

The Cultural Elements in Taiwanese Hakka Women's Clothing

Ming-Ya Chen

Tainan Womans College

1. Research Background

The Hakkas is one of the Han-Chinese ethnic groups that migrated south from the Yellow River area. They consciously maintain many aspects of Han heritage, such as languages, customs, habits, etc. Clothing, in this context, is one of the most significant cultural elements for human history, and archaeologists can speculate on the customs and habits of a certain period according to the clothing back then. Consequently, research into clothing is crucial for the preservation of a culture. With aforementioned concepts in mind, this research aims at three major topics to have a comprehensive and extensive discussion about the dress code of Taiwanese Hakka women. *The design and developments of traditional clothes for Taiwanese Hakka women, Taiwanese Hakka women's social status from the perspective of their traditional clothes, and the contrasts between Taiwanese Hakka women in the North and the South in terms of clothing consumption behaviors.*

2. Literature Reviews

Literature reviews are conducted from four aspects, "culture research," "Hakka women research," "Hakka clothing," and "clothing consumption behaviors."

1) Culture Research:

Agger proposed that the meanings of culture research are as follows:

Culture research is an expanded idea of culture. It opposes the assumptions behind "culture crusade" and accordingly refutes the dichotomy of high and low culture, or completely refuses any attempts to rebuild the idea of culture hierarchy. From the standpoint of anthropologists, culture is an integration of people's lifestyle, but it cannot agree on the view that culture is a unity.

2) Hakka Women Research:

Hakka women are renowned for their high labor participation rate and indeed, a lot of past literature indicates that they are highly involved in the workforce. (Kiang, 1992; Constable, 1994; Lien, 1996) Nevertheless, does the high rate of labor participation contribute to an improvement of Hakka women's social status? According to researches conducted by Chang (1994) · Chuang(1994) · Chen(2000) on family decision role or family status of Min and Hakka women, they demonstrate that high labor participation rate does not render Hakka women with higher family status in comparison with other women from different Chinese ethnic groups. Ho-Ling, Lin and

Hsiang-Chieh, Lee(1999) studied the discrepancy of family resources allocation between the opposite sex in Southern Min, Hakka, and Mainlanders families via three aspects--family economic conditions, number of social networks, stereotypical gender role. They unveiled that Min and Hakka groups are more patriarchal in family resources allocation when compared with Mainlanders families. Furthermore, the status of Hakka women is even lower than Southern Min women. When the English priest, GhanBell, worked in the Hakka communities of Guangdong Province in the nineteenth century, he found that local Hakka women was actively-involved in the farm, unlike other Han women who seldom left the house because of foot-binding practice. He also observed that they had a bunch of family's keys hanging on their waists, representing their authority in the household. As a result, he believed that the social status of Hakka women is relatively high and they were granted the right to work and the control of the family's finance. Another scholar, Hsiao-Yeh, suggested that Hakka women liberated their tongues and feet. The "big feet" refer to the norms that Hakka women usually did not undergo foot-binding while the "tongues" reveal that they could sing out loud what they thought, including their sexual desire, generally considered a taboo in traditional Han culture. There were a few bold love stories in traditional folk songs, such as the one that describes a young maid privately meeting her lover. From the aforementioned information, it is intriguing to research whether Hakka women really bear different images from the stereotypical Chinese women. Are Hakka women actually free from the social constraints,

do they have absolute control over household, and are they really forward in expressing their love and desire? This research hopes to provide a new insight into Hakka women's social status from the viewpoints of the designs and the developments of their clothing.

3) Hakka Clothing

Hakkas, whose clothing preserves the tradition of Yellow River Han people, are tied to their traditional clothes. On the other hand, they take local circumstances into account, making slight adjustments, which shows their uniqueness. Nonetheless, there are few researches of Hakka clothing. The only representative research is the book named "the studies on Six-Tui Hakka traditional clothing," written by Professor Cheng-Tzu, Lin.(1981) The book focuses on men's wear, women's wear, children's wear, common clothes, formal clothes, and Min group's clothes, incorporating a lot of first-hand field investigation photographs and data. The book introduces different styles of clothing, hairdos and ornaments. Most importantly, it is the first professional literature on Hakka clothing and ornaments from the standpoint of furnishings. Unfortunately, the book fails to further analyze the inner cutting and trimming of the clothes, as well as their cultural elements.

4) Consumer Behaviors and Beliefs

Currently Hakka women are wearing ready-made clothing instead of the traditional Hakka blue blouses, and their styles and consumer behaviors are becoming plural. The twenty-first century is a century where supplies exceed demands; accordingly, mar-

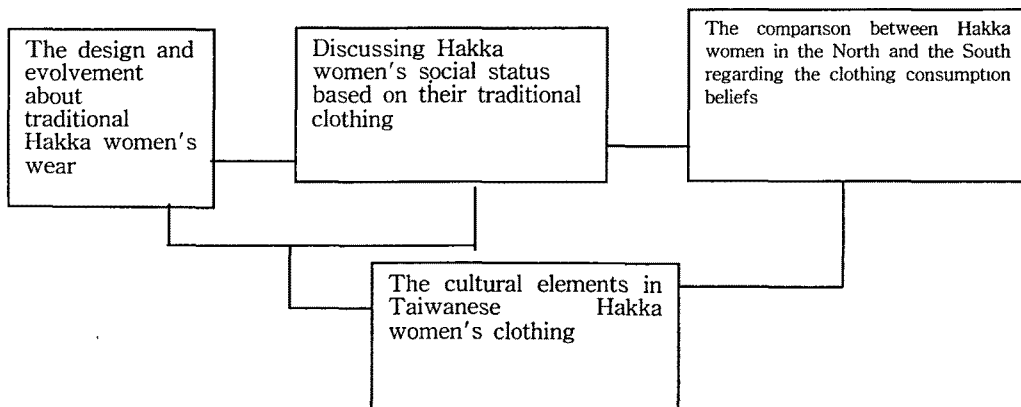
keting professionals are very concerned about consumers' demands and behaviors. Scholars in the early times believed that consumers' decision-making process is rational, and the idea was reflected in the EKB model proposed by Engel, Blackwell and Kollat in 1968. However, in the real business world, consumers are driven to make quick decisions due to the fast-paced lifestyle, and therefore their consumer behaviors do not proceed simply according to reason. Instead, they adopt the heuristic system. (Hsu, 2001) Consumer heuristics is a belief, and it refers to what a person believes and agrees with internally. Consumer beliefs are the ideas that consumers advocate when he or she is shopping. According to Rokeach (1980), personal beliefs are divided into core beliefs and surface level beliefs. Core beliefs are underlying beliefs influenced by cultural values and personal recognition, which are not easy to change. Hakkas are generally regarded as diligent and hard-working people, seldom shopping, and are dubbed as "Oriental Jews." Yet their consumer beliefs have not been proved scientifically. Hakka women's consuming activities are often related to their everyday basic demands. When it comes to clothing consumption, Hakka women not only purchase what they personally

need, but also purchase men's wear alone or with their spouses. (Chen, 2001) This research is going to employ past professional surveys regarding consumer beliefs as a reference, and develop a set of surveys aiming at Hakka women's consumer beliefs about clothes, in the hope of offering the past subjective thinking a scientific and objective verification.

3. Research Methods

The research will firstly apply the literature theoretical analyses, probing relevant literatures in support of the theoretical foundations of this research. Moreover, field investigations and experts symposia will be conducted to enrich related discussions. Survey questionnaires will also be handed out to Hakka women to investigate their consumption beliefs in regard to clothing, and results will be analyzed by statistics. The research paper will be written based on the results gathered by the aforesaid research methods.

4. Research Structure



5. Conclusion and Suggestions

The research results can not only enhance people's understanding about Taiwanese Hakka women's clothing, but also boost the relevant exchanges in ethnic cultures and academics, improving the cultural and academic status of Hakka women's clothing. In the meanwhile, it is expected that the research will inspire domestic and international clothing designers to design Hakka women's clothes that are both traditional and innovative. Furthermore, people from all fields can joint forces to promote the art and culture of Taiwanese Hakka women's clothing, integrating Hakka culture, arts and academic researches.

This research is nevertheless regionally restricted only to Taiwanese Hakka women's clothing, which is not comprehensive enough in terms of entire Hakka clothing culture world-wide. Thus, further researches can start from the Hakka women's clothing outside Taiwan, in order to have in depth understanding.

6. References

B. Agger, *op. cit.*

Chen, C.C. (2001). The research on the consumer market of men's clothing-focus on the department stores in Taipei. *Postgraduate Thesis from the Institute of Applied Science of Living*. Chinese Culture University.

Lin, C.T. (1981). *The studies on Six-Tui Hakka Traditional Clothing*.

Wen, C.Y. (1989). *Chinese's value*. Taipei: Tung-Ta Press.

Yu, Ching(1985). *The Hakka finds their root*. Taipei: Wu-Ling Press.

The Symposia of "Seminars on Hakka culture and academic research: Lan-

guages, women, cultivation and community development."

객가(客家) 부녀자의 복식 연구

陳明雅

台南女子技術學院

1. 연구배경

객가인은 중원 한족체가 남침하여 이루어진 종족으로 그들은 의식적으로 언어, 민심, 풍속, 습관 등 다방면으로 강렬한 한족의 흔적을 유지하고 있다. 복식은 인간의 중요한 문화행위며 고고학자들의 복식연구를 통해 당시의 풍속과 민심을 추측할 수 있는 점을 보면, 복식의 연구는 문화의 보존 및 연구에 상당히 중요한 위치를 차지함을 알 수 있다. 따라서 본 연구는 「대만 객가 부녀자의 전통복식 디자인 및 변천」, 「대만 객가 부녀자의 전통복식을 통한 대만 객가 부녀자의 사회지위」, 「대만 남북 객가 부녀자의 복식에 대한 소비 가치 신념의 비교」등 3가지 주제로 대만 객가 부녀자의 복식 문화를 보다 깊이 탐구하고자 한다.

2. 관련 문헌 연구

본 연구는 「문화연구」, 「객가부녀연구」, 「객가복식」, 「복식미 가치신념」등 4가지 항목들과 관련된 문헌탐구를 진행하고자 한다.

1) 문화연구

Agger는 문화연구가 다음과 같은 의미를 지닌다고 설명하고 있다.

문화연구라는 것은 확장된 문화개념으로 진행되는 것으로, 그는 「문화논쟁」의 배후가설을 반대하기 때문에 고/저 문화의 이원론 방식 혹은 어떤 문화계층화 기초를 증진하는 시도를 철저히 배척한다. 그가 견지하는 입장은 문화가 한 민족의 전체 생활 방식 이라는 인류학 관점과 가깝다고 보지만 문화가 유일한 하나의 전체라는 생각에는 동의하지 않는다.

2) 객가 부녀자 연구

객가 여성은 평소에 적극적으로 노동에 참여하는 것으로 유명하며 많은 문헌에서도 객가 부녀자들이 대량으로 노동에 투입되었다는 서술을 볼 수 있다(Klang, 1992, Constable, 1994, 連運費, 1996). 그러나 이런 노동 참여는 객가 여성들의 지위 제고에 도움이 될까? 張維安(1994), 莊英章(1994), 陳玉華(2000)등의 민남과 객가의 부녀자의 가정 내 결정권과 지위에 관한 연구에 의하면 대량으로 노동에 참여하는 객가 여성들이 다른 민족 여성들보다 더욱 높은 지위를 향유하지 않음을 나타내고 있다. (1999)은 대만 민남, 객가, 타성 민족의 가정 내 성별간 자원 분배의 차이를 연구하였는데 가정 경제 조건의 우열, 사회 통로 관계의 다소, 주어진 성별에 따른 문화전통, 그리고 후손 계승의 관념 등의 요인들을 통한 분석의 결과는 민남과 객가 양 민족 모두 남여 자원 분배에 있어 타성민족보다 더 남존여비 현상이 나타나고, 그 중에서도 객가 가정의 여성지위가 민남 가정보다 더욱더 낮은 것으로 나타났다. 19세기에 영국 목사는 중국 광둥 객가 지역에 전교를 하면서 기타 한족 부녀자들이 전족을 하고 밖에 나가지 못하는 것과는 달리 현지의 객가 부녀자들은 일반적으로 발에 나가서 일하는 것을 발견하고 게다가 그녀들이 집안의 모든 열쇠들을 허리에 꿰차고 다니는 것을 보고 열쇠는 보관자의 권위를 상징하기 때문에 객가 부녀자의 지위가 상당히 높을 뿐만 아니라 일과 경제 장악권을 지니고 있다고 생각하였다. 일본학자인 小野和子は 「객가 여성들이 자기들의 혀와 큰 발을 해방시켰다라고 생각하였다. 큰 발이라는 것은 당연히 객가

부녀자들에게 일반적으로 전족의 풍속이 없었다는 것을 가리키고, 허라는 것은 山歌를 불러 자기의 마음을 표현하는 것을 가리키는데, 전통 한문화 중에 급기시한 성육도 포함한다. 물론 전통적인 산가 중에는 남녀가 서로 좋아하는 것을 대담하게 묘사하는 것들도 많은데, 예를 들면 「이런 좋은 풍경도 감상할 마음이 없더라 빨리 산 앞으로 뛰어가서 연인을 만나자꾸나.」같은 것으로 그 내용은 미혼의 여자가 연인과의 사적인 만남을 표현하는 것이다. 상술한 내용을 살펴보면 객가 사회에서 객가 부녀자들은 과연 정말 어떤 급기와 속박도 없이 일과 생계전반을 장악하며, 정육에 열정적이고 개방적인 것이 중화사회의 일반적인 여성이미지와 완전히 다른 것일까? 본 연구는 복식의 디자인과 변천을 통해 객가 부녀자의 사회지위에 대한 다른 관점에서의 연구토론을 하고자 한다.

3) 객가복식

객가복식은 중원 한족의 전통을 유지하면서 장기적으로 중원 한족 전통 복식을 입었고 또한 각 지방의 필요에 따라 부분적 개혁, 창신 혹은 서양화하였기 때문에 독창성을 나타낸다. 객가 복식의 연구는 기타 주제보다 덜 언급 되어졌는데, 유일한 연구전문은 1981년 임성자교수의 저작 「六진 객가전통 의복의 탐구」로 거슬러 올라간다. 그 내용은 남성복, 여성복, 아동복을 포함하며 일상복, 예복과 민남족 복식을 비교하고 있다. 내용은 직접 조사한 많은 그림자료들을 소개하는데 복식스타일 소개와 머리장식품기록을 중시하고 있다. 대만에서는 처음으로 의상이란 관점에서 출발하여 객가 의상 스타일과 윤곽 크기를 토론하는 전문 논저이다. 그러나 책에서는 복식 내부의 재단 구조에 대한 깊이 있는 분석 및 복식 문화에 대한 연구도 토론되지 않았다.

4) 소비 가치 신념

연구자의 관찰에 의하면 과거의 객가 부녀자들이 전통적인 푸른 의상을 입은 것과는 달리 현재의 객가 부녀자들은 일반 기성복을 많이 입는

데, 이는 스타일과 소비 신념이 이미 다양하게 변했음을 말한다. 21세기는 공급과잉의 시대로 많은 상품들이 범람하고 있어 마케팅 업자들이 소비자의 수요와 행위에 관심을 가지지 않을 수밖에 없다. 초기 학자들은 소비 결정은 이성적인 의사 결정의 과정이라고 생각했는데 예를 들면 Engel, Blackwell 및 Kollat 등 3인은 1968년에 EKB모델을 제시했다. 그러나 상공업 사회에서 소비자들은 생활이 번거롭고 바빠 개인의 구매 행위를 신속하게 이루고 싶어하기 때문에 소비는 단순한 이성적인 의사 결정에 따라 행해지는 것이 아니라 발견법(heuristic)의 원리(徐達光, 2001)를 채용한다. 소비자 발견은 한가지의 신념이다. 신념이란 사람의 믿음, 찬성하는 생각(王開府, 1990)이며, 따라서 소비신념은 소비자가 소비행위를 행할 때 마음이 찬성하는 생각이다. 인지의 영향을 받는 것으로 쉽게 변하지 않는 신념이다. 일반인의 인상 중에 객가인은 부지런하고 근검 절약하여 소비행위가 적다고 여겨져 원래 등방의 유태인이라고 불려왔다. 그러나, 그들의 소비신념은 객관적으로 검증 되어지지 않았다. 부녀자의 소비 행위는 대부분 생활의 의, 식, 주 행의 필요에 의한 것이고, 복식 방면에 있어 여성은 자신의 필요에 의한 구매 이외에도 남성 복식을 동반 구입한다(陳建志, 2001). 본 연구는 과거 전문가가 연구했던 소비 신념의 설문을 바탕으로 객가 부녀자들의 복식 소비신념에 대한 설문을 연구 발전시켜 과거의 주관적인 인지에 대한 과학적이고 객관적인 검증을 하고자 한다.

3. 연구방법

본 연구는 먼저 문헌 이론 분석법을 응용, 상관 문헌을 탐구하여 본 연구 계획의 이론기초로 삼은 후, 직접 조사와 전문가 세미나로 상관 논술을 보강하였으며, 객가 부녀자들이 복식 소비 가치 신념을 전개하는 것에 대한 설문조사 후 통계 분석법 분석으로 결과를 도

출하였다. 상술한 연구 방법으로 얻은 결과를 토대로 연구 성과보고를 진술하고자 한다.

4. 연구구조

5. 결론 및 제언

본 연구 결과는 대만 객가 부녀자 복식에 대한 세인의 인지를 제고하고 대만 객가 부녀자 복식 문화를 널리 알리는 외에, 관련된 민족문화, 학술 교류를 촉진하고 객가 부녀 복식 문화와 학술 지위를 제고한다. 동시에 대만내, 외 의상 설계자의 창작 아이디어를 자극하여 의상 관련업체들의 전통과 창신성을 겸비한 객가 부녀 복식의 생산을 이끌며, 객가 문화특색을 위주로 객가 문화예술과 학술을 통합하고 나아가 객가 부녀 복식 문화예술 보급에 각계와 공동 참여한다. 본 연구범위는 대만지역 객가 부녀 복식문화만으로 제한하여, 전체 객가 복식 문화의 범위로 보면 비교적 협소하게 나타나는데, 후속 연구에서는 대만 이외 지역의 객가 부녀 복식부터 시작하여 객가 부녀 복식의 변천 및 발전을 보다 더 이해할 수 있기를 건의한다.

6. 참고 문헌

1. 林成子(1981). 六堆客家傳統服飾的探討. 作者自版.
2. 兩青(編)(1985). 客家人尋“根”. 臺北：武陵出版.
3. 文崇一(1989). 中國人的價值觀. 臺北：東大出版.
4. 陳建志(2001). 男性服飾消費市場之研究—以臺北市百貨為例. 文化人學 生活應用研究所碩士論文.
5. 「客家文化學術研討會：語文, 婦女, 拓墾與社區發展」, 論文集.
6. B. Agger, *op. cit.*

台灣客家婦女服飾研究

陳明雅

台南女子技術學院服裝設計系講師

壹、研究背景

客家人是中原漢族群體南遷的一支族群，他們有意識的在語言、民情、風俗、習慣等多方面都還保持著強烈的中原漢族痕跡。服飾乃是人類重要的文化行爲，考古學者可經由研究服飾推測當時的風俗民情，是以服飾的研究，對於文化的保存與研究具有相當重要的地位，因此，本研究擬以「台灣客家婦女傳統服飾設計及演變」、「從台灣客家婦女傳統服飾看台灣客家婦女社會地位」、「台灣南北客家婦女服飾消費價值信念比較」等三個主題，對於台灣客家婦女服飾文化做一深入的探討。

貳、相關文獻回顧

本研究計畫擬以「文化研究」、「客家婦女研究」、「客家服飾」、及「服飾費價值信念」等四項進行相關文獻回顧

一、文化研究

Agger說明所謂文化研究有以下意義：

文化研究是以一種擴充過的文化概念來進行的。它反對「文化論戰」背後的假設，因此也拒絕承認高/低文化的二元論說法，或者根本就是拒絕任何一種重建文化階層話基礎的企圖。它所堅持的立場，較接近於將文化視為「一個民族的整體生活方式」的人類學觀點，儘管它並不同意將文化是唯一一個整體性的看法。

二、客家婦女研究

客家女性素以積極的勞動參與，爲世人津津樂道，的確，從許多文獻中(Kiang, 1992; Constable, 1994; 連運貴, 1996)，可見到客家婦女大量投入勞動的敘述。但是，這樣的勞動參與是否對於客家

女性的地位有所提升呢?根據張維安(1994)、莊英章(1994)、陳玉華等(2000)等針對閩客婦女之家庭決策或地位之研究中顯示，大量勞動參與並未使客家女性比其他族群女性享有更高的家庭地位。林鶴玲與李鄉潔(1999)研究台灣閩、客、外省族群家庭中的性別資源分配差異，透過家庭經濟條件優劣、社會網絡關係的多寡、既有性別文化傳統，以及香火傳承觀念等機制分析之，發現閩客族群在男女資源分配上較外省族群家庭重男輕女，而客家家庭中女性地位又較閩南家庭來得低落。十九世紀時英國牧師根貝爾到廣東客屬區傳教，發現當地客家婦女普遍下田工作，不像其他漢族婦女纏足而不出門戶；又見他們腰際懸掛全家的大小鑰匙，而鑰匙象徵著保管者的權威，因此他認爲客家婦女地位相當高，有工作權和經濟掌控權。另一位日本學者小野和子則認爲「客家女性解放了他們的舌頭和大脚」大脚自然指客家婦女普遍爲纏足的風氣，而舌頭指他們能以山歌唱出心聲，包含傳統漢文化中甚爲禁忌的情愛性慾。的確，傳統山歌中不乏對兩情相悅的大膽描寫，如「恁好風光無心賞，趕赴山前會情郎」，講的是未婚女子私會情郎的光景。由以上的敘述思考，是否婦女身處於客家社會中，真的無所顧忌約束，對工作生計全盤掌控，對情愛慾望熱情奔放，完全有別於華人社會中的一般女性形象呢？本研究希望藉由服飾的設計與演變，對客家婦女社會地位作另一觀點之探討。

三、客家服飾

客家服飾暨保留著中原漢族的傳統，長期穿用中原漢族的傳統服裝，又因地制宜，在某些方面加以改革、創新或西化，表現出一定之獨特性。關於客家服飾研究相較其他主題則較少被提

及，唯一研究專文首推林成子教授於1981年著作《〈六堆客家傳統衣飾的探討〉》一書，內容包含男裝、女裝、童裝，有常服、禮服和閩族服飾的比較，內容有許多田野調查的第一手圖片資料，其重點在服裝款式介紹與髮型飾品紀錄，是國內第一位以服裝觀點出發，討論客家服裝造型與輪廓尺寸的專門論著；但書中對於服裝內部的剪裁結構則未有進一步的分析亦並未針對其

服飾文化有所探討

四、消費價值信念

研究者觀察目前客家婦女已大量穿著一般成衣服飾，相較於過去客家婦女傳統的藍衫，在款式及消費信念上已變得多元化。二十一世紀是供過於求的世紀，大量商品充斥，為此行銷人員無不關心消費者的需求與行為。早期學者認為消費決策是一套理性決策的過程，如Engel、Blackwell及Kollat三人在1968年提出了EKB模式；然而，在工商社會中消費者常常會因為生活繁忙，個人想快速完成購買，因此消費時並非單純的按照理性決策過程進行。而是採用捷思(heuristic)的機制(徐達光，2001)。消費者捷思就是一種信念，所謂信念是指一個人所相信、所贊同的想法(王開府，1990)，因此，消費信念即是消費者在進行消費行為時，內心所贊同的想法。依據學者Rokeach(1980)的研究，個人的信念有核心與外層之分，核心的信念受文化價值與個人認同所影響，是比較不易改變的信念。一般人的印象中均認為客家人勤勞節儉，少有消費活動，素有「東方猶太人」之稱。然其消費信念，並未曾被客觀性的驗證。婦女之消費活動大多環繞生活衣食住行所需，在服飾消費方面，女性除選購自身所需之外，亦陪

同或採買男性服飾(陳建志，2001)。本研究擬以過去專家研究消費信念之間卷為主軸，研發針對客家婦女服飾消費信念之間卷，對過去之主觀認知，做一科學客觀之驗證。

參、研究方法

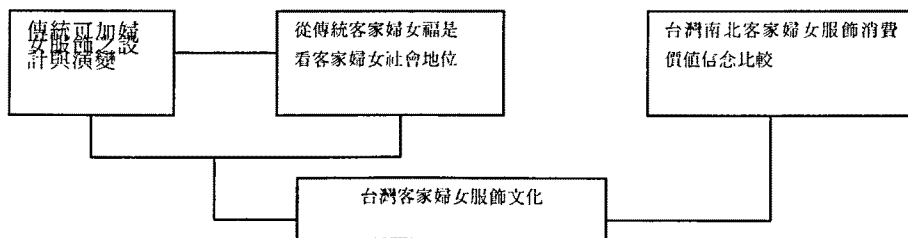
本研究首先應用文獻理論分析法，探討有關文獻，作為本研究計畫之理論基礎；再以田野調查及專家座談充實有關論述；並以問卷對客家婦女展開服飾消費價值信念調查後以統計分析法分析所得結果。綜合上述研究方法所得之結果撰寫研究成果報告。

肆、研究架構

伍、結論與建議

本研究結果除可提高世人對台灣客家婦女服飾的認知，並宣揚台灣客家婦女服飾文化外，且可促進相關族群文化、學術之交流，提升客家婦女服飾文化與學術之地位。同時激發國內、外服裝設計師的創作靈感，引發服飾相關業者生產兼具傳統與創新的客家婦女服飾，以客家文化特色為主，整合客家文化藝術、學術，進而與各界共同參與推廣台灣客家婦女服飾文化藝術。

本研究區域僅限於台灣地區之客家婦女服飾文化，就整體客家服飾文化之廣度而言顯得較為狹隘，建議後續之研究可從台灣以外地區之客家婦女服飾著手，以更加了解客家婦女服是之演變與發展。



陸、參考文獻

1. 林成子(1981)。六堆客家傳衣飾事的探討。作者自版。
2. 雨青(編)(1985)。客家人尋”根”。台北：武陵出版。
3. 文崇一(1989)。中國人的價值觀。台北：東大出版。
4. 陳建志(2001)。男性服飾消費市場之研究—以台北市百貨公司為例。文化大學生活應用研究所碩士論文。
5. 「客家文化學術研討會：語文、婦女、拓墾與社區發展」論文集。
6. B.Agger, *op. cit.*

台灣における客家婦女の服飾文化研究

陳明雅

台南女子技術学院

1. 背景研究

客家人は中原漢族が南に移った族群の一つで、彼らは意識的に言語、民情、風習、習慣などの多方面で強烈な中原漢族の痕跡をそのまま維持している。現代學術において規範となる客家研究は客家人の文史學者の羅香林に始まり、その《客家序論研究》(1933)、《客家源流考》(1950)の兩著作は、今日まで客家問題研究の源流・手本と見なされている。羅香林のあと、陳運棟、羅肇錦、徐登志などの多くの研究者が續々と客家の源流、形成、發展、客家の社會、文化など比較的巨視的な研究議題について更に深く掘り下げて研究を行っている。しかし、現在までに客家の文化的言語、民情、風習、習慣については相当量の研究がなされ、成果を上げているが、女性に関する問題についてははまだ十分な研究がなされていない。2002年、行政院客家委員會主催の「客家文化學術シンポジウム」において、中央研究院近代史研究所の呂芳上は〈開拓客家婦女史の研究〉と題した發表の中で、客家研究・女性研究の領域から現在の客家女性研究の貧しさを指摘した。当シンポジウムで發表された22編の論文のうち、女性研究はただ4編のみであることから、客家女性に関する研究は掘り下げていく余地があるといえる。

服飾は人類の重要な文化行爲であり、考古學者は服飾の研究を通じて当時の風習民情を推測する。即ち服飾の研究は文化の保存と研究にとって非常に重要な存在なのである。しかし、現在客家女性研究のテーマ中、服飾研究はごく僅かであり、服飾と文化の相互關係を扱う文献はまだない。そこで、本計畫では歴史、服裝、服裝社會心理などに關連する専門の學者を招き、「台湾客家女

性の伝統服飾デザイン及び変遷」、「台湾客家女性の伝統服飾から見た台湾客家女性の社會地位」、「台湾南北の客家女性の服飾消費価値・信念の比較」の3つのテーマから、台湾客家女性の服飾文化について深く検討する予定である。

2. 本研究の主要研究問題

- 1) 台湾客家女性の伝統服飾のデザインおよび変遷
- 2) 台湾客家女性の伝統服飾から見た台湾客家女性の社會的地位
- 3) 台湾南北の客家女性の服飾消費価値・信念の比較

3. 本研究の意義と価値

本研究の意義と価値は下記の通りである。

- 1) 國民の客家女性の服飾に對する認識を高めること。
- 2) 客家女性の服飾を通して、客家文化を更に深く理解すること。
- 3) 客家女性の傳統的社會地位を変え、社會におけるイメージアップを図ること。
- 4) 台湾客家女性の服飾文化を廣く宣伝し、客家文化の自主性を高める活動を作り出すこと。
- 5) 台湾南北の客家女性服飾の消費価値・信念を理解し、本國の服裝における經濟効果を上げること。
- 6) 國內における關連族群の文化・學術交流を促進し、客家女性の服飾文化および學術の地位を向上させること。
- 7) 國內外のデザイナーの創作のインスピレー

ションをわかせ、服飾関連業者には伝統と革新を兼ね備えた客家女性服飾の生産を誘発する。

- 8) 主に客家文化の特色から客家文化芸術・學術を統合し、工・商企業などの各界と共に台湾客家女性の服飾文化芸術の普及に参加すること。