



Title	共通基盤の想定が透明性の錯覚に及ぼす効果
Author(s)	武田, 実亜; 沼崎, 誠
Citation	対人社会心理学研究. 2007, 7, p. 11-19
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/4929">https://doi.org/10.18910/4929</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

## 共通基盤の想定が透明性の錯覚に及ぼす効果<sup>1)</sup>

武田美亜(東京都立大学大学院人文科学研究科)

沼崎 誠(首都大学東京都市教養学部)

共通基盤として想定される情報の量が、行為者と観察者それぞれに見られる透明性の錯覚に及ぼす効果を検討した。面識のない男女参加者で同性のペアを組み、行為者には 12 種類の材料について自分の好みを選択させ、その選択が観察者にいくつ当てられるかを推測させた。観察者には行為者の選択した好みのものを予想させ、自分が行為者の好みをいくつ当てることができているかを推測させた。共通基盤として想定される情報の量は、お互いについて共有させる情報量を変えることと、男性になじみのある材料と女性になじみのある材料を用いることによる 2 通りで操作した。その結果、好みを尋ねた材料による違いが見られ、男女とも、自分の性別になじみのある材料では透明性の錯覚が生じ、なじみのない材料では錯覚が生じなかった。共有させた情報量による透明性の錯覚量の違いは見られなかった。最後に対人コミュニケーションとの関連について考察した。

キーワード: 透明性の錯覚、共通基盤、行為者、観察者、2 者関係

### 問題

他者とコミュニケーションを行うとき、われわれは意識するとしなやかにかかわらず、様々な情報を発信し、受信し、そして解釈している。たとえば言葉で何らかのメッセージを伝える場合、その言葉に含まれる意味だけでなく、表情や声のトーン、メッセージを伝えている場面のまわりの状況などによっても、そのメッセージを伝えることによって受け手に受け取られるものは異なる(e.g., Krauss & Chiu, 1998; Mehrabian, 1981)。逆にそのことを利用して、あからさまに言葉にはせずにあるメッセージを伝え、ある人にはそれが伝わらないようにしながら別の人に特定のメッセージを伝えることもある(e.g., Clark & Schaefer, 1987; Fleming, 1994)。

日常のやりとりにおいては、自分が意図した通りのメッセージが相手に伝わっているかどうかを厳密に確かめるということはほとんどなされないため、多少なりとも自分の意図と相手の解釈に食い違いがあると考えられる。ただし、これはメッセージの曖昧さだけに由来するわけではなく、人が自己中心的な社会的判断をしてしまいやすいことも原因の 1 つである(e.g., Dunning & Hayes, 1996; Epley, Keysar, Van Boven, & Gilovich, 2004; Gilovich & Savitsky, 1999; Keysar, Barr, & Horton, 1998)。

自己中心的な社会的判断の 1 つとして、透明性の錯覚と呼ばれる現象がある。これは、まるで自分の外面が透明になってしまったかのように、思考や感情など、外からは見えないはずの自分の内的経験が他者に見抜かれる程度を過大に見積る傾向のことである(Gilovich, Savitsky, & Medvec, 1998)。Gilovich *et al.*(1998, Study 1, Study 2)は参加者にウソをつかせたり、まずい飲み物を飲ませたりし、その際、そのウソやまずい飲み

物を飲んだときの不快感という内的経験を観察者に見抜かれぬようにするよう教示した。その後、複数いる観察者のうち何人に自分の内的経験を見抜かれるかを推測させた。その結果、実際に参加者の内的経験を見抜いた観察者の人数よりも、参加者が自分の内的経験を見抜かれていると推測した人数の方が多かった。

これらの実験のように内的経験を観察者から隠そうとする場合に限らず、内的経験を積極的に伝えようとする場合や(MacIntosh & Savitsky, 2003; 武田・宇賀神・内田・松田, 2006)、特にどちらとも教示をしない場合でも(Vorauer & Ross, 1999)、様々な状況で透明性の錯覚が生じることが示されている。また、複数の観察者のうち何人に見抜かれたかを問うのではなく、1 対 1 の 2 者関係の中で、1 人の特定の観察者に内的経験をどの程度見抜かれたかを推測させた実験においても、透明性の錯覚が生じることが示されている(Kruger, Epley, Parker, & Ng, 2005; Vorauer & Cameron, 2002; Vorauer & Sakamoto, 2006)。

こうした透明性の錯覚の生じるプロセスとして、他者の視点取りの失敗という説明がされている(e.g., Gilovich *et al.*, 1998; Vorauer, 2001)。特に Gilovich とその共同研究者は、ウソをついたり不快感を抱いたりしている自分の内的経験が顕著であり、それを基準点として他者からどう見えているかを推測してしまうために、他者からは自分の内的経験がそれほど顕著ではないことを勘案できず、錯覚が生じると述べている(Gilovich *et al.*, 1998; Van Boven, Gilovich, & Medvec, 2003)。Vorauer とその共同研究者も、内的経験ではなく自己知識という概念を用いているものの、自己知識が顕著になってアクセシビリティが高まるために、その知識を基準にして他者の視点を取ろうとしてしまうという、Gilovich らとほぼ同じ説明をし

ている(Vorauer, 2001; Vorauer & Ross, 1999)。

上記のようなプロセスを想定した上で、自分の視点から他者の視点への調節を不十分にし、透明性の錯覚量を大きくする要因として、自己意識の高さ(Gilovich *et al.*, 1998; Vorauer & Ross, 1999)、内的経験の強さ(遠藤, 2005; 鎌田, 2005)、認知負荷(Epley *et al.*, 2004)などが挙げられている。これらの要因は、何らかの内的経験をしている、いわば行為者である個人内部の要因であるが、行為者の内的経験を見抜こうとしているのが誰であるか、すなわち行為者とその相互作用相手である観察者との関係によっても、透明性の錯覚量が異なることが考えられる。近年、行為者と観察者の関係が親密である場合とそうでない場合を比較した研究が行われており、2者が親密な関係である場合の方が親密でない場合よりも透明性の錯覚量が大きくなることが示されている(e.g., 工藤, 印刷中; 武田・沼崎, 印刷中; Vorauer & Cameron, 2002)。

親密な関係である場合の方が透明性の錯覚量が大きくなる理由として、武田ら(2006)は少なくとも3つの要因が考えられるとしている。1つは相手や関係に対する信念および期待、2つめは表象の重なり、3つめは共通基盤の過大な想定である。相手や関係に対する信念および期待とは、親密な関係であればお互いのことはよくわかりあえているはず、などのように、相手や相手との関係を理想化し、相手との関係に対して満足感を持てるようにするような信念および期待である。このような信念や期待を持つと、相手には自分のことがわかると推測しやすくなり、結果として透明性の錯覚量が大きくなると考えられる。表象の重なりとは、他者と親密になると相手の表象と自己の表象が重なって一体感が増し(e.g., Aron, Mashek, McLaughlin-Volpe, Wright, Lewandowski, & Aron, 2005)、相手の視点と自分の視点をあまり区別しなくなるというものである。一体感を抱くような他者から自分がどう見えているかを考える際には視点の調節をあまり行わなくなり、結果として透明性の錯覚量が大きくなると考えられる。共通基盤の過大な想定とは、自分の内的経験が相手に伝わる手がかりとなり得る情報の量や重要度を、相手が想定しているよりも多く、重要であると想定してしまうことである。こうすることによって、実際にはそうでないにも関わらず、相手が手がかりを持っており、かつ使えると推測してしまうと、結果として透明性の錯覚量が大きくなると考えられる。

これらの要因は排他的なものではなく、それぞれが効果を持っていると考えられるが、本研究ではこれら3つの説明のうち、共通基盤の過大な想定による影響を実証的に検討する。

共通基盤(common ground)とは、基本的には、あるや

りとりが成立するために2者が共有している知識や信念、想定の大體のことである(Clark, 1996; Clark & Carlson, 1981)<sup>2)</sup>。人は他者とやりとりをする際、相手が何を知らず何を知っているか、ということはある程度考慮に入れてメッセージを整形する(Clark & Murphy, 1982; Fussell & Krauss, 1989a, b)。たとえばある話題について、専門家には専門用語を使って話すであろうし、同じ内容であっても門外漢に対しては一般的なことばに言い替えるであろう。このとき、相手がこの専門用語を知っているはずであるとか、この話の前提であることについては知らないようだなど、相手との共通基盤を推測していると考えられる。共通基盤は最初から固定的に存在するものではなく、相互作用していく中で蓄積されたり、修正されたりしていくものである(Clark, 1996)。

親密な他者は、これまで一緒に活動したりいろいろな話をしたりしてきたことで、2者をとりまくさまざまな情報を共有しているが、それらの全てが共通基盤として機能するとは限らない。しかし、共有情報のうち共通基盤となりうるものとならないものの区別は明確ではなく、またやりとりの中で固定されているものでもない。そのため、多くの情報を共有している場合には、実際よりも多くの情報が共通基盤として機能するという過大な想定をしやすくなると考えられる(Van Boven, Kruger, Savitsky, & Gilovich, 2000)。

### 観察者の透明性の錯覚

ここまで述べてきた透明性の錯覚の主体は行為者であったが、2者で相互作用をしている際、観察者の側も行為者の透明性の錯覚に対応するような認知的バイアスを起こしている。具体的には、自分は相手の内的経験を見抜いていると過大に見積る傾向、いわば観察者の透明性の錯覚が見られる(鎌田・堀・伊藤・吉野, 1999; 武田・沼崎, 印刷中)。行為者の透明性の錯覚と同様、親密でない関係よりも親密な関係において観察者の透明性の錯覚量が大きくなることは、パーソナリティやメッセージに込めた意図などの内的経験を材料とした研究で示されている(Swann & Gill, 1997; 武田・沼崎, 印刷中)。この理由として、相手についてたくさん知っていることや親密な関係を築いてきたことに対する自信や、知っている情報を統合して一貫した印象を形成しようとする動機的要因のほか、多くの情報を共有しているために共通基盤を過大に想定してしまうという要因も考えられるが、これについては実証的な検討が行われていない。

### 本研究の目的と仮説

以上より、本研究では行為者の透明性の錯覚と観察者の透明性の錯覚それぞれの錯覚量が、想定された共通基盤の大きさによって異なるかどうかを検討する。本研究では好みという内的経験を用い、行為者には様々な材料

について選択肢の中から好みのものを選択させ、観察者には行為者がどれを選択したかを予想させ、両者に対して、観察者が行為者の選択した好みを正しく予想できるかどうかを推測させる。つまり本実験では選択者が行為者にあたり、予想者が観察者にあたる。想定される共通基盤の大きさは、直接操作するのではなく、次の2通りの方法で間接的に操作する。まず1つには、面識のない2者を実験参加者として、実験の中でお互いについて共有させる情報の量を変える。このとき共有させる情報は、実際には共通基盤として機能しづらいが、実験参加者にとって直観的には共通基盤として機能するように思えるようなものを用いる。実際に共通基盤として機能しづらいものであっても、多くの情報を共有させる場合の方が、想定される共通基盤は大きくなるであろう。もう1つの操作として、好みを尋ねる材料として、なじみの深さが性別によって異なるものを用いる。同性であることなど、同じコミュニティの成員であることは共通基盤が想定できる証拠とされるため(Clark & Carlson, 1981)、自分と相手が所属する性別になじみのある材料に関しては、より大きな共通基盤が想定されるであろう。

以上2通りの操作に関して、以下の仮説を立てた。

仮説 1. 選択者の透明性の錯覚量は、共有条件の方が非共有条件よりも大きいであろう。

仮説 2. 予想者の透明性の錯覚量は、共有条件の方が非共有条件よりも大きいであろう。

仮説 3. 選択者の透明性の錯覚量は、自分の性別になじみの材料で見た場合の方が、なじみのない材料で見た場合よりも大きいであろう。具体的には、男性ペアにおいては男性的材料で見た場合の透明性の錯覚量の方が、女性的材料で見た場合の透明性の錯覚量よりも大きいであろう。女性ペアにおいては、女性材料で見た場合の透明性の錯覚量の方が、男性的材料で見た場合の透明性の錯覚量よりも大きいであろう。

仮説 4. 予想者の透明性の錯覚量は、なじみのある材料で見た場合の方が、なじみのない材料で見た場合よりも大きいであろう。具体的には、男性ペアにおいては男性的材料で見た場合の透明性の錯覚量の方が、女性的材料で見た場合の透明性の錯覚量よりも大きいであろう。女性ペアにおいては、女性材料で見た場合の透明性の錯覚量の方が、男性的材料で見た場合の透明性の錯覚量よりも大きいであろう。

## 方法

### 実験参加者

東京都内の公立大学で一般教養科目「心理学」を受講する学生144人(男性75人、女性69人)が、単位取得要件の一部として実験に参加した。1回の実験には互いに

見知らぬ3人から28人が同時に参加した。

### 材料

共有情報量を操作するため、第1質問紙を用意した。ここでは性別、所属学部と、12種類のものの好みを尋ね(観るスポーツ、自分でするスポーツ、買い物をする場所、海外旅行で行きたい場所、音楽、映画、雑誌、男性タレント、女性タレント、やってみたい仕事、花、動物)、その回答を共有情報とした。それぞれのものについて6つの選択肢を用意し、これらは全て文字で提示した。

仮説の検討に用いる変数の測定のために、選択者用と予想者用それぞれの第2質問紙を用意した。こちらでは第1質問紙で用いたものとは異なる12種類の材料を用い、これらの好みを選択者の内的経験とした。これら12種類の材料は、予想者が選択者の好みを予想する際に、選択者による第1質問紙の回答を手がかりとして考えても当たるようにはならないと思われるもので、男性になじみのある材料、女性になじみのある材料、どちらにも同程度になじみのある材料を4種類ずつ用意した<sup>3)</sup>(男性的材料:クルマ、バイク、ネクタイ、ペンダント、女性的材料:サンダル、ピアス、バッグ、タンクトップ、中立的材料:リストウォッチ、スニーカー、蚊遣り、デスクチェア)。選択肢は大きさや背景にあまり違いがないようにした写真で6つずつ用意し、1ページに1種類の材料の6つの選択肢全ての写真を載せた冊子の形で提示した。

### 手続き

実験室はつい立てで選択者用と予想者用の2つの部屋に仕切り、異なる部屋にいる参加者の姿は見えないようにしておいた。参加者は2つのうちどちらかの部屋に案内された。このとき、同性の選択者-予想者ペアが作れるよう、2つの小部屋に同性が同人数ずつ入るようになり分けられた。友人同士など、同時にやってきた参加者はなるべく同じ小部屋に振りわけられるようにした。<sup>4)</sup>同性どうしでペアを組ませることや、どちらの役割となるかは、この時点では参加者には告げなかった。

実験について簡単な説明と実験参加承諾書の取得を行ってから、最初に参加者全員に対して第1質問紙を実施した。

回答終了後、第1質問紙の回答をペアどうしで交換させ、共有情報量の操作を行った。第1質問紙は表紙に所属学部と性別を書く欄、2枚目に12種類の材料の好みを回答する欄を載せていた。共有条件では第1質問紙をそのまま交換させ、12種類の材料の好みと所属学部と性別すべての情報を共有させた。非共有条件では、表紙と2枚目を切り離し、表紙だけを交換させて、性別と所属学部情報のみを共有させた。

次に、それぞれの役割に対応した第2質問紙と選択肢の写真の写真を載せた冊子を配付し、回答させた。

選択者には 12 種類の材料について選択肢の写真を見ながら好みのものを 1 つずつ選ばせた。その際、自分が使うつもりでも、誰かにプレゼントするつもりでも、そのものについての印象でも構わないのでとにかく「1 番よい」と思うものを選ぶよう教示した。その後、それぞれのものについて、第 1 質問紙を交換した相手の予想者に自分の好みの選択を当てられると思うかどうかを「思う」か「思わない」で推測させた。

予想者には、12 種類の材料について選択肢の写真を見ながら、第 1 質問紙を交換した相手の選択者がどれを 1 番好きだと回答しているかを予想させた。そして、それぞれの材料について、自分の予想が当たっていると思うかどうかを「思う」か「思わない」で回答させた。

どちらの役割も、最後にいくつかの共通項目について尋ねた。まず共有情報量の操作チェックとして、自分と相手の間で、お互いについて知っていることがどのくらいあると思うかを 0-100%の整数で回答させた。それから自分と相手の表象の重なりを尋ねる IOS(Inclusion of Other in the Self)尺度(Aron, Aron, & Smollan, 1992)に回答させた。これは自分と相手をそれぞれ表す円が様々な割合で重なっている(1.接しているだけ-7.約 3/4 重なっている)7つの図のうちから、自分と相手の関係をもっとよく表していると思うものを選び、原著では 2 つの円にそれぞれ「Self」「Other」というラベルがつけられているが、本研究では参加者からみて自然な表現になるような訳を選び、「自分」「相手」というラベルを用いた。

## 結果

選択者と予想者のデータは互いに依存関係にあるため、分析はペアを単位として行った。回答漏れのあった参加者や、年齢が平均から著しく離れていた(30代)参加者を含むペアのデータを除き、分析には 64 組分のデータを用いた(共有条件は男性ペア 16 組、女性ペア 15 組、非共有条件は男性ペア 17 組、女性ペア 16 組。平均年齢 18.91,  $SD=1.00$ )。

### 透明性指標の計算

2 種類の透明性の錯覚を検討するために用いる主な変数として、実際値、選択者推測値、予想者推測値という 3 つの透明性指標を算出した。まず、第 2 質問紙で予想者が予想した選択者の好みの回答が、実際に選択者の選択を当てていたもの数をかぞえ、これを実際値(実際に予想者が選択者の内的経験を見抜いていた数)とした。推測値に関しては、選択者が自分の好みの回答を予想者に当てられていると「思う」と回答したものの合計数を選択者推測値、予想者が自分の予想が当たっていると「思う」と回答したものの合計数を予想者推測値とした。いず

れの指標もとりの値は 0-12 であった。

### 操作チェック

共有情報量の回答に対して 2(役割:選択者・予想者)×2(条件:共有・非共有)×2(ペア性別:男性・女性)の混合 3 要因分散分析(役割のみ参加者内要因)を行ったところ、有意に近い条件の主効果が見られ( $F(1, 60)=3.27, p<.10$ )、共有条件の参加者の方が非共有条件の参加者よりもお互いの共有情報量を多いと回答していた(共有条件  $M=9.95, SD=8.08$ ; 非共有条件  $M=6.44, SD=7.72$ )。また、有意に近い役割×条件の交互作用も見られ( $F(1, 60)=3.10, p<.10$ )、選択者の評定値は共有条件の方が非共有条件よりも高かったが( $F(1, 120)=6.37, p<.05$ ; 共有条件  $M=11.03, SD=13.72$ ; 非共有条件  $M=3.67, SD=4.53$ )、予想者の評定値は条件による違いがなかった( $F<1, n.s.$ ; 共有条件  $M=8.87, SD=10.86$ ; 非共有条件  $M=9.21, SD=14.69$ )。

IOS 尺度の評定値に対して同様の 3 要因分散分析を行ったところ、共有条件の主効果が有意であり( $F(1, 60)=6.51, p<.05$ )、共有条件の参加者の方が非共有条件の参加者よりも自分と相手の表象の重なりを大きく評定していた(共有条件  $M=2.13, SD=0.71$ ; 非共有条件  $M=1.71, SD=0.59$ )。

### 選択者(行為者)の透明性の錯覚

選択者の透明性の錯覚に関する指標に対して、共有情報量の操作による効果と材料に対するなじみの違いによる効果について、それぞれ分析を行った。

**共有情報量による効果の検討** 選択者の透明性の錯覚に関する指標に対して、2(指標:選択者推測値・実際値)×2(条件)×2(ペア性別)の分散分析を行ったところ、指標の主効果が有意であり( $F(1, 60)=15.25, p<.001$ )、選択者推測値の方が実際値よりも大きかった(選択者推測値  $M=4.17, SD=2.53$ ; 実際値  $M=2.77, SD=1.46$ )。すなわち、選択者の透明性の錯覚が生じていた。有意に近い条件の主効果も見られ( $F(1, 60)=3.36, p<.10$ )、指標の値は共有条件の方が非共有条件よりも高かった(共有条件  $M=3.81, SD=1.72$ ; 非共有条件  $M=3.15, SD=1.16$ )。指標×条件の交互作用は有意ではなかったため( $F(1, 60)=1.53, p=.22$ )、仮説 1 は支持されなかった。そのほかの効果も有意ではなかった(All  $Fs<1.12, n.s.$ )。

**材料による効果の検討** 選択者の透明性の錯覚に関する指標に対して、2(指標)×3(材料)×2(ペア性別)の分散分析を行ったところ、指標の主効果と材料の主効果がそれぞれ有意であった( $F(1, 62)=15.05, p<.001$ ;  $F(2, 124)=7.51, p<.01$ )。また、有意に近い指標×材料の交互作用と有意な材料×ペア性別の交互作用も見られたが( $F(2, 124)=2.60, p<.10$ ;  $F(2, 124)=6.06, p<.01$ )、こ

れらは有意な3要因の交互作用によって調整されていた( $F(2, 124)=3.80, p<.05$ )。下位分析の結果、Figure 1に示した通り、男性ペアにおいては男性的材料と中立的材料において選択者推測値が実際値よりも高く、透明性の錯覚が生じていたが( $F(1, 186)=6.07, p<.05$ ;  $F(1, 186)=16.16, p<.001$ )、女性的材料においてはそのような差が見られなかった( $F<1, n.s.$ )。また女性ペアにおいては、女性的材料と中立的材料において透明性の錯覚が生じていたが( $F(1, 186)=6.46, p<.05$ ;  $F(1, 186)=4.58, p<.05$ )、男性的材料においては透明性の錯覚が生じていなかった( $F<1, n.s.$ )。これらの結果より、仮説3は支持されたといえる。

**予想者(観察者)の透明性の錯覚**

予想者の透明性の錯覚に関する指標に対して、選択者の透明性の錯覚と同様に、共有情報量の操作による効果と材料に対するなじみの違いによる効果について、それぞれ分析を行った。

**共有情報量による効果の検討** 予想者の透明性の錯覚に関する指標に対して、2(指標: 予想者推測値・実際値)×2(条件)×2(ペア性別)の分散分析を行ったところ、指標の主効果が有意であり( $F(1, 60)=102.11, p<.001$ )、予想者推測値の方が実際値よりも大きかった(予想者推測値  $M=5.69, SD=2.27$ ; 実際値  $M=2.77, SD=1.46$ )。すなわち予想者の透明性の錯覚が生じていた。また、有意な指標×ペア性別の交互作用が見られた( $F(1, 60)=4.48, p<.05$ )。予想者推測値は女性よりも男性の方が高く(男性  $M=5.97, SD=2.38$ ; 女性  $M=5.39,$

$SD=2.16$ )、実際値は男性の方が女性よりも低い(男性  $M=2.45, SD=1.39$ ; 女性  $M=3.10, SD=1.47$ )というパターンであったが、ペア性別の単純主効果の検定の結果は有意にはならなかった(予想者推測値におけるペア性別の効果  $F(1, 120)=1.54, n.s.$ ; 実際値におけるペア性別の効果  $F(1, 120)=1.88, n.s.$ )。共有条件の主効果および指標×条件の交互作用はどちらも有意ではなかったため( $F(1, 60)=2.71, p=.11$ ;  $F(1, 60)=1.82, p=.18$ )、仮説2は支持されなかった。そのほかの効果も有意ではなかった(All  $F_s<2.10, n.s.$ )。

**材料による効果の検討** 予想者の透明性の錯覚に関する指標に対して、2(指標)×3(材料)×2(ペア性別)の分散分析を行ったところ、指標の主効果と材料の主効果がそれぞれ有意であった( $F(1, 62)=101.64, p<.001$ ;  $F(2, 124)=11.05, p<.001$ )。また、有意に近い指標×材料の交互作用と有意な指標×ペア性別の交互作用も見られたが( $F(2, 124)=3.00, p<.10$ ;  $F(2, 124)=4.52, p<.05$ )、これらは有意に近い3要因の交互作用によって調整されていた( $F(2, 124)=2.74, p<.10$ )。下位分析の結果、Figure 2に示した通り、男性ペアにおいては男性的材料と中立的材料、女性的材料の全てにおいて予想者推測値が実際値よりも高く、透明性の錯覚が生じていた( $F(1, 186)=30.06, p<.001$ ;  $F(1, 186)=33.00, p<.001$ ;  $F(1, 186)=15.34, p<.001$ )。女性ペアにおいては、女性的材料と中立的材料において透明性の錯覚が生じていたが( $F(1, 186)=11.34, p<.001$ ;  $F(1, 186)=27.60, p<.001$ )、男性的材料においては透明性の錯覚が生じていなかっ

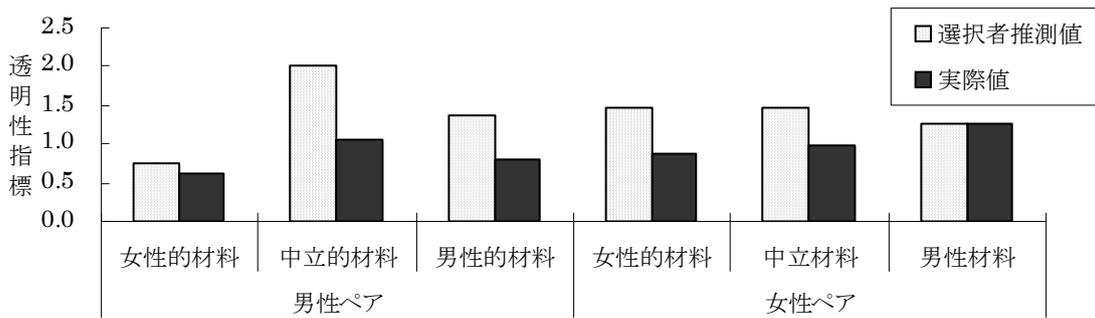


Figure 1 選択者(行為者)の透明性の錯覚に関する指標の平均値

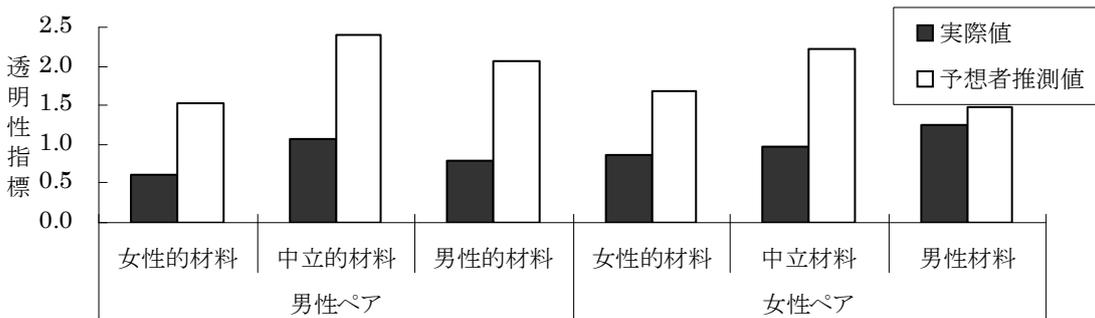


Figure 2 予想者(観察者)の透明性の錯覚に関する指標の平均値

た( $F < 1$ ,  $n.s.$ )。仮説 4 はおおむね支持されたといえよう。

### 考察

本研究では、面識のない 2 者を対象に、想定される共通基盤の違いが行為者の透明性の錯覚と観察者の透明性の錯覚それぞれに及ぼす効果を検討した。行為者には選択者として好みのものを選択させ、これが好きだという内的経験をさせた。そして観察者には予想者として行為者の好みを予想させた。その際、お互いの好みに関して共有させる情報の量を変える操作と、参加者の性別になじみのあるものとそうでないものを用意する操作の 2 通りで、間接的に、想定される共通基盤の違いを作った。

行為者の透明性の錯覚と観察者の透明性の錯覚はともに見られた。人はいくつか選択肢がある中で自分がどれを好んでいるかが他者に伝わっていると過大評価していた。一方、他者が何を好んでいるかが自分にはわかるという過大評価をしていた。

また、こうした過大評価傾向の強さ、すなわち透明性の錯覚量は、相手との間に想定された共通基盤が大きい場合の方が、想定された共通基盤が小さい場合よりも大きくなること示唆された。参加者の募集を大学の一般教養の授業で行ったことから、相手は自分と同年代であることは推測されていたであろう。また、好みについての情報を交換したかどうかにかかわらず、全ての参加者は相手が同性であることは知らされていた。つまり年代と性別に関しては同じ集団の成員であったということから、たとえば男性であれば、男性になじみのある材料については女性になじみのあるものよりも、どのようなものが人気であるかなど、大きな共通基盤が想定されていたと考えられる。

直接的に好みについての回答を交換してお互いに情報を共有させた場合とさせなかった場合では、どちらの透明性の錯覚量にも差が見られなかったが、操作チェックの結果、情報を共有しているという感覚に条件間であまり明確な違いが見られなかった。このことから考えると、特定のものの好みについての情報を共有しただけでは、共通基盤があるとは想定されなかったのかも知れない。ただし、情報を共有させた場合とさせなかった場合で表象の重なりについての知覚には差があったにもかかわらず、透明性の錯覚量に違いが見られず、参加者内要因とした材料に関して透明性の錯覚の違いが見られたということは、表象の重なりではなく、想定された共通基盤の違いによって透明性の錯覚量が影響を受けていることを示唆するものといえよう。

本研究の限界の 1 つは、直接的に共通基盤の想定を操作したわけではないという点である。先に述べた材料の違いによる効果も、同じ集団の成員であることから実際

にどのような共通基盤が想定されていたのかを直接的に確かめてはいない。共通基盤は 1 つの要因のみによって固定的に定まるものではなく、また共通基盤に含まれる情報と含まれない情報の区別も非常に難しいため、相手について特定の情報を持つたり同じ集団の成員であることが明らかになったりした場合に、どのようなプロセスを辿って透明性の錯覚量が変わるのか、具体的には実際値、行為者推測値および観察者推測値がそれぞれどのように変動するのかを同定することが、今後必要となるであろう。

共通基盤の過大な想定が透明性の錯覚量にどの程度の影響を及ぼすかは、状況によって異なることが考えられる。たとえば対面状況なのか、電話やコンピュータを介してのやりとりなのかという、コミュニケーション形態による違いがあろう。また、同じコンピュータを介するやりとりでも、チャットのように即時的なフィードバックがあるのか、電子メールやウェブサイトのように、即時的な反応は得られず、発信する側も閲覧する側もある程度一方的なコミュニケーションであるのかなどによって、相互作用の特徴は様々に異なる(e.g., Brennan, 2002; 小林・池田, 2005; 志村, 2005)。

本研究では外見などによる類似性の知覚や好感などが生じないよう、ペアを組んだ 2 者はお互いに姿も声もわからないようにしてあり、相互作用といえるのは相手と回答用紙を交換することのみであった。その上この交換も 1 種類の質問紙を 1 回交換しただけで、相手に対してフィードバックを返すような行為はなかった。これは、コンピュータを介したやりとり、特に、公開する側と閲覧する側が必ずしも同時にコンピュータに向かっていないような相互作用に近いといえよう。このような状況では、対面状況などに比べて共通基盤の過大な想定が大きな影響力を持っているかも知れない。

オンラインでは、人は自分にとって重要な側面についての情報を開示するなど「真の自己」を表出しやすくなる(Bargh, Fitzsimons, & McKenna, 2003)。他者がそれらの情報を全て見ているとは限らないが、どの情報を見ているかを直接知ることは簡単ではない。たとえばウェブログを公開し、アクセスはされている(すなわち閲覧している他者は存在する)がコメントなどのフィードバックが行われていない場合、自分のサイトを見ている相手について人は何も知らず、表象の重なりは生じにくいと考えられる。しかし、自分のサイトに多くの情報を載せ、そこに書いたことは相手も読んで知っているはずということから共通基盤を過大に想定すると、行為者の透明性の錯覚量が大きくなったり、将来その相手と生じうる相互作用に影響を及ぼすかも知れない。

一方、対面や電話でのやりとりにおいては、相手がど

のような人物であるか、姿も声も全くわからないという状況はほとんどない。そのため、モニタ上の文字だけによるコミュニケーションに比べ、表象の重なりや相手に対する期待や信念という要因の方が大きくはたらく、共通基盤の過大な想定による影響は相対的に弱くなるかも知れない。また、お互いの姿が見えていると姿が見えていない場合よりも自己開示が少ないことなどから (Joinson, 2001)、姿や声についてだけでも情報があると、言葉で表出する情報量が減り、共通基盤の想定が過大になりにくくなる可能性も考えられる。

共通基盤の過大な想定による影響が明らかにされた後には、その単独の効果だけでなく、そのほかの要因との影響関係を明らかにすることが必要となってくると考えられる。今後、多様なコミュニケーション形態に対応させて透明性の錯覚のプロセスを検討していく必要がある。

### 引用文献

Aron, A., Aron, E. N., & Smollan, D. 1992 Inclusion of other in the self scale and the structure of interpersonal closeness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 596-612.

Aron, A., Mashek, D., McLaughlin-Volpe, T., Wright, S., Lewandowski, G., & Aron, E. N. 2005 Including close others in the cognitive structure of the self. In M. Baldwin (Ed.), *Interpersonal Cognition* (pp. 206-232). New York: Guilford.

Bargh, J. A., Fitzsimons, G. M., & McKenna, K. Y. A. 2003 The self, online. In S. J. Spencer, S. Fein, M. P. Zanna, & J. M. Olson (Eds.), *Motivated social perception: The Ontario symposium*, Vol.9 (pp. 195-213). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Brenann, S. E. 2002 Visual co-presence, coordination signals, and partner effects in spontaneous spoken discourse. *認知科学*, 9, 7-25.

Clark, H. H. 1996 *Using language*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Clark, H. H. & Carlson, T. B. 1981 Context for comprehension. In J. Long & A. Baddeley (Eds.), *Attention and performance IX* (pp. 313-330). Hillsdale, NJ: LEA.

Clark, H. H. & Murphy, G. L. 1982 Audience design in meaning and reference. In J. -F. Le Ny, & W. Kintsch (Eds.), *Language and comprehension* (pp. 287-299). New York: North-Holland.

Clark, H. H. & Schaefer, E. F. 1987 Concealing one's meaning from overhearers. *Journal of Memory and Language*, 26, 209-225.

Dunning, D. & Hayes, A. F. 1996 Evidence for egocentric comparison in social judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 213-229.

遠藤由美 2005 主観的感覚の強さが透明性錯覚に及ぼす効果 日本心理学会第 69 回大会発表論文集, 119.

Epley, N., Keysar, B., Van Boven, L., & Gilovich, T. 2004 Perspective taking as egocentric anchoring and adjustment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 327-339.

Fleming, J. H. 1994 Multiple-audience problems, tactical communication, and social interaction: A relational regulation perspective. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*. (Vol. 26, pp. 215-292). San Diego, CA: Academic Press.

Fussell, S. R. & Krauss, R. M. 1989a The effects of intended audience on message production and comprehension: Reference in a common ground framework. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25, 203-219.

Fussell, S. R. & Krauss, R. M. 1989b Understanding friends and strangers: The effects of audience design on message comprehension. *European Journal of Social Psychology*, 19, 509-525.

Gilovich, T. & Savitsky, K. 1999 The spotlight effect and the illusion of transparency: Egocentric assessments of how we are seen by others. *Current Directions in Psychological Science*, 8, 165-168.

Gilovich, T., Savitsky, K., & Medvec, V. H. 1998 The illusion of transparency: Biased assessments of others' ability to read one's emotional states. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 332-346.

鎌田晶子 2005 内的経験の強度が「透明性の錯覚」に与える影響について 日本社会心理学会第 46 回大会発表論文集, 632-633.

鎌田晶子・堀洋元・伊藤洋次・吉野大輔 1999 「透明性の錯覚」: 行為者と観察者相互の視点から 日本社会心理学会第 40 回大会発表論文集, 224-225.

小林哲郎・池田謙一 2005 携帯コミュニケーションがつながぐもの・引き離すもの 池田謙一(編著) インターネット・コミュニティと日常世界(pp.67-84) 誠信書房

Joinson, A. N. 2001 Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177-192.

Keysar, B., Barr, D. J., & Horton, W. S. 1998 The egocentric basis of language use: Insights from a processing approach. *Current Directions in Psychological Science*, 7, 46-50.

Krauss, R. M. & Chiu, C. 1998 Language and social behavior. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*. (Vol. 2, 4th. ed., pp. 41-88). Boston, MA: McGraw-Hill.

Kruger, J., Epley, N., Parker, J., & Ng, Z. 2005 Egocentrism over e-mail: Can we communicate as well as we think? *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 925-936.

工藤恵理子 2006 親密な関係におけるメタ認知バイアス—透明性の錯覚の生起における社会的規範仮説の検討— 実験社会心理学研究(印刷中)

MacIntosh, A. E. & Savitsky, K. 2003, January *If you're happy and you know it, will your face surely show it?: The illusion of transparency in facial expressions of emotion*. Poster presented at the 4th annual meeting of Society for Personality and Social Psychology .

Mehrabian, A. 1981 *Silent messages: Implicit communication of emotions and attitudes*. CA: Wadsworth.(西田司・津田幸男・岡村輝人・山口常夫 共訳 1986 非言語コミュニケーション 聖文社)

志村誠 2005 ウェブ日記・ウェブログによるパーソナルネッ

- トワークの広がり 池田謙一(編著) インターネット・コミュニティと日常世界(pp.87-111) 誠信書房
- Sperber, D. & Wilson, D. 1995 *Relevance: Communication and cognition* (2nd. ed.) Oxford, UK: Blackwell Publishers.(内田聖二・中達俊明・宋南先・田中圭子 訳 1999 関連性理論—伝達と認知—(第2版) 研究社)
- Swann, W. B. Jr. & Gill, M. J. 1997 Confidence and accuracy in person perception: Do we know what we think we know about our relationship partners? *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 747-757.
- 武田美亜・沼崎誠 2006 相手との親密さが内的経験の積極的伝達場面における2種類の透明性の錯覚に及ぼす効果 社会心理学研究(印刷中)
- 武田美亜・宇賀神博・内田芳則・松田文子 2006 知覚された共有知識量が2種類の透明性の錯覚に及ぼす影響 武蔵野大学人間関係学部紀要, 3, 99-112.
- Van Boven, L., Gilovich, T., & Medvec, V. H. 2003 The illusion of transparency in negotiations. *Negotiation Journal*, April, 117-131.
- Van Boven, L., Kruger, J., Savitsky, K., & Gilovich, T. 2000 When social worlds collide: Overconfidence in the multiple audience problem. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 619-628.
- Vorauer, J. D. 2001 The other side of the story: Transparency estimation in social interaction. In G. B. Moskowitz (Ed.), *Cognitive social psychology: The Princeton symposium on the legacy and future of social cognition* (pp. 261-276). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Vorauer, J. D. & Cameron, J. J. 2002 So close, and yet so far: Does collectivism foster transparency overestimation? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1344-1352.
- Vorauer, J. D. & Ross, M. 1999 Self-awareness and feeling transparent: Failing to suppress one's self. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 415-440.
- Vorauer, J. D. & Sakamoto, Y. 2006 I thought we could be friends, but...: Systematic miscommunication and defensive distancing as obstacles to cross-group friendship formation. *Psychological Science*, 17, 326-331.

## 註

- 1)本研究は The 8th annual meeting of Society for Personality and Social Psychology において発表した。
- 2)相互に共有されていること全部という広い意味で共通基盤ということもあるが、ここではそれよりも狭い意味で用いている。たとえば A と B が一緒に映画を観た翌日、A が B に対して「昨日は面白かったね」というとき、B にこの発話が理解されるためには、A が話題にしているのは昨日観

た映画のことであるという想定が A と B の両者にさされていればよい。A と B が住む地域の公共ルールなどは両者に共有されていても、狭い意味ではこれを共通基盤とはみなさない。ただし、ここで A が話題にしているのは昨日の映画のことではなくその後に見た大道芸のことであるかも知れない。このとき B は A が話題にしているのは映画のことであると想定し、自分がそのように想定していると A がきちんと想定していると想定し、さらにその想定を A が……というように、無限に想定が必要になるという問題も指摘されている(e.g., Sperber & Wilson, 1995)。しかし Clark やその共同研究者は、物理的共存存在や同じコミュニティの成員であることなど、いくつかの証拠によって、無限な想定をしなくともある程度共通基盤が推測できると述べている (Clark, 1996; Clark & Carlson, 1981)。

- 3)材料が男性と女性のどちらによりなじみがあるかについては予備調査を行った。都内公立大学で心理学を専攻する学生 25 人(男性 7 人、女性 18 人、平均年齢 20.12 歳、 $SD = 0.83$ )に、12 種類の材料それぞれについて、6 つの選択肢の写真を呈示し、これらをまとめて眺めたときに、それが男性になじみのあるものと感じられるか、女性になじみのあるものと感じられるかを 5 件法で尋ねた(1.男性になじみのあるもの-3.どちらともいえない-5.女性になじみのあるもの)。男性的材料、中立的材料、女性的材料ごとに 4 種類のものの評定値を平均し、これに対して 3(材料:男性的・女性的・中立的)×2(回答者の性別:男性・女性)の混合 2 要因分散分析(材料のみ参加者内要因)を行ったところ、材料の主効果が有意であり( $F(2,46)=177.17, p<.001$ )、各条件間に有意な差が見られた。男性的材料( $M=1.91, SD=0.55$ )は中立的材料( $M=3.27, SD=0.45$ )よりも男性になじみがあると評定され( $F(1,23)=252.58, p<.001$ )、女性的材料( $M=4.76, SD=0.40$ )は中立的材料よりも女性になじみがあると評定されていた( $F(1,23)=68.98, p<.001$ )。そのほかの効果はいずれも有意ではなかった(All  $F$ 's<1, *n.s.*)。
- 4)1 回の実験セッションの人数が奇数であった場合には、予想者の方に 1 人多くふりわけ、実験の際にはあらかじめ用意しておいた選択者役のダミー回答を用いた。全体では偶数だが男性と女性がそれぞれ奇数人数であった場合には、奇数になった男性と女性の片方を選択者、他方を予想者にふりわけ、異性のペアが 1 つ作られるようにした。これらのデータは分析から除外した。

## The effects of assumption of common ground on illusion of transparency

Mia TAKEDA (*Graduate School of Humanities, Tokyo Metropolitan University*)

Makoto NUMAZAKI (*Faculty of Urban Liberal Arts, Tokyo Metropolitan University*)

We examined how the assumption of common ground affects actor's and observer's illusion of transparency. One-hundred-and-twenty-eight unacquainted undergraduates made up same-gender actor-observer pairs. Thirty-two pairs exchanged some information to each other, while the other 32 pairs did not. After that, actors indicated their preferences for twelve items: four of them were familiar to male, the other four were familiar to female, and the rest were familiar to both. Then actors inferred whether their partner (observer) could correctly guess their preferences. Meanwhile, observers guessed their partner's (actor's) preferences for the 12 items and judged whether their own guess was correct or not. Results showed that familiarity of items affected the magnitude of two types of illusion of transparency. Specifically, illusion of transparency was found on the items that is familiar to the pair's gender, but was not found on the items that were not familiar to the pair's gender. Effects of information exchange were not found. Results were discussed in terms of how does the assumption of common ground affects interpersonal communication.

Keywords: illusion of transparency, common ground, actor, observer, dyad.