



## キャンパス・コラム

### People-who-bought-X-also-bought-Y

これは見慣れた英語の羅列には違いないが、1つの語彙となると目新しい。日本語訳では、「この商品を買った人はこんな商品も買っています」となる。なるほど、ネットではよく眼にするキャッチフレーズ。今ではネット商店における重要な販売戦略となった。このビジネスモデルはネット書店で有名なアマゾンが作り出したものである。さらに続いて、「この商品をチェックした人はこんな商品もチェックしています」や「カスタマーレビュー」、そして「星5つ」や「星1つ」などという「おすすめ度」。また、「23人中、21人の方が、「このレビューが参考になった」と投票しています」という情報まである。まだ続き、最後は「質問や意見を交換しましょう」となる。このような図書購入のために手の込んだ書誌情報が提供されると、まるで親切な図書館員や書店の書籍ソムリエから個別

に特別サービスを受けたようで、読書の楽しみも増すだろう。ただし、要らぬお節介でもあるが。

ネットならではのこのサービスをSocial Bibliography(社交書誌)という。「Social」が意味する社交がキーワードになる。普通の読者が書誌情報の社交場を設けることによって図書に関する話題を共有できる。これまでのようにプロの批評評論に頼らないで書誌情報を獲得するやり方といえる。米国のジャーナリスト Surowieckiは、「たった一人の利用者の判断であっても、その積み重ねが価値を生む」というSocial化されたコミュニケーションを提言した。人間は集団になると鳥合の衆と化し、愚かな行動に走るといわれてきたが、それは歴史が示してきた事実に違いないが愚行だけではなかった。一握りの天才や、専門家たちが下す判断よりも、普通の人の普通の集団(Society)の判断の方が賢い場合もあるからだ。例は『Wikipedia』を見れば納得できるだろう。自分が書きこんだ知恵や知識という記録が、他人に利用されて知識の連鎖ができ、Social化された百科事典ができた。

広報委員 斎藤 孝 (文学部教授)

学生記者が取材・編集する大学広報誌

**Hakumon**

Chuo  
**ちゅうおう**

2007

冬季号

2007年(平成19年)12月15日発行 No.204

発行 中央大学広報委員会

〒192-0393

東京都八王子市東中野742-1

〈編集担当〉

『Hakumonちゅうおう』編集室

☎042-674-2146

印刷 泰成印刷株式会社

〒130-0026

東京都墨田区両国3-1-12

☎03-3631-8141

## 編集室

今号掲載の足立寛客員教授の授業でも出てきましたが、「社会人基礎力」という言葉が最近よく言われています。社会で活躍するための必要最小限の能力を指します。ひるがえせば大学卒業時まで身に付けておかなければならない能力ということになるでしょう。

アメリカでは社会人として必要な7つの能力の頭文字をとって“COLLEGE”というそうです。「Communication Skills (コミュニケーション能力)」、「Organizational Skills (組織力)」、「Leadership (統率力)」、「Logic (論理力)」、「Effort (目的に向けて努力する力)」、「Group Work (仲間と力を合わせていく力)」、「Entrepreneurship (起業家精神)」です。

経済産業省では社会人基礎力を「アクション」「シンキング」「チームワーク」に3分類し、12の要素を提示しています。これに基づき足立客員教授の授業で、学生が社会人基礎力をつける授業を具体的に提案しているのは興味深いところです。

社会人基礎力を身につけるにはどうしたらよいか、学生自身が考えるのは意義あることでしょう。それが大学改革に結びつけばなおさらです。

「大学全入時代を迎えて」のシリーズは、今号でひとまず終わりますが、大学改革については今後も随時、取り上げていきたいと思ひます。(入学企画課 伊藤博)