

Eメールにおける皮肉伝達 ——送り手側の成功の過剰評価——

岡 本 真 一 郎*

Eメールで皮肉を伝える際の伝達成功の過剰評価について検討する、シナリオを用いた実験的研究を行った。107名の実験参加者は送り手側から、受け手が発話をどの程度皮肉と感じるかを推測した。シナリオでは情報分布（共有、話し手専有、情報非提示）と皮肉手掛かりの明瞭さの程度（低、中、高）が操作された。皮肉らしさは共有、話し手専有、非提示の順で、また手掛かり高、中、低の順であると推測されていた。さらに、専有条件と非提示条件の差は明瞭さ中条件で最大であった。これらの結果は送り手側の過剰評価の存在を確認するとともに、それが発話内の皮肉手掛かりの曖昧さに基づくという予想を裏づけるものであった。

キーワード：伝達成功の過剰評価、皮肉、皮肉の手掛かり、Eメール、CMC

1. はじめに

本稿ではEメールのコミュニケーションにおいて、送り手側に伝達成功の過剰評価の生起を生じさせる要因を検討する。伝達の内容としては皮肉 (irony, sarcasm) を扱う¹⁾。電子コミュニケーション (CMC: computer mediated communication) という比較的新しく変化の激しいメディアでは、今後さまざまな形でのコミュニケーション上のトラブルが生ずる可能性がある。本稿で検討するのはそうした問題の一つであり、単に理論的な意義にとどまらず、CMCでの誤解をできるだけ防止する、という実際的な見地でも意義があるものと考えらる。

1.1 皮肉発話の特徴

皮肉は日常のコミュニケーションにしばしば現れる¹⁾。Gibbs (2000) はアメリカでの研究で、ironyがどの程度用いられるのかを調査している。大学生の友人間の10分間の会話を62個録音して、その中に289例のironyが見られたと報告している。これは全発話の機会のおよそ8%に当たる。日本でも文学作品、ドキュメンタリーなどの分析では、多くの皮肉例が見いだされている (Okamoto, 2007)。皮肉が用いられる

理由の一つは、皮肉は言い方によっては、あまり露骨な非難にならず、鬱憤晴らしとしても便利な手段である、という点にあると考えられる (岡本, 2013)。

さて、皮肉発話には様々な種類があるが、典型的なものは、歌が下手な太郎について、

1. 太郎様は歌がお上手でございますねえ、

と言ったり、知識をひけらかす花子について、

2. 花子さんはものすごくよく知っているね、

と言うように、字義的にはポジティブな感情を有しているように見せかけてネガティブな感情を伝えようとするタイプ、すなわち逆転型 (reversal type) の皮肉である (Okamoto, 2007)²⁾。本稿ではこのタイプの皮肉を念頭において議論を進める。

逆転型の皮肉発話では、送り手 (話し手、書き手) は字義的にはポジティブな感情を表現している。そこで、それが皮肉であるということが受け手 (聞き手、読み手) に認識されるためには、手掛かりになるものが必要である。手掛かりの一つは、発話の行われる文脈である。発話内容と文脈的情報に食い違いがあれば、それが手掛かりになる。また、発話のしかた自体にも手掛かりになりうるものが含まれる。1, 2にあるような不自然な敬語、誇張のような言語的なもののほか非言語的なものとして、話し言葉では嘲笑、目配せ、

*愛知学院大学心身科学部心理学科
(連絡先) 〒470-0195 愛知県日進市岩崎町阿良池12 E-mail: okamoto@dpc.agu.ac.jp

不自然な口調、表情等が、書き言葉では疑問符、感嘆符、カギ括弧などの諸記号の不自然な使用がそれに当たる。

皮肉に関する最近の理論は、こうした手掛かりが発話の不誠実性 (insincerity) を生じさせると論ずる。(Kumon-Nakamura, Glucksberg, S. & Brown, 1995; Okamoto, 2007; Utsumi, 2000)。それらによって発話における感情の表出が直接的ではなくひねった感じとなり、皮肉独特のからかいのニュアンスも醸し出すと考えるのである (Okamoto, 2007)³⁾。

1.2 CMC と皮肉

CMC では事実の伝達も重要だが、とくに感情の伝達の正確さが問題になる。これはまさに皮肉の伝達の正確さに関わる。CMC は基本的にはタイプした文字ベースで行われる。送り手の感情を表すためには、写真など画像の添付も可能であるが、多くの場合絵文字、顔文字や種々の符・記号 (汗, 笑, !, …, など) が用いられる (三宅, 2005)。もし、皮肉をEメールで表現するとすれば、3, 4のように記号や顔文字等を手掛かりとして用いるのも有効であろう (Okamoto, 2007; 岡本, 2013)。

3. 花子さんは何でもよく知ってるね(汗)!!

4. 太郎君は歌が上手ですね(^_^)

しかし、CMC では送り手はこのような手掛かりを適切に用いて、うまく皮肉が伝達できるのだろうか。CMC が日常のコミュニケーションで大きな部分を占めるとなると、従来は口頭のコミュニケーションで用いられていた皮肉の伝え方が、媒体の違いを考えずにそのまま CMC にも持ち込まれる可能性がある。このことが伝達の失敗を生ずるかもしれない。

1.3 伝達成功の過剰評価

皮肉のコミュニケーションにおいては、送り手が実際以上にうまく伝わったと過剰評価する現象が見られることがある。Kruger ら (Kruger, Epley, Parker, & Ng, 2005) は皮肉伝達の成功に関する送り手の過剰評価をEメールと音声で比較する実験を行った。送り手は皮肉もしくはほめを伝達し、その成功 (受け手が皮肉かほめかを送り手の意図通り区別できること) に関して、実際の度合いと送り手が推測する度合いを比較した。Eメールでは送り手は成功を過剰評価することが見いだされた。この実験は絵文字等を使用させない条件で行われたが、Okamoto (2015) は絵文字を使用可能な場合でも送り手の過剰評価が生じることを確認した。

なぜ、このような過剰評価が生ずるのだろうか。送り手が受け手の正確さを見積もるためには、受け手の視点を推測してその立場を取る必要がある。その際、送り手は自分の視点を基準に受け手の視点の方向へ調整していくのだが、この調整が不十分になるという過程が過剰評価に影響していると考えられる (Gilovich, et al., 1998; Kruger et al., 2005)。つまり送り手は両者の視点の違いを過小評価する。その結果、コミュニケーションのための基盤の共通性 (Clark, 1996) を過剰に評価する。したがって、メッセージ理解の前提になるような一定の仮定を送り手だけが有していても、それを受け手も有していると錯覚して、送り手側が受け手には十分に理解できないようなメッセージを作成する。しかし、そうしたメッセージが受け手に理解されたという送り手の判断が過剰になることがありうる。

とくに送り手は、受け手がメッセージの内容と文脈からどのような推測が可能であるかを適切に評価できない可能性がある。このことは、送り手と同じ文脈的情報を有する実験参加者が、受け手の認知を正しく判断できないという Keysar (1994) の次の実験から示唆される (この実験は CMC ではなく口頭、筆記のコミュニケーションを対象としている)。たとえば「Mike は June に推薦されたレストランへ行った。しかし、料理もサービスもよくなかった。June にレストランの感想を聞かれた Mike が『すばらしかったよ』と言った」というシナリオを参加者に示した場合、下線部の情報を知らないはずの June であっても、Mike の発話が皮肉と感じるだろうと参加者が推測した、という結果を見いだしている。送り手には、発話から伝わる情報への配慮不足があることが考えられる。

なぜ配慮不足となるのか。Keysar と Barr (2002) は、送り手は発話を構成する際に、曖昧さがないと解釈すると論じている。この議論は次のように説明できるだろう。上の例のように、発話だけに基づくのであれば皮肉かどうか曖昧な場合がある。つまりその発話を客観的に見れば皮肉かどうかの判断をするのには情報が不足であり、皮肉として受け手に伝わるためには、発話内容が文脈と食い違っているという情報も必要である。しかしそうした送り手自身は皮肉の生じる文脈であると知っているから、発話だけで曖昧でなく皮肉と解釈されるだろうと推測してしまう。つまり発話の表現法 (言い回し、話し言葉なら口調、書き言葉なら記号等) が皮肉手掛かりとして十分機能すると過剰評価してしまうのである。一方の受け手は文脈の情報がないので、不自然な口調や記号などを皮肉の手掛かりと

知覚しにくい。

本研究はこの Keysar (1994) のパラダイムを用いた実験を行う。つまり Keysar 同様、本研究では送り手と同じ文脈的情報を有している送り手側傍観者の認知を扱うことになる⁴⁾。この点、送り手自身の認知を扱った Kruger et al. (2005) 等とは条件が異なる。しかしここまでおよび次の1.4の議論は、送り手自身であっても送り手側の傍観者であっても同様に当てはまると考える。両者の相違がどのような点で生じうるかは、考察において論ずる。

1.4 手掛かりの明瞭さと過剰評価

さて、送り手側と受け手の皮肉手掛かりの解釈の食い違いが錯覚を生むとすれば、それがとくに大きくなるのは皮肉手掛かりが中間的明瞭さの場合であると推測できる。これは以下の理由による。まず、皮肉手掛かりが顕著であれば、送り手側はその情報で皮肉がうまく通じるだろうと期待するが、受け手も発話が皮肉であるという判断を誤る可能性は比較的低くなるだろう。逆に手掛かりの明瞭さの程度が低ければ、受け手は皮肉と判断できないが、送り手側も受け手が皮肉であると判断するとはさほど期待できないだろう。

しかし発話内の手掛かりの明瞭さが中間的なとき、すなわちそれが手掛かりであるかどうか不明確な場合には、送り手側は発話中の手掛かりがどの程度効果を持つかに関して客観的予測が難しいので、受け手が発話を皮肉であると判断できると期待するのに、受け手にとってはそれでは不十分である可能性が強いため、両者の開きが大きくなるからである⁵⁾。

1.5 本研究の概要

本研究では、皮肉手掛かり明瞭さの程度の高低が、伝達成功に関する送り手側の過剰評価の程度にいかに関与するかを検証することを主たる目的とする。Keysar (1994) と同じくシナリオ実験だが、実験方法を変更して、Eメール（携帯メール）によるコミュニケーションの状況とした。

皮肉手掛かりの明瞭さの程度は、言語的な強調、また非言語的な手掛かりに相当するものとして、感嘆符や発話の感情と矛盾するような顔文字によって操作した (Kreuz & Robertz, 1994; 岡本, 2011, Okamoto, 2007, 2015)。

シナリオは、たとえば「カラオケで山村君が歌った」という状況で、送り手が、

5. 山村君の歌よかったね。

のような字義上ポジティブなコメントを受け手にメールで送るという設定である。実験参加者は「送り手は、受け手の側は発話の皮肉らしさに関してどのように受け取ると感じるか」を推測した。その際実験参加者が「山村君はカラオケで失態を演じた」というようなネガティブな文脈情報を知らされ、この情報に送り手のみが接触可能な場合、受け手も接触可能な場合、そして統制群として文脈情報がない場合の3通りを設定した。

発話（メール）内容としては皮肉手掛かりの明瞭さが小さい場合、中間的な場合、大きい場合の3通りを設定した。

1.6 仮説

仮説は以下の通りである。受け手が感ずるであろう発話の皮肉らしさについての、送り手側の推測に関するものである。

[情報分布の効果]

1. 受け手の感じる皮肉らしさは、ターゲットに関する情報を共有する条件では送り手が専有する条件より大きいと推測される。専有条件も、参加者が情報を有しない非提示条件よりは大きいだろう（送り手側の過剰評価）

[皮肉手掛かりの明瞭さの程度の効果]

2. 手掛かり明瞭さの程度が高くなるほど、皮肉らしいと感じられるだろう。

[情報分布×手掛かりの交互作用]

3. 1の共有条件と専有条件の差は、明瞭さが中間の条件で顕著になる。

2. 方法

2.1 参加者

大学生107名（男67名、女40名）であった。（他に3名、記載不備のため分析から除外したデータがある。）

2.2 独立変数

情報分布（共有、送り手専有、情報非提示）×皮肉手掛かりの明瞭さ（低、中、高）の3×3の実験計画であった。情報は参加者間、明瞭さは参加者内要因であった。

2.3 場面設定

ターゲット人物（第三者）が失敗した事態（12場面：

例, 山村君がカラオケで失敗) に関して, ターゲット人物についてのポジティブなコメント (山村君の歌よかったね) のEメールとした.

2.4 情報分布の操作

ターゲットの人物の失敗について, 以下のように操作した.

- 共有: 送り手・受け手とも知っている.
- 送り手専有: 送り手のみが知っている.
- 情報非呈示: 参加者に非提示.

2.5 皮肉手掛かり明瞭さの操作

強調の副詞や記号によって操作した.

手掛かり明瞭さ低: 強調副詞も記号もなし (山村君の歌よかったね).

手掛かり明瞭さ中: 強調副詞と感嘆符 (山村君の歌とーってもよかったね!!).

手掛かり明瞭さ高: 強調副詞に不自然な長音. 文末に否定的感情を表す顔文字を付加 (山村君の歌とーもよかったね (#_-)).

2.6 質問紙の構成

各質問紙は12場面を2分割した6場面 (+フィラー3場面) から構成した. 皮肉手掛かりと場面の組み合わせはカウンターバランスした. 場面の順序はカウンターバランスして4通り設定した.

場面の例は, 本稿末尾に示す.

2.7 手続

集団で実施. 各シナリオを読んで, Xさんが送ったメールについて, 受け手 (Yさん) が皮肉らしく感じる程度を推測して評定した.

2.8 従属変数

「メールを受け取ったYさんは, 『Xさんが言っていることはその人についての皮肉である』と感じると思いますか?」という表現で, 受け手が内容を「皮肉とを感じる」か否かを推測してもらった. 7ポイント尺度 (1:皮肉と感じない-7:皮肉と感じる) を用いた.

3. 結果

3.1 皮肉と感じる程度の評定値

評定値の平均値を表1, 図1に示す. 情報分布×皮肉手掛かりの分散分析を行った. 両変数の主効果(情

報分布: $F_1(2,104)=44.13$; $F_2(2,22)=71.29$, 手掛かり: $F_1(2,208)=50.10$, $F_2(2,22)=40.54$, $ps<.001$), 交互作用 ($F_1(4,208)=3.86$, $p<.01$, $F_2(4,44)=2.63$, $p<.05$) とも有意であった.

皮肉と感じる (という推測の) 程度は共有>専有>非呈示の順であった (水準間有意差あり $ps<.05$). また, 手掛かり明瞭さの度合いが高いほど皮肉と感じると推測する程度は大であったが, 手掛かり明瞭さ低と中との差は, 共有と専有条件では有意であったのに ($ps<.05$, ただし専有条件は参加者単位のみ有意), 非提示条件では有意でなかった ($ps>.1$). さらに, 共有と専有条件では手掛かりの増加は1次的で (共有: $F_1(1,33)=25.92$; $F_2(1,11)=16.41$, 専有: $F_1(1,37)=21.97$; $ps<.01$), 非提示条件では2次の傾向も有意であった (1次: $F_1(1,34)=32.04$, $F_2(1,11)=63.61$, 2次: $F_1(1,34)=27.77$, $F_2(1,11)=23.37$, $ps<.01$).

専有条件と非呈示条件の差が, 過剰評価の存在を示唆するものである. そして, 図1の両条件の差は, 手掛かり中条件で最大になっているが, これは統計的には, 非呈示条件では手掛かり小, 中間に差がないのに, 専有条件では差があることや, 専有条件では1次の傾向のみが有意だが, 非呈示条件ではこれに加えて2次の傾向も有意であることから裏付けられる.

表1 皮肉と感じた程度平均値と標準偏差 (括弧内) 平均値と標準偏差 (括弧内)

	共有	専有	非提示
明瞭さ低	4.79 (1.52)	3.43 (1.74)	2.46 (1.25)
明瞭さ中	5.63 (1.08)	4.08 (2.02)	2.27 (1.21)
明瞭さ高	6.04 (0.87)	5.22 (1.65)	4.21 (1.54)

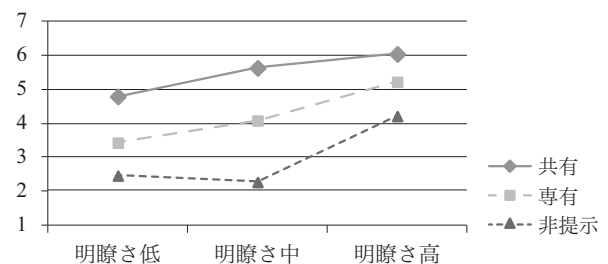


図1 皮肉と感じる程度の平均値

3.2 皮肉判断度数

評定値5以上を「皮肉と感じるという判断がなされた場合」と見なして, 各参加者の皮肉判断度数 ($0 \leq x \leq 2$) も分析した. 表2のとおり傾向は評定値とほぼ同様であった. 分散分析の結果, 情報分布と手掛かり

明瞭さの主効果（情報： $F_1(2,104)=43.71$; $F_2(2,22)=43.31$, 手掛かり： $F_1(2,208)=36.86$, $F_2(2,22)=37.31$, $ps<.001$), 交互作用 ($F_1(4,208)=2.58$, $p<.05$ のみ) がともに有意であった。ここでも、共有、専有条件では手掛かりの増加は1次的であったが（共有： $F_1(1,33)=19.43$; $F_2(1,11)=12.13$, 専有： $F_1(1,37)=17.23$; $F_2(1,11)=21.67$, $ps<.01$), 非提示条件では2次の傾向も有意であった（1次： $F_1(1,34)=27.06$, $F_2(1,11)=90.45$; 2次： $F_1(1,34)=14.12$, $F_2(1,11)=10.72$, $ps<.01$ ）。

表2 皮肉と判断された度数
平均値と標準偏差（括弧内）

	共有	占有	非提示
小	1.21 (0.81)	0.74 (0.72)	0.29 (0.46)
中	1.68 (0.47)	1.00 (0.87)	0.29 (0.52)
大	1.82 (0.39)	1.42 (0.72)	1.06 (0.80)

4. 考察

4.1 仮説の検証

仮説1, 2, 3はいずれも支持された。

まず、仮説1の予想する通り、皮肉らしさの推測は共有条件、専有条件、非提示条件の順になった。専有条件でも非提示条件に比べて皮肉と感じられやすいと推測されることは送り手側の過剰評価の存在を確認するものである。

さらに、仮説2を支持して手掛かり明瞭さの程度が増すほど、皮肉らしさの推測は大きくなった。

そしてとくに重要な点として、手掛かり明瞭さの効果が専有条件と非提示条件では異なったことがある。すなわち、一般には明瞭さが高いほど皮肉らしさの推測は大きくなったが、明瞭さが中程度の条件を明瞭さが低い条件と比べると、専有条件の参加者は受け手がより皮肉を感じると推測しているのに対し、非提示条件ではそのような推測の上昇が認められなかった。ここから、明瞭さが中程度の場合に過剰評価が顕著になるという仮説3の予想が支持された。

本研究はKeysar (1994) 流の手続きで皮肉伝達の過剰評価が存在することを追認した上、それがとくに、手掛かりが中程度の場合に顕著になることを実証したことになる。なお、前述のKrugerら (2005) の実験では、メールではなく音声で伝達する実験条件も設定されていた。この音声条件では過剰評価は見いだされていない。Keysar (1994) の実験に見られたような送り手側の発話情報への配慮不足があっても、実際には

少なくとも音声による伝達においては打ち消されて、過剰評価を生じないかも知れない。

しかし、Eメールのコミュニケーションでは、KrugerらやOkamoto (2015) の実験でも過剰評価が見られている。CMCでは伝達される情報は文字が中心である。ジェスチャー、音調等種々の手掛かりを欠いている。微妙なニュアンスを伝えることが難しい。また、絵文字等の手段がある場合でも、それらの意味あいについて、送り手と受け手の間で解釈の食い違いがあるかもしれない。しかし送り手は、そうしたことをあまり意識しない。送り手側の意図するように受け手が解釈してくれるだろうと過剰に期待する必要がある。したがって、Keysarの実験で示唆された発話情報への配慮不足が、過剰評価に結びつく可能性がある。

4.2 送り手 vs. 送り手側の傍観者

前述のように本研究の結果は送り手側の過剰評価を実証したが、実験参加者は実際にメッセージを送ったわけではない。したがって、実験結果から直接主張できることは、送り手と同じ状況的情報を有する傍観者における過剰評価ということになる。

Gilovichらの実験では、同じ外見の容器に入ったまぜ飲み物とおいしい飲み物を口にしたことを観察者が見抜けるかという課題において、行為者は観察者の成功率を過剰評価するが、行為者がどの飲み物を口にしたかを知っている傍観者には、観察者の成功率の過剰評価が見られないことを報告している。

実験手続きが異なるので、もちろん本研究と同一には扱えないが、もしGioivichらのこの結果をそのまま外挿して考えると、本研究のような状況での過剰評価は送り手自身の場合よりは少なくなることになる。それにもかかわらず過剰評価が見られたわけだから、送り手本人の過剰評価はさらに大きいという推測も可能である。

4.3 受け手をターゲットとした皮肉

本研究は第三者が皮肉のターゲットになった状況、すなわち受け手自体が皮肉のターゲットになっていない状況でのものである。

6. 君はものすごく歌が上手だね。

のように受け手をターゲットとした場合の皮肉においては、一般的には受け手自身も発話の前提となる状況についての知識、仮定を送り手と共有することが多いから、過剰評価は低まることが予想される。しかし、知識を共有しない場合（たとえば送り手は下手な歌だ

と思っているが、受け手自身は上手だと思っているような場合)はどうか。受け手の自己評価が低めないという動機づけが作用するとすれば、受け手は当該発話が皮肉であることを認識しにくいのに対して、送り手自身はそうした受け手の状態を十分考慮に入れられないので、第三者がターゲットの場合よりも過剰評価が生じやすくなるかも知れない。この点、検討の余地がある。

4.4 CMC と伝達の失敗

本実験ではメールでの伝達を想定して実験したが、この結果はツイッターやLINEなどにも同様に適用できよう。これから先も、より新しいメディアが出現するが、そこでも過剰評価の問題が解消しない、いやむしろ悪化する可能性がある。透明性錯覚にはCMCのメディアとしての新しさが、原因の一つとなっている可能性があるからである。

新しさのため扱いに不慣れで、送信・受信に大きな認知的負荷(cognitive load)がかかる可能性がある。また、絵文字等の諸符号の意味合いについても、送り手・受け手間で合意が十分に得られていないかも知れない。こうした要因も、とくに新しい手法のCMCにおける過剰評価を助長する可能性がある。大きな認知的負荷がかかれば、相手の視点へと調整することがより困難になるし(Epley, Keysar, Boven, & Gilovich, 2004)、諸記号の合意のないことについて、コミュニケーションの当事者は気づかない可能性もあるからである(三浦, 2011)。

5. おわりに

本研究では、Eメールで皮肉伝達を行った場合に、送り手側に伝達成功の過剰評価が生ずることをシナリオ実験によって確認した。また、その原因として皮肉手掛かりの曖昧さがあるという推測も裏づけられた。

もちろん、コミュニケーションにおける過剰評価は、皮肉伝達に限られるわけではないと思われる(Keysar & Barr, 2000; Kruger et al., 2005)。また、他のタイプのコミュニケーション上の問題も生じうる。CMCの発達に伴ってコミュニケーションの齟齬にどんな影響があり得るかを、今後とも検討していく必要がある。

付 記

本研究の一部は日本社会心理学会第50回大会・日本グ

ループ・ダイナミクス学会第56回大会合同大会(2009)にて発表された。

本稿の執筆に当たっては平成23-25年度科学研究費助成金(基盤研究(C):23530831, 研究代表者:岡本真一郎)、および岡本が研究分担者を務める平成23-25年度科学研究費補助金(基盤研究(B):23330194, 研究代表者:唐沢穰)からの助成を受けた。

注

- 1) Kruger et al. (2005) や Keysar (1994) は主に“sarcasm”という語を用いている。これは一般に“irony”として議論されているものの一部であると考えられる。不誠実性に関する議論“irony”についてのものだが、ここで扱われているような“sarcasm”に関しても当てはまると見なしうる。そして日本語の「皮肉」と“irony,” “sarcasm”は同一ではない部分があるが、少なくとも本研究で言及するような問題については共通に議論できると考える(Okamoto, 2007)。
- 2) 逆転型においては字義的な感情と意図された感情は逆転しているが、意味自体は、2のように字義通りの場合もある。
- 3) どのような現象を透明性錯覚と見なすかは、Gilovich et al. (1998) と Keysar ら(Keysar, 1994; Keysar & Bar, 2002) で異なると見られる。Gilovich et al. のほうが限定的で行為者の実体験した内心が観察者に見透かされている場合に限っていると考えられる。ただ、本稿では透明性錯覚自体の議論には立ち入らない。
- 4) Keysar は「(送り手の情報を有する)読み手(reader)が受け手(addressee)の認知をどのように推測するか」という見地で論じている。
- 5) Keysar の実験は発話内の手掛かり明瞭さが低い場合に当たる。しかし、そこでも送り手側の過剰評価は認められている。したがって本研究でも、過剰評価はこの条件でも生ずることを予想するが、手掛かりが中程度の場合よりは抑制されると予想するのである。

文 献

- Clark, H. H. (1996). *Using language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 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.
- Gibbs, R. W. (2000). Irony in talk among friends. *Metaphor and Symbol*, **15**, 5-27.
- Gilovich, T., Savitsky, K., & Medvec, V. H. (1998). The illusion of transparency: Biased assessments of other's ability to read one's emotional status. *Journal of Personality and Social Psychology*, **75**, 332-346.
- Keysar, B. (1994). The illusory transparency of intention: Linguistic perspective taking in text. *Cognitive Psychology*,

- 26, 165–208.
- Keysar, B., & Bar, D. J. (2002). Self-anchoring in conversation: Why language users do not do what they should. In Gilovich, T., Griffin, D., & Kahneman, D. (Eds.) *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 150–166.
- Kreuz, R. J., & Roberts, R. M. 1995 Two cues for verbal irony: Hyperbole and the ironic tone of voice. *Metaphor and Symbolic Activity*, **10**, 21–31.
- Kruger, J., Epley, N., Parker, J., & Ng, Z.-W. (2005). Egocentrism over E-mail: Can we communicate as well as we think? *Journal of Personality and Social Psychology*, **89**, 925–936.
- Kumon-Nakamura, S. Glucksberg, S., & Brown, M. (1995). How about another piece of pie: The allusional pretense theory of discourse irony. *Journal of Experimental Psychology: General*, **124**, 3–21.
- 三浦麻子 (2011). CMCにおけるミス・コミュニケーション 岡本真一郎 (編) ミス・コミュニケーション—なぜ生ずるか、どう防ぐか— ナカニシヤ出版 pp. 83–101.
- 三宅和子 (2005). 携帯メールの話しことばと書きことば 電子メディア時代のヴィジュアル・コミュニケーション 三宅和子・岡本能里子・佐藤彰 (編) メディアとことば 2 組み込まれるオーディエンス ひつじ書房 pp. 234–261.
- Okamoto, S. (2007). An analysis of the usage of Japanese *hiniku*: Based on the communicative insincerity theory of irony. *Journal of Pragmatics*, **39**, 1143–1169.
- 岡本真一郎 2013 言語の社会心理学 中央公論新社
- Okamoto, S. (2015). Irony and the sender's overconfidence: Effects of contextual factors and emoticons in E-mail, *Bulletin of the Faculty of Psychology & Physical Science, Aichi Gakuin University*, **11**, 57–66.
- Utsumi, A. (2000). Verbal irony as implicit display of ironic environment: Distinguishing ironic utterances from nonirony. *Journal of Pragmatics*, **32**, 1777–1806.

実験に用いた場面例

【カラオケ】

[情報分布の操作]

(共有条件)

皆知っていることですが、山村啓一君はよくカラオケで歌っています。本人は結構自信はあるようです。

しかしこんな出来事がありました。

夕べ何人かでカラオケに行ったのですが、山村君は大失敗をしました。歌い出しで音程が合わず、あわてて直そうと思ったのですが、うまく戻らなかつたし、リズムも大きく乱れてしまいました。

Xさん、Yさんともにその場にいました。

カラオケの後、XさんからYさんへのメールです。

(メール本文:「さっきのカラオケ面白かったね」に続いて不誠実性操作部分)

(各条件共通) メールを受け取ったYさんは、「Xさんが言っていることはその人についての皮肉である」と感じると思いませんか?

(送り手専有条件)

皆知っていることですが、山村啓一君はよくカラオケで歌っています。本人は結構自信はあるようです。

しかしこんな出来事がありました。

夕べ何人かでカラオケに行ったのですが、山村君は大失敗をしました。歌い出しで音程が合わず、あわてて直そうと思ったのですが、うまく戻らなかつたし、リズムも大きく乱れてしまいました。

Xさんはその場にいましたが、Yさんはいませんでした。

カラオケの後、XさんからYさんへのメールです。

(「さっきまでカラオケやってたよ」に続いて不誠実性操作部分)

(情報非呈示条件)

皆知っていることですが、山村啓一君はよくカラオケで歌っています。本人は結構自信はあるようです。

あるとき、XさんからYさんにメールが来ました。その内容は

(「さっきまでカラオケやってたよ」に続いて不誠実性操作部分)

[皮肉手掛かり明瞭さの操作]

(明瞭さ低条件)

山村君の歌よかったね

(明瞭さ中条件)

山村君の歌、とーってもよかったね!!

(明瞭さ高条件)

山村君の歌、とおってーもよかったね(#-_-)

*共有条件のメールを示した。

送り手専有条件や情報非提示条件では、受け手がその場になかったという設定なので、

山村君の歌よかったよ

のように終助詞を「ね」から「よ」に変えた。(皮肉手掛かりの操作に関しては変更がない。)

【スキー】

[情報分布の操作]

(共有条件)

皆知っていることですが、松田博君は、スキー歴10年と言っていました。

しかしこんな出来事がありました。

先日、松田君ほか何人かでスキーに行きました。松田君は、滑り始めた直後、松田君はそれほど難しくない斜面を直滑降で降りようとして、ひどく転倒してしまいました。幸いけがはありませんでしたが…

Xさん、Yさんともにスキーに行っていました。

スキーから帰った後、XさんからYさんへのメールです。

(「スキーなかなか楽しかったね」に続いて皮肉手掛かり操作部分)

(送り手専有条件)

皆が知っていることですが、松田博君は、スキー歴10年と言っていました。

しかしこんな出来事がありました。

先日、松田君ほか何人かでスキーに行きました。松田君は、滑り始めた直後、松田君はそれほど難しくない斜面を直滑降で降りようとして、ひどく転倒してしまいました。幸いけがはありませんでしたが…

Xさんはスキーに行っていましたが、Yさんは行っていませんでした。

スキーから帰った後、XさんからYさんへのメールです。(「スキーなかなか楽しかったね」に続いて皮肉手掛かり操作部分)

(情報非呈示条件)

皆が知っていることですが、松田博君は、スキー歴10年と言っていました。

Xさんは松田君たちとスキーに行くという話でした。Yさんは行きませんでした。

XさんからYさんにメールが来ました。その内容は、(「スキーなかなか楽しかったね」に続いて皮肉手掛かり操作部分)

[皮肉手掛かり明瞭さの操作]

(明瞭さ低条件)

松田君ってうまいんだね

(明瞭さ中条件)

松田君って、すごくうまいんだね!!

(明瞭さ高条件)

松田君って、すうごーくうまいんだね (-_-;)

*情報専有条件のメールを示した。他の条件では次のように終助詞を変更した。

松田君ってうまいんだよ

最終版平成28年10月11日受理

The Illusion of Transparency in E-mail Correspondence: Overconfidence in Communication of Irony

Shinichiro OKAMOTO

Abstract

A questionnaire-based experiment was conducted in order to investigate the overestimation of success in communication of ironic remarks. One hundred and seven participants were shown scenarios in which the sender sent remarks by e-mail. Participants estimated, from the sender's side, how ironic the receiver would feel the remarks were. In the scenarios the distribution of situational information (shared, speaker-monopolized, non-information) and the salience of ironic cues contained in the remarks (high, medium, low) were manipulated. The results showed that the remarks would be felt most ironic in the shared condition and least in the non-information condition, most ironic in the high salience condition and least in the low sincerity condition. The difference between the shared and non-information condition was largest when the salience was medium. These results demonstrated that the overestimation of communicative success exists in the sender's side and, in addition, supported the speculation that this overconfidence is caused by the ambiguity of the cues of irony in remarks.

Keywords: the overconfidence of communicative success, irony, e-mail, computer mediated communication