

## 5 大阪の笑い

— 笑いとコミュニケーション —

井上 宏

(関西大学名誉教授)

「上方研究会」では、隔月を原則として研究会を続けてきて、平成二〇年（二〇〇八）六月で三三回を数えるに至った。研究会は、現地を体感し、そこに生きる人から話を聞いたり、特別の講師の話を聞いたりして続けている。「再発見」というのは、言うは簡単だが難しい試みである。古きを懐かしむのではなく、今を生きる私達が何を感じ、何を読み取って未来に生かそうとするのかという課題であるから、「再発見」が簡単に見えるというようなものではない。今回は、「大阪の笑い」を取り上げてみた。このテーマも私が第一五回（二〇〇三年二月）の例会で報告したものであるが、「笑いとコミュニケーション」に焦点を当ててみようと思う。

「おばちゃん」

街を歩いていて元気のよいのは、おばちゃんであろうか。よくしゃべるし、値切って買い物をするのがとても上手だし、何よりも買い物を楽しんでいる。私は家内と一緒によく商店街やデパートに出向くが、ある時ふっと振り向くと、家内が私の見知らぬ人とおしゃべりをしている。私は知人と出会ったのかと思って離れて待っている。婦人の洋装品売り場の前で何かを買っている様子である。暫く待っていると、やっと家内が戻ってきたので、「何を買ったの」と訊くと、「私を買ったのではなくて、相談を受けてたの。どっちが似合うかって」。全く知らぬ人から相談を受けていたというわけである。私が「こんなことはよくあるの?」と訊くと、よくあると言う。「相手は知らぬ人やし、相談受ける時間があるかないのと違うか」と私は言ったのだが、彼女は「ああやこうやおしゃべりして結構楽しかった」と言うのである。

ある食料品売り場であっちが美味しい、こっちが美味しいと、見知らぬおばちゃん同士が買い物をして、お互いに美味しいものを推薦し合っている。「本当に美味しい?」「おいしいわよ」「もし美味しかったら?」電話番号聞かせておいてもらわんと」といった会話を見知らぬおばちゃん同士が、笑いながら交わしている。私の家内もそのおばちゃんの一人だったのだが、買い物を済ませて、「ああ、面白かった」と言う。

街角で若い男がティッシュペーパーを配っている。通る人の年齢や姿から瞬時に判断して、素早い行

動で手渡す人がいる。観察していると、まるで踊り子が踊っているようなアクションで、まさに熟練とすべきだなと感心していると、一人のおばちゃんが、手渡してもらえなかったのであろう、手を出して貰っている。身なりもきちんとしたおばちゃんであるが、一つ貰うだけでは足りないということであろう、男と交渉し出して、束になったティッシュを手にしてしまった。多分こんな会話があったのではないか。「あんたも苦勞して配らないかんねんやろ。私がおそつと貰ってあげるがな」といったところであろうか。それも笑いながら交渉したに違いない。早く配ってしまいたい男の心理に便乗しておばちゃんの作戦勝ちというところであろうか。

おばちゃんの中に見られる「見知らぬ人同士の気軽な会話」「おしゃべりを楽しんでしまう陽気さ」「世話好きの愛想よさ」「こわいもの知らずの大胆さ」といったものが、どうしてあるのかは興味ある問題であるが、その根底には「笑い」があるように思われる。ぼけたり突っ込んだりして、彼女達は笑い合いながら事を進めてしまう。

### 大阪弁の活用

土地の文化を一番よく反映しているものに言葉がある。大阪では、勿論大阪弁である。大阪弁でのやりとりがあるから、「笑い」がくつついてくるといふ見方もできるぐらいに大阪弁の根底には「笑いの思想」が流れていると思われる。

大阪の商人達の交渉事も大阪弁があればこそ果たせるわけであるし、仕事で使う大阪弁は同時に日常生活の言葉でもある。時と場合、相手や話題によって変化する人間関係の有様を微妙に映し出す。断定的な言い方を避け、関係を柔らかくすること、商いは人間関係が基本であるからできるだけ敵対関係にならないように配慮することなど、「笑い」を潤滑油としてのコミュニケーションが目指される。

語尾に「な」や「ねん」、「か」や「や」をつけて語調を和らげる。こうした助詞が微妙な感情表現に役立ってくれる。例えば、子どもが食べ物を残した時に、親が「食べんかい！」と叱るが、これを「食べんかいな」と語尾に「な」をつけると、口調がずっと和らいだものになる。

国語学専攻の東京大学の尾上圭介先生は、その著『大阪ことは学』（創元社）の中で挙げている面白い例を紹介しておこう。「言え」という命令形が大阪弁で表現すると何とおりの言い方ができるかというところで、二八とおりの言い方が挙げられている。その一部を書き表してみると、「言えや」「言いな」「言いや」「ゆうて」「ゆうてえな」「ゆうてや」「ゆわんか」「ゆわんかい」「ゆわんかいな」「ゆわんかいや」「言いんか」「言いんかい」「言いんかいな」……。「言いなはれ」「言いなはらんか」「ゆうとくなはれ」「ゆうとくなはらんか」等々であるが、これらは話し言葉として、それなりの感情が込められ抑揚がついて表現される。時と場所、雰囲気、相手や話題など、様々な要素の影響を敏感に反映させて使い分けられる。逆に言えば、複雑な気持ち、感情を表現するのに適しており、パターン化した共通語では表現できない微妙な感情を大阪弁は乗せてくれるとも言えるわけである。

### 相手との距離を近くに

大阪弁が、語尾に「な」や「ねん」の助詞を響かせたり、ちよつと曖昧な間を取ってする話し方、断定的なきつい表現を避ける工夫など、これらはできるだけ敵対関係を作らないようにという気配りと言える。初対面の人でも、距離を近くにとって話そうとする。非言語の笑顔が役立ってくれる。

言葉が弾んでいても、笑顔がないと相手に緊張を与えてしまう。商いにあたっては、笑顔のコミュニケーションは欠かせない。こういうことも、子どもの時から、家庭の中でちよつと気を付けて育てられれば、自然と身に付いてしまうもので、商人にとっては、当たり前のことである。

笑顔のあるところは明るいし、人は明るいとところに集まってくる。人が集まってくれないことには商いはできないわけで、この笑顔の「誘引作用」は大きい。商人は生活の経験からそうした笑顔の効用を知っていて、子どもの時から躰けられてしまう。

相手との距離を一層縮めるのに、ともに笑い合うということがある。ともに笑い合い、笑いの感情を共有すると、互いの間にあつた距離が飛んでしまったような感じになる。商人がお客さん相手に冗談を言い、洒落を交えた会話をして、相手を笑わせてしまうと、ぐつと距離が近くになって親しさが増す。その逆もある。お客さんの方が冗談を言つて相手を笑わせて、値切る交渉に上手く入る人もある。つまり、交渉事は、肩をいからせていてはできないので、緊張を解いて距離を近くにとってこそできるのである。

商談の交渉に限らず、初対面とか、改まった会議とか、緊張を解いて雰囲気や和らげるのにユーモアが必要だと言われるのも、笑いに距離を飛ばす「親和作用」があるからである。

### 自分を曝して

仲の良い友達や同僚と食事をともにして、笑いがあると一層座は楽しくなる。笑いの切っ掛けは、誰かが自分の失敗談を話すことで始まることが多い。人の失敗談は面白いから笑うが、失敗した本人も笑っている。中には、「もつと聞いて聞いて！」とせがむ人さえある。「そんなことなら私にもあるわ」とまた別人が失敗談を披露して笑いが弾む。

原則は、その場にいる人が自らの失敗を話すことであって、他人の噂をして笑い合うことではない。そこに居合わせない人の失敗を笑うというのは、笑う側の結束は強まるかもしれないが、その場での愉快な笑いにはなりにくい。

英語の“Self-deprecating Humor”と言われるユーモアがある。自分を茶化すユーモアである。同時通訳者の村松増美氏が挙げている例にこのようなものがある。

クリントン政権で労働長官を務めたライシユ教授が大変小柄な人であったので、彼は報道陣の前にしての第一声で次のように言った。“Contrary to your impression, I am standing.”（皆さんにはそう見えないかもしれませんが、私は立っているのです。）（村松増美著『英語のユーモアを磨く』角川書店、

二〇〇四年、二〇一二年頁)。

もう一つ日本人の例として村松氏が挙げている例がある。二〇〇二年にノーベル賞を受けた田中耕一さんが、*“Don't think I speak English because I read the speech in English. I practiced it twenty times.”* (英語でスピーチを読んだからって、英語がしゃべれるとは思わないで下さい。あれは二〇回も練習したんです。)と言ひ、その後 *“I'm tired of speaking English.”* (英語をしゃべるのはもう疲れました。)と言葉を継いだ(前掲書、一五頁)。

「セリフ・ディプリケイト」というのは、自分のことを謙遜して、卑下するという意味で、自分を茶化してという意味もある。自分を低めて笑いをとる言い方と考えるとよい。えらそぶらないで、失敗は失敗、欠点は欠点として堂々と認めているところが良い点で、相手に安心感を与えて笑いを誘う。

初対面で相手に安心感を与え、親密感を抱いてもらうためには、笑ってもらうことが効果的である。それには、まずは下手から出て、謙遜して自分の失敗や欠点を笑ってもらうのが賢明な方法である。笑いの「親和作用」の活用であるが、大阪の商人はこうしたコミュニケーションの知恵を長年の経験から身に付けてきたと思われる。

### 自分を笑う

笑いの中で一番難しいのは「自分を笑う」ということであろう。失敗と言っても、倒産するとか、家

が全焼するとか、重病に罹るとか、大きな失敗・難儀がある。大阪には、小さな商店が一杯あって、不景気がやって来ると、すぐに影響を受けて、不渡り・倒産という目に遭う人が多い。難局に陥ると、人は「泣いている暇があったら笑てこませ！」と激励する。まず笑え！ というのである。

「不景気になると寄席が流行る」という言い方がある。これは、不景気になって落ち込んだら、泣いているのではなくて、寄席へでも飛び込んで笑ってこい！ というわけである。たとえ一時間でも二時間でも笑えというのである。笑うという行為は不思議で、笑っている間は、笑いに集中して他にも何も考えない。もし何かが浮かんだら笑いは消えてしまう。借金取りの顔でも浮かんだら笑いはたちどころに消えてしまう。雑念が吹っ飛んでくれるから笑えるのであって、笑っている間の心は、まさに無心の状態と言ってよい。そうあって初めて心にある種のゆとりが生まれる。このゆとりが大事で、ゆとりが戻れば、落ち込んでいる状態から少し距離をおいて客観的に見る目も生まれる。自分を縛っていた枠、しがらみから多少なりとも自分が自由になれる。この自由を得て、頭も柔軟に回転し出して別なアイデアが浮かぶ可能性も出てくる。顔にも笑顔が戻るであろう。

### 笑いがないと息が詰まる

商いには競争が付きものである。独占や寡占状態の企業は別として、通常の商いにはいつも厳しい競争が付きまとう。競争があるからこそ、価格も品質も争われて良い商品やサービスが誕生するわけであ

るが、競争は競争する人間同士の関係を阻害する側面を持つ。対立したり敵対したりとの関係が生まれる。大阪は「商いの街」と言われるだけに競争も厳しい。商店街の小さな商店も、同じ種類の店舗同士では、細かい競争をしなければならぬ。例えば、魚屋さんばかりが店舗を並べる商店街があるとする。夕方になると値引きをして売りさばきたいと思う。各店舗が値引きの値段を表示し出すが、同じ魚に見えても値段は異なる。買い物客は、少しの値段の差でも安い方に流れる。商人同士こうした競争を展開することになるが、彼らは一方では隣近所の住人同士で、店じまいの後は仲良くお付き合いをしなければならぬ。こういうときに、笑いが役立つのである。近隣同士の人間関係を維持することができると笑いがあればこそで、競争も笑いで緩和する知恵がないと息が詰まってしまう。

「大阪の笑い」という特別の笑いがあるわけではない。商いを中心とする長年にわたる生活様式が、人間本来が持つ「笑い」の効用を自覚させ、生活の知恵として「笑いの文化」を発達させたものと思われる。