

南華大學社會學研究所碩士論文

THESIS FOR THE DEGREE OF SOCIOLOGY

NAN HUA UNIVERSITY

性別職業隔離的轉變：以彩妝師為例

THE CHANGE OF SEX OCCUPATIONAL SEGREGATION :

A CASE STUDY ON COSMETICIANS

研究生：楊瓊樺

GRADUATE STUDENT : YANG CHUNG-HUA

指導教授：楊靜利 博士

ADVISTOR : PH.D. YANG CHING-LI

中華民國九十二年七月

南 華 大 學

碩 士 學 位 論 文

社 會 學 研 究 所

性 別 職 業 隔 離 的 轉 變：以 彩 妝 師 為 例

研 究 生： 楊 瓊 樺

經 考 試 合 格 特 此 證 明

口 試 委 員：
林 本 炫
李 美 玲
楊 靜 利

指 導 教 授：楊 靜 利

所 長：翟 本 瑞

口 試 日 期：中 華 民 國 92 年 6 月 26 日

南華大學社會學研究所九十一學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：性別職業隔離的轉變：以彩妝師為例

研究生：楊瓊樺

指導教授：楊靜利 博士

摘 要

因為人生理特徵的不同，致使男性和女性擁有不同的特質，表現出不同的行為模式與性別角色期望。透過社會文化和制度的形塑，兩性特質成為性別勞動的基礎。人們依其性別選擇並進入適合自己性別特質的工作，不僅強化性別刻板印象，也確立工作場所的性別隔離。然而在社會不斷提倡兩性平等的今日，有愈來愈多的男性或女性從事傳統認知上與本身性別特質不相符合的職業，這種改變代表存在社會中的性別職業隔離現象已產生改變。過去相關研究多將焦點圍繞在女性勞動者身上，探討在資本主義及父權體制的性別化分工和性別職業隔離中，女性如何居於次等地位。本文則從另外一個角度出發，探討男性進入女性的職業，如何影響女性化職業的聲望和評價？以及是否分割該職業的工作內容？

本文以質性研究方法來探討上述問題，主要透過對男女從業人員、化妝品公司與顧客進行訪談。資料蒐集的方式是以「深度訪談法」為主，以「次級資料」的編列為輔。深入訪談對象以滾雪球的方式獲取。

研究結果顯示，由於保守觀念改變與社會風氣逐漸開放，再加上愈來愈多歐美系列的彩妝品牌進入台灣駐櫃，增加了男性的就業機會，也使得男性進入彩妝領域的人數會愈來愈多。因男彩妝師是近幾年的現象，所以它對整個彩妝職場的生態並未造成顯著影響，而目前也沒有跡象顯示男性的加入提昇職業聲望或是促成職業升值。不過男彩妝師的增加仍對彩妝領域造成兩個影響，是「去女性化」：反轉人們對職業性別標籤化的想法；另一個是「良性競爭」：與女性有相互刺激的作用。

另外男性選擇從事彩妝工作主要原因有三個，第一、興趣：這是吸引男性進入彩妝職場最主要的原因；第二、個人特質：本身個人具有職業要求類似的特質；第三、結構性因素：產業、就業結構與社會舊有觀念改變促使男性進入傳統

女性的職場。實際進入彩妝領域後，雖然男性不管是工作內容、升遷管道與薪資並沒有因為性別而擁有較優渥的條件，但是性別卻使他們具有高能見度，成為消費者注目的焦點。整體來看，顧客對男彩妝師的接受程度頗高，不過有地域與年齡的差別。同時研究也發現，男彩妝師的聚客效果比較好，甚至出現追隨者，這是一般在女性身上看不到情形。不過男彩妝師也會碰到一些難堪、尷尬的局面，消費者不習慣男性為她服務，而發生斷然拒絕或者掉頭就走的情形。雖然性別為男彩妝師帶來一些優勢與困境，但由於「對工作的滿意」與「成就感」兩因素使他們願意持續投入彩妝職場。整體來看，彩妝領域中結構性因素、職業成就的作用力並沒有想像中大，主要是受個人特質的影響。

【關鍵詞】 性別刻板印象、性別職業隔離、非傳統職業選擇、彩妝師

Title of Thesis : The Change of Sex Occupational Segregation : A Case Study on
Cosmeticians

Name of Institute : Sociology, Nan Hua University

Graduate date : June 2003

Degree Conferred : M.S.

Name of student : Yang Chung-Hua

Advisor : Ph.D. Yang Ching-Li

Abstract

Due to inherence of sex and cultural construction of gender. Men and women usually voluntarily or compulsorily choose jobs embedded to gender-stereotype. Those choices has not only enforced the gender-stereotype in labor force market but also created occupational segregation. Nowadays, there are more and more people participating jobs against gender-stereotype: not only for women's selection on men's job, inverse trend also sparkled in recent years. In the past, most related studies focused on female workers' experiences of entering men's work. This thesis discusses the contrary path: men goes into women's work. A case study of cosmetician is presented. Three questions are answered by this thesis: (1) How male cosmeticians influence the content of the job? (2) Would the entrance of male cosmeticians create more hierarchic positions and occupy the higher position? (3) What are the challenges and adaptive strategies for male cosmeticians?

This issue discuses former topics by qualitative research method. And we try to understand the options that males、females、corporations and customers have. We mainly use "in-deep interview" and use "second data" as the collection method.

The Result shows that the change of the conservative notion and the enlightenment of the community. Furthermore there are more and more styles of cosmetics came from Europe and America. That not only increases the working opportunities for males but also makes more males entering the cosmetic occupation. Because male cosmeticians just emerge these years, it doesn't cause notable effects on the cosmetic ecological field. And there are no signs show that males entering the cosmetic occupation can raise the occupational prestige or make occupation

reevaluation. But this phenomenon still causes two effects. One is *de-femininity*. That reverses the idea of occupational sex labeling; another is *good competition*. That offers the stimulations to females.

Besides, there are three motivations for males to devote themselves to the job. First, interest—the main reason male cosmeticians enter the work. Second, personal characteristic—which the condition they want. Last but not least, the change of occupational structure and older social opinions. After entering the cosmetics occupation, males don't get better treatment not only on their job content but wage. But, the gender makes them catch customers' attention easily. Entirely, customers accept the male cosmeticians easily but it differs by area or age. At the same time, we saw the male cosmeticians have followers. This differs from female. There still are some embarrassing situations. For instance, female feels embarrassed because of their service. Although the gender brings some advantages or shortcomings, they still work on it by "job satisfaction" and "fulfillment". Totally, effects of structural factors and occupational achievements on the cosmetic occupation aren't very large; the personal characteristic is the main factor.

【 Keywords 】 gender-stereotype、 sex occupational segregation、 the choice of non-traditional occupations、 cosmeticians

目 錄

中文摘要	
英文摘要	
目錄	
表目錄	
第一章	緒論	1
第一節	研究動機與目的	1
第二節	研究方法與進行步驟	2
第三節	研究範圍	7
第二章	女性參與勞動的原因和結果	9
第一節	女性參與勞動的背景	9
第二節	性別職業隔離	10
第三節	性別職業隔離程度的變遷	17
第三章	彩妝業的歷史發展及其性別組成	21
第一節	歷史發展	21
第二節	性別組成 - 男性的人數?	23
第三節	彩妝師的基本特徵	26
第四章	男彩妝師對彩妝領域的影響	29
第一節	男性進入彩妝領域的趨勢	29
第二節	去女性化	33
第三節	造成競爭	35
第五章	男女彩妝師的工作經驗	37
第一節	進入動機	37
第二節	勞動過程.....	45
第三節	男性的優勢與困境	51

第六章	結論：再論性別職業隔離	59
第一節	結論	59
第二節	討論	61
第三節	建議	63
參考文獻	65
附錄一	訪談大綱	69
附錄二	技術士技能檢定報檢資格與技能檢定術科測驗	73

表 目 錄

表 1.1	1995年台灣地區百貨公司化妝品業績排行榜	4
表 1.2	受訪從業人員基本資料	5
表 1.3	受訪公司資料 - 有男性彩妝師	6
表 1.4	受訪公司資料 - 無男性彩妝師	6
表 1.5	受訪消費者基本資料	6
表 2.1	大專院校人數統計	13
表 2.2	台灣地區女性就業者之教育程度	14
表 2.3	台灣地區歷年勞動人口之性別比例	15
表 3.1	目前國內百貨專櫃之品牌	22
表 3.2	就讀美容相關科系的人數	24
表 3.3	80-90年技術士人才統計資料	24
表 3.4	男性彩妝師的人數	25
表 7.1	理髮與美容業男、女之薪資	62

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

社會對兩性刻板印象的傳統觀念，認為男性和女性各具有其特質，行為應有一定的規範，而且因性別的不同，產生不同的性別角色期望。由於角色期望的不同，從出生到死亡，人們皆被教導成一切行為都需符合男性和女性的特質。這樣的性別觀念和意識型態不斷透過社會文化過程的傳遞深植人心，強化了男女的差距，形成性別階層化。另外，透過社會文化和制度的形塑，使得兩性類型化成為性別勞動的基礎（嚴祥鸞，1997）。人們依其性別選擇並進入適合自己性別特質的工作，不僅強化了性別刻板印象（gender-stereotype），也確立了工作場所的性別隔離。

由於社會變遷和工業化使女性能走出廚房、走出家庭投入職場，加入生產的行列。也因為戰爭的因素造成勞動力的短缺，雇主開始僱用女性勞動力去填補其空缺，雖然在戰爭結束之後大部分的女性即被解僱，但此經驗已對女性造成影響（Bradley, 1989：47-49；Reskin, Padavic, 1994：18-19；Hayghe, 1998）。可見，女性開始接觸到職場的勞動生產，女性的勞動參與率已開始提高，然而因性別意識型態、社會文化與組織結構等因素的影響，使得女性在勞動市場參與上依然只能集中在某些特定的職業中（嚴祥鸞，1997）。也就是說，男性和女性勞動者分別集中於不同的職業，形成「性別職業隔離」(sex occupational segregation) 現象，即職業被類型化為男性主導的職業（male-dominated occupations）和女性主導的職業（female-dominated occupations）。

六 年代之後，性別職業隔離現象稍有突破，男性開始進入女性的職業，例如：護士、圖書館員與小學教師等（Coventry, 1999：50）。而在 1970 年後大量女性投入勞動市場，除了使女性的勞動參與率擴大外，女性從事的職業類型也有所不同，因而使得性別職業隔離產生了小變化（Coventry, 1999：50）。有些促成原為男性主導之職業女性化，使得男性勞動者退出該職業，有些則促使男性進入女

性化職業。職業隔離現象緩慢地縮小，根據資料顯示，從 1970 年到 1980 年，隔離指數¹已從 67.6 % 下降至 59.8 %，到 1990 年更下降至 53 % (Jacobs, 1989 : 170)。

雖然性別職業隔離指數逐漸下降，但性別職業隔離不僅是看女性如何進入傳統上男性的工作領域，還必須看男性如何進入女性的職業。過去相關研究多將焦點圍繞在女性勞動者身上，探討在資本主義及父權體制的性別化分工和性別職業隔離中，女性如何居於次等地位。然而社會變遷、教育普及與女性有更多的能力參與勞動後，已使職業選擇的模式產生改變，女性可以從事男性主導的職業，而男性也會進入女性主導的職業。本文則從另外一個角度出發，探討男性進入傳統女性化的職業，如何影響女性化職業的聲望和評價，以及是否分割該職業的工作內容。

我們以彩妝師 (cosmeticians) 為例，透過深入訪談以及蒐集化妝業的歷史資料兩種方法，完成以下研究目的，首先探討男彩妝師的存在對女性主導的化妝業帶來什麼樣的影響？男性從事女性主導的化妝業對於性別職業隔離的意義？再者討論男性何以會進入彩妝領域？是由於個人特質、職業特質或其他因素。以及在彩妝環境中，男性的工作經驗為何？性別是否會影響其工作內容？

第二節 研究方法與進行步驟

一、研究方法

本研究以質性研究方法探討彩妝職業中男性的加入具有何種意義，以及男彩妝師的工作經驗。因此主要資料蒐集的方式是「深度訪談」，但為了解整體環境的變化，我們也蒐集一些與彩妝有關的數據資料作為輔助。

¹ 性別職業隔離指標 (index of sex occupational segregation) :

$$S = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n |M_i - F_i|$$

n 是職業類別總數，M_i 表示男性就業於職業 i 者佔全體男性就業者的比率；F_i 表示女性就業於職業 i 者佔全體女性就業者的比率。

(一) 深度訪談

質性研究是指採用歸納法 (induction)，而不是經由統計 (statistical) 或其他量化 (quantitative) 程序產生研究結果的方法。質性研究常用的方法有深入訪談及田野觀察，首先先搜集精確的筆記或訪談謄錄，然後進行譯碼，再進一步理論化和分析。

「深度訪談」強調研究者直接與受訪者面對面的接觸，主要優點是研究者可以在訪談過程中，迅速直接的釐清受訪者對問題的誤解與認知。另外，研究者也可以直接從互動過程中瞭解受訪者真正的意圖，以及內心真實的想法。而且藉由受訪者詳述事情發生的經過，綜合不同觀點，以探討言行的背後意義。訪談是採用開放式問題，沒有預設答案的問題，可分為半結構式和結構式兩種。半結構式的談話內容沒有嚴格限制，研究者會訂下訪談大綱，根據談話的進度適當追問和修正問題；而結構式訪談則有具體的訪談問題，但沒有預設的答案格式。本文是採用半結構式的訪談大綱，依據訪談結果適時的修訂訪談內容。

關於資料蒐集有幾個方向，包括男性對彩妝職業造成的影響、選擇傳統女性職業的動機與工作經驗，茲分述如下：

1. 男性對彩妝職業造成的影響：討論男性進入彩妝領域對傳統女性職業會造成什麼樣的影響，以及未來男性從事彩妝工作是否會成為一種趨勢。
2. 選擇傳統女性職業的動機：透過訪談試圖瞭解男性選擇傳統女性職業的考量因素，另外也從化妝品公司的角度去看男性進入化妝業的原因。
3. 工作經驗：瞭解男性在彩妝領域中的工作內容，與女性之間是否存在著差異，還有男性在傳統女性職業中可能遭遇到的困境，以及對自身的生涯規劃。

當然，男性受訪者、同業女性的觀點、想法、化妝品公司以及顧客的看法都在我們的訪問之列。

(二) 次級資料的蒐集

為了了解國內的化妝品市場，我們蒐集相關的次級資料，並且進行列表整理，以期對職業的特質與性別組成有一個概觀的瞭解。資料來源包含教育部資訊網、行政院主計處普查局、行政院勞委會職業訓練局，以及行政院衛生署相關管理法規等。

(三) 樣本蒐集

1、我們原先的想法是透過職業工會取得彩妝的基本資料（包括基本名冊和性別組成），以瞭解彩妝業的現況；然後透過深入訪談的方式，瞭解男、女彩妝師的工作內容、性別角色期望、以及職業生涯發展與規劃的差異。但經過詢問後得知，登記者僅限於工會會員，而且這些登記對象都是「自營作業」的小門市店，以販賣「護膚保養品」為主，並非彩妝師。工會人員告知，百貨公司或其它促銷場合出現的美容師、彩妝師都是隸屬於化妝品公司。因此我們再從化妝品公司著手，選擇台灣銷售業績較好的幾家化妝品公司，取得性別組成資料，並設定訪問名單（見表 1.1）。

根據表 1.1 的資料逐一電話詢問發現，台灣銷售業績較好的幾家化妝品公司中，只有克莉絲汀·迪奧與雅詩蘭黛有聘僱男彩妝師，其餘皆是女性彩妝師，因此無法完全根據表 1.1 找尋到所需要的樣本，乃改以滾雪球（snow ball）的方式去獲取研究樣本，包含親自去百貨公司找尋、在大專校園 bbs 相關的美容板上 post 相關訊息，以及透過朋友介紹等方式。然結果並不盡理想，願意花時間接受訪問的人並不多，尤其是這個領域中的男性人數本來就不多，因此要找尋到適當樣本的困難度相對增高。

<表 1.1 1995 年台灣地區百貨公司化妝品業績排行榜>

單位：新台幣萬元

品牌名稱	84 年業績	成長率 %	84 年排名	83 年排名
資生堂	154,693	14	1	1
蘭蔻	63,738	16.1	2	2
佳麗寶	55,136	24	3	6
蜜斯佛陀	54,948	2.	4	5
克莉絲汀·迪奧	54,232	12	5	4
雅詩蘭黛	54,003	33.7	6	7
倩碧	49,549	48	7	9
雅頓	46,282	-6.9	8	3
香奈兒	43,288	20	9	8

資料來源：盧淑華，1996，p.541。

備註：這是目前為止所能找到最近一筆關於台灣化妝品公司銷售業績排行的資料。

2、雖然討論的是男性進入彩妝業，但重點是對彩妝業的影響，每一種相關身份的人都需要訪談，應該包含男性本身的看法，但不應僅限於男性，同時也需訪問同業女性、化妝品公司與消費者。經由滾雪球的方式共計訪談了 7 位化妝業從業人員，11 家化妝品公司人事負責人，以及 2 位消費者，共 20 個個案。以下將分別說明這些個案：

(1) 化妝業從業人員

我們親自到百貨公司找尋的樣本對象，但普遍的受訪意願都不高，只有 2 位願意額外撥出時間接受訪問。另外的 5 位受訪者有 3 位是透過朋友的介紹認識，2 位則是大專校園 bbs 板上自願接受訪問的受訪者。共計 7 名個案，包含 2 位男性與 5 位女性，受訪者特性如表 1.2。

(2) 化妝品公司

根據調查得知，目前台灣的化妝品市場有 8 家經營品牌有聘僱男性彩妝師，另外我們也訪問了 3 家沒有男性從業人員的化妝品公司。共計訪問 11 家化妝品公司，樣本分別說明如表 1.3 與表 1.4。

(3) 消費者

我們訪問了 2 位女性消費者，2 位都有遇過男性彩妝師，但只有 1 位有讓男彩妝師服務的經驗，受訪個案特性如表 1.5。

<表 1.2 受訪從業人員基本資料>

編號	性別	年齡	教育程度	就讀科系	經歷	身分
A1.	女	約 50 歲	高職	商科	約 30 年	顧問、講師
A2.	女	39 歲	高職	商科	10 幾年	美容師
A3.	男	29 歲	專科	資訊科	6 年	彩妝師
A4.	女	28 歲	高職	影劇科	8、9 年	美容師
A5.	男	39 歲	專科	舞蹈科	12 年	彩妝師
A6.	女	25 歲	高職	美容科	大約 4 年	彩妝師
A7.	女	28 歲	大學	資訊	大約 4 年	彩妝師

< 表 1.3 受訪公司資料 - 有男性彩妝師 >

編號	國別	產品路線
B1	美國	彩妝品
B2	美國	彩妝保養品
B3	美國	彩妝品
B4	加拿大	彩妝品
B5	美國	彩妝品
B6	法國*	保養品、彩妝品
B7	法國	保養品、彩妝品
B8	法國	保養品、彩妝品

* 這家化妝品公司是以保養彩妝為主，公司並沒有聘僱男性彩妝師，不過其在 1 年多前有代言另一個品牌是以彩妝品為主有聘僱男性彩妝師。

< 表 1.4 受訪公司資料 - 無男性彩妝師 >

編號	國別	產品主要路線
C1	日本	保養品
C2	法國	保養品
C3	美國	保養品、彩妝品

< 表 1.5 受訪消費者基本資料 >

編號	性別	年齡	居住地	有無遇過男彩妝師	讓男彩妝師服務的經驗
D1	女	25	台北	有	無
D2	女	25	台北	有	有

二、進行步驟

首先從化妝業的歷史演變與發展和職業的性別組成，了解在強調女性特質的化妝業中，有愈來愈多的男性勞動者加入，其間的隔離程度並非如往。加上對男、女性從業人員、化妝品公司與顧客進行深入訪談，瞭解男性進入彩妝職業對職業本身的影響。當原屬於女性特質的職業有愈來愈多的男性加入後，是否使原有的工作內容產生改變？以及對職業造成什麼影響？探討是否職業的水平隔離現象之縮減，卻帶來垂直隔離的產生。另外根據受訪者的基本資料，看其平均年齡和教育程度為何，以描繪出彩妝師的基本輪廓。接著討論他們（她們）何以會選擇進

入彩妝職業？進入的動力是什麼？還有他們進入彩妝領域後的工作經驗。

第三節 研究範圍

化妝業包含的範圍相當廣泛，其中的從業人員也因每個人為消費者所提供服務的差異而有不同之稱呼，本節試圖加以釐清其間的差異，藉以說明研究範圍。首先對化妝品做定義，接著探討化妝品所包含的種類，最後說明我們如何去界定研究對象 - 彩妝師。

一、化妝品的定義

根據化妝品衛生管理條例第三條所稱「化妝品」，係指「施於人體外部，以潤澤髮膚、刺激嗅覺，掩飾體臭或修飾容貌之物品」；其範圍及種類，由中央衛生主管機關公告之。

依工業局定義則為「凡以能使人體清潔、保養、滋潤、美化肌膚、變更容貌，或使皮膚、毛髮、指甲、與牙齒保持健康美麗為目的，並以塗抹、散佈或其它方法，施於人體而其作用緩和之著香製品或物料」。

二、化妝品的種類

化妝品的種類大致上可以依據廠商常用的用語和化妝品的作用，以及作用的深淺來分類，說明如下：

(一) 依常用的分類用語和化妝品的作用，可區分為：(1) 保養品 (2) 彩妝品 (3) 香水。

(二) 依作用深淺可以分為：(1) 淺層皮膚用品 (2) 深層皮膚用品。

化妝品包含的範圍很廣泛，但是根據以上的定義和分類，普遍我們使用的化妝品大致可以分成保養品、彩妝品以及香水三種。

所謂的保養品也就是基礎化妝品，主要是清潔、保養、滋潤與美化肌膚為主要功能，一般的保養產品有清潔乳、化妝水、面霜與乳液等。而所謂彩妝品，又稱色彩化妝品，功能主要是在變更或賦予肌膚更多樣的顏色，或隱藏肌膚的缺陷，達到美化臉部色彩的要求。彩妝品又可分為眼部化妝品、粉類化妝品與唇部化妝

品三種。最後，香水為香精經酒精稀釋後的芳香製品，香料含量的高低不同是造成香味持續的原因。

由以上的分類與說明，我們大致可以瞭解保養品與彩妝品間的差異。雖然兩者同樣是使用於臉上，主要目的都是為了達到美化或修飾的功用，但保養品著重「塗抹」的動作，而彩妝品則強調「畫」的動作。而且一般而言，塗抹於臉上的保養品大多是無色液狀或膠狀的物質，擦拭之後並不會造成明顯的改變。但是彩妝品就不同了，通常一個人在化妝前與化妝後判若兩人，而且上妝後呈現出來的是整體臉部線條與整體的美感，效果立即可見。從這樣的角度解讀，相較於保養，彩妝部分似乎較具備專業性的技術。

接下來我們試圖針對化妝職業中男性與女性從業人員做一個粗略的區分。國內早期的化妝品市場大多是以保養品為主，且從業人員全部都是女性，也就是一般我們在百貨公司看到的專櫃人員、銷售人員。在他們的專業術語中，這些專櫃人員、銷售人員被稱為「一線美容指導員」、「美容師」，或者是「美容顧問」。隨著化妝品消費習慣的改變，愈來愈重視彩妝的部分，在臉上大作文章已成了家常便飯之事，當然也就會出現所謂的彩妝師。同時，我們不難發現在國內少數幾家有聘僱男性人員的化妝品公司²幾乎都是以彩妝為主打產品，所以這些從業的男性就被稱為彩妝師。就如同大多數女性被稱為美容師一樣，可是並非所有的女性從業員都是受聘於保養領域，也有些受僱於彩妝領域，而這些女性與男性一樣稱為彩妝師。總之他們都是從事於化妝業，其差別在他們（她們）所提供給消費者的產品類型有所不同。因此，我們對受訪者的分類主要是依據其所專屬的工作領域 - 彩妝或保養。

² 有聘僱男性人員的化妝品公司：根據調查，目前國內的化妝品牌中有僱用男性的有：雅斯蘭黛 EL，芭比布朗 bobbi brown，克麗絲丁·迪奧 CD，M.A.C，Origins，X.A.C，Sisley，桑麗卡 Sonia Rykiel 這幾家。

第二章 女性參與勞動的原因與結果

第一節 女性參與勞動的背景

因為人生理特徵的不同，致使其擁有的特質亦不同，表現出不同的行為模式（Bradley, 1989: 29）。從早期的部落社會開始，經過農業社會直到現代複雜的工業社會，性別一直是社會分工的基礎。幾乎在所有的文化、社會中，男性和女性都從事著不同的工作和擔負著不同的任務（劉秀娟, 1996; Reskin and Padavic, 1994: 15-19）。

性別勞動分工被建構在所有的人類社會。在部落社會裡，男性因體型和其它特徵而必須擔負較需體力和長距離的狩獵行為，而女性則是從事離家較近和方便處理家務的採集活動。由於採集提供了大部分的生存食物（約佔 60% - 80%），狩獵則只貢獻了 20% - 30%（Bradley, 1989: 28-29; 劉秀娟, 1996），因而在這狩獵和採集的部落中，女性的表現較為突出。然而，如同往後的社會一樣，女性需面臨生育以繁衍族群生命的命運。女性因生理特徵而被賦於養育子女的責任，這限定了女性的家庭責任和經濟活動的範圍（Bradley, 1989: 29）。雖然原始社會中，男性和女性擔負著不同的工作，但基本上男女兩性仍是相近平等。理由很簡單，因為生存的食物多來至採集而非狩獵，男性無法控制食物來源和分配食物，也就是無法擁有支配的權力。

到了利用耕作以獲取食物的農業社會出現，兩性間的不平等逐漸地加深。當一個群體開始出現土地所有權的觀念，並且透過耕作來增加食物時，表示社會已產生了某些的變遷。土地變成財產，可以擁有，可以讓渡，使得繼承權和血統變得更加的重要，隨之而來的是父權體系這社會組織，強調男性的地位和權威，同時男性對女性的控制和支配也逐漸建立（劉秀娟, 1996）。如同馬克思主義者所言，私有財產是一切不平等的開始。而且不平等的性別勞動分工，通常伴隨著定居社會的發展而出現（Bradley, 1989: 30-31）。在這講求父權的農業社會，女性附屬於男性之下，女性的地位亦明顯降低。「男主外，女主內」即是這個社會最佳的生

活寫照，女性的工作通常被限定於家務工作，如煮飯、清理和照顧小孩，且女性的社會地位是由丈夫的社會地位所決定。

工業化之初，雖有女性投入勞動市場，然而被視為是暫時和廉價的勞動力，加上傳統社會價值觀認為女性需具有溫柔、順從和操持家務等特質，約束了女性的工作範圍。相反地，男性被視為是主要的生計供應者，這造成女性更加依賴男性（劉秀娟，1996）。社會不斷變遷，然而延續至先前的傳統價值觀沒能隨之修改，仍舊造成男性工作於具男性特質和男性支配的職業，而女性則是工作於其所掌管的領域，形成工作的性別分化。

直至 19 世紀，由於教育普及使女性的教育程度普遍提高，且能爭取更多的權利，當然也提供女性更多的選擇機會（Bradley，1989：39-40）。其改變女性的工作機會和工作的流動，以及選擇更高階和更專業的職業，提昇生活水準和薪資收入。但是，Clark and Ehrenreich 則指出並非所有的女性都如此幸運，因很多女性面對工作選擇時仍是受限於女性化或低薪的工作（引自 Bradley，1989：41），甚至是一種家務工作的延伸。因此資本主義對女性而言只是將其從父權體制的牢籠中解放出來，再使之陷入另一個工作場域的牢籠，成為資本家剝削的對象。

可見，從人類整個性別分工和地位發展來看，女性地位似乎正不斷下降，從狩獵和採集社會中男女兩性幾近平等的地位，到農業社會後，開始出現男尊女卑、女性附屬於男性的現象，直到工業社會女性地位仍是處於劣勢，這種性別分工化和不平等的情形似乎已深植在每一個文化制度之中。

第二節 性別職業隔離

雖然社會變遷與教育程度提高促使女性提高勞動參與，但是因個人因素或結構因素等影響造成性別職業隔離(sex occupational segregation)的現象。本節首先說明什麼是性別職業隔離，接著討論幾個解釋性別職業隔離的理論，最後說明性別職業隔離現象並非一成不變。

一、性別職業隔離的意義

性別職業隔離是指在勞動市場中男性和女性雇員被分配、集中到不同的職業，擔任不同性質的工作（Birkelund，1992：48-49；Watts，1998：489），也就是各職業中從業者的性別分布呈現失衡狀態，且進入和昇遷管道被主流性別人口所壟斷。性別職業隔離現象被社會大眾普遍的視之為當然，基於這種「預期性的社會化」結果，使得男性和女性從事著不同的職業，且不易逾越這固有的性別界線，同時也造成職業成就和薪資等差異（蔡淑鈴，1987：63）。雖然1970年後，女性大量投入勞動市場使得性別職業隔離現象稍有緩和，但職業隔離現象仍然普遍存在（Jacobs，1989；Coventry，1999）。例如，Reskin(1993：245-246)的研究即指出，從1910年到1970年，美國的職業隔離指標只從69%降到67.6%。

兩性勞動力所組成的不同職業中，不僅隱含著職業的被預期性和職業的性別標籤化（sex labeling），即職業被分為：男性主導的職業（male-dominated occupations）、女性主導的職業（female-dominated occupations）與中性職業（neutral-dominated occupations）；另一方面，也隱含著勞動市場的性別不平等。通常男性主導的職業會受到較多青睞，享有較高的薪資給付、評價和社會地位的認可；相反地，女性為主的職業則受到不同的待遇 - 貶低（devalue），認為女性勞動力是較低技術性、低薪資等，且視女性為職業的產業後備軍。如同雙元勞動市場理論（dual labor market theory），基本假設是勞動市場是由兩個互相不流動的部門所組成，一個是主要部門（經濟、核心部門），另一個是次要部門（邊陲部門）（蔡淑鈴，1987：65；嚴祥鸞，1996：152；Anker，1997：319）。主要經濟部門的工作特質是：高薪、良好的工作環境、良好的昇遷機會和昇遷制度、完善的福利制度和訓練，及穩定的就業；反之，次要部門提供的是低薪、惡劣的工作環境、有限的昇遷機會和不穩定的就業等。男性勞動者多分配、集中到主要的經濟部門，享有一切良好的工作條件，而女性則多在家庭角色的束縛和父權意識型態運作下，成為次要部門主要勞動力的來源，也就是勞動市場的邊緣位置，薪水低、福利少、昇遷機會低和高轉業率的職業，這就是性別職業隔離現象。

性別職業隔離通常可分為：水平隔離（horizontal segregation）和垂直隔離（vertical segregation）（劉梅君，1999；陳月娥，2001；Anker，1997：325）。水平

職業隔離就是如同上述指的男女兩性分別從事不同的職業，且職業中的性別比例分布不均；而垂直隔離則是指，在同一職業中職位分配失調現象和流動呈現性別差異現象，也就是，男女兩性雖然從事同一職業，但是女性通常處於低職位、低薪資與較少昇遷機會。

二、解釋性別職業隔離的理論

性別職業隔離產生的原因相當複雜，常見的解釋包含：性別理論（gender theory）、人力資本理論（human capital theory）與就業市場歧視論（market discrimination）（蔡淑鈴，1987；陳月娥，2001；劉梅君，1999；嚴祥鸞，1996；Olson，1990；Anker，1997）。

1、性別理論

勞動市場的性別不平等和隔離是普遍存在的現象，這種不平等和隔離經由社會規範和文化形塑而成。從社會建構的角度來看，「gender」（性別）有別於生物特性的性（sex），性別（gender）強調的是互動過程中社會建構的產物，強調兩性的特質並非完全由生理特質所決定，絕大部分是經由社會化過程學習而來。西方有關於勞動市場性別隔離的研究也指出，性別隔離是文化和意識透過社會結構形塑產生的結果（嚴祥鸞，1997：18）。

隨著每個人生理特性的不同 - 男或女，而有一套與之相對應的行為模式，這套行為模式就是社會化的產物，是一種「人為的特質」。這套性別特質為男性和女性的行為範本，影響人們的行為和社會角色的扮演，標示著男性應具有的特質，如理性、獨立、冒險、有野心和權威等，而女性化的特質，如柔弱、情緒化、依賴和照顧等。不但如此，性別刻板印象也影響男性（女性）該扮演什麼角色和該做什麼工作。這種因社會形塑造成的性別分化和性別標籤，規約了男、女兩性應有的特質、行為和工作，進而形成性別隔離。

例如在教育或職業，男性和女性都會做一個視之為當然的選擇，選擇某些科系或者職業，形成「科系性別隔離³」或「職業性別隔離」，此種舉動受到一些超越本身所能控制的因素影響（見表 2.1）。總之，人們在教育課程或科系選擇上受到

³ 科系性別隔離：某些科系的學生以男性佔大多數，而某些則以女性佔多數。（陳建志，2000）

性別的影響，藉以維持性別的認同（蔡進雄，1998；陳建志，2000；Wood，1999）。

表 2.1 是最近幾年兩性就讀科系分佈情形。從表 2.1 可以知道，通常女性會選擇人文科或社會科就讀，而男性大多會選擇理工科，男女兩性直覺地會依據本身性別而做選擇。除了本身性別特質影響選擇外，性別認同也是很重要的因素，若女性選擇以男性為主的理工科或者男性選擇以女性為主的文學、社會科都會成為其中的少數份子，造成本身的心理壓力。另外，社會各種資訊的傳遞管道，如報紙、書本和媒體等...不斷建構對兩性的刻板印象，灌輸著男性特質適合念什麼科系，女性適合就讀什麼科系，使男、女兩性認為科系有性別差異，影響就讀科系的選擇，而且男女就讀的科系不同會直接影響到他（她）們畢業後所從事的工作。也就是說，「科系性別隔離」是造成「職業性別隔離」的原因之一（陳建志，2000：286）。因為女性就讀的科系通常是技術性較低與專業性較差，所以累積的人力資本較少於男性，因此對職業的選擇、職業地位和收入造成不利的影響。此外，Wood（1999：364）曾談到，年輕一輩的可能會做非常個人化的選擇，依據自己的能力和抱負等，選擇自己喜歡的科系或職業，但最終他們的選擇大多仍受到性別角色和性別特質的影響。

<表 2.1 大專院校人數統計>

單位：人數（%）

年份		87 年	88 年	89 年	90 年	91 年
人文	男性	33946 (3.71)	39104 (3.93)	44658 (4.09)	51036 (4.30)	56061 (4.52)
	女性	86850 (9.48)	97572 (9.81)	107860 (9.88)	118194 (9.96)	127153 (10.25)
社會	男性	87709 (9.58)	98599 (9.92)	113722 (10.41)	127711 (10.76)	136346 (10.99)
	女性	202615 (22.21)	220168 (22.14)	242366 (22.19)	267013 (22.49)	280257 (22.60)
科技	男性	333384 (36.40)	358870 (36.09)	390837 (35.79)	417104 (35.13)	427765 (34.49)
	女性	171417 (18.72)	179970 (18.10)	192659 (17.64)	206167 (17.37)	212710 (17.15)
合計		504801 (100)	994283 (100)	1092102 (100)	1187225 (100)	1240292(100)

資料來源：整理自教育部教育統計資料，2003。

職業場所是性別角色的另一種延續，一個人的性別角色和性別特質會影響個人對職業的選擇。男女兩性選擇職業時會受到本身性別的影響，選擇適合本身特質和需求的職業，如女性具有照顧人的特質，所以會選擇和女性特質相近的職業，

如護士。由此可知，性別角色與特質，不僅影響著人們日常生活的行為模式，也影響著個人對職業的選擇，造成職業被性別標籤化，進而延伸為性別職業隔離（Anker, 1997: 20-22; Cejka and Eagly, 1999）。

2、人力資本理論

人力資本理論基本假設是勞動市場是理性且完全競爭，因此男性和女性勞動者從事不同的職業，主要是因女性（相較於男性）擁有較低的生產力和累積較少的人力資本，如教育、工作訓練和工作經驗等（Anker, 1997: 316-317）。解釋女性可能因結婚、生育因素及家務角色與照顧小孩，而無法進入勞動市場或者產生職業不連續現象，這些都是女性比男性累積較少人力資本的原因。

由於早期社會女性並沒有受教育的機會與權利，致使女性在人力資本的培養上先天較男性不足。不過台灣光復後國民政府積極的推廣國民義務教育，男女兩性就學的人數比例逐漸地拉近，而且教育程度也普遍提高，使得女性擁有更多的人力資本可以投入職場。從表 2.2 中可以看到，就業女性的人力素質已經明顯提昇。在 1978 年僅有四分之一的女性勞動者擁有高中職以上的程度，而在 1990 年已有將近一半的女性勞動者擁有高中職以上的學歷，到了 2002 年擁有高中職以上程度的女性勞動者大約佔了三分之二強，而且其中又以大專及以上程度的人成長速度最快，幾乎是以倍數成長。

< 表 2.2 台灣地區女性就業者之教育程度 >

單位：千人（%）

年份	不識字及自修	國小	國中	高中職	大專及以上	合計
1978	348 (16.99)	852 (41.6)	329 (16.06)	364 (17.77)	155 (7.57)	2048 (100)
1984	355 (13.41)	889 (33.59)	453 (17.11)	666 (25.16)	285 (10.77)	2647 (100)
1990	244 (7.85)	863 (27.77)	507 (16.31)	1009 (32.46)	485 (15.60)	3108 (100)
1996	167 (4.69)	751 (21.10)	530 (14.89)	1286 (36.12)	825 (23.17)	3560 (100)
2002	86 (2.20)	580 (14.85)	512 (13.10)	1487 (38.06)	1242 (31.79)	3907 (100)

資料來源：整理自行政院主計處人力資源調查，2003。

而近三十年來，由於教育的普及與擴張也使得女性投入勞動市場的人數已比往年增加許多。從表 2.3 我們可以看到台灣歷年來男女性勞動參與的人數，雖然男

性的就業人數仍舊比女性多，但是從整個趨勢來看男性就業人數的比例是逐年下降，而女性的人數比例反倒是逐漸增加。

<表 2.3 台灣地區歷年勞動人口之性別比例>

單位：千人（%）

年份	男	女	計
1978	4250 (67.07 %)	2087 (32.93 %)	6337 (100 %)
1984	4778 (63.78 %)	2713 (36.22 %)	7491 (100 %)
1990	5263 (62.48 %)	3160 (37.52 %)	8423 (100 %)
1996	5662 (60.82 %)	3648 (39.18 %)	9310 (100 %)
2002	5896 (59.14 %)	4074 (40.87 %)	9969 (100 %)

資料來源：整理自行政院主計處人力資源調查，2003。

然而除了女性教育程度普遍提昇女性的勞動力素質，另外家務工作的分擔(科技：各種家電的出現)和托育制度等因素都使得原先影響女性選擇職業的原因似乎變得不再那麼必然。因此使用人力資本理論並無法完全解釋性別職業隔離的現象，且其著重於勞動力供給面的分析，而忽略了其它因素。

3、就業市場歧視論

除了性別本身影響到個人的職業選擇外，職業本身具有的生物性基礎和被認知的性別類型化 (Wood, 1999)，即「職業的性別刻板印象」(occupational gender-stereotyping) 也會影響到個人對職業的選擇與雇主對員工的需求 (Gatton, Dubois and Faley, 1999: 568)。職業的性別刻板印象是指，普遍大眾的認知中，某些職業被視為是女性化職業，有些是男性化職業，而有些則是中性職業。研究已檢視且證實職業刻板印象確實存在，以及對勞動市場造成的影響 (Pierre, Herendeen, Moore & Nagle, 1994; Gatton, Dubois, Faley, 1999)。

職業性別刻板印象對勞動市場造成幾個不同層面的影響，如個人對職業的選擇、雇主/管理者僱用員工的標準和職業中兩性薪資、昇遷等，最後甚而影響職業的性別隔離 (Gatton, Dubois, Faley, 1999: 568)。因為職業的性別刻板印象並不鼓勵個人去追求、從事不適合自己性別類型的職業，也不鼓勵雇主去僱用與該職業特性不相容的員工，故不同的職業會偏好不同性別的雇員，而且女性化職業被

認為是較不重要與困難度較低，因此影響薪資與昇遷等，最後導致更大的性別職業隔離。

從勞動力的需求面來看，雇主扮演一個相當重要的角色，雇主的偏好、品味和性別的刻板印象影響著雇主的決定，認定某些團體適合某些職業。由於習俗、信仰和性別偏見，男性被認為是強壯和理性，潛在的生產力大於女性，所以雇主選擇時是男性優先於女性（嚴祥鸞，1996：154；嚴祥鸞，1997：20）。除了雇主主觀的偏好選擇外，另一個影響雇主決定的因素是統計性歧視（statistical discrimination），其發生在聘僱過程中（吳柳嬌，1999：38；Olson，1990：162）。雇主在聘選員工時，主要依據個人的教育成就和工作經驗，但是這樣無法真正了解「實質的生產力」，還需以團體的數據資料（group data）⁴做為評估。當男性和女性勞動者有著相似的教育成就和工作經驗，雇主會根據團體的數據資料「理性地」（rationally）判定女性的實質生產力較劣低於男性（Olson，1990：162）。因此在聘僱過程中，雇主看似「客觀」、「理性」的抉擇行為，導致男、女性從事不同的職業，造成性別職業隔離。

另外，職業/組織內部本身的制度規章與運作等也會影響到性別職業隔離。組織性別化理論（theory of gender organization）強調性別職業隔離現象是由組織造成，加上組織內設計以男性為主的工作形成工作隔離；另外員工的徵選、昇遷和權力的重分配等，都對性別職業隔離現象有強化作用（嚴祥鸞，1997：20-22；陳月娥，2001：5）。除此之外，Gatton, Dubois and Faley（1999：569）的研究顯示，組織文化脈絡的資訊也會影響男女兩性對組織的刻板印象，因而產生性別職業隔離。也就是，組織環境資訊的傳遞（組織較具男性或女性化特質）會影響人們對職業的認知，進而影響自己的選擇與雇主對員工的喜好。

其實職業/組織從辦理員工招募開始就已影響到男性與女性就業選擇與兩性在工作上的分化，產生不平等現象，如閱覽報章雜誌各種求職廣告就是最好的例證。許多聘僱廣告多會註解、限定其需要的性別、年齡與教育程度，甚至具有那些性別特質。例如：徵聘出納員或行政助理即需要女性且有年齡限制，而像業務

⁴ 團體的數據資料（group data）：指的是一些和生產力相關的變項。資料顯示女性相較於男性通常有較高的離職率、曠工紀錄和高轉業率，且生產力比男性低（Paulette Olson，1990）

行政或者需技術性的則是以男性為主。由此可知，其實男女兩性在職場中的不平等，早在進入到職業場所時就已經存在。另外，組織透過職位分配和工作的分派與考核方式同樣也強化男女兩性在職業中的不平等。這不只形成職業間的性別隔離（水平隔離），同時也形成職業內的性別隔離（垂直隔離）。組織由初始的工作性別隔離出發，藉此創造兩性在組織中的不平等地位，再經由組織內文化的想像和擴散，使組織成員認同組織中形成的性別類型化，進一步造成工作隔離（陳月娥，2001）。

總而言之，當男女兩性面臨到職業時，不管是在進入職場前或進入到職場後，性別因素、社會因素與制度因素一直扮演一個很重要的角色。

第三節 性別職業隔離程度的變遷

一、性別職業隔離現象的轉變

勞動市場的職業隔離程度，在 1900 年初並沒有太大的改變（Jacobs，1989：161），從 1910 年到 1970 年職業隔離的程度來看，只從 69 % 降到 67.6 %，下降不到 2 %（Reskin，1993：245-246）。然而，1970 年由於女性大量投入勞動市場，使得性別職業隔離程度有更明顯下降的趨勢，雖然仍只是緩慢地下降（Jacobs，1989：171；Jacobsen，1994：154-155；Greenwood，1999：341；Coventry，1999：47）。工業化時期大量女性投入勞動市場，甚至是非傳統的性別職業，職業選擇模式已發生改變。有研究發現隔在男性和女性職業間的界限具有滲透性（Rosenfeld and Spenner，1992；Coventry，1999），如此的流動也稍微打破勞動市場的職業標籤化。雖然女性跨越界限進入非傳統女性的職業，因而得到較多的薪資、職業聲望和地位，然而由於制度和社會的壓力可能迫使女性離開（Rosenfeld and Spenner，1992：425）。另外相對地，男性進入屬女性化的職業更是困難，而且從事女性化的工作意味著獲取較少的薪資和較低的社會地位與聲望，以及擁有一個不同的男子氣概意象（masculinity image），但是社會、經濟和政治因素，使得如此的流動仍可能會發生（Bradley，1993：15-16）。

雖然根據資料顯示水平性別職業隔離已慢慢在縮小，但並不代表職業中男性

和女性完全平等。一份討論報告指出，在 1970 年勞動職場對女性態度和組織結構存在許多的限制和障礙，雖然近 20 年來已有相當程度的改善，但其昇遷等仍很困難，表示內部仍存在著性別不平等（劉梅君，1999）。根據聯合國的調查，女性擠身管理職務的比例很少超過 20%，1995 年德國的高階主管和董事會成員的女性比例只有 1-3%，而美國在 1996 年的調查顯示女性也只有 2% 左右（劉梅君，1999）。另外，有研究討論也提到職業內部存在著很大的隔離，不管是男性主導的職業或女性主導的職業，男性傾向集中於較高職位或領取較多的薪資（Jacobsen, 1994；Woodland, 1995；Lazarsky, 1999）。Glass（1990：779-782）的討論也指出，在職場除了男女性的工作性質不同外，女性想在職業中掌握權力也很困難，即使女性進入男性主導的職業，女性依然獲取較少的利益和向上流動的機會。雖然男、女性在選擇職業時可能會進入相同職業中，但卻會從事著不同的工作與擔任不同的職位。也就是女性在職業裡的勞動機會仍然持續受到限制，即使有工作機會，往往也是低薪資、低地位與較少的昇遷機會；相反地，男性不管是在男性主導的職業或女性主導的職業都享有優勢。

另一方面，當工作者的性別改變時，可能會改變職業原先的本質，甚至造成另一個新的隔離出現。Bradley（1993：17-24）即提出性別職業隔離量變到質變的三個階段，第一是仍佔少數的 infiltration（潛入、滲透）階段⁵，第二是人數比例漸多的 invasion（侵入）階段⁶，最後則是職業被重新定義的 takeover（接管、接收）階段⁷。總而言之，男女間存在的平等，除非男子氣概和女性特質的意識型態和相關論述的灌輸變弱、變淡，改變兩性刻板的性別認同，否則大多數的男性仍會選擇男性支配的職業，即便是進入女性化職業，仍會豎立起職業內部的界線和隔

⁵ infiltration：只有少數的男性進入屬於女性化的職業中，通常是因個人理由，工作機會的缺乏，以及個人因素，如興趣、傾向和喜好，都會影響男性選擇傳統女性化的工作。然而這種的跨越，性別扮演了很重要的角色，因其挑戰了原有職業的性別分類。

⁶ invasion：男性大多數的移動進入原屬於女性的職業，雖然女性沒有完全的被擠出職業外，但已形成職業內部的區別，男性壟斷職業中某些特別的工作，女性則壟斷另外的工作。而且通常男性會爬到階級體制的頂端，並且獲得比女性更高的地位。另外，男性的加入也會改變原有職業的本質，甚至提昇職業本身的評價。

⁷ takeover：整個職業性別演變最後一個階段 - 接收，是指原先以女性為主導的職業，因大批的男性侵入，重新被定義，形成職業的性別轉變，造成女性主導優勢的改變，甚至被排擠出原先的職業外。

離，以展現男性的權威（Bradley, 1993；William, 1993）。

二、台灣經驗：產業結構的改變

台灣在短短的 30 多年經濟快速發展，經歷許多不同階段的成長，同時也導致產業結構很大的改變，就業結構也因而改變，而產業結構與就業結構的改變也使各職業的就業人數有所改變（王春源，1995；李章順，1996）。換句話說，就業市場的人力需求主要受整個就業環境經濟情勢的影響，因此整體環境改變影響各產業對勞動力的需求，同時也影響各職業的就業人數。

根據先進國家的發展經驗，經濟發展初期農業居於重要地位；而後為促進經濟起飛，一方面提高農業勞動力生產，一方面釋出勞動力支援工業發展所需的勞力。隨著經濟持續發展與國民所得不斷增加，農業生產逐漸地轉緩，而工業生產則逐漸提高與發展，慢慢取代農業成為最重要的產業。另外，當一個國家所得達到一定水準後，轉而注意生活品質的改善，對休閒、旅遊等需求增強而促使服務業成長。後工業社會之發展促使服務業的專業性生產服務更加蓬勃發展，逐漸取代工業成為最重要的產業。

台灣經濟發展歷程也依循以上發展途徑。光復初期，一切經濟活動皆以農業為主；在民國 42 年至 52 年間，政府採取進口替代以及出口擴張的發展策略，促使工業生產。60、70 年代由於加工型產業的發達，國內工業成長更加快速，工業生產的 GDP 比率超過 40%，且在民國 75 年時達到最高峰 47.1%，此時工業成為支持經濟最大的動力來源。而民國 76 年由於經濟環境的變動，工業部門的 GDP 比率逐漸下降，取而代之的是服務業的發展。以往服務業所佔的 GDP 比率並沒有多大變化，大多維持在 46-48% 之間，自民國 76 年起服務業生產的比重有逐年增加的趨勢，隔年即已破 50%，而在 84 年達到 60%，民國 90 年則已達到 67.2%，可見，台灣已漸漸走向以服務產業為主的社會。

然而，產業結構改變導致了就業結構改變。如同經濟學家所說，當一個經濟進步時，就業人口中從事初級產業的比重將逐漸減少，從事次級產業的比重將於達到高峰時開始下降，從事三級產業的比重將逐漸增加（李章順，1996：40）。早期農業社會，農業部門主導經濟活動吸收大部分的勞動人口。相對地工業社會時，

工業快速的成長吸引不少勞動人口，取代農業成為主要部門，此時服務業扮演輔助經濟發展的角色，也吸引一部份的人口。而後工業的擴張、機械逐漸取代人力，使得工業對勞動力的需求減少，促使勞動人口轉往服務業。另外服務業則因隨經濟的成長分工愈細密，對服務業的需求日益增加。

從台灣歷年行業的就業人口來看，可以發現歷年來農業就業人數從民國 76 年開始逐年降低，由原先的 1553 千人到民國 90 年降到 708 千人。而工業就業人數的比率則是先上升再下降，民國 60、70 年代由於工業發達以及加工出口區的人力需求，工業的就業人數一直穩定上升，直到 80 年代經濟環境的變動導致工業的就業人數增加速度減緩而且有逐漸下滑的趨勢。在此同時，服務業的就業人數已超過工業的就業人數，而且逐年穩定成長，到民國 90 年服務業人數已達 5298 千人。另外從就業人數的比率來看，台灣農業部門所佔的比重已大不如前，從民國 67 年的 24.92% 降到目前只佔總比率的 7.55%，而工業部門的人數比率則是呈現先升後降的趨勢，目前一直維持在大約 35% 左右。至於服務業從 80 年代末期就業人數比率則已超越工業的就業人數，而且在民國 84 年人數比率已超過 50%，之後仍逐年增加，到目前人數比率已佔總比率約 57%。可見，服務業已成為台灣地區就業人口需求量最大的產業。

也就是說，大量的就業人口不管男性或者女性都會往服務業移動。再加上教育普及與女性勞動參與率的提高以及工作條件的吸引，使得女性可能從事原屬於男性的職業，填補職位空缺，甚至劃分原有職位的功能。如此一來導致男性可能必須往女性主導的職業找尋工作機會與發展。

第三章 化妝業的歷史發展及其性別組成

第一節 歷史發展

談台灣彩妝的歷史就必須從台灣的化妝品工業和演進談起，因為彩妝是從基本化妝品使用後，慢慢衍生出彩妝。由於 19 世紀歐美女性使用化妝品益形普遍，使許多化妝品工廠因應而生。到了 20 世紀，隨著化學工業的改良，化妝品種類不斷推陳出新，化妝技術和色彩使用也與時並進。

六 0 年代，國外女性使用保養品與化妝品的情形已相當普遍，化妝色彩更是豐富多變。然而，六 0 年代台灣化妝品產業並不是很興盛，當時經濟條件、生活型態與社會風氣下，化妝品被視為是一種奢侈品，女性使用化妝品的機會也不多，因此化妝品並沒有被大量使用，較普遍被使用的只是一些保養品。

1957 年，原本在日本資生堂擔任高級主管的李進枝先生自日本返台，在台灣（台北）成立資生堂第一個海外據點，也成為台灣第一家首創規模的化妝品公司。1964 年，美國頗負盛名的蜜斯佛陀也引進台灣市場，1968 年到 1970 年間，日本的奇士美、佳麗寶與國產自製的美爽爽也相繼進入台灣市場。70 年代，由於台灣經濟發展，國民所得隨之攀昇，使得國人的消費習性產生很大改變，以往被視為奢侈品的化妝品已不再高不可攀。另外，女性就業的成長不僅造成生活型態的轉變，也意味著女性有獨立所得，而且職場的需求使女性開始化妝且逐漸意識到「化妝是一種禮貌」、「化妝會讓自己變得更美」與「化妝會增加信心」，而適度打扮自己，促使化妝品市場更快速成長，不只變化多且色彩豐富。同時，化妝品公司也逐漸移轉化妝的社會意涵，化妝變成是一種禮貌、專業精神的必需品，而且伴隨著美國電影和大眾文化的輸入與各種化妝品廣告的傳輸，召喚著女性要使用化妝品來美化自己臉部的線條，促使國人對化妝品的需求日益增加，消費值也持續成長。

八 0 年代末期全球性經貿國際化與自由化，更加速經濟繁榮，政府也開放化妝品進口以及降低關稅，促使其更加的蓬勃發展（見表 3.1：目前國內百貨專櫃之品牌）。根據 DATA MONITOR 的調查，從 1993 年 7 月至 1994 年 6 月，我國化妝

品市場的成長率約在兩成左右，其中以彩妝成長 25 % 最為突出，據業者指出，近年來台灣地區化妝品成長迅速的就是彩妝品（周映湘，1995：30-31），顯示國人消費化妝品的習慣逐漸在改變，愈來愈重視彩妝的部分。

<表 3.1 目前國內百貨專櫃之品牌>

品牌英文名稱	品牌中文名稱	來源國	產品路線
MISASA	美爽爽	台灣	保養品、彩粧品、香水
KANEBO	佳麗寶	日本	保養品、彩粧品、香水、 個人清潔用品
SHISEDO	資生堂	日本	保養品、彩粧品、香水、 個人清潔用品
SHU UEMURA	植村秀	日本	保養品、彩粧品、香水
IPSA	茵芙莎	日本	保養品、彩粧品、香水
KOSE	高絲	日本	保養品、彩粧品、 個人清潔用品
CLARINS	克蘭詩	法國	保養品、彩粧品、香水
Y`S`L	聖羅蘭	法國	保養品、彩粧品、香水
GIVENCHY	紀梵希	法國	保養品、彩粧品、香水
CARITA	凱伊黛	法國	保養品、彩粧品、香水、 個人清潔用品
BIOThERM	碧兒泉	法國	保養品
HR	赫蓮娜	法國	彩粧品
LANCOME	蘭蔻	法國	保養品、彩粧品、香水
ORLANE	幽蘭	法國	保養品、彩粧品、香水
GUERLAIN	嬌蘭	法國	保養品、彩粧品、香水
CHANEL	香奈兒		保養品、彩妝品、香水
ELIZABETH ARDEN	伊利莎白·雅頓	美國	保養品、彩粧品、香水
CLINQUE	倩碧	美國	保養品、彩粧品、香水
BORGHESE	貝佳斯	義大利	保養品、彩粧品、香水、 個人清潔用品
ESTEE LAUDER	雅詩蘭黛	美國	保養品、彩粧品、香水
BOBBI BROWN	芭比波朗	美國	彩粧品
M.A.C.		加拿大	彩粧品
ORIGINS	品木宣言		彩粧品
X.A.C		美國	彩粧品
CHRISTIAN DIOR	克麗絲汀·迪奧	法國	保養品、彩粧品、香水
SISLEY	希思黎	法國	保養品、彩粧品
SONIA RYKIEL	桑麗卡	法國	保養品、彩粧品、香水
MAX. FACTOR	蜜絲佛陀	日本	保養品、彩粧品

資料來源：本研究整理。

第二節 性別組成 - 男性的人數？

化妝業早期多於百貨公司或百貨行設櫃，近幾年更大量進入大型購物中心成立開架式的行銷，有些並成立專賣店。不論產品的銷售管道為何，多數都配有化妝師。不過由於早期社會背景與保守觀念影響，化妝品被視為是女性商品，同時化妝職業也被視為是女性的工作，加上早期引進台灣的經營品牌大多是以日系為主，社會、文化背景較為相似，種種因素造成當時的化妝師絕大部分為女性。一直到 1990 年，蜜斯佛陀第一次正式招聘一批男性從業人員，稱為「化妝師」或「男性化妝藝術指導」，英文是 MMA (male make-up artist)。雖然截至目前，這批代表著專業形象的男彩妝師皆已夭折，但至少蜜斯佛陀做了一件令人意外的決定 - 聘僱男性。

隨著社會不斷進步與觀念的改變，晚近男性彩妝師能見度愈來愈高。且近幾年許多歐美系列的化妝品牌逐漸引進台灣，如：美國芭比波朗 Bobbi Brown、雅詩蘭黛 ESTEE LAUDER、加拿大 M.A.C.，以及法國克麗絲汀 迪奧 Christian Dior 等，當然歐美國家的觀念也隨之引進，其對台灣化妝品市場的就業生態造成些微的影響。愈來愈多的男性有機會接觸這個工作領域，使得原被視為女性天下的職場，開始出現男性身影。

近幾年雖然有愈來愈多的男性進入彩妝職業，但是就整個職場的性別比例來看，仍只是佔據一小部分，其間的人數差距還是很大。因為我們無法從次級資料中取得從事化妝業所有男性與女性人員的真實數值，所以使用另外的統計資料去顯示化妝業可能的性別組成：(一) 相關美容科系的學生數，(二) 技術士人才 - 美容師執照，(三) 向公司詢問取得資料。

(一) 相關美容科系的學生數

從教育部資訊網⁸上，我們可以查到台灣地區民國 88 年到 90 年的數據，得知高中職學校與大專院校中，就讀相關美容科系⁹的男、女性人數 (表 3.2)。雖然就

⁸ 教育部資訊網：<http://www.edu.tw/statistics/search/search.htm>

⁹ 相關美容科系：包含化妝品應用與管理科、美容科、美容造型設計科、商業類美容科、美容美髮

讀美容相關科系並不代表以後他們必然會從事化妝業，但畢竟他們所擁有進入化妝業的條件與資源比一般人好且更有機會。

從數據中我們可以看到近三年來就讀美容相關科系仍是以女性為主，佔 97 % 左右，而男性則都只佔 3 % 左右。雖然如此，但可發現男性就讀美容相關科系的人數有逐年增加的趨勢，人數比例逐漸增高，可以說接觸美容方面的男性人數已比以前多。不過從整體人數比例來看，其所佔的比例仍是屬於少數。

<表 3.2 就讀美容相關科系的人數>

	女性	男性	Total
88 年	35795 (97.54 %)	902 (2.46 %)	36697 (100 %)
89 年	32217 (97.06 %)	977 (2.94 %)	33194 (100 %)
90 年	30037 (96.45 %)	1104 (3.55 %)	31141 (100 %)

(二) 美容師執照

根據國家證照考試的數據¹⁰，我們找到歷年來取得美容師證照的男、女性人數資料(表 3.3)。從合格證照的張數可以知道，女性與男性人數上的差異，以及比例上的懸殊。

<表 3.3 80-90 年技術士人才統計資料>

類別：美容	女性	男性	Total
甲級	0	0	0
乙級	1175 (99.83 %)	2 (0.17 %)	1177 (100 %)
丙級	121087 (99.36 %)	780 (0.64 %)	121867 (100 %)
Total	122262 (99.36 %)	782 (0.64 %)	123044 (100 %)

備註：關於技術士人才技能檢定的類別請詳見附錄二。

(三) 向公司詢問取得資料

目前台灣化妝品市場中有少數幾個經營品牌有聘僱男性彩妝師，我們也透過對這幾家化妝品公司的詢問，取得這些公司中男性彩妝師的人數。經由訪問，整

科，以及美顏科這幾類。(教育部資訊網：<http://www.edu.tw/statistics/search/search.htm>)

¹⁰ 國家證照考試的數據：行政院勞委會職業訓練局 <http://www.evta.gov.tw/>

理出目前台灣化妝品市場中有聘僱男性彩妝師的品牌，以及男性彩妝師的人數。如表 3.4，得知目前台灣男性彩妝師總共大約有 40 位。如果分別從各家化妝品公司來看，桑麗卡 SONIA RYKIEL、克麗絲汀 迪奧 CHRISTIAN DIOR 與 X.A.C 分別是 1 位與 2 位男性彩妝師；而芭比波朗 BOBBI BROWN 與 M.A.C.所擁有的男性彩妝師人數較多，但與同公司的女性比起來仍是少數，比例大約都是 1：3。另外，這幾家化妝品公司進駐台灣化妝品市場短者大概都有 5 年左右的歷史，而年限長者有近 10 年左右。雖然他們進駐台灣的時間不同，但有一個現象大致上一致，那就是聘僱男性彩妝師的時間，「並不是一開始就有男性彩妝師」，這幾家化妝品公司有男性彩妝師是「近 3、4 年」才有的現象。由此可知，男性進入傳統女性主導的化妝業是近幾年的現象，雖然男性進入彩妝領域的人數好像有增加的傾向，但是在人數比例上仍是絕對少數。

<表 3.4 男性彩妝師的人數>

編號	經營品牌/國別	產品路線	男性彩妝師人數
1.	X.A.C/美國	彩妝品	2 個
2.	ESTEE LAUDER 雅詩蘭黛/美國	保養品、彩妝品	7 個
3.	BOBBI BROWN 芭比波朗/美國	彩妝品	11 個左右
4.	M.A.C./ 加拿大	彩妝品	16 個左右
5.	ORIGINS 品木宣言	彩妝品	1 個
6.	SISLEY 希思黎/法國(有代言的另一個品牌)	保養品、彩妝品	代言的另一品牌，原有 3 位男性，但現已沒有
7.	SONIA RYKIEL 桑麗卡/法國	保養品、彩妝品	1 個
8.	CHRISTIAN DIOR 克麗絲汀 迪奧/法國	保養品、彩妝品	1 個

從以上種種的資料顯示，雖然整體而言男性的人數仍不及女性，男、女性之間的比例相當的懸殊。但是我們根據各種觀察可以大約推估接觸美容這個領域的男性人數似乎有愈來愈多的趨勢。

是什麼樣的原因使得這個領域的男性愈來愈多？男彩妝師的存在對女性主導的化妝業帶來什麼影響？我們將從前述之性別職業隔離（包含水平隔離和垂直隔離）理論，來探討男性從事女性主導的化妝業對於性別職業隔離的意義。

第三節 彩妝師的基本特徵

本節就年齡、教育程度、就讀科系與美容師證照之有無等基本資料，來勾勒出這個群體的大概輪廓。

一、年齡限制

一般我們在百貨公司看到美容職業的從業人員，不管是女性或男性，不難發現他們看起來都相當年輕，而且擁有一個不錯的外表，不論是膚質或長相。這是因為公司在招聘過程中有年齡上的限制，不只有最低年齡 20 歲的限制，年紀大於 30 歲也不行。招聘人員 B1 與 B6 像我透露「至少要 30 歲以下吧，年紀太大也不好啊...」。

所以基本上，從事這個職業的人年紀都相當輕，對他們來說年輕就是本錢。不過由於受訪對象有的在美容這個領域待有一陣子的時間，所以其平均年齡較高。受訪者中，年紀在 30 歲以下的只有 3 個人，其餘的年紀都在 30 歲至 50 歲中間。

二、教育程度

一般人的觀念，從事的職業大多會和以前所學的專長相去不遠。台灣教育體制裡，美容相關科系只在高職或專科學校設置，所以我們會認為從事化妝業的人，應該大多是這些相關科系出身，教育程度自然為高職或者是專科畢業。

我們的受訪者資料的確顯示彩妝從業人員的教育程度大多偏向於高職或專科。在受訪者學歷方面，有 4 個人是高職畢業，專科者有 2 人，1 個是大學畢業者。

三、就讀科系

所有受訪者中，只有 1 個人以前是就讀美容科系，其餘分別就讀商科、資訊科、影劇科與舞蹈科。有一位受訪者就說，「其實你說本科系很難講，早期男孩子你要讀美容美髮科很難，真的很難。你一定是你讀工科或者商科讀到大學才發現，你喜歡美容美髮科再自己花錢去進修」。在台灣，男性想接觸有關於化妝領域的機

會所擁有的限制相對比較多。

不過大多數受訪者都提及，他們本身所待的那家品牌公司，其實在人員招聘上並沒有多大限制，只要是高中職以上畢業，而且年滿 20 歲就可以，並不一定要相關科系畢業，一位美容老師（顧問）就說，「像我也不是美容科系畢業的」。另一位公司負責招聘的人員也說：

其實沒什麼限制啦，只要你是高中職以上畢業，啊滿 20 歲就可以了，不是相關科系的也可以，只不過我們公司有規定至少要有丙級證照才可以。（是喔，有的公司好像是進去後自己再去考就可以了。）我們公司是有規定一定要先有證照，不然第一關就一定被刷下來。（訪談稿：B1）

四、美容師證照

針對訪談公司 B1 所說有關證照的部分，就訪問得知似乎並沒有硬性的規定。不過這得從兩個不同面向來談，如果是比較偏保養類的「美容師」、「美容顧問」，就必須擁有美容師執照，差別在於有些人是進入公司前就擁有，有些人則是開始接觸化妝業之後才取得。一位待了近 30 年的美容老師 A1 就說「基本上至少都會有丙級的美容師技能檢定的證照」。而另一位受訪者美容師 A2 也說，「從事這個職業的幾乎都有丙級的證照啦，有乙級證照的不多，通常有拿到乙級的就可以去學校教書了」。

然而如果就彩妝部分，美容師證照的有無就不是那麼絕對。一位受訪男彩妝師就說，當初進入現在所待的這家公司是透過朋友介紹，而公司也知道他本身是彩妝造型師，所以並沒有什麼特別的要求。他是這樣表述：

我會進來這家公司了ㄟ 他是 嗯 應該是透過朋友介紹，剛好當初美國有一個很另類的牌子，他專門在畫舞台妝系列，是一個很另類的牌子，剛好進來台灣，那在南部剛好需要彩妝師在南部，所以那時候是朋友找我。像我們是透過關係認識的話，這家公司的主管知道我本身是彩妝造型師那就不需要透過所謂的 interview，就很簡單。但我知道一般的銷售人員要你如果要 interview 進來這家公司話，一般需要面試，需要有美容師

執照，那你本身也要會化妝，這是當然一定要的。（訪談稿：A3）

另外，化妝品公司負責聘僱的人員 B2 也說：「我們公司在聘僱的時候並不一定會要求彩妝師一定要有所謂的美容師執照，我們主要是看那個人的資歷，還有他整個型，主要真的是他的經歷啦，因為公司不可能將一個人從零開始培養起」。所以並非化妝業裡所有從業人員均擁有美容師執照，主要看他們專屬在保養領域或者是彩妝領域。

從上述受訪者的訪談資料中，我們大致可以描繪出這個群體的基本屬性：

- 1、基本上，不管是男性或者是女性，年齡大多集中在 20 至 30 歲。
- 2、教育程度集中於高職或專科畢業者。
- 3、不一定相關科系畢業。
- 4、至於美容師證照，除了看化妝品公司本身有無要求外，本身專職於彩妝或保養也是一個重要的因素。

第四章 男彩妝師對彩妝領域的影響

本章主要重點放在男性進入傳統女性的職業會對職業帶來的影響，主要分為三個部分：（1）男性進入彩妝領域的趨勢：未來從事彩妝工作的男性是否會愈來愈多，（2）去女性化：男性從事彩妝工作是否改變一般社會大眾對職業特性的看法，改變職業原有的性別標籤化，（3）造成競爭：愈來愈多的男性進入彩妝領域是否對女性造成威脅。

第一節 男性進入彩妝領域的趨勢

本節將處理未來男彩妝師進入彩妝職場的人數是否會有所增加，並成為一個趨勢。首先我們將討論什麼原因促使男彩妝師在近幾年出現於彩妝職場，主要分成兩個部分：保守觀念的轉變與工作機會增加。另外，討論未來男性進入彩妝職場的趨勢。

一、保守觀念的轉變

由於台灣深受日本文化的影響，再加上社會性別化的作用，因此一般大眾會認為美容師就是女性，從事美容職業好像是女性的專利。直到十年前開始有歐美品牌的專櫃進駐台灣，才慢慢地改變化妝品就業市場的生態。然而，並非歐美系列的化妝品牌一進來就吸引男性工作者進入彩妝職場，當時由於社會風氣仍尚未開放、保守觀念的影響，以及社會對男性角色的期望，使得男性無法完全且真正地放開心去接納彩妝工作。如同受訪的消費者 D2 所說的：

我覺得可能是風氣才剛開吧，而且對男性的期望也不一樣啊。我覺得一般男生對自己的期望不會是要當這個。（訪談稿：D2）

而另一位受訪者 A3 也說，「男性這麼少喔，應該是說想從事這個方面的男孩並不會很多，大部分的男孩子都是比較去從事工業或者電子啊」。除了社會觀念影響外，另一個原因是，男性真正「有興趣的人數」到底是多少。一位受訪男彩妝

師就提出他的看法，其實在彩妝領域裡男性會如此少的原因，除了舊有觀念影響外，男性本身對彩妝的興趣也很重要。而一家化妝品公司 B3 也有相同看法，「或許是由於社會傳統觀念的影響，或者是他根本沒有興趣吧，所以造成男性人員是如此的少」。另一家公司也表示她的看法：

應該這麼說吧，你的興趣，因為如果你不喜歡，換個角度想好了，比如像電腦業女生比較少，一樣嘛，女生對那個就沒興趣，所以這個也沒有辦法去衡量說什麼原因。但是可能台灣的男孩子對於彩妝有興趣的，目前來講應該還是屬於少數。那當然不排除台灣那種老舊觀念就是認為彩妝師一定是女生，或者認為男生做這個職業就不是男生。那其實最主要最主要我覺得是興趣，這個性別上的差異我們也沒有辦法給你一個明顯的統計數字，但是就我們台灣的現象來講，可能就是興趣吧，男生喜歡的、目前來講興趣沒有女生來的高吧。（訪談稿：B4）

在台灣男彩妝師還是一種相當特殊的就業型態，但是其實這種情形在外國是很正常的現象。訪問中得到的答案均相當一致，普遍都說「國外本來就有很多男性彩妝師」。一位男彩妝師與化妝品公司人員就說：

那事實上在國外來講，彩妝師大部分都是男孩子，包含所有的設計師都是男孩子，如果你注意看的話。（訪談稿：A3）

在美國的話其實他們男性彩妝師滿多的。（訪談稿：B2）

近幾年台灣男性彩妝師雖然人數不多，但是「就早期比起來的話已經有成長了」，其間「保守觀念的轉變」扮演一個重要的角色。就像受訪公司所談：

只是說台灣這邊地域性的觀念而已，就是保守觀念認為男生做這個工作好像不適合，那慢慢的有很多已經都跳脫出來了。（訪談稿：B1）

我想台灣在十年前左右的話，你可能很少看到美容專櫃會有男性彩妝師，那我覺得最近會比較有，是因為一方面是文化的影響吧，那一方面也是民風比較開化了，所以很多男性就會從事彩妝職業。（訪談稿：B2）

另外，由於愈來愈多歐美系列的彩妝品牌紛紛引入台灣，其引進的不只是產品本身，也將歐美那種開放的觀念引進台灣，進而對社會一些舊有觀念產生影響。

二、工作機會增加

除了「保守觀念的轉變」影響男彩妝師進入彩妝職場外，另一個原因是「工作機會增加」，主要是指化妝品公司所能提供的工作職缺。我們在先前已經講述過許多歐美系列品牌的進駐，將國外開放的觀念帶入台灣，促使社會大眾慢慢地能夠接受男性彩妝師。除此之外，這些歐美的彩妝品牌也為男性的就業市場提供很好的工作機會，因為這些品牌在聘僱人員時並沒有性別上的限定，使得對彩妝有興趣的男性有管道可以進入彩妝職場。一位化妝品公司的負責人這樣說：

但是他會是一個 應該是替男生開發了另一個工作機會，我覺得另外一方面也是給男生一個更自我表現的機會跟空間。因為其實他們本來可能就對這個行業很有興趣，只是一直沒有機會進入這個行業來服務。台灣的男生其實有時候是有點壓抑的，男性的社會是比較壓抑，對男性的限制、觀念的包袱，所以我們進來也可以說是給男性彩妝師一個非常好的機會。（訪談稿：B4）

而另一位受訪者在談到這個議題的時候也有相同的看法：

從整個化妝品的生態來說喔，化妝品在十年前它彩妝的量是很少的，絕對不是現在這個樣子。那在你彩妝量這麼少的情況下你的需求量就不會這麼高。而且他沒有管道可以進去，所以就算有興趣也沒有辦法進去。那再來就是我們以前都是應徵美容顧問，那可能我們因為都是限制女性，所以當然他就沒有所謂的這個管道。但是後來台灣有進來一些品牌，一進來就是以彩妝為主，像 M.A.C, BOBBI BROWN 這些，那一開始當然是找所謂的男性彩妝師。那後來這些男性在彩妝這塊領域上的比例愈來愈高。（訪談稿：B2）

可見，早期男彩妝師人數不多除了「保守觀念」與「興趣」影響外，另一個因素是男性沒有「管道」與「機會」可以進入彩妝職場。「在以前可能都是自己在

學，自己在做，做一些 case 啊，大概就是這樣子吧」，「現在有公司聘僱他們」，因而增加男性進入彩妝職場的機會，使得原先被視為是女性的職場，開始有男性穿梭其間，而且在人數上也比早期增加許多。

三、進入彩妝職場的男性人數

接著我們將要討論，在「保守觀念轉變」與「工作機會大幅增加」的條件下，未來男性進入彩妝領域的人數是否會一直增加，甚至成為一種趨勢。

在 7 位受訪從業人員與 11 家化妝品公司中，只有一位受訪的男性彩妝師提出不同的看法，其餘的受訪者都一致認為，未來「化妝品市場的這塊餅會愈來愈大」，而且「應該會有愈來愈多的男性從事彩妝工作」，因為「漸漸的風氣開了，就不會再那麼嚴重的區分開彩妝美容一定是女性的工作，慢慢地讓人接受說男生也可以做這個」。這從受訪者 B1 與我之間的對話可見一般：

受訪者：這是一定會的啊，會愈來愈多人會從事這個職業。

研究者：那也要男生願意接受這個觀念，進來這個領域不會被笑。

受訪者：很多啊，現在男生的造型師、服裝設計師很多都很頂尖的，對。

一定會成為一個趨勢，會愈來愈多會去接受，市場的部分也是一樣。

不過訪問過程中，有一位化妝品公司負責招聘的人員 B4 雖然開始的時候也是認為以後男性進入彩妝職場的人數會愈來愈多，但是隨即她馬上又接說，「 嗯，這應該不能算是用趨勢來說吧，趨勢是很有可能會很流行，那流行的東西如同過眼雲煙一下子就會沒有了，但是我覺得，像我剛剛提到的喜歡的人、有興趣的人你就是會進來，不喜歡的人、你沒有興趣的人一定不會進來這個行業的。所以他不可能會成為一個流行的趨勢」。也就是說，以後男性進入彩妝職場的人數一定會增多是無庸置疑的，但是成為一個「趨勢」可能就很難明確下定論。因為畢竟除了社會潮流的影響外，終究有一個更重要的因素會影響著男性的決定 - 「興趣」，這也是一位男彩妝師持不同看法的原因。

我不曉得ㄟ，真的我不曉得，是因為說就像我講的，在密佛它在十幾

年前招了一批很不錯的男性彩妝師，可是到後來慢慢的這些男性彩妝師他們都已經不在業界了，他們不但沒有在化妝品，所謂百貨公司化妝品的這條線上，他甚至於是說已經不在這個行業裡頭了。那他以後會不會很大，我不曉得，因為我覺得那要看你，你有沒有那個 那個心，就是說你對這個工作是不是熱愛，你有沒有辦法去持續加溫一個你喜歡的工作，然後持續去堅持下去。 那對於未來，對於未來我不知道會有多少男性投入到這個市場，同樣的我也不知道會有多少人他會因為自己的喜好而堅持在這個市場上。（訪談稿：A5）

總之就整個彩妝職場而言，從先前一開始的討論到現在我們可以歸結出一個觀點，雖然整個社會風氣已漸漸開放，且觀念也已慢慢改變，使得男性得以進入彩妝職場裡且社會大眾也開始能接受有男彩妝師這樣的事實。再加上化妝品公司提供男性另外的工作機會，也促使男性更加有機會能接觸到彩妝領域。但是對於男性彩妝師來講，更主要會影響他們決定的仍舊是本身對彩妝興趣的有無，以及自己堅持在彩妝領域的心。

第二節 去女性化

本節主要處理在男性進入彩妝領域的人數逐漸增加的同時，會對彩妝領域造成什麼樣的影響，我們將分成兩個部分加以討論：一個是「去女性化」，另一個是「競爭」。

根據我們的觀察與訪談得知，目前台灣男彩妝師的人數大約是 40 位左右，大概只占有女彩妝師的四分之一至三分之一強，如果加上美容領域的女性，男女性的懸殊將更大。雖然男性彩妝師的人數不多，但是與早期比起來已有很大的增長而它仍有很大的成長空間。

由於男性彩妝師進入化妝業是近幾年的現象，因此受訪者與化妝品公司的人員都表示說，「男性進入這個職場並沒有對這個領域造成什麼影響」，他們並不認為「男性進入彩妝領域會提高職業本身的聲望，或者是對職業有升值的作用」。這與我們先前所討論的一些文獻有出入，並不如一般所言，當一個男性化的職業有

大量女性進入時會降低其職業聲望或使職業貶值，例如秘書的工作；相反地，當一個原屬女性化的職場有男性工作者加入時，反倒會提升其職業聲望。這樣子的論點似乎無法在彩妝職場的研究中得到相同結果之印證，或許是因為台灣目前正處於轉型、成長階段，也或許因這是近幾年新興的就業型態，所以對職業本身還來不及造成影響。

雖然男彩妝師這批生力軍的加入並沒有使職業升值，也沒有提高職業聲望，但是透過訪談我們得到另一些思考點，彩妝職場由於男性的加入會稍稍反轉社會大眾對彩妝工作的刻板印象，改變對彩妝職業舊有的觀念與職業的性別標籤化。一位受訪女性說出她的想法：

其實我覺得彩妝工作由男生來做並沒有什麼不好的啊，而且男生有時候可能還會做的比女生還要好。怎麼說呢，其實那都是大家舊有的觀念啦，覺得彩妝美容工作一定都是女孩子在做的...，現在已經比較不會了，男女平等嘛。（訪談稿：A7）

而另一家公司的負責人 B8 也指出，「其實現在男彩妝師的人數已慢慢的在增加，在比例上面來講的話當然也會有增加，很多其他不同的職業也是會這樣，其實現在不只是化妝品啦，滿多的職業會變的比較中性化，或者是所謂粗性別化，並沒有像以前分的那麼絕對。對，不過那當然需要一點時間」。所以，雖然這些男性彩妝師待在女人堆裡工作，做著原被視為女性的工作，但他們一樣能做得很好，受到顧客的肯定，甚至比女性更能取得顧客的認同，更能勝任如此的工作，這就是我們所說的「去女性化」。不過有受訪者持不同的看法，有位女性美容老師就說：

以我的觀念我還是覺得化妝品是女性的東西，如果是男性會覺得怪怪的。而且真的就像先前說的，櫃上的服務人員並不是只有銷售，或者是讓顧客做相關諮詢，有時也可能需要幫顧客化妝或者做臉，啊男生都嘛比較粗手粗腳不適合啦。（訪談稿：A1）

而另一位曾經在百貨公司遇過男性彩妝師的消費者也有相同的看法：

我覺得男生來做這個工作很奇怪，會覺得很怪，而且我覺得女生來服務

會比較方便。因為我覺得女生會比較瞭解女生應該要怎麼化啊，那樣子，那摸你臉的時候才不會覺得怪怪的。(訪談稿：D1)

在這兩個例子中我們可以發現，其實持相反看法的受訪者和她們本身的想法與所處的工作環境有關聯。就像那位美容老師由於她所在的職場是以女性為主，加上公司灌輸給她們的觀念就是美容、彩妝是女性的工作，因而造成她有如此的反應。而另一位消費者則完全是因為他本身觀念的影響，在整個訪談過程中，她一直表示對男性彩妝師的看法與印象，並且不時的述說著無法接受男性彩妝師的原因。

第三節 造成競爭

Bradley (1993: 17-24) 曾經提出，職業變化的三個階段：首先是滲透 (infiltration)，再來是侵入 (invasion)，最後是接管 (takeover) 階段。也就是說，當一個工作職場出現不同於以往的性別工作者時，可能會改變職業原先的本質，甚至造成另一個新的隔離出現。近幾年男性彩妝師進入彩妝領域的現象就如同 Bradley 所提的滲透階段。由於大部分的受訪者都普遍的認同，未來彩妝領域的男性人數應該會愈來愈多，這種情形下，彩妝職場裡是否會發生如同 Bradley 所講的接管階段。

根據我們訪談結果，雖然男彩妝師正在逐漸增多，但是他們並不至於會佔據原屬於女性的工作，或者是整個取代女性在彩妝職場中的地位。就像化妝品公司說的：

應該是不可能吧，你看現在很多美髮師也是男的都很出名的。那當然女生還是有她卡位的一個地位，每一個人他卡位的主角不同。...所有的生態，我們在工作的一個職場、社會上都一樣，你只要有努力我覺得男女生的機會都是平等的。而且總是會有人升遷啊，那就有人有機會去填補他的空缺。(訪談稿：B1)

我覺得不會，不會造成什麼影響，可是它會有一些現象產生。就像我剛

剛跟你講的她會有追隨者產生，這個是女生不會有的現象。那再來就是說，不管怎麼樣，在美容彩妝的這個產業，永遠還是女多於男的這樣的情況，我們不可能有一天美容顧問都變成男生，這是不可能的。（訪談稿：B2）

不過大部分化妝品公司都認為男性的加入會造成另一種影響，就是促成職場中男、女性彼此間的「良性競爭」。如受訪者所說：

嗯，我覺得是良性的競爭。...據我看到的，就像我剛剛提到的，我覺得男性的審美觀跟女生本來就不一樣，我覺得那是非常良性的競爭。其他的我覺得倒還好，我覺得是非常良性的競爭，因為男性所提出來的美感、或者他們所激發出來的創意是很不一樣的，所以我覺得是很良性的競爭，對女孩子方面沒有什麼威脅，肯定沒威脅，肯定是正面的。（訪談稿：B4）

其實這是在很多職場中幾乎都會發生的情形，因為在同一個職場中男女必須藉著相互的競爭與刺激，努力表現自己的專業以獲取別人的肯定。在彩妝職場裡因為以前是以女性為主，因此對女性而言彼此間並不會造成太大的威脅，可是當有男性加入職場時，情形就會有所不同。在很多方面，男性彩妝師本身可能就比女性來的積極，而且從他們身上所散發出的自信、專業感覺，對女性彩妝師本身都會是一種警訊，因而對女性有刺激的作用，形成良性競爭。

第五章 男女彩妝師的工作經驗

接著討論兩性進入化妝業的原因，同時比較男、女兩性進入化妝業的原因是否存在著差異？另外，男性投入彩妝職場後他們的工作內容為何？是否與女性有不同的待遇？以及服務過程中「男性身分」為他們帶來什麼樣的優勢或困境？

第一節 進入動機

本節主要分析男、女性進入化妝業的原因。訪談發現，男性彩妝師會進入彩妝領域，除了個人喜好或個人特質等吸力作用，也可能是由於結構因素的推力使其進入彩妝領域。以下將分別說明影響因素：

一、男性進入動機

1、本身興趣

「興趣」是吸引男性進入傳統女性職業最主要的原因。就受訪男彩妝師來說，他們未接觸彩妝東西之前就喜歡畫畫、喜歡五顏六色的東西，所以才會選擇彩妝職業。另外，有位男性受訪者就提到，以前本身是念舞蹈科系，常常要自己化妝，因而對其產生興趣。他們這樣描述：

當然問到為什麼會想要進入彩妝業，應該我只能回答說我對顏色的色感很喜歡，一樣很多人會像你一樣會問我說，為什麼會進入彩妝業，我都回答說就喜歡畫畫，很簡單就是畫畫，很喜歡把顏色綻放在不一樣的人身上，對我覺得這樣子讓人啊不是永遠只有單一顏色，所以我覺得進入彩妝業讓那種色感發揮出來我覺得很快樂，所以我才會進入這樣一個彩妝業。那我一直希望說把興趣融入工作，做起來會比較快樂。（訪談稿：A3）

自己學舞蹈學了很多年，那因為表演的關係，我們常常要去了解一個舞蹈的服裝是什麼，化妝是什麼，所以我就從那個時候無形中我就開始對所謂的造型、整體造型有很大的興趣，開始針對彩妝去學習。（訪談稿：A5）

早期台灣社會有相關美容科系的學校並不多，加上社會保守觀念影響，就算有相關科系，就讀者大多是女性，鮮少見到男性的蹤跡。所以男性要想接觸到這方面的資訊，靠的是自己本身的興趣，「興趣」是吸引男性彩妝師從事彩妝業主要的原因。

另外透過化妝品公司，我們清楚得到一個答案，他們都表示「當然是要喜歡、有興趣」是這些男性彩妝師會從事彩妝工作最主要的原因。在台灣本來就有喜歡畫畫或彩妝的男生，只不過長久以來社會化與教育的影響，使社會大眾都覺得男性有屬於男性喜歡的東西，例如飛機、機器人等，而女性也有自己的喜好，如洋娃娃，因而使得有些人真正的喜好可能會因此而不敢表現出來。女性受訪者說：

應該是這麼說，我們台灣受到日本文化的影響滿深刻的，所以就一般人基本的觀念會認為美容師就是女生，從事美容職業好像是女生的專利。可是其實在全球來講很多業界相當知名的專業彩妝師、或者是美容保養的，那甚至...拿我們的廚師來講好了，一般都是女生在下廚，可是世界上知名很多大廚師也都是男生。其實，這應該是大家傳統的比較觀念上好像是女生來從事，其實在全球原本就有很多男生他們對彩妝這個職業就很有興趣，其實是沒有男女之別啦，應該這麼說。（訪談稿：B4）

由此可見，不論是從彩妝師本身或者是化妝品公司的角度，他們都一致認同「興趣」是促使男彩妝師進入彩妝職場最主要的原因。

2、個人特質

基本上一個人要從事某一種職業應該是本身具有的特質必須和職業特質有某種程度的符合。由於彩妝是指在人的臉上作文章，修飾臉部的線條，所以說從事彩妝工作必須具備「心細」、「動作柔性」，也就是所謂的職業特質，當然會來從事彩妝工作的人，本身也須具備這些特質，「總不可能一個彪型大漢，動作很粗魯的人吧，那樣光是要幫人家試妝，別人可能就不肯了」。

以前化妝的消費族群以女性為主，且化妝業的從業人員也都是女性，因此化妝業一直以來被視為女性化的職業，所以男性彩妝師通常會被視為較娘娘腔的一群。受訪的消費者 D1 與 D2 就說：「因為我覺得他本身性向的關係，我覺得他們

動作都比較女性，比較溫柔的那種感覺。這些男生一定本身就是娘娘腔啦，所以才會做這個工作」。另外人力資源部的受訪者也說：

當然這些男性都是比較娘娘腔，比較女性化的，他要從事彩妝這個工作當然本身也要具備彩妝的職業特質，不然他怎麼從事這個工作，怎麼幫客人化妝。你想如果是一個彪形大漢的男生站在那，可能就沒有客人敢讓他化妝。（訪談稿：B1）

你今天一定是個性、性向適合，你才會來從事這個職業。（訪談稿：B2）

基本上有可能會，有可能會比較女性化，不敢說是完全都這樣子啦，可是我覺得你的工作環境裡可能還是都會遇到很多很多的女孩子，那我覺得不知不覺當中有可能你的一些動作會會比較女性化一點。因為你身上有這樣子的特質，你才有可能會跟一般的女性顧客溝通吧。如果一個很粗心大意的人要幫你化妝，應該沒有一個女孩子會肯吧。（訪談稿：B6）

不過，就受訪男性彩妝師而言，他們並不認為自己是所謂的娘娘腔，也不是因為自己較女性化的傾向才從事彩妝職業，主要是因為本身興趣。但是當我問及他們，認為從事彩妝業的人具有什麼特質，答案確是「細心」、「動作要細膩」、「敏感度」等，而這些在傳統上都被視為是較偏女性的特質¹¹。受訪者 A5 就說，「從事彩妝業需要具備什麼特質喔，我想應該是要細心，敏感度要夠吧，這樣才能在化妝過程中，真正畫出適合每個消費者的彩妝，而且在化妝時動作必須要柔，不能很粗魯」。雖然這位男性受訪者是如此的表述，可是當我反問「細心」、「柔」不就是代表女性特質時，他直接否認我的說法，他是這樣呈述的「那不一定代表我具有女性特質啊，有很多男性不也都是很細心，動作很細膩，而且其實我也是有很不細心的時候」。根據研究者的觀察，基本上這些男性彩妝師的外表比較斯文、比較柔，而且都是標準身材，有著吸引人的外表與動作溫柔。或許使用「娘娘腔」、

¹¹ 女性特質：一般性別刻板印象認為，男性的特質是：靠自己、堅強、獨立、大膽、果斷、擅長分析、富領導能力、有競爭心、願意冒險、有主見與積極進取等。而女性的特質是：細心、溫柔體貼、敏感的、多愁善感、害羞、膽小、富同情心、矜持等（李美枝，1987；Cejka & Eagly，1999：416）。

「女性特質」這些名詞比較敏感，以致男性彩妝師們本身都不認同這點。不過，我們從男性受訪者與化妝品公司的訪談以及研究者的觀察可以發現存在於男性彩妝師身上的性別角色特質，而這些本身具有的特質也可能是影響男性選擇彩妝職業的原因。

3、結構因素的影響

由於台灣經濟快速發展導致產業結構產生很大改變，而就業結構也隨之發生改變。產業結構的變遷影響了就業市場對人力的需求，因而造成各職業的就業人數有所改變。台灣服務業所佔的比例逐年升高，相對的服務業就業市場所需要的人力也日益增加，這不僅促成女性有機會可以進入勞動市場，也使得男性會往服務業去尋求工作機會。一位女性受訪者 A7 就提及：「其實台灣整個產業結構的改變，還有現在經濟不景氣工作不好找，都會使得男性選擇從事彩妝工作，畢竟這也是一個正當工作，又不偷不搶」。而受現在整個就業環境的影響，很多女性可能會去從事傳統上男性的工作，例如計程車司機或者公車司機等；同樣地男性也可能會受就業環境與經濟景氣的影響，而漸漸地轉往傳統上女性的職業領域去謀求生存。以前我們對護士的印象都是女性護士，而現在開始有男性護士出現，再看看現在很多專業理髮店都是男性的工作人員¹²，這些現象在早期台灣並不多見。

一位化妝品公司的受訪者 B1 說出她的看法，「其實在整個就業結構如此變遷之下，這對女性來說會比較吃虧，因為相對的男性所能做的工作是比較廣的」。為什麼她會這麼說呢？因為她覺得「男性與女性在先天上就有差別」，受訪者是指身體上與體力上的差異。大體而言，大多數女性在體力上不及男性，這會形成女性在找尋工作上的一個限制，因為她們無法從事較需要體力的工作。

另外隨著社會不斷進步，存在於社會舊有的保守觀念當然也會隨之改變。在台灣社會，男人工作稱之為「養家」，女性工作稱之為「貼補家用」，因此一直以來極度推崇男性工作的必要性以及重要性，男性沒有職業不被社會所認同。而且教育觀念也不斷教育男性對職業選擇的重視，要從事符合男性特質職業。另外在一些職業聲望研究中發現，化妝、美容工作普遍被認為是不及律師或者是醫療從

¹² 在女性就業還未被普遍接受的年代，理髮師大部分是男性。

業者（蔡淑玲、瞿海源，1988）。所以在這種舊有觀念影響下，早期男性就不會選擇從事傳統女性化的職業。然而隨著舊有觀念的打破，社會大眾逐漸能接受一些新的想法，也促使男性對職業選擇的看法有所更改。

二、男、女兩性進入化妝業原因之比較

歸納男彩妝師進入彩妝工作的原因，大致上和本身的興趣、個人性別特質與結構因素的影響有關，而其中以「興趣」是男彩妝師進入彩妝領域共同的因素。對於男彩妝師來說，由於他們本身就喜歡畫畫，喜歡色彩，而彩妝正好符合這些條件，因而吸引男性選擇彩妝工作。相較於男性彩妝師進入的原因，受訪女性會從事這個工作的原因可以歸納出幾點：受經濟環境的影響、學習專業技能以及本身興趣。

1、受經濟環境影響

一般我們看到的百貨公司專櫃的美容師都是穿著美麗制服，散發著一股女性高貴的氣質，這種情況在現代社會或許不足為奇，可是在台灣早期的社會如此裝扮卻相當令人羨慕。另一方面，現代社會對美容師的職業評價較低、薪資也不高，但早期則不然，化妝品公司給予從業人員的薪資、待遇，在當時社會算不錯，因此可以吸引女性進入化妝業。以下是女性美容師的表述：

...我畢業那時大約是民國 60 幾年，那時的社會風氣並不像現在這麼開放，而且也沒有這麼多漂亮的衣服可以穿，可是那時從事化妝品業的人都能穿的很漂亮，而且在那個年代，他們的薪資跟公司給的待遇真的算是不錯的，跟其它的工作比起來的話，而且在當時他應該算是一個穩定的工作。...這些都是當時吸引我的原因，當然也是我本身自己對這個工作有興趣，不排斥啦。（訪談稿：A1）

而現在台灣正值產業結構轉型以及經濟不景氣，美容領域因為其進入門檻低，提供女性一個尋找工作機會的空間。另一位受訪者 A2 這樣說，「當初在學校畢業之後，有做過其它的工作但都不是很順利，之後是因為朋友的介紹才開始接觸到美容領域，因為這也是一份穩定的工作，而且又沒有什麼條件限制，...基本

上只要高中職畢業，年滿 20 歲就可以，就這樣我就進來了」。因此在經濟環境的影響下，「進入門檻低」也是女性選擇美容工作的原因。

2、學習專業技能

就訪問結果得知，大多數受訪女性會選擇化妝業的原因是因為他們覺得至少這是一個穩定的工作，而且由於經濟環境影響，現在找工作並不是那麼容易，因此想藉由投入這個領域習得一技之長。受訪者 A2 就說，「其實做美容沒什麼不好的啊，也是一個專業嘛...」。

3、本身興趣

除了上述所講的那些因素會影響女性選擇化妝業外，「本身的興趣」當然也很重要。一位女性受訪者 A4 由於本身在學校就是舞蹈科系，因此在學生時代就一直有機會接觸化妝而培養出興趣，所以她說她是「在畢業之後就進入這個領域直到現在」。然而其他受訪者並沒有像 A4 受訪者一樣一開始就說，她是因為興趣而選擇這個工作，反而是先講述了其他原因後，然後才說明本身興趣也有關連。例如受訪者 A2 就說：「...當然我本身也是有興趣啦...」。另一位受訪者 A7 也說，「其實會進入這行除了想學習專業以外，也是因為自己有興趣啦」。

比較男性彩妝師與女性美容師進入化妝業的原因，發現「學習專業技能」對大部分女性而言是相當主要的因素。雖然就訪談得知，「興趣」也是影響的因素，但總是在敘述完其他原因後，最後才講出「興趣」也是其影響因素之一，這是明顯和男性彩妝師不同的地方。

三、公司聘僱男性的原因

由於男性彩妝師進入這個職業領域是近幾年的現象，就業市場有新進的人員，代表著有公司願意聘僱他們，因此我們也從化妝品公司的角度了解其招聘男性的原因。根據我們向台灣少數幾家聘僱男彩妝師的公司詢問後，我們歸結出三個化妝品公司聘僱男性彩妝師的原因：源自公司原有的政策、提供不同的角度以及用色大膽。

1、源自公司原有的政策

目前台灣有聘僱男性彩妝師的公司其產品路線大多是以彩妝品為主，而且全都是歐美系列，這些品牌在國外專櫃的從業人員很多就都是男性，所以在進駐台灣市場後，其對人員的聘僱也維持其原有的政策。一家化妝品公司的受訪者這樣說：

因為我們公司聘用男性彩妝師並不是覺得說因為別人沒有做，所以我們才這麼做，而是因為其實是有前例的。就像比方說 BOBBI BROWN 啦，甚至是在美國，在台灣可能男性彩妝師比較少，可是在美國的話其實他們男性彩妝師滿多的，所以基本上並不是因為說他是男性所以我們才特別找他來當彩妝師。主要還是因為我們是歐美進來的，沿襲著那邊的做法。（訪談稿：B2）

而另一家受訪公司 B4 就說，「我們公司強調一個哲學，就是不分種族、不分性別與不分年齡。那當然這個也運用在我們公司的自己員工，你可以看到我們的員工有很年輕的，可以看到男生可以看到女生，你可以看到黑人、白人。我們的包容性非常的廣，只要你有專業的彩妝知識，只要你樂於服務人群，只要你希望在彩妝方面工作你都會有一定的工作機會。就是這樣一個哲學的關係，所以為什麼台灣會有男生彩妝師的原因。那這並不是一個噱頭，這也不是我們好像是搞新奇，這是我們一直以來全球就有的一個模式」。我隨即追問，那公司在幾年前進來時就有男性進來公司嗎？B4 接著回答說，「一進來就有耶，我們在台灣其實可以說是讓一些男性彩妝師有一些發揮的空間」。但是這樣的情形並沒有普遍發生在每一家化妝品公司中，另一位人力資源部小姐 B2 就表示說，「其實也沒有，公司並不是在一開始就有男生彩妝師，一開始的時候也都是女生來應徵，是近幾年才開始有男性彩妝師」。會有如此的差別，社會開放與觀念轉變扮演相當重要的角色。

其實針對這點不只從化妝品公司本身可以得到證實，從其他受訪者中也會獲得相同的答案。一位男性受訪者就說：

男孩子進入彩妝業的不多，那事實上在國外，彩妝師大部分都是男孩子，包含所有的設計師都是男孩子，如果你注意看的話。（訪談稿：A3）

另一位女性受訪者 A7 也說：「其實台灣是因為觀念保守、民風未開，所以會限制男性進入彩妝業，像在外國很多彩妝師都是男生，很多有名的彩妝師也都是男生...」。由此可見，男性從事彩妝工作在歐美國家是極為平常的現象，探究造成這種差別的原因，主要是因為文化上的差異，歐美是屬於觀念較為開放的國家，化妝品公司對於聘僱男性並不覺得有何不可，同樣地男性對於從事彩妝職業也認為並無不妥。這樣的觀念在台灣可能也正逐漸地萌芽中。

2、提供不同的角度

就台灣化妝品業的消費市場來看，幾乎所有的消費族群都是以女性為主，因此男彩妝師進入有一個很直接的影響，就是能為消費者「提供不同的角度」。這是幾家化妝品公司聘僱男彩妝師的原因。

會聘僱男性彩妝師喔，我想一個很間單的理由吧，能提供給顧客不同於女性彩妝師的建議。（訪談稿：B7）

大致我們可分幾個原因囉，那從男生的角度來講，就是提供另一個不同的角度給女性消費者，去瞭解有關美的東西。那另外的話就是女生其實在某個程度來講跟男生是一樣的，所以男生在這個工作職場裡的話，那男生可以跟女生會有一個互補的動作。（訪談稿：B8）

明白地說，女性化妝大多是畫給男性看，而以前化妝業的從業人員都是以女性為主，所提供的觀點只是女性觀點，這些男彩妝師能提供不同的觀點，而且是很直接地男性給女性的觀點。

3、用色大膽、有創新

相較於女性，男性在許多觀念上或行動上都比較放得開，因而會造成男性從事彩妝時，比較容易有大膽的配色，或嘗試新的畫法與造型。受訪者 B1 就說：「... 而且在用色部分男孩子會比較大膽的去發揮他自己的空間。女孩子心思比較細膩、保守，可能她會侷限現什麼樣的顏色，比較不敢去用一些大膽的顏色去做一個表現，這樣子」，所以他們反而較喜歡去栽培男性。關於男、女兩性在這點上的差異，訪談資料中有另一位男性受訪者也有如此的看法，他如此呈述：

其實男生做彩妝這個工作，在工作的內容上和女生並沒有什麼不一樣啦，不過有一點不同是，男生在用色上會比女生大膽...。(訪談稿：A3)

另外，受訪者 B1 還提到另一個思考點，就是工作的職業期限（職業生涯）。一般來說，女性在工作上所受到的限制比男性多。傳統觀念認為女性終究會嫁人然後走入家庭，因而影響女性的工作時間，形成職業生涯的中斷，這是女性與男性很大的不同處。受訪者 B1 明確的說，「基本上我們公司會著重這個重點，我們會特別培養男孩子，來做整個公司站台的造型師或彩妝發表會」。

第二節 勞動過程

本節將討論勞動過程，主要分成三個部分：工作內容、升遷管道與薪資制度。

一、工作內容

我們從先前對性別職業隔離的討論知道，性別職業隔離現象已發生轉變，不只女性會往傳統男性職業流動，男性也會往傳統女性職業尋求工作機會，而且這樣子的流動可能會改變職業原有的面貌，也就是因不同性別的人進入可能會造成職業女性化或職業男性化。雖然男性與女性會因為這樣的流動而待在同一個職業場域中工作，但是男、女兩性卻可能從事著不同的工作或擔任不同的職位。Truss, Goffee & Jones (1995) 對歐洲秘書工作的研究就顯示出其間的差異性。原先秘書工作由男性擔任時，處理的都是屬於較高階、機密與重要的事情，而且地位象徵較高；可是當秘書工作有愈來愈多的女性進入後，不僅「劃分了原有的工作內容」，也使得「原有秘書的地位貶值」，因為她們所扮演的是家務性角色，地位附屬於老闆。同樣地，徐宗國 (2001) 對男護士的研究顯示，當男性進入原先被視為傳統女性的職業，他們會把自己定位在不同於原先女性工作的定位中，他們所強調的不再是原屬照護工作的溫柔與體貼等特質，而是其中對應人、處理事以及場面控制等面向。另外，葉明昇 (1998: 55) 對男性社會工作者的研究也指出，男性社會工作者總是被賦予特別的工作內容，不外乎強調「高壓力」、「高危險性」以及「較繁重的工作量」。可見不管是在男人工作的世界或女人工作的世界，同一

職位由不同性別的人來擔任可能會有不同的工作內涵¹³。

不過上述現象，在我們所研究的男彩妝師身上並未得到相同的結論。根據訪問得知，男性與女性所從事的工作內容都是「一樣的」，並沒有因為性別而有不同的待遇。一位受訪男性彩妝師就說：

...工作內容的話，在櫃上的話一定的就是銷售產品嘛，當然其它的像公司的報表，公司的清潔...。那最主要的工作性質的話，以銷售產品，讓顧客來諮詢彩妝，或者教顧客怎麼使用這家品牌的彩妝產品，教顧客怎麼化妝，也是有顧客會來做彩妝的課程...都會有。...男彩妝師一樣我們的工作都是一樣、平等的，男孩子彩妝師並沒有說有一定的特權。（訪談稿：A3）

而受訪的化妝品公司方面也表示，男性與女性的工作其實都是「一樣、平等的」，不會因為男性而有所不同，「沒有特權」，他們除了銷售產品外，一樣要「倒垃圾」、「清理櫃檯」等，這是在彩妝領域中所見到的一個現象。

不過當我以相同的問題問另一位男性彩妝師時，他卻是給了我另一個不同的答案，他覺得這個工作由男生來做跟由女生來做當然會有不一樣的地方，他繼而給我一個例子：

體力上就不一樣了，男孩子先天上就比女孩子還有力氣，這是女孩子輸男生的地方，所以當工作上有需要搬東西的時候，這種工作當然大多數都是男生在做啊，你總不能男女生都在的情況下，你卻要一個女孩子去搬東西吧，況且她可能也沒有那個力氣，...我覺得這是男生和女生不一樣的地方。（訪談稿：A5）

可是，他又接著說「不過一般而言，平時男彩妝師和女彩妝師做的工作都是差不多的啦，銷售產品啊，教客人化妝，讓客人諮詢一些彩妝方面的問題...」。由此可見，彩妝職場中並沒有出現明顯的「性別分工」，男彩妝師並沒有因為「男

¹³ 工作內涵：在職業分類表內的某一職業類別，卻可包含著許多程度與性質不盡完全相同的工作內涵，例如：在工程師此一職業名稱之下可在分成 line 和 staff 兩種工程師，彼此處理的工作內涵不同。（徐宗國，1995：5）

性身分」而有不同於女性的工作內容，他們一樣從事著「化妝」、「接受客人諮詢彩妝相關問題」，以及「報帳」、「清潔」的工作。而且這種平等不只是表現在工作內容方面，就連升遷方面也一樣。

二、升遷管道與機會

任何一個組織或公司本身一定都有一套升遷的制度或管道，而且每一個人在職業領域中也必定都會面臨到升遷的問題。一般而言，任何一個公司的升遷制度都是必須透過「考試」或「面試」，彩妝領域的升遷也一樣，除了本身要有一定的「年資」外，還必須經過「考試」或「面試」。受訪者 A3 就說「...公司有一定的升遷管道啊，必須經過考試以及面試，不過一般像我們這種工作有好一段時日的，公司對我們都有一定的認識，基本上年資與本身的經驗是更重要的」。而另一位在美容領域工作幾十年的美容老師 A1 也說她本身就是從一開始的「美容師」、「美容指導員」透過公司的升遷管道變成「美容講師」的身分，她說：

公司有規定工作了幾年後，只要年資夠，經歷夠就可以去考所謂的美容講師，從美容指導員升為美容講師。（訪談稿：A1）

一個受訪公司 B2 也表示，一般在這個領域工作的人，如果要繼續往上升遷的話有兩個管道，一個管道是往「業務方面」，可能就是做「管理階層」；而另外一個管道就是往「教育訓練」方面，也就是帶新人。

換句話說，不管是美容領域或者是彩妝領域，經由這兩個管道，才可能由站櫃的「彩妝師」或「美容師」變成更專業、更頂級甚至是更知名的彩妝師與美容講師，或者是轉往幕後，比如說專門的彩妝/美容訓練師或單純的處理行政事務。

雖然就公司升遷「制度」來看，兩性的升遷機會似乎沒有不同。但如同前面文獻指出，制度的平等並不代表實際運作上的平等。因此我們針對公司實際提供的升遷機會進行訪問，結果顯示公司實際上給予的工作與升遷機會也都均等，能否升遷主要是看個人有無升遷的動機、個人的表現與努力，以及本身職業生涯的規劃。

男女生在升遷方面有什麼差異喔，...都一樣啊，一樣都要都要考試、面試，沒有什麼不同啦，就像我先前講過的，男生在這個工作裡並沒有一定的特權。（訪談稿：A3）

不過，由於台灣傳統觀念影響，男性被視為是家庭經濟的支柱，而女性主要則以照顧家庭為首要工作，因此一般而言男性會較有事業心，其職業生涯的規劃會比女性長久。受訪公司就提到說：

不管任何工作而言啦，我覺得在工作職場上，應該都是男生會比女生在升遷管道上會比較積極，那我覺得那應該是整個台灣社會傳統告訴你說男主外女主內，女生嘛就是你有個工作只是說不會太無聊，然後貼補點家用，可是大部分的經濟來源可能來自男性，那就會讓男性就是在事業上會想往上衝。那造成這種差別的原因是因為男生他可以沒有家庭包袱，他可以在事業上全力衝刺，那他有比較多的時間去做努力當然比較容易成功。那女生的話就是 雖然大部分女孩子都有工作甚至結婚還是會有工作，可是問題是你會發現她的重心是不同的。不過我還是覺得這是因人而異啦， 可是以整體比例來說的話應該是男生會比女生來的積極，因為他們是整個家庭的經濟來源。（訪談稿：B2）

也就是說，雖然就整個彩妝領域而言，公司所給予男性和女性的升遷管道與機會都相同，可是整體而言，男性的抱負心與積極度比女性來的高。

此外，從公司內部組織來看，我們也會發現多數公司的內部人員大多為男性，內部人員一般屬於管理階層。一位女性受訪者就說：

公司有男生不過都是在像研發部門、業務部門，或者是管理部門。像在XX公司的生產廠中，就有很多研發人員都是男性，女生相對的相當的少，女性反而多集中在生產線上。而且很多待在辦公室的也都是男性啊，不過也有女生啦，只是比較少。像我們上層的管理人員就是男生。（訪談稿：A1）

而且我們上次去公司訪問時，受訪者就說，「裡面的是我們的總經理」，我看了一下是位男性，她接著又說「在那走來走去那個是我們的藝術總監」，也是個男生，似乎代表著某種性別隔離。

三、薪資制度

在討論了性別是否影響「工作內容」與「升遷管道」後，最後我們要處理一個比較敏感性的問題，就是「薪資」。

百貨專櫃從業人員的薪資並非每月固定，薪資的計算分成兩個部分，一個是「底薪」，另一部份是「銷售獎金」。「銷售獎金」當然是依據個人平時的銷售功力而定，也就是「賣的愈多，賺的愈多」，因此我們所要探討的是「底薪」部分。

整個訪談過程中，一再顯示「薪資」是一個比較敏感的話題，通常受訪者都會比較保守而且語帶保留，一位受訪化妝品公司 B3 就說，「不好意思，這是公司的機密不能告訴你」。不過我們從受訪者的基本資料大致可以明瞭男、女性從業人員的平均月薪約在 30000-35000 元左右，當然這是「底薪」加上「銷售獎金」的總額。那麼男生跟女生的薪資（底薪）一樣嗎？一位受訪的男性彩妝師說，「...基本上男女生的薪資是差不多的，不過有的會差個幾千塊...」。我們繼續追問是否與性別有關？受訪者繼而回答，「沒有，和年資、資歷有關...，工作經驗，還有加上發表會的抽成等」。受訪公司 B2 與 B3 也都表示在薪資方面是「沒有分別，男女生都一樣」。

不過受訪公司 B2 馬上又給我另一個不同的思考點，如果從彩妝領域與美容領域來看，他們在薪資上會有所差異，她說：

...彩妝與美容的薪資當然不一樣，彩妝師的薪水會比較高一點，（為什麼？）因為他有專業啊。他的專業就在於他會化妝啊，還有他必須還要有上台的那種 performance skills，對。我們會就是說那個彩妝師我們的設限會比較多，那當然你要給人家的薪水就比較高，那美容的門檻比較低，所以那當然起薪就比較低。...假如說他今天完全沒有任何美容的背景，但是我們可以幫他受訓，那如果就彩妝這個部分的話，我們不可能讓你從不會化妝，從零將你教起，你一定要本身就有具備彩妝能力，我們當然還是會給你訓練，但是你進一來就要有基礎了。...因為他們兩個的門檻本來就不一樣，所以當然薪水來看也會不太一樣，就是起薪不同。（訪談稿：B2）

形成這種差異的原因是由於化妝業的從業人員們分別專職於不同領域，有的

受僱於偏保養、美容的化妝品公司，有的則是受僱於主打彩妝產品的公司。經由訪談得知，化妝品公司聘僱從業人員會受公司「產品路線」的影響，通常主打保養品的公司他們所聘僱的人員都是以女性為主，例如資生堂 SHISEDO、佳麗寶 KANEBO、希思黎 SISLEY 或蜜絲佛陀 MAX FACTOR 等。

然而若公司偏重於彩妝部分，其在人員的聘僱上則大多沒有性別限制，就像雅詩蘭黛 ESTEE LAUDER 芭比波朗 BOBBI BROWN 與 M.A.C.等這些主打彩妝的品牌，也就是說那些從事化妝業的男性幾乎都集中在彩妝領域而非美容領域。換句話說，彩妝業的男性薪資可能較女性高，但並非同工不同酬之故，而是男性主要工作領域與女性不同的關係。

四、小結

根據以上我們對男性彩妝師在工作內容、升遷管道與機會，以及薪資方面的討論，可以清楚看到在彩妝領域中似乎並不存在著「性別分工」、「性別差異性」。男、女性的工作其實都是「一樣的、平等的」，並不會因為是男性而有所不同，他們並「沒有特權」。另外在升遷管道以及薪資方面也相同，公司所給予的福利與各種條件均等。

然而，這樣的結果顯然與同樣以化妝業的從業人員為對象的藍佩嘉（1995：93-97）所研究的「銷售的政治：性別化的勞動身體規訓 - 兩種化妝品銷售勞動體制（百貨專櫃、傳銷）的比較研究」一文有所不同。藍佩嘉指出當初蜜斯佛陀公司要招聘第一批男性美容師¹⁴時，化妝品公司將這些男性塑造成專業的形象，不只擁有不同於女性美容師 BA 的優渥地位與待遇，而且從受訓到薪資與工作內容都比一般的美容師 BA 還要優厚。「男生比較有專業形象啊，我們當初十個人站出來就是不一樣，就是很有專業的樣子！」、「我們雖然跟 BA 一起站櫃，可是分工定位不一樣，我們只要負責化妝，報帳跟倒垃圾這樣的工作我們 MMA 是不必做的，以前還嚴格禁止，因為我們這種專業形象，怎麼能去報帳、倒垃圾...」（藍佩嘉，1995），我們從以上兩段自我表述可以清楚的瞭解到早期男性從事化妝業

¹⁴ 男性美容師：蜜斯佛陀在 1990 年招募訓練了一批男性人員，當時稱為「化妝師」或「男性藝術指導員」（MMA）。（藍佩嘉，1995）

所受到待遇較好。

解釋其原因可能是當時（十年前）因為觀念保守，此一職業被視為女性工作，被貶值的工作，因此蜜斯佛陀公司招聘的這一批男性成為稀有的一群，為了避免造成他們心理上的壓力與負擔，因此盡力將這些男性形塑成不同於女性從業人員。反觀，現在台灣的男性彩妝師雖然仍是少數，但是由於社會風氣轉變，而且聘僱男性彩妝師的公司幾乎都是歐美品牌，使得在聘僱與工作中講求兩性平等，不再因性別而有不同的待遇。

第三節 優勢與困境

一般而言不管男性或女性，若從事非傳統職業選擇(the choice of nontraditional occupation)，通常會因「性別」而有一些特別的優勢或遭遇某些困境。首先我們先探討在彩妝職場裡男性彩妝師因性別所擁有的優勢，下部份將會討論性別所帶來的困境。

一、優勢

（一）高能見度

就訪談得知，男彩妝師並沒有因為性別特殊而在「工作內容」、「升遷上」，甚至是「薪資方面」有任何的優勢，或者藉以獲取任何的好處以及特殊的待遇。不過就某些層面而言，男彩妝師仍會因「男性身分」而獲得一些優勢。例如：「高能見度」指男性身處在多數為女性從業人員的彩妝工作中，本身會成為一個極為明顯的目標，也就是男性彩妝師很容易就會引起別人的目光，讓人知道有他的存在。

目前台灣男性彩妝師仍然屬於極為少數、稀有的一群工作者，因此很容易成為職場中受人矚目的焦點，尤其是對消費者而言，讓他們在第一眼見到時就會產生深刻的印象。一般的認知，百貨公司的專櫃人員都是以女性為主，因此當我們發現這個領域有男性從業人員時，那種驚訝與好奇的心理可想而知。受訪消費者 D1 就說她親身的經歷，我們之間的對話是這樣：

消費者：第一次在百貨公司看到專櫃有男生的時候，真的覺得怪怪，想說怎麼會有男生啊，不是都是女生嗎？而且他們看起來都很像女生，就是娘娘腔啦！我還被他嚇到，...。

研究者：被他嚇到，為什麼？

消費者：因為他一直說要幫我化妝。

研究者：那你有讓他畫嗎？

消費者：當然沒有囉，怎麼看他怎麼怪，我看到他的動作就覺得渾身不自在，好像女生，總之就是怪怪的，沒有辦法接受讓這樣的男生化妝啦。

而另一位受訪的消費者 D2 也說，「其實一開始看到化妝品的專櫃竟然是男生的銷售員時，真的覺得很新鮮、很新奇，因為他們很特別啊，忍不住的多看他幾眼」。消費者 D2 接著告訴我，其實她有讓那位男性彩妝師服務的經驗，「雖然他是男生，會感覺怪怪的，不過既然他可以成為彩妝師就表示他有一定的專業程度」，這就是她願意讓那位男彩妝師服務的原因，主要是因為「專業性」。雖然彩妝職場中男性彩妝師是特殊的一群，但是他們並沒有因此而受到公司特別的照顧與好處。並沒有如同葉明昇（1998：57-61）對男性社會工作者研究所顯示，因為男性是社會工作者中的少數，常成為職場中關注的焦點，不只是同事們特別關心，連上級長官也會給較多關心以及工作機會的表現。而從先前的討論我們可以看到，男彩妝師在職場中的高顯見度，並沒有使他們受到比女性更好的待遇，一切都平等。不過，男性彩妝師的高能見度卻也成為公司在吸引消費者上的一個方法、策略，有受訪公司這樣子說：

那我們會發現男彩妝師因為女多於男嘛，那一、兩個男彩妝師時就會成為眾人注目的焦點，他就可以引起別人的注意，所以我們會發現說男彩妝師在台上示範彩妝時，他的聚客效果會比女生好。（訪談稿：B2）

由於男性彩妝師的「特別」是吸引消費者目光的一個原因，因此化妝品公司也經常利用此一特點來吸引消費者。一個最明顯的例子就是百貨公司的彩妝發表會。以前的化妝品發表會，我們看到的都是女性服務人員，近幾年則開始有男性擔任發表會的現場主角，而這些男性彩妝師經常需要「全省跑」。也就是說，當

公司在那一個地方要舉行彩妝發表會時，他們就需要到現場支援。受訪公司 B1 就說，「...怎麼講，逆向操作啊，如果你是女孩子的造型師那是不是會沒人看，因為一樣都是女孩子。那一般去看發表會都是女孩子，那當然她喜歡看的是在台上的造型師是男生啊，那是異性相吸這樣的一個原理嘛。」而另一位受訪者 A3 也說：

...其實喔，...它算是一種策略。那但是它有另外一點是，今天如果男彩妝師在台上幫顧客做新產品的發展會，很多客人會來看。因為每一個人的觀念就是彩妝師、造型師，其實很多人都知道這些造型師都是以男孩子為主。那還有另外一點就是異性會相吸。比如說今天你去看到一個某一個品牌是以女彩妝師為主，你的興趣應該不會大於是一個男彩妝師在那邊畫。...你會覺得「這是一個男彩妝師在話，你會想看看男孩子畫出來的效果，所以比較不一樣。其實這也是一種方法。（訪談稿：A3）

這樣子的宣傳手法也的確能達到某種程度的效果，就像受訪者 A3 講的「事實上我們有比較過，真的男孩子在畫的時候台下真的一定是客滿」。

（二）顧客的接受程度

由於男性彩妝師能提供不同於女性的觀點，以「男性觀點看女性」，消費者能直接從男彩妝師身上得到異性的意見，因此男性彩妝師在這方面比較佔優勢。就消費者接受程度而言，基本上都「滿能接受」、「接受程度滿高」，因為「女為悅及者容嘛，女生漂漂亮亮除了自己看了漂亮之外，當然也是為了吸引男孩子的眼光，所以有時候反而會希望從男性彩妝師那邊得到一些異性的意見」，所以其實女孩子慢慢的可以接受男性彩妝師幫她做配色的服務，甚至於男彩妝師可能更受歡迎。受訪公司 B4 就說，公司從消費者身上獲得對男彩妝師的評價，幾乎都是正面的，而且「在臺灣來講這些男性彩妝師他們是非常優勢的，完全不會被歧視，甚至很多女孩子都是他們非常忠誠的顧客，特別喜歡找男性彩妝師為他們服務，所以有很多男性彩妝師非常受到歡迎，比女孩子還受到歡迎」。另一位男性彩妝師也說，「好處的話有，像有的人她就會想讓男孩子來服務看看，想要新潮的她就會想讓男孩子服務」。另外一家受訪公司還說他們看到一個發生在男性彩妝師身上特殊的現象：

比方說我們公司的彩妝師有男生有女生，那我們就會發現說可能是異性相吸的原理啦，異性相吸的道理，所以我們會發現有很多男性彩妝師會有一些 fans，就是追隨者。那我們公司這些男性彩妝師並沒有固定的櫃，他們是全省跑的，你會發現有些追隨者就是可能不給別人化妝只專門指定誰，所以當那個人可能今天剛好被安排到台北 SOGO，那麼那個客人可能就會專程為了他跑到台北 SOGO。對，會有這種情況，那這種情況在女生身上就看不到。我覺得這個就是很單純異性相吸吧。（訪談稿：B2）

另外，有些消費者會因為彩妝師是男生因而認為他們所提供的建議是比較客觀，並不是為了銷售而講。消費者 D2 說，她覺得女生看起來比較討厭，因為「從女生嘴巴講出來說你很醜是一件很痛苦的事」，可是如果是男性彩妝師講的就會覺得「他是真心誠意想要幫助你的」，因為「男生講的比較客觀，而女生只是為了要你買東西」。

總之在彩妝領域中，男性仍然會因為性別的特殊性而使他們擁有一些優勢，比如說較容易受到女性消費者歡迎，而且擁有一些固定的「追隨者」，也使得「男孩子的業績可能會比女孩子高」。另外，百貨公司的專櫃上也會因為有男彩妝師，而吸引消費者更多的關注，增加客層。

（三）接受程度的差異性

雖然消費者普遍對男彩妝師都滿能接受，但其間仍存在著差異性。經由訪談我們將分為兩個部分來討論：地域性與年齡層的差異。

1、地域性

男性彩妝師是近幾年才有的現象，而且基本上主要集中在「北部地區」。因為北部是流行資訊的所在，再加上風氣比較開放，因此當外國品牌將其經營模式複製到台灣時，北部的接受能力通常比較好。受訪公司 B1 就說，「...如果比較中部可能比較保守，對於男性彩妝師可能會怕，不好意思去接受，那如果在北部的話，可能的接受程度會比較高」。換句話說，北部民眾對男彩妝師的接受程度會比較好，畢竟因他們所身處的環境觀念比較開放，而且接收的訊息也較多，因此較能接受、嘗試新的事物。一位有過親身經歷的男性彩妝師自我表述：

在北部來講的話還好，其實北部一開始有所謂的男彩妝師出現的時候，效果很好，因為很多女孩子會覺得，讓男孩子畫畫看，對就是所謂的異性相吸，那我發現，因為我回來南部，南部剛開始的時候都沒有辦法接受。對，甚至於你會發現女孩子一來的時候看到是一個男的，她馬上轉個角度去找女的彩妝師。對，她會不習慣讓男孩子摸我的皮膚，或者是化妝，對啊會有肌膚之親這個樣子，所以南部就會比較稍微有點保守。不過其實慢慢的已經開始有點改變。（訪談稿：A3）

這也許是一種「文化差異」的展現，就如同男性彩妝師在台灣是新奇、特別，而在外國被認為是習以為常的道理一樣，一切都是因為文化上的差異。

2、年齡層

消費者的接受程度除了「區域性的差別」外，「年齡」也是影響顧客接受程度的原因，不同年齡層的人其接受程度會有所不同，如同我們常說的「代溝」，指的不只是溝通的不良，也代表著觀念的不同與落差。一位公司人事負責人就說：

像我們這樣年紀的有可能都很容易可以接受男生幫我們化妝或者服務，可是有可能我們的媽媽們就沒有辦法接受這樣子的一個現象。除非說是比較開放一點的媽媽。（訪談稿：B6）

現在台灣社會許多的觀念正在逐漸的轉變，年齡層愈低的世代大多不再存有以前舊有的保守觀念，他們（她們）的思想新穎，觀念開放，更能接受新鮮的事物。受訪男彩妝師 A5 說，「其實現在的人，女孩子化妝的年齡層愈來愈降低了，愈來愈多的女孩子在年紀很小的時候就已開始接觸保養品或者是所謂的彩妝品、或者是所謂化妝品。而且這些 18、19 歲，20 出頭的女生都滿能接受男生幫他們服務。」

而受訪消費者 D1 也說，「我沒有辦法接受男彩妝師幫我化妝，光看到他們就覺得怪怪的，比較年輕的，可能會比較容易接受吧」。因此對男彩妝師的接受度，一般而言青壯年齡的人可說是處於中間地帶，有的人可能會接受男性彩妝師，可是有的人就無法接受，而老一輩年齡層的接受度通常較低。不過若是更年輕的年齡層，其接受程度應該是最高。

二、困境

前面我們討論了男彩妝師在彩妝職場中的優勢，這裡將要處理性別為他們帶來的困境，另外也將說明他們對彩妝工作的堅持。

雖然男性彩妝師會因為他們是男性而對消費者有著「異性相吸」的作用，但是如同前述所談的「顧客接受程度」，並非所有的消費者都能接受男性彩妝師為自己服務。因此當男性彩妝師「男性身分」為他們帶來優勢的同時，也會對他們造成一些困擾。男彩妝師 A3 很無奈地述說著他的親身經歷：「我曾經遇到說今天有一個客人來，結果一來明明走過來，是你去接洽問需要怎麼樣子的服務嗎，她二話也不說就直接走到另一個女彩妝師那邊去。她給我的感覺很難看，她給我很不好的滋味」。接著他又給了另一個例子：

像我剛剛有講到的，有的客人就是真的本來是較接近我的，她就二話不說的直接去找另外一個女孩子，問她想要問的問題。甚至有一次我遇到最更尷尬的一次是，我們同一個櫃上有兩個人一個是女彩妝師，一個就是我男孩子，那女彩妝師正在接一組客人，那個客人就是來，然後自己在那邊看啊，那我就過去打個招呼，他就直接回答我我不可不可以讓女孩子服務。那像遇到這種問題真的是很尷尬，那如果以女彩妝師來講的話像這種問題絕對不會遇到。那我們的缺點其實只有這樣子，並沒有怎麼樣子的缺點。只有我剛講到說可能會遇到比較尷尬的場合會比女孩子來的高，會遇到這樣子的問題。（訪談稿：A3）

而另一位女性受訪者 A7 也提出她的看法，她覺得其實就彩妝工作來講，男生來做跟女生來做並不會有什麼差別，只是男性彩妝師在面對客人時可能會比較吃虧一點，「因為並不是所有的客人都能接受男生幫她化妝」。

不管「男性身分」為他們帶來的是優勢或者是尷尬的場面，都是「性別角色所帶來的一種效應」。而且在彩妝領域中雖然男性屬於少數的工作者，但是他們不見得是比女性弱勢的一群。

三、持續從事彩妝工作的原因

男性從抉擇進入彩妝領域到在彩妝工作中所體驗到的各種經歷，無論是好的

或不好的，其間充滿了各種力量的交織。此部分將說明這些男性想持續從事彩妝工作的原因。

（一）對工作的滿意度（興趣）

藍佩嘉對銷售人員所做的研究，提到密斯佛陀在 1990 年所招聘的那批男性工作人員目前幾乎都已經銷聲匿跡，造成這種結果的原因是當時社會風氣與保守觀念的影響。因為從小社會化就教導男性與女性有著不同的性別特質，男性必須背負養家的使命，造成男性極大的心理壓力，以致無法在彩妝職場中久留。

不過現在社會觀念已慢慢轉變，加上從事彩妝工作的男彩妝師是因對彩妝有興趣而進入彩妝職場，所以對工作都很滿意。而且他們本身在到化妝品公司應徵前就已經做了「心理建設」，因此男彩妝師留在彩妝職場的意願頗高。另外，幾家化妝品公司都表示其實男彩妝師的「離職率很低、很穩定」，不過有的男彩妝師會因自己工作幾年，有了「資歷」後會轉換別的跑道，但仍是待在化妝職場中，只是轉往幕後或內勤，而不再是站櫃。

在受訪男彩妝師的想法中，雖然彩妝職場裡有時會因為性別而碰到一些令他們尷尬或無奈的情況，但對他們而言那並不會促成他們想離開彩妝領域；男彩妝師們對本身的工作滿意度都「相當高」，覺得工作的很開心，因為這是他們的「興趣」，能將興趣與工作結合是最好不過，因此男彩妝師們目前並沒有離職或轉換跑道的打算。男彩妝師 A3 就說，「轉行，目前沒有這樣子的考慮，我很喜歡這個工作，這也是我的興趣啊，所以暫時沒有這樣子的想法。」

（二）成就感

「成就感」指每一個人完成一件事情後心理那種喜悅的感覺與充實感。對男性彩妝師而言，在彩妝工作中所獲得的「成就感」也是他們想持續留在彩妝領域的一個原因。

彩妝是指將肌膚賦於更多變、多樣的顏色，或者隱匿肌膚的缺陷，進而達到美化臉部的效果、呈現出臉部的立體感，讓一個平凡的臉孔變得更立體，更美，彩妝師 A3 就說，「其實你去注意看每一個人，ㄟ 她化妝前跟畫完妝之後，一定是 360 度大旋轉，決定是南北極大變化的。對，因為上了妝之後你的臉的型態會

呈現出立體感」，這樣子的轉變對男彩妝師而言是工作上的一種肯定。一位男彩妝師 A5 這樣說，「一個顧客今天來找我們的時候，我們當然會根據他的膚質、膚色還有再加上自己的創意，然後幫她搭配所有的顏色，色彩，然後當最後的 嗯 動作完成時，當你看到客人臉上的笑容時，那種 心裡的感覺是很難形容的 嗯 是一種成就感吧！」。另一位男性彩妝師也述說著相同的經驗：

其實在彩妝發表會的時候，我最喜歡找那種是兩個人一起來逛街的人，特別是男女朋友，我會選擇幫那個女生化妝做造型。每次當我化完妝時，就會看到那個男生，男朋友啦，一直在旁邊點頭，相當認同的樣子。那看到這樣當然自己也會覺得很高興啊（訪談稿：A3）

雖然男性彩妝師從事著傳統女性化的職業，或許無法面對、達成社會對男性角色的期待，可是男性彩妝師們並不會因此而感到不安，因為他們從事彩妝工作並不會被瞧不起，反而會有一些意外的收穫，受訪男彩妝師就說：

因為每一個人都會想要美，那聽到一個所謂的彩妝造型師都會覺得說一個老師一個師傅，所以其實人家都會把你放在一個高高的地方上看，並不會因為你是一個彩妝師好卑賤的感覺。所以在工作上來講的話並沒有造成太多的影響，反而是人家會覺得說你是一個比較專業的人員，跟一般所謂的工讀生是不同的。（訪談稿：A3）

總之，面對社會對於男性的期待，男性進入彩妝職場必然無法滿足，因此男彩妝師必須要有說服自己以及說服他人為何持續從事彩妝工作的理由。為此男彩妝師在工作過程中找尋到「成就感」，這種成就是來自於消費者對自己專業化妝技術的接受，對男彩妝師的一種肯定。而且服務過程中，男彩妝師本身表現出的專業性以及自信心都為自己在彩妝職場中找到定位點。

第六章 結論：再論性別職業隔離

本文以彩妝師為例，透過深入訪談探討男性進入傳統女性職業的情形。本章首先針對研究結果進行綜合結論，其次說明彩妝業的職業性別隔離現象，最後則提出研究建議。

第一節 結論

本研究分別針對 7 名彩妝師與美容師、8 家有聘僱男彩妝師的化妝品公司、3 家無男彩妝師的化妝品公司，以及 2 名消費者進行訪談，探究選擇非傳統職業的男彩妝師對彩妝職業造成什麼影響，以及如何踏入彩妝職場與進入後的工作經驗為何。

研究結果發現，因為早期深受日本文化的影響，所以化妝業的從業人員都是以女性為主，並沒有男性彩妝師，直到彩妝品的問世以及十年前歐美品牌引進台灣，才慢慢的打開舊有對性別的限制。但是一開始仍由於社會風氣與保守觀念以及社會刻板印象影響，使男性對於進入彩妝領域仍舊裹足不前。不過現在由於保守觀念改變與社會風氣逐漸開放，再加上有愈來愈多歐美系的彩妝品牌進入台灣駐櫃，增加了男性的就業機會，慢慢地這種情形已在轉變。而且根據訪問彩妝師與化妝品公司的結果，超過一半比例的人都認為以後男性進入彩妝領域的人數會愈來愈多。

另外，男性彩妝師進入彩妝領域是近幾年的現象，所以它對整個彩妝職場的生態並未造成顯著影響，而且也沒有跡象顯示，彩妝職場因為男性的加入而促成職業升值，或是提昇職業聲望。不過男性彩妝師的增加仍對彩妝領域造成一些影響，一個是「去女性化」：男性彩妝師的加入與在工作中的表現會反轉人們對職業性別標籤化的想法，改變一般大眾對彩妝職業舊有的觀念。另一個是「良性競爭」：當男性的人數愈來愈多時會達到 Bradley 所說的人數比例漸多的 invasion（侵入）階段，但是它並不會出現第三個 takeover（接管、接收）階段，因為現在台灣還只

是正在轉型適應中，而且對彩妝有興趣的男性在人數上畢竟仍然比女性少，可是
不管如何，男性進入彩妝職場與女性間會形成一種良性競爭、相互刺激，絕對是
正面的影響。

而男性選擇從事彩妝工作主要有三個原因，第一、興趣：這是吸引男性進入彩
妝職場最主要的原因；第二、個人特質：本身個人具有一些特質與職業特質相似；
第三、結構性因素：產業、就業結構與社會舊有觀念的改變促使男性進入傳統女
性的職場。而相較於男性，我們發現「學習專業技能」對大部分女性從業人員而
言是其選擇美容、彩妝工作相當主要的因素，「興趣」反倒是最後的考慮因素，這
是與男性有所差異的地方。此外目前台灣聘僱男彩妝師的化妝品公司並不多，公
司聘僱男性的原因也有三點：第一、源自公司原有的政策；第二、提供不同的角
度：從男性的角度看女性；第三、男性用色上比女性大膽，而且敢嘗試新事物。

進入彩妝領域後，男性並沒有因為性別得到好處或特殊的待遇，一切都與女
性平等，不管在工作內容上，薪資層面，或者在升遷管道與機會方面。不過透過
化妝品公司得知，薪資方面其實美容領域與彩妝領域會因為專業度的不同而有差
別；另外在升遷管道與機會上，雖然男、女性的機會都一樣，但是大體而言男性
的積極性比女性高。

雖然男性在彩妝職場裡性別並沒有為他帶來不同於女性的待遇，但是性別仍
舊使男彩妝師成為職場中高能見度的一群，成為消費者注目的焦點。整體來講，
顧客對這群少數的男彩妝師接受程度頗高，不過有地域性與年齡層的差別。同時
研究也發現，其實男彩妝師的聚客效果比較好，而且男性會出現所謂的追隨者，
這是一般在女性身上看不到情形。不過男彩妝師也會碰到一些難堪、尷尬的局
面，消費者不習慣男性為她服務，而發生斷然拒絕或者掉頭就走的情形，這是男
彩妝師本身性別的影響，是他本身無法掌握與控制的。即使男性因為性別身分而
遭受到一些困境，但是男彩妝師並不會因此就退出彩妝職場，因為他們仍然很熱
愛這份工作，他們對目前的工作都相當的滿意，並沒有離職或轉行的考慮，因為
「興趣」驅使著他們繼續堅持下去。而且他們從彩妝工作中得到屬於自己的成就
感，也是男彩妝師選擇繼續留在彩妝職場的原因。

第二節 討論

一、男性選擇女性的工作

我們從先前對性別職業隔離理論的討論知道，職業隔離的產生受個人因素與結構因素影響，然而對彩妝師的研究發現，結構性因素的作用力並沒有想像中大，反倒是受個人特質的影響較大。因為以前化妝業是以保養品為主，因此從業人員都是女性，而且公司在聘僱人員時會因職業文化的考量而有性別限制，因而造成就業市場的不平等與性別職業隔離。不過之後由於彩妝產品的出現與歐美品牌的進駐，使得男性有機會從事彩妝工作，而且由於這些化妝品牌帶著歐美的開放觀念一起進入台灣，也促使雇主在聘僱人員上並沒有帶著刻板印象，所以統計性歧視在這裡並無起任何作用。另外，由於化妝業進入的門檻低並沒有嚴格的學歷與科系要求，所以就教育程度的素質而言也不會是影響男女性選擇彩妝職場的原因，反倒是專業度與年資這種不同的人力資本在彩妝職場裡顯得更加重要。再者本文的研究發現，興趣是男彩妝師進入彩妝領域最主要的原因，不過透過觀察與訪談不難從這些男彩妝師身上發現一些女性化的特質 - 細心與柔性。也就是說，個人特質有其影響力。

另外，男性在彩妝職場中不管是工作內容，或是升遷管道與薪資並沒有因為性別而擁有優渥條件，一切都與女性平等，不過在薪資部分與工作內容仍需加以說明。首先，根據研究顯示男女彩妝師的薪資相近，但是就彩妝領域與美容領域來看其間存在著差異，也就是說男彩妝師的薪資可能比大多數女性高。我們可以從主計處所做的統計資料來看男、女間薪資的差異（表 7.1），以為間接的說明。

表 7.1 顯示從民國 68 年到 91 年理髮與美容業男、女性的經常性薪資¹⁵，基本上男、女生的薪資並沒有太大的懸殊，不過仔細觀察數據，我們可以發現男性的薪資在早期低於女性，而近十年則開始出現高於女性的情況。不過因為表 7.1 的資料包含了理髮與美容業的從業人員，所以我們並無法直接由表中男、女性的薪資

¹⁵ 經常性薪資：指每月給付受雇員工之工作報酬，包括本薪與按月給付之固定津貼及獎金；如房租津貼、交通費、膳食費、水電費、按月發放之工作（生產 績效、業績）獎金及全勤獎金等；若以實物方式給付者，應按實價折值計入；以上均不扣除應付所得稅、保險費及工會會費。

去說明男性彩妝師與女性從業人員間薪資的關係，我們必須換個角度來解讀。我們知道男性進入傳統女性的職業是近幾年的事，而且男性可能多會被僱用於較專業性的部門，這也是普遍上男性的薪資會多於女性的原因。而就化妝業而言，因為早期主要是以保養為主，之後才有所謂的彩妝，所以我們也可以這麼說，化妝業是因為有彩妝的出現所以男性工作者才有加入的機會。雖然同樣在彩妝領域男性的薪資與女性差不多，可是基本上彩妝的薪資高於保養，而化妝業的男性都是進入屬於比較講求專業技術的彩妝領域，因此我們可以說化妝業的男性雖然很少，不過其實這些男性彩妝師在進入這個職業時所擁有的薪資條件是比大多數的女性還好。

<表 7.1 理髮與美容業男、女之薪資>

經常性薪資 (元)		經常性薪資 (元)			
年份	男	女	年份	男	女
68	5403	5970	80	12167	12404
69	5982	6164	81	14307	13965
70	8073	6292	82	18096	14586
71	8672	8068	83	19705	15962
72	8370	8631	84	21188	17949
73	8248	9017	85	22220	18005
74	7693	8561	86	22513	18119
75	7445	8506	87	22802	20202
76	7446	9018	88	24050	21335
77	7169	9473	89	25308	21526
78	8876	10381	90	23341	22438
79	11165	11425	91	23835	22884

資料來源：整理自行政院主計處人力資源調查，2003。

總而言之，在彩妝領域裡，男彩妝師和女彩妝師的薪資相近，並沒有因為性別而有差別待遇。彩妝師間的薪水變異主要來自於「資歷」與「本身專業性」，而不是性別因素。然而若從彩妝與美容兩方面來看，彩妝領域的從業人員所能獲取的薪資一般較美容從業人員所能獲取的還高，形成這種差異的原因主要因彩妝屬於比較講求專業性的東西，而美容保養則是比較一般性的，也就是說「專業性的

程度」會對薪資造成影響。

再者，彩妝職業裡每個人的工作內容都一樣，並不如文獻所討論會因不同性別而區分不同的工作內容，例如男護士與男性社會工作者的研究都顯示，原先女性的工作當有男性加入時會區分出不同的工作類型。雖然彩妝職業與護士、社會工作者都屬於具專業性的工作，但是探究其原因會發現醫療有慢性、急診與重症病患之分，社會工作則需要接觸許多形形色色的人，而且兩者都有安全以及體力上的考量，因而當有男性進入時似乎理所當然的就會區分出不同的工作內容。相對地，彩妝工作就是接受顧客的諮詢以及幫顧客做彩妝，其顯得單純多了。

就化妝業就業市場而言，男性彩妝師是近幾年才有的現象，意味著男性進入傳統女性的職業，雖然男性人數並不多，但是它代表著原有的性別職業隔離已發生轉變。至於「垂直隔離」的部分，在彩妝研究中並沒有很明顯，因為公司所給予男女性的昇遷管道與機會都一樣。而且也因男彩妝師進入彩妝職場的時間只有幾年，因此垂直職業隔離的現象並不明顯。

二、非傳統職業選擇

隨著社會進步與教育普及，女性擁有更多的資源選擇非傳統性職業，當然男性也會選擇女性化職業，這都代表性別的跨越。可是當女性進入男性職場時，原因可是相當的不同，如對性別角色的反抗、對高薪的追求與能力的展現等，意味著主動積極的爭取。

而對彩妝師及化妝品公司的訪問過程中，透過他們回答問題時的情緒表達與現場的觀察，大致上我們相信男彩妝師是因為興趣而進入彩妝職場。但由於受訪的男性只有兩位，並無法完全代表所有的男性觀點，因此也不排除這是一種防衛性的回答，為自己在女人堆裡找個看似合理的理由。

其實男性仍背負著社會對他們的角色期待，可能因為經濟壓力，或在男性職場中本身能力無法與其他同性者相抗衡，轉而投入女性化的職場。可見，男性進入彩妝領域是有別於女性進入男性工作的一種性別跨越。

第三節 建議

本研究透過對男女彩妝師、化妝品公司與顧客進行訪談，瞭解男性彩妝師對彩妝領域的影響以及進入彩妝領域的動機與本身的工作經驗。以下我們將針對研究結果與未來研究提出一些建議：

一、職業性別標籤化的省思

研究者建議其實在很多職業中，求職者（不論男性或女性）都不應該因為自己的性別而畫地自限，而雇主也應該避免依個體的生理條件來限制聘僱的人員，應該依據其能力來決定其是否適合從事此項工作。

二、打破彩妝職業的性別隔離

如何消弭職場中性別比例的不平等？研究者建議應該教育大眾，性別特質並不是職業選擇最主要的考量因素，不應再以舊有的觀念與想法灌輸在他們身上，「興趣」與「能力」才是最重要的決定要素。另一方面也應該多加強兩性平等教育，使他們能夠認知隨著社會的不斷變遷，性別界線會逐漸鬆綁。

三、對「男性進入女性化職業」研究之啟發

在傳統的學術範疇中，針對兩性議題所做研究已累積了相當程度的量，但是大多是以「女性」為主軸，探討女性被父權主義壓迫。即使有些是討論女性進入傳統男性的職業，可是仍舊是脫離不了父權主義的意識型態。而本研究主要是以「男性」為研究主體，從不同的角度切入瞭解兩性平等的關係。研究者希望藉由這篇「男性研究」促使更多人投入這個研究領域，藉以累積「男性進入女性化職業研究」的資源。

另外在探討性別與職業的議題時都會討論到工作與家庭的關係，但是由於男彩妝師是近幾年的事，因此並無法完整看到男性在傳統女性職業中工作與家庭間的關係，這也是未來可研究方向。

參考文獻

一、中文部分

王春源

- 1995 <臺灣產業結構變動之回顧、省思與展望>，《台灣經濟》，226，頁 65-112。

吳柳嬌

- 1999 <工作中的性別差異>，《國教之友》，51(1)，頁 36-40。

李章順

- 1996 <就業市場與產業結構變遷的分析>，《勞工行政》，93，頁 36-43。

李美枝

- 1987 《性別角色面面觀 - 男人與女人的權利暗盤》，台北：聯經。

周映湘

- 1995 <中華民國化妝品產業概況>，《生技/醫藥產業透析》，頁 25-31。

徐宗國

- 1995 《工作內涵與性別角色》，台北：稻鄉出版社。
2001 <拓邊照顧工作：男護士在女人工作世界中得其所>，《台灣社會學刊》，26，p163-210。

陳月娥

- 2001 《勞動市場職業性別隔離決定性因素之研究》，國立台灣大學國家發展研究所。

陳建志

- 2000 <台灣地區科系、職業性別隔離與收入性別差異之變遷>，《教育與心理研究》，23，頁 285-312。

葉明昇

- 1998 《男性社會工作者之職業選擇歷程》，高雄醫院行為科學研究所碩士論文。

蔡淑鈴

- 1987 <職業隔離現象與教育成就：性別之比較分析>，《中國社會學刊》，11，頁61-91。

蔡淑玲和瞿海源

- 1988 <主客觀職業量表之初步建構>，《中央研究院三民主義研究所叢刊》，25期，頁 477-516。

蔡進雄

- 1998 <台灣地區女性教育的歷史回顧與未來展望>，《兩性平等教育季刊》，5，頁 99-105。

劉秀娟譯

- 1996 《兩性關係 - 性別刻板化與角色》，台北：揚智。

劉梅君

- 1999 「性別與勞動」，王雅各主編，性屬關係 - 性別與社會、建構(上)》，頁 255-297，台北：心理出版社。

盧淑華

- 1996 <化妝品業>，《華銀月刊》，541，頁 30-33。

藍佩嘉

- 1995 《銷售的政治：性別化的勞動身體規訓 - 兩種化妝品銷售勞動體制（百貨專櫃、傳銷）的比較研究》，國立台灣大學社會學研究所碩士論文。

嚴祥鸞

- 1996 <台灣勞動市場性別分工的解析，1951-1995>，《勞資關係論叢》，5，頁 147-176。
1997 <工作場所形別文化的形塑>，《福利社會》，49，頁 18-22。

二、英文部分

Anker, Richard

- 1997 Theories of occupational segregation by sex: an overview, *International Labour Review*, 136 (3) , p 315-339.

Birkelund, Gunn Elisabeth

- 1992 Stratification and segregation, *Acta Sociologica* , 35 (1) , p 47-62.

Bradley, Harriet

- 1989 *Men's work , Women's work* , Polity Press.
1993 Across the Great Divide : The Entry of Into "Women's Job" , In C.L. WILLIAMS (Ed.) , *Doing "Women's Work": Men in Nontraditional Occupations*, p10-27, Newbury Park, CA: Sage Publications.

Cejka, Mary Ann and Eagly, Alice H.

- 1999 Gender-stereotypic images of occupations correspond to the sex segregation of employment, *Personality and Social Psychology*, 25(4), p413-424.

Coventry, Barbara Thomas

- 1999 Do Men Leave Feminizing Occupations ? , *Social Science Journal*, 36(1), p 47-71.

Gatton, D. S, Dubois, C. L. Z, Faley, R. H

- 1999 The Effects of Organizational Context on Occupational Gender-Stereotyping, *Sex Roles*, 40 , p 567-582.

Glass, Jennifer

- 1990 The Impact of Occupational Segregation on Working Conditions, *Social Forces*, 68 (3) , p779-797.

Greenwood, Adriana Mata

- 1999 Gender and jobs: Sex segregation of occupations in the world, *International Labour Review*, 138 (3) , p341-344.

Hayghe, H. V

- 1998 Women' s Labor Force Participation, *Family Economics and Nutrition Review*, 11 (4) , p55-56.

Jacobs, Jerry A

- 1989 Long-Term Trends in Occupational Segregation by Sex, *The American Journal of Sociology*, 95 (1) , p160-174.

Jacobsen, Joyce P

- 1994 Sex segregation at work: Trends and predictions, *Social Science Journal*, 31 (2) , p153-168.

Lazarsky, Mary G. H.

- 1999 Men' s Work ,Women' Work : A Sociological History of the Sexual Division of Labour in Employment, *Labor Studies Journal*, p.69-70.

Olson, Paulette

- 1989 The Persistence of Occupational Segregation: A Critique of Its Theoretical Underpinnings, *Journal of Economic Issues*, 24 (1) , p 161-171.

Pierre, R., St. Herendeen, N. M., Moore, D. S. & Nagle, A. M.

1994 Does occupational stereotyping still exist ? , *The Journal of Psychology* , 128, p589-598.

Reskin, Barbara

1993 Sex segregation in the workplace, *Annual Review of Sociology*, 19 , p 241-270.

Reskin, B and Padavic, I.

1994 *Women and Men at Work*. Thousand Oak: Pine Forge Press.

Rosenfeld, Rachel A. and Spenner, Kenneth I

1992 Occupational Sex Segregation and Women's Early Career Job Shifts, *Work and Occupations*, 19 (4) , p 424-452.

Truss, Catherine、Goffee, Robert and Jones, Gareth

1995 Segregation Occupations and Gender Stereotyping : A Study of Secretarial Work in Europe, *Human Relations*, 48 (11) , p1331-1354.

Watts, Martin

1998 Occupational gender segregation: Index measurement and econometric modeling, *Demography*, 35 (4) , p 489-496.

William, C.L.

1993 *Doing Women's Work: Men in Traditional Occupations*, Newbury Park, CA:Sage Publications.

Wood, Clare

1999 Gender and Choice in Education and Occupation, *Gender and Education* ,11 (3) , p363-366.

Woodland, Stephen

1995 Gender Segregation and Social Change: Men and Women in Changing Labour Markets, *British Journal of Industrial Relations*, 33 (4) , p692-694.

三、網路資料

行政院主計處普查局 <http://www.dgbas.gov.tw/census~n/welcome.htm>

行政院勞委會職業訓練局 <http://www.evta.gov.tw/>

教育部資訊網 <http://www.edu.tw/statistics/search/search.ht>

附 錄 一

< 訪談大綱一：對象 - 男性/女性彩妝師 >

一、動機

- (1) 何以會進入彩妝業，是怎麼樣的因緣際會？
 - a、做過哪些方面的考量？
 - b、聘僱過程有何限制？
- (2) 本身覺得從事彩妝業的人應該具有什麼樣的特質、條件？

二、本身工作經驗

1、相同問題

- (1) 請描述一下自己的工作場所與工作內容。還有和同事間相處的情況。
- (2) 在服務過程中，是否因自己的性別而有什麼優勢或障礙？
- (3) 在彩妝這個職場中，是否因自己的性別而有什麼優勢或障礙？

2、不同問題 - (1)(2) 男性彩妝師 ; (3) 女性彩妝師

- (1) 是否會因自己是男性而被投以特殊的眼光？
- (2) 顧客對男彩妝師的接受程度如何？
- (3) 在本身的工作環境中，是否有男性的同事（男彩妝師）？
 - 「有」，你對男性彩妝師的看法為何？
 - 「沒有」，你對男性從事彩妝職業有何看法？

三、對個人的影響

- (1) 家人或朋友對你從事彩妝業有何看法？
- (2) 從事彩妝業對自己的生活有何影響或改變？

四、對彩妝業的評價

- (1) 對自己而言，彩妝業是個怎麼樣的工作？（具有的意義或特質是什麼？）
- (2) 從事彩妝工作這些日子以來，對這個工作滿意和不滿意的地方？
- (3) 同事們對彩妝這個職業的看法？

(4) 是否有換工作/考慮轉行的念頭？

- 假如「沒有」, 是什麼原因讓你繼續做下去？
- 假如「有」, 原因為何？且打算往哪方面發展（換什麼職業）？

(5) 你認為彩妝業由男性或由女性來做, 有什麼不一樣的地方嗎？

(6) 你認為在彩妝的領域裡, 為何男性從業員會如此少？

五、基本資料

訪談日期 ____年 ____月 ____日

(1) 姓名 _____

(2) 年齡 ____年 ____月 ____日

(3) 居住地 _____

(4) 聯絡地址 _____

(5) 聯絡電話 _____

(6) 教育程度

國小以下 國小 高中職 專科 大學 研究所

(7) 就學其間是否是就讀美容相關科系

(8) 每月的薪資是多少？

15000-20000 20000-25000 25000-30000 30000-35000

35000 以上

< 訪談大綱二：對象 - 顧客 >

一、本身的經驗

- (1) 當你購買遇到的是男性彩妝師時，你的反應為何？（看法與感覺）
- (2) 在服務過程中，你覺得男彩妝師和女性彩妝師是否有何不同？
- (3) 你對男性從事彩妝的看法為何？

二、對彩妝業的印象

- (1) 你對彩妝職業的印象為何？
- (2) 你認為彩妝業由男性或由女性來做，有什麼不一樣的地方嗎？
- (3) 你認為在彩妝的領域裡，為何男性從業員比較少？

三、基本資料

訪談日期 ____年 ____月 ____日

- (1) 姓名 _____
- (2) 年齡 ____年 ____月 ____日
- (3) 居住地 _____

< 訪談大綱三：對象 - 化妝品公司 >

- 1、 請問貴公司為何會聘僱男性彩妝師？做了哪些方面的考量？
- 2、 聘僱過程有何限制？（比如：年齡、學歷、身高或證照等...，與女性做個比較）
- 3、 就你們的角度而言，男性彩妝師從事彩妝職業的原因？
- 4、 從你們的角度而言，這些男性彩妝師具有什麼特質/性向？
（要從事某職業通常本身必須和職業特質相類似，因為彩妝是較女性特質的工作，那這些男彩妝師本身會不會比較女性化.....）
- 5、 目前貴公司男性與女性彩妝師的人數大約各是多少人？
- 6、 公司會不會要求男彩妝師在服務時須上妝？
- 7、 從工作內容、升遷管道或薪資層面來看，男性與女性有何差別？
- 8、 男性彩妝在這個職業領域中的表現？（ex.服務上、業績...）
- 9、 顧客對男彩妝師的接受程度如何？南北部有何差異？
- 10、 在美容/彩妝領域中，為何男性彩妝師如此少？
- 11、 男性進入這個領域對美容/彩妝的職業生態造成什麼樣的影響或者改變？
- 12、 未來男性進入這個職業領域是否會成為一個趨勢？

訪談日期 ____年 ____月 ____日

公司名稱 _____

附 錄 二

【技術士技能檢定報檢資格】

壹、丙級技術士技能檢定報檢資格

年滿十五歲或國民中學畢業者，得參加丙級技術士技能檢定。

貳、乙級技術士技能檢定報檢資格

具有下列資格之一者，得參加乙級技術士技能檢定：

- 一、取得應檢職類丙級技術士證後，接受相關職類職業訓練時數累計一千六百小時以上，或從事應檢職類相關工作二年以上者。
 - 二、取得應檢職類丙級技術士證，且高級中等學校畢業或在校最高年級者。
 - 三、取得應檢職類丙級技術士證之五年制專科三年級以上在校學生、二年制及三年制專科、技術學院或大學之在校學生。
 - 四、接受相關職類職業訓練時數累計八百小時後，從事應檢職類相關工作四年以上者。
 - 五、接受相關職類職業訓練時數累計一千六百小時後，從事應檢職類相關工作二年以上者。
 - 六、接受相關職類職業訓練時數累計三千二百小時以上者。
 - 七、接受相關職類職業訓練時數累計一千六百小時以上，且高級中等學校畢業者。
 - 八、接受相關職類職業訓練時數累計八百小時，並從事應檢職類相關工作一年以上，且高級中等學校畢業者。
 - 九、接受相關職類技術生訓練二年後，從事應檢職類相關工作二年以上者。
 - 十、高級中等學校畢業後，從事應檢職類相關工作三年以上者。
 - 十一、專科、技術學院或大學畢業或在校最高年級者。
 - 十二、從事應檢職類相關工作六年以上者。
- 前項所稱職業訓練及技術生訓練，以在中央主管機關登記、許可或認可有案之職業訓練機構或政府委託辦理者為限。

參、甲級技術士技能檢定報檢資格

具有下列資格之一者，得參加甲級技術士技能檢定：

- 一、取得應檢職類乙級技術士證後，接受相關職類職業訓練時數累計八百小時以上，或從事應檢職類相關工作四年以上者。
 - 二、取得應檢職類乙級技術士證後，從事應檢職類相關工作二年以上，且高級中等學校畢業者。
 - 三、取得應檢職類乙級技術士證後，接受相關職類職業訓練時數累計四百小時以上，且專科畢業者。
 - 四、取得應檢職類乙級技術士證後，從事應檢職類相關工作一年以上，且專科畢業者。
 - 五、取得應檢職類乙級技術士證，且技術學院或大學畢業者。
 - 六、接受相關職類職業訓練時數連續一千六百小時以上，從事應檢職類相關工作一年以上，且專科畢業者。
 - 七、專科畢業後從事應檢職類相關工作五年以上者。
 - 八、技術學院或大學畢業後，從事應檢職類相關工作三年以上者。
- 前項所稱職業訓練，以在中央主管機關登記、許可或認可有案之職業訓練機構或政府委託辦理者為限。

【美容職類技術士技能檢定術科測驗】

丙級技術士技能檢定術科測驗

化妝技能

- 1、一般粧
- 2、宴會粧

護膚技能

乙級技術士技能檢定術科測驗

新娘粧

攝影粧評分說明

舞台粧評分說明

專業護膚

修眉

臉部化粧技巧設計圖