

女性時尚雜誌封面的視覺分析 以《裝苑》為例

指導教授：曾靜娟 老師

研究學生：朱珍儀、蔡宜霖
林亞蓓、吳家綾
蘇庭卉

摘要

在現今社會，在眾多媒體管道之下，閱讀雜誌的人口還是相當多，並沒有因為這些原因而銷聲匿跡。雜誌的美術編排設計，是跟隨著時代及讀者的喜好而變化萬千的，即使是長久以來廣受讀者歡迎的雜誌，為了反映出當下最流行的訊息，也會不定期的改版及更新編排方面，得以將最新穎現代的設計呈現給讀者。而本研究欲將研究對象訂為市面上的時尚流行雜誌，對時尚流行雜誌之封面、以及人物報導文章中的標題、圖片、與文字描述作量化的內容分析，以探討時尚雜誌中的性別角色呈現。

關鍵詞：女大學生、視覺設計、VI、BI、CI視覺識別

壹、緒論

一、研究動機

以現在資訊和網路的發達來說，雜誌並不是大家唯一能得到情報的媒體管道。但是閱讀雜誌的人口還是相當多。其中女性雜誌以流行時尚類為讀者介紹最新服飾、美妝、兩性議題等趨勢為主，儼然成為女性讀者消費意見領袖與流行指標。

本研究探討各種封面視覺設計要素與女性流行時尚雜誌封面感性意象之間的關聯，欲藉此做為日後美術編輯人員針對雜誌封面設計的參考依據。

二、研究目的

一本雜誌的設計、排版，主要會鎖定讀者群的特性，設計出適合族群閱讀的感覺，雜誌所呈現的風格特色，完全依賴設計與排版的控制，創造出讓目標讀者群感到容易閱讀，能夠喜愛這樣的視覺效果，這就是雜誌設計封面的重要之處。

三、研究架構圖

本研究以三個自變相作為假設，分別以學院，居住地，及閱讀頻率與雜誌封面視覺形象中的整體感，傳達性，色彩情感，結構性，象徵性五大因素，探討下列假設：

- 假設：台灣地區女大學生依不同學院，居住地，閱讀頻率對《裝苑》女性雜誌封面整體感無顯著差異。

- 假設：台灣地區女大學生依不同學院，居住地，閱讀頻率對《裝苑》女性雜誌封面傳達性無顯著差異。

- 假設：台灣地區女大學生依不同學院，居住地，閱讀頻率對《裝苑》女性雜誌封面色彩情感無顯著差異。

- 假設：台灣地區女大學生依不同學院，居住地，閱讀頻率對《裝苑》女性雜誌封面結構性無顯著差異。

- 假設：台灣地區女大學生依不同學院，居住地，閱讀頻率對《裝苑》女性雜誌封面象徵性無顯著差異。

四、研究假定

(一)女性消費者會為了喜愛《裝苑》而購買或是被封面吸引而去購買。

(二)女性消費者期待何種的女性雜誌封面設計與特質，以及用什麼方式呈現它。

(三)雜誌封面視覺影像與封面描述的呈現對消費者購買雜誌慾望的影響程度。

五、研究方法

(一)量化研究法

(二)國內外文獻的收集與分析