

漸層背景對品牌圖像設計之影響： 視認度與偏好

專題研究學生：工管四A 991050101 黃楷鈞

工管四A 991050110 何泉億

工管四A 991050112 陳韻中

工管四A 991050128 蕭榮成

指導教授：柯亞先 老師



研究目的:在文字閱讀方面，有關視認度之研究不少，但是在品牌之圖像設計時，從視覺傳達的觀點，來探討「螢幕特性對品牌設計之視認度之影響」，則少有文獻可資參考；但亮度對比與色彩組合，無疑是影響品牌圖像視認度的重要因素。此外，廣被使用的漸層背景亦是影響品牌視認度的重要因素，但目前有關漸層背景多屬於物理或計算機工程演算法領域之研究，因此本研究將以單色彩漸層 (Simple color gradient) 為例，探索「漸層背景對品牌視認度之影響」。

研究方法:受試者：徵求120位大專校院學生參與本次實驗，受試者校正後之視力應達20/25 (即0.8) 以上，且均無色盲等眼睛疾病。設備配置：包括個人電腦，17 吋TFT-LCD 螢幕，Minolta色彩分析儀(CA-100)，Topcon視力計(SS-3 screenscope)，色盲檢驗圖。環境照度設為400 lux，無眩光與反光。

結果與討論:性別的主效果未達顯著水準。字型的主效果達顯著水準($F=5.57, p=.05$)，Arial字型較TNR (Times New Roman) 為佳。

視認時間的主效果達顯著水準($F=177.39, p=.01$)，12秒的視認度最佳，9秒次之，6秒的視認度最差。其餘交互作用均未達顯著水準。

Source	SS	df	MS	F		Observed Power
SEX	122.41	1	122.41	1.04		0.17
FONT	656.47	1	656.47	5.57	*	0.65
TIME	41805.26	2	20902.63	177.39	**	1.00
SEX * FONT	8.48	1	8.48	0.07		0.06
SEX * TIME	19.66	2	9.83	0.08		0.06
FONT * TIME	25.03	2	12.52	0.11		0.07
SEX * FONT * TIME	143.89	2	71.94	0.61		0.15
Error	83424.64	708	117.83			

