

ユーモラスな依頼は功を成す? : 受け手の感情に着目して

著者	倉石 和澄, 外山 美樹
著者別名	Kuraishi Kazusumi, Toyama Miki
雑誌名	筑波大学心理学研究
号	48
ページ	1-8
発行年	2014-08-25
その他のタイトル	Are humorous requests successful?
URL	http://hdl.handle.net/2241/00123471

ユーモラスな依頼は功を成す？

—受け手の感情に着目して—

筑波大学大学院人間総合科学研究科 倉石 和澄

筑波大学人間系 外山 美樹

Are humorous requests successful ?

Kazusumi Kuraishi (*Graduate School of Comprehensive Human Science, University of Tsukuba, Tsukuba 305-8572, Japan*)

Miki Toyama (*Faculty of Human Science, University of Tsukuba, Tsukuba 305-8572, Japan*)

The purpose of this study is to examine the effect of a receiver's mood state prior to receiving a humorous request, their humor preferences on whether the individual will be amused, their mood state subsequent to the request, and whether they will consent to the request. In total, 254 undergraduates participated in a questionnaire survey. The results indicate (1) that the receiver's prior mood state had no effect on amusement towards the humorous request and (2) that respondents were amused if the request involved their preferred forms of humor and consented to such requests, but they were not amused when the request involved other forms of humor. The results also indicate that elicited amusement inhibits hostility and weariness. These findings suggest that it is effective to use humor that is consistent with the humor preferences of the other party when making requests.

Key words: preference for humor, aggressive humor, supportive humor, mood state

ユーモアは我々がコミュニケーションを行う上での基本的な要素の1つである(李, 2001; Wyer Jr. & Collins II, 1992)。ユーモアは、コミュニケーションにおいては送り手と受け手が存在するため、「送り手が受け手(ときには、送り手自身も含む)を楽しませる目的で作り出した刺激を受け手に伝達し、当事者(送り手かつ/あるいは受け手)がその刺激をおもしろい、おかしいと知覚する一連の過程」(牧野, 1999)などと定義される。

古くは哲学分野でHobbs (1651) や Kant (1790) らによって議論されてきたユーモアであるが、近年は心理学の分野でも注目されるようになり、研究の対象となってきた。例えば、Freud (1905, 1928) は独自の理論に基づき“心的エネルギーの節約”がユーモアと笑いの発生因であると考え、ユーモアを3種類に分けた。また Maslow (1970) は自己実現

的人間の特徴として“哲学的で悪意のないユーモア”を挙げた。

こうした古くからの研究は、いずれもユーモア現象の一部を対象とするものであった。上野 (1992) はユーモアを「おかしさ」「おもしろさ」という心的現象を示すものとして定義し、ユーモア現象全体の枠組みからこれらの理論を捉えることを試みた。その上で上野 (1992) は、ユーモアを“遊戯的ユーモア”“攻撃的ユーモア”“支援的ユーモア”の3つに分類した。遊戯的ユーモアは陽気な気分を醸し出し、自己や他者を楽しませるユーモアである。攻撃的ユーモアは他者を攻撃するユーモアである。支援的ユーモアは、自己や他者を励まし、勇気づけ、許し、心を落ち着かせるユーモアである。

上野 (1993) はどのようなユーモアを好み、楽しみ、表出するかという態度をユーモアに対する態度

と定義し、面接調査および質問紙調査を行い、その多面性を実証的に捉えようとした。その結果、日常のユーモアに対する態度には、遊戯的ユーモアを好み、表出する“遊戯的ユーモア志向”と、攻撃的ユーモアを好み、表出する“攻撃的ユーモア志向”の2つがあることを見だし、遊戯的ユーモア志向尺度と攻撃的ユーモア志向尺度を作成した。また、宮戸・上野(1996)も質問紙調査を行い、支援的ユーモアを好み、表出する“支援的ユーモア志向”を見だし、支援的ユーモア志向尺度を作成した。

対して牧野(1997)は、上野(1993)の研究では“遊戯的ユーモア”と“攻撃的ユーモア”の2つしか見いだされなかったことを指摘した。そして、ユーモアの表出や感知による面白さの生起や楽しさが状況に応じて他者支援的な機能を持つこともあると述べている。その上で牧野(1997)は、上野(1992)のユーモアの3分類を改めて整理し、ユーモアを刺激の性質(遊戯的・攻撃的)と支援的機能(あり・なし)の2次元で捉えた。

塚脇・樋口・深田(2009)も、遊戯的ユーモア志向、攻撃的ユーモア志向(上野, 1993)では使用するユーモアの形態を測定しているのに対し、支援的ユーモア志向(宮戸・上野, 1996)では支援的な動機でユーモアを使用する傾向を測定しており、異なる次元の概念を扱っている点を指摘している。

このように、ユーモアの種類に関する知見は従来の研究で一貫しておらず、どのようにユーモアを分類するかについては検討の余地があると考えられる。

日常生活においては、対人コミュニケーションによるユーモアの効果が顕著に観察される(牧野, 1997)。日常のコミュニケーション場面を想定しユーモアの効果を検討した研究としては菊地・佐藤・阿部(2009, 2013)の研究がある。菊地他(2009)は、ユーモアの受け手に着目し、遅刻をしてきた人がユーモアを交えて説明する遅刻理由に対し、受け手がユーモアを感じたかどうかで、その後の感情や遅刻に対する許し、遅刻理由に対する認知がどのように変わるのか、シナリオを用いて検討を行った。その結果、遅刻理由にユーモアを感じた人とユーモアを感じなかった人では、ユーモアを感じた人のほうが、ポジティブ感情が高くなりネガティブ感情が低くなっていた。さらに、ユーモアを感じた人ほど遅刻に対して寛容であり、制裁行動をしないと回答していた。その一方で、ユーモアを感じるかどうかで遅刻理由に対する認知(信憑性・重大性・責任の程度)には変化がなかった。菊地他(2013)でも同様に、遅刻の理由にユーモアを感じた人ほど、ポジ

ティブ感情が高くなりネガティブ感情が低くなっていた。ユーモアが影響を及ぼすのは主に受け手の感情で、ユーモアが含まれる発言の内容についてどう思うのかという認知にはほとんど影響しないことは、Martin(2007)でも示されており、ユーモアは他者の感情を調整することにより機能する社会的潤滑油であるとされている。

一般的にコミュニケーションの中で用いられることが多いユーモアであるが、菊地他(2009, 2013)のように具体的なコミュニケーション場面を想定してユーモアの効果を検討した研究は少ない。そのため具体的なコミュニケーション場面を想定した研究を行うことで、日常生活に应用可能な知見が得られることが期待される。そこで本研究では、友人からユーモアを含む依頼を受ける場面を想定した質問紙調査を行い、ユーモアの効果とユーモアの感知に影響する要因について検討する。依頼の失敗は依頼者にとって損失となり得るため、そのユーモアが効果を持つかどうかは重要である。

菊地他(2009, 2013)の研究で、ユーモアを感じた時に生起する感情として扱っているのはポジティブ感情とネガティブ感情の2つであった。しかし、我々が日常経験する感情は多様である。そこで本研究では、ユーモアを感じた時、具体的にどのような感情が生起するのか、また生起されないのか、多面的な感情について検討を行う。ユーモアの感知に影響を与える要因としては、受け手のユーモア志向も考えられよう。ただし先行研究では、ユーモア志向尺度(上野, 1993; 宮戸・上野, 1996)の妥当性を疑問視するものもあり(牧野, 1997; 塚脇他, 2009)、本研究では尺度構造を見直したうえで使用する。

また本研究では、日常生活への応用という観点から、ユーモアの感知に影響する要因として、ユーモアを聞く前の感情状態を取り上げる。例えば、憂うつな感情状態にある時と活動的な快感情状態にある時ではユーモアの感じ方が異なることが考えられる。

送り手からの依頼に含まれるユーモアは、上野(1992)の分類に倣い、“遊戯的ユーモア”“攻撃的ユーモア”“支援的ユーモア”の3種類を用意する。依頼に含まれるユーモアが受け手のユーモア志向に合致したものである場合、受け手は送り手の発言に対してよりユーモアを感じ、依頼を承諾することが想定される。逆に、依頼に含まれるユーモアが受け手のユーモア志向に合致しない場合、受け手は送り手の発言に対しユーモアを感じず、依頼を承諾しない可能性が考えられる。なお、依頼に含まれるユーモ

アについては予備調査を行い選定する。

以上のように本研究では、依頼に含まれるユーモアの感じ方は、受け手のユーモア志向や感情状態によって規定され、ユーモアを感知した受け手は依頼に承諾するというモデルを想定する。その上で、ユーモアを含む依頼が承諾されるかどうかを、そのプロセスとともに検討することを目的とする。

予備調査

目的

本調査で使用する、依頼に含まれるユーモアを選定することを目的とした。

方法

調査対象者 大学生23名（男性12名、女性11名、平均年齢21.43歳（ $SD=1.34$ ）を対象として質問紙調査を行った。

調査時期 調査時期は2013年8月から9月であった。

調査内容 調査内容は以下の通りであった。

(1) ユーモアの感知：友人Aから、試験の勉強を教えてほしいと依頼される場面を提示し、友人Aの発言にどのくらいユーモアを感じたかの評定を求めた。具体的には“試験の範囲で分からないところがあるから、教えてほしいんだ。”に続く、友人Aのユーモアを含んだ発言（以下、ユーモア発言とする）のそれぞれについて5件法（1. とてもユーモアを感じたー5. 全くユーモアを感じなかった）で

評定を求めた。発言の内訳は“テレビが、勉強させてくれなくてさ。”など遊戯的ユーモア発言が5つ、“またまた、真面目ぶっちゃって！ぼく（私）にも教えてよ。”など攻撃的ユーモア発言が4つ、“教えることが、一番の勉強になるって言うでしょ？”など支援的ユーモア発言が4つであった。

(2) ユーモア志向尺度：上野（1993）および宮戸・上野（1996）が作成した、3種類のユーモアに対する好みの程度や反応性を測定する尺度である。“攻撃的ユーモア志向”、“遊戯的ユーモア志向”、“支援的ユーモア志向”の3つの下位尺度、各8項目の計24項目から構成される。24項目それぞれについて5件法（1. あてはまらないー5. あてはまる）で回答を求めた。

結果と考察

ユーモア発言を選定するうえで、ユーモアを感じられる程度に個人差があり、かつ平均的に面白いと感じられることを基準とした。そこで、各ユーモア発言に対する評定の平均値と標準偏差を算出した（Table 1）。その結果、平均値が3に近く、標準偏差の大きい“単位を落としたら、親の信用まで落としちゃうよ！”（ $M=2.78$, $SD=1.38$ ；遊戯的ユーモア発言）、“真面目にやってるね。そんなに机が好きなの？”（ $M=3.61$, $SD=1.47$ ；攻撃的ユーモア発言）、“ぼく（私）の成績、Cばかりなんだよ。ほんと、レモンかよ、ってね。”（ $M=2.52$, $SD=1.50$ ；支援的ユーモア発言）の3つが本調査で用いるユーモア発言として適当であると判断した。

Table 1
各ユーモア刺激の記述統計量

	ユーモア刺激の項目	<i>M</i>	<i>SD</i>
	1 テレビが、勉強させてくれなくてさ。	3.61	1.23
○	2 単位を落としたら、親の信用まで落としちゃうよ！	<u>2.78</u>	1.38
	3 おねがいでよ、大先生！	3.78	1.09
	4 なんなら、1000万円くらい出すよ！	3.70	1.15
	5 なんなら、土下座するよ！	3.91	1.04
	6 またまた、真面目ぶっちゃって！ぼく（私）にも教えてよ。	4.35	.94
	7 自分の勉強ばっかりして、勉強の虫なの？	4.35	1.03
	8 カリカリカリカリ自分の勉強ばっかりして、梅なの？	2.43	1.73
○	9 真面目にやってるね。そんなに机が好きなの？	<u>3.61</u>	1.47
	10 薬にもすがる思いなんだよ。	3.74	1.05
	11 教えることが、一番の勉強になるって言うでしょ？	3.96	1.02
○	12 ぼく（私）の成績、Cばかりなんだよ。ほんと、レモンかよ、ってね。	<u>2.52</u>	1.50
	13 お互い大変なんだから、死なばもろとも、でしょ！	3.96	1.07

(注) ○は本調査でを使用したもの

本調査

目的

予備調査で選定したそれぞれのユーモアを含む依頼が承諾されるかどうかを、そのプロセスとともに検討することを目的とした。

方法

調査対象者 大学生262名を対象とした質問紙調査を行った。調査項目の3分の2以上に回答していなかった者、回答が明らかに偏っているなどデータに不備のあったものを分析から除外し、254名（男性147名、女性107名、平均年齢19.78歳（ $SD=1.78$ ））を分析対象とした。欠損値はリストごとに除外して分析を行った。

調査時期 調査時期は2013年10月から11月であった。

実施手続き 大学の講義終了後、第1著者による集合調査形式で実施した。また、第1著者による個別配布個別回収形式でも実施した。回答はいずれも無記名で行われた。質問紙は3種類あり（遊戯的ユーモア発言を聞く場面、攻撃的ユーモア発言を聞く場面、支援的ユーモア発言を聞く場面）、回答者は3種類のうちいずれか1種類に回答した。

調査内容 調査内容は以下の通りであった。

(1) 多面的感情状態尺度短縮版：寺崎・岸本・古賀（1992）によって作成された、多様な感情状態を測定する尺度の短縮版である。短縮版は、“憂鬱・不安”“敵意”“倦怠”“活動的快”“非活動的快”“親和”“集中”“驚愕”の8つの下位尺度、各5項目の計40項目から構成される。本調査では、“集中”と“驚愕”を除く6つの下位尺度30項目を使用した。30項目それぞれについて5件法（1. 全く感じていない—5. はっきり感じている）で回答を求めた。これは、調査対象者がユーモアを含んだ依頼を聞く前後の感情状態を測定するために用いた。

(2) ユーモアの感知：友人からユーモアを含む依頼を受ける想定場面を提示し、友人の発言にどのくらいユーモアを感じたか5件法（1. とてもユーモアを感じた—5. 全くユーモアを感じなかった）で評定を求めた。

(3) 依頼の承諾：想定場面における友人の依頼をどのくらい承諾しようと思ったか5件法（1. 承諾しようと思った—5. 承諾したくないと思った）ので評定を求めた。

(4) ユーモア志向尺度：上野（1993）および宮戸・上野（1996）が作成した、3種類のユーモアに対する好みの程度や反応性を測定する尺度である。“攻

撃的ユーモア志向”、“遊戯的ユーモア志向”、“支援的ユーモア志向”の3つの下位尺度、各8項目の計24項目から構成される。24項目それぞれについて5件法（1. あてはまらない—5. あてはまる）で回答を求めた。

想定場面 友人を一人想起するように求め、その人物との対峙している場面を思い浮かべながら文章を読むよう指示した。文章中の友人のユーモアを含んだ発言は、予備調査で選定した3つのユーモア発言、すなわち“単位を落としたり、親の信用まで落としちゃうよ！”（遊戯的ユーモア発言），“真面目にやってるね。そんなに机が好きなの？”（攻撃的ユーモア発言），“ぼく（私）の成績、Cばかりなんだよ。ほんと、レモンかよ、ってね。”（支援的ユーモア発言）のうちのいずれか1つであった。

結果

ユーモア志向尺度の因子分析 ユーモア志向尺度の下位尺度ごとにCronbachの α 係数を算出したところ、“遊戯的ユーモア”（8項目）が.67と内的一貫性がやや低かった。そこで因子構造を確認するために、ユーモア志向尺度の全24項目に対して最尤法・プロマックス回転による因子分析を行った。固有値の減退状況、解釈可能性から因子は2に設定した。単純構造が得られるよう、複数の因子に負荷する項目、いずれの因子にも負荷量が低い項目を削除し、各項目がいずれか1つの因子に対し負荷量が.40になったところで分析を終了した。最終的には、14項目からなる2因子解を採用した。項目内容および回転後のパターンをTable 2に示した。

第1因子に負荷量が高かったのは、項目19、17、18、23、24、20、10、22、21であり、“ちょっと寂しそうな人がいると冗談などを言って笑わせたい”“人をなぐさめるために、自分の失敗をおもしろおかしく語ることがある”“友人を励ますために笑わせようとする”などの項目が高い負荷量を示していることから“支援的ユーモア志向”とした。

第2因子に負荷量が高かったのは項目3、4、2、1、5であり、“友人を軽く皮肉ったりして楽しむことがある”“過激な冗談が好きだ”“ブラックユーモアが好きだ”などの項目が高い負荷量を示していることから“攻撃的ユーモア志向”とした。

各因子の α 係数は、“支援的ユーモア志向”（9項目）が.84、“攻撃的ユーモア志向”（5項目）が.81であり、高い内的一貫性が確認された。そこで各因子に高い負荷量を示した項目で下位尺度を設定した。

あわせて本調査では、支援的ユーモア発言（“ぼ

Table 2
「ユーモア志向尺度」の因子分析結果（最尤法・プロマックス回転）

項目	I	II	h ²	M	SD
支援的ユーモア志向 (α = .84)					
19 友人を励ますために笑わせようとする	.77	.04	.32	3.45	1.11
17 ちょっと寂しそうな人がいると冗談などを言って笑わせたい	.72	-.05	.38	3.89	1.01
18 人をなくさめるために、自分の失敗をおもしろおかしく語ることがある	.69	-.02	.84	3.74	1.04
23 人が喧嘩を始めそうなとき、ユーモアを使って仲をとりもつ	.61	-.05	.67	4.18	0.84
24 気がめいるようなときでもユーモアで自分を励ます	.55	.15	.23	3.02	1.19
20 人を救うようなユーモアが好きだ	.54	-.11	.25	3.43	1.11
10 もっと人を笑わせたい	.51	-.06	.51	2.79	1.07
22 あわてたり、騒いだりしている自分をこっけいに感じて人と笑うことがある	.50	.07	.47	2.68	1.14
21 嫌なことがあっても笑いとばせる	.49	.06	.62	4.11	0.91
攻撃的ユーモア志向 (α = .81)					
3 過激な冗談が好きだ	-.04	.92	.28	3.81	0.99
4 ブラックユーモアが好きだ	-.05	.83	.26	3.82	1.06
2 友人を軽く皮肉ったりして楽しむことがある	.05	.60	.28	2.84	1.23
1 笑いには多少毒があったほうがおもしろい	.16	.51	.36	3.23	1.17
5 きついことを言って人を笑うのは嫌いだ	-.08	.50	.36	2.36	1.05
因子間相関 I		.22			

く（私）の成績、Cばかりなんだよ。ほんと、レモンかよ、ってね。”か“単位を落とししたら、親の信用まで落としちゃうよ！”のいずれか）を聞いた群 (n=168)、攻撃的ユーモア発言（“真面目にやってるね。そんなに机が好きなの？”）を聞いた群 (n=86) の2群を設定し分析を行うこととした。依頼を聞く前の感情がユーモアの感知と依頼を聞いた後の感情を媒介して承諾に与える影響 ユーモア発言を聞く前の感情状態からユーモア感知、ユーモア発言を聞いた後の感情状態を媒介とした承諾への影響を検討するため、支援的ユーモア発言を聞いた群および攻撃的ユーモア発言を聞いた群それぞれについて重回帰分析を行った。その結果、支援的ユーモア発言を聞いた群では、“ユーモア感知”は、“活動的快”の促進や、“倦怠”“敵意”“抑鬱・不安”の抑制につながり、さらに“敵意”の抑制を介して“承諾”を促進するが示された。攻撃的ユーモア発言を聞いた群では、“ユーモア感知”は、“敵意”の抑制や“承諾”の促進につながることが示された。ユーモアを聞く前の感情から“ユーモア感知”への影響は、いずれの群でも示されなかった。結果をFigure 1に示した。

補足的に、支援的ユーモアを聞いた群および攻撃的ユーモアを聞いた群のそれぞれについて、多面的感情状態尺度（ユーモア発言を聞く前）の下位尺度のうちネガティブ感情（“倦怠”“敵意”“抑鬱・不安”）からユーモア感知への影響を検討するため、

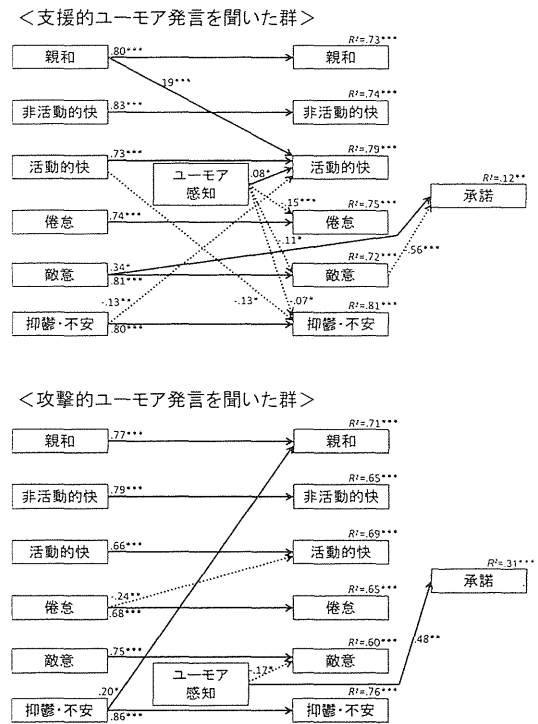


Figure 1. 依頼を聞く前の感情がユーモアの感知と依頼を聞いた後の感情を媒介して承諾に与える影響
(注1) ***p<.001, **p<.01, *p<.05
(注2) 実線は正の影響、破線は負の影響を示す。

<攻撃的ユーモア発言を聞いた群>

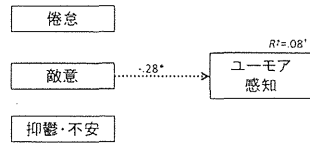
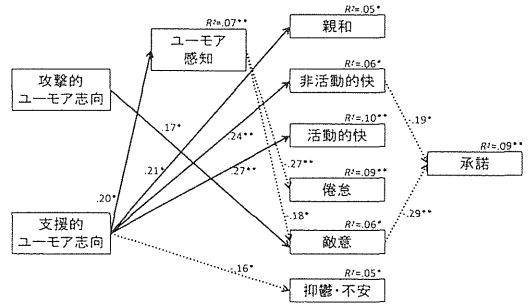


Figure 2. 依頼を聞く前のネガティブ感情がユーモアの感知に与える影響
 (注1) * $p < .05$, † $p < .10$
 (注2) 破線は負の影響を示す。

<支援的ユーモア発言を聞いた群>



<攻撃的ユーモア発言を聞いた群>

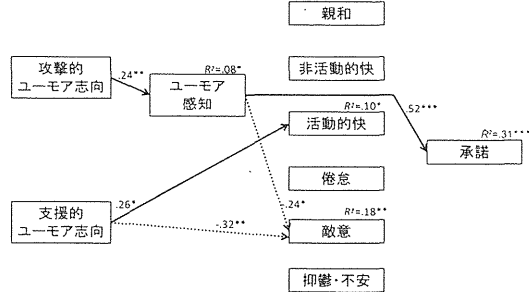


Figure 3. ユーモア志向がユーモアの感知と依頼を聞いた後の感情を媒介して承諾に与える影響
 (注1) *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$
 (注2) 実線は正の影響、破線は負の影響を示す。

重回帰分析を行った。その結果、攻撃的ユーモアを聞いた群においてユーモアを聞く前の“敵意”が“ユーモア感知”を抑制する可能性が示された。結果を Figure 2 に示した。

ユーモア志向がユーモアの感知と感情を媒介して承諾に与える影響 ユーモア志向からユーモア感知、依頼を聞いた後の感情状態を媒介とした承諾への影響を検討するため、支援的ユーモア発言を聞いた群および攻撃的ユーモア発言を聞いた群それぞれについて重回帰分析を行った。その結果、支援的ユーモア発言を聞いた群では、“支援的ユーモア志向”が“ユーモア感知”につながり、それが“敵意”の抑制を介して“承諾”を促進することが示された。また“支援的ユーモア志向”は“親和”“非活動的快”“活動的快”の促進と“抑鬱・不安”の抑制につながり、“非活動的快”の促進を介して“承諾”を抑制することが示された。さらに“攻撃的ユーモア志向”は“敵意”の促進を介して“承諾”を抑制することが示された。

攻撃的ユーモア発言を聞いた群では、“支援的ユーモア志向”が“活動的快”の促進や“敵意”の抑制につながることが示された。また“攻撃的ユーモア志向”は“ユーモアを感知”を介して“敵意”の抑制や“承諾”の促進につながることが示された。結果を Figure 3 に示した。

考察

本研究の目的は、依頼に含まれるユーモアの感じ方は受け手のユーモア志向や感情状態によってどのように異なるかを明らかにし、ユーモアを含む依頼が承諾されるかどうかを検討することであった。
 ユーモア志向尺度の因子構造 ユーモア志向尺度の因子分析の結果、“支援的ユーモア志向”と“攻撃的ユーモア志向”の2因子が抽出された。これまでに上野 (1992) のユーモア志向の分類に異を唱えた研究がいくつか見られるが (牧野, 1997; 塚脇・樋口・深田, 2009)、本研究の結果はそれらともまた

異なり、個人のユーモアに対する好みであるユーモア志向が“支援的ユーモア志向”と“攻撃的ユーモア志向”の2側面からなる可能性が示された。除外された項目を見ると、漫画やテレビを見て感じ取るような、実際のコミュニケーションに見られるユーモアではないものに関する記述が多い。したがって、本研究で用いた上野 (1992)、宮戸・上野 (1996) のユーモア志向尺度のうち“遊戯的ユーモア志向”は、漫画やテレビのような1人で楽しむタイプのユーモアへの好みのような側面が強い可能性が考えられる。

ユーモアを含む依頼が承諾されるプロセス 重回帰分析の結果から、依頼に含まれるユーモアが自分のユーモア志向と合致していた人はユーモアを感じ、依頼承諾への抵抗となるであろう敵意や倦怠といったネガティブ感情が抑制され、依頼を承諾する可能性が示された。つまり、依頼をするときは、相手の好みに合ったユーモアを使うことで相手の敵意や退屈な気持ちを抑え、承諾を得やすくなることが推測される。支援的なユーモアだけでなく、他者攻撃を意図したユーモアであっても使う相手によっては承

諾が得やすくなる可能性がある。ただし、重回帰式の決定係数は結果全体を通してそれほど高くないことから、ユーモアはあくまで依頼の承諾を促す際の補助でしかなく、依頼を承諾するプロセスにはユーモア以外にも多くの要因が関連するという点に注意が必要であろう。

また補足的ではあるが、攻撃的なユーモアを含む依頼を聞いたとき、敵意の感情を持っている人はユーモアを感知しない傾向にあることが示された。つまり、イライラしている人やむっとしている人に対して依頼をするときに攻撃的なユーモアを用いることは逆効果であり、場合によっては更に敵意感情を高めてしまうことや、依頼が承諾されない傾向があることが推測される。ユーモアに限らず、相手の気持ちに配慮して発言することは対人関係において不可欠なことであるが、攻撃的ユーモアにはややそういった配慮を欠く特性が見られるため、これを用いる場合には、特に相手の気持ちへの配慮が必要であろう。

依頼を聞く前の感情状態については、ユーモアの感知にも依頼の承諾にも影響を及ぼすことが示されなかった。しかしながら、日常のコミュニケーションにおいて、そのときの感情や置かれている状況といった相手の状態を感じ取り、それに配慮した上で関わることは、重要な社会的スキルであると考えられる。そのため、本研究の結果に従い、ユーモアを伝え、依頼をするにあたって、相手の感情状態に配慮することが重要ではないといった理解をするのは短絡的であろう。敵意感情がユーモアの感知を抑制する傾向にあることが示唆されたことから、本研究では検討されなかった別の媒介要因や調整要因が存在することも考えられるため、今後更に精緻なモデルの下に検討を行っていく必要があるだろう。

本研究の課題と今後の展望 まずユーモア志向尺度について、因子分析の結果、“攻撃的ユーモア志向”“支援的ユーモア志向”の2因子構造であると捉えたほうが妥当であることが示された。相手を攻撃する、あるいは相手を支援する、といったユーモアを使用する目的に着目した場合、この分類は妥当であると考えられる。ただし、この結果は先行研究のどの分類とも一致しないものであり、ユーモアの分類については今後さらなる検討の余地があると考えられる。その際、ユーモアの表出や感知、言語面的なユーモアや非言語的なユーモアといった様々な側面に着目する必要があるだろう。

また本研究では、回答者に依頼を受ける場面を想像させながらシナリオを読ませた。しかし、文字で書かれたシナリオから、送り手の表情や声のトーン

まで想像することは難しく、回答者は言語的なユーモアのみを感知していたことが考えられる。今後、非言語的なユーモアの感知について実験的に検討することで、ユーモアのもたらす効果を多面的に捉えることができるだろう。

引用文献

- 李 津娥 (2001). コミュニケーションとユーモア知覚—そのメカニズムと規定因に関する一考察 東京女子大学紀要論集, 52, 119-139.
- Freud, S. (1905). *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*. Leipzig and Wien: Deuticke. (フロイト S. 生松敬三 (訳) (1970). 機知—その無意識との関係— 村 恒郎・小此木啓吾・懸田 克・高橋義孝・土居健郎 (編) フロイト著作集 4 人文書院)
- Freud, S. (1928). *Der Humor*. Leipzig and Wien: Deuticke. (フロイト S. 高橋義孝・池田紘一 (訳) (1870). ユーモア 改訂版フロイト選集 7 日本教文社)
- Hobbes, T. (1651). *Leviathan*. (ホッブズ T. 永井道雄・宗方邦義 (訳) (1979). リヴァイアサン 永井道雄 (編) ホッブズ (世界の名著28) 中央公論社)
- Kant, I. (1790). *Kritik der Urteilskraft von Immanuel Kant*. (カント I. 篠田英雄 (訳) (1964). 判断力批判 (上) 岩波書店)
- 菊地史倫・佐藤 拓・阿部恒之 (2009). ユーモア知覚が過失に対する寛容さに及ぼす影響 感情心理学研究, 17, 236.
- 菊地史倫・佐藤 拓・阿部恒之 (2013). ユーモアの聞き手の不利益とユーモア認知が弁解者の性格特性の推測に与える影響 感情心理学研究, 21, 2.
- 牧野幸志 (1997). ユーモア行動の構造に関する研究 広島大学教育学部紀要 第1部 (心理学), 46, 41-48.
- 牧野幸志 (1999). 説得に及ぼすユーモアの効果とその生起メカニズムの検討 実験社会心理学研究, 39, 86-102.
- Martin, R. A. (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*. New York: Elsevier Academic Press.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*, 2nd ed. New York: Viking.
- 宮戸美樹・上野行良 (1996). ユーモアの支援的効果の検討—支援的ユーモア志向尺度の構成—

心理学研究, **67**, 270-277.

塚脇涼太・樋口匡貴・深田博己 (2009). ユーモアと自己受容, 攻撃性, 愛他性との関係. 心理学研究, **80**, 339-344.

寺崎正治・岸本陽一・古賀愛人 (1992). 多面的感情状態尺度の作成. 心理学研究, **62**, 350-356.

上野行良 (1992). ユーモア現象に関する諸研究とユーモアの分類化について. 社会心理学研究,

7, 112-120.

上野行良 (1993). ユーモアに対する態度と攻撃性及び愛他性との関連. 心理学研究, **64**, 247-254.

Wyer, Jr. R. S. & Collins II, J. E. (1992). A Theory of Humor Elicitation. *Psychological Review*, **99**, 663-688.

(受稿3月31日: 受理5月29日)