

MASTER'S THESIS

認識廣告背後的文化價值觀: 以內容分析探討中國大陸及香港的護膚/化妝品雜誌廣告中表達的「洋化」價值

蕭韻琪

Date of Award:
2005

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and intellectual property rights for the publications made accessible in HKBU Scholars are retained by the authors and/or other copyright owners. In addition to the restrictions prescribed by the Copyright Ordinance of Hong Kong, all users and readers must also observe the following terms of use:

- Users may download and print one copy of any publication from HKBU Scholars for the purpose of private study or research
- Users cannot further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- To share publications in HKBU Scholars with others, users are welcome to freely distribute the permanent URL assigned to the publication

認識廣告背後的文化價值觀：
以內容分析探討中國大陸及香港的護膚/化妝品雜誌
廣告中表達的「洋化」價值

蕭韻琪

傳理學文學碩士

畢業論文

指導老師：蕭小穗博士

香港浸會大學

傳理學院

香港二〇〇五年七月

摘要

此研究主要探討「洋化」這項文化價值有否表現在中國及香港的護膚/化妝品雜誌廣告內，以及比較兩地「洋化」的程度。在 2004 年的 7 月至 12 月期間，一共選取了 362 個兩地的護膚/化妝品雜誌廣告進行詳盡的分析。並以 Mueller (1992)對「洋化」的定義作為藍本，歸納了五個主要項目進行研究，分別是：模特兒的種族、廣告文字的表現形式、廣告的背景、「現代化」的表現及廣告內表現的西方文化。研究發現，一如之前學者對中國電視廣告的分析結果，中國的護膚/化妝品雜誌廣告內，明顯已經被「洋化」；相比起香港這被英國政府統治 150 多年的城市，中國的護膚/化妝品雜誌廣告的數量比香港為多，但「洋化」的程度上卻不及香港。

目錄

致謝詞.....	i
摘要.....	ii
目錄.....	iii
第一章 研究背景.....	1
第二章 文獻回顧.....	4
第一節 文化價值.....	4
第二節 學者對廣告及文化價值觀的研究.....	5
一. 東西方的廣告所反映的文化價值觀.....	5
二. 中國大陸的廣告中所顯示的文化價值.....	6
三. 中國大陸及香港廣告所反映的文化價值觀.....	6
第三節 現時護膚/化妝品廣告的情況.....	8
第四節 「洋化」的文化價值.....	9
一. 「洋化」的價值觀.....	9
二. 「現代化」的價值觀.....	11
第三章 研究目的及研究問.....	13
第一節 「洋化」的價值觀.....	13
第四章 研究方法.....	15
第一節 研究方法.....	15
第二節 選取的媒體 / 樣本搜集.....	15
第三節 解讀方法.....	17
第五章 研究結果.....	18
第一節 中國大陸護膚/化妝品雜誌廣告中被「洋化」的情況.....	18
一. 模特兒的種族.....	18
二. 廣告文字的表現形式.....	18
三. 廣告的背景.....	20
四. 「現代化」的表現.....	20
五. 廣告內文字表現的西方文化.....	21

第二節	香港護膚/化妝品雜誌廣告中被「洋化」的情況.....	23
一.	模特兒的種族.....	23
二.	廣告文字的表現形式.....	23
三.	廣告的背景.....	23
四.	「現代化」的表現.....	23
五.	廣告內文字表現的西方文化.....	24
第三節	比較兩地的化妝品雜誌廣告中被「洋化」的情況.....	24
第四節	比較兩地的化妝品雜誌廣告中被「洋化」的程度.....	25
一.	運用西方言語的程度.....	25
二.	「現代化」的程度.....	26
三.	模特兒的外表、衣著及態度.....	27
(一)	模特兒的妝容.....	27
(二)	模特兒的年紀.....	27
(三)	模特兒的表情及姿態顯示的態度.....	28
(四)	模特兒的衣飾.....	28
四.	廣告內表現的西方文化.....	30
第六章	討論及總結.....	33
第一節	中國大陸護膚/化妝品雜誌廣告很大程度上被「洋化」.....	33
一.	廣告文字的表現形式.....	33
(一)	硬銷及指出產品優點.....	33
(二)	運用英文或外文表達.....	34
二.	「現代化」的表現.....	34
三.	廣告內表現的西方文化主義.....	35
四.	模特兒的種族.....	35
五.	廣告的背景.....	36
六.	廣告給解讀者的印象.....	36
第二節	中國大陸被「洋化」的護膚/化妝品雜誌廣告比香港的為多.....	37
第三節	香港的護膚/化妝品雜誌廣告被「洋化」的程度， 很大程度上較中國大陸的「洋化」程度為深.....	39
一.	廣告中出現的英文或外文.....	39
二.	「現代化」的表現.....	39
三.	模特兒的外表、衣著及態度.....	40
(一)	模特兒的年紀.....	40
(二)	模特兒的表情及姿態顯示的態度.....	40
(三)	模特兒的衣飾.....	40

四. 廣告內表現的西方文化.....	41
第七章 限制.....	44
參考書目.....	45
附錄.....	50
附錄一 解讀圖表	
附錄二 運用英文或外文表達的廣告 - 廣告以中英對照的形式出現	
附錄三 西方化的背景的廣告 - 有激光穿透產品	
附錄四 西方化感覺的廣告 - 光頭的模特兒	
附錄五 西方化感覺的廣告 - 模特兒「型格」的飾物	
附錄六 西方化感覺的廣告 - 廣告以試管作背景	
附錄七 廣告中出現的英文或外文 - 廣告以全英文表達	
MA Dissertation PLAGIARISM DECLARATION FORM.....	58