

文化とは何か

——異文化コミュニケーション研究の観点より——

杉 浦 園 枝

はじめに

筆者は、入学時よりコミュニケーションに関心を持ち、4年間学んできた。生活をしている中で「異」なる者の存在を感じることもあり、特に「異文化コミュニケーション」研究に関心を持った。そしてその元である「文化」に関心を持ったため、本研究では、異文化コミュニケーションの観点から「文化」の定義をすることにした。

第一章 従来の「文化」とは何だったのか

第一節 「文化」を知る意義

「異文化コミュニケーション」という研究分野においては、異なる国同士の人や、物、事柄を対象として違いを比較するという手法が用いられる。そこでは、「文化」とは、異なる「国」「民族」「人種」が包含されたものと捉えられている。しかし筆者は、同じ国、民族、人種内でも、「異なる」と感じる者の存在を常々意識しており、その定義自体に疑問を感じている。「文化」とは、国家や民族、人種といった、いわば旧来の区分だけではなく、より多様な要素を含んだものではなかろうか。でなければ、「文化」とは地域や外見の別名に過ぎないということになる。

そもそも文化的に「異なる」という感覚は、どこから生じるのであろうか。本来「異」という感覚は、評価者としての自分を基準とし、物事を見ることによって生まれてくる。基準が違うから、「異なる」と感じると考えられるのである。

そのため本研究では、人々が持っている文化に対する「基準」を明確化することで、様々な異なる人、物、事柄に対して抱く違和感の理由を理解していけると考える。すなわち、『「文化」とは、その集団における「基準」を知ることで理解できる』と仮説を掲げ、その仮説をもとに第二章以降に、検証を行い「文化」とは何かを明確化する。現代の人々にとって重要であるものとそうでないものは何なのであろうか。

第二節 「異文化コミュニケーション」研究における「文化」とは

「異文化コミュニケーション」研究における研究の歴史

「異文化コミュニケーション」研究の分野においては、研究の専門家も、そうでない一般の人々も、「文化」を「国籍」「人種」「民族」という意味で捉え、これらを同じものとして使用しているという前提がある。その前提のもと、「異文化」の中では、“ある「文化」のメンバーにとって、どの行動が善でどれが悪か、どの行動をとりどれを回避すべきか”（石井、2001、pp46）、どうすれば「国際人」としてやっていけるのか、といったことが提唱されている。「文化」を「国籍」「人種」「民族」という意味で捉え、これらを同じものとして使用しているという前提は、「異文化コミュニケーション」研究に関心が向けられた1960年代後半から（組織的研究が始まったのは1950年代である）現在まで、研究の視点として使用されている。「『飲み物を買ってくる』と言って車をでたアメリカ人夫が、戻ってきたときに自分の分しか買っていないのを見て、日本人妻が腹を立てる」（八代ほか、2001、pp32）といった例、「アメリカ人のスピーチはユーモア、ジョークで始まり、日本人のスピーチは謝罪、アポロジで始まる」（八代ほか、2001、pp69）といったような、「アメリカ人」と「日本人」の行動を比較した視点が多くある。「異文化コミュニケーション」研究が組織的に始まった1950年代には、研究の目的として、「諸外国からの留学生や移民をアメリカ文化に効果的に適応させ、親米的態度を養うこと」（石井、2001、pp73.74）であった。その後1960年代から70年代にかけては、国内の少数民族問題や発展途上国で働く平和部隊の隊員のコミュニケーション技能などに研究者は関心を寄せ、研究の対象となった。さらにこの頃から、文化的境界を越えて複数の「文化」で活躍の出きる多文化人の概念が提唱されるようになり、現在の「異文化コミュニケーション」研究の基盤となった。（石井、2001、pp74）しかしながら以上のように、研究の目的は変化するものの、「文化」を「国籍」「人種」「民族」という意味で使用している点は変化がない。

2. 「文化」とレットル

「文化」には、「実際の行動と文化としてわれわれが理論的に理解しているものの中で、文化は相互利益を周期的に生み出している」「レットル化された文化は、本当の文化になり、レットルを強化することになる」（D.マツモト、2001、pp24）という見解がある。人々は、同一の集団における類似性や異なる集団間に存在する相違性を観察し、「文化」という言葉を観察する際のレットルとして使う。そしてそのレットルは、「文化」の様々な側面、例えば態度、価値観、食料、衣服などに対して反応し、「文化」の様々な側面

が「文化」の概念を強化する、というものである。このように、「文化」は、人々の行動と身近に関係している。しかし「文化」の抽象的な概念は、「文化」が規制している行動と、常にある程度食い違いがあり、一対一の対応はない。「文化」の抽象的な概念と、人々の行動にある程度食い違いが存在するとはいえ、「文化」は、人々の行動と身近に関係しているのであれば、人々の行動の変化があれば、「文化」の変化も起き得る。ここで社会環境が変化してきた現在の「文化」と、従来の「文化」には違いが出ている可能性が考えられる。一方、そのような状況の変化がありながら、「異文化コミュニケーション」研究の分野においては、文化的境界を越えて複数の「文化」で活躍の出きる多文化人の概念を、一般の人々に向けて提唱している。

先行研究のおわりに

「異文化コミュニケーション」研究が昨今注目され、研究者がさまざまな見解を提唱しているのも、社会環境の変化のためとされている。社会環境の変化は、人々の行動を変化させることが予期される。「行動の変化」＝「文化の変化」という関係が成り立つとすれば、今ある「文化」はどう提議できるのであろうか。

「異文化コミュニケーション研究」では、従来からの「文化」の定義を元に国際化を推進すると言っている。しかしながら今ある「文化」については軽視していない傾向がある。「文化」という定義は人間のあらゆる側面と関連性があるため、明確化することなしには、「国際人」について語ることは無理があるだろう。また、一般の人々の捉えている「文化」の定義を理解していない観もある。そのため、本研究では以下の点について検証していきたい。ある集団の構成員が何を重要だと考え基準としているのか、またその重要だと考えている項目間には関連性があるのかについても調査する。この検証により、現代における「文化」とは何かを定義していきたい。

第二章 現代の「文化」とは

第一節 アンケート調査

調査方法

被験者および調査の手続き

1. 被験者

被験者はフェリス女学院大学に在学する学生210名(全て女性、平均年齢19.9歳)であった。被験者はフェリス女学院大学学生の中からランダムに選び出され、研究者が作成したアンケート用紙に回答した。被験者には、研究者から配布されたアンケート用紙に回

答し返却するよう指示が与えられた。

2. 質問項目

(1) 被験者の背景に関する質問

被験者の背景に関する質問は、フェイスシートにまとめられ、尋ねられた。フェイスシートで尋ねられた被験者の背景は、(1)学年、(2)年齢、(3)民族的バックグラウンドの3項目であった。なお、この調査は無記名で行われた。

(2) 国・年代・身分・宗教・学歴・食・ファッション

国に関しては、被験者にとって「日本人」であること、年代に関しては、被験者にとって「10代または20代」であること、身分に関しては、被験者にとって「学生」であること、宗教に関しては、被験者にとって「無宗教」であること、学歴に関しては、被験者にとって「学士卒予定」であること、これらが被験者の特徴を決める上でどれくらい重要かという質問には5件法の間隔尺度によって測定した。なお、「学士」の意味に関して、注として、「『学士』とは、大学を卒業した人に与えられる学位です。」と入れた。また、食に関しては被験者にとっての「食生活」について、ファッションに関しては被験者にとっての「ファッション」について、被験者の特徴を決める上でどれくらい重要かという質問には5件法の間隔尺度によって測定した。これらの質問項目に対して、「全く重要ではない」（1点）から「とても重要である」（5点）の5段階の尺度を用いて示した。

従来の「異文化コミュニケーション」研究において「文化」は、国籍単位のものであるとされてきたが、本研究では、「文化」を構成すると思われる要素として、「フェリス女学院大学学生」という集団における基準、傾向を見るため「国」、「年代」、「身分」、「宗教」、「学歴」、「食」、「ファッション」の7要素を選び、アンケート調査を行った。

まず、「国」を質問項目として選択した理由は、従来「異文化コミュニケーション」研究において、「国」は重要視されてきた要素であり、現代の社会においても重要視されているかを知るためである。社会によって張られてきたレッテルが、人々にとって今どれほど強いのか、影響しているのかを知るためである。

「年代」、「身分」、「宗教」、「学歴」、「食」、「ファッション」の選択の理由は、「文化」の単位に関する考察のためである。現代社会においては、いわゆるサブカルチャーなるものの存在が、「サブ」の域を越し、「文化」の中心にまでおよびつつあるという状況を踏まえ、抽出した。また、「異文化コミュニケーション」研究においての「文化」を考

える場合、人々はどのような要素を重要視するのかという点を考察できる項目と考えたためである。

結果解析方法

結果解析には、SPSS 11.0J for Windowsを使用した。

結果

平均値

被験者が点数化した「国」「年代」など7種類の項目の平均値を算出した。5件法の間隔尺度によって測られた「全く重要ではない」（1点）から「とても重要である」（5点）の5段階の尺度において、「国」（平均値=3.17）、「年代」（平均値=3.50）、「身分」（平均値=3.80）、「宗教」（平均値=2.20）、「学歴」（平均値=3.42）、「食」（平均値=3.31）、「ファッション」（平均値=3.41）、であった（表1『「文化」の要素に対する重要度』参照）。

表1：「文化」の要素に対する重要度 (N=210)

項目	国	年代	身分	宗教	学歴	食	ファッション
平均値	3.17	3.50	3.80	2.20	3.42	3.31	3.41

相関分析

1. 国（日本人であることを重要だと考えるか否か）と年代（10代または20代であることを重要だと考えるか否か）の関係については、ピアソン積率相関分析により検証した。分析の結果、両変数間には負の相関関係があることが示唆された（ $r=-0.039, p<0.05$ ）”
 - ・10代または20代であることを重要だと思っている人ほど、日本人であることを重要だと思っていない。
2. 年代（10代または20代であることを重要だと考えるか否か）と食（食生活）の関係については、ピアソン積率相関分析により検証した。分析の結果、両変数間には正の相関関係があることが示唆された（ $r=0.146, p<0.05$ ）”
 - ・10代または20代であることを重要だと思っている人ほど、食を重要だと思っている、という結果が出た。

3. 年代（10代または20代であることを重要か否か）とファッションの関係については、ピアソン積率相関分析により検証した。分析の結果、両変数間には正の相関関係があることが示唆された（ $r=0.199, p<0.05$ ”

- ・10代または20代であることを重要だと思っている人ほど、ファッションを重要だと思っている、という結果が出た。

4. ファッションと食の関係については、ピアソン積率相関分析により検証した。分析の結果、両変数間には正の相関関係があることが示唆された（ $r=0.226, p<0.05$ ”

- ・ファッションが重要だと思っている人ほど、食が重要だと考える、という結果が出た。

第二節 人は何を「違う」と感じるのか（考察）

本研究のアンケート調査の結果、「国」だけでなく、「年代」「身分」「学歴」「食」「ファッション」にも人々は、自分にとって重要であるとし、基準としていることがわかった。（表1：『「文化」の要素に対する重要度』参照）今ある「文化」の捉え方、感じ方には、従来のように「国」を自分の特徴を決める上で重要だと感じるという基準も存在している。ここで、社会によって張られてきたレッテルは現在も存在していることが示される。しかし、それと同時に、「年代」「身分」「学歴」「食」「ファッション」も自分の特徴を決める上で重要だと感じるという基準もある。「10代または20代であることを重要だと思っている人ほど、食を重要だと思っている」「10代または20代であることを重要だと思っている人ほど、ファッションを重要だと思っている」「ファッションが重要だと思っている人ほど、食が重要だと考える」など、この10代20代の集団の中では、自分自身の置かれている年代やファッションや食が重要視されている。

被験者にとって最も重要視された要素は、「身分」で、次に「年代」、次に「学歴」「ファッション」が続き、「食」、「国」、「宗教」の順であった。このような視点を持った評価者としての自分を基準とし、これらの物事を見ることによって、その基準とずれているものを「異なる」と感じる、「文化」が異なると感じ、考えられるのである。全て女性、平均年齢19.9歳である「フェリス女学院大学学生」という集団からは、以上のような項目を重視し、基準とする、すなわち「文化」が存在することがわかった。

「国」という要素の重要度と社会背景

相関分析の結果、10代または20代であることを重要だと思っている人ほど、日本人で

あることを重要だと思っていない、という結果が出た。「異文化コミュニケーション研究」における「文化」の定義で最も重要視されている「国」の要素は、自分の特徴を決める上で重要だと感じるものの中で、重要視される度数は平均3.2で、7つの要素の中で6番目に重要視されているという結果も出た。これに関しては以下のような社会背景があるためと考えられる。

NHK放送文化研究所で、1970、78、83、88、93、98年の6回にわたり、16～29歳、30～49歳、50歳以上の3つの年齢層を対象に、「自国への自信」に関する調査を行い、どのぐらいの人々が自分の国やその国民に誇り、自信を抱いているかを、「日本は一流国だ」「日本人は、他の国民に比べて、きわめてすぐれた素質をもっている」「今でも日本は、外国から見習うべきことが多い」（NHK放送文化研究所、2000、pp115）の3項目に対して、「そう思う」か「そう思わない」かで回答してもらった。3つの質問に対し、3つとも該当すれば3点、2つなら2点、1つなら1点とし、全て当てはまらなければ0点とし、自国に対する自信を点数化した。若年層16～29歳を見ると、73年は0.85点、83年は1.15点、98年は0.65点と、73年、83年に比べて98年はスコアの減少がはなはだしい。その変化には、日本経済の浮き沈みや国際的な地位の変化が反映していると言われる。1973年から83年までは、オイルショックによる不況があったものの、80年代半ばには立ち直った。ところがその後、80年代半ばから90年代にかけて海外投資を拡大し、外国の土地や建物を買いあさった。さらに90年代に入りバブル崩壊という状況になり、これら財力にものを言わせて物事を進めるといふ外国からの日本に対する批判の声、大きな経済破綻、政治的な混乱によって、若年層にとって「自国への自信」が大きく後退したと考えられている。

また、人々のナショナリズムを捉える上で、対諸外国との視点だけでなく、純粋に自国をみつめ、自国に対してどのような愛着心を抱いているかということ調査したものがある。「自国への愛着心」として、「日本に生まれてよかった」「日本の古い寺や民家を見ると、非常に親しみを感じる」「自分なりに日本のために役立ちたい」（NHK放送文化研究所、2000、pp122）の3項目に対して、それぞれ「そう思う」か「そう思わない」かで回答してもらった。「日本に生まれてよかった」という人の率は、1973年当初から9割を超えており、多少の動きはあるものの、増える傾向にあり、若年層では、10%もの伸びをみせているという。しかし、「日本の古い寺や民家を見ると、非常に親しみを感じる」「自分なりに日本のために役立ちたい」という意識は低く、「日本に生まれてよかった」という意識だけが若者の中で増えていっている。この意識の内実は、「日本に暮らしていれば暮らしもまあ豊かだし自由も満喫できるという私的な理由」（NHK放送文化研究所、2000、pp125）を背景としたものだと推測できる。このように、現代における日本人のナショ

ナリズムははっきりした実態の無いものに変化しはじめたという見方ができるという。(NHK放送文化研究所, 2000) 今回のアンケート調査の結果にも、このようなナショナリズムははっきりした実態の無いものに変化しはじめたことが反映しているのだろう。「国」という要素は、人々にとって重視されにくくなり、自分にとって重要な基準ではなくなってきた。

現代社会においては、通信、交通手段の高度化により、物や情報がある場所に行かなくても容易に入手できるため、地域に固有な文化的な要素は薄れてきたという状況がある。それこそコマーシャルに「関西弁を話すアメリカ人」が登場しても、人々はそれほど違和感を抱かなくなってきた。そのような社会の状況を踏まえると、従来の「文化」の捉え方だけではなく、さまざまな「文化」の捉え方が存在することは納得がいく。現代では、「文化」に関連すると思われる要素が、旧来よりも多岐に渡っているのである。現代社会における人々の持つ「文化」というものの姿が従来と変化があるのは、「文化」がダイナミックな存在であるが故といえるだろう。

おわりに

本研究では、「文化」を構成する要素として、「国」、「年代」、「身分」、「宗教」、「学歴」、「食」、「ファッション」の7つを抽出しアンケート調査を行ったが、「性別」「言語」も選択すればよかったと省みる。その理由は、「性別」もまた「文化」と同様に後天的に学習されたものであり、異なる背景を持つ人同士がコミュニケーションをとる場合にどれほど重要視されるかということを知るために尺度として必要であった。もしかすると、同じ国に存在する異性とコミュニケーションをとるより、異国間の同性とコミュニケーションをとる方が、「異なる」と感じる度数が少ないことを示唆できたかもしれないからである。「言語」に関しては、母国語という観点で「国」という要素が入るので研究当初は「国籍」と同様の要素であると考えたが、「国籍」と「言語」は別の要素で、ナショナリズムを言語に対して感じ、自分にとって重要であるとする被験者がいたかもしれない。この点においては、自らのバイアスが強く入ってしまった。

本研究では、『「文化」とは、その集団における「基準」を知ることで理解できる』ことから、狭い集団の範囲ではあったが、現代社会における「文化」の捉え方を知ることができた。さらに、人々が捉えている「文化」と、「異文化コミュニケーション」研究における「文化」の捉え方にギャップが存在するということも指摘できた。「文化」という言葉が、使われている社会とかけ離れ一人歩きして行き、曖昧なまま使われている

現状にあるのだ。「文化」という言葉は、社会のさまざまな側面で使われている。その中で筆者は特に、経営学の分野における、「企業文化」という言葉に現在興味を持っている。筆者は、4年次の就職活動を通して、企業経営と技術のコンサルティングに興味を持ち、さらに学部の研究を発展させるべく「企業文化」に興味を持った。学部の研究成果として出た、人々が捉えている現代の「文化」と、「異文化コミュニケーション研究」における従来の「文化」の捉え方にギャップが存在するという状況も踏まえ、今後「企業文化」を検証していきたいと考える。「企業文化」という曖昧な言葉を定義することで、企業文化を変革することによる戦略や情報化、改革を検証することができるのではないかという仮説をもとに、実証研究をしていきたい。

(2004年 卒業)