

教學方案三  
時尚造型





## 一、主題：時尚造型

### 二、重要概念

1. 流行是指特定時間與地點為大多數人接受的物體、思想或行為，也可以說是某一特定時間內的趨勢與風潮。流行的週期正如人類的生命週期，有其消長興衰的歷程。
2. 分析流行服飾時，可從款式輪廓、色彩圖案、纖維質料等三大流行元素中抽絲剝繭，找出主題風格之脈絡。
3. 20-21世紀是時裝蓬勃發展的時代，各階段均有具代表性的風格。例如20年代呈現中性女孩風格、30年代走向保守風格、40年代表現優雅風貌、50年代趨向年輕多元化、60年代則以嬉皮搖滾風格當道、70年代是迪斯科的阿哥哥風格、80年代走向雅痞風、90年代展現極簡風，21世紀初則呈現多樣化風格。
4. 個人形象，是指品格內涵、外表容貌及言行態度，所綜合呈現的一種反映、感受與評價。也就是識別形象PIS (Personal Identity System)的三要點：(1) MI (Mind Identity)理念識別，例如品格內涵。(2) BI (Behavior Identity)行為識別，例如言行態度。(3) VI (Visual Identity)視覺識別，例如外表容貌。
5. 形象管理強調誠於中、形於外，從內在的專業內涵、處事態度、溝通互動，到外在的美容美儀、服裝造型，都是形象魅力不可或缺的學問。其目的是在追求自我的提升，讓自己好的一面真實呈現，而非刻意掩飾隱藏，追求統一標準的假面形象。
6. 走出刻板的單一美貌標準，在日常生活中培養美是多元的認知，進而體認個人獨特的意義與價值，建立追求健康才是時尚美的觀念。
7. 在職場與社交場合中，名片與自我介紹是行銷個人形象的第一步。其中自我介紹涵蓋了個人形象行銷的三大層面，包括視覺方面的服裝造型與儀態、聽覺方面的聲音、表情運用，以及內容方面的專業能力定位與個人特色打造等。

## 三、新課程綱要對應表

研發主題		對應必修綱要	對應選修「時尚生活」綱要
時尚風向球	1.1 流行衝鋒隊		二、時尚造型 1. 時尚賞析與創作 1-1 時尚潮流欣賞
	1.2 時尚創意家		二、時尚造型 1. 時尚賞析與創作 1-2 時尚元素的分析與創作
形象魅力學	2.1 青春美力學		二、時尚造型 2. 個人形象打造 2-2 美容與美儀
	2.2 專業好形象	八、服飾計畫 1. 服飾選購與搭配 1-1 個人的服飾需求 * 1-2 服飾的搭配原則 * 1-4 服飾的選購原則 *	二、時尚造型 2. 個人形象打造 2-1 服飾的選擇與搭配 2-3 形象與職場文化
	2.3 打造個人品牌	八、服飾計畫 1. 服飾選購與搭配 1-2 服飾的搭配原則 * 1-5 服飾搭配演練	二、時尚造型 2. 個人形象打造 2-1 服飾的選擇與搭配 2-2 美容與美儀 2-3 形象與職場文化 2-4 形象打造演練 3. 形象管理之應用 3-1 個人形象的行銷

備註：打\*為必修課程二學分內容



## 四、重要內容：

本主題分為兩大部分：第一個部分是「時尚風向球」：主要著眼於時尚、流行與創作。第二部分是「形象魅力學」：主要著重在個人形象的打造與演練。

### I. 時尚風向球

當流行觸角迅速蔓延時，流行就像是一窩蜂的趕集遊戲！直到新流行出現，舊流行被淘汰，流行再度進入『開始—蔓延—追隨—消逝』的窠臼裡，而大多數的人就在新舊交替的過程，跟著流行轉啊轉！與其盲目跟隨流行腳步，不如回歸流行的源頭，認識那些主導流行的設計師，瞭解他們設計創作的概念與精神，同時體認到不同階段的設計師們，在時尚潮流變化下，如何創造流行的價值。

#### (一) 什麼是流行

##### 1. 流行就是一窩蜂

###### (1) 流行的定義

是指特定時間與地點為大多數人接受的物體、思想或行為，也可以說是某一特定時間內的趨勢與風潮。

###### (2) 流行的特質

心理學者認為，人們內心有兩股相抗衡的矛盾力量主導其外顯行為，一是為他人所接受認同，企求從眾的一體感；另一則是突顯自我的別出心裁、與眾不同的特殊感。這種矛盾心理促成了流行的形成與轉變，因為「參與流行」能同時滿足一體感與特殊感，足以驅使人們迎向一窩蜂的熱潮。

###### (3) 流行的生命週期

流行的形成、採用和散佈是一種動態的改變過程，可以用流行的生命週期(fashion life cycle)來加以分析與描繪(圖3-1)，正如人類的生命週期，有其消長興衰的歷程。進一步來說，有些設計週期短暫，接受度較低，只能稱為「狂潮(fad)」，例如日本曾經流行的「109辣妹」；有些設計吸引大量採用者，並

能緩慢成長與消褪，這種常態分佈的曲線型態，就是「流行(fashion)」的典型代表，例如70年代嬉皮風格的流行；當流行持續不退燒時，就可能形成「經典(classic)」，例如，牛仔褲與蘇格蘭格紋。

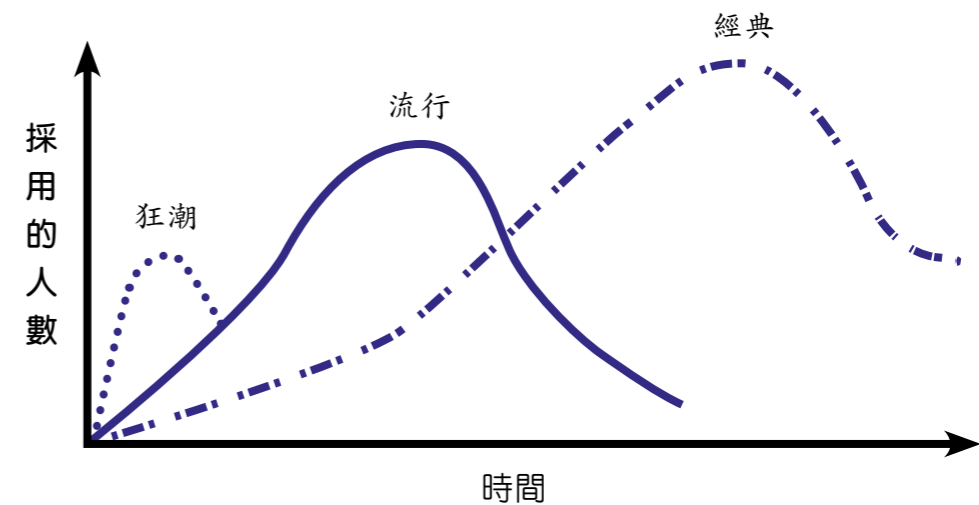


圖3-1 時狂、時髦和經典的流行生命週期

資料來源：喬昭華、鄭靜宜、蘇旭君、饒湘蘭、賴裕綺(2003)。《服飾與生活》。台北縣蘆洲市：空大。頁105。

##### 2. 找尋流行的源頭

###### (1) 源自設計師定期發表

20世紀以前並無「流行」之詞，充其量只能說是貴族之間為了展現權貴，而在傳統服飾的珠花材質與刺繡手工上，相互較勁罷了！一直到20世紀初的一位法國設計師保羅·布瓦列特(Paul Poiret)，他呼籲女性從緊身馬甲胸衣中解放，轉而向希臘、羅馬與東方服裝上找尋設計靈感，不但開啓服裝革命，更成為全世界第一位時裝設計家，奠定法國巴黎在世界上舉足輕重的時裝地位。自此，強調每一季的流行變化與品牌意識的流行服飾，即所謂的「時裝」，漸進取代地域性的傳統服飾。全世界的流行變成一種共同的語彙，除了以巴黎為流行中樞之外，更發展出其他時尚領導中心，如米蘭、倫敦、紐約與東京等，帶動全世界每一季的流行趨勢。如今，在消費者多元的需求下，流行已不再推崇單一風潮，而是呈現多樣化的流行風貌，為滿足消費者求新求變的流行需求，領導流行的設計師們無不摩拳擦掌，提早在至少半年前發表對新一季流行的主張。



## (2) 源自街頭的青少年文化

過去的流行總是上行下效，直至50年代大眾文化興起，60-70年代的流行被街頭的嬉皮所主導，甚至持續至今不退燒的嘻哈風格，即是來自美國貧民區，這些都是反過來下行上效的流行風尚。可見，流行並非被設計師所獨攬，往往青少年的穿著文化，在相互影響與較勁下，也會迸出不同的另類流行。青少年流行創造來源，主要來自音樂團體帶動、偶像崇拜、同儕模仿等影響：

- A. 音樂團體：例如，嬉皮風來自搖滾樂手的穿著。
- B. 偶像崇拜：例如，偶像明星帶動穿著與髮妝。
- C. 同儕模仿：例如，日本原宿一帶的時髦少女，在模仿較勁中，創造出黑皮膚、染金黃的頭髮、配上白色眼影、腳踩厚底鞋的「109辣妹」風。

## 3. 掌握流行的資訊

近年來品牌的建立與傳播媒體的配合，加速推動大眾化的流行，最基本的傳播形式是透過服裝秀發表當季流行服飾，藉此吸引世界各地媒體報導，繼而傳送至網路、電視、報紙與國際時尚雜誌上，讓流行訊息以第一時間傳遞到全世界。流行資訊的傳播管道包括：

### (1) 網際網路

網路是最快速的服裝資訊來源，不但可以即時觀賞到各國際品牌新裝圖片，也可以蒐集當季流行的風格資訊。

### (2) 廣播電視

廣播電視的客層廣泛，產生的宣傳效應影響也最大。只不過，電視的影像變換太快、廣播只有聲音沒有圖像，不容易得到清楚完整的訊息。

### (3) 雜誌報紙

平面媒體的立即性不如網路與廣電媒體，但其最大優點在於圖片的清晰與報導的完整性。尤其，服裝雜誌擅長處理流行主題的整理分析，有效幫助消費者轉化成實用的服裝搭配技巧。

### (4) 店面櫥窗與服裝目錄

此類的訊息主要偏重展示與促銷，直接貼近消費者的需求。

### (5) 其他方式

如小型服裝秀、明星代言等活動，都是汲取流行訊息的方式。

## (二) 創造風格的流行三元素

服裝設計的三大元素，包括款式輪廓、纖維質料與色彩圖案。綜合以上三種有形的服裝元素以及各元素組合的結果，便構成了整體的形象風格，例如合身剪裁、垂墜感花邊布料與粉嫩色系的組合設計，展現出甜美浪漫的主題風格。這些主題風格所提供的是一種適當的包裝，也可以說是一種流行的策略，讓不同的人得以依據不同的主題，展現自己的流行風格（圖3-2）。因此，當我們欣賞或蒐集這些充滿變化的流行設計時，不妨回到設計源頭，從流行三元素中，一一分析與探究。

### 1. 款式輪廓

主要指服裝的剪裁變化，例如，襯衫、背心、裙、褲等款式。也泛指細部的設計，如西裝領型的大小，或整體輪廓如A字型短裙、上寬下窄等設計。

### 2. 色彩圖案

色彩圖案所帶動的流行往往具備全面性。例如，流行黑白對比色時，其周圍的飾品配件、甚至其他生活雜貨等，都可能呈現一片黑白局面。

### 3. 纖維質料

透過不同布料與質感所表現的流行，多半與流行主題有關。例如，以華麗為主題的流行風，會出現絲緞光澤、珠飾手工、蕾絲花邊等質材；以運動風為主題的流行，會出現針織、棉質或吸溼排汗等功能性的質材。

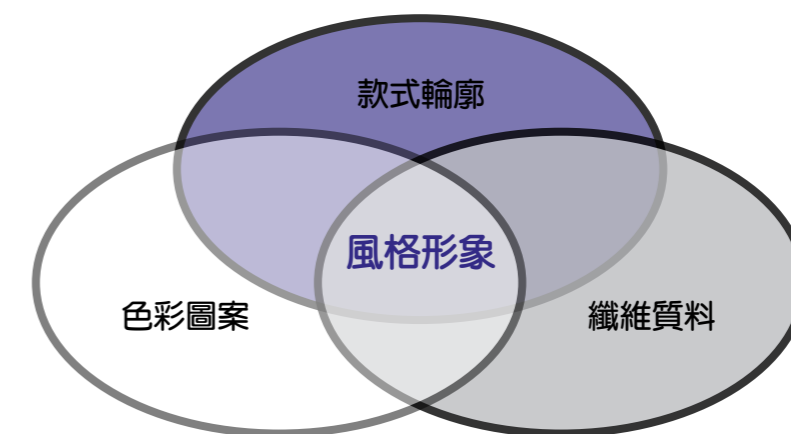


圖3-2：流行風格的組成元素



### (三) 流行發展與經典設計

#### 1. 19世紀至近代的流行服飾演進

19世紀前，權貴階級與平民百姓身上穿戴的服裝樣式與質材，甚至髮型帽飾都有規定，不能隨著一時風尚或個人喜好而改變。直到19世紀末葉20世紀初，社會經濟的成熟發展，西方資本主義抬頭，世襲的權貴階級瓦解後，富裕的資產階級逐漸形成具備相當消費能力的新興階級，服裝才從約制中解放，擺脫傳統束縛，並趨向個性化與多變化。因此，時裝歷史最蓬勃發展的階段正是20世紀時期。即使是現在的設計師們，仍舊將20-90年代的經典風格當成設計的重要靈感指標。例如，20年代呈現中性女孩風格，30年代走向保守風格，40年代表現優雅風貌，50年代趨向年輕多元化，60年代則以嬉皮搖滾風格當道，70年代是迪斯可的阿哥哥風格，80年代走向雅痞風，90年代展現極簡風，21世紀初則呈現多樣化風格（表3-1）。

表3-1 近代服飾發展對照表

時期	西方近代服飾的發展	台灣近代服飾的發展
19世紀前	* 社會階層決定服裝規範、特權階級與大眾區別的象徵。	* 同左。
1900~1909年	* 出現所謂的「服裝設計師」，著重新穎的設計，並以自己為品牌名稱，開啓現代時裝先驅。 * 從緊身塑胸的傳統樣式轉變為輕鬆自由的剪裁設計。	* 仍以傳統服裝為主。
1910~1919年	* 婦女開始參與各種體育活動，造成服裝設計的變化。 * 第一次世界大戰後，崇尚身體解放，大眾服飾開始萌芽，長褲成為正式女裝。	* 有一部分人仍舊堅持中式傳統，有一部分人則漸漸接受西方款式，甚至出現中西合璧的穿著方式，為中西服飾衝突的過渡期。
1920~1929年	* 青少年講究時髦、時尚和自己喜歡的偶像。 * 香奈兒的形象與穿著打扮風靡整個20年代。	* 呈現過渡期的異質性組合。
1930~1939年	* 手套、帽子與太陽眼鏡是此階段的重要配件。 * 電影人物影響服裝設計。	* 東西文化衝擊大，保留部分中式傳統服裝。

1940~1949年	* 二次大戰影響服裝，強調實穿、耐用與方便。	* 「男士穿西裝，女性穿洋服」開始普及。
1950~1959年	* 迪奧的新風貌(New Look)，帶起高級訂製服的新生命。 * 年輕化與大眾化是重要趨勢。 * 摩納哥王妃葛莉絲凱麗(Grace Kelly)、奧黛莉赫本(Audrey Hepburn)、瑪麗蓮夢露(Marilyn Monroe)等明星的造型，成為模仿與追逐的對象。	* 流行傳統旗袍。 * 年輕男女受到好萊塢電影明星影響，紛紛模仿西式穿著樣式。
1960~1969年	* 街頭文化與搖滾、嬉皮風潮興起。 * 迷你裙是服裝設計的重要突破。	* 加速追求西方的流行。
1970~1979年	* 推動隨意與儉樸的反時裝運動，使牛仔褲意外成為流行。 * 日本設計師逐漸在國際嶄露頭角。	* 成衣普及，掀起流行熱潮。 * 跟上西方的迷你裙旋風。
1980~1989年	* 講究穿著的雅痞年代。 * 受大眾媒體影響大。 * 男女穿著趨向性別模糊的中性化。	* 重視本土品牌開發、考究個人化品味。 * 國外知名品牌大量湧入。
1990~至今	* 多元化的流行趨勢。 * 從傳統服飾文化與復古年代中找尋流行靈感。	* 大眾媒體影響大，進入高度重視流行消費的文化。 * 強調與世界流行同步。

資料來源：作者自行整理

#### 2. 歷久彌新的經典品牌

流行不斷在變，許多品牌也在流行漩渦中浮沈，正如服裝心理專家來弗（James Laver）曾對流行與時間的關係進行以下的解釋：同一件款式的服飾，會因時間不同而有不同意義，例如，在流行當時是「時髦」，1年前卻是「大膽」，5年前是「無恥」，10年前是「無禮的」。放遠來看，1年後「過時的」，10年後是「可怕的」，20年後是「可笑的」，30年後是「有趣的」，50年後是「古雅的」，70年後是「迷人的」，100年後是「浪漫的」，150年後是「美麗的」。當然，以上的假設也可能剛



好是相反的，但是無論如何都可以看出，流行是有時間性的，不同時間反映不同的價值。如果，有一設計或品牌，可以打破時間的考驗而屹立不搖，甚至歷久彌新，那真是值得我們深入去瞭解。

(1) 第一條牛仔褲為礦工而生：Levi's

1853年，來自德國的李維·史特勞斯（Levi Strauss）隨著淘金熱潮，移民到新大陸。當時，他將原本打算用來賣給礦工當作帳棚或車篷的帆布，裁製成耐用的工作褲，意外造就歷史上第一件牛仔褲。

(2) 第一套印滿蘇格蘭家徽的軍衣：Burberry

傳統蘇格蘭格紋是每一個貴族獨屬的家徽。1856年就已經創立品牌的Burberry（巴寶莉），在1879年，發明一種防風防雨的布料，製成經典的風衣，更將蘇格蘭格紋當作經典的內裡，後來還成為軍隊的制服以及皇室御用的防水大衣。

(3) 第一件用英文字母詮釋的剪裁輪廓：Christian Dior

法國設計師Christian Dior（迪奧），在50年代創造出「H-Line」、「Y-Line」、「A-Line」等，以英文字母外型為輪廓線條的經典設計，深深影響後來的設計師對服裝剪裁的設計概念。

(4) 第一次使用假珠寶混搭的服飾：Chanel

Chanel（香奈兒）夫人向來是特立獨行的新女性，許多打破傳統的想法與做法均造成當時的時裝革命。尤其，大膽運用假珠寶搭配服飾，更是挑戰當時的穿著態度。

(5) 第一雙因物資欠缺而創造的隱形涼鞋：Ferragamo

在二次世界大戰剛結束，多數皮革都耗損於士兵的長靴上，導致製鞋師無素材可用。當時，Ferragamo（費拉加莫）卻將限制當作創作的挑戰，發明許多新的材質運用在鞋子設計。例如以捕魚用的尼龍釣魚線製成透明鞋面，就成了第一雙狀似隱形的透明鞋子。

(6) 第一款運用馬具技術打造的手工皮包：Hermès

1837年Hermès（愛馬仕）在巴黎開設高級馬具製造公司，以製造馬鞍、馬具聞名。後因汽車漸漸取代馬匹，而將原本技術轉為皮件製作。1892年打造出首款經典包－凱莉包（Kelly bag），持續至今，仍是暢銷代表作。

### 3. 常見的五大流行風格

許多經典的流行風格，不僅僅代表著當時的流行風潮，還隨著時代轉變，加入新的設計元素而歷久彌新，即使流行不斷推陳出新，仍舊不改變其流行地位。例如，嬉皮風、搖滾風、嘻哈風、雅痞風、波西米亞風等（表3-2）。

表3-2 常見的五大流行風格與特色

風 格	特 色
嬉皮風	<p>嬉皮（Hippie Style）的崛起，應先從搖滾樂的風行探討起。60年代的反戰、反權威，讓中產階級壯大成熟，標新立異成為社會的主要取向，凡是令人「開心」，都會受到歡迎，搖滾樂就是一例！搖滾樂一改古典的沈悶，以嶄新的音樂語彙，表達年輕人的心聲而大受歡迎，如貓王、披頭四就是代表人物。音樂打破了國界、種族、社會階級，讓西方年輕人凝聚在一起。1968年一連串在倫敦、洛杉磯、舊金山舉行的戶外音樂會，這群反社會型態的年輕人穿著自然、不修邊幅，男女都留長而亂的頭髮，有時還會編成辮子串上彩色珠串，穿破舊牛仔褲，或穿夾腳涼鞋，將服裝弄成虛邊與流蘇。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 最大特色：長髮披肩、流蘇虛邊、破舊牛仔、喇叭褲、迷你裙或褲。</li> <li>2. 專屬圖案：愛心、和平鴿、白色雛菊（60年代英國設計師瑪麗關 Mary Quant使用塑膠的白色雛菊花為圖案設計，深受嬉皮人士的喜愛）。</li> <li>3. 代表口號：反戰、狂熱（hot）。</li> </ol>
龐克風	<p>龐克（Punk）的興起，源自於對搖滾的反動，凡是社會認為最低品味、最低俗的穿著，他們就拿來穿，而且非要用人造、塑膠合成素材不可。髮型上不是剃光頭，就是呈刺蝟狀或兩側剃光的雞冠頭，再染上顯目的色彩，加上叛逆的鼻環及花色大膽的服裝。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 最大特色：鉚釘、扣環、拉鍊、反車線、皮靴、塑膠亮面、紋身穿孔。</li> <li>2. 傳統用色：紅、黑、白。</li> <li>3. 代表字母：「A」= Anarchy（無政府主義）。</li> <li>4. 代表口號：性與暴力。</li> <li>5. 不同年代的龐克。</li> </ol>



#### (四) 盲從流行不如掌握自己

當流行的訊息以及名牌符號不斷且大量刺激消費者的同時，我們很容易迷失於流行與名牌的漩渦裡而無法抗拒。於是，有人一馬當先搶當流行先驅者；有人後知後覺等著跟大家一窩蜂追流行；有人則是不知不覺，對流行雖然不敏銳，卻可能在不經意狀況下盲從流行。無論你是哪一種人，都應該將自己的特質與需求放在流行之上，先找出自己的風格，才能在不斷改變的流行風潮中，擷取適合自己的裝扮元素。

## II. 形象魅力學

建立個人良好形象，就像是擁有一雙翅膀，讓你輕鬆贏得別人的第一好印象。然而，形象並非刻意的裝扮，而是由內而外的審視與整理，無論外在的美容美儀、服裝造型，或是內在的專業內涵、處事態度、溝通互動等，都是形象魅力不可缺的學問，多多演練才能時時表現出良好的個人形象。

#### (一) 健康正是時尚美

##### 1. 何謂身體意象

身體意象 (body image) 的概念，於1935年由Schilder所提出 (黎士鳴，2001)。意指個人心中對自己身體所形成的心理圖像，也稱為生理的自我概念 (physical self-concept)，是個人對於自己身體輪廓與身體魅力的知覺、感覺和想法，亦即個人如何看待自己的身體外型。此定義涵蓋的範圍包括：對自己體型的知覺，尤其是對自己實際體型和認知體型的差異；對自己外表的滿意程度與關注程度；對自己外在魅力的自我評估等。

身體意象是社會的產物，它的建構是多面向的。每個時代對於外表都有一套主流的標準，這些關於美醜的評判會影響一般人形塑自己的身體意象，而個人所發展的身體意象則可能帶來以下影響 (林杏足，2003)：

- (1) 身體意象常與對自我的感覺相連結，例如若對自己的外表極不滿意，很可能也會對自己產生厭惡感，甚至會連帶影響拓展人際關係的意願與主動性。

	<p>(1) 70年代：狂野大膽，各元素及配備都相當齊全，蘇格蘭裙也被大量運用。</p> <p>(2) 80年代：鉚釘、扣環最具代表，打釘在皮衣上，就有獨一無二的龐克味。</p> <p>(3) 90年代：龐克正式轉化為流行精神，只要一條皮帶或手環，都能顯現龐克感覺。</p>
嘻哈風	<p>嘻哈 (Hip hop)，按照字面解釋Hip是臀部，Hop是跳躍的意思。實際上，它是一種生活文化的統稱。源自70年代美國紐約的貧民區、哈林區，也就是美國一些窮困黑人和南美洲人所住的布魯克林區，他們因為物質生活匱乏，都會刻意購買較大尺碼的T恤，延長可穿的時間，也可以一代傳一代，再加上嘻哈文化運動味重，寬鬆的衣服方便多了，因此演變成現在最經典的嘻哈風格：寬鬆T恤加上彷彿隨時都會掉下來的垮褲。</p>
雅痞風	<p>雅痞 (The yuppies) 源自1980年代對嬉皮風格的反動，從「恐怖的隨意」中解放的現象。字面上是由英文：「年輕的」、「住在城市中」以及「職業人士」(young urban professional) 幾個單字縮寫所拼湊而成的新稱謂。雅痞們講究品味，喜歡穿西裝打領帶，而80年代的女性雅痞也模仿男性，她們的服裝是正式且裁剪精緻，強調寬墊肩與短而緊身的裙子，同樣顯示權威、力量和嚴肅。除此之外，手提袋也是象徵身份的重要工具。</p>
波西米亞風	<p>波西米亞 (Bohemian)，原意是指豪放的吉普賽人和頹廢派的文化人。若以地理位置來看，波西米亞目前是捷克國內的一個地區，因為波西米亞人很崇尚自由，因此，波西米亞風格，也正代表著自由隨性的穿著風格。融合東歐民族風的波西米亞風，可說是民族風格的重要代表，最早可追溯至60年代末的吉普賽風貌，當時流行搭配晃動的流蘇、吊環與多層次穿著。一直到近代，才以「波西米亞風」作為民族風格的詮釋。代表波西米亞的服裝元素有流蘇、披掛、編織、刺繡、多層次的搭配，幾乎不放過身體任何能披掛首飾的部位。</p>

資料來源：作者自行整理



- (2) 身體意象會影響個人對外來訊息的處理，例如若對自己的體型充滿負面評價，當別人只是客觀地說你胃口很好時，很可能就會被解讀為別人正在暗示你吃太多導致變胖。
- (3) 身體意象會影響我們如何打理自己的外在，特別是在衣著的選擇上，例如主觀認定自己太胖，很可能只願意選擇能遮掩身材的寬大服裝或暗黑色系，而拒絕嘗試其他款式的搭配。

## 2. 影響身體意象的因素

### (1) 年齡

由於青春期的身體快速發育與生理急劇變化，使得青少年容易過度關注自己的外表，此時對身體的滿意度較低，較易因此缺乏自信。而隨著年齡的增長，大多數人對於身體的滿意度則會漸趨於穩定。

### (2) 性別

研究發現女性較男性更傾向於不滿意自己的體型，也更重視外貌，原因可能是社會不斷傳達女性要瘦才是美的價值，使得女性在建構理想體型時，通常會選擇對照比自己更瘦的體型，所以對自己身體不滿意的程度會較高，也較容易對自己的外型產生焦慮。

### (3) 同儕

成長中的青少年會透過同儕的認同來強化自尊、自信。當社會風氣影響青少年次文化，使體重過重者被刻板化為笨拙、懶惰或缺乏吸引力的，甚至遭到批評或嘲笑，青少年為獲得同伴的喜愛，便會期待自己有較瘦的身材，或認定體型苗條在同儕間才會較受歡迎。

### (4) 媒體

衛生署委託臺灣大學進行「大眾媒體對青少年身體意象、心理健康與飲食障礙問題影響」的研究發現，有高達65%的高中女生非常害怕體重增加，43%希望自己的身材如偶像（鄭雅文，2005）。當媒體不斷鼓吹塑身與整型，以追求名模般的纖瘦體型為美，這種一元化的身體形象與標準，便深植在青少年的心中，甚至出現惡性減肥以追求紙片人體型的例子。

## 3. 建立健康的身体意象

美的定義經常改變，但對美的渴望卻深植人心，因此，要建立一個縱貫古今、放諸四海皆準的審美標準是不可能的。

Shari Graydon（王慧雲譯，2006）指出在現代巴西的鄉下，大屁股加上小胸部正是當地人所嚮往的身材，而多數秘魯人和尼日人都認為胖胖的女人才算是美女，但同樣的體型，對北美地區的人來說卻是過重。而在藝術領域中留存下來經典的美女形象也以豐滿為多，例如在波提伽利的名作「維納斯的誕生」中，裸體的女神不僅胸部小，還有著飽滿的小腹；提香筆下的維納斯要是活在現代，也會被歸為大尺碼的女人；而魯本斯畫作中的美女們更是幾乎都有著圓滾滾的手臂、大腿，和層層肥肉的小腹。

我國唐朝的楊貴妃以豐腴為美，美國50年代的影星瑪麗蓮夢露更是以飽滿、渾圓的體型，成為象徵性感的當代美女。但以現代的標準來評斷她們，卻很可能都不合格。若再以有「銀幕女神」之稱的瑪麗蓮夢露為例，身高165公分，體重63公斤的她，生在今日很可能會被好萊塢的電影公司拒絕，甚或建議她減肥後再來試鏡。

我國西漢的趙飛燕以纖瘦為美，英國60年代的骨感名模崔姬，身高167公分，體重只有41公斤，更被形容為像個12歲的小男孩，一直到今日的選美及服裝模特兒，也都強調細腰、窄臀的身材，媒體亦鼓吹女性追求這種不切實際的體型，近年來甚至出現模特兒為求達到紙片人身材而惡性節食，導致癱瘓或死亡的多起案例。

不同時期對美的標準都不一樣，只不過現代社會要求纖瘦的體型，若換一個時代很可能認為豐腴的體態才是美。因此，應提醒青少年切莫因為媒體傳遞不真實的體型目標，導致錯誤判斷自己的體型。而要破除刻板的單一美貌標準，則需先在現實生活中建立多元的美感價值，提供正向支持的經驗，讓青少年主動欣賞生活周遭各式各樣的美，強化珍愛自己的信念，以培養正面的身體意象。

## (二) 髮膚保養展青春

### 1. 髮膚基本清潔

#### (1) 洗頭的正確步驟

梳順頭髮→以溫水沖濕頭髮→洗髮精加水於手上搓揉起泡→以指腹搓揉的





方式洗淨頭皮與髮絲→以溫水徹底沖淨→潤髮乳於手上搓開→柔潤髮絲→以涼水沖洗使髮根毛孔收縮→以毛巾拍乾水分→以吹風機距離10~15cm分層吹整。

## (2) 洗臉的正確步驟

雙手洗淨→以溫水打濕臉部→洗面乳加水於手上搓揉起泡→以輕輕畫圈的方式由內而外揉洗→以溫水徹底沖淨→以涼水沖洗使臉部毛孔收縮→以毛巾拍乾水分。

## 2. 髮膚保養觀念

國人在髮膚保養上經常選擇聽信親友經驗、名人見證或廣告宣傳等，某些似是而非的觀念很可能在未經檢證下便不斷流傳。其實，近年來在皮膚醫學及化妝品學的專業領域，已提出不少關於髮膚保養的正確觀念值得參考。

表3-3 髮膚保養觀念

頭 髮 篇	
Q1. 頭髮主要成分是角質蛋白，所以均衡攝取蛋豆魚肉類食物，能使頭髮更加健康有光澤？	A1: 【正確】，頭髮的構造分為毛鱗片和髮幹。髮幹是由毛鱗片所製造的角質蛋白，它是由20多種胺基酸組合而成，當胺基酸流失不足，將影響頭髮的韌性與光澤，食物中的蛋豆魚肉類及奶類，含有豐富的蛋白質，正是毛髮所需。
Q2. 雙效合一的洗髮精通常洗淨力較差？	A2: 【正確】，洗髮精通常呈弱鹼性，能使毛鱗片打開，進行深部清潔。而潤髮乳通常呈弱酸性，可使毛鱗片蓋起來，讓頭髮觸感柔順。然而雙效合一的洗髮精因不偏鹼性，既然無法使毛鱗片打開，洗淨力便會降低。
Q3. 頭皮屑主要是皮屑芽孢菌作祟，好發於油性頭皮，而乾性頭皮則不會有此困擾？	A3: 【錯誤】，頭皮過於油膩或乾燥，都可能刺激皮屑芽孢菌異常滋生，導致頭皮的角質細胞不正常代謝。通常角質細胞代謝需15天，當受到刺激只花了7~8天就移動到頭皮外層，此時角質細胞尚未成熟，便結合形成頭皮屑。

Q4. 染髮前兩天最好不要洗頭，讓頭皮充滿油脂膜，以發揮保護功能？

A4: 【正確】，對苯二胺簡稱PPD，是染髮劑主要的接觸過敏物質，易造成貧血、阻礙新陳代謝，被懷疑與乳癌、膀胱癌有關。德、法、瑞典已禁止使用，我國則限制濃度不得超過4%。為免傷害，不要讓染劑接觸皮膚，例如染髮前不洗頭，讓自然分泌的油脂膜充分保護頭皮。

Q5. 當髮尾出現分岔時，護髮用品已無法修復，只有修剪一途？

A5: 【正確】，當頭髮內的天然膠結物受到染燙或不當吹整的傷害，變成空洞狀，便無法黏緊蛋白纖維，容易出現分岔，這時的改善之道只有修剪，因為護髮產品只能護理新培育的頭髮，卻無法復原已被破壞的部位。

## 皮 膚 篇

Q6. 洗臉時因毛孔張開，選擇有果酸、抗老、美白機能的洗面產品，可深入保養功效？

A6: 【錯誤】，洗臉最重要的目的是清潔污垢，這些機能成分實際停留在臉上的時間太短，並無法達到保養的功效，反倒是這些成分愈多，隨之添加的香料、安定劑、防腐劑可能也愈多，易造成皮膚不必要的負擔。

Q7. 將化妝水不定時噴灑於臉上，可補給肌膚水分，並發揮保濕功能？

A7: 【錯誤】，皮膚長期處於乾、濕、乾、濕的循環中，很容易變成富貴臉。因為不斷地讓表皮層的角質細胞處於浸潤狀態，會造成對外界的屏蔽變差，使脂質流失。若擔心皮膚乾燥，正確的方式應該是在洗臉後，先擦上化妝水，再擦上乳液或面霜，才能有助於皮膚的保濕。

Q8. 當青春痘出現紅腫熱痛或化膿時，不該用痘痘隱形貼，以免導致發炎惡化？

A8: 【正確】，痘痘隱形貼是俗稱人工皮的傷口敷料，主要功能是吸附滲液，減少搔抓刺激，較適合用在有傷口的青春痘、剛破裂的痘痘。如果是粉刺、囊腫型痘痘，甚至化膿的黃色痘痘，都不建議使用，有時甚至可能因為密封而導致周圍組織發炎，延遲痊癒速度。

Q9. 保養品的成分愈多元，網路試用口碑愈佳，對皮膚的保養效果也愈佳？

A9: 【錯誤】，僅以保養品的成分名稱，並無法斷定價值高低，同樣是維他命C，純度不同，價差可至百倍，倒不如選擇一瓶單純但有保障的產品。另外每個人的膚質不同，影響試用結果的變數更是難以控制，建議在選購產品前應先查驗其標示是否完整，包括衛生署核准字號、製造廠商、成份、用法、批號、製造與保存日期等。



- Q10.洗完泡泡浴後，為延長其護膚效果，應以浴巾拍乾身體，避免再次沖洗？  
 A10:【錯誤】，起泡性愈高的產品，浸泡後再沖洗的必要性就愈高。因為這些造成泡沫的成分很可能含有界面活性劑，若殘留在肌膚上，容易導致皮膚的過敏、搔癢、脫皮，反倒造成健康扣分。
- Q11(1).原本10分鐘會被曬紅的皮膚，擦上SPF15的防曬乳，可延長多久才會曬紅？  
 Q11(2).原本10分鐘會被曬黑的皮膚，擦上PA+的防曬乳，可延長多久才會曬黑？  
 A11(1):【150分鐘】，紫外線是指陽光中波長200~400nm的光線，長波紫外線即UVA，中波紫外線即UVB，短波紫外線即UVC。臭氧層能阻絕UVC，無法阻隔UVA和UVB。UVA能穿透達真皮層，會造成皮膚曬黑及老化，UVB對皮膚的傷害在表皮層，會造成皮膚曬紅及脫皮，並與皮膚癌有關。SPF(Sun Protection Factor)，主要是防禦UVB的傷害，乃指「被防曬乳防護的皮膚曬出最小紅斑所需時間」與「未被保護的皮膚曬出最小紅斑所需時間」的比值，原本10分鐘會被曬紅的皮膚，擦上SPF15的防曬乳，將可延長至 $10 \times 15 = 150$ 分鐘才會被曬紅。  
 A11(2):【20~40分鐘】，PA(Protection Grade of UVA)，主要是防禦UVA的傷害，PA+表示可延緩2~4倍曬黑的時間，PA++表示可延緩4~8倍時間，PA+++表示可延緩8倍以上時間。原本10分鐘會被曬黑的皮膚，擦上PA+的防曬乳，將可延長至20~40分鐘才會被曬黑。

資料來源：廖苑利、陳奕安、陳建華、黃莉玲、江耀國，2004；張麗卿，2007。

### (三) 儀態美感基本功

脊骨神經科黃如玉醫師(2007)指出國人普遍忽略姿勢與儀態的重要性，誤以為這些是模特兒或愛美人士才需注意的事，又或者雖然知道自己的姿勢不正確，卻以為不會有太大的影響。許多人年紀輕輕便顯得老態龍鍾、暮氣沉沉。事實上，長期姿勢不良所產生的影響，不僅是外觀的美感，更會使脊椎受壓失衡，造成腰痠背痛、手腳酸麻、小腹突出、胸悶、失眠、生理痛、胃潰瘍、骨刺等症狀，甚至導致身體自愈力消失，讓健康亮起紅燈。因此學習良好的姿勢與儀態，可說是愛護自己身體的第一步。真理大學航空管理學系陳淑娟講師(2006)建議可從日常生活的站姿、走姿、蹲姿、坐姿、表情等，逐項自我檢查，以利掌握正確儀態的要點。

#### 1. 「站」出優雅

##### (1) 自我檢查項目

OK	NG
<input type="checkbox"/> 保持視線平行	<input type="checkbox"/> 頭部側彎或左右搖晃
<input type="checkbox"/> 下巴微收並與地面呈90度	<input type="checkbox"/> 下巴抬起
<input type="checkbox"/> 脖子與脊椎保持平直	<input type="checkbox"/> 縮著脖子
<input type="checkbox"/> 肩膀和鎖骨兩邊高度一樣	<input type="checkbox"/> 肩膀往內縮或高低不平
<input type="checkbox"/> 肩膀稍向後推即可自然挺胸	<input type="checkbox"/> 彎腰駝背
<input type="checkbox"/> 小腹向內收縮	<input type="checkbox"/> 雙手抱胸或插腰
<input type="checkbox"/> 臀部向內收縮	<input type="checkbox"/> 小腹突出
<input type="checkbox"/> 重心均勻落在雙腳	<input type="checkbox"/> 三七步或內八站立

##### (2) 示範演練說明

A. 正確的站姿是將整個人的身型拉直，並有向上延伸的視覺效果，建議演練時可以搭配心中的冥想。首先，站定後，想像自己是一棵樹，樹根在地板下，慢慢向下、向外生長，整個人的身體漸趨平衡。接著，從雙腳開始，這個如樹的人體，沿著小腿、膝蓋、大腿向上成長，意念進行到什麼部位，該處的肌肉使用力緊縮向內收，繼續向上，用力收臀。再來是腹部，不必憋氣，在自然呼吸的狀況下，收縮腹部的肌肉。再以腰部為基礎，想像脊椎是樹幹，正緩緩向上



生長，一節一節延伸，最後到達頭部時，仍想像自己有一股向上生長的力量在持續著。也可以想像頭頂有一條線將自己往上拉直，脊椎打直，身體放鬆不僵硬，雙臂自然下垂置於身體兩側。

B. 靠著牆壁練習站姿，也是一個很不錯的方法。先找一面平整的牆，將後腦、肩膀、臀部、後腳跟等四個點，與牆面接觸。然後腰部後方與牆面，相距約一疊放雙手的距離，並牢記縮小腹，這個姿勢可以幫助我們保持抬頭挺胸的狀態。

## 2. 「走」出風采

### (1) 自我檢查項目

OK	NG
<input type="checkbox"/> 背脊挺直，提臀，縮小腹	<input type="checkbox"/> 低頭或東張西望
<input type="checkbox"/> 眼睛直視前方	<input type="checkbox"/> 手臂擺動過大或手插口袋
<input type="checkbox"/> 步履速度適中	<input type="checkbox"/> 同手同腳或身體左右搖晃
<input type="checkbox"/> 步伐大小一致	<input type="checkbox"/> 雙腳內八或外八前進
<input type="checkbox"/> 兩手擺動幅度相符	<input type="checkbox"/> 走路聲音過大或拖著地面
<input type="checkbox"/> 與他人同行能調整自己速度	<input type="checkbox"/> 同行時勾肩搭背或大聲說笑

### (2) 示範演練說明

A. 形象管理專家陳麗卿（2004）指出，走路姿勢可能洩漏人的個性。步伐總是急促又細碎的人，似乎暗示個性急躁匆忙，很難從容行事。常低頭走路的人，令人覺得老是若有所思、心緒不寧。習慣把腳跟拖在地上，像是拖著千斤重的東西，隱含著個性懶散被動。還有人走路時全身晃動，像七爺八爺繞境，不免讓人聯想個性大刺刺，心思粗枝大葉。再仔細檢查自己的鞋底，看看那邊的磨損較嚴重呢？錯誤的走路姿勢可能使腳底壓力不平均，導致經常腰痛或腿酸，也會讓拇指外翻情形愈發嚴重。

B. 首先，雙腳平行微張，距離約等齊於內肩線寬度，腳尖向前，兩眼直視前方，可假想一個與視線等高的標的物，隨著步伐向前移動，標的物亦等速向後延展，如此走路時，可幫助維持直線前進。抬頭挺胸、下巴微收、縮小腹，肩膀不要拱起，手臂自然下垂，重心平均分配在整個腳掌，前進時腳掌離地約3公分。每一步的距離約為1~1.5個腳掌長度。腳跟著地後，整個腳掌立即平貼地

面，避免產生與地板摩擦的聲音。移動步伐時，以臀部至大腿間的髖關節為軸，而非利用小腿的力量踢出腳步。行走時，勿低頭或看地面，雙臂自然擺動，幅度約在30度內。

C. 在行走方面亦應掌握前長後幼、右大左小的禮儀原則。例如與長輩或女士同行時，應走在他們的後面、左側，或靠近馬路的一邊。若為三人同行，則應禮讓輩份最長者位於中間，輩份最低者則走在左邊。

## 3. 「蹲」得俐落

### (1) 自我檢查項目

OK	NG
<input type="checkbox"/> 態度從容不急躁	<input type="checkbox"/> 行走間突然立即蹲下
<input type="checkbox"/> 保持身體平衡	<input type="checkbox"/> 上身彎下，將臀部高高抬起
<input type="checkbox"/> 物品如果過重，不可勉強抬起	<input type="checkbox"/> 蹲下時雙膝向外張開成八字
<input type="checkbox"/> 站起前，先留意是否有人突然跑近	<input type="checkbox"/> 在轉角、出入口、上下樓梯處蹲下

### (2) 示範演練說明

兩腳微微靠攏，前腳突出後腳約0.5~1個腳掌位置。物品若在身體右側，則左腳在前，反之亦然。蹲下時，背脊打直，並由上而下將衣服或裙擺順好。兩腿膝蓋盡量靠近，並墊起腳跟幫助此動作，膝蓋朝下，重心置於兩腳尖。雙手自然壓在兩膝上方，預備起身時，可輕壓大腿用力，上半身依舊維持挺直。

## 4. 「坐」出自信

### (1) 自我檢查項目

OK	NG
<input type="checkbox"/> 視線保持水平	<input type="checkbox"/> 整個人陷入椅子裡
<input type="checkbox"/> 肩膀保持輕鬆自然，背部挺直	<input type="checkbox"/> 雙臂垂在扶手外
<input type="checkbox"/> 坐下前先確認椅子的高度	<input type="checkbox"/> 以手托腮
<input type="checkbox"/> 坐在椅子前1/2的位置	<input type="checkbox"/> 雙腳晃在空中不著地
<input type="checkbox"/> 雙手置於大腿靠近膝蓋處	<input type="checkbox"/> 雙腿抖動或呈大V字打開
<input type="checkbox"/> 雙膝的距離可依服裝而調整	<input type="checkbox"/> 翹腳時，小腿架在另一大腿上
<input type="checkbox"/> 重心平均分配於臀部與腿部	<input type="checkbox"/> 翹起椅腳或旋轉椅子



## (2) 示範演練說明

- A. 在面試的場合中，坐姿的肢體語言向來佔有一定的評分比例。優雅的坐姿可以傳遞出自信、友善、熱情的訊息。首先就定位時，雙腿與座椅椅沿應相距約0.5~1個腳掌的寬度。上半身保持挺直，坐下時可順手整理外套下緣或裙擺。椅子就座的深度，一般建議在1/2處的位置。兩腳腳尖朝前，膝蓋可微張但不宜超過內肩線的寬度，雙手則平放在大腿上，手上不宜把玩東西，更不可時時撥弄頭髮。若著裙裝者，則需雙膝併攏，雙手可蓋在裙子下擺及兩腿的中間。抬頭挺胸，下巴微收，視線自然與面試主考官或來客相對，保持微笑。
- B. 在入座方面亦應遵守基本禮儀。例如和長輩或女士同時入座時，應先請對方入座後，自己再就座。若想要入座於他人身邊的位置，應先徵得對方同意，並由座位左側入座。就座後可向周圍的人點頭或微笑致意。

## 5. 「表」現親和

### (1) 自我檢查項目

OK	NG
<input type="checkbox"/> 精神飽滿	<input type="checkbox"/> 面無表情或冷漠
<input type="checkbox"/> 眼神專注柔和	<input type="checkbox"/> 眼神飄移或閃躲
<input type="checkbox"/> 微笑自然真誠	<input type="checkbox"/> 嘴角勉強上揚便立刻收起笑容
<input type="checkbox"/> 主動問好或打招呼	<input type="checkbox"/> 不當小動作，如挑眉、皺眉、扁嘴、吐舌、斜眼、白眼等
<input type="checkbox"/> 聲音開朗愉悅	<input type="checkbox"/> 在公共場所補妝或抓頭髮
<input type="checkbox"/> 常把請、謝謝掛在嘴邊	

## (2) 示範演練說明

- A. 眼睛是靈魂之窗，人們腦中的思緒與內心的感受，往往可從眼神中透露出來。專注的眼神所傳遞的訊息便是在乎對方，不需開口便可讓對方倍感尊重，而真誠的微笑則直接表達出對他人的鼓勵與欣賞，讓對方感覺溫暖、易於親近。不妨要求自己在與人四目交接時，立刻報以親切的笑容，讓微笑成為最佳的溝通工具。一旦養成習慣後，主動打招呼便不再是難事。
- B. 首先，請想像令你覺得愉快或溫暖的一樣事物或一個畫面，並把這份快樂的情緒傳遞到全身，帶動嘴角自然的上揚。接著，請轉頭和你身邊的每一個人，

用最開朗的聲音和對方打聲招呼。沈澱一下，感受這種彼此微笑問好所帶來的正面感受。許多人不曾留意自己與人交談時的面部表情和肢體語言，有些小習慣不自覺就會表現出來，像是挑眉、皺眉、扁嘴、吐舌、翻白眼等，或者過於頻繁改變姿勢、把玩手中物品等，都會容易在溝通中造成誤解或讓人留下不良的印象。在溝通場合中，保持適當的空間距離也很重要，距離太遠讓人感覺冷漠，彷彿希望交談盡快結束，距離太近又不免對彼此造成壓力。一般建議在面對面交談時，兩人至少相距約一隻手臂遠的距離，亦可再視關係的親疏遠近略做調整，以維持舒適的談話空間。

## (四) 專業好形象

### 1. 識別形象PIS三要點

個人形象是指品格內涵、外表容貌及言行態度，所綜合呈現的一種反映、感受與評價。有的人希望自己的形象是親切隨和、善於溝通，可是表現出來的容貌卻是面無表情，說起話來總是不顧他人意見，甚至喜歡扁損他人、誇耀自己。如此，當然無法成功表現出自己希望的隨和形象。因此，要達成內外合一的個人形象，應同時考量「識別形象PIS (Personal Identity System)」的三要點：

#### (1) MI理念識別：例如品格內涵。

主要指一個人的性格、品德、專業、內涵、價值觀與學識等，這部分是個人形象的礎石。畢竟，內涵的養成與性格的塑造是需要花費更多時間與精力耕耘，也是最能區別自己與他人不同的地方。

#### (2) BI行為識別：例如言行態度。

主要指一個人的言談舉止、處事態度、生活習慣與應對進退禮儀等。也就是透過謹言慎行的人際互動過程中，慢慢累積別人的信任，塑造出個人形象的金字招牌。

#### (3) VI視覺識別：例如外表容貌。

主要是指一個人的五官、髮型、身材輪廓與穿著方式等外在因素。外表容貌的判斷標準並非強調五官的美麗俊俏或裝扮的流行時髦，而是著重乾淨整齊，尤其選擇服飾時，不但要考量個人身材比例與服裝剪裁的合適性，更要注意穿著場合與時機。



## 2. 形象管理案例分析-嚴長壽（1997）（節錄自總裁獅子心）

23歲，只有高中畢業的他，美國運通公司的傳達小弟是他唯一找得到的工作；28歲，他晉升美國運通公司唯一亞洲籍的總經理；32歲，他成為亞都飯店的總裁。沒有傳奇的背景，也沒有傲人的學歷，嚴長壽靠著各方紮實的自學，培養專業能力，從小地方做起的用心，發揮敬業態度，一路爬升到頂尖地位。嚴長壽在很年輕的時候，就表現出對形象管理的重視，尤以下述三點更是為人所稱道：

### (1) VI視覺識別—穿出職場角色定位

嚴長壽認為一個人必須先看得起自己，才可能讓別人看得起你。嚴長壽觀察外商公司員工的穿著都非常正式，他認為自己也不能例外。為了表示尊重自己的工作，也為了公司對外的形象，嚴長壽從上班的第一天起就天天穿著西裝褲，長袖襯衫，打著領帶，迥異於一般穿牛仔褲和T恤上班的小弟。那時嚴長壽經常送件到律師事務所，工作繁忙的律師通常不會和外來客搭訕，不過他們卻很喜歡和嚴長壽談話。初入社會時的那個決定，讓嚴長壽發現個人形象的重要。

嚴長壽認為同樣是基層工作，如果是建築工地的小弟，當然可以穿牛仔褲，因為在工地就需要這樣穿。但在部長辦公室的小弟，則應該穿襯衫和西褲，重點是要和職場環境搭配。

### (2) BI行為識別—垃圾桶的處事態度

許多人稱羨嚴長壽專業的形象，然而撐起這份形象的，並不只是體面的衣著和社交禮儀，更重要的是由內而外散發的處事態度。當年嚴長壽想在職場上學習別人的專業技能，卻屢碰釘子，某次在收拾同事的垃圾時，他突然體悟到，假如想從別人喜歡且正在做的事情去學習，必定很難有機會，但也許能夠從別人不願意或沒辦法做的事情去學起，於是他開始設立階段性的短期目標，像收垃圾般把別人不想做或嫌麻煩的工作做好，當成是自己的學習機會，從語文、打字，到各種手續的申辦，逐步把生存工具學上手。

### (3) MI理念識別—培養領導者的風範

嚴長壽發現美國運通對主管的要求是有遠見，公司不要主管去操心下一個月的營運，而是要思考未來一年到五年以內會發生什麼事，又該提出哪些因應計畫。嚴長壽告訴自己不能只看眼前，而要學會看得更寬、更高、更廣、更遠，預備未來所需的專業、學識與內涵。他在工作中努力培養自己的領導者風範，學習

如何扮演上司與同事的橋樑，學習如何提振公司的人心與士氣，學習如何培養宏觀視野並洞見危機，終於在職場嶄露頭角，成為台灣飯店界的教父。

## 3. 選擇場合穿對衣

### (1) 服裝傳遞出第一印象

- A. 服裝是對外溝通的重要門面：服裝就像是個人形象的化妝師，也是給人最直接的第一印象。俗語說的好，「人要衣裝，佛要金裝」，適度的修飾自己的服裝儀表，可以讓自己穿得舒適，也讓人覺得得體。
- B. 選擇服飾應多方考量：選擇服飾時，不但要考量個人身材比例與服裝剪裁的合適性，更要注意穿著場合與時機。

### (2) 正式與休閒有差別

不同場合穿著不同服飾是基本的禮貌。因此，除了平日穿著的休閒服飾之外，更應該再準備一套正式服飾，以方便未來面試或參加正式場合時穿著。

- A. 正式服飾：如長袖襯衫、及膝或過膝裙、長褲、西裝外套、套裝等。
- B. 不正式服飾：如短袖T恤、短裙或迷你裙、短褲、夾克、過份暴露或時髦的服飾等。

### (3) 穿衣選搭看場合

參與各類正式場合時，應注意哪些基本服儀呢？

- A. 上台重規矩：包括上台領獎、演講、表演等。無論是上台致詞、演說或領獎，都屬於正式的公開場合，除非上台表演所需，否則應以正式套裝、領結、領帶或洋裝等中規中矩又不花俏為主。如果在校內舉辦相關比賽或活動時，穿著制服也要注意整齊、乾淨為原則。
- B. 參與看場合：包括參加音樂會、餐會、派對、舞會等。這些場合較為多元化，有些邀請函上也會加註「服飾規定」，只要符合場合需求即可。例如有些派對會要求來賓以中國風服飾與會，此時，就應避免全套西裝。
- C. 面試秀專業：包括大學推甄、求職面試等。此類面試主要目的都在徵選人才，如何在短短面試時間展現自己，服裝的印象也在評分項目中。因此，選擇正式服飾款式之餘，也可以運用服裝色彩調配或小配件的運用，展現自己的個人特質。



#### 4. 展現自我好形象

我們很容易從明星偶像、政治人物、商業名人等螢幕上出現的人物中，發覺「形象」的影響力。例如，有些明星總是滿臉笑容、說話得體，予人親切斯文的形象！有些電視名嘴總是言辭犀利，予人敏銳自信的形象。並非只有名人、明星才會被歸納成固定的形象，一般人也會因為個人的特色而被貼上標籤。

當我們意識到自我形象時，便會關注自己的儀容是否得體？在意自己的言談是否適當？並時時警惕與檢討自己在為人處事與人際互動上的表現。因此，展現個人形象的目的是在追求自我的提升、讓自己好的一面真實呈現，而非刻意掩飾隱藏、追求統一標準的假面形象。

### (五) 名片的重量

#### 1. 名片的功能

名片直接翻譯成日文是makko，也就是我的面子之意。在職場或社交場合，名片往往是初次見面時，自我介紹的重要工具。薄薄的一張名片，不僅提供了個人的基本資訊，也代表了個人或所屬公司的風格。一張好的名片可以迅速認識身分，掌握聯絡資訊，更進一步為個人或公司形象做最佳的宣傳與行銷，留下深刻的印象。達成以上溝通的目的，便可使雙方日後的聯繫工作更為便捷。這張小小的紙片，可說是蘊含非常重大的職責與意義。

#### 2. 名片的設計

不同的材質、印刷、色彩、圖案，加上獨特的創意，在方寸大小的名片上，可變化出豐富生動的視覺效果，讓交換名片也能成為一種令人驚喜的期待。一般而言，個人名片的設計宜掌握以下四點原則：

##### (1) 內容精簡勿繁複

姓名、職銜、公司名稱、聯絡電話或傳真、電子郵件地址為必備資訊，有些人還會在名片上註明學經歷、個人格言等，但重點是要簡單明瞭，讓人可以在第一時間瞭解。

##### (2) 字體大小有層次

設計名片時一定要突顯名字，不要讓名片上其他資訊，如電話號碼或電子

郵件地址等密密麻麻的文字把名字淹沒。字體選擇以能清楚辨識為優先，職場上亦不宜使用過於可愛的字體。

##### (3) 顏色圖案展風格

名片的顏色也可以展現專業，反映品牌特色，最常見的選擇是白色、米色、淡褐色，這些顏色容易給人明快、優雅、專業的感覺。但若在你的職業中，色彩應用是很重要的能力，例如從事藝術或設計工作，自由揮灑的空間更大，某些鮮豔色彩或圖案更能強化形象。

##### (4) 紙張宜採高質感

經常被對方握在手上的名片，務必使用材質較佳、硬度較高的紙張，以維持形象質感的一致性。

### (六) 自我介紹的藝術

#### 1. 聽眾的背景分析

自我介紹是一種溝通。在進行溝通前，建議先瞭解聽眾的年齡層、社經背景、主要價值觀、與自己的權力關係等。例如與青少年溝通，要掌握其習慣用語或流行文化；與主管溝通，要先瞭解他可能會關心的事或他所期待的人才特質等，也要避免不正式的用詞。特別是關於面試的自我介紹，事前必須針對目標進行主題資料的蒐集，例如準備大學推甄的面試，可經由校友經驗、網站介紹、輔導室書籍，掌握該科系對學生的要求、課程的安排、未來發展等資訊，如此便可在自我介紹中巧妙與個人特質或生涯規劃相結合。

#### 2. 與緊張和平共處

文化大學廣告學系鈕則勳教授（2007）曾和舞台劇的老演員聊天，當問到他們演出時是否會緊張，他們的回答通常是：「當然會呀！因為我在乎且尊重自己的演出，所以對我來說，每次的表演都是一個新嘗試。」這些身經百戰的老鳥都會緊張了，更何況是偶爾上台說話的一般人。換個角度想，緊張正可以幫助我們全力以赴，不妨學習和自己的緊張和平共處。首先，練習用微笑安定自己和他人，想像裴勇俊真誠燦爛的招牌笑容，即便語言不通，都能讓人感受到愉悅與善意。然後，再以柔和眼神直視對方，當四目交接時練習不閃躲、不飄移，這是一種自信，也是一種尊重的表達。



### 3. 演說的基本技巧

鈕則勳教授指出自我介紹是一場簡短的演說，演講的主題則是關於自己，除了一般制式的開場之外，也可視時間與情境運用典故、廣告詞、生活經驗來破題，但不必多說無關緊要的細節，通常開場白的時間只能佔整個演講的十分之一。在演講的主體方面，如有較多內容欲說明，可採條列的方式表達，使聽眾迅速掌握表達的重點，若欲傳達具有說服力的論點，具體數字的輔助亦有強化印象的魔力。而在結尾時，如能以一個概念來統合整個內容，讓最後幾個字都津津有味，對加深印象更有超級回馬槍的功效。

在自我介紹中，最常出現的毛病便是口頭禪或語助詞的濫用，例如不斷地使用「然後」、「這個」、「就是」等贅詞。另外，口齒清晰以及語調的抑揚頓挫也需要加以注意，前者可多唸文章並錄音檢查，以找出問題，後者可練習用不同的方式唸同一段話，例如：我 剛才 沒看見 他拿 你的東西。這句話至少便可有五種不同的說法，透過音調變化可以感受不同的強調重點。再加上臉部表情的配合運用，可以帶來有畫面的溝通，強化聽眾的印象。

### 4. 傳遞正面的訊息

有些職場新鮮人在面試中會說：「不好意思，我沒有準備的很好。」，或「抱歉，我真的很緊張。」之類的话，這些並不會被視作謙虛的表現，反而容易讓主考官對你的自信大打折扣，試想一個對自己都不肯定的人，要別人如何相信你。但也不能讓人感覺過於自負或自傲，這是許多企業任才時最反感的態度之一。職場新鮮人自以為是或不懂裝懂的表现，將阻絕自己學習與成長的良機。有自信的人遇到不懂的新事物時，更應努力展現自己正向的一面，讓對方感受到你的積極，例如說明雖然自己目前尚不瞭解某事物，但將會盡快去熟悉並學習，而非僅以我不會或我不知道作為回應。

## 五、教學活動概要

活動名稱	時間	活動內容
流行衝鋒隊	100分鐘 (兩節課)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 探討時尚經典設計之事典。</li> <li>2. 藉由「時尚外景隊」小組採訪，觀察青少年街頭流行。</li> <li>3. 比較主流行與街頭流行之差異。</li> <li>4. 蒐集流行資訊，釐清流行價值觀。</li> </ol>
時尚創意家	100分鐘 (兩節課)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 帶領學生探索與分析常見的五大流行風格</li> <li>2. 擷取五大流行元素特色，重新創造現代新詮釋。</li> <li>3. 分享與賞析各組的流行創作展演。</li> </ol>
青春美力學	100分鐘 (兩節課)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 從不同時代對美的要求，與多元美感經驗的分享，培養對自己身體的珍愛。</li> <li>2. 透過小組快問快答活動，建立髮膚保養正確觀念，並澄清相關迷思。</li> <li>3. 檢視自己的儀態，練習如何站出優雅、走出風采、蹲得俐落、坐出自信、表現親和</li> </ol>
專業好形象	100分鐘 (兩節課)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 藉由全班討論，探討形象的內涵與定義。</li> <li>2. 從識別形象PIS中，分析良好形象應具備的三大要點。</li> <li>3. 透過圖片，比較正式與不正式服裝之差異，進而體認不同場合的穿衣原則。</li> <li>4. 從小組分析報告中，瞭解名人、明星的PIS特質，作為個人形象塑造之參考。</li> </ol>
打造個人品牌	200分鐘 (四節課)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 從影片中分析自我介紹時可能出錯的形象問題，以為自己的借鏡。</li> <li>2. 找出個人品牌定位，並透過相互回饋，確認及修正個人形象。</li> <li>3. 練習善用個人形象管理的兩大工具：名片及自我介紹，做好個人形象的行銷。</li> </ol>



## 六、教學活動設計

### 教學活動一：流行衝鋒隊

活動目標	1. 認識流行的定義與特質。 2. 學會流行資訊的蒐集與運用。 3. 分析與比較主流設計風格與青少年街頭流行風格之異同。 4. 建立正確之流行價值觀。	
活動時間	100分鐘（二節課）	
準備事項	學生	1. 每位同學：蒐集當季流行訊息文字與圖片。 2. 指定組：課前選出全班其中一組，擔任「時尚外景隊」，進行街頭採訪與拍攝。
	教師	1. 製作「流行一窩蜂.ppt」、「時尚傳奇事典.ppt」、「多元時尚設計.ppt」。 2. 設計「流行趨勢加油站」、「時尚外景隊」、「經典時尚新風貌」學習單。 3. 蒐集流行網站、雜誌、報紙，掌握流行訊息。 4. 準備單槍投影機、網路連結、學習單等。

活動流程		
時間	主要內容	教學資源
10分鐘	<b>(一) 流行就是一窩蜂</b> <b>1. 認識流行</b> 教師播放最新流行圖片，讓學生發表對「流行」的想法，進而點出流行的定義與特質。 (1) 流行的定義 流行是指特定時間與地點為大多數人接受的物體、思想或行為，也可以說是某一特定時間內的趨勢與風潮。 (2) 流行的特質 「參與流行」的同時能滿足一體感與特殊感，足以驅使人們迎向一窩蜂的熱潮。就像是人類的生命週期，有其消長興衰的歷程。	「流行一窩蜂.ppt」

	<b>2. 發現流行</b> 延續流行的話題，並讓學生思考流行的源頭？誰在帶動流行呢？ (1) 流行源頭 A. 設計師主導：巴黎、米蘭、紐約、倫敦、東京。 B. 街頭反撲：青少年次文化、街頭流行等。 (2) 流行資訊 包括，報紙、雜誌、網路、電視等。 <b>3. 教師整理</b> 流行必需一窩蜂才成立。然而，當大家一窩蜂追著流行時，卻是流行消逝的時候，取而代之的是新的流行，於是大家又疲於奔命追求下一個流行，週而復始。因此，當我們揭開流行真面目時，就應該知道，隨時都可能製造新的流行，大家不必要每次都要追著流行跑，選擇適合自己的流行，才是明智的。	
20分鐘	<b>(二) 歷久彌新的時尚傳奇</b> 教師先引起話題：流行不斷在變，許多品牌也在流行漩渦中浮沈，有些品牌卻能屹立不搖且歷久彌新，這些品牌的創立精神與設計風格，值得我們丟開名牌與金錢的虛華想法，以另一角度深入瞭解。 <b>1. 時尚傳奇事典</b> 教師用說故事方式，讓大家瞭解許多時尚的第一次誕生紀事，包括褲子、大衣、服裝、鞋子、包包等，藉此帶出這些百年品牌對時尚的貢獻與價值。 (1) 第一條牛仔褲為礦工而生：Levi's (2) 第一套印滿蘇格蘭家徽的軍衣：Burberry (3) 第一件用英文字母詮釋的剪裁輪廓：Christian Dior (4) 第一次使用假珠寶混搭的服飾：Chanel (5) 第一雙因物資欠缺而創造的隱形涼鞋：Ferragamo (6) 第一款運用馬具技術打造的手工皮包：Hermès	「時尚傳奇事典.ppt」





	<p><b>2. 多元時尚設計</b> 教師以不同設計師在舞台發表的服飾為例，讓學生感受不同設計觀點下的多元美感。</p> <p>(1) 從不同特色之設計師服裝發表作品中，探索多元化的流行風格。</p> <p>(2) 包容多元的流行美學：讓學生自由發表對不同流行設計的看法。</p> <p><b>3. 教師彙整</b> 流行不再一元化，我們可以從欣賞的角度，享受每一季多元變化的流行風格，卻不一定要將流行照單全收。</p>	「多元時尚設計.ppt」
20分鐘	<p><b>(三) 流行趨勢加油站</b></p> <p><b>1. 流行訊息分享</b></p> <p>(1) 每位同學將所蒐集的流行資訊剪報黏貼於學習單(附件一)。</p> <p>(2) 小組成員互相分享流行資訊。</p> <p>(3) 教師要求各組派一名代表，說明組內整合出的流行重點趨勢。</p> <p><b>2. 綜合結論</b> 透過資訊的蒐集，我們可以掌握流行的脈動，也可以讓我們在選擇流行性商品時，可以多一點認識，避免受流行所左右。 ~第一節課結束~</p>	附件一： 「流行趨勢加油站」學習單
10分鐘	<p><b>(四) 另類時尚傳奇</b></p> <p><b>1. 不容忽視的青少年流行</b> 流行之所以成為流行，就是需要流行的帶動者與跟隨者，讓流行從少數變成多數。過去我們總認為流行是上行下效，然而，到了50年代大眾文化興起，60-70年代的流行被街頭的嬉皮所主導，甚至持續至今不退燒的嘻哈風格也是來自美國貧民區的流行風格等，這些都是反過來下行上效的流行風尚。可見，流行並非被設計師所獨攬，往往青少年的穿著文化，在相互影響與較勁下，會迸出不同的另類流行。</p>	

	<p><b>2. 青少年創造流行的方式</b> 說明青少年流行創造來源，來自音樂團體帶動、偶像崇拜、同儕模仿等影響。</p> <p>(1) 音樂團體 例如，嬉皮風來自搖滾樂手的穿著。</p> <p>(2) 偶像崇拜 例如，偶像明星帶動穿著與髮妝。</p> <p>(3) 同儕模仿 例如，日本原宿的「109辣妹」風。</p>	
30分鐘	<p><b>(五) 時尚外景隊出擊</b></p> <p><b>1. 指定組分享街頭採訪的圖片與問卷</b> 教師在學期開始時，即預先分配此報告給指定組進行，需2週以上準備為宜(包括擬定問卷/問題、安排實地採訪與拍攝、事後電腦處理與剪接工作、上台發表等)。</p> <p>(1) 採訪對象：15-20歲</p> <p>(2) 採訪內容：設計至少10個問題</p> <p>(3) 採訪方式：問卷+拍攝與訪問</p> <p><b>2. 分析與探討街頭流行</b> 藉由小組延伸觸角，讓同學得以瞭解現階段的青少年街頭裝扮，也許是奇裝異服，也許時髦有型或自成風格等，這些都是青少年透過服飾表達自己的一種溝通方式。透過訪問，我們將更能瞭解青少年的穿衣文化。</p>	附件二： 「時尚外景隊」學習單  指定小組自製簡報
10分鐘	<p><b>(六) 流行經典回顧</b></p> <p><b>1. 流行萬變，經典不變</b></p> <p>(1) 正確的流行觀 教師引用來弗理論 (James Laver) 解釋流行與時間的關係，同時，在這理論中也可以解釋流行的價值。</p> <p>10年前—無理的 5年前—無恥的 1年前—大膽的 現在—時髦的</p>	附件三： 「經典時尚新風貌」學習單



## 教學活動二：時尚創意宗

<b>活動目標</b>	1. 認識常見的五大流行風格與緣起。 2. 運用多元素材，開創經典流行新風貌。 3. 發表時尚創作，培養分享與賞析流行美學的能力。	
<b>活動時間</b>	100分鐘(二節課)	
<b>準備事項</b>	學生	1. 各組依據上週抽取主題，進行主題資訊蒐集與服裝材料之準備(參考附件三)。 2. 擔任「時尚外景隊」之小組，僅需攜帶相機，繼續擔任拍攝與訪問之角色，無需主題展演。
	教師	1. 蒐集五大流行風格之典故與服飾特色。 2. 製作「流行風格演變.ppt」、「常見的五大流行風格.ppt」。 3. 準備單槍投影機、學習單、麥克風、相機或錄影器材等。

活 動 流 程		
時間	主要內容	教學資源
10分鐘	<b>(一) 流行風格的演變</b> <b>1. 復古年代的流行代表</b> (1) 20-90年代的流行風格 教師事前蒐集20-90年代的圖片，透過圖片說明各年代的流行風格。 (2) 連連看 總結各年代與風格之關連。例如： 20年代呈現像男孩般的女孩風格 30年代走向保守 40年代走向優雅 50年代走向多元化 60年代則以嬉皮搖滾風格當道 70年代是迪斯科的阿哥哥風格 80年代走向雅痞風 90年代走向極簡風 現在則為多樣化風格	「流行風格演變ppt」

1年後—過時的 10年後—可怕的 20年後—可笑的 30年後—有趣的 50年後—古雅的 70年後—迷人的 100年後—浪漫的 150年後—美麗的 (2) 點出常見的五大流行 雖然流行在不同時間有不同意義，但是，許多流行卻跨越流行，而成為經典的設計風格，令人難忘！此時，教師點出五大流行風格：如嬉皮、龐克、嘻哈、雅痞、波西米亞等。 <b>2. 下週課程準備</b> (1) 抽出各組下週表演主題 教師準備主題籤，請各小組抽選下週表演的主題，並發下「經典時尚新風貌」小組學習單(時尚外景之報告組可免)。 (2) 總結本節內容並說明下週準備事項。 ~第二節課結束~	附件四： 五大流行主題籤
---	-----------------



	<p><b>2. 流行回顧</b> 教師請學生回想這幾年還有哪些設計或款式，是歷久彌新，幾乎不褪流行呢？藉此引出許多的流行，可能因而持續下去，成為「經典設計」。</p>	
30分鐘	<p><b>(二) 常見的五大流行風格</b> 1. 提出常見的流行風格 教師請同學自由發表，現在仍耳熟能詳的「流行風格」。例如，嬉皮風、嘻哈風、龐克風等。 2. 介紹五大流行風格緣起與特色 (1) 小組說明 請各組以2-3分鐘介紹該組所蒐集之流行風格特色（依據上週抽籤內容）。 (2) 教師總結 各風格的緣起，並由圖片分析其經典特色。最後，分析比較五大風格的差異。</p>	「常見的五大流行風格.ppt」
10分鐘	<p><b>(三) 重新詮釋新風格</b> 1. 各組準備風格造型 (1) 模特兒：至少1人 (2) 旁白：至少1人 (3) 造型風格：依據上週抽選主題，並從家裡搜尋小配件或道具，讓原有風格因不同元素的混合，而能轉變為現代的新風格。 ~第一節課結束~</p>	各組自備服裝、相關材料等
10分鐘	<p><b>2. 延續前一節課之準備時間</b></p>	
30分鐘	<p><b>(四) 經典風格再生</b> 1. 各組展演 (1) 展演方式 主要以靜態姿態為主，也就是請各組選出的模特兒，參考所蒐集的復古年代劇照或圖片，擺出符合該年代流行風格的姿態，同時，可搭配部分動態走秀或戲劇演出。</p>	各組準備服裝道具並擬定旁白稿

	<p>(2) 展演時間：每組約5分鐘為限。 (3) 展演內容 A. 服飾道具：事前依需要準備或製作適合的布景與道具。 B. 旁白介紹：說明原有風格特色以及後來加入哪些現代元素，最後組成如何的整體風格？ (4) 舉例說明 A. 「嘻哈台客風」：將台客的花襯衫搭配嘻哈的T恤+垮褲，呈現另一種風格。 B. 「龐克甜美風」：將龐克元素加上甜美公主風，混搭出上衣是龐克鉚釘馬甲，下半身則以短蓬裙，呈現衝突的美感。 C. 「波西米亞牛仔風」：以牛仔作為主要質材，以波西米亞多層次披掛為精神，搭出頭戴牛仔帽、上身穿牛仔短背心，搭配流蘇腰帶與牛仔長裙，再配上大量首飾配件，展現新風格。 (5) 注意事項 A. 搭配結果以美感為考量，切勿過於誇張或搞笑。 B. 如需製作道具，則盡量運用環保素材創作，避免不必要的浪費。</p>	
10分鐘	<p><b>2. 欣賞與分析</b> (1) 票選方式 由同學與教師，每人一票共同票選出最具創意的流行風格。 (2) 綜合結論 ~第二節課結束~</p>	



### 教學活動三：青春美力學

活動目標	1. 培養多元而健康的美感價值。 2. 學習珍愛自己並欣賞他人。 3. 建立髮膚保養的正確觀念。 4. 落實美姿美儀的習慣。	
活動時間	100分鐘(兩節課)	
準備事項	教師	1. 製作「健康正是時尚美.ppt」、「髮膚保養擂臺賽.ppt」 2. 製作「儀態美感特務」學習單。 3. 準備立鏡數面、單槍投影機等。

活 動 流 程		
時間	主要內容	教學資源
20分鐘	<b>(一) 健康正是時尚美</b> <b>1. 美的定義</b> 教師先請問學生：你喜歡自己的身體嗎？你認為自己的體型是消瘦、過輕、正常、過重、肥胖？請根據自己的BMI值，對照自己所認知的體型與實際的體型是否一致？為什麼有些人主觀認知的體型會和客觀的標準有這麼大的差異呢？ 教師再請問學生：在你心目中有哪些人是帥哥或美女的代表？他們最美的特點是什麼？由此帶入討論美有哪些標準，並以古今中外美的代表人物為例，說明人們對外表的喜好總是不斷地變動，當前主流媒體所呈現的美貌形象，與現實生活中的一般人往往存在明顯差距，並融入身體意象的概念，解說身體意象的影響力及其相關因素，包括：年齡、性別、同儕、媒體等。	附件五：「從BMI值判定體型」 教師自製簡報
5分鐘	<b>2. 珍愛身體做自己</b> 經過上述檢視後，請學生重新思考：在你生活中，有哪些人曾帶給你美的感受？他們最美的一面	

	是什麼？鼓勵學生主動分享，以重新建構對美的多元體驗與認知，並提醒學生懂得珍愛身體做自己，比起盲目模仿單一的美，更能符合強調個人風格的時尚精神。	
5分鐘	<b>(二) 髮膚保養展青春</b> <b>1. 愛自己從寶貝髮膚開始</b> 愛自己的第一步，就從身體髮膚的照顧做起。多數學生於國中階段已學過髮膚質的檢測與清潔方法，教師可先帶領學生複習洗頭與洗臉的正確步驟。	
20分鐘	<b>2. 小組挑戰賽</b> 以小組競賽方式，挑戰髮膚保養觀念，可請全組起立應答，答錯坐下，答對站著繼續挑戰，並鼓勵小組合作，題目終結時，仍有組員站著便可加分。挑戰題目舉例如下： <b>頭髮篇—</b> (1) 頭髮主要成分是角質蛋白，所以均衡攝取蛋豆魚肉類食物，能使頭髮健康有光澤？ (2) 雙效合一的洗髮精通常洗淨力較差？ (3) 頭皮屑主要是皮屑芽孢菌作祟，好發於油性頭皮，乾性頭皮不會有此困擾？ (4) 染髮前兩天最好不要洗頭，讓頭皮充滿油脂膜，以發揮保護功能？ (5) 當髮尾出現分岔時，護髮用品已無法修復，只有修剪一途？ <b>皮膚篇—</b> (6) 洗臉時因毛孔張開，選擇有果酸、抗老、美白機能的洗面產品，可深入保養功效？ (7) 將化妝水不定時噴灑於臉上，可補給肌膚水分，並發揮保濕功能？ (8) 當青春痘出現紅腫熱痛或化膿時，就不宜使用痘痘隱形貼，以免導致發炎惡化？ (9) 保養品的成分愈多元，網路試用口碑愈佳，對皮膚的保養效果也愈佳？	「髮膚保養擂臺賽.ppt」



## 教學活動四：專業好形象

<b>活動目標</b>	1. 瞭解形象的重要性。 2. 分析良好形象應具備的條件。 3. 認識正式與休閒服裝之異同。 4. 瞭解各種專業形象與不同場合的穿衣原則。 5. 分析比較名人的形象管理。	
<b>活動時間</b>	100分鐘(兩節課)	
<b>準備事項</b>	學生	1. 觀察名人、明星或生活周遭師長、同儕，你覺得誰具備值得效法的良好形象。 2. 選定其中一小組，課前完成「六大名人形象剖析」，並上台報告。
	教師	1. 製作「正式休閒比一比.ppt」。 2. 課前兩週發給指定小組「六大名人形象解析」學習單。 3. 準備單槍投影機、麥克風等。

活 動 流 程		
時間	主要內容	教學資源
15分鐘	<b>(一) 形象行不行</b> <b>1. 認識形象的重要</b> 先請同學發表對形象看法？並說明自己心中理想的形象代表人？為什麼？藉此點出形象的內涵與定義。 (1) 形象的定義 指品格內涵、外表容貌及言行態度，所綜合呈現的一種反映、感受與評價。 (2) 形象的影響 形象就像標籤一樣，不好的形象容易造成不必要的誤解，甚至阻擋他人認識自己的機會。至於，好的形象則有「如魚得水」的感覺，讓人願意親近。	

	(10) 洗完泡泡浴後，為延長其護膚效果，應以浴巾拍乾身體，避免再次沖洗？ <b>搶答題一</b> (11) 原本10分鐘會被曬紅的皮膚，擦上SPF15的防曬乳，可延長多久才會曬紅？而原本10分鐘會被曬黑的皮膚，擦上PA+的防曬乳，可延長多久才會曬黑？ (註) 教師可斟酌學生需求及時間，擇取適量的題目。 ~第一節課結束~	
10分鐘	<b>(三) 儀態美感基本功</b> <b>1. 儀態美感特務</b> 教師說明懂得珍愛自己身體的人，不能輕忽長期的不良姿勢對體型與健康的折損，而再美好的外表或造型，若是缺少美好的儀態，也無法襯托出應有的品味。請學生填寫「儀態美感特務」學習單，檢查在站姿、走姿、蹲姿、坐姿、表情等方面，自己平常容易犯哪些NG項目？	附件六： 「儀態美感特務」
35分鐘	<b>2. 示範演練</b> 教師說明如何以自然的儀態，提升身體的美感，示範並帶領學生面對鏡子（若無鏡子，則請學生兩兩相對檢視並練習），實際進行以下演練： (1) 「站」出優雅 (2) 「走」出風采 (3) 「蹲」得俐落 (4) 「坐」出自信 (5) 「表」現親和	立鏡
5分鐘	<b>(四) 總結</b> 本單元總結，並說明下週準備事項。 ~第二節課結束~	



	<p><b>2. 識別形象PIS的三要點</b></p> <p>(1) MI理念識別：例如品格內涵          主要指一個人的性格、品德、專業、內涵、價值觀與學識等，這部分是個人形象的基礎。</p> <p>(2) BI行為識別：例如言行態度          主要指一個人的言談舉止、處事態度、生活習慣與應對進退禮儀等。</p> <p>(3) VI視覺識別：例如外表容貌          主要是指一個人的五官、髮型、身材輪廓與穿著方式等外在因素。</p>	
35分鐘	<p><b>(二) 形象的化妝師</b></p> <p><b>1. 服裝傳遞出第一印象</b></p> <p>(1) 服裝是對外溝通的重要門面          服裝就像是個人形象的化妝師，也是給人最直接的第一印象。外表容貌的判斷標準並非強調五官的美麗俊俏或裝扮的流行時髦，而是著重乾淨整齊、打扮合宜。</p> <p>(2) 選擇服飾應多方考量          選擇服飾時，不但要考量個人身材比例與服裝剪裁的合適性，更要注意穿著場合與時機。</p> <p><b>2. 正式與休閒有差別</b></p> <p>不同場合穿著不同服飾是基本的禮貌，因此，除了平日穿著的休閒服飾之外，更應該再準備一套正式服飾，以方便未來面試或參加正式場合時穿著。</p> <p>(1) 服飾穿著來搶答          以「正式休閒比一比.ppt」圖片對照，請全班分組搶答。</p> <p>(2) 正式休閒多比較          歸納正式與休閒服飾之差異，並依據解答，說明正式或不正式服飾在穿著時應注意的事項。</p>	「正式休閒比一比.ppt」

	<p><b>3. 穿衣選搭看場合</b></p> <p>進一步依據不同狀況，分析比較參與各類正式場合時，應注意的基本服儀。</p> <p>(1) 上台重規矩          除非上台表演所需，否則應以正式套裝、領結、領帶或洋裝等中規中矩又不花俏為主。</p> <p>(2) 參與看場合          包括參加音樂會、餐會、派對、舞會等。這些場合較為多元化，有些邀請函上也會加註「服飾規定」，只要符合場合需求即可。</p> <p>(3) 面試秀專業          包括大學推甄、求職面試等。此類面試主要目的都在徵選人才，如何在短短面試時間展現自己，服裝的印象也在評分項目中。</p> <p style="text-align: center;">~第一節課結束~</p>	
10分鐘	<p><b>(三) 名人形象管理</b></p> <p>教師從亞都飯店總裁嚴長壽的故事談起，請學生思考並分析：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>嚴先生呈現出什麼樣的職場個人形象？有哪些值得我們學習的地方？</li> <li>還有哪些名人、明星或企業家，兼具PIS三大要項，屬於表裡合一的好形象？</li> </ol>	
35分鐘	<p><b>(四) 小組剖析名人形象特質</b></p> <p>教師事先於課前兩週，選派班上某一小組進行「六大名人形象剖析」小組報告。請該小組依據學習單內容蒐集六個不同特質之名人，進行PIS形象識別形象。其中包括至少一名企業家、一名政治人物、一位明星等。</p>	指定小組自製簡報 附件七：「六大名人形象剖析」學習單
5分鐘	<p><b>(五) 結論</b></p> <p>教師提醒同學：展現個人形象的目的是在追求自我的提升、讓自己好的一面真實呈現，而非刻意掩飾隱藏、追求統一標準的假面形象。</p> <p style="text-align: center;">~第二節課結束~</p>	



## 教學活動五：打造個人品牌

活動目標	1. 探索個人品牌定位與努力方向。 2. 瞭解名片的功能與設計的要點。 3. 善用自我介紹以行銷個人形象。	
活動時間	200分鐘（四節課）	
準備事項	學生	1. 個人至少帶一張具特色的名片。 2. 個人於課前完成「黃金六十秒」學習單。
	教師	1. 製作「我就是品牌.ppt」。 2. 製作「我就是品牌」、「黃金六十秒」學習單。 3. 準備剪刀、膠水、相機、計時器、錄影器材、單槍投影機等。

活 動 流 程		
時間	主要內容	教學資源
20分鐘	<p><b>(一) 我就是品牌</b></p> <p>教師舉上週案例分析為例，請學生討論如何以三個主要的特色描述該名人的基本形象。並進一步思考自己是否也有明顯的特質或長處，帶給別人正面而鮮明的存在感？為明確掌握自己目前的個人形象，請學生完成「我就是品牌」學習單。</p> <p>分享上述活動的發現。教師可提醒學生，倘若發現在描述自己上很難下筆，或同學很難清楚地描述你，表示自己的個人形象通常很模糊；若是自己的答案和同學的答案差距太大，則表示對自己的形象認知可能有誤。進入職場後亦可隨時運用此測驗，確認個人形象是否合乎期待且清楚明確，隨時掌握需努力的方向。</p>	教師自製簡報附件八： 「我就是品牌」學習單  膠水
30分鐘	<p><b>(二) 行銷自己</b></p> <p><b>1. 名片的重量</b></p> <p>不論在職場或社交場合，名片都是個人形象行銷的重要工具，當它的可看性增加，對方對你也可</p>	相機

	<p>能留下較深刻的印象，先請學生自由發表：在個人名片上會有哪些資訊？教師由此說明薄薄的一張名片，在行銷個人形象上所發揮的重要功能。</p> <p>請每位學生至少帶一張名片，先在組內分享其特色，再推派一位代表介紹小組公認最佳設計的名片及其優點，教師則協助拍照展示。最後教師以ppt歸納說明名片設計應掌握的要點，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 內容精簡勿繁複</li> <li>(2) 字體大小有層次</li> <li>(3) 顏色圖案展風格</li> <li>(4) 紙張宜採高質感</li> </ol> <p><b>2. 自我介紹的藝術</b></p> <p>進入職場或參加社交活動時，第一次的自我介紹往往是行銷個人形象的最佳時機。先請問學生：從小到大我們聽過無數次的自我介紹，有哪些人的自我介紹讓你記憶猶新？為什麼多數的自我介紹總是很難留下深刻的印象？想要做好出色的自我介紹，應注意哪些要點？並將討論結果條列於黑板。</p> <p>教師歸納上述討論，由此點出自我介紹涵蓋了個人形象行銷的三大層面：視覺方面指專業的服裝造型與儀態，聽覺方面是指音質、音量、音調的運用，內容方面則是個人品格內涵。並講解自我介紹的藝術：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 聽眾的背景分析</li> <li>(2) 與緊張和平共處</li> <li>(3) 演說的基本技巧</li> <li>(4) 傳遞正面的訊息</li> </ol> <p style="text-align: center;">~第一節課結束~</p>	
40分鐘	<p><b>(三) PIS形象滿分</b></p> <p><b>1. 專業形象來找碴</b></p> <p>教師播放正式組與休閒組各七種不同情境的自我介紹之形象短片，讓學生分組討論各情境的形象分數。</p>	「專業形象來找碴」影片



	<p><b>2. 得宜形象好建議</b> 依據上述影片內容，請各組討論學習單的問題，並提出處理方案。</p> <p><b>3. 教師收回小組學習單，並綜合結論</b></p>	附件九： 「專業形象來找碴」學習單
10分鐘	<p><b>(四) 下週活動準備</b> 教師講解下週活動內容與準備工作，抽籤決定個人模擬情境，並請學生於課堂間先完成「黃金六十秒」學習單的模擬情境說明與整體形象訴求，而服裝造型重點及自我介紹內容，則於下週上課前自行完成。</p> <p style="text-align: center;">~第二節課結束~</p>	附件十： 「黃金六十秒」學習單
75分鐘	<p><b>(五) 黃金六十秒</b></p> <p><b>1. 活動目標</b> 能因應不同場合的需要，以六十秒的時間進行完整的自我介紹，使人在短時間內瞭解自己，並留下最佳的第一印象。</p> <p><b>2. 模擬情境</b> (1) 正式組：大學推甄面試自我介紹，推甄學校科系自行設定。 (2) 休閒組：校際社團聯誼自我介紹，社團活動性質自行設定。 註：教師可根據學生的學習需求，設定不同的自我介紹情境。</p> <p><b>3. 活動流程</b> 25分鐘—換裝、造型及準備 25分鐘—正式場合之黃金六十秒 25分鐘—休閒場合之黃金六十秒 15分鐘—票選、講評及拍照 10分鐘—場地收拾及換裝</p>	計時器 相機 錄影器材 附件十： 「黃金六十秒」學習單
	<p><b>4. 分工方式</b> (1) 值日組負責活動進行中的計時與錄影，及活動結束最後的計票。 (2) 各組自備相機，於活動結束後拍攝組員的定裝照片，可供作日後學習檔案的素材。</p>	

25分鐘	<p><b>(六) 總結</b></p> <p><b>1. 評量方式</b> (1) 教師評量：評分比重為內容佔50%、臺風佔25%、造型25%。 (2) 學生互評：得獎學生可獲個人成績加分。分為正式組與休閒組，請學生於活動最後，將學習單的選票撕下投入票箱。獎項包括： A. 最佳內容獎：正式組、休閒組各1位。 B. 最佳臺風獎：正式組、休閒組各1位。 C. 最佳造型獎：正式組、休閒組各1位。</p> <p><b>2. 教師講評</b> ~第四節課結束~</p>	
------	--	--





## 七、參考資料：

- Ivan (2007)。Cool business card designs。2008年10月6日取自[http://creativebits.org/cool\\_business\\_card\\_designs](http://creativebits.org/cool_business_card_designs)
- 方蘭生(1995)。形象魅力。臺北市：希代。
- 王受之(2002)。世界服裝史。北京：中國青年出版社。
- 王慧雲(譯)(2006)。Graydon,S.著。別和外表過不去。臺北市：天下。
- 史書華(2008)。1000大企業最愛大學生調查。Cheers雜誌求職指南專刊。
- 朱衣(譯)(2005)。Carter-Scott, C.著。高校生涯的酷活點子。臺北市：時報。
- 牟宗璋(1993)。創意名片設計。臺北市：三采。
- 余宜芳(2007)。臺積DNA—年輕工作者的40堂修練課。臺北市：天下。
- 李宏偉(譯)(1997)。Kaiser,B.S.著。服裝社會心理學。臺北市：商鼎。
- 李宏偉、王倩梅、洪瑞麟(譯)(1999)。Porna,R.著。流行預測。臺北市：商鼎。
- 李桂芬(2005)。嚴長壽：真正的品味來自深沉的教養。遠見雜誌品味特刊。
- 李淑嫻(譯)(2003)。RoAne, S.著。個人公關。臺北市：天下。
- 宗明(譯)(2003)。Ky, T.等著。燕瘦環肥—完美身材的歷史。臺北市：先覺。
- 東京視覺研究所(2008)。數位設計案內所—名片篇。臺北市：無限可能創意。
- 林文昌、歐秀明(1992)。服裝色彩學。臺北市：藝術圖書。
- 林杏足(2003)。身體意象不良與飲食異常。2008年5月21日取自<http://highrisk.ncue.edu.tw/overeat.htm>
- 林淑英(1999)。輔仁服飾辭典。臺北縣新莊市：輔大。
- 林慧淳(2007)。昂首闊步，像名模一樣走的美。康健雜誌，109期。
- 林薇、劉貴雲、杭極敏、高美丁、林秋慧(2005)。珍愛身體，做我自己。臺北市：行政院衛生署。
- 張佳雯(譯)(2005)。日本雜學研究會著。名牌趣味小事典。臺北市：如何。
- 張定綺(譯)(1995)。Coleridge,N.著。流行陰謀—名牌時裝帝國遊記。臺北市：時報。
- 張瑞林、鄭超銘(譯)(2005)。Baldrige,L.著。國際禮儀—塑造專業形象。臺北市：智庫。

- 張靜慧(2006)。愛上胖胖的自己。康健雜誌，86期。
- 張麗卿(2007)。化妝品達人Lesson1—品牌沒有告訴你的事。臺北市：寶瓶。
- 張麗卿(2007)。化妝品達人Lesson2—保養品和你想的不一樣。臺北市：寶瓶。
- 深井晃子(2005)。你不可不知道的101個世界名牌。臺北市：高談。
- 陳文敏(2006)。你就是品牌。臺北市：天下。
- 陳淑娟(2006)。打造一個全新的自己—美姿美儀的養成與運用。臺北市：理得。
- 陳義勝、陳海鳴、諸承明、楊演燦、陳世晉(2005)。職場個人魅力管理。臺北縣：國立空中大學。
- 陳麗卿(2004)。Image—展現專業的形象。臺北市：商鼎。
- 麥立心(2007)。林志玲：把自己看小，把事情做大。Cheers雜誌，76期。
- 博碩文化譯(2008)。高橋正之等原著。給設計師的名片卡片設計典。臺北市：博碩。
- 喬昭華、鄭靜宜、蘇旭君、饒湘蘭、賴裕綺(2003)。服飾與生活。臺北縣蘆洲市：空大。
- 鈕則勳(2007)。個人公關搞什麼—打造人氣新天王。臺北市：米羅。
- 黃如玉(2007)。體態，決定你的健康—黃如玉醫師的脊骨平衡完全手冊。臺北市：新自然主義。
- 黃詩芬(譯)(2006)。O'keeffe, L.著。你不可不知道的經典名鞋及其設計師。臺北市：高談文化。
- 黃麗娜(2005)。流行現場。臺北市：商鼎。
- 廖苑利(2004)。打破101個保養迷思—專業皮膚科醫師的美人處方。臺北市：方智。
- 廖苑利、陳奕安、陳建華、黃莉玲、江耀國(2007)。美膚聖經101。臺北市：方智。
- 臺灣麥克出版社(譯)(1999)。Masterton, A.著。姿勢自療法。臺北市：臺灣麥克。
- 劉復苓(譯)(2003)。Stein, M.著。面試無所畏—展現自信、從容應對、輕鬆贏得理想工作。臺北市：美商麥格羅·希爾。
- 潘靜中、高姝月、金陵(譯)(1997)。Easey,M.著。服飾行銷學。臺北市：商鼎。
- 蔣勳(2008)。身體美學。臺北市：遠流。
- 蔡憶雲(譯)(2007)。伊藤和磨著。姿勢美人。臺北市：遠流。
- 鄭雅文(2005)。大眾媒體對青少年身體意象、心理健康、與飲食障礙問題之影響。衛生署委託科技研究計畫(計畫編號DOH93-TD-M-113-009)



鄭靜宜(譯)(2004)。Barnard, M. 著。流行溝通。臺北市：桂冠。

黎士鳴(譯)(2001)。Grogan, S. 著。身體意象。臺北市：弘智。

盧淑芬(2006)。世界時尚名牌聖經：時尚品牌A to Z。臺北市：太雅。

賴則先(譯)(2007)。Kaputa, C. 著。我就是品牌。臺北市：高寶。

謝臥龍(2004)。Men & Body Image。2008年5月21日取自<http://ehumed.kmu.edu.tw/images/papers/gender/nkfust/GCS/11-3-1.ppt>。

嚴長壽(1997)。總裁獅子心。臺北市：平安。

嚴長壽、宣明智、彭宗平、陳美伶、柯文哲、羅聯福、宋耀明、紀惠容、管國霖、徐莉玲(2008)。給社會新鮮人的十封信。臺北市：聯經。

## 八、附件

附件一

### 流行趨勢加油站

班級	組別	座號	姓名
資料來源：			
蒐集標題：			
資料黏貼處：		流行訊息分析	
(所蒐集資料若是過大，請浮貼並折疊，或貼於本學習單背面。)		1. 款式輪廓：	
		2. 色彩圖案：	
		3. 纖維質料：	
		4. 風格特色：	
		流行效果分析	
		1. 你覺得這一季的流行，給你什麼感覺？請多加描述。	
		2. 你覺得這樣的流行裝扮，適合哪些人穿著呢？	
		3. 你是否會參考這一季的流行穿著？為什麼？	
		<input type="checkbox"/> 會 <input type="checkbox"/> 不會 <input type="checkbox"/> 視狀況決定	
		說明理由：	



附件二

時尚外景隊

班級	組別	姓名
一、時尚外景隊進行說明		
1. 採訪方式：問卷調查 + 拍攝訪問		
2. 進行方式		
(1) 決定調查主題：例如：「流行風格調查」、「運動鞋大調查」等。		
(2) 設定調查對象：以15-20歲青少年為主，性別不拘。		
(3) 設計問卷題目：依據問卷主題設計問卷至少十題。 例如：你是否會注意當季的服裝流行？ <input type="checkbox"/> 十分注意 <input type="checkbox"/> 不太注意 <input type="checkbox"/> 幾乎不注意		
(4) 印製問卷（建議至少50份）。		
(5) 決定發送問卷地點與方式。		
(6) 回收並統計問卷內容。		
(7) 整理街頭拍攝的照片。		
(8) 完成簡報，並準備上台報告。		
二、工作分配（工作項目可重複）		
工作項目		負責人
1. 設計問卷（至少設計十題與流行有關的問題）		
2. 印製與發送問卷		
3. 統計與分析問卷結果		
4. 拍攝街頭服裝（需準備相機）		
5. 整理簡報，上台報告		

附件三

經典時尚新風貌

班級	組別	組員座號：
(一) 抽選主題： <input type="checkbox"/> 嬉皮風 <input type="checkbox"/> 龐克風 <input type="checkbox"/> 嘻哈風 <input type="checkbox"/> 雅痞風 <input type="checkbox"/> 波西米亞風		
(二) 主題風格三大特色：（從抽中的籤條裡找答案）		
1.		
2.		
3.		
(三) 主題資料蒐集方向：		
1. 風格緣起與特色。 2. 主要服飾元素。 3. 相關圖片至少三張。		
(四) 除主題風格外，預計加入哪些服裝元素？		
(五) 擬定新風格名稱：		
(六) 工作分配		
項目	內容	負責人
1. 資料蒐集	依據主題蒐集相關圖片與文字資料	
2. 負責報告與旁白	將主題整理成3分鐘的報告	
3. 整理剪報	將所蒐集圖片文字，製作成剪報檔	
4. 模特兒	組內推派至少1人	
5. 攜帶服裝	依據主題特色攜帶服裝道具，並加入小組創意搭配	
6. 製作道具	依據主題為延伸，製作適合搭配的道具	



附件四

五大流行主題籤

嬉皮風	龐克風
1. 流蘇 2. 破舊牛仔、喇叭褲 3. 長髮披肩	1. 紅、白、黑的基本用色 2. 鉚釘、扣環、拉鍊裝飾性 3. 皮革、皮靴或塑膠亮面
嘻哈風	雅痞風
1. 寬大T恤 2. 大尺寸垮褲 3. 腰鍊、棒球帽	1. 套裝、領帶 2. 襯衫 3. 公事包
波西米亞風	
1. 多層次裝扮 2. 大量配件、耳環、手環項鍊 3. 刺繡圖案	

附件五

從BMI值判定體型

年齡	男生				女生			
	過輕	正常	過重	肥胖	過輕	正常	過重	肥胖
13	17.0	17.0~22.2	22.2	24.8	17.0	17.0~22.2	22.2	24.6
14	17.6	17.6~22.7	22.7	25.2	17.6	17.6~22.7	22.7	25.1
15	18.2	18.2~23.1	23.1	25.5	18.0	18.0~22.7	22.7	25.3
16	18.6	18.6~23.4	23.4	25.6	18.0	18.0~22.7	22.7	25.3
17	19.0	19.0~23.6	23.6	25.6	18.3	18.3~22.7	22.7	25.3
18	19.2	19.2~23.7	23.7	25.6	18.3	18.3~22.7	22.7	25.3
成人	18.5	18.5~24.0	24	27	18.5	18.5~24.0	24.0	27.0

資料來源：行政院衛生署



附件六

儀態美感特務

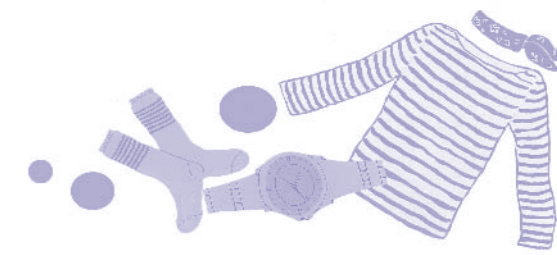
班級：	座號：	姓名：
★請以特務的精神，找出自己容易出現的不當儀態，並於□內勾選。		
站姿	<input type="checkbox"/> 1. 頭部側彎或左右搖晃 <input type="checkbox"/> 2. 下巴抬起 <input type="checkbox"/> 3. 肩膀往內縮或高低不平 <input type="checkbox"/> 4. 彎腰駝背 <input type="checkbox"/> 5. 雙手抱胸或插腰 <input type="checkbox"/> 6. 小腹突出 <input type="checkbox"/> 7. 三七步或內八站立	
走姿	<input type="checkbox"/> 8. 低頭或東張西望 <input type="checkbox"/> 9. 手臂擺動過大或手插口袋 <input type="checkbox"/> 10. 同手同腳或身體左右搖晃 <input type="checkbox"/> 11. 雙腳內八或外八前進 <input type="checkbox"/> 12. 走路聲音過大或拖著地面 <input type="checkbox"/> 13. 同行時勾肩搭背或大聲說笑	
蹲姿	<input type="checkbox"/> 14. 上身彎下，將臀部高高抬起 <input type="checkbox"/> 15. 在轉角、出入口、上下樓梯處蹲下	
坐姿	<input type="checkbox"/> 16. 以手托腮 <input type="checkbox"/> 17. 雙腳晃在空中不著地 <input type="checkbox"/> 18. 雙腿抖動或呈大V字打開 <input type="checkbox"/> 19. 翹腳時，小腿架在另一大腿上 <input type="checkbox"/> 20. 翹起椅腳或旋轉椅子	
表情	<input type="checkbox"/> 21. 面無表情或冷漠 <input type="checkbox"/> 22. 眼神飄移或閃躲 <input type="checkbox"/> 23. 嘴角勉強上揚便立刻收起笑容 <input type="checkbox"/> 24. 不當小動作，如挑眉、皺眉、扁嘴、吐舌、斜眼、白眼 <input type="checkbox"/> 25. 在公共場所補妝或抓頭髮	
★經過統計，我容易出現的不當儀態共有 _____ 項，準備看分析囉！		

項目總數	儀態分析
0個	太棒了！你的優雅儀態帶來了健康與活力，更為你的形象大大加分。
1~5個	某些儀態舉止若能再多留意一點，你也可以展現出最美好的一面。
6~10個	你的儀態還有很大努力空間，再不小心就會開始耗損健康與形象。
超過10個	糟糕的儀態不但讓你容易腰酸背痛，更是你拓展人際關係的絆腳石。

附件七

六大名人形象剖析

班級	組別	組員座號：
上台報告日期		報告時間：30分鐘
報告主題：名人形象剖析		
報告形式：模仿演戲或影片蒐集		
一、確認剖析的六大名人：		
1. 分析對象：至少6人		
2. 對象限制：請至少1位企業家，例如嚴凱泰。1位政治名人，例如馬英九。1位明星演員，例如，湯姆克魯斯等。不限男女或中外名人。		
3. 分析內容：需包括以下五類：		
(1) 基本資料：如年齡、職業、性別等。		
(2) 分析「外表容貌」特色：如服裝、髮妝、外表特色等。		
(3) 分析「專業內涵」特色：如專業才華、能力或重要表現等。		
(4) 分析「言談舉止」特色：例如習慣用句、說話口氣、行為舉止等。		
比較六位名人的優缺點。		
4. 報告方式：每次介紹一位名人前，請用模仿方式讓大家猜測，或播放該名人的訪問或表演片段，讓同學對該位名人有基本認識後，再進行形象分析。		
二、工作分配（工作項目可重複）		
工作項目		負責人
(一) 蒐集資料	* 建議由各組員一人蒐集一個名人資料	
(二) 影片或模仿	* 蒐集網路影片，或由組員模仿演出	
(三) 製作ppt檔	* 將六大名人的分析整理成ppt，需含名人資料與照片	
(四) 報告與串場	* 負責上台發表名人分析與六大名人比較。	



附件八

我就是品牌

班級：	座號：	姓名：
<p>我不見得要樣樣都第一，但我絕對可以打造出第一個具有如此組合的品牌，請用心為自己找出「Only Me」的個人品牌！</p> <p>Step1. 請於實線格子內，用兩分鐘，寫出自己帶給別人的三大印象。 例：我的品牌 = 【電腦超強】 + 【熱心助人】 + 【陽光笑容】</p> <p>Step2. 請於虛線格子內，以自己座號後三位同學為對象，各用兩分鐘，寫出對他的三大印象，並將此部分沿線撕下交給該同學。</p> <p>Step3. 請將收到的回條貼於實線格子內，並確認自己的品牌定位。</p>		
<p>我的品牌 = 【                    】 + 【                    】 + 【                    】</p>		
回條黏貼處		
回條黏貼處		
回條黏貼處		

.....的品牌 = 【                    】 + 【                    】 + 【                    】
.....的品牌 = 【                    】 + 【                    】 + 【                    】
.....的品牌 = 【                    】 + 【                    】 + 【                    】

附件九

專業形象來找碴

班級	組別	組員座號：
正式情境		
一、依據影片情境，由小組共同審視出各情境的狀況。		
	檢核是否符合PIS識別形象 (符合請在□內打勾)	優缺點分析
情境1.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境2.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境3.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境4.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境5.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境6.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境7.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
二、以上七種情境，你最想錄取哪一個情境的主角？為什麼？		
三、以上七種情境，你最不想錄取哪一個情境的主角？為什麼？		



附件十

黃金六十秒

休閒情境		
一、依據影片情境，由小組共同審視出各情境的狀況。		
	檢核是否符合PIS識別形象 (符合請在□內打勾)	優缺點分析
情境1.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境2.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境3.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境4.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境5.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境6.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
情境7.	<input type="checkbox"/> 品格內涵 <input type="checkbox"/> 言行態度 <input type="checkbox"/> 外表容貌	
二、以上七種情境，你最欣賞哪一個情境的主角？為什麼？		
三、以上七種情境，你最不欣賞哪一個情境的主角？為什麼？		

班級：	座號：	姓名：
一、模擬情境說明 (正式組—請說明面試科系，休閒組—請說明活動屬性)		
二、整體形象設定 (請勾選自己希望帶給別人的三大印象，亦可自行說明) <input type="checkbox"/> 認真負責 <input type="checkbox"/> 樂觀開朗 <input type="checkbox"/> 謹慎細心 <input type="checkbox"/> 熱忱自信 <input type="checkbox"/> 親切友善 <input type="checkbox"/> 創意豐富 <input type="checkbox"/> 同理心強 <input type="checkbox"/> 抗壓性高 <input type="checkbox"/> 企圖心強 <input type="checkbox"/> 具領導力 <input type="checkbox"/> 其他 _____		
三、服裝造型重點 (請寫出自己主要搭配的服裝款式、色系，或重要配件) 1. 上身： 2. 下身： 3. 配件：		
四、自我介紹內容 (約200字)		

五、請於活動結束時，將以下選票撕下交至指定位置

正式組 最佳內容	正式組 最佳臺風	正式組 最佳造型	休閒組 最佳內容	休閒組 最佳臺風	休閒組 最佳造型
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------



出版單位：國立臺南女子高級中學  
國立臺灣師範大學人類發展與家庭學系  
臺北市高中家政科輔導團

指導教授：周麗端

總策劃：鄒春選

執行編輯：陳小英、林容戎

編撰人員：李佩明、吳妮真、林素真、邱奕嫻、張園笙、  
曾慶玲、童怡箏、楊希珮、謝豐如、羅安琪  
(以姓氏筆劃為序)

封面設計：林俐

美術編輯：林俐、阮純慧

印刷：首席印前科技股份有限公司

電話：02-22423688

出版日期：九十七年十一月三十日