

國立臺灣師範大學 大眾傳播研究所

碩士論文

跨國流動下女性妝扮行為的轉變與實踐——
以赴韓交換學生和語言學習者為例



指導教授：蔡如音 博士

研究生：楊婕汎

中華民國一〇五年一月

謝辭

「因為要感謝的人太多了，就感謝天吧」—陳之藩

參考他人論文時，除了論文本身之外，還會多瞄幾眼對方的寫辭，要感謝的對象眾多，不外乎是老師們、父母、同學、男女朋友等，族繁不及備載。在真正完成論文之前，每每跟朋友聊到謝辭，我總是開玩笑的說：「我的謝辭，就只要放上陳之藩《謝天》裡的那句話，簡潔又霸氣」。不過，真正輪到自己寫謝辭時，才發現無法用簡單的謝天來表達我的感謝之意。

首先要感謝的是指導老師 Eva，總是給予我最大的寫作空間，幾乎不曾催促我論文的進度，雖然我很常臨時抱佛腳，急就章之下的內容，還是能得到妳的鼓勵，妳溫柔的鼓勵和支持，讓我在心灰意冷之時猶如寒冬時的雪中送炭，內心備感溫暖。論文之外，和妳分享生活中的事情，還有人生的探討，我想這些都會是我未來最懷念的一段時光。感謝兩位口委，大傳所的 Kelly 老師，以及世新性研所的陳明莉老師。謝謝兩位老師的肯定與鼓勵，以及自身經驗的分享與觀察，幫助我看清自己在學術分析上的缺失，擴展我對理論的理解。另外，沒有我的受訪者們，也就沒有論文後續的分析和反思，感謝妳們與我分享在韓國時的趣事和美麗片段，妳們在我眼裡都具備著獨一無二的美麗。

再來，大傳所 102 級酒肉朋友們，我們總是在活動玩樂中，找到彼此的默契和支持。念慈和阿麗，我們在無數個夜晚大談禁忌、八卦和抱怨，這樣的酸鹼值是支撐我最佳的生活狀態。孟錚和蘇菲，我們一起承擔著寫論文時的各種壓力，彼此緊盯著各自的進度，確保沒有一個人落後。安安和刀刀，在你們離開台北後，酒吧我很少去了，就等你們都回來之後，再一起醉吧。之馨，運動好朋友，感謝妳帶著我們一起運動，每每和妳運動之後，總能釋放大量的壓力（因為前面說了很多垃圾話）。其他不管是早先脫離我們，還是繼續奮鬥的你們，儂、南西、筱婷、小蔡等人，研究所的生涯中有你們作伴，真的是我的幸運。另外，大傳所的維菁老師、炳宏老師、所辦助理郁凌、張姐等人，感謝你們的指導和協助，無論是在學習或者工作上，從你們身上獲益良多。

其他在我論文寫作過程中存在的你們，淳、思、子惇，還有諸多給予我幫忙的你們，感謝你們總是不厭其煩的聽我抱怨，也願意接納經常焦慮暴走的我。最後，要感謝我的父母和家人，以及已經遠在天邊當仙人的爺爺，謝謝你們給予的任何支持，沒有你們無條件的支持就沒有現在的我。

還有，感謝我自己。在過去一年晦澀的日子裡，內心經歷的各種糾結與混亂，無論未來是否有斷開鏈結，只要記得這段歲月，妳會知道妳是可以堅強的走過的。

寫論文的道路是孤寂難耐的，但幸好一路上有你們的支持，陪伴我走完學生生涯的最後一哩路。

2016.2.24 台北



跨國流動下女性妝扮行為的轉變與實踐——以赴 韓交換學生和語言學習者為例

摘要

本研究從自身經驗與觀察出發，探討女性在跨國流動之下，其妝扮行為的轉變與實踐，而此處的跨國流動，指的是以交換學生和語言學習的身分，在韓國停留半年以上。近年來，以學習為目的的跨國流動，性質偏向於遊學式的學習，結合文化體驗與知識建構，在經濟資本獲得支持的狀態下，跨國流動的意義便來自於流動者在異國的玩樂、消費、與社交等日常生活的領域。尤其，在受到韓國影視、音樂等流行文化的影響下，除了帶動流動至韓國之外，妝扮也吹起一股韓風，台灣年輕女性的妝扮展演著韓式美學。

在上述背景及至韓國的流動中，研究從三個階段分別探討她們的妝扮行為，受訪者赴韓前、在韓國時期、以及回台灣之後。前往韓國前的妝扮行為，受限於身分和環境，再加上台灣主流論述對於女性妝扮的標準，受訪者的妝扮夾帶既要展現女性特質，又無法過度。而到了韓國，沾染濃厚妝扮氣氛與消費氣息，每日的妝扮已成為日常生活中不可或缺的一環。然而在韓國重視外貌的氛圍之中，妝扮儘管能夠帶來變漂亮後的愉悅，但同時也帶來等複雜情緒。而回台灣後，受訪者獲得許多變漂亮的稱讚，同時，受訪者運用自身在韓國時累積的妝扮資本，用來檢視台灣女性當前的妝扮與自身回台後的妝扮實踐。

而此種跨國流動之後所帶來的妝扮改變，正面的回應了女性個人主義化。受訪者們從受制的客體，轉為主動的個體，這當中，妝扮的實踐與轉變便是她們女性特質的展演，另一方面，身處不同社會對於女性外貌的標準，受訪者們從在韓國習得的妝扮資本，是為一種賦權，作為她們轉換不同環境與身分時的武器。

關鍵字：妝扮實踐、女性個人主義化、韓國、跨國流動、身體

第一章	在流動中找尋屬於自己的樣貌	1
第一節	緣起與契機.....	1
第二節	研究背景.....	7
第二章	在跨境流動中追逐著的女性	14
第一節	媒體中介之下矛盾的女性個人主義化.....	14
第二節	韓國女性的身體與外貌至上.....	20
第三節	女性留學生的跨國流動與身體轉變.....	26
第四節	研究問題.....	34
第三章	如何捕捉她們流動的軌跡	35
第一節	描繪研究對象.....	35
第二節	受訪者與我.....	36
第三節	接近受訪者.....	37
第四節	田野歷程與心得.....	38
第四章	蛻變：流動女性的變漂亮歷程	40
第一節	在島嶼上隱藏著對韓國的幻想.....	40
第二節	妝扮即生活，生活即妝扮.....	44
第三節	回台灣後的妝扮展演.....	58
第五章	妝扮其外，反思其內	66
第一節	台韓流動下的特殊女性個人主義化.....	66
第二節	妝扮與我、受訪者的連結.....	72
第六章	研究尾聲	74
第一節	結論.....	74
第二節	研究限制與建議.....	76

第一章 在流動中找尋屬於自己的樣貌

第一節 緣起與契機

一、與韓國／流的第一次接觸

大學以前只是看著淒美浪漫的韓劇，內心崇拜著俊男與美女，想望著他們之間的美好故事，一直到大學時期才真正有意識的接觸到韓國流行文化。在某個寒冷的聖誕夜，引領我陷入韓流旋風中的敲門磚便是 YG Entertainment 於 2009 年推出的新女團—2NE1，當時我立刻被她們的舞台效果和強烈的服裝風格：大膽用色、造型前衛給吸引住，彷彿就是聖誕老人送來的一份禮物，而後也迷上了她們的師兄團—Big Bang，和其他強調美型男、整齊劃一的舞蹈與服裝風格的韓團不同，Big Bang 和 2NE1 帶給我的是一種大膽與創新，雖然陸續有接觸到其他韓團，但 YG 旗下的團體已經成為我心目中的男／女神團。

除了喜歡這兩個團體的音樂類型之外，他們特別的造型也是令我著迷的一項特質，無論是舞台上誇張且具前衛時尚感的妝髮和舞台服裝，還是私下被媒體捕捉到的機場穿搭時尚，都讓我曾經試圖從中捕捉相關元素，進一步學習和打造成和偶像相似的穿著打扮，像是 2NE1 出道舞台表演時所穿著色彩鮮豔的服裝和具街頭潮流感的配件等，有那麼一段時間我也會在逛街時，努力的搜尋和她們造型相似或配有相關元素的服裝配件，就連當時我所購買的一條有著電玩圖案的內搭褲也被我大學同學稱讚：真的很 2NE1 耶！服裝上捕捉她們的元素之外，在化妝上也要跟上她們的腳步，我記得第一次畫出眼尾拉長上鉤的眼線，就是從 2NE1 隊長 CL 的妝感所得到的啟發，看起來相當銳利有個性，但從中又透露出些微的性感，在當時從高中生轉為成熟大人的大學階段，我逐漸地從她們身上建構出屬於我個人對穿著打扮的意識和風格。

於我而言，在當時大學時期的我，剛脫離了制式的高中制服階段，正努力的建構自我對於穿著打扮的意識，碰到自己喜歡的偶像和我所欣賞的妝扮，不免期望自己也能穿得像她們一樣。然而，現在我回想那段時光，我意識到，模仿偶像的穿

著打扮，並非是試圖假想自己身為偶像的投射行為，和與之帶來的與偶像的接近感，這是一個女生褪去了從國小到高中死板的制服，在脫離原有家庭和有著服裝髮型規定的校園，奔向自由且無任何外型限制的大學，並逐漸建構自我對於外型和妝扮的階段，透過欣賞和學習偶像的妝扮，我開始意識到自己希望呈現什麼樣的造型，以及什麼是我喜歡且又能傳達我個人風格的穿著。在此之下，我挑選衣服的眼光和我所選擇的化妝品以及妝感，都在此階段逐漸成形，可能我會試圖減肥，只為能夠讓自己能夠穿得下喜歡的服裝，也可能我在挑選化妝品上，我會開始比較眼線筆、眼線膠、或眼線液的差別，嘗試不同眼線的畫法。自此之後，我不再是每天起床睜開眼睛，只能穿上制服和維持一定長度髮型的女生，而是一個開始會在意自己的外型，和自我形象經營與維持的女生。

也因為大學時期身旁有著一群追趕著韓流的迷妹，讓我對韓流始終維持一定的熱度，也額外的透過韓國綜藝節目或韓劇增添了更多對韓國本地的認識，到了大學畢業的旅行，我終於和韓國有了第一次接觸。先前聽去過韓國的友人說起韓國人對外貌的重視，除了偶像明星之外，就連在街上的平凡人也是有型有款，這樣的說法便讓我在行李時，猶豫著該穿什麼，既能穿的好看又能方便旅途中的奔走。在輕裝簡便飛行兩小時後到了韓國，不知道是受何種氛圍，在民宿稍作休息之後，同行的友人們不約而同的開始梳妝打扮，甚至換上另一套衣服或鞋子，一番穿著打扮之後彷彿要去參加什麼活動，但其實也就只是出去吃晚餐罷了，在隨後幾天的行程中，愛美的我們也是化好妝、穿上好看或甚至是前一天買的新衣服，以完整妝扮好的形象行走於流行感瀰漫的首爾。

在韓國首爾，所見普遍都是穿著有型的男男女女，偶像明星大看板與人行立牌林列在大樓牆上或商店門口，我開始比較著自己與韓國路人的穿著打扮，要有什麼樣的服裝元素、化何種妝，才能符合韓國人時下最新的潮流。我依稀記得，當時流行著長度及腳踝的襪子，配上高筒帆布鞋露出腳踝部分的襪子圖案，街上的韓國女生幾乎都是這樣穿，但其實這種長度的襪子在國高中時期是最被我唾棄的，學生時期只覺得穿著過長的襪子看來非常土氣，殊不知在幾年後，反而是在韓國重新欣賞這樣的裝扮。

而經過一趟短暫的韓國之旅，仿佛有種從大都市回來的莫名優越感，尤其在穿著打扮上，當回到台灣的商圈逛街或消費時，心中不免挑剔與比較著台灣與韓國的服裝，甚至後悔著沒有在韓國的時候多買一些衣服或鞋子。但不知道是太熟悉自己生活的圈子，還是我個人對流行裝扮沒有過多的持續關注，從韓國回台灣的不久之後，對於韓國穿著打扮的敏銳度逐漸消失，在妝扮上，或許有跟上流行，又或者沒有，我漸漸的又回到以自己舒適的打扮為主。

二、滋潤的美國之行

2014年1月冬，我離開了台灣前往美國進行為期半年的交換生計畫。早在一年以前，我看著同學們一個一個離開自己熟悉的舒適圈，前往各個不同的國家當交換生，他們在學習之餘，也體驗到了不同國情的生活方式，接觸到各式各樣的人們，看著他們在社群網站上所分享的照片，和收到他們寄著情誼和能量於文字的明信片，終於，我內心想冒險出走的引信就此正式被點燃，在將近一年的準備，在期待又緊張的心情之下，也總算熬過了繁瑣的前置作業，來到了出發的那一天。

在飛行了將近 24 小時，轉機、轉機再轉機的奔波之下，終於來到了心目中的夢想國度。是的，在出發之前我的內心一直有股莫名的美國夢，這股莫名倒也不是透過短暫的旅遊就能滿足，內心總想著有朝一日一定要實際到美國生活上一陣子。除了從小學到大的語言學習之外，平日裡的興趣和喜好也和美國影視與流行文化息息相關，可能有人會說這是一個不切實際的想法，甚至會帶有批評的意味認為這樣的想法是一種崇洋媚外，我並不否認某部分內在的我其實期待著能在美洲大陸上進行消費，實地感受美國影視文化所吹捧出來的消費文化，但另一方面，我也帶著到當地「生活」的心態，不敢說是融入，但至少是親身生活在美式文化中。

在前往美國之前，便有聽聞和了解美國隨興不加修飾的生活氛圍，穿著打扮上較沒有亞洲國家如日本或韓國等重視細節，更有聽過曾經到美國讀書的朋友，在穿著打扮上和在台灣的時候相比較為懶散和疏於妝扮，而且一定會變胖，我暗自希望此種情況不要發生在我身上，我希望我還是能在極其平常的生活中以妝扮後的姿態呈現。初到美國時，不管是上課還是和朋友在學生餐廳吃飯，出門前總還是

會檢查自己是否穿上好看的衣服，或者臉上是否該補些什麼化妝品，但不知是天氣寒冷使人發懶，還是身邊的美國女生不多加胭脂和特別打扮使然，漸漸地我也開始荒廢了經營自己的外貌，無奈但也恣意的吃下許多高熱量食物。或許，美國的女大學生依舊會在天氣轉好和周末狂歡時精心打扮，但放眼望去，環肥燕瘦各式各樣的身形都有，而且相較於我，她們並不會吝嗇於展現自己的身形，在此環境下，彷彿吃再多都不是罪過，最棒的一點是，在美國買衣服各種尺寸都有，也因為如此，我嘗試了先前在台灣時說什麼也不肯穿上的貼身牛仔褲，也會開始購買以前不太會穿的合身 Tshirt，到了天氣轉熱的時候，換上寬口短牛仔褲，這些穿著都是之前在台灣的我，因為覺得自己需要透過衣物來遮蔽身材，且會在意他人對我的眼光而不會穿上，更也不會購買的衣服。偶爾，在美國商場購買衣服的時候，也會在衣服的選擇上掙扎，「這件我回台灣之後會穿嗎」、「這樣穿會不會很顯胖」，諸如此類的內心劇場依舊上演，在想要穿著休閒與舒適之下，又想兼具好看與有型。

就在悠閒從容的妝扮，以及偶爾對是否要妝扮的掙扎之下，為期四個月說長不長、說短不短的交換生涯，在飛機於清晨六時降落在桃園中正機場時正式畫下句點。當腳實際踏在台灣的土地上，看到身旁的路人從各種膚色轉變成和自己一樣的黃皮膚時，內心充滿著熟悉的安全感，但另一方面，卻又不得不承認，我內心著實多了一些細微的成就和驕傲感。這種隱藏在內心的成就和驕傲感，讓我在台灣之後的生活中，有著一股隱晦且不同於他人的成就感。

三、異地歸來的轉變、觀察的現象

回台灣之後，內心時不時還流連在美國，而我努力地想做些什麼來延續並假意的營造著美式感覺。以服裝來說，先前提到在美國第一次嘗試的貼身牛仔褲，以及 V 領合身 Tshirt，看似美式休閒的穿著風格，我想在台灣這樣的穿著也是行的通吧？殊不知當我自認為的穿上牛仔褲以營造出一種休閒與俐落感時，卻開始擔心起自己的大腿是否太粗、屁股是否太外露，穿上 V 領 Tshirt 是否會露乳溝、看似合身的上衣在坐著的時候游泳圈會不會跑出來，而這種種的擔心其來有自，因為在美國高熱量食物與飲料的餵食之下，即便是再怎樣的克制，也難免圓了一圈。在此種擔心之下，久而久之我便將牛仔褲冷凍於衣櫃的角落，不時的在打開衣櫃

時漠然地望著它躺在那裡。於是，私以為的延續美式風格的穿著，雖然稱不上是完全的失敗，畢竟 V 領 Tshirt 還是能用其他配件遮長補短，但至於好不容易建立起穿上牛仔褲的自信心，便逐漸地消失。儘管如此，現在當我在參考他人的穿著與自己消費服裝時，仍然會以簡便俐落的輕鬆感為主要的參考，但是有好長一段時間，打開衣櫃，看著滿坑滿谷的衣服，卻不知道該怎麼下手，往往是穿上了一套之後又換上另一套，到後來每天早上都在問自己「今天要穿什麼？」，若有某個場合需要稍微打扮而穿上好看的服裝，卻又是感到一陣不自在，到後期都發懶，所幸穿上舒服的連帽上衣，雖然舒服，但總覺得像是少了什麼一樣，好像自己不是自己了。

相較於我，一樣是出國交換學生，自韓國歸來的女生朋友們則大不相同。當她們還在韓國學習玩樂的時候，在 Facebook 上張貼的各種風景、人物照，除了獲得了很多讚之外，從照片中也不難發現她們的共通點，臉上掛著滿面的春容與笑意，不知道是景色的襯托，還是其他因素，她們不約而同地給了我「變漂亮」的感覺，而這並非是美圖秀秀等修圖軟體的功勞，在之後和她們的聚會中，我也察覺到她們的不同——完好的妝容和有型的穿搭。在閒聊之中，一邊聽著她們在韓國的奇聞軼事，另一邊內心的好奇心油然而生，「為何一樣都是出國體驗了不同文化，我從美國回來後想要營造的美式風格因此失敗，反而她們能變漂亮變得有型」，而如此的好奇心促使的我向她們追問，像是化妝方式的改變、好看服裝的消費、管道與參考，額外的也了解了她們在韓國所接觸到的不同文化與經驗，在看似女生分享漂亮服裝哪裡買、化妝怎麼化才好看等閒聊之中，不難從她們滔滔不絕的言談中感受到有別於以往的自信。

從我自己到身旁友人的跨國經驗來看，以學習為目的而產生的跨國流動，其目的已然和過去傳統留學的意義不同，我們的流動方式，都是透過學校機構的計畫而到他國學習。然而，也因此種學習通常不具強制性，大多數透過交換學生、語言學習等方式進行的跨國流動，較偏向於遊學性質。遊學是為一種特殊的跨國流動，結合旅遊與學習兩種活動，同時滿足遊學者的文化體驗和知識建構，雖然和取得文憑的留學類似，但遊學卻不以獲得文憑為目標(廖和敏, 1996; 王馨雯, 2001)。另外研究也指出，遊學者通常不以勞力換取金錢，他們的經濟資本通常是獲得支持且不虞匱乏的。因此，他們在異國時能夠專注在各種文化體驗、消費、學習(Lash

& Lury, 2007; Want, 2000)。

此種遊學、體驗式的學習，再加上不愁經濟支持的我們而言，在異國的學習已然失去其重要性，繼而代之以的重點，反而是我們在異國的生活經驗，像是玩樂、消費、社交等。而從我們的例子來看，在異國的美妝、服飾消費，以及在異國消費後的妝扮實踐，逐漸成為多數女性在此種跨國流動之下的焦點之一。因此，上述種種的觀察與自身經驗，伴隨著遊學式的跨國流動趨勢，不斷的促使著我去思考此種跨國生活的經驗與自我妝扮之間的關聯，又尤其如我在之前的故事所提，在看似屬於日常範疇的化妝與穿著之中，在異環境的氛圍下，卻能透過不同的消費與實踐，建構出不同以往的妝扮實踐，甚至呈現出不同的自我。此外，在跨國、跨文化的環境之中，又特別在流動至韓國的跨國流動經驗，女性於此建構出的美妝實踐，在其個人生活中具備著何種功能？

在深入探討之前，相關背景脈絡可以幫助理解女性個人在跨文化的流動之下，其美妝行為的實踐與轉變。首先，要探討個人美妝意識的建構之前，需要先行了解時下台灣年輕女性的妝扮背景，和妝扮對台灣女性的意義。其次，韓流在台灣的影响，除了第一波韓劇、第二波 KPOP 所帶起的流行現象之外，從兩波韓流衍伸出的商品，像是服裝和美妝等，在台灣呈現何種美妝樣貌。而當談到跨國的流動，台灣本地流動至韓國的輪廓為何？又是何種原因導致台灣人至韓國的跨國流動。

第二節 研究背景

一、台灣年輕女性的妝扮背景

走過街頭、打開電視，各式廣告看板和影像中呈現的多是完美妝容、穿著時下流行和時髦服飾的漂亮女性，正妹形象維持與打造的概念深植女性的腦海中，不難聯想何以無數女性為追求美好外型而花費不少精神與金錢在打造自己美好的一面。以服裝來說，每每走在以年輕世代為消費族群的師呈現師大商圈，看著年輕女性絡繹不絕的穿梭於小坪數的服裝店，成群逛街的女生們拾起架上或長或短的衣服，在穿衣鏡前對著自己的身形相互比較，不時的回頭和同伴們討論自己是否合適，是否該敗下這件永遠都「少一件」的衣服。除了服裝之外，若臉上素顏上陣，即便是穿的在好看也會無神。每年 10 月中旬後各大百貨公司的周年慶大戰開打，一樓的化妝品區往往都是周年慶的一級戰區，許多女性在周年慶前便已做足功課，在某樣特惠品開賣前排隊好幾個小時，為的就是搶那限量的化妝品或保養品優惠組合。

台灣當前的社會，瀰漫著一股透過消費來建構妝扮的氛圍，而這消費的氣味，除了是一種商業行銷的手法之外，更多的時候也和媒體息息相關。像是美妝節目如雨後春筍般的冒出，節目中請到專業彩妝師當場替你修改妝容，也有請到女明星們分享自己的穿著搭配，更有替素人來賓們於節目中大改造。網路科技的演進，提供人們自行書寫文章或心情的部落格，意外打造了一群美妝部落客，提供現代女性化妝穿搭的參照，美妝部落客們大多結合文字、照片和影片，一一教大家不同的化妝技巧，更有的部落客面面俱到，美妝之外還教你如何穿搭。服裝和化妝品的雙重消費打造了女性對自身美麗形象的基礎，而怎麼穿的好看，妝要怎麼化，更是女性對於美麗形象的管理與經營，穿著搭配與化妝為一個整體，存在於每位女性的日常生活中。然而，若僅是透過上述現象的觀察，雖稍能看出年輕女性對妝扮的重視，但此種重視對年輕女性有何種意涵，則需要有進一步的對話。

有關女大學生自我妝扮的消費行為與消費空間的關係，徐玉玲（1997）的研究中提到，像是化妝品、魔術胸罩、裙子等，在女孩成長為女性的大學時期，這些象徵性消費具備著自我形象的展現與日常情緒排解的功能。她們透過商品進行解碼

與意義重構，尋找符合自身需求的商品、消費通路和方式，發展了屬於她們的消費能力，建構出以男性凝視為中心的性別主體。

在女性的美妝生活實踐中，賴思彰（2008）則說明，化妝具備現代年輕女性對經營外表的策略、進入成年的儀式、以及生活美學的操演的意義，並且幫助她們經營更好的感受以便於融入社會中。而黃正玫（2009）則提到，年輕女性化妝打扮的行動意義需要從個人脈絡中了解，年輕女性的審美觀在童年時期便由家庭教養奠基基礎，而到了大學階段，因應多種社會化角色的期待，如同儕、感情、職場等，年輕女性則藉由妝扮回應身兼不同角色的需求，並藉此重新建構自我認同。

上述相關研究之中，台灣女性的自我妝扮，社會脈絡是一項重要的因素，此種妝扮文化是透過台灣廣告媒體所傳遞的美麗神話，及個人獨特的成長背景所交織而成。而上述所提尚未將跨界的流行文化納入討論，在不同的流行文化影響之下，女性是否又會因著這些不同的流行，建構出不同的妝扮概念？回到本文初始的概念中，若在前往韓國交換／學習的女生們能在此種異地且跨文化的脈絡之下改變其妝扮行為，那麼尚未出國交換和打工之前，韓流背後承載著流行文化的相關文本，在台灣又如何影響我們的美妝概念及妝扮文化？

二、韓流在台建構的韓式美學

當韓劇來自星星的你在台灣掀起千頌伊和都教授風潮之後，我們又得以感受到韓流的威力，做為流行文化，韓流不僅透過戲劇和音樂的包裝進入台灣社會，而是以各種日常的形式，如食物、化妝品等穿梭於我們的生活中。回溯至韓劇初進入台灣市場時，在有線電視台法規的開放之下，韓劇於台灣各大電視台的播放，不僅受到觀眾的喜愛，也開創一波波韓劇所帶來的熱潮。韓劇挾著俊男美女、搭配美麗的風景，比日劇更便宜的版權，電視台紛紛祭出韓劇以提高收視率，在此之下，同時也改變了觀眾的收視習慣（卓珍仔，2003；江佩蓉，2004；鍾志鵬，2005；祁容玉，2006）。值得注意的是，韓劇依循著日劇模式，以戲劇作為一開端，進而創造一股他國風潮，觀眾在收看戲劇的同時，不自覺的接收了他國文化。韓劇不僅炒熱演員知名度，連帶也帶動韓國商品在台灣流行，韓劇裡呈現的流行時尚，小至角色人物身上的妝容，大至劇中演員所駕駛的汽車、居住環境等陳設，

皆企圖展現韓國的現代化與時尚敏銳度，急欲擺脫韓國商品過去給人粗糙、劣質的不良印象，透過韓劇的放送將現代化的形象行銷至全球，在短時間內便發展出特有的「韓式風尚」(鄭心怡，2011)。

繼承韓劇的流行性，隨之而來的韓國流行音樂也逐漸成為另一波熱潮。當 Sorry Sorry 一曲紅遍台灣大街小巷之後，以俊男美女主打的韓國偶像團體則掀起繼韓劇之後，以 KPOP 韓國流行音樂為主的第二波韓流。此波韓流的效應不單只是記憶度高且朗朗上口的流行音樂，在視覺上，透過韓國音樂表演節目或 MV，韓國偶像團體不只是有整齊劃一的舞蹈，舞台上一字排開，清一色的為俊男美女。男偶像們有著花美男般的臉孔，身上的肌肉線條時不時透過舞台表演展露。女偶像則大多有著修長且勻稱的雙腿和白皙的皮膚，在妝容和服裝上，則以鮮豔的色彩、俐落且合身的服裝，呈現了韓國女偶像團體的身材曲線。因此，此波韓流不僅在聽覺的音樂上發展出新的特色，在視覺方面也間接傳遞了韓國流行文化標榜對於外貌經營與管理的韓式美學。

無論是韓劇亦或是偶像團體，其共同特性皆是透過視覺效果傳遞了韓式美學。以韓劇而言，早期韓劇中呈現韓國本地的觀光景點，帶動了韓國觀光產業的蓬勃發展，許多韓劇觀眾會為了感受其劇中氣氛而至韓國旅行。而在之後的韓劇，透過人氣偶像或演員擔任男女主角，一方面帶起話題性之外，更透過明星偶像的加持成功行銷了許多出現在劇中的商品，從美食、到以女性為主要消費力的美妝商品和服裝，而本研究主要關注在美妝商品和韓國流行服飾的穿搭，尤其以女性為主要關注的對象，故觀光和美食的討論不在此多加著述。以下分別就美妝和穿搭兩層面，勾勒出韓流在台建構的美妝與穿搭現象。

在台灣，百貨業者看準韓劇所帶來的商機，逐漸引進韓系品牌進駐百貨，以 SOGO 百貨為例，以往是以日系和歐美風為主的商品為主打，在哈韓的風潮之下，韓系服飾、美妝、和相關美食的引進和消費上都有大幅的提升(林海，2014.04.20)。首先，韓劇帶起的風潮反映在以女性為主要市場的美妝產業上，根據痞客邦於 2014 年公布的千萬口碑美妝賞榜單中，以推薦、教學等關鍵字作為深度了解品牌的主要來源中，韓劇《想你》的咬唇妝和《來自星星的你》千頌伊的紅唇即成為最夯的關鍵字之一，也讓於《來》劇中以 YSL 唇膏所化出的紅唇成為女性爭相

模仿的妝感和最想要購買的唇膏的第一名（林佩儀，2014.10.01）。此外，韓國的彩妝業績也伴隨著韓流的魅力大幅成長，像是屈臣氏特別設置專屬韓國品牌的彩妝「K Beauty」，主打著韓國彩妝的多變性、趣味、實用、以及多樣化選擇和平實的价格，業績的成長超越了歐系、日系和美系等開架彩妝商品（李麗滿，2013.12.11）。

另一方面，韓系、韓貨等關鍵字也於近幾年浮現於各大網拍和實體服飾商圈中。事實上，在 2000 年之前，台灣進口韓國服飾便已存在。八零年代時來台留學韓國學生，進一步的在台灣定居之後，由於其團結的本性，便於本地形成商業經營的規模經濟，如永和「韓國街」，以捐客性質進行的商品交易多以成衣、玩偶、髮飾等各種生活雜貨，但因市場反應不佳、粗糙的材質和質料多被消費者認為「次級品」（崔清林，1988；江佩蓉，2004）。2000 年後，當韓國經濟復甦，大量出口商品以振興經濟，於此同時韓劇在台灣的流行，透過劇中演員的呈現，使得韓貨服裝蔚為風潮，女性觀眾尤其希望能透過類似的穿著搭配跟上最新流行（鄭心怡，2011）。

以實體商圈師大夜市為例，巷弄間一家接著一家的服飾和飾品店，店內音樂以 KPOP 為主，年輕店員身著店內熱銷服裝，接待客人時從嘴巴說出的銷售話術不外乎「剛從韓國帶回來」、「那個韓劇的女主角也有穿過」，走一趟師大商圈，想不跟上韓國流行服飾的潮流都不行。在網路購物的世界裡，從早期到日本本地購買服裝並於網路同步進行販售和下訂單的日貨連線，戰場也逐漸轉往以韓國為主，再加上近幾年國人赴韓觀光的人數增加，個人身分或自有商店的韓國連線已然屢見不鮮。這股韓國服飾的熱潮也蔓延至服裝傳統的購買管道，像是台灣多家百貨公司引進韓國服裝集團旗下的品牌，除了本身的流行與時尚感帶動流行之外，業者也期望能透過韓系品牌服裝的引進，讓台灣年輕的消費者接觸「正港韓流」的服飾（林海，2014）。

鄭心怡（2011）研究台灣女性消費者在台灣本地消費韓國服飾的現象，她指出，由於韓貨品質良好，且具備高度的流行性，服裝的剪裁樣式讓台灣的女性在穿著之後達到了修飾身型的效果，再加上材質帶來的舒適感，讓穿著韓貨服裝的美觀程度遠大於其他國家的流行服裝。而韓貨的消費或偏好，也形塑出一群特定生活

風格的消費者，透過穿上韓貨藉此滿足感官享樂和美感體驗所帶來的精神昇華。

由此看來，韓流從戲劇到音樂，在台灣哈韓除了對韓劇和 KPOP 本身的消費之外，從流行文本衍伸出相關商品的消費現象，像是韓劇男女主角的服裝和美妝產品，不僅從個人層面改變了台灣女性的穿著打扮，在台灣整體的消費市場中，從韓系美妝商品在台設櫃及韓劇中的妝容造成相關美妝商品的大賣，到韓國流行服飾在網路世界與實體商圈的遍布，韓流在台灣的影響，已不再單純是戲劇和音樂的媒體消費，更進一步透過日常生活的服裝、化妝產品等影響著台灣消費者。

三、跨越國境的樣貌—台灣人赴韓的流動

韓流的影響之下，台灣人流動至韓國的現象也更為顯著。根據交通部觀光局在 2011 年的統計，台灣人赴韓旅遊的人次在 2007 年達到高峰，而另一項統計「2013 年近 6 年中華民國國民出國目的地人數統計」也指出，民國 97 年至 102 年間，台灣至韓國旅遊的人次從 36 萬成長至 52 萬，六年內增加四成，而近期到了 2014 年 1-5 月期間，光是上半年台灣到韓國旅遊的人數便已達 24.6 萬人次(蘋果日報，2011.9.04；交通部觀光局，2013；張家嘯，2014.07.29)。上述的統計資料當中指出，台灣人赴韓旅遊人數增長快速的原因，來自於韓劇在台的熱播，另外，其後 KPOP 及韓國偶像明星在台的流行，根據身旁許多友人也表示，受到韓國偶像明星的影響，除了會到韓國本地旅遊之外，更曾經親自跨海到韓國本地觀賞偶像明星的演唱會。

除了旅遊之外，近幾年新興的度假打工也可見韓國的選項，根據一項網路調查中指出，近來韓劇、韓國綜藝節目、及韓國偶像團體風靡的現象，再加上距離近、消費水平和台灣類似等條件之下，韓國也成為熱門度假打工的國家之一

(DailyView 網路溫度計，2015.01.24)。而伴隨著赴韓旅遊人數的增長及度假打工，台灣人學習韓語的意願也隨之增加，文化大學推廣教育部國際語言中心主任呂玲慧便表示，韓語受歡迎程度為外語學習排行的第三名，在 2012 年之後學習人數成長至 2 倍以上 (Career 職場情報誌 5 月號，2010 第 409 期)。韓語學習的熱潮也反映在語言學習的書籍上，博客來表示，韓國語言書成長快速，其銷量成長超過 20% (劉欣欣，2012.08.11)。而韓國偶像的熱潮不僅在流行音樂上可見其

蹤跡，在語言學習上也成為動力之一，甚至跨界到韓語教學，像是韓國團體 Super Junuir 成員圭賢的父親，便趁韓流之勢於台北開設韓語補習班(陳穎，2012.02.05)。除了台灣本地學習韓語的熱潮，直接前往韓國本地學習語言，或是以韓國為交換姊妹校或留學目的地的現象，雖然目前尚無相關統計資料可供說明其現象，但若從韓流的影響之下赴韓旅遊人數的上升的現象來看，到韓國本地學習語言或交換、留學等也不難推敲其原因是受到韓流的影響之下，基於對韓國流行文化的喜愛和追尋而選擇流動至韓國進一步學習。

四、小結

綜合上述的背景脈絡來看，首先，台灣女性的妝扮脈絡之下，當前是透過媒體的中介，像是美妝節目、部落客等，搭配各種吸引消費的行銷手法，替台灣社會與年輕女性建構一個需要打理門面的妝扮氛圍。除了外在的氛圍影響之下，自我的妝扮行為和女性的成長脈絡息息相關，透過妝扮行為的實踐或消費，對女性而言具備著自我形象與情緒排解的功能，此外，年輕女性更是得以透過外在妝扮的經營與管理，幫助她們走入社會或面對人生的不同階段。

此外，在媒體文本的中介之下，近幾年韓流的襲捲對於構成妝扮社會的氛圍有著關鍵的因素，第一波以韓劇為主的韓流，不僅改變台灣觀眾，尤其是女性的收視習慣之外，也將台灣人帶往至韓國本地旅遊，而在第二波 KPOP 和韓國偶像劇之下，更是從視覺上給予台灣粉絲或女性更多有關韓國式的美貌概念。韓國相關的服裝、美妝產品實際對台灣的消費市場帶來不同的影響力，像是網拍賣家從所謂的日貨連線，到現在韓國連線，以及台灣實體商店對於韓國美妝產品的重視，舉凡美妝產品的專門設櫃，到引進韓國品牌的服裝，足見韓流從戲劇、音樂等媒體文本的風潮，進而延伸至以日常妝扮為主的流行現象。

而在韓流的影響之下，台灣人流動至韓國的現象，在初期帶動的是以旅遊為目的的流動，而近幾年，韓流在台灣效應除了實地旅遊的接近韓國之外，透過留學、交換學生、韓語學習、度假打工等各種方式的流動，逐漸成為台灣人流動至韓國的新興方式。而就上述現象的交織之下，流動至韓國的女性們，在或長或短的流動期間中，身體在異國流動中的經驗，和受到韓國本地消費與美貌的氛圍之下，

其個人妝扮行為的轉變，在個人的成長脈絡中，具備著何種意涵？是一種在現代化的社會中，女性藉妝扮展演獨立個體，還是此種妝扮的轉變是受制於特定的文化框架？下一章節分別就女性個人主義化、韓國本地的美妝與身體的文化脈絡、以及女性留學生流動的身體經驗，進行相關文獻的探討。



第二章 在跨境流動中追逐著的女性

第一節 媒體中介之下矛盾的女性個人主義化

西方理論中現代化的概念之一個人主義化，被視為從傳統性別角色、集體性的概念，轉變為以勞動市場為導向、具選擇性、個人化詮釋的生平、和自我的反身性。個人主義化的特色，強調個人的自主選擇，和獨立於傳統和社會機構之外（Kim, 2012）。但另一方面，個人主義化不是個人自由的決定，而是個人被強迫自己型塑、導演自己的生涯史和社會網絡，而在此一自我型塑的過程中，又伴隨著個人喜好和生命階段的轉變，而且個人必須配合其他的個人以及勞動市場、福利國家等的規則（Beck/Beck-Gernsheim 1994：14）。

然而，此種個人化之下的「個體」是一個性別中立的個體，許多女性主義者因而批評個人主義化的過程忽略了與女性有關的歷史，而 Delhaye（2006）更認為，個人主義化的過程，需要特別考慮到某種特殊的女性特質，才得以解釋女性如何透過個人主義化的過程轉變為個體。因此，在她的研究中，Delhaye 從消費文化的概念導入與女性的個人化結合。研究中提到，消費文化近幾年才受到學術上的重視，然而，依舊缺乏性別層次的探討。大多數的消費者研究中，「消費者」被視為是一個普遍的且去性別化的角色，在經過許多女性主義的學者試圖將消費文化和女性連結之後，近年女性相關的研究也顯示，現代女性主體性的文化建構和逐漸興起的消費者文化息息相關。女性作為消費者的文化建構，是現代女性特質中的一個重要定義之一，而期刊媒體和女性雜誌，在消費文化與女性個人主義化之間的連結中也扮演著重要的角色（Delhaye, 2006）。

Delhaye 研究荷蘭時尚雜誌在 1880 年至 1920 年的論述，她認為時尚作為消費文化的一個範疇，對於女性展演個人化有其重要性。女性並非是排除在西方個人主義化的過程之外，而是生產一種特殊的女性個人主義化，而時尚論述便是其中之一。作為個人化的一種方式，時尚論述教導女性以一個自我定義的消費者，逐漸地意識到自我及個人獨特的外型，時尚編輯賦予女性在一個時尚專家建構出的框架中做一個有自主性的消費者。讀者被教導著如何根據個人的品味在服飾和美妝

上自我裝扮，此外，Delhaye 也認為，女性所做的任何決定都是根據自由意識下所做出的選擇，無論時尚所給予的建議如何的限制。因此，在現代消費者的社會中，個人身分和時尚的形象主要影響的對象依舊是女性，Delhaye 也藉此指出，在詆毀時尚作為女性形構個人形象的框架限制，或哀悼著時尚對個人的身分如何產生負面的影響之下，後續研究者應該試著改正過去的舊觀念。

從 Delhaye 的研究中可得知，時尚雜誌和編輯作為呈現女性特質的展演和詮釋中介者的身分，對於女性個人主義化的發展無不是一個樂觀的看法。但值得注意的是，在該研究中，時尚雜誌的論述是具備著特定時間性的社會脈絡，或許在當時的社會脈絡中，女性在社會上相較於今日是更加不平等，而當時時尚雜誌中的論述，對女性而言無不是一種啟蒙，確實是可以作為一個引領女性朝向現代化的概念。但隨著女性接觸教育的比率提高和進入勞動市場，社會對於女性角色有著不同的看法和認知之後，時尚雜誌的論述在此情況之下，是否依舊有著影響力，便不得而知。此外，該研究依然是在歐美社會的脈絡之下才有此研究結論，當社會脈絡轉移至亞洲地區時，展演和詮釋女性特質相關的媒體，是否能同樣呈現女性個人主義化較為樂觀的一面則須打上一個問號。

而誠如 Beck-Gernsheim 所說，當女性開始陸續接受教育後，女性便能參與勞動市場，女性便開始經歷了「個人化的推動」，而女性個人主義化的興起，其實也就反映了性別化的社會之下，社會和經濟改變，如高學歷、勞動市場的參與、遷移的女性化、晚婚或不婚主義、拒絕生育、離婚率的上升和傳統家庭組成的瓦解，此種家庭構成的觀念，顯示了可預期的個人主義化的趨勢 (Kim, 2012)。在當代亞洲的都會區，同樣也出現了個人主義化之下相似的趨勢和結果，女性從傳統性別的角色中脫軌，並意識到她們有著需要透過勞動市場、訓練、和流動來建立個人生活的必要性 (Beck and Beck-Gernsheim, 2002)。在面臨多重的選擇之下，個人主義式生命政治是建構在自我反身性，和經過考量之下的選擇。

Youna Kim 便將此概念置放在亞洲的脈絡之下，她指出高教育水平和伴隨而來的賦權，可視為一種女性的個人主義化，亞洲女性帶著較高程度的自我反身性去追尋和計畫著屬於個人式生命歷程，教育的高度接近性產生了個人主義式的多重選擇，並得以讓女性脫離原有的傳統角色。然而，有著高教育程度的女性，以及

隨之而來的選擇，仍然會受到性別化之下的社會經濟和文化的限制。以就業的勞動市場來說，大多數的女性在原有的社會中，依然受到不平等的對待，而非個人主義化帶來的多重選擇來的樂觀，受教育且有著工作技能的女性，不必然在勞動市場中具備容易向上流動的機會（Kim, 2012）。在她的研究中，提到了日本、韓國、和中國的女性，自 80 年代開始便紛紛透過留學的方式流動至西方國家，透過教育所進行的跨國流動，雖然是看似個人主義化之下的選擇，但實際上是為了逃離原有社會的諸多不公平和限制，如就業市場的不平等、原有社會對女性的婚姻和家庭的期待等，透過既有社會中對女性的規範和印象，女性的個人主義化之下的選擇成為一個複雜且矛盾的概念。

儘管女性個人主義化的矛盾性質，Kim 也特別提到媒體在此種跨國流動中所扮演的角色。她指出，透過全球化下的媒體，在中介之後的媒體內容給予女性無限的想像，其指的是，媒體不僅是將女性向外流動的推力，也是藉此傳遞向外流動是一種現代化概念中的個人選擇，女性透過教育取得更好的資源，而得以具備向外流動的優勢。然而，Kim 認為此種女性的個人主義化並非具備原本個人主義化的精神。以韓國女性為例，媒體內容的中介下，讓她們藉此想像著以自由的個體在西方社會生活，像是韓國女性在收看《慾望城市》之後，在西方的社會經濟體系之下，她們深受節目中所呈現女性的經濟獨立、工作性質、女性的個體化和選擇所吸引。然而，在不斷的吸收媒介內容之後，韓國女性對照自身在韓國本地的狀況，卻也同時感到沮喪，因為在韓國本地的性別不平等、新儒學對於女性身體與自我的控制，依舊持續地監控著女性。因此，Kim 認為在文化他者的入侵之下，韓國女性夾雜著期待與矛盾，在自我建構出的想像中，以閱聽人和行動者的雙重身分，將她們對現實的想像轉化成一股朝向自我期待的未來的向外流動力，但同時，此種向外的流動依然是一種暫時逃逸於原生國家的各種不平等之下，所做出所謂的個人主義化的選擇（Kim, 2012）。

承前所述，個人主義化之下的個人選擇，受到消費文化的影響，而其中，閱聽人在媒體內容的消費也逐漸趨於個人化，且另一方面，媒體文本也藉此傳遞著個人化、以消費為取向的內容，教導人們如何創造具個人化特色的生活方式的節目即是其中一個例子。近年來，生活風格的電視節目反映了歐美的市場逐漸趨向一種以生活風格個人化、消費者取向的風潮，這對於建構現代化自我是一項值得的投

資 (Wood and Skeggs, 2004)，在亞洲，相似的情形也反映在流行實境節目中，節目內容大多會提供人們如何在現代資本主義式的文化中生存，藉由節目內容所給予的生活建議形塑個人生活的風格。然而，此種節目在亞洲所帶來的影響和歐美類似，但在特殊的地域及電視、文化風俗與規範中，此種以生活風格為主題的節目，在社會與文化迅速變遷中的亞洲，對形塑某些特定生活風格的行為和社會身分有著關鍵性的影響 (Martin & Lewis, 2012)。

然而，如 Youna Kim 所述，在亞洲特殊的脈絡下，女性無論是在就業市場和性別角色依然是受限於傳統的社會規範，而給予生活指導的電視節目在此特殊的社會脈絡之下，女性的個人主義化是否也呈現出矛盾性？Martin 和 Lewis (2012) 指出台灣是在一個壓縮後的現代性下發展。自 90 年代中期，台灣的經濟模式從工業生產轉向服務性經濟，且在 1987 年之後，台灣社會因民主政治、跨國媒體、文化、經濟、商品、勞動的流動等等因素，帶給台灣社會劇烈的改變。因而，台灣作為一個“壓縮後的現代性國家”，顯然地提供一個具代表性的場域探討著新舊時代社會身分的改變，其中也包括性別的身分。從就業市場來看，隨著服務業的興起，女性投入勞動市場的比例相當高，Lee (2004) 在一項有關勞動與性別政治的民族誌調查中發現，台灣主流論述建構出女性得以透過投身服務業的勞動市場作為一種社會流動的契機，然而，低薪資、無長遠職涯發展、高度投入情緒勞動、以及工時長且不穩定的狀況之下，是與主流論述呈現截然不同的樣貌。另一方面，此種狀況對白領階級、或粉領階級的女性而言，反而是作為一種避免自身陷入此種困境的警剔。因此，對於年輕世代的女性而言，此種時尚與美妝的節目所傳遞的生活風格，無疑是一種鼓勵與啟發。

因此，在台灣此種脈絡之下，Martin 和 Lewis (2012) 的研究即以新加坡和台灣的時尚和美妝節目作為研究的對象，以台灣為例便是《女人我最大》，作為給予女性生活風格指導的節目，也得以藉此檢視媒體與女性個人主義化之間關係。該研究結論指出，在性別化的個人主義中，透過此類型的節目所強調的理想、具選擇性的自我，在性別化的社會與經濟不平等之下，呈現了矛盾的女性個人主義化。在分析《女人我最大》的節目中，該節目傳遞的內容主要有二：一是與職場有關，教導女性如何在工作場合穿著得體，節目中鼓勵女性追尋可受人尊敬的工作，像是服務業、店員、秘書、助理等所謂的上班族，另一方面，透過女性來賓在節目

中的換裝和大改造，強調著女性在工作場合中應注重個人的自我管理和自我行銷，例如，服裝的剪裁和樣式的選擇，會在工作中呈現出你的個性，因此，節目中強調女性在初入職場時，應以可愛、漂亮、不具威脅性的服飾裝扮。二則是藉由豪門、嫁給有錢人的婚姻讓年輕女性在社會中向上的流動。在此部分，節目中便舉例以台灣社交名媛作為女性的楷模，建議女性聰明地投資精品名牌、建構美麗形象，如吹彈可破的膚質和水汪汪的眼睛藉以提升女性吸引較高階級男性的機會。

當在新自由經濟體系之下的個人主義，是圍繞著中產階級和都會性的男性為主時，在以新加坡和台灣逐漸走向現代性的國家時，此種來自歐美的生活風格指導的節目，在亞洲的社會、經濟、和文化脈絡之中，現代性的個人化便是備受爭議的、經過本土化的連結、並和當地消費文化融合的新形態的自我。而在該研究分析以女性為主的節目內容，多數在教導女性應透過自我的改造才能成為一個現代化的女性，而事實上這是一種經過中介和變形的女性個人主義化。以新加坡的例子，節目給子女性的建議，往往導向成回歸傳統性別的角色，教導女性在家庭與工作之間如何平衡，其個人的選擇失去原有的意涵，並非女性真正自主的選擇。在台灣，節目中女來賓或素人的大改造，是為了能在同儕的社群中突顯個人，或是藉此吸引社會階級較高的男性（Marin & Lewis, 2012），這些改變就呼應了個人主義化之下所具備著自主多重選擇的精神，是在現有社會的規範和風俗之中，個人需要被迫調整且帶有策略性的選擇才能在現代化的社會逐漸走向個人化。

從上述的文獻中，女性個人主義化在歐美和亞洲的脈絡中呈現不同的樣貌。在歐美社會脈絡之中，女性在時尚媒體的消費中，得以藉由時尚雜誌或編輯給予的論述，進而追尋現代的個人化。相反地，亞洲女性從生活指導與風格的節目論述中，反而是間接被教導著如何透過自我改變，持續維持著社會所期望的性別角色。藉由歐美與亞洲的研究可得知，社會的脈絡影響的女性個人主義化的推動，而女性透過媒體的消費之下，女性個人主義化分別呈現著樂觀或矛盾的樣貌。因此，研究者想藉此提問，流動至韓國的女性留學生們，在韓國的社會脈絡和各種媒體消費之下，藉由美妝或穿著行為的轉變呈現何種女性的個人主義化。下一節，研究者欲從韓國社會脈絡的文獻著手，先一步了解在韓國本地呈現何種與美貌、流行

文化相關的背景。



第二節 韓國女性的身體與外貌至上

一、新儒學思想與消費者社會中韓國女性的身體

韓國的自我認同近年來歷經了劇烈且迅速的改變，而文化也從根本的產生變化。在這迅速的改變之下，許多韓國人對他們自己的文化、社會和認同感受到一股不確定性，且同時被迫接受許多新的標準、理想和目標。資本主義的標準而帶來經濟上的成功，已然成為韓國的新理想，將國家整體從二戰和舊有的政經和社會秩序延續下來的傳統帶領至新的方向。在身分和現實社會迅速的改變之下，從 Diane M. Hoffman 的說法來看，韓國女性是作為傳統文化、意識形態、和自我認同的一個重要指標，並作為抗拒外來入侵的象徵。而這種抗拒的象徵，已成為外來影響之下最顯著的現象，現在韓國女性用資本主義的消費來裝飾著自己的身體，而修改、改正身體是為了更能達成外來文化所帶來的美的標準 (Kim, 2015)，例如 Rosenberger (1995) 在研究日本女性雜誌時便指出，年輕女性能夠藉由購買國際精品的商品來改變個人魅力而作為體現全球化的象徵，女性的身體成為全球文化交織之下的據點，象徵著她們作為大都會區中的一份子。

而今，韓國已成為後工業化的消費社會，女性作為消費者的身體也有了新的意涵，然而，新儒學主義的思想卻依舊控制的女性的身體 (Kim, 2015)。新儒學主義的思想認為，身體存在著「氣」(Ki) 將身體和心靈連結成一系統，在此說法之下，男性被鼓勵著拋棄個人的自我而成為無私的人，透過自我的涵養、遵從合宜的行為規範和人際關係、祭拜祖先等，確實的連結他人與自我的氣。然而，上述所指各種新儒學主義的概念，像是對於身體和心靈的自我涵養只限於應用在男性，女性無法達成此境界，因此也不需要此能力來轉化自我和身體，當男性透過心靈和身體建立自我，女性則被要求維持並替家庭繁衍子嗣，因此，女性的身體在新儒學主義的概念之下是缺乏主體性的身體，女性遮掩和隔離來管理身體，但另一方面，則被要求將自我的身體貢獻給家庭，如生育、家庭事務的勞動等 (Kim, 2015)。

然而，20 世紀初的韓國開始有了一連串的改變，日本殖民的結束、南北韓內戰、國家分裂、快速地工業化，以及自由民主的發展。強制的現代化在日本殖民時期

便開始，帶領韓國從傳統走向工業化與現代化的國家，女性在此時期首次從家庭走入學校和工廠。在韓戰之後，在 60 至 70 年代朴正熙的領導之下，帶領韓國走向迅速地工業化和現代化，女性在工作場域中成為重要的一環，她們的身體從家庭的範疇走向公共場合，而從她們身體所付出的勞動力，除了在家庭身為母親之外，在工廠做為勞工的勞動付出也相當重要。其後，在後工業化浪潮之下，當 80 年代的消費者資本社會之中，比起身為工廠的勞工，女性作為消費者的身分將她們對國家勞動的付出 (Kim, 2015)，轉為 Bryan S. Turner (1996) 所指稱的「資本主義的身體」。

在現代化的過程中，新儒學思想也同樣的擴張和轉換。重構國家認同在韓國後殖民時期和戰後顯得更為重要，新儒學主義也成為具備著「韓國性」的重要依據。然而，當新儒學主義逐漸等同於韓國文化時，資本主義和民主在韓國逐漸取而代之並成為國家主要的意識形態。新儒學主義在韓國文化和國家認同上具有奠定根基的重要性，但卻逐漸失去韓國主要的意識形態的地位。在此脈絡之下，對於女性身體的控制雖然從新儒學主義的教條規範，轉為是資本主義的消費者模式，但若是從女性身體的理解來看，依然是從新儒學主義的角度來檢視 (Kim, 2015)。

在資本主義的消費文化中，女性不再受到新儒學主義的影響而必須要隱藏和保護自己的身體免於他人的接觸，或避免對身體有任何的損害，相反地，女性在韓國逐漸受到重視，在公眾場合得以自由地受他人的觀察和欣賞，美貌成為女性新的價值觀，於此同時韓國女性也努力的重塑自己的身體外型，韓國女性雜誌和報導，都在教導著女性如何建構美貌，而在這些雜誌中，多以歐美的女性模特兒居多，間接傳遞著歐美社會對於美的概念，在 1994 年，韓國法律的修改開放讓更多外籍模特兒和明星作為廣告，此舉讓更多的外國模特兒成為銷售韓國本地商品的代言人。儘管，近年來韓國模特兒也逐漸在廣告中受到重用，但此時的韓國模特兒的外型大多融合著亞洲和西方對於美貌的特色，此種理想的美貌被稱之為「歐亞」(Eruasian) 的外貌。在這些雜誌中，許多文章和美妝技巧的內容皆傳遞著韓國女性的身體是有缺點的，而西方以白人為主的身體與美貌才是標準 (Kim, 2015)。

在一篇韓國知名的期刊中，作者指出韓國女性外型上的問題可以透過服裝的樣式和顏色來改善，同時也暗示著，韓國人的身體是「失調的」(disordered)，但可

以透過時尚的技巧重新整合，身體的概念是可以透過重新調整而遮掩或除去外型上的缺點 (Won, 1995)。因此，Kim (2015) 認為，新儒學主義認為女性缺乏主體性、韓國人不完美的身體、以及時尚作為重新協調身體秩序的方法，上述這三者讓大多數韓國女性傾向於對自己的身體進行修改、重新調整、或重新創造。藉由改正，韓國女性就能讓自己的身體形象轉變成更像白人女性模特兒那樣的完美。

身體作為自我的展演的功能被引介至韓國女性的觀念中，是伴隨著資本主義文化的個人化自我而來。在過去，對韓國女性而言，個人的身體是要透過男性親屬的關係才得以展現，而現在韓國女性的身體有著新的角色，身體作為自我的呈現，但此種自我依然是一種不熟悉的自我，因為女性傳統上被認為是缺乏主體的，且也因為韓國女性的自我是透過氣和家庭的身體呈現，因此，作為個體所呈現自我的身體是一個較為陌生的概念 (Kim, 2015)。

若從布迪厄「習癖」的觀點來討論，每個階級在身體的物質化過程創造出不同的品味和氣質，而論新儒學的習癖，禮儀、與他人和諧相處、和自我涵養，則迫使女性更加警惕對她們自己的身體。新儒學對於合宜身體的追尋，在消費者社會之中轉為一種對時尚潮流的追尋 (Kim, 2015)。Hart (2000) 針對韓國女性與廣告的研究中指出，韓國女性自我定義的重要來源便是媒體，媒體代表合適的身體管理與身體規範，而該研究也顯示了，多數韓國女性的身體樣貌幾乎和媒體所描述和呈現出的女性形象相似。

當代的韓國女性已然將新儒學對自我涵養以及自我成長的概念，轉化為適當的消費實踐，且對外表的重視已然超越實質的個人能力，擁有優越的外貌在職場和婚姻中更能獲得成功，越美麗的女性，在職場和婚姻市場的價值就越高，在韓國，長相俊俏和美麗的人能得到較高的薪資，也能改善婚姻並得到應有的尊重。因此，在此環境之下，改變身體已然具備著個人的必要性，而非個人化之下的選擇，換句話說，擁有美貌是具強迫性的。此外，若身體有著適當地修正與管理，同時也符合西方面孔的樣貌，此種女性通常能獲得地位、權力和價值。和過去傳統韓國對女性身體的概念相比，作為被欲望的女性規範已然改變，對於女性身體的觀念，已不再因為她的身體是否適合繁衍或付出家庭的勞動，比起具備著繁衍和家庭勞

動的身體能力，在現在的韓國社會中，普遍認為外在的美貌更能讓女性得到較好的婚姻或職業。因此，儘管女性的身體從過去隱形的和以勞動付出的身體，到現在轉化為可見的與可經美化修飾過的身體，Kim（2015）認為這仍然是延續著被附加的且缺乏主體的女性概念，恰恰符合新儒學主義的統治心態。

因此，韓國社會發展的過程中，在尚未清楚確認其地位時，透過資本主義的消費文化，韓國社會找到了新的方向，另外，在失了根的狀態之下，韓國社會更容易受到大眾媒體的操控，同時，媒體也正是形塑國家身分與認同的重要來源之一。大眾媒體所傳遞的形象，特別是廣告，提倡了歐美資本主義的消費文化下對於美貌的標準和生活型態。美貌產業推出的相關產品和服務，在無形中教導韓國女性何謂理想的外貌，而此種概念同時間也加速了韓國美貌產業的蓬勃發展。因此，除了女性外貌實際的改變之外，透過媒體傳遞著歐美社會對於美貌標準的觀念，也重新形構了女性對於美貌的看法（Kim, 2015）。

然而，Kim（2015）認為這並不代表新儒學主義的思想完全的被拋棄，韓國女性在消費者文化中的實踐，更加反映出新儒學主義對女性身體的控制和規範。在現代資本主義的消費實踐中，女性身體是流動的且可被允許改正的，這剛好符合大眾流行文化所傳遞的身體概念。當今社會中，韓國女性缺乏主體性的身體，和嚴格地保持身材，都意味著媒體所傳遞對於女性身體的形象，已然成為一種具規範性的影響力，而時尚流行、整形手術、和節食減肥等對身體的管理，都是可以達成理想外貌的管道。此種身體的展演和控制，雖然看似是因為西化的影響之下而取代新儒學主義的規範，但當進一步的探討時便可發現，這是新儒學主義透過全球化下的消費者文化對女性身體的另一種控制。

二、外貌協會的韓國

在韓劇「青潭洞愛麗絲」第一集中，在滿是人潮的地鐵上，車廂內的女性幾乎人手一個名牌包，就連小女孩也把玩著名牌包上的 LOGO，男主角此時便在一場公司會議上說「韓國的女人，是為了和她人產生區別而買名牌」，而男主角所經營的名牌精品的經營策略即是提高價格，其用意是為了使韓國的女人在擁有比別人更貴的包包、飾品、鞋子之後，內心所產生一種比他人更有錢、更成功的優越感，

男主角在會議上又繼續說，提高價格就是要讓買不起他們名牌的女性對自己感到「落伍」、「跟不上流行」。

從上述韓劇的片段描述中，可以發現女性透過名牌精品或服裝鞋子等方式裝飾著自己，顯然外貌在韓國的社會已然成為一件相當重要的事情，而此種重視正是仰賴著消費者文化和媒體而得來的。Kim (2015) 指出，許多年輕女性進行整型手術、節食減肥、髮型髮色的改變等對外貌上的改變，顯示了改變外型而達成美貌的風潮已相當普及。造成此趨勢的原因，主要來自於大眾普遍接受對於身體外觀實際的改變和偶像明星的帶起美容整型的風潮，2000 年的一項調查中指出，60% 的韓國人認為藉由整形手術改變自己的外觀可改善一個人的前途 (Pyon, 2000)，年輕族群有很高的比例都曾進行整形美容手術，其中有高達 70% 的整形患者是高中學生，這也顯示父母對此行為普遍是採取支持的態度 (Sohn, 2001)。Hart (2000) 也指出韓國家庭主婦在離開家裡之前一定會先化妝，化妝的概念超越了虛榮心，進而延伸至禮貌的範疇，換句話說，美貌在韓國成為禮儀的必備條件。

另一項韓國美貌產業的特色便是高度的相似性。Davis (1993) 指出，美國的女性認為進行整形手術的選擇，是一種賦權、掌握個人身體、和個人化的選擇，然而，Inoue (1996) 卻認為，韓國女性認為割雙眼皮、穿上迷你裙等，並非出自於個人化之下的選擇，這反而是一種流行文化的追隨，在韓國，只要有一件事情開始流行，其他人就會追隨，這就是韓國人的生活方式。此外，透過歐美女性模特兒的外貌所建構的美貌標準，也說明了在新儒學主義的概念之下，缺乏自主性的身體作為統一的整體，是遠比個人化的個體來的重要。Kang (1995) 的研究中同樣也指出韓國女性的同一性，她認為，韓國女性追隨著流行時尚是一種作為韓國社會整體的再現，而非個人自我的呈現，此外，她也認為西方的論述將時尚作為個人的展演，對於無自主性的韓國女性而言是一個相當陌生的概念。

金文學 (2005) 也批評韓國女性此種注重外貌的現象，針對整形風潮和化妝的文化，他認為這是一種「沒有個性的俘虜」，因為在整型和化妝的修飾之下，韓國女性的外貌長相令人難以分辨，她們刻意的塗抹妝扮是為了能得到別人對自己的美貌給予讚美，在此種社會氛圍之下，在韓國若沒有具備漂亮的臉孔，則會受到不平等的對待，他進一步評判，創造出許多美女的韓國社會，實際上是扭曲了價

值觀和審美觀念，並助長著個人的表現慾和虛榮風潮。

從上述討論中發現，韓國女性在重視外貌的社會脈絡之中，透過外型修正的各種方式來讓自己符合社會主流的美貌論述，像是整型、減肥、化妝等，而此種集體的外貌追尋，儘管受到批評被認為韓國人對於外貌的注重，是一種缺乏自主性的表現，但另一方面，這反而成為了韓國人特殊的生活方式。因此，研究者不禁好奇著，台灣女性流動至韓國此種社會氛圍之下，是否有著潛移默化的思想修正，透過妝扮行為的改變，這意味的是韓國文化的再製，或者僅屬於女性個人妝扮歷程中的一段插曲，而這樣的插曲，對於女性的生命歷程而言，又具備著何種意涵。下一節將探討女性留學生在跨國流動中所具備的意義，及其所經歷的身體轉變在個人生命歷程中扮演著何種角色。



第三節 女性留學生的跨國流動與身體轉變

一、留學生研究 v. s. 韓國？

流動的學術研究數眾，包含勞動、婚姻、求學、加上近年來新興的度假打工，而這些流動背後的意涵，多以跨越不同文化且在異地生活的適應性為主軸。然本研究是以留學生為主要的關切對象，故在流動者的身分考量上，會以留學生相關的研究為主，以工作和婚姻為目的的流動則不納入此研究的討論之中。

早期的留學生研究，研究的面相多以留學生的政治態度、對於當時社會的影響、以及留學制度與政策層面的討論。到了近期，自九十年代開始，留學生研究才出現不同的研究面向，這些研究開始探討留學生在留學國家的生活，像是林怡媛（1999）除了針對制度層面，討論日本學制對台灣留學生的影響與限制之外，還包括留學生在異國的生活經驗，並由社會心理學的理论探討其所遭遇的文化衝擊和適應性。自此之後，留學生的相關研究，多以文化衝擊與適應性為顯著的研究路徑¹。

留學生的研究並非只有單向的往國外流動，返國之後的生活適應歷程和身份也可歸屬在留學生的相關研究中。以魏瓊玲為例（2004），該研究探討留學生返國的適應問題，包含了生活環境、文化素養、工作發展、人際互動的轉變，且在返國之後的衝擊之下，留學生多半帶有失望或失落的情緒，並時時注意或回憶著在國外的狀況，也同時尋找重新再出國的機會。

而在留學生選擇留學地點的研究當中，留學的國家多半歐美國家為主，其次是以政治和地緣關係相近的日本。顏妙芳（2009）針對大學生出國留學時所考量的因素、留學家整體形象進行探討，研究結果發現，學生選擇出國留學地的關鍵因素

¹ 以文化衝擊和適應性為主題的留學生研究有以下：

林怡媛（1999）前往東瀛之路--台灣留日制度與留學生問題之探討

黃弘毅（2008）台灣留英學生返國經驗與調適歷程之研究

賴玫君（2008）文化衝擊、文化調適與學習策略之探討－以留學美國之國際交換學生為例

吳虹芝（2012）生命的力與美－臺灣女博士留學生的跨文化求學歷程之研究

陳怡蓓（2013）溝通與跨文化適應：以旅美台灣人為例之研究

羅翊榛（2013）文化智商與社會支持對留學生跨文化適應之影響

中，最主要還是以畢業出路為決定性的考量，其次為研究資源、學術聲望、師資陣容等，其中以美國最為符合上述考量，留學生也因而多半以美國作為選擇留學的地點。

在整理留學生的研究時，鮮少是以韓國留學生或交換生為對象，若有和與韓國流動相關的研究，也大多停留在韓國流行文化的影響所帶起旅遊現象的討論。例如，鄭琮熹（2013）討論韓國流行文化的吸引力對旅遊體驗、遊客滿意與重遊意願進行研究，該研究中指出，前往韓國旅遊的亞洲遊客，對於韓國流行文化，像是韓劇、KPOP、及其延伸的韓國美食、服裝、和化妝品等都深感興趣，才進而帶起亞洲遊客到韓國本地旅遊的風潮，對於旅韓的滿意度和重遊意願也都呈現高度的關聯，藉此足見韓國流行文化對旅遊觀光發展的重要性。如果以對韓國流行文化的喜愛而帶動台灣人至韓國旅遊的熱潮，那麼在同樣的前提之下，台灣人以學習為目的而流動至韓國的趨勢何以不見於相關學術研究中？而留學生的身分在和韓國流行文化與社會的接觸之下，所帶來的文化適應問題，或是留學生個人在韓國獨特的經驗與轉變，是否會有著更多的想像？這也是研究者在結合留學生研究，和前往韓國流動的熱潮，經整合之下希望能藉此連結和補足的部分。

二、女性留學生跨國流動的意義

從流動本身的概念來看，流動往往是提供一種有別於原來生活的差異，亦即一種因為文化空間差異，或是身分轉變所造成不一樣的情境（林卉羚，2003）。透過旅遊的流動，相關旅遊的研究者也提出，旅遊的重要特質之一，即是日常生活的暫時脫離。因移動過後空間上的距離差異，使得旅遊的人們得以脫離熟悉的日常生活，同時之間，也暫時解除原生社會的身分限制與道德規範，在異國的空間裡，個人在原有社會中的限制暫時消失（吳秀慧，2013）。

留學生在異地的求學，同樣的脫離了原生社會的社會習俗或規範，而學生得以在異國的空間中經驗更多的可能。然而，就個人身分在異地空間的意義，留學生的意義終究和因旅遊而產生空間轉變有所差異。以旅遊的身分進行異地的流動，並不需要在當地建立熟悉的人際網絡，對於異地的社會文化，旅遊者是帶著距離感來欣賞和學習，並且因為旅遊期間的短暫性，融入和遵守當地社會規範和習俗為

非必要。相較之下，具備著學生的身分同時也帶來限制性，在流動在異國的學生，仍然從屬於異地或原生國家的學校機構，在移動上較為固定，停留的時間拉長，且在學習的場域留學生所需要接觸的人際網絡也更為廣泛，留學生需要花較多的心力和時間來處理可能所面臨的各種生活、學習，與社交情境，在此之下留學生受到異地的社會文化影響較深，對學生而言，融入當地的社會就有其必要性（林卉羚，2003）。

對於女性的跨國流動，因其目的性有多種流動的方式或路徑，包含移民、婚姻、求學、工作、旅遊等，流動的目的地也不盡相同，在女性的跨國流動中，其特殊的意義和經驗與傳統所關注以男性為主的流動相當不同，而女性跨國流動的人數在近幾年也不遜於男性。在亞洲，特別是東亞地區的女性，以學生或觀光客的身份離開原生國家向外流動的情形，自 80 年代中期開始便有逐漸攀升的趨勢，世界銀行對於女性此種蓬勃的跨國流動現象稱之為「遷移的女性化」，然而此種現象卻依然缺乏性別層面的分析與研究（Word Bank, 2006）。在今日的跨國流動中，女性成為重要且主動的角色，其中，以出國留學為目的而向外的流動已成為 20 歲左右女性常見的現象，這群新世代的女性，脫離原有社會傳統的婚姻軌跡，促成了當代跨國流動的現象，並建構一群新型態的「知識移民」（Kim, 2012）。

當女性以留學生的身分在異於原生國家的空間中行走時，大多數人對於她們的印象存有一種享有經濟優勢的印象，並且不免俗地會用一種偏差的眼光來羨慕著她們的經歷，帶著獵奇的心態之下，經常會對她們進行這樣的詰問，例如在國外是否遇到有帥氣的外國人搭訕而譜出浪漫的異國戀曲，又或者是在國外的各大購物中心或商圈逛街購物到腿軟等，上述類似的問題看似期盼著從女性留學生口中分享許多令人心生羨慕又忌妒的資訊，實際上卻隱約地透露了一種忽略女性在異國生活與學習的自我成長價值，透過對女性既有的刻板印象將女性在異地的經歷簡化，並貶低至物質和消費的層次。林卉羚（2003）針對台灣女性留學生在北美求學的研究中，她認為女性留學生的特殊性，並非只是一群享有較多社會資源的菁英分子，女性留學生透過各種管道努力爭取出國的機會，而即便是在原生國家所擁有的資源，到了國外也因為面臨陌生環境所帶來的各種壓力之下，原有的資源也會減少，甚至消失。因此，她認為此種刻板印象實則是忽略了女性留學生在異地時所經歷的身份轉換，以及出國前後所面臨到不同的社會流動歷程。

值得注意的是，留學生相關的研究中，雖然自九十年代開始便有不同領域針對留學生進行研究，但從流行文化層面或性別研究著手的研究則幾乎不見於學術領域中。在留學生的身分上，大多數的研究多將留學生視為一整體的研究對象，並無進一步探討性別在求學的跨國流動中可能帶來的影響。以賴玟君（2008）的研究為例，針對到美國留學的交換學生在當地的生活和學業方面的適應程度和調適，研究指出文化衝擊的現象有限，交換生多以溫和的方式調適生活的不適應，在學習策略上也有所改變，而在她的研究對象中，交換時間從 6 個月至 16 個月之間不等，屬於短期的交換，此外，或許考量研究對象身分的普遍性，男女比例各占一半，因此，從她的研究分析中，無法看出男女在異國生活適應性上的差別。而許多留學生相關的研究中，在研究對象上為了兼顧男女性別比例的平衡，大多將留學生視為一個整體，然而，在這樣兼顧男女性別比例的平衡之下，是否忽略了性別在跨國的流動中，可能存在著關鍵性的影響？

這就呼應了 Thrift（1996）所提到的，當提及流動的概念時，需注意不要過度誇示移動狀態的普遍性，因為此種概念，雖然承認與接受他者的存在，但卻依舊保留了許多歐洲、種族、和與男性中心論相關的遺跡，也就是說，此種移動性的概念仍然是為中產階級、異性戀、白人男性而存在的。另外，Said（1990）也指出，透過離開原本的環境，人們得以清楚地看見自身在原有社會情境與結構之中的位置，進而打破和重組原有的經驗，產生重新檢視或鬆動新舊環境中的權力關係的可能性，特別是性別，更是有可能從中取得新的社會權力關係。

因此，女性留學生在跨國的流動中的意義，在於留學生是從屬於學校機構，具有一定的強制性，並且停留時間和旅遊相較之下顯得較長，且因其停留時間較長而有著與當地社會長時間接觸的必要性，在此長時間與異地社會接觸的狀況之下，文化適應性的問題是普遍存在於留學生的流動當中，若將此適應性的問題普遍化，則忽略了留學生作為個體在當地社會中所經歷了較為獨特的歷程。此外，女性留學生在異國空間的流動時，像是以女性的身體進入異國公共空間時，當她們脫離了屬於私人領域的房間，不同種族、外貌、身形等特徵，便提高了女性在異國留學經歷的特殊性。以下將進一步探討女性留學生的身份在異地行走時的特殊性。

三、女性留學生在異地空間行走的身體轉變

藉由流動，人往往能從原生社會中的規範與限制逃離，在陌生的空間裡，身體便是他人第一眼對個人的印象，人們大多是透過外在的衣著、身材、膚色等來建立對一個人的認識和期望，而女性作為個體穿梭在異地的空間，在性別化的社會與公共空間中，相較於男性，更加突顯女性在流動之中的特殊意涵。Goffman(1992)便說過，身體在維持社會與個人認同之間的關係中扮演重要的角色，身體作為個人物質特性的媒介，透過「身體片語的共同語彙」分類自己和他人，意即我們是透過身體來改變和調整與他人在日常生活中的互動。

如果說身體是作為個人在異地流動時與他人連結的重要媒介，那麼在異地的空間中，身體又是如何與之產生連結，甚至從而透過空間改變了身體？以流動、身體轉變、和加入性別討論的留學生研究中，國內目前僅有林卉羚的《女性流動經驗下身體與空間關係的轉化--以台灣女性留學生在北美公共空間中身體經驗之轉變為例》涵蓋上述的面向。因此，在這一節，我想先透過此研究了解女性留學生在流動的經驗中，身體是如何和異地空間產生連結，並因而藉此轉變，同時也藉由此研究針對我所觀察的現象作進一步的提問。

在林卉羚的研究中，她針對台灣女生出國留學人數日益增加的現象，思考她們在跨文化流動經驗中的特殊性。她以台灣到北美的女性留學生為關注對象，探討並分析她們在跨越國界與文化的流動歷程中，女性留學生進入與使用公共空間的經驗，以及她們的身體形象、意識、和人際互動等經驗，是如何在異地的空間中轉變。她指出，身體的經驗在熟悉的空間、社會規範、與人際網絡之下，是很容易遭受忽視的一個經驗，就連個人本身也可能不意察覺與之而來的各種變化，在習以為常的身體經驗中，往往會降低了我們感知空間的敏感度。尤其，以女學生的身分，在種族、性別、社會身分等種種因素下，她們的流動在異地的空間具有高度的辨識性，且在人際的互動中，也有可能伴隨著對於亞裔、女性的刻板印象，讓女性留學生在公共空間的身體經驗中產生更多的可能與不確定性。因此，她藉由女性留學生在跨文化的流動之下，檢視異地空間中身體經驗的轉變如何影響她們的認同，以及對空間的認知與生產，並試圖從中提供一種檢視女性身體與空間相互建構的觀點。

在該研究中，林卉羚所指涉的公共空間，是以城市的街道為主體，並輔以不同的公共場合作為她的研究範疇，不同的場合包含交通工具中、城市內的商業地區、同志社群活動的範圍、以及城市內具人文藝術氣息的造景空間。然而，在身體與空間相互建構的情形之下，林卉羚在同一空間不同場合與身體的討論中，並未觸及到身體實質上的轉變，在此的轉變主要是以心理層次的經驗轉變為主。而相關身體實質的轉變，在第五章「公共空間中身體經驗的轉變」，才討論了女性留學生在北美的公共空間中，身體形象和意識上的轉變，以及回來台灣之後，女性留學生在所屬原生社會，也就是回到台灣之後，個人身體形象與意識和先前在國外流動經驗的轉變兩者之間的差異，而在此處的公共空間，便無特定指涉的場合。

首先，從身體形象的轉變開始討論，在該研究中，林卉羚所指涉的身體形象，意即身體的大小、形狀、高矮、胖瘦，是影響自我形象與自我認同的重要因素(Ussher, 1989)。從台灣社會對於女性瘦身減肥的風氣談起，她指出此種「瘦即是美」的美體標準深植於台灣女性的觀念中，也延伸到了生活更個層面，透過各種媒體再現，或因為日常生活中他人的觀看，來時時提醒自己是否符合主流社會對於美的標準。在台灣身體標準和經驗，不只讓女性留學生們對自己的身體形象產生質疑，並影響她們對於穿衣的選擇和出入的場合與活動。然而，到了異地行走於公共空間中，尤其是在以北美一個多樣化的人口組成的空間中，女性留學生們身處於一個多元族群的環境之下，感受到異地身體形象的豐富度，久而久之她們對於身體的形象也自然而然的有了較高的包容性。此外，在北美強調個人主義的社會氛圍中，此種存在多樣性的社會文化，讓女性留學生在西方的公共空間中，儘管社會上依然有著較為單一的美體標準，但個人主義之下的身體，反而能讓她們自由自在、較不容易受他人眼光而感到困擾，個人的身體也較能在異地的空間中獲得解放的機會。

在身體意識方面，林提到，在異地與他人的互動也會因而改變其身體意識，此種改變展現在與自己和他人的身體關係上。以個人與自己身體的關係改變來看，在北美對於身體較為開放的空間中，女性留學生們的身體得以在此環境中舒適的開展，以肢體語言而言，她透過女性留學生的自述，比較了在台灣和在國外的差異，在台灣，因為父母的教養或社會的規範，女性從小的性別養成大多是建立在刻板印象之上，身體因而受到侷限，即使是在熟悉的公共空間也會感受到對身體的窘

境，此種肢體上的侷限到了國外的空間依然存在，甚至從而影響到個人的自信和與他人的相處上，儘管如此，在不熟悉的異地中，一股突破和想辦法在異地生存的力量，幫助她們打破此種窘境，讓女性留學生們對於自己身體的意識和肢體，比起在台灣熟悉的環境中，身體在異地更和得到舒適的解放。

而回到台灣之後，林後續提到，女性留學生們對於身體形象的觀感，多能保有在異地所接收到的身體豐富性，且對自己的身體形象更有信心，儘管回到台灣依然會受到纖細美體標準的壓力，但她們較能更開闊的擁抱自我以及接納他人不同的身體形象。但回歸到個人身體意識在生活中的實踐，女性留學生們回到台灣之後，依然有著個人不同的策略，她將她們分為三類，「堅守異地型」的女生，保留了在異地所獲得的自由，對於自己身體的展露和服裝穿著保有個人的主見，而「隨機策略型」的女生，為了避免和台灣社會原有的規範有直接的碰撞，採取策略性的展現在異地獲得的自由，「回歸台灣型」的女生則選擇保留在異地經驗中獲得的轉變，儘管看似保守，但即使回歸到台灣原有的社會風俗之中，這一類的女生對於身體從無意識，到有意識，且配合環境所進行的各種調整，便已是一種轉化的過程。

回到本研究的核心，此研究是從女性留學生在往返原生國家和異地的流動下，其所經歷的妝扮改變，而所謂妝扮，在此我的指涉為化妝與打扮，之所以使用「妝」取代一般較常使用的「裝」扮，是因為從字義上「妝」能清楚傳達化妝的意思，於臉部塗抹保養品或美妝產品從而修飾個人的面貌。「扮」即為打扮，其意義可延伸擴大成為了特意挑選與搭配服裝、飾品、鞋子和包包，是經歷一番盤算和嘗試之後所展現的整體造型。儘管妝容和打扮並未造成身體實質上的轉變，像是林的研究中所提到的身體意識的解放，在北美留學的女生們對於展現個人身體的穿著和出國前相比較為自信，但妝容和打扮確實是附加於身體之上，且在我的先前的觀察，化妝是女性留學生在跨國流動之下一個明顯的轉變，儘管上妝的方式或程度皆有不同，但在韓國蓬勃的美妝產業和外貌重視的情境之下，妝扮行為的轉變於身體而言，無論是在形象或是意識上，亦可視為另一種的身體轉變。

而如果說異國行走後的經驗豐富了旅者的生命經驗，並增加個人對於不同文化的接納性，像是在上述的研究中所提到的女性留學生對於身體形象豐富度的增加，

並且異地的空間中，重新掌控及更能接納原有的身體。然而，此種身體形象在異地空間獲得的解放和身體意識的提升，是否只僅存於以不同族群所組成多元文化的西方社會中？那麼，在亞洲的一線城市，如首爾、東京、甚至是台北等，身體也會因為流動過後而有所改變？從流動至韓國的女性留學生身上，我可以從她們在穿搭和美妝的展演嗅到走在流行最前端的品味，妝容或許採用了時下流行的大紅唇色，身著的衣服是韓國當下流行的剪裁和樣式，且在返回台灣之後，她們或多或少的依然會在意著自己於身體之上的妝扮，因此，後續我想繼續探討的是，在流動的歷程中，是何種空間和社會氛圍，讓她們對於妝扮此種日常生活中的一環，在歷經流動之後而產生了變化？在韓國，如何的氛圍和社會風氣讓她們紛紛鋪上胭脂、身著流行服飾？此外，在流動的歷程中，她們在身體之上妝扮行為的改變，雖未有實質身體上的變化，例如減肥、整形等，但此種妝扮的轉變，在身體作為媒介時，是一種女性個人認同與性別的展演，如同林的研究中的那群北美女性留學生們，又或者是另一種強勢的消費文化，透過流行影視文化、美妝和成衣產業等管道透過女性留學生們的身體進行再製？而在返回台灣之後，在韓國養成的妝扮行為，在熟悉的社會環境中，赴韓國的交換和學習的女性留學生們，又會有何種的調整和策略，會是像林卉羚「堅守異地型」的女生，毫無保留的在個人身上展演韓國最新流行服裝和美妝？還是卸下衣著和妝容，重新回到原本在台灣時的原貌？

第四節 研究問題

綜合上述的文化脈絡及相關文獻，在此我提出的問題為：

1. 在跨台韓兩地的流動之中，到韓國本地進行短期交換或學習語言的女性學生們，在妝扮實踐上有何改變？此種改變與在台灣時的妝扮實踐有何差異？
2. 韓國本地提供何種機會或場合讓在當地學習／生活的她們有著具積極性的妝扮行為？而在此種氛圍之下，她們如何在韓國審美觀與個人自我之間進行協商和重構？
3. 在韓國影視和美妝文化的影響之下，跨台韓兩地的女性學生們，透過美妝的實踐與妝扮行為的轉變呈現何種女性個人主義化？



第三章 如何捕捉她們流動的軌跡

第一節 描繪研究對象

在研究意識形成和相關文獻的爬梳之前，我便已先針對身旁前往韓國交換或學習語言的女性朋友進行初步的訪談，透過先行的訪談，此研究的意識才逐漸成形，並且，透過與她們的對話中，研究者也才得以透過她們描繪出研究對象的輪廓。

在初期的訪談中，我一共接觸了三位受訪者，其中兩位是在學的研究生，透過學校的交換學生機制，到韓國進行為期六個月左右的交換時間；另外一位，則是個人自發性語言學習，大學畢業後即以實際接觸韓國社會和語言為目的而到韓國本地學習韓語，停留時間大約一年半。這三位受訪者的共同性，都是 20-25 歲的女性、以學生或剛脫離學生的身分流動至韓國；此外，在韓國流行文化的消費歷程中，三位受訪者都曾表示有收看過韓劇或韓綜，且有短暫或持續的關注韓國偶像的動態；在韓國的期間皆屬於短期且現已回到台灣，出發的時間都是從 2013 至 2014 年之間，對照三位受訪者在韓國的期間，恰好是從第二波以 KPOP 為主的韓流在台灣帶起的熱潮之後。而正如研究者在第一章的脈絡中提到的，繼承以韓劇開啟第一波韓流的影響將台灣人帶往至韓國旅遊的流動，再加上以 KPOP、韓國偶像劇從中延伸出的美妝與服裝的消費，也正是韓國流行文化在台建構出的韓式美學的脈絡之下，三位受訪者在此時期個別因著不同的目的前往韓國。

因此，在受訪者取樣和選擇上，受訪者即是具備前往韓國進行交換或語言學習的身分，並且現已回到台灣。此外，對照第二波韓流在台灣的影響及韓式美學建構的期間，從 2009 年之後，在此階段至韓國進行交換或語言學習的身分，才得以說明受訪者是在此種與韓國接觸的台灣社會脈絡之下，於台韓兩地進行妝扮的消費與實踐。而之所以強調已經回到台灣的條件，是希望能藉由她們跨台韓兩地的日常生活中，分別描繪跨台韓兩地相似或不同之處而產生心境或實際層面的轉折。

第二節 受訪者與我

變漂亮、穿著打扮是屬於日常生活的一部分，是在我們每天的生活中會實踐的行為，當身旁的異鄉遊女從韓國歸來之後，免不了要聊著彼此在其他國家的生活和經歷，並且彼此更新著穿著打扮的新資訊，尤其是希望能從韓國回來的她們分享最新的妝扮資訊或好用的美妝產品。然而，當我確定研究方向，想再次和她們進行正式的質性訪談時，卻發現這樣的「正式」感，不僅是受訪者，連我自己也同樣感受到談話的限制性。

在訪談之後，我開始思考，假設我以一個帶有學術意味的方式和身分來探索這樣一件日常中的實踐，難免會陷入一個旁觀者的角度，如此一來便無法真正描繪她們在台韓兩地實踐的真實面貌。因此，困難之處在於我要用何種方式和她們進行對話，因為怎麼變漂亮、如何穿搭的話題，在從小到大的記憶中，是女生見面聚會聊天的過程中，以片斷式的方式穿插進其中，那種輕鬆聊天、不帶壓力的閒聊所表達出的想法，往往最能透露一個人真正的評價。

在過去女性雜誌和妝扮為主題的研究，多以量化取向的研究探討相關現象，以經驗敘說日常脈絡的研究較為缺乏，如果在不了解訪談對象的前提之下，僅透過數據量化的方式，實難說明和解釋妝扮實踐和轉變背後的原因。因此，此研究將以深度訪談法來理解女性的妝扮實踐。Kvale & Brinkmann (2009:3) 認為「The research interview seen as inter views」，即意味著訪談研究法是以研究者透過對話來進入不同的視野。透過與訪談對象進行的對話與互動，進而理解受訪者的妝扮脈絡與消費韓國美妝文化的歷程。

此外，為使妝扮實踐具象化，在和受訪者進行訪談前，研究者擬請受訪者先行提供個人妝扮後的照片，尤其是在韓國停留期間所拍攝的照片，希望能透過圖像勾起受訪者於照片中所呈現的妝扮，進一步說明不同妝扮的考量。

第三節 接近受訪者

總結上述受訪者的輪廓而得出的條件，在此研究中，具體的受訪者條件為：2009年後至韓國以交換生或語言學習的身分在韓國生活半年以上，且現已回到台灣的女性。另外，由於此研究的焦點著重在跨台韓兩地之下的妝扮行為轉變，因此，受訪者需要對美妝和服飾消費與實踐，有著相當程度的關注或具體行為的實踐，例如韓國美妝服飾的消費、關注相關美妝和服裝搭配的資訊(包含網路消費平台、部落格、韓劇、韓國偶像明星的關注等)。

研究者擬透過兩種方式尋找合適的受訪者。首先，透過 3 位已訪談受訪者的人際網絡，尋找同樣身為交換生和語言學習者的對象。如前所述，愛美、變漂亮、分享美妝或服飾資訊，經常是女性聊天的話題之一，而在異鄉有限的人際網絡中，女生聚集在一起逛街、聊天等凝聚起相似的興趣與偏好，使研究者恰好能藉由此種凝聚力接觸到適合的訪談對象。

第二個管道，研究者希望能藉由網路社群 Facebook 的社團，進而接觸到不同背景與社會脈絡的受訪者。在與韓國留學生相關的網路社群中，研究者主要將這些社群分為三類：學生會性質、生活租屋資訊交換、以及韓語學習機構資訊，這些社團人數眾多，但大多都有一至兩位管理者管理發文或賦予權限允許加入社團，因此，在經過管理者的審核加入，以及允許發文之下，研究者便得以在上述的社團中尋找合適的受訪者。此外，透過 Facebook 社團尋找受訪者的另一個用意，便是得以在首次接觸受訪者時，先行觀察受訪者在個人 Facebook 的展演，藉由個人或韓國旅遊的照片等，增加與受訪者在未來訪談中的話題，拉近研究者與受訪者之間的距離。

第四節 田野歷程與心得

人們往往是藉由初次見面時的印象來評斷一個人，我們也透過對方的行為舉止、談吐、眼神、穿著打扮來認識你眼前的人。因著研究，我有幸接觸到不同的女性，也因著研究的主題，透過妝扮、追星等在台灣或韓國的生活與旅遊記憶，稍微的踏入了對方的世界一小步。

如同前面的小節所提及的，引發我對此研究的興趣，是來自身邊的同學和朋友，因此，在初探這個主題的時候，我和她們也能以較自在、輕鬆的口吻談論交換生活中的日常妝扮和生活。循著與她們談話的主題和氛圍，我期望能在後續與其他訪談者的接觸中，得以延續談話的熱度，進而探出更多屬於她們個人的經歷，以增加研究分析面向的豐富度。

然而，當我訪問完第一位受訪者後，卻感到相當沮喪。仔細思考沮喪的來源，一來可能是事前和該位受訪者並未完整的說明我的研究主題，以至於在訪談時受訪者是當下才開始回想之前在韓國時的生活(因大部分受訪者在韓國的生活已是一兩年前的事情)，以至於該位受訪者的回答並不是那麼貼近我的提問；二來是我期待著受訪者會依照我所想像的那般，以完整的妝容和穿搭出現在我眼前，我預想在韓國生活後的妝扮改變，也會延續到台灣的日常生活，但實際上並未如我所設想的那般，多數受訪者在訪談時的妝扮，基本都有上妝，僅有一兩位會特別化眉毛，其他受訪者多以素淨的底妝出現，服裝方面因訪談時正值炎夏，受訪者皆以上衣、短褲的基本穿著出席，並無過多服裝上的搭配，我並未感受到所謂偏韓系、韓妞風格的妝扮，這也正是我感到沮喪的主要來源之一。

而上述的經驗，也正好呼應我在研究問題一的提問「此種改變與在台灣時的妝扮實踐有何差異？」，妝扮的實踐除了在韓國與台灣生活時有著具體的不同外，藉由研究問題一的提問，我更好奇著在熟悉的台灣，我們生活在什麼樣的一個妝扮氛圍之中，與韓國有著何種差異？台灣的妝扮環境是如何被建構的，以及兩相比較之下，不同的妝扮環境又帶給受訪者什麼？

以下表格為受訪者的基本資料：

受訪者	年齡	去韓國時的身分	停留時間	韓國居住地	學歷	職業
蘇菲	27	交換學生	6個月	蔚山	碩士	記者
小夢	26	交換學生	6個月	大邱	碩士	記者
Ting	28	交換學生	8個月	首爾	碩士	學生
凱特	26	語言學習	18個月	首爾	學士	學生
佳琪	28	語言學習 打工	2年	首爾	學士	打工; 預計 9-10月前往日本打工
Naomi	25	交換學生	4個月	首爾	碩士	記者
逸琪	24	交換學生	6個月	首爾	碩士	學生
宜嫻	23	語言學習	15個月	首爾	學士	餐飲業
巧虎	25	交換學生	1年	首爾	碩士	人資專員
書曼	25	交換學生	6個月	首爾	碩士	公關人員



第四章 蛻變：流動女性的變漂亮歷程

第一節 在島嶼上隱藏著對韓國的幻想

韓國，作為亞洲國家的成員之一，在台灣各個媒體版面中經常佔有一席之地，和與之伴隨著不同層面的議題與討論。在科技與經濟上，韓國的野心與競爭性經常浮現在新聞版面中，在體育賽事方面，韓國也是一個「真的好想贏」的競爭對手。而在流行文化的範疇中，當韓劇被引入台灣的電視台開始播放時，自此韓流便如當時哈日風潮般的席捲台灣，以各個層面影響著我們。韓國，作為一個流行文化蓬勃發展且向外擴張的一個集散地，無論我們透過媒體接收或消費過何種內容，每個人對於韓國總是存有不同的想像，而藉由不同想像的引誘，使我們懷抱著不同的心情與目的踏進韓國的疆域。

Kim (2012) 的研究中提到，全球化下的媒體內容，經過中介後讓閱聽人產生無限的想像，而透過電視劇等不同的媒體文本，閱聽人不僅是藉此想像了由電視劇所建構出各種理想的生活方式，同時也產生一股吸引閱聽人跨越國家疆界的拉力。相關韓劇研究也指出，日本中年女性深受韓劇與明星的魅力吸引，因為韓劇而使她們跨出日本的家門到韓國本地旅遊，她們藉由造訪韓劇拍攝地點和場景來實現自我對浪漫愛情的幻想。

承襲著媒體文本與流行文化所帶來的推引力，首先回溯的是受訪者首次與韓國接觸的契機，並探討是何種因素吸引著她們選擇跨出家門到韓國學習與生活。在研究初始的預想中，研究者個人對於韓國的想像是來自韓國的流行音樂，近而接觸到戲劇、綜藝節目，甚至有了第一次實際到韓國旅遊的經驗。憑藉著我對韓國的這份想像，我預想著受訪者們，都是某種程度上的哈韓族，無論是 KPOP 偶像團體的迷妹身分，亦或是韓劇、綜藝節目的迷群們，懷抱著對韓國流行文化的一份熱情，才促使著她們前往韓國學習與生活。

在十位受訪者中，約一半的受訪者描述個人消費韓國流行文化與媒體文本的脈絡時，她們的消費脈絡實際上正好與韓流在台所帶起的各種現象的時間點相符，幾

位受訪者不約而同提到了年代久遠的韓劇—藍色生死戀，藉由這部韓劇，除了消弭日常的生活壓力，也開啟了她們對韓國的認識和想像，其中，Ting 在很早的時候便篤定自己未來一定會去韓國生活：

然後那時候就是在那種日常的壓力之下，就是完成功課或完成考試的範圍，我就會每天看嘛，就是電視上有播放，然後看一集，每看完一集我都覺得我想要去韓國，(真的?)對，每看一集我心裡就是結束的時候，我心裡就有個聲音說，我以後未來不管怎麼樣我想要去 (Ting)

大部分的受訪者都是從 2009 年之後，各自擁著對韓劇、綜藝節目、韓國流行音樂、偶像團體的喜好而激起想要到韓國學習與生活的想法，像是佳琪原本還無法理解韓流或韓國偶像團體「到底是在紅什麼」，到後來開始追星，因而產生對學習韓文的興趣。同樣的，凱特和宜嫻也出於對韓國男子偶像團體和綜藝節目而對韓國文化感到興趣，正如凱特所說「一開始對其他韓國文化也沒有想要特別關心，可是你喜歡團體之後，就會想要從他們的語言阿，或者是服裝開始慢慢關心」。當然，也是有對韓國流行文化沒有太多興趣的人，像是逸琪和巧虎純粹是基於距離的遠近和生涯規劃的考量，再加上一點點平常受到韓劇、流行音樂的浸染和對韓國的不排斥，才選擇去韓國。在這其中較為特別的是目前擔任體育記者的 Naomi，她提到自己選擇去韓國進行交換的原因是來自於對韓國運動文化及選手尊師的精神而感到興趣：

之前在當學生記者的時候有採訪過一些韓國的運動選手，然後那時候對他們印象就覺得滿特別的，因為他們像籃球員，看到教練的時候會鞠躬，被教練罵了以後也是跟教練說謝謝，就算被教練打一巴掌，他們還是...你知道繼續，不會做出任何逾矩的那種舉動，可是如果台灣球員的話，就會比較散散(台語)的感覺，所以就有種落差，再加上那時候韓國隊他們來參加一個那種交流賽，他們表現真的很強，那個球風整個就是...可能可以贏過中華台北隊大概 50 分之類的吧...所以程度落差很大，然後就對於她們這個文化很有興趣。(Naomi)

然而，雖然幾位受訪者都有提到自己消費韓國媒體文本的過往，並在訪談時些微

的透露出迷妹的身份，但她們似乎無法正面承認自己具有哈韓族的特質與身份，有些受訪者會說，自己喜歡看韓劇、韓綜，但沒有這麼像真正的哈韓族那樣那麼迷，而佳琪甚至說出「好丟臉喔（笑），就是想追星」，因此大部分受訪者認為自己選擇韓國進行交換或語言學習，「官方說法」大多數是表示覺得有興趣，也同時為了增加生命的厚度，希望能在年輕或依舊在學時，能有機會到國外體驗不同的生活與文化。然而，這樣的說法是來自於台灣反韓的主流論述，才間接地弱化了個人真正前往韓國的動機。小夢就提到自己男朋友，和身邊朋友反韓的聲浪，讓她不得不掩飾自己喜歡韓國流行文化的事實。

我覺得我自己多少會有點影響，就是我可以喜歡那個就是他們的音樂，可是我還是會下意識排斥他們的一些可能作法，比如說韓國政府的作法，比如說我們是討厭韓國整個國家，可是我們不會討厭韓國人，大概是那種感覺…我覺得我沒有那麼外顯欸，因為我可能還是會擔心別人可能怎麼看我，像我男朋友就不喜歡韓國的東西啊（小夢）

以交換生、語言學習者的身分到韓國生活，無論受訪者們原本對韓國懷抱著何種想法，或是基於何種原因選擇韓國，女性藉由此種跨國的流動，從個人角度來看是滿足了到異地生活所享受到的各種原生身分的自由與解放，但於此同時，整體社會對於女性留學生的刻板印象依舊存在，甚至在此研究中，韓國在台灣媒體的渲染之下，長期作為一個對立和競爭的對象，使得整體社會對於選擇去韓國旅遊觀光，以至於長時間的留在當地學習與生活的人們來說，都持有一種較不友善的態度，而身為女性，甚至還要擔心會被冠上較為負面的迷妹或哈韓印象。

從整體跨國流動的角度來看，韓國作為留學的選擇地，被視為一個較為陰性且動機不容易被正當化的國家，基於韓國在台灣媒體中的競爭印象，或者是媒體報導韓流明星來台迷妹接機、參加演唱會的瘋狂形象，選擇韓國是很容易受到他人的質疑和批評。相較之下，選擇歐美、日本等主流留學的國家，便存有一種陽剛性的正面價值，在學術上是一個主流且正統的學習之旅，台灣社會對歐美和日本的留學生也會有較高的認可性。這也反映了何以韓國作為留學地的相關研究，不常見於學術討論中，甚至在留學生性別的比例上，雖暫時無相關數據佐證，但普遍皆以女性居多，男性則較為少數。

因此，在我所接觸的受訪者們之中，她們並非都是如外界想像般的，是為了照單全收的追尋流行文化和偶像明星才到韓國，即使她們透露出對韓國流行文化的喜愛，也會以一種較隱晦的態度表示，並以合理化、正當性的說法去包裝或隱藏去韓國的動機，此種隱藏自我的行為，主要是來自於台灣媒體對於韓國形象的塑造，整體社會呈現一股逢韓必反的風氣，無論是經濟、運動賽事，以至於在韓劇、韓國流行音樂所帶起的熱潮與現象，依然會承受某種程度的罵聲，身為女性選擇到韓國學習或生活，隱藏或合理化真實的動機即是受訪者們在跨國流動中所採取的策略。



第二節 妝扮即生活，生活即妝扮

一、妝扮與否的掙扎：在臺灣時期的妝扮脈絡

在我掙脫國高中制服時期所賦予的形象枷鎖之後，到了毫無服裝髮型限制的大學時期，就像是從北韓脫逃至南韓的人們一樣，享受著自由體制之下所帶來的任何好處，以妝扮來說，就是開始盡情的染燙頭髮、化妝、或挑選漂亮好看的衣服。我還記得，即使是前一晚大熬夜，隔天皮膚乾燥脫皮、雙眼血絲擴張的疲態下，依然要戴上瞳孔放大片、畫上眼線、挑好搭配過的服裝後，才拖著沉重的腳步去上課，日復一日，皆是如此，已經不記得是從何時開始，妝扮變成一種儀式，構成日常生活中不可缺少的一個環節。其實，偶爾還是會對妝扮感到疲累，甚至出現妝扮疲乏的時候，整日對著友人嚷嚷著缺乏穿搭的靈感，但即使是如此，一碰到要外出遊玩或是重要場合時，依舊會提著精神認真的打扮。

當我回溯著自己的妝扮歷程時也不禁好奇著，若是受訪者們在前往韓國之後，因為受到當地妝扮氛圍的影響而在外貌上有著或大或小的轉變，那麼在前往韓國之前，她們個人的妝扮會是什麼樣子，而妝扮對於她們個人而言，是個什麼樣的存在，在臺灣又感受著何種妝扮氛圍。因此，在探討韓國帶給她們何種妝扮氛圍之前，我想先了解在赴韓前的妝扮習慣。

提到出國前的妝扮，受訪者們對妝扮有著相似但又不盡相同的妝扮歷程，我初步將她們區分成兩群，一群是對妝扮有較敏銳的感知、明確的參照來源，並且有較積極且主動的具體實踐，另一群則對妝扮較無清楚的概念，相較於前者，是以被動的姿態去接收與實踐妝扮等行為。以下是以大意摘要的方式摘錄受訪者們在臺灣時的妝扮歷程：

Ting在大學時期因就讀服裝相關的科系，周遭都是屬於會注重化妝與穿搭的人，因此受到周圍環境的影響，除了謹記著自己也需要好好的妝扮之外，也會較為主動的實踐穿搭與化妝，嘗試著買日貨連線的服裝，和培養每日外出必定化妝的習慣。至於和韓國流行服飾和美妝接觸的契機，則是來自於日貨的式微。她表示，一開始幾乎是跟著日本的流行服裝去穿搭，因而參與日貨

連線同步購買日本時下流行的服裝，到後期日本311地震後，日貨賣家考量地震後所帶來輻射的問題，許多日貨賣家因而將戰場轉往韓國，逐漸開啟韓貨連線的熱潮，再加上當時相關流行資訊的媒體訊息，Ting在此時才逐漸意識到韓系、韓貨、與日本服飾的差別，在選擇服裝和化妝時，轉而以韓國的美妝資訊為參照來源。

書曼開始妝扮的契機則跟我頗相似，高中畢業之後，在大學時期透過化妝與穿搭表現自己較滿意與漂亮的一面，同時開始積極地接收與消化美妝相關訊息，如部落格、日本或台灣美妝雜誌等，從中學學習化妝和穿搭的技巧，當時的她認為雜誌是妝扮的唯一依據，也表示從雜誌中學到了「打扮成男生喜歡的樣子」。在錯買了許多衣服、多次燙錯不適合自己的髮型、並開始從網路習得更多的資訊，再加上之後去了韓國生活之後，她才慢慢尋找到自己最舒服且自在的妝扮模樣。

書曼、Ting，還有未摘錄在此的Naomi和逸琪，是屬於主動接收妝扮訊息以及具體實踐穿搭技巧和化妝方式的女生。透過她們的回溯，促使她們執行妝扮行為的外在因素，主要是來自於周遭人際的影響和個人接收到的美妝穿搭訊息，而從個人心理因素來看，即使不主動說出自己愛漂亮的事實，從她們的言談中也間接透露出經營外貌所需要付出的努力。

而另一群受訪者，像是巧虎、凱特、蘇菲，她們面對化妝與穿搭，是抱持著一種被動的姿態去進行有限度的妝扮實踐，考量到自身的限制，甚至有時候會對自己的妝扮質疑，或對自己較沒自信，以下摘要她們妝扮的背景：

巧虎開始妝扮自己的契機，是和她的求學背景有關，因為商管的科系經常需要以套裝上台報告或出席正式研討會，因此，她是到了研究所時才開始接觸化妝這件事，在研究所之前，她說自己是不化妝的，只有在碰到正式場合時才向姊姊借來的眼線筆應急，身為家中最小的女兒，巧虎的化妝和穿衣服大都是承襲兩位姊姊的習慣與偏好。但是，化妝對她來說，是一件麻煩事，比如畫眼線很容易暈開，因此，她對化妝是以一種厭惡的情緒看待。至於穿搭，在大學時期理工科的環境，讓她不覺得自己有需要注重打扮，平常都是以褲

裝出現，有時逛街或網拍會隨意的亂買，或是拿姐姐的衣服來穿，一直要到了研究所，商管的系所以女性占多數，她才開始關心自己穿衣服的模樣。姊姊在她妝扮的脈絡中，扮演一個相當重要的角色，如同前述化妝品的借用，以及姊姊對於她穿衣風格的品頭論足，以至於到後來沾染些許姊姊哈韓的氣息，皆顯見姊姊對巧虎的影響力。

同樣是受到周遭的人的影響，凱特在大學時期受到室友的影響，跟著自己也想慢慢地學習如何化妝，像是夾睫毛、畫眼線，但因為只有在外出逛街或聚餐時才會特意妝扮，疏於練習的情形之下，每每化妝時都感到受挫，另外她也提到，化妝在平常要上課的日子裡，是一件奇怪的事情，她總認為跳脫日常生活以外的場合才是需要化妝的時機。

蘇菲在大學即將畢業之前，再加上準備去學校實習時，才開始逐漸意識到自己需要化妝，透過和室友討論和討教，她才對化妝有較基本的概念，如上粉底、腮紅、眼線與睫毛膏，但對於畫眼線，因為自己是內雙眼皮，所以總是感到困擾，整體而言，化妝對她來說是一種展現成熟的表現，因進入學校實習工作的考量，她希望能藉由化妝讓自己「看起來不要像小孩子」，甚至透過化妝來表現好氣色。穿搭方面，以往學生時期總是以隨興且中性的Tshirt和長褲呈現，她也提到，在去韓國之前，從來不穿短褲和短裙，即使是為了大學謝師宴需要穿上短裙的場合，她也是加了內搭褲來遮掩短裙所帶來的不安全感。但在初入社會之後，為了能在工作場合中展現成熟的形象，她才逐漸地轉換風格，挑選衣服以雪紡材質為主，在韓國開始穿短褲後，也慢慢地能接受較短的褲子和裙裝。

無論是主動積極的妝扮，還是被動的受他人影響才開始意識到妝扮的重要性，受訪者們在台灣生活時所感受到的妝扮氛圍與具體實踐，主要是來自人際的影響，透過他人的妝扮行為才逐漸萌生妝扮的概念，來自媒體或明星妝扮的影響則較少見在他們身上。在此時期，受訪者們對於妝扮並沒有過多強烈的自我意志，與其說她們為了愛漂亮而努力的參考許多美妝穿搭的資訊與嘗試化妝或穿不同樣式的服裝，或者是受到親友影響和工作的需求，這都僅是從外來的妝扮文化去建構與實踐妝扮的步驟與技巧。

然而，大多數受訪者都沒有主動提到的，是台灣社會對於女性妝扮，也就是主流論述對於外貌上的標準，這些主流論述的外貌標準，隱性地藉由各種形式運作並影響著整體社會對於女性妝扮的觀感，以書曼的例子來看，即是流行美妝雜誌教女性打扮成男性會喜歡的模樣。另一方面，台灣社會也似乎並不鼓勵女性注重日常生活中的妝扮行為，即使是打扮成社會可接受或偏好的模樣，像是凱特提到的，平常的校園生活並不會關心是否要打扮，而另一位在上述未摘錄的宜嫻，也在訪談中提到，在台灣即使是戴個冬天帶個毛帽，也可能被周遭朋友認為自己是否過度打扮。

整體而言，在台灣時的妝扮是為了某種目的而實踐，像是展現成熟感或工作需求，又或者是為了符合男性期待而妝扮，這樣的妝扮行為，夾雜著正向與負面的複雜情緒，既要妝扮恰當，又不能過度濃妝豔抹，因而使得受訪者在台灣時的妝扮保有不確定性，然而，這種是否要妝扮搖擺不定的心情，到了韓國大量地接收不同妝扮資訊、刺激與氛圍之後，反而改變了許多受訪者對於妝扮於日常生活中的看法。

二、在韓的妝扮改變

(一) 浸泡在妝扮氛圍中

在韓國學習與生活半長不短的期間，沉浸在大量的美妝和穿搭資訊中，對於到韓國生活與學習的受訪者們，入境隨俗便指的是拾起化妝品開始認真地妝點自己，挑選與購買時下流行的衣服單品來搭配造型，在韓國美妝文化盛行的氛圍之下，妝扮，雖沒有如同動刀整型般的改變自己的外貌，但在化妝品和服裝的加持之下，就如同許多美妝節目的單元「素人改造」一樣，經此之下因而「變漂亮」。為了進一步探討此種妝扮改變的現象，首先，我從受訪者們在韓國的居住環境著手，了解她們在韓國生活的周遭環境及其對她們的影響。

受訪者們實際在韓國生活之後，無不感受到韓國美妝文化興盛的氣氛，不同品牌的美妝店到處都有，商圈沿途有無數間的服裝店，大部分居住在首爾都會區的受訪者形容自己的居住環境時，無一不表示「出門即商圈」，即使是遠離首爾都市，分別到韓國的蔚山與大邱交換的蘇菲與小夢，學校周遭也必定都有美妝、服飾店

林立的商圈，如果用台北的例子來比擬，就大概是生活在師大商圈那般，一出家門就開始逛街，而交通的便利，讓不是住在商圈的受訪者，也能藉由路線密集的地鐵迅速到各大商圈逛街。

明洞、高速轉運站，我們學校前面有一條美妝街，所有的品牌在那邊是找得到的，所以我滿喜歡去那邊逛街的，我每次回家就可以逛街了(逸琪)

我覺得那附近(梨花商圈)其實就是很熱鬧，除了韓國自己的大學生，也有很多從別的地方來的觀光客，所以就很熱鬧，然後感覺也會最快接觸到最新流行的東西，例如美妝阿，最新出來的美妝產品就可以馬上知道(凱特)

另外，受訪者也共同提到，由於韓國熱鬧的商圈大多鄰近大學，吸引許多年輕人，除了本地學生之外，許多觀光客也會聚集在此，因此在她們居住與生活的同時也經常地接收到最新的流行資訊，沾染消費氣息，受訪者們在此種學區商圈混合的地景生活，間接地刺激了她們消費的慾望，並進而增強她們消費彩妝與服飾的行為。

(二)日常生活的觀察與每日實踐

另一方面，由於生活居住地經常有許多韓國本地年輕人或學生族群，生活在當地也同步地觀察韓國本地人的妝扮，以捕捉時下最新的流行。

其實我喜歡在那邊(梨大)的原因是因為接觸很多他們的年輕人，然後我會從他們年輕人他們現在都在穿什麼，或者是妝都怎麼化，然後就是知道韓國現在在流行什麼…主要還是就是看周遭生活的韓國人他們是怎麼打扮(凱特)

他們韓國女生普遍都很會運用首飾，就是除了妝就是跟我們台灣很多化妝方式不相同以外，首飾的運用我覺得也是跟我們台灣不太一樣，然後所以我出去的時候，我很喜歡一直亂晃一直觀察別人的穿著打扮…每次都在看老師的指彩，就是每個禮拜都會換不同的，然後越看越覺得喔好漂亮喔，然後韓國彩妝店的指甲彩繪商品又很便宜，你就很自然而然覺得欸我也來嘗試看看，所以是受到周遭環境的影響(Naomi)

受訪者在韓國的生活，一面沉浸在美妝服飾的消費與氣氛中，另一方面也同步觀察韓國本地年輕人的妝扮，耳濡目染之下，激起了她們仿效的動機，藉由觀察，她們從中獲取了妝扮文化資本，並進而體現在她們自己的妝扮行為中，逐漸地改變了以往在台灣時的妝扮，例如原本在台灣時不常化妝的人，在韓國每天出門一定會上妝，即使不化眼線、上睫毛膏、唇膏等，也會有基本的底妝；穿著上也會跟隨韓國流行的服裝樣式去修正或改變以往在台灣時風格。

主要是會穿得比較...就是合身一點，不會說穿寬寬的，然後頭髮亂七八糟就出去，會稍微整理一下...比如說以前Tshirt都會穿很大件，褲子也都穿寬的那種，那去之後，褲子全部都是緊的沒有一件是寬的...就想說如果我穿這件衣服要搭哪雙鞋子比較好，雖然都是布鞋，布鞋顏色不一樣還是要搭一下
(宜嫻)

而且你到國外，我不知道耶，以前在台灣就會覺得自己大腿很胖，或是剛好腿上有個疤，可是去國外就覺得，反正大家都不認識你，你就會偶爾想要嘗試一些在台灣沒有穿過的衣服之類的(蘇菲)

妝扮改變的同時，受訪者們大多有著屬於自己的策略，考量到自身條件之後轉換成自我的實踐。

像是化妝我覺得ok我就會學，可是太奇怪的...好啦基本上我就是學全部了，像那時候我剛下飛機，我就開始覺得他們化妝畫法跟台灣女生不一樣...我去的時候他們已經流行cc霜了，其實我覺得cc霜不適合一般人用，它要皮膚很好的女生用，就是沒有瑕疵又不會出油，因為它很薄很輕透，它強調就是化妝像沒化妝的樣子，所以我覺得只有適合女明星用而已，而且它有亮珠光，所以你打上去像我這種皮膚絕對不行，大概出去不到一小時就整個都是油掉，整個臉就會發亮很可怕，然後所以那個cc霜我也有擦過，可是我就不會學，因為我評估了就不適合我，然後還有眼睛，我還是會照個我自己，因為我還是不習慣素眼，但有時候我還是會學啦(Ting)

韓國女生因為她們皮膚非常的白，而且她們大部分都非常的瘦，所以她們都會上比較亮的顏色，嘴唇都會很誇張，或者是腮紅也會很明顯，那時候也都

會想要去試看看那樣的妝，可是就會覺得不適合自己，就是沒有勇氣把那種鮮紅色，或者是桃紅色的唇色上在自己的嘴巴上(巧虎)

受訪者們在韓國的生活，離開在台灣熟悉的生活環境，同時也脫離了在台灣原生的身分與責任，如部分受訪者是學生，在台灣校園生活時因課業壓力而較無心顧及妝扮，或者擔心稍作妝扮而備受他人的注目，另一部分受訪者因為職業的關係，上班時必須身著制服或輕便的服裝，受到工作的壓力也無法自由妝扮，再加上普遍受訪者都認為，在台灣不打扮好像也是一件很自然的事情，特地妝扮反而顯得自己特別突出，或引來他人的注意。因此，當她們到了韓國，身處妝扮氣息濃厚的地方，甚至是察覺到韓國本地人重視外貌經營的風向，也開始跟著注重自己的外貌，但在觀察與嘗試的過程中，受訪者們多半有著自己的妝扮策略，選取較合適自己的化妝品或服裝樣式。

研究消費文化的學者認為，消費文化和各地的生產時空相互連結，因此，消費可說是構成日常生活的一環，同時商品的消費實踐也可做為身分認同和生活風格的展演策略(Featherstone, 1987,1990a,1990b,1991,1995; Tomlinson A. 1991; Shields 1992; Bocoock 1993)。也就是說，對受訪者們而言，韓國當地的消費地景提供了一股濃厚的消費氣息，又尤其美妝、服飾等是最簡單、直接且明顯可展現個人消費文化符碼的證明。因此，她們從日常生活的消費地景開始學習和嘗試，穿上韓國流行的服飾、畫上韓式風格的眉毛、眼線、與唇膏，對女性而言，此為一種女性身分的認同，同時也展演著具現代性與時髦感的女子都會生活風格。

(三)妝扮實踐背後的複雜情緒

妝扮實踐的背後，存在著多重且複雜的心理變化。有些受訪者如小婷、書曼、Naomi是帶著較正面的心情來看待妝扮，即使像蘇菲會對韓國人重視外貌的文化感到緊張，在將妝扮轉為日常生活的習慣之後，對於妝扮也較不陌生：

**因為那時候就是養成一種習慣就覺得說，我該在韓國的時候，就是要注重自己的儀態，所以那時候就是入境隨俗的感覺吧，就也沒有特別的覺得....
反叛或者不開心這樣，就是覺得我就是應該要把自己打扮得漂漂亮亮的再出去(Naomi)**

可是去韓國就有一種，真的那時候**覺得很緊張**喔，就想說天吶韓國人會不會都很愛打扮，然後我去那邊會不會**不打扮特別奇怪**，或是怎樣，所以我從去第一天，**每一天都開始有化妝**，到後來也習慣(蘇菲)

對她們來說，透過觀察將韓國女性妝扮的技巧烙印在腦海中，並具體使用自己的策略轉換成個人的妝扮實踐，是一種順其自然且帶著愉快的心情去實踐，藉由不同的化妝技巧和穿搭方式，使自己的外貌產生不同的形象，逐漸將妝扮融合在自己的日常生活中。然而，在順其自然改變外貌的經營策略之下，此種日常妝扮的愉悅心情也同時夾帶著壓力與不安：

我到這地方去，好像沒有跟他們的人一樣會很奇怪...就沒有跟著這邊的人穿著打扮去改變自己，會有點奇怪，他們可能就會覺得我可能是個外國人，會是這樣的感覺，不過後來我漸漸覺得，擦唇膏滿重要的，因為氣色好不好，我自己的話關鍵是在於唇膏，所以後來我也養成這個習慣，這算是一個改變，然後到現在還是這樣子(逸琪)

我覺得他們這種這麼追求外貌的流行，就是有好有壞，因為像我在那邊生活，就是出門非常的賞心悅目，就是大家感覺都很有自己的風格然後很流行，我看了作為旁觀者路人我也覺得很開心，可是自己生活在那邊是真的會覺得有壓力，就覺得好像說我也不能很邋邋的出門，像在台灣我就可以很自在，可能隨便tshirt就出門，可是在韓國就感覺，像以前在台灣我就不太會化妝，可是在韓國就會每天只要不化妝，感覺出門就怪怪的，然後在韓國我也不太戴眼鏡出門(凱特)

像我後來一個人放假在家裡，出門我也要戴隱形眼鏡，我只是出門吃個飯而已喔，戴了隱形眼鏡自己一個人，然後上完底妝，完全跟這世界不認識，可是也要換好衣服下去，然後吃完飯，在回家把全部的都換掉(宜嫻)

由上述可得知，受訪者即使是將妝扮轉換成日常生活中必做的事情，在妝扮背後的心理依然有著各種錯綜複雜的情緒，有些受訪者是以讓自己變漂亮而能夠開心的心情去執行妝扮的各種步驟，而部分受訪者則是將妝扮視為在韓國生活的一種保護色，擔心自己如果不妝扮會被認為很奇怪、丟臉，甚至輕易被看出自己是外

國人的身分。

(四)韓國不同場域的妝扮回應

受訪者們在妝扮實踐背後夾雜著複雜的情感，也就是說，變漂亮所帶來的心理反應帶著愉悅卻同時也承擔了害怕與他人不同的壓力，這裡提及的他人，即是韓國本地人，又以她們所身處環境所接觸到的人為主，如韓國朋友、同學，進而擴展到她們在韓國所去過的各種不同場域，穿梭在不同場域的她們，也經常受到韓國不同場域所賦予或存在的妝扮文化。

以工作場域來看，佳琪和宜嫻是受訪者中唯二在韓國本地有打工經驗的女生。佳琪是在一間小旅行社工作，主要是接待亞洲旅客，多數的工作時間幾乎都在辦公室裡，當我聽到她在辦公室工作時，腦海便浮現許多韓劇 OL 女主角打扮的光鮮亮麗的模樣。事實上，她在這份打工的妝扮，並未如我想像的那樣重視外貌的經營：

就是休閒的…因為說真的我就是小公司，就是我們老闆也都很好阿，就是前輩也都不會在意說欸你怎麼這麼隨便之類的…而且就是越來越邋遢(笑)，有啦當然一開始面試一定是要打扮一下，然後結果就越來越邋遢，那就是有點像在台灣…什麼牛仔褲球鞋(佳琪)

另一位宜嫻，她在韓國的打工是在一間台灣知名連鎖的飲料店上班，工作分成內場煮茶和外場幫客人點餐，我好奇著需要跟客人接觸的外場點餐工作，是否會需要外型較亮麗的女生，但她表示，主要還是依照韓語的流利度來決定，並非我所想像的那樣。

因打工性質而在韓國所接觸到的場域，受訪者們受到妝扮文化的影響，並未具體展演在工作的場域中。以佳琪工作的辦公室來說，比起受訪者在校園或商圈逛街時所感受到妝扮的必要性，由於辦公規模小、同事間往來的人際互動並不是太熱絡，因此，妝扮在此空間並不是必要。而宜嫻所身處的餐飲服務業，儘管在外場點餐工作需要接觸大量的人潮，外貌上的注重本應該是考量之一，但因餐飲業者考量到衛生與管理的層面，因此妝扮在此場域中也無法自由發揮。

由於此次研究接觸到有打工經驗的女生較為少數，因而無法進一步探討她們在韓國其他工作場域中的妝扮，例如大型企業、餐廳、咖啡館等，也因為受訪者們外來身分與短期打工的性質，注重外貌或妝扮的策略在此並無顯著觀察。然而，據另一名受訪者凱特表示，同樣和她在韓國學習語言的朋友，曾經有在美妝店打工，這份工作便直接地接觸到美妝產業，也就是說，工作內容即是妝扮，自己要特別注重化妝品的使用與上妝技巧外，外貌事實上也是替工作加分的一個考量：

像我朋友就是在美妝店打工，她就說她的同事(韓國人)真的都有整，可是她說其實像她的同事也是不希望自己是有整過的，雖然他們那麼盛行這個風氣，可是她們也不會想要跟別人說，我的雙眼皮是割的或者是什麼，就是會隱瞞說沒有我不是割的...但她本身化了妝之後就非常像韓國人，而且是雙眼皮，所以她沒有必要整(凱特)

工作是美妝產業的人，便會有外貌經營上的特殊考量，以這裡所說的，即是整型。韓國整形風氣相當盛行，不只是和美妝產業有接觸的人，在校園的場域中，也有機會觸碰到整形的話題：

我們自己的教授有講，他說有時候到長時間放暑假，她們(學生)也會進場維修，然後回來之後老師們也就不認識他(小夢)

因為他們就會說，整形是為了外表，因為她們要找到更好的工作機會，她們是個非常以外貌取勝的國家，所以你不整形，你長得其貌不揚，你就會沒有辦法進入好的公司找到好的工作(巧虎)

事實上，正是此種校園與商圈混合的地景，讓不管是當地的學生還是我的受訪者們，皆大量的沉浸在美妝發達的資訊當中，也因此與外貌經營相關的話題，如整形，便會出現她們的校園生活中。另一方面，受訪者們的身份大多為交換學生和學習韓語的學生，除了交換生有機會到課堂上接觸韓國本地學生之外，韓語學習的學生則是少有和韓國本地學生的機會。儘管如此，兩者雖然是以不完全相同的學習機制在韓國學習和生活，實際上她們生活的場域也屬於校園，因此在校園場域中所感受到的妝扮文化也較為類似。

Naomi 的例子很鮮明的描繪了韓國重視妝扮與外貌的風氣，即使在 Naomi 自認已經稍有個人搭配後的風格之後，仍然受到同儕給予的壓力：

就是上課的時候，他就會覺得說你今天是要幹嘛，你為什麼要穿這樣出來，所以他們不管怎樣也不會說穿的非常正式，但是也不會像我們"那麼"的運動風，因為像我們台灣很多可能穿球衣球褲男生，女生可能就是滿普通一個 tshirt 什麼東西，可是在韓國他們可能就會加入一些元素，讓這樣的服裝看起來不會那麼的休閒或樸素.... 比如說，因為冬天的時候她們學生很喜歡穿棒球夾克，她們會有自己學校的那種棒球外套，然後如果台灣女生穿的話，可能就是搭個牛仔褲或什麼東西的，很簡單穿出來，可是他們韓國女生可能就比較會搭配一個短裙阿，然後像這樣子的一種棒球帽反戴這樣的穿著，然後就會在運動風裡面你又覺得欸好可愛喔，就是會想要嘗試他們那種風格，因為他會有種比如說棒球外套裡面會搭洋裝之類，就是有一種衝突感，可是又很.. 就會保持很女性的味道...

韓國同學，而且是男生問我，好像是我剛去 9 月的時候吧，因為那時候還在處理很多那種入學的事情阿，那時候天氣還滿熱的，要跑來跑去，我想說穿整身運動裝這樣比較方便，結果被他講完以後那套衣服超少穿的，就真的馬上就開始關注怎麼穿，然後去改變...

覺得平常好像太隨興了，在台灣比較沒有那麼... 旁邊的人都穿得比較沒有裝飾打扮的感覺，然後在這邊(韓國)大家都很重視，你就會開始跟著重視

而妝扮文化不僅限於在女性，Naomi 也提及自己的男性友人在韓國交換期間也不得不屈於韓國的妝扮文化：

然後我問我同班的台灣男同學，他們也說他們一來就是治裝費花超多.... 因為他就會覺得說之前在台灣那種宅男打扮在這邊行不通，然後所以他到了韓國他每次跟我聊天都問我說欸學姐去哪裡買東西，我要跟你去買幫我置裝，因為他就覺得說韓國男生都覺得好好看喔，那他該學一下

在韓國的校園生活中，妝扮不只是個人風格的表態，有時後也會充當吸引韓國異

性的一種策略：

我覺得我在第二學期的時候比較認真的打扮…就我去上語學堂的時候，我那時候穿得更女性化，我都會穿裙子然後配黑絲襪那種，**我就想說我穿得花枝招展一點，看會不會比較有異性緣一點，但事實證明沒有(笑)(巧虎)**

藉由精心打扮的打扮，期待自己能在韓國的生活中吸引異性，另一位受訪者書曼提到，在有韓國異性出現的場合時，她也會特別注重打扮，並說「那時候想說要跟歐巴談戀愛」。但大多數的受訪者事實上並沒有刻意表露對韓國異性的幻想，也就是說，妝扮於她們而言，並非是為了吸引異性，更多的時候是一種生活習慣。在訪談中，當我問及有什麼場合或機會需要特地妝扮的時候，多數受訪者都表示只有在朋友來訪，或者出去遊玩的時候，會比平常的妝扮更為用心，或許是平常的生活並沒有與異性太多的接觸，或是考量到語言隔閡、害羞、本身就有男朋友等各種因素，受訪者們似乎並沒有主動為了韓國歐巴而接觸他們。那麼，到了不得不接觸韓國異性的場合，總該會特地打扮吧？這是我心裡的揣測，訪談之後得到的描述似乎又沒那麼符合。

書曼是受訪者當中唯一在韓國最頻繁去夜店的女生，但在和夜店相關的討論中，並沒有感受到她是為了增加與韓國男性相處的機會才經常去夜店，即使如此，在周末的夜晚，她依然會比平常的妝扮更努力的打扮一點：

夜店裡面會穿比較辣，就會想要跟韓國女生力拼一下長腿，然後我們女生大家都會…弘大比較像是給大學生去的，夜店風格也是比較大學生，然後周邊都很多吃的一堆，所以那邊就不會餓死，梨泰院的話就是給外國人，外國人非常多，而且那邊有點危險，很容易會有打架，我就曾經看過我一個英國朋友被打，被喝醉的韓國人打…江南那邊給上班族，然後比較時尚一點，可能地很大很廣泛，裡面也比較乾淨（書曼）

如同書曼上述所說，韓國夜店在不同的區域會有不同的妝扮考量，像是弘大周遭便以著名的夜生活聞名，消費低且周邊小吃多，因而吸引年經族群的韓國學生，也因為學生族群居多，在弘大夜店消費的妝扮考量上，多以休閒和日常生活的妝扮為主，而像江南較富饒的區域，夜店消費較高，主要是屬於上班族消費的場域，

妝扮自然而然地就需要有特殊的打扮。而其他受訪者在韓國也幾乎都有去夜店的經驗，不過她們原本就不太喜歡這種環境，因此夜店之旅算是她們在韓國時的一個體驗，除了書曼以外的受訪者幾乎都是去弘大周邊的夜店，或是學校附近的酒吧，加上前述所提到弘大夜店的妝扮風格屬於從容與舒適感，因此受訪者們多半沒有為是否要穿著很清涼，或化大濃妝所苦。

只是去弘大那邊比較年輕的夜店而已，不是去那種很高級的那種，他們有分欸，他們還會看你的衣服不讓你進去，在江南那邊會不一樣，因為弘大那邊是學生去的，所以他們穿得輕鬆，因為他們都會穿 tshirt 或者運動鞋就去了(宜嫻)

他們夜店就穿得很 casual 就好了阿，你穿得太正式反而很奇怪(逸琪)

不過巧虎在前往夜店之前也曾經為妝扮所煩惱：

我那天穿得很好笑(笑)，就是我把我覺得最厲害的衣服拿出來，然後朋友看了就會說，你這個比較不太適合夜店，比較適合穿去參加謝師宴…就是那件衣服是我朋友送我的，他知道我要去韓國，他就說欸我送你一件衣服，他可能知道我平常都穿得比較休閒風一點，她說我看很多人出國都會需要去一些比較大的場合，就送你這件衣服，然後例如你去參加 party 的時候，我就想說太好了我要去夜店可以穿，因為它是連身的，有點像是洋裝，就是去參加婚禮或謝師宴的....我真的穿去了，我就想太好了這件衣服可以派上用場，因為我去那邊沒有參加 party…其實我要出門前我就覺得穿得有點不太合適，就想說算了啦，反正我就是對朋友交代…到了夜店之後燈光暗暗的，也不會有人注意到我穿得很詭異

當我問她如果下一次還有機會，你還會在穿那件去嗎，她回答：

我不會了，而且因為我發現去夜店的女生，也都穿得滿普通的，沒有我想像中的穿得很辣或什麼的...

從打工、校園生活、和夜店這三者不同的場域來看韓國的妝扮文化對於受訪者的

影響，校園生活反而是影響最甚的一個場域，藉由生活的觀察，從中獲取妝扮的技巧，是為個人文化資本的累積，而具體的實踐，如每天外出必定化妝、嘗試以往不曾接觸的服裝與配件、甚至在過程中運用個人的妝扮策略，則是她們文化資本的展演，此種展演，在韓國強大的妝扮氛圍中，是一種保護色，幫助她們更能游刃有餘地在異地生活，也是一種抗衡、策略性的運用妝扮抵擋強勢文化所帶來的各種壓力，儘管在過程中夾帶著複雜的情感，但妝扮行為的轉變讓她們在回到台灣之後，乃至於其後的工作與生活，都得以幫助她們更加了解自我妝扮的意義。



第三節 回台灣後的妝扮展演

一、來自旁人的讚美

台灣現在許多美妝資訊，無論是化妝品或服飾搭配，都在教導女性成為「韓妞」，也就是在妝扮上能夠捕捉到韓國最新流行與時尚的元素，媒體大量的傳送「如何成為韓妞」的妝扮技巧，無形之中將韓國拱上了流行與時尚最前端的國家，身處在這樣的印象之中，韓國在台灣多數人的心中，已經不只是旅遊的勝地，同時也是流行時尚的象徵。因此，當受訪者自流行時尚的重鎮返回台灣時，便接受到許多來自旁人給予外貌上的稱讚。

就有老師說，他就說欸你怎麼變了…他就說怎麼我整個人感覺變了，然後好像變漂亮，一直逼問我是不是去整形什麼，但其實就沒有阿…所以那時候回來聽到滿多大家覺得我變了，但我自己都覺得不知道變到哪裡，當然皮膚是有變好，但是其他我真的不知道到底變在哪裡(蘇菲)

應該是開心的吧(笑)就是會覺得說，可以向我諮詢，因為像我在韓國的時候，拍一些每天的穿搭照，然後就還滿多同學的反應都會覺得說，哇你整個人打扮越來越韓國風欸，這樣很好看什麼的想跟你學(Naomi)

多數的受訪者在返回台灣之後，都會接受許多人的稱讚，無論是化妝或者是穿著，都有著不同方式的讚美，有些受訪者是直接接收到變漂亮的讚賞，朋友也多將她們視為時尚流行的諮詢對象，而有些受訪者則是被周遭友人認為是否去整形，整形，也就意味著容貌上的修正，無論是否帶有貶義，這都是一種外貌變美的肯定。另一方面，受訪者也有提到，旁人給予自己外貌轉變的評價也包含「變得很像韓國人」。

然後就是也會有聽到一些不認識我的，可能本來不知道我去過韓國的人說，我很像韓國人這種話...我覺得如果是稱讚我比以前好看，就是很開心，可是如果聽到稱讚我像韓國人我就會覺得，我是好奇，我沒有喜歡或不喜歡，就會好奇說為什麼，是哪裡像....有些人說我講話的方式跟口音有點像外國

人，我就想說還好吧，然後可能有的人會說，長相吧，像我去百貨公司就有小姐問說，你是不是韓國人，可是其實我也不知道為什麼，我想說不是跟以前一樣嗎...對我覺得是好（凱特）

最常多人說的一句話是，你變得很像韓國人，但我不懂這句話到底是怎麼回事，我回來之後聽到現在，還是一直有人這樣說，我單純只是覺得我眼睛小，所以他們覺得我是韓國人，我並不覺得我到底哪裡像韓國人...我就說所以哪裡覺得，他們就說你整個都很像，我就說根本是因為眼睛小吧，或者是他們其實根本就不認識韓國人，他們只覺得眼睛小就是韓國人，因為其實真正會打扮的韓國人，就跟我不一樣阿，為什麼會覺得我像韓國人，我不知道（逸琪）

會開心啊，就覺得哇...因為韓國人就很時尚，然後比較注重外表，那如果我被承認的話，就覺得這是人生的一個肯定...他們覺得我像韓妹阿，就爽阿（書曼）

面對「變得很像韓國人」的評價，書曼所接受到的是一種像韓國女性一樣帶著時尚感，所以對於這樣的評價是帶著愉悅的心情。然而，大多數的受訪者並沒有給予正面回應，反而是帶著疑惑的心情反問對方。對著旁人給予的評價，受訪者的反應，呼應了前一節在韓國不同場域的妝扮回應所提到的，妝扮是一種保護色，幫助她們在韓國能夠自然且迅速地融入當地社會，但同時，妝扮又是一種抵抗重視外貌文化的方式。然而此種保護色與抗衡，只適用在非自己熟悉的環境中，像是受訪者們生活在韓國，但當她們返回自己熟悉的環境時，武裝性的妝扮則不再為必要，因為在台灣語言相同、妝扮氛圍的熟悉，讓受訪者們不再需要戴上面具生活，也能自在的做回自己。

另一方面，受訪者們藉由在韓國的美妝消費與實踐，變漂亮、變時尚除了讓她們獲得稱讚之外，同時間，此種在跨國移動之下的消費與實踐，亦可作為一種象徵符號的獲取，展演著她們移動的現代性（Yeh, 2003；葉秀燕，2007）。在此研究中，韓國即為一種文化符碼，象徵著現代性、流行與時尚，而透過韓國服飾配件、美妝用品的消費與具體穿搭的實踐，受訪者透過妝扮展演著她們所獲取的文化符

號，身體即成為文化符碼的載體，乘載著現代性與時尚感。

二、帶著時尚放大鏡

在韓國浸染在美妝文化中，從觀察中習得的妝扮技巧，有策略性的運用在自己身上，是為一種文化資本的展演，但在訪談中，還有一種文化資本的展演是以一種較隱晦的方式呈現，那便是談論台韓兩地的流行時尚差距。

當我請她們談論台灣與韓國女生的妝扮差異時，多數受訪者的回答帶有一種高下立判的意味：

我覺得台灣女生的韓系，就是有點太過刻意，因為像感覺韓國人他們平常日常的穿搭就是流行，就是他們很平常就這樣穿，就像是穿運動鞋，台灣可能現在流行穿運動鞋是因為我想要模仿韓國人的穿著，可是在韓國人的生活裡面他們就是外出很自然地穿運動鞋…（凱特）

因為我覺得像我自己在韓國生活，他們的女生真的都是會化妝很注重外表，然後身上的每個小細節都會很完美然後出門，所以你會覺得任何衣服在他們身上，那是屬於他的風格，可是在台灣就會覺得說…這樣東西是流行的，可是他並不適合每個人，可是所有想要追求韓風的女生就會把那樣子都放在自己身上（凱特）

像唇膏吧，因為韓國一般女生他們皮膚真的很白，所以她們那樣子擦會很好看，可是台灣可能有些女生的膚色會整體不是那麼適合，就反而會有點怪，就我覺得應該是從那些流行找到適合自己，可能你要自己做一些修改，或者是說…我之前在韓國就聽朋友說過，像現在夏天很流行涼鞋，那韓國女生幾乎都在穿，那就是流行到台灣，有很多女生會穿，但就會覺得他們可能也沒有擦一些指甲油，或者是說刮腿毛，就會覺得穿起來造型不是像韓國人那樣（凱特）

凱特比較了台灣女生和韓國女生的妝扮，認為台灣女生大多只是追求韓國流行的元素，例如紅色唇膏、運動鞋，卻忽略了自身條件適合與否的狀況，她認為台灣

女生較不如韓國女生那般的重視整體性的妝扮，仿效的多只是片面的流行。除了妝扮比較之外，在台灣的消費行為也會經常和在韓國的消費經驗比較：

應該是說我那時候覺得台灣的東西，他雖然號稱韓版，可是我都會覺得是真的嗎？就是我會質疑它的真實性，有時候會覺得沒有那個價值，因為你會不知道他今天賣這麼貴，或是他賣這個價錢到底有沒有那個價值…(小夢)

應該就是我覺得韓國的設計都比較...就是很正常，就是比如說，Tshirt，就是這季都很流行寬Tshirt阿，可是台灣就很喜歡就是上面一個很明顯的卡通圖案之類的，但是韓國就是簡單...就是你可能型或版型OK，可是他就突然有一個小設計辣ㄎㄎ...就覺得說這麼好的衣服為什麼...比如說像好像流行什麼露肩的那種挖洞，然後有些台灣的就是弄得很俗氣(佳琪)

而且他們的購物區，賣的不會說你都看到很雷同的東西，因為像現在你去東區跟去師大夜市，可能服裝店賣的東西都差不多，可是在韓國的時候，東大門、弘大、新沙洞然後還有三清洞這些地方，他們賣的風格完全就不同(Naomi)

習慣了韓國強盛的美妝產業和流行服飾之後，受訪者對於美妝產品或服飾的消費也跟著改變，並進而比較台灣與韓國的差異，她們大多是稱讚韓國的服裝質料好，樣式新穎，價格也較符合價值，相比之下，台灣的服裝設計則總是一味的追求韓系、韓風，相似的衣服相當多，同時也就忽略了材質。在比較台韓兩地的流行時尚時，受訪者會利用自身在韓國消費與實踐的經驗和台灣的流行相互對照，即是另一種文化資本的展演，其背後隱含的是對韓國流行時尚的推崇，對台灣妝扮風格的不滿意與無能為力。

三、回台灣後打回原形？

回到熟悉的環境，妝扮作為保護色似乎不再為必要條件，許多受訪者不用戰戰兢兢地維持每日的妝扮行為，在妝扮上則較為鬆懈，或者是順應身旁的環境而轉換不同的妝扮方式。

回台灣也是非常少吧，因為回來台灣有點慢慢又被台灣的環境影響，就覺得說我今天只是去上班，又不會接觸到什麼人，所以就也是慢慢開始走向不化妝的（凱特）

回來之後，可能台灣的民族風情就是懶散吧，就滿無所謂的阿...之前在韓國的時候，每分每秒去上課、去逛街、去夜店，都會化妝，全妝，不會讓自己素顏在外面，因為我覺得大家都漂亮，然後自己在那邊亂來很像犯法非法（笑）...但是（回台灣）會懶散，比如說上班的時候就無所謂阿，流浪漢，我就是素顏出門，可能真正要見客戶....很常時候我都是到下班前才開始化妝（書曼）

回台灣即使因為熟悉的環境而懈怠妝扮，可能是考量在韓國所建立起自己一套的妝扮回到台灣的不適用性，因此許多受訪者在回台灣時，對於自己在韓國學習的妝扮又有著不同的策略，以凱特為例：

我跟我朋友很常在想這個問題，因為像韓國冬天很冷，所以可能他們的外套都是那種過膝，台灣可能是因為韓國這麼流行也慢慢會這樣穿，可是那時候因為我有一件非常長的針織外套到小腿，我那時候就在猶豫到底要不要買，因為在韓國穿這個很平常，可是我朋友就一直說你快要回台灣，你確定你要買嗎，台灣沒有人會這樣穿...我後來有買，而且就覺得說可能台灣沒有人這樣穿，可是我很喜歡，所以我覺得這樣穿也沒有關係，所以還是有買....

大部分的受訪者都不太喜歡成為受矚目的焦點，在韓國可能大膽嘗試的服裝或化妝風格，回到台灣後經過考量，便會如同凱特那般的有所取捨。而回台灣後妝扮行為的再次轉變，原因主要來自兩種，一是周圍環境不再強調著需要透過妝扮以迅速地適應周遭環境，二是後續身分的轉換，像是受訪者從學生的身分脫離之後，出社會開始工作，考量到不同工作環境與工作所帶來的忙碌與壓力，剝奪了她們的時間來自由自在的妝扮。但這並不意味著，回到台灣的她們放棄了妝扮所賦予她們的力量：

去韓國之前，我上班的穿著是普遍很休閒，因為我是在體育活動的公司上班，我如果穿的一個洋裝去人家會覺得你今天要約會還是要幹嘛，普遍同事們女

生也都是穿很休閒運動的打扮，我穿那個就會很奇怪，可是我從韓國回來以後，我的觀念就改了，我的上班穿著是會休閒跟那種洋裝可愛風格的都會出現，可是像今天我剛好就休閒風，可是像我昨天就是穿一個洋裝，因為我就覺得我想要怎麼穿是自己決定，因為我在韓國就是這樣的感覺，大家都會很自主性的找出自己的風格阿，不會因為環境影響限制住，所以我出去(韓)以後就是回來變成說我想穿怎樣就怎樣，不會因為公司是這個類別性質就限定，除非那天真的要出活動 (Naomi)

事實上，受訪者以學生的身分遊走於韓國社會，這樣的社會身分給予的是一種時間與人身的自由，脫離了原生社會身分所賦予的壓力，受訪者在韓國是以自由且無壓力的狀態中，且同時在韓國美妝氛圍興盛的環境之下，使得她們得以自在的實踐妝扮的行為。

因為那時候我是唯一的台灣人，我一直很怕給台灣丟臉，所以我隨時都要準備好的狀態，雖然有語學堂但是不會碰到，然後就有台灣人的使命，加上韓國人又是滿愛打扮的，所以我就覺得說，那一定就是不能輸 (書曼)

就是因為去韓國覺得，有一種感覺是去國外想要給自己一個不一樣面貌的感覺，就是你想要讓自己看起來更好，而且那時候大家都是不認識的，你就會想要讓自己在她們面前是一個好的印象，好的開始，因為之前在台灣就會覺得，有時候會想要做個不同的嘗試，可是大家都會覺得欸你怎麼穿這樣，這樣很不像你之類的，但是畢竟在韓國沒人認識你阿，你就會有一種感覺是，另一種機會你可以塑造一個全新的自己，而且就是覺得去玩阿，想要讓自己漂漂亮亮的阿 (蘇菲)

回台灣之後妝扮的實踐與展演對受訪者而言，都是經過取捨後所做出的決定，無論是順應台灣較不注重妝扮的生活環境與氛圍，或是持續地依照自己的方式妝扮自己，受訪者都並沒有完全放棄在韓國獲取的妝扮資本。

四、妝扮轉變之於個人

經過台灣與韓國兩地的生活，即使在妝扮轉變的過程中，妝扮實踐夾帶著複雜的

情感，對受訪者，此種妝扮行為的轉變是一種尋找自我之旅，透過化妝與服飾的搭配，以及浸染在妝扮的氛圍中，受訪者較能找到屬於自己的妝扮風格，或甚至對妝扮改觀，即使這樣兩地的生活後，妝扮改變的程度因人而異，整體而言，受訪者對自己此種改變是給予正面的回應：

我一開始去的時候，我也是在那邊買衣服，可是到後期我就會覺得一開始買的衣服怎麼會這麼醜，我覺得可能也是因為眼光慢慢有改變吧，可能是因為你每天看一些路上的人的穿著，慢慢地知道自己喜歡什麼樣的風格，然後想要往哪邊走（凱特）

之後在挑選的時候，不會那麼盲從，不會說現在流行什麼就會去買，因為你知道實際上不是這樣，你可能會獲得一些資訊，所以算是能夠確定自己喜歡什麼（逸琪）

而妝扮行為的改變是否回應妝扮在個人生活中所具備的意義，不同的受訪者認為妝扮具備著不同的意義：

以前沒有男朋友的時候都覺得，人不能這樣嗎，我不能因為我打扮得漂亮才喜歡我阿，但是我慢慢覺得說，就是女生要打扮，有時候不能太故步自封，就還是要打扮一點，讓你出去體面一點，然後大家會覺得你這個人給人家感覺印象不錯…（蘇菲）

我有一種感覺，就是在那邊我因為語言沒有辦法很能溝通，我只能把自己打扮得很漂亮讓人家覺得台灣人是會想讓人家親近的，可是在台灣就是因為語言每個人都說得通，我覺得最重要的反而是內在，對於外在不會那麼偏激，就是讓自己舒適的方式，簡單的生活…在韓國的時候其實我很擔心，交不到朋友，就很積極的參與每個活動，把自己弄得漂漂亮亮的（書曼）

我覺得妝扮這件事可能是我到了工作，在職場上才開始有一些體會。因為我前一份工作是穿公司制服，所以沒有感覺，可是我現在這份工作的話，我會覺得說就是穿漂亮一點可以為自己工作加分，當然人長得正也是很重要...可能我會觀察跟我同年紀的人，然後就是她長得很漂亮，衣服穿的也很漂亮，

可以帶給大家比較多的好感，自己雖然年紀也已經到了，但就是不太敢挑戰比較淑女的衣服(巧虎)

整體來說，妝扮轉變後所獲得的讚美，對受訪者而言都是一種肯定與愉悅的心情，但只有「變漂亮」所帶來心理上的滿足，不足以說明跨國流動後的妝扮改變。首先，選擇到異國生活，此種決定本身就是一種勇氣的展現，如何融入在當地社會以及需要做何種改變，在這次的研究中，即是妝扮的實踐，透過妝扮行為的轉變，回應在韓國時可能承受的壓力，而從中得到的改變，和在回到台灣後持續地運用相似的方式妝扮自己，藉由妝扮改變的展演，是一種勇氣的證明。除了心理素質的改變，妝扮轉變同時也能展現妝扮所具備的功能性，帶來人際互動上的加分，或者是在工作中能夠得到他人的幫助，受訪者多半將妝扮融入個人的生活中，此種轉變在某種程度上具體的回應了妝扮對於她們的意義。



第五章 妝扮其外，反思其內

第一節 台韓流動下的特殊女性個人主義化

透過這份研究所接觸到的受訪者們，成長於 1980 年代後消費時代的女性，在接收大量的媒體訊息和消費文化的影響之下，女性的外在妝扮經常受到媒體所傳遞的美貌標準，並據此標準進行相關的妝扮行為與消費，女性藉由妝扮能夠使自己更加順利的立足於社會中。於是，才有 Martin & Lewis (2012) 在研究中所指出的，台灣美妝節目表面上看似教導女性藉由妝扮取得屬於女性個人的生活方式，但實際上卻又間接導引主流父權社會對女人外貌的期許，並透過服裝、化妝品、瘦身美體、美容保養等消費管道來規範女性的外貌。因此，受訪者們在台灣時的妝扮，若按照社會脈絡與論述來看，應當是會像韓國那樣乘載著外貌至上的審美觀，讓還在台灣時的她們就已經有著顯著的妝扮行為，而此研究的設想與命題就顯得不重要。然而，在受訪者論及台灣與韓國的妝扮氛圍，卻又是那麼的不相同。

在前一章中，受訪者們回顧在台灣時期的妝扮，總是以凱特所說過的「非必要」、「不想過度成為焦點」、或書曼所說的「打扮成男性會喜歡的樣子」。關於受訪者們在台灣時的妝扮論述，需從她們共同的身分開始談起。受訪者們去韓國之前的共同身分大多數為學生，再者就是剛從大學畢業，尚未進入社會的菜鳥，圍繞著校園時所具備的學生身分，受到儒學思想的東亞社會，讓她們必須符合社會認可學生應有的模樣，也就是注重內在心靈與智慧，對於外表的重視並不是學生時的她們應當重視的事情。另一方面，學生的身分讓她們持續地仰賴經濟來源，大部份是來自家庭，在有限的經濟資本之下，她們無法完全投注手頭擁有的錢在經營外貌。於此同時，此研究中的受訪者在描述台灣的妝扮時期，間接點出台灣的校園風氣將她們排除在消費文化與主流論述的外貌經營之外，就像凱特、蘇菲、巧虎、宜嫻她們那樣，對於妝扮存有著模糊的意識，並認為妝扮對於此時期的她們並不是那麼的重要，疏於關注妝扮與練習之下，妝扮的行為是較為彘扭和生疏的。但是，各種美妝資訊藉由媒體卻依然滲透至受訪者們的生活當中，並透過人際與同儕的影響，促使她們從中習得社會所賦予女性的外貌標準，也就有著像書曼、Naomi、Ting 那般，她們清楚知道妝扮的重要性，憑藉著人際互動的影響、主動

接收與實踐相關妝扮資訊，但是是以主流社會的審美論述作為妝扮的依據。

簡言之，正因為受訪者們身為學生與尚未進入社會的身分，遊走在校園與社會的公私領域之間，讓她們在台灣時期的妝扮行為呈現曖昧不明的狀態，既要回應公領域所給予的限制，又要體現身為女性在主流社會脈絡裡的模樣，乘載著此種身分和外貌管理的依據，讓她們到了韓國時，又另行吸收了不同社會中所瀰漫的妝扮氛圍，展現著不同的外貌經營。

在台灣與韓國社會奉行著不同的外貌標準與管理時，受訪者們以學生的身分到韓國，並在當地生活了半年以上，學生身分和時間性讓她們有著融入當地社會的必要性，研究中的受訪者們也多半沒有實質的經濟壓力。因此，在沒有後顧之憂的狀態之下，學生所享有的彈性時間與獲得支持的經濟來源，讓她們得以利用手邊現有的資源去追尋美麗。從前一章的分析來看，首要且最直接的影響即是每日的日常皆置身在美妝文化盛行的環境之中，受訪者們多數都居住在韓國當地的大學周圍，從她們描述在韓國生活的周邊環境，便能推測出韓國本地濃厚的美妝與妝扮氛圍是如何影響她們有著進一步具體的妝扮展現。

與韓國不同的是，受訪者在台灣的生活環境，雖然也有如同韓國大學周邊熱鬧的商圈，以台北市為例，像是以韓國流行服飾居多的師大商圈，或是以運動服飾配件和小吃點心為主打的台灣大學公館商圈，再者是不以大學周邊環境所形成的消費地景，如士林夜市、台北東區等。上述所提及的台灣商圈，也多以年輕族群為消費主力，琳琅滿目的各式商家也確實近似於受訪者們所描述的韓國商圈，但相似的消費地景與不相上下的妝扮氛圍，韓國卻能給予受訪者們實際的妝扮動力，甚至影響了她們在台灣時期就培養的妝扮習慣。進一步地來分析，多數受訪者在大學時期的美妝服飾消費習慣，大部分是來自於網路，雖然有別於實體觸摸和試用試穿的立即性，但因為網路的便利、實際生活與消費場域的地理限制、網路提供視覺性的模特兒立體穿搭，讓她們在台灣時偏好以網路作為消費美妝服飾的管道。除此之外，當時受到韓流的影響之下，在台灣的美妝與服飾消費皆以韓國的時尚流行感為領頭羊，但相關美妝媒體仍然強調著韓國時尚流行的正統性，像是網路購物的韓國連線、最道地的韓國美妝品和化妝技巧，無形之中，台灣實際的妝扮文化和韓國有了落差，更不用說在實體商圈所觸及的相關產品和台灣女性的妝扮模樣，是無法對受訪者們產生具體的影響，甚至是轉變。

因此，對她們而言，和在台灣的居住環境相較之下，韓國那種「出門即逛街」的美妝環境，和每日直接與美妝服飾的第一層接觸，韓國本地透過各種媒介所傳遞的妝扮正統性，更強烈地影響了她們對於妝扮的感官意識，流行和美妝的消費充斥在她們每日的生活中，對她們來說，韓國的外貌管理與標準儘管沒有直接的教條告訴她們應該怎麼妝扮，但透過自身沉浸在此種氛圍中，即會不自覺地對妝扮產生興趣，並進一步具體的親身實踐。

另一方面，也由於周遭環境充斥大量的妝扮訊息，最快也最直接的效仿來源即是來自對周圍環境的觀察。韓國本地的年輕世代，深受新儒學思想和資本主義式的消費者文化所影響，就如同第二章韓國的社會脈絡所說，韓國青年世代對於外貌的追尋，可透過妝扮甚至是整形看出外貌的重要，而受訪者在韓國時的觀察，間接地吸收了韓國社會脈絡特有的外貌重視，換句話說，韓國本地的青年世代，無論男女，都是整體社會對於美貌重視的載體，藉由精緻的妝容和服裝的搭配體現此種概念，而受訪者們再藉由自身對於韓國本地人的觀察，將此種外貌的重視轉嫁到自己身上，進而改變她們的妝扮行為，像是小夢每天畫眼線的化妝實踐、Ting 學習韓國當時流行的咬唇妝、甚至是蘇菲穿上在台灣不曾嘗試過的短褲等，而在妝扮效仿與實踐的過程中，受訪者們並非全然地接收此種外貌標準，她們依然會考量自身的條件對欲仿效的妝扮形象可能帶來的限制，做出屬於個人相應的回應，像是 Naomi 因為臉部容易過敏而在美妝的消費上便會以強調天然成分的韓國品牌為優先，另外又像是宜嫻認為自己身材不是韓國主流纖瘦的身形，服裝的消費便剛好搭上韓國當時流行寬鬆感的服裝，以有限的選擇來妝扮自己。

在與受訪者的訪談過程中，聽著她們滔滔不絕地細數自己妝扮上的改變和嘗試，那種妝扮的改變帶給她們變漂亮的心情，從興奮的神情與述說便能體會。然而，生活在極為重視外貌的社會中，對一個外來者的身份而言，卻也間接地承擔了韓國外貌至上的壓力。在前一章中，我以 Naomi 在韓國時所經歷過的窘境說明了妝扮改變伴隨而來的壓力與複雜的情緒，在被韓國男性同學指出自己服裝的不合時宜之後，Naomi 當時身上所穿的衣服就鮮少出現在每日的妝扮中，然而，此種不合時宜，不過就是因為剛入學需要到學校各處室處理事情而選擇較為輕便的運動服裝，若同樣的情境發生在台灣，多數台灣人也會將運動服裝視為理所當然，甚至是不會特別注意對方的穿著。而正是因為身處韓國對外貌極為重視的特殊社

會脈絡中，受訪者對於妝扮的改變不完全是欣然地接受，在妝扮行為實踐的過程中，除了變漂亮帶來心理上的自信增強之外，卻也夾帶著壓力。

此外，妝扮改變的過程中，因為受訪者們外來的身份，讓她們不自覺得有一股想要融入韓國當地社會的壓力，此種壓力也是促使她們妝扮行為改變的因素之一。像是逸琪、凱特就曾說道「到這地方去，好像沒有跟他們的人一樣會很奇怪...就沒有跟著這邊的人穿著打扮去改變自己，會有點奇怪，他們可能就會覺得我可能是個外國人」，藉由化妝與服裝上的效仿，能夠讓自己的外型看起來稍微和韓國人相似，換句話說，妝扮是受訪者們在韓國生活時的保護色，透過妝扮她們能更迅速地融入在當地的生活，去除自己身為外來者的不安。妝扮除了幫助她們快速地融入本地生活，也可以是一種女性特質的加分，替自己帶來可能的戀愛機會，又或者是一項武器，讓身為外來者的她們作為抵擋陌生文化所帶來的潛在威脅。大部分的受訪者是第一次到韓國本地實際生活，生活和旅遊不同，受訪者們更為直接地感受到韓國本地的妝扮氛圍，除了上述外來者的身分可能帶來與他人不同的壓力和不安之外，受訪者也很容易將身為女性在外在妝扮上呈現出的性別形象和韓國本地的女性相互比較，像是書曼提到「因為那時候我是唯一的台灣人，我一直很怕給台灣丟臉，所以我隨時都要準備好的狀態，雖然有語學堂但是不會碰到，然後就有台灣人的使命，加上韓國人又是滿愛打扮的，所以我就覺得說，那一定就是不能輸」，而她在韓國夜店的經歷時也特別提到「會想要跟韓國女生力拼一下長腿」，在韓國重視外貌的氛圍，壓力之中也夾雜著勝負欲，使得妝扮自己成為武裝。

在韓國建立起的日常妝扮習慣和與之伴隨而來的保護作用，在回到台灣時又有著微妙的轉變。在妝扮習慣上，大部分的受訪者在回到台灣時，依舊會保有在韓國妝扮自己的習慣，像是化妝的技巧和穿搭衣服的方式，在韓國時所獲取妝扮的文化資本，已然內化成受訪者們日常生活中的一部分，為個人文化資本的累積。然而，如同前述所提台灣的妝扮文化跟隨著韓國的腳步，縱使生活在台灣的女性依舊受到媒體所傳遞的主流美貌標準和韓式妝扮作為維繫外貌的典範，但這份研究中的受訪者們卻不完全按照此種典範來管理自己的外貌。受訪者們從韓國歸來之後，一部分的她們持續作為學生的身分遊走在校園與出社會的邊界，妝扮的實踐按照還在韓國時所建立的習慣，延續在自己的日常生活中，而有些受訪者則是在

歸來後正式進入職場，在公領域對於女性妝扮的要求與限制之下，她們依舊能自由地依照自己的妝扮習慣展現女性的形象。但不論是出社會的受訪者，還是延續學生身分的受訪者，她們在台灣熟悉的環境中施展妝扮的技巧，同時又要面臨台灣對於妝扮諸多的限制與異樣眼光，如同凱特所說「像在韓國你穿短裙，因為大家的裙子都很短，你不會顯得特別突出，因為我本來就不喜歡當很突出的那種人，我就覺得我很自在，可是在台灣例如說不是在東區，就只是一般家裡附近或什麼的，你如果穿短的裙子，感覺人家會覺得你跟其他人不一樣，那我個人不是很喜歡這樣」。

受訪者們在韓國流動過後所帶來的妝扮轉變，此種跨越不同社會脈絡而產生的特殊經歷，對受訪者們個人的生命歷程刻下特殊的印記，而妝扮轉變也在流動的過程中也回應了女性個人主義化。女性個人主義化是將個人主義化的概念，納入女性特殊的身分性質，以用來解釋女性在個人化的過程中從受制的客體轉為主動的個體，例如時尚雜誌的論述之於女性建構個人品味而培養自主性，是為積極且備受肯定的女性個人主義化，正如同此研究中受訪者們，她們在韓國時透過化妝、穿衣服等各種外貌上的管理，具體展現她們身為女性的性別形象，購買美妝用品和韓國本地販售的流行服飾，並透過觀察韓國本地人的妝扮，甚至在回台灣後將台灣與韓國的美妝消費兩相比較，她們將經濟資本轉換成文化資本，在回到台灣延續著韓國習得的妝扮習慣，展現了她們在外貌重視氛圍中的能動性，同時也正面的回應女性個人主義化。

另一方面，受訪者們的妝扮受到台韓社會脈絡的不同而帶來的轉變，在不同的社會脈絡下，女性的外貌經營與管理原則本就各自有著特殊的脈絡，而在兩地流動中的妝扮轉變，就某種意義上來看，儘管研究中的受訪者們是臣服在主流的論述之下所做出的妝扮實踐，看似服膺於整體社會對於外貌的重視，但實際上她們對於妝扮多半有著屬於自己的聲音，從具體的妝扮實踐來看，像是在韓國時的她們，透過自身的觀察並融合自己的條件之後才有著經選擇過後的妝扮實踐，而回到台灣之後，則是藉由在韓國時所累積的妝扮習慣與技巧，不完全複製在韓國時的那套妝扮準則，以舒適、方便，但仍具備著時髦有型的妝扮方式遊走在台灣的街頭。

受訪者在流動之中的一連串妝扮行為，為了變漂亮所付出的時間和心力，依然不

時夾雜著來自外在的眼光與異地社會氛圍所給予女性的壓力，而在回台灣之後受到了許多讚美並且對自己充滿了些許的自信。整體而言，無論是在韓國或回到台灣之後的妝扮實踐，她們利用服裝和化妝品附加於自己的身體上，化妝的每一步驟，從觀察學習到實際運用彩妝，都是經過一層又一層的思考，而在服裝搭配上，她們不僅只是穿上質感佳、剪裁樣式時髦的服飾，在經過不斷地嘗試搭配，找到屬於自己適合的穿搭風格，在韓國不間斷地實踐妝扮，也不斷地重構屬於個人的樣貌。化妝與服飾的相互映照下呈現出屬於相當個人化的妝扮思維，此種思維不單純只是盲目的追隨流行，而將此種個人化的妝扮邏輯置放在重視外貌管理的社會脈絡之中，受訪者們並非是被動的服從外在社會對女性所賦予的外貌標準和限制，她們反而展現了屬於個人且具有柔性力量的女性個人主義化。



第二節 妝扮與我、受訪者的連結

在和她們對話的過程中，聽著受訪者們敘說在韓國時的生活經歷和妝扮改變，讓我不自覺得回想起自己在第一章所提到的流動故事和妝扮與我、受訪者們之間的連結。

首先，妝扮和我的連結，可以再次回到前述的流動歷程。在尚未前往韓國之前，我可以說是深受韓國流行文化的影響，儘管在妝扮上考量到自身外在條件與韓國時尚的差距，我依然努力從韓國的妝扮中汲取些許流行的元素並套用在自己身上，雖然無法得到滿分十分的妝扮，但我想應該也能獲得四分，再加上一點努力分數吧。之後到韓國旅遊，在這次短暫停留韓國的經驗中，我和同行的友人們出門前不約而同的精心妝扮，像是彼此相互檢視妝容，眼線怎麼化才不會歪，穿搭前一天購物買到的衣服鞋子和包包，這些妝扮實踐在台灣的我們可能是不會有著如此勤勞的妝扮行為。後來在第二次流動至美國的歷程中，亞洲社會普遍重視的精緻妝容和具流行感的整體妝扮，在美國大都市以外的小城市中就無法適用了，尤其我所生活的地方就是在美國小城市中的大學，周遭以大學生為主的生活商圈和亞洲住商混合的消費景觀截然不同，更不用說妝扮。因此，在不同妝扮的氛圍之下，當時的我沒這麼重視精緻的妝容和女性化的服裝搭配，反而是跟著美國本地的學生一樣，穿著連帽 Tshirt、延展性佳的內搭褲襪、休閒運動鞋、甚至到了初夏穿上以往不曾嘗試的牛仔短褲釋放雙腿，我感受到美國年輕人有自信展露身材的那種氛圍，並讓我悄悄的效仿她們舒適休閒的妝扮。而從這兩段流動當中，不論是到韓國的旅遊還是在美國的交換生活，現在回想起來，當時我的妝扮方式都是為了不想暴露自己身為觀光客或外來者的身分，為了迅速且便利於融入當地的社會之中，我在不同社會之中的妝扮，體現了女性在妝扮上的彈性調整作為融入不同社會的保護殼，換句話說，妝扮的轉換是我因應不同社會的武器，免於自己受到外界可能的威脅和異樣眼光，此種武器讓我在回到台灣之後依然有效。

而受訪者們呢？她們和我一樣，在流動之中利用妝扮作為適應不同社會的武器，同時也是一種保護。舉例來說，許多受訪者們到了韓國，無不受到強勢美妝消費和妝扮氛圍的影響，因而消費了不少韓國品牌的化妝品或保養品，購買相當多的流行服飾，並且藉由觀察韓國本地年輕男女的搭配，結合自身條件下理出一套屬

於自己的妝扮方式。外人可能會認為，這只不過是女生愛漂亮、追求流行的行為，她們在奉獻經濟資本，追尋美麗外貌的同時，卻也失去了自我的選擇，然而，此種說法，卻忽略了受訪者們，以至於女性在異地生活所面臨的困難和限制，以這份研究的核心來說，即是女性的妝扮在異國流動中轉變。像是 Naomi 被韓國男性同學明確的指出妝扮的簡陋性，或者是書曼想來一段異國戀而精心打扮展露自己的身材優勢，和去夜店玩樂想與韓國年輕女生力拼身材的較勁心態，甚至是巧虎夜店行的錯誤服裝選擇，上述所舉受訪者的實際經驗，都是女性在當今重視外貌管理的社會之中所會面臨到的外貌與妝扮焦慮，更不用說受訪者身為一名外來者並生活在一個相當重視外貌的韓國社會之中。

另一方面，受訪者和我各自身處異地時，雖然能夠轉換自身的妝扮以迎合當地社會普遍的妝扮思維，但受訪者的妝扮回顧，乃至於我自己的妝扮歷程，都是帶著距離生活在其中。以我而言，美國女性大學生敢於展露自己的身材，各種環肥燕瘦的她們都仍能以自己的身體為傲，不加遮掩穿搭方式看在保守如我的亞洲女性眼裡，無不羨慕，但卻又無法完全效仿，因為我依然在意著自己的身形條件，無法有自信地透過服飾搭配展演自我，同時間，我也不斷地說服著自己是一個外來者，短暫的停留之下不代表要全盤接收西方的外貌思維，而我終究還是得離開，回到自己熟悉和習以為常的社會，當時我心裡總帶著疑惑「在美國能穿露大腿、胸口的上衣和短褲，回台灣之後能夠有自信的展露嗎？」。而流動至韓國的受訪者們，和我談起在韓國時的生活和妝扮行為時，她們的敘說同樣也透露出距離感。此種距離感或許始終是來自於我們短暫停留的身分，一種在台灣養成對自我的外貌習慣，受到異地社會所具備的不同外貌經營模式，衝撞著原有的思維，但同時間卻又不得不找到適合生存的方式，於是只好在有限的時間內，藉由外在的妝扮轉換以便她們迅速地在韓國當地找到一點歸屬感。另外，各種的妝扮實踐和思考背後，都有著和我相似的問題，也就是在異地的妝扮回到台灣後是否能受到大家接受？比起我，她們是較幸運的一群，韓國對於女性外貌的標準和台灣大多享有相似的亞洲女性身形和審美觀，儘管回台灣之後她們依然有著妝扮上的取捨，但大多數的受訪者們依舊能將在韓國建立起的個人化妝扮邏輯帶回台灣繼續妝扮，繼續生活。

第六章 研究尾聲

第一節 結論

女性在跨國流動之中的妝扮改變，與流動的目的地有著顯著的關聯，在此研究中，是以交換學生和短期語言學習的台灣女性作為研究對象，探討她們到韓國之後繼而改變的妝扮。首先，受訪者們到韓國交換和語言學習的原因，因受到台灣性別化角色的影響，女性在面對跨國流動時經常需將自身的流動原因正當化，以此研究中所接觸到的受訪者為例，受訪者們雖不完全是瘋狂哈韓的迷妹，但隨著韓流在台灣所帶起的影視文化與消費熱潮，她們皆有受到韓流熱潮的影響並消費韓國流行文化。然而這並不意味著她們流動至韓國是一段追星朝聖之旅，受訪者們大多隱藏著自身對韓國和其流行文化的幻想，以正當化的理由，如學習語言、開拓視野等正當性的說法維護了她們的流動動機。

此外，受訪者的妝扮行為，在前往韓國之前，受到各種影響而養成的妝扮行為，即有著個人化的妝扮。大致上可分為兩群，一群是主動且經常性的接收妝扮的相關資訊，並積極地在個人的日常生活中具體實踐，她們主動接觸到的妝扮資訊，來自於大學時期的同儕與人際影響，也有來自大眾媒體的美妝訊息，如部落格、美妝雜誌等。另一群受訪者則是被動的接收相關訊息，並有限度的進行妝扮實踐，也因為疏於每天性的進行妝扮，在台灣時，妝扮對這群受訪者們而言是一種負擔和沒自信。而帶著個人化的妝扮脈絡到韓國，充斥著大量美妝資訊的生活環境，使得受訪者們皆沉浸在妝扮資訊熱絡流通的氛圍之中，透過日常生活中對韓國本地年輕女性的觀察，逐漸捕捉到流行的妝扮元素，並進而具體實踐在自己的身體，像是每日出門必須化好妝容、帶上隱形眼鏡、開始在意服裝整體的搭配性等，在韓國時每天的妝扮實踐逐漸累積成屬於個人的妝扮資本。此時期的受訪者們，個人的妝扮行為已然有了轉變，而在轉變後所帶來外型變漂亮的同時，內心也夾雜著複雜的情緒，此種複雜情緒除了是變漂亮所帶來的心理滿足，另一方面也是順應主流大眾所追求的美貌而隱含著不由自主的妝扮情感，像是不妝扮就容易受到旁人的側目，又或者是因身處異地而零妝扮則容易暴露她們外來者的身分。

受訪者們身懷在韓國時期所累積與學習到的妝扮技巧，回台灣之後除了接收到旁

人對於自己外型轉變的讚美之外，帶著較為時尚與流行的妝扮資本，她們除了延續在韓國時期的化妝習慣和服裝選擇的偏好與搭配技巧之外，她們多半彷彿帶著時尚放大鏡，檢視著台灣的妝扮與消費文化。然而，受訪者如同倦鳥，回到台灣之後重回熟悉的生活環境與妝扮文化，尤其許多受訪者面臨學生到上班族的身份轉換，在妝扮上便不如在韓國般的隨興，綜合自身所累積的妝扮技巧和台灣普遍大眾所能接受的模樣，她們多半能悠遊的轉換如同保護殼的妝扮方式，從容的重回台灣的妝扮氛圍之中。

而這一段妝扮轉變的歷程，帶給受訪者的不只是外在美麗所具有的愉悅心情，對部分受訪者而言，妝扮不再是一種麻煩的日常行為，也不會有像先前還在台灣時的排斥和沒自信，相反地，她們多能體認到妝扮是一種武器，賦予她們正面力量在各自的生活、工作、和人際關係中。而原本就有著敏銳的妝扮思維的受訪者們，透過在韓國時的妝扮學習，更加了解並找到了適合自己，同時也是屬於個人化的妝扮方式。

整體而言，受訪者在韓國時所呈現出妝扮行為的轉變，可被視為一種女性的增權，我們藉由陰柔的妝扮行為，為的是適應不同陽剛社會脈絡之中對女性的無形限制與要求，用最柔軟的力量去面對強硬的社會，我的受訪者們在流動之中透過妝扮呈現了正面的女性個人主義化。

第二節 研究限制與建議

研究限制的部分，主要有以下兩點。首先，研究初期的預設希望能透過網路社群媒體 Facebook 招攬更多有相關經驗的受訪者，然而多數與韓國相關的社團，如打工、語言學習、租屋等，在張貼文章上都有著嚴格的限制，經探訪之下，相關社團的管理員也會以貼文管理不易請我到其他適合的社團詢問，以至於當初在收集受訪者的平台僅剩下「中華民國在韓同學會」的 Facebook 社團，因而限縮了受訪者的來源。另外，雖然貼文之前有取得該社團管理員的同意，但該社團人數將近四千人，每日新貼文的速度與數量容易掩蓋尋找受訪者的貼文，張貼的文章便如同石沉大海，無法有效觸及潛在的受訪者。由於先前使用社群媒體在尋訪受訪者時所碰到的限制，因此後續尋找受訪者多數是來自人際網絡，也就是從身旁有前往韓國交換、學習語言或度假打工的朋友，經過她們的介紹才尋得此研究中的十位受訪者，也正因為是透過受訪者既有的人際網絡進一步尋找受訪者，因而我的受訪者們彼此之間在韓國時便共享了相似的妝扮經驗、消費行為和妝扮在生活中所碰到的心理感受與經驗，訪談的內容便不若彼此純然為陌生關係的受訪者來的豐富。

另一方面，多數受訪者前往韓國的時間已是 1 至 2 年前，因此在談到她們在韓國時期的妝扮經驗時，無法獲得立即性的反饋，她們在回想當時的妝扮時，需要花較久的時間來闡述，而這些闡述可能因時間的延遲而遺漏許多細節，這或許是由於妝扮無論是在韓國或者是回台灣之後，已然成為受訪者習以為常的日常行為，又尤其訪談的時間和韓國的生活已脫離一小段時間，若能在受訪者剛從韓國回台灣時進行訪談，妝扮經驗更為深刻且回台灣後的妝扮轉換與情緒更為顯著，也能取得較完整和精采的妝扮論述。

研究建議的部分，則是來自於和受訪者的訪談內容所獲得的啟發。部分受訪者提到身旁友人有意長久留在韓國的打算，是以學生的身分在韓國本地取得完整的學位，並有計畫性地持續在韓國工作和生活。而本研究是以短暫在韓國停留的女性作為研究對象，因而妝扮行為在短暫的流動之中和長期久留於韓國本地又會有著截然不同的妝扮思維與模式。和短期停留不同的是，長期留在韓國更是有著需要融入韓國社會的潛在壓力，無論是校園的學習，或者是在外於企業公司的實習與工作，

與韓國當地人形成人際網絡成為確實的目標，無論是在校園與同儕建立起的社交關係，或者是其後到韓國企業工作，在韓國相當重視外貌的氛圍之下，長期待在當地的台灣女性便有了更為迫切性的妝扮需求和轉換，而對此狀態下的女性而言，妝扮的改變所呈現的又是不同的女性個人主義化，或者是切實地反映了韓國社會對於女性身體外貌經營的控制。

同樣久留於韓國本地的台灣女性，除了學生之外，也有因婚姻而長期，甚至是永久居住於韓國的女性。雖然女性學生也有著長期留在韓國的計畫，但婚姻則帶來不同國籍身分和其所面臨的責任，她們可能面臨的不單僅是韓國社會對於女性外貌的重視，更有可能會面臨當地父權社會對於女性各種層面的限制與影響，而當女性進入家庭領域的時候，兼負起繁衍子嗣和家務打理的責任，女性的妝扮展演，甚至是身體又會有著不同呈現和討論。因此，未來研究可從不同女性的身分出發，進一步探討具備不同身分的女性，她們在韓國的妝扮有著何種變化。

然而除了女性之外，台灣男性在韓國流行文化的探討中經常是缺席的，又尤其多數的研究中，妝扮與男性的連結甚少在學術研究中有著顯著的探討。在此次訪談中，其中一位受訪者提到男性學生到韓國交換之後的妝扮改變，而因為時間的限制，便無法繼續談論男性到韓國之後的外貌經營。在台灣特殊的社會輿論之中，反韓的聲浪普遍存在於台灣的男性之中，無論是經濟產業，亦或是國際運動賽事的競爭，在新聞媒體的推波助瀾之下，往往可見台灣男性各種抵制韓國的聲音與行為，甚至是貶低台灣女性對韓國流行文化沉迷的現象。因此，若能從反韓男性的角度來看他們與韓國流動的妝扮行為，或許得以窺探出台灣男性之於韓國流行文化和當地重視外貌氛圍的各種複雜情感。

參考文獻

網路、報章雜誌：

DailyView 網路溫度計 (2015.01.24)。賺旅費同時玩遍世界! 台灣青年最愛的海
外打工度假地點。DailyView 網路溫度計，上網日期：2015 年 2 月 3 日，取自：
<http://dailyview.tw/Daily/2015/01/24>。

Career 職場情報誌 5 月號／2010 第 409 期。

李麗滿 (2013.12.11)。韓流席捲 韓系彩妝成市場黑馬。工商時報，產業科技版。

林佩儀 (2014.10.01)。痞客邦美妝賞 搶先公布。蘋果日報，E2 版。

林海 (2014.04.20)。韓系品牌崛起 百貨擴大引進。蘋果日報，B5 版。

林海 (2014.09.28)。衣起來 百貨也哈韓。蘋果日報，B6 版。

王玉樹、徐銘穗 (2011.09.04)。戲劇帶動 我出國觀光人數 韓國高居第五。蘋果
日報，A2 版。

張家嘯 (2014.07.29)。韓國來台旅客大躍進 前 5 月人數年增破 83%。卡優新聞
網，上網日期 2015 年 2 月 3 日，取自：

<https://tw.news.yahoo.com/%E9%9F%93%E5%9C%8B%E4%BE%86%E5%8F%B0%E6%97%85%E5%AE%A2%E5%A4%A7%E8%BA%8D%E9%80%B2-%E5%89%8D5%E6%9C%88%E4%BA%BA%E6%95%B8%E5%B9%B4%E5%A2%9E%E7%A0%B483-231129250.html>。

劉欣欣 (2012.08.11)。韓國語言書銷量多 2 倍 瘋韓文打敗學日語。蘋果日報，
E8 版。

陳穎 (2012.02.05)。圭賢爸 台北韓語補習班開幕 SJ 當誘餌強吸 800 人。蘋果日
報，C4 版。

論文、專書：

- Ahn, Patty (2009). Harisu: South Korean Cosmetic Media and the Paradox of Transgendered Neoliberal Embodiment. *Discourse*, 31: 3, 248–272.
- Delhay, C. (2006). The Development of Consumption Culture and the Individualization of Female Identity Fashion discourse in the Netherlands 1880-1920. *Journal of Consumer Culture*, March 2006 6: 87-115
- Hart, D. (2000) 'The Construction of Femininity in the Popular Media in South Korea', available at: <http://www.personal.kent.edu/~dhart/adver.htm> (accessed 5 April 2015).
- Kim, Y. (2012). Female Individualization?: Transnational Mobility and Media Consumption of Asian Women. *Women and the media in Asia: The precarious self*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Kim, T. (2015). Neo-Confucian Body Techniques: Women's Bodies in Korea's Consumer Society. *Body & Society*, June 2003 9: 97-113
- Kvale, S. & Brinkmann, S.(2009). *Interviews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. London: SAGE. Research Interviewing. London: SAGE.
- Lash, S., & Lury, C. (2007). *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Cambridge: Polity Press.
- Lee, A. (2004) *In the Name of Harmony and Prosperity: Labor and Gender Politics in Taiwan's Economic Restructuring*, Albany: SUNY Press.
- Martin F. & Lewis L. (2012). Lifestyling Women: Emergent Femininities on Singapore and Taiwan Television. *Women and the media in Asia: The precarious self*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Miller, L. (2003), "Mammary Mania in Japan," *Positions: East Asia Cultures Critiques*, 11 (2), 271-300.
- Peiss, Kathy Lee (1998). *Hope in a Jar: The Making of America's Beauty Culture*. New York: Metropolitan Books

Rosenberger, Nancy R. (1995) "Antiphonal Performances? Japanese Women's Magazines and Women's Voices" in Skov and Moeran (eds.) *Women, Media and Consumption in Japan*: 143-169.

Wang, N. (2000). *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*. Oxford: Pergamon Press.

王馨雯 (2001)。海外遊學選擇偏好行為之研究—以新竹縣市為例。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，未出版，台北。

林卉羚 (2003)。《女性流動經驗下身體與空間關係的轉化—以台灣女性留學生在北美公共空間中身體經驗之轉變為例》。國立台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

林怡媛 (1999)。《前往東瀛之路—台灣留日制度與留學生問題探討》。國立台灣大學新聞研究所碩士論文。

江佩蓉 (2004)。《想像的文化圖景：韓流與哈韓族在臺灣》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。

吳秀慧 (2013)。《女性自助旅行者跨文化的旅行體驗與影像述說》。國立臺北教育大學社會與區域發展學系碩士班碩士論文。

徐玉姈 (1997)。《淡江大學女生自我妝扮的消費與消費空間研究》。淡江大學建築學系碩士論文。

崔清林 (1988)。《漢江奇蹟的真相：韓國的自我批判》。臺北：新潮社。

金文學 (2005)。《醜陋的韓國人》。台北：大地。

黃正玫 (2009)。《美貌、身體與自我認同：台北年輕女性的妝扮經驗》。世新大學口語傳播研究所碩士論文。

賴思彰 (2008)。《美的追求與自我的改造—BBS 網路的美妝與生活實踐論述分析》。國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。

廖和敏 (1996)。把世界當校園：十國遊學手冊。台北：遠流出版事業股份有限公司。

鄭心怡（2011）。《他鄉「瘋韓」意更濃—臺灣女性熱衷韓貨的消費現象與認同混淆》。國立臺灣師範大學台灣文化及語言文學研究所碩士論文。

鄭琮熹（2013）。《韓國流行文化吸引力對旅遊體驗、遊客滿意度及重遊意願之影響研究》。中國文化大學觀光事業學系碩士論文。

顏妙芳（2009）。《台灣大學生出國留學國家選擇因素之研究》。國立嘉義大學教育行政與政策發展研究所碩士論文。

魏瓊玲（2004）。《留學生返國生活適應歷程之研究》。國立彰化師範大學輔導與諮商學系所碩士論文。



附錄一：訪談大綱

● 與韓國的接觸與經驗、對韓印象

1. 為什麼選擇韓國交換／學語言？
2. 到韓國生活之前，是否有去韓國旅遊？對韓國印象如何？
3. 在韓國期間是否有到學校（居住環境）以外的地方旅遊？和自己生活的環境有何種不同？
4. 妳認為自己哈韓嗎？第一次接觸韓國流行文化是什麼時候？後續的接觸？

● 赴韓國前：個人妝扮的脈絡與習慣

1. 在什麼契機之下意識到自己開始妝扮並重視妝扮？
2. 請描述在個人成長過程中，不同階段的妝扮歷史。受到哪些啟發或影響？
3. 從何種管道購買服飾、美妝用品？購買時有何種考量？
4. 選購服裝是否有偏好的風格？（服裝樣式和整體搭配）是否有偏好的妝感？（偏好使用的化妝品、保養品）

● 在韓國本地的各種

1. 請描繪在韓國生活（包含生活起居、居住環境、接觸的人）
2. 在韓國都去哪裡購買服裝和美妝產品？消費的場所和氛圍與在台灣有哪些不同？
3. 在韓國什麼場合或機會，會特地妝扮？不同場合有哪些妝扮的不同？
4. 在韓國時，對於韓國年輕族群的妝扮（男女）有何觀察與看法？
5. 是否有機會接觸韓國異性？在有異性的場合何時，是否會特意的妝扮自己？

● 回台灣後：個人妝扮習慣的改變與適應

1. 回台灣之後，是否曾經聽過別人對自己在妝扮外貌上給予稱讚？能否舉例？這些讚美對自己的意義為何？
2. 妝扮的行為是否有和在韓國時不同？有何種轉變？
3. 請妳比較自己在台灣與在韓國有何種不同的妝扮？為什麼有這種妝扮的改變？
4. 除了妝扮習慣的不同之外，對於服裝或美妝用品的購買與挑選上，有何種不同的考量？
5. 對於台灣女生與韓國女生的妝扮，有何種不同？妳自己的看法為何？

- 妝扮、轉變、與個人

1. 對妳而言，妝扮在生活中是什麼樣的存在？為什麼？能否舉例說明？
2. 在韓國生活過後，這樣的妝扮改變對於妳個人而言，代表著何種意義？
3. 透過妝扮的轉變，是否能回應妳對自我形象、價值、和理想的生活的想像？

