

# “文字だらけの画面”は何を映しているか

— 地上波テレビ番組におけるコメントフォローテロップの現状分析 —

森川 俊生\*

## 要 約

地上波テレビ番組における文字テロップは、1990年代以降増え続けてきたが、「サイドテロップ」と並んでテロップ急増の大きな要因となったのが「コメントフォローテロップ」である。スタジオ出演者やVTRの登場人物の発言内容に合わせて表示されるこのテロップは、ニュース番組では「発言内容を正確に伝え、視聴者の理解を助ける」のが主な目的であるが、バラエティ番組では「理解を助ける」だけでなく、「視聴者に笑いのツボを提示する」役割も担っている。本稿では、スタジオ部分とVTR部分に分けて地上波のコメントフォローテロップの現状を調査・分析したが、「スタジオ部分はVTR部分よりテロップの量が少ない」というはっきりした傾向が読み取れたことから、「今」という時間の共有が番組制作者に強く意識されていることがわかった。また、“コメント切り取り型のテロップ”では「怒り＝黒と赤」のような定番色が広く浸透しており、視聴者の“ながら見”を想定した上での「わかりやすさ志向」は、多くの番組制作者に共有されていることが確認できた。視聴スタイルや表現手法が大きな変化を遂げた今も、「時間の共有」と「わかりやすさ」を志向する地上波テレビ番組の本質は、変わっていないのである。

キーワード：テレビ番組、テロップ、ニュース番組、バラエティ番組、番組演出

## 1. はじめに

2002年に大ヒットした一青窈の「もらい泣き」には、こんな一節がある。

朝、から

字幕だらけのテレビに

齧り付く夜光虫。

この大ヒット曲の歌詞に象徴されるように、1990年代の終わりから2000年代の初めにかけて、テレビ番組の画面に氾濫する文字テロップについての批判的言及が盛んに行われるようになった。新聞各紙には、急増する文字テロップについて問題提起する記事が数多く掲載され<sup>(1)</sup>、作家の青島幸雄は「まるで画面が雑誌の表紙のようだ」と嘆

いた<sup>(2)</sup>。

しかし現在、“過剰なテロップ”に対する批判的言及はそれほど多くは見あたらない。理由は、テレビ番組のテロップが減ったからではなく、「文字だらけの画面」が当たり前のこととして人々に受け入れられるようになったからであろう。全体的な傾向で言えば、2000年代、2010年代を通じて、テロップは減るどころかむしろ増えている。

1990年代以降の「テロップ急増」が最も顕著に表れているのは、番組ジャンルで言えばニュース番組、情報番組、バラエティ番組であり、テロップ分類で言えば、サイドテロップ、コメントフォローテロップ、ナレーションなぞりテロップ、演出補助テロップである（森川2020：152）。

その中でも本稿は、「コメントフォローテロップ」に焦点を当てて論じる。コメントフォローテロップとは、インタビューに答えている取材対象

2022年11月30日受付

\* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授 社会学

者やスタジオ出演者などが話している言葉（発言内容）に合わせて入れるテロップで、「文字だらけの画面」の最大の要因となっているものである。なぜそれがテレビ番組で重宝されているのか、番組演出上どのような役割を果たし、視聴者が受け取る印象にどのような影響を与えているのかを分析することにより、現在の地上波テレビ番組の実像に迫るのが本稿の目的である。現状を正確に把握するため、現在放送されているニュース番組を7、バラエティ番組を15、合計22番組をピックアップして調査を行い、データをまとめた上で分析・考察した。

## 2. 先行研究

テレビ番組のテロップについては、これまで様々な観点から調査と分析がなされてきた。①テロップに対する視聴者の意識をアンケート調査によって明らかにしようとしたもの（木村、細井他2000）、②テロップの表示形式が、視聴者の注意や情報処理にどのような影響を及ぼすかを心理学実験によって検証したもの（南部他2003）、③ニュース番組の形式的娯楽化、特に演出多用化の中で、文字テロップがどのような役割をはたしているかを論じたもの（川端2006）、④視聴者の映像に対する解釈が、テロップの有無によってどのように変化するかを関連性理論を用いて明らかにしようとしたもの（須藤2008）、⑤NHKのアーカイブ映像からNHKのバラエティ番組におけるテロップの変遷を論じたもの（設楽2012）、⑥テロップ特有のカタカナの使用など、どのような文字種が選択されているかを番組ジャンルとの関連性にも着目して論じたもの（増地2013）、⑦実際の発話の文言内容と画面上に表記されるテロップの文言内容を番組ごとに調査・分析したもの（舟橋2016）、⑧地上波のテレビ番組で使用されているテロップの詳細な分析を試み、特にサイドテロップの現状を調査・分析したもの（森川2020）、⑨日本と韓国の芸能バラエティ番組におけるテロップを比較考察したもの（呉2021）などである。

中でも、コメントフォローテロップについて踏み込んだ分析をしているのが塩田英子と舟橋望美である。塩田（2005）はテレビ番組のテロップを、視聴者に対して番組内容の明示や情報整理を行うための「情報明示型テロップ」、発話の一部または全体を表示して発話内容を明確にしたり強調したりする「強調型テロップ」（本稿で言うコメントフォローテロップ）、番組内容に対する解釈の手がかりを視聴者に与える「解釈型テロップ」の3つに分類し、関連性理論に基づく「二次的伝達状況」という視点から分析を行っている。

また、舟橋（2016）は、発話を表す文字テロップ（本稿で言うコメントフォローテロップ）についての詳細な調査を行い、出演者の実際の発話の内容が画面表示される際、どのような「削除」、「追加」、「修正」が行われているのか、また一定時間内の総発話数と総テロップ数を計測して「テロップ率」を数値化し、番組ごとにどのような傾向があるのかを分析している。

ただ塩田も舟橋も、収録番組と生番組、スタジオ部分とVTR部分を区分することなく分析しているため、コメントフォローテロップの番組演出上の実質的な役割や存在意義、視聴者の受け取る印象への影響について、十分な考察がなされているとは言えない。

また、「テロップの色」についても、サイドテロップの色を番組ジャンルに分けて分析したもの（森川2020：156-161）や、テロップの文字色が和食の料理番組の印象評価にどのような影響を及ぼすかを分析したもの（福永、片山、庄山ら2014）などがあるが、対象をコメントフォローテロップに絞り込んだ上で、文字色の使われ方について総括的に分析したものはなかった。

本稿では、調査対象番組を「ニュース番組」と「バラエティ番組」にグループ分けし、さらにバラエティ番組を「VTR中心の番組」、「スタジオ中心の番組」、「スタジオとVTRの比重が同程度の番組」の3つに分類した上で、同じ番組内でもVTR部分とスタジオ部分のテロップがどのように表示されているかを比較することにより、番組制作者の意図や視聴者への心理的作用について、

分析・考察していくこととする。

### 3. コメントフォローテロップの歴史と現在

坂本衛は、1990年代におけるテロップ急増の実態について、特にコメントフォローテロップの起源と功罪について論じているが（坂本1999）、それによるとコメントフォローテロップのそもそもの始まりは「吹き替えなしの外国映画の翻訳」であり、日本語で話している場合でも、聞きとりづらいコメントなどに使われるようになったものである。しかし1990年代に入ったころから「必ずしも聞き取りにくいからという理由によらない字幕スーパーが、登場しはじめた」のだという<sup>(3)</sup>。

その後、コメントフォローテロップはサイドテロップと同時並行して、ニュース番組、情報番組、バラエティ番組で多用されるようになり、今やこれらの番組ジャンルではごく一般的なものとなっているが、一つ一つのテロップをつぶさに観察していくと、その表示の仕方には大きく分けて以下の5つのパターンが存在することがわかる。

- <1> 発言内容を全部入れる、もしくは、ほぼ全部入れる
- <2> 発言内容を要約したり、コメントを部分的に選ぶなどして入れる
- <3> 発言内容のキーワードやセンテンスの一部だけを切り取って入れる
- <4> ほとんど入れないが、キーワードのごく一部のみを入れる
- <5> 全く入れない

本稿ではまず、それぞれの番組が上記5つのどのパターンにあてはまるかを、「スタジオ部分」と「VTR部分」に分けて調査した。さらに、コメントフォローテロップにはどのような色が使われているのかも併せて調べ、全体的な傾向を読み取りながら考察を進めた。

## 4. コメントフォローテロップの現状調査と分析

### 4-1 調査方法

1990年代以降、急増してきたコメントフォローテロップの現状を詳しく分析するため、今回、2022年8月31日から9月7日に地上波で放送された番組のうち、特にテロップの増加が顕著な番組ジャンルであるニュース番組とバラエティ番組に絞って計22番組をピックアップし、調査対象とした。

### 4-2 夜帯ニュース番組の調査結果

ニュース番組から、今回の調査対象として以下の7番組をセレクトした。

番組名	放送曜日と放送時間
『NHKニュース7』	全曜日 19:00～19:30 (NHK)
『ニュースウォッチ9』	全曜日 21:00～22:00 (NHK)
『news zero』	月曜～木曜 23:00～23:59 (日本テレビ)
『報道ステーション』	月曜～木曜 21:54～23:15 (テレビ朝日)
『news23』	月曜～木曜 23:00～23:54 (TBS)
『WBS』	月曜～木曜 22:00～22:58 (テレビ東京)
『Live News α』	月曜～木曜 23:40～24:25 (フジテレビ)

上記7番組はすべて、夜の時間帯に30分から1時間程度の枠で放送されているニュース番組である。現在の地上波放送では、短時間の昼ニュースや朝ニュースなどを除くと「ニュース番組」としてははっきり区分できる番組は少なく、上記の夜帯ニュース番組は、報道番組におけるテロップの

“文字だけの画面”は何を映しているか

現状を分析する上で欠かせない調査対象だと判断した。

この7番組について、2022年8月31日の放送分を調査対象とし、それぞれの番組でコメントフォローテロップがどのように表示されているかをVTR部分とスタジオ部分に分けて調べ、発言内容とテロップ表示の関係を以下の5つに分類してまとめたのが【図表1】である。

- ・発言内容を全部入れる、もしくは、ほぼ全部入れる ⇒ ◎
- ・発言内容を要約したり、コメントを部分的に選ぶなどして入れる ⇒ ○
- ・発言内容のキーワードやセンテンスの一部だけを切り取って入れる ⇒ △
- ・ほとんど入れないが、キーワードのごく一部のみを入れる ⇒ ×△
- ・コメントフォローテロップを全く入れない ⇒ ×

また、テロップの文字の色についても以下の3パターンに分類した上で、【図表1】に併せて表記した。

- ・白文字が中心で、文字のエッジやシャドウに色がついている場合もあるが、発言者によって色を使い分けることはしない ⇒ 「A」
- ・白文字が中心だが文字のエッジやシャドウに色

をつけ、発言者によって色を使いわけて表示する ⇒ 「B」

・コメントの内容に合わせて様々な色を使用する ⇒ 「C」

【図表1】から明らかな通り、今回調査した7番組のコメントフォローテロップには、はっきりとした共通点が見られた。「VTR部分は発言内容の全部、もしくはほぼ全部を入れ、スタジオ部分は入れない」という規則性である。

調査対象日（2022年8月31日）の放送では、7つの番組のほとんどが、台風11号の沖縄接近、ゴルバチョフ元大統領の死去、5歳児死亡事件でのママ友裁判、旧統一教会と自民党国会議員の関係や安倍元総理の国葬に関する岸田総理大臣の会見、の4つのニュースを報じていたが、岸田総理大臣の会見については、全ての番組で総理のコメントをそのままテロップ2行で表記していた。改行の位置を「/」で、テロップ画面の切り替えを「スペース」で示すと、岸田総理の謝罪コメント部分では以下のような表示がなされていた。

『NHKニュース7』

国民から引き続き/懸念・疑念の声をいただいている 自民党総裁として/率直におわび申し上げます

『ニュースウォッチ9』

自民党総裁として/率直におわび申し上げます

図表1

番組名	VTR部分の コメントフォローテロップ	スタジオ部分の コメントフォローテロップ	テロップの 色づかい
NHKニュース7	◎	×	A
ニュースウォッチ9	◎	×	A
news zero	◎	×	A
報道ステーション	◎	×	A
news 2 3	◎	×	A
WBS	◎	×	A
Live News α	◎	×△	A

『news zero』

国民の皆様から引き続き／懸念や疑問の声をいただいております 自民党総裁として／率直におわびを申し上げます

『報道ステーション』

懸念や疑問の声をいただいている 自民党総裁として率直に／おわびを申し上げます

『news23』

国民の皆様から引き続き懸念や疑問の声を／いただいております 自民党総裁として／率直におわびを申し上げます

『WBS』

国民の皆様から引き続き／懸念や疑問の声をいただいている 自民党総裁として／率直におわびを申し上げる

『Live News α』

国民の皆様から引き続き／懸念や疑問の声をいただいております 自民党総裁として／率直におわびを申し上げます

文末の「いただいております」については、「いただいています」、「いただいている」のように言葉を丸めて表記したり、「国民の皆様から」を「国民から」と縮めて表記する番組もあったが、7番組とも「発言内容の（ほぼ）全部を入れる」ことで共通していた。

また、文字の色については、どの番組も白文字を主体としていた。重要な言葉だけを番組のイメージカラーである黄緑色で示す『news zero』のような番組もあったが、「白を基調とした同じ大きさの文字で、番組制作者の演出を匂わせない入れ方をする」ことで一致していた。このことから、ニュース番組におけるコメントフォローテロップが、何よりもまず「発言内容を正確に伝え、視聴者の理解を助ける」ことを目的としていることがわかる。

一方、ママ友裁判のニュースでは、容疑者とママ友である参考人の法廷での発言内容を、すべてそのままテロップ文字として表示していた。法廷でのやりとりはナレーターが読み上げているため、「ナレーションなぞりテロップ」であるとも、

「容疑者と参考人の発言に対するコメントフォローテロップ」であるとも言えるだろうが、このニュースを扱った全番組が発言内容のすべてをテロップ表示していたことから、ニュース番組では「発言内容を正確に伝え、視聴者の理解を助ける」ことが重視されていることが確認できた。

ゴルバチョフ元大統領死去のニュースでは、7番組中5番組でモスクワ市民のインタビューが流された。そのうち『ニュースウォッチ9』と『WBS』では日本語の吹き替えはなく、ロシア語の音声の流れ、そこに翻訳の内容がテロップで表示された。これが坂本（1999）が指摘するところの「コメントフォローテロップの起源」である。一方で『news23』など3番組では、吹き替えの日本語がのせられているにもかかわらず、コメントフォローテロップも表示されていた。吹き替えの音声により市民のコメント内容は提示されているが、「耳」だけでなく「目」からも情報を入れることにより視聴者の理解を助けようとする意図があるのは明らかである。

次にスタジオ部分について見ていく。ニュース番組が生放送である以上、スタジオ部分にコメントフォローテロップが入れないのは当然のことである。聴覚障害者や加齢難聴者のための「文字放送」では、生放送での出演者の話を追いかけて文字におこし、不完全な形であってもテロップ表示する番組もあるが、テンポの遅れや誤字が発生しやすく、通常の放送モード（オープンキャプション）において出演者のコメントを追いかけてテロップ表示するのは得策ではない。そのため、テロップはニュース項目のタイトル表示などごく一部にとどめ、さらに詳しい情報をスタジオで示す場合にはフリップやボードが使われるのが一般的である。

ただし今回の調査では例外も見つかった。例えば2022年8月31日放送の『Live News α』では、経済アナリストの馬淵磨理子氏がオンラインで生出演し、蓄電池産業の人材確保についてコメントしていたが、その際、発言内容の要旨がテロップで表示されていた。これは話す内容が予め決められ、番組サイドに伝えられており、その通

りに話すからこそ可能になることである。テロップが入ることにより、「今、この瞬間に生で話している」という切迫した臨場感は薄れるが、コメント内容は理解しやすくなる。「生の臨場感」と「わかりやすさ」という両立しない二つの要素を秤にかけ、「わかりやすさ」を優先した結果であろう。

昼ニュースなどストレートニュース系の番組で現場から中継リポートが行われる際も、この手法がよく用いられている。現場から「生」でリポートしているのだから、「刻々と変化する現場の“今”を伝える」という本来の現場中継の趣旨からすれば、コメントフォローテロップが入れられるはずはないのだが、あらかじめリポート内容が決められ、その内容が番組側と共有されていれば、可能となる。

ニュース番組におけるコメントフォローテロップは、何よりもまず、「視聴者の理解」を最優先するものなのである。

#### 4-3 バラエティ番組の調査結果

地上波番組の視聴率競争で主戦場となっているのが、プライムタイム（19時～23時）の番組である。1日の中でHUT（総世帯視聴率）が最も高い時間帯であり、枠としてのCM単価も高く、テレビ局が最も力を入れている時間帯である。そのプライムタイムは現在、ドラマを除くとほとんどがバラエティ番組で占められている。そこで今回、2022年9月1日～7日にプライムタイム（19時～23時の時間帯）で放送されたバラエティ番組のうち、以下の4項目を基準にして15番組をリストアップし、調査対象として現状分析を行った。

- 1) 調査期間中に、スペシャル番組としてではなくレギュラー枠で放送された1時間枠の番組であること。
- 2) 高視聴率番組や長寿番組など、多くの視聴者に認知され、既にスタイルが確立された番組であること。
- 3) バラエティ番組を大別すると、「ロケVTRや再現VTR中心」、「スタジオトーク中心」、

「ロケVTRや再現VTRとスタジオトークの両輪で構成されるもの」の3つに大別されるが、この3パターンの番組がバランスよく配分されること。

以上の基準に照らしてセレクトしたのが以下の15番組である<sup>(4)</sup>。

\*\*\*\*\*

『番組名』

関東地区での放送局 放送曜日・放送時間

\*\*\*\*\*

【VTR中心の番組】

『ナニコレ珍百景』

テレビ朝日 日曜・19時台（19：00～19：58）

『世界の果てまでイッテQ!』

日本テレビ 日曜・20時台（19：58～20：54）

『ポットンと一軒家』

テレビ朝日 日曜・20時台（19：58～20：56）

『鶴瓶の家族に乾杯』

NHK 月曜・20時台（19：57～20：45）

『月曜から夜ふかし』

日本テレビ 月曜・22時台（22：00～23：00）

『家、ついて行ってイイですか?』

テレビ東京 水曜・20時台（20：00～21：00）

【スタジオ中心の番組】

『しゃべくり007』

日本テレビ 月曜・21時台（21：00～21：54）

『踊る!さんま御殿!!』

日本テレビ 火曜・20時台（19：56～20：54）

『マツコの知らない世界』

TBS 火曜・21時台（20：57～22：00）

『世界一受けたい授業』

日本テレビ 土曜・20時台（19：56～20：54）

【スタジオとVTRの比重が同程度の番組】

『行列のできる法律相談所』

日本テレビ 日曜・21時台（21：00～21：54）

『開運なんでも鑑定団』

テレビ東京 火曜・21時台（20：54～21：54）

『プレバト!!!』

TBS 木曜・19時台 (19:00~20:00)

『チコちゃんに叱られる』

NHK 金曜・20時台 (19:57~20:45)

『世界ふしぎ発見!』

TBS 土曜・21時台 (21:00~21:54)

以上の15番組について、コメントフォローテロップがどのように表示されているかをVTR部分とスタジオ部分に分けて調査し、テロップの表示スタイルを以下の5つに分類して示したのが【図表2】である。◎, ○, △, ×△, ×…の順に、「コメントフォローのテロップ度が高い(テロップの量が多い)」ことになる。

- ・発言内容を全部入れる, もしくは, ほぼ全部入れる ⇒ ◎
- ・発言内容を要約したり, コメントを部分的に選ぶなどして入れる ⇒ ○
- ・発言内容のキーワードやセンテンスの一部だけを切り取って入れる ⇒ △
- ・ほとんど入れないが, キーワードのごく一部のみを入れる ⇒ ×△
- ・コメントフォローテロップを全く入れない ⇒ ×

また, テロップの文字の色についても以下の3パターンに分類し, 【図表2】に併せて表記した。

- ・白文字が中心で, 文字のエッジやシャドウに色がついている場合もあるが, 発話者によって色を使い分けることはしない ⇒ 「A」
- ・白文字が中心だが文字のエッジやシャドウに色をつけ, 発話者によって色を使いわけて表示する ⇒ 「B」
- ・コメントの内容に合わせて様々な色を使用する ⇒ 「C」

※「テロップの色づかい」の欄は, /の左側にVTR部分の色づかい, /の右側にスタジオ部分の色づかいを記載した。

【図表2】を全体的に見渡してすぐに気づくのは, 【VTR中心の番組】でも【スタジオ中心の番組】でも, 「VTR部分」には◎が多い一方で, 「スタジオ部分」には◎が一つもないことである。また, 15の調査対象番組の全てが, 「スタジオ部分よりVTR部分の方がテロップ度が高い」という点で共通していた。なぜこのようなはっきりとした規則性があるのだろうか。【VTR中心の番組】, 【スタジオ中心の番組】, 【スタジオとVTRの比重が同程度の番組】の3つに分け, 次節以降で分析を進めていく。

#### 4-4 【VTR中心の番組】の調査結果

まずはバラエティ番組の3分類のうち, 【VTR中心の番組】について詳しく見ていく。

【図表2】を見ると明らかな通り, 【VTR中心の番組】の「VTR部分」にはコメントフォローテロップが非常に多く使われている。調査対象の6番組のうち, 『世界の果てまでイッテQ!』, 『ポットンと一軒家』, 『鶴瓶の家族に乾杯』, 『月曜から夜ふかし』, 『家, ついて行ってイイですか?』の5番組が◎(発話の文言をほぼ全部入れる), 『ナニコレ珍百景』だけが○であった。

一方【VTR中心の番組】の「スタジオ部分」では, 2つの番組で△, 2つの番組で×△, ×と○が1番組ずつと, テロップ度が低かった。「VTR部分」と「スタジオ部分」にこれだけはっきりとした違いが表れるのはなぜだろうか。

まず考えられるのは, VTRを受けてのスタジオ部分は, VTRで既に出た話を材料にしてトークを展開するため, 情報の繰り返しになることが多いことである。例えば『世界の果てまでイッテQ!』ではデヴィ女子会のドバイでのロケ内容について, 『ポットンと一軒家』では山奥で暮らす老夫婦の生き方について, スタジオ出演者によるトークが展開されている。つまり視聴者にとっては既にある程度まで理解している内容の繰り返しなのである。ニュース番組のコメントフォローテロップの主目的が「視聴者の理解を助ける」ことであるのは前述した通りだが, バラエティ番組においても, テロップ表示が発言内容の確認や理解

“文字だらけの画面”は何を映しているか

図表 2

【ロケVTR中心の番組】

番組名	VTR部分の コメントテロップ	スタジオ部分の コメントテロップ	テロップの 色づかい
ナニコレ珍百景	○	×△	C/C
世界の果てまでイッテQ!	◎	×△	C/C
ボツンと一軒家	◎	×	B/—
鶴瓶の家族に乾杯	◎	△	B/B
月曜から夜ふかし	◎	△	B/C
家、ついて行ってイイですか?	◎	○	B/B

【スタジオ中心の番組】

しゃべくり007	◎	○	C/C
踊る!さんま御殿!!	◎	×	B/—
マツコの知らない世界	—*	△	—/C
世界一受けたい授業	◎	△	C/C

【スタジオとVTRの比重が同程度の番組】

行列のできる法律相談所	◎	○	C/C
開運なんでも鑑定団	○	×△	B/B
プレバト!!	◎	△	C/C
チョコちゃんに叱られる	○	×△	B/C
世界ふしぎ発見!	○	×△	A/C

※この日の『マツコの知らない世界』で放送されたVTR部分は全てナレーションで構成されていたため、コメントフォローテロップについて計測することができなかった。

の助けになっているとすれば、スタジオでの“2度目の内容”についてのテロップの必要度は高くないことになる。

理由としてもう一つ考えられるのは、「スタジオの話者はタレントが中心であり、VTRの話者は素人（一般人）が中心である」ことである。一般人は、“しゃべりのプロ”であるタレントに比べて発話が不明瞭であることも多く、地方在住の高齢者がたびたび出演する『鶴瓶の家族に乾杯』

などの例を見ても、「視聴者の理解を助ける」という意味において、コメントフォローテロップの必要性が高くなるであろう。

以上2点は、バラエティ番組においてもコメントフォローテロップが視聴者の理解を助ける役目を果たしていることを示しているが、理由はこれだけではないだろう。地上波のテレビ番組の本質に関わる、もっと重要な論点があるのではないか。



#### 4-5 スタジオ部分のテロップの意味

夜帯ニュース番組の調査結果で指摘した通り、生放送のしゃべりにコメントフォローテロップを入れるのは困難である。ニュースの中継リポート等で、コメント内容が予め細部まで決められている場合、生放送でもコメントフォローされる場合があるのは前述した通りだが、「出演者同士のフリーな会話」を前提としているバラエティ番組が生で放送されている場合<sup>(5)</sup>、スタジオ部分にコメントフォローテロップを入れることは事実上不可能である。逆に言えば、フリートークのスタジオ部分にコメントフォローテロップが表示されるのは、「生放送ではない」ことの証である。出演者のコメントテロップによって視聴者は、「すでに収録され、編集されているものを観ている」という現実を確認するのである。

【VTR中心の番組】において、「スタジオ部分は生で放送されている」と誤解して観ている視聴者は少ないだろうが、< VTR部分=過去、スタジオ部分=今>という“スタジオ出演者と同じ時間軸の構造”に身を置いた感覚で観ている視聴者は多いだろう。このため、編集されている「過去のVTR部分」に数多くのテロップが入ることには違和感はなくとも、「現在進行形であるはずのスタジオ部分」に作りこまれたテロップが多数入っていると、話が変わってくる。「今、流されているスタジオでのトークも既に収録されている過去なのだ」ということが否が応でも意識され、「VTR部分も、それを観ているスタジオ部分も収録である」という二重構造は、“屋上屋を重ねている”居心地の悪さを生み出しかねない。「過去のVTRをスタジオ出演者と同じ時間を共有しながら観ている」という感覚が弱められ、スタジオ出演者との一体感や臨場感も失われるのである。そのマイナス面を意識しているからこそ、多くの番組制作者は「スタジオ部分にはコメントフォローテロップを多くは入れない」という判断をしているのだと考えられる。視聴者は、スタジオ出演者と同じ時間（=今）を共有したいはずだからである。

『世界の果てまでイッテQ!』ではVTR中に、ロケVTRの感想を述べるスタジオ出演者がワイプで入れられており、『ボットン一軒家』ではワイプではなくVTRに割り込む形で画面全体に出演者の感想コメントが差し込まれているが、両番組とも、その部分にはコメントフォローテロップは一枚も入れられていなかった。「出演者と視聴者が一緒に過去のVTRを観ている」という基本構造を崩さないようにする番組制作者の意図がうかがえる。

#### 4-6 「今」の共有と臨場感

前節の内容を改めて整理すると、「コメントフォローテロップが入る」ことにより視聴者は「その会話が今、行われているのではない」ことを意識し、それが「今、出演者と同じ時間を共有している」という臨場感を失わせる結果につながる。視聴者は多くの場合、「これは生（=今）なのか、収録（=過去）なのか」を意識せずにテレビ受像機と向き合っているであろうが、擬似的な「今」の共有は、地上波のテレビ番組にとって軽視できないものである。さらには、「今」という臨場感を前提として番組の世界観が構築されているケースもある。今回の調査対象番組からは外れているが、『ワイドナショー』と『笑点』についても言及しておきたい。

フジテレビで日曜午前10時から放送されている『ワイドナショー』は、放送日の前日に収録されている番組だが、「話題のニュースについてスタジオ出演者が語り合う」というスタイルが、『ゴゴスマ』、『ミヤネ屋』、『スッキリ』などの情報番組と似ているため、生放送だと勘違いして観ている視聴者は少なくないだろう。だから当然ながら、『ワイドナショー』のスタジオ部分にコメントフォローテロップは1枚も入れられていない<sup>(6)</sup>。テロップを入れて収録番組であることを明示するデメリットが大きいからこそ、「わかりやすさ」より「生っぽい臨場感」を優先しているのである。

高視聴率番組として知られる『笑点』にも、コメントフォローテロップは一切入れられていな

い<sup>(7)</sup>。日曜夕方の時間帯に流れるまったりとした空気感。生放送だと錯覚しているかどうかは別に、この独特の空気感に包まれながら、あたかも自分が寄席の会場にいるかのような臨場感を楽しんでいる視聴者は多いはずである。だからこそ『笑点』にコメントフォローテロップは不要である。テロップいっぱい画面が現れれば、「寄席の会場にいる」ような臨場感は消え失せ、視聴者は『笑点』という番組を「テレビ受像機を通じて観ている」という現実に戻される。生っぽい会場の雰囲気浸っている視聴者の気分をぶち壊す必要など、どこにもない。『笑点』の番組制作者がコメントフォローテロップを一切入れない判断をしているのは、至極当然のことと言えるだろう。

『笑点』と『ワイドナショー』は特別なケースであるにせよ、今回調査対象とした番組全体を通して、「VTR部分に比べてスタジオ部分のテロップ度が低い」というはっきりした傾向が表れたのは、番組制作者側にも視聴者側にも、「今」という時間を他の人々と共有したい」という意識が根強く残っていることを示している。TVerなどの見逃し配信をはじめとして、様々なオンデマンド視聴の機会が増えている現在でも、地上波テレビ番組は相変わらず、「時間の共有」を志向するメディアなのである。

#### 4-7 【スタジオ中心の番組】の調査結果

次に【スタジオ中心の番組】のスタジオ部分のコメントフォローテロップについて考察していく。今回の調査結果を見ると、4番組中、『しゃべくり007』、『マツコの知らない世界』、『世界一受けたい授業』の3番組が○もしくは△であった。【VTR中心の番組】のスタジオ部分に比べてテロップ度が高いのはなぜだろうか。

まず指摘すべきは、「スタジオ部分の尺の長さ」であろう。【スタジオ中心の番組】は【VTR中心の番組】と違って、スタジオのトークそのものが番組の中核を成しており、タレントたちのプロのトークの面白さを少しでも完成された形で視聴することが、何よりも優先されるはずである。

そしてトークの面白さをわかりやすく見せるための装置が、「笑いのツボを示す」コメントフォローテロップなのである。また、【スタジオ中心の番組】であれば、その部分が収録され編集されていると視聴者が意識しても、「屋上屋を重ねている」居心地の悪さは強く意識されないであろう。

#### 4-8 「笑いのツボを示す」という役割

テレビ番組のテロップに関するこれまでの先行研究では、「スタジオ部分」と「VTR部分」に分けて分析したものは見あたらないが、コメントフォローテロップの役割については様々に言及されてきた。そしてその多くが「視聴者の理解を助ける」と「視聴者に笑いのツボを示す」の二点を指摘している。

発言内容を全て入れるのでなければ、どの言葉を選んで入れるかの判断は番組制作者にゆだねられる。ドキュメンタリー番組では、登場人物の心情や状況の理解を助けるために重要な言葉を選択することになるだろうが、お笑いタレントが中心のパラエティ番組では、「笑いにつながる言葉」を番組制作者が選択し、キーワードを切り取ることによって笑いのツボを明示し、視聴者と笑いを共有しようとする。須藤秀紹は、「もし番組制作者が意図的に出演者の行動や発言の一部を誇張するようなテロップを用いたならば、視聴者の理解は出演者の意図よりもむしろ番組制作者の意図に大きく影響されると考えられる」と述べ、視聴者の受け取り方が歪められるリスクを指摘しているが（須藤 2008：14）、その一方で番組制作者たちは、視聴者を少しでも楽しませるためのツールとしてコメントフォローテロップに創意工夫を重ねてきたのも事実である。例えば『ロンドンハーツ』や『アメトーク!』の総合演出を務める加地倫三は、1枚のコメントフォローテロップを入れる際のこだわりについて詳しく述べている（加地 2012：21-24）。

岩崎達也は日本テレビとフジテレビのパラエティ番組の制作手法について、「スターありき」vs「企画主義」という視点で論じているが（岩崎

2016: 146-147), その分析と, コメントフォローテロップの起源はフジテレビではなく「日本テレビのバラエティ番組であった」という坂本(1999)の指摘は, 確かに符合している。「タレントの生のしゃべりの面白さ」より「番組演出で作りあげた笑い」を志向するからこそ, コメントフォローテロップが重視されるのである。

#### 4-9 さんまとマツコ

今回調査対象とした【スタジオ中心の番組】の中で, スタジオ部分のコメントフォローテロップが1枚も入れられていない番組が一つだけあった。『踊る!さんま御殿!!』である。「笑いのツボを明示して視聴者と共有し, 分かりやすく伝える」という有効な役割を持つ“キーワード切り取り型のテロップ”を, なぜあえて入れないのだろうか。

「明石家さんまが司会を務める番組にはコメントフォローテロップが入らない」というのは, たびたび指摘されてきたことである。さんま自身も, 「自分が話している部分にはテロップを出さないで欲しい」との思いを様々な場面で明かしている<sup>(8)</sup>。「テロップで笑いのツボを示す」ことは, 「視聴者に笑いの解釈を強要する」ことにもつながる。番組演出サイドがテロップを入れることにより, 自分が作り出す笑いの意味が限定されることをさんまが嫌っていることは容易に想像できる。一方で今回調査対象とした『マツコの知らない世界』では, 数多くのコメントフォローテロップが, まさしく「笑いのツボを示す」形で入れられていた。二人の番組は, 「コメントフォローテロップの入れ方」という点で両極に位置している。何がその違いを生んでいるのだろうか。

さんまとマツコ。例年, ORICON NEWSの「好きな司会者ランキング」の投票で上位を占め, ゴールデンタイムの地上波バラエティ番組のメイン司会をいくつも掛け持ちする二人は, まさに「バラエティ司会者の横綱」と呼べる存在である。だが二人の司会のスタイルは対照的だ。今回調査対象とした『踊る!さんま御殿!!』と『マツコの知らない世界』を見ても明らかだが, さんまはス

タジオ内を動き回り, 出演者をいじり, 時には自分が逆にいじられ, 身体全体で大きなアクションをしながら“連続的な笑いの空間”を作り出す。一方マツコはスタジオの一角にどっしりと座って動かない。それはマツコ本人も認めており<sup>(9)</sup>, 時々発せられる「決めゼリフ」のような鋭い一言が, 視聴者に共感と笑いを生み出す。そしてその決めゼリフは, 必ず目立つテロップで画面に表示される。2022年9月6日放送の『マツコの知らない世界』でも, 「すごい割にはかなりファンシー」, 「生き甲斐が生まれた!」などの決めゼリフがカラフルな文字で大きく表示され, 一連の笑いを完結させていた。マツコのトークは, コメントフォローテロップとの親和性が高いのである。

一方, さんまのスタイルには, キーワードを切り取ってトークの流れに区切りをつけ, 「恣意的に笑いの要素を抽出する」演出はそぐわない。動き回っている姿にテロップを乗せるのは, 映像的にうるさいということもあるだろう。そうしたことを誰よりもさんま自身が意識しているからこそ, 「テロップが嫌い」なのだと推察できる<sup>(10)</sup>。

#### 4-10 テロップの「定番色」

コメントフォローテロップの文字色と文字数の関係については, 全番組を通してはっきりとした傾向が読み取れた。それは「文言を(ほぼ)全て入れる場合は同一系統の色を使うことが多く, キーワードを切り取って入れる場合はテロップごとに違う色を入れることが多い」という規則性である。一般的には原色系の派手な色づかいが多いバラエティ番組でも, 今回調査した『ボツンと一軒家』, 『世界ふしぎ発見!』, 『鶴瓶の家族に乾杯』のようにVTR部分のコメントに(ほぼ)すべてテロップを入れている番組では, 白文字を基調とした同系統の色づかいをしていた。文言が長く文字数の多いテロップにカラフルな色を使うと, かねて見づらく, テロップの存在感が大きくなりすぎて画面を邪魔してしまうからであろう。

一方, “キーワード切り取り型”のテロップでは原色系の派手な色づかいが多かったが, 今回の調査で浮かび上がってきたのは, 「切り取られる

言葉の内容によって、“定番色”が存在する」という実態である。

バラエティ番組という空間の中で交わされるタレントたちのトークには、「怒り」の表現が高い頻度で現れる。タレントが「本気で怒っている」と受け取る視聴者は少ないだろうが、漫才における「ボケとツッコミ」と同じように、「ボケと怒り」、「失礼と怒り」という構造を作り出してトークを弾ませる。

今回調査した番組内でも、タレントによる「怒りの表現」が非常に多く見られたが、怒りの発言を切り取ったコメントフォローテロップには、例外なく「赤と黒を組み合わせた色」が使用されていた。

例えば『しゃべくり007』では、スタジオで以下のような「怒り」のコメントが交わされた。

面白くない（上田晋也）、結婚発表でスベるってどういう事（上田晋也）、お前誰だよ（有田哲平）、うるせえな お前（有田哲平）、何だよお前（原田泰造）、酷いよ アンタたち！（マヂカルラブリー・村上）、オプションなんて言ってんじゃねえ（マヂカルラブリー・野田）

『しゃべくり007』のコメントフォローテロップは、発言内容に応じて様々な色で表示されているが、上記の「怒りコメント」は、すべて「赤と黒を組み合わせた色」が使われていた。

『世界の果てまでイッテQ!』のロケVTRの中でも、「怒り心頭ですよ」、「そんなことして面白い?」、「人道に反します」などのデヴィ夫人の怒りコメントには、すべて赤と黒を組み合わせた色が使われており、この他にも、今回調査対象とした番組の中には非常に多くの怒りのコメントがあったが、それらはみな、赤と黒を組み合わせた色で表示されていた。つまり日本の地上波のバラエティ番組においては、「怒り＝赤と黒」がいわば“決めごと”になっており、番組制作者は例外なくこの規則に従っていることになる。

今回の調査では、「怒り」以外にも、多くの番組に共通する“定番色”の存在を確認することが

できた。例えば以下のようなものである。

「恐怖、恐れ、怖い」⇒紫と黒、もしくは、青と黒

「お色気、かわいらしい」⇒ピンク

「楽しい、ワクワク、面白い」⇒黄色とオレンジ

暖色系の色は食欲を増進させ、寒色系の色は食欲を減退させる作用があることは広く認められており、テレビ番組のテロップについても、福永、片山、庄山ら（2014）は、「赤や黄色がおいしさ感を高める」ことを実験結果として示しているが、今回の調査から、食べ物に限らず、怒りや恐怖、可愛さや楽しさと言った感情にも、コメントフォローテロップにふさわしい色が番組制作者に強く意識され、番組演出の一部を担っていることがわかった。「怒り」は赤と黒、「恐怖」は紫と黒、「かわいらしさ」はピンク、などといった取り決めがあるわけでもないのに、番組制作者が皆、判で押したように同じ定番色を使うのはなぜだろうか。

広く指摘されている通り、テレビ番組には“ながら見”の視聴者が多い。NHK放送文化研究所による2020年国民生活時間調査でも、全テレビ視聴時間のうち、平日では40.3%、日曜日は33.4%が「他の行動をしながらの視聴」、いわゆる“ながら見”をしていることが示されている。この「ながら見視聴の多さ」が、「テロップ色の定番化」の要因となっていることは容易に想像できる。例えば、閉ざされた映画館の暗闇の中でスクリーンと向き合っている状況で、「定番色」のテロップが続けざまに現れたら、分かっていることを念押しされたような「くどさ」や「押しつけがましさ」を感じるであろう。一方で、家族と夕食を食べながら観ているテレビ番組であれば、この出演者は怒って言っている、これは可愛い、これは怖いシチュエーションだ、などと明確に示される方がありがたいのである。『進め！電波少年』など、新しいスタイルのバラエティ番組で一時代を築いた土屋敏男も、“ながら見”を意識してテロップを入れると語っていた<sup>(1)</sup>。

#### 4-11 テロップの文字色とジェンダー問題

前述した通り、今回の調査では「文言を（ほぼ）全て入れる場合は、コメントフォローテロップに同一系統の色を使うことが多い」ことが確認できたが、「同一系統の色」でも番組ごとに差異があった。

『世界ふしぎ発見!』ではすべて白字で統一されている一方、『鶴瓶の家族に乾杯』、『ポツンと一軒家』、『家、ついて行ってイイですか?』では、白文字に寒色系や暖色系のシャドー（影）をつけて表示していた。そしてその色づけは「男性の発言には寒色系、女性の発言には暖色系」というルールが忠実に守られていた。公共トイレの表示が「男性＝青」、「女性＝赤」であることに象徴されるように、日本の社会では「男性は寒色系、女性は暖色系」という意識が定着しており、番組制作者がこれに沿ってテロップの色づけをしているのは明らかである。特に多数の登場人物の発言が入り乱れている場面では、「コメントフォローテロップの男女による色分け」が分かりやすさを高めているのは間違いない。しかし一方で、ジェンダー問題への意識が高まる中、地上波テレビ番組のテロップが従来通りのステレオタイプの「色分け」を続けていていいのか、すでに一部で議論が始まっている。ながら見の視聴者への親切なサービスは、新しい時代の価値観の洗礼を受けることになる。

#### まとめ

お笑い評論家のラリー遠田は、日本のバラエティ番組が「ガラパゴス的に進化してきた」ものであり、「世界規模で見れば類例のない特殊なもの」と評している。トークを行うトーク番組、クイズを行うクイズ番組、歌を披露する音楽番組など、番組がジャンルごとにはっきり分かれている国が多い中で、トーク、ロケ、クイズ、料理など複数の要素が掛け合わさっている日本のバラエティ番組は、非常に特殊な進化を遂げたものだという指摘である（遠田 2018：184-185）。こ

の“独特な進化”ゆえに、VTRとスタジオを行ったり来たりする複雑な構造が生まれる。

今回調査対象としたプライムタイムの15のバラエティ番組のうち、＜VTRを全く挟まないスタジオのみの番組＞は一つもなく、＜スタジオを全く挟まないVTRのみの番組＞も一つもなかった。つまりすべての番組が「VTRとスタジオを組み合わせたハイブリッド型」であったが、この複雑な構造を少しでもすっきりと分かりやすく見せようとするのが、「テロップ表示の差別化戦略」であろう。VTR部分とスタジオ部分のコメントフォローテロップの入れ方にはっきりした差異をつけることにより、視聴者は混乱せずに“複雑な構造の番組”と向き合うことができる。さらに言えば、文字の色、大きさ、フォント、装飾など様々な面で工夫を凝らし、丁寧で行き届いた職人技とも言えるテロップ表示そのものが、日本のテレビ番組の「ガラパゴス的進化」を体現しているとも言えるだろう。

本稿ではニュース番組とバラエティ番組、計22番組の現状を調査し、コメントフォローテロップが、ニュース番組では「発言内容を正確に伝えて理解を助ける」機能を、バラエティ番組は「視聴者に笑いのツボをわかりやすく提示する」機能を果たしていることを確認した。また、全体を通して「スタジオ部分よりVTR部分の方がテロップ度が高い」というはっきりした傾向が読み取れたことから、地上波のテレビ番組が“今”という時間の共有を志向する装置として機能していることを示した。一方で“コメント切り取り型”のテロップを採用する番組が揃って「定番色ルール」を順守していることから、視聴者の“ながら見”を意識する番組制作者が、わかりやすさを最優先している姿も浮き彫りになった。

「時間の共有」と「わかりやすさ」志向。テレビ創成期から続いてきたこの二つの根源的特性は、文字テロップの席卷により画面構成が大きく変化した今も、そして見逃し配信の浸透により視聴スタイルが大きく変化した今も、変わらずに生き続けているのである。

《注》

- (1) 例えば1998年5月27日の朝日新聞夕刊には「テロップだけが芸じゃないけど… テレビ番組制作現場に聞く」と題した記事、1997年6月9日の京都新聞夕刊には「うるさい？ わかりやすい？ 近ごろのテレビで目立つテロップ」と題した記事が掲載されている。
- (2) 朝日新聞2002年2月19日夕刊には、「画面に文字が入っていない瞬間がない。まるで画面が雑誌の表紙のようだ」との青島幸男の嘆きが記されている。
- (3) こうしたテロップのルーツは、『マジカル！ 頭脳パワー!!』や『進め！電波少年』など日本テレビの一連の情報バラエティ番組にあると坂本は述べている。
- (4) 今回、調査対象とした期間中、フジテレビとテレビ朝日は2時間～3時間のスペシャル番組を編成していることが多く、「レギュラーの1時間枠」という条件の下で、結果的に日本テレビの番組が多くセレクトされることになった。
- (5) 現在の地上波放送では、生放送されているバラエティ番組はほとんどないが、TBSの『オールスター感謝祭』や朝日放送の『M-1グランプリ』などがこれにあたる。
- (6) 2022年11月6日放送の『ワイドナショー』のスタジオ部分を確認したが、出演者のコメントフォローテロップは1枚も入れられていなかった。
- (7) 2022年11月6日放送の『笑点』を確認したが、出演者のコメントフォローテロップは1枚も入れられていなかった。
- (8) 例えば2021年6月18日放送の『さんまのまんま初夏SP』の中でさんまは、吉岡里帆に対して「やっぱり漫才とかそういうのは、“間”で行きたい時があるやんか」とコメントフォローテロップを嫌う理由について語っている。
- (9) 2022年9月5日放送の『月曜から夜ふかし』では、「こんなに（スタジオの）カメラが動かない番組ってないのよ」（マツコ）、「だってあなたも動かないから」（村上信五）とのやり取りが交わされていた。
- (10) 今回の調査対象番組には入っていないが、『さんまのお笑い向上委員会』の2022年9月3日放送分を調査した結果、コメントフォローテロップは1枚も入れられていないことが確認できた。
- (11) 1998年5月27日の朝日新聞夕刊「テロップだけが芸じゃないけど… テレビ番組制作現場に聞く」の記事の中で、コメントフォローテロップの起源の一つとも言われている番組『進め！電波少年』の土屋敏男プロデューサーのコメントが紹介されている。土屋は「テレビがなんとなく視聴されている今、笑うために見てほしい部分を視聴者が見逃しているかもしれないと考え、字幕で

強調したくなる」と話しており、番組制作者として“視聴者のながら見”を強く意識してテロップを入れていることが明かされている。

引用・参考文献

- 岩崎達也 (2016) 『日本テレビの「1秒戦略」』小学館  
加地倫三 (2012) 『たくらむ技術』新潮社  
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 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』2000年4月号 30-35  
呉恵卿 (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』Vol. 30 37-53  
坂本衛 (1999) 「氾濫する字幕番組の功罪」『GALAC』1999年6月号 36-39  
設楽馨 (2012) 「NHKバラエティ番組に見る文字テロップの変遷—テレビにおける表記実態と機能の分化—」『武庫川女子大学紀要 人文・社会科学編』59号 1-9  
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』32-58 ひつじ書房  
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 13-20  
南部美砂子、新関亮太、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』  
福永聖子、片山徹也、庄山茂子 (2014) 「異なる文字色を用いた和食の料理番組の印象評価」『人間と生活環境』21 (2) 85-91  
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」『国文目白』55号 日本女子大学国語国文学会  
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—番組のジャンルと語用論的要素に着目して—」『早稲田日本語研究』22号 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变化—」『江戸川大学紀要』第30号 149-163  
ラリー・遠田 (2018) 『とんねるずと『めっちゃイケ』の終わり <ポスト平成>のテレビバラエティ論』イースト・プレス  
NHK 放送文化研究所 『2020年国民生活時間調査』