

目 次

はしがき

第1章 ことばをデザインする	1
1.1. ことばのデザイン—意味の幅	1
1.1.1. ことばを選ぶ	1
1.1.2. ことばを使う	3
1.1.3. ことばで遊ぶ	5
1.1.4. 織り込む評価	6
1.1.5. 有標と無標	7
1.1.6. 盛り込む心	9
1.1.7. ことばのデザインを意識する	10
1.2. 構図のデザイン—視点と発想	11
1.2.1. 視点と発想法	11
1.2.2. 比較の構図	12
1.2.3. 構図を補う	13
1.2.4. 構図の逆転	14
1.2.5. 視線の構図	15
1.2.6. 対照の構図	17
1.2.7. 構図のデザインを意識する	20
1.3. 表現のデザイン—心の綾	21
1.3.1. 代用	21
1.3.2. 反復・対比	24
1.3.3. 心の綾	26
1.3.4. 表現のデザインを意識する	29
1.4. ことば遣いの意識—情報の修整	30
1.4.1. メタ語用論的意識の指標	30
1.4.2. ほかしの指標	31

1.4.3.	社会言説	34
1.4.4.	断定・強調・矮小化の指標	35
1.4.5.	情報の修整を意識する	37
1.5.	裏を読む—論理と実際	38
1.5.1.	ブラックスワン	38
1.5.2.	アルゴリズムとヒューリスティクス	39
1.5.3.	尺度をめぐる論理と推論	40
1.5.4.	あるのかないのか	42
1.5.5.	論理と実際	44
1.5.6.	認知バイアスを意識する	45
第2章	誰が語る—物語の場合—	47
2.1.	語りと語り手	47
2.1.1.	物語	48
2.1.2.	三人称の語り	51
2.1.3.	一人称の語り	52
2.1.4.	語りの仕掛	55
2.2.	誰のことば？ 考え？	55
2.2.1.	発話の表示	56
2.2.2.	動詞による裁量	56
2.2.3.	伝え方の裁量	57
2.2.4.	描出と裁量	59
2.2.5.	思考の表示	61
2.2.6.	誰が何をどう伝えるか	63
2.3.	語りのカモフラージュ	64
2.3.1.	語り手の位置づけ	64
2.3.2.	移ろう語り手	65
2.3.3.	移ろう副詞	66
2.3.4.	移ろう語り	68
2.3.5.	叙述トリック	73
2.4.	サスペンス・キュリオシティ・サプライズ	74
2.4.1.	協調の原理	74
2.4.2.	フィクションにおける情報操作	75

2.4.3.	ノンフィクションにおける情報操作	80
2.4.4.	物語らしさ	81
第3章	どう話す—対話の場合—	83
3.1.	流れの切り盛り	83
3.1.1.	談話の流れの管理	84
3.1.2.	メタ語用論的意識の流れ	85
3.1.3.	流れの立体読み	91
3.2.	他者のことばを借りる	92
3.2.1.	ロメインの工作	92
3.2.2.	発語動詞の含まれる伝達文	93
3.2.3.	他者のことばを借りる	94
3.2.4.	伝達のテクニック	99
3.3.	相手のことば取り	100
3.3.1.	エコー発話	101
3.3.2.	極性一致の付加疑問文	101
3.3.3.	エコー発話の形式	102
3.3.4.	復唱型	103
3.3.5.	予想型	106
3.3.6.	エコー発話による誘導	108
3.4.	心の盛り込み	108
3.4.1.	受け手への働きかけ	109
3.4.2.	対立の構図	110
3.4.3.	説得と誘導	112
3.4.4.	誘導のプロセス	112
3.4.5.	説得のプロセス	115
3.4.6.	情報操作のデザイン	118
3.5.	ジョーク	119
3.5.1.	ジョークのしくみ	119
3.5.2.	ジョークのレトリック	120
3.5.3.	ジョークの効用	123
3.5.4.	ジョークとフィクション	126

第4章 今ここで語りかける—演説の場合—	127
4.1. 人称代名詞の使い分け	127
4.1.1. キーワード	127
4.1.2. 人称代名詞	130
4.1.3. 人称代名詞の有標的使用	135
4.2. 聴衆の巻き込み方	137
4.2.1. キーワード	137
4.2.2. 人称代名詞	139
4.2.3. オバマの受諾演説	139
4.2.4. ロムニーの受諾演説	143
4.2.5. 代名詞の切りかえと指示対象の拡大	145
4.3. 隠された人称	146
4.3.1. 戦後70年談話	146
4.3.2. コンピュータ処理	147
4.3.3. we の場合	148
4.3.4. Japan の場合	151
4.3.5. engrave の場合	153
4.3.6. 英語版からみえてくるもの	154
4.4. 訴えるレトリック	155
4.4.1. 反復	156
4.4.2. 対比	159
4.4.3. 語り	161
4.4.4. マララの技法	163
第5章 情報をデザインする—メディアの場合—	165
5.1. ラベリング—ことばの罫	165
5.1.1. ラベリングの妙	166
5.1.2. ラベリングに潜む含意	166
5.1.3. ラベリングの仕方	168
5.1.4. 関係当事者間のくい違い	169
5.1.5. 翻訳語における尺度のズレ	170
5.1.6. 報道発信者のことばを言い換える	171
5.1.7. 表象からメタ表象へ	172
5.1.8. メディアとレッテル貼り	172

5.1.9. ことばの畏	173
5.2. 隠されたステレオタイプ—役割語	173
5.2.1. フィクションにおける役割語	174
5.2.2. ノンフィクションにおける役割語	179
5.2.3. 役割語の功罪	181
5.3. 行為の命名—ファーガソン事件報道	182
5.3.1. 発話行為の分類	183
5.3.2. 3紙の比較	184
5.3.3. 「陳述」か「脅し」か	189
5.3.4. 命名の難しさ	190
5.4. 隠された皮肉—「アナ雪」をめぐる報道	191
5.4.1. ハリウッド・レポーター	191
5.4.2. アトランティック	192
5.4.3. 英語記事の比較	195
5.4.4. 日本語記事の比較	198
5.4.5. 情報のデザイン	199
5.5. メディアの読み込み—ロシアの経済措置	200
5.5.1. 英語記事での扱い	200
5.5.2. 日本語記事での扱い	205
5.5.3. 情報の読み込み	206
結びに代えて	209
参考文献	215
引用作品略記表	225
索引	227