

时尚传播视角下中原服饰文化教育实践研究

贾楠 刘斐元

中原工学院

DOI:10.32629/er.v9i4.7005

[摘要] 中原服饰文化在当代传播中面临认知度低、传承断层等问题。本研究引入时尚传播理论，探讨传统服饰文化的现代转化。通过分析时尚传播与服饰教育的契合点，构建了新媒体实践、校园创新、社会传播的多元模式，并从内容定制、渠道整合、效果评估等方面提出优化方案。研究发现，时尚传播能够通过符号重构、场景再造等方式激活传统文化价值，增强文化认同，为区域服饰文化传承提供可行路径。

[关键词] 时尚传播；中原服饰文化；文化教育；实践模式；传播策略

中图分类号：G122 文献标识码：A

Research on the Practice of Central Plains Clothing Culture Education from the Perspective of Fashion Communication

Nan Jia, Feiyuan Liu

Zhongyuan University Of Technology

Abstract: The clothing culture of the Central Plains is faced with problems such as low awareness and inheritance faults in contemporary communication. This study introduces the theory of fashion communication to explore the modern transformation of traditional costume culture. By analyzing the convergence point of fashion communication and clothing education, this paper constructs a multi-mode of new media practice, campus innovation and social communication, and puts forward optimization schemes from the aspects of content customization, channel integration and effect evaluation. It is found that fashion communication can activate traditional cultural values through symbol reconstruction and scene reconstruction, enhance cultural identity, and provide a feasible path for regional clothing culture inheritance.

Keywords: fashion communication ; central Plains clothing culture ; cultural education ; practice mode ; propagation strategy

引言

中原地区作为华夏文明的发源地，其服饰文化体系历经数千年演变，形成了独特的审美范式与文化内涵。然而在全球化与消费主义交织的当代社会，这一文化遗产的传播与教育陷入了双重困境：既难以被年轻群体感知和接受，也缺乏有效的现代表达方式。传统的文化教育模式多停留在静态展示与知识灌输层面，与当代受众的审美习惯、接受心理存在明显脱节。时尚传播作为一种兼具文化性与商业性的现代传播形态，其符号化表达、情感化叙事、场景化体验等特征，为服饰文化教育提供了新的思路。本研究尝试将时尚传播的理论框架与实践方法引入中原服饰文化教育，通过剖析二者的内在关联、构建创新实践模式、提出优化实施策略，探索传统文化在当代时尚语境下的教育传播路径，以期为区域文化的活态传承与创造性转化提供理论支撑与实践参考。

1 时尚传播与中原服饰文化的融合机制

1.1 时尚传播理论在服饰文化教育中的应用

时尚传播是符号的生产与消费过程，核心在于通过视觉化表达建立文化认同。中原服饰的色彩、纹样、形制本身是完整的符号系统，承载着审美与社会关系。传统教育将其作为历史知识阐释，忽视了符号的当代转译。时尚传播提示教育者应从受众心理出发，将文化内涵转化为可感知的视觉语言、可参与的体验场景。意见领袖机制、流行周期、亚文化圈层等概念为精准传播提供方法支撑^[1]。教育需构建“文化生产—符号流通—意义再生产”的循环，让中原服饰在当代时尚体系中找到表达空间。

1.2 中原服饰文化的当代时尚化表达

中原服饰以中正平和为美学特征，与当代时尚的视觉冲击存在差异，但这孕育着创新空间。实践中将传统元素解构重组：交领、系带转化为现代细节，素雅色调结合极简美学，传统纹样数字化呈现。这不是元素拼贴，而是对文化内核的当代诠释。中原服饰强调的“礼”与“和”可转译为对身体的尊重、对场合的得体，契合可持续时尚理念。年轻消费者

穿着融入中原元素的服饰，是在表达植根传统又不拘泥传统的生活态度^[2]。教育应从“保护传统”转向“创造传统”，让中原服饰成为当代时尚叙事的组成部分。

2 中原服饰文化教育的实践模式构建

2.1 基于新媒体平台的传播实践

新媒体平台重塑了文化教育的空间与方式。短视频平台上，传统服饰的穿搭演示、制作工艺展示以碎片化、娱乐化的形式触达年轻受众，单条视频可能产生数百万次传播，效果远超传统课堂。社交媒体的“晒衣文化”让服饰从私人物品变成社交货币，用户在展示中原风格穿搭时，实际上是在进行文化身份的自我建构与群体认同。数字技术则提供了更深度的参与可能：虚拟试衣系统让观众直观感受传统服饰与自身形象的结合，AR技术可以将历史场景与现代街景叠加，让人们在日常空间中遭遇文化记忆。线上社群的形成尤为关键，汉服爱好者群体、传统工艺学习小组等自组织形态，建立起持续的文化对话空间。这些实践的核心在于将“受教育者”转化为“文化生产者”，每个参与者既是内容消费者，也是内容创造者和传播者。教育者的角色从知识权威转向资源提供者与话题引导者，通过设置挑战话题、提供素材库、组织线上展览等方式，激发用户的创作热情。需要注意的是，新媒体传播的娱乐化倾向可能导致文化内涵的浅表化，教育实践需要在流量逻辑与文化深度之间寻找平衡，通过系列化内容、深度访谈、知识科普等形式，为碎片化传播注入实质性内容^[3]。

2.2 校园服饰文化教育的创新路径

高校是服饰文化教育的重要阵地，但传统课程设置往往将其局限于历史学或艺术史范畴，缺乏实践维度。创新路径在于建立跨学科的课程体系：将服装设计、传播学、文化研究、市场营销等专业知识整合，让学生既理解服饰的文化内涵，也掌握当代表达技能。实践工作坊是有效的教学形式，通过染织、裁剪、刺绣等手工实践，学生在身体劳动中建立起与传统的感性联系，这种“身体记忆”比理论讲授更能深化文化认同。文化体验活动则创造了沉浸式学习场景：组织学生参与传统节日服饰复原、在校园时装周中融入中原元素、与博物馆合作策划主题展览等，让学习从课堂延伸至真实的社会空间。学生创作是文化传承的活力源泉，鼓励学生以当代设计语言重新诠释传统服饰，其作品往往比既有范式更能触动同龄人。一些高校建立了学生设计品牌孵化机制，将优秀作品推向市场，让文化教育与创业实践相结合。这种模式的价值在于打破了“保护”与“发展”的二元对立，让年轻一代在创造性转化中成为文化的主人而非守护者，从而建立起更主动、更持久的文化连接^[4]。

2.3 社会文化传播的多元实践场景

服饰文化教育不应局限于校园围墙，社会场域提供了更广阔的实践空间。时尚秀场与文化展演的结合创造了新型传播场景：在国际时装周上展示中原元素设计，在文化节庆中举办传统服饰走秀，这些活动将服饰从静态展品转化为动态表演，通过身体的移动、光影的变幻、音乐的烘托，创造出强烈的感官冲击与情感共鸣。文化创意产业链为教育实践提供了商业化路径：设计师品牌、文创产品、定制服务等形态，让服饰文化教育的成果转化为可消费的产品，让消费者在购买行为中完成文化学习。跨界合作拓展了传播边界：中原服饰元素出现在影视剧服装、游戏角色设计、动漫形象塑造中，通过流行文化的渠道渗透大众认知；与茶艺、古琴、书法等传统文化门类联动，构建起完整的生活美学体系；与旅游景区合作推出文化体验项目，让游客在穿戴传统服饰中获得身份代入感^[5]。品牌传播的商业逻辑与文化教育的公益性并不冲突，关键在于建立协同机制：企业获得文化资源与品牌溢价，教育机构获得资金支持与传播渠道，受众获得优质文化产品与服务。这种多方共赢的生态系统，让服饰文化教育从小众爱好走向大众生活，从被动保护走向主动传播。

3 中原服饰文化教育实践的优化策略

3.1 传播内容的精准化与个性化

面对分众格局，内容生产需告别“一刀切”。受众分层是前提：对专业者提供系统知识，对时尚爱好者强调设计应用，对消费者突出情感认同，对青少年采用游戏化叙事。内容定制是话语体系重构，学术论文与短视频面对不同语境。叙事创个体故事、日常场景比宏大叙事更打动人心。讲述工艺师傅经历比罗列流程有感染力，展现年轻人日常穿搭比展示藏品有说服力。传统与现代的平衡是永恒课题，有效策略是找连接点：将“天人合一”与环保时尚对接，将礼乐规范与着装礼仪呼应，让传统智慧成为解决当代问题的资源^[6]。

3.2 传播渠道的整合与拓展

单一渠道难以覆盖多元受众，渠道整合成为必然选择。线上线下融合构建起立体传播网络：线上通过社交媒体、视频平台、电商渠道实现广泛触达与便捷互动，线下通过展览、工作坊、快闪店提供深度体验与情感连接，二者相互导流、互为补充。一场线下文化沙龙可以通过直播扩大影响，线上讨论的热点可以转化为线下活动主题。KOL与意见领袖的作用不容忽视，他们是文化传播的关键节点：时尚博主的一次穿搭示范可能引发模仿潮流，设计师的品牌故事能够赋予产品文化附加值，学者的专业背书增强内容可信度。但依赖个别意见领袖存在风险，更可持续的策略是培育多层次的传播主体：既有头部KOL引领话题，也有中腰部创作者生产多样内容，还有普通用户的自发传播，形成金字塔式的传播结

构。国际化传播是拓展文化影响力的重要方向，中原服饰文化走出去需要克服文化折扣：在保持文化特色的同时，寻找人类共通的审美经验与价值观念，通过国际时装周、文化交流项目、海外社交媒体等渠道，让中原服饰成为中国文化的独特名片。跨文化传播中，视觉语言比文字更具穿透力，精美的影像、创新的设计比冗长的文化阐释更能引起兴趣^[7]。

3.3 教育效果的评估与持续改进

传播效果评估不应停留于浅层数据，需要建立多维评估体系。量化指标包括传播覆盖面、内容互动率、转化行为等，可以通过新媒体平台的数据分析工具获取；质化指标关注认知改变、态度转变、行为养成等深层效果，需要通过访谈、问卷、参与观察等方法捕捉。短期效果与长期影响也应区别对待：一次成功的传播活动可能带来流量高峰，但文化认同的建立需要持续的浸润。评估目的不在于证明成效，而在于发现问题、指导改进。受众反馈机制是优化实践的依据：建立多元反馈渠道，鼓励受众表达真实感受与需求；定期分析反馈数据，识别传播中的盲区与误区；根据反馈调整内容策略、渠道选择、活动形式，形成“实践—反馈—改进—再实践”的循环^[8]。动态调整不意味着随波逐流，而是在坚守文化内核的前提下，灵活适应传播环境的变化。可持续发展的长效机制建设是根本保障：培育专业人才培养队伍，确保教育实践的持续性与专业性；建立多元资金支持体系，平衡公益性与商业性；构建协同创新网络，整合高校、企业、政府、社会组织等多方资源；形成文化生态系统，让服饰文化教育融入日常生活，而非依赖单次活动或项目。只有建立起这样的机制，中原服饰文化教育才能从短期行为转化为长期事业，从边缘实践走向主流文化。

4 结论

本研究从时尚传播视角探索中原服饰文化教育的转化路径。时尚传播理论通过符号化表达、场景化体验激活了传统文化的当代生命力。实践模式涵盖新媒体、校园、社会多个层面，形成立体化体系。优化策略从内容、渠道、评估提出建议，强调精准传播、整合推广、可持续发展。核心不在

于知识传递或符号移植，而在于建立传统与现代、文化与生活的有机连接，让服饰文化成为生活方式的自然选择。未来可深化特定受众策略研究、探索数字技术应用、开展跨区域比较研究，为区域文化转化提供更多参考。

[参考文献]

- [1]杨轩,朱林骏,潘欣月,等.中原地域传统服饰图案文化的发展文脉与传播特征研究[J].纺织报告,2023,42(7):126-128.
- [2]云畅.文化自信视角下中原传统服饰的审美特征研究[J].化纤与纺织技术,2022,51(12):167-169.
- [3]孔令奇.中原文化浸润下高校通识课“民俗服饰”教学设计[J].辽宁丝绸,2023(1):97-98.
- [4]彭思茹,吴欣.人类学视角下潮汕民系服饰文化探索[J].服装设计师,2025(8):51-57.
- [5]罗刚,邱斌.乡村振兴背景下赣南客家传统服饰文化运用研究[J].世纪之星—交流版,2022(34):0181-0183.
- [6]宋润文.从“衣皮毛”到“衣锦绣”：论西夏对中原服饰的学习与借鉴[J].中原文学,2025(19):86-88.
- [7]周佳.中原文化中莲花图案在现代服饰设计中的艺术表现[J].上海服饰,2024(3):62-64.
- [8]罗云,马琳,林倩任,等.唐宋中原女性服饰特征与成因探究[J].纺织报告,2022,41(10):115-118.

作者简介：

贾楠(1978.12-),女,汉族,郑州人,硕士,讲师,研究方向:时尚展示与时尚传播。

刘斐元(1974.05-),女,汉族,新乡人,学士,讲师,研究方向:时尚展示与形象设计。

基金项目：

河南兴文化工程文化研究专项项目,项目编号:2024XWH245;河南省软科学研究计划项目,项目编号:252400410204;河南省教育强省专项研究项目,项目编号:2025JYQS0298;2025年度中原工学院教学改革研究与实践项目。项目编号:2025ZGJGLX028