

映画ポスターのキャッチコピーにおける書体の違い
による鑑賞意欲への影響 (研究の進捗発表)

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2020-05-13 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 自閑, 彩夏 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10297/00027449

映画ポスターのキャッチコピーにおける書体の違いによる鑑賞意欲への影響

自閑彩夏(情報社会学科)

本研究では、書体そのものが与える印象とキャッチコピーが与える印象が合致することで、映画ポスターを対象として、作品評価及び鑑賞意欲が向上すると仮定し、映画ポスターの映画ポスターを対象として、キャッチコピーにおける書体選択の影響に重要性について調査する。具体的には、まず映画ポスターを49枚収集し使用されている書体の分別を行う。次にその中から、6ジャンル（恋愛,アクション,サスペンス,ドラマ,コメディ,アニメ）、各3作品ずつの計18作品を選定し、キャッチコピーの書体を変えた複数のサンプルを複数のパターンを作成する。書体は5種類（新ゴシック,新マルゴシック,正楷書,リュウミン,フォーク）用意する。所属研究室の学生10名を対象に予備実験を行った結果では、書体が作品評価に影響を与えていることが明らかになった。次に、本実験では被験者を増やし、静岡大学情報学部生66名を対象に、それらを用いたアンケートによって印象を調査し、鑑賞意欲や作品評価への影響を明らかにする。