



Title	謝罪文に付与された顔文字が受け手の感情に与える効果
Author(s)	荒川, 歩; 鈴木, 直人
Citation	対人社会心理学研究. 2004, 4, p. 135-140
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/3801
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

謝罪文に付与された顔文字が受け手の感情に与える効果¹⁾

荒川 歩(同志社大学大学院文学研究科)

鈴木 直人(同志社大学文学部)

顔文字は、多くの場合、言語に伴ってコミュニケーションの際に用いられる。しかし、顔文字に関する先行研究の多くは、顔文字の感情価や送り手の印象評定に焦点を当てており、顔文字が実際のコミュニケーション場面で相手の感情にどのような影響を与えるかについては十分検討されていないと思われる。本研究では、謝罪場面において、顔文字の付いた「ごめんなさい。」という文面のメールをうけた時の受け手の怒りの変化を検討した。顔文字には笑顔(☺) 涙顔(☹) 謝罪のしぐさ m(_ _)m を用い、顔文字なしの条件も設けた。女子短大生 28 人が参加し、それぞれのメールが来た時にうける影響について、相手に対して感じる怒り、メールの親しみやすさ、メールの礼儀正しさ、その人の反省具合の各項目について回答した。その結果、謝罪のしぐさの顔文字がある方が、顔文字なしのものと比べても、受け手の怒りが有意に治まっていた。このことは、顔文字が単に感情の表出にとどまらず、相手の感情を変えるのにも意味があることを示していると思われる。

キーワード: 文脈、非言語コミュニケーション、顔文字、感情

問 題

携帯電話のメール機能や電子メール(以下、特に記述のない限りメールとはこの 2 種の電子メールを指す)は、現在社会の、特に若年層において、コミュニケーションの主要な形態の 1 つとなりつつある。しかし、このような非対面コミュニケーションにおいては、相手の表情やイントネーションなど、送り手の非言語情報を捉えることのできないため、感情の伝達の困難さや、行き違いが起こる危険性も指摘されている(Kiesler, Zubrow, Moses, & Geller, 1985; Rice & Love, 1987)。そのような危険性を持ったメールにおいて、非言語情報を補う可能性のあるものとして、顔文字が挙げられる。顔文字とは、(☺)のように表情やしぐさに似せて、文字や記号を組み合わせて作られたシンボルである。それぞれの顔文字は、笑顔や泣いている顔などに基づいているが、それらは、「笑顔」や「泣き顔」といった言葉の代替として用いられるのではなく、主に文末に付与することで、その文に、意味や感情について情報を加えるという目的で用いられることから、表情やしぐさに似た機能をもつと考えられる。顔文字は、もともとアメリカ合衆国において広まったものであるが、日本とアメリカではその使用について違いが見られる。たとえば、形については、アメリカで、Figure 1 のように横向きのものが一般的であるのに対し、日本では、(☺)のように縦向きのものの方が一般的である(川浦, 1993)。また、その意味においても異なり、野島(1999)は、一部の顔文字が日本人に理解可能であっても、英語に訳すと説明困難である可能性を指摘している。

☺)

日本における顔文字についての実

Figure 1 横向きの顔文字の例

証的研究は、主に 2 つに分けることができるとされる。1 つは、使用実態についての研究である。戸梶(1997)は、インターネット上のニュースグループで用いられる顔文字の分析を行い、そこで使われる正立型の顔文字が、恐縮、皮肉、嫌悪、悲しみ、笑いなど 23 タイプに分類できることを示している。山口・城(2000)は、電子掲示板・メーリングリスト・ニュースグループなどについて同様に使用実態を調査し、微笑み系エモティコンと冷や汗系エモティコンを見出している。以上の 2 つは、さまざまな年齢層を対象に含む分析であるが、井上・藤巻・石崎(1997)は、大学生と大学院生のメールの送受信記録を調査し、その中で感情が含まれるものについて分析し、「発信者の感情の表現」、「きつい表現を和らげる」、「細かなニュアンスの表現」、「強調のための表現」の 4 つに分類している。このように、単に発信者の感情の表現のみにとらわれず、「きつい表現を和らげる」や「強調のための表現」といった受信者志向的な顔文字使用の可能性を認めた点は重要であると思われる。

実証的研究の 2 つ目のタイプが、メールに顔文字が付与されることでどのようにメールの印象が変わるかについての研究である。戸梶(1997)の質問紙を用いた調査では、特定既知の相手へ宛てたインフォーマルな内容の文書と不特定未知の相手へ宛てたフォーマルな内容の文書において、顔文字の使用がどのような印象を与えるかについて調査し、フォーマルな文書では顔文字のない場合に比べて顔文字のある場合にネガティブな印象が持たれること、インフォーマルな文書では、顔文字のない場合に比べてある場合にポジティブな印象が持たれること、インフォーマルな文書内容ほど顔文字があることによってさらに親

しみやすさが増大することなどを指摘している。竹原・佐藤(2003)は、顔文字の有無によって、送り手の印象がどのように異なるかを検討し、くだけた文体に顔文字を付与した場合に、メッセージの受け手は送り手に対して、より外向的・友好的・神経質的な印象をもつことを指摘した。中丸(2002)は、「結局これが言いたかった」、「ごめんなさい」、「すごく便利ですね」、「忘れました」という言語メッセージと、「(。_。)」、「(。_。)」、「(。_。)」、「(+_+)」といった顔文字をそれぞれの組み合わせ、その際のメールの信頼度、感情度、評価度を測定し、その結果、付与された顔文字によって、メールの信頼度、感情度、評価度が異なることを示している。

この他に、川浦(1990)は、顔文字がメッセージの雰囲気や和らげ、相手との親密感を高めることを意図していると考えられるとしている。以上に示した先行研究は、メールに付与された顔文字が、送り手に対する受け手の印象についてどのように影響するかを検討したものである。しかし、日常的なメールにおいては、親しい友人同士のやり取りの場合、メールごとにそれほど印象が変化するとは、考えがたい。Rivera, Cooke, & Bauhs(1996)は、ネガティブな感情(怒り、挫折感や混乱)を示している人に対してメールを送る時に、そうでない人に送る場合に比べて、顔文字を付与する傾向が強くなることを指摘している。この結果は、川浦(1990)や過去の研究とは異なり、顔文字が相手の感情を調整するために積極的に用いられる可能性を示唆するものであると思われる。

そこで、本研究では、メッセージの受け手が送り手に対して怒りを喚起している場面において、送り手が携帯メールを用いて謝罪してきた、という設定を用い、受け手の気持ちの変容が顔文字の有無によってどのように異なるかについて検討を加えることを目的とする。

そのために、本研究では、以下の3つのタイプの顔文字の付与によって受け手の怒りの程度がどのように変化するかについて比較を行なう。1 つは、メールの送り手の謝罪の意を表す、謝罪のしぐさ m(。_。)m である。次に、送り手の申しわけなさや反省を表すと思われる涙顔(。;。)である。また、普段のメールによるコミュニケーションでは多く見られるが、謝罪するという文脈にはそぐわないものとして、笑顔(。^。)が考えられる。また、Witmer & Katzman(1997)が、女性は男性の2倍の頻度で顔文字を付与すると指摘していることから、本研究では、女性のみを対象として検討する。

方 法

調査参加者

短期大学的女子学生 28 名が参加した。

手続き

一般教養の社会心理学の授業中に質問紙を配布し、記入を求めた。

質問紙

質問紙は、フェースシートと本題の質問紙からなり、フェースシートでは、普段どれくらいメールを使うかと、メールを書く時にどれくらい顔文字を使うかという2つの項目について尋ねた。メール使用の頻度についての質問は自由回答で行ない、顔文字の使用頻度は、1(だいたいのメールに顔文字を入れる)、2(たまにメールに顔文字を入れる)、3(ほとんどのメールに顔文字は入れない)、4(メールに顔文字を入れたことはない)の4件法で行なった。

本題の質問紙では、最初に仲の良い友人または、最近仲が悪くなった友人を1人思い浮かべようという指示の後、状況設定文が提示された。状況設定としては、学生が学校生活において誰もが経験する可能性のあるものとして2つの文が用いられた。具体的には、強い怒り喚起条件では「ある日、あなたが以前その友人だけ打ち明けていた、誰にも知られたくない秘密を、その友人がうっかりして他の友人にばらしてしまいました」、弱い怒り喚起条件では「ある日、そのひとが授業中に突然話しかけてきたのでちょっとだけ答えていると、あなたが先生に呼び出されて注意されてしまいました」という状況の説明が行なわれた。その後、その文脈で、どれくらい怒りを喚起したかについて「全く」(1)から「非常に」(5)まで5段階で評定するように求めた。続いて、携帯電話に、その友人から送られてきたメールとして、各条件のメールが順次示され、それぞれのメールを受け取った場合の気持ちについて尋ねた。送られてくるメールの文面は、全ての状況について「ごめんなさい。」であり、顔文字は、笑顔として(。^。)、涙顔として(。;。)、謝罪のしぐさとして m(。_。)m の三種を用いた。たとえば、笑顔は、“ごめんなさい。(。^。) ”と表された。また、比較するために、これらの顔文字条件のほかに顔文字なしの条件も設けた。それぞれの条件における質問項目は、そのメールを見て相手にどれくらい怒りを感じているか、どのくらい親しみを感じるか、どのくらい礼儀正しいか、どのくらいその人が反省していると感じるかを問う項目の4項目であり、それぞれ、「全く」(1)から「非常に」(5)までの5件法で回答を求めた。質問紙は、2種類の送り手との関係(仲の良い友人、仲が悪くなった友人)について2種類の怒り喚起の状況のすべての状

況について、各参加者がすべて記入するよう求めるものであった。

実験デザイン

独立変数は、顔文字の種類(笑顔・涙顔・謝罪・顔文字なしの4種類)・怒りを喚起する文脈(強い怒り喚起条件・弱い怒り喚起条件の2種類)・送り手との関係(仲の良い友人・最近仲の悪くなった友人の2種類)の3要因であり、すべて被験者内計画とした。従属変数は、相手に対して感じる怒りの程度、親しみを感じる程度、相手の礼儀正しさを感じる程度、その人が反省していると感じる程度の4項目のそれぞれの得点であった。

結果

顔文字を全く使わないと答えたものと、回答に不備のあった5名を除外し、23名について以下の分析を行った。なお、23名中、20名が「だいたいメールに顔文字を入れる」を選択し、残りの3名も「たまにメールに顔文字を入れる」と回答していた。

喚起した怒りの強さ

Figure 2 は、それぞれのスクリプトを読むことでどれくらい怒りを喚起したかを示したものである。怒りの喚起の程度について実験操作が成功したことを確認するために、送り手と怒りを喚起した文脈を被験者内要因とする2要因の分散分析を行なった結果、文脈による怒りの違い($F(1, 22)=28.11, p<.01$)、送り手による怒りの違い($F(1, 22)=64.10, p<.01$)、および、怒りを喚起した文脈と送り手による交互作用が有意であった($F(1, 22)=7.06, p<.05$)。単純主効果の検定の結果、弱い怒り喚起条件の時、および強い怒り喚起条件の時の両方で、仲の良い友人よりも仲の悪くなった友人の方に、有意に強い怒りを喚起していた($F(1, 44)=54.46, p<.01$; $F(1, 44)=12.06, p<.01$)。また、送り手が仲の良い友人である時、および仲の悪くなっ

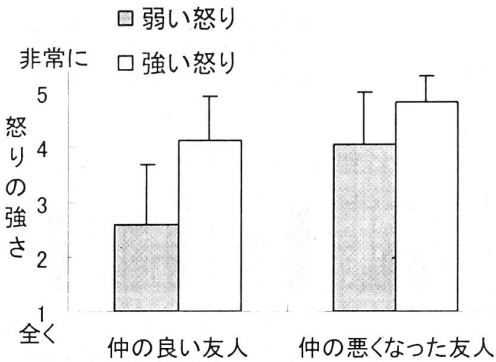


Figure 2 感じた怒りの条件ごとの平均と標準偏差

た友人である時の両方で、強い怒り喚起条件の方が、有意に強い怒りを喚起していた($F(1, 44)=28.17, p<.01$; $F(1, 44)=8.66, p<.05$)。このことから、怒り喚起の操作は成功したと考えられる。

付与された顔文字による怒り感情の違い

Figure 3 は、それぞれの顔文字付きのメールを受け取った際に送り手に対して感じる怒りの強さの条件による違いを示したものである。文脈×送り手×顔文字を被験者内要因とする3要因分散分析の結果、文脈の主効果($F(1, 22)=19.25, p<.01$)、送り手の主効果($F(1, 22)=48.59, p<.01$)、使用した顔文字の主効果($F(1, 66)=30.01, p<.01$)、文脈と送り手の交互作用($F(1, 22)=8.01, p<.01$)がそれぞれ有意であったが、その他の交互作用は有意ではなかった。付与された顔文字について Ryan 法による多重比較を行った結果、笑顔が他の顔文字や顔文字なしに比べて有意に怒りを喚起しており、謝罪しぐさが他の顔文字や顔文字なしよりも、より怒りを鎮めていた($\alpha=.05$)。

知覚された反省の程度の検討

送り手に対する怒りの変化の原因を検討するために、付与された顔文字によって、知覚された反省の程度に違いが見られるかどうかを検討する。Figure 4 には、それぞれの顔文字付きのメールを受け取った際に、送り手がどの程度反省していると受け手側が受け取られるかについて、条件による違いを示した。反省の程度について、怒りを喚起した文脈×送り手×顔文字を被験者内要因として分散分析を行った結果、文脈の主効果は有意ではなく、送り手($F(1, 22)=25.69, p<.01$)、使用した顔文字($F(1, 22)=22.91, p<.01$)の各主効果が有意であった。使用した顔文字の要因について Ryan 法による多重比較の結果、他の条件に比べて、笑顔が有意に反省していないと捉えられていた($\alpha=.05$)。また、文脈と顔文字の交互作用($F(3, 66)=3.86, p<.05$)と、送り手と顔文字の交互作用

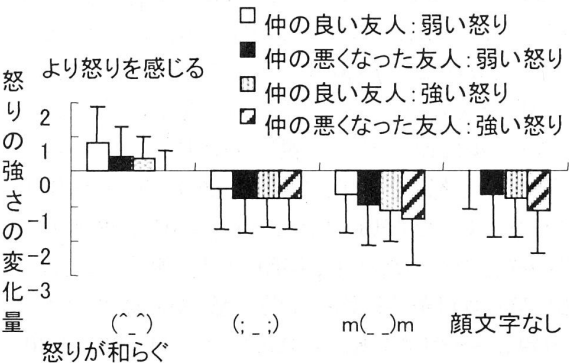


Figure 3 受け取った顔文字ごとの怒りの強さの変化量の平均と標準偏差

($F(3, 66)=5.33, p<.01$)が有意であった。文脈と顔文字の交互作用について、単純主効果の検定の結果、涙顔と謝罪しぐさの付与されたメールは、強い怒り喚起条件の時に比べて、弱い怒り喚起条件の時に、より反省していると感じられていた($F(1, 88)=7.17, p<.01; F(1, 88)=6.58, p<.05$)。また、強い怒り喚起条件と弱い怒り喚起条件の両方で、顔文字の違いによって知覚された反省の程度に違いが見られた($F(3, 132)=26.43, p<.01; F(3, 132)=13.50, p<.01$)。多重比較の結果、強い怒りを喚起条件では、笑顔が他の顔文字に比べて有意に反省していないと思われているのに対し、弱い怒り喚起条件では、それに加えて、顔文字なしよりも、謝罪の顔文字が付与された方が、有意に反省していると思われていた($\alpha=.05$)。また、送り手と顔文字の交互作用について、単純主効果の検定の結果、涙顔・謝罪しぐさ・顔文字なしの謝罪メールは、仲の悪くなった友人に比べて、仲の良い友人の時には有意によく反省していると思われていた($F(1, 88)=22.09, p<.01; F(1, 88)=23.27, p<.01; F(1, 88)=5.53, p<.05$)。また、仲の良い友人の時と仲の悪くなった友人の時の両方で顔文字の違いによる反省具合の違いが見られた($F(3, 132)=27.56, p<.01; F(3, 132)=11.26, p<.01$)。多重比較の結果、仲の悪くなった友人では、笑顔の時に比べて、他の顔文字の時に有意に反省していると思われていたが、仲の良い友人の時では、それに加えて、顔文字なしよりも謝罪しぐさの方が有意によく反省していると思われていた($\alpha=.05$)。

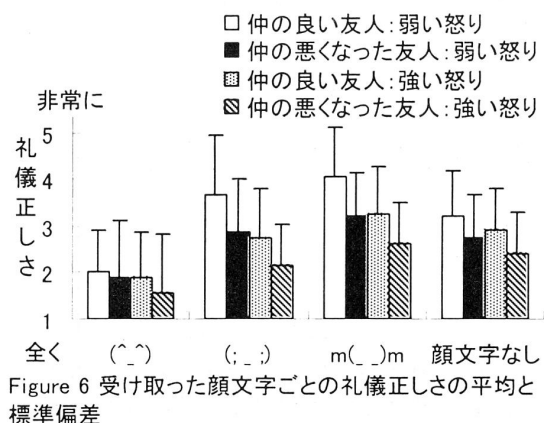
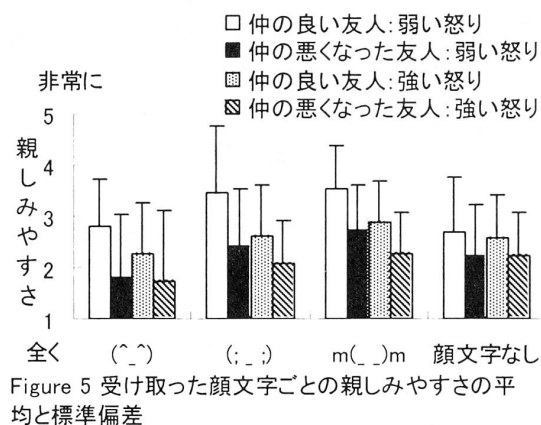
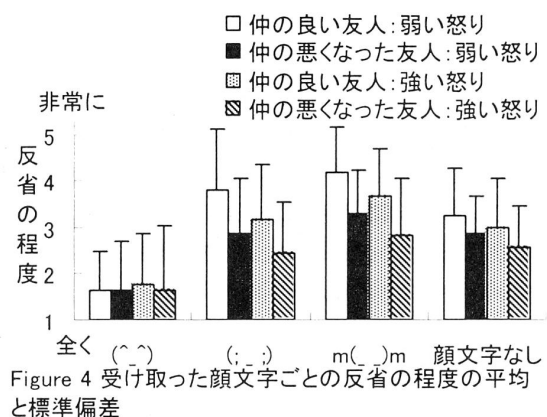
親しみやすさの検討

また、メールによって受け手が持つ、送り手の印象がどう変わったかを検討するために、Figure 5にそれぞれの顔文字付きのメールを受け取った際に送り手に対して感じる親しみやすさの条件による違いを示した。親しみやすさについて、怒りを喚起した文脈×送り手×顔文字を被験者内要因とする3要因分散分析の結果、怒りを喚起した文脈($F(1, 22)=11.15, p<.01$)、送り手($F(1, 22)=18.28, p<.01$)、使用した顔文字($F(1, 66)=4.27, p<.01$)の各主効果が有意であり、仲の良い友人からのメールは、仲の悪くなった友人からのメールに比べて、より親しみやすいと感じられていた。また、怒りを喚起した文脈と顔文字の交互作用が有意であった($F(3, 45)=2.80, p<.05$)。単純主効果の検定を行った結果、笑顔・涙顔・謝罪しぐさは、強い怒り喚起条件に比べて弱い怒り喚起条件の時に、より親しみやすさを感じられていた($F(1, 88)=4.30, p<.05; F(1, 88)=14.97, p<.01; F(1, 88)=12.91,$

$p<.01$)。また、弱い怒り喚起条件の時に顔文字によって親しみやすさに違いが見られた($F(3, 132)=6.21, p<.01$)。多重比較の結果、涙顔と謝罪しぐさは、笑顔や顔文字なしに比べて親しみやすいと感じられていた($\alpha=.05$)。しかし、強い怒りを喚起している時には、顔文字による有意な違いは見られなかった。

礼儀正しさの検討

Figure 6は、それぞれの顔文字付きのメールを受け取った際に送り手がどの程度礼儀正しいと受け手が感じるかについて条件による違いを示したものである。礼儀正しさについて、怒りを喚起した文脈×送り手



×顔文字を被験者内要因とする3要因の分散分析を行なった結果、怒りを喚起した文脈($F(1, 22)=11.56, p<.01$)、送り手($F(1, 22)=30.75, p<.01$)、付加された顔文字($F(3, 66)=14.14, p<.01$)のそれぞれの主効果が有意であった。また、怒りを喚起した文脈と付加された顔文字の交互作用($F(3, 66)=5.65, p<.01$)、送り手と顔文字の交互作用($F(3, 66)=2.75, p<.05$)も有意であった。文脈と顔文字の交互作用について、単純主効果の検定の結果、強い怒り条件の時に比べて、弱い怒り条件の時の涙顔や謝罪しぐさは、礼儀正しいと判断されていた($F(1, 88)=19.91, p<.01$; $F(1, 88)=14.12, p<.01$)。しかし、顔文字なしと笑顔では怒りを喚起した文脈による、礼儀正しさの有意な違いは見られなかった。また、強い怒り喚起条件と弱い怒り喚起条件の両方で、顔文字によって喚起される礼儀正しさが異なっていた($F(3, 132)=17.35, p<.01$; $F(3, 132)=8.86, p<.01$)。多重比較の結果、強い怒り条件では、謝罪しぐさが笑顔より有意に礼儀正しいと判断されたのみであったが、弱い怒り条件では、それに加えて、顔文字なしよりも、謝罪しぐさの顔文字があった方が、有意に礼儀正しいと判断されていた($\alpha=.05$)。また、送り手と顔文字の交互作用について、単純主効果の検定の結果、仲の悪くなった友人の時に比べて、仲の良い友人から送られてきた涙顔・謝罪しぐさの顔文字付きメール、および顔文字なしのメールは、より礼儀正しいと判断されていた($F(1, 88)=19.50, p<.01$; $F(1, 88)=22.02, p<.01$, $F(1, 88)=10.08, p<.01$)。また、仲の良い友人、仲の悪くなった友人の両方の場合で、顔文字によって感じられる礼儀正しさが異なっていた($F(3, 132)=16.66, p<.01$; $F(3, 132)=7.97, p<.01$)。多重比較の結果、ともに笑顔が、ほかの顔文字や顔文字なしに比べて礼儀正しくないと判断されていた($\alpha=.05$)。

考 察

本研究では、メールによる謝罪場面において、顔文字の使用が受け手に与える影響について検討した。本研究は、女子短期大学生のみのサンプルに基づいたものであるため、その結果を男性や社会人にまでそのまま広げるには問題があるが、本研究の結果、謝罪をするようなしぐさを模した顔文字は、顔文字なしの場合に比べても、受け手の怒りを鎮めた。この結果は、顔文字が場合によっては不真面目で雑な印象を与えるという戸梶(1997)の結果とは異なっていた。このような違いが見られた理由として、文脈の違いが考えられる。本研究では、非言語的な表出がより重要であり、言語的な表出のみで、非言語的な表出がないと相手

の意図が分かりにくい文脈を用いたためであると思われる。

しかし、本研究の結果は、顔文字が常に相手の感情を緩和するのに有効な方法であるわけではなく、相手との関係や、受け手の感じている怒りの程度などの要因によっては、失礼な印象を与えたり、反省していないと思われたりする可能性を示唆していた。特に、文脈に不適切な笑顔の顔文字をメールの文面に付与した場合、送り手が反省していないという印象を与え、受け手の怒りを増加させた。また、仲の良い友人の場合では、顔文字なしよりも謝罪のしぐさを模した顔文字をつけた方が有意に反省していると思われるのに対し、仲の悪くなった友人においては、顔文字なしと謝罪のしぐさの間に、反省していると思われた程度についての違いは見られなかった。礼儀正しさについての結果でも、涙顔や謝罪しぐさは、弱い怒り喚起条件の方が、強い怒り喚起条件に比べて有意に礼儀正しいと思われていた。これらのことは、どのような場合にでも、顔文字を用いるのが有効なわけではなく、相手との関係性や相手の喚起している怒りの程度によって適切な表現方法があることを示唆していた。

また、笑顔という文脈に不適切な顔文字が付いている場合を除き、仲が悪くなった友人からのメールの場合、顔文字の効果はほとんど見られなかった。このことは、親しい友人でない時には、その場に不適切でない限り非言語行動は注目されず、親しい友人の時には、その文脈にあった非言語行動が相手の感情の判断材料となるという可能性を示している。親しい友人関係であり、適切な文脈であれば、顔文字を積極的に用いることによって、言語的な表出以上のことを伝えることができる可能性を示している。

本研究では、受け手が怒りを感じている場面に限って検討を加えたが、日常生活において、われわれはさまざまな感情状態にある相手に会う。今後は、相手が不安に思っている時や、悲しんでいる時など、さまざまな感情状態にある受け手に対して、顔文字という非言語行動が、それを受け取った人の感情状態にどのような効果を与えることができるかについて検討を行うことが必要であろう。それは、顔文字についての知見にとどまらず、非言語行動が、相手の感情状態に与える影響を検討する上で重要な意味を持つと思われる。

社会構成主義の立場では、表出とは、単に送り手の内的状態が自発的に出てくるものではなく、文脈やそれを見ている人との関係で現れるものであると考えられる。表情とは異なり、生理的基盤を伴わない顔文

字は、表情に比べて、よりその傾向が強いと思われる。今後、表出の意味を検討するうえでも、顔文字の研究は有効なものとなるであろう。

引用文献

- 井上みづほ・藤巻美菜子・石崎俊 1997 電子メール文における感情表現の解析システムについてー感情表現の収集・分類・解析ー 電子通信学会技術報告, TL96-11, 1-8
- 川浦康至 1993 文字だけでは伝わらない気持ち 川上善郎・川浦康至・池田謙一・古川良治(編著) 電子ネットワーキングの社会心理ーコンピュータ・コミュニケーションへのパスポート (pp.40-46) 誠心書房
- Kiesler, S., Zubrow, D., Moses, A. M., & Geller, V. 1985 Affect in computer-mediated communication: An experiment in synchronous terminal to terminal discussion. *Human-Computer Interaction*, 1, 77-104.
- 中丸茂 2002 顔文字が文章の信頼度に及ぼす影響 駒沢社会学研究, 34, 91-114.
- 野島久雄 1993 絵文字の心理的効果 現代のエスプリ, 306, 136-142.
- 野島久雄 1999 電子メディア社会の心理学 情報処理, 40, 66-70.
- Rice, R. E. & Love, G. 1987 Electronic emotion: Socioemotional content in a computer-mediated network. *Communication Research*, 14, 85-108.
- Rivera, K., Cooke, N. J., & Bauhs, A. 1996 The effects of emotional icons on remote communication. *Proceedings of 1996 of ACM Conference on Computer-Human Interaction*. http://www.acm.org/sigchi/chi96/proceedings/intpost/Rivera/rk_txt.htm.
- 竹原卓真・佐藤直樹 2003 顔文字の有無によるメッセージの印象の違いについて 日本顔学会誌, 3, 83-87.
- 戸梶亜紀彦 1997 コンピュータ上でのコミュニケーションにみられる情緒表現に関する研究ー情緒表出記号の使用方法についてー 広島県立大学紀要, 8, 125-138.
- Witmer, D. & Katzman, S. 1997 On-Line Smiles: Does Gender Make a Difference in the Use of Graphic Accents? *Journal of Computer-mediated Communication*, 2. <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/witmer1.html>
- Wolf, A. 2000 Emotional expression online: Gender differences in emoticon use. *Cyber Psychology and Behavior*, 3, 827-833.
- 山口英彦・城仁士 2000 電子コミュニティにおけるエモティコンの役割 神戸大学発達科学部研究紀要, 8, 131-145.

註

- 1) 本論文の執筆に際して、北星学園大学の竹原卓真先生から有益なコメントをいただきました。ありがとうございました。

Effects of emoticon with an apologetic message on the receiver's feelings

Ayumu ARAKAWA (*Graduate School of Literature, Doshisha University*)

Naoto SUZUKI (*Department of Literature, Doshisha University*)

Although emoticon is used with verbal messages to communicate, effects of emoticon on the receiver's feelings is not clear. In the current study, the focus was placed on clarifying the effects of the sender's non-verbal behavior and the context on the receiver's feelings when the message is an apologetic E-mail "I am sorry" with emoticon. Four conditions were investigated: no emoticon and three kinds of emoticon, that is, a smiling face (☺), a tearful face (😭) and an apologetic gesture m(_)_m. Each time an E-mail message was received, twenty eight college students were asked to report their feelings towards the sender in terms of anger, friendliness, politeness and any indication of the sender's remorsefulness. As a result, the message contained an apologetic gesture decreased the receiver's angry than no emoticon. This result indicates that emoticon is not only expression of emotion, but also affects the receiver's feelings.

Keywords: nonverbal communication, context, emoticon, emotion