

Z世代“国潮”文化实践中的价值认同机制与思政教育引导策略

刘 芹

青岛电影学院, 山东 青岛 266520

摘 要: Z世代已成为“国潮”文化实践的重要参与群体, 其价值认同在符号消费、情感联结与圈层互动中动态建构。本文在梳理Z世代国潮文化实践主要形态的基础上, 揭示价值认同生成的“三重机制”: 以国潮符号为载体的文化认知激活、以情感共鸣为纽带的价值内化、以社群参与为场域的认同强化。与此同时, 国潮实践中潜藏着符号消费遮蔽文化内涵、商业逻辑侵蚀价值认同、圈层区隔阻碍主流价值整合三重风险。据此, 从认知引导、情感培育和实践转化三个维度提出思政教育回应策略, 主张思政教育应在尊重Z世代文化主体性的前提下, 引导其从符号消费走向文化理解、从情感认同走向价值自觉、从圈层参与走向公共关怀。

关键词: Z世代; 国潮; 价值认同; 思想政治教育; 文化自信

DOI: 10.64649/yh.jydk.issn3080-2660.202610010

1 问题的提出

“国潮”作为以中华优秀传统文化为内核、以现代时尚表达为形式的文化现象, 近年来在Z世代群体中获得持续关注。从汉服出行到新中式消费, 从博物馆文创到非遗数字化传播, Z世代以消费、创作、传播等方式深度参与国潮文化的生产与再生产。有学者指出, 国潮已从“功能性消费”迈入“文化认同消费”的新阶段, 青年不再仅为产品的物理功能买单, 而是在消费中完成文化身份的确认与价值观念的表达。

然而, Z世代的国潮文化实践是否天然带来深层的价值认同? 消费行为中的文化符号选择能否等同于价值观念的内化? 当前学界对Z世代国潮现象的研究多集中于消费行为分析或文化现象描述, 对价值认同的生成机制缺乏系统的学理考察, 更缺少从思想政治教育学科立场出发的引导策略研究。本文即围绕上述问题展开, 核心论点在于: Z世代国潮文化实践中的价值认同不是一种“既成事实”, 而是一个在符号、情感与社群三重中介中动态建构的过程——这一过程既蕴含文化自信生长的积极可能, 也潜藏消费主义侵蚀与圈层区隔的风险。

2 Z世代国潮文化实践的主要形态与价值认同的三重机制

Z世代在国潮文化实践中的价值认同是在文化认知、情感联结与社群互动三个层面交织推进的。有学者将其概括为“文化认知、情感认同、行为参与”三个维度动态耦合的文化自信生成机制。本文在此基础上, 进一步揭示每个维度中价值认同生成的具体机理。

2.1 符号激活机制: 国潮符号作为文化认知的中介

Z世代的国潮文化实践首先表现为对特定文化符号的选择和使用。汉服、国风音乐、非遗技艺、老字号品牌、文物IP等符号构成了国潮文化的基本元素。这些符号之所以能够激活文化认知, 在于它们具有“文化转译”的功能——将抽象的传统文化价值转化为可感知、可体验、可分享的具体形式。

从认知心理学的角度看, 符号不仅是信息的载体, 更是意义的触发器。当一个年轻人选择穿汉服出行时, 他不仅在进行一种着装行为, 更是在通过这一符号激活对“中国传统服饰文化”“礼仪之邦”“衣冠上国”等文化意义的认知。有研究发现, 青年传统文化认同的生成启动于“唤醒青年主体的具身联觉”, 加工于“激活个体内隐文化心理加工过程”, 最终呈现于认知认同、情感涌现和行为实践三个方面。符号正是这一认知链条的起点。

然而, 符号激活的深度是有限的。符号本身不能保证文化理解的深度——一个购买国潮文创的消费者可能仅仅被其外观吸引, 而对其背后的文化内涵一无所知。符号是认知的入口, 但不是认知的终点。

2.2 情感共鸣机制: 从审美愉悦到价值认同的情感通道

如果说符号激活提供了文化认知的入口, 那么情感共鸣则是将认知转化为认同的关键环节。Z世代的国潮文化实践之所以能够超越“消费行为”的层面, 正是因为其中蕴含着强烈的情感体验。

这种情感共鸣具有多重来源。其一, 文化归属感。Z世代成长于中国综合国力快速提升

的时期,对中华文化具有天然的情感亲近。国潮产品中蕴含的文化元素能够唤起这种归属感,使青年在消费中体验到“我是中国人”的身份确认。有研究指出,青年选择国风产品“不只是因为它‘好看’或‘时髦’,更因为它承载着‘我是谁、我来自哪里、我相信什么’的身份表达”。其二,审美愉悦。国潮产品往往融合了传统文化的美学元素与现代设计的时尚感,能够满足Z世代对“好看”“独特”的审美需求。其三,圈层认同带来的情感满足。在国潮社群中,青年通过与志同道合者的互动获得归属感和被接纳的体验,这种社交情感反过来强化了对国潮文化的情感投入。

情感共鸣是价值认同生成的关键通道,因为价值认同的核心不在于“知道什么是对的”,而在于“愿意认同什么”。情感是连接认知与行动的桥梁,只有当文化认知伴随着积极的情感体验时,它才可能转化为稳定的价值取向。

2.3 社群强化机制:圈层互动中的认同巩固与扩展

Z世代的国潮文化实践高度依赖数字社群。微博超话、B站国风分区、小红书国潮话题、微信群等构成了国潮文化传播和认同建构的重要场域。在这些社群中,价值认同通过三种方式得到强化。

其一,互动强化。社群成员之间的点赞、评论、转发等互动行为,使个体的文化选择获得了社会认可,从而增强了认同的确定性。其二,规范强化。社群中形成的关于“什么是真正的国潮”“什么样的国潮表达是值得尊重的”等共识,构成了社群内部的规范,引导成员的文化实践方向。其三,意义扩展。在社群互动中,个体对国潮的理解不再局限于个人的消费体验,而是通过与其他人的交流获得了更丰富的文化意义。研究者发现,当代青年通过网络话语中的文化共鸣、数字化传播、社交互动中的情感共建和网络社群中的认同强化,展现了对中华优秀传统文化的多维认同。

三重机制是在实践中相互交织、动态耦合。符号激活提供认知基础,情感共鸣提供动力支撑,社群强化提供社会确认。三者的协同作用,构成了Z世代国潮文化实践中价值认同生成的基本逻辑。

3 国潮文化实践中价值认同的风险审视

Z世代国潮文化实践的价值认同机制蕴含着积极的教育潜能,但同时也面临着值得警惕的风险。这些风险不是对国潮文化实践的否定,而是对其可能偏离价值教育目标的警觉。

3.1 符号消费对文化内涵的遮蔽

国潮文化实践以符号为起点,但符号消费的逻辑本身可能导致“重符号、轻内涵”的倾向。当国潮产品被简化为可消费的符号集合时,文化内涵可能被符号的光环所遮蔽。有学者指出,Z世代大学生国潮文化消费中存在“文化元素的堆砌滥用”“‘伪国潮’消费主义陷阱”等问题,这些现象“忽视了‘Z世代’大学生对精神文化内核的追求、消耗其文化传承的热情”。当消费行为取代了文化理解,当“买了国潮产品”被等同于“传承了传统文化”时,国潮文化实践的教育功能就被消费逻辑所消解。正如有学者所警示的,“国潮”热可能面临“国潮变‘国抄’”“国潮变‘商潮’”的挑战。

3.2 商业逻辑对价值认同的侵蚀

国潮的商业逻辑过度渗透可能改变国潮文化实践的价值传递方向。当品牌将“爱国”“文化自信”等价值话语作为营销策略时,价值认同可能被工具化为消费行为的“正当性包装”。青年消费者在“支持国货就是爱国”的话语引导下进行消费,其认同的对象可能从文化价值偏移为消费符号。这种偏移的危险在于,一旦商业叙事发生变化,依附于其上的价值认同也可能随之瓦解。更值得警惕的是,有学者指出,在“悦己消费”的框架下,青年以满足自我、彰显自我、愉悦自我为核心的消费价值观推动国潮热发展,这种以自我愉悦为中心的消费逻辑,与思想政治教育所追求的价值自觉之间存在潜在的张力。

3.3 圈层区隔对主流价值整合的阻碍

国潮社群的高度圈层化特征是一把双刃剑。一方面,圈层提供了认同建构所需的社会支持和情感满足;另一方面,圈层也构成了价值传播的边界。当国潮文化实践主要在特定圈层内部循环时,其价值意义可能被圈层化的符号系统和话语方式所限定,难以与更广泛的社会价值体系形成有效对接。

4 思政教育的引导策略

面对Z世代国潮文化实践中价值认同的复杂机制和潜在风险,思政教育的引导策略应当超越“借势营销”或“简单收编”的思路,在尊重青年文化主体性的前提下,实现从符号到内涵、从情感到价值、从圈层到公共的引导性转化。

4.1 认知引导:从符号消费走向文化理解

思政教育首先需要帮助Z世代建立对国潮文化的深层理解,使符号消费能够进入文化内涵的认知层面。具体而言,可以从以下方面入

手:其一,在思政课教学中引入国潮文化案例,引导学生分析国潮产品中的文化符号来源、文化意义和转化逻辑,培养学生对文化符号的批判性解读能力。例如,通过分析故宫文创的设计理念,帮助学生理解传统文化元素如何被“创造性转化”,以及这种转化中哪些是有效的文化传承、哪些只是商业化的符号挪用。其二,开发以国潮文化为素材的教学资源。适应Z世代碎片化阅读习惯,将国学经典转化为微剧情、科普短片,把传统书画、非遗纹样开发为国风滤镜、表情包等日常数字素材。其三,将国潮文化实践本身作为“大思政课”的组成部分。

4.2 情感培育:从情感认同走向价值自觉

情感共鸣是国潮文化实践中价值认同的重要动力,但情感本身不具有价值方向的确定性。思政教育的任务在于引导情感从“自发的愉悦”走向“自觉的价值认同”。

具体路径包括:其一,在情感体验中嵌入价值反思。当学生在国潮文化实践中体验到文化归属感时,思政教育应及时引导其追问“这种归属感的基础是什么”“它所指向的价值是什么”,使情感体验获得价值层面的自觉。其二,以叙事教育深化情感联结。国潮产品背后的文化故事可以作为情感教育的载体,帮助学生将情感共鸣从产品本身延伸到文化价值和精神传统。其三,发挥思政课教师的情感引导作用。Z世代大学生具有“认知、情感、社交行为和技术依赖等方面的鲜明特征”,思政课教学应当“从认知适配机制、情感共鸣机制、社交融合机制、技术共生机制等方面”构建教学策略。

4.3 实践转化:从圈层参与走向公共关怀

国潮文化实践中的圈层特征为思政教育提供了介入的入口。思政教育可以引导青年从圈层内的文化消费和情感互动,走向更广泛的文

化实践和社会参与。一方面,可以鼓励学生将国潮文化实践与专业学习、社会实践相结合,例如设计类学生参与国潮文创开发、传媒类学生制作国潮文化传播内容、马克思主义理论类学生开展国潮文化的社会调研。有研究指出,“国潮”文化资源能够有效融入思政课教学,“赋能教学资源聚合、教学过程优化与教学主体互动”。另一方面,可以搭建跨圈层的交流平台,使国潮文化实践从封闭的社群互动走向开放的公共对话,在多元价值的交流中锤炼青年的价值判断能力。

这一引导策略的核心逻辑是:不是将国潮文化实践“收编”为思政教育的工具,而是在尊重其文化自主性的基础上,帮助参与者在实践中实现认知的深化、情感的升华和行动的扩展。思政教育的角色不是“改造者”,而是“引导者”——引导学生从已有的文化热情出发,走向更深层的文化理解和更自觉的价值追求。

5 结语

Z世代的国潮文化实践是一个值得思政教育认真对待的文化现象。它不是简单的消费潮流,而是这一代青年在文化自觉的时代背景下进行的一种有意义的认同建构实践。理解这一实践的价值认同机制,不是为了将其“利用”为思政教育的载体,而是为了更好地回应青年在文化参与中提出的价值追问。这些追问指向的是同一个问题:文化认同如何从表面的符号选择深化为内在的价值自觉。思政教育的责任,不是代替青年回答这个问题,而是提供思考的资源 and 对话的空间,帮助他们在国潮文化实践中,从对文化的“喜欢”走向对文化的“理解”,从对文化的“消费”走向对文化的“承担”。

参考文献:

- [1] 袁文华. 国家认同视域下青年国潮消费的表征、动因与引领 [J]. 中国青年研究, 2024, (11): 5-11+94. DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2024.0133.
- [2] 刘桂茹. 从审美共享到价值共创: 数字媒介场域青年的国潮消费与认同表达 [J]. 理论月刊, 2025(5): 91-99.
- [3] 张瑞, 徐泽. 新时代增强青年优秀传统文化认同的三重审视 [J]. 思想政治教育研究, 2025(4): 161-168.
- [4] 刘凯强, 于舒宁. 青年国潮消费的群像描绘及驱动探源 [J]. 青年探索, 2025(4): 102-112.
- [5] 刘佳. 当代青年“国潮消费热”现象的分析与审思 [J]. 理论导刊, 2025, (7): 74-78.

作者简介: 刘芹 (1990.04—), 女, 汉族, 山东青岛人, 硕士研究生, 讲师, 研究方向: 思想政治教育。