

海外映画作品の邦題決定の理由、原因を多角的に検証していき、
良い邦題決定をし、普及するためにはどのようにすべきかを考える。

・問題

作品のイメージ、興行収入を損ねない、邦題はつけられないものか。
そのタイトルの合理性を言語の構造、文化的要因から比較・類推していく。

・洋画の原題と邦題の比較、第三の国でのタイトルと原題と邦題の比較。

映画内容とのマッチング度、他国でのタイトルとその邦題の比較、映画内容とのマッチング度を比べる。タイトルの決定に際した国による差異を探り、言語の構造・文化についての理解を深めつつ、そこから国独自の常識だけでなく、文化から生まれる感覚的な部分をも踏まえて、本当にふさわしいタイトルがついているのか、検証していく。

・現状

作品のイメージ、興行収入に大きな影響を与えうる海外作品の邦題の質が疑わしい。
配給会社によって、個体差はあるに違いないが、全体としてぱっとしない印象といえる。

数々の作品の邦題を手がけたウォルト・ディズニー・ジャパンの宣伝プロデューサーの脇坂守一氏の邦題の決定のインタビューから、
タイトル自体のわかりやすさ、第一印象、内容が伝わる、面白さが想像できること、の四つを大事にしているとのこと。文化的要因、言語の構造に加えこの4つの点も合わせて検証していきたい。

例

She's the man→アメリカンピーチパイ

Easy A→小悪魔はなぜモテる？！

etc.....