

社会的影響手段を用いる人への社会的評価・人間関係の影響に関する研究

—上下関係・顧客に注目して—

日野勝太

サブスクの無料体験や化粧品の試供品など、無料で商品やサービスを体験できることがある。いきなり購入・契約をするのにはハードルが高いと感じている人でも、これらの体験をした後に体験した後に購入・契約を促されると、実際に購入・契約をしてしまったという人もいだろう。これはコミュニケーションの目的の1つである対人的影響によるものである。

対人的影響とは、他者に影響を与えることである。効果的な対人的影響として、連続的影響手段がある。連続的影響手段とは、受け手(影響を受ける側)の応諾を効果的に引き出すために、受け手に複数回働きかけることが事前に計画されている影響手段である。先行研究では、連続的影響手段を用いた人の他者評価は明かされていない。よって、本研究は連続的影響手段の他者評価を明らかにする。これまで扱われていなく、新たな知見となるだろう。また先行研究で、連続的影響手段が効果的であるという指摘はあるが、それらの研究は他者評価を考慮しておらず、効果的であるとは言えないため、他者評価を明らかにする必要がある。本研究の目的は、社会的影響手段を用いる人への社会的評価を調査した後に、その評価によって、人間関係にどのような影響が及ぼされるのかを考察することである。

本調査は大東文化大学社会学部社会学科の中嶋慎之助と共同で実施された。大学生113人に対し、質問紙に回答してもらった。8つの連続的影響手段(フット・イン・ザ・ドア法、ドア・イン・ザ・フェイス法・ロー・ボール法、ザッツ・ノット・オール法、情動的・規範的影響、不安—安堵法、攪乱法、告白効果)が用いられた、それぞれ1つずつ、計8つのシナリオを使用し、シナリオ上で登場する部下(店員)に自分をあてはめて、上司に対する評価について回答した。

結果は、善良・お人好し尺度(上司が善良でお人好しか)と社会的適切さ尺度(上司が社会的に適切か)で測定した。ポジティブな評価だったのが、攪乱法、告白効果、ザッツ・ノット・オール法、ドア・イン・ザ・フェイス法であり、ネガティブな評価だったのが、フット・イン・ザ・ドア法、情動的・規範的影響、不安—安堵法、ロー・ボール法であった。

本研究は先行研究で明かされていない、連続的影響手段の他者評価を明らかにしたことで、効果的な連続的影響手段を見つけ出すことができ、新たな知見となった。しかし本研究は上司と部下がテーマだったが、今回は対象者が大学生だった。そのためシナリオにあるような上司とのやりとりを経験したことがない。したがって社会人に調査することで、より現

実的な結果が得られるのではないだろうか。