

感情から見たリーダーシップ発生モデル Leadership generation model from the perspective of emotion

野田浩平（東工大価値システム専攻）

1. 目的

本研究の目的は、社会集団に見られるリーダー・リーダーシップという機能の発生する瞬間を、感情の側面より明らかにする事である。

2. 仮説

人間以外の動物種(人間以外の哺乳類、鳥類等)も集団を形成し、リーダー機能を持つ。リーダー発生機能は遺伝的に組み込まれた機能ではないか。そして、人間のような知性を持たない動物種にも発生するということから、感情レベルでリーダー発生機能があるのではないか。

3. 前提概念

3-1. アージ理論

戸田(1992)は、人間を動かしている適応プログラムの基本理論としてアージ理論を提唱している。本研究では、このアージ理論を用いて、分析を進める。

まず、アージ理論の諸定義を説明する。

アージ・システムとは、野生環境を背景として、遺伝的に基本枠が設定された行動選択・実行用の心的ソフトウェアである。簡単に分類すると、野生的環境において人間が発達させてきた大部分のアージシステムが「感情」と呼ばれるものであり、他に、生理的アージや、文明環境下で優勢になる認知アージがある。

「認知された外部状況に応じて適応的な行動を選択して実行する」という、アージシステムの状況別の働きをそれぞれ単に「アージ」、またはアージの「活動プラン」と呼ぶことにする。例えば「怒り」、「恐れ」、「恋」などの感情、「痛み」、「食欲」、「性欲」などの生理的アージ、「問題解決欲求」、「好奇心」などの認知アージはすべてこの個別のアージである。

3-2. 感情群

一般的な感情系アージ以外に、重要となってくる概念を2つあげる。

3-2-1. ムード

本研究で、重要になってくるムードの効果として、ムードが仲間間で「伝染する」という性質を持つことである。例えば、非常に陽気なムードの仲間がいたらパーティーは「盛り上がる」し、逆に非常に「落ち込んだ」仲間はグループ全体の気分を落ち込ませがちである。

3-2-2. 評価型態度

「好き」「嫌い」「怖い」「憎い」といった感情的態度。特定のアージを起動されやすくしたり、特定のムードを実現しやすくしたりするものである。集団成員の評価に関連する。つまり、リーダーシップの認知評価に関連する。

主体がこの状況で起動させうるアージュを、利己的アージュと利他的アージュの2種類に分類して考える。つまり、自分の異性に対する評価的態度に従って、行動するか、他主体の評価的態度も考慮に入れるかである。

一次会終了時点で、異性に対する価値評価は決まっている。
その主観価値を $V(i)$ とする。ここで、 i は集団成員を指す。

$$H(i) = pV(i) - c$$

であり、 $H(i)$ はホープ関数、 p は成功確率、 c は2次会に参加するコストである。
また、自分以外の他者 j の主観的価値を自分が認識している量を $V_h(j)$ とする。すると、利他的アージュとしての援助アージュのホープ関数 H_h は、

$$H_h(j) = pV_h(j) - c = paV(j) - c$$

である。ここで $V_h(j)$ は j に対する「援助」(あるいは共感・同調といっても良いかもしれない)活動プランの目標価値であり、 a は先ほど出て来たように親愛度係数である。

上記の H あるいは H_h のいずれかが閾値を越えると、主体は2次会に行こうと発言すると考える。 H/H_h をが関与するアージュは、利己的/利他的と違う系統のアージュ系に属するので、依存関係はない。

5-2. 基本行動パターン

状況定義から考察できることとして、次の事があります。 H/H_h いずれにしても、二次会開催成功確率 p と主体の感じるコスト c は変わりません。それは、状況の価値に影響しない客観的な状況認知と自己認知の結果だからです。すると、 V/V_h のいずれかが、閾値を越えるほど高ければ2次会への参加表明は出るわけです。 V/V_h のいずれかが高いということは、つまり、自分が相手に対して価値を置いているか、他者が誰か異性を高く価値付け手いるか、また、他者への親愛度係数が高いかです。ちなみに閾値を越えないことは、2次会不参加の意志を意味します。

ここで、主体自身の主観価値 V は、精度高く認識できるとして、他者の主観価値 V_j はどのように認識するのでしょうか。対人認知能力により、仮説として他者の主観価値を推測し、場の盛り上がり度合いをムードとして感じる(伝染する)事によって、これを確認しているのではないのでしょうか。

5-3. リーダーシップ：議論の主導権

2次会参加意思決定を、2段階のプロセスに分ける。すなわち、①開催/解散決定と②行き先決定である。ここでは、意思決定をヒューリスティックの処理で行なうと仮定する。1つ目の根拠として、飲酒による情報処理能力の低下があり、また、フォーガスの社会的判断に影響するムードの効果の研究結果より、(図参照)合コンという非日常祭事的状況で、かつ、2次会参加が決定されたならば、陽ムードによるヒューリスティック処理促進効果が考えられるからである。

5-3-1. パターン分け：開催/解散

では、それぞれが参加/不参加の意思を持つとして、意思決定の場で議論の主導権を持つ人物は誰になるのでしょうか。場合分けして考えてみましょう。

	男／女		男／女		
	1	2	1	2	
1	○	○	○	○	行く
2	○	○	○	×	行く
3	○	○	×	×	帰る
4	○	×	○	×	行く／帰る
5	○	×	×	×	帰る
6	×	×	×	×	帰る

場合分けのボタンとして、上記のボタンが考えられる。6 の場合は、全員帰りたい訳であるから、自然発生的に集団解散の提案がなされ、解散する。5 の場合、行きたい成員一名は他者認知により、集団の目標が維持できないことを悟り、解散する。この際も暗黙の不参加の意思が蔓延している訳であるから、リーダーシップを誰が取ったかという言え、不参加の意思を持つ 3 名が発言・態度としての意思を表明して、意思決定の主導権を握ったといえよう。3 の場合は、片方の性が両者不参加を表明している訳であるから、集団維持は望めない。よって、不参加の意思を持つ性の 2 名が主導権を握り、集団解散を決定する。4 の場合は、行く場合もあれば、帰る場合もある。このように、集団が解散してしまう場合は、意思決定の場でも誰がリーダーになるということも無く、解散が決定される。

5-3-2. 行き先決定

5-3-1 でも見たように、合コンにおいては、相手の評価、各人の発言、場の雰囲気などを通じて相手の評価を行なっている。すなわち、1 回目の 2 時間で対人評価が行なわれているだろう。

リーダーシップ発現時には、フォロアーの連体力が必要なわけであるが、これを発生させる感情は、アージのような強度なものではなく、評価的態度が発生し、ムードのレベルの感情が発生しているであろう。このリーダーを感じさせるようなムードを集団成員多数が持つ時、リーダーへの期待のムードが高まり、リーダーシップ行為発現の準備が整うのである。

では、具体的にリーダーシップを感じ、意思決定の権利を明け渡す動機づけが起きるためには感情はどのように生じるのであろうか。ここで、認知的感情理論における感情のフレーム表現を用い、その感情を表現する。認知的感情理論では、状況を認知し、感情部門が処理を行ない、感情表出に到る過程の中で、感情部門の処理を更に 3 行程に分ける。具体的には、(関心／目標の)認知評価、(重要度／緊急性の)診断評価、(動機づけを表す)行為準備状態である。(図 2)ここで、認知評価のフレーム表現を示す。(図 3)

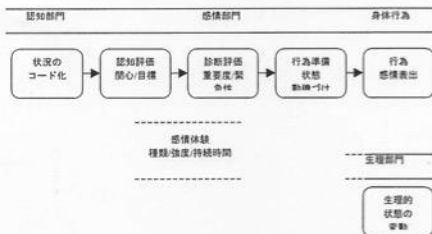


図1. 感情部門の全体像

快不快・動機づけに関わる要因 (+)
 目標・願望に関わる要因 (+)
 正当性・道徳性に関わる要因 (ノ)
 状況の理解・予測・確信性に関わる要因 (+)
 状況の操作可能性に関わる要因 (+)
 状況の主体に関わる要因 (他者)
 状況への親近性に関わる要因 (-)
 一般的状況認知や自己任責に関わる要因
 興味性+
 自尊心+
 努力性-
 発揮性-
 個人性+
 重要性+
 他者影響性+
 力量性-
 強弱性-
 順応性+

図2. 感情の認知評価フレーム表現
(頼もしい、尊敬などの評価的態度)

このような、評価型態度の発現により、主体は他者の意見に従うよう動機づけられ、
 その他者がリーダーとして認知される。この感情は、情動というよりむしろムードのよう
 なレベルのものと考えられるが、集団を伝播するような種類のムードではない。リーダー
 の認知を支持する形の個人的なムードである。