



14

アイデンティティとグローバルコミュニケーション

1 コミュニケーション

- メッセージの交換
- 意味の創造

2 コミュニケーションの原因

- 習慣に基づくコミュニケーション
- 意図に基づくコミュニケーション
- 感情に基づくコミュニケーション

3 コミュニケーションの予測とアイデンティティ

- アイデンティティ
- 社会アイデンティティによる予測
- 個人アイデンティティによる予測
- マインドレスと誤解

1 4 グローバルコミュニケーション

1. コミュニケーション

■ 1) メッセージの交換

■ メッセージ

- 主に記号から(言語から)作られる
- 受信者が認識できるようにしたもの
- 考え、感情、態度、情報を表現する(内容)
- 相手との関係を表現する(関係)
 - 日本人にはわかりやすい
 - アメリカ人は日本人より希薄

■ 交換

- 情報には受信者と送信者が存在
 - 交互に立場が入れ替わる
 - 情報の交換によりコミュニケーションが成立
-

■ 2) 意味の創造

■ 意味

- 意味は伝達されない
- 発信者の意味に基づきメッセージが発信される
- 受け取ったメッセージにより受信者が意味を解釈する

■ 受信者による意味の創造

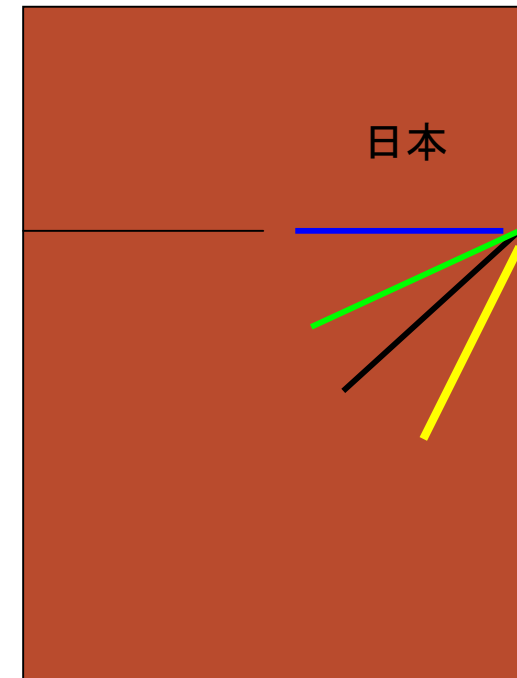
- メッセージの意味を見つける
 - メッセージの意味を解釈する
 - 受信者の**知識・文化**が大きく影響する
-

2. コミュニケーションの原因

- 1) 習慣に基づくコミュニケーション
 - 習慣的な行動によりコミュニケーションが取れる
 - 挨拶など社会生活を円滑にする
 - 地域社会
 - 行動のための台本(スクリプト)
 - 挨拶 など
 - 方式は地域・文化により全く異なる場合があるので相手の方式を習得する必要
-

ドア

- 90° 自由にお入りください
- 60° お入りください
- 45° 御用があればどうぞ
- 30° 在室だが忙しい
- 締切 作業中・会議中で入らないで
- 日本 必要な時にあける、許可を得て開ける



2. コミュニケーションの原因(続き)

- 2) 意図に基づくコミュニケーション
 - 意図(目的)を達成するためのコミュニケーション
 - 何かをしようとするとき意図が生じる
 - 何かをしようとするときに必要
 - 意図を達成する時に必要な要素
 - 意志(動機)・意図・企図
 - 相手の文化(生活様式, 行動様式)・社会に関する知識に基づいたコミュニケーション
-

3) 感情に基づくコミュニケーション

- 知識とは関係ない感情的な反応
- 経験や知識で抑制できる
- 日本では抑制的

3 コミュニケーションの予測とアイデンティティ

- コミュニケーションを円滑に行うためには相手を予測する必要がある
 - アメリカ人
 - 初対面の時、社会情報より個人情報にたよる
 - 個人アイデンティティを重視
 - 日本人
 - 初対面の時、社会情報(社会的役割)にたよる
 - 肩書の入った名刺の使用・デスクパワー
 - 日本人の間でも重要
 - 出身県、出身校、所属企業、肩書き(Title)
 - 社会アイデンティティを重視
-

1) アイデンティティ

■ Identity

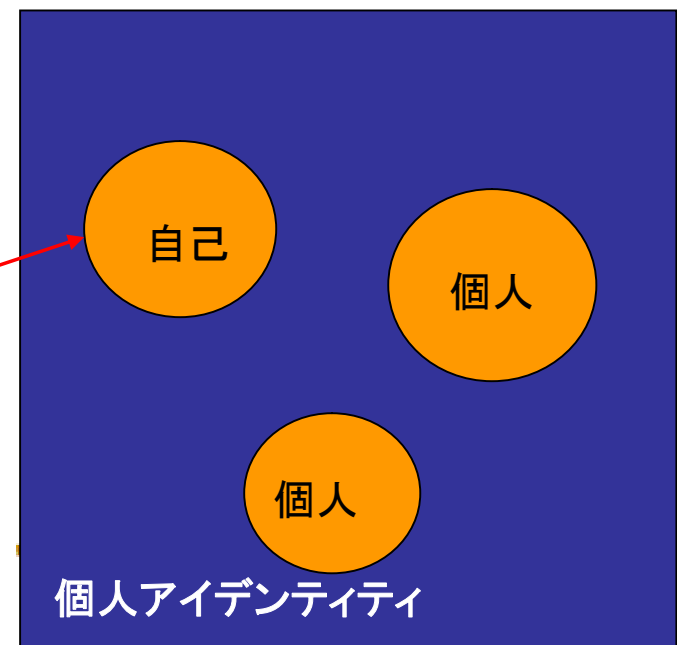
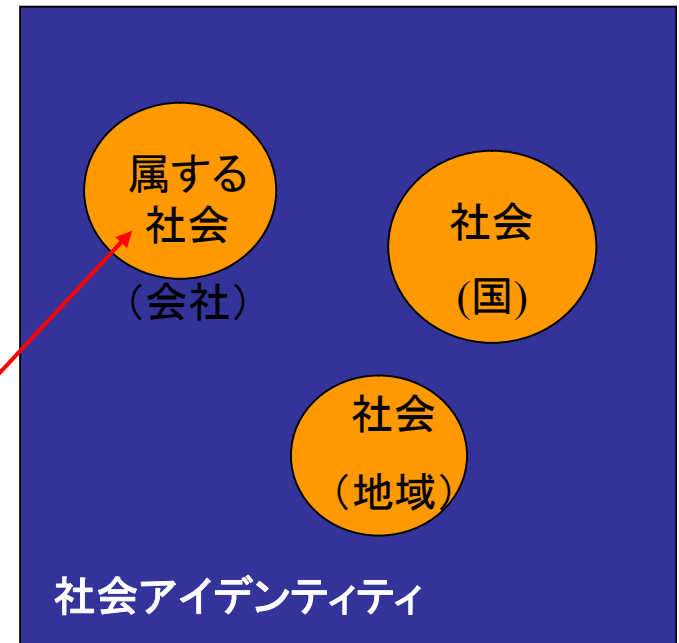
- 本人であること、自己同一性、自己認識
- 自分は何者であるか、自分を定義するもの(自己概念)
- 存在証明、生きている証、身元、正体

■ 社会アイデンティティ

- 属している社会の確認

■ 個人アイデンティティ

- 自己の特質の確認



位置の確認

- アイデンティティはコミュニケーションをとるとき自己と相手との相対的位置関係(距離)を確認するために必要

	■ 過去(時間軸)を重視した位置:	■ 将来(空間軸)を重視した位置:
■ 個人アイデンティティ	■ 自己の由来、経歴、経験、知識	■ 価値観、理想、夢、意志
■ 社会アイデンティティ	■ 歴史、文化、習慣	■ 経済成長、環境保全

アイデンティティによる予測

- 具体的なコミュニケーションに必要
 - 自分から見た相手の位置の予測だけでは不十分
 - 相手から見た自分の位置の予測も必要
- 自分の社会アイデンティティ
 - 相手から見た自分に関する文化情報・社会情報による予測
 - 自分が属する社会(日本)を知ることは相手(外国)から見た自分の位置を知ること
- 自分の個人アイデンティティ
 - 相手から見た自分に関する個の特性による予測
 - 自分を知ることは相手から見た自分の位置を知ること

2) 社会アイデンティティによる予測

- 社会アイデンティティ
 - 集合的アイデンティティ/集合体の位置
 - 自己の社会をしらないと他人との位置を理解できない
- 初対面の場合重要
 - 初対面の際は相手の文化情報が予測できる唯一の情報
 - 異文化コミュニケーションに必要
- 属する社会集団のもつ文化情報による予測
 - 国、地域の文化に基づく予測(広範囲)
 - 例:アジア人、日本人、新潟人、人種、宗教
 - 特定の社会集団、社会的役割に基づく予測(限定社会・機能社会)
 - 例:会社、学校、職業、文化集団、部、サークル、趣味

12 ■ グローバル化に伴い社会アイデンティティも変化

インターグループ・コミュニケーション

- 社会アイデンティティによるコミュニケーション行動
 - Inter group communication
- 社会(国)カテゴリーで予測する
 - 日本と相手国の知識が必要
 - 自分の組織と相手の組織に関する知識が必要
- 職場の中のカテゴリーで予測
 - 文化・性別・世代

社会(グループ)アイデンティティの例

- 個人主義と集団主義
 - コンテキスト(文章の使用)・論理性
 - 男性価値
 - 直接性、婉曲性
 - あいさつ、目を見る
 - 攻撃性、和
 - 年齢
 - 性差
 - コミュニケーションにおける不安の度合
-

自己の社会アイデンティティの認識

- グローバルコミュニケーションにおいては日本という集合的アイデンティティの理解が必須
- 日本を知らないと自己の社会(集合)アイデンティティがなくなり、自己の「よりどころ」がなくなる
 - 国外に行くと最初は社会(集合)アイデンティティによりコミュニケーションが始まる
- 日本を知ること
 - 相対比較の基準を知ることになる。
 - 複数の国の相対位置を比較・理解できる
 - 相手を相対的に理解できる
 - 日本を知るとは相手からみた自分の位置を推定できる
- 日本の認識
 - 日本の歴史、文化、習慣(過去)
 - 日本の経済成長、環境保全(将来)

基準を知ることの例

- カナダのIT企業訪問
 - 日本のオフィス(標準)を知らないとオフィスの配置の違いが理解できない
- BSE
 - 北米: 日本より多い飼育頭数なのに発病した固体の数は少ない。従ってアメリカ・カナダの牛は日本より安全である
 - 日本: 個別の牛の固体が安全であることの証明が重要。従って日本の牛は全頭数が検査に合格しているので安全である
- 日本人間のコミュニケーションにおいても属する社会集団が基準になる
 - 企業の風土(勤務形態、情報の整理、福利厚生)

3) 個人アイデンティティによる予測

- 個人アイデンティティ/自己の特質による予測
- その人をその人に行している自己定義による予測
 - 個人の性格などに基づく予測
 - 同じ文化、社会集団の中で個人の違いを判別する
- 自己と他人の中に占める自らの特質の相対位置の予測
 - 深いコミュニケーションに必要

インターパーソナル・コミュニケーション

- 個人アイデンティティによるコミュニケーション行動
 - Inter personal communication
 - 個人と個人の間の対人コミュニケーション
 - 意図に基づくコミュニケーションに重要
 - 何かをしようとする場合に必須
 - 意図を達成するためにはインターグループ・コミュニケーション能力だけでは不十分
 - グローバルコミュニケーションに重要となる
 - 社会アイデンティティのゆらぎ
 - 自己の個人アイデンティティの認識が重要
-

4 グローバルコミュニケーション

- 社会アイデンティティのゆらぎ
 - 社会的(集合的)アイデンティティの変化
 - 社会アイデンティティの希薄化
 - ナショナルアイデンティティの揺らぎ
 - 新たな集合的アイデンティティの誕生
 - グローバル化による単一の社会の実現(仮)
 - 集合的アイデンティティの消滅=文化の消滅
 - ローカル化
 - グローバル化による局地的な共同性の復活
- 社会アイデンティティのベースとなる文化の変容
 - 文化の2極化
 - 文化の融合 → グローバル化
 - 文化の異質性の顕在化 → ローカル化

個人的アイデンティティの重要性

- 社会的アイデンティティのゆらぎ
 - 固人的アイデンティティの普遍化
 - 個人の位置の確立がコミュニケーションを行う場合これまで以上に重要になる
 - 自己の価値観の確立が重要となる
 - 位置
 - 個人が社会の中で占める位置から、個人の価値観にもとづく絶対的位置へ
 - →5. 情報に対する感性(18ページ)
 - C 自己に対する感性
 - 自己のアイデンティティの確認が必要
-

グローバルコミュニケーション(発信)

- 自己の意志表示
- メッセージの交換
 - 自己の意志・目的を言葉や文字で伝える
- 相手による意味の創造
 - 意図(目的)が明確であれば意味は伝わる
 - 目的(目的)が明確であればコミュニケーションは成立する
 - 自己の価値観・意志にもとづく目的の説明が必要
 - 相手の文化・価値観の尊重が前提

グローバルコミュニケーション(受信)

■ メッセージの交換

- 相手の意思・目的を言葉や文字で受け取る

■ 意味の創造

- 相手のメッセージから自己の基準で意味を創造する
 - 自己の文化がベースになっていることに注意を払う
- 相手の目的・意志の尊重
 - 相手の個人的アイデンティティを理解する努力
- 理解できなくとも実態・事実を認める
 - 新しい情報を受けいれる
- マインドフルになる
 - 会話のキーワードを思い出せる程度の注意
 - 1つ以上の見方に気づく

■ 自己の目的(意図)と関係のある意味を創造できること

誤解とマインドレス

- 一般には、お互いに、お互いの社会的・個人的アイデンティティにもとずき相手のメッセージの意味を創造する場合誤解が生じる
 - 誤解する/誤解される
- マインドレス(Mindless:配慮しない)が誤解を生じさせる
 - 交流が繰り返されると相手に注意を払わなくなる
 - 親しくなると社会的・個人的アイデンティティの違いに注意を払わなくなり誤解が生じる
- マインドフル(Mindful:注意深さ)の重要性
 - 親しくなってからも注意が必要
 - 会話のキーワードを思い出せる程度の注意は必要
 - 親しき仲にも礼儀あり

マインドフル

- Mindful (マインドレスの反対): 注意深さ
 - 1. 新しい社会カテゴリーを創造する
 - アメリカ人をさらに分類する
 - 2. 新しい情報を受け入れる
 - 理解できない価値観を受け入れる
 - コミュニケーションのプロセスに注意する
 - 3. 1つ以上の見方に気づく
 - コミュニケーションのプロセスに注意する

-
- 自己の個人アイデンティティを述べ、他の人とコミュニケーションをとる場合、自分はどうのように予測されるか記述してください
 - 自己の社会アイデンティティを述べ、他の国の人とコミュニケーションをとる場合、自分はどうのように予測されるか記述してください。

参考

- 1. 異文化間コミュニケーション, 2002
- 2. 情報化と文化変容, 2003

試験

- 評価は試験で行います
 - 記述式でA4、3枚、各問毎に1枚使用
- 試験は視点1～3から1問ずつ出題する
 - 視点1 情報技術の社会/個人への影響
 - キーワード:【情報技術】
 - 視点2 グローバル化と地域化
 - キーワード:【グローバル化】
 - 視点3 情報社会と個人
 - キーワード:【個人（自己）】
- 説明に時間をかけた内容を出題します
 - 資料を配布した分野と時間を割いた分野とは直接関係ありません
 - 自分で作成し多メモやノートを参考にしてください

評価方法

- 視点1 情報技術の社会/個人への影響 30点
- 視点2 グローバル化と地域化 30点
- 視点3 情報社会と個人 30点
- レポートなど 10点

- 2 / 3以上の出席が必要です