

A Comparative Study on the Articles Content of Domestic Licensed Fashion Magazines

-Focus on the Korea Marie Claire, Bazaar, Vogue and Elle-

Hye-Eun Noh

Ewha Womans University

In this era of unlimited information and the Internet, numerous licensed fashion magazines are currently in publication to satisfy the varied tastes of customers and their demand for more profound information and intensive news. However, a significant study on licensed fashion magazines has yet to be conducted despite the importance of the Korean fashion magazine industry.

This study compared the publication frequency of fashion-related articles in each licensed magazine, which influence the differentiation and identity of the featured magazine, and measured the extent of the influence of these licensed fashion magazines on the fashion field and customers. It is also hoped that this study would contribute to the development of licensed fashion magazines and other kinds of magazines.

Research was conducted on the table of contents and fashion articles of four licensed fashion magazines: namely, Marie Claire, Bazaar, Vogue and Elle. The composition and characteristics of their contents pages were then compared and their differentiation and number of fashion articles were analyzed. Through this process, more effective ways of advancing the characteristics of each licensed fashion magazine were determined.

The main results of this study are as follows:

First, Marie Claire needs to supplement its trend-oriented articles with information-related articles, including trends, news and interviews

with fashion personalities. Even though cultivating women is one of the concepts of fashion magazines, Marie Claire was found to be the weakest among the four magazines in terms of shopping, collection and news items, with the exception of style.

Second, Bazaar needs to feature more profound articles on designers, models and CEO's of leading brands. Even though it publishes professional information on fashion and beauty as part of its image as a professional fashion magazine in the fields of fashion and beauty, it has fewer articles on fashion personalities compared to the other magazines.

Third, Vogue needs to come up with various styling tips in order to provide professional fashion information and meet the reader's tastes. Vogue provides professional fashion information through shopping, brands, interviews with fashion personalities, and graphic features. However, it presents fewer styling trends and tips related to coordination compared to the other magazines.

Fourth, Elle should present professional information on the fashion market to fulfill its characteristic of focusing on marketing. Elle shows a very low publication frequency on shopping and brand-related articles while devoting a significantly higher portion in styling tips, collection and fashion news. Based on these results, each fashion magazine should be modified accordingly to give full scope to their particular characteristics.

국내 라이선스 패션잡지 기사내용에 관한 비교연구

-마리끌레르, 바자, 보그, 엘르를 중심으로-

노혜은

이화여자대학교

우리 주변에는 세계 각국의 라이선스 패션잡지들이 무수하게 쏟아져 나오고 있다. 인터넷의 발달로 인하여 무한 시대에서 독자의 다양한 기호와 함께 패션에 대한 심도 있는 정보 및 기사 제공의 필요성이 그 어느 때보다도 절실히 요구되어지고 있지만 아직까지 체계적인 라이선스 패션잡지에 관한 연구가 많지 않은 것은 한국 패션잡지 산업에 있어서 간과 할 수 없는 문제이다.

본 연구는 라이선스 패션잡지별 차별성과 내용구성에 있어서 그 잡지의 정체성을 결정하는 섹션별 기사와 패션기사 내용의 게재현황을 조사하여 전체 섹션별 기사와 패션기사의 내용구성 및 특징을 살펴본 후, 섹션별 기사와 패션기사의 내용구성을 비교하였다. 또한 이를 통하여 각 라이선스 패션잡지별 특성을 살린 콘텐츠 구축을 제안하였다.

연구방법으로 국내 라이선스 패션잡지 마리끌레르, 바자, 보그, 엘르를 대상으로 한 표본연구, 빈도조사 그리고 통계자료를 병행하였으며 연구범위는 2002년 9월호부터 2003년 8월호까지 총 12개월 동안, 48권의 잡지를 대상으로 하였다. 자료분석 방법으로는 엑셀을 이용하여 목차 페이지의 전체 기사와 패션기사의 10가지 항목을 빈도분석 하였으며 SPSS 10.0을 활용하여 교차분석을 실행하였다.

본 연구를 통해 다음과 같은 결론들을 도출하였다.

국내 패션잡지는 크게 패션과 뷰티, 피쳐를 요소로 그 내용을 구분하고 있으며 지면 할애 비율은 패션잡지마다 약간의 차이를 보이고 있었다. 또한 라이선스 패션잡지 4개지가 추구하는 개개의 잡지컨셉이 있음에도 불구하고 내용을 분석한 결과, 각 잡지별 독창성이 그대로 유지되어지고 있지 않았다.

첫째, 마리끌레르는 여성들의 교양함양이라는 잡지의 컨셉이 있기는 하나 패션잡지라는 잡지성격에 비추어 볼 때, 스타일을 제외한 쇼핑과 컬렉션, 뉴스에서 현저히 낮은 비중으로 나타나 다른 3개지에 비교하여 패션지의 성격이 가장 약한 것으로 조사되었다.

둘째, 바자는 패션, 뷰티에 관한 전문 정보라는 잡지성격에 맞게 전문적인 패션정보를 게재하였으나 타 잡지와 비교해 보면, 패션계 인사에 관련하여서는 비중이 적게 게재된 것으로 조사되었다.

셋째, 보그는 쇼핑과 브랜드, 패션계 인사의 인터뷰와 화보를 통한 전문적인 패션정보를 제공함에도 불구하고 유행 스타일과 관련된 코디네이션 제안 등이 다소 부족하였다.

넷째, 엘르는 스타일 제안과 컬렉션 그리고 패션계 뉴스에 현저히 높은 게재를 보인 반면, 쇼핑과 브랜드 관련 기사에는 매우 낮은 게재빈도를 보인 것으로 조사되었다.

따라서 조사된 4가지 라이선스 패션잡지가 국내개발 콘텐츠를 기본으로 그들의 컨셉에 맞는 콘텐츠를 구축하여 특성화할 필요가 있으며 이를 각 잡지별 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

마리끌레르는 유행경향에 치중된 기사게재보다는 패션지의 성격에 맞는 트렌드와 뉴스, 패션계 인사들의 인터뷰 등 패션 정보제공 기사가 좀 더 필요하며 바자는 디자이너, 모델, 유명 브랜드의 CEO 등 관련 인사들의 좀 더 심도 있는 기사가 게재되어야 하겠다.

보그는 패션에 관한 전문적인 정보 제공에 맞추어 독자들의 기호에 맞는 다양한 스타일링 제안 등이 요구하며 엘르는 마케팅에 중점을 둔 잡지성격에 맞게 패션시장에 관한 전문적인 정보를 제공하여 독자에게 전달해야 하겠다.