

# IT戦略マネジメント 兼 ビジネスデザイン基礎Ⅲ（ネットメディア） 説明5：IT&ネットメディア活用 のコミュニケーション

城西国際大学  
大学院ビジネスデザイン研究科  
経営学博士：伊東俊彦

Mail: [toko-ito-yama@k5.dion.ne.jp](mailto:toko-ito-yama@k5.dion.ne.jp)

Web: <http://www.h5.dion.ne.jp/~toko-ito/>

テキスト：『**情報科学基礎**』伊東俊彦、ムイスリ出版

# 1. 情報の伝達とコミュニケーション-1

## ■ コミュニケーションの概念-1

テキスト(情報科学基礎)参照:1.4.1 コミュニケーションの意味

- 送り手はなんらかの意図をもって受け手にはたらきかける

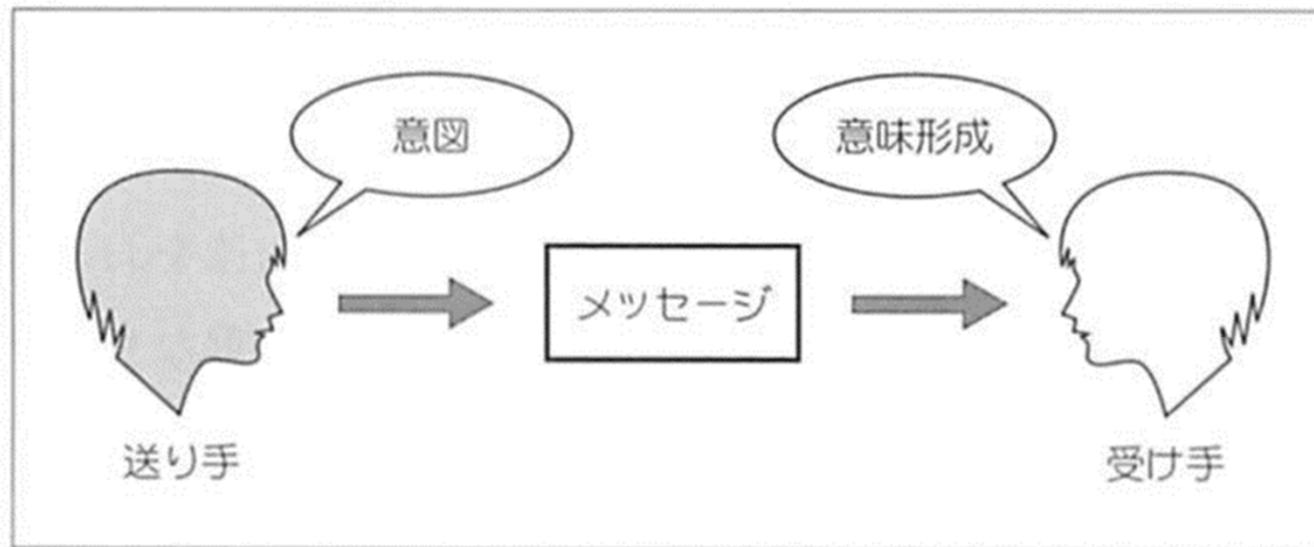


図 1-21 コミュニケーションの概念図

# 1. 情報の伝達とコミュニケーション-2

## ■ コミュニケーションの概念-2

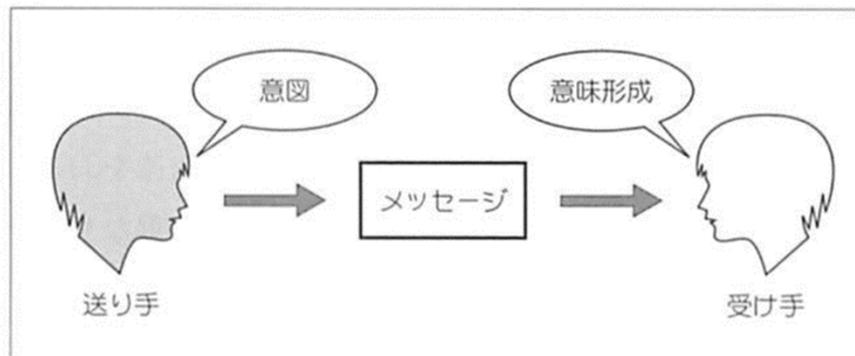
テキスト参照: 1.4.1 コミュニケーションの意味

- **受け手**は、送り手の意図からなる**メッセージ**を受け取ることで、**受け手**の中で**意味**が形つくられる

## ■ コミュニケーションとは

テキスト参照: 1.4.1 コミュニケーションの意味

- 送り手と受け手の**相互作用**により**意味を形成**し、それを**共有**していく過程
- **意味**は送り手から直接送られるのではない



# 1. 情報の伝達とコミュニケーション-3

## ■ コミュニケーションの有効性

テキスト参照: 1.4.1 コミュニケーションの意味

- 送り手と受け手の間で意味形成ができ、意味が共有できること
- 意味形成の結果、新たな気づきを得たり、アイデアの創造ができること

表 1-6 コミュニケーションの結果

ケース	送り手の意図	受け手の意味形成	意図と意味の関係	コミュニケーションの結果
1	abc	abc'	ほぼ同じ	成立
2	abc	def	異なる	不成立
3	abc	XYZ	新たな気づき	創造性の発揮

## 2. コミュニケーションのメディア-1

### ■ メディアとは

テキスト参照: 1.4.2 (1) メディアとは

- 情報の入手・記録・伝達の保管などに用いられるモノや装置、またはテクノロジーのこと
- 媒体ともよばれる

### ■ コミュニケーションとメディア

テキスト参照: 1.4.2 (2) コミュニケーションとメディア

- コミュニケーションではメディアはチャンネルともよばれる
- メッセージは、なんらかのメディアを介して相手に送られる
- 話される言語も言語メディア

## 2. コミュニケーションのメディア-2

### ■ コミュニケーションメディアの種類-1

テキスト参照: 1.4.2 (3) コミュニケーションメディアの種類

#### □ 2つに大別-1

#### ■ 人間の数に着目したメディアの分類

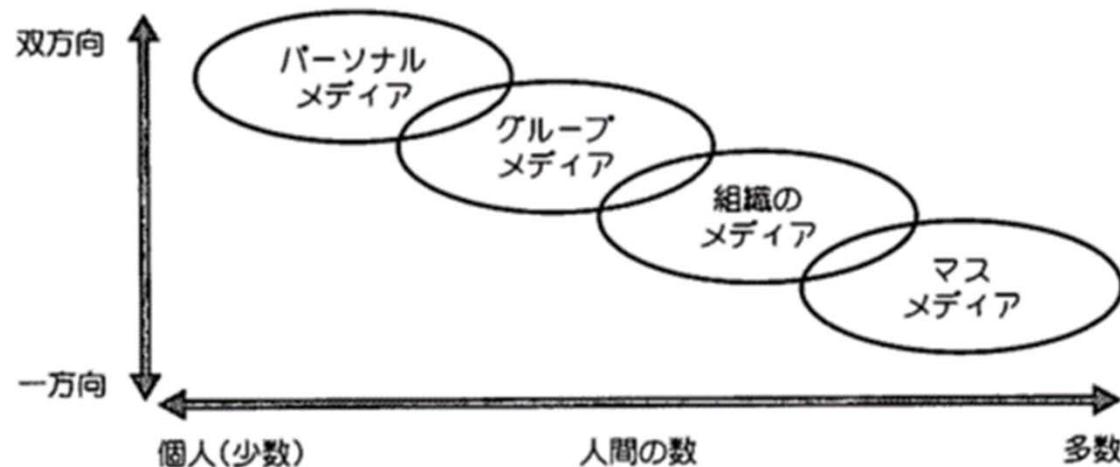


図 1-22 人の数を基準としたコミュニケーションメディア

## 2. コミュニケーションのメディア-3

### ■ コミュニケーションメディアの種類-2

テキスト参照: 1.4.2 (3) コミュニケーションメディアの種類

#### □ 2つに大別-2

#### ■ 人間の数に着目したメディアの分類-2

□ パーソナルメディア

□ グループメディア

□ 組織のメディア

□ マスメディア

## 2. コミュニケーションのメディア-3

### ■ コミュニケーションメディアの種類-3

#### □ 機能に着目したメディアの分類

□ 現時的メディア

□ 再現的メディア

□ 機械的メディア

### 3. ワークショップ(3)

- コミュニケーションにおけるメディアと情報の関係についてグループで議論しなさい

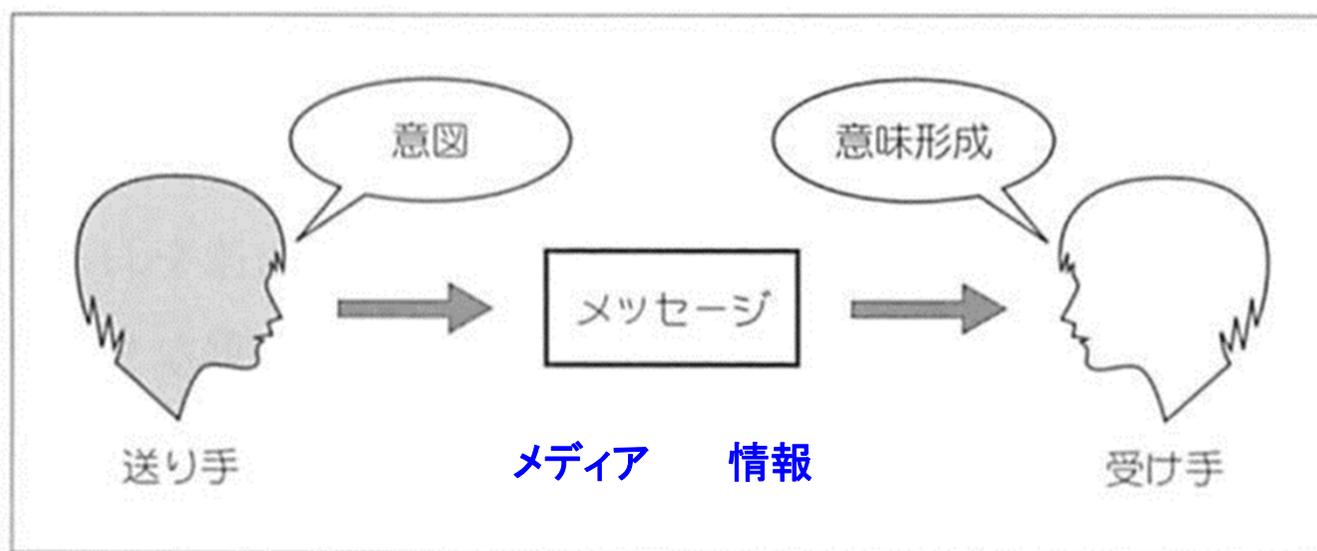


図 1-21 コミュニケーションの概念図

## 4. 宿題(3)

- ワークショップ(メディアと情報の関係)の議論を個人でまとめてレポートとして提出しなさい
- 提出方法
  - A4用紙に文章をWORDで作成し印刷する
  - 学籍番号、氏名、宿題のタイトル、参考文献も明記する
  - 提出期限は次回(6月9日)とする