

ダジャレの強化効力の検討

2条件からの考察

Functions of Puns as a Reinforcer: The Examination under two Conditions

○小原漱斗・大河内浩人

(大阪市立大学文学研究科) (大阪教育大学教育学科)

Shuto KOHARA, Hiroto OKOUCHI

(Osaka City University) (Osaka Kyoiku University)

Key words: humor, reinforcer, pun, choice, humans

問題と目的

笑いは百薬の長、笑う門には福来る、ということわざがあるように、笑いという感情は古来からポジティブなものだとされてきた。また近年、学術的にも、ポジティブ心理学やQOLなどの文脈で、幸福な感情についての注目が集まっている(島本・河嶋・白田・荒牧2014)。

幸福な感情、特に笑いについての研究には、他者の存在により笑い表出の度合いが上がる(大森・千秋2008)といった社会心理学的な研究、前頭葉機能の活性化(畑野2007)、免疫系の活性(伊丹・昇・手嶋1994)といった生理学的な研究があるが、面白さを行動分析的に扱った研究は見あたらない。

笑いや面白さを行動分析的に扱う、ということは、それ自体の弁別刺激、反応、強化子などとしての機能を明らかにすることであると言えるだろう。本研究では、強化子としての面白さの機能に焦点をあてた。

強化子として用いられる刺激は、成人の場合ポイントもしくはお金に代えられるポイントが一般的である(Galizio&Buskist, 1988)。他に、大学の単位(Critchfield, Schlund, & Ecott 2000)、ほめ言葉(Miltenberger 2006)などが強化子として用いられてきたが、面白さの強化効力を検討した研究は見あたらない。

本研究では、面白さを引き起こす刺激としてのダジャレ(同音異義表現を用いた短文)がヒトの強化子として機能するのか、機能するとすればどの程度行動を強化するのかを検討した。

方法

Webサイト(ダジャレ・ステーション|面白いダジャレ駄洒落/だじゃれ総合サイト(<http://dajare.jp/search/>))に掲載されていたダジャレのうち、大学生176名に対して実施した質問紙による予備調査において、面白さの評点が高かった143個のダジャレを用いて2つの実験を行った。

実験1は、タッチスクリーン画面上部に呈示された左右どちらか一方の四角形をタッチすると、予備調査で選定したダジャレの一つが5秒間呈示された。もう一方の四角形をタッチすると、何も呈示されなかった。1回の選択を1試行とし、12試行1セッションとした(最初の2試行は強制選択)。セッションごとに、ダジャレをもたらす四角形の位置を左右逆転させた。ダジャレを呈示する順番、強制選択の左右の順番、ダジャレが呈示される四角形の位置についてカウンターバランスをとった。2セッションを1ブロックとし、連続する3ブロックで各ブロックのダジャレ選択試行数に上昇傾向も下降傾向もなく、その差が±2以内であるという安定基準に達するか、13セッションを経過したら、実験を終了した。参加者は大学生11名であった。

実験2では、実験1で何も出なかった方に「100」と呈

示する条件を行い、その条件でダジャレが呈示される方を有意に選好した参加者に対してのみ、実験1で何も出なかった方に疑似ダジャレ(ダジャレの前半部分を繰り返したもの)を呈示する条件を行った。その他の内容は実験1と同じであった。参加者は大学生12名であった。

結果

それぞれの参加者において、最後の6セッション、つまり最後の60試行のデータについて、二項検定を用いて分析した結果、実験1では11名中3名がダジャレを有意に選好し、6名では選好が安定しない、もしくは有意な選好がみられなかった。また、1名では位置選好がみられ、1名はダジャレを有意に不選好していた。実験2では、12名中8名が「100」よりもダジャレを有意に選好し、1名で選好が安定しなかった。3名は位置選好を示した。疑似ダジャレとの比較では、8名中6名がダジャレを選好した。2名はダジャレを有意に選好しなかった。

考察

どちらの実験でもダジャレを選好した者がおり、特に実験2では過半数の参加者がダジャレを選好した。このことは、ダジャレが強化子として機能するというを示唆しているだろう。

しかし、実験1では実験2と比べてダジャレを選好する参加者が少なかった。その理由として、ダジャレという日常で経験する刺激が実験環境に向かなかった、予備調査で選ばれたダジャレの面白さが十分でなかった、実験2での「100」と呈示することが嫌悪刺激となっていた、などが考えられるだろう。また、実験1、2ともに位置選好を示す参加者がみられたことから、ダジャレの強化効力には個人差があるともいえるので、それも影響しているかもしれない。

今後の展開として、先ほどあげた問題点を改善したうえで、参加者を子どもや高齢者、外国人に代えたりすることを通して、ダジャレの強化子としての機能や特性を、より詳細に検討することが挙げられる。さらに、実践場面を考慮し、ダジャレを音韻呈示する条件やダジャレ(面白さ)を反応として扱う条件を行うことも考えられるだろう。面白さの刺激は、お金やお菓子などとは異なり呈示に際してもものが減るということがないという点、褒め言葉などとは異なり刺激のバリエーションが無数に考えられるという点で、応用場面での有用な使用が期待される。

また、ダジャレ(面白さ)は他者と共有しても、強化効力が減少しないように思える。強化子としてのダジャレは、他人と報酬(強化子)を共有することで、報酬の価値が下がる、という社会割引現象の解明にも、貢献するかもしれない。