

日韓のバラエティ番組における演出の特徴と比較

菊地 愛実

近年、韓国は日本に比べてコンテンツ産業のグローバル展開に成功しており、日韓の放送コンテンツの輸出額における格差は年々広がっている。日韓の放送コンテンツについて、ドラマやアニメを主題とした研究はあるものの、バラエティ番組に焦点を当てた研究は未だ少ない。バラエティ番組は多彩な素材と制作技法を活用しているため演出表現が自由な環境にあるといわれるが、そこには、日韓両国の番組制作における演出の特徴が反映されていると考えられる。

そこで、本研究は、日韓のバラエティ番組における演出について、その共通点と相違点を明らかにすることを目的として調査と分析を行った。

調査対象は、プライムタイム(19時～23時)に放送されている番組、全国で放送されている番組、動画配信サービスでも視聴が可能な番組の三つの条件を満たすバラエティ番組、計90本(日本56本、韓国34本)とした。研究方法は、鹿島(2013)の分類方法を参考にした番組カテゴリーの分類と、古閑(2013)を参考にした計45項目の調査項目についてのコーディング調査とした。

調査と考察の結果、日韓の共通点はイラストや写真を用いる演出や1画面を数カットに分ける演出を多用することであり、それぞれの演出の目的は、視聴者の理解を助けるためや複数人のリアクションを一度に伝えるためであることが明らかになった。日韓の相違点は、日本では番組カテゴリーで「トークバラエティ」が最も多く、内容は、トークが中心で出演者が多く、毎話変更され、スタジオセットとひな壇や司会者を置く演出が多いこと、また、相対的にテロップの数量が少ないのが特徴であるのに対し、韓国では番組カテゴリーで「ドキュメンタリー型バラエティ」が最も多く、内容は、VTR中心で出演者はレギュラー陣のみであり、相対的にテロップの数量が多いのが特徴であるといえる。

海外においては、他国の出演者による内輪受けのトークよりもVTRによるロケーションで映し出された珍しい光景のほうが親しみやすく、また、テロップによる情報量の多さもわかりやすさにつながるとすれば、こうした両国の演出の差異は、放送コンテンツの海外展開に影響する要因の一つであると考えられる。

本研究は、テレビ番組のジャンルのうち、バラエティ番組を対象を限定したものであるが、日韓のバラエティ番組の演出要素における共通点と相違点を明らかにしたことは、国際比較に基づく番組研究および放送コンテンツの海外展開に資する知見を提供する成果があったといえる。今後は、バラエティ番組だけでなく、ドキュメンタリーを含むテレビ番組全般に対しての日韓比較研究が期待される。

(指導教員 辻 泰明)