

透明性錯覚におけるメッセージ内容と見積もりフレームの相互作用

阿部慶賀
Keiga Abe

岐阜聖徳学園大学
Gifu Shotoku Gakuen University
keiga.abe@gmail.com

1. 研究の背景

私たちは他者とコミュニケーションを取るとき、自分の意図が他者に知られる、伝わる見込みを過大に見積もる傾向を示す場合があります、この現象は「透明性錯覚」(Gilovich, et al, 1998)と呼ばれる。日常的な場面での例を挙げるならば、悪事を働いた者が他者に目撃されているように感じたり、メールや手紙での情報発信時に、著者が期待するほど読者が意図を読み取ってくれないと感じるのも、透明性錯覚によるところが大きい。

この透明性錯覚の効果を左右する要因としては、受け手と伝え手の間に共有された情報基盤があること(武田・沼崎, 2009)や、緊張感や顔のこわばりなどの主観的体験の強さ(遠藤, 2007; 鎌田, 2007)が挙げられる。これらの先行研究は伝え手や受け手の特性に着眼している。一方、メッセージの内容や伝達の文脈といった要因に着眼した検討例としては、発話での情報伝達より文字での情報伝達の方が透明性錯覚が生じやすいとするKruger & Epley(2005)、Eメールでの情報伝達において褒め言葉よりも皮肉で起こりやすいことを示した岡本・佐々木(2007)などが挙げられる。

本研究はこれらの先行研究を踏まえ、見積もり時のフレームについて検討を行う。先行研究では伝達的手段(メディア)の違いや内容の違いを扱っているが、情報を伝えようとして発信しているのか、情報がバレないように発信しているのかという情報発信の目的に触れたものは少ない。同じ情報発信の場面でも、ストレートに好意や感謝を伝えたい場面もあれば、気恥ずかしさから伝わらないことを期待して情報発信する場面もある。また、口喧嘩のように相手に直接悪意、敵意をぶつけたい場面もあれば、陰口のように相手には気づかれずに憂さ晴らしとして情報発信したい場面もある。気持ちを伝えたい場合には相手に情報が伝わる見込みを見積もることになるが、相手に察知されないことを期待する場合は、情報がバレない見込みを見積もることになる。この点に関しては、「アジアの病気」問題に代表されるフレーミング効果(Tversky & Kahneman, 1981)の研究にあるよ

うに、同じ問題構造でありながら、文脈や表記のみを変えるだけで判断が変わってしまうことも知られている。以上から、判断の文脈の違いが透明性錯覚にも影響を及ぼす可能性がある。そこで本研究では、メッセージ内容と情報発信の目的の枠組みが透明性錯覚の強さに与える影響を検討した。具体的にはメッセージ内容について、受け手にとって好ましいもの(褒め言葉)と好ましくないもの(貶し言葉)の2種類を設定し、伝え手がそのメッセージを伝えようとする文脈に置かれているのか、隠す文脈なのかによって透明性錯覚の程度に違いが生じるかどうかを心理学実験によって検討した。

仮説としては、以下の4つの仮説を挙げる。まず、他者に悪意が読み取られないように警戒することには、脅威を作りにくくするという点で適応的であると考えられるため、「貶し言葉の漏洩」の見込みは同じ漏洩の見積もりでも「褒め言葉の漏洩」より高く見積もられると予想した(仮説1)。一方、他者に好意が伝わることは、協力者が見つかるという点で適応的であると考えられ、伝え手にとっても受け手にとっても望ましいことであるため、「褒め言葉の伝達」の見込みは同じ伝達の見積もりでも「貶し言葉の伝達」より期待されやすく、高く見積もられると予想した(仮説2)。

また、情報発信の目的の枠組みに着眼して見た場合、同じ貶し言葉でもそれを伝えようとするより、隠そうとする方が敵対するものを増やしにくく、「漏洩する見込み」に過敏になっている方が適応的なため、より高く見積もられると予想した(仮説3)。褒め言葉の場合では、隠し通すことを期待するより、伝わることを期待する方がその後の他者との協力関係を作る上で有用であることから、「伝わる見込み」の方がより高く見積もられると予想した(仮説4)。

2. 実験

2.1 方法

実験協力者： 仮説および透明性錯覚についての事前知識を持たない大学生32人(男性10人、女性

22人、平均年齢18.7歳）が参加し、うち教示に反した1名を分析から除外した。

課題： 実験では発声を禁じた状況下での伝言課題を行った。具体的には伝え手が表1のメッセージを口元の動きだけで表現し、受け手がそれを見て当てるという課題であった。メッセージは褒め言葉と貶し言葉のそれぞれについて5種類を用意した。いずれも母音と文字数が同じであるため、口の動きだけで当てるのは難しく、単純計算上での的中率は20%となる。これらのメッセージの中から、ランダムに選ばれた1つを伝えるよう伝え手に教示した。伝え手が伝達する際は、マジックミラーによって仕切られた2部屋を用意し、一方の部屋に伝え手1人が待機し、もう一方の部屋に受け手の大学生30人が待機した。マジックミラーで仕切られているため、伝え手からは受け手の反応は確認できず、受け手から一方的に伝え手の様子が見えるようになっていた。ただし、受け手が別室に存在することを確信させるために、実験前に受け手たちが実験室へ入室する様子を見届けさせた。伝言課題を行う時、伝え手には、貶し言葉（褒め言葉）を漏洩させない（伝える）という状況を想定しつつ、自然な速さと表情で発信するよう教示した。

なお、メッセージが褒め言葉、貶し言葉として受け取られるか確かめるために、51名の調査協力者による事前調査を行い、メッセージの好ましさを0（貶されていると思う）から10（褒められていると思う）の11件法で評定させた。各メッセージの評定値の平均値と、基準となる5点からの差についてt検定を行ったところ、褒め言葉はいずれも有意に5点より高く、貶し言葉は有意に低い結果となった（表1参照）。

受け手は伝え手が5種類のメッセージのどれを選んだのかを伝え手の口の動きから推測した。その際、伝え手は自分の選択したメッセージを相手に的中される見込みを、受け手は的中する見込みを0から100までの101件法で見積もらせた。その際、教示を伝達フレームと漏洩フレームの2パターンで提示した。前者では伝え手に「選んだメッセージが伝わった見込み」を、受け手には「相手のメッセージが読み取れた見込み」を回答するよう教示した。後者では伝え手には「選んだメッセージがばれた見込み」、受け手には「相手のメッセージを見破った見込み」を回答するよう教示した。

2.2 手続き：

課題の説明の後、伝言課題を行った。伝言課題では、メッセージタイプ（褒め・貶し）と見積もりのフレーム（伝達・漏洩）の4回を行い、それぞれの回で伝え手と受け手の役割を交代し、全員が伝え手と受け手の両方の役割を経験した。課題の順番はランダム化した。

3. 結果

送り手の的中見込み（図1内、黒地の棒グラフ）では伝達フレーム下の褒め言葉と漏洩フレーム下の貶し言葉が特に過大評価されていた。見積もりフレームとメッセージタイプの二要因分散分析の結果、交互作用が有意となった($F(1, 30) = 15.14, p < .001$)。単純主効果検定の結果、同じ伝達フレーム下でも褒め言葉は貶し言葉より有意に高く見積もり($t(30) = 2.193, p < .05$)、同じ漏洩フレーム下でも貶し言葉は褒め言葉より有意に高く見積もる結果となった($t(30) = 3.550, p < .01$)。一方、メッセージタイプ別でのフレームによる違いを比較したところ、同じ貶し言葉でも伝達フレームと漏洩フレームの間に有意な差は見られなかった($t(30) = 1.133, p = .266, n.s.$)。また、同じ褒め言葉でも伝達フレームと漏洩フレームの間に有意な差は見られなかった($t(30) = 1.360, p = .184, n.s.$)。なお、受け手（図1内、白地の棒グラフ）についてはメッセージタイプの主効果 ($F(1, 30) = 0.019, p = .891, n.s.$)、見積もりフレームの主効果 ($F(1, 30) = 0.331, p = .570, n.s.$)、交互作用ともに有意差は見られなかった($F(1, 30) = 1.471, p = .235, n.s.$)。

透明性錯覚が生じたことの確認として、実際の受け手の的中率（図1内、斜線網掛けの棒グラフ）を基準として伝え手の的中率の見積もりとの差異についてt検定を行ったところ、貶し言葉を伝達する条件下では有意差は見られなかった($t(30) = 0.826, p = .415$)。褒め言葉の伝達($t(30) = 7.140, p = < .001$)、貶し言葉の漏洩($t(30) = 5.566, p < .001$)、褒め言葉の漏洩($t(30) = 2.059, p < .05$)では実的中率より有意に高く的中率を見積もる結果となり、透明性錯覚が生じたものと考えられる。また、同様に受け手の的中率の見積もりについてもt検定を行ったところ、いずれの条件下でも有意に実的中率より高く的中率を見積もっていた（貶し言葉伝達： $t(30) = 2.305, p < .05$ 、褒め言葉伝達： $t(30) = 7.107, p = .001$ 、貶し言葉漏洩： $t(30) = 4.234, p < .001$ 、褒め言葉漏洩： $t(30) = 3.292, p = .01$)。このことから、受け手側に透明性錯覚が生じていたことが確認された。

表1 伝言課題で用いたメッセージと事前調査での好ましき評価

メッセージ	好ましき
あなたはあたまが いいね	7.941($t(50) = 10.866, p < .001$)
あなたはかがやかしいね	8.196($t(50) = 10.980, p < .001$)
あなたはなかなかいいね	7.588($t(50) = 11.448, p < .001$)
あなたははなばなしいね	7.691($t(50) = 13.431, p < .001$)
あなたはわかわかしいね	7.627($t(50) = 10.492, p < .001$)
あなたはかなりうざいな	1.843($t(50) = 21.545, p < .001$)
あなたはからみづらいな	2.196($t(50) = 13.259, p < .001$)
あなたはたまにくさいな	1.588($t(50) = 23.811, p < .001$)
あなたはまさにふかいだ	1.275($t(50) = 44.150, p < .001$)
あなたはやはりくらいな	2.118($t(50) = 17.238, p < .001$)

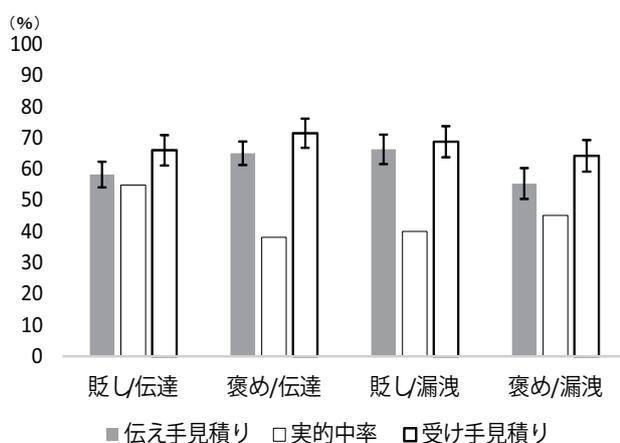


図1 伝達課題でのメッセージ的中率見積り平均値と実的中率（エラーバーは標準誤差）

4. 考察

実験の結果、善意・好意は伝わるという楽観さの一方、悪意はばれやすいものとして見積もるといふ悲観さの両面が見られた。好意の伝達を過大評価するのは、褒め言葉は受け手にとっても他者との協調機会の前兆ともとれる情報であるため、受け入れられる見込みが高くなると期待したためであろう。一方、悪意の漏洩を過度に恐れるのは、敵対する他者を増やすことを避け、敵視する相手にその敵意を気づかれないようにするという意味でもリスクの低い適応的な態度が表れたものと考えられる。これらは本研究の仮説1・2を支持する結果であった。一方、本研究の仮説3・4として挙げた、同じメッセージ内容での伝達フレームの違いについては支持的な結果は得られなかった。

特に貶し言葉の伝達という条件下では透明性錯覚も生じていなかったが、これについては、実的中率が他の条件に比べて高かったことや、参加者にとって貶し言葉を伝達しようとするという状況

自体が、褒め言葉を伝えたり、貶し言葉を隠したりする状況に比べて馴染みがないものであることなどが原因として挙げられる。強いて挙げれば強い敵意を抱く相手に嫌味を言う場面などがあるが、今回の実験状況では伝え手・受け手が相互に親しみを抱きやすい大学生同士を集めたため、このことが実的中率の向上と実験状況の不自然さの両方に影響したと思われる。

これらの結果に対して受け手の側では、情報受信の見積もりに主効果・交互作用は見られず、文脈や内容の違いによる影響は表れなかった。その一方、伝え手側と異なり、どの条件下においても実的中率より高き中率を見積もっていた。この結果は、情報を伝達したいのか、隠したいのかという文脈の違いは伝え手側にとっての問題であり、受け手側の問題ではないことが影響したと考えられる。情報の受け手は、悪意も好意も気づきやすく敏感になることで敵や協力者を見落としにくくなる。そういった意味で適応的な意義がある。よって、いずれの条件においても見積もりの過大評価が行われたのであろう。

本研究ではメッセージの内容について褒め言葉と貶し言葉に分けて比較を行ったが、日常場面でのメッセージのやりとりでは、こうした明確な褒めや貶しだけでなく、どちらにも取られうる曖昧なメッセージも多く、むしろそうしたメッセージが他者からの誤解やネット炎上に代表されるトラブルの原因になりうる。今後はこうした曖昧なメッセージを用いた場合での再検討も行う必要がある。

参考文献

- [1] Kruger, J. & Nicholas Epley (2005). Egocentrism over E-mail: Can we communicate as well as we think?, *Journal of Personality and Social Psychology*, **89**(6), 925-936.

- [2] 遠藤由美 (2007). 自己紹介場面での緊張と透明性錯覚. 『実験社会心理学研究』, **46**, 53-62
- [3] Gilovich, T., Savitsky, K., & Medvec, V. H. (1998). The illusion of transparency: Biased assessments of other's ability to read one's emotional states. *Journal of Personality and Social Psychology*, **75**, 332-346.
- [4] 鎌田晶子 (2007). 透明性の錯覚:日本人における錯覚の生起と係留の効果. 『実験社会心理学研究』, **46**, 78-89.
- [5] 岡本真一郎・佐々木美加 (2007). Eメールと透明性の錯覚:皮肉の伝達における言語・非言語情報の役割. 『社会言語科学会第19回大会発表論文集』, 22-25.
- [6] 武田美亜・沼崎 誠 (2009). 共通基盤知覚がさまざまな内的経験の透明性の錯覚に及ぼす影響. 『対人社会心理学研究』, **9**, 55-62.
- [7] Tversky, A. & Kahneman, D.(1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, **211**, 453-458.
- [8] Wason, P.C. Reasoning. In B.Foss(Ed.), *New horizons in psychology*. London, Penguin, 1966