

研究論文

# 臺灣客家文化運動中客家服飾的改良與創新\*

楊舜云、張維安、鄭靜宜

輔仁大學中華服飾文化中心  
國立清華大學社會學研究所  
輔仁大學織品服裝學系

## 摘 要

本文分析 1980 年代後期以來，臺灣客家文化運動中客家服飾之再製、改良與創新等所遭遇的現象，並思考其可能的出路。論文主體分別分析四種客家服飾的改良策略：（一）以傳統為原型的改良：由於族群身份特徵容易被加以區辨，只能在特定時空如客家餐廳，客家慶典等穿著，不易為一般人接受為日常生活中的實穿性衣服；（二）新象徵符號的建構與運用：由於臺灣花布不合於製作客家服飾，桐花布的客家服卻對客家文化的發展有表面化的趨向，也不是理想的模式；（三）拼湊符徵的創新模式：因為抽離了客家族群文化脈絡，雖然有很新的創意但是卻不具客家文化意義；（四）現況省思與跳脫制式形式的重建：在分析各種困難之後，本文認為只有熟稔客家服飾美

---

\*感謝兩位匿名審查委員的寶貴意見。

學與瞭解客家文化的服裝創意專家，才有機會突破象徵形式和族群界線的新客家服飾。

**關鍵詞：**客家服飾、客家文化、傳統創新、文化重建、身份建構

# **The Improvement and Innovation of Hakka Dress in Taiwan's Hakka Cultural Movement**

**Shun-Yun Yang, Wei-An Chang, Ching-Yi Cheng**

*Chinese Textiles and Clothing Culture Center*

*Fu Jen Catholic University*

*Institute of Sociology*

*National Tsing Hua University*

*Department of Textiles and Clothing*

*Fu Jen Catholic University*

## **Abstract**

This paper analyzes the Hakka dress in Taiwan's Hakka cultural movement after the late 1980, its reproduction, improvement, innovation, and other phenomenon it encountered as well as possible alternatives for it. This paper describes four strategies being utilized to improve Hakka dress: (1) using tradition as a prototype for improvement—since ethnic symbols are easy to differentiate, they are often only appropriate for special occasions, for example in Hakka restaurants, Hakka ceremonies, etc., and are not been generally worn in daily lives; (2) the construction and use of the new symbols—Taiwan Floral Cloth is too fancy to hand

down Hakka style, and those made of Tung Blossom Cloth tended to be superficialized and therefore not the ideal model; (3) cannibalizing and recombining signifiers—exploitation of culture symbols, stripped from the Hakka cultural context, thereby creating new fashion style deprived of Hakka historical and cultural significance; (4) reconsideration of the present situation, and reconstruction that breaks away from former stereotypes. In the face of possible alternatives, this paper argues that only innovative experts who are familiar with aesthetics of dress and understand Hakka culture have the ability make new Hakka dress that breaks through symbolic forms and ethnic boundaries.

**Keywords:** Hakka dress, Hakka culture, tradition innovation, culture rebuilding, identity construction

## 一、前言

博物館或文獻圖錄裡，標示著「客家傳統」的服飾，一般具有下述之特徵：以藍、白或黑色素面棉、麻織品裁製成的大襟衫和大褶褲，緝邊節制，無刺繡裝飾，再搭配一雙大尺寸繡花鞋，相較於閩籍婦女刺繡、緝邊繽紛華麗的錦衣、羅裙和三寸金蓮繡花鞋，顯得簡約樸實而少束縛性。它們被當成「客家文物」展示，顯示這樣形式的服飾，蘊含著某些客家文化意義。服裝心理學家 Kaiser (1997: 45-98) 整合文化觀點及符號學理論來分析特定群體的服裝外觀，指出服裝是一種文化形式 (culture forms)，服裝外觀具體可見的物質形式為符徵 (signifier)，可用以表達文化中非物質層面的抽象意義、信念、價值觀或思想體系，即符徵所指涉的符旨 (signified)。符徵和符旨之間的意指作用是藉由符碼 (code) ——文化潛在的知識和慣例來連結。所以要解讀某種服裝所具有的意義，除了服裝本身的形、色質與組合搭配方式，穿著服裝的身體及其身處的情境，還有更複雜的社會關係、歷史和文化狀態，都會整合成一個廣大的脈絡，必須一併思考，了解其連結與互動的關係，方能更全盤的理解服裝所蘊含的意義 (Damhorst, 1999: 79-89)。

以服裝社會心理學重視的脈絡來檢視具有上述形式特徵的客家傳統服飾，我們發現這樣簡約樸實，富機能性的客家婦女服飾，不僅與客家文獻中再三強調「素不纏足」、充滿勞動美德的客家婦女形象極為相襯，也與客家族群史上建立在移墾農耕基礎上的客家社會、勤儉「客家精神」相互呼應，整合出完整的客家文化意象，是構成「客家特色」重要的一環。但是這樣饒富歷史文化義的服飾外觀，在臺灣社會從自給自足的小規模農耕社會轉換到現代化工商社會的過程中，因整個大環境的改變，逐漸失去原本的適用脈絡，而退出客家人

的日常生活，變成博物館收藏的文物。Kaiser（1990：60）的脈絡觀點（contextual perspective）促使我們探索某個脈絡逐漸消融成另一個脈絡時，服裝的意義如何產生改變。一個歷史脈絡將引導出另一個新脈絡，我們可能會將注意力集中在三個與時間有關的成份上：（一）過去，原本衍生服裝意義的地方，（二）現在，藉由某些情境條件或社會關係，將服裝意義保留或修正到目前狀態的地方，以及（三）未來，新的意義或後續結果有待發展的地方。所以在衍生出客家傳統服飾及意義的歷史脈絡消逝後，我們注意到當代客家文化運動中族群服飾的改良與創新，作為客家文化形式的客家服飾，在脈絡消長變換的過程中，其形貌與意義的連續和變異的現象為何？未來有待發展的方向為何？針對客家服飾在這一波客家文化運動中的發展，我們發現客家文化傳統的創新或再造，與客家族群如何重新定位自己有密切的關係，認同（identification）和區辨（differentiation）的矛盾、傳統與創新的爭議，影響著當代客家族群服飾的發展。本文運用服裝社會心理學探索服裝外觀象徵意義的觀點，在臺灣客家族群文化復興的脈絡中，分析其族群服飾在族群認同的（重新）建構中所扮演的角色，以及客家服飾的再生產、改良或創新各自所面對的議題，並思考其可能的出路。

## 二、研究方法和步驟

在研究方法方面，除了客家文化論述的閱讀以及對創意產業之瞭解外，本研究主要採用參與觀察法與訪問，從2006年4月至2007年6月積極參與與客家服飾相關的文化推廣活動，包括桐花祭、客家文化節、客家博覽會和客家創意服飾發表活動，觀察並以相機記錄被展示和販售的客家服飾。也參與研討會和座談會，了解產、官、學三方

對客家服飾的改良、創新和推廣方向之看法。藉由活動的參與，掌握改良、創新客家服飾所遭遇的現象，立意挑選 10 位積極參與或關切客家服飾文化傳承發展的重要關係人（見附錄）做深度訪談。訪談問題依受訪者不同的身分及經歷而調整，但重點都在於了解他（她）們從事相關工作的動機與目的、實踐的方式和獲得的回響、對現況的看法及評論，以及對客家服飾未來發展的期許與建議。建立在紮根理論之基礎上，研究觀察和訪談所得均以文字詳加記錄。正式訪談以錄音記錄，並轉譯為逐字稿，然後使用 WinMAX 質性分析軟體，將資料逐字逐句地分解譯碼，並據以寫成論文。

### 三、以傳統為原型的改良

#### （一）改良傳統的起因

臺灣光復之後的三十年，客家傳統服飾快速被淘汰，在一般公共場合裡，已經完全看不到任何人繼續穿著客家傳統服飾。1980 年代末期，隨著客家族群意識覺醒，客家傳統服飾因具有身分認同的象徵及表徵文化的外顯性質，才再次被人們穿上身，不斷地穿梭於各種客家運動、文化表演的脈絡中，成為行動者展演客家文化、製造新聞話題、標榜族群定位以及建立族群認同不可或缺的形象服飾。這是客家服飾再現的契機，也是當代製衣者開始縫製客家服飾的起因。通過節慶的舉辦，民間創意者的加入，文化產業的政策性投入，以及公部門的許多文化活動標案，歷史上客家族群日常生活中或隱或顯的文化符號，都成為建構這些文化活動的重要元素，其中客家族群日常生活的元素，例如飲食與服飾更是通過再製、改良或創新而成為客家族群認同的表徵，客家服飾更是客家族群文化中的代表性表徵。行政院客家委員會成立後，在相關政策之推動及鼓勵下，不但舊有的客家藍衫老店

開始受到矚目，地方上也陸續出現更多會製衣的人順勢跟進，自組工作室縫製客家服飾，以供市場的需求，並發展出較為「客製化」的「改良式客家服飾」。

## （二）改良式客家服飾的延續與變異

大致來說，這類「改良式客家服飾」是以傳統服飾為原型，再配合訂製者的需求去做調整。有的為了增加視覺效果，會將緝邊裝飾改得花俏一些，配色也變得更加鮮明；有些則將衣長改短、修出腰身，或加上拉鍊，以更符合現代人的穿著習慣；還有一些則在材質上做改良，選擇較細緻的材質，來提升服飾的整體質感和穿在身上的舒適感。因為是在既有的形式上去做細節的修改，所以不會脫離客家傳統服飾的輪廓形貌。

由於南北客的傳統服飾原本就有差異，因此所改良再製出的客家服飾也各異其趣。南臺灣客庄普遍將謝景來老師傅所縫製的藍長衫視為傳統客家服飾的代表，許多新興藍衫工作室，也把它們當作模擬、參照的樣本，任何的改良都以此為基礎，因此所製作出來的客家服飾，還可以看出鮮明的藍衫意象，不論是衣服本身還是其它的服飾品，都強調藍色、大襟、鑲緝飾條等元素的運用（圖1）。對六堆客家服飾再製者而言，保持作品的藍衫形象，似乎她們是延續傳統、詮釋客家的方式。

相較之下，桃竹苗地區的製衣者就不那麼強調用藍衫形象的重現與沿用。桃竹苗地區的客家人稱傳統服飾為「大襟衫」而非「藍衫」，在稱呼上已顯示「藍」之於北客，並不是一個絕對的客家服飾要素，所以北臺灣的改良式客家服，在用色上並不刻意凸顯藍色，服飾材質和緝邊方式也與六堆藍衫截然不同，而呈現出更多的變化。相對於南臺灣改良式客家服一致性地強調藍衫意象，北臺灣的改良式客家服則呈現出較大的異質性（圖2）。儘管如此，南北產業人士在改良上的



概念卻是類似的，她們多傾向沿用傳統服飾外觀上最突出的設計重點來「延續傳統」，改良以不改變傳統服飾的基本結構為原則，所以這些改良，往往都還能讓人「看得出傳統」，而常被客家相關團體挑選為營造客家形象的制服或團服，廣泛地穿用於各種需要強調「我是客家」的情境。



圖 1 屏東客家服飾業者改良的藍衫

資料來源：楊舜云攝於 2007.4.11



圖 2 苗栗客家服飾業者改良的客家服

資料來源：楊舜云攝於 2007.5.30

### (三) 改良式服飾仍是傳統服飾

本研究拜訪了臺灣南北共八間客家服飾工作坊，業者都表示他們所生產的客家服飾，主要消費群為客家社團或客家餐館。而且是以團體訂製的方式，作為他們的表演服或是制服，其他一般消費者則往往只參觀不購買。這意謂目前穿用改良式客家服的人，多半還是一些在特定情境中需要強調客家身分或營造客家意象的群體，所以現實生活裡，我們也只有客家文化活動及客庄觀光情境中才能看到穿著客家服飾的人。這說明了以傳統為原形的改良式客家服飾，雖然仍能被當代客家人認同為表徵客家的形象服飾，卻不容易為一般消費者接受為日常服飾。

田野的訪談發現，改良式客家服飾沒有贏得大眾消費者青睞的原因在於它們看起來「太傳統」，會讓人覺得「土土的」、「不夠新」、「不夠時尚」，甚至「客家兮兮」、「包袱太重」。這表示地方產業人士對傳統客家服飾的改良，只適合若干客家餐廳的制服或表演服，即使一般消費者也只有有在「特殊」的場合才會穿著。這樣的現象說明了一個結果，「以傳統為原型的改良」所發展出來「客製化改良式客家服飾」，傳統十足，和傳統服飾一樣，只被人們當作一個族群的象徵性標籤，而不是一件具有實穿性的生活服飾。有些工作室的藍衫由於不希望失去原有的客家風格，只有中老年人購買，年輕人只有在活動時才會租借，難以被社會所接受（林瑜蔚，2006：17），以下是一位客籍服裝學者對於「客製化改良式客家服飾」的看法：

我覺得形式你沒有改變的話，它很難能夠變現代服飾。你看只要那個藍衫喔！你換布料，你把藍衫的布換掉，可是你還是有緞邊，緞那個領口，你怎麼樣穿，你用再先進的布料去做，它就是很老。（09.txt：44/47）

事實上來講就是他們只是把一些改良而已，沒有去做一些實際上時下的一些流行的配合，他們沒有。就是現在的工作坊，他們一直認為：「啊！我們就把一些藍衫把它改良。」噢，這邊加寬，那邊放窄、縮短，這樣子就可以賣？事實上，還是大家覺得土土的，不好看。（08.txt：209/231）

這位客籍服裝學者指出了，只改變傳統服飾寬窄長短、材質配色的改良方式，並不足以讓客家服飾擺脫過時、老舊的感覺。基於「身為客家一份子要保存客家文化」的使命感，地方產業人士在製作上傾向保守，習慣沿用傳統服飾外觀上最明顯的符徵——大襟或對襟的造型加配色緞邊和一字釦，讓改良後的客家服飾還能讓人「一眼就可以看出客家」，以實現心中「保存傳統」的理想。但是這樣的符徵具有鮮明的「傳統客家」象徵性，讓人容易與現代脈絡中給人過時、老舊

感覺的「傳統」聯想在一起，就可能產生「太傳統平常不敢穿」、「一般消費者只看不買」的問題。畢竟看起來「很有傳統」的改良式服飾和傳統服飾，在視覺上給人的感覺還是很接近。事實上，無論行動者如何改良，只要堅持保留傳統服飾的基本原型，不做更多的改變，作品的性質仍然會和「固定式」(Flügel, 1971/1991: 119-124)傳統族群服飾一樣，服飾外觀形式具有鮮明的族群象徵性，在標示出穿者族群身分的同時，又明確地區辨出他者，這種服飾在特定儀式或特定場所能發揮他的功能，但是在日常生活中，穿著清晰標示(能與他人缺區別的)族群身分的服飾，就是連基本教義派的客家文化運動者，也未必覺得有其必要性。這是改良式客家服飾不易為一般民眾接受為日常實穿性服飾的原因。

#### 四、新象徵符號的建構與運用

##### (一) 客家花布衣之興起

近年來，在具體的客家活動和媒體報導中，客家花布衣與客家桐花衣出現的頻率都愈來愈高，更逐漸發展成代表客家的意象服飾。事實上，不論是花布衣還是桐花衫，成為客家服飾，都是這幾年才有的事，是民間創意者與客委會為發展客家特色產業有意識的新建構。

所謂的「客家花布衣」，顧名思義就是用「客家花布」製成的衣服，而「客家花布」其實就是臺灣人很熟悉的「阿嬤花被單」。以大紅牡丹花為代表花色，它是四、五十年前臺灣很普遍的一款印花棉布，很多人都把它拿來做被單、包巾或頭巾。當時以遠東紡織為主要印製大廠(王嘉驥，年代不詳)，後來隨著臺灣開放進口布，布料選擇性變多，而逐漸消逝。2000年，藝術家林明弘將這塊花布轉換為空間佈置，參加臺北市立美術館雙年展而一炮而紅(李采洪，2005：

10-17；曾儀、陳慧娟，2006），不但成功地讓花布躍上國際舞臺，也重新喚起臺灣人對它的情感與記憶，臺灣媒體暱稱它為「阿嬤的花布」，搭上文化創意產業政策吹起的懷舊風潮，這塊鮮豔搶眼又充滿懷舊風味的大花布，一時之間躍升為營造產業文化性的最佳選擇，能見度因而大大提升。

臺灣客家人也在這樣的氛圍下，再次重用這塊花布。2003 年開始，在客家相關的文化活動中，幾乎都可以看見紅豔豔的一片花海。花布不僅被用來打造客庄的空間特色，也被製作成各種具有特色的手工藝品與衣服。在客家文化活動的建構中，花布和客家意象相互建構，於焉花布變身為「客家花布」。「客家花布衣」自然也成為「客家服飾」了。

至於「客家桐花衣」其實也可以歸類在廣義的客家花布衣之範疇內。它同樣是用被認定為「客家」的花布做成的，只不過布料上的印花不是昔日常見的牡丹花，而是近年來才被建構為客家代表花的油桐花。所以相較於被稱為「傳統」的牡丹花，油桐花是新的花色，是客委會為了開發客家特色商品，而委託布商設計出來的「新客家花布」。有別於前者是先有布，才被加封「客家」之名，後者在問世之前，油桐花和客家文化之間的關連，就已經經過一段建構過程。

行政院客家委員會於 2002 年首次辦理客家桐花祭活動，成功地建構了客家和油桐花之間的關係，油桐花從此加上的「客家」之名，印上桐花標誌的各類商品也得以用「客家特色商品」的頭銜來增加能見度。之後，客委會為了擴充桐花商品，加強桐花祭整體形象之營造，委託布商開發一系列桐花布，並鼓勵地方產業人士以桐花布製衣，才有桐花衣的問世。簡言之，桐花衣是在客委會輔導客家產業發展之過程中，才被開發出來的一項「客家特色商品」，所以相對於被視為「客家傳統服飾代表」的藍衫，桐花衣就成為媒體報導中的「客家創意服飾」了。

## (二) 沒有形制限制的客家花布衣

不論是花布衣(圖3)還是桐花衣(圖4),都不強調特定的形制結構,反倒是為了開發「客家花布」更多的可能性,在形制上鼓勵多加創新。因此這類服飾款式十分多元,除了是以特定幾款花色的「客家花布」為材質之共同特徵外,形制有中式,也有西式;風格可以很復古,也可以很現代。無須受限於傳統服飾形式風格的承襲,就能因布料本身所具備的客家象徵性,而獲得「客家居飾」之名。只不過相對於大襟衫類服飾,花布衣和桐花衣,往往被當成一種「創新」。



圖3 以「客家花布」製成的衣服和帽子

資料來源：楊舜云攝於2006.10.27



圖4 客家桐花衣(右邊兩件)

資料來源：芸竹服裝社作品，

楊舜云拍攝於2007.4.12

## (三) 客家花布衣的族群認同及市場接受度

由於花布衣與桐花衣能成為「客家居飾」,主要是來自於衣服的布料以及布料上印染的圖案所具有的客家象徵性,因此要了解花布衣

與桐花衣的族群認同度，我們有必要把大紅花布和油桐花的族群認同度一併納入討論。

### 1. 紅牡丹花布與花布衣

自從林明弘帶著紅牡丹花布在國際上打響知名度後，這塊豔紅的牡丹花布就一路從國際紅回臺灣，許多人都暱稱它為「阿嬤花布」，還有人稱它為「臺灣花布」或「古早味花布」，客家人則稱其為「客家花布」。在臺灣，它幾乎是三十歲以上的人民的共同記憶。所以在產業界、設計界、文化界，無分閩、客，都將它視為很具特色的傳統文化元素，並重新使用它、發展它。花布因為是臺灣人共有的記憶，而得以跨族群、跨地域被運用與接受，不過也因為它非客家獨有，所以當客委會大力打造它為「客家花布」時，不論是客家或非客家，都出現質疑它客家代表性的聲音：

就像說那個牡丹大花布，大陸也有啊！很多人還說是大陸先紅起來，我們才跟著紅。這原本我們要去凸顯是我們的特色，這反而沒有辦法去凸顯我們的特色。反而對這個身分還產生懷疑。  
(07.txt 130/133)

雖然有學者認為花布非客家獨有，無法凸顯客家特色，但在筆者的田野經驗裡，不論南客還是北客，提起紅牡丹花布，人們一點都不覺得陌生，甚至許多人都能道出他（她）的花布記憶或經驗，所以支持者以「我們確實曾經使用過」為由，而認同它：

像我們大紅花布，為什麼我認同它？是因為我們小時候就是蓋那個呀！那你不能說那閩南也蓋，那閩南你要拿起來用也可以啊！妳知道我的意思嗎？你要可以啊！我們不反對你用啊！可是那個是我們小時候就蓋那個啊！（03.txt：257/260）

紅牡丹花布所具有的被單布印象，可以讓人產生一種「我們以前用過」的親切感，從而喚起人們的對過往的記憶以及懷舊情感，所以

能夠獲得行動者「它是我們的傳統」之認同：

那個牡丹花，什麼以前的床單布喔！是一般人都可以接受，普遍都可以接受，因為它是我們以前用過的嘛！對啊！以前老阿嬤她們那一輩，看起來就很窩心的感覺。（01.txt：111/112）

然而服裝的選擇，除了表現穿者的身分認同，也是個人審美品味的反映。花布予人的「被單布記憶」，雖然得以讓許多客家人認同它為「我們的」，但是將它做成衣服，衣著品味就影響人們對花布衣的接受度。一位客籍製衣者，向筆者說明她設計客家服飾的理念時，曾對花布做出這樣的評價：

像那大紅花布我就不用，那是以前人家做被單、墊嫁妝用的，拿來做衣服太花了、也俗俗的，年輕人一定不會接受，像妳會穿嗎？不會嘛！（05.txt：43/44）

另一位嫁作客家媳的閩籍客家服縫製者也表示：

如果是說講南部，南部是人家說棉被有沒有？有一個牡丹花，結果反應人家第一個就是說：「你那個是做被單的啊！」它就是比較不屬於那麼高級的東西，被單就這麼土的布，啊你來做衣服！？啊也是說太紅，比較不敢穿。（04.txt：111/113）

同樣是從紅牡丹花布聯想到被單布，但要將花布拿來製衣，花布所具有的被單布印象，反而是讓花布衣不被偏好的原因。因為被單布印象深植人心，所以在人們的認知裡，這塊布是「被單布」，而不是「製衣料」，要將被單布穿在身上，有些人在心理上還是無法調適過來。而且就像這兩位產業人士所言，許多消費者對花布衣的反應是它「太紅、太花、太俗氣了」。所以，雖然花布可以跨族群、跨地域的被接受，許多用花布製成的手工藝品也有不錯的市場評價，但是做成衣服以後卻不一定討人喜愛。因為比起一般放著欣賞的手工藝品，人們對於包覆在身體上、展示於旁人的衣服，還有更多的考量。花布的

俗豔與花俏，以及「被單布」的形象，都影響花布衣被人們穿上身的可能性。所以，儘管花布已經是客家意象的構成因素，花布衣在客家活動中的能見度也愈來愈高，但在日常生活中，願意將花布衣穿出門的人，仍然不多見。

## 2. 油桐花與桐花衣

如先前所述，油桐花成為客家的代表花，其實是近來客委會為了發展客家文化創意產業才刻意建構出來的，而桐花布、桐花衣更是近五、六年才開發出來的新產品，所以相對於藍衫和紅牡丹花布，油桐花沒有那麼多讓人印象深刻的傳統與過去。這樣的特質，讓它一方面因為形象清新、沒有包袱，而比較容易得到一般大眾的喜愛；另一方面，也因為它缺乏一種熟悉親密的情感，而無法獲得部分客家人的認同。

從族群認同的角度來看，一位客籍產業人士向筆者表示如果不是為了配合客委會活動的規定，她自己是不用桐花布的，因為油桐花對她而言是陌生的，是客委會在建構客家文化時加入的：

有些人是不懂，就覺得說那是我們的，因為客委會一直在炒，包括那個客家電視臺的 LOGO 就是那個桐花嘛！我覺得我沒有生命情感的東西我沒辦法做，所以我不做那個東西。（問：對妳來說是沒有情感的？）沒有，不如我們家那個蒲仔，那個舀水的杓子……。（03.txt：150/156）

抱持類似的看法的，多數是南臺灣的客家人，因為油桐花主要是沿北臺灣臺三線分佈，桐花祭的活動區域也以北臺灣為主，所以讓他們覺得「那是北部的，不是我們南部的東西。」（01.txt：86）、「南部並沒有，跟我們沒有關係的，妳知道喔！根本沒有辦法發生[關聯]。」（03.txt：150）其實在北臺灣，也有很多客家人不太清楚油桐花是怎麼和客家產生關係的？由於當初客家族群並沒有從油桐樹



上得到收益，所以即使它開得滿山遍野，人們也不太把它當成一回事，自然無從產生「它是我們客家的」感覺。但是這幾年來隨著桐花祭活動的營造，不僅帶動了北臺灣每年四、五月的賞桐風氣，也促進了臺三線客庄觀光產業之發展，因此相較於南臺灣的客家人，北臺灣客家人對桐花祭有更多的參與感，對油桐花的接受度自然就比較高。客家知識份子看在油桐花打開客家的能見度又帶動客家產業商機的成效上，即使很清楚油桐花與客家之間的結合是事後的論述，對於這樣的符碼，基本上還是抱持著樂觀其成的態度。

再從市場銷售的角度來看，油桐花本身美麗清新的形象，再加上桐花祭帶動的買氣，讓桐花類服飾品獲得比藍衫類和紅花布類服飾品較佳的市場反應。根據業者的說法，相對於藍衫「很老氣」、牡丹花布衣「太紅、太花、俗俗的」之市場評價，桐花衣被認為是「比較高級、高尚、高雅」的，甚至有業者指出桐花類服裝品賣得比較好，是因為它是「現代的趨勢」。油桐花這個元素，雖然因為「不是傳統」而影響部分客家人對它的認同，但是通過新的建構，特別是將非客家民眾也一起帶進來，而讓它更容易進入現代大眾消費市場，成為年輕人或非客家人接觸客家的「入門品」。

#### （四）重新思考缺乏傳統的意象建構

首先，以牡丹花布衣而言，我們看到花布衣因為所使用材質能夠激起人們對過往的情感和記憶，以及「這是我們的」之認同，而得以在特定場合被客家人用以展現客家意象，但是回到日常生活中，花布衣所用材質的形象，反倒成為它鮮少被人們穿上身的關鍵。喚醒人們的情感與記憶，卻不是人們日常生活中喜歡穿著的衣服，這樣的結果看似矛盾，其實並沒有衝突，癥結就在於人們的記憶中，花布是昔日用來墊嫁妝、做被單、當包巾的布料，而不是穿在身上的衣服，把被單布拿來做衣服，許多人都覺得它「太紅、太花、太俗氣」了，因為「我們客家人比較老實、保守，不敢穿太花俏、性感的衣服。」(05.txt：

38) 這說明了花布衣的俗豔與花俏，完全不同於客家人過去簡單樸實的衣著習慣所養成的審美標準，所以對於傳統服飾文化而言，花布衣其實是一種變異，它不僅在材質做法上與過去不同，在美感概念上更不符合客家人簡單樸實的衣著美學，甚至花布衣被製作出來，也不是為了延續客家服飾文化，因為嚴格說起來，花布衣並不能算是客家服飾，而是用「客家花布」做作成的衣服，它著重於花布本身的發展更勝於服飾文化之延續。

類似的問題也出現在桐花衣上，再加上桐花衣連所用的桐花布都是客家文化產業營造下的新產品，所以相較於花布衣，桐花衣雖然被認為看起來「比較高級、高尚、高雅」，但是卻有更多認同上的問題：「我跟妳講桐花是強輸加入的、強制加入的。」(03.txt:150)、「今天我告訴妳那一塊桐花齣！妳把之前客委會強推的那些東西，妳都把它扔掉，這個桐花妳覺得它是客家嗎？」(03.txt:239/240)問題的癥結其實就在於桐花衣的「新」，因為它不論在物質面還是非物質面，都是一種全然的創新，甚至連油桐花本身，對於許多客家人而言，都是陌生的，人們對它沒有記憶，也欠缺感情，所以對於單純以油桐花來表現客家文化的桐花衣才會有「炒作出來的」，甚至是「強加的」、「強推的」這類比較負面的評價。這說明了，桐花衣這樣一個全新客家象徵符號，無法滿足她（他）們延續客家文化的期待。也就是說，桐花衣雖然有表徵客家的象徵性，創造利潤的商機，卻無法予人傳統的延續感。

以上的討論顯示，不論花布衣還是桐花衣，在實際使用上或族群認同上都還有爭議，原因在於它們所著重的都是布料本身的發展。相較於傳統客家服飾，花布衣和桐花衣無論是在服裝的物質面還是非物質面，都沒有表現出對於傳統服飾文化的接續，人們既沒有從它的符徵上知覺到與傳統服飾的關連性，也無法感受到傳統文化形式所蘊含的文化內容和美學概念。所以在推廣這類「用客家花布做成的服飾」

之同時，更要注意「客家服飾文化」的推廣與發展，避免讓商機較佳的前者取代後者成為客家代表服飾，造成因市場需要建構虛構的文化，取代了來自日常生活世界所累積的文化與族群智慧。族群文化部會宜多深思市場邏輯對於族群文化的發揚所可能帶來的影響。

## 五、拼湊符徵的創新

### (一)「客家創意服飾」的推出

近年來，在客家服飾的推廣上，有感於形象趨於傳統的服飾難以突破瓶頸，逐漸體認到傳統服飾的時代已是回不去的歷史，於是開啟了創意服飾的發展方向，透過客家服飾設計比賽、創意徵選及動態走秀等活動的舉辦，我們看到愈來愈多由模特兒穿著展示於伸展臺上的「客家創意服飾」。2006年由客委會主辦，紡拓會執行的「流轉客家風華」成果展，就是由領導客家文化推廣和紡織產業拓展的兩大單位，首次合作的客家創意服飾開發成果展。除了輔導客家服飾業者，還邀集具有服裝設計背景的時裝設計師和學生，共同來從事將客家服飾時尚化的工作，顯示政府對於客家服飾文化推行政策的作法，不再固守對傳統服飾形式與布料的存留與改良，而是，強調以創新的方法重新詮釋傳統服飾文化，開發新時代的客家創意服飾。

### (二)客家象徵符號與流行元素的拼湊

以此次成果展所展出的作品為例，由於每位設計者各有其不同的設計理念與詮釋方式，使得這類「客家創意服飾」呈現出多種不同的風貌。大致來說，有別於地方產業人士背負著「保存傳統」的使命感，創新設計者以創新創意為立意，除了運用藍色、紅花布和油桐花這三個服飾知覺元素的客家象徵性，來標明作品之客家關連外，形式上幾

乎都已經完全脫離傳統客家服飾「大襟衫、大襠褲」的形貌，取而代之的是，加入更多設計者的個人創意與現代流行元素。甚至為了擺脫「傳統包袱」、「文化束縛」，有些創新設計者會刻意用打破傳統、顛覆傳統的方式設計出奢華、矯飾、裸露，迥然不同於人們過往所認知的客家形象之創新服飾。

### （三）很現代卻很不客家

這場「流轉客家風華」客家創意服飾開發成果展，場面及媒體報導量都是前所未有之盛大。不過不論是電子媒體或是平面媒體的報導，都只有官方和設計師的說法，筆者曾詢問受訪的客家文化行動者，對這些「客家創意服裝」的看法和評價，受訪者多認為此次展出的「客家創意服飾」，有跳脫傳統，變得更有現代感，但是卻不太像客家。

受訪者：去年底客委會委託紡拓會辦的那個設計的展示<sup>1</sup>我也有去看，……。如果以它展示出的那十幾套來看，客家的元素如果以十分來打的話，大概只占了兩分到三分而已。

研究者：兩分到三分而已！？那就不太像客家啦？

受訪者：對啊！對啊！沒有說很明確的感覺，只是說在臺北的舞臺來看，整個臺北比較都市化、現代化的觀念來看，當然大家會認為說，只要穿起也是很漂亮，也抓到了一些元素，這樣也就可以接受。但是這種觀念如果拿到鄉下，拿到我們客家庄去展示的時候呢，我敢保證絕對沒有人會用。

研究者：喔！？不敢穿嗎？

---

<sup>1</sup> 流轉客家風華：2006 客家創意服飾開發成果展。2006 年 10 月 26 日。國家戲劇院（臺北市中山南路 21-1 號）

受訪者：不是不敢穿，沒有人會認為這是可以代表客家的服飾！（10.txt：103/120）

這段訪談內容，透露了一個問題，就是創新設計者所詮釋的客家服飾，與客家人所認同的客家服飾是有落差的。它們有現代感，卻不被客家人認同為「可以代表客家的服飾」，可見光是看起來漂亮、有現代感並不能滿足客家文化行動者對於「客家創意服飾」的期待：

我看過那一系列設計師設計的東西，很多東西我也很不認同，就說在現代的創新當中，從客家服飾發展做創新，跟一般的沒有客家根據的創新，它應該要有所不同。可是在這一點上面，我們在臺北設計師上面看不太到他的區別。（09.txt：88/90）

由此可見，這些「客家創意服飾」在客家文化行動者的眼裡似乎是創新有餘，卻客家不足，沒有凸顯出客家服飾的文化特色，也沒有辦法讓客家人認同它是「客家服飾」。即使走秀活動辦得風光熱鬧，不被認同是客家，就不符合表徵客家的基本條件，當然也很難期待對客家文化的保存、推廣與發揚有所貢獻。

#### （四）「創新」不能剝離文化歷史脈絡

「客家創新服飾」有現代感卻不被認同為客家，其中的原因可能在於創新設計者本身不夠了解客家，創新時沒有掌握好客家服飾文化的特色：

因為我不了解是他們對客家民族並沒有很深刻的體會，跟比較深的去了解，他只看到表面上的，那創新我覺得有點...，講直接一點就是不倫不類啦！如果說今天服裝設計不要把客家拿出來的話，他要怎麼設計都沒有問題，可是如果你今天要把客家拿出來的話，你需要在創新上面和一般的創新有區隔，而且你要跟傳統有一個距離。（09.txt：100/105）

受訪者指出了一個重點，就是「客家創意服飾」必須有別於一般

的「創意服飾」，並凸顯出客家服飾文化的特色，否則何需主管客家文化的部會來推動。也就是說創新設者除了展現創意，還必須進一步了解客家，而不能只能選取幾個客家視覺元素就進行設計：

其實像我們要做創新的話，也是要以傳統來做基礎啊！不然你一定沒辦法，把客家服的味道真正做出來啊！所以你傳統的底子一定要打好。不像說，像有人就設計出來，雖然說他有照傳統的去，雖然說他是創新客家服，客家的意象有做出來，但是他的味道沒有做出來，那就是因為他只是從表面上，噢！我做客家服，不是從底子裡學到的，而是從我外表看到就是這樣，我就來把他做出來。其實這完全不一樣！（01.txt：353/359）

其實這幾年客家委員會也有辦什麼客家服飾，我是覺得那方面並沒有...，第一個，我覺得它是對一種民族服裝的不尊重。.....就是你為什麼要改變他的服裝狀態，你應該要有目的。妳看看他們改變的，不是這邊挖個洞，那邊剪一道，然後這裡短一點、長一點，他們甚至沒探究說當初為什麼他們會發展成這樣的服裝形態，然後再去做改變。所以這幾年那什麼客家服飾比賽，我都一點都不想去看，就是因為我覺得就跟我們當代的一樣，很表面的東西，沒有深度啊！（09.txt：33/35、39/43）

表面看到的往往只是服裝的物性形式，客家傳統服飾的物質性特色其實還涉及許多非物質的客家文化，它們更是主導客家服飾物質性特質衍生、演變的核心文化，設計者若只就表面看到的物性元素進行創新改造，未能更深層的詮釋出客家文化所珍視的歷史、文化意境，所重組出來的「客家創新服飾」可能只是失去文化意義的圖像。這些應是受訪的客家人會覺得這些創新客家服飾「沒有深度」、「不倫不類」，是「東拼西湊的怪物」，甚至認為族群服裝文化在現代設計師創作的過程中，沒有受到應有的尊重的理由。

重新檢視當代設計者創新客家服飾的方法與理念，會發現許多設

計者都是以後現代主義折衷混合的方式並列客家和流行元素。藍衫、客家花布和油桐花等符徵不斷地被擷取、解構，重新與流行元素拼貼、混合成「客家創新服飾」，但是昔日前人製衣、用衣的「故事」與文化底蘊都已被遺忘，所剩下的只是一大堆表徵的表徵。甚至在某些設計者刻意「打破傳統」、「顛覆傳統」的設計理念中，扭曲了傳統服飾原本蘊含的美學概念及文化深度。

在後現代設計理念下，許多客家象徵性元素，雖然得以重現並發揮的裝飾的功用，可是視覺的深度與解釋系統卻都逐漸退化。雖然服裝的款式是從先前的脈絡中衍生出來的，但是卻變成「沒有歷史意義的符徵」（Kaiser, 1990：407），所以即使各種不同風貌的「客家創意服飾」不斷地發表出來，但也不斷對客家文化行動者帶來文化斷裂、傳統遺失的震撼。這樣的結果，顯然違背了傳統創新的初衷，也失去開發客家服飾的宗旨。脫離客家文化歷史脈絡的創新，無助於族群文化的傳承與發揚，沒有客家文化的研究，很難期待有精彩的客家文化產業。

## 六、現況省思與跳脫制式形式的重建

### （一）現況的侷限

當代客家服飾的推廣的模式，基本上純粹傳統服飾的複製雖有一定的文化意義，但無實用的價值；客製式改良的客家服雖在節慶場與特定場合中會有出現的機會，仍因過於傳統而不易進入一般人的日常生活，成為實穿性的服飾；通過客家花布或桐花布料的客家意向所營造的客家服飾，前者因為大紅花布原來並不用於衣服不易用來推廣客家服飾，後者活潑好看，卻因後天的客家意象之建構，沒有客家文化之厚度，雖有市場卻無客家文化性；拼湊符徵的創新更是在沒有客家文化的脈絡中擷取特定客家視覺象徵元素的拼貼，缺乏與穿著服飾的

人及其所處歷史脈絡的協商，更無客家服飾在其歷史傳統中的審美觀和價值觀。客家服飾的推廣如果沒有置於它原生的脈絡中思考，便很難體會其過去的風華與饒富意義的文化深度；再製者在未真正體會、了解客家服飾文化內涵的情況下，往往只能針對表面所見的形式進行改良、創新，如此一來，就出現了傳統元素保留太多，無法存續；改變太多，又失去原味這樣進退兩難的問題。導致現階段改良、創新的客家服飾，不是少了客家味，無法獲得客家人的認同，或因為缺乏時尚感，無法贏得消費者的青睞。

客家服飾的發展與推廣需要有新的思維，需要突破象徵形式和族群界線。本文研究得知客家服飾文化傳承、推廣的行動者最在乎的，其實不是傳統服飾外在形式的保存，而是內在精神的傳承。他們主張，創新就是希望傳統的文化精神，不要被侷限在不合時宜的傳統形式之中。事實上，他們也不認為單一制式的傳統服形式，可以道盡客家服飾底蘊的文化，所以，在傳統服飾形式失去時效性之後，他們還期待能有更符合潮流趨勢的服裝形式，重新詮釋傳統服飾內含的客家文化，希望藉由創新再製的過程，提升客家服飾的質感和形象，甚至成為跨族群、跨地域都歡迎的流行服飾。

也就是說，創新主張所提倡的不只是一套客家族群內部自產自用的「制服」，「不要一直去強調什麼客家的元素，或者感覺起來就知道是客家人」（10.txt：256/257），反倒是要模糊傳統服飾原有的族群界限，因為其目標顧客並不只有客家人，甚至即使是客家人，也不會希望身上穿的衣服，時時刻刻向世人宣告他的族群身分：

除非他刻意要強調我是客家人，或我是誰，天天我就穿它，不會有這種人啦！但是這種人很少，一定很少，對不對？不要說我們臺北啦！像龍潭一個客家庄來講，有幾個說他會一直強調我是客家人？畢竟很少啦！畢竟很少啦！（10.txt：251/254）

受訪者指出，除非刻意要強調「我是客家人」，才會天天穿著客



家形象服飾，但實際上人們並不需要時時刻刻強調自己的族群身分，即使是像受訪者這樣一位熱衷客家事務推動的客家文化工作者亦然。在真實的社會生活中，追求能夠提升個人社會地位的身分，會比表徵歸屬的族群身分來得重要。因此能夠幫助人們應付各種不同脈絡需求的服飾，將更受到歡迎。這和脫離族群文化脈絡，只顧市場歡迎度的後現代拼貼有何差別？客家服飾如何在跳脫刻板象徵形式之後，仍能保有某種文化的延續感？以下兩個案例，設計師以創新的形式重新詮釋出意味深長的客家故事，值得探究與參考。

## （二）蘊含客家故事的服飾雕塑藝術——袖子裡的金魚

「袖子裡的金魚」（圖5）是客籍創意設計研究學者黃啟方2006年於高雄市立美術館舉辦的創作論壇——「形、透、花、間」創作展中的一項作品，雖然不是實際可以穿著的衣服，但是設計師用創作來表達其客家經驗與客家知識的作法，提供不同於沿用傳統符徵之另一種創新方式，頗具參考價值。黃啟方的創作理念是：

像這個作品叫「袖子裡的金魚」，為什麼叫「袖子裡的金魚」？是因為客家婦女在傳統婦女裡面比較唯一很少裹小腳的一個女性，因為客家婦女必須要務農，那事實因為務農都跟家裡距離很遠，所以她們的袖子很長，是要塞一些飯糰、還有一些東西。我是覺得這個很有趣，其實我把這個「袖子裡的金魚」的部份，把它拉成很像一個金魚的魚尾巴，代表了客家的袖子裡面有非常多的豐富的生命力，那事實上你看，我把藍衫的袖子改掉了，你完全看不到藍衫的特質，但是經過說明你就會發現：那就是客家女性在耕作的時候，她需要一個這樣子的服裝形式<sup>2</sup>。

<sup>2</sup> 2007年6月23日（六）15：30-17：00，「客家創意FUN設計」講座，主持人吳奕蓉，與談人黃啟方、蔣妙雨，講座地點：臺北市敦化南路一段245號1F誠品敦南店。

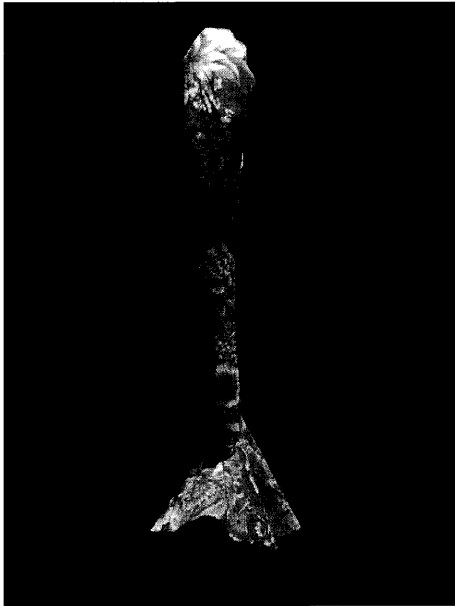


圖 5 袖子裡的金魚  
資料來源：黃啟方提供

設計師很清楚昔日客家婦女大襟衫上反折袖設計背後的「故事」，並認為它是客家服飾之生命力所在，因此他運用造型元素的符號語彙，透過個人的創意思維，設計出宛如金魚尾巴的全新造型，是刻意用誇飾的表現方式，把這個故事強調出來：

我這個就是傳統她們那個折袖轉換的設計，所以我的重點還是在這裡。所以就是我在形式上完全改變那個直筒袖折起來的形式，你如果用那個直筒袖，再反折、再車個兩條，那根本有什麼意義呢？（09.txt：120/122）

靈感取源於客家婦女傳統服飾的反折袖設計，但跳脫了大襟衫上反折袖原本的形式元素和視覺印象，創造出一件「蘊含藍衫反折袖故事的全新藝術品」，而不是「藍衫反折袖的變形物」。一般人或許無法一眼就看出它取材自客家藍衫，但正是如此讓它可以擺脫族群主義

的包袱，突破族群之間的界限，用其本身造型之美，吸引更多藝術愛好者觀賞。觀賞者可能會對新形式的符號語彙產生共鳴，並從中了解昔日客家人的生活形態、社會背景、客家婦女的勞動角色以及客家人為了適應生存情境，在服裝設計製作上所發揮的巧思。甚至因為設計師以創新造型重新詮釋文化故事的強調，反而更能加強觀賞者的印象，便有可能達到宣揚文化的目的。

### （三）呼應傳統的客家時尚服飾



圖 6 呂芳智的客家時尚服飾  
資料來源：楊舜云攝於 2006.10.26

2006 年「流轉客家風華」客家創意服飾開發成果展中，設計師

呂芳智為客家服飾文化的時尚化，做了一個不錯的示範（圖6）。他突破用「客家色彩」、「客家花布」和「客家圖騰」等象徵性符號來標示客家的作法，以實穿的混搭概念為本，設計出一衣多穿的款式，並運用棉、麻、毛等天然材質，黑、白、灰、藏青等低調中性之色彩，輔以簡潔俐落的剪裁，無束縛性的自然線條，重新詮釋客家傳統服飾的美感特質，將客家傳統服飾樸實簡約的特色轉化為時尚極簡風格，塑造出瀟灑、帥氣、獨立、能幹的女性形象，呼應客家文獻史籍中一再歌頌的可以「役男子之役」、「撐起半邊天」的傳統客家婦女形象。整體呈現出來的氣質和客家婦女傳統服飾外觀有異曲同工之妙。

他這一系列作品<sup>3</sup>，以簡約風格讓傳統與現代交融在一起。概念上，它延續了昔日客家大襟衫、大襠褲一衣多穿、多用的造型特色，講究實用性的經濟觀，自然、內斂、重視內在氣質，不虛飾外貌的衣著美學，以及獨立能幹的客家女性形象，然而在視覺上已是全新的造型。或許一般人無法「一眼就看出客家」，但是透過穿著，穿者可以從它簡約俐落、無束縛性、一衣多穿的設計中，重新體會昔日客家人製衣、用衣智慧，並品味客家服飾務實、不浮誇的美感價值。也是因為它脫離了「一眼就看出客家」的族群區辨性，反而得以避免人們產生先入為主的族群成見，進而泯除族群界限，從族群服飾轉化為大眾服飾，富有更多的脈絡彈性，不再只是特定團體，在特定場合才會象徵性穿用的形象制服。

#### （四）善用外觀知覺元素展現客家文化內容

服裝既是某種可見的物質，也是某種符號（Bogatyrev, 1976：13）。事物與符號之間有緊密的關連，服裝同時被認為是一種表達媒介（McCracken, 1988：57-58）。

<sup>3</sup> 欲了解呂芳智設計這系列作品的設計理念及欣賞作品的系列照片，可參考：行政院客家委員編會編著，2007，《客家衣展風華》，頁108-115。臺北市：客委會。

在前述上述兩個案例中，設計師藉由外觀知覺元素「可溝通」的性質，將其所理解的客家文化，創造新的形式重新表達出來，讓我們可以從他們的作品中感受到後現代創新作品所欠缺的文化深度。這兩案例都著重在作品本身的設計表現及設計師的設計理念，旨在探尋一個用創新形式表現文化內容之設計轉換方式，並無意推崇特定作品作為創新設計者臨摹仿照的樣品。事實上，筆者並不主張在客家時尚尚未發展成形的實驗階段，就用單一的形式或元素，這樣容易侷限之後的創新與發展，反之從外形上突破制式化的表徵形式，在概念上又能延續昔日客家人製衣、穿衣的價值觀、審美觀，並重新詮釋出客家服飾的美感價值及過去的生命力。

這兩個個案說明了，跳脫刻板族群識別符號的標記，用現代流行元素創造出新的外觀造型，還是有可能詮釋饒富意義的客家故事，並且和傳統客家服飾之間維持某種連續性；無須標新立異地顛覆傳統，繁複華麗地裝飾外觀，延續客家傳統服飾文化低調簡約美學概念，也能夠賦予客家服飾新意，提升整體質感和形象。

由此可見，掌握了傳統客家服飾原本的造型概念之後，表徵的形式是可以隨時代的演進而汰舊換新的。傳統服飾的視覺元素，可以是創新擷取、運用的媒材，但不應成為傳統創新發展的限制。所以，傳統創新比較理想的轉換方式應是：跳脫刻板傳統形式的束縛，以現代流行元素去詮釋傳統服飾內含的文化意義——客家文化中某些形而上的文化信念，也就是服裝社會心理學家所說的「文化中根深柢固的抽象概念」（Kaiser, 1997: 49）。唯有不違背文化中最深層的核心意識，才能讓文化內部的人認同為「我們」。因此創新設計者必須先深入了解客家，將客家文化內化以後，再創造新的形式將它重新轉換詮釋出來。

重新檢視傳統客家服飾，會發現與現代社會脈絡不相融的主要是那個被今人視為「古裝」的外觀造型——大襟衫、大襠褲、一字釦加

鑲緝飾條組合起來的具體外形，還有對現代人而言，可能不夠細緻的衣物材質。然而過去這個造型被衍生出來所講求的一些理念，即使放在現代的時空背景下，依然讓許多人為之嚮往，甚至與一些國際時尚設計師的設計美學理念也有不謀而合之處，儘管它在視覺上不一定是連接在一起的。舉例來說，過去客家人為了節約物資，而設計出可以一衣多穿、多用的服裝款式，這不僅是客家服飾文化中很有意思的一項特色，還同時兼具實穿性與方便性，創意客家服飾若能把握此一特質，不但能表現出客家服飾文化的特殊性，也是一項足以吸引人們選擇穿用的優勢。其次，客家婦女服裝不強調裝飾的簡潔設計、不拘束身體的自然線條，不鮮艷的低调用色，就與國際時尚大師 **Giorigo Armani** 沈靜、中性的女裝設計風格有異曲同工之妙，不約而同地表現出一種追求簡約、理性、自然的美學理念。還有昔日客家人製衣，最講究經濟取向，節約愛物、不浪費資源的概念，也十分符合全球一致關注、提倡的環保主張。

縱然客家傳統服飾的外觀造型很難說服現代人在日常生活中繼續沿用它，但是這些形式背後的造型概念卻是可取的。創新設計者只要跳脫「古裝」的造型，用心去發掘客家傳統服飾語彙與現代時尚流行語彙之間可以相互接軌、轉化之處，創造新的形式造型去詮釋客家族群「講求經濟實用，不虛華矯飾」的美學概念與文化特質，用機能性的素材去重現客家傳統服飾最重視的功能性價值，或許就能賦予「傳統」新生，再創出一種簡約、自然、務實的客家時尚風格服飾。

## 七、結語

客家傳統服飾普遍從臺灣客家人的日常生活中消失，已經經歷一段很長的時間了，想要恢復或重建客家服飾文化，其實是一種充滿想像與創造的理想。因為遺留下來的「傳統服飾」資料，即使整理得更完善，也只是殘存的片段，並不足以把過去這幾百年來，臺灣客家人穿用服飾的真實面貌完全呈現出來，儘管如此，它們仍然是今人拼湊、想像和建構「客家傳統服飾文化」的最重要材料與憑據。我們認為不論是再發現、再詮釋或再建構都是重要的，特別是在客家服飾文化已明顯出現斷裂情形的今日，任何的詮釋、發現與建構都關係著客家服飾與客家文化未來的發展。在這個時間點上，若是由一些不諳客家文化的設計者依照個人的成見來顛覆傳統、打破傳統，那麼藉由創新來復興客家服飾文化、重建客家自信的目標便不易達成，甚至可能扭曲、破壞客家服飾文化原本的深度；反之，若是能把握這重建的契機，從這些已被認定為「客家傳統」的文物和論述中探索出客家人認知想像自我的信念，然後精煉出合於現實之部分加強建構，那麼此時此刻也可能是客家服飾文化重生的轉機。所以當今之計，善用服裝外觀所具有的造型之美及「可溝通」的特質，吸引人們主動追求、並重新「感受到」客家服飾的美感價值和文化內容，將比拘泥於某些「看得出客家」的象徵標誌來得重要。

今日我們生活在一個各種資訊快速傳播、更替的現代社會脈絡中，固守單一形象的「傳統」，不僅不切實際，也不是現實生活中最大的價值，相反的，如何在變遷中，不斷創造並重新建構出足以凝聚「我群」認同，並展現「我群」文化獨特性的服飾外觀，才是客家服飾文化在當代社會過渡、重建的首要目標。所以面對失去時代適用性，卻象徵著承襲某種客家文化遺產的傳統服飾形象，不妨將它保存在特定的懷舊脈絡中，以滿足人們對過去的依戀；但是想要達到那期

許的未來，通過對客家文化的理解所進行的革新和突破，或許才是建構新世界的必要條件。

人類不是被動展示衣物的模特兒，文化也不會只封存在單一式樣的「傳統服飾」裡，相反地，透過人們在複雜多變的脈絡中彼此互動協商的歷程，各種用以表徵身分和文化的服裝外觀元素，都是可能被重組、修改和更新的。換言之，不論傳統、服裝或文化，「社會行動者」（social actor）才是最終的建構者。回歸人類如何將「我（們）是誰」的感覺透過視覺方式脈絡化的主體意識，全盤而整合地理解服裝、族群、身分和文化之間的動態關係，將有助於我們更自主的運用外觀管理，與不斷變動的社會脈絡協商出表現我群形象的服飾外觀，以及共享的文化意義。



## 附錄：受訪者基本資料

編號	職業	族／籍	訪問原因	訪談日期	訪談地點
01	客家服飾工作坊負責人	原北埔客家人，嫁作六堆客家媳婦	客家服飾工作室負責人及縫製技術傳承者	2007/2/3	受訪者工作室
02	客家服飾工作坊負責人	新竹客籍	客家服飾工作室負責人、客家服飾研習課程講師	2007/3/6	受訪者家
03	客家服飾工作坊負責人	麟洛客家人	客家服飾工作室負責人	2007/4/11	受訪者工作室
04	客家服飾工作坊負責人	原板橋閩籍，嫁作六堆客家媳婦	客家服飾工作室負責人	2007/4/12	受訪者工作室
05	客家服飾工作坊負責人	苗栗客籍	客家服飾工作室負責人	2007/5/30	受訪者工作室
06	客家服飾工作坊負責人	嫁入苗栗 40 年的閩籍客家媳婦	客家服飾工作室負責人、客家服飾教學者	2007/5/30	受訪者工作室
07	大學任教	臺北客家人	客家服飾研究者和教學者	2007/3/20	受訪者辦公室
08	大學任教	內埔客家人	客家服飾研究者和教學者	2007/4/12	受訪者辦公室
09	大學任教	苗栗客籍	客家服飾文化創新設計研究者	2007/4/10	咖啡廳
10	客家文史工作者	苗栗客籍	客家服飾研習課程講師	2007/3/9	受訪者家

## 參考書目

- 王嘉驥, n.d., 〈以天地為棟宇——關於林明弘與其作品的一些想法〉。  
[http://www.nhcue.edu.tw/~dface/art\\_design/crossworkshop/doc/wanngaji5.pdf](http://www.nhcue.edu.tw/~dface/art_design/crossworkshop/doc/wanngaji5.pdf) (2007年11月6日)。
- 李采洪, 2005, 〈一塊臺灣花布, 一個世界級藝術家〉。《alive 優生活》, 11月號(第5期), 5月12日出刊。
- 林瑜蔚, 2006, 〈地方文化創意產業行銷策略之研究: 以六堆地區創意藍衫為例〉。《2006年文化創意產業與地方發展策略研究生學術論文研討會》論文集。國立臺北大學公共行政暨政策學系舉辦。2006年3月10日。
- 曾儀、陳慧娟, 2006, 〈當花離開布〉。marie claire 美麗佳人時尚生活網。[http://www.marieclaire.com.tw/?go=d32&w\\_id=464](http://www.marieclaire.com.tw/?go=d32&w_id=464) (2007年11月6日)。
- Bogatyrev, P., 1976, "Costume as a Sign." Pp. 13-19 in *Semiotics of Art: Prague School Contributions*, edited by L. Matejka and I. R. Titunik. Cambridge: MIT Press.
- Damhorst, Mary Lynn, 1999, "Dress as Nonverbal Communication." Pp. 78-89 in *The Meanings of Dress*, edited by Mary Lynn Damhorst, Kimberly A. Miller and Susan O. Michelman. New York: Fairchild Publications.
- Flügel, J. C., 1991, 《服裝心理學》(*The Psychology of Clothes*)。臺北市: 水牛。(原作1971年出版)
- Kaiser, Susan B., 1990, *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*. New York: Macmillan.
- Kaiser, Susan B., 1997, 《服裝社會心理學》(*The Social Psychology of*

*Clothing: Symbolic Appearances in Context. 2nd ed.*) (李宏偉譯)。  
臺北：商鼎文化出版社。

McCracken, Grant, 1988, *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*.  
Bloomington: Indiana University Press.

楊舜云 (聯絡作者)  
輔仁大學中華服飾文化中心  
24205 新北市新莊區中正路 510 號  
sunnyysy@hotmail.com

張維安  
國立清華大學社會學研究所  
30013 新竹市光復路二段 101 號  
wachang@mx.nthu.edu.tw

鄭靜宜  
輔仁大學織品服裝學系  
24205 新北市新莊區中正路 510 號  
029454@mail.fju.edu.tw