

現代中国ファッションにおける「民族的な要素」の創作と応用

—— 伝統服／民族服にみる記号的意義 ——

謝 黎*

本研究は、現代中国ファッションに应用されている「民族的な要素」のあり方とその認識について、記号圏的な視点を取り入れて論じるものである。

多民族国家中国では、各民族は独自の民族衣装を持っている。その民族衣装は時代とともに変化していき、特に若者のあいだでは、素材の軽量化、装飾の簡略化、着用者と本来の民族カテゴリーの不一致といった着衣に関する現象が見られる。また、SNSの普及とともに、民族衣装を販売するライブ発信の登場、観光や地域振興のため民族衣装のファッションショーが行われ、土産用の商品も多く作られている。

こうした活動には、伝統的な民族衣装に見られる図案・色彩・独自の素材・染織技法・かたち・刺繍などの要素が利用されている。ファッションデザイナーや少数民族自身によって、解説・抽出・創作といった過程を経てそうした要素が再構築され、「民族的」なものとして中国の内外に発信されている。

本研究は、現代中国ファッションに应用されている「民族的な要素」とは何か、特にそれとして抽出された「民族的な要素」にみる記号的な意義は何かを、ロシアの文化記号論研究者ユーリー・ロトマンの概念とパースの「記号・対象・解釈項」という三項関係の理論を援用して考察する。その中で個別民族（下位集団を含む）の「民族的な要素」の記号性と、中国全体を表す「中国的な要素」（中国風）の記号性との関係について、「境界性」「不均質性」「対話性」といったキーワードを通して明らかにする。

キーワード

民族的要素、ファッションデザイン、創新と応用、記号論、中国風

目次

I はじめに	VII 国家イメージにみるファッション記号の効果についての論説
II 符号と記号	VIII 民族的な要素はどのように利用されているのか
III 民族的な要素とは何か	IX ファッションデザイナーに求められているもの
IV 民族衣装の記号圏の種類	X 記号論的考察
V 民族衣装の記号圏にみる境界性・不均質性・対話性	VI おわりに
VI 現代ファッションにおける民族的・中国的な記号の現れ	

* 聖心女子大学

I はじめに

多民族国家中国では、各民族は独自の民族衣装を持っている。その民族衣装は時代とともに変化していき、特に若者のあいだでは、素材の軽量化、装飾の簡略化、着用者と本来の民族カテゴリーの不一致といった着衣に関する現象が見られる。また、SNSの普及とともに、民族衣装を販売するライブ発信の登場、観光や地域振興のため民族衣装のファッションショーが行われ、土産用の商品も多く作られている。

こうした活動には、伝統的な民族衣装に見られる図案・色彩・独自の素材・染織技法・かたち・刺繍などの要素が利用されている。ファッションデザイナーや少数民族自身によって、解説・抽出・創作といった過程を経てそうした要素が再構築され、「民族的」なものとして中国の内外に発信されている。

中国の服飾研究者のあいだで、こうした「民族的な要素」の利用がビジネス的な経済効果をもつと同時に、政治的また文化的に中国の良いイメージを広げる効果があると期待されている。

本研究は、それらの要素が現代ファッションにいかに使われているか、あるいは利用されうるかを、ロシアの文化記号論研究者ユーリー・ロトマンの概念に依拠して論じ、最後に現代記号論の開拓者であるパースの理論を援用して考察する。

ロトマンを参考にするのは、少数民族衣装の類型を整理し、個別の「民族的な要素」の記号（下位集団を含む）と、中国全体を表す「中国的な要素」（中国風）の記号との関係性について、「境界性」「不均質性」「対話性」といったキーワードを通して明らかにするためである。

また、パースの記号論を援用するのは、彼の「記号・対象・解釈項」という三項関係の理論が、次の3点の考察に役立つからである。すなわち、①現代中国ファッションに応用されている「民族的な要素」とは何か、②創作されたにもかかわらず、そのようなものを「民族衣装」と称しうる根拠は何か、③民族衣装の創作と応用に用いられ、抽出された「民族的な要素」にみる記号的な意義は何か、である。

II 符号と記号

現在の中国では、民族衣装にある図案や色彩、かたちといった「民族的な要素」は民族的な「符号」と称

され、現代ファッションの創作に使用されている。こうした民族的な「符号」は人々にどのようなメッセージを伝えようとしているのか。

本論では理論的整理に当っては日本語の「記号」という概念に依拠する。中国語の「符号」は学術的にはこの概念に当たるが、その含意には、ある種の意義深さがある。「記号」が学術用語としての中立性を保つのに対し、中国語の「符号」は、「八卦符号」や「陰陽符号」といった中国古来の世界観・宇宙論との関連を連想させる効果をもつからである。古代の哲学や精神文化に由来する「符号」の語は、数千年の進化と発展を経て、中国の伝統文化の重要な構成部分となっている。それ故に、現代ファッションデザイナーらの創作活動との関連でこの語が使用されるとき、そこには「民族の精神性」「民族の魂」「伝統文化の本質」といった内容が容易に、いわば魔術的に励起されるのである。

記号学が「符号学」として中国に輸入された当初、李幼蒸編著の『理論符号学導論』では、sign と symbol を区別するために、sign が記号、symbol が「符号」と訳された（李 2007）。権威のある最初の「符号学」の専門書であるため、長いあいだ中国の「符号学」研究に影響を与えてきた。だが、「符号」と記号の両概念はときに混用され、複雑化していった。sign が「記号、符号、指号、表記」と、いくつもの単語で翻訳されたのはその一例である（韓・温 2007）。記号と「符号」の二つの概念は中国語では重複している部分があり、初期の「符号学」では記号という表記が多く使用されていたが、現在では「符号」の使用が主流になっている（曾 2022：19）。

「符号」の形成は、甲が乙を代表することである。ここでいう「代表」とは、ある種の認知行為とその過程である。「符号」は単独で「符号」になれない、ほかの何かに解釈されることによって「符号」になるとされる（韓・温 2007）。中国語の「符号」は日本語の記号に当たるとはいえ、「象徴」という意味合いが強いことがここから分かる。

記号としての「符号」は人間が事物を認識する媒介であり、情報を可視的に伝える媒体として機能する。「符号」の精神的な部分がかけて声的に強調されるが、実際にファッション「符号」論者が実践できているか、求められている創作効果を得られているかは疑問である。

本研究では、多層的な内容をもつ伝統的「符号」が現代ファッションに応用される際、いかにそれが実現

されるのか、また各々の「民族的な符号」と中国全体を表す「中国的な符号」とのあいだに、一体どのような相関関係があるのかを明らかにしたい。ファッションデザイナーや服飾研究者、少数民族自身が、その現状をどう理解しているかを分析するためには、こうした「符号」概念の使用がもつ含意の考察が必要なのである。

Ⅲ 民族的な要素とは何か

民族衣装の民族性を構成する要素（以下、「民族的な要素」と略して表記する）には、素材・かたち・技術といった物質的な要素と、色彩や図案といった民族の形成過程で生み出された特殊な意義や美学的な意味をもつ精神的な要素がある。

こうした要素にそれぞれの民族の価値観や美意識が表されている。たとえば、民族衣装に施された草花・樹木・日月・星・動物・鳥類などの図案から創世神話にあるような強いエネルギーと自然美を感じることができる。また、民族衣装のかたちも民族的な要素の一つであり、生態環境や歴史文化、風俗習慣、着衣規則、美的価値観などによって千差万別である。たとえば、貫頭衣・対襟式・斜襟式・大襟式・長衫・長袍などのかたちが挙げられる。完成品としての民族衣装以外には、染織や刺繍の技術、民族独自の素材¹、装飾品²などからも各民族の特徴が分かる。

こうしてみると、民族的な要素といわれるものは、頭の頂から足先まで多種多様であることが見て取れる。しかし、こうした民族的な要素をそのままファッションへと流用することは推奨されない（陳・王 2023：124）。つまり、デザイナーによる「民族的な要素」の取捨選択が行われている。

なぜ伝統的な要素がそのまま流用されないのか、何を基準として選択されているのか、現代ファッションにどのように取り入れられているのか。次節では、こうした民族衣装の特徴を記号圏的な類型から述べる。

Ⅳ 民族衣装の記号圏的類型

民族衣装に関する記号的意義については、人類学や民俗学的な視点から多くの指摘がある。たとえば、民族衣装が文化的記号であること（鄧 2005, 2011）、人生儀礼や集団の一員が社会化の過程において記号化されていること（楊 2000）、民族衣装はさまざまな着衣の規範があり記号化されていること（楊 1997, 2000）、などが論じられている。

ここでは先進的な分析として、王の議論を紹介したい。王はロシアの文化記号学者のユーリー・ロトマンの記号論に基づき、出自にしたがって少数民族をいくつかの上位集団に分け、そのグループ分けが民族衣装のグループ分けにも応用できないかと指摘した（王 2019a）。ロトマンの文化記号論におけるもっとも重要なキーワードは「記号圏」である。ロトマンは、ある特徴的で明確な記号がなり得る条件は、さまざまな記号で満たされている特定の記号連続体の中でのみ存在することができることを提唱し、また記号圏の中にはさまざまなタイプの下位記号圏が存在すると指摘した（ロトマン 1979）。記号圏とは、人類が長い歴史の中で確立した組織化された多層的な「空間」（ロトマンによる）である。この理論は、記号体系の系統性と構造を分析するために使用でき、記号間の構造の規則性を明らかにできるものである。

この理論を援用し、マクロ的な視点で見ると、中国の少数民族衣装は大きな記号圏を形作っている。さらにこの記号圏の中には異なる下位記号圏が存在している。たとえば、王の議論によれば、雲南省にある多様な民族衣装は、それぞれの民族集団の出自によっておおむね4つのタイプに分類できるという。すなわち①氐羌族系民族衣装類型³、②百越系民族衣装類型⁴、③百濮系民族衣装類型⁵、④ミャオ・ヤオ族系民族衣装類型⁶（王 2019a）である。

これら4つの類型のもつ記号圏（および下位記号圏）はそれぞれ独立している。それぞれが通時的な（時間や歴史の流れ）変化をもつ象徴体系と関連しており、

1 フェルト・動物の皮・樹皮・毛織・絹・木綿・麻・絞り布・藍染布・錦織・真珠・銀・羽毛・毛糸・花など。

2 髪型・髪飾り・耳飾り・胸飾り・腕飾り・腰飾り・脚飾り・靴・脚絆など。

3 イ族・ペー族・ハニ族・ナシ族・リス族・アチャン族・ジンポー族・ラフ族・ヌー族・ドゥロン族・ジノ族・プミ族・チベット族。

4 タイ族・チワン族・プイ族・スイ族。

5 ワ族・トアン族・プラン族。

6 ミャオ族・ヤオ族。

それによって伝承された民族文化を形成している。また、それらは共時的（一定の時点において）にも互いに作用しているため、民族間において文化的交流と融合を表象している。

言い換えれば、これらの民族衣装の記号圏は生物圏のように、独自の文化をもちながら、通時的および共時的な相互交流の中で、民族文化の伝達・保存・加工・革新を実現しているのである。ロトマンの記号圏理論に基づいて構築された雲南省少数民族衣装の記号圏は、中国の民族衣装という大きな記号圏の縮図であり、代表的かつ典型的なものである。

雲南省の少数民族衣装の記号圏には、さまざまな下位記号圏が含まれている。こうした下位記号圏には、多くの民族衣装の種類があり、共通性と個性がある。4つの記号圏に属する民族は、歴史や地理的理由で長いあいだ、交流と融合、そして共生をともしてきた集団である。集団のあいだに見られる差異から「境界性」を作り出すことがある一方で、互いに共生と美的な価値観に対する「対話性」の特質も併せもつ。

V 民族衣装の記号圏にみる境界性・不均質性・対話性

ロトマンの記号論では、一見混沌とした記号体系はすべて、記号圏のさまざまなレベルで組織され、制限された記号からなると考えられている。そこでは「境界」という概念が重要な位置を占め、これが記号構造のもっとも重要な特徴である。言い換えれば、記号論的空間の明らかな特徴はその境界性にある（鄭2006）。記号圏は異なる性質の象徴を含む領域であるため、これらの領域を区切る境界性は、それぞれの文化的な象徴空間を関連付けながら存在する。

こうした境界性には2つの作用がある。1つは、雲南省以外の少数民族との違い（民族集団の数および衣装の種類や特徴など）によって、雲南省の少数民族衣装は独自の記号圏と民族文化を構築し、特徴的な「少数民族衣装の世界」が構成されるという点である。つまり、記号圏の構造は、その内部にある記号の多様性と体系性が「境界性」を通じて確保されて成り立つのだ。2つ目は、境界性があるからこそ、異なる衣装の

記号圏の内部において、それぞれの衣装にある象徴的な特徴が互いに接触と交流を通して、融合と吸収ができるということである（王2019b：48）。

また境界性には識別と対話（接触）という二重の機能があるという（鄭2006：39）。この二つの機能があるからこそ、「個別の民族的な要素」を取り入れたファッションと、中国全体をイメージする「中国風」のファッションとのあいだに、矛盾は生じないのだ。つまり、ファッションデザイナーらは識別の機能をもつ一部の「境界性を表す記号」を抽出し、解釈や再構成といった「対話性」という接触の機能を経て、「民族的」なファッションを創作するわけである。

そして、下位記号圏にも各々の象徴があり、記号圏全体が質的に不均一という「異質性」の特徴もある。その異質性は主に3つに反映されている。

第1に、民族衣装の記号圏には、多種多様な色彩・かたち・素材・装飾があり、異なる性質の象徴によって構成されている。こうした異なる象徴に対して、すべてを同等の価値を持つものとして解釈することはできない。第2に、民族衣装の記号圏にある象徴はそれぞれのスピードで進展してきたため、同性質の象徴であっても、各下位記号圏の中では異なる速度で展開される。第3に、民族衣装の記号圏の内外に、さまざまな象徴が混在し対話性が存在している。対話ができるのは異なる衣装の記号と民族文化のあいだの双方の解釈によるものであり、異質性がなければ、対話性も生まれないのである（康2005）。

そもそも、雲南省の少数民族には「大雑居、小聚居」⁷という特徴があり、隣り合って暮らす異民族同士のあいだに、互いに衣装の装飾や刺繍のモチーフなどを借用する部分が多く見られる。そのことは、必然的に隣接する民族間の文化が相互に浸透しあうという現象に繋がるのである。

民族衣装の記号圏は不均一性があるからこそ、民族衣装の象徴は普遍的なものではなく、互いに接しながら動的に変化した結果が集合体になる。民族文化の特徴を表す衣装は、対話性を反映するが、差異がなければ対話も成り立たない。この「対話」となり得るのは、文化間の接触と影響力の拡大によって穏やかで段階的に変化していき、「文化的抵抗」や「文化的同化」

⁷ 中国の各民族の居住状況を指している。数の多い漢族と55の少数民族は、各地域に分散し混合して居住しているため「大雑居」と呼ばれる。また、各省や自治区、直轄市から見ると、少数民族は一つの郷や県に集まって居住しており、これが「小聚居」の形態である。

のような暴力的な対立ではなく、文化交流における一種の「文化変容」（語弊のないようにいうと、暴力的ではなくとも、静かな力関係による変容も、もちろんある）だということを意味する。

この「文化変容」は、少数民族同士の記号圏のあいだに起きる現象だけではなく、ときにもっと上位の記号圏である「中国的な記号」・「中国風」として現れる。「民族的な記号」は「中国的な記号」になり、現代ファッションに登場することもしばしばである。次に、この民族的・中国的と称する記号に関する時代背景と詳細について述べる。

VI 現代ファッションにおける民族的・中国的な記号の現れ

中国的な記号の現代ファッションへの応用の嚆矢は、中国人ではなく「他者」によるものであった。フランスのファッションデザイナーのピエール・カルダンが、中国の古典建築の要素をファッションに取り入れたのである。だが、現在の民族的・中国的な記号のファッションデザインへの応用は中国出身のデザイナーの自らの意識による行為であり、「自己」アイデンティティに関わるものとなっている。この「中国的な記号」の現れは、実は次のような3段階からなる国家の服飾政策にかかわっている。

第1段階（1979-1992）：改革開放初期の思想啓蒙期

中国では文化大革命期に軍服や人民服が流行し、個人が自由に選べるファッションといったものは皆無に等しかったが、改革開放が始まって、歴史的転換を迎えることになった。1978年に政府はピエール・カルダンを中国に招いて、北京の民族文化宮で中国におけるはじめてのファッションショーを開いた。これが中国のファッションデザインの萌芽となった。その後、中国のファッションは徐々に西洋化していき、国家のリーダーたちも人民服から背広に替えて、国家全体が西洋服を着るようになった。

この時期の試みの中で注目されるのは、1980年代に開かれたファッションデザインの研究討論会で、流行性と民族性の問題が検討されはじめ、両者は個性と共生の関係にあるということが示されたことである

（賈 2022）。

第2段階（1993-2001）：「南巡講話」後の開放融合期

鄧小平の「南巡講話」（1992年）後、計画経済が撤退し「社会主義市場経済」が明確に打ち出された。ファッション業界は労働集約型企業であるため、コストが低く、生産周期も短い、利益が高いといった利点があることから、瞬く間に経済発展の先駆者となったのだ。この時期、中国国内にファッションブランドも現れ始めた。

たとえば、馬可が1996年に創立した「例外」（中国名：広州市例外服飾有限公司、英文名：EXCEPTION de MIXMIND）や、梁子が1995年に創立した「天意」（中国名：天意梁子）といったファッションブランドが挙げられる。この時期から、中国人が創作、デザインするブランドが自由に作られる開放の時代に入った。

第3段階（2002-2012）：WTOへ加入後のグローバル競争における多元的な発展期

WTOへの加入は中国のファッション産業にとって里程標のような出来事であった。中国のファッションブランドが全世界で勝負できるようになり、多くの中国産の製品が輸出されるようになった。一方、関税が緩和され、外国のファッションブランドも大量に中国に入ってくるようになり、それらとの競争にさらされるようにもなった。

このような激しい競争は当時の国内企業にとって、大きなプレッシャーとなった。複雑な国際環境の中で、いかに競争し中国のファッションブランドを売るかという問題も出てきた。そこで、中国独自の特色あるファッションブランドを作るしかないという議論が始まったのだ。競争に打ち勝つためには外国のファッションブランドと差別化を図る必要があると考えられるようになった。この時期から、中国のブランドに「中国的な要素」や「中国風格」を表す記号的なモチーフが、ファッションデザインとして取り入れられ始めた。

ところで、「中国的な要素」と「中国風格」とは微妙な違いがある。「中国的な要素」は、いわゆる何千年にわたる中国の歴史において形成された、伝統文化を象徴する可視的な記号のことである。たとえば、図案・色彩・素材などである。一方、「中国風格」とは実質上現在流行している「国潮」⁸や「国風」⁹のように、

⁸ 中国の伝統要素を取り入れたおしゃれな国産品のトレンドのこと。

⁹ 「中国風」ともいい、デザインやファッション、芸術などの分野では、中国的な要素や美意識を取り入れた新しい芸術スタイルやライフスタイルのこと。

創造性や文化的品格を主体とするデザインの意識的理論体系である。もちろん、「中国風格」も最初は「中国的な要素」を利用していたが、デザイナーらは時代性・実用性・社会性・技術性を備えるデザインに修正しながら、これらの記号を利用し、「民族的なファッション」を創作したのである。

こうして、中国のファッションデザインは、改革开放初期には服飾形態の美しさを追求していたが、徐々に服飾の形態だけに美しさを求めるのではなく、自然美や着心地を重視するようになった。このことは中国古代の哲学でいう「形（外見、形態）と神（精神、本質）のバランスの取れた美しさ」と同じ意味をもつ。つまり、中国の伝統文化や伝統的な素材、図案などに由来する「中国的な要素」の応用は、西洋的な価値観に依らない自立したデザインであることを意味し、欧米的な価値観の中で語られている「殖民」的な流行ではないということである（何 2023：22）。

現代中国社会にみる「民族的な要素」を取り入れたファッションや、中国的な記号を用いて制作したブランドは、こうした時代の流れの一環として現れた現象である。この現象と相俟って、消費市場も盛り上がりを見せていった。それは、「中国的な記号」の使用はある意味で消費者を誘導することができ、同じ文化を共有する消費者を感動させ文化的共鳴をもたらしてくれる効果がある。そして制作側も消費者側¹⁰もこの効果に対して期待感をもつ。つまり、消費者の「民族的情緒」や「中国的情緒」を引き出し、自集団や母国文化への精神的な帰属意識を実感させることができる。一方、非中国文化圏の消費者にとって、民族的・中国的な記号を取り入れたファッションは、異文化への猟奇趣味を満たすことができる。

時代とともにファッションは常に変化し記号も変わる。そこで、目新しい記号を加えることによって、さらなる文化的価値や経済的価値を発掘することに繋がる。中国のデザイナーたちにとって、「民族的であればあるほど、国際的である」という考え方は共通の理念のようである。

たとえば、2008年に開かれた北京オリンピックでは、開幕式で着用された公式ウェア、アスリートのスポーツウェア、スタッフのユニフォームのデザインの

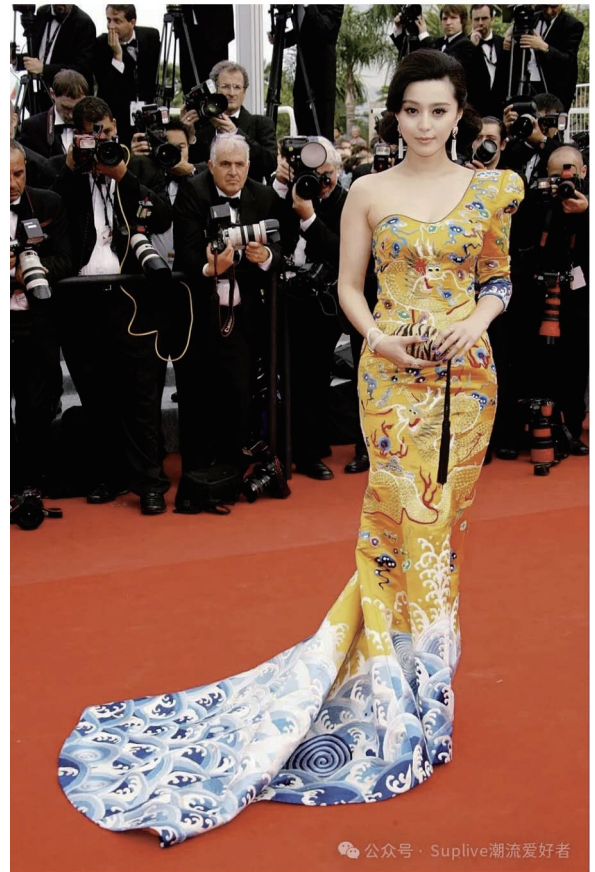


図1 中国の著名な女優である范冰冰が身に纏った龍袍
(公衆号 Suplive 潮流愛好者)

中に、中国の染付の陶磁器、中国紅¹¹などの要素が取り入れられた。また、2010年の国際映画祭の開幕式で、中国の著名な女優である范冰冰が身に纏った龍袍（中国古代皇帝の礼服）（図1）には、龍・鶴・仙人・寿・陶磁器などの図案が施されていた（許・鄭 2014：99）。これら国際イベントで着用されたファッションには、現代的な思考を通して自文化の神髄や民族的特徴、精神的基礎が示されており、民族的な要素が時代の流れに乗ったファッションとして頻繁にメディアで語られる逸話となった。

そのほかに、朱色・黄金色・藍染などの色彩や青銅器・古代のレンガ（漢磚）・花（牡丹、蓮の花）・中国画の技術（澆墨）・隈取の型（四川省の戯劇にみる「変面」）・龍・鯉・雲などの図案や意匠も、「中国的な記号」としてファッションによく使われている。これらの記号は文化的トーテムであるとともに、国際舞台に

¹⁰ 少数民族のほかに、民族文化に強い関心をもつ人、ファッション愛好者、エキゾチックな雰囲気を経験する観光客、民族的自信心の強い人、民族的な祝祭行事の参加者など。

¹¹ 朱色。色のみならず、中国文化の象徴であり、喜慶や瑞祥などの意味をもつ。

おけるソフトパワーとして国家のイメージ作りにも役立つ。

VII 国家イメージにみるファッション記号の効果についての論説

国家イメージとは国家の内外の大衆による当該国のあらゆる方面に対する認知と評価によって形成されるものである（孫 2002：14）。良好な国家イメージは国家の発展に役立つだけでなく、自分たちのアイデンティティや自文化に対する誇りにも繋がるため、国民にとっても国家のイメージを良くすることは他人事ではないようだ。国家のイメージ作りはイデオロギーや文化といったソフトパワーに頼ることがあるため、ファッションが有する視覚的な効果は、大衆に受け入れやすい教育的な役割をもつという（殷 2010：126）。

いわゆる国潮ファッションがはじめて大衆の前に現れたのは2017年ごろだった。国潮ファッションとは、漢族の民族的・伝統的な要素を取り入れた中国の伝統服と現代ファッションを結合するスタイルのことだが、単に伝統的な図案とファッションとを安易に組み合わせた図案をそのまま使用することではない。そこには伝統的な要素を応用した創作や、象徴的な装飾が求められる（向・杜 2023：244）。

現在、国潮というブームの勢いが止まらない。これは、さまざまな観光地や街を歩く大衆の姿からも、デパートにある漢服を販売するコーナーからも感じ取ることができる。こうした国潮の要素が受け入れられるのは、人びとの国家に対する同一性を求める感情があるからだといえよう。

それ故に、ファッションデザイナーたちに求められることは、このような国家の魂（国潮）を世界の魂（グローバル世界）の中に入れ込み、いにしえの魂（伝統や民族）を未来の魂（来たる将来の中国）の中に注入し、さまざまな哲学と美的価値観のもとで、精神的な神髄と物理的な魅力をともに示すことである。この考えは中国の多くの研究者が共有している（cf. 孫・沈 2017；陳・王 2023）。

VIII 民族的な要素はどのように利用されているのか

民族的な要素を現代ファッションに取り入れる目的は「服飾産業の発展に貢献すること」と「中国の少数民族文化を国内外に広めること」の二つであるという（陳・王 2023：123）。民族衣装をベースとしたデザインの創作と応用には、「変」と「宗」の両要素が必要だという。「変」とは、素材・技術・コーディネートが不断に変化することを指す。「宗」とは、民族文化や民族的な特色を維持することである。「変」と「宗」のバランスを取ることができれば、民族文化の伝承と発展に繋がるので、民族衣装をベースとしたデザインの創作には、これらのバランスを取ることが基本的な原則だとされる（張 2015）。

民族的な要素がどのように利用されているのだろうか、雲南省に暮らすハニ族の支系であるアカの民族衣装を事例として見てみよう。まずデザイナーたちは、民族衣装の図案にある信仰儀礼に関する記号や歴史的記憶、色彩、美意識などを理解し、図案の形式や特徴、文化的意味を分析する。そこから典型的な図案をどのように抽出し、色彩や装飾の位置が再構築され、現代ファッションの設計に利用できるのかを考える。最終的に、アカの民族衣装にある図案から抽出された象徴的な記号を創作に応用し、デザイナーたちはファッション市場の発展に結びつけるデザインを提案するという（曹箏 2013）。しかしながら、このような議論における「市場の発展に結びつけるためのデザイン」が具体的に何を指すのか不明瞭である。ただ、流行に乗り、売れ行きのいいデザインをデザイナーたちが提案しようとしていることは明らかである。

一方、こうした民族的な要素が現代ファッションに利用されることに対して、少数民族たちはどう思っているのだろうか。この問題について、中国の研究者のあいだでは「民族の自信を深める方法」として肯定的な議論が多い。

たとえば、ヤオ族の衣装にある図案などを通して、ヤオ族の精神性を学ぶことができるという。なぜならば、さまざまな図案にヤオ族の歴史が刻まれていると考えられているので、衣装を身につけることは「史書」を身に纏っているのと同様に民族精神を再現できるか



図2 四川省涼山イ族の女性の「大垫肩（大きなパット）とマント」（StarStyleFashion 2022.7.28 10:35 微博網頁）

らである。また、刺繍にある五行の正色¹²は、万物の本源を表すだけではなく、五色の哲学¹³にある心理的・感情的な属性がヤオ族の先祖である盤瓠の神話とも関係しているため、その配色の規則や民族の歴史に関する物語を通して、ヤオ族の文化に関心をもつ人々の好奇心を引き出すことができる。さらに、刺繍などの技術を通して、ヤオ族の先人たちの匠の精神を受け継ぐこともできるという（羅 2023：139-142）。

確かに、ヤオ族の精神性が表出されることで、自民族に対する誇りのような感情をもつこともあり得る。しかし、こうした「効果」が果たしてどこまでヤオ族自身たちに伝わっているのかは不明である。他方では、五行説にみる哲学や色彩に対する考えは、ヤオ族だけでなく、漢族などほかの民族にも共有されているため、さまざまな民族間の「対話性」も可能にしている。

この「対話性」には少数民族同士の対話だけでなく、現代ファッションデザイナーとの対話も含まれる。たとえば、湖南省西部地域に暮らすミャオ族やトゥチャン族、トン族などの民族衣装にある図案・刺繍法は、文化的記号として多くのデザイナーに好まれ、現代ファッションブランド（夏姿陳、上海灘、裂帛など）に使われている。これら創作されたデザインは伝統と現代、古風と流行の融合を実現しているという（劉 2022）。

こうした事例からも分かるように、各々の民族衣装は中国の伝統文化の一部であり、それを現代ファッションに取り込むことはごく自然なことだと制作側も消費側も考えている。村や町の市場で販売されるものは少数民族自身も購入するが、都会など高級ブランド



図3 厚くて大きい肩パットを現代女性が通勤にも使用できるジャケットに展開した。

（StarStyleFashion 2022.7.28 10:35 微博網頁）

店で売られているものは、民族文化を好む文化人や芸能人、ホワイトカラー、外国人観光客などが購入することが多い。デザイナーと消費者のあいだでは、このような創作とその応用は有益だと考えられ、歓迎されている。この意味で、民族衣装は中国の伝統文化というマクロの記号圏の中に属する下位記号圏の一部であるといえる。

こうした「民族的な要素」は次のような方法で現代ファッションに応用されている。

第1に、かたちの応用について。伝統的な様式には記号的な特徴があるが、流行性や実用性といった現代ファッションの特徴と融合しないと、上述の着用者たちの要求を満たすことができず、成功できない。

たとえば、エディシオンの代表的な2022年のコレクションである「彝（イ）」というシリーズでは、四川省涼山イ族の「大垫肩（大きなパット）とマント」（図2）のかたちからインスピレーションを得て、厚くて大きなパットをアレンジしたデザインを打ち出した。イ族だと識別できる記号を残しつつ、現代女性が通勤にも使用できるジャケットに展開した（図3）。

第2に、伝統的なろうけつ染めの図案の転換と技術の応用について。民族衣装に施される魚、鳥、蝶、幾何学、植物などのろうけつ染めの図案にはそれぞれに意味がある。たとえば、魚は女性、鳥は男性を象徴し男女恋愛を隠喩している。創作する際、こうした図案

¹² 中国古代の五行説で青黄赤白黒の色を「五正色」という。

¹³ 五つの色で自然や世界を説明する哲学のこと。たとえば、五行説と対応しながら、青黄赤白黒という五つの色で東西南北中央の方向を示したりする。

を裾や袖に施すことで、「ろうけつ染め」という伝統的な技術を用いて、こうした特徴のある図案を「民族的な要素」として現代ファッションに応用され、古風で素朴的な効果がもたらされるという（劉 2022：102）。

ろうけつ染めの技法で作られた図案は、着用する人の動きによってシルエットが美しく見え、現代ファッションの美意識にも適合しているため、その創作では、ろうけつ染めの技術を使うデザイナーが多く見られる。たとえば、トン族の伝統的なろうけつ染めの「氷紋」¹⁴という模様の芸術的な効果を再現した事例もあったという（金 2019）。

第3に、抽出した要素の転換と応用について。「民族的な要素」には記号的な意味が多く含まれている。何を抽出し、どのように応用できるかは、デザイナーたちの想像力に託されている。たとえば、エディションの場合は、企業が推奨する東洋女性のライフスタイルが消費者のあいだにも共有されているため、イ族の歴史や文化、女性が有する衣装制作の技術、その技術に現れたイ族女性の精神性など、そうした創作の要素を取り入れることで、ブランド自身の価値を上昇させるのに役立つという（陳・胡 2023：79）。

さらに、エディションは「彝（イ）」のテーマから「女性」に焦点をあて、下位記号圏の「イ族の女性」から上位記号圏の「東方の女性」の概念へと広げ、女性というキーワードを通して連続性を持たせた。

IX ファッションデザイナーに求められているもの

現代ファッションに「民族的な要素」を取り入れることは、各民族の一致団結を促し、自民族や自文化に対する自信を確立するために重要かつ現実的な意義をもつ（劉 2022）。民族衣装はそれぞれの民族の自身の身体に対する認知であり、集団内外の民族的特徴を可視化するという機能をもつ。その衣装の素材や技術、色彩から読み取れる衣服制作の経験と知恵は、生活様式や生産方式とともに変化し、物質的な表現手段として時代や地域によっても変わる。デザイナーたちは、こうした物質文化の特徴をもつ民族衣装に対して、その衣装に隠されている精神性や美的価値観を抽出し、

自ら芸術性を発揮して、独自の作品を創作することができる。

しかし、現代人は新しい事物に熱中する一方で、それに飽きるのも早い。現代ファッションの豊かな精神性や新規性は、伝統や伝承のイメージとは異なり、個人のファッションセンス向上や消費意欲を掻き立てる。

そもそも、伝統的な民族衣装は現代ファッションと同じ意味で流行することは不可能である。民族衣装は現代生活に適合し、「モダンではない」と捉えられてきた民族衣装は、現代生活に適合するように手を加えられることで、初めてファッション化され、流行させることができるのである。その成功例として旗袍（チーパオ、チャイナドレス）が挙げられる（賀 2022：44）。旗袍はもともと清朝期の旗人¹⁵の衣装であったが、改良され、中国全体を表象する「中国旗袍」となった（謝 2020）。

旗袍は民族衣装のファッション化・大衆化・流行化を遂げただけでなく、国内外に多くの愛好者を増やし、何百年の時を経て今日まで伝わってきている。この事例を踏まえて、「ファッションデザイナーの使命は、中国の全体文化（中華文化）の伝承と発展に貢献することである」と主張する服飾研究者やファッションデザイナーは多い。

ところで、デザイナーとは誰なのだろうか。ブランドストアを立ち上げた専門店（自社ブランドだけを扱う店）に専属のプロのデザイナーがいる一方で、創作の民族衣装を販売する店主たちもデザイナーだといえるかもしれない。

ミャオ族が多く店を出している貴州省凱里の市場では、民族衣装販売をしている店主たちが、破れた民族衣装から使える部分を切り取り、いくつかの図案を組み合わせながら新たな衣装へと作り直している様子を、筆者は何度も目にすることがある。店主たちは、教育を受けたプロのデザイナーではないが、確かにデザインをしているのだ。

プロのデザイナーはミャオ族の出身者以外に、漢族やほかの民族の出身者もいる。彼らはよくこの市場に来て素材を選んでいた。こうしたデザイナーのほかに、民族衣装のパーツを買う人もいれば、セットを買う人もいる。購入の目的として、日常着・イベント・制作・

¹⁴ 蠟の冷却や染色の過程で自然に形成される模様で、氷が解けるような独自の柄。

¹⁵ 満洲人が主とするが、一部のモンゴル人や漢人も含まれていた。

販売・映えスポットでの撮影・SNSでの発信・研究・コレクションのためなど、といった理由を挙げられる。

凱里の市場のミャオ族など少数民族によると、現在もっとも重要なのはライブ配信（実況中継）で販売することだそうだ。「直播」というライブ発信の人气が高まっているため、地元の少数民族をはじめ、プロのデザイナーもそれを通して刺繍やセットの民族衣装などを購入するようになった。もし店員に若者がいれば、ライブ配信で販売することが多い。「直播」以外に「带货」という方法も見られる。「带货」とは「有名人が身につけている商品などが人気を呼ぶ」現象や手法を指す最近の言葉で、感覚として、ユーチューバーやインスタグラムのインフルエンサーに近いものがある。

一方、専属のデザイナーをもつ店のものは高値で売られている。彼らは少数民族の衣装・図案・敷布・端切れなどを収集し、ジャケットなどに作り直し、流行性を強く打ち出している。実際に、インタビューで話を聞いた漢族出身のデザイナー（曲米娜）は北京で自分のブランド（NagQu、2010創業）を立ち上げたが、デザインの原案によく少数民族のろうけつ染めの技法や図案を使っているという。

曲の見解では、古い刺繍は二度と作れないため再生不可能な「資源」であり、それ故に、ファッション目的には使用しないが、ろうけつ染めの技法は図案の複製を可能とするものであり、ファッションとして再生させることに問題がないからである。曲はデザインの原案図を紙に描いてから、貴州で少数民族のろうけつ染めの描き手を探し、彼女らに原案図を布に描かせ、染めてもらってから報酬を払う。その後、染めた図案を元にして、ジャケットやスカートなどを制作し北京で販売している¹⁶。彼女は、このやり方は一石二鳥だといひ、自分のブランド力を高めると同時に、少数民族の人たちの収入を増やし脱貧困にも役立つと話す（2019年7月貴州省凱里の現地調査、2024年3月8日／2025年3月20日オンライン調査にてインタビュー）。

創作を加えた民族衣装の出現は、観光活動や地域振興のために利用されることが多い。とくに民族衣装のファッションショーやコンテストの開催は、脱貧困の

方法として人々の注目を集めている。

たとえば、2011年に貴州省の主催で「民族衣装のファッションショー、および少数民族モデルのコンテスト（民族服装設計大賽、少数民族模特大賽）」が開かれた。民族衣装のファッションショーは、観光・経済・文化を一体化させた交流を通して、対外的に新しい貴州の印象を発信するものであった。16歳－26歳までの少数民族の若者であれば、だれでも参加できる。その目的は「美しい活動を通して経済活動を促進する」ということで、少数民族文化の神髄を世に伝え、貴州ならではの少数民族の風情を存分に披露することであった。そこで、新しい民族衣装のブランドを制作し、民族衣装を商品として普及させようとするものだった（新聞发布会 2011）。

そこから民族観光の輪を広げて、貴州の民族衣装のブランド化を促そうとしていることが見て取れる。ファッションショーの主題は、民族衣装の文化を強調すると同時に、現代的な流行要素と融合させ、新たな民族的なファッションを作り出すことである。

このファッションショーの事例からは、少数民族側も伝統的な民族衣装を変化させ、革新させることに積極的にかかわろうとしていることが分かる。豊かな民族文化、とりわけ色とりどりの民族衣装を通して、観光活動・地域振興・脱貧困といった経済的な効果をもたらそうとしている。現代ファッションにおける民族的な要素の応用は、ファッションデザイナーの側からだけでなく、少数民族の側からの一定の試みによっても行われていることが分かる。

現代の生活に適応させるため、従来の重くて厚い素材で作られた民族衣装を軽量化し簡素化することが多い。しかし、だからといって、すべて新しくすることがよいわけでない。少数民族たち自身が、軽量化した日常着と重い儀礼用衣装を使い分けしていることもある。

たとえば、ミャオ族にとって重要な祖先祭祀において着用する「百鳥衣」は、手作りのものでないといけなるとされている。工業製の化繊布で製作されたものや機械刺繍の布を使用した「百鳥衣」は1,500元ぐらいで、手作りのものの10分の1で手に入る¹⁷。村の若

16 凱里で販売されている少数民族が作ったものと、都会のプロのデザイナーが作るものは、まったく異なる製品であり、また異なる流通経路に乗るもののため、値段などの商品としての属性を単純に比較することはできない。だが民族的な要素を現代ファッションに応用しているという技法や着想の共通性に焦点を当てるとき、それぞれの事例として並んで提示しうるのである。

17 手作りのものは家の女性が作るもので、お金はかからないと考えられるかもしれないが、今は手作りの衣装に費やした時間や材料費を見ると、機械製より手間暇がかかっているの、価格的にもより高価なのである。

者たちは、普段の祭りの時に機械製のものを着ることがあるが、「鼓藏節」という13年に一度に行われる大切な先祖を祀る儀礼では、手仕事に依らないもの着用は忌避されている。「鼓藏節」で着用する「百鳥衣」は新調されたものでないといけない。以前作って保管していたものでも、これまで葬儀で着用していなければ構わない。婚礼で着用したことがあるものは問題ないという（王 2019）。

X 記号論的考察

記号という単語はソシユールの言語学の記号に由来する。ソシユール言語学では、言語は記号の一形態に過ぎず、ほかの形態と同列であるという認識である。これに対して、ロラン・バルトの服飾記号学は、ソシユールの言語学の記号に、さらに「書かれたファッション」（純然な書かれたものとしてのモード＝雑誌などによるファッションの記述）と「物質としてのファッション」（現実のモード＝人が実際に着ている服、写真に撮られた衣服）とを両者を区別し、前者の「着装系統」（dress system）を言語表現とし、後者の「ファッション系統」（fashion system）を交流の形式としていた。ファッション系統はさまざまな記号を通して外観を操作することができ、これを「徽標技術」（marque）と指摘した（バルト 1972）。「徽標技術」という記号はマトリクスの意味をなす。このマトリクスは複合的な入れ子構造をしているため、この論文で論じた民族の記号圏に似ている。

だが、ロラン・バルトは、記号と表象される対象のみを議論しているため、記号の生産者と解読者のことを考慮していない。つまり、記号の受容者の文化的差異と背景を見落としているのである。この点を補填できるのはパースの「記号・対象・解釈項」の三項関係の理論である。そこには記号だけではなく、その対象と解読者のことも含まれている。

本論でいう記号は、あらゆる民族文化の具象化した表現形式であると同時に、民族文化の異なるパターンの表現であった。デザイナーたちは、これらの記号を図案・色彩・襟のパターン・前身頃・ボタンから抽出し創作する。たとえば、旗袍（チャイナドレス）にみる紐ボタン（吉祥、幸運を象徴する中国的な記号）や漢服に強調される右衽（漢人と非漢人を区別する指標）などである。こうした記号は、各民族の背後にあるさまざまな文化の現れであり、これら記号の形成過程に

おいて、全体的な認識と判断が生まれるのだ。その全体的な認識と判断にはさまざまなレベルがあるが、その最上位のレベルにあるのは国家のイメージ形成に用いられるものである。

こうした国家のイメージ作りに各々の民族文化も欠かせないのだ。実際に少数民族の図案は「中国的な記号」として、国潮ファッションの創作に応用されているが、そのまま使用しないのが原則とされている。図案から一定の解読と抽出の作業を行い、部分的な要素を取り出してから新たな創作を加えることは、現代ファッションのデザインにおいて共通している。

前述した「ろうけつ染め」という技法は、観光地や市場で「民族的な要素」として頻繁に使われている。確かに湖南省西部などに暮らす少数民族にとって「文化的な記号」であることは間違いない。しかし、この技法は貴州省や雲南省などの少数民族にも普遍的なものであるし、江南地域の漢族らにとっても馴染みのある技法である。

「ろうけつ染め」という民族的な記号は、重層的な意味をもつ。ミクロの記号圏として「中国の伝統文化の記号」の一つであると同時に、一部の少数民族にとって伝統的な技法であり、彼らにとっても「文化的な記号」である。つまり、湖南省西部の少数民族にとっての「文化的な記号」は、貴州省のミャオ族にとっても「記号」である。また、江南地域の漢族にとっても「伝統文化の記号」の一つとして知られている。

このことは、「ろうけつ染め」という「民族的な要素」には、民族や地域によって異なる「境界性」（地理的、言語、風習など）や「不均質性」（異なる図案、布地など）はあるものの、互いに「対話性」（藍染という共通の染織技法、中国の伝統文化の一つ）があることも示している。「ろうけつ染め」という伝統的な技法をはじめ、多くの「民族的な要素」はこの記号圏的な構造に当て嵌めることができると考える。

これをもう少し記号論的に踏み込んで考えてみよう。パースの記号論の三項解釈に基づいて見てみると、もともとの対象としているろうけつ染めの技法（対象）は、デザイナーや少数民族たち自身の解読によって、新たな創作ファッションとして現れている（解釈項）。こうした衣装を受容する人びとは、伝統的な図案・色彩（藍）・技法などを通して、新たに組み合わせられた記号として受け入れられる（記号になる）。

記号とは、何かAであり、別の何かBを誘導するようなものである。別の何かBは解釈項であり、記号に

よって決定され創造され、記号自身が向き合っている対象Cに対して、なんらかの一致をもたらすものである。

ここでいうAは、図案・刺繍・かたち・素材・色彩・技術といった「民族的な要素」を意味する。Bとは、Aの対象を示すために、解説・抽出・再構築などの解釈を行うことである。Cは解釈によって、「民族的」なファッションを着る人と見る人のあいだに生まれる共通の認識（帰属意識、文化的トーテム、情緒的な気持ち）のことを意味する。

つまり、記号が特定のあるものの記号となるのは、記号・対象・解釈項の三項関係によるものである。記号は対象に依存し、その対象をどのように表象するかによって決まる。一方、解釈項は記号と対象の両方に依存している。対象はその解釈項を決定することによって、記号を決定する。すなわち、この決定関係は、二項的な出来事の連鎖によるのではなくて、三項関係によるものである。本論の内容に即していうと、伝統的な図案をそのまま使用することではもともとの意味は伝わりにくいため、創作された「民族的なもの」が解釈項として必要不可欠となる、ということである。

解釈項が「創作された民族的なもの」だということは、それが対象（民族的・中国的な要素）と記号（創作した「民族的」・「中国的」なファッション）のあいだに介入する第三項（抽出・解説・創作というプロセス）だということである。この解釈項があつてからこそ、創作したファッションが「民族衣装」だと認識されるようになる。言い換えれば、こうした要素を関連付ける中で、はじめて「記号」になるのだ。

さらにいえば、何でも記号になれるとは限らない。記号は対象に慣れ親しんでいることにある程度依存していることも重要である。与えられた記号が何を意味しているかを理解するためには、その記号の対象、それに付随する記号や記号体系、また文脈などの経験も必要である。そこで、「伝統的な図案」や「典型的な図案」が大眾にとって親しみやすい記号として選ばれるのだ。

しかし、現在でいう「伝統的な図案」はかつての「普通の図案」だったことも忘れてはいけない。伝統的な図案が「伝統」であることは、現代の文化的コンテクストの中で語られているから「伝統」になったのだ。こうした「伝統」と呼ばれる要素も、かつては普通の装飾であつて、流動的な意味をもっていた。伝統的な図案が「伝統」といえるのは、単に歴史伝承を保存し

た図案だということだけではない。それらの図案は「伝統文化の記号」と見られたから「伝統」になったのだ。それ故に、現代ファッションを創作する時には、「伝統」だからといって、硬直的で様式化された伝統的な図案ではないことに注意すべきなのである。

したがって、現代社会における「伝統的な要素」の価値を発掘する際には、その背後にある深層的な含意や、複雑な意味の網の目を認識する必要がある。さらに、現代社会の中で、「伝統」がどのような「語り方」をされているのかにも注意しないといけないだろう。

最近ではこの「語り方」の一つとして、「民族的な要素」をバーチャルファッションに取り入れるなど、「民族衣装」に対する新たな美的価値について議論するというものが見られる。たとえば、インターネット上のパブリックプラットフォームでは、ミャオ族の装飾として知られる巨大な牛角型の頭飾りが、腰回りに付けられるというようなことが起こっている。現実的には装着不可能なことが、バーチャルファッションにおいては簡単に実現できるのだ。ビッグデータインテリジェント時代における新たな動きだといえよう。

こうした現象について、中国の服飾研究者は、民族文化に内包されるものを想像上のファッションに表現することで、民族的美意識を広く伝播することができ、知らず知らずのうちに民族文化の発展と推進を実現できると指摘している（蔣・李 2023：144-145）。

VI おわりに

本研究は、現代中国ファッションに応用されている「民族的な要素」のあり方とその認識について、記号圏的な視点を取り入れて論じてきた。「民族的な要素」に関して、ファッションの創作と応用に当たって、その単なる真似は避けるべきだという認識は、デザイナーたちにとって共通のものである。また、創作と革新の場合に限ってのみ、激しい国際競争の中で民族的な魅力を見出すことができ、ファッションという可視的な記号を通して国家のイメージ作りにも貢献できるということを、制作側も消費者側も学者らも認識していることが明らかになった。

こうした創作されたファッションに、今後さらなる記号が現れるかどうか。文化の伝承・ビジネス効果・国家のイメージ作りといった側面から追いつけることを今後課題にしたい。

謝辞

最後に、南山大学人類学研究所から本稿の執筆機会を与えていただいたこと、また匿名の査読者による示唆に富んだコメントや提言を多数いただいたことを記して感謝申し上げます。本研究は科学研究費補助金（17K03292）の支援を受けた。

参考文献

（日本語文献）

謝 黎

2020 『チャイナドレス大全——文化・歴史・思想』、青弓社。

バルト、ロラン

1972 『モードの体系——その言語表現による記号学的分析』佐藤信夫訳、みすず書房。（Roland Barthes 1967 *Système de la mode*. Paris: Éditions du Seuil.）

ロトマン、ユーリー

1979 『文学と文化記号論』磯谷孝（編訳）、岩波書店。

（中国語文献）

殷 婷

2010 「服飾符号与国家形象构建」『東南伝播』1: 126–128。

王 坤茜

2019a 「基于洛特曼符号圈理论的雲南少数民族服饰符号圈的建構」『名作欣賞』32: 46–47。

2019b 「雲南少数民族服饰符号圈的結構特徵」『名作欣賞』32: 50–51。

王 建明

2019 「“百鳥衣”和“村寨共同体哲学”」『中国民族報』2019.12.6 付。

韓 曉方・溫 美晰

2007 「符号学術語“sign”の漢訳探討」『南昌大学学报』4: 157–160。

賀 琛

2022 「民族服飾和民族化時裝之探討」『飾』1: 44–46。

何 莎

2023 「当代中国服装設計分期研究（1979–2022）」『服装設計師』6: 18–22。

賈 璽增

2022 「國際時尚系統与中国風格服飾文化傳承与主体重構」『芸術評論』2: 36–51。

金 双

2019 「湘西侗族服飾応用現代服装設計研究」『科技資訊』13: 233、235。

許 加彪・鄭 佳

2014 「身体表達的民族特色与文化軟實力——國際時裝造型上的中国符号表徵」『当代伝播』2: 98–100。

康 澄

2005 「文化生存与发展的空間——關於洛特曼文化符号

学中符号圈理论的研究」南京師範大学、博士論文。

向 華静・杜 彩蘭

2023 「少数民族伝統图案在国潮服装設計中的運用」『芸術教育』6: 243–246。

蒋 曉敏・李 正

2023 「大数据智能化時代民族審美新認知——以服飾图案為例」『服装設計師』Z1: 142–145。

孫 有中

2002 「国家形象的內涵及其功能」『國際論壇』3: 14–21。

孫 滢・潘 雷

2017 「浅析品牌符号图案在潮牌服装中的運用」『輕紡工業与技術』46(03): 62–65。

曹箏 琪娜

2013 「雲南民族图案的設計重構探究——以阿卡服飾图案為例」雲南大学、修士論文。

曾 奕雯

2022 「記号与符号概念辨析——試論伝統紋樣的再設計」『重慶開放大学学报』34(6): 18–24。

陳 燦榮・王 芬

2023 「少数民族元素在現代服装中的应用表現与創新分析」『化纖与紡織技術』52(12): 123–125。

陳 妃兒・胡 迅

2023 「中華伝統文化在現代女装品牌中的应用方法研究」『服装設計師』5: 75–80。

張 嵐

2015 「少数民族服装設計創新的“变”与“宗”」『貴州民族研究』36(12): 108–111。

鄭 文東

2006 「符号域的空間結構——洛特曼文化符号学研究视角」『解放軍外国语学院学报』1: 39–42、81。

鄧 啓耀

2005 『衣装秘語——中国民族服飾文化象徵』四川出版集團四川人民出版社。

2011 『民族服飾——一種文化符号——中国西南少数民族服飾文化研究』雲南人民出版社。

楊 嬋

2000 「身分・地位・等級——少数民族服飾与社会規則秩序的文化人類学闡述」『民族芸術研究』6: 43–51。

楊 鵬国

1997 『苗族服飾——符号与象徵』貴州人民出版社。

2000 『符号与象徵——中国少数民族服飾文化』北京出版社。

羅 龍林

2023 「瑶族服飾紋樣在“服飾設計表現技法”的課程思政教学改革与实践」『服装設計師』9: 138–143。

李 幼蒸

2007 『理論符号学導論』中国人民大学出版社。

劉 毅

2022 「湘西少数民族服装元素在現代服装設計中的应用研究」『西部皮革』44(15): 100–102。

The Creation and Application of “Ethnic Elements” in the Contemporary Chinese Fashion: Semiotic Significance of Traditional/Ethnic Clothing

Li XIE*

This study discusses the application and perception of “ethnic elements” in contemporary Chinese fashion from a semiotic perspective. In China, a multi-ethnic nation, each ethnic group possesses its own traditional attire. Over time, these ethnic garments have evolved, particularly among the youth, showing trends such as lighter materials, simplified decorations, diversification of wearers, and floating choices in wearing occasions. With the rise of social media, live streaming commerce that sells ethnic clothing has emerged, fashion shows that feature ethnic attire are held for tourism and regional promotion, and numerous souvenir items are produced. These activities utilize elements of traditional ethnic clothing such as patterns, colors, unique fabrics, dyeing techniques, shapes, and embroidery. Fashion designers, enthusiasts of ethnic attire, and ethnic minorities themselves reconstruct those elements through processes of interpretation, extraction, and creation. They are disseminated as “the ethnic” elements both within and outside China.

Having discussed that, the author re-examines what constitutes “ethnic elements” applied in contemporary Chinese fashion, and elucidates the symbolic significance of these “ethnic elements” as used in the creation and application of ethnic attire. The cultural semiotics developed by Yuri Lotman, and the triadic relationship theory of “sign, object, and interpretant” of Charles Peirce are employed for the analysis. Finally, this research clarifies the relationship between “individual ethnic” elements (including those of subgroups) and the symbols representing “Chinese elements” (Chinoiserie), that is, those signifying China as a whole. The analysis is conducted with the key concepts such as “boundary,” “heterogeneity,” and “dialogicality.”

Keywords

National/ethnic elements, Fashion design, Innovation and Application, Semiotics, Chineseness elements in fashion

* University of the Sacred Heart