も促している（牧野 2012: 119 - 21）。また、女性誌『an・an』では、2000年代以降に自分自身の内面に働きかける「自己のテクノロジー」が増殖していく（牧野 2012: 164 - 5）が、女らしさという枠の中で「自分探し」「自分磨き」を支援するメディアである（牧野 2012: 182）。

一方、会話ハウトゥ本では、自己をめぐる技術性の上昇によって「相手（相手の話）に興味・関心があることを示しつつ、相手の会話のボールをキャッチする」「相手が投げ返しやすい・話題が広がりやすい質問のボールを投げる」コミュニケーションの仕方がより突き詰められるようになっている。「共通点・共通の話題」をめぐる助言・「情報・メッセージの発信の仕方」をめぐる助言においても、（好感の持たれる・良好な人間関係を築くことができる対人コミュニケーションをめぐるスキルにおいては）助言の具体性が向上し、様々な意識性の向上を促す助言が出現している（桶川 2023a）（桶川 2023b）。

本稿の研究からは、技術的な働きかけの対象が拡大する（「相手に接する際の動機づけ」に加え、意識性が加わる）ことによって、「伝達不可能なもの」「習得の仕方が不明なもの」と想定されていたコミュニケーション能力（非認知能力）がより一層視覚可能化したという知見を提示することができる。

本稿では、コミュニケーション能力を「伝達不可能なもの」「不可視なもの」と想定してきたこれまでの社会学研究に対して、「コミュニケーション能力の視覚可能性の増大」という異なる視座を提示した。だからと言って、これまでのコミュニケーション能力研究の意義が喪失するわけではない。「ポスト近代型能力を獲得する機会を社会的に様々な場に埋め込む」という選択に否定的な立場はともかくとして、「ハイパーメリトクラシー」「メリトクラシーの再帰性」など、コミュニケーション能力が力説される社会的背景を考察した中村・本田の研究は示唆に富んだものであることに変わりがない。

また新聞などのメディアなどでは、「コミュニケーション能力の不足は2000年代における社会問題と関係している」「いじめに代表される社会問題の解決にはコミュニケーション能力の向上が有効である」（平井 2009: 120）という言説が流通している。脇忠幸は、国語審議会・文化審議会の報告書（脇 2019）を検討し、様々な社会問題、低下・劣化現象の原因を「コミュニケーション」の問題に帰し、コミュニケーション教育によって改善可能とする思想があることも問題化している（脇 2019）。そうした過度なコミュニケーション能力の万能性を説く言説（コミュニケーション能力偏重性論）を問題化する必要はあるだろう。

貴戸は、コミュカ・コミュニケーション能力という表現が、身近にある異文化同士・異なる立場同士の人間のコミュニケーションを閉ざすこと（貴戸 2011: 46、2018: 40-2）を問題化していた。会話ハウトゥ本では好感の持たれる・良好な人間関係を築く対人コミュニケーションでは、「私はあなたに興味・関心があります」「あなたを受け入れています」というメッセージを伝える必要性が力説されているが、異なる立場同士の人間が語り合いながら理解を育む相互作用と繋がっているわけではない。むしろ（会話のボールを取るために）メッセージを伝えること自体が目的となる可能性がある。ただ、2000年代の会話ハウトゥ本では異文化同士の人間が理解を育むコミュニケーションとは異なるコミュニケーション観が現れている⁶。

6 吉田尚記は、コミュニケーションというゲームが「敵味方に分かれた【対戦型のゲーム】」ではなく、「ゲームの

現代社会に流通する言説の中で如何なる言説がコミュニケーション能力偏重的な言説なのか。自己啓発の技術的な働きかけの対象の拡大は、「関係性の個人化」の促進を果たすのみなのか、「ポスト近代型能力を獲得する機会を社会的に様々な場に埋め込む」チャンスにつながらないのか。異文化同士の間が理解を育むコミュニケーションとは異なる現代的なコミュニケーション観と如何に向き合っていけばよいのか。そうした検討が今後のコミュニケーション研究に必要なのではないだろうか。

【謝辞】

本研究は科研費の助成〔JP18K02027〕を受けたものです。

参考文献

- 土井隆義、2004、『「個性」を煽られる子どもたち——親密圏の変容を考える』岩波書店。
- 、2008、『友だち地獄——「空気を読む」世代のサバイバル』筑摩書房。
- 平井智尚、2009、『「コミュニケーション能力」を批判することの困難さ——メディア・テキストの分析を足がかりとして』『人間と社会の探究』67巻。
- 平田オリザ、2012、『わかりあえないことから——コミュニケーション能力とは何か』講談社。
- 本田由紀、2005、『多元化する「能力」と日本社会——ハイパーメリトクラシー化のなかで』NTT出版株式会社。
- 居郷至伸、2005、「救いはコミュニケーション『能力』にあるのか？——コンビニエンス・ストア従業員の変態管理に着目して」『ソシオロギス』29号。
- 貴戸理恵、2011、『「コミュニケーション能力がない」と悩むまえに——生きづらさを考える』岩波書店。
- 、2018、『「コミュ障」の社会学』青土社。
- 工藤保則、2016、「コミュニ——正体のない能力」、井上俊・永井良和編『今どきコトバ事情——現代社会学単語帳』ミネルヴァ書房。
- 牧野智和、2012、『自己啓発の時代——「自己」の文化社会学的探求』勁草書房。
- 、2014、『「人間力」の語られ方——雑誌特集記事を素材にして』『日本労働研究雑誌』56巻9号。
- 、2021、「反省性を統治する——ワークショップ/ファシリテーションの社会学的考察」、井上義和・牧野智和他編著『ファシリテーションとは何か——コミュニケーション幻想を超えて』ナカニシヤ出版。
- 松下佳代、2010、「〈新しい能力〉概念と教育——その背景と系譜」、松下佳代編『〈新しい能力〉は教育を変えるか——学力・リテラシー・コンピテンシー』ミネルヴァ書房。
- 森真一、2000、『自己コントロールの檻——感情マネジメント社会の現実』講談社。

参加者全員が味方」の協力型ゲームであり（吉田尚記 2015: 57-8）、ゲームの勝敗は「コミュニケーションをとったあとに元気が出るか、精神的に疲れてしまうか」（吉田尚記 2015: 62）という解釈を提供している。そして、ゲームに勝利する絶対的な手段はないが、「できるだけうまくいくよう確率を上げていく方法」として「人にしゃべらせる」ことを指摘している（吉田尚記 2015: 66）。本稿が考察した好感の持たれる・良好な人間関係を築くための聞き方・質問の仕方は（ネガティブなアクションのタブー化、相手が投げ返しやす会話のボールを投げる気遣いの必要性）は森真一や土井隆義が指摘している若者の親密圏における優しいコミュニケーションと近似する側面を持っている（森 2000 2008）（土井 2004 2008）。2000年代の会話ハウトゥ本の中には、本稿で紹介してきた聞き方・質問の仕方を「お互いが分かり合う」コミュニケーションでもなく、「ナルシズムの裏返し」や「自己欺瞞に満ちた偽りの関係性」とも異なる解釈を呈示するハウトゥ本が出現している。

——、2008、『ほんとはこわい「やさしさ社会」』筑摩書房。
中村高康、2018、『暴走する能力主義』筑摩書房。
中西新太郎、2014、「グローバル競争時代の能力論・人材養成論と内面統治の国家主義」『現代思想』
2014年4月号
桶川泰、2023a、「個人化社会におけるコミュニケーションスキル——1974年～2019年までの会話ハ
ウトゥ本を分析資料として」『社会文化研究』25号。
——、2023b、「2000年代以降の日本社会における新しいコミュニケーションスキル——1974年
～2019年の会話ハウトゥ本における『話力』をめぐる助言の変容から考察する」1巻1号。
妹尾麻美、2022、「若年時のコミュニケーション能力は初期キャリアの地位に影響を及ぼすのか？」『文
化情報学』17巻。
吉岡洋介、2018、「大卒就職機会における学校歴仮説とコミュニケーション能力——インターネット・
パネル調査による計量分析の試み」『ソシオロジ』62巻3号
脇忠幸、2019、「文部科学省・文化庁報告書における『コミュニケーション（能力）』観についての覚
え書き」福山大学人間文化学部紀要19巻。
(見田宗介編集顧問)2012『現代社会学事典』弘文堂。

引用文献

阿川佐和子、2012、『聞く力——心をひらく35のヒント』文春新書。
福田健、2006、『人は「話し方」で9割変わる』経済界。
東山紘久、2000、『プロカウンセラーの聞く技術』創元社。
星歩、2019、『神トーカー——「伝え方しだい」で人生は思い通り』KADOKAWA。
池上彰、2002、『相手に「伝わる」話し方——ぼくはこんなことを考えながら話してきた』講談社。
久米宏、1979、『知的センスおしゃれ会話入門』青春出版社。
野口敏、2010、『誰とでも15分以上会話がとぎれない!話し方——やっぱり大事!!46のルール』すばる舎。
小川宏、1983、『話し上手になる魅力的会話術』主婦の友社。
奥脇洋子、1983、『聞き方のおしゃれ——素敵なコミュニケーションのために』ランダム出版。
齋藤孝、2003、『質問力——話し上手はここがちがう』筑摩書房。
——、2010、『雑談力が上がる話し方——30秒でうちとける会話のルール』ダイヤモンド社。
——、2016、『すごい「会話力」』講談社。
塩月弥栄子、2002、『上品な話し方——人をひきつけ自分を活かす』光文社。
鈴木健二、1981、『鈴木健二の話し方ゼミナール——いい話はだれにでもできる』大和出版。
——、1983、『いい話し方はいい人間関係をつくる』大和出版。
高井伸夫、2003、『3分以内に話はまとめなさい——できる人と思われるために』かんき出版。
谷原誠、2016、『「いい質問」が人を動かす』文響社。
魚住りえ、2015、『たった1日で声まで良くなる話し方の教科書』東洋経済新報社。
安田正、2015、『超一流の雑談力』文響社。
吉田尚記、2015、『なぜ、この人と話をすると楽になるのか』太田出版。
吉田照幸、2015、『「おもしろい人」の会話の公式——気のきいた一言がパッと出てくる!』SBクリエイティブ。