

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 19 日現在

機関番号：14501

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2011～2013

課題番号：23730582

研究課題名(和文) 文化的価値の維持と個人の選好

研究課題名(英文) Maintaining cultural values and individual preference

研究代表者

石井 敬子 (Ishii, Keiko)

神戸大学・人文学研究科・准教授

研究者番号：10344532

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,600,000円、(間接経費) 780,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、日本と北米の学生および未就学児による幾何学模様の塗り絵を収集し、それを別の日米の学生に見せ、それに対する好み、ユニークさ、調和を判断させた。当該の文化で優勢な価値を反映し、学生・未就学児の塗り絵を問わず、北米人の塗り絵はユニークと評定されやすかったのに対し、日本人の塗り絵は調和がとれていると評定されやすかった。またその価値は好みにも反映されており、人々は自文化の塗り絵を好んだ。そしてアジア系カナダ人は、自身が同化している文化に合った塗り絵を好みやすかった。さらにその未就学児の塗り絵に対する親のフィードバックを調べたところ、その内容は当該の文化で優勢な価値を反映していた。

研究成果の概要(英文)：This study examined how cultural values of harmony and uniqueness are represented in and maintained through colorings of geometric patterns and how individuals play an active role in selecting and maintaining such cultural values. It found that colorings produced by European-American adults and children were judged as more unique, whereas colorings produced by Japanese adults and children were judged as more harmonious, reflecting cultural differences in values. Harmony undergirded Japanese participants' preferences for colorings, whereas uniqueness undergirded European-American participants' preferences for colorings. Moreover, bicultural participants' preferences acculturated according to their identification with their host culture. Furthermore, child rearers gave feedback about the children's colorings that were consistent with their culture's values. These findings suggest that colorings can embody cultural values that are socialized and reinforced from an early age.

研究分野：社会心理学

科研費の分科・細目：心理学・社会心理学

キーワード：文化 文化的産物 価値 選好 文化化 発達

### 1. 研究開始当初の背景

近年の文化心理学の研究は、洋の東西の文化における人の心の性質がそれぞれの文化圏で歴史的に培われてきた意味体系や信念、価値、社会規範に応じて異なっていることを明らかにしてきた。例えば、洋の東西において「自己とは何か」に関する共有された信念が異なり、北米を代表する西洋文化においては相互独立的自己観が、日本や韓国などの東アジア文化においては相互協調的自己観がそれぞれ優勢であると考えられている (Markus & Kitayama, 1991, *Psychological Review*)。相互独立的自己観は、「自己 = 他から切り離されたもの」という信念を表し、そういった自己観のもとでは、自分自身の中に確固とした属性を見だし、それを外に表現することで自己は形成されるのに対し、相互協調的自己観は、「自己 = 他と根元的に結びついているもの」という信念を表し、そういった自己観のもとでは、他と関係を結び、他者からの期待や周囲の基準に自らを合わせていくことで自己は形成される。

一般的に、このような意味体系や信念は、当該の文化におけるさまざまな慣習の実践を通じ、認知、思考、感情、動機づけなどのさまざまな心の性質へと反映されると考えられている。実際、東アジアにおける人々のコミュニケーション様式は、西洋における人々のコミュニケーション様式と比べ、文脈に依存する度合いが相対的に高い (Hall, 1976)。この点を踏まえ、申請者らの一連の研究では、ストループ干渉刺激を応用して快・不快の意味の単語を快・不快な語調で読んだ感情的発話を作成し、その意味もしくは語調の快・不快を判断しなければならないときの反応を日本、フィリピン、アメリカにおいて調べたところ、アメリカ人参加者と比較し、日本人およびフィリピン人参加者は語調を無視することが難しく、語調による干渉効果が反応時間や正答率において認められた (Ishii, Reyes, & Kitayama, 2003, *Psychological Science*; Kitayama & Ishii, 2002, *Cognition & Emotion*)。さらにこのような日本人における傾向は行動指標のみならず、事象関連脳電位 (ERP) に注目した際にも見られた (Ishii, Kobayashi, & Kitayama, 2010, *Social Cognitive and Affective Neuroscience* [2009-2010 年度若手研究(B)による補助])。これらの知見は、東アジア文化における人々が相対的に文脈の手がかりに敏感であることを示唆する。

加えて、慣習のみならず、当該の文化において優勢な意味体系を内包する物語や芸術作品、マスメディアによる報道、企業の広告といった媒体 (注: Morling & Lamoreaux [2008, *PSPB*] に基づき、以下では、このような媒体の総称を文化的産物 [cultural products] と呼ぶことにする) に接することを通じ、その意味体系に対応した心の性質が促されることも示唆されている。例えば、自分自身の中に確固とした属性を見だし、それを外に

表現することで自己は形成されるという欧米において中心的な信念は、独自性の追求と密接に関連していると考えられる。これに対応し、Kim and Markus (1999, *JSPSP*) は、アメリカと韓国における比較文化研究を通じ、韓国人と比較し、アメリカ人はユニークなものを選択しやすいこと (例えば、5本のペンの中から自分の好きなものを1本選ぶ際に、少数派の色のペンを選択しやすい)、さらにはアメリカと韓国における広告の内容分析を行い、アメリカでは調和よりも独自性をテーマとした広告が顕著であるのに対し、韓国では独自性よりも調和をテーマとした広告が顕著であることを明らかにした。

### 2. 研究の目的

過去 20 年間、さまざまな実証研究を通じ、心の性質がそれぞれの文化圏で歴史的に培われてきた意味体系や信念、価値、社会規範に対応しており、しかもそれが内省指標や行動指標のみならず、神経基盤に関する指標に注目した場合にも確認されることが徐々にわかってきている。このような脳科学への接近が進む一方、文化を特徴づける意味体系や信念、価値、社会規範がどのように維持、継承されているのかについての理論的考察は進んでいない。本研究の目的は、この未解明な部分を補うべく、文化的な価値観の維持に個人がどのように関わっているか、そして当該の文化的な価値の維持にはそれに対する個人の選好が関連していると考えられるが、ではそのような選好が発達の段階でどう形成されるかを探索していくことにある。特に本研究では、西洋・東洋文化における成人 (大学生) と子供 (未就学児) に依頼して何種類かの幾何的なパターンに好きなように色を塗ってもらった塗り絵を文化的産物として用い、(1) この文化的産物が当該の文化において優勢な価値 (西洋における独自性、東洋における調和) によって特徴づけられること、(2) 個人の選好と当該の文化において優勢な価値は関連し合い、人はそのような価値が反映された自文化の文化的産物を暗黙のうちに選好することを明らかにする。また、探索的であるが、当該の文化において優勢な価値を反映した文化的産物の産出とそれに対する選好は、発達を通じて獲得されていくプロセスを知る第一歩として、5-6 歳の未就学児のデータを比較文化的に検討し、その段階においても同様の文化差が見られるのか、そして成人の場合と比べてどの程度の強さの文化差が見られるのかを検討する。

### 3. 研究の方法

まず予備段階として塗り絵を収集し、それに関する研究を 5 つ行った。それぞれに関しては、日本および北米において申請者および共同研究者が実施した。概要は以下の通りである。

#### (1) 予備段階：文化的産物の収集

本研究では、文化的産物として塗り絵に注目するが、その第一歩として日本・北米の大学生および4-6歳の未就学児を対象に、ある図柄に対して好きなように色を塗ってもらうことで、塗り絵を収集した。塗り絵の図柄そのものが何らかの文化的価値を含むことを避けるために、パッチワークの図柄をもとにした幾何的なパターンを数種類開発し、用意した。加えて、日本・北米において、全く同じ24色の色鉛筆のセットを用いた。また、ある個人が何枚も色を塗ることで、その個人の個性がある文化の中心的特徴になってしまうことを避けるため、1人につき、1、2個の図柄に色を塗ってもらうよう工夫した。大学生に関しては、北海道大学およびウィスコンシン大学で申請者および共同研究者が行う別の実験の一部として組み込んで、塗り絵を収集した。一方、未就学児に関しては、日本においては京都のある幼稚園の協力のもと、その施設の一部を借り、申請者およびその指導学生が塗り絵の収集を行った。また北米に関しては、トロント大学の参加者プールを利用し、別の実験の一部として組み込んで、塗り絵を収集した。最終的には、大学生に関しては、70名の日本人学生と48名のアメリカ人学生に依頼して、各文化95枚、計190枚の塗り絵を収集した。また未就学児に関しては、34名の日本人幼児と18名のカナダ人幼児に依頼し、各文化48枚、計96枚の塗り絵を収集した。

#### (2) 研究1：塗り絵のデータコーディング

予備段階で収集した日米の大学生の塗り絵に対して、2名の研究補助者に依頼し、色相に注目し、いくつ色が使われているか、隣り合った色同士のコントラストに文化差が見られるかを調べた。また、塗られた色の濃さにも注目し、その文化差も調べた。これらの基準は、独自性の価値、つまり他よりも目立っているかどうかと密接にかかわっていることが予想されたため、使用された。

#### (3) 研究2：文化的産物に内包された価値、およびそれに対する選好

予備段階で収集した日米の大学生の塗り絵を別の日米の大学生（計65名の日本人学生と計66名のアメリカ人学生）に対して2枚1組に呈示し、どちらが独創的だと思うか、どちらが調和がとれていると思うか、どちらのほうが好きかの3点について判断してもらった。常に日米の塗り絵が2枚1組になるようにして呈示されたが、評定者にはそのような文化に関する情報を何も伝えなかった。

#### (4) 研究3：文化的産物に対する選好における文化化の効果

自文化の文化的産物への選好が現在接している社会環境によっても影響されるのか、それとも元々の文化的アイデンティティ

に影響されるのかを調べるために、74名のアジア系カナダ人を対象に、上記の(3)の選好課題を実施した。またそのアジア系カナダ人の参加者は、現在の社会環境であるカナダ文化にどの程度同化しているのか、それとももとのアジア文化のアイデンティティをどの程度固執しているのかを調べるため、Vancouver Index of Acculturation (VIA) という文化化の程度を調べるための尺度に回答した。これは、“I often participate in my heritage cultural traditions.” vs. “I often participate in the mainstream Canadian cultural traditions.” のようにそれぞれの文化の慣習に対する参加の程度を尋ねるもので、10対の項目、計20個の質問から成り立っていた。

#### (5) 研究4：文化的産物の産出における発達による影響

大学生が産出した文化的産物が内包する価値の文化差は4-6歳の未就学児の文化的産物においても見られているのか。この点を探索するため、予備段階で収集した日本とカナダの未就学児の塗り絵に対して、別の日本人36名とカナダ人の51名の大学生が(3)と同様の手続きで3つの判断（独創的、調和がとれている、好み）を行った。

#### (6) 研究5：文化的産物の獲得を促す親からのフィードバック

子どもが社会・文化の中でそこで優勢な価値観を身につけていく上で重要な役割を担っているものとして、親の養育法がある。特に文化的産物の産出という文脈においては、子どもが産出したものに対する親のフィードバックは重要である。その社会・文化の慣習を知らず知らずのうちに親が身につけているのであれば、それは子どもへの態度にも表れるかもしれない。具体的には、子どもの塗り絵に対し、その文化的価値を反映したフィードバックを与えることが予測される。この点を調べるために、インターネット調査を用い、日本人の親103名とカナダ人の親56名に対し、予備段階で収集した未就学児の塗り絵のうち8枚を選び（それぞれの文化において、(5)での判断結果に基づき、独創的な塗り絵2枚、調和がとれている塗り絵2枚を選択した）それぞれの塗り絵に対して7つの可能なフィードバックを呈示し、子どもに対して与えそうなフィードバックを1-7の数字を使って順位づけしてもらった。うち3つのフィードバックは独創性に関するもの（例えば、自分自身を自由に表現しなさい）、別の3つは調和性に関するもの（例えば、色をはみ出さないように塗りなさい）、残りの1つは、「特別なことは促さず、単純にほめる」というものであった。

#### 4. 研究成果

図1は、予備段階で収集した塗り絵の例である。図1aは大学生の塗り絵、図1bは未就

学児の塗り絵であり、それぞれにつき、左側が日本人の塗り絵、右側が北米人の塗り絵である。

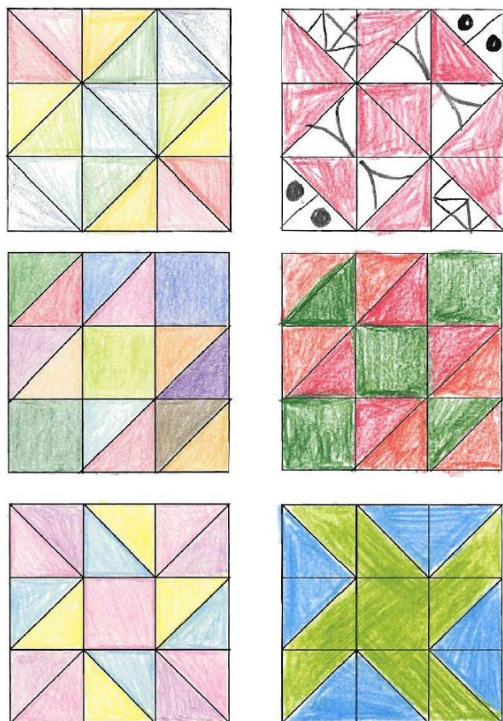


図 1a 日米の大学生の塗り絵。

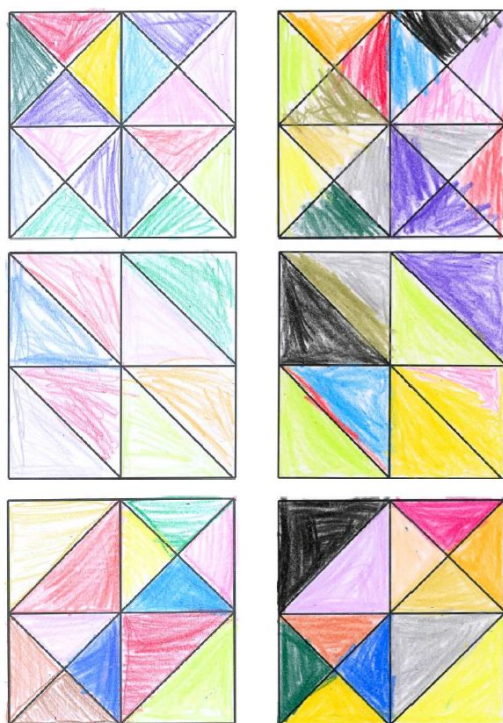


図 1b 日本とカナダの未就学児の塗り絵。

研究1の塗り絵のコーディングの結果、日本人の塗り絵と比較し、アメリカ人の塗り絵は、使用している色の数が少ないものの、コントラストが強く（隣同志の色相間の距離が離れており）、濃く色を塗っていることがわかった。強いコントラスト、濃い色は、その塗り絵を目立たせる重要な要素であるといえ、これらの点から、日本の塗り絵と比較し、アメリカの塗り絵のほうが独創性が高いことが示唆された。

研究2の目的は、塗り絵のコーディングの結果が参加者の主観的な判断と対応するか、また参加者が果たして自文化で優勢な価値を内包する塗り絵を好むかどうかを明らかにすることにあつた。方法でも述べた通り、常に日米の塗り絵が2枚1組で呈示されていたため、チャンスレベルは50%である。まず独創性の判断に関しては、評定者の文化にかかわらず、アメリカ産の塗り絵（アメリカ人：54.4%、日本人：57.0%）は、日本産の塗り絵（アメリカ人：45.6%、日本人：43.0%）よりも独創的と判断され、チャンスレベルよりも有意に高かつた。次に調和性の判断に関しては、評定者の文化にかかわらず、日本産の塗り絵（アメリカ人：60.7%、日本人：57.0%）は、アメリカ産の塗り絵（アメリカ人：39.3%、日本人：43.0%）よりも調和がとれていると判断され、チャンスレベルよりも有意に高かつた。さらに好みに関しては、アメリカ人はアメリカ人の塗り絵を好む傾向にあつたのに対し（53.4%）、日本人は日本人の塗り絵を好む傾向にあつた（56.6%）。最後に判断間の相関を求めたところ、アメリカ人では、好み判断と独創性判断との間に有意な正の相関があつたのに対し（ $r = .36$ ）、好み判断と調和性判断との間には有意な相関は見られなかつた（ $r = .13$ ）。一方、日本人のパターンはそれとは異なり、好み判断と調和性判断との間に有意な相関が見られたのに対し（ $r = .69$ ）、独創性との間には相関がなかつた（ $r = .09$ ）。まとめると、主観的な判断においても、当該の文化の価値を反映し、アメリカ産の塗り絵は独創的であると判断されやすかつたのに対し、日本産の塗り絵は調和がとれていると判断されやすかつた。また、こうした価値と好みは対応しており、塗り絵の文化の情報は一切提供されていなかつたにもかかわらず、アメリカ人も日本人も自文化の塗り絵を好みやすいことがわかつた。

研究3に関して、VIAの得点と好み判断において日本産の塗り絵を選択した割合との相関を調べたところ、もともとのアジアの文化的アイデンティティに対する同化の程度が高い人ほど日本の塗り絵を好みやすく（ $r = .23$ ）、一方現在のカナダ文化への同化の程度が高い人ほど日本の塗り絵を好まない（つまりアメリカ産の塗り絵をより好む）ことがわかつた（ $r = -.24$ ）。このことは、自らが同化している文化の価値を内包した塗り絵を好みやすいことを示しており、文化化による影響

が確認された。

研究4の結果は、概ね研究2を追認するものであった。独創性の判断に関しては、評定者の文化にかかわらず、カナダの未就学児の塗り絵(62.0%)は、日本の未就学児の塗り絵(38.0%)よりも独創的と判断され、チャンスレベルよりも有意に高かった。次に調和性の判断に関しては、評定者の文化にかかわらず、日本の未就学児の塗り絵(59.9%)は、カナダの未就学児の塗り絵(40.1%)よりも調和がとれていると判断され、チャンスレベルよりも有意に高かった。さらに好みに関しては、全般的に日本の未就学児の塗り絵の方が好まれていたものの、参加者の文化と塗り絵の文化の交互作用は有意であり、相対的に見て、自文化の塗り絵を好む傾向が見られた(日本の未就学児の塗り絵を選択した割合について、日本人:61.3%、カナダ人:55.0%、カナダの未就学児の塗り絵を選択した割合について、日本人:38.7%、カナダ人:45.0%)。よって、未就学児の塗り絵において、すでに文化的価値が反映されていることが示唆された。

最後の研究5では、独創性と調和性のフィードバックに対する順位付けの平均値を分析したところ、フィードバックの価値と親の文化との間に有意な交互作用が見られた。独創的な価値を含んだフィードバックに関しては、日本人と比較し(4.36)、カナダ人のほうが高く順位づけをした(3.85)。一方、調和性を重視したフィードバックに関しては、カナダ人よりも(4.52)日本人の親のほうが順位を高くつけた(4.36)。これは、親から子へのフィードバックの際、親は自らの文化において優勢な価値観を子どもに伝えやすいことを示唆する。また、研究4の結果と合わせると、そのような日常のフィードバックが未就学児の段階での塗り絵の産出に影響を与えていることが考えられる。

## 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計4件)

- (1) Ishii, K., Miyamoto, Y., Rule, N. O., & Toriyama, R. (2014). Physical objects as vehicles of cultural transmission: Maintaining harmony and uniqueness through colored geometric patterns. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40, 175-188. (査読付き)
- (2) Ishii, K. (2013). Culture and the mode of thought: A review. *Asian Journal of Social Psychology*, 16, 123-132. (査読付き)
- (3) Miyamoto, Y., Knopfler, C. A., Ishii, K., & Ji, L. (2013). Cultural variation in the focus on goals versus processes of actions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39, 707-719. (査読付き)
- (4) Quintelier, K. J. P., Ishii, K., Weeden, J.,

Kurzban, R., & Braeckman, J. (2013). Individual differences in reproductive strategy are related to views about recreational drug use in Belgium, the Netherlands and Japan. *Human Nature*, 24, 196-217. (査読付き)

〔学会発表〕(計11件)

- (1) 石井敬子 (2014). 文化的価値の維持プロセス: 子どもの塗り絵に対する親のフィードバックに関する比較文化研究. 日本発達心理学会第25回大会(京都大学). (2014年3月22日発表)
- (2) 石井敬子 (2013). 文化神経科学: 最近の知見とそのインプリケーション. 日本社会心理学会第54回大会・ワークショップ「文化心理学の新展開: 神経科学、生命科学、発達科学、そして社会科学との接点を探る」(沖縄国際大学). (2013年11月2日発表)
- (3) 石井敬子・Taraneh Mojaverian・Heejung Kim・榎野佳奈実 (2013). ソーシャルサポートと感情経験: 日米比較研究. 日本社会心理学会第54回大会(沖縄国際大学). (2013年11月2日発表)
- (4) Eisen, C., & Ishii, K. (2013). Japanese students' values about employment. 日本社会心理学会第54回大会(沖縄国際大学). (2013年11月2日発表)
- (5) Ishii, K., Hoshino, N., & Thierry, G. (2013). Brain potentials reveal influence of vocal affect in cross-modal semantic priming. Poster presented at the meeting of International Society for Research on Emotion, Berkeley, USA. (2013年8月5日発表)
- (6) 石井敬子 (2012). 文化的価値の維持と個人の選好. 日本社会心理学会第53回大会・ワークショップ「心がつくる文化: 共有された表象や信念に関する検討」(つくば国際会議場). (2012年11月17日発表)
- (7) 石井敬子・増田貴彦・木村純子 (2012). 文化とチェンジブラインドネス: 眼球運動計測による検討. 日本社会心理学会第53回大会(つくば国際会議場). (2012年11月17日発表)
- (8) 石井敬子・鳥山理恵・Nicholas Rule (2012). 文化と価値観の発達—幼児の塗り絵を用いた検討—. 日本心理学会第76回大会(専修大学). (2012年9月13日発表)
- (9) 石井敬子・鳥山理恵・板倉昭二 (2012). 乳児における日米の塗り絵に対する選好. 日本発達心理学会第23回大会(名古屋国際会議場). (2012年3月10日発表)
- (10) Ishii, K., Toriyama, R., & Rule, N. O. (2012). Contextual sensitivity in Canadian and Japanese children's emotional judgments. Poster presented at the Cultural Psychology Pre-conference of the 13th Annual meeting

of Society for Personality and Social Psychology, San Diego, USA. (2012年1月26日発表)

- (11) 石井敬子 (2011). *関係志向性と感情的発話の理解：多感覚コミュニケーションへの示唆*. 日本心理学会第75回大会・ワークショップ「多感覚コミュニケーション機能の発達と文化・言語による特殊化」(日本大学). (2011年9月16日発表)

〔図書〕(計2件)

- (1) 石井敬子 (印刷中). *文化—ものの見方の文化差*. 北神慎司・林創(編) *心のしくみを考える—認知心理学研究の深化と広がり*. ナカニシヤ出版. (2014年刊行予定、ページ未定)
- (2) 日比野愛子・渡部幹・石井敬子 (2014). *つなげられない社会：グループダイナミックスの3つの眼*. ナカニシヤ出版.

〔その他〕

ホームページ等

<http://www2.kobe-u.ac.jp/~ishiik/index-j.html>

<https://sites.google.com/site/kobecpl/home>

6. 研究組織

(1) 研究代表者

石井 敬子 (ISHII KEIKO)

神戸大学・人文学研究科・准教授

研究者番号：10344532