完整評分標準

* 關聯程度（Relevance）：

評估聊天回應是否緊扣話題，並提供相關且有價值的內容。

* 幽默與創新性（Humor and Creativity）：

評估聊天是否能運用幽默、隱喻或創新表達，提升對話吸引力。

* 態度表現（Attitude Expression）：

評估態度是否清晰、得體，並考慮對方感受，促進積極互動。

**1. 關聯程度**

聊天內容是否與當前話題相關，且能在低處理努力下提供有價值的信息或回應。

闡述：

Grice 的合作原則指出，語言溝通需要遵循「關係」（Relation）準則，即對話回應應與話題密切相關。這是聊天質量的基礎。

Sperber 和 Wilson 的關聯理論進一步將「關聯」概念量化：關聯性取決於說話者的溝通效力與聽話者的處理努力。當回應簡明扼要、信息價值高且易於理解時，對話會被認為更成功。

實際應用：

1. 回應是否直接回答或延續對方的問題或話題。
2. 信息是否對解決問題或推動對話有幫助。
3. 不相關或過多的無用信息會降低分數。

佐證：

關聯理論強調「溝通效力越高或理解努力越低，關聯性越高」，並且語境的重要性會幫助確定隱義（implicature）或顯義（explicature）。這說明，好的聊天需要在話題和語境內提供有價值的回應【佐證：第二節】。

**2. 幽默與創新性**

聊天回應是否有趣且新穎，能吸引對話參與者，並通過幽默或創意提升溝通效果。

闡述：

幽默的語用功能：幽默是有效的溝通策略，能縮短對話者之間的心理距離，並增加對話的趣味性。

隱喻與雙關語（Metaphor and Pun）等修辭手段可以激發幽默，通過語言的多義性或情境切換來實現意外效果。

創新性的重要性：

創意回應能使對話更令人印象深刻，尤其在多義性語境中，巧妙利用語用原則進行語言創新會使對話更吸引人。

實際應用：

1. 是否有趣且能引發對方的情緒共鳴。
2. 是否利用創新的語言或表達方式提升對話的質量。

佐證：

「隱喻如影隨形、無孔不入，充斥於日常生活，對於我們如何感知與詮釋世界影響深遠」，並且提到隱喻、雙關語等能在廣告設計等語境中創造吸引力【佐證：第五節】。

「幽默」和「創新」透過語用學的分析，能讓對話不僅滿足功能需求，還能留下深刻印象。

**3. 態度表現**

聊天中是否明確、得體地表達了說話者的態度與意圖，並考慮到聽話者的感受和互動需求。

闡述：

主觀性與互動主觀性：

說話者的主觀性（subjectivity）反映其態度、信念和價值判斷，而互動主觀性（intersubjectivity）則考量聽話者的感受，這是有效對話的核心。

Traugott 的研究強調，說話者需適當融入情感與態度，並在語言中逐步增加個人色彩和清晰度。

態度清晰與適當性：

語用強化（pragmatic strengthening）表示，態度的表達應該既清晰又適度，避免過於隱晦或激烈。

實際應用：

1. 是否在對話中傳達了明確的立場或情緒。
2. 是否避免冒犯對方或引發負面情緒。
3. 是否關注對方的回應並適時調整態度。

佐證：

Traugott 的主觀性理論指出，語用強化能提升態度表現的清晰度，並且「說話者會進一步將聽話者列入考量，從而提升互動主觀性」【佐證：第六節】。

「語言往往充滿情緒化與主觀化內容，成功的社會互動需要情感與態度的清晰表達」【佐證：第六節】。