

基礎造形學報徵稿辦法

99 年 05 月 22 日基礎造形學報編審委員會議決議通過

99 年 07 月 15 日基礎造形學報編審委員會議決議通過

105 年 10 月 07 日基礎造形學報編審委員會議決議通過

109 年 08 月 05 日基礎造形學報編審委員會議決議通過

110 年 03 月 05 日基礎造形學報編審委員會議決議通過

一、宗旨

本學報為中華民國基礎造形學會發行的期刊，以促進基礎造形學術研究與創作為宗旨，目前暫定每年出刊一期，業務單位為本學會編輯委員會。

二、徵稿內容

基礎造形學報（以下簡稱本學報）以刊載未經其他刊物發表之學術論文、創作論文、技術報告及教學報告等為原則，並依情況增加邀稿論文或報導性文章。

三、投稿規定

1. 除特約稿件外，每篇稿件以 12-24 頁為限，編排須以偶數頁為計算。
2. 投稿者請填寫投稿報名表（附件二）乙份、稿件乙份（WORD 檔案格式、PDF 檔案格式各一份、及原列印尺寸的解析度 300dpi 圖檔），刊出後贈送作者該期論文 2 本。
3. 投稿稿件經採用刊載，不得在其他刊物發表。刊登前，作者必須簽具著作權讓與同意書（如附件四），始得刊登。
4. 本刊隨時接受投稿，國內外投稿審查費每篇新台幣 1,500 元，審查通過後之刊登費為 1,500 元，繳費方式國內投稿者以現金或匯票寄達，國外投稿者開立美金支票或購買美金匯票，匯票抬頭或受款人請填「中華民國基礎造形學會」，將收據影本連同稿件 email 學報主編(tbda.journal@gmail.com)。
5. 投稿稿件一經送審後，不得於審查期間要求撤回或審查通過後不刊載，如需撤回或不刊載，則需自付該篇之審查及業務費用。
6. 基於鼓勵投稿者發表文章之立場，本學報提供撰寫品質改良與學報格式修正服務，讓投稿者能在良好撰寫品質與符合學報格式下，更專注於文章內容主體之撰寫。若審查委員之審查表於文章撰寫品質項目有回覆為「待加強」者，投稿者可選擇接受這項服務，編修費用為 1500 元，或自行進行文章品質加強之修改。

四、審查委員之推薦與送審

1. 由主編依稿件性質推薦審查委員 2 人，二位委員審查意見不同時，送第三位委員審查。
2. 審查委員須具有該論文領域的學術專長並具備相當於副教授以上資格者。
3. 推薦及選定審查委員人選時，應以密件辦理，不得徵詢作者意見或告知之。
4. 送審時應檢附審查函，論文稿件，審查意見表（如附件三），及審查費收據等相關資料予審查委員。
5. 稿件審查時間以一個月為原則，逾一個月仍未回覆者，視同放棄審查稿件，本學報將不採用其審查結果及不發給審查費。若為「修改後再審」之稿件，本學報得逕行將稿件寄由其他審查委員審查。

五、審查結果評定

1. 稿件審查結果分為四個等級，(A) 推薦刊登，(B) 修改後推薦刊登，(C) 修改後再審，(D) 不推薦。
2. 論文稿件接受刊登與否，以兩位審查委員之審查意見綜合評定之。評定之基準如下表：

稿件審查參考表

第一位外審 第二位外審	A	B	C	D
A	推薦刊登	修改後刊登	修改後再審	第三審
B	修改後接受	修改後接受	修改後再審	修改後再審
C	修改後再審	修改後再審	修改後再審	退件
D	第三審	修改後再審	退件	退件

3. 審查稿件經三次判定為 (C) 修改後再審者，為能迅速結案縮短審查時程，本學報得逕判定為 (D) 不推薦。
4. 「修改後再審」稿件，需附「修改說明書」說明修改的情形。審查結果不論接受與否均應知會作者。

六、編輯、校對與刊登

1. 審查通過之稿件由主編核定出刊稿件篇數後，進行編輯事宜。每期以 4-6 篇為原則。
2. 編輯完成後，稿件送交作者校對，校對時間以 10 天為限。
3. 同一期同一作者以刊載一篇論文為原則，如作者係一人以上者，則以第一作者為認定基準。
4. 稿件刊登後，文責由作者自負。如有一稿兩投或其他違反學術倫理之情況，經調查確認者，本學報三年內得不接受其投稿。

七、稿件格式

1. 請上網下載最新投稿範例並且套用於文章，以符合稿件格式。
2. 論文各部份依序為首頁、英文摘要、中文摘要、內文（含圖、表、註解）、附錄、參考文獻。
3. 論文首頁需包含中英文之題目、作者姓名、服務單位，不寫身份職等。
4. 中英文作者姓名，有兩個以上作者時，依對論文貢獻程度順序排列，在姓名後以*，**，***記號區別之。並在姓名下方註明作者之服務機關。設計作品如係二人以上合作完成者，亦依貢獻程度順序排列。中文姓名以微軟正黑體 12P 呈現，英文姓名以 Times New Roman 12P 呈現。
5. 中英文摘要以 400-500 字為限，並列出關鍵詞 3 至 5 個。
6. 文章章節之編序以壹、貳、參...為章，以一、二、三...為節，以（一）、（二）、（三）...為小節來標示。英文用 1、2、3...為章，1-1、1-2...為節，1-1-1、1-2-3...為小節。
7. 內文中的數字皆以阿拉伯數字表示之。
8. 圖、表製作必須清晰，圖、表中所有字體以打字體完稿，並附有明顯的編號、標題及出處說明。
9. 表之標題、說明及資料來源附於表上，圖之標題、說明及資料來源附於圖下。圖、表之標題編號皆以表 3、圖 9 等阿拉伯數字體表示之。表之標題、說明及資料來源文字齊左排列。圖之標題、說明及資料來源文字置中排列，惟文字超過一行時，齊左並適當凸排。
10. 題目標題為微軟正黑體，一律不加粗，18P；內文大標題如摘要、章、結論等，為微軟正黑體，15P；內文小標題一律用微軟正黑體，13P；摘要的內容為新細明體，12 P；內文字體為 12P 新細明體；圖與表之標題、說明文字為新細明體，12P；表之內容文字為新細明體，10P，圖中若包含文字，則以可讀為原則。參考文獻標題為微軟正黑體，15P；字體以中文新細明體、英文 Times New Roman 11P 表示。
11. 本學報規格為 18.7*26 公分，取橫式單欄排列；上下左右留 2 公分，裝訂邊 0.5 公分；頁緣距頁首及頁尾分別為 2 與 1.6 公分；橫排 34 列。
12. 表或圖片安插於內文之適當位置，從頁面的上方往下排列，以頁面的 1/2 上方為原則，亦可集中於全一頁。圖表自行編排，表以不斷開為原則。
13. 變換章（大標題）要前後空分別為 1.5 與 0.5 行；節（中標題）前後空分別為 1 與 0.5 行。在變換小項（小標題）時，前後空分別為 0.5 與 0.25 行。遇圖表編排前空 0.75 行字。
14. 章（大標題）、節（中標題）、小標題、小項等一律齊左排列。所有標題不可單獨排於頁尾，可多空白一行。
15. 英文字體使用 Times New Roman 字體；論文英文題目級數為 18P，其他英文字體（內

- 文、摘要等等），則配合中文（新細明體）之規定適當調整。
16. 文章的每一段落開頭，縮排二字。內文中若遇非標題條列式的敘述，以 1、2、3... 編排，次編排為(1)、(2)、(3)... 且不縮排。
 17. 外文專有名詞第一次出現時，請以全形圓括弧註明原文。
 18. 外國人名，請直接使用原文。英文人名（John）及專有系統名詞每字字首大寫；一般英文名詞一律小寫（design）。
 19. 引文分「意引」及「詞引」：意引為轉述改寫不加引號；詞引為原文照用需加單引號（「」），若引文中另含引句時，則引句前後加雙引號（『』）。意引及詞引均須在適當位置標註年碼，例如「有研究認為...（張文明，2004）。」，或「張文明（2004）指出...」。引用全書（文）之主旨觀念者可不附頁碼。
 20. 若引文較長時，應分段處理，以標楷體 12P 表示之，左右各縮排二字，並與前後文間空一行。英文字體仍使用 Times New Roman。於文後附引文來源。
 21. 內文中有強調之處，請以字體加粗處理。英文引文若有強調處，請以斜體字處理。
 22. 凡內文中有使用「...」時，請一律以三點標示。
 23. 所有英文、阿拉伯數字及與其相連之括號，以及文獻引用標示所使用之括號、逗號、冒號等，請一律使用 Times New Roman 半形字體。所有中文以及文獻引用標示所使用之括號、逗號、冒號等，請一律使用全形字體。

八、參考文獻引用

內文引用時，作者 1 至 2 人，列出全部作者，如：張淳淳（2008）、吳秋燕與林奇秀（2016）、Lin（2020）、Griffiths 與 King（1986）、（邱炯友、李韻玟，2019；Chen & Chen, 2019）。此外作者 3 人以上時，只列出第一位，其他作者以“et al.”或「等」呈現，如林菁等（2016）、Marshall 等（2010）、（蔡娉婷等，2019；Chen et al., 2017）。不同類型的文獻，如期刊、雜誌為一期多卷、圖書有特定版次等者，於文後呈現如下所示：

1. 期刊文章

Cole, T. W., Han, M. J., Weathers, W. F., & Joyner, E. (2013). Library marc records into linked open data: Challenges and opportunities. *Journal of Library Metadata*, 13, 163-196

林菁（2018）。國小探究式資訊素養融入課程之研究：理論與實踐。教育資料與圖書館學，55(2)，103-137。

2. 雜誌文章

Milliot, J. (2020, February 17). Publishers, printers meet to talk shop. *Publishers Weekly*, 267(7), 10.

邱炯友（2019年3月）。大學出版社與大學圖書館之開放取用（Open Access）政策合作與分享。臺灣出版與閱讀，5，4-7。

3. 紙本圖書

Manguel, A. (2009). *The library at night*. Yale University Press.

邱炯友、林瑞慧（2014）。學術期刊羅馬化：APA、Chicago (Turabian) 與羅馬化引文格式規範。淡江大學出版中心。

4. 紙本圖書特定版本／版次

Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *Film art: An introduction* (10th ed., International ed.). McGraw-Hill Education.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6th ed.). Routledge.

林東泰（2008）。大眾傳播理論（增訂三版）。師大書苑。

5. 翻譯作品

Steger, A. (2010). *The book of things* (B. Henry, Trans.). BOA Editions. (Original work published 2005)

Luey, B. (2013)。學術寫作與出版：從期刊文章、專書、教科書到大眾書（陳玉莘譯）。群學。（原著出版於 2009 年）

6. 研究報告

Johnson, R., Watkinson, A., & Mabe, M. (2018, October). *The STM report: An overview of scientific and scholarly publishing* (5th ed.). International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers.

林雯瑤（2018 年 1 月 31 日）。學術傳播速度與學術期刊創新機制之關聯性研究(MOST 105-2410-H-032-058)。淡江大學資訊與圖書館學系。

7. 專題研討會

Poff, D. C. (2019, May 4-7). *Diversity/inclusion in research and publication ethics* [Conference presentation]. 2019 CSE Annual Meeting, Columbus, OH, United States.

Giles, E., & Meyers, J. (2019, June 20-25). *Beyond information: Showing wider roles public libraries can play in the fight against HIV/AIDS in Africa* [Poster presentation]. Washington, DC, United States.

Wipawin, N., Wongkaew, C., & Sarawanawong, J. (2018, August 24-30). *Should OA journals be sealed?: Case of journals in Thai-Journal Citation Index* [Paper presentation]. World Library and Information Congress: 84th IFLA General Conference and Assembly, Kuala Lumpur, Malaysian.

洪振洲、安東平、馬德偉、張伯雍、林靜慧（2018 年 12 月 18-21 日）。中古佛教寫本資料庫數位編碼〔海報發表〕。2018 第九屆數位典藏與數位人文國際研討會，新北市，台灣。

陳夏民、鄭聿（2019年2月12-17日）。出版新型態與獨立書店的未來想像〔專題演講〕。2019台北國際書展，台北市，台灣。

溫達茂（2015年12月26日）。圖資開放鏈結系統與應用初探〔研討會演講〕。圖書資訊學的傳承與創新：教資/資圖45週年學術研討會，新北市，台灣。

8. 博碩士論文

Abdoh, E. (2019). *Implications of social networks on medication information- Seeking among middle eastern international students: An exploratory Study* [Unpublished doctoral dissertation]. University of South Carolina.

Paige, B. E. (2017). *Open data portals in northern New England states* [Unpublished master's thesis]. University of British Columbia.

林瑞慧（2014）。台灣學術期刊引用文獻羅馬化現況研究：以 *TSSCI*、*THCI Core*、*A&HCI*、*SSCI* 及 *Scopus* 收錄期刊為例〔未出版之碩士論文〕。淡江大學資訊與圖書館學系。

張衍（2016）。海峽兩岸檔案學教育之沿革與發展研究〔未出版之博士論文〕。國立政治大學圖書資訊與檔案學研究所。

9. 網路相關資源

Crotty, D. (2020, March 6). Ritual, process, and social interaction: The world's oldest surviving video rental store. The Scholarly Kitchen.

<https://scholarlykitchen.sspnet.org/2020/03/06/ritual-process-and-social-interaction-on-the-worlds-oldest-surviving-video-rental-store/>

洪文琪、陳明俐、紀凱齡、劉瑄儀、莊裕澤（2019年6月20日）。如何避開掠奪性期刊及研討會的陷阱。Research Portal 科技政策觀點。

<https://doi.org/10.6916/STPIRP.2019-06-20>

九、投稿作業流程（附件一）

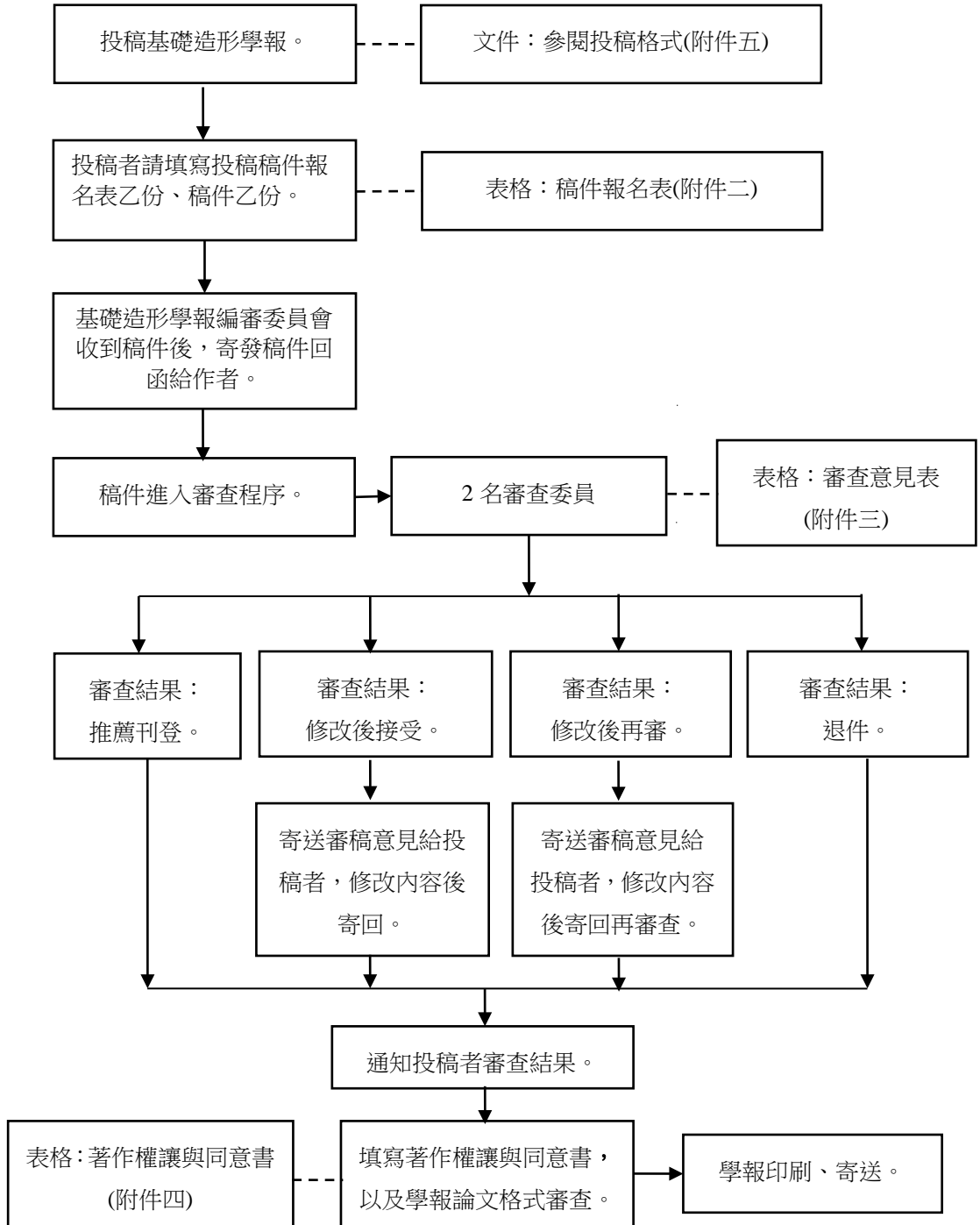
十、投稿稿件報名表（附件二）

十一、審查意見表（附件三）

十二、著作權讓與同意書（附件四）

十三、論文格式範例（附件五）

基礎造形學報投稿作業流程



附件二：投稿稿件報名表

基礎造形學報投稿稿件報名表

論文編號 (編輯單位填寫)		
第一作者 所屬單位		
中文題目		
原文或 英文題目		
作者資料	姓名	學校或單位
第一作者	中文	
	英文	
共同作者 1	中文	
	英文	
共同作者 2	中文	
	英文	
共同作者 3	中文	
	英文	
作者代表 或連絡人		
通訊資料	電話：	手機：
	通訊地址：	
	Email 帳號：	
<p>以上投稿之稿件本人及其他所有作者均未曾投稿刊載在其他刊物或已接受刊載，特此聲明。如有聲明不實，而致使貴刊違反著作權法或引起版權糾紛，本人願負一切法律責任。</p> <p>第一作者簽名：_____ 年__月__日</p> <p>作者代表簽名：_____ 年__月__日</p>		

基礎造形學報審查意見表

論文編號				
論文名稱				
<p>※ 本表將影印送作者參考，為保密計，請配合以打字方式處理。若不敷使用，請另以 A4 紙張填寫。</p> <p>審查意見（需 300 字以上）：</p>				
文稿屬性	<input type="checkbox"/> 學術論文	<input type="checkbox"/> 創作論文	<input type="checkbox"/> 技術報告	<input type="checkbox"/> 教學報告
文稿撰寫品質	<input type="checkbox"/> 優良		<input type="checkbox"/> 佳	<input type="checkbox"/> 待加強
審 查 結 果	<input type="checkbox"/> A 推薦刊登 <input type="checkbox"/> B 修改後推薦刊登 <input type="checkbox"/> C 修改後再審 <input type="checkbox"/> D 不推薦 （以上請擇一勾選）		審查人簽章： 審畢日期： 年 月 日	

基礎造形學報

著作權讓與同意書

因應網路時代，推廣期刊內容，提高期刊影響力，基礎造形學報將進行期刊數位化計畫，歷年已出刊學報內容會公開於基礎造形學會官方網站，及相關合作之期刊資料庫平台，以提供全球讀者線上服務。茲將同意書列述如後，期盼您的大力支持，共同提升本期刊影響力。

請通聯作者 **老師代表所有共同作者皆同意在投稿文章被刊登後，其著作財產權無償讓與給：基礎造形學報**

本篇著作審查通過後將刊登於 **基礎造形學報** 第 * 卷第 * 期

篇名：

共同作者姓名：

上述讓與範圍：本校得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或數位化等各種方式重製後散布發行或上載網路或授權與其他公司，但作者仍保有著作人格權，並保有本著作未來自行集結出版、教學等個人使用之權利。

立書人簽名：

(請親筆正楷簽名)

中華民國 年 月 日

The Relationship of Cognitive Age, Need for Cognition and Advertising Effect for the Elderly

xxx Yu* xxx Lin**

*xxx Department, xxx University

**xxx Department, xxx University

Abstract

The growing aging population worldwide has raised the importance and opportunities of the aging marketing. Although there are many studies focus on the field of gerontology, but most of them are limited in the medical treatment, nursing and social welfare. This study aims to understand the cognitive psychology of the elderly as a reference of marketing communication. In order to interpret the communication effects of the elderly after reading the advertisement, this paper focuses on both cognitive age reflected the self-perception and need for cognition showed the depth of message thinking. Two sections are included: the first section is the study on cognitive age and need for cognition of the elderly; the second section is the investigation on the effects of cognition, affection and action after reading advertising samples.

Keywords: The elderly, Advertising effect, Cognitive age, Need for cognition

高齡者之認知年齡、認知需求與廣告效果之關係

余○○* 林○○**

*○○大學○○系

**○○大學○○系

摘要

世界高齡人口的驟增，提升了高齡市場的商機與重要性，近年來國內雖然累積了老人學的研究與調查，但是多受限於醫療養護與社會福利的範疇。本研究基於了解高齡者的認知心理作為行銷溝通的參考依據，進行以高齡者對自我知覺反應的認知年齡以及訊息思考程度的認知需求兩項調查，藉此了解高齡者閱讀廣告時的溝通效果。本研究的規劃上共分為兩大部分，第一部份是高齡者之認知年齡與認知需求的量表調查。第二部份是高齡者閱讀廣告樣本在認知、情感與行動等三效果階層的調查。

關鍵字：高齡者、廣告效果、認知年齡、認知需求

壹、前言

一、研究背景與動機

根據台灣行政院經建會的統計資料，年齡介於 45-64 歲之高齡前期人口，約佔有總人口的 30%，預估到了 2026 年則更攀升至 45%，也是近台灣總人口的一半。

二、研究目的

高齡化不再只是年齡的過程而已，而是世界社會人口結構的現象，也是各國必須共同面對的重要課題。因此本研究基於了解高齡者的認知心理，作為行銷溝通的參考依據，進行以高齡者對自我知覺反應的認知年齡以及訊息思考程度的認知需求兩項調查，藉此了解高齡者閱讀廣告時的溝通效果。

貳、文獻探討

一、高齡者

(一) 高齡者的消費行為

世界各國因社會制度與國情的差異，對於「老年」有著不同的生理年齡與定義。台灣老年學的調查泛指 60 歲以上的長者，內政部則明文定義 65 歲以上之人稱為高齡者，而老人社會福利更細分為 45-54 歲為高齡（中年）前期、55-64 歲為高齡（老年）初期、65-79 歲為高齡中期，以及 80 歲以上為高齡後期（江亮演，2009）。世界各國因社會制度與國情的差異，對於「老年」有著不同的生理年齡與定義。台灣老年學的調查泛指 60 歲以上的長者，內政部則明文定義 65 歲以上之人稱為高齡者，而老人社會福利更細分為 45-54 歲為高齡（中年）前期、55-64 歲為高齡（老年）初期、65-79 歲為高齡中期，以及 80 歲以上為高齡後期（江亮演，2009）。

世界各國因社會制度與國情的差異，對於「老年」有著不同的生理年齡與定義。台灣老年學的調查泛指 60 歲以上的長者，內政部則明文定義 65 歲以上之人稱為高齡者，而老人社會福利更細分為 45-54 歲為高齡（中年）前期、55-64 歲為高齡（老年）初期、65-79 歲為高齡中期，以及 80 歲以上為高齡後期（江亮演，2009）。世界各國因社會制度與國情的差異，對於「老年」有著不同的生理年齡與定義。台灣老年學的調查泛指 60 歲以上的長者，內政部則明文定義 65 歲以上之人稱為高齡者，而老人社會福利更細分為 45-54 歲為高齡（中年）前期、55-64 歲為高齡（老年）初期、65-79 歲為高齡中期，以及 80 歲以上為高齡後期（江亮演，2009）。

世界各國因社會制度與國情的差異，對於「老年」有著不同的生理年齡與定義。台灣老年學的調查泛指 60 歲以上的長者，內政部則明文定義 65 歲以上之人稱為高齡者，而老人社會福利更細分為 45-54 歲為高齡（中年）前期、

55-64 歲為高齡（老年）初期、65-79 歲為高齡中期，以及 80 歲以上為高齡後期（江亮演，2009）。世界各國因社會制度與國情的差異，對於「老年」有著不同的生理年齡與定義。老年學的調查指 60 歲以上的長者，內政部明文定義 65 歲以上之人稱為高齡者，老人社會福利更細分為 45-54 歲為高齡（中年）前期、55-64 歲為高齡（老年）初期、65-79 歲為高齡中期，以及 80 歲以上為高齡後期（江亮演，2009）。

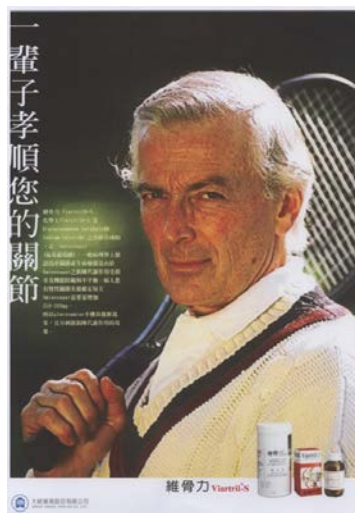


圖 1 維骨力廣告測試樣本

高齡者對新產品的學習與接收速度較年輕人緩慢，對熟悉的產品也因既有知識與過去的產品經驗，會在資訊提供與傳播過程造成差異化的態度。整體產品知識的建構過程與高齡者自身的背景、學歷、社經地位或經濟能力有很大的關係。當高齡者的使用經驗愈多，與外界聯繫愈密切或是自信程度愈高者，都會有較好的產品資訊的概念（尼爾森媒體，2009）。

1. 心理慣性強，對商品、品牌的忠實度高：老年人在長期的消費過程逐漸形成了比較穩定的消費態度和消費方式，老年人在長期的消費過程逐漸形成了比較穩定的消費態度和消費方式，老年人在長期的消費過程逐漸形成了比較穩定的消費態度和消費方式，對某一商品、品牌的偏愛一旦形成，就不會輕易改變。因此，作為商家需注意：

- (1) 要想吸引老年人來消費，就要注意企業的“老字型大小”，對傳統商標進行大量宣傳。

- (2) 如果企業能夠獲得老年人的認可，就會擁有一批相對穩定的消費者，成為開開與增值的重要管道。

表 1 認知需求對整體廣告效果之檢定結果

變異來源	型 III 平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
認知需求	9.855	1	9.855	23.606	.000**
誤差	59.281	142	.417		
總和	69.136	143			

2. 注重實用，追求方便：老年人對商品實際的功用比較注重，選擇商品以方便、實惠為主。由於年齡的關係，老年人在購買過程中，希望有一個良好、方便的購物環境。因此，對於老年用品，操作要簡單，說明書和價格標籤要清晰明瞭。同時，手續簡潔、服務周到也會增加老年消費者的滿意程度。

參考文獻

林東泰 (2008)。大眾傳播理論 (增訂三版)。師大書苑。

林菁 (2018)。國小探究式資訊素養融入課程之研究：理論與實踐。教育資料與圖書館學，55(2)，103-137。

陳夏民、鄭聿 (2019 年 2 月 12-17 日)。出版新型態與獨立書店的未來想像 [專題演講]。2019 台北國際書展，台北市，台灣。

Cole, T. W., Han, M.-J., Weathers, W. F., & Joyner, E. (2013). Library marc records into linked open data: Challenges and opportunities. *Journal of Library Metadata*, 13(2-3), 163-196.

Wipawin, N., Wongkaew, C., & Sarawanawong, J. (2018, August 24-30). *Should OA journals be sealed?: Case of journals in Thai-Journal Citation Index* [Paper presentation]. World Library and Information Congress: 84th IFLA General Conference and Assembly, Kuala Lumpur, Malaysian.