

異文化コミュニケーションの様々な側面

一言語以外の要素について

Various Aspects of Crosscultural Communication; Concerning Elements Other Than Language

佐久間 重
Atsushi SAKUMA

異文化コミュニケーションに於いては言語が非常に重要な役割を果たすが、そのことを強調すると言語以外の要素が隅に迫いやられてしまうことがある。そのために、言語面での意思の疎通は出来ていても、コミュニケーションが全体として不成功に終わることがある。そこで、本論では、言語以外に、異文化コミュニケーションに必要な要素として、(i)メッセージの速度、(ii)コンテキスト、(iii)空間、(iv)時間、(v)情報の流れ、(vi)行動連鎖、(vii)インターフェースなどを取り上げることとした。これらの概念は、文化人類学者である、エドワード・ホール及び彼の妻のミルドゥレッド・ホールが提示しているもので、本論の説明は彼らのものに依拠している。

世界の文化は、ロー・コンテキストとハイ・コンテキストの文化に大別できる。人間関係や情報を区分化しているのがロー・コンテキストの文化で、ゲルマン系（アングロ・サクソン系を含む）や北欧系の文化がそれに当たる。他方、日常から人間関係を幅広くし、情報を多く持っているのがハイ・コンテキストの文化で、ラテン系や日本の文化がその代表である。このような二つの文化の間でコミュニケーションがなされる場合には、それぞれの文化の特徴を理解し、それに適応したメッセージのやり取りをしなければならない。また、時間の捉え方でも世界の文化を単時系と複時系に大別できる。概ね単時系の文化はロー・コンテキストの文化に対応し、複時系の文化はハイ・コンテキストの文化に対応する。本論では、こうした文化的な特性を理解することが異文化コミュニケーションを円滑に進めることが出来るという視点に立ち、文化を特徴付ける主要な概念を説明し、異文化を結びつけること(interfacing)の重要性について論じた。

キーワード：異文化コミュニケーション、エドワード・ホール、コンテキスト

Crosscultural Communication, Edward Hall, Context

はじめに

通信技術の進歩により外国の事柄が益々身近なものになって、国際的な知識を身につける機会が増えて来ている。国際的な知識の増大が国際社会の相互理解に結びつけば、国際的な親密さの実現が容易なもののように考えられるのであるが、2001年9月11日の同時多

発テロ事件で明らかのように、憎しみは依然として国際社会に蔓延している。憎しみの発現の手段として通信技術の進歩が利用されているところもある。

こうした状況を見ると、国際的な情報の増大が必ずしも国際社会の単位である人の理解をもたらすとは言えないことが解る。人間相互の理解にはコミュニケー

ションの実現が不可欠であることを考えれば、今日の世界が様々な問題を抱えている要因の一つとして国際的なコミュニケーション、言い換えれば異文化コミュニケーションの欠如を挙げることが出来る。では、異文化コミュニケーションを円滑に行うためにはどのようなことが必要なのであろうか。異文化コミュニケーションを論ずる場合には、外国語の習得についての議論が不可欠であるが、本論ではこのことには触れないこととし、それ以外の様々な重要な概念を扱うこととする。異文化コミュニケーションの分野で大きな業績を残しているのがエドワード・ホール及び彼の妻のミルドレッド・ホールである。^{注(1)}本論では、彼らが重視する概念を取り上げ、論ずることとする。

(1) 異文化コミュニケーションの意義

コミュニケーションは、一般的には「伝達」とか「意思疎通」として捉えられているが、解り易く言えばメッセージの送信と返信の成立を意味する。メッセージが伝えられるだけでは、コミュニケーションが成立したとは言えず、伝えられたメッセージを相手が理解して、それに何らかのフィードバックを行った時にコミュニケーションが成立するのである。コミュニケーションの手段としては、まず言語がある。言語によって、家族や友人同士のコミュニケーションは勿論のこと、ビジネスや政治が動かされている。言語には書き言葉、話し言葉、手話などが含まれる。言語の他には、物質や行動がコミュニケーションの手段になる。高級車やブランドもののバッグが持ち主のメッセージを象徴し、それらを見る側もその意味を理解する。その他の手段として、人間の行動そのものがある。求愛をしようとする相手には、出来るだけ接近しようとするし、その距離によって相手方も求愛を察知する。

同じ文化の下では、通常、こうした手段が暗黙の了解の下で行使されて、コミュニケーションが図られる。この暗黙の了解に基づく行動、言い換えれば無自覚の行動は、文化を共有する人達が持つ共通の経験の中で生まれたもので、日常生活の基礎になっていて、非常に実用的なものである。しかし、文化を異にする人間が加わった状況においては、暗黙の了解は全く意味を持たなくなり、自覚を持った行動が必要になる。多くの場合、無自覚の行動をそのまま実行してしまうために、異文化コミュニケーションが不成立に終わってしまうのである。異文化コミュニケーションを成功させるためには、まず相手の文化を学ぶ必要があり、それ

と同時に、無自覚的に行っている日常の行動への照査が重要になる。ここに異文化コミュニケーションの意義がある。

(2) 異文化コミュニケーション分析のための諸概念

異文化コミュニケーションを行おうとする際、メッセージの送信は比較的容易である。日常の無自覚の行動でもメッセージの送信は可能だからである。しかし、これでは適切な返信を得ることが出来ず、異文化コミュニケーションが不成立に終わってしまう。異文化コミュニケーションを円滑に行うために、ホール夫妻は次のような諸概念の理解を指摘している。(i)メッセージの速度、(ii)コンテキスト、(iii)空間、(iv)時間、(v)情報の流れ、(vi)行動連鎖、(vii)インターフェースなどである。以下、ホール夫妻の諸概念を使って、異文化コミュニケーションの様々な問題を扱っていくことにする。

(i) メッセージの速度

メッセージの速度とは、送信されたメッセージが理解されるまでの時間のことである。この時間の長短によって、遅いメッセージと速いメッセージに分けることが出来る。遅いメッセージに合わされている人に、遅いメッセージを送ると、それは理解してもらえない。メッセージの速度に違いがあることは、ほとんどの人は自覚しておらず、異文化という環境においても無自覚でメッセージの送信が行われてしまうのである。よって、メッセージの速度への理解が異文化コミュニケーションでは必要になる。ここで、遅いメッセージと速いメッセージの例を挙げることにする。

本や芸術作品から作者のメッセージを取り出そうとする時には時間がかかる。人々は、未だにシェークスピアやレンブラントの作品の意味を解釈している。他方、新聞の見出しや漫画からは簡単にメッセージを引き出すことが出来る。同じマスコミでも、新聞よりはテレビの方がメッセージを素早く理解することが出来る。この点で、文化そのものを考えてみると、文化は非常に遅いメッセージである、と言える。また、人間自体も、その人を理解しようとする時には時間がかかり、遅いメッセージに入る。

人間を理解する速度という点で世界の文化を考えてみると、アメリカ人は、誰とでも親しくしようとする傾向がある。ヨーロッパ人の多くは、こうしたアメリカ人のやり方では信頼に基づく人間関係は形成できな

いのではと不満に思うことがある。^{注12)} ヨーロッパ、特にフランスでは、時間をかけて深い人間関係を形成し、それによって個人が評価されるのである。この点では、日本はフランスに近いものがあるのではないだろうか。

(ii) コンテキスト(Context)

コンテキストは、一般には「文脈」としてその意味が捉えられているが、ホール夫妻の定義によると「ある事柄を取り巻く情報の量」のことである。ある事柄とコンテキストは、一つの意味を生み出すために結び付いていて、コンテキストの比率は文化によって異なる。ハイ・コンテキスト(High Context)とは、ある事柄に既に与えられている情報の量が多い状況を指し、ロー・コンテキスト(Low Context)とは、事柄の情報の量が少ないことである。双子同士がコミュニケーションを行う場合には、前もって持っている情報が多いが、法廷で原告の弁護士と被告の弁護士がコミュニケーションを行おうとすると、一字一句正確に表現しなければならず、情報の量は多くなる。前者はハイ・コンテキストの例であり、後者はロー・コンテキストの例になる。

コンテキストという尺度を作れば、それによって世界の文化を計ることが出来る。ハイ・コンテキストの文化の中でコミュニケーションを行う場合には、コミュニケーションの当事者は既に多くの情報を持っている。ロー・コンテキストの文化の場合には、その逆の状況で、コミュニケーションを行おうとする度ごとに多くの情報を相手に与えなければならない。よって、ハイ・コンテキスト文化の人とロー・コンテキスト文化の人とのコミュニケーションには様々な問題が出てくる。一般的にラテン系の南欧の人達、アラブ人、日本人を始めとするアジアの人達は、家族や友人や顧客の間に広範な情報のネットワークを持っていると言われ、ハイ・コンテキストの文化に分類できる。彼らのコミュニケーションには背景にわたる情報を必要としない。他方、ゲルマン系の人達、イギリス人、アメリカ人などは、人間関係や仕事を区分化しており、ロー・コンテキストの中に入る。彼らの交流には詳細な情報が必要となる。同じ文化の下でも、コンテキストの度合いが異なる人がいるが、その違いは文化によって包括されるので、文化が持つコンテキストの度合いを知る必要がある。

コンテキストの度合いの変更は、あるメッセージを

発することになり、一つのコミュニケーションを作り出す。コンテキストの度合いの上方修正は、人間関係の良好さを示し、逆に下方修正は、人間関係の悪化を意味する。例えば、アメリカの会社で、上司が部下をファースト・ネームでの呼び方(ハイ・コンテキスト)から名字での呼び方(ロー・コンテキスト)に変えた時は、上司が部下に対して何らかの不満を持っている時である。元来、アングロ・サクソン系の国でファースト・ネームで呼ぶ合うのは、ハイ・コンテキストを作り出そうとする人為的な試みであったのであり、フランス人などは反感を持つことがある。

ロー・コンテキストの文化の大きな特徴は、人間関係を含めた、広範な情報のネットワークを欠いている点である。アメリカ人は、物事を決めたり、実行しようとする時には、背景にわたる情報を必要とし、議題をたてて綿密な議論を行う。それに反して、ハイ・コンテキストの日本では議論されることは予め知っていて、議論は合意事項の確認の機会になる場合が多い。日本での国際会議にロー・コンテキストの国から参加者を募る場合に、この違いが大きな問題になる。日本では、会議にどれだけ著名な人が参加するかによってその会議の重要性が判断されるが、アメリカでは会議の議題が評価の基準となる。著名な人が参加する会議であれば、日本人は決まっていた別の会議をキャンセルしてでも参加するので、案内の発送が間近に迫っていても問題ではないが、アメリカ人にはこれが当てはまらない。アメリカ人にとっては、会議の案内に示された議題と開催の日時が重要になる。

ハイ・コンテキストとロー・コンテキストの違いは、組織の情報の流れ方にも現れる。アメリカの組織の首脳に入ってくる情報は、限られた人達からのものである。そのため、アメリカの重役や大統領にとっては、彼らを取り巻く少数の人達、例えば大統領補佐官などが重要な働きをすることになる。他方、ハイ・コンテキストの日本やフランスでは、組織のトップに立つ人達は、日々多くの部下から情報を得ようと試みる。^{注13)}

ハイ・コンテキストの人とロー・コンテキストの人との交流では、両者にとって適切なコンテキストの度合いを見つけることが重要になる。ハイ・コンテキストの人は、ロー・コンテキストの人が情報を与えようとすればする程、苛立たしく感じることもあり、逆に、ロー・コンテキストの人は、ハイ・コンテキストの人が十分な情報を与えない時には戸惑ってしまう。情報を与えられ過ぎると、多くの人は見下されたと感じて

しまい、逆に、情報を与えられないと、無視されていると感じてしまう。同じ文化の下では、コンテキストの調整は無自覚的に行われるが、文化が異なる場合には十分な注意が必要になる。

(iii)空間(Space)

すべての生物は、目に見える物理的境界、つまり皮膚を持っていて、自分を他のものと区別している。この目に見える境界の外側に幾重の目に見えない境界があって、それにより自分に所属する範囲を意識する。一番狭い範囲が「個人の空間」であり、広い範囲が「領域」として意識される。多くの動物は自分の領域を主張し、それを守ろうとするが、人間はその傾向が特に顕著で、文化が強く影響している。ドイツ人やアメリカ人は、「自分のもの」という意識を強く持つ。例えば、車に関して、それが他人に触れられたりすると、自分の体そのものが触れられたと感じる。日本人の中にも、そうした意識を持つ人がいるが、ドイツ人やアメリカ人程ではない。空間は、その人の権力の大きさを伝えることがある。会社のトップの人は、ビルの最上階に自分の部屋を持つ場合が多い。

各々の人間は、外側に目に見えない自分の空間を持っていて、これは近くにいる人間との関係、自分の精神状態、文化的背景などにより、広がったり、狭まったりする。誰かがこの空間の内側に入ろうとすると、それを阻止しようとする意識が働く。雑踏に巻き込まれてこの空間が狭くされると、人は不快になったり、攻撃的になったりする。個人の空間の文化的違いを見ると、北欧やゲルマン系の人達は、個人の空間を広くとり、逆に、ラテン系の人達はこれを狭くする。ラテン系の人達が通常の会話の距離として接していても、ゲルマン系の人には余りにも近づきすぎていると感じられてしまう。

空間は、視覚ばかりでなく、他の感覚でも知覚される。聴覚空間、触覚空間、運動感覚空間、臭覚空間などがあり、これらの空間の形成に文化が強く影響する。人はあるものに集中したい時は、雑音を遮断しようとするが、この傾向は、アメリカ人やドイツ人の間に強く出る。騒音を制限する法律が早くから作られたのも、こうした国々であった。他方、ハイ・コンテキストのラテン系の国々では聴覚上の障壁を設けようとせず、イタリアの都市ではスクーターや乗用車の騒音が日常茶飯事になっている。

空間の変化は、一つのメッセージを伝えることが出

来、コミュニケーションに変化を与え、時には話している言葉の意味を覆してしまう。人と人との会話において、その間の距離の変化は、コミュニケーションにとって重要な働きをする。例えば、見知らぬ人が、通常の会話の距離よりも近づいて来ると、不快に感じたり、脅威を感じて、後ずさりする人がいる。ここで言う通常の会話の距離も、文化によって影響されている。人は、自分の文化の中で、様々な空間上の意味を会得し、この意味と結び付いた行動が、無意識の反応となる。よって、空間上の意味が文化によって決定されていることを忘れると、異文化での空間上の意味を誤解する恐れが出てくる。外国人が馴れ馴れしく見えたり、余所余所しく見えたりする時には、その人の個人的な距離が違っているだけのこともある。

空間という点では、アメリカ人は、近接性に特別な意識があり、隣人に対して、特別な責任と義務を求める。隣人は、親しみやすく接し、自分の庭の芝を整えて綺麗にするのが当然なものと感じる。これを知らずに、アジア人が隣人として移り住んで、自分の庭だからと荒れたままにしておくと、非難の目で見られてしまうことがある。これは、アジア人に対する人種的な偏見と言うよりも、文化によって形成された空間上の意味の違いから来ている。日本人、フランス人、ドイツ人などは、家が接していても必ずしも近所付き合いをすべきだとは思わない傾向がある。

(iv)時間

生物は、日夜や潮の干満などの自然のサイクルに応じて進化して来た。人間も自然のサイクルから影響を受けて多様な体内時計を発展させていて、この生物学的な時計が、人間の生理的な機能のほとんどを規定している。人間の時間についての概念は、自然のリズムを基礎として発展し、それに文化的な要素が加わって人為的な時間の体系も形成された。この人為的な時間の体系が、コミュニケーションを図る上で問題となることがある。

人為的な時間の体系には、ホール夫妻の用語を使って大別すると、単時系的(Monochronic)時間と複時系的(Polychronic)時間がある。単時系的時間とは、一度に一つのことのみに注意を払ってそれを実行することを意味し、複時系的時間とは、一度に沢山のことに関わることを意味する。

単時系的な時間に支配される文化では、時間は直線的に経験され、時間の流れが各部門に分割される。そ

して、一人の人が一つのことに集中出来るように予定が立てられる。予定は、他のすべてに優先されて、変更出来ないものとして扱われる。時間は、ほとんど実体のあるものとして認識され、金銭のように費やされたり、節約されたり、失われたりするものとしてみなされる。「時は金なり」という格言が、それを象徴している。単時系の文化の生活は、時間によって秩序立てられていて、これを乱すものは排除される。この文化では、人間関係も区分化されていて、ある人間関係を強調する一方、他を軽んじるようになる。

単時系的時間は、イギリスで始まった産業革命の産物で、北欧からアメリカへと広まった。産業革命によってもたらされた工場では、労働者は決まった時間に持ち場に到着して、その時間は決まった仕事をするのが要求された。単時系的時間によって支配されている国としては、アメリカ、イギリス、スイス、ドイツ、スカンディナヴィア半島の国々がある。特にドイツとスイスは、単時系的時間の文化の典型的な例となっている。単時系的時間は、人間にとって必ずしも自然な時間とは言えない。そもそも、時間は実体のあるものではなく、時間を均一に扱うことは不可能だからである。

単時系的時間とは対照的な特徴を持つ時間の体系が複時系的時間である。複時系的時間によって支配されている国としては、ラテン系の国々、アジアの国々や日本などがある。複時系的時間の中では、多くの事柄が同時に起こることが特徴になっていて、人間関係が時間によって制約されることはない。「予定は未定」と言われるように、予定に執着することよりも、人的交流の成就を尊重する。この典型的な例として、街角でのラテン系の人達の会話を挙げる事が出来る。彼らは、次の約束に遅れても、会話の自然な結末が来るまで会話をするのである。単時系的時間が産業革命以降の体系であるのに対して、複時系的時間は人間が長い歴史の中で身に付けて来たものである。

単時系でも複時系でも、それぞれの文化の中では時間の取り方と空間の取り方が密接に結び付いている。単時系の文化の中では、人間生活を区分化する傾向がある。そのため、個人の部屋が尊重され、他からの干渉を排除するために防音構造にしたりする。それに対して、複時系の文化では、大勢の人が交流する場が望まれ、個室は情報の流れを遮断してしまうと考えられる。単時系の文化では、時間を区分化して、人に会う時間を設定していくのであるが、複時系の文化では、

人間関係の上で大切な人を優先させて、約束が直前になって変更されることもある。ここでは、長い時間を一緒に過ごす友人や顧客が尊重され、人間関係が親密にされている。

単時系の人も複時系の人も自分の時間を自然なものと捉え、異なった時間の体系が存在することを理解しない場合が多く、異文化コミュニケーションを難しくしている。例えば、外資系（アメリカ系）の証券会社で働く日本人の社員のことを考えた場合、アメリカ人の上司は短期間で業績を上げることを社員に求めるが、日本人の社員は顧客との人間関係に基づいた取引を考え、時間をかけて業績の向上を計ろうとし、上司の指示が不可能なものであると判断してしまうこともある。この社員は、会社を辞めなければならなくなった時、次の会社に移る際には、これまでに開発した顧客を引き連れて行こうとする。アメリカ人の上司も、日本人の社員も、相手の時間の体系を理解しないために、コミュニケーション上で齟齬をきたしてしまうのである。

過去、現在、未来という時系列のどこが強調されるかにも文化による違いが出て来る。インドや中東の国々は過去志向が強く、アメリカ人の多くは現在と近い未来を志向し、ドイツでは過去のことが強調される。ドイツ人の会話や著作は、過去の背景となっている情報で始まる場合が多い。日本人やフランス人も過去を志向するが、ハイ・コンテクストの民族であるため、ドイツ人程には綿密な言及はしない。

時間は、メッセージの発信の機能を持ち、言葉と同様の働きをすることがある。時間の捉え方は文化によって違うため、自分の時間の体系を他の文化に投影してしまうと、他の文化の時間が発信するメッセージを読み損ねてしまう。アメリカでは、約束の時間（appointment）の扱い方によって、自分の感じ方を相手に伝えることがある。時には、時間の扱い方が侮辱の手段にもなる。こうした時間の扱いは、無意識的に行われることが多く、言葉程には明瞭ではないために、異文化の中では時間と結び付いているメッセージをどのように読みとるかが、コミュニケーションを行う上で重要になる。

時間の重要な側面として、リズムやテンポがあり、ここにも文化の違いが出て来る。人がゆっくりと動く文化もあれば、速く動く文化もある。異なった文化の出身者が出会う時には、お互いが歩調を合わせることが難しくなり、協調した作業が出来なくなる。速いテンポで動く人と遅いテンポの人が歩く場合には、前者

が後者を引き連れて歩いているように見えてしまい、調和がとれている光景とは言えない。その点で、それぞれの文化の時間の体系に自分を合わせる必要がある。

時間の次の側面として、「馴らしの時間」(Lead Time)がある。これは、一つの行動を起こすまでの準備の時間のことで、文化によって違いが出て来る。例えば、どの位前に会合の約束を交わすべきか、報告書の作成にどの位の時間が必要なのかは文化によって異なる。アメリカやドイツでは、予定は不変のものとして理解され、他方、フランスや日本では、会合があるから予定が立てられる。

馴らしの時間は、それ自体が一つのコミュニケーションの働きをする。フランスや日本では、重要な人の訪問がある時には、事前の通知の有無に拘わらず、受け入れ態勢が取られ、必要なら深夜までその人のために時間を割く。他方、アメリカやドイツでは、馴らしの時間の長さが、関係する仕事や人の重要さの指標となる。馴らしの時間が短ければ、仕事がそれほど重要ではない、と理解される。そのため、アメリカやドイツでは、重要な会合への出席の約束を取り付けるには最低でも2週間前に行わなければならないと言われる。一方、日本では、馴らしの時間はかなり短い。そのために、日本での重要な会議にアメリカの相応の人物が出席しないと言うことが出てくる。これは、馴らしの時間についての文化上の違いに起因しているが、原因が正しく理解されないことがある。

馴らしの時間がコミュニケーションの働きをするもう一つの例は、アメリカでは物事の終了の日が守られることである。アメリカ人は、会議に出席した場合、結論を出さなければならない日を設定する。これは、議論が紛糾しても、結論を出さなければならないと言う心理的負担を作り出してしまい、相手方に利用されてしまうことがある。日本では、結論が出なければ、「結論が出ないという結論に達した」として済まされるのであるが、区分化された時間に厳格なアメリカ人には出来ないことで、日本人がアメリカ人が抱える負担を読みとると、それを交渉の上で利用することも出来る。

時間に関して、その調整(Timing)を適切に行うこともコミュニケーションを円滑に行う上で重要である。政治や経済の世界では、重要な発表は、タイミングを十分に見計らって行われる。タイミングを逸したために、発表が強いメッセージとして伝わらないことがあ

る。タイミングを計る際には、一日や一年のうちのある期間が持つ意義を考慮しなければならない。北欧やアメリカでは、ある時間帯や時期が特定の活動のために取られていて、変えることが出来ない場合がある。例えば、仕事の時間帯以外や早朝、深夜の出来事は、緊急のこととして捉えられる。フランスでは、ヴァカン스에当てられる8月には、ほとんどの業務が休止してしまう。アメリカでは、昼食の時間は短いのが普通で、仕事上の夕食は稀である。逆に、日本やフランスでは接待用の昼食や夕食により、仕事を円滑に進めて行くための和んだ雰囲気を作り、コミュニケーションを取りやすくしようとするのである。

アメリカ人やドイツ人は、時間の扱い方によって、優先順位や地位の高さの評価を相手に伝える。アメリカやドイツでは、時間は貴重なものとして認識され、時間に関わるメッセージは、日本やラテン系の国々においてよりも深い意味を持つ。アメリカでは、待ち時間は、強いメッセージとして相手に伝えられるため、高い地位にある人のみが相手を待たせることを許される。よって、自分を偉いと思わせるために、相手を意図的に待たせることがある。待ち時間のメッセージには二面性があり、アメリカやドイツなどの単時系の文化では、自分の偉さを伝えようとしたものが、時間を管理できないと言う本人の人格の不備が伝えられてしまう。複時系の文化では、そのような二次的なメッセージが伝わることは余りない。よって、時間のメッセージを読むに当たっても、自分自身の文化を自動的に投影することの危険性が出て来る。時間が発するメッセージは、時を経てもそれ程変化することがなく、単時系と複時系の異文化が遭遇する時には、このメッセージに十分な注意を払うが必要になる。

(v)情報の流れ(Information Flow)

情報の流れの度合いとは、あるメッセージが送信され、それが相手に伝わり、メッセージが意図した行動が生起されるまでに要する時間のことである。情報の流れに関する文化による違いは、異文化コミュニケーションの面で大きな障害となる。異文化の中で生活したり、ビジネスを成功させようとする人は、その文化の中では情報がどの様に流れるのか、情報が広く浸透するのか、それとも狭い範囲の中を流れるのかを知らなければならない。一般的に、アメリカ、ドイツ、スイスなどのロー・コンテクストの国では、情報は制限を受けた流れ方をし、他方、日本、フランス、スペイ

ンなどのハイ・コンテクストの国では、情報は広範囲に速く流れて行く。このことを象徴しているのが、「一を聞いて十を知る」という論語的な価値観である。

ハイ・コンテクストの文化では、人の交流がすべてに優先され、人が関わる所では、情報は自由に流れる。日本では、「根回し」という言葉に象徴されるように、多くの人と情報のやり取りをし、関係者すべてが事柄の推移を理解しようとする。会社の重役でも、重役室に閉じこもるのではなく、絶えず部下と接して仕事の全般を知ろうとする。ハイ・コンテクストの文化では、ほとんどの人は日常から状況を良く理解していて、状況の詳細について説明を受ける必要がなくなっている。ここでは、伝えられる情報より、蓄積された情報が重要になる。ハイ・コンテクストの人には、2つのことが常に求められている。1つは、常に状況を把握して、目標に向かって仲間と共に働くことが出来るかであり、もう1つは、仲間と考えを同じくすることが出来るか、ということである。ハイ・コンテクストの文化では、人は情報に絶えず接していたいと言う衝動を強く持つ。逆に、情報から隔離されると自らの存在価値に疑いを持つてしまう。

アメリカや北欧において情報の流れが遅いのは、1度に1つのことを行うという時間の区分化に起因している。よって、ロー・コンテクストと単時系的時間は、密接に関連している。アメリカでは、情報の流れは遅くなっている。会社の重役は、自らの部屋で部下とは隔絶して働き、情報の流れは秘書のところまで一旦管理されるようになっていく。日本では重役への取り次ぎは、まず受付を通してであるが、ロー・コンテクストの社会では秘書がその役割を果たす。

(vi) 行動連鎖(Action Chain)

行動連鎖とは、1つの目標を達成するために確立された、連続した行動を意味する。求愛に見られるように、急ぎ過ぎたり、重要な段階を省略したり、次の段階までの時間を空けすぎると、目標を達成できなくなる場合が多い。行動連鎖も文化によって異なることがあり、異文化コミュニケーションを円滑に行うためにはそれぞれの行動連鎖を知ることが重要になる。

社会のどの部門も行動連鎖を持っている。企業には、社員や顧客との挨拶から始まり、雇用、広告活動、株式の発行、訴訟、他の企業との合併に至るまで様々な行動連鎖がある。それぞれの活動は、専門的であったり、当然のものと思われていたりして、それらの詳

細については、同じ文化の下では意識的な注意が払われることはない。そのため、文化を異にする状況でも、行動連鎖の全体を再検討する必要性が見逃されてしまう。特に、外国に子会社を持ったような場合には、本国の行動連鎖をそのまま子会社にも適用してしまうことが多い。その結果、人事や雇用の面で、子会社とその現地社員との間でもめ事が生ずる例が多い。

ある事業を行おうとする時には、その社会の行動連鎖の詳細について考慮することが重要になる。単時系でロー・コンテクストの文化は、予定された活動を基礎としているために、ハイ・コンテクストの文化より行動連鎖の乱れに敏感に反応する。ほとんどのアメリカ人は、行動連鎖を完遂しようとする衝動を持っている。それに対して、複時系でハイ・コンテクストの人達は、人との結びつきを重視することもあり、行動連鎖には柔軟に対応する。複時系の人は、自分の感覚だけで行動連鎖を壊してしまうことがある。行動連鎖についての単時系と複時系の文化の捉え方の違いは、次の事例から明らかになる。建物の設計者が単時系の人で、その建設の依頼主が複時系の人だとすると、依頼主の好みにより建物の仕様が頻繁に変更されることがあり、設計者はその度ごとに建物の基礎工事から変更を余儀なくされてしまう。建物の設計と建設は、行動連鎖が込み入った例であり、行動連鎖の変更が建設費の膨張を招くこともある。

(vii) インターフェース(Interfacing)

インターフェースと言う用語は、コンピューターと周辺機器を結びつけるものという意味でよく使われる。異文化コミュニケーションの目的は、異文化間のインターフェースとして機能することである。日本やアメリカの電化製品をヨーロッパで使おうとする時には、アダプターや変圧器が必要になる。この場合には、アダプターや変圧器がインターフェースの役割を果たしている。

異文化間のインターフェースについて、次の3つの基本原則が考えられる。第一に、相手の文化のコンテクストが高ければ高い程インターフェースの設定は難しくなる。第二に、相手の文化の要素が複雑であればある程インターフェースの設定は難しくなる。第三に、文化間の隔たりが大きければ大きい程インターフェースの設定は難しくなる。よって、体系が単純で機械的なロー・コンテクストの文化の方が、多様な段階を持ち、人的能力に依存するハイ・コンテクストの文化よ

りもインターフェースの設定が容易である。

文化上のインターフェースの設定が容易なビジネスの例として、本社がスイスにあり、支社がドイツにある時計の部品製作会社を挙げることが出来る。両方の文化ともロー・コンテクストで単時系であって文化間の距離が小さく、ビジネス自体が複雑さを伴った多様な段階を持っていないからである。これとは逆に文化上のインターフェースの設定が困難なビジネスの例として、日本とアメリカの両方での新聞か雑誌の発行を挙げることが出来る。出版事業は、執筆、広告、編集などの数多くの部門を統合し、調和させなければならない、いわばハイ・コンテクストの事業だからである。この事業の成否は、読者の心情や文化を理解できる執筆陣や編集者の働きにかかって来る。

コンピューターのインターフェースを有効に機能させるためには、適切な信号を送らなければならないのと同様に、異文化コミュニケーションを成功させるためには送るべき情報の度合いを知る必要がある。ロー・コンテクストの人には、詳細にわたる多量の情報を送る必要があるし、ハイ・コンテクストの人には、情報をそれ程多く送る必要がない。「その仕事をやろうとしていたのに、再度指示されたのでやる気を無くした」という話が日本の会社などでよく聞かれるが、これは、ハイ・コンテクストの人の知性やプライドが傷つけられてしまった例である。異文化の状況では、この事態が頻繁に生ずることになる。形式が優先される日本文化の中で、相手から適切な反応を引き出すためには、形式に基づいたメッセージの発信をしなければならない。

(3) 異文化コミュニケーションの広がり

異文化コミュニケーション理解に必要な以上のような概念は、文化の特性や、社会の特性と表裏一体を成している。ある文化の中で生じる行動、出来事、物事は、それ自体意味を持っている。この意味については、同じ文化の中では暗黙の合意の下でコミュニケーションが行われ、そのメッセージは、文化に根ざした様々な形式で伝えられ、言葉によるとは限らない。メッセージの生成要素として何が適切なのかについては、文化に応じて様々な違いがあり、明文化されることはない。多くの場合、適切な生成要素として、言葉、数字、絵などが好まれる。言葉が求められているのに数字を送ってしまうと言うような、間違ったフォーマットを選べど、伝えられているメッセージの内容が同じでも、

相手からは否定的な反応しか引き出せない。どの形式が好まれるかは、文化によって違って来る。

ある文化ではどのフォーマットによるメッセージが好まれるかを明らかにしている例は、テレビのコマーシャルである。日本で効果的なテレビのコマーシャルでも、そのままでは他の文化、例えば、ドイツで同じ効果を期待することは出来ない。日本では、視聴者に対する印象を重視したコマーシャルがよく使われ、これを見ただけでは製品の詳細な仕様などは解らないが、視聴者もそれを求めない。アメリカでは、製品の印象よりも性能を訴えるコマーシャルが使われ、時には他社製品との比較を行っているものもある。ドイツでは、活字志向の人が多く、映像による広告は余り行われなない。ドイツ人は、製品の正確な内容を伝える数字を好む場合が多い。このような製品の広告の場合でも明らかのように、相手に効果的にメッセージを伝えるには、相手の好むフォーマットを選択することが重要になる。

アメリカが「双子の赤字」に悩んでいた頃、アメリカの企業は日本への輸出の増加に努めたが、これがうまく行かなかったことがある。その理由としてアメリカ側が頻繁に指摘したのが、日本には非関税障壁が多いということであった。非関税障壁の代表的なものが、系列企業間の取引に代表される日本のビジネス慣習である。日本の多くの論者は、ビジネス慣習には文化的な影響が強いとし、アメリカ側が要求する経済的な論理だけでは日米の経済問題は解決出来ないと説いた。これに対しては、経済の問題に文化を持ち込むのは問題の解決を複雑にするという反論があった。しかし、日本で成功したアメリカの企業は、日本のビジネス慣習を理解して、それを取り入れた企業であったことを考えると、経済問題に関しても文化への配慮が不可欠である。

日本で取引を行う場合には、手紙や電話のやり取りよりも、直接的な人的交流の方が高い効果が得られる。また、日本では、形式に基づく多くの儀礼の遵守を重んじる。正しい形式が使われなかった場合には、日本人は、それを無知から来るものとして解釈し、否定的な反応をする。このように、経済的な問題も含めて、異文化が関わる状況においては、文化の詳細な点まで注意を払うことが重要になる。

(4) おわりに

異文化コミュニケーションに於いては言語が非常に重要な役割を果たすが、そのことを強調すると言語以

外の要素が隅に追いやられてしまうことがある。しかし、国際間で問題になる事柄の多くは、実際には言語以外の要素が関わっている場合が多い。その意味で、本論の中で挙げた様々な概念は、異文化コミュニケーションを図ったり、異文化を分析したりする際にも大いに役立つものと思われる。

今日の世界では国際的な結び付きがどんどん強まって来ていて、日本社会の中にもその影響が見られる。特に、政治的・経済的に強い影響力を持つアメリカのアングロ・サクソンの文化が、日本の文化の中にも徐々に浸透して来ている。「アポを取る」という言葉が日本社会の中でも必要になって久しいが、これも、時間を区分化して会う時間を設定する、ロー・コンテキストで単時系的なアメリカ文化の影響である。文化の定義の1つとして、「文化とは幾世代にわたり形成された考え方、感じ方、行動の特徴である」というものがあるが、この定義からも明らかなように、文化自体不変のものではなく、世代が変わって行く中で、徐々にではあっても少しずつ変化して行くものである。今日では、ハイ・コンテキストで複時系的な日本文化の中にも、若者を中心としてロー・コンテキストで単時系的な諸相が出て来ている。

アングロ・サクソンの文化の世界的な浸透を「文化的帝国主義」と呼ぶことがあり、これに対して頑なに自らの文化を守ろうとして「原理主義」を主張する人達もいる。ある文化の広がりや帝国主義として片づけるのではなく、それを冷静に分析する視点が必要である。また、原理主義的な態度では、文化的な友好関係を築くことは出来ず、自らの文化の健全さも歪めてしまう。こうした状況に於いては、異文化コミュニケーションの理解が益々必要になって来ている。異文化コミュニケーションは、個人間のコミュニケーションを可能にするばかりでなく、組織間、さらには国家間のコミュニケーションをも円滑にして行く。本論では、ホール夫妻のものを使い、異文化コミュニケーションを理解するための基礎的な概念を紹介した。この概念を使い、日本文化、特に少しずつ変化しつつある日本の若者文化を分析してみたいが、これは今後の課題としたい。

注記

注(1)

本論で扱っている概念は、次の著作の中のもの参考文献にした。

Edward T. Hall and Mildred Reed Hall, *Understanding Cultural Differences*, Yarmouth, Maine: Intercultural Press, Inc., 1990.

彼らの他の著作の代表的なものとして、次のようなものがある。

Hidden Differences: Doing Business with the Japanese, New York: Anchor Books, Doubleday, 1987.

Hidden Differences: Studies in International Communication, Hamburg: Gruner & Jahr, 1983.

Eward T. Hall の単著の代表として、次のようなものがある。

Beyond Culture, New York: Anchor Books, Doubleday, 1976.

The Hidden Dimension, New York: Anchor Books, Doubleday, 1966.

彼らは、以上の著作の中でも、本論で詳述した概念を使って欧米や日本の文化を分析している。

注(2)

本論の中で「日本人」とか「アメリカ人」とか「フランス人」とか言う場合には、多くの人が共通して持っている「日本人」、「アメリカ人」、「フランス人」のイメージを指している。これらについては、厳密な定義付けが必要であるが、概ねそれぞれの社会で中心的な役割を果たしている人達を指す。

注(3)

2002年10月に小泉政権下の不良債権処理のための諮問委員会への批判が与党の中からも出てきた。批判の要点は、民間人を含めた一部の人達だけで政府の政策が決定されている、と言うものであった。この事例は、ハイ・コンテキストの文化に於いてはロー・コンテキスト的な行動ではコミュニケーション上で齟齬をきたすことを物語っている。