慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	ターリ・ シャロット 上原直子 (訳) (2019) 事実はなぜ人の意見を変えられないのか : 説得力と影響力の科学 白揚社
Sub Title	Sharot, T. (2017) The influential mind : what the brain reveals about our power to change, New York: Henry Holt & Co.
Author	高塚, 大宜(Takatsuka, Daiki)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	2021
Jtitle	慶応義塾大学大学院社会学研究科紀要 : 社会学心理学教育学 : 人間と社会の探究 (Studies in sociology, psychology and education : inquiries into humans and societies). No.92 (2021.) ,p.(139)- 143
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	書評
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000092-0139

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

書評：ターリ・シャロット　上原直子（訳）（2019）
事実はなぜ人の意見を変えられないのか

—説得力と影響力の科学

白揚社 ￥2,750　Kindle 版あり（Sharot, T.（2017）*The influential mind: What the brain reveals about our power to change*, New York: Henry Holt & Co.）

高　塚　大　宜*
Daiki Takatsuka

本書は，Tali Sharot が 2017 年に刊行した"*The influential mind*" という書籍の翻訳である。脳科学という枠組みから人への働きかけ（社会的影響）を捉えようとしている。人への働きかけとは，言い換えれば，影響力と説得力である。影響力とは人に影響を及ぼすことのできる能力であり，説得力はその一部と言える。世の中には影響力や説得力について述べている本が多く存在している。そのような本の中には，心理学的な知見を紹介するものであったり，場合によっては，個人的な経験に基づいてアドバイスを述べていたりするだけの本も見受けられる。しかしながら，本書はそれらの本とは一線を画している。というのも，本書で紹介されている内容には脳科学の知見が組み込まれているからである。その意味で，本書は読者に新たな側面を提供してくれている。

著者の Tali Sharot は，University College London の教授職にある認知神経科学者であり，同大学の Affective Brain Lab. の所長も務めている。それ以前は金融業界で数年間働き，イスラエル空軍で兵役を務めた経験もある。これまでに，意思決定，感情，影響の研究に関する論文を，*Nature, Science, Nature Neuroscience, Psychological Science* など多数の有力な学術誌に発表してきている（https://www.ucl.ac.uk/pals/research/experimental-psychology/person/dr-tali-sharot/　2021 年 7 月 12 日アクセス）。また，Tali Sharot は 2012 年に TED Speaker として「楽観主義バイアス (The optimism bias)」について分かりやすく講演している (https://www.ted.com/talks/tali_sharot_the_optimism_bias?language=ja)。楽観主義バイアスとは，良い出来事を経験する可能性を高く見積もり，悪い出来事を経験する可能性を低く見積もる傾向のことである。彼女について知りたい方は，導入としてこの TED Talk を視聴してみるのもよいだろう。

本書で前提とされていることは，「あなたという存在はあなたの脳が作り上げている」(p. 8) ということである。著者によると，心をよぎった考え，抱いた感情，下した決断など，それらは全て，脳内のニューロン (神経細胞) が発火することによって生み出されている。そうした観点に立ちながら脳科学を前提に様々な心理学的な事象について言及するといった内容になっている。

*　慶應義塾大学大学院社会学専攻・修士課程

本書の目的は，他人の考えや行動を変えようとするときに犯しがちな誤りと，それが成功した場合の要因を明らかにすることである。著者は 20 年にわたり，人間の行動について研究を重ねてきた。人々の脳内を覗き，身体反応を観察し，行動を記録してきたという。それによって明らかになったのは，多くの人が「こうすれば他人の考えや行動を変えることができる」と信じている方法が，実は間違っていたという事実である。そのため，著者は本書を通して影響や説得の間違った方法について教えてくれており，読者としては普段の自分の行動を省みるきっかけとなる。

著者の主張は「他人を変えようとする試みは，脳の働きを決定づける中心的要素と一致していなければ成功しない」（p. 250）ということである。それらの中心的要素とは，事前の信念，感情，インセンティブ，主体性，好奇心，心の状態，他人といった 7 つである。それぞれの要素が人々の気持ちにどのように影響を及ぼすのか，また，人々の気持ちをどのように阻害するのか，ということを全 9 章に渡って説明している。以下，各章を簡単に紹介する。

1 章「事実で人を説得できるか？ (事前の信念)」では，必ずしも事実を提示することが相手を説得することにはつながらないことを指摘している。本章で言う事前の信念とは，既に形成されて確信を持った考え，態度や先入観のことである。人は新しいデータを提供されるとき，自分の持つ既存の態度や先入観を裏付ける証拠なら即座に受け入れ，それに反する証拠には反発する。言い争いや議論になると，「私が正しくて，あなたが間違っている」ことを示す攻撃材料を相手に突きつけたくなるのが人の傾向である。しかし，一度定まってしまった相手の意見を変えるのは，たとえそれが間違いであるとしても，一筋縄ではいかないのである。そこで著者は，相手の事前の信念を否定せずに，相手と自分の共通の動機を強調することで相手を行動に促すことを指摘している。また，その際に，次章で述べる相手の感情に働きかけることも重要であるという。

2 章「ルナティックな計画を承認させるには？（感情）」では，感情について解説されている。感情は他者に伝染しやすい上に，（働きかけの）送り手と受け手の生理的な状態をも結びつけるという。そして，聞き手の感情をうまく誘発することが，アイデアを伝えたり見解を述べたりする際の助けになる。その背景には，相手が自分と同じくらい楽しい気持ちであったら，二人が同じ話を同じ捉え方で理解することが可能になるが，逆に，自分が楽しくて相手が悲しい状態であったら，二人が同じ話を同じように解釈するのは難しいという事実がある。なお，本章のタイトルにある「ルナティック（lunatic）な計画」というのは，「狂気じみた計画」という意味である。その一例として，J. F. Kennedy 大統領が演説した，人間を月に到達させるという，当時としては狂気じみた計画を紹介している。そして，Kennedy 大統領がアメリカ国民の感情に訴えて，その実行を支持するよう働きかけたということである。

3 章「快楽で動かし，恐怖で凍り付かせる（インセンティブ）」のインセンティブとは，報酬のことであり，その重要性が指摘されている。人は他者の行動を変えようとするとき，将来の危険を指摘することがある。ただ，これはうまくいかない場合がある。というのも，恐怖は，人を動かすよりも固まらせてしまうからである。そのため，人に何らかの行動を取ってほしいときは，即時の報酬を与えることを始め，相手にとってポジティブなものを与えるという戦略を取ることが重要であると著者は述べている。相手に報酬を期待させることで，相手の脳には「ゴー反応」，つまり行動促進反応が引き起こされるのである。そこには，報酬中枢である側坐核が関与していると考えられている。ただし，他者にある行動を取ってほしくないときには，報酬を約束するよりも，報いを受けるかもしれないと警告する方が有効であるとも述べている。

4章「権限を与えて人を動かす（主体性）」における主体性とはコントロール感のことである。他者の行動に影響を与えたいとき，指示を与えたり，場合によっては命令を与えたりすることがある。指示や命令とは，相手のコントロール感を減少させるものである。人はコントロール感が制限されていると感じたとき，不安になってやる気をなくし，抵抗しやすくなる。逆に，コントロール感を増大させると，人はより幸せで健康的になり，送り手の話を聞いてくれやすくなる。したがって，人に影響を及ぼすためには，相手をコントロールしたいという衝動を抑え，相手に選択肢を与えることが重要だと著者は述べている。たしかに，人から言われてやったことよりも，一部分であっても自分で決めることができる場合の方が満足感をもって実行した経験は評者にもある。

5章「相手が本当に知りたがっていること（好奇心）」の冒頭で，著者は飛行機離陸時の機内安全ビデオの例を挙げている。そして，自分の命を救う可能性があるビデオに，何人の乗客が注意を払っているだろうかと疑問を投げかけている。人は相手に伝えなければならない大事な話があるとき，相手もそれを知りたがっていると思いがちであるが，必ずしもそうではない。特に機内安全ビデオのように，万が一の飛行機事故の場合という気が滅入る内容だったら，多くの人がそれを避けようとするのも当然と言える。ということは，相手に話を聞いてもらうためには，相手の好奇心を刺激する，つまり，相手の知りたがっている情報になるよう再構成することが重要である。そこで，各飛行機会社は工夫を凝らし，軽快な音楽とダンスで機内安全情報を提示したり（ヴァージン・アメリカ航空，https://www.youtube.com/watch?v=YbvqiTTn2hs），歌舞伎調のもの（ANA, https://www.youtube.com/watch?v=T0Zkey8LMHU）を作成したりしている。また，相手の注意を引く別の方法としては，相手のもつ知識には不足部分があり，自分がそのギャップを満たすことができると指摘すること，あるいは，人はネガティブな情報よりもポジティブな情報を選好する傾向があるので，ポジティブな観点から情報を提示することを挙げられている。

6章「ストレスは判断にどんな影響を与えるか（心の状態）」において，著者は，ストレス下の心理状態に注目し，その対応の仕方について述べている。人は，ストレスや恐れを抱えていると，情報の受け取り方や決断の下し方に変化が生じ，リスクを冒すのが最良な場合でも，安全策を取るようになる。例えば，勝ち目のないスポーツチームは，一か八か試すべき場面でも無難なプレイをしがちである。著者によると，人はストレスにさらされると，扁桃体や前頭葉の影響を受け，ネガティブな情報に影響されやすく，極度に悲観的な見解が生まれ，結果として過度に保守的になってしまう。そうした場合は，ストレス状況を意識的に別な枠組みで捉え直し，チャレンジを試みることが必要なようである。

7章「赤ちゃんはスマホがお好き（他人その1）」では，社会的学習あるいは観察学習について解説されている。現代の赤ちゃんがなぜスマホが好きなのか，それは，両親がスマホをよく使っているのを身近に見ているから，というわけである。人間の脳は社会との関わりから知識を獲得するように設計されている。他者の行動を模倣し，吸収し，採用するという一連の作業を，私たちは意図せずに行うことが多い。そのため，過度の社会的学習に注意が必要である。人が他者の行動をまねるのは，自分が持ち合わせていない情報をその他者が持っていると思うからである。しかし，その他者の判断は，こちらの状況とは関係のない考えに基づいている可能性もある。よって，誰かの判断に追従する場合，それが自分には不適切かもしれないことを心にとめ，慎重になる必要がある。そして，もう一つ心にとめておくべきことがある。それは自分が他人に影響されるだけではないということである。他者もまたあなたの影響を受けているのである。

8 章「「みんなの意見」は本当にすごい？（他人その 2)」でも，他者から受ける影響について解説されている。冒頭では 1907 年にイギリスで行われた牛の重量を推測する事例が紹介され，800 人の推測の平均がほぼ実際の重さであったということである。こうした場合に重要なことは，各推測が独立して行われることであるが，人は相互にコミュニケーションを取りがちであり，実際に独立性を保つというのは難しい。そのために，人がもつ認知的バイアスが雪だるま式に積み重なっていくこともある。例えば，専門家の意見を重視した方がよい場合であっても，すべての人の意見を平等に扱った方がよいという平等バイアスが多くの人に影響を与え，判断に影響を及ぼすこともあるということである。

9 章「影響力の未来」では，改めて脳の重要性について解説されている。著者は，技術発展が加速し，環境が急速に変化した 500～600 年間で，あまり変わらない存在が一つあると指摘している。それが人間の脳である。進化は技術の発展よりもゆっくりと進み，文字が最初に出現して以来，脳の基本的な組織に著しい変化は見られないと著者は強調する。そして，人に影響を与えるには，脳に働きかけることが重要であると述べている。というのも，思考，感覚，記憶，人格，各身体器官などを制御しているのが脳だからである。したがって，全てを司る脳を変化させれば，その制御下にあるものにも変化が生じるだろうということである。

そして，次世代における影響の与え方を示唆している。それは脳同士をつなぐというものである。ある人の脳に別の人の脳から電気信号を送信するという実験から，脳同士を直接つなぐことによって態度や信念を変化させる可能性がある。近い将来，他者の脳の電気信号が，自分の脳に送信され，自分の思考や行動が変化するということが起きるかもしれない。そのような期待と，ある意味では恐怖を読者に与えてくれる章である。

本書は，社会的影響や説得といった目に見えないことに対して，可視化が可能な脳科学を使用することによって補完していると言える。それこそ，この本自体の影響力や説得力を向上させているといっても差し支えないだろう。ある意味，本書で述べているアドバイスを著者自身が読者に対して実践している。

ただ，本書で述べられていることも万能ではないと考えられる。例えば，インセンティブに関する 3 章において，報酬を与えることが重要であるとされていた。ここを読んだ読者は，「では報酬を与えよう」と思うかもしれない。しかし，いったん立ち止まって考えてみてほしい。一口に報酬といっても，どのような報酬を，どれくらいの量で，どれくらいの頻度で与えれば良いのかについては，その使用者が自分で判断しなければならない。しかも，人に働きかける状況によってそれらを変えていく必要がある。報酬の与えすぎは，相手が報酬に注意を向けるようになってしまう可能性もあるし，何度も報酬を提示されるうちに馴化が起きる可能性もある。このような点については本書では議論されていない。今後，さらに明らかにしていく点はまだ残されているということである。

また，人間の脳として，全ての人の脳を一括りにして良いのかという疑問も湧いてくる。たしかに歴史的に見たら脳は変化していないかもしれない。しかし，全ての人の脳を全く同じものとして捉えることはできないだろう。例えば，野球を好む人もいればサッカーを好む人もいるし，スポーツではなく音楽や読書を好む人もいる。また，脳の部位は親の特性を遺伝的に引き継いでいるだろうし，育った環境によっても強化される部位は変化するだろう。つまり，脳は人それぞれ異なるのである。そのことを考慮すると，いくら脳に働きかけると言っても，相手によって働きかける方法を変えることも考えていく必要があろう。

本書のタイトルである「事実はなぜ人の意見を変えられないのか」という問いに対する解答は，基本的に第1章の内容に相当するものである。そのため，必ずしも翻訳書のタイトルと全章の内容がかみ合っているとはいえない点は指摘しておきたい。前述のように，本書はタイトルの内容を含めた全9章で構成されているため，購入後にタイトルの内容と異なると感じる読者が現れるかもしれない。

とはいえ，上述したとおり，影響力と説得力に脳科学の知見を取り入れ，様々な実験や例を用いて分かりやすく説明している。社会的影響に関する考察を深めたい方，すでに持っている影響力や説得力の知見を脳科学的な観点から捉え直したい方など，読みやすい翻訳になっており，幅広い年代の方々におすすめできる書籍である。