

文字エフェクトの傾向から見た日中の審美感の比較

Comparison of daytime aesthetics seen from character effect trends

于 慕妍

指導教員 菊池 司

東京工科大学 メディア学部 メディア学科 菊池研究室

キーワード：文字エフェクト，審美，傾向，日中比較

1. はじめに

文字エフェクトソフトの急速な発展とともに、文字効果の加工も進化している。今では多くの人が文字加工ソフトを通じてポスター・デザイン、文字エフェクト加工自分で作ることができる。日中は同じ漢字を使うですが、様々な理由で同じ文字でも使う文字エフェクトの傾向は全く違うである。

2. 関連研究

日本と中国は同じアジアに属しながら風土・環境・文化・生活意識等の違いによって、色彩やデザインに対する嗜好性が異なる。配色や柄パターンというカラーを用いたデザインの傾向性から、両国の嗜好の共通点や相違点を見つけることができる[1]。中国と日本では漢字が使われていますが、日本語には漢字、ひらがなとカタカナがあり、現代の日本語表記の多様性から、日本語における漢字、ひらがなとカタカナの併用により、日本語の文字は全く異なる視覚効果を示している[2]。文字フォーマットによって、違うイメージを与える。ロゴタイプは線の太さ、字間、フォントにより受けるイメージが変わってくる。文字の線の太さの加減により、繊細さから力強さ、女性的から男性的なイメージへ変化する。字間は狭ければ元気や活気、広ければ落ち着きやおおらかさを与える[3]。

3. 研究目的

日本と中国の文字効果を比較して、それらの同じ点と異なる点を探してある。比較を通じて日本と中国の審美的な違いの原因を探す。日本でも中国でも流行する文字の効果をまとめることを提案してある。

4. 研究対象

同じ映画の日本版ポスターと中国版ポスター、ファッション誌の日本版表紙と中国語版表紙と同じ書籍の日本語表紙と中国語表紙。

5. 日中文字エフェクト比較

指定範囲内の文字エフェクトサンプルを収集し、分類することにより、使用する字体フォント、色とエフェクトの組み合わせを分析し、その客観的に存在する相違コンテンツを抽出してある。以下5つをまとめである。

(1) レイアウトの位置好み。日中ポスター例を比較すると、中国の映画のポスターはポスターの写真情報を強調するのが好きであり、文字は通常、ポスターの上部または下部に配置されている。日本のポスターはその中央に文字を配置するのが多くことである(下記の図①を参照)。



図① 同じ映画の日本語版ポスターと中国語版ポスターのフォント配置の違いの例

(2) 日本漢字と中国漢字の差。簡体と繁体の差。
漢字と日本語はとも漢字を使用しますが、中國本土では簡体字を使用し、日本では繁体字を使用してある。フォントの違いにより、視覚効果も異なる(図②)。



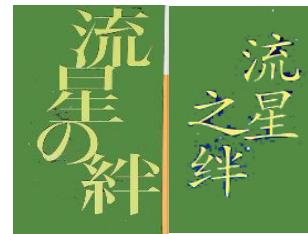
図② 同じ映画のポスターでの簡体字と繁体字の使用の違いの例

(3) 色使う好み。中国は日本より相対的に明るく鮮やかな色を使う傾向がある(図③)。



図③ 日中ポスター色使い比較例

(4) 日本語の特殊な構成方式。漢字とひらがなとカタカナの組み合わせである。日本語には漢字、カタカナとひらがなが併用される場合があり、カタカナとひらがなは漢字の形によって作られた文字の効果が異なる(図④)。



図④ 日中ブックカバーの比較例

(5) 中国語文字のシンプルさ。ファッション誌ヴォーグの中国版と日本版の表紙を比較すると、中国版の字は非常に少なく、雑誌の名前以外に余分な文字情報はほとんどないである。日本版の表紙は雑誌の内容も加えて、たくさんの文字情報がある(図⑤)。



図⑤ ファッション誌ヴォーグの中国版と日本版の表紙の比較例

6. 今後の課題

アンケート調査の実施。主観的な原因による文字エフェクトに対する日本と中国の審美的な違いがあるかどうかを証明するために、日本人と中国人にそれぞれアンケート調査を行うである。

参考文献

- [1] 稲葉隆(2007). 日中における配色及び柄パターンに関する嗜好性の研究. 日本色彩学会誌, 31, pp. 108-109
- [2] 今野真二 (2017). 『漢字とカタカナとひらがな』. 平凡社
- [3] 森崇圭・菊池司(2016). ラフ集合によるロゴタイプ・マーク構成要素の分類に基づいたモーショングラフィックスの生成. 映像情報メディア学会技術報告, 40(11), pp. 49-52