

# 対人間説得にみる日本人のコミュニケーション

## Japanese Communicative Patterns as Seen in Interpersonal Persuasion

(1993年4月7日受理)

佐生武彦  
Takehiko Saiki

Key words: 対人間説得, 相談, 両立志向型コミュニケーション

### Abstract

The previous study revealed that Japanese and Americans do not differ much in their preferences for persuasive strategies. The study then stated as a logical conclusion that it would be unlikely that the two cultural groups should come into conflict because of their respective preferences for persuasive strategies when they attempt to persuade one another.

It was also revealed, however, that the two cultures differ considerably in the frequency of engaging in persuasive exchanges. While Americans embark on persuasion quite often in the course of day, Japanese do not and even appear to stay away from persuasive interaction whenever possible. This tendency among Japanese to avoid persuading others (and presumably being the object of persuasion) may become a source of serious misunderstanding between Japanese and Americans when they interact with each other.

This short paper will attempt to answer the question "Why do Japanese tend to avoid engaging in persuasion?," referring to communicative patterns dominant among many Japanese. The paper will also examine the process of "sodan" (consultation) communication, which would replace "settoku" (persuasion) as an agent of change in Japanese culture.

### はじめに

前稿では、説得方法の好みに関する日米の比較を行った。比較の結果、好んで用いられる方法、及び使用が避けられる傾向にある方法の両者において日米間には際立った相違が見られなかった。説得方法の好みに関する限り、むしろ一般的に普及している「日米逆さま論」に反して、日本人とアメリカ人は非常に似通っていることが分かった。この結果を踏まえて、説得方法の好みに現れる文化差からは日米間のコミュニケーションは何らぎくしゃくしたものにはならないであろうという結論に達した<sup>1)</sup>。

しかしながら、この楽観的な結論は、あくまでアンケート上での疑似体験として「他者を説得する」

場面がすでに想定された上でのものであり、アンケートに提示された状況で相手の説得を試みるか否かはいっさい問われていない。日米両国民は「同様の頻度で他者の説得を行わない」とする面接調査の結果を考慮すると、対人間説得における「日米類似説」はそう簡単には打ち立てられないのが実情である。説得方法の好みに共通点があるとしても、「他者の説得を試みるか否か」で日米が袂を分かつとすれば、両者のコミュニケーションに楽観論は許されないであろう。

本稿では、日本人に支配的なコミュニケーション型に触れながら、「日本人がなぜ他者の説得を避けようとするのか」を論考し、「説得」に代わって他者に変化を及ぼすプロセスとして、「相談」のメカニズムを検討する。

## 1-1 日本人はなぜ説得を避けるのか：面接調査の結果から

日本人の中間管理職を対象に筆者が行った面接調査では、過去数ヶ月内に上司及び部下の両者を相手に説得経験の「覚えがある」と答えた者は、15名中わずか2名であり、いずれか一方との経験は8名、残る5名に至っては全く覚えがない（思い出せない）、という結果が得られた。説得経験のこの欠如は、上司を相手にする場合に特に著しい。翻ってアメリカ人の場合は、15名全員が上司及び部下の両者との説得経験を報告している。前稿で見た学生を対象にした同様の面接調査の結果と合わせみると、「日本人は、一般的に他者の説得を行わない、或るいは避ける傾向にある」という結論もあながち無理なことではない。

上司を相手にした説得経験が著しく希薄な理由の一つとして、数人の管理職から非常に興味深い報告がなされている。つまり、彼等は「説得」という言葉を用いて上司とのやりとりを描写することに少なからず抵抗を感じるらしく、上司を説得行為の「適切」な対象として認識していないことが伺える。「本来、説得とは下位者に対して行われるもので、上位者に対して行われるものではない・・・」というある管理職の発言は、説得とpersuasionに存在する更なる概念上の相違として注目し得る<sup>2)</sup>。上司が説得の相手として「ふさわしくない」と考えられているとすれば、上司の説得を試みた経験に覚えがないという面接での調査結果も理解しやすいというものだ。

それでは、上司とのやりとりをより適切に描写するには如何なる言葉が用いられるのであろうか。面接に参加した多くの管理職は、「説得」に代わるものとして「相談」という言葉を用いることで一致している。なるほど、これら二つの言葉には極めて示唆に富んだ語感の違いが見られる。つまり、「説得」が相手との間に少なからず緊迫した「対決感」を醸しだし、時に現存するパワー・ステータスの違いにもかかわらず、説得者と被説得者が「対等」の関係になる様な「錯覚」を生み出しうる言葉であるのに対して、上位者とのやりとりを描写する際に用いられる「相談」という言葉には、相手との対決的モードは一切感じられず、むしろ相談を持ちかける側が相手からの助言や忠告等を受け入れる準備のあることさえ暗示しており、そこには常に上下の区別が存在する。「説得」と「相談」の両語に見られるこれらの相違から推測できることは、上位者との相互作用に際して、日本人は「相手の反対を押し切る」という説得の条件を満たす際に発生しうる「対決の状況」を、文字通り「反対しない」ことで避けているということだ。

相手が部下の場合でも、同じことが逆の立場から言えそうである。即ち、上司としての管理職が、部下の説得を試みたところで、部下からの反対が起こらないまま己の言い分が通ってしまえば、「説得」

を試みたという認識は本来できない話しであり、実際に説得は起こっていないと推測できる。

また、部下を「説得する必要がない」と答えた数名の管理職は、「指示や注意で事足りる」とも付け加えている。これらの発言に対しては、日本人が得意とする「就業後のつきあい」等を通して部下とのコミュニケーションが非常にコンテキストの高いものになっている為に、敢えて説得をして「分からせる必要がない」ことも部分的に妥当な説明であるかもしれない。つまり、部下への情報のインフォーマルな流れによって、カール・フリードリッヒが呼ぶところの「先取り行為による統治 (the rule of anticipated reactions)」が確立しており、実際に命令を下したり、さらには全く目的を告げることなしに、権力者の意図や望みを他者が遂行する<sup>3)</sup>、ことになるのであろう。一般に「際し」や「先取り」を美德とする日本人の心性が、この傾向をさらに強固にすることも十分に考えられる。

因みに、半数ほどの管理職が部下に対する説得は、むしろ「教育」と呼ぶ方が適切だと指摘している。部下を日常的に「教え、諭す」上司の姿に加え、批判的な態度を顕にすることもなく上司の言を聞き入れる部下の姿を想像することもさして難しくはない。

しかしながら、上で見たような上司と部下の「恵まれた」関係は、むしろ稀だと考えた方が妥当であり、日本人の間で説得が起こりにくい大きな理由は、やはり「衝突」或るいは「対決」を避けようとする日本人の指向性、さらにそれを可能にする日本人に支配的なコミュニケーション型に求められるべきであろう。

## 1-2 日本人はなぜ説得を避けるか：負けるが勝ち

遠山 (1988) は人をコミュニケーションに駆り立てる二つの主要動因として、ヘゲモニー型とインタレスト型をあげている<sup>4)</sup>。前者の動因が優勢な者は「勝ち負け」を基準に他者とのコミュニケーションに臨むのに対して、後者の場合は「損得」を尺度として対処するわけである。遠山が言う様に、西洋人がギリシャの時代より追求してきた修辞学こそが、この「勝つか負けるか」をその中核とする典型的なヘゲモニー型のコミュニケーションであるとすれば、ギリシャ・ローマからの修辞学の伝統を受け継ぐアメリカ人に支配的なコミュニケーション動因は、やはりヘゲモニー型のそれであろう (但し、あくまで量的な意味合いで「優勢な動因」ということであって、コミュニケーションのコンテキストによっては、インタレスト型が優勢になる場合もあることは指摘しておく必要がある)。したがって、多くのアメリカ人にとって、議論によって他者を「負かす」或るいは「説得する」という行為はヘゲモニー型の動因に支えられた、文化的に「正当」な行為であって、「相手の反対を押し切る」という日本人にしてみれば「一線を越える作業」ですら、勝ち負けを決めるための前提条件に過ぎない。さらに「勝負は時の運、やってみないと分からない」とする現実に対するアメリカ人のゲーム的指向性がこれに拍車を駆けることになる<sup>5)</sup>。アメリカ人の中で頻繁に説得が起こる所以である。

翻って日本人に顕著に見られるコミュニケーションはインタレスト型の動因に支えられている。議論で「負ける」ことによって、実利を「勝ち取る」コミュニケーションであるが、ここで言う実利とは、表面的ではあれ、良好な人間関係の存続をさす場合が多い、一頃、日本文化の特性の一つとして頻繁に引き合いにだされた「和の精神」も、多くの場合、このインタレスト型の動因に基づいた少なからず意識的な損得勘定の結果である。蛇足ながら、インタレスト型の動因が生み出す日本人の和とは、異質な音 (意見) が寄り合って新たな音 (意見) を創造するという音楽的な意味でのハーモニーではなく、他

者に同化することで得られるユニゾンである場合が多い。

一般にアメリカ人の様に自己と自己の意見を切り離して議論に臨むことが不得手な平均的日本人にとって、「議論に負ける」或るいは「説得される」とは、「相手の意見が己のそれより優れていたから」と簡単に済まされるような問題ではなく、「全人格的に敗れた」という心理的に極めて不健全な「被征服感」を生み出すのに十分なことなのである。日本人はこのことを熟知しており、「議論に勝つ」ことは勿論のこと、「勝負に出る」という行為ですら、時に相手（特に上位者）との対人関係においては「損になる」ことも承知している。勿論、ここでの「勝負に出る」とは、説得の前提条件である「相手の反対を押し切る」という行為を指すことは言うまでもない。

すでに明らかな様に、「日本人はなぜ他者を説得しないか、或るいは避けようとするのか」という問いに対する答えは、そうする方が相手との対人関係上「得策」だと多くの日本人が考えるからであって、インタレスト型の動因に基づいた「正当」な理由であると言える。加えて、説得という行為は、そもそもヘゲモニー型の動因と深く関わる、遠山が呼ぶところの片立志向型のコミュニケーションであって、他者との表面上での同化（或るいは分立による共存）を可能にする両立志向型のコミュニケーションを多用する日本人にあっては、元来、説得とは疎遠な関係にあると言える。

対決感を醸し出す「説得」という言葉を上位者との相互作用を表現する際に使用しない傾向はすでに指摘したが、日本人は実際の対立的なコミュニケーション行為を避けるだけに留まらず、言葉そのものの使用を差し控えることから「対立」を断ち切ろうとしている様に筆者には思われる。この辺り、日本人の言霊思想を垣間見るようで非常に興味深い。

## 2-1 「説得」としての「相談」

ところで、他者の考えや行動を変える為のコミュニケーション手段である説得に疎遠な日本人は、如何にして他者に、ひいては社会や文化に変化を及ぼすのであろうか。換言すれば、「対立」を極力排除しようとするインタレスト型の動因に支えられた両立志向型のコミュニケーションは、「対立」を前提条件とする「説得」に代わる方法として、果たして如何なる手段を提示するのであろうか。

説得に代わるコミュニケーション・プロセスの一つとして、筆者は日本人管理職との面接調査で得た「相談」を考えている。既に見たように、相談という行為は、説得に見られるような「対決感」とは無縁である。それでいて相談のコミュニケーションを以下のように図式化することが可能であるとすれば、さらに連続するいくつかの相談プロセスを一つの観察単位と見ることが許されるのであれば、相談が驚くほど説得のプロセスに似ていることが分かる。

図1は、前々稿で検討した定義を基に、説得のプロセスを図式化したものであるが<sup>6)</sup>、図中にあるAによる「継続」が説得を説得たらしめる行為であること、さらに相手の「反対を押し切る」というこの行為（resistanceに対するcounter-resistance）が被説得者にとっては時間的に認知可能なところで起こる為に、「衝突」或るいは「対決」的ムードが半ば必然的に発生することはすでに明らかである。

翻って図2に見られる個々の相談プロセスにあっては、単発的に異論を挟むことがあるとしても、AはBの反対を押し切って説き伏せる様なことはない。したがって、B自身には己が「説得行為の対象になっている」とする認識がないままに個々の相談が終わる。ここで留意すべきは、AとBのやりとりが一回目の相談ですべて終了してしまえば、これは単なる相談としか呼び得ないということ。しかしなが

ら、同じ課題に関してBに対するAの相談が継続される限り、二回目以降のAの「開始」行為は、実のところ、説得における「継続 (counter-resistance)」行為以外の何物でもないはずである。ところが個々の相談プロセスの間に挟み込まれる「時間」によって「反対を押し切る」行為として知覚されるに至らない。

以上のことから、継続する一連の相談を、一つの大きなプロセスと捉えた場合、本質的には説得と同じプロセスであると考えられることは可能である。両立志向型のコミュニケーションが支配的な日本社会にあっては、時間を犠牲にすることで「対決感」の発生を食い止めるという巧妙なメカニズムを持つ「相談」は、変化を生み出す為の一つの重要な方法であると言えそうだ。

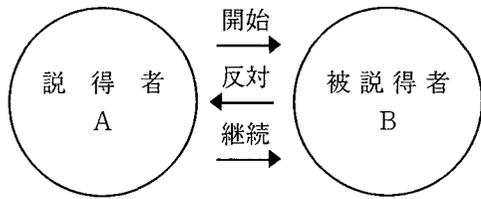


図1 説得のプロセス

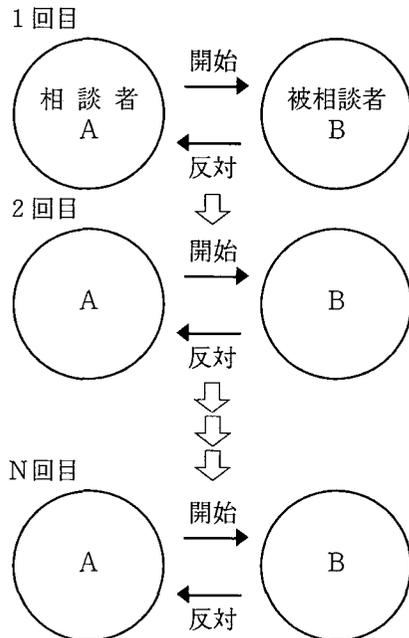


図2 一連の相談プロセス

## 2-2 両立志向型「相談」と「寄り合い」コミュニケーション

上で見た「相談」のプロセスと類似するコミュニケーション型が幕藩体制下での日本の農村社会に存在したと言われる。「寄り合い」と呼ばれる集落における意思決定のメカニズムである。中野 (1982) は、「寄り合い」の手順を以下の様に説明している。

・・・構成員は、順に、自らの立場・利害を前提にして、自らの気持・考え・見解を吐露するが、ある立場の発言 (者) とそれに対立する立場の発言 (者) の間で、討論・論争はいつさい行われぬ。全員の発言がすむと、その日の「寄り合い」は終了する。何日かたつて、また「寄り合い」が招集され、同じように、各構成員が発言する。対立はいくばくか減少している。こうして何回かの「寄り合い」を重ねるうちに、利害対決が克服され、妥協点が明らかになり、一致点に到達する。討論も投票もなしに、ある意思決定が実現してしまう<sup>7)</sup>。

「相談」との関連で筆者が特に注目する箇所は、反対の意見が参加者の間で戦わされることもなく個々の「寄り合い」が終わり、次の「寄り合い」が時間を置いて招集されるという事実である。時間を犠牲にしての対立回避が制度化した一例だと言える。幕藩体制下の「寄り合い」コミュニケーションは、形こそその原型を留めてはいないが、「相談」のプロセスの中に確実に継承されているように思われる。

また、「寄り合い」は、あくまで外的なモノローグの場に過ぎず、次の「寄り合い」までの間に、他者の発言内容との内的なダイアログが参加者の頭の中で行われる<sup>8)</sup>、と中野は指摘している。上の引用にある「対立はいくばくか減少している」とする変化も、実はこの内的ダイアログの結果である。中野のこの観察は、日本人の説得観を考える上で参考になる。

つまり、個人内での疑似的ダイアログの結果、仮に他者の意見に屈服したとしても、相手の眼前で説き伏せられた際の前述したような「被征服感」を抱く必要のないことは、日本人にとって重要なことである。そればかりか、内的ダイアログであれば、他者の意見を参考にしながら、己の意見を修正することも、あるいは破棄することさえも、あくまで己自身で到達した結論だと思い込むことも可能である。

「議論に負ける」ことで「全人格な敗北」を感じてしまう傾向にある多くの日本人には、勝者と敗者がはっきりと色分けされる西洋流の説得は好まれない。日本人の間で「うまい説得」と呼ばれるものがあるとすれば、それは内的ダイアログを通して相手自身による「自己説得」を可能にするように、情報を提示・配置することではなかろうか。仏教の考えに「開示悟入」なるものがあるが、筆者の説得観に引き付けて解釈すれば、説得者の領分は「開き、示す」ことであって、「悟り、入る」という「変化」の行為は相手自身の自己説得の成果であり、あくまで両者のジョイント・ベンチャーということになる。蛇足ではあるが、付け加えておきたい。

## おわりに

以上、「日本人はなぜ説得を避けるのか」という問いに答える格好で、ほんの一側面ではあるが、日本人のコミュニケーションを考察してきた。比較の対象として扱ったアメリカ人に限らず、異文化との相互理解を深める重要な方法の一つは、日本人自身のコミュニケーションを明確に説明することである、と考えての小さな試みであった。

今後、研究者の間で、「日本人のコミュニケーション」を解明する作業が益々その重要性を帯びてくるとも思われる。この作業にあたっては、本文中でも少し触れた「日本人は和の精神を尊ぶから、云々」といった、ともすれば他に対して己が文化的に優れていることを暗に示唆するような説明は極力避ける必要があろう。ヘゲモニー型、及びインタレスト型のコミュニケーション動因、さらにそれから派生する両立志向型及び片立志向型のコミュニケーションというような、遠山が提示した通文化的により普遍的な概念、つまりよりエティックな領域からの説明が要求されることを指摘して本稿を締めくくりたい。

## Notes & References

- 1) 佐生武彦「日米に於ける対人間説得：説得方法に関する比較研究」、中国短期大学紀要、第23号、1992年。

- 2) 佐生武彦「日米に於ける対人間説得：その概念と方法」, 国際文化論集, 創刊号, 1990年, 桃山学院大学総合研究所。
- 3) Wrong, Dennis. *Power: It's From, Bases and Uses*. New York: Harper Colophon Books, 1979.
- 4) 遠山淳「文化の生成過程：その2－情報淘汰とコミュニケーション型－」, 社会学論集, 第22巻, 第1号, 1988年, 桃山学院大学。
- 5) 遠山淳「日本のコミュニケーション型の国際性」, 英語教育, 56, 12号, 1981年, 大修館書店。
- 6) 佐生, 前掲書。なお, 筆者の説得の定義は「・・・言語的, 或るいは非言語的な手段によって, 他者の考えや行動を, 反対を押し切って変えようとする相互作用のプロセス・・・」となる。
- 7) 中野収「日本型組織におけるコミュニケーションと意思決定」, 浜口恵俊・公文俊平編『日本の集団主義：その真価を問う』, 1982年, 有斐閣選書。
- 8) 中野収, 前掲書。