

眉型意象感探討研究

The Hidden Imagery of Eyebrows

楊秀萍 Hsiu- Ping Yang

南華大學美學與藝術管理研究所研究生

摘要

中國的化妝史上流行過數十種眉型，當時沒有所謂的黃金比例準則，卻也能創造出風靡千古的吸引力，現代是否也能讓眉型之美創造女性的魅力，發展更多的可能性。本研究以高職生為施測對象。研究結果眉型在眉頭至眉峰較為上揚的角度眉、及箭型眉在正向語彙中有時髦的感覺；負向語彙中則均有陽剛、個性、獨特、嚴肅的感覺，角度眉並有嫵媚的感覺。透過平均值及折線圖的分析，在 5 個樣本 9 組語彙上的差異和分部情形，歸納出各樣本意象語彙評價，本研究藉此分析結果整理，可供美容師在設計上的參考依據。

關鍵詞：黃金比例、眉峰、意象

Abstract

There have been more than dozens of trendy eyebrow shape that are widely accepted by Chinese women throughout the history of cosmetology in China. At that time, there was no such thing as the golden proportion guideline. Nevertheless, the attractiveness originated from the eyebrow fashion remained to be admired for ages. Nowadays, whether the beauty of eyebrows can still enhance the female charisma is remained to be explored as more possible shapes are being created. This thesis was based on the study of the vocational school students as research subjects. The findings indicated that the upward angle of the arc from the inner to the upper side of the eyebrow in addition to the arrow shaped eyebrow were, as described by the subject, “trendy.” Furthermore, this type of shape is described as muscular, full of character, unique, and sedate. This angular eyebrow then was attributed with feelings of charming. We have generalized the samples’ imagery vocabularies assessments from the differences between 5 samples with 9 sets of vocabularies and respective distribution scenarios through the analyses of the mean and polygon diagram. This research had compiled the results from the analyses and findings which were expected to be used as references in the eyebrows designing aspects for the beauticians.

Keywords: Golden proportion, Arc of the eyebrow, Imagery

第一章、緒論

1.1 研究背景

化妝在二十一世紀的今日，已成為世界基本禮儀的一環，不論在每日的上班場合或特殊的聚會中，外表的裝扮都可為表現對他人及場合的尊重或突顯個人特質的禮貌及手段，此現象更有往低年齡及高年齡發展趨勢；是以化妝的技術及用品已是在生活中日不可缺，女性的社交及心理亦深受它的影響。

而在化妝的技術中以眉型的變化最能改變一個人五官整體印象，藉著眉型的修飾可以表達不同的感覺。早在周代即有讚美婦女眉毛之句，如。《詩經·衛風·碩人》所載：「手如柔荑，膚如凝脂，領如蝤蛴，齒如瓠犀，螓首蛾眉。」為形容美人細長而彎曲的眉毛，如蠶蛾的觸鬚，這是我國最早描繪婦女眉毛之美的名句。《戰國策》提到，「鄭國之女，粉白黛黑。」《楚辭》則有「粉白黛黑施芳澤。」的說法，可說明在此時期女性以化妝美化容貌，展現魅力。可知眉毛的美化已有二千多年的歷史了，而眉型變化上則以唐代最為豐富，從畫作與考古資料顯示，當時流行的式樣先後計有十五六種甚至更多。據說唐玄宗有眉癖，極重視婦女畫眉，史書記載他令畫工畫《十眉圖》〈唐代婦女妝飾考〉，開創了婦女畫眉的多種變化性。

眉型的命名除了有依色彩及型態肖似之物命名外，也有依感覺來命名的，如愁眉《後漢書》指出，「桓帝元嘉中，京都婦女作愁眉。」愁眉即是將眉毛畫的細長而彎曲，好似皺眉一般。得眉型可創造出外表的喜、怒、哀、樂之情緒表現。

不同種族各之遺傳造成臉部骨骼、膚色、髮色、眼色的差異性，使人的面貌更加豐富多彩，形成各民族獨特的臉部特徵，在每一個世紀、年代、國家、民族演化出特有的審美標準，而在二十一世紀標準美的發展與資訊的發達使得流行全球同步化之下，對人類最美的臉型輪廓推舉出一個公認的標準，即標準臉型-橢圓形〈鵝蛋臉〉，並將臉型大致分類成橢圓形、長方形、菱形、逆三角形、三角形、四角形、圓形等七種樣式〈日本之美容藝術論〉，美容美髮師則為從事運用頭髮及化妝術美化各種的臉型的造型藝術師，修飾及設計不同臉型的各種美感。設計者在面對時代潮流不斷快速的變遷下，必須要有充分的準備與了解，熟悉全球流行資訊的脈動與應用，並藉此與消費者進行溝通，才能達到最佳的設計效率。

理想的眉型能使人感到自信、愉悅，美容師要如何與顧客做到最滿意的溝通，使設計能符合需求者？然而能符合需求者的設計並非憑設計者主觀的感受與好惡所能決定，必須注意到很多客觀的因素和條件，最重要的更是與顧客取得設計的共識，所以蒐集相關資料與溝通工具，就成為設計上不可或缺的步驟之一。

1.2 研究動機

目前市面上有許多化妝書，其內容無不把眉型描畫列入重點的，一般針對消費大眾的化妝工具書大多會先介紹標準臉型比例與標準眉型的畫法及畫眉相關工具，或者再加入流行眉式，較為專業的化妝書則會介紹不同的臉型適合搭配某種眉型，以達到修飾臉型，使臉型在視覺上趨近於標準比例之效，其配套之眉型最常見的約有標準眉、角度眉、一字眉、弓形眉等四種。對於其他影響臉部觀感之條件多不再論述，書本之內容能實際運用於大眾之比率實在有限。

因此，美容設計師在為顧客修眉時，多以臉型與眉型配套的基本概念加上自己的經驗法則、審美觀為顧客做眉型設計，於溝通上所能建議亦僅限於朝向標準比例而為，不一定能符合顧客的需求。例如，圓形臉若需要呈現出溫柔意象時，依比例原則則須配上角度眉或箭型眉，但此兩種眉型意象卻與溫柔的

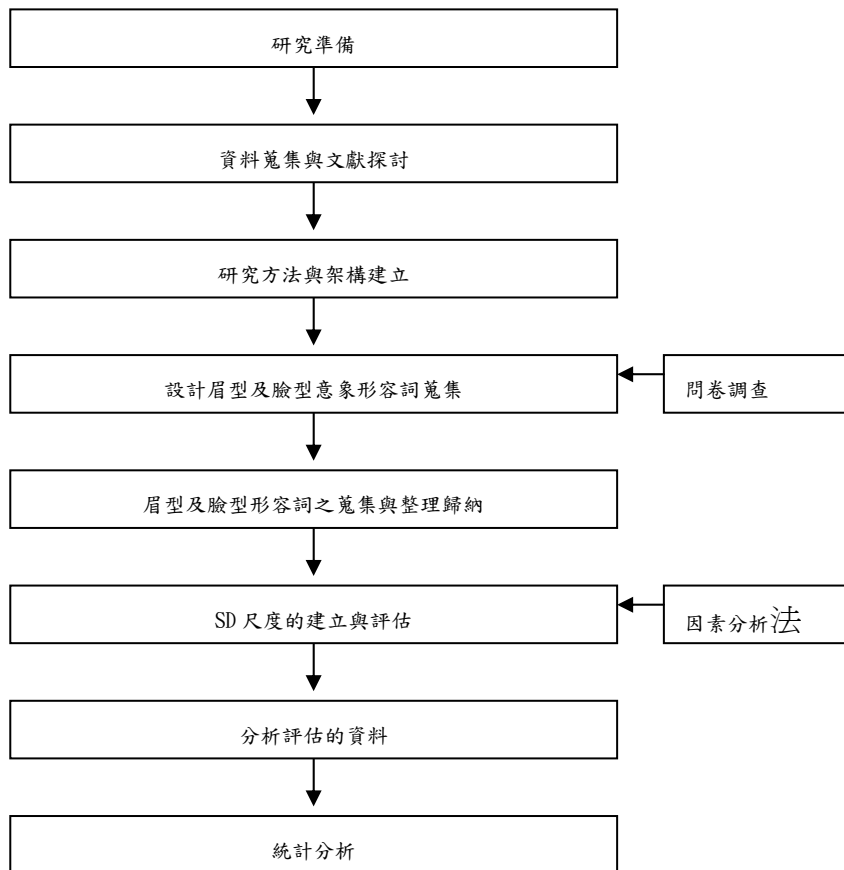
感覺相差甚遠，如何搭配才能導出最適合的眉型？相反的同樣是角度眉若搭配到各種不同的臉型，其意象是否和原來的一致？頗為值得去深入加以探討。

紋眉、繡眉的興起讓婦女不必每天花時間畫眉毛，經過皮肉之痛得到的眉毛樣式可能要維持半年或是數年之久，不是今天畫壞了，隨時可以擦掉重新再畫的，若是效果不如預期，美容師勢必失去消費者的信任，而消費者除非再花錢忍受一次洗眉的痛，否則就得戴著這幅眉毛過生活，美容反成毀容。因此，探討眉型與臉型的不同組合變化，其意象結果讓人感到好奇，便促成本研究之動機。

1.3 研究目的

1. 個別探討國人對於眉型和臉型的認知及其形容詞。
2. 探討不同眉型對消費者的感覺。
3. 探討相同臉型改變眉型時，是否會影響認知與意象，以及所形成的意象差異。
4. 建立眉型設計法則，將眉型影像轉為可直述溝通應用的意象語彙，以利於設計上的溝通。
5. 探討眉型設計元素與意象語彙間的對應關係，輔助設計師快速獲得相關眉型意象。

1.4 研究流程



第二章、研究文獻探討

2.1 造型設計原理

大自然中的形，皆按其特性功能的因素組織而成，但人為的物體則是因各種不同的需求而形成。無論是天生的或是人為的，都具有形的現象，以人為造型的創作意念而言，大致上分為形、形式和形象三

種形狀：例如傢俱、物品、工具、玩具、建築物等。這些形體如何發展欲建立，必須對於形的基礎概念(點線面)、美學、視覺原理、材質等特性加以了解，方能對造型的創造得心應手。

2.1.1 造型的意義

根據林崇宏(2000)對造型的解釋，謂造型一詞乃源自於德文的 *Gestaltung*，其字源意義是完全型態，物體除了在視覺上給予外界一種形象外，另外更涵蓋了知覺所能領悟的另一層次的現象或精神層面，造型物基本上包含了內在與外在的兩種涵養。按康丁斯基的解釋，內在的元素是就是藝術心靈的感情，它可以帶動觀察者情緒的起伏，是一種感覺的傳遞，由經驗可得知。也是本研究所要探討的感性關聯所在；形如果沒有內涵(內在)，根本產生不了形象。而外在的現象是一種可見的物質形式，為視覺上的體會，必然的，形的產生必須由內在與外在兩種的結合便成主體。

造型一詞可分為廣義與狹義的兩種解釋，在廣義上的解釋乃是透過人類的視覺或觸覺為媒介，將創作完成的訊息轉換成實質上的形。狹義的解釋為經由人類心中的意念並透過構成形式、方法等完成一種形的過程。一般人所談的造型，是對形造的意念存在，而造型行為就是在創造外在的形象及內在的組織。因此，凡是透過創造者的思考過程，表達出可視、可觸等知覺且可意會的成型活動皆可稱為造型。

2.1.2 造型設計基礎

1.點

點的感性特徵為沉默，在外表上它不是一個形象而是一個符號，但卻是具有實際目的的一種元素。在構成中點表示了位置，它沒有長度，是存在於兩線條的相遇共同處，是一條線的起點或終點。點在幾何學上的定義是「只有位置，不具有大小和面積。」是屬於零次元的空間單元，無論點多麼小，仍是有一定存在的地位。

2.線

線是點移動的軌跡，是點的結果，由點的靜態轉為動態，不是穩定、封閉的，仍屬於一次元的空間元素。使點變成線的外力有許多種，線的不同依這個外力的數量和他們的關係而定，而所有的線形可以歸納為兩種：

- (1) 一個外力形式：當一個外力不使點轉向移動時，因方向不變，這條線就有直線的傾向，向無窮處延伸，點帶有張力而無方向，線不但有張力也有方向(劉思量，1998)。直線有平行線、垂直線、對角線、自由曲線等四種。
- (2) 二個外力形式：可被分類為折線和曲線(或弧線)兩種。折線：一個外力交替作用時即形成折線，是兩個力相碰撞所產生。折線本身就具有面感，是面形成的橋樑。以角度之大小可劃分為直角、銳角、鈍角、自由角等四種。曲線：是兩個力一起發生作用，例如兩力相對發生作用，一力不斷往前進，並同時給予另一個壓力就會產生弧線。或者一條直線，卻不斷受到旁邊壓力影響，壓力越大曲度就越大，最終可以使線完全封閉起來，即形成圓。

3.面

面是線的延伸，在幾何學上是屬於二次元空間的元素，它可能有兩條以上的線，無論是直線或曲線皆可構成，面最重要的特性在於範圍，因此它一但形成，則比點、線具有豐富的量感和生命力。

2.1.3 臉部的點、線、面

當有一個點時，視覺焦點便會集中在這個點上，點的求心張力引導視覺知覺聚集，而當大小兩點相等時，視覺則會先放在面積較大的點，再轉移至較小的點，但兩點的力量將會分散只集中於一點的力量。在臉部視覺上「臉」存在了許多點與點之間的關係，如眼睛與眼睛，眼睛與唇，而每一個部分的起始點都緊

密的牽動著，彼此交互影響。在自然界中的一般物體，凡含有「面」與「立體」的物，皆可用「線」表達其特徵，以臉的部位而言，從臉型、眉、眼、鼻、唇、睫毛都以線的形式呈現，臉部的線條造成臉部的輪廓，也造成了臉部的比例，「分析臉部的構成線條，總共有十四條線架構著，包括髮線、眉弓、眉毛、眼皮、顴骨、鼻樑線、鼻根與眉頭線、鼻孔的線條、人中線、唇線、顎、下巴線、鼻唇溝、下巴等線條」，其中又以眉線、眼線、唇線為在輪廓中最能變臉型的主要線條」（鍾馨鑫，2004）。在臉部設計中，眉型對臉形型態的影響很大，線條的起伏曲直會直接涉及全臉面形的大小。眉型的意象須與造型設計點、線、面的元素及臉型的種類來相搭配，才創造出理想眉型意象。

2.2 視覺意象

意象(Image)是心理學上的名詞，是屬於一種人類的心理特徵，當這個名詞被應用到藝術或文學上時，便產生了一個粗淺的定義，稱為「心理上的圖畫」(Mental pictures)在簡明心理學辭典中解釋為心境、感想上的內容，即印象、心象、映象與表象等，是指心靈的圖像，不僅屬於視覺範圍，也包括整個心理的歷程同時也是一種廣泛事物的觀念、判斷、喜好和態度的混合體(伍小玲 2002)。對於意象辨識過程可以以圖樣辨識(pattern recognizing)原則來解釋，其過程可分為(黃希庭譯，1992)：

- 1 格式塔心理學：圖樣識別基於對刺激的整個圖象的知覺，整個圖形的各個部份的意義來自於整體。
- 2 自下而上/自上而下的處理(botton-up/top-down processing)圖樣識別由圖像的各個部分引起(自下而上)，概括之後能識別整個圖樣；或者整個的識別導致各個組成部分的識別(自上而下)。
- 3 模板匹配(template matching)：當感覺刺激與內部的相應心理形式相匹配時，就是別出圖樣。

特徵分析(feature analysis)：當外來信息的簡單特徵得到初步的分析之後，就完成圖樣識別。原形識別(prototype recognizing)當知覺圖樣與抽樣的(或理想的)心理圖樣之間形成匹配時，就能識別出圖樣。另外，意象可以分為內在意象及外在意象，內在意象是個體觀察、感覺到，是從自己的觀點而來；外在意象是從外在觀點看到自己，就像是從電視或電影中看到自己一樣。同時「意」為一般所謂的外在意象或是視覺意象(visual imagery)，實際上應包含所有知覺上的訊息，是一綜合性的感覺或知覺反應。意象本身會受到知覺系統的影響，在心理層面中不斷的往返考慮，並且加以檢驗測試(周文祥，1996)。

在人的腦中皆存有意象基模(image schema)，亦即知識的形象，與事物的形象有關的東西，它通常是透過知覺而把握，透過心理圖像而保存(王憲等譯 1981)。意象基模的存在，使對具有同樣特徵的全部行為進行同化的環境與條件，會依物體的特徵進行分類，在意象的活動中使概念扮演外延作用與內涵作用。外延作用接受刺激物後能直接對物體下定義，如「這是一件襯衫」；內涵作用是由每個人的個性和經驗來決定，因此每個人產生的意義不盡相同，例如「這是一件非常華麗的襯衫」，這是牽涉個人所有的知識與經驗，產生感覺、認知、分類的活動。

當我們任一感覺系統，如視覺、聽覺、嗅覺、聽覺、觸覺…受過刺激之後，除會立即引起該系統的直接反應之外，尚會引起其他一連串的其他感覺系統的共鳴現象，也就是共同感覺(林書堯，1983)。因此人們對外界事物的認知，也就是透過五官感覺引發共同感覺，形成一種存於心中的共同意象。從不同眉型透過視覺意象，襯托出情緒、個性，並可增強意識與廣闊視覺的用意，如當揚眉吐氣時，喜上眉梢就是揚眉的最佳代表動作。

2.3 中國歷代眉型的演變

1. 上古時期

眉毛的修飾在婦女懂得運用天然材料來美化容貌開始即被重視，古人對雙眉非常注重，認為眉毛是人的元命的表面象徵，從審美的意義來看古人早以明眸秀眉來創造女性的魅力，我國最早描繪婦女眉毛之美的名句為周代，如。《詩經·衛風·碩人》所載：「手如柔荑，膚如凝脂，領如蝤蠐，齒如瓠犀，螭首蛾眉。」為形容美人細長而彎曲的眉毛，如蠶蛾的觸鬚。《戰國策》提到，「鄭國之女，粉白黛黑。」《楚辭》則有「粉白黛黑施芳澤。」的說法，可說明在此時期女性以化妝美化容貌，展現魅力。此時期畫眉的材料以黛為主，「黛」的意思說法有兩種，一是畫眉的材料，一是去除原來的眉毛另以畫眉代之；根據漢劉熙《釋名》的說明，指「黛」字是去除眉毛的毛，再用顏料於原來眉毛的位置畫出想畫的眉型；許慎《說文解字》黛「本作黛，本意是『畫眉也』」，後來逐漸演變成畫眉材料的專有名詞。在眉式上寬窄曲直雖略有不同，但一般是長眉，從河南信陽出土的漆繪木俑及長沙楚墓帛畫可獲得印證。(圖 1)



(圖 1) 畫長眉的楚國婦女

2.兩漢時期

兩漢畫眉的風氣，上呈秦漢下開魏晉隋唐之風，主要眉式也是長眉，王馬堆一號出土的帛畫及木俑女性都是長眉，有八字眉、遠山眉、闊眉、愁眉等。《妝臺記》載：「漢武帝令宮人做八字眉」其眉頭上抬，眉梢下壓，狀若八字，愁眉與八字眉類似《後漢書梁冀傳》載：「冀妻孫壽色美，而善為妖態，作愁眉啼狀，墜馬髻」(圖 2)，在《後漢書》也指出，「桓帝元嘉中，京都婦女作愁眉。」愁眉即是將眉毛畫的細長而彎曲，眉梢向下好似皺眉一般。遠山眉為彎曲細淡的長眉，其來源說法有二；一為《西京雜記》載：「司馬相如妻文君，眉色如望遠山，時人效，畫遠山眉」，另一為《飛燕外傳》載：「合德新沐，膏九曲沉水香，為卷發號新髻，為薄眉號遠山黛」。闊眉又名廣眉、大眉，歌謠「城中好廣眉，四方且半額」是較粗的眉式。



(圖 2) 漢代婦女的八字眉

3.魏晉南北朝

魏晉時期婦女畫眉基本上承襲漢朝主要仍畫長眉(圖 3)。魏武帝時所創「仙娥眉」眉頭相連，一畫

連心細長，被稱為「連頭眉」這種樣式直到齊梁時期仍然風行。



(圖 3)畫長眉的仕女

4.隋唐五代

纖細修長的眉型一直到隋代仍受到一般婦女的喜愛。至唐代畫眉風氣盛行，眉型變化上以唐代最為豐富，從畫作與考古資料顯示，當時流行的式樣先後計有十五六種甚至更多。據說唐玄宗有眉癖，極重視婦女畫眉，史書記載他令畫工畫《十眉圖》〈唐代婦女妝飾考〉以作為修眉樣式參考，分別有鴛鴦眉(右名八字眉)、遠山眉、五岳眉、三峰眉、垂珠眉、月稜眉(又名卻月眉)(圖 4)、分稍眉、涵煙眉、拂雲眉(又名橫煙眉)、倒暈眉等，這些樣式直到五代還非常盛行。從眉型的演變來看，初唐流行又濃又闊又長的眉型，天寶期間則流行纖細而長的眉型，約從盛唐末期流行短闊眉，在周昉的《簪花仕女圖》中可看的一清二楚(圖 5)；至元和、長慶年間，眉型除了粗短外又將眉型畫的低斜如八字，即所謂的八字眉樣式較漢魏六朝更寬闊且相當彎曲，更加接近寫實的八字。(圖 6)唐朝婦女流形的眉式(圖 7)(圖 8)。



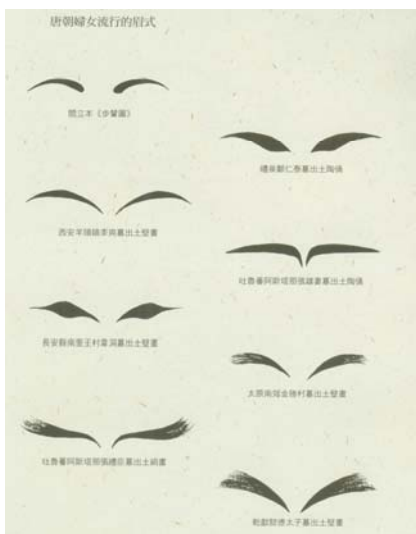
(圖 4)唐朝婦女的卻月眉



(圖 5)短闊眉



(圖 6)短闊眉(桂葉眉)



(圖 7) 唐朝婦女流形的眉式 一



(圖 8) 唐朝婦女流形的眉式二

5.宋朝

宋朝婦女的眉式大都承襲唐、五代餘風只是漸趨清秀。從古畫中可以看到帝后及宮女的眉式，都畫的又濃又寬長，略為彎曲如寬闊的月形且在雙眉末端以暈染的手法由深漸淺的向外散開，直至墨色消失，此即出自唐朝的倒暈眉(圖 9)，另有橫煙眉、卻月眉、八字眉等。而畫眉的材料不用黛而用墨，畫眉的方法承襲以往，先除去原來的眉毛再以墨畫上想要的眉型，此時期並以進展到利用篋等工具來輔助畫眉。



(圖 9)宋朝婦女的倒暈眉

6.遼金元朝

從后妃圖像來看，不分年代先後都畫成「一」字，特色是不僅細長，而且整齊如一直線，在配上小嘴看起來整齊、簡單(圖 10)。另金代婦女有在眉心裝飾花鈿作「花鈿妝」的習慣(圖 11)。



(圖 10)元朝婦女的一字眉



(圖 11)作花鈿妝的元朝婦女

7.明朝

明朝婦女的裝扮以秀美、清麗、端莊為主，就如畫家唐寅所說的「雞卵臉、柳葉眉、鯉魚嘴、蔥管鼻」。眉式纖細而略為彎曲且眼睛的形狀偏向細長(圖 12)(圖 13)(圖 14)，薄薄的嘴唇、淨白的臉，顯得纖細優雅。



(圖 12)明朝婦女



(圖 13)披雲肩、秀美的明朝婦女



(圖 14)明朝皇后

8.清朝

清朝初期承明朝以秀美清麗為主，流行彎曲的細眉、細眼、薄小的嘴唇(圖 15)(圖 16)，至清末一

些特殊階層婦女流行作滿族盛妝打扮「面額塗脂粉，眉加重黛，兩頰圓點兩炳胭脂」，直至清朝末年才又反璞歸真。



(圖 15)清朝女僕妃



(圖 16)清朝婦女圖

9.近代化妝

- (1) 10 年代：大體而言此時期的女性化妝非常簡單，眉型偏向細而長的柳月眉，並以朱紅的小嘴為主流。
- (2) 20 年代：眉型細長且略往上挑。
- (3) 30 年代：化妝重點以圓的線條為主，圓臉、圓腮紅、半月形眉、圓唇等。
- (4) 40 年代：化妝以符合自然為原則，眉型自然而彎曲。
- (5) 50 年代：眉毛前粗後細，成側躺的 7 字型並稍微高揚，略帶剛強、自信。
- (6) 60 年代：細眉再度成為焦點，淡不像三 0 年代誇張，而是前粗後細帶有角度。
- (7) 70 年代：眉毛只是稍加修整，不刻意描畫。
- (8) 80 年代：末期眉毛以粗濃為主。
- (9) 90 年代：重視回歸自然已表現個性。

第三章、研究方法與實驗步驟

本研究的主要目的是探討國人對眉形的意象感受，採用語意分析法（SD 法），以最常用於修飾臉型之 5 種眉形進行統計及分析。

3.1 研究範圍限制

本研究目的在探討消費者對眉形設計的意象感知及設計類科群眾與非設計類科群眾對各種眉形感性差異。

- 1.因眉毛之生長方向及濃密度、色澤等對眉毛型態感知會造成影響，故本實驗以紙本繪圖作為研究之樣本。
- 2.因臉形的種類及樣式範圍過於廣泛，本研究限於人力、物力無法一一深入研究，因此在謹慎評估後，以國家乙級技術士技能檢定中之 5 種臉形修飾紙圖及標準臉型紙圖之適用眉形作為本研究之樣本。

3.2 萃取代表性語彙

1.收集感性形容詞語彙

感性語彙的收集來源以相關美容書籍、雜誌、化妝品廣告 DM 中收集而來，將所有收集到的形容詞先自行剔除相同或相似性較高的語彙，總共得到 156 個語彙進行問卷調查。

2.受測群體

本階段受測者為美容科教師 4 位，國文科教師 2 位，美容科學生 40 位，共 46 位進行感性語彙的勾選，依勾選次數統計後取前 30 名(表 3-1)。

3. 進行語彙配對

將所有選出的 30 個語彙，請美容科及國文科教師各一位，經過討論整理後，歸納出 9 組相對感性語彙 (表 3-2)。

次數	形容詞	次數	形容詞	次數	形容詞	次數	形容詞	次數	形容詞
36	柔和的	30	時髦的	26	活潑的	23	時尚的	21	東方美的
35	可愛的	29	清爽的	26	俏麗的	22	嚴肅的	21	有生命力的
35	個性的	28	親切的	25	年輕的	22	清純的	21	嫵媚的
34	自然的	27	端正的	25	秀氣的	22	濃密的	20	獨特的
31	有氣質的	26	優美的	25	女性化的	21	角度的	20	纖細的
31	成熟的	26	柔順的	24	溫柔的	21	高興的	20	順暢的

(表 3-1)問卷篩選出形容詞語彙排序表

1	2	3	4	5	6	7	8	9
成熟的	柔和的	親切的	自然的	時髦的	清純的	端正的	清爽的	秀氣的
年輕的	個性的	嚴肅的	獨特的	典雅的	嫵媚的	俏麗的	溫柔的	陽剛的

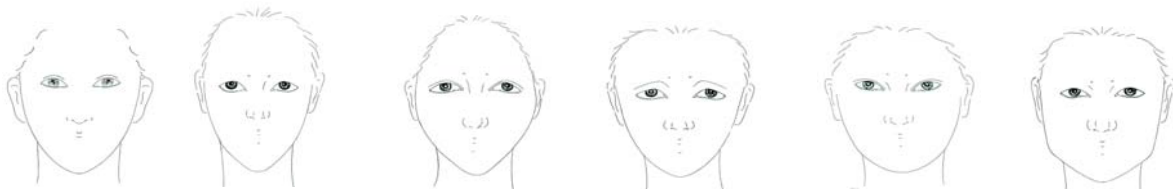
(表 3-2)9 組代表形容詞語彙

3.3 樣本收集與分析

1.以國家乙級技術士技能檢定中之 5 種臉形修飾紙圖及標準臉型紙圖之適用眉形作為本研究之樣本。眉型的選取由檢定參考書籍及 20 名學生繪製後，經 3 位美容科教師投票選取最適合各個臉型之修飾眉型，共有標準眉、一字眉、角度眉、弓形眉、箭型眉等五個樣本。

2. 決定代表性樣本後，取單邊眉毛進行圖片掃描，利用 PhotoImpact 8.05 之軟體進行複製及水平翻轉，以求得對稱之眉型，並調整適當的眉間距離，減少因對稱性及眉間距對受測者的影響。

3.於每個樣本再用色彩調整成灰階樣本，以屏除色彩意象之變因。



(圖 3-1)搭配眉型樣本之底圖

3.4 問卷進行方式

表 3-3 「眉型意象感之測試問卷」程序表

程序 目的	「眉型意象感之測試問卷」程序
調查方法	一共發出 50 份問卷，收回 50 份問卷。
調查時間	2007 年 3 月 5 日~2007 年 3 月 5 日
調查對象	萬能工商美容科及餐飲科三年級學生。
抽樣方法	非隨機抽樣。
實施過程	1.於班級教室中採自願作達方式發卷。 2.問卷上方說明此問卷的目的，並於施測前再一次說明，以減少問卷填寫之有效性。 3.受測時間 10-15 分鐘。 4.問卷回收進行編碼。
檢核規則	1.問卷需全部作答，且無明顯偏誤者，如：答案皆相同。 2.每一選題無重複勾選者為有效問卷。
檢核結果	經檢核後，有效問卷共 48 份。
量化統計工具	問卷回收後剔除無效問卷以 SPSS 軟體統計分析。

第四章、研究結果與分析

本研究一共發出 50 份紙本問卷，回收 50 份問卷回收率為 100%，其中有效問卷 48 份無效問卷 2 份。本研究要探討不同的眉型於各組意象語彙所呈現出的差異情況。首先需要了解 7 個樣本於各組語彙的分部情形，因此本研究主要以平均值及折線圖來作為統計分析方法，進行各樣本的意象感知差異探討。

4.1 平均值及標準差

首先由全體 48 位受測者對 5 種眉型樣本在 9 對意象語彙評價平均值作統計，此部分不考慮受測者為設計類科或非設計類科之因素對意象感知的影響及評價差異。在此本研究為了解全體受測者普遍對於 5 種眉型的意象評價，並以此為後續分析眉型感知差異的依據。表 4-1 為全體受測者對 5 種眉型意象平均值及標準差的統計結果，後續將依據表中的統計數據繪製成折線圖，並分別進行各樣本的意象差異分析。

量尺 編號	成熟的- 年輕的		柔和的- 個性的		親切的- 嚴肅的		自然的- 獨特的		時髦的- 典雅的		清純的- 撫媚的		端正的- 俏麗的		清爽的- 溫柔的		秀氣的- 陽剛的	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
樣本 A	4.21	1.80	3.35	1.54	3.03	1.20	3.07	1.73	4.11	1.53	3.66	1.35	3.64	1.55	3.83	1.79	2.80	1.53
樣本 B	3.92	1.27	4.21	1.35	4.21	1.42	4.61	1.37	4.35	.93	3.30	1.13	3.07	1.04	4.07	1.19	4.16	1.54
樣本 C	3.52	2.03	5.59	1.26	5.33	1.35	5.16	1.32	3.38	1.51	4.85	1.11	4.38	1.54	3.90	1.22	4.90	1.72
樣本 D	4.11	1.68	3.21	1.53	3.14	1.58	3.09	1.47	1.40	1.57	3.97	1.55	3.61	1.41	4.14	1.44	2.92	1.13
樣本 E	3.66	1.93	5.92	.96	5.95	1.24	5.85	1.15	3.47	1.31	3.85	.52	3.85	1.22	3.73	.82	5.90	1.05

表 4-1 全體受測者意象評價平均值及標準差

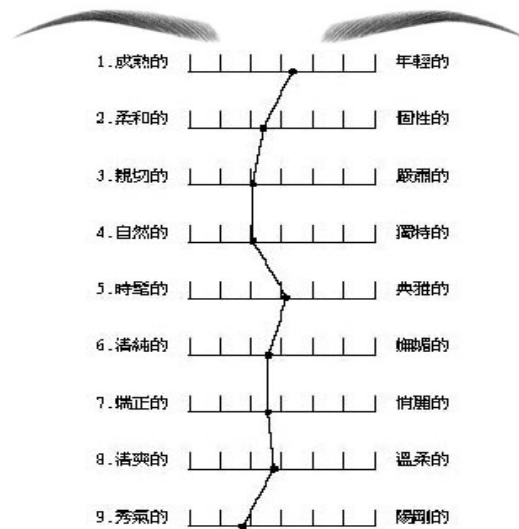
樣品意象平均值判讀方法為，正向語彙平均值是界於 1-3.4；負向語彙平均值是介於 4.5-7；中間平均值則是介於 3.5-4.4。

4.1.1 樣本 A：標準眉型

由平均數中得知樣品 A 所呈現的共同意象特徵為：

秀氣的>親切的>自然的>柔和的

其中以秀氣意象最最為顯著，而「成熟的-年輕的」、「時髦的-典雅的」、「端正的-俏麗的」、「清爽的-溫柔的」平均值則是介於 3.5-4.4，因此不具有這些意象感覺(圖 4-1)。



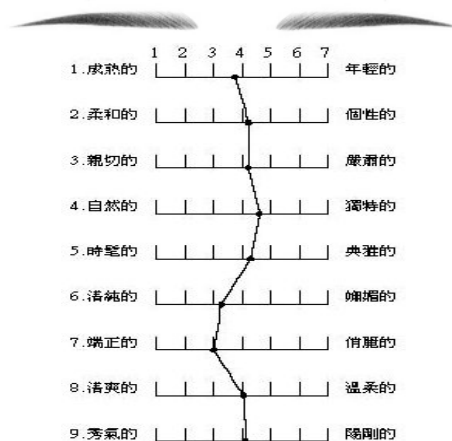
(圖 4-1)樣本 A 語意折線圖

4.1.2 樣本 B：一字眉型

由平均數中得知樣品 B 所呈現的共同意象特徵為：

端正的>清純的><獨特的

其中以端正的及自然的意象較為顯著，而「成熟的-年輕的」、「柔和的-個性的」、「親切的-嚴肅的」、「時髦的-典雅的」、「清爽的-溫柔的」、「秀氣的-陽剛的」六組的平均值則是介於 3.5-4.4，因此不具有這些意象感覺(圖 4-2)。



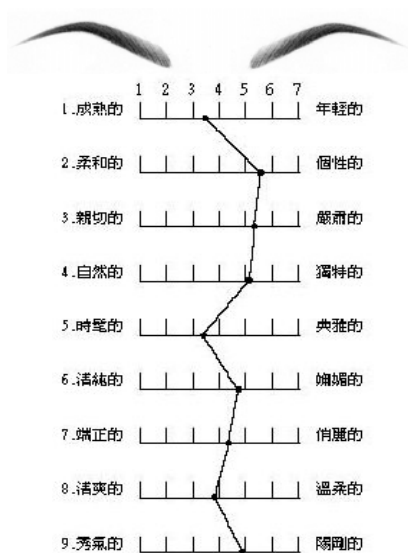
(圖 4-2)樣本 B 語意折線圖

4.1.3 樣本 C：角度眉型

由平均數中得知樣品 C 所呈現的共同意象特徵為：

時髦的 > 嫵媚的 < 陽剛的 < 獨特的 < 嚴肅的 < 個性的

其中以時髦的及個性的意象較為顯著，而「成熟的-年輕的」、「端正的-俏麗的」、「清爽的-溫柔的」三組的平均值則是介於 3.5-4.4，因此不具有這些意象感覺(圖 4-3)。



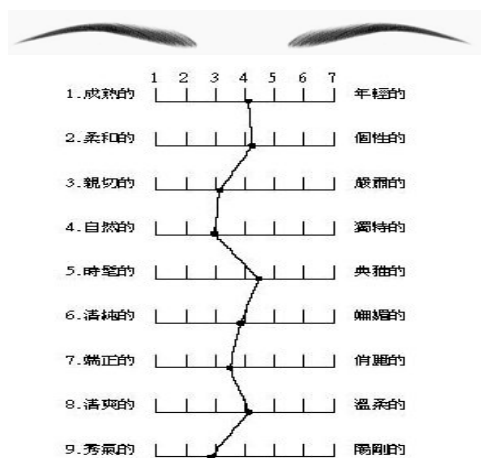
(圖 4-3)樣本 C 語意折線圖

4.1.4 樣本 D：弓型眉

由平均數中得知樣品 D 所呈現的共同意象特徵為：

時髦的 > 秀氣的 > 自然的 > 親切的 > 柔和的

其中以時髦的意象最為顯著，而「成熟的-年輕的」、「清純的-嫵媚的」、「端正的-俏麗的」、「清爽的-溫柔的」四組的平均值則是介於 3.5-4.4，因此不具有這些意象感覺(圖 4-4)。



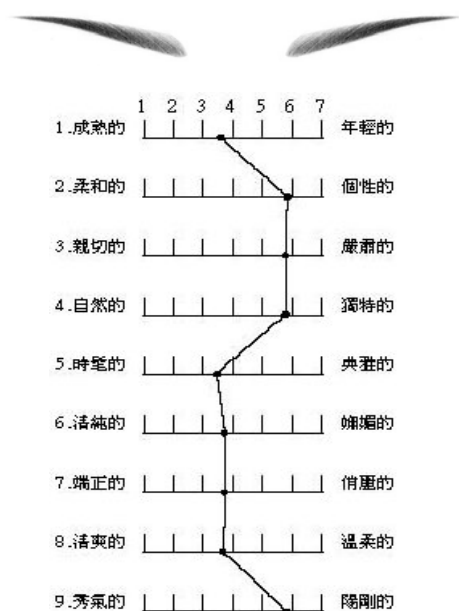
(圖 4-4)樣本 D 語意折線圖

4.1.5 樣本 E：箭型眉

由平均數中得知樣品 B 所呈現的共同意象特徵為：

時髦的> <嚴肅的<陽剛的<個性的< 獨特的

其中以時髦的及獨特的意像較為顯著，而「成熟的-年輕的」、「清純的-嫵媚的」、「端正的-俏麗的」、「清爽的-溫柔的」四組的平均值則是介於 3.5-4.4，因此不具有這些意象感覺(圖 4-5)。



(圖 4-5)樣本 E 語意折線圖

樣本	正向語彙	負向語彙
A 標準眉	秀氣的、親切的、自然的、柔和的	無
B 一字眉	端正的、清純的	獨特的
C 角度眉	時髦的	嫵媚的、陽剛的、獨特的、嚴肅的、個性的
D 弓型眉	時髦的、秀氣的、自然的、親切的、柔和的	無
E 箭型眉	時髦的	嚴肅的、陽剛的、個性的、獨特的

表 4-2 眉型與意象語彙對應表

第五章、結論與建議

5.1 結論

透過平均值及折線圖的分析，在 5 個樣本 9 組語彙上的差異和分部情形，歸納出各樣本意象語彙評價，本研究藉此分析結果整理，可供美容師在設計上的參考依據。

- 1.眉型偏直線型的有端正、清純、獨特的感覺。
- 2.眉型在眉頭至眉峰較為上揚的角度眉、及箭型眉在正向語彙中有時髦的感覺；負向語彙中則均

- 有陽剛、個性、獨特、嚴肅的感覺，角度眉並有嫵媚的感覺。
- 3.眉峰平緩、眉尾下降的標準眉及弓型眉均有秀氣、親切、自然、柔和的感覺。
 - 4.眉形的意象中以標準眉最為大眾消費者所接受，且不意隨著流行而有所異動。
 - 5.透過調查，標準眉，弓型眉無負向語彙最易快速輔助設計師獲得眉型意象。

5.2 建議

本研究為初步的研究探討，研究方法及步驟上欠周延在此提出檢討，以提供後續研究參考：

- 1.本研究之眉型樣本以紙本平面方式進行研究，對於敏銳的設計類群受測者而言，對其感性意象評價易造成影響，亦為造成差異所在。
- 2.臉型之於眉型的影響僅是造成意象差異的一小部分，五官的不同構造及髮型亦會影響眉型意象，以眉型搭配五官結構也值得後續研究再深入探討。
- 3.本研究並未將色彩對眉型意象的影響列入考量，可能也是造成意象詮釋效果的不盡理想的原因，此有待進一步探討與釐清。
- 4.本研究樣本僅為餐飲科、美容科學生，問卷數量明顯不足。值得加深加廣探討。
- 5.本研究選取及問卷以學生族群為主，未考慮城鄉差距、北高文化，有待進一步探討。

參考文獻

- 王憲等譯，皮亞傑著 1981，“發生認識論原理”，台北，商務出版社。
- 伍小玲 2002，“各種運動項目之視覺意象及其圖像符號之設計研究”，國立雲林科技大學，碩士論文。
- 周文祥 1996，《意象訓練的概念與方法》，國民體育季刊第一期 p116-123。
- 李秋燕 2002，“髮型造形與感性意象關聯性之研究”，樹德科技大學應用研究所，碩士論文。
- 李秀蓮 1996，“中國化妝史概說”，楊智文化，台北市。
- 李秀蓮 1987，“現代美的裝扮”，時報文化出版企業有限公司。
- 李秀蓮、周金貴 2000，美顏二上，儒林圖書公司。
- 李少萍 2003，“唐代婦女裝飾考，中國文化大學/史學研究所，碩士論文。
- 林書堯 1983，“色彩學”，三民出版社，台北。
- 林崇宏 2000，“造形設計原理”，視傳文化事業有限公司，中和市
- 林傑斌、劉明德 2001，SPSS10.0 與統計模式建構，文魁資訊，台北。
- 高淑玲 2003，“色彩認知和配色感覺之研究—以改變配色形狀和面積比對色彩意象影響為例”，國立雲林科技大學，碩士論文。
- 曾啓雄 2005，“致命的吸引力--古代的化妝與色彩”，美育，p147，p42-47。
- 許慎 1960，“說文解字”，世新書局，台北。
- 黃希庭譯，Solso, RL.著，“認知心理學”，五南出版社，台北。
- 郭怡婷，“台灣女性臉部計測研究-年齡 17 歲~30 歲”，台南女子技術學院學報，21，p59-82。
- 陳美瑛 2002，“紋眉與眉型設計”。亞太圖書出版社。
- 喻蓉蓉 2003，《淡妝濃抹總相宜--中國古代女性美與化妝術》，歷史月刊，180，p15-27。
- 劉思量 1998，“藝術心理學-藝術與創造”，藝術家，台北市。
- 鄭富元 2005，“日本美容藝術論(I)”，美容科技，1，p221-238。
- 鄭富元 2005，“日本美容藝術論(II)”，美容科技，2，p23-36。
- 盧芃秣 2006，“百變眉型”，啓英文化事業有限公司。
- 鍾馨鑫 2004，“臉部視覺美學造型”，新形象出版事業有限公司。