

◆テーマ

メディア媒体とコミュニケーションのあり方～映画館の担う役割とその機能～

◆問題提起

現在、映画の見方が多様化している。これまで、映画を見る際には“映画館”という手段しか存在しなかった。しかし、人々のライフスタイルの変化と共にインターネットやデジタルの技術が発展し、映画館だけではなく“テレビ”や“DVD”、特に最近では“動画配信サイト”（Hulu\* 1 や Gyaol\* 2 ・ TSUTAYA TV 等）で映画を視聴する事が可能になってきている。

それにも関わらず、現在でも“映画館”に直接足を運ぶ行動が見られる。この事は、同じ映画作品であっても、映画を見る人によって「映画館で視聴する作品」と「デジタル配信の形で視聴する作品」ではそれぞれ異なる要素を持っているのではないかという仮説が成り立つ。そして、映画館というメディアは人々の間で行われるコミュニケーションにどのような影響を与えているのか、というのをこの研究で明らかにしたい。

◆手法

映画館動員数等の数値  
アンケート・インタビュー

◆仮説

映画館に足を運んで映画を観る事とそれ以外とでは、時間、場所、金額以外に何か異なる要素があるのではないかと考えられる。そして、映画館に足を運んで映画を観る事は、ただ映画館に足を運ぶという事ではなく、何かの行動の一つとして、リアルでのコミュニケーションの場の 1 つとして映画館に足を運ぶのではないかと考えられる。

◆参考文献

「映画館ビジネスと今後の課題」小川真央（2012 年） ほか

◆プラン

現在、アンケート集計中（36 人程）。中間発表までに考察等々進める予定です。  
10 月上旬に考察を行い、以降は 3D 映画の事も含めた研究を行う予定です。