

ILUZJA TRANSPARENTNOŚCI – PRZYCZYNY I SKUTKI

Iluzja transparentności, jako przejaw szerszego zjawiska, jakim jest automatyzm w spostrzeganiu siebie i innych, może istotnie blokować skuteczną komunikację. Trzy pokrewne mechanizmy tłumaczą jej występowanie: naiwny realizm, efekt kotwiczenia i niedostatecznego dopasowania oraz skutek uprzywilejowanej wiedzy. Przegląd badań, zaprezentowanych w artykule, pozwala na stwierdzenie istotnej roli iluzji transparentności w rozumieniu intencji innych ludzi oraz spostrzeganiu, jak własne intencje mogą być rozumiane przez innych. Iluzja transparentności jest wzmocniana orientacją wspólnotową oraz samoświadomością. Skutkiem iluzji transparentności jest między innymi ograniczenie skuteczności w prowadzeniu rozmów negocjacyjnych oraz gorsza jakość wystąpień publicznych.

Słowa kluczowe: iluzja transparentności, komunikacja, naiwny realizm, efekt kotwiczenia, uprzywilejowana wiedza.

WSTĘP

Iluzję transparentności przejawia osoba, która przecenia możliwości innych osób do rozpoznania jej wewnętrznych stanów (myśli, uczuć i wrażeń) i/lub swoje możliwości do rozpoznawania stanów wewnętrznych innych ludzi (Gilovitch, Savitsky, Medvec, 1998). Iluzja transparentności może być interpretowana w kategoriach naiwnego realizmu (1996), jako efekt kotwiczenia i niedostatecznego dopasowania (Gilovitch, Savitsky, Medvec, 1998) lub skutek uprzywilejowanej wiedzy (Keysar, 1994). Niewłaściwe przekonania na temat tego, jakiego wglądu inni dokonują względem nas przyczynia się do zaburzania komunikacji i wzmocnia konflikt interpersonalny (Vorauer, Cameron, 2002).

Zjawisko iluzji transparentności częściowo podważa wnioski wynikające z badań nad błędem korespondencji – czyli przekonaniem, że zachowanie innych ludzi dowodzi tego, jacy są naprawdę i jednocześnie nieakceptowaniem poglądu, że można być w ten sposób spostrzeganym przez innych (Moscovitz, 2009). Iluzja transparentności może być traktowana jako szczególny przypadek metapercepcji, którą definiuje się jako przedstawienie tego, co inni wyobrażają sobie na nasz temat (Cameron, Holmes, Vorauer, 2011), egocentrycznie zaburzonego przez samowiedzę (Cameron, Vorauer, 2008). Artykuł prezentuje wyniki badań nad iluzją transparentności, wskazując na możliwe mechanizmy tego błędu oraz jego konsekwencje.

Iluzja transparentności jako efekt naiwnego realizmu

W eksperymencie Newton (1990, za Ross, Ward, 1996) badani zostali poproszeni o wystukanie melodii, którą wcześniej wybrali z listy przebojów przedstawionej im przez eksperymentatora, a następnie oszacowanie ilości osób, które trafnie odgadną jaka to melodia. Ich szacunki wahały się między 10% a 90%, w rzeczywistości 2,5% słuchających wystukiwania wskazywali właściwy tytuł. Wynik ten jest traktowany przez Ross i Ward (1996) jako przejaw naiwnego realizmu, czyli niemożności uświadomienia sobie, że istnieje różnica w dostępie do pełnej wersji bodźca. Dowodem na taką interpretację wyniku była dalsza część badania, do której włączono obserwatorów. Badaczka zadała pytanie, czy powodem niedoceniań różnicy pomiędzy własnym „uprzywilejowanym” doświadczeniem bodźca (piosenki), a tym, co odbierają słuchający jest nadmiernym optymizmem, co do możliwości odtwarzania piosenki poprzez jej wystukiwanie. Obserwatorzy – podobnie jak wystukujący – zapoznali się z nazwami piosenek, jakie miały zostać odtworzone i w ten sposób słuchając wystukiwanego rytmu, mogli wzbogacić go o dźwięki wytworzone we własnej imaginacji. Zapytani o to jaki procent słuchających trafnie odgadnie tytuł piosenki, wskazali średnią skuteczność sięgającą 50%, co dowodzi, że przyczyną niedoceniań różnicy pomiędzy własnym doświadczeniem, a tym co odbierają inni nie jest potrzeba utwierdzenia się w przekonaniu o własnej precyzji i adekwatności przekazu, ale poczucie oczywistości własnej wiedzy, niedopuszczające odmiennego interpretowania sytuacji.

Naiwny realizm według Rossa i Warda (1996) wyraża się niemożnością docenienia roli, jaką w sądach, opiniach i decyzjach odgrywają różnice pomiędzy ludźmi w poznawczym reprezentowaniu rzeczywistości. „Nie istnieją bezstronne ‘fakty’. Dane nie mają swojej własnej logiki, która ujawnia się w percepcji i poznaniu wszyst-

kich ludzi. Dane są spostrzegane i interpretowane w kategoriach potrzeb osoby spostrzegającej, jej własnych konotacji, jej osobowości, własnych, wcześniej uformowanych, wzorców poznawczych” (Krech, Crutchfield, 1948, s. 94, cyt. za Ross, Ward, 1996). Jeśli subiektywizm spostrzegania wynikający między innymi z organizującej roli aktualnych celów jednostki jest przez nią ignorowany, to pojawia się w niej przekonanie o swojej obiektywnej pozycji w relacjach z innymi ludźmi wyrażonej postawą wobec tych innych, używanymi sformułowaniami oraz reakcjami na ich opinie i sądy. W konsekwencji naiwny realizm promuje usztywnienie stanowisk w kwestiach, co do których założono, że istnieją różnice. W sytuacji konfliktu naiwny realizm prowadzi do spostrzegania drugiej strony jako nierozsądnej, zajmującej skrajne stanowisko i nieprzejednanej. Skutkiem tego jest niedoszacowanie możliwości znalezienia porozumienia, z czego wynika niechęć do zaangażowania się w konstruktywny dialog (Robinson, Keltner, Ward, Ross, 1995). Iluzja transparentności wyjaśniana w kontekście naiwnego realizmu jest poznawczym błędem wynikającym z przekonania, że rzeczywistość jawi się wszystkim w taki sam sposób.

Iluzja transparentności jako efekt kotwiczenia i niedostatecznego dostosowania

Gilovitch, Savitsky, Medvec (1998) uznają, że mechanizmem odpowiedzialnym za iluzję transparentności jest niedostateczne dostosowanie do perspektywy innej osoby, wynikające z „zakotwiczenia” w swoim fenomenologicznym doświadczeniu. Osoby, które w eksperymencie badaczy zostały poproszone o to, żeby w obecności innych osób kłamały lub mówiły prawdę w odpowiedziach na zadane pytanie, znacząco przeceniały możliwość trafnego rozpoznania kłamstwa przez słuchaczy. Różnica pomiędzy wskazaniem odpowiadających, a rzeczywistą oceną słuchających była istotna. Taka różnica nie występowała

w przypadku odpowiedzi prawdziwych, które nie wywołują silniejszych emocji, tak jak w kłamstwie. Wprowadzenie obserwatorów do eksperymentu i zapoznanie ich z rodzajem udzielanych odpowiedzi (prawda i fałsz) miało posłużyć za test alternatywnego wobec zakładanego przez autorów wyjaśnienia mechanizmu iluzji transparentności, jakim jest przekleństwo wiedzy. Gdyby to wyjaśnienie miało zastosowanie w przypadku kłamstwa, to obserwatorzy powinni podobnie jak kłamiący oceniać procent osób trafnie odgadywających, zawyżając ten wskaźnik w stosunku do rzeczywistych trafień. Tak jednak nie było, co stanowi według badaczy dowód na to, że samoświadomość obecna w sytuacji kłamania stanowi kotwicę, przesuwającą oszacowania w kierunku wiedzy o naturze swoich wypowiedzi, a oddalając je od perspektywy słuchaczy.

Innym, wyraźnym uczuciem jest wstręt, jaki może się pojawić na przykład w reakcji na danie, które w zamierzeniu gospodarzy miało stanowić hit proszonego obiadu, a zdaniem gościa jest wyjątkowo odrażające. Grzeczność nakazuje zamaskowanie tej emocji, ale może temu towarzyszyć niewiara w powodzenie tego przedsięwzięcia, ze względu na przypisywaną innym zdolność „czytania w myślach”. Uczestnicy badania Gilovitcha, Savitsky’ego i Medvec (1998) mieli za zadanie ukryć uczucie wstrętu wobec płynu, jaki podaje się przed badaniem kolonoskopii¹. Podobnie jak w przypadku poprzedniego badania tylko ukrywający uczucie wstrętu, a już nie obserwatorzy, przecenili procent osób, które mogą trafnie odgadnąć ich wewnętrzny stan.

Iluzja transparentności jako efekt uprzywilejowanej wiedzy

Kolejnego wyjaśnienia dostarczają badania Keysara (1994, Keysar, 2007), który uznaje, że iluzja transparentności wynika z dostępno-

ści wiedzy, jaką się dysponuje. „...własna perspektywa, wiedza i przekonania, przeważają nad wszystkim, co wiemy o perspektywie, wiedzy i przekonaniach innych ludzi” (Keysar, 2007). Z drugiej strony źródłem komunikacyjnych nieporozumień nie jest ograniczona zdolność do rozpoznania konstrukcji gramatycznych, czy określenia właściwego znaczenia słów, ale niepewność co do intencji nadawcy (Miller, 1980). Każdemu wypowiedzeniu można przypisać kilka intencji (Austin, 1993). Własna wiedza stanowi podstawę do rozstrzygnięcia, która z intencji jest właściwa. Jak sugeruje Keysar (1994) nawet tak proste stwierdzenie jak „książka leży na stole” może być zaproszeniem do rywalizacji o nią, stwierdzeniem faktu, czy prośbą o jej podanie. W opisie sytuacji, wykorzystywanym przez badacza Marek prosi swoją koleżankę z biura o polecenie dobrej restauracji, dokąd chciałby zaprosić rodziców. Rekomendowana restauracja okazuje się kiepska zarówno pod względem jedzenia, jak i obsługi. Następnego dnia zapytany o wrażenia, odpowiada: „było fantastycznie, po prostu fantastycznie”. Jego niezgodne ze stanem faktycznym stwierdzenie mogło być motywowane grzecznością lub sarkazmem (a także innymi względami, jak na przykład chęcią przypodobania się). Zapoznający się z tekstem badany posiada informacje, których nie posiada koleżanka Marka. Zdystansowanie się do nich stanowiło zatem warunek przyjęcia perspektywy odbiorcy i odrzucenie możliwości, że oceni ona wypowiedź jako sarkastyczną. Jeśli jednak badany tak uczyni, to oznacza, że jest pod wpływem iluzji transparentności, rozumianej tu jako przypisanie adresatowi wiedzy o intencjach nadawcy, jakiej on nie może posiadać. Ci uczestnicy badań Keysara, którzy sądzili, że adresat rozpozna uwagę, jako sarkastyczną spodziewali się także zbieżnego z taką interpretacją intencji zachowania. W rzeczywistej rozmowie może to prowadzić do

¹ Metoda badania dolnego odcinka przewodu pokarmowego polegająca na oglądaniu wnętrza jelita grubego, poprzedzona wypiciem dużej ilości bardzo niesmacznego płynu.

nieporozumień wynikających z braku motywacji do monitorowania reakcji sprzecznych z założeniami, ograniczając zdolność do kierowania rozmową w oparciu o wspólną wiedzę (Horton, Keysar, 1996). Wspólna wiedza jest uruchamiana, gdy zostanie zarejestrowana rozbieżność między oczekiwaną, a faktyczną reakcją, a nie wtedy gdy rozmowa jest inicjowana (Keysar, Barr, Balin, 1998, Keysar, Barr, Balin, Brauner, 2000). Wymaga więc przekroczenia wyjściowego automatyzmu w interpretowaniu sytuacji i włączenia procesów wymagających głębszej analizy (Keysar, Horton, 1998).

Czynniki wzmacniające iluzję transparentności

Błędne przekonanie, że osoby, z którymi pozostaje się w kontakcie mogą na podstawie prezentowanych im zachowań wyciągnąć trafne wnioski dotyczące intencji tych zachowań, preferencji, odczuć i związanych z nimi cech osobowych może być wzmacniane koncentracją na sobie (Vorauer, Ross, 1999) oraz nastawieniem wspólnotowym (Vorauer, Cameron, 2002).

Związek pomiędzy własną czytelnością czyli przekonaniem, że określone cechy własnej osobowości mogą zostać wywiedzione z zachowań a samoświadomością Vorauer i Ross (1999) zweryfikowali w oparciu o badania, w których samoświadomość definiowana była jako stała dyspozycja, a także była aktywizowana sytuacyjnie. Koncentracja na sobie zwiększa dostępność myśli, uczuć, własnej historii, ciała i innych właściwości własnej osoby (Duval, Wicklund, 1972). Może być między innymi wywołana obecnością innych osób lub przeglądaniem się w lustrze czy nagrywaniem zachowań kamerą video. Informacje związane z własną osobą są szczególnie łatwo dostępne tym, którzy charakteryzują się wysokim poziomem dyspozycyjnej samoświadomości. Koncentracja na sobie sprzyja poznawczemu egocentryzmowi (Fenigstein, 1987), ograniczając możliwość wyobrażenia swoich zachowań z punktu widzenia innej osoby.

Samoświadomość w badaniu Vorauer i Ross (1999) szacowano skalą samoświadomości Fenigsteina, składającą się z trzech komponentów: prywatna samoświadomość, publiczna samoświadomość oraz lęk społeczny. Autorzy założyli, że zarówno prywatna („Zwykle zwracam uwagę na swoje wewnętrzne odczucia”) jak i publiczna samoświadomość („Zwykle jest świadom/a swojego wyglądu”) będzie przyczyniała się do wzmocnienia przekonania o własnej czytelności. Chociaż te dwa rodzaje samoświadomości mogą mieć odmienne konsekwencje behawioralne, to w sferze poznania wywołują ten sam efekt zwiększonej dostępności do informacji o sobie. Odwrotne oczekiwania wysunięto w stosunku do związku pomiędzy przekonaniem o własnej czytelności, a lękiem społecznym, który Fenigstien definiuje jako dyskomfort odczuwany w obecności innych („Radzenie sobie z nieśmiałością w nowych sytuacjach zabiera mi sporo czasu”).

Po wypełnieniu skali badani ustosunkowywali się do trzech krótko opisanych sytuacji dylematów osobistych, zaznaczając jedno z czterech możliwych rozwiązań, które ich zdaniem było najbardziej właściwe. Ponieważ badacze chcieli, aby zachowanie różnych badanych było stałe, to znaczy nie diagnostyczne dla konkretnych wyborów, każdy z dylematów miał swoją „oczywistą” odpowiedź. Pozostałe trzy możliwe rozwiązania były nieracjonalne. Następnie poproszono badanych, aby ocenili stopień, w jakim udzielona przez nich odpowiedź mogła stanowić podstawę do oceny ich charakteru. W tym celu posłużono się listą 30 cech, z których piętnaście przejawiało się w zachowaniu (np. narzekający) i odwrotnie - nie były bezpośrednio dostępne w izolowanym zachowaniu - w przypadku pozostałych piętnastu cech (np. wierny). W obrębie danej kategorii, zróżnicowanej ze względu na obserwowalność cech, równa ich ilość była pozytywna (dobrotliwy), neutralna (metodyczny) i negatywna (nieetyczny). Siła przekonania o własnej czytelności była określana ilością zaznaczonych cech (przy każdej cesze należało zaznaczyć odpowiedź „tak”

lub „nie”). Oczekiwano, że prywatna samoświadomość będzie silniej związana z przekonaniem o czytelności cech trudniej obserwowalnych, a publiczna samoświadomość z przekonaniem o czytelności cech łatwiej obserwowalnych. Badanie potwierdziło oczekiwania. Ponadto stwierdzono negatywną relację pomiędzy lękiem społecznym a przekonaniem o własnej czytelności, co może, zdaniem Vorauer i Rossa, dowodzić, że to w odniesieniu do cech dostępnych świadomości formuje się iluzja transparentności.

Podobne wyniki uzyskano, gdy samoświadomość została wzbudzona poprzez instrukcję wymagającą oceny tych spośród swoich właściwości, które mogą zostać trafnie wskazane przez obserwatorów. Ponadto część badanych pełniła rolę obserwatorów, Dzięki badanym pełniącym rolę obserwatorów oceniano rzeczywistą transparentność cech. Rzeczywista czytelność nie zmieniała się wraz z warunkami eksperymentalnymi. Chociaż rozbieżność pomiędzy spostrzeganą i rzeczywistą czytelnością była większa w warunkach dostępności samowiedzy, to aktorzy przeceniali swoją czytelność w obu warunkach. Rodzaj przymiotników nie miał wpływu na uzyskane wyniki. Bez znaczenia dla oceny obserwatorów była siła przekonania o własnej czytelności aktora. Nie wykazano także związku pomiędzy poczuciem czytelności a pozytywnym rodzajem przymiotników. Zdaniem badaczy uderzający w wynikach jest fakt, że poczucie czytelności u osób, które poddano manipulacji było bardzo wysokie. Uznawali oni średnio, że 73% cech będzie trafnie wskazanych przez obserwatorów. Jest to szczególnie zaskakujące ze względu na nie-diagnostyczną naturę prezentowanych dylematów. Blisko czterokrotnie większa była rozbieżność pomiędzy spostrzeganą przez aktora własną czytelnością a ocenianą przez obserwatora.

Vorauer i Ross charakteryzują iluzję transparentności jako interpretowanie w warunkach samoświadomości własnych działań i słów w świetle dostępnej o sobie samej wiedzy i przypisywanie

innym tych samych interpretacji na temat własnej osoby. Autorzy wątpią w możliwość uzyskiwania jednoznacznej informacji zwrotnej w odniesieniu do własnych zachowań, takiej, która miałaby szansę skorygować przekonanie o własnej czytelności. Bezpośrednie oceny występują rzadko, a znakomita większość reakcji innych ludzi jest na tyle wieloznaczna, aby podtrzymywać błędne przekonanie o iluzji transparentności własnych cech poprzez asymilowanie ich do dostępnej koncepcji siebie. Nie ma tu większego znaczenia jak długa jest znajomość. Można nawet zakładać, że bliskie relacje, z którymi związana jest potrzeba zrozumienia i akceptacji, w większym stopniu niż dalsze znajomości aktywizują samowiedzę i w ten sposób nasilają iluzję transparentności. Badania Swanna i Gilla (1997, cyt. za Vorauer, Ross, 1999), wskazują na słaby związek pomiędzy poziomem intymności i czasem trwania relacji, a dokładnością formułowanych na swój temat wyobrażeń.

Vorauer i Cameron (2002) przyjęły założenie, że kolektywizm równościowy wzmacnia przekonanie, że inni podzielają myślenie, jakie ma się względem samej (samego) siebie, co wynika z ich bezpośredniego dostępu do uczuć, celów i myśli. W serii pięciu badań autorki wykazały związek pomiędzy kolektywizmem równościowym, traktowanym zarówno jako stała dyspozycja jak i wzbudzonym eksperymentalnie i odczuwaną czytelnością. Bez szczególnego wpływu na ten związek pozostawało spostrzegane podobieństwo, bliskość behawioralna (jak często i intensywnie osoby się kontaktują) oraz stopień, w jakim drugiej osobie przypisywane są cechy pozytywne.

Skutki iluzji transparentności

Komunikacja w sytuacji prawdopodobnego zagrożenia. Iluzja transparentności powoduje zdaniem Gilovitcha, Savitsky'ego i Medvec (1998) ograniczenie gotowości do działania w nagłych przypadkach. Wykazali to w eksperymen-

cie mającym na celu dostarczenie wyjaśnienia dla zjawiska rozproszonej odpowiedzialności, polegającego na tym, że potencjalne zagrożenie jest ignorowane przez obserwatorów, którzy wzajemnie sugerują się swoim zachowaniem, wskazującym na brak takiego zagrożenia. Nie chcąc powielać klasycznego eksperymentu ze względu na zakładaną powszechną wiedzę na jego temat, autorzy wykreowali sytuację eksperymentalną w taki sposób, że uczestnicy grupowego badania obserwowali zachowania osoby – rzekomego uczestnika – gwałcące reguły narzucone przez eksperymentatora. Eksperymentator przed opuszczeniem sali podkreślał znaczenie trzymania się reguł dla powodzenia całego eksperymentu. Pytani o zdarzenie badani przecenili procent osób, które mogły odczytać ich negatywną reakcję, co było zgodne z oczekiwaniem badaczy. W obliczu potencjalnego zagrożenia obserwatorzy starają się zachować wyraz obojętności na twarzy i nonszalancję w ruchach. Nie mają jednak przesadnej wiary w to, że ich zachowania wprowadzą w błąd co do ich faktycznej oceny sytuacji innych uczestników zdarzenia. Spodziewają się raczej, że ich wewnętrzny stan niepokoju wywołanego zdarzeniem ujawni w formie przecieku ich rzeczywiste uczucia. Wbrew tym oczekiwaniom inni niedoszacowują ich rzeczywistych stanów. Mylne przekonanie, że jest się czytelnym z jednoczesnym zachowaniem sprzecznym z rzeczywistymi odczuciami powoduje, że spokojne zachowanie innych, o których się myśli, że trafnie odgadują stan wewnętrzny sugeruje brak podjęcia jakiegokolwiek działania.

Przemawianie publiczne. Savitsky i Gilovich (2003) przeprowadzili eksperymenty, których celem było wykazanie związków pomiędzy iluzją transparentności a przemawianiem publicznym. Ich wyniki potwierdziły przypuszczenie, że przemawiający oceniają siebie znacznie bardziej krytycznie niż obserwatorzy. Badacze byli zainteresowani czynnikami osłabiającymi lęk związany z publicznym przemawianiem. Podzielili badanych na trzy grupy: kontrolną, wspieraną

oraz informowaną. Wszyscy badani otrzymali temat, który mieli zaprezentować publiczności. Na przygotowanie się mieli pięć minut. Po wystąpieniu oceniali poziom doświadczanego lęku oraz jakość przemówienia. Obserwatorzy także oceniali poziom lęku przemawiających oraz jakość przemówienia. Grupa kontrolna nie otrzymała żadnych dodatkowych instrukcji, uczestników w pozostałych dwóch grupach zapewniono, że obawa przed wystąpieniem publicznym jest całkowicie naturalnym zjawiskiem. Badani w grupie wspieranej usłyszeli ponadto, że badania przekonują o tym, że nie powinni przejmować się tym naturalnym lękiem. W grupie informowanej zaprezentowano wiedzę dotyczącą iluzji transparentności, podkreślając, że inni zazwyczaj nie rejestrują emocji osoby ich doświadczających, w stopniu, w jakim osoba ta wierzy, że są widoczne. Najwyższe wyniki zarówno w autoocenie przemawiających, jak i w ocenie obserwatorów otrzymały osoby z trzeciej grupy. Rozumiejąc, że odbiorcy nie są w stanie dostrzec ich rzeczywistych uczuć, odczuwali mniej stresu, czym poprawili jakość swojego wystąpienia.

Przekazy wieloznaczne. Keysar i Henly (2002) założyli, że niejednoznaczne przekazy wiążą się z przecenianiem trafności ich rozumienia przez odbiorców. Nadawca nie rozpoznaje możliwości interpretacji przekazów na więcej niż jeden – zgodny z intencją nadawcy - sposób. Skutkiem tego jest nie wykorzystywanie środków pozajęzykowych (takich jak akcentowanie i intonacja) do rozwiania ewentualnych wątpliwości co do znaczenia wypowiedzianych słów. Jeżeli jednak mówiący zakłada możliwość nieporozumienia, to monitoruje przebieg rozmowy w poszukiwaniu sygnałów potwierdzających jego intencje. Brak takich sygnałów prowadzi do uzupełnienia informacji. Badani w eksperymencie Keysara i Henly zapoznawali się z opisem zdarzenia, podsumowanego jednym stwierdzeniem. To samo zdanie mogło odnosić się do dwóch różnych zdarzeń, z którymi badani się zapoznawali, a tylko jedno z nich stanowiło kontekst dla zdania, które

badany miał tak wypowiedzieć, żeby jego sens był możliwy do zrozumienia słuchaczowi. Mówiący określali prawdopodobieństwo, z jakim słuchający odkryje właściwe znaczenie. Zostali oni wcześniej poinformowani, że odbiorca przekazu po jego usłyszeniu zapoznaje się z dwoma opisami zdarzenia i wskazuje to, które jego zdaniem było właściwe. 80% badanych przeceniało trafność wskazań słuchających. 10% nie doceniało, a pozostali uczestnicy okazali się trafni w swoich przewidywaniach. Opisy zdarzeń były zróżnicowane ze względu na ich narzucający się kontekst. Ocenione przed badaniem właściwym przez inną grupę badanych zostały oznakowane jako mniej lub bardziej dominujące w dostępności interpretacji dla danego zdania. Nie miało to jednak znaczenia dla tendencji do przeceniania trafności odczytania interpretacji wypowiedzi. Obserwatorzy w drugiej części eksperymentu zapoznawali się z opisem całego badania, po czym udostępniano im zapis audio wypowiedzi nadawcy. Nie wykazali oni skłonności do przeceniania trafności odbiorców. Autorzy oceniają, że uzyskane w badaniu wyniki mogą nie odzwierciedlać rzeczywistości, zaniżając rzeczywiste rozmiary skłonności do przeceniania własnej komunikacyjnej efektywności, badani bowiem zostali uprzedzeni o tym, że ich przekaz jest niejednoznaczny i zapoznali się z ich dwoma interpretacjami. Wnioskują więc, że błąd jaki popełniają nadawcy może być źródłem nieporozumień w komunikacji.

Przecenianie własnej efektywności chociaż nie jest tożsame z iluzją transparentności, to jednak łączy je ten sam mechanizm przypisywanie innym własnej wiedzy. Podobnego przykładu nieefektywnej komunikacji dostarczają idiomy. Idiomy o charakterze konwencjonalnym wydają się mieć charakter niearbitralny ze względu na kulturową oczywistość znaczeń, jakie się im przypisuje. Keysar i Bly (1995) udowadniają, że tak nie jest w badaniu, w którym materiałem badawczym były idiomy, które „wyszły z użycia”. Kiedy idiom osadzono w kontekście sugerują-

cym jego właściwe znaczenie, znaczenie przeciwstawne oraz niezwiązane z oryginalnym i zapytano badanych zapoznających się w pierwszej fazie badania z jedną z trzech wersji rozumienia idiomu, w drugiej natomiast z trzema możliwymi interpretacjami o to jaki procent osób wskaże jedno z trzech znaczeń, badani uznali, za najbardziej prawdopodobne wskazanie poznanego przez nich znaczenia. Na wynik ten nie miało wpływu to, czy było nim znaczenie właściwe, przeciwstawne (niezwiązane było oceniane jako najmniej prawdopodobne). Sugeruje to, zdaniem autorów, że przypisywanie znaczeń wyrażeniom o potencjalnie różnym znaczeniu, opiera się na wcześniejszej wiedzy, której dostępność wyklucza alternatywne interpretacje. Takie wyjaśnienie wydaje się im bardziej przekonujące niż odwoływanie się do kotwiczenia na wyuczonej interpretacji, analogicznie do uznawania przypadkowej liczby za wyjściową do oceny prawdopodobieństwa zdarzeń (Kahneman, Tversky, 1974). Ugruntowanie idiomu w określonym znaczeniu ma ten sam charakter, co nadawanie znaczeń niejednoznacznym bodźcom. Zapoznawany idiom jest rozważany ze względu na możliwość powiązania jego elementów (słów) z właściwościami sytuacji i zrealizowana możliwość decyduje o transparencji idiomu, czyli o przekonaniu, że istnieje związek między idiomem i jego znaczeniem.

Negocjacje. Badania Vorauer i Claude (1998), przeprowadzone w kontekście negocjacji wykazują, że zwiększenie wyrazistości celów, poprzedzające bezpośrednią komunikację z partnerem negocjacyjnym, nasila przekonanie o własnej czytelności, ale nie zmienia rzeczywistej czytelności. Większa świadomość własnych celów, chociaż potencjalnie może wywoływać większą spójność pomiędzy zachowaniami a celami nie przyczynia się do większej przejrzystości intencji faktycznych działań. Uczestnicy badań mieli za zadanie podjęcie decyzji dotyczących serii dylematów interpersonalnych (ocenionych wcześniej jako istotnych z punktu widzenia wartości, jaki-

mi kierowali się studenci, spośród których badani byli rekrutowani i nie posiadających prostych i oczywistych rozwiązań) wspólnie z rzekomym partnerom. Procedura „fantomowa” umożliwiła kontrolę eksperymentalną poprzez zachowanie niezmienności w decyzjach partnera. Proces negocjacji realizowany był drogą pisemną – partnerzy wymieniali się zapisanymi na kartkach proponowanymi rozwiązaniami dylematów – jednak realność sytuacji i zaangażowanie w nią była wzmocniana oczekiwaniem drugiej fazy badania, w której partnerzy mieli dyskutować bezpośrednio (w rzeczywistości nie dochodziło do drugiej fazy badania). W każdej sesji brał udział obserwator, który miał dostęp do wszystkich informacji wymienianych przez partnerów.

Rezultaty badań wykazały, że chociaż rzeczywista transparentność celów, oceniana przez obserwatora wahała się wokół czysto przypadkowych wskazań, większość badanych uznała, że inni zidentyfikują ich główny cel. Dostępność celów nasilała rozbieżność pomiędzy rzeczywistą i aktualną czytelnością i jej efekt był największy w warunkach ograniczonej komunikacji. Nie miała jednak znaczenia w warunkach mniej ograniczonej komunikacji, gdzie przecenianie własnej czytelności było w równym stopniu nasilone, niezależnie od dostępności celów. Vorauer i Claude założyły, że efekt przeceniania czytelności może być w większym stopniu wywołany procesami poznawczymi, związanymi z dostępnością samowiedzy niż motywacyjnymi, opartymi na potrzebie bycia czytelnym. Potrzeba ta może wynikać ze związku pomiędzy właściwym komunikowaniem celów, a wzmocnieniem poczucia własnej efektywności. W badaniu przeprowadzonym w celu wyeliminowania wpływu tej potrzeby autorki podzieliły badanych na grupę obserwatorów poinformowanych (o celach badanych z pierwszego eksperymentu) i nie poinformowanych (dostępne im były tylko kolejne decyzje badanych), przy czym zadaniem tych pierwszych była ocena trafności celów dokonana przez obserwatorów nie poinformowanych. Ce-

lem badawczym było zademonstrowanie efektu przeceniania czytelności bez względu na brak motywacji skierowanej na budowanie pozytywnego obrazu siebie. I rzeczywiście obserwatorzy mający wgląd w deklarowane cele oczekiwali, że cele te także będą czytelne dla obserwatorów o nich nie poinformowanych, co pokazuje, że procesy motywacyjne nie są niezbędne dla efektu przeceniania czytelności.

Wyniki badań sugerują zdaniem autorek, że dostęp do uprzywilejowanej informacji wiąże się z trudnością w ekstrapolacji perspektywy osoby, która tej informacji nie posiada i mogą być interpretowane jako ograniczenie w rozróżnianiu prywatnego i publicznego ja. Jedną z konsekwencji tej trudności może być wzrost frustracji i wrogości w trakcie prowadzonych negocjacji. „Przekonanie, że ich nastawienie na dostosowanie się do partnera interakcji lub nastawienie się na realizację własnych celów jest oczywiste dla drugiej strony może wywoływać negatywne reakcje w odpowiedzi na propozycje partnera odbierane jako agresywne, z tego względu, że druga osoba jawi się jako egoista nie dostrzegający kooperacyjnych wysiłków... (s. 381).

Negatywny wpływ iluzji transparentności na decyzje negocjacyjne badali Keysar, Ginzel i Bazerman (1995). Autorzy podkreślają, że ludzie w niedostatecznym stopniu uwzględniają niepewność charakteryzującą daną sytuację. „Niepełna wiedza o dostępie innych do informacji wzbudza tendencję do traktowania własnej wiedzy tak, jakby była łatwo dostępna” (str. 283). I odwrotnie można nie doceniać stopnia poinformowania innych. Te dwa zwierciadlane zjawiska odnoszą się także do przekonań, które nie zawsze są zgodne ze stanem faktycznym. W badaniach Keysara i współpracowników (1995), uczestnicy zapoznawali się z sytuacją, w której Firma A była zainteresowana wykupem Firmy B. Badani otrzymywali informację dotyczącą rzeczywistej wartości firmy B oraz informację na temat przekonań agenta reprezentującego Firmę B, dysponującego nieprawdziwą informacją na te-

mat jej wartości (wyjaśnioną przez badaczy jako efekt nieporozumienia). Agent zastosował taktykę „zgadzacie się, albo przerywamy negocjacje” („take or leave”), sugerując, że jego propozycja nie podlega negocjacom. „Czy kupujący przyjmie ofertę?”, to pytanie, jakie zadano badanym przyniosło w odpowiedzi potwierdzenie przewidywań. Badani w większym stopniu przewidywali przyjęcie oferty, gdy agent był przekonany, że jego oferta była oparta na rzeczywistej wycenie, podczas gdy była mocno zawyżona. Wyniki powtórzone, podkreślając fakt, że informacje dotyczące ceny nie są dostępne kupującemu. W konkluzji, autorzy badania odwołują się do przekonania ekonomistów, że nadmiar wiedzy nie może zaszkodzić, podważając jego zasadność.

ZAKOŃCZENIE

Iluzja transparentności ma szereg konsekwencji istotnych dla współdziałania. Mają one charakter negatywny, chociaż przekonanie o wspólnocie wiedzy wynika z podstawowego mechanizmu komunikacji i współpracy, jakim jest intersubiektywność (Carrithers, 1994). Oznacza ona zdolność wyobrażania sobie stanów wewnętrznych drugiej osoby i przypisywanie innym zdolności od domyślania się własnych stanów wewnętrznych (Pinker, 2010). Szacowanie wiedzy i emocji innych jest obarczone niedostatecznym rozpoznaniem alternatyw dla własnych intuicyjnie przyjętych ocen. Automatyzm ich dokonywania przynosi pożądane skutki w sytuacjach rutynowych, wtedy, gdy kontekst podsuwa interpretacje, o których z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że są dostępne i rozpoznawalne dla innych aktorów. W sytuacji konfliktu, komunikacji międzykulturowej, czy w innych niejednoznacznych zdarzeniach niezakwestionowana wspólnota wiedzy prowadzi do niepożądanych skutków. Kahneman (2011) w swoich rozważaniach nad procesami podejmowania decyzji wskazuje dwa systemy,

które stanowią metaforyczne przedstawienie procesów umysłowych. System 1, odpowiedzialny za rutynowe decyzje, działa szybko, naznaczając sytuację jednoznaczną definicją. System 2 dopuszcza różne możliwości interpretacyjne i angażując dużą ilość zasobów poznawczych prowadzi do decyzji opartych na większej ilości danych. Jego działanie jest zawsze poprzedzone automatycznym włączeniem Systemu 1, co jest równoznaczne z koniecznością motywacyjnego zaangażowania w uruchomienie Systemu 2. Jak określa go autor, jest on leniwy, stąd jego aktywizacja wymaga warunków szczególnych.

Takimi szczególnymi warunkami jest między innymi konieczność konstruktywnego rozwiązania konfliktu, innowacyjnego zaangażowania pracowników w działania na swoim stanowisku pracy, czy skutecznego nauczania, wymagającego uwzględnienia szczególnej roli relacji pomiędzy nauczycielem i uczniem. Badania nad warunkami wzmacniającymi iluzję transparentności i jej konsekwencjami znajdują więc swoje praktyczne zastosowanie, a wiedza propagująca ich wyniki może mieć duże znaczenie w edukacji społecznej. Iluzja transparentności wzmacniana jest samoświadomością i wspólnotowością. Samoświadomość to spostrzeganie siebie jako obiektu oceny. Wiąże się z aktywizacją wewnętrznych standardów regulujących zachowanie. Przyczynia się do działań na rzecz innych osób (Gendolla, Wicklund, 2009), a jednocześnie wzmacnia iluzję transparentności. Podobnie kolektywizm równościowy, którego istotę stanowi gotowość do identyfikacji z celami grupy, połączona z niskim dystansem władzy łączy się z nasileniem iluzji transparentności. Należy jednak traktować te wyniki z ostrożnością, nie wyciągając zbyt uogólnionych wniosków. Badania Wu i Keysara (2007) wskazują na większą zdolność przyjmowania perspektywy innej osoby przedstawicieli kultur kolektywistycznych w porównaniu z reprezentantami kultur indywidualistycznych i co się z tym wiąże trafniejsze interpretowanie działań innych ludzi. Van Bouven, White, Kamada,

Gilovitch (2003) udowadniają, że studenci japońscy, którzy w mniejszym stopniu niż studenci amerykańscy odczuwają wyższość w stosunku do swoich kolegów, różnią się także skłonnością do wymagającego wysiłku sytuacyjnego wyjaśniania przyczyn zachowań innych ludzi.

Przeciwnością iluzji transparentności jest przyjęcie perspektywy innej osoby w taki sposób, aby jednocześnie utrzymać w świadomości własne cele i priorytety (O’Keefe, 1988, Thompson, 2000). Napięcie wynikające z ich sprzeczności w sytuacjach trudnych społecznie jest koniecznym elementem dla zaktywizowania Systemu 2. Skutki aktywności Systemu 1 Kahneman (2011) określa akronimem WYSIATI (what I see is all there is) – „istnieje tylko to, co widzę”, ze wszystkimi konsekwencjami niekorzystnie kształtującymi przyjmowane rozwiązania. Nieporozumienia zatem należy rozpatrywać nie tyle jako efekt okazjonalnie występujących zaburzeń komunikacji, co wyjaśniać jako produkt pracy naszego umysłu. W procesie indywidualnego rozwoju jednostka zdobywa praktykę w przekraczaniu tendencji do kierowania się własną wiedzą, tendencja ta jednak nadal ma charakter pierwotny (Epley, Morewedge, & Keysar 2004). Badania nad iluzją transparentności dowodzą, że jesteśmy dalece mniej efektywni w komunikacji, niż potencjalnie jest to możliwe.

Zjawisko iluzji transparentności wymaga systematycznych badań, które pozwolą na uporządkowanie wiedzy wyjaśniającej jej mechanizm, wydłużenie listy możliwych konsekwencji oraz rozpoznanie warunków ją wzmacniających. Obszar badań poszerzony o rozważania związane z poczuciem własnej wartości, są w tym względzie szczególnie obiecujące, jako że przyczynić się mogą do zrozumienia tego, jak przecenianie czytelności własnych stanów wewnętrznych oraz transparentności stanów wewnętrznych innych osób wpływa na kształtowanie relacji (Cameron, Holmes, Vorauer, 2011).

LITERATURA CYTOWANA:

- Austin, J.L. (1993). *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*. Warszawa: PWN.
- Cameron, J.J., Vorauer, J.D. (2008). Feeling transparent: On meta-perceptions and miscommunications. *Social and Personality Psychology Compass*, 2, 1093-1108.
- Cameron, J.J., Holmes, J.G., Vorauer, J.D. (2011). Cascading metaperceptions: Signal amplification bias of reflected self-esteem. *Self and Identity*, 10, 1-17.
- Carrithers, M. (1994). *Dlaczego ludzie mają kultury*. Warszawa: PIW.
- Duval, T. S., Wicklund, R. A. (1972). *A theory of objective self-awareness*. New York: Academic.
- Epley, N., Morewedge, C.K., Keysar, B. (2004). Perspective taking in children and adults: Equivalent egocentrism but differential correction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 760, 768.
- Fenigstein, A. (1987). On the nature of public and private self-consciousness. *Journal of Personality*, 55, 543-554.
- Gendolla, G.H.E., Wicklund, R.A. (2009). Self-focused attention, perspective taking, and false consensus. *Social Psychology*, 40, 66-72.
- Gilovitch, 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, 232-246.
- Horton, W.S., Keysar, B. (1996). When do speakers take into account common ground? *Cognition*, 59, 91-117.
- Kahneman, (2011). *Thinking fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Keysar, B. (1994). The illusory transparency of intention: Linguistic perspective taking in text. *Cognitive Psychology*, 26, 165-2008.
- Keysar, K. (2007). Communication and miscommunication. *Intercultural Pragmatics*, 4, 71-84.
- Keysar, B., Ginzel, L.E., Bazerman, M.H. (1995). States of affairs and states of mind: The effect of knowledge of beliefs. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64, 283-293.
- Keysar, B. Bly, B. (1995). Intuitions of the transparency of idioms: can one keep a secret by spilling the beans. *Journal of Memory and Language*, 34, 89-109.

- Keysar, B., Barr, D.J., Balin, J.A. (1998). Definite reference and mutual knowledge: process models and common ground in comprehension. *Journal of Memory and Language*, 39, 1-20.
- Keysar, B., Horton, W.S. (1998). Speaking with common ground: from principles to process in pragmatics: a replay to Polichak and Gerrig. *Cognition*, 66, 191-198.
- Keysar, B., Barr, D.J., Balin, J.A., Brauner, J.S. (2000). Taking perspective in conversation: The role of mutual knowledge in comprehension. *Psychological Science*, 11, 32-38.
- Keysar, B., Henly, A.S. (2002). Speakers' overestimation of their effectiveness. *Psychological Science*, 13, 207-212.
- Lee, J.J., Pinker, S. (2010). Rationales for indirect speech: the theory of the strategic speaker. *Psychological Review*, 17, 785-807.
- Miller, G.A. (1980). Psychologia i komunikacja. W: *Język w świetle nauki*, B. Stanosz (red.). Warszawa: Czytelnik, str. 157-168.
- Moscowitz, G.B. (2009). *Zrozumieć siebie i innych. Psychologia poznania społecznego*. Gdańsk: GWP.
- O, Keefee, B.J. (1988). The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication. *Communication Monographs*, 55, 80-103.
- Robinson, R.J., Keltner, D., Ward, A., Ross, L. (1995). Actual versus assumed differences in in construal: "Naďve realism" in intergroup perception and conflict. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 404-417.
- Ross, L., Ward, A. (1996). Naďve realism in everyday life: Implications for social conflict and misunderstanding. In T. Brown, E. S. Reed, E. Turiel (Eds.), *Values and knowledge* (pp. 103-135). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Savitsky, K., Gilvitch, T. (2003). The illusion of transparency and the alleviation of speech anxiety. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 618-625.
- Thompson, L. (2000). *The mind and heart of the negotiator*. New Jersey: Prentice Hall.
- Tversky, A., Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.
- Uhlmann, E.L., Cohen, G.C. (2007??). "I think it, therefore it's true": Effects of self-perceived objectivity on hiring discrimination. *Organizational Behavior and Human Decision* 104, 207-223.
- Van Boven, L., White, K., Kamada, A., Gilvitch, T. (2003). Intuitions about situational correction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 249-258.
- Vorauer, J. D., Claude, S.D. (1998). Perceived versus actual transparency of goals in negotiation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 371-385.
- 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., Cameron, J. J. (2002). So close, and yet so far: Can social bonds foster transparency overestimation? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1344-1352.
- Wu, S., Keysar, B. (2007). The effect of culture on perspective taking. *Psychological Science*, 18, 600-606.

Krystyna Adamska

Wydział Psychologii
Uniwersytet Gdański

THE ILLUSION OF TRANSPARENCY – THE CAUSES AND CONSEQUENCES.

ABSTRACTS

The illusion of transparency, as a manifestation of a broader phenomenon of automaticity in perceiving oneself and others, may seriously hinder effective communication. Three related mechanisms explain its occurrence: naïve realism, anchoring with insufficient adjustment and privileged knowledge. The research review, presented in the article, allows to state the significant role of the transparency illusion in understanding others' people intentions and perceiving how one's own intentions are to be understood by others. The illusion of transparency is strengthened by communality orientation and self-awareness. The effects of the transparency illusion are, among others, limitations in negotiation effectiveness and lower quality of public speech.

Key words: illusion of transparency, communication, naïve realism, privileged knowledge, anchoring.