

中国式时尚的仪式化传播及文化认同研究

——基于中国风学位服的扎根理论分析

刘 亚 蔡 青

摘要:近年来,毕业生在学位服中融入马面裙、云肩等中国元素,成为一种备受关注的中国式时尚传播现象。研究采用扎根理论方法,探讨国内外高校中国毕业生在毕业典礼中选择中国风学位服的深层动因,通过三级编码提炼出“个体风格化呈现”“仪式情境触发”和“文化认同表达”三个核心解释范畴。研究发现:通过中国风学位服实现审美突围与身份探索是表层推动力;家庭、学校与社会场域的共同支持是情境触发力,为其实践提供了合法性支持;多层次、动态的文化认同,构成该选择的深层驱动力与意义归宿。三者相互作用,共同解释了中国毕业生选择中国风学位服的复杂动机。个体能动性、社会仪式结构与深层文化心理的动态互构机制,为理解中国式时尚的仪式化传播提供了理论视角。

关键词:时尚传播;仪式建构;文化认同;学位服;扎根理论

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2026)03-0056-12

基金项目:国家社会科学基金青年项目(24CXW013)

一、问题的提出

人类学家 Gennep 在《过渡礼仪》(*Les Rites de Passage*)一书中指出,任何个体在生命历程中的身份转换,都需要借助特定的仪式来完成^{[1]13}。毕业典礼正是这样一种“过渡礼仪”,它标志着个体从学生向社会人的过渡,而学位服作为这一仪式中最直观的视觉符号,承载着身份转换的象征意涵。自 1994 年中国以官方文件对学位服进行规范^[2]以来,这套源于西方宗教袍服形制的着装体系,逐渐成为高校毕业仪式中不可或缺的符号象征。

近年来,这一长期稳定的仪式符号系统正在发生微妙的变化。在国内外高校的毕业典礼上,越来越多的中国毕业生不再满足于穿着标准学位服,而是自发地融入云肩、马面裙、旗袍、簪花等中国传统服饰元素,对学位帽、学位袍进行个性化改造。经“中国风”装饰的学位服出现在仪式现场,相关影像经由社交媒体广泛传播并逐渐形成一种“中国式时尚传播”的文化景观。其从零星个案到如今的群体现象,穿着中国风学位服已然超出单纯的服饰选择范畴,成为值得追问的社会文化议题。

Rocamora 将时尚传播描述为“时尚话语”,阐明了其在社会实践中的价值和意义^{[3]58}。时尚逻辑在艺术、政治、科学范畴内运行^{[4]3},承载时尚符号的场域集中体现了现代与传统、东方与西方等文化元素的交织与互动。与日益兴盛的时尚传播实践相比,相关的理论研究存在“研究体量小”“研究基础弱”“应用型问题缺少学理性阐释”等一系列问题^[5]。学者们或延展作为社会现象范畴的时尚概念的内涵,或跳出单一的传播学框架,将时尚传播置于符号及其意义的全球流动^[6]、思想文化运动^[7]、审美“共情体现”^[8]等多维视域。

关于“中国式时尚”议题,既有研究多从宏观产业或文化消费视角切入,对国潮、汉服、故宫文创等现象进行了有益的探讨。但这类研究往往聚焦于整体效应与宏观表征,对时尚传播群体内部的差

异性,尤其是行动主体的微观动机与意义建构过程关注不足,缺乏基于个体与情境的深度阐释。本研究选取国内外高校选择中国风学位服的中国毕业生(后文简称“毕业生”)作为考察对象,通过在地化与网络民族志调研,运用扎根理论进行编码分析,探究该群体选择中国风学位服的具体动机,及其蕴含的社会与文化动因,为理解全球化语境下青年一代如何借助时尚的仪式化传播表达文化认同、协商文化身份提供鲜活的经验阐释。

二、文献回顾

(一) 中国式时尚传播:从符号挪用至意义再生产

时尚传播现已超出服饰领域,成为重要的生活方式,是一种饱含意义生产的社会实践。长期以来,西方高级时尚拥有垄断性的话语力量,其主流时尚的编码者基于西方文化中心主义中的优越感,通过时尚元素的毗邻组合定义刻板、停滞的“中国形象”^[6]。在此背景下,中国时尚实践走过了一条从被动接受到主动建构的演进之路。

第一阶段为“符号挪用”,中国消费者与传播者主要是西方时尚体系的追随者与模仿者。改革开放后,西方时尚品牌与生活方式成为身份区隔与文化资本的象征。消费者通过购买、穿着西方品牌服饰,获取其所承载的“现代性”“国际化”等符号价值。其本质上是西美尔笔下“模仿”逻辑的体现——上层阶级通过时尚彰显地位,下层阶级则通过模仿向上流动^{[9]72}。在此过程中,中国传统文化元素或被搁置,或被西方时尚体系征用为异域风情的点缀,本土文化的主体性尚未彰显。然而,“符号挪用”阶段孕育了变革的种子,当西方时尚符号被大规模消费,且新鲜感消退后,消费者开始寻求更具个性与文化深度的表达方式。与此同时,随着中国经济崛起与文化自信增强,本土文化资源被重新发现与估值。这种消费心理的转变与文化的觉醒,共同推动中国式时尚传播向新样态演进。

第二阶段为“意义再生产”,中国的时尚传播主体主动借助本土符号对中国文化与形象进行意义再生产。国潮^[10]、汉服^[11]、故宫文创^[12]等通过对“中国风”符号的重构,突破西方时尚话语的藩篱,重塑本土文化的定义权与传播权。学界对中国式时尚传播的解读也处于不断扩大的过程中,找准自己的形象和定位,是当下中国式时尚传播的关键,亦是中国形象和中国文化走向世界的重要路径^[13]。

这一演进变化折射出中国社会文化心理的深层变迁。前者以“他者”为榜样追求西式的现代性,后者以“自我”为主体追求本土文化的创造性转化。这两个阶段并非截然断裂,而是相互交织和递进演化的连续过程。符号挪用阶段积累了对时尚体系的认知与审美能力,为意义再生产阶段的本土创新提供了必要的文化资本;后者则是对前一阶段所隐含的身份焦虑与文化缺失的积极回应。

在中国式时尚传播的演进中,中国风学位服现象获得了理论参照。学位服是学生在接受学位授予时所穿着的服饰,其源自西方,以不同颜色、设计等区分学位等级,主要由学位帽、流苏、学位袍、垂布四部分组成^[14]。中国式学位服的设计与开发相对有限^[14],相关研究多集中于宏观产业或文化现象,对个体在特定仪式情境中如何运用时尚符号的微观实践及其动因缺乏深入探讨。因此,本研究尝试以“中国风学位服”为切入点,通过微观的动因分析,探讨中国式时尚传播的逻辑以及文化认同在其中所发挥的作用,通过解析典型案例为后续的跨现象比较提供可借鉴的分析路径。

(二) 仪式中的时尚:特定时尚的正当性建构

仪式是众多学科关注的议题,仪式的概念也已脱离传统宗教场域中的神圣观念,扩展至日常生活领域^[15]。中国的仪式观已延展至“具有规定性、程式性、普遍性及操作性等显著特征的行为方式”^{[16]838}。西方的仪式观虽然对仪式有着不同定义,但大多认同仪式是一种体现社会规范的、重复性的象征行为^{[17]11}。毕业典礼作为一种“通过礼仪”^[18],标志着个体从学生身份向社会身份的过渡^[19],具有重要的社会与文化功能^[20],学位服则是此仪式中不可或缺的视觉符号与秩序象征。

Bell 认为人在仪式的发明和设计中具有主观能动性,强调仪式既可加强情感抚慰,又可强化社会

控制,进而提出仪式“发明”学说^{[21]223-225}。毕业生对学位服进行“中国风”改造,本身就是一种仪式的“发明”,它既遵从了毕业仪式的既定框架,又通过引入新符号拓展其意义空间^{[22]48-50},在契合仪式制度性功能的前提下完成这场人生礼仪的时尚展演,整个仪式建构过程体现了个体主观能动性与其特定程式的耦合。然而,现有研究多关注相关仪式的教育功能与社会整合机制^[23],忽视了毕业生如何通过对其学位服的个性化改造,在遵循仪式规范的同时表达个人风格与文化立场。仪式的举办方、参与方以及相关群体的互动所形成的影响也缺乏充分讨论。因此,本研究将重点关注“中国风学位服”是在何种合力的作用下进入高校毕业典礼这一仪式场域并获得正当性,探讨这一微观的“仪式发明”如何参与宏观的“中国式时尚”的意义生产。

(三)文化认同的层次:从情感到行为

文化认同的研究十分丰富,在概念层面,其是个体对特定民族或特定国家的归属感及心理承诺^[24];在特征研究中,时间性、地域性、对照性、互动性和多样性等被认为是文化认同的主要区分维度^[25];在结构与测量研究中,文化认同被分解为探求、承诺、肯定三个可感知的测量维度,开发出多样态的量表^[26];对影响因素的研究结论较为一致,大部分学者赞同文化认同受自然、生理、心理因素的影响,且与社会文化机制等直接相关^[27],大众媒介被认为是文化认同重要的建构资源^[28]。在毕业典礼等场域中,国家、民族或院校文化通过服饰、语言、音乐符号等进行仪式展演,除了流程化的集体性生产和仪式,个体外在的个性化表征最能够反映个人的深层认知。

时尚作为日常的文化实践,其传播往往承载着个体或群体寻求文化认同的深层动机^[29]。中国风学位服作为一种具有明确文化指向的符号,其选择与展示不仅是青年基于自身特质与审美偏好的差异化表达,更是他们主动寻求民族文化认同,并将其外化的过程。然而,现有关于时尚与文化认同的研究,常陷入“空心化”叙事,或笼统地将使用中国元素等同于文化认同,缺乏对认同内部层次与认同行为表征的细致考察。本研究旨在通过深度访谈与文本分析,细致分析文化情感、文化行为与文化自信等与选择中国风学位服的关系,并特别关注国内外不同文化语境对认同表达的影响。

综上所述,现有研究多聚焦中国式时尚的宏观表征与整体效应,对个体在特定仪式情境中如何运用时尚符号进行微观实践,及其背后的复杂动因与意义建构过程缺乏深入探索。因此,选择典型案例进行“深描”,从实践主体关于自身选择的阐释和感受中解析中国式时尚传播的动力机制,并与仪式传播、文化认同等理论进行对话就尤为必要。基于此,本研究结合仪式传播与文化认同的理论资源,考察国内外高校毕业生的自我表述,探究时尚传播的微观主体以何种态度看待中国风学位服的选择与展示及其背后的具体动因。

三、研究设计与方法

(一)研究对象与抽样

本研究将“2022、2023年国内外高校着中国风学位服参加毕业仪式的中国毕业生”作为研究对象。理由如下:第一,青年一代通过学位服这一符号构建和宣告自身的文化身份已蔚然成风,中国风学位服的选择和展示已成为时尚传播的前沿现象。第二,毕业生是该时尚传播的行为主体,需要从传播主体的生命历程与情感体验中寻求传播的动因。第三,区分国内外样本有助于进行跨文化比较分析,探究不同“仪式场域”对实践动机与认同表达的影响。

本研究采取目的性抽样与滚雪球抽样相结合的抽样方法。根据目的性抽样原则,受访者需满足以下条件:①2022、2023年着中国风学位服参加毕业仪式的国内外高校中国毕业生;②具有自我陈述意愿与反思能力,能够清晰地表达选择中国风学位服的动机与体验;③涵盖不同地域(国内/国外)、学历层次(本科/硕士/博士)与专业,以增强样本异质性;④知情同意,自愿接受访谈。本研究首先通过目的性抽样,在中央民族大学等高校毕业典礼进行招募,同时在留学国外的学生常使用的社交媒体(如微信群、小红书等)中公开征集受访对象;其次由已受访者推荐,经由滚雪球抽样获得更

多符合条件的研究对象。此外,研究还在小红书、抖音等平台“中国风学位服”相关话题评论区中遴选高赞、热评的活跃用户作为补充。最终,研究选取 15 名研究对象,其基本信息详见附录中的受访者基本信息表^①。

(二) 研究方法与数据收集

扎根理论重视溯因(abduction)推理的研究逻辑^[30],以从经验资料中建立理论为宗旨^{[31]25},重视归纳和演绎,在众多领域有着广泛和成熟的应用。本研究严格遵循程序化扎根理论的操作程序,并融合建构主义扎根理论的视角,突出研究者与受访者共同进行意义建构。

数据收集主要通过两种途径完成。一是田野调查与网络民族志。基于田野调查卷入毕业仪式场域,实地观察并参与研究对象中国风学位服的展演全过程,将宿舍、校园、礼堂、会场等纳入调研空间。具体而言,笔者在 2022 年 5~6 月,2023 年 5~7 月进入中央民族大学、武汉大学、中南财经政法大学、湖北民族大学、武汉纺织大学毕业典礼仪式现场进行田野调查。对于无法进行田野调查的国外高校毕业生,采取网络民族志的研究方法,通过观测研究对象的社交媒体平台、网络直播等方式补充资料。笔者于 2022 年 3 月加入了纽约大学(NYU)、南安普敦大学(UOS)中国毕业生微信群,随后对群组中 2022 年、2023 年毕业生的社交媒体进行了毕业季的集中观察(2022 年 5~6 月、2023 年 5~6 月),并撰写了近 2 万字的田野笔记和观察记录。

二是半结构化深度访谈。本研究通过半结构化访谈继续丰富文本资料,通过对田野调查笔记、访谈资料、访谈备忘录等文本资料的反复比较和理论饱和度检验,达到理论饱和的要求;继而再次明确初始问题,在契合理论抽样原则的前提下进行目的抽样,最终选取了 15 位访谈对象,其中 10 位女性,5 位男性,符合选择中国风学位服的女性比例高于男性这一现实情况。受访对象在学历层次上相对较高,理解能力较强,极少出现回避或跑题情况。研究者围绕研究问题设计访谈提纲,内容涵盖选择动机、仪式体验、文化认同感知、社交媒体使用等,并根据阶段性访谈问题适时调整询问权重。在访谈过程中,研究者避免刻意引导,最大限度保障资料收集的真实性、严谨性和科学性。

(三) 数据分析与编码过程

本研究遵循程序化扎根理论的分析路径,通过开放性编码、主轴性编码与选择性编码,系统处理所收集的田野笔记、访谈文本与观察备忘录等资料。整个分析过程坚持持续比较的原则,在资料收集与理论建构之间反复迭代,逐步提炼概念、归纳范畴并建立联系,具体编码流程如表 1 所示。

表 1 对中国风学位服认知的实质性编码体系

开放性编码 标签化 (一级)	开放性编码 概念化 (二级)	主轴性编码 范畴化 (三级)	选择性编码 核心范畴化 (四级)
就是不想千篇一律和别人一样。我自己的毕业典礼我说了算。	个性化追求	身份与审美建构	个体风格化呈现
越是穿的人少才更引人注目。青年学生就应该做点不一样的事。	话语权主张		
没想太多,就是觉得好看。看微博热搜里的小姐姐好看才穿的。	审美偏好	社交形象管理	
拍照发小红书涨了好多粉。想让别人在朋友圈看到不一样的我。	社交媒体影响		

^①附录访问链接为: https://osf.io/fqw5v/overview?view_only=ef8f60420b744341905f407e60868a52。

续表

开放性编码 标签化 (一级)	开放性编码 概念化 (二级)	主轴性编码 范畴化 (三级)	选择性编码 核心范畴化 (四级)
穿上学士服感觉很神圣。云肩给了我满满的仪式感。	仪式情感体验	仪式参与体验	仪式情境触发
请了摄影师就是为了留下难忘时刻。给自己四年一个交代。	仪式参与投入		
看到别人穿得好漂亮,我也想试试。大家一起装饰,很开心。	同辈互相激励		
校长竖起大拇指。同学求合影。	社会认可感知		
妈妈给了我一笔毕业经费。爸爸妈妈都来了,想搞得隆重。	家庭支持	场域支持	
学校没有禁止,老师还夸好看。毕业典礼本来就很包容。	学校氛围包容		
东西不贵,淘宝三天就到了。主要是准备起来方便。	市场获取便利		
有人叫我“中国公主”,好开心。看到东方元素就觉得亲切。	民族自豪感	文化认同表征 (情感层面)	文化认同表达
从小喜欢中国元素。觉得云肩、马面裙特别美。	文化亲近感		
穿中国风学士服就是对传统文化的宣传。我想让别人看到中国文化。	文化展示	文化认同表征 (行为层面)	
因马面裙事件感到愤怒。既然有人想偷走我们的东西,我们就应该更大胆地穿起来。	文化捍卫		
我坚信中国文化有强大生命力。中国风学士服代表民族文化复兴。	文化价值信念	文化认同表征 (认知层面)	
为我是中国人而自豪。传统不是都要取代别人,各有各的美。	文化发展愿景		

备注:因篇幅原因,在一级编码中每类展示两例初始语句。

第一,开放性编码。研究者对原始资料进行逐句解读与标签化,共生成123项初始编码。通过不断比较与合并相近表述,剔除重复与模糊标签,最终提炼出17个具有明确指向的概念。为清晰展示每个概念所对应的原始语句,表1左侧列出了典型原始语句示例。例如,“个性化追求”概念对应的原始语句包括“就是不想千篇一律和别人一样”“我自己的毕业典礼我说了算”;“仪式情感体验”对应“穿上学士服感觉很神圣”“云肩给了我满满的仪式感”。

第二,主轴性编码。本阶段旨在发现和建立范畴之间的逻辑关联,将分散的概念依据其内在属性与关系进行整合。具体归纳过程如下:“身份与审美建构”由“个性化追求”“话语权主张”2个概念归并而成,这些概念共同指向个体对自我形象的主动塑造。“社交形象管理”由“审美偏好”“社交媒体影响”2个概念归并而成,既包括对标准化学位服的审美突围,也包含在社交媒体与公共场合中的身份声明。“仪式参与体验”由“仪式情感体验”“仪式参与投入”“社会认可感知”“同辈互相激励”4个概念归并而成,它们反映个体对毕业仪式的情感融入与行为投入,以及来自仪式现场的即时互动反馈。“场域支持”由“家庭支持”“学校氛围包容”“市场获取便利”3个概念归并而成,这些概

念涵盖家庭、学校、社会三个层面的外部支持条件。“文化认同表征(情感层面)”由“民族自豪感”“文化亲近感”2个概念归并而成,体现个体对民族文化的情感归属与天然亲近。“文化认同表征(行为层面)”由“文化展示”“文化捍卫”2个概念归并而成,反映文化认同由内在情感外化为具体的传播行动与捍卫行为。“文化认同表征(认知层面)”由“文化价值信念”“文化发展愿景”2个概念归并而成,指向个体对民族文化价值与生命力的理性认知与自信。

第三,选择性编码。此阶段致力于从主轴范畴中挖掘核心线索,系统建构理论框架。通过对7个主轴范畴的分析识别出贯穿资料始终的核心现象:毕业生通过中国风学位服实践所实现的“个体风格化呈现”“仪式情境触发”与“文化认同表达”三个核心范畴之间在经验层面呈现出由表及里的解释顺序,但在实际发生过程中彼此嵌合、相互强化。“个体风格化呈现”是实践的初始动力与外在表现,“仪式情境触发”是关键的社会过程与互动情境,“文化认同表达”则是实践的深层含意与意义归属。它们共同构成了一个解释中国风学位服穿着行为的“风格—仪式—认同”动因解释模型。

完成上述步骤后,本研究使用预留的5位毕业生访谈资料进行理论饱和度检验,检验结果显示,在核心范畴之外,并未出现新的范畴与概念。基于此,研究认为模型已达到理论饱和要求。

四、理论编码与研究发现

完成编码分析后,本研究构建了包含“个体风格化呈现”“仪式情境触发”与“文化认同表达”三大核心范畴的动因解释模型,并绘制模型图,见图1。该模型旨在揭示个体在文化实践过程中动因的多维构成与互动机制。其中,三大范畴呈现出相互交织、彼此强化的动态结构:个体通过风格化呈现实现文化身份的初步表达,仪式情境触发为其提供了情感与行为合法性支撑,而文化认同表达则不断被激发与深化。三个核心范畴构成了毕业生选择中国风学位服参加毕业仪式的内在动力系统。

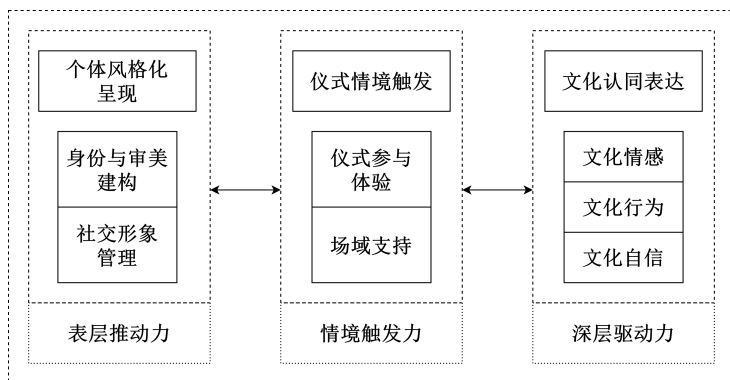


图1 国内外高校中国毕业生选择中国风学位服参加毕业仪式的动因解释模型

(一)个体风格化呈现:审美驱动、身份探索和社交形象管理作为表层推动力

福柯指出,制服可以作为规训技术的一部分,通过细微差异标识身份与等级,服务于个体管理和秩序维持^{[32]195-196},这一观点仍在时尚传播领域发挥效能。西方学位袍作为制度性服饰,承载着特定的学术规范与文化权力。然而,本研究中的国内外中国学子不满足于“复刻”与“规训”,将“回归传统”作为人生仪式的选择,通过装饰学位帽、增设云肩、搭配马面裙等形式改造学位服,在毕业仪式现场和社交媒体场域实现时尚物的价值衍生,完成对既定“规训”的温和反抗与审美突围。

1. 个性化审美的主动表达

芝加哥学派曾提出“亚文化”的概念,指青年通过挪用、拼贴、同构等手段制作出富有意境的“风格”,以实现主流文化和霸权的“对抗”^{[33]3}。与这一解释路径相比,本研究用“新族群”(Neo-tribe)替代亚文化进行青年文化研究,认为审美、品味和情感应该是理解青年文化的主要方式^[34]。受访者

的行为更契合后者的“新族群”特征：他们因相似的审美品味而临时聚集，形成无固定边界和情感联结的“部落”。穿中国风学位服的毕业生虽风格各异，但都强调这是基于审美和个人品味的装饰。研究对象在回答“穿中国风学位服参加毕业典礼的初衷”这一问题时，答案指征高度契合“新族群”无固定边界，个体通过独特仪式来表达集体认同的特征，正如W2所言：“我们四个都喜欢，就商量好了这一天要一起装饰一起拍照。”这种结盟并非为了对抗主流，而是通过在毕业仪式这一关键时刻的独特风格呈现，完成对个性化审美的肯定与表达，共同创造独特体验与集体记忆。这种基于情感和审美共鸣的“新族群”实践，是中国式时尚传播得以形成社会文化景观的重要原生动力。

2. 全球化语境下的身份锚定

在全球化背景下，中国风学位服很自然地纳入“家国”范畴进行探讨，对于在国外求学的毕业生而言，这更是一种主动的文化身份声明。访谈对象M4的观点极具代表性：“除了东方面孔，我们还拥有东方文明，我们的同学都是各个国家的，上课讨论也会谈到中国文化，那毕业的时候我为什么不展示呢？”当前正处于百年未有之大变局和文化复兴的叠加共振之下，让许多青年产生了“我是谁”的身份之思，他们在“传统”中寻找答案。“我一直在想毕业典礼能怎么和别人不一样，后来看到网上有人发装饰学位服的教程，一下子就知道该怎么办了，用中国元素多有代表性啊。”(M4)中国风学位服成为部分毕业生表达自我身份、凸显民族个性的承载物，在多元文化交织的陌生环境中，熟悉的传统符号成为对抗身份焦虑、确认自我归属的文化锚点。这表明，中国式时尚传播的本质之一，是在全球化流动中提供一种稳定的身份坐标和文化归属感。

3. 社交媒体的有限诱因

社交媒体在中国风学位服的选择中扮演着“有限诱因”的角色，它并非实践的原始驱动力，而是为已有尝试意愿的个体提供审美灵感与风格参照，起到一定的催化作用。如受访者所言：“看微博热搜里的小姐姐好好看，我才穿的。”(W7)然而，多数受访者对发布照片存在明显的风险担忧，有人警觉地询问：“你不会把照片发到朋友圈吧？我可不想‘社死’”(W10)，有人坦言：“粉色头发女孩郑灵华事件现在想起来还在颤抖，我不敢发。”(W6)社交媒体一方面有正向诱导的作用，另一方面也因社交压力、社交风险可能产生抑制效应。毕业生们并非盲目追求网络曝光，而是理性、有选择地进行自我呈现，核心关切是“管理”自身形象，而非将社交媒体视为核心驱动因素。

(二) 仪式情境触发：家庭、学校和社会场域支持作为情境触发力

Polhemus等提出群体中的大多数形成的合法性认知是时尚得以发生的基础^{[22]58-59}。学位服是出现于毕业仪式场域的特殊服饰系统，即便增设了中国风元素，也基本契合大众关于毕业仪式的认知。其一方面适应、维护了毕业仪式的需求，另一方面拓展了传统的意义空间，通过仪式化场景传递特定的时尚价值。故此，要探讨背后的动因，有必要对毕业仪式建构过程进行考察。中国风学位服实践得以顺利开展，离不开广泛的社会支持系统与特定情境互动。这些外部条件为个体的风格选择提供了资源保障与情境合法性，并将个人化的风格选择纳入社会认可的轨道。

1. 家庭场域的物质与情感支持

英国人类学家特纳注重对仪式过程中象征符号的阐释，强调仪式过程与其他事件之间的互动关系，仪式展演需由物质、行为、关系等多系统配合完成^{[35]15}。田野调查发现，物质在仪式场景中具有重要地位，装饰品和中国风时尚物并非毕业仪式中的规定符号，需个体自主购买。毕业生经济尚不独立，往往需要家庭资源的支持。“妈妈给了我一笔毕业经费，让我买喜欢的东西，我就买了一条马面裙毕业典礼上穿”(W5)，“主要是这些东西都不贵，如果太贵我可能也不会买。”(M3)多位受访者提到，购买马面裙、云肩等得到了家庭“毕业经费”的支持。家庭作为最基础的社会支持单元，为中国式时尚传播实践提供了最初的物质基础和情感支持，并使这一时尚实践更具仪式感。

2. 学校场域的包容与互动赋能

《人类学辞典》将“仪式”定义为：“按某种规定程序而进行的，并为人们普遍接受的一种行为方

式。”^[16]⁸³⁸ 毕业仪式中场景、话语、流程等都有相应的程序和规范,但在中国高校场域内,毕业仪式对着装较为开放包容。在田野观察中,有校长竖起大拇指、同学求合影、摄影师频频抓拍等互动,形成了积极的情感循环。这种来自仪式核心场域的正面反馈,强化了行为主体的信心,正如 W1 所说:“被老师夸奖了,硕士毕业我还要穿,而且要搞得更漂亮!”学校作为仪式的主办方和权威机构,其包容态度和正面反馈,是将个人化的时尚创新纳入正式仪式、赋予其正当性的关键一环。

3. 社会场域的宏观文化氛围

更广泛的社会文化氛围为实践提供了深层土壤。从社会整体观念导向来说,中国风学位服带着文化基因中与生俱来的时尚美学积淀与底蕴,区别于青年群体的其他个性化表达,学位服民族身份的强烈表征很容易让社会群体更加理解和包容。近年来,国民对本国文化的认同与归属显著增强,着力挖掘传统文化的时尚价值,已成为一种普遍的文化实践^[36]。访谈资料显示,公众对中国风学位服多报以赞赏态度。有受访路人表示:“一眼就看出是咱们自己的风格,特别有仪式感,比千篇一律的学位服更打动人。”笔者观察记录了3名访谈者的毕业过程,不同于社交媒体场域内“哗众取宠”“不伦不类”等部分批评之声,访谈对象穿着中国风学位服外出就餐、拍照、购物以及在相关公共场合中均未遭遇对立、侧目、被议论等情境,在对路人的随机采访中,多数公众展现出赞赏、认同等态度。国外受访者的社交媒体账号的留言也多为正面的情感。官方主流媒体对此种现象亦呈现出支持、鼓励等正面导向。根据网络观察日志,2023年6月毕业季,中国青年报^[37]、四川日报^[38]以及中国美术学院官博^[39]报道中国风学位服均以“中国式浪漫”“古典又时尚”等正面话语框架,并借助中华美学意象赋予该实践文化正当性。这种宏观层面的认可,与家庭、学校的支持共同构成了一个多层次的社会支持系统,为中国式时尚传播的兴起和扩散提供了肥沃的社会土壤和积极的舆论环境。

(三)文化认同表达:多层次认同作为深层驱动力

基于公民权利确立的身份和对于特定文化民族的归属感,共同建构了公民身份^[40]^{64-65,102}。时尚物,尤其是源于中国的时尚物常借助文化符号彰显时尚的附加价值,进而形塑和强化民族文化认同。访谈显示,在提及“为什么选择中国风学位服”时,15位访谈者均谈到“中国文化”“传统元素”,即使是不断强调自身展演行为就是“跟风”(W8)、“没啥意义”(M5)、“历史学得不好,单纯觉得好看”(W2)的访谈者,也展现出显著的民族文化认同。为了辅助理解受访者的文化认同结构,并作为对质性访谈资料的补充与参照,本研究在访谈中融入了对文化认同维度的探查。探查发现,受访者在文化认同程度上虽略有差异,但整体呈现出从情感亲近到行为表达,再到理性自信的层次性。本研究最重要的发现之一是文化认同是驱动毕业生选择中国风学位服的核心动因,而非选择行为发生后的伴生结果。尤其是在全球化与跨文化语境中,这种以服饰为载体的身份表达显得尤为主动和清晰。这种认同呈现出清晰的情感、行为与认知三个层次,构成了实践的深层心理结构与意义归宿。

1. 文化情感:天然的情感亲近与自豪感

文化情感是文化认同的初级阶段,表现为对民族文化的理解、赞同和追随。国内毕业生长期在民族共同体内生活,对民族文化具有天然的亲近与自豪感。国外中国毕业生处于多元文化交织的环境内,文化情感表达更为浓郁。访谈资料显示,所有受访者都表现出对民族文化的高度情感认同,在国外留学的学子尤为突出,他们通过在社交媒体上使用“中国公主”“时尚的东方女神”等“幻想主题”,将毕业时刻的喜悦与文化叙事相连接,主动进行文化身份的展演与确认,其深层动机根植于对中国文化的情感认同。这种自发的情感联结,是中国式时尚传播能够引发广泛共鸣的心理基础。

2. 文化行为:情境性的认同表达与捍卫

行为是由个体的内在心理状态展现出的本能自觉的外显性活动,文化行为是在文化认同心理支持下进行的外显性形态。文化认同不仅是一种内在情感,更直接导向具体的选择行为。访谈显示,许多毕业生的选择带有明确的文化表达意图。国外学子 M4 的陈述清晰地展现了从文化认同到行为选择的逻辑链条:“我是中国人,我的毕业典礼一辈子只有这一次了,中国风的服饰肯定是最有代表

性的中国文化。”这表明,其行为动机源于一种主动的文化身份声明愿望,并在特殊的情境下得以表达和完成。多数受访者认同穿着中国风学位服是对传统文化的宣传与弘扬,这进一步说明,其行为本身被视为一种基于文化认同的、有意义的实践。当这种实践遭遇质疑时,文化认同会迅速从内隐情感外化为明确的捍卫行为,这凸显了中国式时尚传播在特定情境下所具有的文化意涵。

3. 文化自信:理性、开放的价值认同

真正的文化自信建立在理性认知与开放心态之上。调研发现,中国式时尚传播实践多用来表达参与者的民族身份和文化立场,理性、开放的文化自信是支撑其选择行为的深层心理结构。正如 W4 所言:“取其精华去其糟粕嘛,也不是说传统的就一定是好的,非得取代别人,各有各的美吧。”这种“美美与共”的立场,代表了一种成熟的文化心态,有受访者对“中国风学位服影响力超越西方”持保留态度,这恰恰反映了其文化自信的理性成分——他们肯定自身文化的价值,同时也保持着清醒的认知与开放的态度。正是这种坚实的、不脆弱的自信,使得他们能够从容地选择中国风学位服,将其作为一种真诚的文化身份表达。

五、结论与讨论

(一) 研究结论

本研究揭示了国内外高校中国毕业生选择中国风学位服参加毕业仪式的核心动因及其互动机制。个体风格化呈现构成这一实践的表层动力,源于青年在人生重要时刻对自我形象的主动塑造;仪式情境触发为其提供了社会性的支持网络与合法性基础,使个人审美选择在公共场域中获得认可;文化认同表达则是贯穿这一实践始终的深层心理动因,赋予服饰选择以超越个体层面的文化意涵。

首先,个体风格化呈现是这一传播实践的表层推动力。它不是西美尔基于阶级区分的“模仿—区分”逻辑,而是基于共同情感与审美品味形成的、去中心化的临时共同体。毕业生们通过将中国传统元素创造性地组合并应用于学位服,在福柯意义上的“规训”空间中开辟了一片自我风格化的弹性区域,其核心动机是“为自我而展示”,而非简单的“为对抗而展示”。这一逻辑同样适用于汉服日常化、国潮穿搭等实践,即青年通过挪用和重构传统文化符号,进行个性化的身份与审美建构。

其次,仪式情境触发为个体的审美实践提供了关键的社会化过程。本研究观察到,毕业生对学位服的改造行为契合了 Bell 所论述的“仪式发明”,即参与者在遵从仪式基本规范的前提下,通过引入新的符号与行为方式丰富仪式的意义。从家庭的经济与情感支持,到毕业典礼上师生互动形成的情感能量,再到社会舆论的正面反馈,共同构成了支持性的“仪式情境”。在这一情境中,学生不断获得来自校长、同学、家人及社交媒体的即时鼓励与认可,这种持续的正向反馈进一步强化了其行为的正当性与持续意愿,使个体化的审美选择在仪式中被反复确证。这表明中国式时尚实践要想从个人行为转化为社会文化现象,嵌入或创造特定的“仪式性”情境是获得认可的重要途径。

最终,文化认同表达是实践行为的深层驱动力与意义归宿。研究发现,文化认同是从情感归属到行为实践,再到理性自信的动态连续谱。即便声称行为“无意义”的个体,其话语中也蕴含着情感认同,而在面对文化争议时,认同会迅速从内隐的情感外化为捍卫行为。研究中的青年一代呈现出一种成熟理性的文化自信,即秉持“美美与共”的开放心态,而非盲目排外。这充分说明,中国式时尚传播所建构的认同,是一种立足于全球化语境、兼具文化主体性与世界关怀的“复调认同”。

(二) 研究讨论

以下将围绕中国式时尚如何进入仪式、仪式的传播效果,以及背后的认同驱动等与仪式传播理论进行简要的对话与讨论。

1. 仪式生成的路径:从自上而下的权威赋予,到自下而上的个体创造与集体协商

中国式时尚如何进入仪式现场?传统仪式研究往往聚焦于宗教、公权力等权威主体设定并执行

仪式,个体则只是遵循。“仪式发明”学说虽强调人的主观能动性,但其讨论仍主要围绕仪式专家或权威主体展开^[41]⁴。本研究发现,中国式时尚的仪式化传播呈现出—条自下而上的生成路径。毕业生在毕业仪式框架内自发将传统元素融入学位服,通过个体化的审美实践完成对仪式的“再发明”。这起初零星而边缘,随后在家庭支持、学校包容与社会认可中不断扩散,最终从个体尝试汇聚为可见的文化景观。换言之,中国式时尚得以进入仪式现场,并非通过自上而下的符号输出,而是经由参与者的自发创造与相互模仿,在分散的行动中逐渐凝聚为一种具有能见度的文化实践。仪式传播的意义生成机制,可以从对权威赋予的单一关注,转向对个体能动性与集体协商的双重重视。

2. 仪式传播的效果:从强整合性的“机械团结”,到弱连接的“情感共同体”

中国式时尚在仪式传播中产生了怎样的效果?仪式传播的效果并非直接的、线性的,而是在特定的情境互动中逐步生成的^[42]。涂尔干以来的仪式研究传统,往往强调仪式的社会整合功能,认为仪式能够强化集体意识、凝聚社会团结^[43]^{379,429},形成所谓的“机械团结”^[44]¹⁰⁵。毕业生虽然共同出现在毕业仪式现场,但每个人的装饰风格却各不相同,彼此之间没有统一规范,也没有强制要求。这种形态并非涂尔干意义上的“机械团结”,个体消融于集体、服从统一规范^[44]¹³⁰,而是基于情感共鸣与审美认同形成的松散共同体,允许成员在共享的仪式框架内保留各自的风格差异。由此来看,中国式时尚的仪式传播效果,未必是强整合性的集体认同,而呈现出弱连接、有个性的情感联结形态。它不要求成员接受统一的意识形态,而是通过审美认同形成可协商、情境化的意义共享。

3. 文化认同的层次:从心理层面的内隐情感,到行为层面的外化实践

中国式时尚背后驱动着怎样的文化认同?既有研究多将文化认同理解为个体对民族文化的归属感、自豪感等内隐情感^[45]。但本研究强调应重视文化认同从情感向行为逐层递进、最终上升为理性自信的动态过程。其在时尚传播中呈现出三个层次:第一层是“文化情感”,表现为对民族文化的天然亲近与自豪感,这是文化认同的初级阶段,也是内隐的心理基础;第二层是“文化行为”,表现为将文化认同外化为具体的实践行动,毕业生们不仅内心认同中国文化,更通过选择中国风学位服将其“穿在身上”,完成从认同到表达的跨越;第三层是“文化自信”,表现为理性、开放的价值认同,即在认可自身文化价值的同时,保持“美美与共”的开放心态,而非盲目排外或对抗性的民族主义。

(三) 研究的贡献与局限

本研究的贡献主要体现在三个方面。其一,通过扎根理论提炼出“个体风格化呈现—仪式情境触发—文化认同表达”的动因解释模型,为中国式时尚传播提供了可落地的分析路径与经验维度。其二,在仪式研究与时尚传播研究之间搭建沟通桥梁,揭示毕业典礼等仪式场域不仅是时尚展演的背景板,更是意义生成与协商的动态过程。其三,深化了对青年文化认同的理解,呈现了情感、行为与认知三个层次,为全球化背景下中国青年身份认同的流动性提供了经验素材。未来研究可在本研究基础上做如下拓展:采用量化与质性结合的混合路径扩大样本范围,纳入更多不同专业的参与者以检验外部效度;亦可从跨文化对话视角切入,考察中国风学位服在国际语境中的接受与再创造,并通过汉服日常化、新中式穿搭、国潮消费等跨案例比较,持续验证、修正与丰富本研究所构建的解释模型,从而逐步形成更具系统性与解释力的中国式时尚传播理论体系。

参考文献:

- [1] VAN GENNEP A. Les rites de passage. Paris:Éditions A. et J. Picard, 1909/1981.
- [2] 国务院学位委员会办公室. 关于推荐使用学位服的通知:学位办〔1994〕22号. (1994-05-10) [2026-03-19]. https://baike.baidu.com/reference/54037967/533aYdO6cr3_z3kATPDdmPTyNiaRZdyv6-KBU7tzzqIP0XOpX5nyFls259M8sPJjAUXIvtd6d88MnPgWmN8b9XI7EqCuJowWm3FGXdy7vv-dk5hJlc59cf.
- [3] ROCAMORA A. Fashioning the city. London: I. B. Tauris, 2009.
- [4] 史文德森. 时尚的哲学. 李漫,译. 北京:北京大学出版社, 2010.

- [5] 费雯丽,童兵. 跨界与融合:时尚传播学科建设刍议. 新闻记者,2021(2):60-68.
- [6] 陈雅莉. 再东方化:欧洲高级时尚对中国形象的意义生产及传播研究(1968—2018). 现代传播(中国传媒大学学报),2020(10):64-70.
- [7] 赵振祥,刘国慧. 从审美动员到社会动员:时尚传播的文化政治指向. 现代传播(中国传媒大学学报),2020(6):22-26.
- [8] 马庆,李一涵. 论时尚传播价值的实现. 贵州社会科学,2023(2):59-65.
- [9] 西美尔. 时尚的哲学. 费勇,译. 北京:文化艺术出版社,2001.
- [10] 胡钰. 论国潮的时尚传播、消费文化与文创理念. 当代传播,2022(6):55-58.
- [11] 姜娜. 从文化行为到认同表达:“行动者网络理论”视野下汉服文化的流行及争议. 上海文化,2022(10):94-103.
- [12] 向勇. 故宫文创:传承优秀传统文化的先锋实验. 人民论坛,2019(9):124-126.
- [13] 刘晓丹. 中国服饰与国家形象传播——时尚语言的力量. 艺术科技,2015(5):89-90.
- [14] 郝蕾. 现代学位服设计中中国汉服元素的应用略论. 今古文创,2021(6):65-66.
- [15] 李育红,杨永燕. 文化独特的外现形式——仪式. 广西社会科学,2008(5):202-205.
- [16] 李鑫生,蒋宝德,张承芬,等. 人类学辞典. 北京:北京华艺出版社,1990.
- [17] 科泽. 仪式、政治与权力. 王海洲,译. 南京:江苏人民出版社,2015.
- [18] 程天君. 身份的转换:毕业典礼的学校逻辑. 教育研究与实验,2009(1):32-38.
- [19] 杜小琴. 高校毕业典礼的育人功能及其实现路径. 学校党建与思想教育,2022(17):71-73.
- [20] 朱志勇,张文琪. 整合抑或冲突:学校仪式的社会学分析. 开放学习研究,2019(3):7-15.
- [21] BELL C. Ritual: perspectives and dimensions. New York: Oxford University Press, 1997.
- [22] POLHEMUS T, PROCTER L. Fashion & anti-fashion: an anthropology of clothing and adornment. London: Thames & Hudson, 1978.
- [23] 李婧玮,田友谊. 国家认同的生成机制考察:学校仪式的视角. 现代大学教育,2022(3):71-77+113.
- [24] KIM Y Y. Ideology, identity, and intercultural communication: an analysis of differing academic conceptions of cultural identity. Journal of intercultural communication research, 2007, 36(3): 237-253.
- [25] BELAY G. The (re)construction and negotiation of cultural identities in the age of globalization. Intercultural communication studies, 1996, 5: 319-346.
- [26] UMAÑA-TAYLOR A J, YAZEDJIAN A, BÁMACA-GÓMEZ M. Developing the ethnic identity scale using Eriksonian and social identity perspectives. Identity: an international journal of theory and research, 2004, 4(1): 9-38.
- [27] 石义彬,熊慧. 中国文化认同研究的理论、语境与方法. 新闻传播,2011(3):7-11.
- [28] 石义彬,吴世文. 大众传媒在文化身份再现和建构中的角色探究. 武汉大学学报(人文科学版),2011(1):118-122.
- [29] 康茜. 时尚传播文化意涵形成与文化场域建构. 编辑之友,2022(11):56-62+89.
- [30] 陈向明,王富伟. 扎根理论研究需要如何读文献?——兼论扎根理论不同版本的界定之争. 比较教育学报,2020(2):3-14.
- [31] STRAUSS A L. Qualitative analysis for social scientists. New York: Cambridge University Press, 1987.
- [32] 福柯. 规训与惩罚:监狱的诞生. 刘北成,杨远婴,译. 2版. 北京:三联书店,2003.
- [33] HEBDIGE D. Subculture: the meaning of style. London: Routledge, 1979.
- [34] ROBARDS B, BENNETT A. My tribe: post-subcultural manifestations of belonging on social network sites. Sociology, 2011, 45(2): 303-317.
- [35] 特纳. 仪式过程:结构与反结构. 黄剑波,柳博赞,译. 北京:中国人民大学出版社,2006.
- [36] 付茜茜. 新国潮:消费语境下中华传统文化的潮流形态. 学习与实践,2023(5):121-131.
- [37] 张力友. 高校新版专属学位服惊艳亮相! 免费使用! (2023-06-13) [2026-03-26]. <https://mp.weixin.qq.com/s/MLJkcBXZDiZZgsv7Vqei-A>.
- [38] 钟帆. 电子科大对毕业生是真的宠. (2023-06-13) [2026-03-26]. https://weibo.com/tv/show/1034:4912244203651130?from=old_pc_videoshow.
- [39] 田思雨. 挑战封神毕业照, get 最美学位服拍摄全攻略! (2023-06-13) [2026-03-26]. <https://weibo.com/>

2001487693/4912147077007668.

- [40] HABERMAS J. The postnational constellation: political essays. Translated by PENSKEY M. Cambridge: MIT Press, 2001.
- [41] HOBBSBAWM E, RANGER T. The invention of tradition. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- [42] 刘建明, 于风. 超越历史—社会情境决定论: 基于仪式传播思想起源的考察. 新闻与传播评论, 2024(2): 22-34.
- [43] DURKHEIM E. The elementary forms of religious life. Translated by KAREN E F. New York: Free Press, 1995.
- [44] DURKHEIM E. The division of labor in society. Translated by SIMPSON G. Glenco: Free Press, 1960.
- [45] 韩博, 刘嘉琪. 基于数字博物馆接触的青年传统文化认同. 新闻与传播评论, 2025(1): 46-65.

Research on the Ritual Construction and Cultural Identity of Chinese Fashion Communication: Based on the Grounded Research of Academic Dress

Liu Ya (Wuhan Textile University)

Cai Qing (Emergency Management University)

Abstract: In recent years, a notable phenomenon of Chinese-style fashion communication has emerged as graduates incorporate traditional elements such as the Mamian skirt and Yunjian into their academic gowns. Using a grounded theory approach, this study explores the underlying motivations of Chinese graduates—both at home and abroad—who choose to wear Chinese-style academic gowns at commencement ceremonies. Through three levels of coding, three core explanatory categories are identified: “individual stylistic presentation,” “ritual-situational triggering,” and “cultural identity expression.” The findings suggest that achieving aesthetic distinction and identity exploration through Chinese-style academic gowns constitutes the surface driving force; the collective support from family, school, and social fields functions as the situational triggering force, providing legitimacy for the practice; the multi-layered, dynamic cultural identity serves as the deep driving force and ultimate meaning of the choice. These three categories interact with one another to explain the complex motivations behind Chinese graduates’ preference for Chinese-style academic gowns. The dynamic interplay between individual agency, social ritual structures, and deep-seated cultural psychology offers a theoretical lens for understanding the ritualized communication of Chinese-style fashion.

Key words: fashion communication; ritual construction; cultural identity; academic gown; grounded theory

■ 收稿日期: 2025-09-03

■ 作者单位: 刘亚, 武汉纺织大学传媒学院; 湖北武汉 430073

蔡青, 应急管理大学文法学院; 河北廊坊 100054

■ 责任编辑: 肖劲草