

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 24 年 6 月 14 日現在

機関番号：33921

研究種目：若手研究（B）

研究期間：2009～2011

課題番号：21730501

研究課題名（和文）知識と体験が大学生のコミュニケーション力に及ぼす効果の検討

研究課題名（英文）Effects of knowledge and the experience on the communication RYOKU of the university students

研究代表者

小川 一美（OGAWA KAZUMI）

愛知淑徳大学・心理学部・准教授

研究者番号：70345875

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は、大学生のコミュニケーション力を育成するための働きかけとして、コミュニケーション力に関する知識提供、インターンシップ研修などの体験が、それぞれどのような効果をもたらすかを検討することであった。まずは、社会人との比較などから大学生のコミュニケーション力に対する考え方およびコミュニケーション力の実態を捉えた。そして、作成したコミュニケーション力尺度を用いて知識と体験が大学生のコミュニケーション力に及ぼす効果について検討した。

研究成果の概要（英文）：The purpose of this study was to examine the effects of knowledge (such as a lecture) and the experience (such as an internship) on the communication RYOKU of the university students. At first the comparisons of the thinking for the communication RYOKU of the students and working person were conducted. Then, the effects of knowledge and the experience on the communication RYOKU were examined using the communication RYOKU scale.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2009年度	1,500,000	450,000	1,950,000
2010年度	900,000	270,000	1,170,000
2011年度	800,000	240,000	1,040,000
年度			
年度			
総計	3,200,000	960,000	4,160,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：心理学・社会心理学

キーワード：対人コミュニケーション、コミュニケーション力、知識、体験、インターンシップ研修、大学生、社会人

1. 研究開始当初の背景

近年、「コミュニケーション力」「コミュニケーションスキル」などという言葉が様々な場面で頻繁に使われている。経済産業省は2005年以降、職場や地域社会の中で多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的能力として「社会人基礎力」というものを提唱し、大学生などに対する育成の必要

性を訴えている。社会人基礎力の中には、発信力や傾聴力といった要素が盛り込まれているが、コミュニケーション力とは、発信、傾聴、プレゼンテーションなどといった限定的な行動ではなく、こうした行動の原動力となる基礎的かつ包括的な力であると考えられる。したがって、大学生のコミュニケーション力を育成することは、社会人基礎力の向

上と密接に関連することであり、求められている課題である。

しかし、コミュニケーション力というものがどのような力であり、具体的にどのような行動を行うことができることを指しているのかについては、不明確な部分が多い。学生達は、コミュニケーション力というものが大切な力だということは理解しているし、身につけたいと思っているものの、具体的にどうしたらよいのか、どういう状態を目指したらよいのかわからず、困惑しているのではないだろうか。なかには、誤ったコミュニケーション力の獲得を目指してしまっているという学生もいるかもしれない。

2. 研究の目的

多くの大学のキャリアセンターや就職支援部と呼ばれる機関では、学生のキャリア教育として様々な講演やセミナー、インターンシップ研修などを実施している。しかし、それらの具体的かつ詳細な効果の検討などはほとんど行われていない（上原・小林，2008など）。本研究では、特に学生のコミュニケーション力という側面に着目し、どのような働きかけが学生のコミュニケーション力育成に効果をもたらすのかを検討する。

学生に対する働きかけは、知識提供型と体験型の2つに大別される。知識提供型には、対人コミュニケーション全般に関する理論や研究紹介といった講義形式の働きかけ、類似他者である先輩によるコミュニケーション力に関する体験紹介、社会で求められるコミュニケーション力についての企業人事担当者による講話などが考えられる。一方、体験型では、実際にコミュニケーションをさせるトレーニング、インターンシップによる職場体験などが想定される。

(1) “コミュニケーション力” 尺度の作成

コミュニケーション力の定義や概念は明確にされていない。特に、大学生のキャリア教育や就職活動においては、学生側（または大学側）と採用者側（または企業側）との間での認識のズレが問題になると考えられる。本研究では、いくつかの枠組みから「コミュニケーション力」を捉えることを試みる。1つは、社会的スキルの観点である。堀毛（1994）が対人コミュニケーション全般にかかわる能力を示す基本スキルとしてあげている、記号化、解読、統制といった側面である。もう1つは、課題達成的機能と社会情緒的機能である。集団の機能やリーダーシップ研究における、課題の構造づくりと配慮や、目標達成機能と集団維持機能といったような、2つの機能的側面に注目する。本研究では、記号化、解読、統制といったスキルの3側面と、課題達成志向、社会情緒志向といった機能の2側面を組み合わせ、コミュニケー

ション力を捉える尺度を構成する。

(2) 大学生のコミュニケーション力を捉える

①(1)で作成した尺度を用いて働く上でのコミュニケーション力はどのようなものであるかという意識について、就業者と大学生の相違点を明らかにする。もし、働く上で求められるコミュニケーション力というものに、就業者と大学生で認識の乖離が見られた場合には、大学生が身につけようと考えているコミュニケーション力は実は求められているものとはずれている可能性があるということになる。効果的なキャリア教育というものを考える為にも、こうした就業者と大学生のコミュニケーション力観の比較は重要であると考えた。

②職場と家庭で求められるコミュニケーション力には違いがあるのか、就業者とそうでない社会人ではコミュニケーション力に対する意識が異なるのかを明らかにするため、職に就いている社会人（就業者）とそうでない社会人によるコミュニケーション力観の違いを検討する。①では就業者と大学生の比較を行ったが、就業することによってコミュニケーション力観の違いが生じるのか、年齢を重ねることによって変化が生じるのかなどは明らかにならなかった。そこで、同じ社会人であっても職に就いているかどうかによる比較を行うことで、この疑問に対する示唆が得られるのではないかと考えた。

(3) 知識と体験が大学生のコミュニケーション力に及ぼす効果

①小川・矢崎・斎藤（2009）は、学生の“コミュニケーション力”観が、インターンシップ研修という職場体験を通して変化することを自由記述データに基づいて明らかにした。また、矢崎・小川・斎藤（2010）は、「コミュニケーション力のある人」という観点からコミュニケーション力観を測定し、職業志向性とインターンシップ経験が及ぼす影響を検討した。本研究では、働く上でのコミュニケーション力観について、個人特性としての達成・親和動機およびインターンシップ研修の影響を検討する。

②対人コミュニケーション全般に関する理論や研究紹介といった知識提供型の働きかけと、インターンシップ研修といった体験型の働きかけでは、コミュニケーション力に及ぼす効果に違いがみられるのだろうか。この点を検討するため、約3ヶ月の講義を受講した大学生のコミュニケーション力観と、5日間から2週間に渡るインターンシップ研修に参加した大学生のコミュニケーション力観を比較する。

3. 研究の方法

(1) “コミュニケーション力” 尺度の作成

大学生 215 名に、69 項目のコミュニケーシ

オン行動ができる人を呈示し、「働く上で『コミュニケーション力のある人』とはどのような人だと思いますか」という質問のもと、5段階で評定をさせた。その後、因子分析結果等に基づき項目を削除し、「仕事をする上でどれくらい重要な行動だと思いますか」といった質問に変更しながら、大学生および社会人に複数回調査を実施した。その分析結果に基づき、尺度を作成した。

(2) 大学生のコミュニケーション力を捉える

①調査対象者：分析項目への回答に不備が無かった21歳から72歳までの職に就いている社会人（就業者）1160名（男149名、女1011名；平均37.31歳）と、大学2年生から4年生518名（男53名、女465名；平均20.19歳）の計1678名。働く上でのコミュニケーション力観尺度：「下記の項目は、仕事をする上でどれくらい重要な行動だと思いますか」という質問に対し、27項目のコミュニケーション行動について7段階で評定させた。

②分析対象者：①と同じ就業者1160名と、22歳から54歳までの主婦（女性）367名（平均38.82歳）。コミュニケーション力観尺度：就業者には「下記の項目は、仕事をする上でどれくらい重要な行動だと思いますか」、主婦には「下記の項目は、家庭内やご近所での日常生活をする上でどれくらい重要な行動だと思いますか」という質問に対し、27項目のコミュニケーション行動について7段階で評定させた。

(3) 知識と体験が大学生のコミュニケーション力に及ぼす効果

①分析対象者：インターンシップ研修前（2010年7月）の調査に回答をした545名とインターンシップ研修後（2010年9月）の調査に回答をした190名。このうち両方の調査に回答をした149名（男性13名、女性136名）を研修の効果に関する分析対象者とした。分析に使用した調査内容：<コミュニケーション力観尺度>「以下の項目は、仕事をする上でどれくらい重要な行動だと思いますか」という質問に対し、27項目のコミュニケーション行動について7段階で回答を求めた。この尺度は研修前後で実施された。<達成・親和動機の尺度>EPPS性格検査（肥田野他，1970）の項目に基づいて、それぞれ9項目を5段階で研修前にものみ回答を求めた。

②分析対象者：対人コミュニケーションに関する理論や研究紹介を行う約3ヶ月の講義を受講した学生の中で、講義前後の両調査に回答した158名（男性23名、女性135名）と、インターンシップ研修に参加した学生の中で、インターンシップ研修前後の両調査に回答をした179名（男性23名、女性156名）を分析対象者とした。コミュニケーション力尺度：講義を受講した学生には、「あなたは以下の項目に書かれていることがどれくら

い出来る人ですか」という教示を、インターンシップ研修に参加した学生には、「あなたは以下の項目に書かれていることがどれくらいできますか」という教示を行い、27項目のコミュニケーション行動について7段階で回答を求めた。

4. 研究成果

(1) “コミュニケーション力”尺度の作成

複数回の調査結果から、安定した因子構造が確認されたため、コミュニケーション力尺度は次の4つの下位尺度から構成されることになった。1つ目は、「自分の主張を要領よくまとめて説明することができる」「的確な質問をすることができる」などの課題達成場面における記号化に関連する7項目が高い負荷を示しており、「課題達成場面の記号化」と解釈された。2つ目は、「相手のしぐさから意見や考えを読みとることができる」といった非言語行動に基づく他者の考えや意見の解読や、「気まずい雰囲気や状況を察することができる」といったその場の状況の察知に関する7項目が高い負荷を示したことから、「解読と察知」と解釈された。3つ目は、「ユーモアを交えながら話することができる」といった会話を盛り上げることや、「場つなぎの会話ができる」といった会話場面での他者への配慮といった社会情緒的側面に関わる6項目が高い負荷を示しており、「活性化と配慮」と解釈された。4つ目は、「相手の意見が気に入らなくてもそれを態度に出さない」といった感情をコントロールすることに関わる4項目が高い負荷を示したことから、「感情統制」と解釈された。

(2) 大学生のコミュニケーション力を捉える

①仕事をする上で重要なコミュニケーション行動がどのようなものであるのかといった意識は就業者と大学生で異なるのか、さらに性差はあるのかを検討するため、コミュニケーション力観尺度の各下位尺度得点を従属変数、就業者か大学生かという属性と性別を独立変数とした2要因分散分析を行った。なお、それぞれの人数は、就業者男性が149名、就業者女性が1011名、大学生男性が53名、大学生女性が465名であった。「課題達成場面の記号化」では属性と性別による交互作用効果が有意であり、単純主効果検定の結果、女子学生が他の群よりも有意に得点が高いことが示された（Figure 1）。なお、性別による主効果も有意であり、女性の方が男性よりも得点が高かった。「解読と察知」はいずれの効果も有意ではなかった。「活性化と配慮」では属性の主効果が有意であり、大学生（ $M=5.60$ ）の方が就業者（ $M=5.35$ ）よりも有意に得点が高かった。「感情統制」では性別の主効果が有意であり、女性（ $M=5.55$ ）の方が男性（ $M=5.30$ ）よりも有意に得点が高かつ

た。

以上より、就業者の方が大学生よりも有意に重要だと判断したコミュニケーション行動の側面は無かった。一方、会話を盛り上げることや会話場面での配慮という行動が仕事をする上では重要だと考えているのは、就業者よりも大学生であった。また、女性は大学生の時は課題達成場面における記号化が重要であると考えていたが、職に就くと男性と差は無く、しかも大学生よりも低い得点となっていた。つまり、就業者と大学生では意識の乖離が存在している側面があるということである。さらに、感情統制に関しては就業者か大学生かに関わらず女性の方が重要視していた。属性や性別による意識の違いが生じる理由については、単にそれらのコミュニケーション行動が重要だと思っているのか、苦手だからこそ重要だと思っているのかについては、現時点では明らかにできない。そのため、各行動に対する得意・不得意の認知や困難度などに関する検討を加え、詳細なコミュニケーション力観のメカニズムを解明することが今後の課題である。

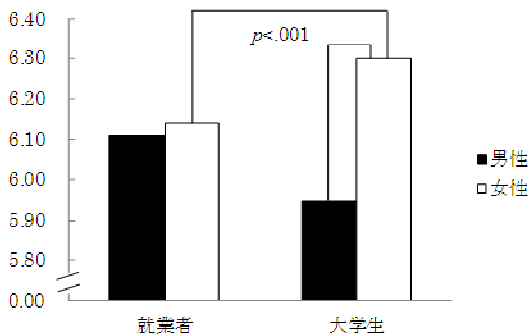


Figure 1 「課題達成場面の記号化」における属性と性別の交互作用効果

②就業者か主婦かという違いのみならず、年代によってもコミュニケーション力観の違いが生じている可能性が考えられたため、年代も考慮して分析を行うことにした。コミュニケーション力観の下位尺度得点を従属変数、就業者属性（就業者・主婦）と年代を独立変数とした2要因分散分析を行った。「課題達成場面の記号化」では、就業者属性と年代による交互作用傾向と、就業者属性による有意な主効果が見られた。単純主効果検定の結果、いずれの年代でも就業者の方が主婦より得点が高く、就業者属性による主効果と同様の結果となった（就業者 $M=6.14$ 、主婦 $M=5.31$ ）。「解読と察知」では年代の主効果傾向が見られ、下位検定の結果、20代 ($M=5.08$) と30代 ($M=5.14$) よりも40代 ($M=5.30$) と50歳以上 ($M=5.38$) の得点が高いことが示された。「活性化と配慮」では就業者属性による主効果傾向が見られ、就業者 ($M=5.36$) の

方が主婦 ($M=5.23$) よりも得点が高い傾向が確認された。「感情統制」でも就業者属性による有意な主効果が見られ、就業者 ($M=5.54$) の方が主婦 ($M=5.34$) よりも得点が高かった。次に、男性就業者の場合、年代によりコミュニケーション力観に違いがあるのかを確認するため、男性就業者149名の年代による得点の比較を行った。コミュニケーション力観の下位尺度得点を従属変数、年代を独立変数とした1要因分散分析を行ったが、いずれの下位尺度得点においても年代の有意な効果は見られなかった。

女性では、主婦よりも就業者の方が「課題達成場面の記号化」「活性化と配慮」「感情統制」は重要なコミュニケーション行動であるという意識を持っていることが明らかとなった。ただしこれらの結果は、職場の方が家庭や地域よりも当該コミュニケーション行動が求められているということの意味なのか、職場で働いているかどうかという生活スタイルや生活環境がコミュニケーション行動に対する意識に違いをもたらしているということの意味なのかは明確でない。職場で求められているコミュニケーション行動と、家庭や地域で求められているコミュニケーション行動に大きな違いは無いにも関わらず、就業者の方が記号化、活性化と配慮、感情統制というコミュニケーション行動は重要であるという意識を持っていたり、反対に主婦がそれらの重要性を軽視したりしている可能性もある。実際に、職場、家庭や地域でどのようなコミュニケーション力が求められているかを明確にするためには、就業者、主婦それぞれに職場と家庭や地域の両場面でも求められるコミュニケーション力について回答してもらい、比較検討する必要がある。解読と察知に関しては女性の場合、20代や30代よりも40歳以上の方が重要なコミュニケーション行動であると考えていた。つまり、女性は年長者になると他者の考えや意見の解読、状況の察知が重要であると思うようになるということがわかった。しかし、女性でもその他の側面では年代による意識の違いは確認されず、男性ではいずれの側面でも年代差は見られなかった。したがって、コミュニケーション力に対する意識は、年齢よりも生活スタイルや生活環境による影響力の方が大きいと言えるのかもしれない。

(3) 知識と体験が大学生のコミュニケーション力に及ぼす効果

①未体験群と体験群の比較：コミュニケーション力観の4つの側面に関して、研修前調査のみに回答してインターンシップ研修を経験しなかった396名と研修を体験し前後の調査に回答をした149名について得点を比較したところ、全ての側面において有意な差はみられなかった。したがって、特徴的なコミ

コミュニケーション力観をもった学生が研修に参加したとはいえない。また、達成動機においても有意な差はなかったが、親和動機では未体験群 ($M=34.85$) よりも体験群 ($M=36.08$) の方が高いという結果であった。

研修体験者における研修の影響：体験群の達成動機と親和動機の平均得点に基づいてそれぞれ高群と低群に分け、各因子の尺度得点に関して測定時期を繰り返し要因とした $2 \times 2 \times 2$ の分散分析を行った。その結果、達成動機の主効果はみられなかったが、親和動機の主効果は4つの側面において0.1%水準で有意であり、親和動機の高い条件が低い条件より各コミュニケーション行動を重要だと回答していた。また、いくつかの動機と時期の交互作用がみられ、その単純主効果を検討したところ、「課題達成場面における記号化」の側面では研修前の時点において高達成群が低達成群より重要だと回答し、「解説と察知」の側面における低親和群の研修後では低達成群が高達成群より重要だと回答していた。また、時期の主効果に関しては、「感情統制」の側面においてのみ、研修前よりも研修後の方が高いという10%水準の傾向が示された(前=5.61、後=5.77)。時期の要因との交互作用もいくつかみられ、その単純主効果を検討すると、研修後に重要度が増加していたのは「課題達成場面の記号化」の側面における低達成群(前=6.04、後=6.27)、「解説と察知」の側面における低達成群の低親和群であった(前=4.89、後=5.27)。逆に、研修後に重要度が低下していたのは「課題達成場面の記号化」の側面における高達成群であった(前=6.45、後=6.28)。

全体的な傾向として、コミュニケーション力観は親和動機の高さが関連しているようである。また、本研究で示された研修の影響はわずかであった。これは、小川ら(2011)が社会人に比べて学生の方が重要性を高く評価していることを示したように、学生がコミュニケーション力を全般的に重視していることの現れかもしれない。

②知識提供型の働きかけと体験型の働きかけでは、大学生のコミュニケーション力に及ぼす効果が異なるのかを検討するため、コミュニケーション力尺度の下位尺度得点を従属変数、働きかけの型(講義・研修)、性別、時期(働きかけ前・後)を独立変数とした3要因分散分析を行った。「課題達成場面の記号化」と「活性化と配慮」においては、時期の有意な主効果が見られ、働きかけ後に得点が高くなっていた(記号化:前=3.90、後=4.12、活性化と配慮:前=3.92、後=4.13)。また、「感情統制」に関しては性別と時期の有意な交互作用が見られ、単純主効果検定の結果、男性では前後で差は見られないものの、女性では働きかけ後に有意に得点が高くなっていた

(男性:前=4.83、後=4.68、女性:前=4.70、後=4.86)。ただし、「解説と察知」においては時期による違いは見られなかった。そして、全ての下位尺度において働きかけの型の有意な主効果が確認され、いずれもインターシップ研修に参加した学生の方が講義を受講した学生よりも得点が高かった(課題達成場面の記号化:研修=4.29、講義=3.69、活性化と配慮:研修=4.40、講義=3.59、解説と察知:研修=5.18、講義=4.75、感情統制:研修=5.20、講義=4.30)。

以上より、働きかけの型によって変化の仕方には大きな違いは見られず、解説と察知以外では知識提供でも体験型でも働きかけを行うことによってコミュニケーション力が高まるということが明らかになった。知識提供型であっても体験型と同様の効果が示されたことは、キャリア教育プログラムを考案する上で有益である。なぜなら、知識提供型の働きかけは一度に多数を対象に実施することが可能であることなどを含め、体験型よりコストが少なくすむためだ。また、インターシップ研修のような体験型の働きかけに参加する学生は、知識提供型の働きかけを受ける学生よりも、もともとコミュニケーション力が高いことも示唆された。ただし、本データの場合、体験型の参加者は大学3年生が多く、知識提供型の参加者は大学2年生がほとんどであったため、働きかけの型への参加傾向による違いなのか、学年を経ることによる違いなのかは明確にできなかった。今後は同学年で異なる型の働きかけに参加した学生の比較を行うことと、そもそも学年によりコミュニケーション力が異なるのかの確認が必要である。さらに、本研究ではコミュニケーション力の自己認知という観点から検討したに過ぎない。自己認知のみに頼るのではなく、実際の行動的側面や、第三者からの評定などを用いた検討が課題として残されている。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計3件)

①小川一美 「社会心理学から見た『コミュニケーション力』」、日本コミュニケーション研究者会議 Proceedings、査読無、Vol. 21、2011、1-17.

②小川一美 「大学生にとってのコミュニケーション力とは」、電子情報通信学会技術研究報告、査読無、HCS2009-68、2009、17-18.
<http://ci.nii.ac.jp/naid/110008004373>

③小川一美、矢崎裕美子、斎藤和志 「大学生がイメージする『コミュニケーション力』と職業に対する志向性—愛知淑徳大学生を対象として—」、愛知淑徳大学コミュニテ

イ・コラボレーション、査読無、第2号、
2009、31-41.

[学会発表] (計8件)

- ①小川一美他 「職場と家庭における“コミュニケーション力”観」、日本社会心理学会第52回大会、2011年9月19日、名古屋大学
 - ②矢崎裕美子、小川一美他 「達成・親和動機と“コミュニケーション力”観の関連」、日本社会心理学会第52回大会、2011年9月18日、名古屋大学
 - ③斎藤和志、小川一美他 「インターンシップ研修による“コミュニケーション力”観の変化」、日本社会心理学会第52回大会、2011年9月18日、名古屋大学
 - ④小川一美他 「社会人と大学生の働く上での“コミュニケーション力”観」、東海心理学会第60回大会、2011年6月4日、三重大学
 - ⑤小川一美 「コミュニケーション力とwell-being」、日本心理学会第74回大会(シンポジウム)、2010年9月22日、大阪大学
 - ⑥小川一美 「社会心理学の立場から—コミュニケーション力に関する研究を例に—」、東海心理学会第59回大会(シンポジウム)、2010年5月22日、名古屋大学
 - ⑦小川一美 「社会心理学から見た『コミュニケーション力』」、2010年日本コミュニケーション研究者会議、2010年5月8日、愛知淑徳大学
 - ⑧小川一美 「学生にとってのコミュニケーション力とは」、ヒューマンコミュニケーション基礎研究会、2010年3月8日、ウエルシーズン浜名湖
- [その他]
- ①小川一美 「大学生・就業者・主婦の“コミュニケーション力”観」、愛知淑徳大学卒業生のキャリアおよび“コミュニケーション力”観—調査報告書—(愛知淑徳大学ジェンダー・女性学研究所編集・発行)、2012、33-55.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

小川 一美 (OGAWA Kazumi)
愛知淑徳大学・心理学部・准教授
研究者番号：70345875

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者

なし