

日韓の芸能番組における動物の擬人化
—テロップに見られる特徴を中心に—

**Personification of Animals on Korean and Japanese TV Variety Shows:
Usage of Subtitles**

呉恵卿 (OHE, Hye-Gyeong)

国際基督教大学 (International Christian University)

Abstract

The previous literature on Korean TV variety shows revealed various forms of subtitles which do not appear at all on Japanese TV, such as “the personification of animals.” The previous data included animals in part, but it did not deal with animals as the main characters. This study analyzed data that deals mainly with animals. The factors affecting the usage of subtitles were also considered. The results revealed subtitles for the personification of animals appearing on TV shows in both countries. The subtitles in Japan, however, displayed only animals in comic settings; on the other hand, subtitles in Korea were used throughout the TV shows. As for the patterns of the subtitles, Japanese TV shows adopted only the style of direct speech whereas Korean subtitles adopted multiple types of form and style. The difference in Korean and Japanese subtitles reflect the distance between humans and animals. In other words, Japanese TV shows adopted a strategy of distance from the animals; Korean TV shows used strategies to close this distance.

1. 本稿の目的と意義

撮影された映像に文字やイラストなどを被せたものを意味するテロップ (**Television Opaque Projector**、TELOP) は、最近日本と韓国の芸能番組において、もはや欠かせない重要な構成要素として位置づけられており、様々な目的のために活用されている (木村他, 2000; 塩田, 2005; 정수영, 2009; 박선영, 2010; 呉, 2021, 2022)。日韓における芸能番組のテロップを対照的観点から考察した呉 (2021) によると、日韓の芸能番組では、(1) 視聴者の理解を助けるテロップ (理解型)、(2) 娯楽的目的に使用されるテロップ (娯楽型)、(3) 視聴者の理解を助けるものに娯楽的要素が加味されたテロップ (統合型) が使用されている。また、呉では、日本では「情報を提供する目的のテロップ」が、韓国では「娯楽的目的のテロップ」がそれぞれ高い頻

Personification of Animals on TV Variety Shows

度で用いられていると述べている。さらに、韓国では娯楽的目的の強化または最大化のための装置として、動物や事物がまるで人間であるかのように描写されたり発話したり心境を吐露したりするような、いわゆる擬人化¹テロップが活用されているが、このような類のテロップが日本の芸能番組では見られなかったと指摘した。しかし、呉が分析データとして用いた芸能番組²の場合、韓国では可愛い犬や猫を出演者同様にわざと映したり放送で流したりしているのに対し、日本ではこのような設定が行われていなかったため、擬人化テロップの使用状況や実態について十分記述しているとは言い難い。本稿では、動物を取り上げる日韓のTV芸能番組³を対象に、日本の番組でも動物の擬人化テロップが見られるのか、もし、見られるなら日韓でどのような共通点または相違点が存在するのか、擬人化テロップの使用に影響する要因は何か、について分析と考察を試みる。

日韓におけるテロップの研究は、テロップがTV芸能番組で積極的に活用され始めた2000年以降行われつつあるが、日韓の対照研究は呉(2021)や이충규(2015)以外は管見の限り見当たらない。特に、動物の擬人化という観点からテロップの分析を試みた研究は日本でも韓国でも見られない。本稿では、動物を擬人化したテロップを題材に、日韓のTV芸能番組におけるテロップの活用と使い方、それに影響する要因について分析と考察を行う。

テロップは日韓の社会における言語使用の規範に加え、テロップ化された対象における観点を見出すことができるため、談話によって構築及び再構築される日韓の社会と文化への相互理解を深めることに貢献できると考えられる。

2. 分析データ

動物を主な素材として取り上げた芸能番組は日韓ともに存在し、最近韓国では動物関連の芸能番組が増えている。本稿では、これらの番組のうち、2022年7月の時点で地上波で放送されている番組⁴を対象に分析を試みる。これらについて、日韓の各放送局のHPで提供されている番組情報をまとめると<表1>と<表2>の通りである。

¹ 擬人化(anthropomorphism)とは、人間を意味するギリシャ語 *ἄνθρωπος* (*ánthrōpos*) と、形(shape)または形態(form)を意味する *μορφή* (*morphē*) が結合した言葉で、動物や植物、事物などに、人間の性格や感情、外見、行動といった人間的な特徴を与えることを意味する (Epley et al., 2007)。本稿では、このうち、動物における擬人化を取り上げており、擬人化の訳語として広く用いられている「personification」を使っている。

² 日本では、『世界の果てまでイッテQ!』と『ポツンと一軒家』が、韓国では『삼시세끼 (三食ご飯)』と『미운 우리 새끼 (憎い我が子)』がそれぞれ分析データとして使用されている。

³ 芸能番組または芸能バラエティ番組は、そのジャンルの属性によって様々な分類が可能であるが、本稿における芸能番組とは、娯楽のみを目的としてテレビで放送されたもので、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 (<https://www.videor.co.jp/tvrating/>) [アクセス日: 2022年8月14日]。

⁴ 最近、「教育」と「芸能」の境界が曖昧な番組も存在するが、「教育」を前面に掲げている日本の「NHK 教育テレビジョン」や韓国の「EBS」は分析対象から外している。

Personification of Animals on TV Variety Shows

<表 1>と<表 2>の放送時間からわかるように、動物芸能番組が、日本では約 1 時間、韓国では約 1 時間半ほどで、韓国で 30 分ほど長くなっている。特に、日本では番組内での広告も挿入されているため、韓国での実際の放送時間は 1.5 倍ほど長くなっている。ただ、今回使用したデータのように、日本ではスペシャル放送の形で普段より長く放送することもある。本稿では、上記に挙げた芸能番組のうち、2022 年 7 月から 8 月にかけて放送されたもの、各 1 本ずつを分析データとして使用する⁵。次の第 3 章と第 4 章では、日韓の動物芸能番組における擬人化テロップの使い方とその様相、およびテロップの使用に影響する要因について分析と考察を行う。

日本		
番組名	嗚呼!!みんなの動物園	坂上どうぶつ王国
放送局	日本テレビ系	フジテレビ
番組紹介	動物以上に愛おしく思える動物好きの人を“ガチ恋さん”と呼び、彼らを見せて、褒めて、讃えて、愛していきながら、「本当の動物の面白さ」を紹介していく、兎にも角にも笑って学べる動物番組です ⁶ 。	忍とゆがいな王国ファミリーの仲間たちが人間と動物の楽園『どうぶつ王国』を作るため動物のことを学んでいく番組です! ⁷
放送時間	土曜夜 7:00～7:56	金曜夜 7:00～8:00 ⁸
難組フォーマット	現場で撮影した動画をスタジオの複数人のタレントが見ながら進行し、現場での動画を紹介するシーンではナレーターによるナレーション、およびテロップが用いられる。	全体的なフォーマットは「嗚呼!!みんなの動物園」とほぼ同じであるが、動物のみ出演する動画では声優によるアフレコが施されている。
使用データ	8月6日放送分【47分59秒】	7月29日放送分 ⁹ 【2時間27分27秒】

<表 1> 日本の分析データ

韓国		
番組名	개는 훌륭하다	TV 동물 농장

⁵ 今回の分析データは各 1 本ずつであるが、筆者の観察によると、各芸能番組は全体を通して一定なフォーマットが維持されており、毎回のエピソードによるフォーマットの違いは特に見られなかった。

⁶ <https://www.ntv.co.jp/minnanzoo/>〔アクセス日：2022 年 7 月 25 日〕。

⁷ <https://www.fujitv.co.jp/sakamidoubutsu/>〔アクセス日：2022 年 7 月 25 日〕。

⁸ レギュラー放送時間

⁹ 3 時間スペシャル放送で行われており、普段に比べ放送時間が長くなっている。

Personification of Animals on TV Variety Shows

	(犬は素晴らしい)	(TV 動物農場。以下、動物農場)
放送局	KBS 2TV	SBS
番組紹介	伴侶動物 1 千万人の時代！しかし、私たちは犬についてどれほど理解しているだろうか。言葉は通じなくても各自の方式で共に生きる犬と人間の物語。愛犬の理解しがたい異常行動を解決するために、タレントのイ・キョンギュとチャン・ドヨン、ドックトレーナーのカン・ヒョンウクが力を合わせた！ ¹⁰	人間中心の社会から離れ、人間と動物における真のコミュニケーションを追求する動物専門番組を企画した。野生の自然を動き回る、あるいは我々のそばで共に生きる数十万種の動物！人間と身近に生活する動物を我々はどれほど理解しているのか？ ¹¹
放送時間	月曜日夜 11:00～12:30 ¹²	日曜日午前 9:30～10:55
番組製作フォーマット	進行役のタレント2名とドックトレーナーが愛犬のトラブルを抱えている飼い主の自宅に訪ね、問題を解決するために工夫する。ナレーションは全くなく、出演者の発話とテロップが展開において重要な役割を果たしている。	4名のタレントがスタジオ撮影した動画を見ながら進行する。全体的なフォーマットは日本の2番組に似ており、現場での動画を紹介するシーンではナレーターによるナレーション、およびテロップが用いられる。動物専門家によるインタビューが所収挿入されている。
使用データ	7月26日放送分【1時間14分38秒】	7月24日放送分【1時間3分23秒】

＜表2＞ 韓国の分析データ

3. 分析結果

本章では、日韓の動物芸能番組で擬人化テロップが使用されているのか、使用されているなら、どのような場面で、どのような方式で使用されているのかについて分析した結果を提示する。

先ず、日本では2つの番組のうち、『坂上どうぶつ王国』にのみ擬人化テロップが登場した。今回使用された番組データの主な構成は、「世界から集められた変わった動物の紹介¹³」コーナー、「視聴者から投稿された面白い動物の紹介¹⁴」コーナー、「坂上プロジェクト¹⁵」の3つに

¹⁰ <https://program.kbs.co.kr/2tv/enter/doggy/pc/index.html> [アクセス日：2022年7月16日]。

¹¹ <https://programs.sbs.co.kr/culture/animalfarm/about/55697> [アクセス日：2022年7月16日]。内容的に重複したと思われる箇所は省いた。

¹² 第1部と第2部に構成され、途中で広告が入る。放送局の事情により放送時間が変更されたりする。

¹³ コーナータイトルは「思わず笑える！クセ強どうぶつ大集合」である。

¹⁴ コーナータイトルは「視聴者投稿！我が家のクセ強アニマル自慢」である。

¹⁵ 「犬猫に新たな家族を！」というキャッチフレーズを掲げ、様々な理由で捨てられた動物の面倒を見たり、人間と仲良く過ごせるようトレーニングさせたりして、伴侶動物が新しい家族に出会えるよう手助けする企画。

Personification of Animals on TV Variety Shows

なっている。スタジオの出演者同士で話し合う場面もあるが、ほとんどは複数のタレントがスタジオでこれらの撮影動画を観ながら、あるいは観てからコメントや鑑賞を述べるという画面構成をとっている。3つのコーナーのうち、動物の擬人化テロップが登場したのは、「世界から集められた変わった動物の紹介」コーナーである。このコーナーでは、世界から集められた動物関連の面白い動画に、ナレーション、テロップ、声優によるアフレコを挿入し編集したものを流しているが、ここで動物を擬人化したテロップが登場する。

<図1> 『坂上どうぶつ王国』①



<図2> 『坂上どうぶつ王国』②



<図1>では、2匹の猫が仲良く横になっているところに、3匹目の猫が現れる。その3匹目の猫を見た1匹目の猫が慌てて急に逃げ、続けて2匹目の猫も振り向いて、3匹目の猫を見て逃げるといった内容である。これを、愛人とイチャイチャする浮気現場に妻が現れると、愛人は逃げ出し、夫も慌てて逃げるといった不倫ドラマに例えてコミカルに編集している。この動画で、効果的なストーリー化作業（storytelling¹⁶）のために用いられたのが、声優の声とそれを文字化したテロップである。

【擬人化テロップの例1】¹⁷

- ・なぎさ：「私のこと愛してる？」
- ・シノブ：「なぎさ♡愛してるよ」
(なぎさが逃げ出す)
- ・シノブ：「全くどうしたんだ」
(後ろを見て)
- ・シノブ：「！！」
- ・シノブの妻：「シノブ！誰よ！あの女！」

¹⁶ 最近、マーケティングを中心に用いられている用語で、物語を効果的に伝えるためのスキルまたは工夫を意味する（呉、2022）。

¹⁷ 実際テロップとして提示されているのは「」内にあるもののみで、ほかは番組に提示された内容をもとに、筆者が読者の理解を助けるために示したものである。

(逃げ出すシノブに向けて)

・シノブの妻：「待たんかい！」

<図 2>は、おもちゃを横取りされた大型犬に、そのおもちゃを横取りした子犬が近づくと、大型犬が何もなかったように穏やかに反応するというシーンであるが、これを弟におもちゃを取られたのにも関わらず、我慢強く怒りを抑えた兄に例えてストーリー化作業を行っている。ここでも、<図 1>のシーンと同じく、声優の声とテロップが物語を構築する手段として活用されている。

【擬人化テロップの例 2】

(おもちゃを横取りされ怒っている兄犬)

弟犬：(イライラしている兄犬に向けて)「どうかちた？」

兄犬：(怒りを抑えた様子で)「どうもしていませんよ。」

擬人化テロップの提示は、<図 1>や<図 2>に見られるように、漫画でよく使われる「吹き出し」の形でされている。なお、擬人化テロップは「動物同士の会話」という設定のみで行われており、人間と動物と一緒に登場するシーンでは用いられていなかった。動物同士の会話という設定で提示されているため、使用された擬人化テロップは全て「直接発話型」の形をとっている。

次に、韓国では分析対象である 2 つの番組ともに擬人化テロップが使用されていたが、日本で用いられていた「直接発話型」に加えて、より多様な方式で現れている。まず、『動物農場』から見ていく。この番組は、「スタジオ出演者によるオープニングと視聴者からの声の紹介」、「世界から集められた面白い動物関連の映像の紹介」、「伴侶動物に関連する飼い主の悩みとその解決策の提示」、「伴侶動物以外に、家の近くで見つかった野生動物」という 4 つのコーナーで構成されている。このうち、擬人化テロップが最も高い頻度で使用されたのは、「世界から集められた面白くて感動的な動物関連の映像の紹介¹⁸⁾」である。「伴侶動物に関連する飼い主の悩みとその解決策の提示」コーナーでも擬人化テロップは見られたが、使用頻度は極めて低い。なお、伴侶動物でなく野生動物を取り上げたコーナーでは、擬人化テロップは全く見られなかった。

擬人化テロップの使用が目立つ「世界から集められた面白くて感動的な動物関連の映像の紹介」コーナーの使用例を以下に提示する。

【擬人化テロップの例 3】

(おいしくキャンディーをなめている子供のそばにいる犬)

¹⁸⁾ コーナータイトルは「환상의 궁합 아이들과 반려동물의 모음집 공개 (幻の相性、子供と伴侶動物のコレクション公開)」である。

Personification of Animals on TV Variety Shows

犬：(나도 먹고싶개¹⁹...) ²⁰(私も食べたいぬ...)

(子供が犬に自分がなめていたキャンディーを渡すと)

犬：?!

犬：(キャンディーをなめながら) (개²¹감동) (犬感動・めっちゃ感動)

ここでは、犬の語りではなく、犬の心の声を想定して「直接発話型」の形でテロップを提示している。このように、動物の内的状態を全知視点で示す「直接発話型」のテロップは韓国の芸能番組で頻繁に現れる。

【擬人化テロップの例 4】

(登校する子供のズボンを噛み引っ張りながら)

犬：(가지마라구우우) (行かないでってばああああ)

このエピソードには、次の<例 5>のように心の声でなく、実際に発話したかのように、「直接発話型」で提示したものもある。

【擬人化テロップの例 5】

(学校から帰ってくる子供を待っている犬)

犬：왜 이렇게 안 오개... (どうしてこんなに遅いぬ)

(スクールバスが来ると)

犬：어! 왔다! (あ！来た！)

一方、韓国では「直接発話型」以外の擬人化テロップの使用も目立つ。『動物農場』で「伴侶動物に関連する飼い主の悩みとその解決策の提示」コーナーのタイトルは、「애견훈련소에 미어캣? 군기반장 또롱이 (愛犬訓練場にミーアキャット? 軍規班長のトロン)」となっている。「군기반장 (軍規班長)」というのは、軍隊や団体の紀綱または規律を正すことを主導的に行う人のことである。愛犬訓練場で自分より大きな犬たちを制圧し攻撃性を見せるミーアキャット、トロンに「軍規班長」という、人間社会で通用される肩書を与えているのである。このようなテロップの提示は、以下に提示するように、このコーナー全体を通して高い頻度で現れる。

¹⁹ここでは、「먹고 싶다 (食べたい)」が自然であるが、「개 (犬)」の発話であることを思い浮かばせるために、わざと「먹고 싶개 (食べたいぬ)」のように書いている。このような使い方は、動物が登場する韓国の芸能番組で頻繁に見られる特徴である。

²⁰呉 (2022) によると、韓国の芸能番組では「()」を伴ったテロップの使用が目立つが、これは演技者の行動や心境を表したり、状況の説明や描写を表したりするために使われる台本の地の文として機能する。

²¹「개」の辞書的な意味は「犬」であるが、「めっちゃ」または「すごい」、「やばい」などを意味する隠語として、接頭辞の形で広く用いられている。実際に犬が登場した場面で使うことで、「犬」と「めっちゃ」をかけて使っている。

Personification of Animals on TV Variety Shows

【擬人化テロップの例 6】

- 아무 일도 없었다는 듯 실내 입성 (何もなかったかのように室内に入る)
- 개들에게는 군기반장 사람에게는 애교반장 (犬には軍規班長、人には愛嬌班長)
- 호기심 대장 미어캣 또롱이 (好奇心隊長、ミーアキャット、トロン)
- 또롱이 절친 까미 출동 (トロンのベストフレンド、カミ出動)
- 까미 & 또롱 환상의 합동 작전 (카미 & 트론의 幻의 合同作戰)

以下のように、ナレーションの声優²²の声とテロップのコラボレーションも見られる。このシーンでは、可愛い子犬に詰め寄る大型犬を、可愛い女性をイジめるチンピラに例えて演出している。

【擬人化テロップの例 7】

<状況：自分に近づこうとする 2 匹の大型犬を避け逃げる子犬、チャンボン>

- 테로ップ：덩치로 계속 들이대는 녀석들 (でっかい体で攻め続けるヤツラ)
- 챔피언 (声優の声のみ)：가라고 이 애송아, 가라고! (去っていけば、この若僧、去って行け!)

そのほか、下記の<図 3>のように、動物が慌てていると推察し、「あら、あら」と、動物の内的状態や心境を提示したものもある。

今回の分析データのほとんどは、ナレーターが関連情報の提供や説明を行うなど、番組の進行において中心的な役割を果たしており、テロップはナレーターの語りを補助したり、出演者の会話の一部を提示するするような形で部分的に用いられていた。しかし、ナレーターがいない『犬は素晴らしい』は、少し異なった構成となっている。この番組は、タレントやドッグトレーナーが伴侶動物として犬を飼っている飼い主を訪ね、犬のトラブルまたは飼い主が抱えている悩みについて紹介し、ドッグトレーナーが解決策を提示するという流れで構成されている。犬の行動を観察し、直接犬をトレーニングしたり、飼い主にアドバイスを提示したりする内容であり、タレントやドッグトレーナーが飼い主と交えたトークが番組の中心を成している。現場での発話が多いため、様々な情報の提供や説明、出演者の語り、または、その要約はテロップによって提示されている。全体的にテロップへの依存度が高い中、動物の行動を説明し描写するための擬人化テロップの使用が目立つ。特に、擬人化テロップは、番組全体のストーリー化作業にあたって、動物の

²² 日本では声優の声が登場するが、韓国ではナレーターが動物の擬人化発話を担当していた。

Personification of Animals on TV Variety Shows

キャラクター²³を構築する主な手段として機能している²⁴ (呉, 2022)。呉 (2022: 58) によると、キャラクターが持つ個性はセリフや行動などによって表出され、様々な出来事の展開に必要な装置として用いられる。なお、キャラクターへの感情移入や親密感は番組への視聴にも繋がるため、キャラクターの設定や構築は構成作業において最も重要である。分析データとして用いられた放送分では、夫婦が飼っている3匹の柴犬のうち、ナチョと名付けられた1匹の柴犬がトラブルを起こし、タレントとドックトレーナーが夫婦の自宅を訪ね、3匹の犬に対面する場面が描かれている。以下に、動物のキャラクターを構築するために用いられたテロップを提示する。

<図 3> 『動物農場』



<図 4> 『犬は素晴らしい』



【擬人化テロップの例 8】

- 이 안에 물을 흐리는 독재자가 있다?! (この中に雰囲気を悪くする独裁者がいる?!)
- 용의자 1: 나쵸 (容疑者 1 : ナチョ)
- 특징: 제작진에게 보인 경계? (特徴: スタッフに見せた警戒?!)
- 용의자 2: 미쯔 (容疑者 2 : ミツ)
- 특징: 동생의 장난감을 뺏음 (特徴: 妹の玩具を奪う)
- 용의자 3: 사또 (容疑者 3 : 사또)
- 특징: 과도한 장난으로 엄마한테 혼났음²⁵ (特徴: 度を過ぎるいたずらでママに叱られた)
- 과연 분위기를 흐리는 독재자는 누구? (果たして、雰囲気を悪くする独裁者は誰?)

²³ ある人や物が持つ性質の総体で、他と区別される固有なものを指す。

²⁴ <例 1>と<例 2>のように、日本でもストーリー化作業の技法としての擬人化テロップが用いられており、各動物に対するキャラクター構築も行われている。しかし、ここに登場する動物は、番組全体で重要な役割を担当する存在としてのキャラクターとはやや異なる。

²⁵ <図 4>にあたる。

一緒に暮らすほかの犬や飼い主に攻撃性を示し、家の雰囲気を悪くする犬を「容疑者」と称し、まるで推理小説での犯人を見出すような演出技法をテロップによって行っている。このような演出技法は、社会的問題を告発する、ある時事番組の BGM を借用することによって一層強化されている。そのほか、上記の「直接発話型」のテロップも現れたが、紙面の都合で使用例の提示は省く。

以上で述べた通り、日本では番組によって、韓国では全ての番組において擬人化テロップが見られた。なお、日本では、一部のコーナーで「直接発話型」の擬人化テロップが、韓国では「直接発話型」以外に様々な形の動物の擬人化テロップが積極的に活用されていた。さらに韓国では、擬人化テロップが、キャラクターの構築を含め、一連のストーリーまたはナラティブを創りあげる手段として機能していた。

4. 考察

今回の分析データに限ると、日本も韓国も擬人化テロップが使用されていたが、その使用様相には違いが見られた。また、動物関連の番組であっても、擬人化テロップが全く使用されていなかった番組（日本）、またはコーナー（日・韓）が存在した。本章では、先ず、日韓の動物芸能番組における擬人化テロップの使用様相がどのように異なっており、その理由は何かについて、第3章の分析結果に基づいて対照的観点から考察を行う。次に、「擬人化テロップが使用されていた番組やコーナー」VS.「擬人化テロップが使用されていなかった番組やコーナー」との違いは何であり、どのような要因が関わっているのかについて考察を試みる。

第3章で述べたように、動物の擬人化テロップは日韓ともに用いられていた。しかし日本では、まるでアニメーションのように、声優がそれぞれの動物の役を演じるような形で擬人化が行われており、声優の声と一緒に提示されたテロップは全て「直接発話型」である。なお、テロップの提示においても、漫画の吹き出しが使われており、番組出演者（人間）の発話をテロップとして提示した際の配置や方式とは異なっている²⁶。つまり、動物の擬人化テロップにおいては、吹き出しという漫画的手法を使い、人間の発話と区別し、そのテロップは架空のものであるということを暗に知らせていると考えられる。一方韓国では、動物の擬人化テロップと出演者のテロップとの間に、提示の方式における違いは特に見られなかった。また、吹き出しのような技法も使われていない。ナレーターが登場しない番組では、擬人化テロップを含め、様々な機能や目的のテロップが積極的に使われているが、人間の発話なのか、それとも観察に基づいてスタッフが創作した動物の擬人化テロップなのかに関係なく、全て同じような方式で提示されている。特に、ナレーターがいない番組では、エピソードや番組全体のストーリー化作業に向けて、キャラクター

²⁶ 出演者の発話は、各発話者が映る画像の下段に、吹き出しのようなグラフィック無しで書かれていた。

Personification of Animals on TV Variety Shows

構築の手段として動物を人間のように描いた擬人化テロップを積極的に活用していた。しかし、このような使い方は日本では見られなかった。

次に、日韓の動物芸能番組では、番組やコーナーによって、擬人化テロップが出現したものもあれば、全く出現しなかったものも存在した。日本では、今回分析データとして取り上げた2つの番組のうち、動物の擬人化テロップが登場したのは『坂上どうぶつ王国』のみであるが、その中でも実際に擬人化テロップが見られたのは、「世界から集められた変わった動物の紹介」コーナーのみで、ほかのコーナーでは全く見られなかった。一方、韓国ではどちらの番組でも擬人化テロップが出現したが、内容面で4つの異なるコーナーで構成されている『動物農場』の場合、擬人化テロップが登場したコーナーとそうでないコーナーに分かれていた。日本と同じような内容の「世界から集められた面白くて感動的な動物関連の映像の紹介」コーナーでは、全てのエピソードにおいて日本と同じく「直接発話型」のテロップが使用されていた。また、愛犬訓練場で犬と一緒に暮らす可愛いミーアキャットを紹介するコーナーでも、動物を人間群像のように描いた擬人化テロップが高い頻度で用いられていた。しかし、突然飼い主が営む店の屋根の上に逃げた愛猫が、飼い主の努力にもかかわらず戻ってこない理由を探るコーナー、それから釜山のある地域に突然現れた絶滅危機の赤きつねを取り上げたコーナーでは、擬人化テロップが全く使用されていない。すなわち、日本における擬人化テロップは、コミカルな場面を演出する技法として、あるいはコミカルな場面であるということを目指しているのに対し、韓国では身近で交感できる存在としての動物を指標するために擬人化テロップが用いられていた。

一方、擬人化テロップの使用が目立つ韓国の動物芸能番組でも、身近な存在としての伴侶動物ではなく、野生動物や飼い主から逃げ隠れてしまった動物が映る場面では、擬人化テロップは使用されていない。このことから類推すると、動物芸能番組における擬人化テロップには、人間と動物の心理的距離がある程度反映されていると解釈できる。同じく、日本の動物芸能番組において擬人化テロップがあまり使われていない理由も、番組に登場する動物との心理的距離に起因する可能性がある。これは、<表1>に提示した日韓の動物芸能番組の企画意図からもうかがえるが、日本では、「笑って学べる」または「学んでいく」と、韓国では、「人間と動物における真のコミュニケーションを追求」または「共に生きる犬と人間の物語」とそれぞれ書いてある。

「学ぶ」ということは、一定の距離を維持し観察を通して理解を深めることを意味する。つまり、日本の動物芸能番組における動物とは、学びを通して理解しなければならない存在に位置づけられている。一方、韓国の動物芸能番組における動物とは、共に生きながら相互にコミュニケーションが出来る存在に位置づけられている。これらを考慮すると、日本では、動物との距離を広げる戦略を、韓国では動物との距離を狭める戦略をそれぞれとっており、これが各番組、または特定コーナーの擬人化テロップの使用に影響していると考えられる。

5. 終わりに

Personification of Animals on TV Variety Shows

本稿では、日韓の動物芸能番組における動物の擬人化テロップの使い方と特徴、擬人化テロップの出現に影響する要因について対照的観点から分析及び考察を行った。動物の擬人化テロップは日韓ともに見られるが、一部のコーナーでコミカルな目的で使われている日本に比べ、韓国では番組全体を通して、または複数のコーナーで様々な目的で使用されていた。なお、その種類も「直接発話型」に限られた日本に比べ、韓国ではより多様な形の擬人化テロップが幅広く採用されていた。番組または特定のコーナーでの擬人化テロップの使用については、登場する動物と人間との心理的距離が関わっていた。また、企画意図から考察すると、日本の番組では、観察を通して理解を深める必要のある存在として、韓国では相互に交感しコミュニケーションする存在として、それぞれ動物が位置付けられていた。動物に対するこのような態度は、動物との距離設定に影響し、日本では動物との距離を広げる戦略を、韓国では動物との距離を狭める戦略をそれぞれとっていた。その結果として、韓国では動物との距離を縮める手段として擬人化テロップを積極的に活用しており、動物と一定の距離を維持しようとする日本では動物の擬人化またはそのためのテロップの使用を控えていると思われる。

本稿は、ポライトネス理論の観点から行われた日韓の人々におけるコミュニケーション研究、すなわち、韓国では距離を縮める戦略を、日本では距離を維持する戦略をそれぞれとっているという呉(2006)の研究結果と一致しており、人間同士のみならず動物に対しても同じようなコミュニケーション戦略がとられているという点で興味深い。一方、本稿は該当番組のうち、各1本ずつを分析対象としており、擬人化テロップの諸相を明らかにするためには、大量のデータを分析して考察を行う必要がある。今後、さらなる研究を通して日韓における擬人化テロップの共通点・相違点を明らかにしていきたい。

引用文献

- Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114(4), 864–886.
- 嗚呼!!みんなの動物園 (2022年7月25日). <https://www.ntv.co.jp/minnanozoo/>.
- 정수영 (2009). TV 영상자막의 특징 및 기능에 관한 연구: 지상파 TV 3 사의 리얼버라이어티쇼를 중심으로. *한국언론학보*, 53(6), pp.153–176.
- 이충규 (2015). 예능프로그램 자막에 관한 한일 대조언어학적 연구. *日本語學研究*第 43, 129–149.
- 개는 훌륭하다. (2022年7月16日). <https://program.kbs.co.kr/2tv/enter/doggy/pc/index.html>.
- 木村珠子他 (2000) 「テレビ画面に踊る文字たちの生態学」 『GALAC』4月号、pp. 30–35.
- 呉惠卿 (2006) 『韓国の市場における商取引談話：値段交渉場面における売り手と買い手のストラテジーを中心に』、大阪大学博士論文 [未刊行] .
- 呉惠卿 (2021) 「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—」 『大阪大学言語文化学』30、pp. 37–53.

Personification of Animals on TV Variety Shows

呉恵卿 (2022) 「韓国の芸能バラエティ番組でテロップは何をするのか—戯曲の要素という観点から

—」 『Language Research Bulletin』 36、pp. 52–61.

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

坂上どうぶつ王国 (2022年7月25日). <https://www.fujitv.co.jp/sakagamidoubutsu/>.

塩田英子 (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.

TV 동물농장 (2022年7月16日). <https://programs.sbs.co.kr/culture/animalfarm/about/55697>.

Video Research Ltd. (2022年8月14日). 週刊高視聴率番組 10. <https://www.videor.co.jp/tvrating>.