

色・書体・影の組み合わせが日本語文字の印象に及ぼす影響に関する研究

Study on the Effect of Combination of Color, Typeface and Shadow on the
Impression of Japanese Font

1W130040-1 石田 美和子 指導教員 坂井 滋和 教授
ISHIDA Miwako Prof. SAKAI Shigekazu

概要：本研究は、色・書体・影の組み合わせによって日本語文字がどのような印象を与えるのかを検討したものである。4種類の色・3種類の書体・3種類の影の組み合わせによって表した計36種類の日本語文字群を対象とし、印象を評価する実験を行った。被験者に36種類の日本語文字群を見せ、SD法をもとに作成した7段階の尺度を持つ形容詞対25組からなるアンケートを用い、印象の評価を記入してもらった。得られた評価値をもとに因子分析を行った結果、3因子が抽出された。評価値をもとに作成した折れ線グラフ、因子分析の結果からそれぞれの日本語文字群が与える印象を分析し、考察を行った。文字の色・書体・影の組み合わせによって影響を与える因子が異なることなどがわかった。

キーワード：色、書体、影、セマンティック・ディファレンシャル(SD)法、因子分析

Keywords: color, typeface, shadow, Semantic Differential scale method, Factor analysis

1. はじめに

日常生活の中で私たちが目にする文字はさまざまな色や形をしており、それぞれ違う印象を与えている。スマートフォンやコンピューター、テレビなど、私たちが使用する多様なディスプレイにおいて、文字が与える印象は重要である。近年は4Kや8Kなどの開発が進んでおり、ディスプレイ上の表現力は上がっている。だからこそ、そこに映る文字は細かい部分まで気を配る必要がある。これまで、色や形の印象、色と書体の組み合わせによる日本語文字の印象などに関する研究が行われてきた。しかし、影の効果に着目した研究は見当たらない。色・書体・影の組み合わせが日本語文字の印象に与える影響を検討するため本研究を行った。

2. 色と形が与える印象

大山(1997)によると、長波長の色である赤

や橙、黄色などは暖かいという印象、短波長の色である青や藍などは、冷たいという印象を与える。また、長波長の色は近く、短波長の色は遠くに感じる。赤がもっとも暖かく、近く感じられ、青はもっとも冷たく、遠く感じられる。その間は色相順に印象が変化する。

山口・王・椎名(2004)は、図形の印象をSD法によって評価する実験を行った。「曲線的な図形」は柔らかい印象、「規則的な閉図形」は安定した印象、「複雑で直線的な図形」は活動的な印象を与えるとされる。

3. 色と書体の組み合わせによる日本語文字の印象

本田・廣瀬・森(2011)は、4種類の色、3種類の書体を組み合わせた計12種類の日本語文字に対する印象の研究を行った。実験結果を因子分析することによって4つの因子が抽出された。「美しい-醜い」「良い-悪

い」などの形容詞対からなる第 1 因子は書体の影響、「陽気な-憂鬱な」「暖かい-冷たい」などからなる第 2 因子は文字色の影響、「重い-軽い」「浅い-深い」などからなる第 3 因子は文字色、書体双方の影響、「硬い-柔らかい」「安定した-不安定な」などからなる第 4 因子は文字色の影響を受けやすいと述べられている。

4. 評価法

実験に用いる日本語文字の印象を評価する方法として、SD 法を採用した。SD 法とは、オズグッドが最初に理論構成を行った評価法で、測定概念に対応した形容詞対を構成し尺度を持たせるといふものである。計 25 組の形容詞対を用いることとし、評価段階は 7 とした。

4. 実験と分析

4 種類の色、3 種類の書体、3 種類の影の組み合わせによる計 36 種類の日本語文字群の印象を SD 法によって検討した。被験者は iMac (Retina 5K, 27-inch, Late 2015) ディスプレイ上に呈示される日本語文字群を見て、7 段階の尺度を持つ形容詞対 25 組でその印象を評価しアンケート用紙に記入した。

得られた評価値をもとに折れ線グラフの作成、因子分析を行った。3 因子が抽出され、第 1 因子から順に整然因子、重厚因子、快活因子とした。

5. まとめ

本研究は、色・書体・影の組み合わせが日本語文字の印象にどう影響するのかを検討するために行った。その結果、濃い影と薄い影が日本語文字の印象に影響を与える

ことなどがわかった。しかし、濃い影の影響が大きいのか、薄い影の影響が大きいのか、またはどちらの影響も大きいのか、まではわからないものもあった。影による印象への影響をさらに明らかにするためには、影を付けない場合も含め、影の濃さをより細かい段階にわけ、どれくらいの濃さから印象が変わるのかを調べる必要があると思われる。影と文字の距離を変化させることによっても印象は変わるのではないかと考えられる。また、今回よりも多くの文字色や書体や影を採用し、たくさんの人に実験に参加してもらうことで、より正確なデータを出せるだろう。今回の研究は日本語文字で行ったが、英語など他の言語を用いて研究を行っていく必要もあると思われる。

この研究が進んでいくことで、広告に使われる文字、本や映画の題字など、言葉の意味だけでなく文字の視覚的な印象が重要になる場面や、高解像度ディスプレイでの文字の表現において、より効果的な色・書体・影の組み合わせの日本語文字を使用する助けになるとと思われる。

注：

*1 大山正「色彩の知覚とその心理効果」, 『可視化情報学誌』17(64), p. 2-7, 可視化情報学会, 1997.

*2 山口由衣・王晋民・椎名健「図形の心理物理的特徴と意味的特徴の対応関係」, 『認知心理学研究』1(1), p. 45-54, 日本認知心理学会, 2004.

*3 本田達矢・廣瀬信之・森周司「色と書体の組み合わせによる日本語文字の印象の変化」, 『信学技法』18, p. 127-132, 社団法人電子情報通信学会, 2011.