
はじめに

このテキストは、ビジネスシーンでの“人の動かし方”をご紹介しますものです。テキストは2分冊で大きく2部構成となっており、第1部では人を動かすための基本理論、第2部では実践的なテクニックについて取り上げます。

「人を動かす」というテーマに関しては、これまでにたくさんの方が書かれてきました。営業マン、経営者、セミナー講師、結婚式の司会者、テレビのアナウンサーなど、“話し方のプロ”を自称する人たちが、多くのことを語っています。

ところが、そういうテキストに書かれている内容は、著者の「経験」だけに基づくものが多く、きちんとした研究から導きだされた法則やテクニックではありません。そのため、どれくらい信用できるのか、どれくらいの効果をあげられるのかが心もとない、という問題がありました。

このテキストでは、“説得学”と呼ばれる学問に基づいて、科学的な研究から明らかにされた知識だけを紹介していきます。どうすれば人の心が動くのか、どうすれば自分の言うことを聞いてもらえるのか、という人を動かすための基本メカニズムと、実践的な技術の両方を balan

スよく学ぶことができるでしょう。

「説得学に基づいた人の動かし方を学ぶ」などという、何やら敷居が高くて、専門的なお話を想像されるかもしれませんが、難しいお話をするつもりは毛頭ありませんし、統計学や数学の知識も必要としません。できるだけ平易に、“人の動かし方”を学べるように心がけました。

私たちが、日常生活を送る上で、人を動かすための知識や技術は欠かすことができません。わかりやすいプレゼン（商品説明）をするのも、上司に納得してもらえるような報告をするのも、部下のやる気を出させるのも、いずれも人を動かすということです。同僚に仕事を手伝ってもらうように頼むのも、後輩をお酒に飲もうと誘うのも、やはり相手を動かす行為なのです。

どんな職種で、どんな仕事をしている人にも役に立つ知識。それが説得学の知識であり、本テキストで解説する人の動かし方の技術なのです。このテキストには無駄なことはひとつもありません。どうか最後までよろしくお付き合いください。

内藤 諄人

HOW TO INFLUENCE PEOPLE

序

はじめに 3

第1章

人の動かし方の基本ルールを学ぶ 7

Subject 1

“人を動かす”とはどういうことか ...8

“人を動かす”とは
“人の動かし方”を学ぶメリット
“人を動かす”2つのアプローチ
さまざまな行動で“人を動かしている”

Subject 3

説得学によるアプローチと“人を動かす”基本要因 ...16

「説得学」とは何か？
“人を動かす”レベル
“人を動かす”の成否をわけもの
“人を動かす”の促進要因と抵抗要因

Subject 2

“人の動かし方”を身につけるには ...12

なにを学べばよいのか
どうやって仕事に活用するか
“人を動かす人”になるための学習プロセス
おさえておくべき点

Subject 4

人を動かす働きかけの基本20

“働きかけの強度”について知ろう
メッセージに含まれる論拠の数
メッセージの詳細さ（長さ）
メッセージの記憶のしやすさ

第2章

人を動かすさまざまな要因と実践 25

Subject 1

<報酬>で人を動かす26

人は“報酬”によって動く
「報酬なんていらぬい…」はウン
お礼や感謝の言葉も“報酬”となる
あえて“じらす”ことで報酬の魅力を高める

Subject 3

<権威>で人を動かす34

権威への服従
権威を感じさせる“肩書き”を手に入れる
権威を感じさせる服装
どっしりとした落ち着きを感じさせる

Subject 2

<恐怖>で人を動かす30

恐怖を与える
プライドの高い人に恐怖による働きかけは有効
恐怖による働きかけに長期効果はない
恐怖が強すぎると、逆効果になることもある

Subject 4

<“快”の気持ち>で人を動かす38

ユーモアを感じさせる
説明上手と思われるコツ
ユーモアにはユーモアが返ってくる
面白いイラストを載せてみよう

人の動かしか方

第1巻



心のしくみを知って“動かす力”を強化する …… 43

Subject 1 ムードが相手の“動こう”を促進する…44

相手の“ムード”を観察する
 天気によってもムードは変わる
 季節によってもムードが変わる
 気持ちの良い香り

Subject 2 会い続けることでチャンスが強化される…48

相手に何回も合おう
 「嫌われた」と思ったときほど足繁く通う
 顔を見せず「飽きられる」ことなどない
 相手を動かすチャンスを増やす

Subject 3 明確なイメージが意欲を掻き立てる…52

人は、「イメージできる」ものに弱い
 「自分の体験談」を語る
 “比喩”を使う
 抽象的ではなく、具体的に話す

Subject 4 “動かさない”という動かしか方 ……56

人は“天の邪鬼な心理”を持っている
 「逆指示」による働きかけ
 頼みたいことを、あえて頼まない
 あえて結論を明示しない



“人を動かす人”の法則 …… 61

Subject 1 “人を動かす人”は好意を示す ……62

「好き」こそ人を動かす上手なれ
 相手の不満は鏡に映ったあなた自身
 「ラ」の力が人を動かす
 「楽しい気分」が相手を動かす下地になる

Subject 2 “人を動かす人”は笑顔を見せる ……66

笑顔には笑顔が返ってくる
 発言の終わりに「イ」をつける
 大きな笑い声が心を動かす
 「つくられた笑い」を使いこなす

Subject 3 “人を動かす人”は素直にホメる ……70

「ホメる」を真剣に考える
 遠慮に対してホメ言葉を重ねていく
 ホメ言葉は質より量で攻める
 ホメ上手はメールも一味違う

Subject 4 “人を動かす人”は自分を動かす ……74

人間関係がこじれたら“すぐに”話しあう
 他人を変えるのではなく、自分を変える
 「重大な事件」より「細かい出来事」に目を向ける
 “ものすごく嫌なやつ”に変貌しないために

Subject 5 “人を動かす人”は人に好かれる ……78

だれからも好かれる人間になろう
 相手との“接点”を作る
 自分から相手に好意を持とう
 相手の「名前」をきちんと呼ぶ

第1章

人の動かし方の基本ルールを学ぶ



本章の内容

“人を動かす”とはどういうことか
“人の動かし方”を身につけるには
説得学によるアプローチと“人を動かす”基本要因
人を動かす働きかけの基本

Subject

1

“人を動かす”とはどういうことか

“人を動かす”とは、どのような行動であり、どのような結果を求めるものなのかを解説します。ひとりで“人を動かす”といっても、働きかけの方法や対象はひとつではありません。これらの種別やメリットをしっかりとおさえ、“人を動かす”ことのアウトラインを描いておくことで、以降に学習する知識や技術を的確に使えるようになります。

1. “人を動かす”とは

“人を動かす”と聞いて、あなたはどのようなことを思い浮かべるでしょうか。事情を説明して話したとおりに行動してもらい、カリスマ的な演説によって大衆の心を動かす、模範となるような振る舞いをして周囲にも影響を与える……など、たくさんのシーンが思い浮かぶでしょう。

これらのなかに「これが正解」というものがあるわけではなく、どれもが“人を動かす”という行為を表すものです。相手に対してなんらかの働きかけをおこない、そのうえで、意図したとおりに相手が行動すれば“人を動かした”ことになります。また、自分から直接的に相手に働きかけなくても、自分の影響を受けて相手になんらかの変化が生まれれば、これも“人を動かした”ことになるのです。

このように幅広い意味をもつ“人を動かす”なので、仕事のなかでもさまざまな場面で“人を動かす”機会が訪れます。また、これまでの仕事を思い返せば、自分も“人を動かしている”と気がつくでしょう。

たとえば、上司が部下に指示をして業務に取り組ませるのは、わかりやすい例です。遅刻の常習犯を叱りつけて、普段より30分早く出社さ

せるのも“人を動かす”行為のひとつです。一方、部下が上司に頼みごとをしたり、取引先に営業提案をとおしたり、自分の考えに対して周囲からの支持を得ることも、“人を動かす”に含まれます。

つまり、人間関係のなかで“相手の行動を変える／変わる”ような行為や振る舞いが、“人を動かす”ということなのです。これは、管理者や上司といった立場上で人の上に立つ方だけではなく、他人と関わりながら仕事を進めるすべての人がおこなっていることです。

ですので、“人を動かす”ための技術である“人の動かし方”は、誰にとっても、どのような場面でも必要なものとなります。普段の他人との関わりの中で、“人の動かし方”のちょっとした技術を利用すれば、それだけで仕事がスムーズに進むようになるのです。また、“人の動かし方”を踏まえて他人とコミュニケーションをとるようにすれば、相手により印象を持たせることもできるでしょう。

これから学習をはじめるとしたら、まずは“人の動かし方”は幅広い行動を示すものであり、さまざまな場面で活用できるものであると理解しておきましょう。

仕事にとっての メリット	自分にとっての メリット
成果アップ 効率的な進行 協力の獲得 クレーム回避 など	思い通りの仕事 気持ちいい環境 不満の改善 人間関係の改善 など

注目

“人の動かし方”は、仕事だけでなく、自分自身にとってもメリットをもたらします。

2. “人の動かし方”を学ぶメリット

“人の動かし方”を身につけることのメリットについて、もう少し考えてみましょう。

仕事のなかで相手を思ったとおりに動かせるようになれば、それだけ仕事の成果がアップします。部下への指示がスムーズに伝われば、効率的に求める結果が出せるでしょう。取引先の担当者に提案を納得させられれば、それは売上につながります。ほかにも、企画アイデアをおしたり、他部署からの協力を得たり、クレームを回避するなど、多くの場面で仕事がうまくまわり、成果となって表れます。このように成果がアップすることで、あなたの仕事が評価されるのです。

また、相手を思い通りに動かせたなら、自分が思ったとおりに仕事ができるということになります。たとえ評価にはつながらなくても、自分が気持ちのいい環境で仕事を進められることは大切です。普段から不満に思っていることを上司に納得してもらって改善したり、わがままな同僚や取引先にわずらわされることなく、スムーズに仕事を進めることもできます。このように環境や他人を変えられるようになれば、大きなストレスを受けずに仕事に取り組めるようになり、仕事の質にも、自分の身体や心にも、

よい影響が出てきます。

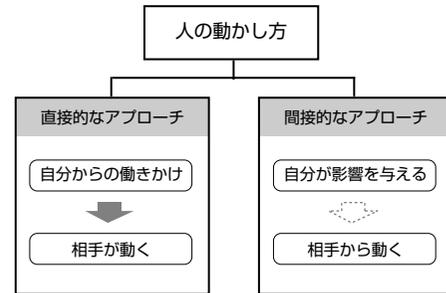
以前とは仕事の進め方も変わり、業務のなかでやりとりをする相手も、これまでより多岐に渡るようになってきました。普段どおりにコミュニケーションをとろうとしても、うまく進まないことも出てきています。

そうした状況のなかでは、自分から相手に意見をおし、調整しなければならない場面が増えてくるでしょう。相手や立場に合わせて活用できる“人の動かし方”は、この悩みを解決するものであり、仕事のさまざまな場面でメリットを与えてくれます。

さらに“人の動かし方”は、仕事だけではなく、人生にもよい影響をもたらすものです。

仕事から離れても、あるいは、仕事から離れたほうが、大切な人間関係はあるものです。プライベートでは、友人、恋人、家族など、普段から何人もの相手とコミュニケーションをとり、同時に、人付き合いの難しさも感じていることでしょう。こうしたプライベートでの人間関係をスムーズにするためにも“人の動かし方”は活用できるのです。

HOW TO INFLUENCE PEOPLE



注目

相手に直接働きかけたり、影響を与えたりすることで、人は動いてくれます。

3. “人を動かす” 2つのアプローチ

これまでに述べたように、“人を動かす”とは、「相手に頼んで動いてもらう」といった単純なやりとりだけではなく、より多くの行動や影響を含めるものです。では、「人を動かすためにはどうしたらよいか」と考えるなら、どのような方法があるのでしょうか。

“人の動かし方”は、相手に影響を与えるプロセスによって「直接的なアプローチ」と「間接的なアプローチ」の2つに分類することができます。対象の相手に直接的に働きかけて動かすのが「直接的なアプローチ」、一方、直接的に働きかけなくても、自分の振る舞いに影響を受けて相手が自発的に動いてくれるのが「間接的なアプローチ」です。状況や相手によってどちらが有効となるかは変わりますので、これらはどちらも理解しておきましょう。

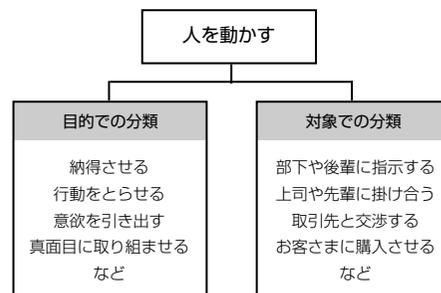
「直接的なアプローチ」を成功させるためには、人間の心理や影響されやすい要因を知ることが大切です。こうした基礎知識をもとに、相手の心理状態を探り、有効な働きかけをしていきます。絶対にうまくいくという方法はありませんので、相手を動かすための手数をたくさん持っておき、状況に応じて使い分けることがポイントとなります。

また、相手が一人であれ複数であれ、顔を合わせて働きかけるアプローチであるため、相手により印象を持たれていることも成功の鍵となります。これは、「間接的なアプローチ」のポイントとも重なりますが、どんなにうまく働きかけたところで、相手が好意を持っていていなければ、なかなか素直に動いてはくれません。

つぎに「間接的なアプローチ」ですが、こちらの場合は、“人を動かす人（人が動いてくれる人）”であることがポイントです。たとえば、直接的にメッセージを伝えなくても、こちらの行動や考えを察して相手から動いてくれるように、普段から関係作りをしておきます。究極をいうなら「この人のために動きたい」と思わせられるような人物となることです。

難しいことのように思えますが、要は「相手に好かれる人」「相手によい影響を与える人」であればいいのです。自分が好意を寄せていたり、自分に利益をもたらすのであれば、その相手のために動きたいと思います。

本テキストでは2つのアプローチの区別は明確にしていますが、どちらも同じ程度に大切なものだと考えて、どのような相手にも効果が出る“人の動かし方”を身につけましょう。



注目

“人を動かす”ということには、目的や対象によってさまざまな行動が含まれます。

4. さまざまな行動で“人を動かしている”

第1項目でも述べましたが、私たちはさまざまな場面や行動で“人を動かして”います。ただ、“人を動かす”というのは抽象的な表現でもあるため、みなさんのなかには、まだ狭い範囲での行動や影響とだけしか結び付けられていないかもしれません。

“人の動かし方”を学び、実際に活用するためには、その対象となる行動をイメージし、意図的に技術を使っていく必要があります。そこで、どのような行動や影響が“人を動かす”ことにあたるのか、より具体的な例を出して理解を深めていきましょう。

“人を動かす”とってはじめにイメージできるのは、交渉や説明などとおして納得させ、相手に行動してもらうことです。そのためには、相手にとってのメリットを示したり、その行動が必要だということを論理的に説明して理解させます。恐怖感をあおったり、権威を示して無理強いするのも“人を動かす”ためのひとつの方法です。たとえ相手が納得していなかったとしても、自分が働きかけることによって、結果的に相手の行動を促しているのだから“人を動かした”ということになります。

これは、交渉ごとや指示だけではなく、物事

の提案や依頼、商品の販売といった場面にも現われる行動です。

また、人の感情を変えたり、普段の振る舞いを正させることも“人を動かす”ことのひとつです。部下の意欲を引き出したり、仕事への苦手意識を取り払わせたり。あるいは、自分勝手であったり不真面目である性格を、(少なくとも)仕事に向かうときだけは協調性を持って真面目に取り組ませるようにする。直接的に業務に関わることではないにしろ、これらも仕事を進めるうえで必要となる“人を動かす”です。

ほかにも、対象を変えれば、他部署の人間や取引先の担当者、消費者や一般の人々など、仕事をうまく進めるために動かすべき対象はさまざまです。そうした相手に対して「こうあってほしいな」と思うことがあれば、それを実現するための働きかけが“人を動かす”ということになるのです。

本テキストで解説している知識や技術は、多くの相手や場面に応用して使えるものですので、自分が動かすべき対象や目的にはどのようなものがあるかを考えて、最大の効果を得られるようにしましょう。

Subject

2

“人の動かし方”を身につけるには

前項で述べたように、“人を動かす”といっても、その意味する範囲はさまざまです。そのため、“人の動かし方”の学習では、多くの方向から知識や技術を学んでいくこととなります。本項では、本教材ではどのようにして“人の動かし方”を学んでいくのかという、学習のプロセスを、テキストの構成に沿って説明します。

1. なにを学ばばよいのか

“人の動かし方”は、複数の要素が合わさって形作られるものなので、学習のうえでもいくつかの観点から学ばなければいけません。

まずは知識です。“人を動かす”とはどのようなことか、“人が動く”とはどのような状態なのかを理解します。こうした基本がなければ、目的が曖昧なのでアプローチもうまくいかないでしょう。

また、人を動かす要因にはどのような種類があるのかといったことや、人間心理の働き方、人間心理に影響を与える事柄を理解しておくことで、“人の動かし方”の基礎となる考え方を身につけられます。

つぎに、相手を動かすためのテクニック（技術）を覚えます。基礎知識をベースとして、実際の仕事の場面でどのようにアプローチをすればよいのか、特定の相手や特定の状況では、どのように働きかければ相手が動いてくれるのか、これを習得します。

実際の仕事のシーンをイメージして、「このテクニックはこういう場面で使えるな」と考えながら内容を理解していくと、いざ実践となったときにスムーズに行動できます。第2巻では、対象に分けて“人を動かす”テクニックを解説

しているのです。イメージしやすいかと思います。

最後に、“人を動かす人”、“人が動いてくれる人”となるために、普段からどのように振る舞い、どのように他人と付き合えばよいかを学びます。

第1章でも触れましたが、相手を動かすためには、相手の心理を理解したり適切なテクニックを使うのと同じくらい、相手との人間関係を良好にしておくことが重要となります。また、こちらから頼まなくても相手から動いてくれるようにするには、普段から「この人のために動きたい」と思わせるような行動をとらなければいけません。これは、知識とテクニックの両方の要素を含んだものですが、“人を動かす”ためには大切な考え方として覚えておきましょう。

以上、大きく分けると知識とテクニック、振る舞いの3つの要素となります。これらはどれも不可欠であり、また関係し合っているものなので、「人間心理だけわかればいい」、「この場面でテクニックだけ知っておこう」などと部分的に覚えようとするのではなく、全体をとおして理解してください。



注目

知識やテクニックを、自分の仕事に落とし込むことで実用的なスキルとなります。

2. どうやって仕事に活用するか

どんなに知識やテクニックを学習しても、それを実際の仕事の場面で活かせなければ意味はありません。テキストでは基本的な概念や知識だけではなく、相手や状況を想定したアプローチの方法も解説していますが、それを覚えたからといって学習を終わりにしては、それほど大きな成果は見込めないでしょう。

ひと口に“人の動かし方”といいますが、「人」も「動かす」も、それが意味する内容はさまざまです。そのため、テキストの内容を理解すると同時に、これを実践に活用するためのイメージを持っておかなければいけません。

そのためにも、ひとつの項目を学習するごとに、少し時間を置いて「自分の仕事に当てはめたらどのように活用できるか」と考えることをお勧めします。このプロセスをとおして、はじめて仕事に活用できるスキルになると考えましょう。

ただし、知識やテクニックは、相手や状況に合わせて自分で応用して使うのが一番ですが、はじめのうちは、どのように使えばよいかわからないものだとも思います。ですので、まずはテキストで解説されているとおりに実践しながら、学んだ内容が実際にどのように効果を表す

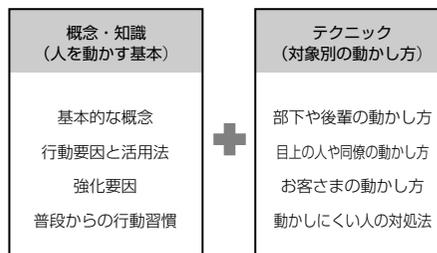
のかを確かめていくのもよいでしょう。

実践の効果は、相手や状況によっても変わってきます。みなさんが「動かしたい」と思う相手だと知識やテクニックはどのように作用するのか、これを押さえることがなによりも大切です。こうして得た経験をもとに、自分でアレンジした活用法を作り出してください。

“人の動かし方”を普段の仕事のなかから意識し、また、いろいろな場面で活用していくようになれば、考えなくても、自然とそうした行動をとれるようになれる。また、自分の働きかけで相手が動いてくれるようになれば、“人を動かす”ことに対する自信が生まれ、みなさんの振る舞いも変わるので、これも相手に与える印象をより良いものとするでしょう。

いくら優れた知識があっても、いくら素晴らしいことを考えていても、それは他人からは見えないのです。見えないのなら、他人がみなさんへの対応を変えることもありません。せっかく“人の動かし方”を学習するので、から、“人を動かす”ことをゴールとして、学習と活用をバランスよくおこないましょ。

HOW TO INFLUENCE PEOPLE



注目

本テキストでは、2冊で上記のような内容を学習していきます。

3. “人を動かす人” になるための学習プロセス

本テキストでは、つぎのようなプロセスで“人の動かし方”を学習していきます。

1. “人を動かす” とはなにか

“人の動かし方”はどのようなスキルであり、どのような場面で活用できるのかといった、基本的な概念を理解します。

また、直接的にアプローチをする際の、働きかけの力を強くする要素を解説しますので、これは多くのアプローチの場面で基本となることだと覚えておいてください。

2. 人を動かす要因と活用法

人の心が動かされやすい（その結果として、行動に移りやすい）要因を、とくに力が強いものから4つ取り上げて解説します。

相手によって“効きやすい”要因は違いますので、まずはすべての要因を覚えておいて、相手の性格から判断したり、順に試してみながら確かめるとよいでしょう。

3. 働きかけの力を高める強化要因

働きかけによる“動かす力”を強化するためのさまざまな要因を解説します。基本の働きか

けなどと組み合わせて使うことで、相手の心情が動きやすくなります。

4. “人を動かす人” の行動習慣

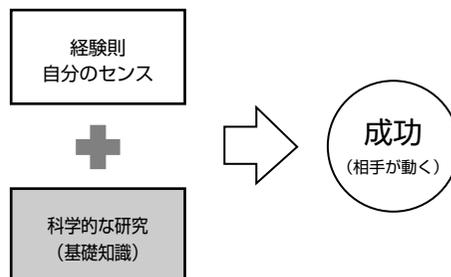
直接的なアプローチとは別に、“人を動かす人”は普段からどのように行動しているのかを解説します。5つの法則を習慣付けることで、いざというときに相手が動いてくれるようになります。

5. 対象ごとの実践テクニック

具体的な対象を想定した実践テクニックです。応用次第では、別の対象にも効果を発揮するものなので、すべての項目を理解しておいてください。

実践活用のためのイメージをつけるために、それぞれの章のまとめとして「ブリッジング・シート」を掲載しています。

頭のなかの考えを実践に落とし込むためのヒントですので、各章の終わりには、必ず取り組んでください。



注目

科学的な研究を基礎としているため、経験則もより効果的に発揮されます。

4. おさえしておくべき点

数あるビジネススキルとは違い、“人を動かす”という行為は、他人と関わる仕事をしている以上、だれもが普段からおこなっていることです。そのため、つい経験則だけで「こういうときにはこうすればいい」、「こう言えば、相手はきっと動くはずだ」などと考えてしまいがちですが、これはとても危険なことです。

経験に基づいたアプローチを続けていると、どうしても客観的な判断が薄れてきます。たとえうまくいかなかった場合にも、「相手がおかしいだけだ」、「今回は例外だった」とその原因まで分析しようとしないので、いつまで経ってもスキルの幅が広がっていきません。

また、“人の動かし方”を他人から教わったとしても、それが経験に基づくものであるのなら、ほかの人が同じように使って効果が出るとは限りません。教えてくれた人がうまくやれていたとしても、その人自身の魅力であったり、無意識の行動が、相手を動かす力を強化しているということもあるからです。

このように、経験則だけによるアプローチは危険が伴うものなので、だれかを動かそうと思う場合には、あくまで確かな基礎知識に基づいて、行動に落とし込んでいくようにしてくださ

い。人の行動における傾向と心理を理解したうえで、みなさんの経験と照らし合わせながら、使いやすいようにアレンジしていくのがもっとも効果的でしょう。

こうした事情も踏まえて、以降の学習では科学的な研究から明らかにされた事実を基礎として、“人を動かす”ための知識やテクニックを解説していきます。

本テキストで基礎とする説得学という学問については、次項で簡単に解説していますので、こちらも理解しておいてください。



Subject

3

説得学によるアプローチと“人を動かす”基本要因

本教材では、実践の場面で効果的であり、また、多くの場面に応用できる知識や技術を学習するために、＜説得学＞という学問の研究結果を基盤として説明を進めていきます。本項では、“人の動かし方”を研究する＜説得学＞について説明したうえで、人が動く場合における基本的な要因を解説します。

1. 「説得学」とは何か？

“人を動かす”ということを直接的に研究対象とするのは、「説得学」という学問です。これからみなさんにお話する理論と実践的なテクニックの多くは説得学と呼ばれる分野で明らかにされた科学的な研究に基づいた知識と、それに基づいた技術です。

このテキストでは、ビジネス場面での話が中心になりますが、もともとの説得学は、他の学問とも関連しあっているきわめて学際的な研究領域です。たとえば、政治家やリーダーが、大衆を「動かす」ためにおこなう演説や宣伝を研究するのは、政治学です。演説とか、宣伝というのは、まさに人の心を動かす方法ですから、説得に他なりません。ですので、説得学は、政治学とも関連しています。

また、弁護士が被告人をかばうための弁論の技術、あるいは検事がおこなう誘導質問の技術などを研究するのは法律学ですが、それもやはり説得の技術ですから、当然、説得学の研究領域に入ってきます。

学校の先生が、生徒のやる気を高めるのはどうでしょうか。それを研究するのは、一般に教育学です。しかしこれもやはり説得学のカテゴリーに入ってくるのです。生徒を「動かす」と

いうことは、説得にほかならないからです。

説得学は、他にも、広告学、経営学、心理学、医学などの分野と密接に関係しています。説得学の研究の裾野は、今でも広がり続けていて、正直なところ、どれくらい広がっているのか説得学の研究者でもよく把握できないほどになっています。

このテキストでは、“説得学”という用語を使っていますが、大学の講座などでは、“説得コミュニケーション学”や“社会的影響論”、あるいは“対人影響論”などと呼ばれることもあります。学術的に一番多く使われる用語は、“社会的影響論”という言葉かもしれません。ただ、あまり呼び名に気にする必要はありません。

ともかく、“人の心を動かす”ということを真面目に勉強しているのが“説得学”という学問なのだ、ということを理解していただければよいかと思います。