

文化創意產業中消費文化的議題設定：以誠品的書店誌為例

本研究以誠品書店自行出版的書店誌《提案 on the desk》為樣本，運用議題設定理論與框架理論，分析自 2013 年 4 月至 2017 年 11 月的《提案》每月封面主題（Cover Story），將主題們予以適當分類後，探討誠品書店如何建構這些主題，以及這些主題如何呼應商場經營策略。研究結果發現，族群特殊命名、主題人物的現身說法、議題的故事性氛圍、與封面故事一氣呵成的商品介紹，都是《提案》的議題設定策略，以此引發消費者共鳴，進而有助銷售。

關鍵字：文化創意產業、誠品書店、消費文化