

アイロニーについて—新聞記事の分析から

西脇 沙織

(慶應義塾大学大学院)

本発表では、2012年のフランス大統領選挙に関する新聞記事から収集したアイロニーの分析を通して、アイロニーとユーモアの関係について考える。分析の結果、ユーモアの効果を生むのに不可欠なコントラストの位置するレベルに従って、アイロニーを(i)例えるものと例えられるものの間のコントラストがユーモアを生むもの、(ii)元の発話と再解釈された発話の間のコントラストがユーモアを生むもの、(iii)発話と含意の間のコントラストがユーモアを生むもの、(iv)発話と発話状況の間のコントラストがユーモアを生むもの、の4つに分類した。これをもとに、ユーモアはアイロニーを使う目的のうちの1つであるという先行研究に対して、ユーモアはアイロニーが成立するための必要条件の1つであるという仮説を述べる。