

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：戴伯芬

影響女性扮裝與消費因素之探討

—以輔大女學生為例

The case study of female students in the Fu Jen Catholic University

學生：蔡幸芳撰

中華民國一百年十二月

天主教輔仁大學社會學系學士論文

影響女性扮裝與消費因素之探討
—以輔大女學生為例

The case study of female students in the Fu Jen Catholic University

學生：蔡幸芳撰
指導老師簽名：

中華民國一百年十二月

系所章戳：

謝 誌

時光飛逝，還記得我剛上大一那年，一人離家從高雄北上念書，對於剛初入大學殿堂的我，好多事物都感到很新鮮也想多學習，在念社會學系這四年中，我看到更寬廣的世界，彷彿好像是站立於巨人的肩膀上遠遠觀看天下，我知道我學習得還不夠多、也不夠認真，但我真心地感謝上帝能讓我來到輔仁念社會學，在念社會學四年中也曾經徬徨、迷惑過，身陷於社會學的廣大學術領域中的我差點以為自己是走進個連自己都不會感興趣的領域，如今過了三年，回頭看看當時的我，再看看現在的自己，我認為我真的學習到不少東西，也比過去的我更加懂得去思考更多東西。

我的論文能順利完成，要感謝於我的論文指導老師戴伯芬老師，是老師一直辛苦的指導我論文上的問題，連週末我們都還在學校裡討論如何跑統計圖，在我對我論文做不下去、也失去信心時，是戴老師在我身邊鼓勵我持續寫下去的，若不是戴老師的辛苦付出，不會有這本論文的完成，在此要特別向戴柏芬教授說聲謝謝！

也謝謝我的同班同學黃意娟、李霈霖的幫助，我們一同為論文奮鬥的日子，我不會忘記！真心地感謝你們！

中文摘要

本研究主題是影響女性扮裝與消費因素之探討，研究對象是以輔大女學生為例，研究方法採用量化問卷作調查，研究結果發現，就讀學院、有無男朋友、居住地區、受媒體影響程度…等因素，都不會影響女學生的扮裝及消費上的改變。

研究發現今日女學生較以往過去的女性易受到其他因素影響而改變有所不同，這與社會價值觀變遷及女權提升的改變有關，過去社會的風氣偏向保守，女性在社會上也是成男尊女卑的地位；但現今女權意識抬頭之下，女性得到的權利和自由都比以往多，而社會價值觀也在西洋文化及其他文化的交流下，形成多元化的社會價值觀，女性在扮裝上可以有更多選擇及改變，不會再受到傳統社會的價值觀綁住。

英文摘要

This study explores on the factors influence women's makeup and consumption. By interviewing 100 female students in Fu Jen University the new values of young generation are discovered. The behaviors and attitudes of Female students are not influenced by their boyfriends, residential areas, and even media.

This study breaks the hypotheses on female students. Today women are more confident and free to make choices by themselves. Women are involved in makeup and consumption, and not be tied by the traditional social values.

目錄

第一章 緒論	1
一、研究動機	1
第二章 文獻探討	2
一、社會化理論的解釋	2
二、著裝行動的解釋	5
三、模仿理論的解釋	9
四、文獻分析架構	11
第三章 研究方法	12
一、研究問題	12
二、抽樣原則與研究對象	12
三、研究變項介定	12
四、問卷內容	13
第四章 研究分析與結果	15
一、樣本分析	15
二、假設檢視	16
第五章 結論與檢討	20
一、結論	20
二、建議	21
參考書目	22
附錄一 女性服裝與消費行為因素問卷表格	23
附錄二 樣本分析表格	26

第一章 緒論

一、研究動機

研究動機是出於注意到服裝在現今時代中被視為是代表許多含意的物件，而引起筆者對女性服裝研究的動機，現今女性在服裝上可以表現出更多自我想法，不但明顯地表現出了性別，也表現出了渴望、感知、洩露等想法。因此筆者藉由探討輔大女學生衣著，深入瞭解年輕女性的衣著文化，並將其服裝與時空背景、社會角色與位置、人際互動與社會氛圍。並對照輔大女學生的問卷調查結果，建構出服裝所扮演的多層次意義，從而了解服裝、個人、社會的互動關係，為本研究之初衷。

從出生來到這世界上，我們的思想及一切生活就被社會環境所影響著，連身上穿的服裝都是表現出了我們的想法及社會上的變化，就像我們談到『人要衣裝；佛要金裝』這句話也說明了人會因著時間、地點穿著適當的服裝，人人都曉得衣服是社會現象；更進一步說，政治與社會變化可以以服裝為鏡，這正也是我想要探討的部分，以前的人們將衣服視為遮蔽身體的衣物而已，不會將衣服給予過多的意義，但現今社會高度發展化，衣服也從以往的單純意義發展到現今更加多元化，一件不同的衣服怎麼搭配及在哪種場合穿著都有不同的意義。

在現代流行時裝中，服裝的性別是服裝的第一特質；服裝首先表述個人自我，其後是世界。小孩子知道服裝給與他們個人認同，要界定個人身體的內在觀念，必須以其性別觀念為始。在這種界定的持續過程，公開的成人衣著終於變成了一般兩性世界交互的性別表示。時下對性倒錯（譯注：穿著異性服裝或是舉止如異性者）的熱中，只顯示了我們依然深信服裝對男人、女人的象徵性區分，雖然兩性在眾多場合的穿著其實一致，但從這裡我們還是可以看出女性在服裝上的差異文化，而我要探討的重點在於女性穿著衣服在她們身體上展演出了什麼意義及文化呢？過去的社會上，女性的地位及文化總是受到父權的宰制，連穿著的衣服都是趨於保守及依附男性服裝為主，絲毫看不到女性對於服裝有半點意見，女性的服裝設計早期也多半由男性來製作，女性在家該穿什麼樣的衣服或是穿什麼樣的衣服出門都會受到男性的控制，而時代逐漸遷移到今日，社會上的兩性地位不斷地邁向平等，女性的服裝也愈有許多變化，也可以表現出更多的自我想法。

第二章 文獻探討

從社會學中學到人類開始認識及學習社會的第一步是社會化，從嬰兒時期，要學著如何去習慣世界上的日常作息等，穿衣服也是我們學習社會化的第一步，從穿衣服中，我們學習如何打扮得體、如何選衣服，這是稱為社會化的學習過程，衣服是社會化學習的第一步，而服裝又被社會所影響，且衣服與人們的所有行動都有關係，人們穿衣服是為了保護身體，滿足自我表現的慾望，用來顯示自己的社會地位、經濟能力和區分性別，就社會觀點來看，社會化是一個途徑，文化藉此途徑來傳遞，個人透過此一途徑學習有組織的社會生活方式。

一、社會化理論的解釋

彭懷真(2007)提出一個生物人經由訓練才成為一個社會所能接受的人，這是經過長久努力的過程，在這個過程中最重要的特徵就是「自我」(self)的出現。這個自我也就是所謂社會的自我，是經由社會規範訓練和文化薰陶出來的社會人，社會化的過程牽涉到自我的塑造、訓練與改造。

社會學者顧里是美國學的創始者之一，他的研究重點是「自我的社會性」。他認為個人「自我」，是透過社會化的過程，兒童與其他人的互動，而意識到別人對自己的態度，形成「自我」印象。也就是說，「兒童想像到別人對他的看法，這種想法來自於他如何出現在別人腦海中，而表現於別人對他態度的一種反應」，於是兒童獲得「自我」的概念，這個自我概念是小孩子認識自己的基礎，深深影響到日後人格的成長和發展。

「自我」的概念可以透過「鏡我」(looking-glass self)來獲得，「鏡我」有三個要素：(1)我給別人的外表意象；(2)想像別人對此外表的判斷；(3)產生某種自我的感覺。其發展，可從兒童在不同年齡時的反應得到清楚的觀察，若對一歲左右的嬰兒拍照，他的反應通常是不願拍照，因為這時候他還不了解「自我」的概念，到了四、五歲的時候，他逐漸了解學習如何為人所接受，所以拍照時露齒而笑，在他想像中這是為別人所接受的方式之一；同時也容易被他人所接受，所以在拍照時，每個人都高興而笑，這是「自我」的覺醒過程，而這個過程，就是一種社會化的過程，同時，性別社會化和政治社會化都在進化，影響一個人的行為。

顧里指出，我們之所以知道自己是怎麼樣的一個人乃是因為周圍的人一再地以同一類型的詞句形容我們，我們為什麼知道自己是聰明漂亮的，乃是因為大家都這麼說；我們為什麼會認為自己很笨，可能學校安排我到放牛班；許多模特兒表示當年都認為自己不怎麼好看，因為她周圍的人沒人說她漂亮，但就有人鼓勵、激發她的美麗，她也真的愈來愈美。也就是說，我們對自己的評價是從別人的評估裡得到的，正像是我們從鏡子裡才能看見自己的影像一樣。透過顧里的「鏡我理論」來看，人們要學習社會化的發展和在社會化過程成長都是在藉由與他人的互動下進行的，因此在社會化的過程之下，人們會學習到個人所必須內化的內容，包括了社會的價值、信念、態度、行為模式、職業、地位等，就是社會的文化內涵，也透過社會化傳遞給個人了，所以社會化其實是個人學習社會規範的過程，透過這過程，我們得知如何與他人互動，也知道與他人互動的過程中要回應什麼才是適當的反應。

一個人在社會化的過程中，都一直在被社會環境及他人所影響著，環境及他人也塑造出了個人的個性及想法，而社會化過程中，有四種主要被塑造及學習的媒介。

(一) 社會化的四個要素

彭懷真(2007)提出個人從出生到長大扮演社會的角色，最先接觸的環境，是他所屬的家庭，然後逐漸擴大到兄弟姊妹以及鄰居同伴，再由鄰居同伴擴大到學校的同學，最後才踏入社會。所以「家庭」、「同輩團體」、「學校」就是個人社會化的最重要媒介，此外，傳播媒介與網路對個人社會化的影響正逐漸重要。

家庭

家庭是人格形成、人格社會化及人格發展的中心，家庭負有教育兒童社會秩序及文化本質的責任，也負有指導孩子身心發展的責任。「家庭」之所以為個人社會化中最重要的單位，是因為個人長時期的童年依賴通常是生活在家庭內；其次，家庭成員是親密互動關係，是其他團體無法取代的，而這種親密關係，正是個人社會化過程中最重要的因素，所以，家庭不僅是每個人的「初級團體」，更是每個人社會化的第一個媒介。

同輩團體

同輩團體是相似年齡或地位者的結合，例如：朋友、同學、同事等團體，不像家庭與學校，同輩團體通常沒有一套嚴格的程序對其份子進行訓練化，他的主要目的是在提供快樂和情感支持。私黨和幫派(gang)等同輩團體則會有意或無意地強迫團體份子，去接受特別的價值、取向、期望，成年人的同輩團體也會有類似情形，因為個人與親密朋友之間的互動，主要是情緒上的滿足，所以同輩團體的期望與規則，對個別份子有強烈的內化作用。顧里認為同輩團體是給予個人「社會導向」(social direction)的重要機構，在同輩團體中，個人與個人之間的互動關係是面對面的、親密的；同時小團體中人數比較少，能夠產生全人的反應，而且這種關係能夠維持相當長久的時間，所以社會團體在這樣的一個環境中，其價值觀念和行為模式深受同輩的影響，也發展出一種個人角色的架構。

同輩團體在青少年中特別重要，也是一個人由家庭到社會中的主要影響力，它的功能主要有五個：

- 1 發揮成員的想像力，擴展其經驗世界。
- 2 拓展成員的友誼圈，使其了解互助合作的價值及權利義務的關係。
- 3 加強人際關係的觀念，並增進其領導和被領導的能力。
- 4 養成其基本的技能、態度及興趣。
- 5 滿足個人在生理、心裡、社會各方面的需要。

學校

家庭和同輩團體屬於非正式或非制度化的社會機構，而學校則屬於正式化和制度的社會化機構，使個人的人格在一個具有特定功能的教育機構之內，得以成熟發展，在個人人格成長過程中，先有了家庭的模塑，在經由學校的引導，一個人從初級團體的範圍，走向次級團體，並經由學校的教育功能，學習次級團體的角色和價值行為。換而言之，個人在學校環境中，開始學習成人的角色。派深思認為學校有社會化和選擇的兩大功能，對未成年人來說，學校是非常重要的社會化機構，因為學校提供正式的同輩團體和正式教育，學校也幫忙社會篩選人才，

學歷是社會認可的標準。對現代人來說，學校的教育是必須的，經由學校的教育，年輕人才能獲得文化的遺產與了解社會的規範。學校是一種權威的與非私人的科層組織，特別是高等教育。因此學校不一定充分考慮兒童的內在與外在因素，而逕行灌輸其價值，而這些價值有時與兒童的其他機構（如家庭）的價值不同。

傳播媒體及網路

電視、收音機、錄影帶、雜誌、報紙、網路等傳播媒體，是傳播消息和提供娛樂的主要工具，在現代社會中，幾乎每一個家庭都擁有一台電腦，也花費許多的時間於電視機前。從這些不同媒介及其廣告中，個人學到的主要是通俗文化（popular culture）的表現。

兒童和青少年經由電視與其他媒介，感受到一種成人世界的情境，他們也許還不是在這一世界的一部份，但是卻被這些情境所吸引。在這些情境中，兒童獲得有關成人設計好的價值觀念、社會角色，及其他的社會知。由於電視等媒體，聲光效果均很緊湊且吸引人，因此比上述各種社會化機構更具有全面性的影響力，對青少年及孩童來說，電視等媒體代表社會上的一切，電影明星也常成為青少年模仿羨慕學習的對象。

近幾年來，學者和政府注意到傳播媒體對兒童的影響，以及青少年從電視網路獲得的學習經驗。由於戰爭、暴力、色情、打鬥及槍擊已成為電視、電影常見的內容，產生不少副作用。有很多的研究結果顯示，電視、電影、漫畫書及雜誌等過份的描述性暴力，可能會導致兒童潛意識的增加暴力行為（如有侵略傾向或情緒不安），當然，另一些有意義的兒童節目和教育節目也會產生正面的作用。

從這四個影響媒介來看，個人在成長過程會受到的影響很大，其想法、應對他人態度都是從這過程中發展出來，同理，女性在服裝的穿著上是否也表現出了相當程度的想法？家人及朋友的想法及價值觀是否也會一同影響到女性在挑選服裝時的思考？日韓、歐美文化藉由媒體的放送是否也會造成女性在服裝上的想法轉向為重視流行及模仿他人的動機因素加強？這些問題都是與四個媒介息息相關發展出來的，筆者透過以輔大女學生為對象進行的問卷調查資料，和這四個影響媒介做一同探討，把這四種媒介「家庭」、「同輩團體」、「學校」、「傳播媒體與網路」一同放進問卷的依變相部分中，再看問卷回收的調查成果，把問卷調查成果與這四個影響媒介一同做分析。

（二）小結

綜合本節所探討的文獻，本研究首先對社會化的定義與相關文獻的爬梳，可作為了解社會化概念的基礎。其次，本節從社會化的概念出發，並且進一步探討社會化以及顧里的「鏡我理論」所形成給個人的影響，「鏡我理論」的文本資料顯示出我們在生活中建構他人認同的依據，我們不管是在日常生活裡的言行舉止或是對於他人的行動，甚是到穿著服裝都是在自我腦海中想像別人對此會有什麼樣的想法及感覺；而後彭懷真提出的個人在社會化過程中主要會被影響到的四種媒介「家庭」、「同輩團體」、「學校」、「傳播媒體與網路」，這四種媒介是造成個人在社會化過程中所學習的經驗來源，這四種媒介與筆者在探討女性衣著與服裝的因素中，有很大的直接相關性。因此，本研究希望能夠了解女性在「家庭」、「同輩團體」、「學校」、「傳播媒體」中獲得何種意義在服裝上，並探究社會化在女性的服裝消費過程中是否也帶來女性給他人相關的認同型態。

二、 著裝行動的解釋

筆者把對於女性在服裝行動上主要探討的重點分三部分，第一部份是著裝行動部分，這部分是偏重衣服與人們行動的關連性，第二部分是著裝行動所帶來的作用關連性；第三部分是著裝行動與交往，探討服裝上作用的因素給人們之間的交往行動及其影響。

(一) 著裝行動及各方面

衣服與人類的所有行動都有關係，並根據人們的行動時起著一定的作用，人們穿衣服是為了保護身體，滿足自我表現的慾望，用來顯示自己的社會地位、經濟能力和區分性別，人們在挑選衣服及穿著衣服的同時，也是展現自我的想法及期待傳達想法給對方知道，這就是行動與服裝的相關實體例子，人的著裝行動都是目的為主要行動導向。

宮朱譯(89)提出著裝行動的定義：是指衣服加人類行動的全體概念，把在人類行動中重要的部分—衣服放入人類的活動中，也就是說衣服是我們在行動中的過程一部份，著裝行動也將衣服的本身轉化為有其方向及目的導向，這種服裝目的和方向可分為兩種，一個是動機志向，另一個是價值志向。

動機志向是與行為者是否滿足有直接關係的，又可分為三個方面，(1) 認識對象的側面 (2) 能否使對象的慾望達到滿足的感情方面 (3) 對認識、感情問題選擇時所必要的場合作用側面。

在前面所許的各個側面中，可見到現在為止的著裝行動，主要是受著動機志向的影響，特別是在衣料不充足、經濟不富裕的時代，只是根據能穿上衣服這種簡單的認識來採取著裝行動的。那個時候的著裝行動基本都屬於動機志向。

但是物質極為豐富的現代社會人們，像過去那樣只是單純地追求動機志向是不能夠滿足要求的。現在的人們如果不按照價值志向來採取著裝行動是不能夠滿足人們對服裝的要求。

我們分析一下現代人著裝行動的價值志向。

(1) 認識基準-這是把衣服與行動一起考慮時需要認識的。如材質對著裝行動是否適合，衣服使活動變得是否容易，是否合理及實用等等。再著，合成纖維好還是天然纖維好，衣服款式是否符合 T·P·O 等基準，這是現代人在選擇衣服上較強的價值基準。

(2) 欣賞的基準-現代人對服裝的要求很複雜，體現在對服裝喜歡與不喜歡的感情上。隨著人們對服裝及顏色的苛刻追求，單純地選擇實用性及合理性服裝的人越來越少。在現代社會中，人們對服裝的款式及顏色有著欣賞的審美基準。在服裝的流行中，現代人不管是男還是女，都有對服裝價值志向追求的要求，在這當中欣賞的基準是否占了很大的比例，不管怎麼說，在現代服裝裡，人們十分重視這種欣賞基準，其結果使人們對服裝的要求更加複雜化，使服裝的變化更加激烈。

(3) 道德的基準-服裝不只是考慮其審美性、實用性，更要考慮社會作用，

例如：結婚儀式時要穿適合結婚儀式的服裝、喪禮時要穿著適合喪禮的服裝。這就是服裝道德的基準，銀行的工作人員，在盛夏也必須要穿著西裝戴領帶接待客人，這是從職業上所要求的服裝道德基準，這種道德基準不只是在現代社會裡被要求，在過去的日本封建社會中也被強制要求，在封建社會裡，基準成為了制度，是必須遵守的。

不管怎麼說，在現代社會裡所看到的著裝行動，比起動機志向來說，價值志向的傾向更強，這也是服裝在現代人生活中被重視，佔有現代人生活重要的一部份的結果，今後更有追求價值志向的傾向。

現代社會高度發展，許多事物都衍生出更多元的含意，加上傳播媒體及網路的發達，可以讓更多人在短時間內更快速地接收到更多及更複雜的資料，在這樣的環境下，有關於服裝的資訊可以透過傳播媒體及網路傳遞給更多人知道，服裝的潮流也隨之展開，席捲全世界，不管是亞洲地區或歐美地區，許多人都可以藉著雜誌、電視來擷取自己喜愛的服裝資訊來追隨潮流，加上現今服裝製作及販賣較以往快速又方便，服裝的製作品質也比以前精巧許多，想法不再是像過去以單一的動機志向為主，在追逐潮流及服裝生產及購買方式改變的主因下，種種因素下使得許多人在著裝行動上多半都是偏於價值志向的行動。

(二) 著裝行動及其作用

朱譯(89)人穿衣服的行動，大部分是把他人放在腦海中，包過括對他人的社會行動，並重複這種行動，也就是說著裝行動是同時面對他人的行動並接受他人的行動。著裝行動做為他人與自我的相互作用，在社會行動的同時相互行動。這種相互行動的持續使社會關係成立，其結果是成為社會集團、制度及組織。相互行動成為社會關係的橋樑，這也是要考慮社會作用問題。到此為止，我們考率人類著裝行動的這個問題，是以個人水平來考慮的。下面我們以“作用”這個概念為媒介，從各種社會的角度來探討一下，人們通過一件衣服使自我與他人有各種的作用發生，並創造了社會關係。

(1) 在著裝行動中的自我與作用—“作用”用社會學的概念來定義，是指在人類行動的相互作用中，不是指個人的行動，而是被組織化的一連貫行動系列，這個概念是由 G. H. Mead 開始提出，在經過 L. S. Cottrell、T. M. Newcomd 等社會心理學者對行動的分析所得來的。

人的行動通過動作表示內部的意識，但是如果做出連自己也不知道是什麼意思的動作時，就無法讓人理解其內容，為了傳遞內部意識，就必須用他人共同理解的動作來表現。實際的著裝行動，是通過服裝來表現自我的具體行動，比如電視劇的演員，穿上適合的服裝會更加具體地表現出角色的魅力，現代人穿著一件衣物會有各式各樣的著裝行動目的，人們通過這一件衣服使自我與他人相互連接，起著各式各樣的作用，比如看起來是否漂亮、是否適合工作單位的氣氛、是否失禮、是否符合自己所出席的場合、是否能夠表現出自己的年齡與特別等，這就是一件衣服所表現出的各種作用。

當然，這種作用不只是起到自我與他人的結合，還起到自我與社會集團、自我與社會結構的結合，通過這種作用，使自我與社會集團及社會結構關連起來的結合狀態稱為“地位”或“位置”，在這裡我們用“地位”這一詞。

服裝與“地位”的關係，到現在為止已經重複許多次了，在性別、年齡、職業、所屬集團、習慣及制度中，連接自我與地位的服裝的“作用”很大，說服裝是地位的象徵就是這個原因。

(2) 服裝與作用期待—著裝行動沒有終了，人們的行動總是在預測今後的行動，使其能夠繼續下去。自我與他人、與社會集團聯合的行動也有預測將來的作用。這種現在的行動，在與他人的相互作用中，起到使將來的行動繼續進行的作用，這種期待作用就是作用期待，在母親的各種行動中，在對孩子的期待中就可以看到，也就是說，人類的各種行動都有這種作用期待。當然，人的著裝行動是很神秘的，人們在成長過程中，對服裝的看法、想法是受父母及周圍人的服裝觀的影響而形成的。人們的著裝行動，隨著文化及社會關係中的被組織化的作用，又會邁出新的一步。

人們的服裝要求是隨著服裝內在的作用通過著裝行動表現出來的，人們的要求在被滿足的同時，在作用期待的引導下，又會產生新的要求，向著下一步著裝行動發展。比如：女性的著裝行動總是有著看起來比他人美的要求，出現在他人面前時，至少要能夠滿足這種要求（如果不能夠滿足這種要求，就不會出現在他人面前）。但是這種要求的滿足不能夠持續長久，隨著被他人接受又會產生新的作用期待，也就是說，像那個人那樣穿著，自己會變得更美這種期待，使人向新的著裝行動邁出。服裝的流行很短暫，就這種服裝內在的作用期待起很大的作用。

(3) 服裝與作用的煩惱—作用的煩惱，是在被社會作用所譴責的時候所經歷的心理煩惱及被集團的成員所帶來的社會張力這兩種。著裝行動中，這種作用煩惱可以說是必存的。服裝是否適合自己、是否對對方失禮、是否適合自己的年齡等煩惱，誰都會有這些經歷，這些都是由服裝的作用煩惱而產生的，穿與年齡不適合的豔麗色服裝、穿與自己身份不適合的服裝、在工作與遊玩時候沒有服裝的區別等，沒有被這些煩惱所折磨的人幾乎沒有，這是服裝的內在作用。

人們在穿衣服時有為了得到心裡安定的重要因素，這是大家都可以理解的。在穿衣服的同時也開始有了心理煩惱。著裝行動創造了心裡的安定，在服裝與作用的關係中又出現了煩惱，從這裡我們可以看出著裝行動所帶來實際行動的實際結果會帶來兩種，一種是會造成購買者的心理安定因素，第二種則是會造成購買者對於服裝要如何適當地展現的心理煩惱。

(三) 著裝行動與交往

從作為人的行動的著裝行動的視角來看，到現在為止，我們已經進行了各方面的分析，在很廣泛的範圍來考慮著裝行動這一概念時，選擇衣服、購買衣服這一具體行動也作為著裝行動的一面。

(1) 人類行動與傳播—人類從幼兒成長為成人而獨立獲得。人類的成長，是作為社會的存在為了獨立而獲得的資質與能力的過程，一般稱之為“社會化”，在這種社會化之中不可缺少的是傳播，交往是支撐人類行動的重要手段，用暗示及語言來表現欲求、能力與感情，這是交往的過程。交往中除了語言是最重要的，除了語言之外，表情、動作等也是交往的媒介，這些被稱為一般的特徵。

我們在選擇新衣服的時候，看材質及這設計是否符合自己的嗜好，另外，在

街上看到別人穿得很好看，自己也想買，看到的時裝雜誌裡的流行時裝或是在專賣店裡對店員所推薦的服裝，自己也想買，不管用哪種方式，都是通過具體語言的交往及其他的交往過程，得知新衣服的存在並購買。

交往是指兩個人及兩個人以上的交流，也就是說要想使交往成立，必須有媒介的存在，即有輸送的一方和接受的一方。輸送的一方為個人的交往則稱為個人交往，接受一方有不特定多數人時，現代的交往就是大眾傳播。

(2) 個人交往與服裝—在這種交往中，輸送一方按照一定的意圖向接受一方發出訊息，接受一方有想從輸送一方得到信息的要求而使雙方的交往成立，輸送一方按照接受一方的要求互相認識、互相鼓勵，這樣使得交往開始。

有想買新衣服這種“要求”的人，向專賣店詢問，店員則按照店員「意圖」來具體介紹最近流行及具體商品的內容。這樣使得交往成立，開始了具體衣服的選擇，作為一個接受的一方，對傳遞給自己的內容要做出適當的反應，比如：對輸送一方的內容提出疑問等，通過這樣的交往，使衣服的選擇能夠進行下去。

這種交往不可能通過一次性完成，對傳遞來的信息不能理解並出現誤會時，則需要多次重覆交往。輸送一方一邊看接受一方的反應，一邊對自己的信息輸出做出適當的調整（說明），這種調整稱為反饋，是用來調整及修正所發出的信號之誤差。

我們基本上是按照上述過程來選擇衣服的，在交往場面的人的位置有各種各樣，隨其位置的不同，人們所發揮的作用及機能、交往的方向也就有所不同。在這種場合下的信息傳播及種類，稱為交往頻道。頻道越多，信息傳播的範圍也越廣泛，讓我們在來想像一下專賣店裡買衣服的情形，假定一名店員向五位顧客提供了信息，五位顧客各有各的反應，客人知道了被介紹的衣服，這樣在客人之間形成了新的交往，開始選擇衣服。在這五位當中，有當場購買的客人，也有到其他店去的客人，這五位會向有著相同目的的人傳遞這些情報信息，這樣就使交往的頻道擴大，使傳播的範圍更廣大。

(3) 大眾傳播與服裝—在現代社會中的傳播基本都是大眾傳播，隨著不定的多數人接受，使傳播變的更活躍，資本主義經濟的高度化伴隨著社會的多樣變化，使各種情報信息不斷地傳播，大眾傳播的形成使傳播的媒體不僅是語言，已經擴大到用影像、圖片來傳播，這種新的媒介就是電視、收音機、報紙、雜誌等。

隨著大眾傳播來的信息，形成了輸送方向接受方的單獨通道，這就是個人交往與大眾傳播所不同的地方，也就是說，接受方站在接受方的立場來處理所有得到的信息，在衣服上的選擇，在各方面都有人的心理活動，這就是大眾傳播所帶來的特徵。

(四) 小結

大眾傳播媒體及網路是現代社會化影響的要素之一，許多人藉著傳播媒體及網路可以跟同時間和許多人得到快速的連結，在著裝行動與交往過程中，傳播媒體和網路佔了大部分的比例，且透過網路使得人們可以在一天之內更加地頻繁交流，在這樣的情況發展下，服裝的潮流也加被帶動起來，人人都可以透過網路這

個平台接收到許多新訊息，另外，雖然網路傳播會形成單方面的接受管道，輸送方對接受方的單一接收形式，但現今的時代中，人人都可以透過網路平台的模式，個人部落格、臉書粉絲團、噗浪…等管道來建立訊息發送，也可以成為輸送訊息的那一方。

三、模仿理論的解釋

宮朱譯(89)提出對服裝欲求的實現，或處理人類行動的過程中，模仿是一個極大的心理要素摘要。特別是服裝流行現象的主角就是模仿心理，看到他人穿的服裝，就會產生模仿的心理，這種心理傾向，在服裝的選擇上引起流行現象。

(一)模仿行動與服裝

模仿是被模仿者與模仿者之間的互動，簡單地說就是模仿者模仿被模仿者的行動。比如，在我們日常生活中，吃飯的禮節、禮儀等，在不知道的時候會模仿這方面認知的人的行動。

在這種場合下，被模仿的人比自己有知識，在經驗上也比自己豐富，讓被模仿者與模仿者的關係是優勢與劣勢的關係。當然，優勢與劣勢的關係不是全部的，只是一部份的。在有的時候，優勢者會變為劣勢者，劣勢者會變為優勢者，根據場合的不同，人們所處的位置也不同，人們在這種模仿的重複過程中，不斷地積蓄經驗，不斷地退步。

我們在日常生活中，在選擇所穿的衣服同時，模仿起十分大的作用，比如：幼兒在想如何穿睡衣的時候，會模仿周圍人的動作，到了知道愛漂亮的年齡時，就模仿周圍朋友的穿衣，從而學會如何打扮自己，到了追流行的年齡時，開始觀察他人的服裝及時裝雜誌中的服裝並不斷地採用新款式的服裝，也就是說，愛漂亮的人對時裝雜誌中的優劣有很強的敏感性，服裝在各個方面都有重覆性模仿的現象。

(二)模仿論

把模仿作為基本的社會現象並進行研究的是法國學者 J. Gabriel Tardo。從那以後，在社會心理學領域裡，不斷地探討模仿，使模仿成為重要的概念，在 J. Gabriel Tardo 之後，有許多學者都在論述模仿論，這些學說大致分為兩類，即模仿本能論和模仿學習論。

1. 模仿本能論—這種說法的代表是 J. Gabriel Tardo，他在模仿論法則的論述中，從“社會就是模仿”的立場，論述了模仿是所有社會現象的基礎，比如：流行是從上到下、從優勢者向劣勢者的縱向移動，是劣勢人模仿優勢人的行動。

所以就有人類“有著模仿的深深願望，這是我們藝術的起源”的說法，模仿是人類活動的基底中所具有的願望。另外，他的“把模仿做為生物生命的最基本的事實”，是把模仿做為先天本能的東西，我們不討論模仿本能論的對與不對，模仿是流行的重要媒體，是藝術的根源，這種說法對服裝體系來說，是值得重視的。

2. 模仿學習論—模仿本能論在今天的影響已經越來越薄弱了，在社會學者中出現了模仿學習論這一主張，這種主張強調模仿論不是天生的，是透過後天學習才得到的。

社會學者在對動物及幼兒的實驗中得知，模仿行動是後天學習所得到的，比如：實驗中心將點心放在比小孩高的地方，有的小孩搬來椅子站在上面拿點心，其他孩子看到這種情況後就開始模仿，並重覆這種模仿，孩子通過這種觀察學會了拿放在高處的東西。

學會了在一種情況下的模仿，就使模仿變的一般化，並逐漸學會由單純的模仿向複雜的模仿方向發展，當有的模仿被滿足和得到報酬時，就會產生這種模仿的循環。

與本能論相比，可以感到模仿學習論有更進一步的說明能力，至少在服裝方面，學習模仿論是有著很大的關係。

(三)模仿行動的因素

讓我們回顧一下人們走向模仿的動機和因素。

1. 衝動的因素—在直接模仿中可以經常看到，“無意識的模仿”在起著重要作用，看到尊敬的人及親友的服裝，不知不覺地進行模仿；另外，對於流行盲目地狂熱地追求流行的人，也有著比較強的這種因素；男女比較起來，女性的這種因素就比較強。

2. 合理的因素—這與衝動因素相反，是有意識的模仿。其合理的因素，對被模仿的效果採取有意識的判斷，這是使流行能夠發展的關鍵，這種合理因素的作用，維護了服裝與社會環境的平衡，但是如果只有這種模仿，是不會出現反社會服裝的。

3. 機能的因素—這是指模仿有明確的目的，這種因素與合理的因素有很大的關係，人們為了更好的生活，會追求生活的質量及生活的舒適，服裝就是從這一點出發，不斷地發展著，為了夠愉快渡過盛夏，儘量穿著舒服又涼快的衣服；為了渡過寒冷的冬天，儘量穿著較易活動又防寒的衣服；在家庭生活中，儘量穿著舒適的衣服等，人們總是在追求服裝的機能性，比如，我們睡覺時，大約在20年前，多半的日本人都穿和服，但是和服由於前面是開襟，這對小孩身體不好，所以為了彌補這種缺陷，引進了外國的睡衣，這種睡衣在短時間內席捲了日本全國。為了有舒適的生活，人們追求服裝的機能。

4. 權威的因素—人們為了滿足自我表現的慾望，滿足自己的優越感，誇耀自己的地位及身份等，會有許多的模仿行動，這種在模仿中起著重要作用的是權威因素，比如：模仿比自己地位高的人的衣著以滿足自己的欲求，在日本鹿鳴館時代時，日本高官的太太都穿著西洋進口的洋服，到了大正、昭和時代也流入一般民眾之間，許多平民爭相穿著洋服，雖與自己的身份不符，但是想表現、想穿的心理活動，就是權威因素在起作用，隨著現代生活高度化、合理化及機能化的發展，這種在模仿中有越來越強的傾向，我們觀看一下服裝的流行就可以看到，不只是在機能化及合理化上的進展，也有在權威影響下非機能化傾向的發展。

模仿權威的因素是服裝由上向下傳播的原動力，一般百姓模仿上流階層、高官的服裝，低文化階層模仿高文化階層服裝，一般大眾模仿有名氣演員的服裝，這都是在模仿當中權威因素在起作用。

5. 創造的因素—這在創造模仿當中是最重要的，人們在模仿中的時候會產生不滿足感，會以各種形式來創造新的東西來滿足自己的要求，創造因素在這裡起著讓模仿行動與創造行動兩者互相調和的作用，比如：在模仿比自己地位高的人衣服時，一方面可以得到心理的安定，另外會因不能發揮自己的個性而感到不滿，這樣人們會在模仿中進行部分獨創，以尋求設計及裝飾的變化，這就是在模仿中創造因素所起的作用。

在服裝設計的行動中，創造因素與機能因素相互結合時，會創造出設計的機能類，服裝隨著創造因素的作用，有著新的發展。

6. 追隨的因素—這是為了滿足人們的社會同步的欲求，在模仿中所必有的因素，人們為了滿足心理的安定來尋求與他人及社會的同步活動，這樣就產生了追隨模仿他人的必要，特別是在服裝世界中，這種現象更加明顯。

現代社會的人們，都在追隨流行，這是現代人通過與社會的同步及社會的一般化中被承認來尋求心理安定的反映，換一種說法來說，現代人在模仿行動中，尋求追隨的因素則變的越來越強，其結果使服裝的流行現象擴大，這種現象在今後會越來越強。

(四)小節

前面所提過的傳播媒體及網路和社會化，都是加速了模仿因素的潛在性，現今許多人可以透過傳播媒體及網路來得到更多訊息模仿因素也在這過程當中，慢慢地被擴大及強化，模仿也帶來服裝潮流的交替，也誘發了他人對於服裝的多元性看法，由此，可以發現模仿除了帶來個人的內在需求滿足及心靈上的安定，也帶動世界的服裝潮流，對於女大學生在服裝上的選擇穿搭，是否也會出現模仿心理的現象，透過問卷調查，期望能找出與之有關的答案。

四、文獻分析架構

在文獻資料中，筆者朝三大部分進行資料蒐集，並且以此三部份來做資料分析，第一部分是社會化，第二部分是著裝行動的解釋，第三部份是模仿理論，透過此三部份來探討女性扮裝與消費因素之影響可能探討，從文獻資料中，筆者發現社會化主要是受家人影響居多；著裝行動理論則是受媒體影響居多；而模仿理論則是受同儕之間影響，這三部份都會影響到女性自我對扮裝與消費因素，可以說這三者關係是有很密切的影響，社會化及著裝行動中都顯示媒體也會影響著服裝的變化及加速服裝潮流訊息的帶動，而模仿理論又會受到媒體的影響而有所改變，當現代社會上許多人風行一種潮流時，人們透過追隨其潮流來得到心理的安定，因為身置於潮流的普遍性中，會讓人感到安心，換而言之，這是一種擴大的效果，且三個部份彼此是互相影響的，女性在衣著扮裝上及消費因素上，受到的影響多半來自這三部份，女性自我扮裝意識、想法都是受到這三種因素的潛在影響較多，因此筆者針對這三個方向來做個探討，問卷設計也以這三點來作為主要的問題，透過這三部份的文獻整理，可以找出女性在扮裝與消費因素的影響成因有哪些，並針對此問題作深入的探討。

第三章 研究方法

一、研究問題

本研究鎖定的方向是影響女性衣著心理因素與消費因素之探討，這其中有幾個必須要做更多了解的問題，因為單純只靠著一般行動解釋是不足夠，只是因為漂亮而買得衣服？那閱讀服裝雜誌的因素及動機是什麼呢？因此，我將探討因素分為四個部分。

第一部分是服裝與消費行為，透過輔仁大學女學生填寫問卷來了解其服裝與消費因素關連性，藉著了解受訪者的經濟狀況及消費情形受到什麼樣的社會條件影響？這些問題的釐清將能幫助了解大部分女大學生的經濟狀況，並且也能夠更了解她們的消費情形，同時，其對於消費的心理因素理解也有關聯；第二部份是身體展演（自我形象）；第三部份是影響打扮的外在因素；另外，第四部份是以個人基本資料為主，包含系級、家庭經濟狀況、有無男友、有無打工、原居地，藉以這些個人資料來更加了解輔大女學生在衣著方面所影響到的相關因素。

故，具體的研究問題如下：

- (一)是否所得愈多，在服裝上的消費也愈高？
- (二)受媒體影響的女性越高的女性，在治裝費用上也越高？反之，媒體影響越低，消費也越少？
- (三)院所是否會影響在服裝上的女性化程度？
- (四)有男朋友的女性，在治裝費用上也會越高？
- (五)台北地區的女性比非台北地區的女性受到媒體影響程度及治裝費用較高？

二、抽樣原則與研究對象

本研究探討的是女性衣著與消費因素之影響，針對輔大日間部各系女學生為對象，平均年齡在18~22之間，以立意抽樣的方式來發問卷，在輔仁大學通識課堂上及學校女生宿舍內來發問卷，樣本受訪人數達一百人，參與調查院所眾多，有文學院、藝術學院、醫學院、理工學院、外語學院、民生學院、法學院、社科學院。

三、研究變項

本研究主要採用過去研究用過、且具備良好信度及效度之工具來測量所有的變項，茲將各主要變項的定義、測量方式與其信度、效度詳述如下：

(一)身體展演（自我形象）

此次研究問卷為筆者自行設計的問卷，其中在身體展演的部分，題目多半是以自我形象為主要的重點，透過不斷更改及篩選題目，最後才得以設計出具有良好信度和效度的題目，該量表也符合了簡短又完整的原則，以避免造成整個問卷過於沉長，而影響了整體資料的效度。此部分總共有10題，記分型態為五點記分量表，受試者乃針對每個句子所陳述的行為和想法與自己符合的程度來作答（時間點為最近四個月內），回答「非常不同意」者計為1分，「不同意」者則是2分，「普通」者是3分，「同意」者是4分，「非常同意」是5分，加總後得分

越高者，表示其受訪者在自我形象認同方面越認同。本量表在一開始時，測試發現信度稍微低一點，而在未刪除第十題、十一題、十三題和第十六、十七題前，所得信度為 0.3，經過刪除後，則達到了 0.5，表示在刪除這五題後，此量表在研究樣本中內部一致性的表現還算可以，因此此部分的研究在加總計分之前也刪除這五題。

(二) 影響打扮的外在因素 (外在形象)

在影響打扮的外在因素這個部份，筆者再細分為媒體的影響及他人的影響兩部分，分別透過這兩部分來詳細探討哪部分影響的比重較大，在第三部分量表這裡，總量表的內部一致性高達 0.7。

1. 媒體的影響：此部分題目共 8 題組成，為五點記分量表，讓受試者針對每個句子所陳述的行為和想法與自己符合的程度來作答 (時間點為最近四個月內)，回答「非常不同意」者計為 1 分，「不同意」者則是 2 分，「普通」者是 3 分，「同意」者是 4 分，「非常同意」是 5 分，加總後得分越高者，表示其受訪者在受媒體影響方面程度越高。本量表沒有遇上前項部分信度過低的情況，所以題目也不用更改，量表內部一致性的表現相當好，內部一致性系數高達 0.7。

2. 他人的影響：本量表共 6 題，其中有三題是與朋友的影響有關 (例如：朋友影響我穿衣感觀比較深？周遭人不認同你的穿衣風格時，會因此改變穿衣風格？我會想受異性青睞而選擇穿較為女性化的衣服？)，另外 3 題則是家人影響方面的問題，計分方式採用五點記分量表，回答「非常不同意」者計為 1 分，「不同意」者則是 2 分，「普通」者是 3 分，「同意」者是 4 分，「非常同意」是 5 分，加總後得分越高者，表示其受訪者在受家人和朋友的影響方面程度高，反之，若其加總分數越低，則表示其受訪者受到家人與朋友的影響較低。因為在檢查信度時發現也有出現信度低的情況，經過篩選題目後再次施測所得到的信度為 0.7，顯示其量表的內部一致性係數也算良好。

四、問卷內容

此次研究問卷是由筆者自行編製的問卷，問卷主要方向為「影響女性扮裝與消費因素之探討」，內容包含：「服裝與消費行為」、「身體展演」(自我形象)、「影響打扮的外在因素」(外在形象)、「個人基本資料」等四個部分，筆者將其內容簡述如下：

(一) 服裝與消費行為

主要是在於了解受訪者在服裝上的消費情況及對服裝消費之相關看法，內容有平均一個月會花多少錢在治裝部分上、平均一個月有多少零用錢、常在哪些地點購買衣服、購衣會優先考慮的部分有哪些、認為品牌可以帶來什麼、是否會去購買網拍的衣服、購買網拍的衣服之原因為何。

(二) 身體展演(自我形象)

這部分主要是了解受訪者對於自我形象的看法，內容有我打扮的動機是想要提升我的自信感、我打扮的動機是想要展現個人品味打扮、我會因為身材的關係而選擇能修飾身材的服裝、我認為服裝能修飾我的身材、我認為服裝能提升自我的形象。

(三) 影響打扮之外在因素(外在形象)

這部分探討媒體是否會影響到受訪者對服裝的看法，進而影響到受訪者的打

扮，內容有我對媒體所呈現出來的流行服裝相當注意、媒體呈現出來的流行服裝趨勢對我有很大的影響、歐美影集中人物穿的流行服裝對我有很大的影響、韓國的服裝雜誌是我仿效及學習穿搭的來源、日本的服裝雜誌是我仿效及學習穿搭的來源、周遭人不認同你的穿衣風格時會因此改變穿衣風格、我會因為周遭人的意見來決定自己的穿衣風格、我會想受到異性的青睞而選擇穿較為女性化的衣服等。

(四)個人基本資料

個人資料部分則是受訪者的個人條件因素，筆者加入這部分是因為想要透過個人條件因素來分析是否與影響打扮、服裝消費有關聯，故此才設計加入問卷裡，內容有系級、年齡、系所、家庭經濟現況、目前有無男朋友、目前有無打工、原來居住地區等。

在前面研究變相部分，筆者已大略提過第二、三部分是用五點評分法來測量，計分方式採用五點記分量表，回答「非常不同意」者計為1分，「不同意」者則是2分，「普通」者是3分，「同意」者是4分，「非常同意」是5分，加總後得分越高者，表示其受訪者對於此測量部分題目含義認同程度越高，反之，越低則是越不認同。

本研究所搜集到的資料，乃用 spss19.0 視窗版處理之。所有的問卷資料都先經由過錄編碼，然後一一輸入電腦資料庫中，對所有變項做描述性統計分析，如：次數百分比、平均數標準差和交叉表等，使用統計方法主要有兩種，方法說明如下：

(一)描述統計

1. 透過次數分配、百分比、次數分配交叉表等，來描述樣本之個人基本資料。
2. 以平均數標準差來描述年齡及打工金額平均數。

(二)推論統計

以卡方檢定來檢驗個人基本資料在各變項方面上是否有顯著性差異存在。

第四章 研究結果分析

一、樣本分析

以院所比例來看，文學院佔 8%，藝術學院佔 10%，醫學院佔 14%，理工學院佔 20%，外語學院佔 16%，民生學院佔 10%，法學院佔 7%，社科學院佔 15%，筆者後來考量於問題假設是在理工及非理工女性在服裝上的差別，因此再次把院所重新編碼，編碼成理工跟非理工兩類別，理工佔 44%，非理工佔 56%；在系級方面來看，一年級佔最多人數，一年級人數佔 42%，二年級佔 27%，三年級佔 13%，四年級佔 18%；以年齡來看，最大年齡為 22 歲，最小年齡為 18 歲，平均年齡為 19 歲；其中沒有男朋友的女生佔了多數，沒有男朋友的女生佔 87%，有男朋友的女生則佔 13%；在打工方面，沒有打工也是佔了多數，沒有打工的女生佔 68%，有打工則佔 32%，平均打工收入為 4056 元；原住地則是台北地區佔最多數，台北佔 54%，高雄佔 4%，北部（基隆、桃園、新竹、苗栗）佔 12%，中部（台中、花蓮、彰化、雲林）佔 24%，南部佔 6%，後來筆者也因為發現問題假設主要是設定於台北地區及非台北地區女性的比較，所以又重新編碼一次，分為台北地區及非台北地區，台北地區佔 54%，非台北地區佔 46%。

表 3 樣本院所分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 非理工	56	56.0	56.0	56.0
理工	44	44.0	44.0	100.0
總和	100	100.0	100.0	

表 7 年齡及打工收入平均統計量

	年齡	打工收入
個數 有效的	100	32
遺漏值	0	68
平均數	19.90	4056.2500
最小值	18	1200.00
最大值	22	8000.00

二、假設檢視

如前所述，本研究提出五個假設：

- (一)是否所得愈多，在服裝上的消費也愈高？
- (二)受媒體影響的女性越高的女性，在治裝費用上也越高？反之，媒體影響越低，消費也越少？
- (三)院所是否會影響在服裝上的女性化程度？
- (四)有男朋友的女性，在治裝費用上也會越高？
- (五)台北地區的女性比非台北地區的女性受到媒體影響程度及治裝費用較高？

以下就分別就以五個假設的結果來做分析。

假設 1 是否所得愈多，在服裝上的消費也愈高？

治裝花費 * 月用零用錢 交叉表

			月用零用錢		總和
			4000元以下	4000元以上	
治裝花費	1000元以上	個數	0	3	3
		在 月用零用錢 之內的	.0%	3.1%	3.0%
	1000元以下	個數	4	93	97
		在 月用零用錢 之內的	100.0%	96.9%	97.0%
總和		個數	4	96	100
		在 月用零用錢 之內的	100.0%	100.0%	100.0%

※卡方 $a=.884$ ∴不顯著

假設 1 中，筆者將月用零用錢分為 4000 元以上、4000 元以下，治裝花費分為 1000 元以上、1000 元以下，在比例分配上，月用零用錢 4000 元以上佔 96%、4000 元以下佔 4%，治裝花費 1000 元以上佔 3%、1000 元以下佔 97%，從交叉表及卡方檢定結果中，可以看到統計所顯示的結果是不顯著，因此可以推證不一定在所得上愈多的女學生，對於治裝費用也會愈高，筆者猜想是否因應時代變遷的關係，造成物價上升，所以對於服裝上花費也隨之降低；另外也可能與現在科技產品快速更新有關，女大生在科技產品的消費也隨之提高，故此降低在服裝上的花費。

假設 2 受媒體及他人影響越高的女性，在治裝費用上也越高？反之，媒體及他人的影響越低，消費也越少？

治裝花費 * 外在分數 交叉表

			外在分數		總和
			低分組	高分組	
治裝花費	1000元以上	個數	0	3	3
		在 外在分數 之內的	.0%	5.5%	3.0%
	1000元以下	個數	45	52	97
		在 外在分數 之內的	100.0%	94.5%	97.0%
總和		個數	45	55	100
		在 外在分數 之內的	100.0%	100.0%	100.0%

※卡方 $\chi^2=0.162$ \therefore 不顯著

假設 2 中，筆者先將外在分數分為高分組與低分組，高分組佔 55%，低分組佔 45%，則治裝花費 1000 元以上佔 3%、1000 元以下佔 97%，再與治裝費用做交叉比較，顯見出來的結果是被媒體及他人影響分數低且治裝花費在 1000 元以上的人比例為 0%；被媒體及他人影響分數低且治裝花費在 1000 元以下的人比例為 45%；被媒體及他人影響分數高且治裝花費在 1000 元以上的人比例為 3%；被媒體及他人影響分數高且治裝花費在 1000 元以下的人比例為 52%；透過交叉表來看，看起來是有些相關，但卡方檢視出來是 .162，所以結果是不顯著，也就是說事實上，媒體及他人影響並不會影響到治裝花費，不會因為受到媒體及他人的影響多寡而造成治裝費用的增加或減少。

假設 3 院所是否會影響在服裝上的女性化程度？

女性化 * 院所 交叉表

			院所		總和
			非理工	理工	
女性化	非常不同意	個數	4	2	6
		在 院所 之內的	7.1%	4.5%	6.0%
	普通	個數	8	8	16
		在 院所 之內的	14.3%	18.2%	16.0%
	同意	個數	28	24	52
		在 院所 之內的	50.0%	54.5%	52.0%
	非常同意	個數	16	10	26
		在 院所 之內的	28.6%	22.7%	26.0%
總和		個數	56	44	100
		在 院所 之內的	100.0%	100.0%	100.0%

※卡方 $\chi^2 = 0.818$ \therefore 不顯著

在假設 3 中，由表可以看出非理工人數佔比較多數，非理工佔 56%，理工佔 44%，女性化程度中，大多數人都是偏向普通到同意的部分，非常不同意的部分則佔了 6%，普通佔 16%，同意佔 52%，非常同意佔 26%；在非理工中對女性化非常不同意佔 4%；在非理工中對女性化持普通意見佔 8%；在非理工中對女性化同意佔 28%；在非理工中對女性化非常同意佔 16%；在理工中對女性化非常不同意佔 2%；在理工中對女性化持普通意見佔 8%；在理工中對女性化同意佔 24%；在理工中對女性化非常同意佔 10%，從交叉表來看，理工及非理工對於女性化程度並無太大的差異，在百分比上也很接近，而卡方檢定也顯示理工及非理工對於女性化程度沒有相關的影響，故此結果是不顯著。

假設 4 有男朋友的女性，在治裝費用上也會愈高？

治裝花費 * 男朋友 交叉表

			男朋友		總和
			有	沒有	
治裝花費	1000元以上	個數	2	1	3
		在 男朋友 之內的	15.4%	1.1%	3.0%
	1000元以下	個數	11	86	97
		在 男朋友 之內的	84.6%	98.9%	97.0%
總和		個數	13	87	100
		在 男朋友 之內的	100.0%	100.0%	100.0%

※卡方 $\chi^2 = 0.044$ \therefore 不顯著

假設 4 是針對有無男朋友的女性是否在消費上也會有差異，筆者的研究假設是有男朋友的女性在治裝費用上也會提高，反之、沒有男朋友的女性在治裝費用上會降低，以交叉表來看，治裝費用在 1000 元以上且有男朋友佔 2%；治裝費用在 1000 元以上且但無男朋友佔 1%；治裝費用在 1000 元以下且有男朋友佔 11%；治裝費用在 1000 元以下但無男朋友佔 86%，從百分比來看，有男朋友的女性在治裝花費 1000 元以下和無男朋友的女性在治裝花費 1000 元以下的比例差 75%，沒有男朋友的女性花費在 1000 元以下比有男朋友花費在 1000 元以下的比例還要多，但有男朋友的女性花費在 1000 元以上比無男朋友的女性花費在 1000 元比例上多，由此可以看到與筆者提出的假設有相關，但卡方檢定出來則是不顯著的結果，顯示有無男朋友並不會影響到女性在治裝花費上的改變多寡。

假設 5 台北地區的女性比非台北地區的女性治裝費用高？

治裝花費 * 原住地 交叉表

			原住地		總和
			台北	非台北	
治裝花費	1000元以上	個數	1	2	3
		在 原住地 之內的	1.9%	4.3%	3.0%
	1000元以下	個數	53	44	97
		在 原住地 之內的	98.1%	95.7%	97.0%
總和		個數	54	46	100
		在 原住地 之內的	100.0%	100.0%	100.0%

※卡方 $a=.440$ ∴不顯著

假設 5 主要是探討台北地區的女性在治裝花費會比非台北地區女性治裝花費高，以交叉來看，原住地在台北地區且治裝花費在 1000 元以上的女性比例為 1%；原住地在台北且治裝花費在 1000 元以下的女性比例為 53%；原住地非台北且治裝花費在 1000 元以上的女性比例為 2%；原住地非台北且治裝花費在 1000 元以下的女性比例為 52%；從百分比來看不管原住地在台北的女性，還是非台北的女性，在 1000 元以上或以下的治裝花費比例都是很接近，並沒有很大的差異存在，而卡方顯示出來的結果是不相關，這裡可以看出原住地是在台北或是非台北的女性在治裝花費上沒有很大的差異，也就是說原住地並不會影響女性的治裝花費。

在樣本分析中，是將樣本做一個詳細的描述，並將其樣本的次數分配表放於文字描述下方，以表格清楚地看出各年齡、系級、院所、家庭經濟狀況、有無男朋友、有無打工、原住地，在研究一中將受訪者的相關自變項做了詳細的描述，接著，從假設 2 到假設 5 的假設是探討受訪者的自變項是否會影響到在服裝上的消費行為及對自我形象的看法、打扮的外在因素；假設 2 和假設 3 是針對問卷第一部份內容而探討的；假設 3 是對問卷第三部分及治裝花費有無互相影響探討；假設 4 到假設 6 是探討受訪者的自變項會不會影響到在服裝上的女性化程度及治裝費用的改變，探究其假設之結果分析，在假設 2 到假設 6 中所顯示的卡方結果，都是呈現不顯著的結果，與筆者原先以為的假設無相關，筆者原先的假設是從一般習以為常的認知中，發展出的研究假設，想要探討是否真的是如此？在時代的變遷下，我們所習以為常的認知，是不是也在受到變化？

第五章 結論與建議

一、結論

本研究旨在探討影響女性扮裝與消費因素，在服裝與消費行為、身體展演及影響打扮的外在因素這三部分中，筆者探討其受訪者的自變項是否會影響到這三部分，透過交叉表及卡方檢定，可以得知研究假設二到研究假設六是不顯著，由此可得知假設不成立。

在假設 1 中，樣本受訪者在治裝花費上支出 1000 元以下比例達 97%，但在月用零用錢上 4000 元以上比例達 96%，與筆者提出的問題假設相反，筆者提出的假設是在於所得越多，治裝費用也越高，這可能與現今物價不斷高漲有關，除了支付基本的食費、車費以外，還要支付其他生活上的開銷有關；再來這部分也與研究六的假設有些小相關，假設 5 是在於台北地區的女性在治裝花費會比非台北女性的治裝花費高，前面樣本分析時，有提過原住地的分類，在樣本中居住台北地區的女性比住非台北的女性多了 8%，研究六顯示出來的結果，也是不顯著，住台北或非台北的住民治裝花費在 1000 元以下的比例都是 54% 和 46%，差距不大，在治裝花費上幾乎都是 1000 元以下居多，由此看，假設 1 和假設 5 都與現今社會變遷而有所改變。

在假設 2 中，假設 2 是受媒體及他人影響越高的女性，在治裝費用上也越高？反之，媒體及他人的影響越低，消費也越少？從交叉表及卡方檢定來看，被媒體及他人影響分數低且治裝花費在 1000 元以上的人比例為 0%；被媒體及他人影響分數低且治裝花費在 1000 元以下的人比例為 45%；被媒體及他人影響分數高且治裝花費在 1000 元以上的人比例為 3%；被媒體及他人影響分數高且治裝花費在 1000 元以下的人比例為 52%；透過交叉表來看，看起來是有些相關，但卡方檢視出來是 .162，所以結果是不顯著，由這裡可以看出媒體及他人影響並不會影響到治裝花費，不會因為受到媒體及他人的影響多寡而造成治裝費用的增加或減少，這可能與現今女性愈來愈獨立自主有關，若是在過去傳統觀念認知裡，都會發現女性很少有獨立權，也沒有自我的想法存在，因為都受到傳統家庭觀念的牽制，而時代卻是不斷地進行，女性意識慢慢地從沒有感受到自身意識存在演變到開始有自我想法了，這過程中他人及媒體的影響在過去都是存在著極大的比重，尤其在青少年時期受到媒體及他人影響特別大，在朱釋（民 98）曾提到現代社會高度發展，許多事物都衍生出更多元的含意，加上傳播媒體及網路的發達，可以讓更多人在短時間內更快速地接收到更多及更複雜的資料，在這樣的環境下，有關於服裝的資訊可以透過傳播媒體及網路傳遞給更多人知道，服裝的潮流也隨之展開，席捲全世界，不管是亞洲地區或歐美地區，許多人都是可以藉著雜誌、電視來擷取自己喜愛的服裝資訊來追隨潮流，但在這次研究中，又看到時代再次演變，女性在服裝打扮上受到媒體及他人影響逐漸降低許多。

假設 3 是探討院所是否會影響在服裝上的女性化程度？這部分交叉表及卡方檢定得到的結果是 .818，故此結果是不顯著，這也可以推證出理工學院女性及非理工學院女性在服裝打扮上女性化程度沒有太大的差異，這也推翻理論普遍認為理工不打扮的刻板印象。

假設 4 是探討有男朋友的女性，在治裝費用上也會提高嗎？相對來說，沒有男朋友的女性在治裝費用上會降低許多嗎？交叉表及百分比中能看出有交男朋友及沒交男朋友並無太大的差異，而卡方檢定中，顯示出來是 .044，表示是不

顯著，由此可推證有無男朋友並不會改變女性在治裝費用的多寡，這和過去傳統觀念所說的「女悅為己者容」有明顯改變了，女性打扮的動機也和以往過去有改變。

總結來說，筆者在這次研究中提出的五個假設都是不顯著的結果，這五個假設都是以過去的刻板印象觀念為出發點來做探討，因此在大眾認知裡對於理工不會打扮、有男朋友的女性比較會打扮、住台北女孩比非住台北的女孩更會打扮的印象都還有很深的觀念存在，筆者這次提出的假設都是以過去的傳統觀念來做探討，而研究中發現在時代的變遷之下，女性在扮裝及消費因素的影響都不似於過去的價值了，這可能是受到以下幾點影響：

1. 女性主權意識提升，相較過去以往「男尊女卑」的觀念，今日女性在政治、教育、性別平等上都有許多提升及改變，現代女性有身體高自主性，女性可以不受男性或他人影響，自行決定自己的穿衣風格及身體自主權掌握多少。
2. 社會傳統價值瓦解，傳統中國思維的觀念在現今已受到西洋及其他文化的衝擊，大多數的女性長期處在多元文化的環境之下，都能接受許多新思想及觀念，再者，媒體及網路也是讓女性在服裝上可以接收到很多影響的管道，如此一來，現今女性比以往過去的女性更加能接受及改變對扮裝的看法。
3. 在所得上，因過去的年代，女性沒辦法像男生一樣有出外工作的機會，且工作上的性別平等觀念尚未普及化，所以女性在扮裝上的掌控會比較少也比較難，但現今女性和男生一樣可以享有工作上的平等權，也可以有很多的打工機會，所以在所得上，女性也能掌控所得花費，透過得到的所得，來自行決定需要花費些什麼？這也是改變現今女性在扮裝及消費因素的影響之一。

二、建議

- (一) 筆者在問卷設計上有很多的不足，造成有些題目在選回答範圍太廣大，例如：在零用錢及治裝花費上金額都太過於龐大，建議治裝花費金額分類應該小於 1000 元以下，並分為 300 以下、300~500 元、500~1000 元、1000 元以上；零用錢則是分為 4000 元以上、4000 元以下，如此分也不會造成難以分類的情況出現，或是受訪者沒有的選項出現。
- (二) 在假設方面，筆者沒有更加仔細地思考，許多假設都是一再修改下才成立的，因第一次的假設問題有碰到無法跑統計檢測的狀況出現，在經過多次修改下才設定出現的問題假設，此部分是筆者需要更多思考及注意的一點，需要更加嚴謹的考慮，才提出良好的問題假設。
- (三) 樣本數過少，由於筆者這次因時間及人力的關係，只選擇在輔大通識課堂上及女生宿舍內發 100 份問卷，以這 100 份問卷樣本來代表母群體，但輔大女學生眾多，因此這 100 份問卷不足以代表整個母群體，這部分也是筆者當初沒注意到的一點，建議之後樣本設定數量可以多一點，或是改採用輔仁大學與他校來做比較，不要只設定在校內做比較，可以比較兩校不同之處，看看其他校與輔仁大學的差異或是以南北兩校互相比較。

參考書目

中文作者參考書目：

1. 包銘新, 李薈著(民94)。暴露還是遮羞 = 中國服飾的當代解讀。南京市：上海書畫。
2. 朱若愚著(民94)。衣療：美麗密碼 = Code of beauty eng。臺北市：大魚文化。
3. 何珮瑩等著(民97)。性別研究簡單說。2007年10-11月演講集。臺北市：臺灣科大性別平等委員會。
4. 杜芸譯(民66)。女性服裝講座。台北市：徐氏基金會。
5. 高祖寧著(民95)。成功穿衣祕訣。臺北市：春光出版。
6. 唐宇冰(民95)。女性服飾文化與形象設計。中國：中國社會科學出版社。

翻譯的書：

1. 丁淳譯(民77)。E. B. 赫洛克原著(1990)。服裝心理學。台北市：遠流。
2. 朱釋(民89)。荻村昭典原著(1997)。服裝社會學概論。北京：中國紡織。
3. 何季(民82)。弗留葛爾著(1991)。服裝心理學。臺北市：水牛。
4. 杜亞倫譯(民92)。費雪莫金(Toby Fischer-Mirkin)原著(2001)。服裝密碼：女人的秘密。臺北市：知書房。
5. 許瀨予譯(民94)。伊莉莎白·佩斯(Elizabeth Pace)著(2000)。為什麼他和他買的不一樣？：決定男人女人買或不買的第一件事。臺北市：大寫出版：大雁文化發行。
6. 楊慧中、林芳瑜等譯(民90)。Anne Hollander 原著(1999)。時裝·性·男女。台北：聯經。

學位論文參考書目：

1. 林蜀平撰(96)。社會文化脈絡女性服裝呈現風格與自我形象之形塑：生命史取向。私立天主教輔仁大學學士論文。

女性衣著與消費因素之影響因素問卷

親愛的同學，您好：

首先感謝您於百忙之中抽空填寫此問卷。我是輔仁大學學士班學生，目前正在進行影響女性衣著與消費因素探討相關研究論文，本問卷旨在了解女性衣著與消費之影響因素，您的寶貴意見將使本研究更有價值，懇請您撥出少許寶貴的時間，協助完成此研究調查。

本問卷採匿名方式，所有個人資料僅供本研究使用，敬請安心作答。在此謹對您的熱心協助，致上最誠摯的謝意。若有任何問題，歡迎來信指教:doll856@hotmail.com。

敬祝 萬事如意，身體健康！

私立天主教輔仁大學社會學系
指導教授 戴伯芬 教授

第一部分：服裝與消費行為

1.請問妳平均一個月會花多少錢在治裝部分上：

1. 1000 元以下 2. 1000~2000 元 3. 2000~3000 元 4. 3000~4000 元 5. 4000 元以上

2.請問妳平均一個月有多少可以支配的零用錢：

1. 1000元以下 2. 1000~2000元 3. 2000~3000元 4. 3000~4000元 5. 4000元以上

3.請問妳常在什麼地點購買衣服：(單選)

1. 網路拍賣 2. 實體店面 3. 品牌專櫃 4. 其他_____

4.請問妳購買衣服時，會先考慮的部分：(單選)

1. 服裝的樣式 2. 服裝的品牌
3. 服裝的價錢 4. 服裝的顏色
5. 其他_____ (如：兩者皆有)

5.請問妳認為名牌服飾能帶給妳：(單選)

1. 自信 2. 美麗 3. 顯示地位 4. 流行趨勢 5. 品質舒適 6. 其他_____

6.請問妳是否會去購買網拍的衣服？(續第六題)

1. 會 2. 不會

7.請問妳購買網拍的衣服之原因是？(單選)

1. 價錢 2. 流行趨勢 3. 品質舒適 4. 其他_____

第二部分：身體展演（自我形象）

請根據您自身感受回答下列問題，在適當的空格內勾選。

	1	2	3	4	5
8.我打扮的動機是想要提升我的自信感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我打扮的動機是想要展現出個人品味	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我在平常生活中打扮是偏向女性化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.我在平常生活中打扮是偏向中性化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.我會因為身材的關係而選擇能修飾身材的衣服	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.我會為了服裝改變身材(例如:瘦身...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.我認為服裝能修飾我的身材	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.我認為服裝能提升我的自我形象	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.我能接受過於顯露身材的服裝	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.我認為服裝打扮的美醜都取決於自己的想法及價值觀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：影響打扮的外在因素（外在形象）

請根據您自身感受回答下列問題，在適當的空格內勾選。

	1	2	3	4	5
18.我對於媒體所呈現出來的流行服裝相當注意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.我對於網路（例如：部落客的穿搭文）所呈現的流行服裝相當注意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.媒體呈現出來的流行服裝趨勢對我有很大影響	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.網路呈現出來的流行服裝趨勢對我有很大影響	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.電影中的人物身上穿的流行服裝對我有很大影響	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.歐美影集中人物穿的流行衣服對我有很大影響	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.韓國的服裝雜誌是我仿效及學習穿搭的來源	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.日本的服裝雜誌是我仿效及學習穿搭的來源	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.家人影響我穿衣服感觀比較深	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.朋友影響我穿衣感觀比較深	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.穿著較知名的服裝品牌時會讓週遭的人對我的穿衣感觀變好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.週遭人不認同你的穿衣風格時，會因此改變穿衣風格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.我會因為週遭人的意見來決定自己的穿衣風格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.我會想受到異性的青睞而選擇穿較為女性化的衣服	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.我會因場合來決定裝扮的風格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分：個人基本資料

33.系級： 34.年齡: 35.系所:

36.家庭經濟現況：

1. 富裕 2. 小康 3. 尚可

37.目前有無交男朋友：

1. 有 2. 沒有

38.目前有無打工：

1. 有, _____ 元/月 2. 沒有

39.原來居住地區：

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> 台北 | 2. <input type="checkbox"/> 高雄 |
| 3. <input type="checkbox"/> 北部(基隆.桃.竹.苗) | 4. <input type="checkbox"/> 中部(台中.南投.彰化.雲林) |
| 5. <input type="checkbox"/> 南部(嘉義.台南.屏東) | 6. <input type="checkbox"/> 東部(花蓮.台東.宜蘭) |
| 7. <input type="checkbox"/> 離島 | 8. <input type="checkbox"/> 海外 |

本問卷到此全部結束，非常感謝您對學術研究的支持與協助

附錄二 樣本分析

表1 樣本系級分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 1年級	42	42.0	42.0	42.0
2年級	27	27.0	27.0	69.0
3年級	13	13.0	13.0	82.0
4年級	18	18.0	18.0	100.0
總和	100	100.0	100.0	

表2 樣本年齡分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 18歲	8	8.0	8.0	8.0
19歲	39	39.0	39.0	47.0
20歲	22	22.0	22.0	69.0
21歲	17	17.0	17.0	86.0
22歲	14	14.0	14.0	100.0
總和	100	100.0	100.0	

表3 樣本院所分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 非理工	56	56.0	56.0	56.0
理工	44	44.0	44.0	100.0
總和	100	100.0	100.0	

表4 樣本經濟狀況分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 小康	49	49.0	49.0	49.0
尚可	51	51.0	51.0	100.0
總和	100	100.0	100.0	

表5 樣本有無男朋友分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 有	13	13.0	13.0	13.0
沒有	87	87.0	87.0	100.0

表5 樣本有無男朋友分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 有	13	13.0	13.0	13.0
沒有	87	87.0	87.0	100.0
總和	100	100.0	100.0	

表6 樣本有無打工分析

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 有	32	32.0	32.0	32.0
沒有	68	68.0	68.0	100.0
總和	100	100.0	100.0	

表7 年齡及打工收入平均統計量

	年齡	打工收入
個數 有效的	100	32
遺漏值	0	68
平均數	19.90	4056.2500
最小值	18	1200.00
最大值	22	8000.00