استهدف البحث تصميم العنوان في إعلانات المجلات ومدى التزام التصميم بالأسس والقواعد العلمية الخاصة بتصميم عناوين الإعلانات ، ورصد أوجه الشبه أو الاختلاف بين تصميم الإعلان في المجلات العامة ، والمجلات المتخصصة ، والتعرف على نوعية المنتجات والخدمات التي تميز تصميم الإعلان في إعلاناتها عن المنتجات والخدمات الأخرى. وخلصت نتائج البحث من تحليل العنوان من خلال 7 متغيرات هي ( عدد كلمات العنوان،، مكان العنوان، حجم حروف العنوان، صياغة العنوان، الشكل الفني لكلمات وسطور العنوان، لون العنوان ،وشكل حرف العنوان ). إلى أن المكان المفضّل لمعظم العناوين هو قمة الإعلان ، وأن متوسط عدد كلمات العنوان هو 8 كلمات في إعلانات المجلات العامة ، مقابل 10 كلمات في إعلانات المجلات النسائية ، وانحازت صياغة الإعلانات إلى الصياغة التقليدية الداعية إلى شراء المنتج ، وتعددت أشكال الحروف المستخدمة في العنوان إلى 11 شكلاً في المجلات العامة مقابل 10 أشكال في إعلانات المجلات النسائية. و يفضل مصممو الإعلان العنوان استخدام الأحجام المتوسطة للحروف من 20 إلى 40 بنطاً غالباً ، ولتزم مصممو الإعلان غالباً بالشكل التقليدي لكلمات وسطور عناوين الإعلانات باستثناء مجلة نصف الدنيا التي اكتسبت عناوينها أشكالاً مبتكرة و فننية تحاكي أحد أجزاء المنتج أو الخدمة المعلن عنها .وكان اللون الأحمر هو اللون المفضل في تلوين عناوين الإعلانات ، وكان استخدام اللون غالباً لتلوين الأرضيات أكثر منه لتلوين حروف و كلمات العنوان .خطاب الصحفى يعبر عن قوى معارضة .as much as possible of the amount water lost.