



不当な働きかけから 身を守るには

今井 芳昭 Imai Yoshiaki 慶應義塾大学文学部教授

専門は社会心理学。中でも個人間の影響の及ぼし合い(対人的影響)や社会的影響力に関心を持っている。主著に『依頼と説得の心理学』(サイエンス社、2006年)、『影響力』(光文社新書、2010年)など。

本連載の最終回では、消費者が送り手からの不当な働きかけに対し、意に反してつい応じてしまわないように、その防衛策を、復習も含めてまとめておきたいと思います(図)。

敵を知る(手の内を知る)

不当な働きかけから自分を守る効果的な方策の1つは、中国の兵法家・孫子も指摘しているように敵を知ることです。送り手がどのような影響テクニックを用いて受け手に働きかけてくるのかを知りましょう。一見、人当たりのよい送り手を敵呼ばわりするのは気が引けますが、消費者(受け手)から不当に金銭をだまし取ろうとする送り手に対しては、敵と表現することは

許されるでしょうし、また、そのように理解しないと、受け手自身の置かれている状況をうまくとらえられなくなります。

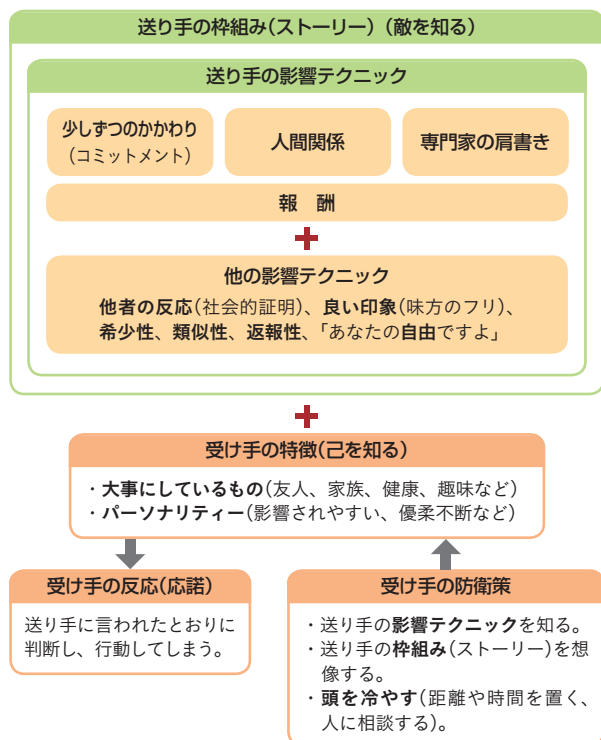
既に私たちは、そのうちの主要な4つについてみてきました。人に影響を与えるには、(a)報酬、(b)少しずつのかかわり(コミットメント)、(c)人間関係、そして、(d)専門家の肩書きが利用されています。そして、送り手は働きかけの効果を高めるために、それらを複数組み合わせています。合わせ技です。多くの影響テクニックが使われているほど、受け手はそうした働きかけに抵抗しづらくなってしまいます。

距離を置き、別の枠組みで状況を見直す

しかしながら、影響テクニックについて知っていたとしても、送り手の示す状況にどっぷり浸かっていると、そうした影響テクニックが自分に対して使われていると判断できなくなります。どうしたらよいのでしょうか。既に指摘してきたことですが、自分の置かれている状況から距離を置くことです。熱くなっている自分を冷ますのです。具体的には、いったん、その場所から離れ、時間を置いて、冷静に自分の状況を見つめ直しましょう。

送り手と対面している場合は、トイレに行ったり、携帯電話を使ったりして、送り手との対話を中断するだけでも考える余裕ができます。また、その後、送り手とのコミュニケーション回路を絶つことも有効です。電話番号表示機能を使って発信者を確認したり、知らない電話番

図 主な影響テクニックと防衛策



号が表示された場合には、その番号を検索したりすることもできます。

受け手にとって、お金がもうかる、自分の欲しくてたまらなかったものが手に入る(報酬)となると、送り手が提供している枠組みでしか物事が見えなくなります。さらに、送り手との接触期間や回数が多くなるほど、かかわり(コミットメント)も大きくなり、(送り手が設定している)別の**枠組み**(ストーリー)を想像しにくくなります。そのため、働きかけの初期にいったん立ち止まって、送り手は受け手に何を求めているのかを考えてみることです。

また、送り手のほうは、受け手が別の枠組みで状況を理解するようになっては困るので、「このことを人に話してはダメ、誰にも相談してはダメですよ」と言いがちです。そう言われた場合には、その言葉を鵜呑みにするのではなく、その言葉が注意信号であると判断します。だまされていそうな自分を人にさらけ出して相談するのは少々勇気のいることですが、それは一時の恥であり、状況を全体的にみれば、相談したほうがメリットは大きいといえるでしょう。

そのためには日頃から、気安く話せる、**相談しやすい人**を作っておくことです。普段から世間話をして何でも話せる人間関係を築いておけば、いざというときに親身に相談に乗ってくれ、手助けしてくれるかもしれません。

また、消費者トラブルで誰にも相談できずに困っているのであれば、**消費者ホットライン「188」**があります。困っているときには、遠慮せずに活用しましょう。

大事なことは、送り手の枠組み(ストーリー)のまま自分の置かれている状況を理解するのではなく、別の枠組みがないか、検討してみることです。その点を指摘しているのが、以前にも紹介したテレビドラマです。主人公である刑事が次のような言葉を発していました。

「相手の目的は何か、相手の立場になって考えてみた」

相手(送り手)の真意、目的を推測することは、受け手にとって大事なことです。送り手は、受け手のことを思って色々と親切にしてくれているのか、それとも受け手にお金を払わせるために親しくしているのか、見極めることが重要です。もちろん、それはたやすいことではありませんが、相手の真意、目的を推測する目を持つことが自分を救うことになるのです。

己を知る

ストレスを受け病気になってしまった場合、人によって病気になる部位が異なるように、人から働きかけを受けた場合、受け手の**心理的に弱い部分**が影響を受けやすいと考えることができます。皆さんにはどのような特徴があるのでしょうか。優柔不断でなかなか判断できない、大切な家族のことを指摘されると弱い。そうした個人的な特徴に送り手の影響テクニックがうまくはまってしまうと、送り手の働きかけから逃れにくくなり、つい応じてしまいやすくなります。

その意味で、自分がどのような場合に送り手からの働きかけに応じてしまいやすいのか、今までの経験を思い出して、自分の傾向を把握しておくことは重要です。それを基に今後の対応策を練ることができるからです。

そして、大事なことは、**誰もがだまされてしまう可能性**があると心得ることです。もしかしたら自分も悪質な送り手の餌食^{えじき}になってしまうのではないかという気持ちが、有効な対抗手段へとつながっていくのです。

決断を急かされたら断る

送り手も暇ではありませんので、効率よく受け手に影響を与え、目的とする金銭を手に入れようとしています。その際に用いられるのが、第2回で紹介した**希少性の原理**です*1。受け手に対して時間的切迫感を持たせたり、数量的に限定したりして、受け手の判断を急かすのです。例

*1 R. B. チャルディーニ『影響力の武器(第三版)』(誠信書房、2014年)

えば、「今、契約しないと、明日はもう割引できませんよ」とか「これが最後の商品です」と言ってくる。

そうすると、受け手は自分の自由(例えば、割引を受ける自由、欲しい商品を手に入れる自由)が脅かされたように感じ、その自由を回復するために、思わず購入や契約をしようという気になりがちです*2。急かされると、多くの人はじっくり考えたり、人に相談したりできなくなり、「Yes」と答えてしまいやすくなります。送り手にとっては、時間の短縮と応諾の獲得という一石二鳥になりますので、希少性を使わない手はありません。

受け手の防衛法としては、送り手が希少性を使ってきたら、注意信号だと思って、逆に、十分時間を使って判断します。はやる気持ちと頭を冷やすのです。

しかし、送り手も働きかけの手をゆるめません。さらに次のように言ってくる場合があります。「あなたが自由に決めていいんですよ。**あなたの自由ですよ**。私は無理に買ってほしいとは言っていないから」

この言葉も魔物です。一見、送り手が受け手のことを思って、受け手を強制せずに、受け手の自由意思で物事を判断させていると受け手に思わせています。しかし、送り手は「あなたの自由ですよ」とは言いながら、十中八九、受け手が送り手の望むように判断することを知っているのです*3。

働きかけの将来

今までに主要な4つの影響テクニックを紹介してきました。それらを十分理解していれば、受け手は自分の身を守ることができるでしょうか。残念ながら、答えはNoであるといえます。もちろん今回も紹介したような、別の影響テクニックがまだあるということもその理由ですが、

働きかけにおける送り手と受け手の関係はイタチごっこだという側面もあるからです。本連載のような記事を読んで受け手が勉強し、今までのやり方がうまくいかないとなると、送り手はどうするでしょうか。別の**新しい影響テクニック**を考案してくるでしょう*4。受け手としても継続的に自分の身を守るための勉強をしていく必要があります。

さらに、もう1つ懸念すべき材料があります。それは**AI(人工知能)**です。現在は、人間同士のやり取りですが、将来の敵はAI(人工知能)かもしれません。

シンギュラリティという言葉聞いたことがあるでしょうか。これは、2045年頃にAIが人間の全知能を超える時点のことで、技術的特異点とも訳されています。もちろんAIは人間が作っているものですが、そのAIが人間の知能を超える日が来るとアメリカの未来学者であるレイ・カーツワイルが予測しています*5。彼によれば技術の発達は、指数関数的(2倍、4倍、16倍と倍倍で大きくなっていく)であり、今後、急速に技術が発達し、人間の持っている全知能をAIが超えてしまうというのです。実際、将棋の世界ではプロ棋士がAIに勝てなくなってきました。その一端を目にするようになってきました。

こう考えると、今までは送り手が同じ人間でしたが、将来的にはAIも送り手になる可能性が高いといえます。しかも、そのAIが通常の人間よりも高能力なのです。スーパーAIから働きかけられたら、人間は抵抗できず、思わず応じてしまうのかもしれません。

そのような状況になるまでには、あと20年以上あります。まずは、私たちが受け手としてどのような影響テクニックの影響を受けてしまいいやすいか、地道に勉強していくしかないでしょう。

*2 Brehm, S. S. & Brehm, J. W.(1981). *Psychological reactance*. New York : Academic Press.

*3 R.=V. ジュール、J.=L. ボーヴォワ『これで相手は思いのままー悪用厳禁の心理操作術ー』(阪神コミュニケーションズ、2006年)

*4 R. チャルディーニ『PRE-SUASION : 影響力と説得のための革命的瞬間』(誠信書房、2017年)

*5 R. カーツワイル『シンギュラリティは近いー人類が生命を超越するとき』Kindle版(NHK出版、2012年)