



Title	芸能バラエティ番組における文字テロップの日韓比較 ：目的と機能による使用頻度を中心に
Author(s)	吳, 恵卿
Citation	大阪大学言語文化学. 2021, 30, p. 37-53
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/81794
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

芸能バラエティ番組における文字テロップの日韓比較

—目的と機能による使用頻度を中心に—*

吳 恵卿**

キーワード：文字テロップ、芸能バラエティ番組、日韓比較

화면이나 소리 등, 기존의 시각적, 청각적 자원에 의존하던 TV 방송은 영상 기술의 눈부신 발전으로 그 영역이 점차 확장되면서, 이제는 자막이나 시각 예술 (visual art) 등의 다양한 영상 자원들이 TV 화면을 구성하는 중요한 요소로 자리잡고 있다. 특히 한국과 일본의 경우, 뉴스뿐만 아니라 드라마나 예능 등 거의 모든 프로그램에서 자막이 널리 사용되고 있다. 본고에서는 한국과 일본의 TV 예능 프로그램에서 사용되는 자막을 사용목적과 기능에 따라 귀납적으로 분류하고, 각 사용목적별로 자막의 사용빈도를 제시하였다. 또한 한국과 일본의 예능 프로그램에서 자막이 어떻게 활용되고 있는지에 대한 입체적 분석을 위해, 자막이 사용되는 방식을 민족지적 접근법을 통해서 기술하였다.

분석 결과, 한국과 일본의 예능프로그램에서는 (1) 이해를 돋는 자막, (2) 오락성 창출을 위한 자막, (3) 이해를 돋는 자막에 오락적 요소가 가미된 통합형 자막이 사용되고 있었다. 자막의 전체적 사용빈도는 한일간에도 프로그램에 따라서 차이를 보였다. 다만, 이번에 분석한 프로그램들의 경우, 일본에서는 시청자의 이해를 돋는 자막이 전체의 90% 이상을 차지했다. 한편, 한국에서는 이해를 돋는 자막 이외에 오락성 창출을 위한 자막과 통합형 자막도 높은 빈도로 사용되고 있었으며, 각 목적에 따른 자막의 종류나 사용되는 방식 역시 매우 다양한 형태로 나타났다. 전체적으로 일본은 이해를 목적으로, 한국은 오락성 창출 목적으로 자막을 적극적으로 활용하고 있었다. 가령 발화 자막의 경우, 한국과 일본 모두 높은 빈도로 사용되고 있지만, 약간의 수정 또는 보정을 거치거나 발화 원본을 그대로 제시하는 일본에 비해, 한국에서는 오락성 창출이라는 목적을 위해서 전혀 다른 형태로 편집하거나 각색하여 발화를 제시하는 경우도 많았다. 특히 한국에서는 드라마나 영화 대본처럼, 발화 자막 앞에 발화자의 심경이나 의도 등을 지문처럼 제시하거나, 은어나 속어, 신조어 등, 일본의 예능 프로그램에서는 전혀 사용되지 않는 용어들도 오락성 극 대화의 장치로서 자막에서 적극적으로 활용되고 있었다.

* A Comparative Study of Subtitles in Entertainment TV Programs in Korea and Japan: Frequency of Use Considering Purpose and Function (OHE, Hye-Gyeong)

** 国際基督教大学教養学部

1はじめに

画面や音など、視覚的・聴覚的資源に依存していた従来のTV放送は、映像技術の進展に伴いその領域を拡張し、文字テロップや視覚芸術(visual art)など、これまでとは異なる様々な映像リソースを積極的に活用している。テロップとは、撮影された映像の編集段階で、テロップ(Television Opaque Projector)と呼ばれる装置を使って映像に文字やイラストなどを被せたものである。本来、聴覚障がい者のTV視聴や外国語映画の理解を助けるという福祉の目的で使われていた画面上の文字が、今や多彩な視覚芸術と結合し、TV画面を構成する重要な要素として機能している。特に韓国と日本の場合、ニュースは勿論、ドラマや芸能バラエティなど、ほぼすべての番組において文字テロップが広く使用されている。本稿では、日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップの使用を分析し、テロップが日韓でどのように使われているのか、その様相をエスノグラフィーの手法で分析する。

芸能バラエティ番組は、そのジャンル的な属性によって様々な分類が可能であるが、本稿で分析対象にしているのは娯楽のみを目的とするもので、視聴率調査機関で「その他娯楽番組」と分類されたものである¹。芸能バラエティ番組は、流動性と拡張性が高く、テロップの研究に良い題材である。予め徹底的に練り上げられた台本に沿って、撮影・編集されるドラマなどの番組と違って、台本への依存度も比較的低く、与えられた状況に合わせて即興的になされる出演者のコメントやアドリブが重視される。また、バラエティ番組という名前からもわかるように、多彩な素材と多様な制作技法を活用して制作されており、テロップの活用において比較的自由な環境を備えていると考えられる。従って本稿では、形式や種類、頻度などにおいて、様々な形のテロップの活用が可能と想定される芸能バラエティ番組を対象に、日韓におけるテロップの使用頻度と傾向について記述と分析を行う。

2先行研究及び本稿の位置づけ

日本の芸能バラエティ番組におけるテロップは、『探偵ナイトスクープ』(朝日放送テレビ)や『進め！電波少年』(日テレ系)に由来があり、一般に浸透させたのは1994年から放送されている『HEY!HEY!HEY!』(フジテレビ系)だと言われている²。日本の芸能バラエティ番組における文字テロップの研究には、視聴者の意識や受容実態(木村他2000、設樂2009)、視聴者の映像に対する解釈に及ぼす影響(須藤2008)、文字種や発話、

¹ 視聴率調査機関である Video Research Ltd. では、報道、教育、教養・実用、音楽、ドラマ、アニメ、映画、スポーツ、その他娯楽番組の8項目に分けて視聴率調査を行っている(<https://www.videor.co.jp/tvrating/> [アクセス日: 2020年7月10日])。

² <https://www.oricon.co.jp/special/51622/> [アクセス日: 2020年7月19日]。

ナレーション（設樂 2005; 2008、舟橋 2016、増地 2013）、機能や種類（木村他 2000、塙田 2001; 2005、森川 2020）などを取り上げたものがある。一方、韓国の芸能バラエティ番組にテロップが初めて登場したのは、1995 年に放送された『TV 斗三 (TV パーク)』(MBC) で、そのきっかけは日本の影響だという³。当時は TV 画面に流されるテロップに対して、視聴者から多くの不満の声が寄せられた。しかし、その 6 か月後、韓国のはば全ての芸能番組にテロップが本格的に登場することになる⁴。それ以降、テロップに関する学際的研究が韓国で行われている。韓国におけるテロップ研究には、言語使用の実態を批判的に分析するものもあるが（이동석 2006 など）、その多くはテロップの形態や種類、特徴について取り上げたものである（정윤희 & 손원준 2012、한성우 2004、홍준식 2004 など）。そのほか、テロップが視聴者の反応と態度に及ぼす肯定的・否定的影響（경실련 미디어워치 2001、변성광 2013、정수영 2009 など）、テロップが視聴者の認知反応に及ぼす影響（박신영 2010、송순주 2007 など）を取り上げたものがある。

以上、日韓における文字テロップのこれまでの研究動向をみると、(1) メディア放送あるいは言語学的観点からのテロップの種類と特徴、(2) テロップが視聴者の認識や言語使用に与える様々な影響、に大別できる。しかし、テロップに関するこれまでの研究は日本と韓国で個別に行われており、対照的な観点からの研究は李（2014）が唯一である。李（2014）は、日韓の芸能番組におけるテロップを発話系と非発話系に分け、非発話テロップのうち、韓国で頻繁に現れる用言語幹に重点をおいて分析している。しかし、テロップに使われた形容詞関連の語彙を平面的に記述することにとどまっており、テロップの全貌が見られる立体的な分析までには到達していない。なお、テロップの分類も発話と非発話という言語情報処理に限定しており、使用目的や機能については触れていない。本稿では、日韓におけるこれまでの先行研究を参考に、使用目的と機能の観点からテロップの再分類を試みる。さらに、日韓の芸能バラエティ番組の中でテロップがどのように提示されているのかを、エスノグラフィーの手法で量的・質的に分析することによって、日韓におけるテロップ使用の諸相及び両者の相違について明らかにしたい。

3 テロップの種類と機能

前述した通り、テロップの種類と機能を解明しようとする試みが日韓でそれぞれ行われてきた。木村他（2000）では、日本の芸能バラエティ番組におけるテロップの類型を演出意図と表現形態に分け、演出意図によるテロップを、①出演者やナレーションの言

³ 1994 年、MBC に所属したプロデューサーがフジテレビで 6 か月間研修を受けてから、韓国の芸能番組にも導入したのがそのきっかけだという。

⁴ <https://www.news1.kr/articles/?854209> [アクセス日：2020 年 7 月 19 日]。

葉、効果音などの音をそのままなぞる「なぞり系」、②状況や心理、時間、見出しなど、番組の内容を理解させることを目的とする「説明系」、③接続詞や伏線、画面占領などを含む「画面切り替え系」の3つに分類している。また、塩田（2005）では、芸能バラエティ番組のテロップを語用論的な観点から分類し、その使用目的によって、①視聴者に情報を明示的に伝える「情報明示型」、②視聴者に発話を繰り返すことで強調して伝える「強調型」、③視聴者や出演者の番組内容に対する解釈の手がかりを視聴者に与える「解釈型」の3つに分け、それぞれの類型をさらに細かく分類している。最近のものには森川（2020）があるが、彼はプログラム制作者としての経験からバラエティ番組におけるテロップをその目的と使い方によって、①番組タイトルテロップ、②提供表示テロップ、③説明テロップ、④サイド・テロップ、⑤コメントフォロー・テロップ、⑥ナレーションなぞりテロップ、⑦演出補助テロップ、⑧おことわりテロップ、⑨権利関係など表示テロップ、⑩エンド・テロップに細かく分類している。

一方、韓国の芸能番組に見られるテロップの種類及び特徴に関連して、한성우（2004）では使用目的と機能によって、①番組のヘッドラインや内容の要約など、番組内容に関連する情報の提示、②方言や外国語、匿名性を保護するための音声変調、不正確な発音などの音声言語の補完、③番組出演者の感情や演出者の意図、番組への興味や関心を維持させるために使われたもの、④スポーツ中継や各種資料、歌詞などの情報提供、⑤（放送局の）ロゴや番組タイトルまたはサブタイトル、場面の切り替え、次回の予告など、番組の進行に関わるものに分類している。なお、홍준식（2004）では、①視聴者の理解を助けるための「情報伝達型」と、②出演者のセリフをそのまま引用したり演出または編集の意図を露わにして視聴者の笑いをそそる「興味誘発型」に分類し、ニュースや教養番組では「情報伝達型」が、芸能番組では「興味誘発型」がそれぞれ用いられるとしている。そのほか、강연임（2007）は情報処理の観点から、言語情報処理型と状況情報処理型に分け、言語情報処理型には発話をそのまま提示したものと要約して提示したものを、状況情報処理型には発話状況を描写したものと発話状況を評価したものをそれぞれ分類している。

以上、テロップの種類や機能について日韓で行われたこれまでの研究を紹介したが、テロップの種類や機能の分類方式は、研究分野及び研究者によって異なっている。なお、日韓の研究者の間でも分類方式に違いが見られるが、その理由の1つとして、芸能バラエティ番組に登場するテロップの種類が日韓で異なっている可能性も排除できない。このような理由から、日韓の芸能番組におけるテロップの使用を全体的に分析するためには、まずテロップの種類や機能を大まかに分類し、実際のデータを通して細かい分類を行うことが望ましい。従って本稿では、娛樂と感動を伝えるという芸能バラエティ番組

の目的に沿って、(1) 番組の内容に対する視聴者の理解を助けるテロップ、(2) 娯楽目的に沿っており、視聴者に娛樂性を提供するテロップ、(3) その他、放送局のロゴや廣告、エンドロールなど、番組制作に関連するテロップに大まかに分類する。このうち、本稿では(1)と(2)に分類されるものを分析対象とする。そのうえで、それぞれの目的に沿ってどのような種類や機能のテロップが日韓で使用されているのかを帰納的な方
式でさらに細かく分類し、日韓におけるテロップの様相を探る。

4 日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップの使用

4.1 分析データの概要

テロップの日韓比較のために本稿で分析の対象にする芸能バラエティ番組（以下、芸能番組）の選定にあたっては、(1) 一時的に流行ったり単発的に放送されるパイロット番組ではなく、1年以上放送されているもの、(2) 平均視聴率が年間持続して10%以上を占めるもの⁵、(3) 最近、韓国で人気のある殆どの芸能番組が、自宅や車、野外で撮影された、いわゆる観察型番組であることから、対照研究のため、視聴率において大同小異である場合はスタジオ以外の撮影を含めているもの、という要素を考慮した。この条件に従い、日本では『ポツンと一軒家』（朝日放送、2020年7月5日放送分）と『謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテ Q！』（日本テレビ、2020年7月5日放送分）を分析の対象にしている。『ポツンと一軒家（以下、一軒家）』はトーク形式を加味したバラエティ番組で、日本全国の人里離れた場所にポツンと存在する一軒家を訪ね、そこに住んでいる住民について紹介する番組である。また、『謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテ Q！（以下、イッテ Q）』は世界の様々な出来事や動物、怪奇現象などをタレントが自らロケを敢行して報告する番組⁶で、性別・世代を超えて一般に広く好かれている。一方、韓国の芸能バラエティ番組の中で分析対象としたのは『미운 우리 새끼 다시 쓰는 육아일기（憎いわが子、再び書く育児日記、以下、憎いわが子）』（SBS、2020年7月19日放送分⁷）と『자급자족 어부 라이프 삼시세끼 어촌편 5（自給自足漁師ライフ、三食ご飯-漁村編 5、以下、三食ご飯）』（tvN、2020年5月29日放送分）である。『憎いわが子』は、独身の息子を持つ年配の女性が語り手となって自分の息子の日常生活を観察し、息子への理解を深めることによって母子関係の連帯感を強めると

⁵ テロップの頻度には、視聴者の年齢も関わってくると予想される。従って、できる限り全視聴者に広く支持を得ているものにするが、視聴者層が分かれている場合、主視聴者層が20代から40代のものと、50代以上のものをそれぞれ選んでいる。

⁶ <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E6%9E%9C%E3%81%A6%E3%81%BE%E3%81%A7%E3%82%A4%E3%83%83%E3%83%86Q!>
〔アクセス日：2020年8月18日〕。

⁷ 『憎いわが子』は、4個の異なるエピソードを約2時間にわたって放送している。本稿では、そのうち、エピソード1と2を分析の対象にしている。

いう企画の番組である。また『三食ご飯』は、地上波ではなく有料放送チャンネルのtvNの番組で⁸、タレントや俳優が山村や漁村に行って、現地で食料を調達してご飯をつくるという内容である。索漠とした都市から離れた異色の風景で、これまで芸能番組であまり見られなかった俳優が出演し、穏やかな田舎を背景にリアルで感動を与える「生活芸能」を提供している。

それでは、これらの芸能バラエティ番組では、どのようなテロップがどのように使われているのだろうか。次項では、日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップを、その使用目的に分けて細かく分類し、使用様相について記述する。

4.2 日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップの使用目的

分析データにおけるテロップを目的に沿って分類した結果、「3. テロップの種類と機能」の末で述べた、理解を助けるものと娯楽目的に使用されるもの以外に、この2つの目的をすべて満足させる統合型のテロップが使用されていることが分かった。したがって、本稿では理解型、娯楽型、統合型の3種に分類したうえで、テロップの機能や種類によってさらに細分する。各目的に沿うテロップの機能や種類は以下の通りである。

(1) 理解を助けるテロップ（理解型）

- a. 情報の提示：番組のタイトルやサブタイトルなど、番組に関連する情報、出演者や画面に映る事物、事件などの紹介及び情報提供（例）横花・八景島シーパラダイス
- b. 状況の説明や描写：映っている画面の説明や出演者が置かれている状況、または出演者の行動の説明や描写（例）屋根の色・形が一致、溜め込んでいた思い、一気に爆発
- c. 状況または出演者の行動や心境に対する解釈または評価（例）見事に成功
- d. 出演者の発話の提示、または発話に関連するメタ情報と発話を一緒に提示（例）상황
극 시작, “그게 많이 팔렸나 봐”（コント・スタート、「それが結構売れたみたい」）

(2) 娯楽的目的に使用されるテロップ（娯楽型）

- a. 視聴者の好奇心誘発：これから展開する内容について視聴者の好奇心を刺激するテロップ（例）その時、80歳のウメダさんが1人暮らし？このあと予期せぬ展開に
- b. ツッコミ：出演者を娯楽的目的でからかうテロップ（例）足から行く練習なのになぜか頭から

⁸ 2019年現在、韓国の有料放送加入者は、TV保有者を基準にした場合、97.2%となっており（https://www.mediastat.or.kr/resource/static/portal/indicator_trend.html）、スマートフォンなどでTVを視聴する独身の若者も考慮に入れると、実際の有料放送加入者はほぼ100%に近いと考えられている〔アクセス日：2020年11月11日〕。

- c. 言葉遊び：出演者の台詞を言葉遊びのような表現を使って娛樂的興味をそそるもの
(例) JABAJO、자바조 (ジャバジョ)、斗争 (ジャブアジョオ)⁹、텅 ~ 벌¹⁰
- d. コミックな音や表情の提示：笑いや顔の表情、ジェスチャーを表したオノマトペや副詞、パソコン上の符号などを網羅したもの¹¹ (例) ははははははは、!@#\$
- e. 動物や物の擬人化：画面に映る犬や猫などの動物がまるで語ったかのように提示した1人称の発話テロップ (例) 우리 집에 왜 왔냐~ (うちに何の用で来たニャーン)
- f. 内意：出演者の表情やジェスチャー、行動から内意を類推し、出演者が独白するかのように1人称で提示するもの (例) 「(콩나물 잘 있나?)」¹² (もやし、大丈夫かな。)」

(3) 視聴者の理解を助けるものに娛樂的要素が加味されたテロップ (統合型)

統合型テロップの場合、機能や種類面で、理解型テロップと殆ど重なっている。状況を提示する場合でも、言葉遊びや隠語、俗語など、娛樂的要素が加味されたテロップは統合型に分類した。例えば、<表1>に提示した「운빨 브로맨스」とは、「運に頼るブロマンス」という意味であるが、「운빨」という単語は「運によって左右される」ことを意味する俗語である。また、「크크손답게 밥솥부터 확인 (飯炊き名人よろしく炊飯器から確認)」は、ご飯を炊く担当である出演者の行動を描写したもので、「크크손」というのは、韓国の有名炊飯器メーカーの名前の「쿠쿠 (cuckoo)」を連想させる言葉に「손 (手)」を付け加え、「炊飯器のように上手にご飯を炊く人」を意味する。この番組で初めて登場する新造語で、番組では出演者のあだ名としても使われている。このように、放送用に適合していないとされる俗語や隠語、新造語などが娛樂性の創出または極大化のために使われたもの、あるいは「シーパラダイス in TOKYO」、「아침부터 텐션 UP (朝からテンション・アップ)」のように、ローマ字や英単語を組み合わせたテロップも統合型に分類した。また、発話に連続して提示される笑い声を、聞こえたまま提示するのではなく、インターネットなどで頻繁に使われる「ㅋㅋ」や「ㅎㅎ」など文字の一部を記号的に使用したもので提示したり、一般的に使われる文章符号ではなく、「オッケーです♪」のように漫画的要素を取り入れたものも統合型に含めている¹³。同一機能に対する理解型と統合型の事例をまとめると<表1>の通りである。

⁹ 水道蛇口に着けられたホースを、「zapajju」から由来した「자바조 (ジャバジョ)」、「JABAJO」、「자바조 (ジャブアジョオ)」など、言語遊戯的要素を加味して提示している。

¹⁰ 魚が取れず空いている「통발 (筌)」の「통」を、空っぽを意味する「텅」に入れ替えて「텅 ~ 벌」と提示している。

¹¹ 単独で提示されたもの。発話に連続する笑い声などは含めていない。

¹² 台本の地の文のように()の中に入っているものが多い。

¹³ 「～」、「？」、「！」など、モダリティを表現するために一般に広く通用される文章記号は含めていない。

表1 同一機能における理解型と統合型の事例

テロップの目的と機能		理解型	統合型
情報の提示		・芸能人キャンプ同好会	・シーパラダイス in TOKYO ・운빨 브로맨스 (運に頼るブロマンス)
状況または行動の説明や描写		・朱鷺が身代わりになってくれた	・크크손답게 밥솥부터 확인 (飯炊き名人よろしく炊飯器から確認)
状況または行動の評価や解釈		・見事に成功	・아침부터 텐션 UP (朝からテンション・アップ)
発話の提示	単独型	・「めっちゃ楽になりました 心が 頑張ろうと思ったね」	・「オッケーです♪」 ・“호스를 잡꼭吭吭吭”(「ホースをつかんでッホッホッホッホッ」)
	複合型	・준칭, “호준 씨는 안 오시고~” (敬称、「ホジュンさんはお越しにならぬ~」)	・리스펙, “너 정말 꼼꼼히 보는구나”(リスペクト ¹⁴ 、「お前、本当に細かく見てるね」)

このほか、統合型テロップには制作側の声(voice)を提示したものがある。例えば「外、
저거 (차승원 씨가) 담갔어요? (へえ、あれ、(車さんが) 漬けたんですか。)」という
質問に、出演者の2人の名前の「차승원 (車勝元)」と「손호준 (孫浩俊)」を合成して、
「차승호준 씨 (51歳) 가 담갔답니다. (車勝浩俊さん (51歳) が漬けたそうです。)」と、
出演者の質問や疑問に対して、制作側が娛樂的要素を加味して答えた形のテロップを言
う。

分析データに見られるテロップを、使用目的と機能、ソースごとにまとめると表2の
通りである。次に、テロップの使用頻度を表2に基づいて分類、提示する。

¹⁴ 尊敬の意味を持つ「リスペクト」は、ヒップホップの世界で使われる隠語で、発話者が元ヒップホップ歌手だったことから用いられている。

表2 使用目的と機能、ソースによるテロップの分類

目的	機能	テロップのソース
理解	情報の提示	発話 / 非発話
	状況または行動の説明や描写	発話 / 非発話
	状況または行動の評価や解釈	非発話
	発話の提示	発話 / 非発話
娯楽	好奇心誘発	発話 / 非発話
	ツッコミ	発話 / 非発話
	言葉遊び	発話 / 非発話
	コミックな音や表情の提示	発話 / 非発話
	動物や物の擬人化	非発話
	内意	非発話
統合（理解 + 娯楽）	情報の提示	発話 / 非発話
	状況または行動の説明や描写	非発話
	状況または行動の評価や解釈	発話 / 非発話
	発話の提示	発話 / 非発話
	制作側の声	非発話

4.3 使用目的によるテロップの頻度

分析データの場合、日本は広告を除いた放送時間がそれぞれ1時間以内であるのに対して、韓国は1時間半から2時間弱になっているものが多い。本稿では、日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップの使用頻度を均一な状況で比較するために、表3のように、各番組で使われたテロップの数と、これを1時間放送した場合を想定して調整した数をそれぞれ提示した。今後数値の比較を行う場合は、この調整した数をもとに行う。

表3 日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップの合計

番組のタイトル	韓国				日本			
	我が子		三食ご飯		一軒家		イッテ Q	
放送正味時間	1:00:34		1:36:32		47:20:00		48:23:00	
テロップ数	総数	調整	総数	調整	総数	調整	総数	調整
理解 + 娯楽 + 統合の総計	870	870	2189	1303	653	829	644	806

集計の結果、テロップの合計は日韓でも番組によって異なっているが、全体的には日本に比べて韓国の方でやや多くなっている。ただ、発話テロップの集計方法¹⁵などを考

¹⁵ 同一画面で提示された同一人物の発話は長さに関係なく1回に数えた。日本の場合、韓国に比べて画面の切り替えが少なく、1つの画面に発話を全て提示していることが多かった。なお、複数同時に露出さ

えると、テロップの実質的な露出時間は、テロップの使用頻度が最も高い『三食ご飯』以外の番組では、大差は無いと考えられる。次に、表3の文字テロップを、その使用目的に沿って、3つに分けてそれぞれ提示する。

4.3.1 理解型テロップ

表4の通り、理解型は日本で808回と787回、韓国では499回と568回と、日本で約1.5倍以上多く使われている。各機能における使用頻度は、日韓でも番組によって異なっており、例えば、「情報の提示」は、日本では、韓国の3倍から多い場合は約30倍の数となっている。「状況または行動の説明や描写」の使用頻度は、番組ごとにそれぞれ異なっているが、テロップのソースから見ると、日本はナレーターが語る内容を要約した、発話ソースのものが9割以上を占める一方、韓国では発話と無関係のものが9割以上を占めている。このような傾向は「状況や行動の解釈または評価」で一層はっきりしており、日本では発話ソースのみ、韓国では非発話ソースのみ現れている。一方、出演者の発話を提示する発話テロップの場合、日韓ともに高い頻度で使われており、理解型テロップの4割から5割以上を占めている。発話の提示においては、フィラーや接続詞、呼称、方言、複雑な文中・文末表現などの簡略化または明確化を図るなど、修正または補正して提示している。これも日韓で共通している。

一方、発話に関連するメタ情報と発話を一緒に提示した、いわゆる複合型発話は韓国でのみ見られる。メタ情報には、「장난 “싹 다 먹었지~”(いたずら、「全部食べちゃった」)のように、発話者の意図を提示したもの、「단호 “그건 아니에요”(断固、「それ、違います」)のように、発話者の心境や態度を提示したもの、「셋째딸 “방금 돌사진 찍고 왔어요”(3女、「たった今1歳の記念写真を撮ってきました」)のように、発話の内容に関連する情報を提示したもの、「그래서 “진짜 힘들었어요”(だから、「本当に辛かったです」)のように、接続詞を提示したものなどがある。韓国では様々な複合型発話がどちらの番組にも見られるが、日本では全く見られない。

れたテロップについては、内容的に繋がっているかどうかを基準にカウントしている。

表4 理解型テロップの使用頻度

理解	機能	ソース	韓国				日本				
			我が子		三食ご飯		一軒家		イッテ Q		
			総数	調整	総数	調整	総数	調整	総数	調整	
理解	情報の提示	発話	12	12	4	2	53	67	62	78	
		非発話	12	12	57	34	49	62	25	31	
	状況または行動の説明や描写	発話	2	2	24	14	111	141	92	115	
		非発話	20	20	305	183	3	4			
	状況または行動の解釈や評価	発話				0			25	31	
		非発話	4	4	30	18					
	発話の提示 (単独型)	全体	発話	252	252	380	228	261	331	360	450
		一部 / 予約	発話	36	36	11	7	8	10	8	10
		補正・修正	発話	117	117	98	59	152	193	47	59
		通訳	発話				0			10	13
	発話の提示	意図 + 発話	発話 + 非発話			11	7				
	(複合型)	心境 + 発話	発話 + 非発話	12	12		0				
		説明 + 発話	発話 + 非発話	27	27	23	14				
		接続詞 + 発話	発話 + 非発話	5	5	4	2				
	テロップの合計			499	499	947	568	637	808	629	787

4.3.2 娯楽型テロップ

娯楽型の使用頻度は、表5のように日韓で大きく異なっている。番組によって偏りはあるが、韓国では166回・254回、日本では21・12回と、韓国の方で約8倍から20倍以上の高い頻度で使われている。

表5 娯楽型テロップの使用頻度

娯楽	種類	ソース	韓国				日本			
			我が子		三食ご飯		一軒家		イッテ Q	
			総数	調整	総数	調整	総数	調整	総数	調整
好奇心誘発	発話	1	1				10	13	4	6
	非発話	5	5	22	14					
ツッコミ	発話								4	5
	非発話			32	20	2	3			
言葉遊び	発話			17	10				1	1
	非発話			10	6					
単独型	擬声語・擬態語	発話	21	21	131	80	4	5		
	表情・ジェスチャー・文章符号	非発話	50	50	100	61				
複合型	意図 + 擬声語・擬態語	発話 + 非発話			3	2				
	動作 + 擬声語・擬態語				5	3				
擬人化テロップ			非発話	12	12	3	2			
内意	1人称	非発話	64	64	92	56				
	3人称	非発話	13	13						
テロップの合計			166	166	415	254	16	21	9	12

テロップのソースにおいても理解型と同じく、日本では発話ソースを、韓国では非発話ソースをそれぞれ高い頻度で使用している。また韓国では、「우쭐쭈뼛（もたもた）」、「音季（大満足）」など、出演者の心境や行動を描写する副詞系のテロップの使用が目立つが、日本では全く見られなかった。そのほか、「궁태리어（窮テリア）¹⁶」、「참바다（眞の海）¹⁷」のように、出演者の名前やキャラクターを用いた言葉遊びも日本では全く登場しなかった。

さらに韓国では、犬や猫、魚などを擬人化したテロップが両番組に見えている。例えば、出演者を見て嬉しそうに尻尾を振りながら飛びつく犬に「나 불窈개（私、呼んだワン）」と書いたり、ゲストの話を集中して聞いている出演者の隣に、静かに座ってい

¹⁶ 出演者の이상민（イ・サンミン）は、多額の借金を返済中の窮屈なキャラクターで知られており、彼の自宅のインテリアを描写しながら、「窮（屈）」+「（イン）テリア」を合成してテロップとして使っている。

¹⁷ 出演者の名前、「해진」の漢字である「海眞」をハングル式に解いて使っている。

る猫にカメラをズームして、「집중냥 (集中ニヤー)」と書いて、まるで猫もゲストの話を集中して聞いているかのように描写している。擬人化テロップは、動物だけでなく物にも使われている。例えば、出演者が港で自分がこれから乗る船を間違えると、その船を画面に映しながら「저 아닙니다(私ではありません)」というテロップを提示している。日本ではこのような類の娛樂型テロップは全く見られなかった。

4.3.3 統合型テロップ⁶

表6によると、理解と娛樂という2つの目的に適っている統合型テロップは、ソースと関係なく日本ではあまり使用されていないのに対して、韓国ではそれぞれ205回・481回と、表3で示した各番組のテロップ総数の約4分の1を占めている。統合型テロップに登場する言語的ソースには、一般に広く知られている歌や映画、ドラマ、詩、スポーツなどの素材から出来たものが多い。例えば、ハハ(ハハ)というゲストとのトーク・セッションのサブタイトルは、韓流ドラマ「별에서 온 그대 (星から来たあなた)」をパロディした「별에서 온 하하 (星から来たハハ)」となっている。ハハの妻の芸名が「별(星)」であることからつけられている。また、手作りの豆腐を切る場面では、「마지막 식순 두부커팅식 (式次第の最後、豆腐のテープカット)」となっているが、完成した豆腐を切る行為を、まるで建物の竣工式で行われるテープカットのように描写し、娛樂性を創出している。

出演者の発話テロップをどのように提示するのかも、日韓で異なっている。例えば、理解型テロップに関する表4から分かるように、日本では出演者の語った内容を若干の修正や編集を経てそのまま提示しているが、韓国では編集を通して娛樂性の強化を図る場合がある。例えば、自称風水専門家と言い張る俳優の出演者が、ハンガーを指して水脈探知棒だと言うと、先輩の俳優が「그냥 웃걸이 아니야? (ただのハンガーじゃないか)」と疑問を提起する。すると、後輩の俳優は、「형, 이 부분이 중요한데 (先輩、この部分が重要なんだけど)」と答える。しかし、この発話に対するテロップは「형, 이건 그냥 웃걸이가 아니에요 (先輩、これはただのハンガーじゃないんですよ)」と、水脈探知棒であることを強調するようなニュアンスで編集されている。また、後輩の出演者がまだ来ない状態で、目が回るほど忙しくなった出演者が、「호준이가 있어야 하는데 (浩俊がいないとダメだな)」と語る場面では、「아침부터 호준이가 그립다 (朝から浩俊が恋しい)」または「I ♥ 호준이 (浩俊)」と、発話をそのまま提示するのではなく、まったく違う形で提示している。

表6 統合型テロップの使用頻度

機能	ソース	韓国				日本				
		我が子		三食ご飯		一軒家		イッテ Q		
		総数	調整	総数	調整	総数	調整	総数	調整	
統合	情報の提示	発話	1	1	5	3			1	1
		非発話	8	8	43	26				
	状況または行動の説明や描写	発話	17	17	26	16			4	5
		非発話			233	142				
	状況または行動の解釈や評価	発話 / 非発話	49	49	313	191			1	1
	発話の提示 (単独型)	全体	発話	20	20	107	65			
		一部 / 予約	発話	17	17	8	5			
		編集	発話	77	77	20	12			
複合型	発話の提示 (複合型)	意図 + 発話	発話 + 非発話	2	2	20	12			
		心境 + 発話	発話 + 非発話	1	1	2	1			
		説明 + 発話	発話 + 非発話	12	12	13	8			
	制作側の声		非発話	1	1	37				
	テロップの合計			205	205	827	481	0	0	6

そのほか、釣りの途中、魚を逃してしまったことを気づき、「에이舛 (クソ)」と惜しがる俳優の発話は、「확신의 AC (確信の AC)」と、やや否定的に響く可能性のある「에이舛」と同じ発音のローマ字「AC」に書き換えることで、不快感を軽減し、発話の語感と娛樂性をともに生かしている。

韓国の芸能番組におけるテロップで特徴的なのが、いわゆる全知視点のテロップである。例えば、招待されたゲストが、先輩の俳優が住んでいるマンションの玄関口にある下駄箱を見て、「어, 여깄다! (あ、ここにある)」と語っているが、この発話がテロップには「(어! 우리집에 꾸며준 신발장!) (あ! 私の家にも飾り付けてくれた下駄箱)」と、内意の形で編集して提示されている。このように、韓国では視聴者が画面を見るだけでは気づきにくい出演者の顔の表情を制作側がピックアップし、まるで出演者の本音や内意であるかのように、全知視点で編集または脚色し、テロップとして提示するものも多い。

発話の提示においても、娛樂性は補正に優先される。例えば、ファーストフードが好きだという出演者の親族に、ゲストの児童が「콜레스테롤 (コレステロール)」を「코

レスステ롤（ゴレステロール）」と、間違えて発音する。しかし、発話を提示したテロップでは「에이! 그런 거…, 코레스테롤 (?) 때문에 안 좋아요 (あら! そんなの…、ゴレステロール (?) が入ってて良くないです)」と、補正せずにそのまま提示し、大人であるかのように話したり振舞っていても、まだ子供であることを突っ込み、笑いを誘っている。

5まとめと今後の課題

以上、日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップを、それぞれの目的に分けて使用頻度を分析し、日韓でどのようなテロップがどのように提示されているのかをエスノグラフィーの手法で記述した。テロップの使用頻度は日韓でも番組によって異なっているが、今回分析したデータに限ると、日本では視聴者の理解を助けるテロップが全体の9割以上を占めるのに対して、韓国では理解型以外に、娛樂型や、娛樂的要素をたっぷり加味した統合型テロップも多く使われていた。テロップの種類や使い方も韓国の方でより多様化している。発話テロップは、日韓ともに高い頻度で使用されているが、若干の修正または補正を経て提示する日本に比べて、韓国では娛樂性を創出するために編集・脚色されたものも見られる。なお、日本では発話ソース、韓国では非発話ソースのテロップを高い頻度で使用していた。さらに韓国では、ドラマや映画の台本のように、発話の前に発話者の心境や意図などを地の文のように全知視点で提示するテロップ、隠語や俗語、新造語など日本では放送用として適切とされていない用語、動物や物を擬人化し発話テロップのように提示するものなど、娛樂性を極大化するための装置としてテロップを積極的に活用していた。

本稿では、日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップを記述、分析し、日本では理解の目的で、韓国では娛樂性の創出という目的で、それぞれテロップを活用していることを明らかにした。しかし、テロップの使用に影響する要因については考察ができず、今後の課題に残されている。韓国と日本は、放送制作環境や視聴者が好む芸能番組のフォーマットが異なっており、テロップを巡るこれらのコンテクストがテロップのテクストに影響している可能性も排除できない。本研究の成果を踏まえて、今後日韓の芸能バラエティ番組におけるテロップの使用に影響する要因を様々な角度から分析及び考察していきたい。

<引用文献>

장연임 (2007). 오락 프로그램 자막언어의 유형과 기능. 韓国国語文学, 62, pp.5-27.
경실련 미디어워치 (2001). 자막을 중심으로 본 방송언어의 문제: 방송 3사 오락프로그

랩 모니터 분석.

박신영 (2010). 커뮤니케이션 메시지 자극에서 문자와 음악이 수용자 반응에 미치는 영향, *한국방송학보*, 24 (6), pp.166-208.

변성광 (2013). 시각 문화콘텐츠로서의 TV 영상 자막 연구 - <무한도전>, <꽃보다 할배>를 중심으로 -. *영상문화콘텐츠연구*, 6, pp.7-31.

송순주 (2007). *TV 오락프로그램에서 자막이 시청자 재미와 인지에 주는 영향: MBC 무한도전 사례를 중심으로*. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

이동석 (2006). 뉴스 자막 언어의 오류 실태 연구. *어문논집*, 54, pp.5-37.

이은희 (2007). 오락프로그램 음성언어 표현 자막의 유형과 특성. *텍스트언어학*, 23, pp.45-68.

이충규 (2015) 예능프로그램 자막에 관한 한일 대조언어학적 연구. *日本語學研究第43*, pp.129-149.

정수영 (2009). TV 영상자막의 특징 및 기능에 관한 연구: 지상파 TV 3사의 리얼버라이티쇼를 중심으로. *한국언론학보*, 53 (6), pp.153-176.

정윤희, 손원준 (2012). TV 예능 프로그램의 자막 유형 연구 – 연령대별 선호 프로그램을 중심으로 -. *한국디자인포럼*, 34, pp.267-276.

한성우 (2004). 텍스트언어학의 응용: 텔레비전 자막의 작성과 활용에 대한 연구. *한국텍스트언어학회*, 17, pp.337-402.

홍준식 (2004). 텔레비전 오락프로그램의 자막 사용에 관한 연구. *언론연구논집*, 37, pp.359-434.

川端美樹 (2006) 「テレビニュース番組における形式的娯楽化の現状とその問題:字幕・テロップを中心として」『目白大学総合科学研究』2号、pp.209-219。

木村珠子, 細井章子他 (2000) 「テレビ画面に踊る文字たちの生態学」『GALAC』年4月号、pp.30-35。

塩田英子 (2001) 「文字テロップと推論モデル」『表現研究』74、表現学会、pp.47-56。

——— (2005) 「バラエティ番組における文字テロップの役割」三宅和子・岡本能里子・佐藤彰 (編) 『メディアとことば2』、ひつじ書房、pp.32-58。

設樂馨 (2005) 「ナレーションの文字テロップ」『武庫川女子大学言語文化研究所年報』17、pp.13-28。

——— (2008) 「テレビのトークコーナーを読む—同一の発話を伴わない文字テロップの実態—」『武庫川女子大学言語文化研究所年報』18、pp.37-61。

——— (2009) 「文字テロップと視聴者意識」、第27回メディアとことば研究会発表レジュメ。

須藤秀紹 (2008) 「テロップが視聴者の解釈に与える影響」『Informatics』1 (2) 号、pp.13-20。

南部美砂子、新閑亮太、原田悦子、谷上望、赤津裕子、石川良子 (2003) 「TV 番組視聴過程におけるテロップの効果 (1)、(2)、(3)」『日本認知心理学会発表論文集』

舟橋望美 (2016) 「テレビ番組における発話を表す文字テロップ」『国文面白』55 号、pp.1-15。

増地ひとみ (2013) 「テレビ番組の文字情報における文字種の選択 一番組のジャンルと語用論的要素に着目してー」『早稲田日本語研究』22 号、pp.24-35。

森川俊生 (2020) 「テレビを変えた文字テロップ—30 年の変遷に見る地上波番組の質的変化」『江戸川大学紀要』、pp.149-163。