

認知の対人的・文化的基盤

——リーダーとフォロワーは同じ世界を見ているか

宮本百合 (ウィスコンシン大学助教)

Yuri Miyamoto

物の見方の違い

金閣寺の風景を見たとき、人はいったい何に注意を向けるだろうか。壁の色であるとか、何層構造であるかといった、風景の中心にある金閣の特徴に目を向けるだろうか。それとも、手前の池や背景にある山との位置関係といった、周囲や背景の物との兼ね合いの中で包括的に金閣をとらえるだろうか。

物をどのように知覚するかには個人によって違いがあり、人々の間には、中心となる物に主に注意を向ける「分析的な知覚傾向」を示す人と、物を取り巻く状況や文脈情報に注意を向ける「包括的な知覚傾向」を示す人とが存在している*1。しかしながら、こうした知覚傾向は、個人ごとに完全に固定されたものではなく、それぞれのおかれた社会的・文化的環境の影響を受けて変化していると考えられる。

私が現在行っている研究プロジェクトでは、人間の知覚傾向がどのような個人的、社会的、文化的要因によって影響を受けているのかを特定することを目指している。特に、対人関係の中での力関係が知覚傾向にどのような影響を受けるのか、そして、そこに文化差が存在しているかどうかを研究している。

私たちは日々の生活の中で、他者に影響を与えたり、他者の行動に合わせたりして生きている。人は他者に影響を与える、いわばリーダー的立場におかれたときと、他者に合わせる、いわばフォロワー的立場にお

かれたときとでは、どちらの方が中心となる物に注目し、どちらの方が場や文脈に目を向けるようになるだろうか？ この問いに答えるためには、各人がおかれた文化を考慮に入れる必要のあることがわかってきた。

実験と予想外な結果

本研究プロジェクトでは、実験や社会調査などのさまざまな手法を用いて研究を進めているが、ここでは研究の初期に行った実験*2を紹介したい。

まずアメリカのウィスコンシン大学で行った実験では、参加者に実験室の中でリーダー、もしくはフォロワーの役割を体験してもらい、その後に参加者の知覚傾向がどう変わるかを検証した。参加者は、リーダー、もしくはフォロワー役にランダムに割り当てられて、コミュニケーション

課題に取り組んだ(図1)。この課題に取り組むことで、各参加者にリーダーとフォロワーのそれぞれの役割に沿った考え方が喚起される。このコミュニケーション課題が終わった直後に、各参加者に「線と枠課題」とよばれる知覚課題(図2)に取り組んでもらった。中心的なものに焦点を当てる分析的な知覚をしていれば、正方形の枠を無視してその中にある線に注目する課題(A)において正確に反応するのに対して、背景にある文脈情報に注意を払う包括的な知覚をしていれば、正方形の枠とその中にある線との関係に注目する課題(B)において高いパフォーマンスを示すはずである。つまり、この線と枠課題の成績を見ることで、リーダーとフォロワーのどちらがより分析的知覚傾向を示し、どちらがより包括的知覚傾向を示すのかを検証することができる。

実験の結果から言うと、この線と枠課題において、リーダー役のアメ

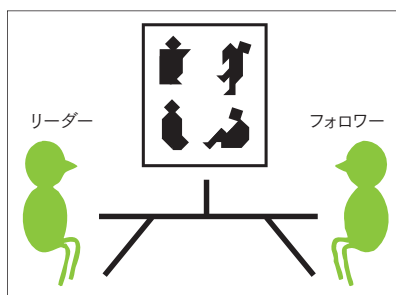


図1 コミュニケーション課題

参加者は、どちらがリーダー役になり、どちらがフォロワー役になるかをくじを引いて決め、2人1組でコミュニケーション課題に取り組んだ。リーダーとフォロワーは各々タングラムカードと呼ばれる曖昧図形(囲みの中参照)を渡された。リーダーの役割は、自分が並べたいようにカードを並べて、フォロワーが同じ順序で並べられるように指示を与えることであった。一方、フォロワーの役割は、リーダーが並べたのと同じ順序で自分のカードを並べられるように、リーダーの指示に従うことであった。

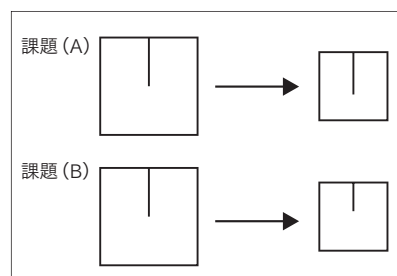


図2 線と枠課題*3

参加者はまず中に線の描かれた正方形の枠(左の正方形)を見せられ、次に中に線の描かれていない空白の正方形の枠を提示された。課題(A)では、右の正方形の中に、左の正方形の中の線とまったく同じ長さの線(右上の図)を描くのが課題であり、課題(B)では、右の正方形の中に、左の正方形の中の線と、相対的に同じ長さの線(右下の図)を描くのが課題であった。

リカ人は、フォロワー役のアメリカ人よりも、分析的な知覚傾向を示していた。これはどういうことかという、リーダーになったアメリカ人はフォロワーになったアメリカ人よりも中心にある物にのみ注目して、文脈を無視するようになっていたのである。これは、リーダーシップのあり方を考える上で大変示唆に富んでいる。リーダーとして他者に影響を与えるためには、自分の目標の対象である中心となる事物に注目し、それ以外の周辺的な場や文脈に注意をそらさないことが重要なかもしれない。

この結果に励まされた私は、こころの未来研究センターの協力を得て京都大学でも日本人学生を対象に同様の実験を行った。実を言うと、日本での実験を計画した当初は日米で同じ結果になることを予想していた。リーダーにとって分析的であることは文化普遍的に重要であると思われた。ところが、ふたを開けてみると、日本ではアメリカとはまったく異なる結果になった。日本ではリーダー役、フォロワー役にかかわりなく、全体的にみんなが包括的な知覚傾向を示していたのである。むしろ、リーダーの方がフォロワー役よりもやや包括的であった。つまり、リーダー役になった日本人はフォロワー役になった日本人と同程度か、それ以上に、対象と文脈との関係性に目を向けており、背景にある文脈を無視できなくなっていたのである。

当初の予測と異なる日本人の実験結果は、よく考えてみれば非常に納得のいくものであった。結果から考えると、日本において、リーダーとして他者に影響を与えるためには、自らの目標だけでなく、他者の気持ちや関係性といった文脈的な情報にも目を向けないといけないのかもしれない。一方、アメリカにおいては、リーダーとして他者に影響を与える

ためには、文脈的な情報に惑わされることなく、自らの目標に注目する必要があるのかもしれない。これは、リーダーシップのあり方が文化によって違うことを示唆する過去の知見とも一致する。

社会心理学者の三隅二不二らによれば、リーダーシップには集団維持と目標達成の両方の機能があり、どの機能が重視されるかは組織や文化の性質によって異なる。アメリカにおいては、リーダーシップの機能として目標達成が一番大切なのに対して、日本においては、リーダーとして目標達成をするためには、関係性に目を向ける集団維持も不可欠だと考えられる。包括的な知覚傾向はそんな集団維持機能を果たす上で役立つのかもしれない。

今後の展望

上記の実験などから、知覚傾向は対人関係内での役割によって規定され、さらにその規定のされ方は文化によって異なることが示された。この結果から考えると、社会的地位によっても知覚傾向は異なっている可能性が考えられる。そこで現在、この研究をさらに進めて、人間の認知傾向が社会経済的地位によってどのように影響を受けているかを探っているところである。今回の結果が社会経済的地位にもあてはまるとしたら、アメリカにおいては、社会階層が高い人は、低い人に比べて分析的知覚傾向を示すかもしれない。一方、日本においてはそのような関係は見られないかもしれない。

上記のような、知覚傾向に影響を与える要因を特定するというのが本研究の第1の目的であったが、それに加えて第2の目的として、知覚傾向が個人に与える影響を探ること

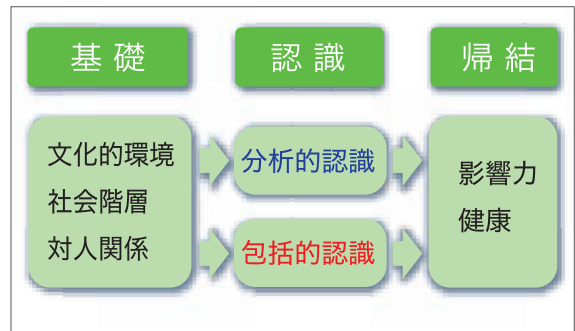


図3 認知の基盤とその帰結

を目指している（図3）。

分析的、もしくは包括的に知覚をすることによって、個人に何らかの利益や帰結があるかもしれない。たとえば、アメリカにおいては、分析的な知覚をしている人ほど、対人的影響力を行使できるのであろうか？ 逆に、日本においては、包括的な知覚をしている人ほど、対人的影響力を持つことができるのだろうか？ さらには、それぞれの文化に適合した知覚傾向を持っている人ほど健康的に過ごすことができるのだろうか？

この両方の目的を通して、知覚という非常に基礎的な認知プロセスを、社会・文化的な枠組みの中でとらえていきたいと考えている。

最後になるが、本研究プロジェクトは、こころの未来研究センターの連携研究として、センターの協力を得ることで可能になっている。実験の参加者をはじめ、日本において実験や発表の機会を与えてくださったこころの未来研究センターのみなさんに深く感謝している。

参考文献

- 1 Nisbett, R.E. (2003) . The geography of thought: *How Asians and Westerners think differently... and why*. New York: Free Press.
- 2 Miyamoto, Y. & Wilken, B. (2010). Culturally contingent situated cognition: Influencing others fosters analytic perception in the U.S. but not in Japan. *Psychological Science*, 21, 1616-1622.
- 3 Kitayama, S., Duffy, S., Kawamura, T., & Larsen, J.T. (2003) . Perceiving an object and its context in different cultures: A cultural look at new look. *Psychological Science*, 14, 201-206.