

単語の意味の印象と文字表記形態の印象の一致度に関する調査 An investigation into the degree of the harmony between the images of the meaning of the word and the typography.

宮代こずゑ

Kozue Miyashiro

筑波大学

University of Tsukuba

kozuem@human.tsukuba.ac.jp

Abstract

This study is about the degree of the harmony between the impression of the meaning of the word and the typography. 154 words were selected out and shown by *hiragana*, the Japanese cursive syllabary and *kanji*, the Chinese character. And, each word were shown by three Japanese typography; '行書体', 'ポップ体', '古印体'. Then, the questionnaire that requests that evaluate the degree of the harmony between the impression of the meaning of the word and the typography was made and proceeded. The ANOVA was performed on the degree of the harmony and it revealed that there is significant difference between the typography in most of the words. These results suggest that typography has a particular image. We would be able to make the communication of information better with using the images of typography.

Keywords —typography, the meaning of the word, the degree of the harmony

【問題と目的】

本研究は、単語の意味の印象と文字表記形態の印象の一致度が潜在記憶に及ぼす影響を調査することを目的とした研究の予備調査として行われたものである。

Pope(1983)によれば、1890年頃のアメリカでは、「広告」と「告知」が同義であった時代が終わり、それまでの「お知らせ広告」から「説得する広告」への重大な転換が起きた。つまり、「広告表現を魅力的に作り、それによって読んでもらうようにする」ということが必要になったのである。具体的には、イラストや装飾、レイアウトを重視し、見る者のイメージふくらませてくれるような広告が登場した。その背景として、広告量増加に伴い広告同士の競争が激化し、「目立つ」ことがより重要になったことが指摘される。この広告競争の激化は現代においても留まらず、今では

至る所に視覚的な言語情報が横溢している。よって、文字で表した主体を見る者の心にどれだけ印象付けられるかということはますます重要になってきているように思える。現在、町中にあふれる看板、ちらし、商品のパッケージなどにおいて発信される文字情報には、その情報に印象が一致する文字表記形態がごく自然に使用されている。しかし、それにもかかわらず、その印象一致度を直接測定した研究はまだ報告されていない。特定の単語の意味の印象と特定の文字表記形態の印象が有意に一致することが示され、さらにどの文字表記形態にはどの単語が一致するのか、ということが明らかにされれば、今後、情報の発信者がより効率的な情報伝達を行うのに役立つだろう。そこで本研究は、単語の意味の印象と文字表記形態の印象の一致度を調査することを目的とした。「文字表記形態」とは広い概念であるが、本研究においては、日常生活で使い分けることがより容易なタイポグラフィ(*typography*)に焦点を絞って検討する。

調査 I

【方法】

被験者 : 95 名 (男性 19 名、女性 70 名、性別未回答 6 名、平均年齢 20.69 歳)

内、A パート 47 名 (男性 9 名、女性 33 名、性別未回答 5 名、平均年齢 19.61 歳)

B パート 24 名 (男性 8 名、女性 16 名、平均年齢 20.87 歳)

C パート 24 名 (男性 2 名、女性 21 名、性別未回答 1 名、平均年齢 21.58 歳)

実験材料 : 太田ら(1991)、森・太田(1991)の

単語完成課題の中から、ひらがな 5 文字であり、送り仮名を持たずに漢字だけでも表記できるものを選び出した。その際、ゲシング率が 0%より上で 60%以下であるものに限って選出した。藤田(1997)の単語完成課題の中からも同様に、送り仮名を持たない漢字に変換できるもの、かつ、正答率が 0%より上のものを選び出した。それらの単語の内、他の単語完成課題から選出したものと重複した単語を削除した。その中で、被験者 6 名(すべて 22 歳女性)に対し「単語を漢字表記した場合の読み仮名がわかるかどうか」と「単語の意味がわかるかどうか」のテストを行い、「漢字表記が一般的でないもの」と「単語の意味が分かりにくいもの」については削除した。そうして選び出した 154 語をひらがなで表記したものについて、それぞれタイポグラフィ 3 種類(行書体、ポップ体、古印体)で表し、その一致度を 5 件法(全然一致していない(1)、あまり一致していない(2)、どちらとも言えない(3)、一致している(4)、よく一致している(5))で評価してもらった質問紙を作成した(図 1 参照)。さらにその質問紙は、1 人の被験者に回答してもらうのに適切な長さにするため、A~C の 3 つのパートに分割された。教示は『単語の印象』と『フォント(タイポグラフィ)の印象』の一致度を評価してください」というものであった。

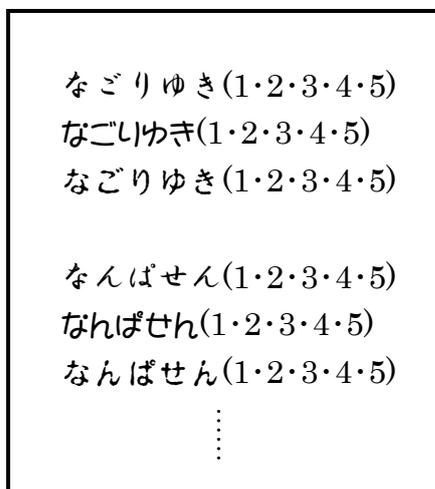


図 1 質問紙の例

手続き：被験者に質問紙を配布し、回答してもらった。

【結果】

回答データに欠損値が含まれていた為、A パートから 1 名、B パートから 1 名の合計 2 名の被験者を分析対象から除外した。それから、それぞれの語の印象一致度について、タイポグラフィを要因とした一元配置分散分析を行った。そして結果が非有意であった単語は削除対象とした。それから多重比較を行い、多重比較で有意差が出た項目の内、「3.50 以上の印象一致度評価平均値を持つ単語 - タイポグラフィの組み合わせ」と「2.50 以下の印象一致度評価平均値を持つ単語 - タイポグラフィの組み合わせ」を同時に含む単語 119 語を選び出した。この 119 語と印象が一致するタイポグラフィ及び印象が不一致のタイポグラフィ、さらにそれらの印象一致度評価平均値を一覧にしたものの一部は付表 1 として末尾に添付されている。網掛けになっている単語は、「ひらがな表記では印象一致度評価平均値にタイポグラフィ間で有意差が出たが、漢字表記にした際に有意差が出なかった単語」である。

【考察】

単語の意味・文字表記形態の印象一致度を直接調べた研究としてはこの論文が初であるが、ほとんどの単語において、タイポグラフィ間に有意差が出ることが確認された。次に、単語を漢字表記にした場合も同じ結果になるかどうかを確認するために予備調査 II を行う。実験 I と同様の結果になるというのが筆者の立てた仮説である。

調査 II

【方法】

被験者：予備調査 I とは別の被験者 265 名(男性 117 名、女性 131 名、性別未回答 17 名、平均年齢 17.94 歳)

内、A パート 84 名(男性 49 名、女性 29 名、

性別未回答 6 名、平均年齢 17.67 歳)

B パート 83 名(男性 32 名、女性 47 名、性別未回答 4 名、平均年齢 18.10 歳)

C パート 98 名(男性 36 名、女性 55 名、性別未回答 7 名、平均年齢 18.06 歳)

実験材料：予備調査 I と同様。但し、単語はすべてひらがなではなく漢字で表記した。

手続き：予備調査 I と同様。

【結果】

予備調査 I と同様に、それぞれの語の印象一致度について、タイポグラフィを要因とした一元配置分散分析を行った。そして結果が非有意であった単語は削除対象とした。それから多重比較を行い、多重比較で有意差が出た項目の内、「3.50 以上の一致度評定平均値を持つ単語 - タイポグラフィの組み合わせ」と「2.50 以下の一致度評定平均値を持つ単語 - タイポグラフィの組み合わせ」を同時に含む単語 75 語を選び出した。この 75 語と印象が一致するタイポグラフィ及び印象が不一致のタイポグラフィ、さらにそれらの印象一致度評定平均値を一覧にしたものの一部は付表 2 として末尾に添付されている。

網掛けになっている単語は、「漢字表記では印象一致度評定平均値に有意差が出たが、ひらがな表記にした際に有意差が出なかった単語」である。

【考察】

興味深いことに、調査 II の結果は調査 I とは大きく異なっていた。まず、漢字表記にすると、ひらがな表記のときと比べて、タイポグラフィごとの印象一致度評定値に有意差が出た単語の数がずっと少なかった。これは、漢字とひらがなという表記形態の根本的な相違によるものであると考えることができる。つまり、漢字は「音」の情報に加えて「意味」という情報も表しているため、それを読む際、ひらがな表記に比べて高い水準の処理が必要になる。よって、タイポグラフィの持つ知覚的な効果があらわれにくかったこと

が示唆される。また、有意差が出た単語自体もひらがな表記と漢字表記では異なっているものが多かった。さらに、ひらがな表記と漢字表記とでは印象が一致するタイポグラフィや印象が不一致なタイポグラフィが異なる単語もあった。たとえば、おなじ「かみしばい(紙芝居)」という単語でも、ひらがな表記の場合はポップ体が印象一致タイポグラフィになり、漢字表記の場合は行書体が印象不一致タイポグラフィとなった。このことから、文字形態を変化させると単語の印象そのものが変化する可能性がある。但し、文字形態を変化させても印象一致・不一致タイポグラフィが変わらない単語も 60 語存在した。単語の持つ意味と、その印象一致・不一致タイポグラフィを考え合わせると、「ポップ体」はかわいらしさを、「古印体」は禍々しさを表すのに向いているように思える。これは、生田目・石川(1999)の言語によるフォント(タイポグラフィ)イメージ評価の結果である「古印体=古典的でおどろおどろしいフォント」、「ポップ体=ポップで軽い陽気なフォント・繊細でかわいいフォント」と一致する。また、生田目・石川(1999)においては、「行書体=和風で色気のあるフォント」というイメージ評価結果が出ていたが、本研究においてどの単語においても不一致タイポグラフィになることはなかったことから、様々なシーンで広く利用できる可能性のあるタイポグラフィだということが言えるだろう。明朝体・角ゴシック体・丸ゴシック体のイメージ調査については野宮・渡辺(2000)、渡辺・野宮(2001)、野宮・渡辺(2004)が実施しているが、現在流通しているタイポグラフィは、その数を増すばかりである。タイポグラフィのもつイメージを有効に利用するためにも、今後、様々なタイポグラフィの印象をより詳細に調査することが望まれる。

【参考文献】

- [1]藤田哲也, (1997) “潜在記憶研究における単語フラグメント完成課題の作成について”, 光華女子大学研究紀要, Vol.35, pp. 111-126
- [2]藤田哲也・齋藤智・高橋雅延, (1991) “ひらがな清音 5 文字名詞の熟知価について”, 京都橘女子大学紀要, Vol.18, pp.79-93
- [3]森直久・太田信夫, (1991) “単語完成課題の作成: II”, 筑波大学研究紀要, Vol.13, pp.135-140
- [4]生田目美紀・石川重遠 (1999) “発想を支援するフォントデータベース”, デザイン学研究. 研究発表大会概要集, Vol.46, pp.58-59
- [5]野宮謙吾・渡辺静香 (2000) “書体における視覚的イメージと聴覚的イメージの関係 1: 擬態語からの考察”, デザイン学研究. 研究発表大会概要集, Vol.47, pp.112-113
- [6]野宮謙吾・渡辺静香 (2004) “和文書体の視覚イメージと音声イメージの関係”, デザイン学研究 Vol.50, No.6, pp.11-18
- [7]太田信夫・小松伸一・原田悦子・寺澤孝文, (1991) “単語完成課題の作成: I” 筑波大学研究紀要, Vol.13, pp.131-134
- [8]Pope, Daniel., (1983) “The making of modern advertising.” New York: Basic Books.
(邦訳「説得のビジネス」伊藤長正・大坪檀監訳 電通)
- [9]田中洋・丸岡吉人 (1991) 仁科貞文監修 “新広告心理” 電通
- [10]渡辺静香・野宮謙吾 (2001) “書体における視覚的イメージと聴覚的イメージの関係について2: エレメント形状のイメージ調査” デザイン学研究. 研究発表大会概要集, Vol. 48, pp. 276-277

付表1. 調査Iにて選出された語(ひらがな表記)の例と

その印象一致・不一致タイポグラフィ、及びそれらの印象一致度評定平均値

注1) タイポグラフィ番号：1=行き体 2=ポップ体 3=古印体

注2) 印象一致タイポグラフィが2つあった単語は、より印象一致評定平均値が高いものを選んで表記してある。同様に、印象不一致フォントが2つあった単語は、より印象一致評定平均値が低いものを選んで表記してある。

	印象一致タイポグラフィ(印象一致度評定平均値)	印象不一致タイポグラフィ(印象一致度評定平均値)	多重比較における有意確率
あいきどう	1(4.59)	2(1.78)	0.00
あいことば	2(4.04)	3(1.63)	0.00
あまもよう	1(3.78)	3(1.83)	0.00
あめおとこ	1(3.63)	3(2.37)	0.00
いいなづけ	1(4.28)	3(1.65)	0.00
いかいよう	1(3.61)	2(1.65)	0.00
いそうろう	1(3.93)	3(1.89)	0.00
いちだいじ	1(3.50)	2(2.26)	0.00
いなびかり	1(3.80)	2(2.35)	0.00
いろおとこ	1(4.26)	3(1.50)	0.00
いろめがね	1(3.74)	3(1.63)	0.00
うるうどし	1(4.57)	3(1.80)	0.00
おおみそか	1(4.78)	3(1.52)	0.00
おやしらず	1(3.76)	3(2.39)	0.00
おやふこう	1(3.59)	2(1.76)	0.00
かおなじみ	2(3.63)	3(1.48)	0.00
かがみもち	1(4.48)	3(1.54)	0.00
かくぎとう	2(4.20)	3(1.57)	0.00
かけぶとん	1(4.35)	3(1.63)	0.00
かぜぐすり	2(4.37)	3(1.74)	0.00
かたいなか	1(4.04)	3(1.74)	0.00
かつおぶし	1(4.89)	3(1.80)	0.00
かつかざん	1(3.63)	2(2.26)	0.00
かみしばい	2(4.48)	3(1.80)	0.00
かみひとえ	1(4.35)	3(1.87)	0.00
からげんき	2(3.61)	3(1.74)	0.00
かんこどり	1(4.24)	3(1.93)	0.00
くさまくら	1(4.74)	3(1.85)	0.00
けいむしよ	1(3.63)	2(1.78)	0.00

付表2 予備調査Ⅱにて選出された語(漢字表記)の例とその印象一致・不一致タイポグラフィ、及びそれらの印象一致度評定平均値

タイポグラフィ番号：1=行書体 2=ポップ体 3=古印体

印象一致タイポグラフィが2つあった単語は、より印象一致評定平均値が高いものを選んで表記してある。同様に、印象不一致タイポグラフィが2つあった単語は、より印象一致評定平均値が低いものを選んで表記してある。

	印象一致タイポグラフィ(印象一致度評定平均値)	印象不一致タイポグラフィ(印象一致度評定平均値)	多重比較における有意確率
合気道	1(4.85)	2(1.71)	0.000
合言葉	2(3.50)	3(2.50)	0.048
後始末	1(3.52)	2(2.33)	0.000
胃潰瘍	1(3.80)	2(2.24)	0.000
一大事	1(4.21)	2(2.13)	0.000
稲光	1(4.24)	2(2.33)	0.000
色男	1(3.93)	3(2.43)	0.000
親不孝	1(3.56)	2(2.31)	0.000
角砂糖	2(3.77)	3(2.25)	0.000
活火山	1(4.15)	2(2.44)	0.000
紙芝居	1(3.94)	3(2.23)	0.000
紙一重	1(4.49)	2(2.06)	0.000
貴金属	1(4.20)	2(2.39)	0.000
草枕	1(4.55)	2(2.42)	0.000
刑務所	1(4.49)	2(1.82)	0.000
遣唐使	1(4.55)	2(2.49)	0.000
考古学	1(4.44)	2(2.49)	0.000
古文書	1(4.73)	2(2.12)	0.000
試金石	1(3.65)	2(2.48)	0.000
思春期	1(4.12)	3(2.36)	0.000
視神経	1(3.68)	2(2.48)	0.000
私生活	2(4.33)	3(2.50)	0.000
実力	1(4.83)	2(1.69)	0.000
四天王	1(4.83)	2(1.65)	0.000
寿命	1(4.37)	2(1.81)	0.000
十字架	3(4.27)	2(2.08)	0.000
新世界	1(4.47)	2(2.36)	0.000
心電図	1(3.99)	2(2.34)	0.000