

本研究旨在探討道歉言語行為中事理結構（即中文複句類型）對受眾誠意感知與評價的影響。研究聚焦於兩項核心問題：（一）在控制道歉內容條件下，道歉篇章中不同類型的中文複句（因果、轉折、假設、目的）及其在篇章中的位置，是否影響讀者對道歉者「坦承認錯」、「真誠道歉」與「承擔責任」之評估，進而形塑整體誠意感知？（二）語義學與語用學理論將如何解釋複句選擇影響讀者認知與誠意評價的現象？

研究以「網紅公開道歉」為語料情境，控制事件背景與道歉主題一致，僅操弄核心段落中的中文複句類型（因果、轉折、假設、目的）。文本初稿以大型語言模型輔助生成，再由研究者人工校訂，以確保各版本在篇幅、語氣強度與責任內容上保持一致。受試者隨機閱讀單一版本後，評估道歉者的責任承擔與誠意感知分數，藉以檢驗句型事理關係標記如何引導受眾的誠意建構與推論歷程。

本研究預期可得到以下成果：

（一）句型事理關係與誠意感知的關聯：當轉折句與假設句出現在道歉表達層面時，讀者往往感知誠意不足。此類句式在語義上引入條件或保留，使道歉顯得間接或不完全承擔責任；而於事實陳述層面，轉折句可能削弱錯誤承認的力度，導致讀者認為道歉者淡化自身過失。

（二）理論層面之解釋與詮釋：預期語義學與語用學理論（如預設與含義理論、關聯理論與言語行為理論）可揭示不同複句標記如何在語義層面建構責任承擔的框架，並在語用層面影響讀者對誠意的推論與解讀。

本研究期望能從語義學與語用學的視角，揭示中文複句結構在道歉篇章中對誠意建構與社會評價之潛在影響機制，補足現有道歉語用研究在事理結構層面的理論與實證缺口。