

## 英国の文化的背景

「行間を読む」ことが出来る、特に書かれた書面にてそう出来ることを誇りに持つ  
コミュニケーションに皮肉と嫌味を使う事を楽しむ-意味するところと全く反対の事を口にする  
性急でかつ陽気な雰囲気のある企業コミュニケーション（Eメール、メモ、プレゼンテーション）を嫌う  
-これらを表面的で知能に対する侮辱と考える

## ドイツの文化的背景

ドイツ人は細部に渡って説明する傾向がある  
言語を駆使しない文書は、単純過ぎると思われていることが多い  
自分の思想を明確に伝えて、書面に残すことを学ばなければならない。そうしないと、  
ドイツ人従業員を動かすことはできない。 <ドイツ駐在日本人マネージャー>

## 米国の文化的背景

ショー・アンド・テル（徒に珍しい事物を説明させる教育方法）、教室におけるディス  
カッションなど、若いころからのコミュニケーション技術の習得  
自己表現力が強調される  
多様性に富んでいる社会では、明確なコミュニケーションが必要

## 2-9. ★言語への依存度

D US H R C F LA I E UK ME SE AF J



凡例

A = Australia D=Germany EU=Europe HK=Hong Kong J=Japan ME=Middle East R=Russia  
 SEU=Southern Europe US=USA AF=Africa DK=Denmark F=France I=Italy  
 K=Korea NEU=Northern Europe S=Sweden SW=Switzerland C=China E=Spain H=Hungary  
 IN= India LA=Latin America NL=Netherlands SE=S.E. Asia UK=United Kingdom

## 言語中心コミュニケーション

## 非言語的コミュニケーション

左の方にいくほど、下記の傾向が強い：

右の方にいくほど、下記の傾向が強い：

コミュニケーションするには、言葉をたくさん使う  
 細部に渡るコミュニケーションが重要であると思っている  
 あいまいさを居心地悪く感じる

言葉を沢山駆使しなくても、コミュニケーション出来る  
 体の動き、声のトーン、顔の表情に注意を払う  
 共通の背景知識と歴史に頼る  
 行動は言葉より多くを物語る、と思っている

## 日本の文化的背景

- ◎ 簡潔なコミュニケーションを好む
- ◎ もし一を言われたら、十の意味を押し量る
- ◎ 言外の意味を読み取る
- ◎ 他人を理解する努力は評価される

- ◎ 一を聞いて十を知る
- ◎ 良いことと思われている
- ◎ 聞き手に責任がある