

# 笑いとユーモアを探る：領域・効用と仕組みについて

雨宮俊彦

笑いとユーモアの研究分野はきわめて幅広い。笑いとユーモアの領域、ウェルビーイングとの関係、仕組みについて、主に心理学の観点から探索的な研究を行った。以下、研究の途中経過の概要を簡単に報告する。

## 1. 笑いとユーモアの領域と効用

笑いとユーモアの領域は、日常生活におけるじゃれ遊びや会話から、舞台の笑芸、メディアまで非常に幅が広い。日常生活における笑いに関する研究は、自己報告式質問紙による研究が多数を占めるが、発達心理学ではじゃれ遊びなど行動観察による研究も進んでいる。報告者は、自己報告式質問紙について、日本版ユーモアスタイル質問紙(J-HSQ)を用いて、ユーモアのタイプとウェルビーイングの関係を中心に研究を行った。落語や漫才などの話芸については、文芸史的な研究が中心だが、言語学や心理学などからの研究も行われている。報告者は、第25回日本パーソナリティ学会において「大阪の笑いを探るーぼけとつっこみー」のタイトルでのシンポジウムを開催した。笑いとユーモアに関して、どの分野からの研究も比較的少ない領域は、デザインの領域である。デザインは環境デザイン、プロダクトデザイン、伝達デザインの三領域に大別されるが、報告者は日本のユーモアCMについての探索的研究を行った。

### (1) 日本版ユーモアスタイル質問紙

ユーモアには、友好的で自分を励ますようなポジティブなユーモアだけではなく、攻撃的で自分を貶めるようなネガティブなユーモアも存在する。こうしたユーモアの多様性が、ユーモアとウェルビーイングの関係の把握を難しくしていた。Martinが開発したユーモアスタイル質問紙(HSQ)は、こうした問題に答えようとしたもので、親和的ユーモア、自己高揚的ユーモア、攻撃的ユーモア、自虐的ユーモアと、四タイプのユーモアを測定する総合的尺度で、対人関係と自己関係についてポジティブ、ネガティブの両面が査定できる。HSQは、欧米ではユーモアに関する標準的尺度として広く使われているが、日本ではまだほとんど普及していない(雨宮2016)。ユーモアは、出来事の評価、対人関係や自己評価などが関連する非常に複雑な現象であり、個人差だけでなく文化による違いも想定されるが、これを査定するためには標準となる尺度が必要である。

Yoshida & Amemiya(2016)では、J-HSQを用いて、自己高揚的ユーモアのウェルビーイングへの寄与が、セルフ・コンパッションによって評価できることが明らかになった。また、Amemiya & Yoshida(2016)では、欧米ではウェルビーイングに大きなネガティブな影響を与える自虐的ユーモアが、日本ではウェルビーイングに対してほぼ中立的であり、これは、

日本では自虐的ユーモアと親和的ユーモアの間の中程度の正の相関のためであり、偏相関や重回帰分析により親和的ユーモアの影響を除くと、日本でも欧米と同様に、自虐的ユーモアはウェルビーイングとは負の関係を示すことが明らかになった。これらの結果は、日本における自虐的ユーモアの位置づけが、欧米とは異なることを示唆しており、ユーモアの文化差として、さらなる追求が必要である。以上は、まだ学会発表の段階なので、論文を急ぎたいと考えている。

## (2) ぼけとつつこみ

日本の漫才の定型のやりとりにぼけとつつこみがある。これは、太夫（つつこみ）と才蔵（ぼけ）という漫才の歴史的役割分担に関係しているが、漫才の社会への普及により、芸人仲間の間だけではなく、一般的社会でも使われるようになってきている。第25回日本パーソナリティ学会では、ぼけとつつこみをテーマに、社会学者、心理学者、実作者がつどってシンポジウムを行った（雨宮・森下・藤田・野村 2016）（巻末「研究会記録」 p.70 参照）。失敗談などのぼけのある部分は自虐ユーモアと関連している。失敗談の頻度などで、単純な地域差はないようだが、失敗談を自己評価との関連でどう位置づけるかといった高次なレベルでは、関西人の方がより積極的といった地域差が存在する。つつこみについては、「なんでやねん」の意味について興味深い議論がなされた。つつこみは日本の笑芸に独特の存在といった指摘もある（チャド・マレーン 2017）。これは、単にスタンドアップコメディアンの世界では、役割の分化が行われず、ぼけが中心になるだけのこともかもしれないが、ぼけとつつこみというテーマには、まだ色々つつこめる部分があるようだ。

## (3) 日本のユーモア CM

Youtube では日本のユーモア CM の奇妙さをあつかった海外のサイトが花盛りである。最近、ユーモア CM は、企業の製品だけでなく、地域おこしでも使われるようになってきている。うどん県香川、おいしい広島、文の里商店街など、など。地域おこしは、おこす必要がある負の認識があるためか自虐的な CM が多いが、これは、公共的な CM としての意外性と親しみを生む効果があるようだ。すべりどめ界の頂点（某大学）などと、大学でもユーモア CM を使うようになってきている。このようにユーモア CM は、広く用いられているが、研究は比較的少ない。Amemiya (2017) では、プリントメディアの CM とテレビ CM について、予備的な研究を行った。テレビ CM におけるユーモア技法の分類では、日本では Satire はほとんどなく、Ludicrous が大多数を占めるなど、理に勝った欧米 CM、奇妙な日本の CM という一般の認識を裏付ける結果がある。調査法によるユーモア CM の分類や評価についても研究を行ったが、使うユーモア CM の選定が難しく、まだ予備的な段階にとどまっている。

## 2. 笑いとユーモアの仕組み

### (1) 可笑しみの感覚刺激

一般的にユーモアを引き起こす要因としては、何らかのズレなどの認知的矛盾があげられる。ただ、どんなズレかは、かなり幅が広い。ぼけとつっこみのシンポジウムでは、枝雀のユーモア論における合わせでは、ズレはなさそうだがなぜ可笑しいのかとの質問がフロアからあった。可笑しみは、笑いの感染など、遊戯性と興奮があれば生ずるので、ズレは必ずしも必要ではないと答えたが、枝雀のユーモア論に即して回答すれば、若干のズレがあるとの予測に反して、ぴったりあってしまったのでズレた、みたいなメタな説明になるだろうが、予測をあらかじめ明確にしていないと、理論として意味がないなどとした方が良かったかもしれない。

一般的には、もっぱら認知的なズレが着目されているが、可笑しさを感情として位置づけると（雨宮 2016）、感覚刺激も無視できなくなる。くすぐりなどの身体的刺激については研究されているが、視覚的・聴覚的・嗅覚的・味覚的・触覚的・聴覚的・嗅覚的・味覚的・触覚的刺激については全く研究がない。可愛さについては、感性工学を中心に、パステル調の色が可愛い、丸い形が可愛い、水玉模様の方が縞模様より可愛いなどの研究がある。ズレとは関係なく、可笑しみを引き起こす視覚刺激はあるだろうか？

バーグハンバーグバーグという、「変テコなコンテンツ制作」の会社から、究極の面白画像に関する調査へのインタビュー依頼があった。調査対象はバーグハンバーグバーグのオモコロ読者 1,492 名である。調査内容は、一番面白いひらがな、アルファベット、数字、色、干支などである。

一番面白いひらがなは、「ぬ」（494 票）で理由は、・マヌケな感じがする・形も発音もおもしろい、などである。一番面白いアルファベットは、「Q」（579 票）で理由は、・形がアホっぽい・頭が悪そう・「なんだその毛は。剃れ。」と思う、などである。一番面白い数字は、「8」（351 票）、一番面白い色は、「虹色」（461 票）だった（オモコロ 2017）。

投票がかなり集中しているのは、読者層の偏りもあるが、基本的には一般的な傾向を反映していると言えそうである。インタビューには次のように答えた。

・「面白いという感情は、文脈に非常に強く左右されるんです。アンケート結果を見ると「ひらがな」では「ぬ」が 1 位ですが、これは恐らく、「ぬ」という文字そのものが面白い、というわけではないんです。「どれが面白いか選べ」と言われたこと自体が特殊な文脈を発生させてます。そういう目で、連想を膨らませながら見るから面白く感じるのだと思います。」

・「たとえばこれでは、数字の「8」につづいて、「3」「0」「9」「6」と、丸みを帯びたフォームの数字が多く選ばれています。これはもしかすると「丸いカタチが面白い」という心理が反映されているのかもしれない。」

曲線を面白いと思う傾向は、「Q」や「ぬ」の選択にも示されてる。直線と曲線の印象については、心理学においていくつかの実験があり、通常、人は直線より曲線を好むこと、また、その理由としては曲線をより安全だと感じるが、ここには進化的な背景があるかも

しれないことなどが指摘されている。安全感は、遊びの前提で、遊びの感覚は可笑しみの条件なので、「8」や「Q」、「ぬ」が面白いという印象には、特定の文脈における連想の要因に加えて、曲線がより安全な感じがして好まれるという無意識の要因が働いていると考えられる。「Q」や「ぬ」では、音の印象も影響しているだろう。

## (2) 脱文脈認知主義から身体的状況アプローチへ

心理学では、かつての行動主義を引き継いで心理学の主流の地位についた認知心理学の影響が非常に大きい。自己報告式の質問紙調査でも、ユーモア刺激に対するユーモア反応といった、文脈を無視した、脱文脈認知主義とでもいうべき考えが見られる。O'Shannon (2012)は、ユーモア作家としての経験から、文脈の重要性を認識せずに、ユーモア刺激を探そうとするアプローチをユーモア探偵と呼んで批判している。実際、現場のコメディアンなどは、同じネタでも、場所や状況でウケが大きく変わることを知っていて、客席が暖まっていないとか、状況要因を敏感に把握している。実験心理学でも、観客の同期現象などが研究されるようになった。

研究対象が、単語の認知などの情報処理モジュールだったら、刺激に対する反応を反応時間も含めて分析し、処理過程を理論化し、検証するといったアプローチは有効である。しかし、可笑しみは、感情反応であって、単純な認知的処理過程とは異なる。感情反応を研究するには、文脈要因が重要だし、感覚刺激などの身体的な要因も無視できない。

認知心理学の父と言われるナイサーは、「認知の構図」で、一方向的内部情報処理モデルにもとづく知覚研究が生態学的妥当性を欠くと批判し、知覚循環モデルを唱えた(雨宮(印刷中))。認知モジュールの研究としては、一方向的内部情報処理モデルは有効である。しかし、実際の認知活動の研究を、一方向的内部情報処理モデルに基づいて行えば、環境との相互作用過程という重要な要因を欠いた、生態学的妥当性のない結果しか得られない。

状況の要因を考慮にいたしたユーモア研究は、例えば、Apterの反転理論におけるパラレリック状態誘導の要因などに示されている(雨宮2016)。また、Reddy(2008)は、可笑しみなどの幼児の行動を研究するためには、認知主義に典型的に見られる三人称のアプローチではなく、対人関係を所与の基本とする二人称的アプローチが必要であるとの提案をしている。Reddyの研究は、幼児を単独の情報処理過程と見なし、刺激に対する、内的情報処理、出力といった認知主義的モデルに基づく研究に替わるものとして重要である。

しかし、二人称アプローチといった哲学的な議論はポイントを失っているように思える。問題は、従来認知主義的モデルが、刺激ー内的情報処理ー出力といった認知過程しかとらえておらず、身体レベルにおいて豊富に存在している相互作用などの暗黙の過程を無視している点にある(串崎・雨宮・岡村・小林・中嶋・福島・菅村・関口2013)。これをデカルト的誤り、あるいは、チューリングマシンのな系電話の錯誤と言っても良いが、問題は哲学的な立場ではなく、もっと単純な身体的な相互作用と文脈を見落とした、問題に不適合な単純化にある。

(文献)

- 雨宮俊彦(2016) 『笑いとユーモアの心理学』 ミネルヴァ書房
- 雨宮俊彦・森下伸也・藤田曜・野村亮太(2016) 「大阪の笑いを探るーぼけとつっこみー」  
第25回日本パーソナリティ学会シンポジウム
- 雨宮俊彦(印刷中) 「知覚循環モデル」 『現代心理学辞典』(子安増生・丹野義彦・箱田裕司監修) 有斐閣
- 串崎真志・雨宮俊彦・岡村達也・小林孝雄・中嶋智史・福島宏器・菅村玄二・関口理久子  
(2013) 「共感は可能か?ー関西大学大学院心理学研究科シンポジウム概括」 『関西大学心理学研究』(4:1-24)
- 佐伯胖(訳)(2015) 『驚くべき乳幼児の心の世界』 ミネルヴァ書房
- チャド・マレーン(2017) 『世にも奇妙なニッポンのお笑い』 NHK出版新書
- オモコロ(2017) 『アンケートをもとに『究極の面白画像』を作りました』  
<https://omocoro.jp/kiji/126207/> 2018年2月9日確認
- Amemiya, T. & Yoshida, K. (2016) "Self-defeating humor and affiliation in Japanese university students"  
*International Journal of Psychology* (51) Supplement S1 (19)
- Amemiya, T. (2017) "A preliminary analysis of the rhetoric in humorous advertisement in Japanese TV and print media" Presented at 29th International Society for Humor Studies Conference (4-5), Montreal
- Attardo, S. (Ed.) (2017) "The Routledge Handbook of Language and Humor" Taylor & Francis
- O'Shannon, D. (2012) "What are you laughing at - A Comprehensive Guide to the Comedic Event"  
Bloomsbury
- Reddy, V. (2008) "How infants know minds" Harvard University Press
- Yoshida, K. & Amemiya, T. (2016) "The relation of self-compassion to self-related humor in Japanese university students" *International Journal of Psychology* (51) Supplement S1 (915)
- (あめみや としひこ、研究分担者、社会学部教授)