

現実場面における競争(2) : 面接データに基づく競争概念の再検討


Reconsideration of Competition : How People Perceive the Concept of Competition

佐野 予理子 SANO, Yoriko

● 国際基督教大学大学院
Graduate School of Education, International Christian University

黒石 憲洋 KUROISHI, Norihiro

● 国際基督教大学教育研究所
Institute for Education Research and Service, International Christian University

 **Keywords** 競争, 勝敗, 関係性
Competition, win/loss, relationship

ABSTRACT

本研究は、友人との実際の競争状況における競争相手への認知および感情について、また一般的な競争概念がどのように捉えられているのかについて検討した。その結果、競争に従事しているときは自分の成績を上げることに関心を持っていたが、勝敗意識に伴い競争相手の感情の推測や相手との関係性への懸念が生じたことが報告された。こうした傾向は、競争による勝敗にフォーカスすることによって優劣が意識され、それは関係性の崩壊を導くと考えられたためであると解釈できる。また、競争概念は選別や優劣など多様な視点から認知されていたが、どのように競争を認知しているにせよ、競争の主要な機能として能力を伸ばすことが挙げられた。そして、競争をどのように捉えているにせよ、競争は自分の能力を高める点でポジティブに評価されたが、不安感に関連したり人間関係を悪くしたりするというネガティブな側面からも評価されていた。

This study investigated the following two questions through interview with experimental participants. First, how people perceive their friends, who was a competitor when they engaged competitive task. Second, how people consider and understand the concept of competition as a whole. When participants felt the sense of win and loss, they guessed their competitor's emotion and were worried about relationship with their competitor. This was because the sense of win and loss caused superiority or inferiority, which lead relationship worse. The concept of competition was perceived in different dimensions, however, anyone referred developing their ability as a key function of competition. It was suggested that competition be evaluated positively if competition was understood in terms of self-growth. However, competition was evaluated negatively if competition made interpersonal relationship worse.

1 問題

1.1. はじめに

競争は様々な形で人々に関わっている非常に複雑な現象である (Fülöp, 2004). 人々が他者と相互作用しながら生きていく以上, 競争は常に存在し, 競争経験なしに生活することはできない (Wilson, 1989; Stane, Johnson, & Johnson, 1999). 長年, 社会心理学においては, 競争状況は協同状況と比較することによって遂行や生産性, 動機づけに与える影響が検討されてきた (e.g., Deutsch, 1949; Johnson & Johnson, 1989). しかし, 競争と協同を比較する研究が数多くなされてきたものの, 競争それ自体についての研究や競争に影響する変数について検討している研究はほとんどない (Fülöp, 2004). 競争を協同の対極として扱うアプローチにおいて, 一般に協同は個人や社会にとって有益で健康的であるとされるのに対し, 競争は個人および社会にとって有害であると考えられている (Kohn, 1992). しかし, 一方では競争には建設的で有益な効果もあるという指摘もあり, 競争の有効性については議論のあるところである (Johnson & Johnson, 1989; Stane et al., 1999). Stane et al. (1999) は競争および協同を扱った800以上の研究についてメタ分析を行い, 協同は一貫してポジティブな影響をもたらすが, 競争は多様な方法で定義されており, 競争の種類によってその影響は異なることを示唆した. すなわち, 競争の結果勝者がすべてを得るゼロサム競争は生産性の低下などネガティブな影響をもたらすが, 競争が適切な形式である場合は協同と同程度に遂行を高める点で有効であった. 適切な競争とは, 勝つことに重きをおかず勝利を強く意識しないこと, 競争に関わるすべての人に勝つための現実的な機会があること, 明確で具体的なルールに則って競争が行われること, 競争による互いの進歩をモニターでき社会的比較を行うことができること, の4つの要素によって定義されている (Johnson & Johnson, 1989, 1999; Stane et al., 1999). つまり, 競争が「適切な」形式であるとき個人や社会にと

ってポジティブな影響が生じると考えられる. このように, 競争が有益であるのか有害であるのか明確にするためには, 競争を単に協同の対極として捉えるのではなく, 競争自体を多元的に捉える必要がある. しかし, そうしたアプローチにより競争そのものを理解する研究は少ない (Stane et al., 1999).

1.2. 多側面から理解される競争概念

Fülöp (1992, 1999, 2004) は, 競争は多くの要因が関連している複雑な概念であり単純な数的モデルで表すことはできないと考え, 競争概念について明らかにするためには定性的研究が必要であると論じた. Fülöp (1992) は, 学校教師における競争の捉え方を自由記述の質問紙によって調査した. その結果, 競争は社会進化論的観点, 理想的観点, 生物-文化的観点の3つの異なる側面から記述されるということを見出した. 社会進化論的観点は, 社会における適応へのサバイバルという視点に立ち, 生徒はより才能のある高い達成へのサバイバルを目指すこととされる. この種の観点は競争の選別的な側面を強調するものである. 理想的観点とは, 競争の結果を勝利または敗北として捉え, 勝者は優越感を感じ敗者は劣等感を感じることを前提とした考え方である. そのため, この観点は競争の有害な側面を強調し, 生徒が教室内でなるべく競争しないよう努力させるという立場である. 生物-文化的観点は, 競争を包括的に捉え, 競争は生徒を疲弊させる一方エネルギーを与えもし, 競争には建設的な側面があるという視点である. すなわち, 建設的に競争する生徒は相手に勝ちたいと思っていたとしても敵ではなく友達になり得, 互いにより評価を与えられられる. こうした, 競争が建設的であればポジティブな影響をもたらすという指摘は前にも述べた適切な競争と同様の視点である. さらに, 競争が建設的であるとみなすためにはルールが公正であることが必要であり, 競争の焦点が他者へ向けられるのではなく, 自己創造や自己向上といった成長に向けられることが重要である

(Fülöp, 2004). また, Fülöp (1999) は日本, アメリカ, ハンガリーの生徒がそれぞれどのように競争を捉えているか自由記述の質問紙により調査した. その結果, アメリカ人学生やハンガリー人学生が競争を概ねネガティブに捉えるのに対し, 日本人学生は競争をポジティブな側面とネガティブな側面の両面から理解していた. また, 日本人学生の特徴として, 競争の結果より競争の過程を重視し, 競争を長期的プロセスとみなす傾向があること, 競争状況において最も重要な機能は改善であり, 競争相手は打ち負かす存在ではなく互いに高めあう存在であると認識されていたことが示唆された. こうした競争の捉え方が, 競争をネガティブにだけでなくポジティブに理解することに繋がると考えられる.

1.3. 本研究の目的

しかしながら, 以上の知見は一般的な競争の捉え方でしかなく, 実際に競争が顕著になった状況における調査ではない. そのため, 競争に実際に従事しているときの意識や競争相手への認知および感情を現実場面において検討する必要がある. 本研究はFülöp (1999, 2004) の一連の研究に基づき, 実験的に競争状況を設定し, その競争状況の認知や競争相手への感情, 一般的な競争概念を面接により明らかにすることを目的とした.

2 方法

2.1. 実験参加者

実験参加者は大学生の同性友人ペア17組34名(男性7組, 女性10組). 平均年齢20.18歳($SD = 1.36$).

2.2. 手続き

実験参加者が2人とも実験室に到着してから実験を開始した. 実験は課題セッションと面接セッションから成っていた.

課題セッションでは, 大小分類検査(竹井機器工業)を課題として使用し, 制限時間を1試

行40秒と設定し, 全部で5試行実施した. その際, 互いを競争相手として認知させるため, 課題実施前に課題の勝敗を2人で競ってもらおう旨教示し, 各試行後に勝敗を口頭で確認した. 勝敗については, メダルを1枚でも多く入れた方を勝ちとし, 枚数が同数であった場合は引き分けとした. 課題終了後, 操作チェックとして5試行全体の勝敗数を回答してもらった.

課題セッション終了直後, 面接セッションを実施した. 実験参加者を別々の部屋に分け, 直前に行った課題に関する認知や感情, 一般的な競争概念などについて半構造化面接を行った. 初めに会話をテープに録音することについて同意を得てから面接を開始した. 実験参加者全員がテープ録音に同意した. 面接で尋ねた内容は, ①課題中相手(友人)と競争しているように感じたか, ②課題中勝敗を意識したか, ③課題中友人についてどのように感じたか, 一般的な競争概念として④競争とは何か, ⑤競争の機能や役割, ⑥競争の結果, ⑦競争についての評価, であった. 実験参加者に質問に対して思ったことを自由に語ってもらった. 面接セッション終了後, デブリーフィングを行い, 情報提供についての同意を確認した. すべての実験参加者が情報提供に同意した.

3 結果

実験参加者17組34名中, 1組は面接セッションを行わなかったため16組32名を検討の対象とした.

5試行を通しての勝敗が, 一方が5勝したペアは6組, 一方が4勝したペアは3組, 一方が3勝したペアは4組, 一方が1勝2敗2引き分けだったペアが1組, 勝敗が同数だったペアは2組だった.

実験参加者全員が5試行全体の勝敗を正しく認識していたため, すべての有効回答を検討の対象とした. まず, 友人との実際の競争状況における認知や感情について検討する. 次に, 競争概念自体がどのように捉えられているのかに

ついて競争の定義や機能、競争に対する評価の観点から検討する。

3. 1. 競争状況における認知および感情

まず、競争意識および勝敗意識は勝敗数によって変わらなかった。勝者、敗者に関わらず個人によって競争および勝敗を意識した人がある一方で意識しなかったと明言した人もいた。つまり、課題従事中に競争意識や勝敗意識を強く意識したと述べた人がいた一方で、試行中はあまり競争意識や勝敗意識を感じなかったが、実験者が試行後に口頭で勝敗を確認したときに競争意識や勝敗意識を強く感じた人と報告する人もいた。さらに、課題従事中一貫して競争意識や勝敗意識を感じなかったと述べた人もいた。そして、多くの場合、競争意識や勝敗意識を感じたとしても、それは他者との比較におけるものではないとする傾向がみられた。すなわち、「相手に勝とうではなく自分と戦っている」、「自分の目標は前回よりコインを入れる」、「枚数が増えればよいという自分との競争という意識」というように、ほとんどの実験参加者にとって競争意識および勝敗意識とは、共に課題に取り組んでいる友人との競争および友人の遂行との比較による勝敗の意識ではなく前回の自分の遂行より成績が上がるよう最善を尽くすという意識であった。そのため、課題中の感情状態については「自分の成績が上がっていくのはちょっと楽しい」、「(負けたとしても前回の自分の成績より)上がったときは嬉しい」と感じ、「勝ったけど最初より(メタルの数が)減ったのがちょっとショック」だったと言及していた。このように、自分の成績と他者の成績との比較による勝敗は自己を評価する上で重要ではなく、前回の自分の成績が基準として意識され、それを超えられたら嬉しく、その基準に達しなかったときは悔しく感じた人と報告された。

競争意識および勝敗意識について言及する際、友人の感情の推測や友人との関係性について併せて言及することがみられた。そうした言及は二者の関係性の程度によって異なっていた。す

なわち、主観的に仲のよい友人関係であると感じている場合、ある実験参加者(成績は3勝1敗)は、「1回目に勝ってから2回目からは勝ちたいなと思って」と勝敗を意識したとき、同時に「相手がどう思っているか気になり」、「連続して勝っちゃうとちょっと申し訳ない」と感じた人と報告した。連続で4勝し、最後に1敗した実験参加者は「最後はあんまり(成績が)よくなかったけど、負けてよかったなと思った」と言い、その理由を相手への気遣いがあったためと述べた。別の実験参加者(成績は5勝0敗)は「相手は自分をどう思っているのか」気になったものの「自分の記録を伸ばすためにも手抜きはしないけど、相手の気持ちは気になる」、「でもこれでどうこう思うやつじゃないからっていう信頼があるから全力を出した」と述べた。また、課題に取り組んでいる最中「(相手を)友だちだという意識」があった実験参加者(成績は1勝2敗2引き分け)は、「(競争)相手が知らない人だったら勝ちたいと思ったかも」と述べ、「(自分が)勝ってもちょっと気まずいし、(勝敗は)同じくらいがいい」と述べた。一方、相手を「そんなにすごい仲いい訳じゃない」と感じていた実験参加者(成績は2勝2敗1引き分け)は、相手の遂行や成績は全く気にならず、「親しい方が競争心は生まれる」と明言し、親しくない相手については「無関心」と述べた。

競争相手との関係が悪くなることの懸念についての言及が見られたことは競争が好ましい対人関係を阻害するという従来の指摘(e.g., Deutsch, 1949; Sherif, 1966)と一致する。しかし、競争状況が対人関係に悪影響を及ぼすと一概には言えず、親しくない相手について無関心であり、親しい方が競争心は生じるという発言もみられるように、競争することによって競争者同士が切磋琢磨しお互いに相手の力を認め合うという友好的な関係が生じることもあると考えられる(室山, 1995)。こうした指摘は、本研究においても「ライバルがいた方が自分の力が伸びると思う」という言及やほとんどの実験参加者が競争のポジティブな側面としてお互いに高めあうことを挙げたことから

妥当であると考えられる。

3. 2. 一般的な競争概念の捉え方

次に、競争についての様々な認知、競争の機能、競争に対する評価の相互関連について検討する。競争は大別して、「他者を蹴落とす」、「サバイバル」というような選別的な観点、「勝敗がつくもの」、「優劣を決める」というように優劣や相対的な順位付けの観点から認知されていた。また、人数は少数であったものの、「興奮するもの」、「刺激」という観点、「自分との戦い」という観点から認知している人もいた。競争の機能としては、「能力が伸びる」、「能力評価」、「順位付け」、「やる気や意欲を高める」ことが挙げられていた。競争に対する評価に関しては、Fülöp (1999) と同様、ポジティブな側面およびネガティブな側面の両面からの言及が見られた。具体的には、ポジティブな評価としては例えば「仲がよくなる」など人間関係に良い影響がある、「楽しい」、「達成感が得られ自信になる」という点が挙げられ、ネガティブな評価としては「人間関係に悪い影響がある」、「不安感を助長させる」など「精神的に不健康になる」、であった。

競争をどのように認知しているにせよ、共通した特徴として自分の能力を伸ばすことが機能として挙げられていた。そのため、自らの能力を向上させることが競争の主要な機能であると考えられる。

それぞれの認知に特徴的に関連する機能としては、まず選別的な観点からの競争認知は、競争には「勝ったときには自分の能力がある点を認められる」、「競争することで能力の違いがわかる」というように能力評価的な機能と関連していた。こうした認知および機能は「自分にはいいところがあるんだって実感できる」、「普段より高い能力が発揮できる」というポジティブな評価に繋がる反面、「不安や恐怖心が助長する」、「相手との関係が壊れる」というネガティブな評価にも関連していた。

また、優劣の観点からの競争認知に特徴的な機能としては、競争には「集団の中で自分の位

置がはっきり分かる」というように順位付け的な機能と関連していたことが挙げられる。こうした認知や機能は、「勝てると自信につながる」、「(競争を通じて) 仲良くなる場合がある」とポジティブな評価に結びつく一方、「足の引っ張り合いなどネガティブな面もある」、「仲が悪くなる」などと人間関係に悪影響がある点や「いがみあいや不安の原因になる」、「優越感を感じると自分が精神的に不健康になって気がする」と精神状態に悪影響を及ぼすといったネガティブな評価にも繋がっていた。優劣の観点からの競争認知は、競争が状況によって人間関係や精神状態にポジティブな影響を与えたりする反面ネガティブな影響を与えることもあるという評価と関連していたと言える。

「自分との戦い」という競争認知および「刺激」としての競争認知は、「意欲を高める」といった動機づけ的な機能と特徴的に関連していた。しかし、競争に対する評価は認知によって異なっていた。すなわち、「自分との戦い」という競争認知は「能力を上げるため」であれば「競争は好き」と評価していたのに対し、刺激としての競争認知は、「自分が楽しめるような競争ならいいけど、あまりにも自分が(相手に) 敵わないと思う競争は嫌」というように、自分が競争することで楽しめるかどうか重要であるとみなしていた。

以上から競争の認知、機能、評価の相互関連について概観すると、競争についての認知がどのようなものであれ、自らの能力を高めること、すなわち自己向上が競争の主要な機能として考えられること、また、競争が競争認知や機能に関係なくポジティブ・ネガティブ両面から理解されていることが窺える。こうした結果は、はじめに述べたFülöp (1999) が日本人学生の特徴として挙げた点と一致する。

4 考察

本研究では、Fülöp (1994, 1999, 2004) の一連の研究に基づき、友人との実際の競争状況に

における競争認知や競争相手への感情、競争概念自体がどのような側面から捉えられているのか検討した。その結果、まず、競争場面においては相手との競争という意味での競争意識および勝敗意識ではなく、むしろ自分の成績を伸ばすという意味での競争意識を感じる傾向がみられ、さらに競争相手の感情を推測する傾向がみられた。しかし、研究(1)において個人の遂行や成績ではなく勝敗が個人の感情と最も関連していたことが示されたように、相手との比較における競争意識や勝敗意識がなかったとは考えにくい。この傾向は、本研究における競争場面が友人との競争状況であったため、勝敗から生じる優劣によって友人との人間関係が壊れることに対する懸念により、面接セッションにおいては意識的に相手との競争意識や勝敗意識をあまり感じなかったと報告したものと解釈できる。

さらに、本研究は競争概念の一般的な捉え方についても検討した。その結果、大別して競争は「選別」または「優劣」の観点から認知されており、競争の主要な機能として能力を高めることが考えられた。また、競争は「人間関係に良い影響がある」、「楽しい」、「達成感が得られ自信になる」というようにポジティブに評価される一方、「人間関係に悪い影響がある」、「精神的に不健康」などとネガティブにも評価されていた。

競争についてどのように捉えているにせよ、競争が対人関係や個人の精神状態に悪影響を及ぼすことについて言及された点は、競争が一般的に有害であるという従来の指摘(e.g., Deutsch, 1949; Kohn, 1992)と一貫する。しかしながら、その一方で本研究は競争におけるポジティブな側面についても多くの言及がなされた。それはどのような競争が好意的に捉えられるのだろうか、逆に有害なもののみなされるのだろうか。また競争に対して好意的な評価をしていた人はなぜそのように思うのだろうか。

前にも述べたように、競争をどのように捉えているにせよ、競争の機能として能力を伸ばし、意欲や動機づけを高める点が挙げられていた。それには競争相手との能力差が関連しており、競争相

手との実力が同程度であることがよい競争であると考えられる。すなわち、例えば「接戦であれば好き」、「(相手に)敵わないと思う競争は嫌」、「相手との実力の差がありすぎるとやる気がおきない」という意見に表れているように、競争相手との能力差がありすぎると相手には敵わないという意識が生じ、意欲の低下につながる。こうした感覚は、「自分が勝てる見込みがある競争は好き」というような、自分が勝つ可能性があるかどうかの感覚につながり、そうした感覚が競争を好意的に捉えるためには重要であると考えられる。しかし、現実的に勝つ可能性がある競争がポジティブであると捉えられているにも関わらず、競争の悪い側面として勝つことを強く意識することが挙げられていた。すなわち、競争の結果自分が勝ったとしても負けたとしても、勝敗にフォーカスすることによって優劣が意識され、それは人間関係の崩壊を導くと考えられていた。本研究は友人関係における競争状況だったこともあり、競争の結果関係性が壊れることを懸念することについての言及が多く、特に勝者側にそうした意識が強かった。例えば、友人との競争を想定していた実験参加者は、「(競争することによって)相手に対してわだかまりが残っちゃう」、「競争していると相手との関係が壊れてしまう(略)自分が困っているときに助けてくれたこととか(一緒に)楽しい時間を過ごしたことを見失ってしまう」など競争が関係性に悪影響があることに言及した。

最後に、競争は様々な観点から認知される複雑な現象であり、状況によってネガティブな影響が生じたり、ポジティブな影響が生じたりするとされる(Fülöp, 2004)、そのため、競争の種類や競争相手との関係性によってその影響は異なると考えられる。例えば、本研究は友人との競争場面を検討の対象としたが、見知らぬ他者との競争場面や集団状況での競争場面においては本研究で見られた関係性への懸念が生じず、競争意識や勝敗意識を非常に強く感じるかもしれない。逆に、相手との関係性への懸念を強く感じる状況も考えられる。例えば本研究においても、ある実験参加者は「自分にとって重要な

領域では負けたくないけど（略）自分にとって価値のない分野では相手に（勝ちを）譲ります」と延べ、競争相手が仲のよい友だちである場合、自分にとって重要でない領域の競争においては関係性の維持を優先し自分の力を抑えることがあると語った。このように、競争する領域の個人的重要性や相手との関係性の程度によって競争状況がもたらす影響は異なることが予想される。また、競争が適切で（Stane et al., 1999）建設的である（Fülöp, 2004）ためにはルールが明確で公正であることが必要であると論じられている。本研究ではこの点に関してほとんど言及されなかった。ルールの公正さはその競争が対等であるかどうかに関連すると考えられる。対等生を壊すような競争は競争相手への魅力を減じさせると指摘されており（室山・堀野, 1990）、今後は、そうした様々な競争状況に関してより詳細な検討が望まれる。

引用文献

- Deutsch, M. (1949). A theory of cooperation and competition. *Human Relations*, 2, 129-152.
- Fülöp, M. (1992). Cognitive concepts of competition. *International Journal of Psychology*, 27, 316.
- Fülöp, M. (1999). Japanese students' perception of the role of competition in their country. *Asian and African Studies*, 3, 148-174.
- Fülöp, M. (2004). Competition as a culturally constructed concept. In Baillie, C., Dunn, E., & Zheng, Y. (Eds.), *Travelling facts. The social construction, distribution, and accumulation of knowledge* (pp.124-148) New York: Campus Verlag.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1989). *Cooperation and competition: Theory and research*. Edina, MN: Interaction Book.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1999). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning* (5th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Kohn, A. (1992). *No contest: The case against competition* (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- 室山晴美 (1995) . “ライバル”として記述される対人関係に関する一考察 心理学研究, 65, 454-462.
- 室山晴美・堀野緑 (1990) . 競争場面における対人認知および課題認知の変容 教育心理学研究, 38, 269-276.
- Sherif, M. (1966). *Group conflict and co-operation: Their social psychology*. London: Routledge & Kagen Paul.
- Stane, M. B., Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1999). Does competition enhance or inhibit motor performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125, 133-154.
- Wilson, J. (1989). Competition. *Journal of Moral Education*, 18, 26-31.