

以下の文章を読み、患者とのコミュニケーションにおいて気をつけるべきことについて、あなたの考えを600字以内で述べよ。

あなたが重い心臓病にかかっている、主治医はつらい手術を提案していると仮定しよう。当然、あなたは手術の成功率を知りたいと思う。「この手術を受けた100人の患者のうち、90人が五年後に生存しています」と主治医は言う。あなたはどうするだろう。こうした事実の伝え方だと、主治医の言葉はとても安心感を与え、あなたは手術を受けるだろう。

しかし、主治医が答え方のフレームを少しばかり変えたとしよう。主治医がこう言ったと仮定する。「この手術を受けた100人の患者のうち、10人が五年後に死亡しています」。あなたのごくふつうの人だったら、主治医の言葉はかなり不安を感じさせ、手術を受けないかもしれない。(中略) 数多くの実験で、「100人のうち90人が生きている」という情報と、「100人のうち10人が亡くなっている」という情報とでは、内容はまったく同じなのに、人々の反応はかなり違ったものになっている。専門家でさえフレーミング効果の影響を受ける。医者が手術を勧める可能性は、「100人のうち10人が亡くなっている」と告げられた場合より「100人のうち90人が生存している」と告げられた場合のほうが高くなる。

(「実践行動経済学」リチャード・セイラー、キャス・サンスティーン著
遠藤真美訳 (日経BP))

【注】

フレーム＝ものごとを認識する枠組み。