

通过“Z世代”向世界展示中国之治

□ 赵 庆 范大祺

“Z世代”是个网络流行词，也是社会治理的重要概念。“Z世代”通常是指1995年至2009年出生的一代人，他们一出生就与网络信息时代无缝对接，受数字信息技术、即时通信设备等影响比较大。在当今国际格局剧烈变化的背景下，“Z世代”已经成为人口数量众多、影响力巨大的群体之一，备受国际社会关注。他们被称为“数字原住民”，擅长通过网络媒体向世界展示国家治理形象。“Z世代”的价值观念、生活态度与行为方式及其演变趋向，对于国家治理和世界的演进具有不容忽视的重要性。

“Z世代”成为影响世界和国际关系的重要因素

“Z世代”是最具全球化意识的一代，通过社交网络媒体积极参与国家和社会治理。数字化和全球化是“Z世代”成长过程中最重要的两个时代背景。他们许多人在十岁前拥有第一部手机，不仅对于即时性信息、碎片化阅读和交互式服务的移动新媒体平台有着强烈需求，而且拥有自主发布信息的意愿和能力。在这一群体中，在社交媒体账号拥有数十万甚至上百万粉丝的青年“网红”大量涌现，甚至很多已成为舆论场的新兴主体。即使是在互联网普及率相对较低的发展中国家和发达国家，“Z世代”群体的网民比例也远高于其他代际群体。英国广播公司(BBC)、美国有线电视新闻网(CNN)、美国全国广播公司(NBC)、《华尔街日报》等主流媒体机构，无一例外地将塑造“Z世代”世界观工作视为数字时代媒体影响力、生命力得以存续的必要前提。他们从议题设置和叙事方式着手，根据“Z世代”的特征、偏好和信息需求进行定制化内容生产和传播。

“Z世代”崇尚多元、平等、包容等具有人文关怀的价值观。如今，开放化、匿名化、交互性的网络环境促使“Z世代”更愿意与不同年龄、不同国籍、不同价值观的年轻人一起在网上进行交流。他们国际化意识较高，更加重视个人价值，不主张以性别、国籍、肤色等属性区别对待他人，对于不同看法更为开放包容，对西方国家更具有批判反思能力，关心

新兴国家、特殊群体。与此同时，“Z世代”出生于物质相对富裕的时代，在人均GDP走高而人口出生率下滑的情况下，享受到了更多的社会资源和家庭关爱。经历过经济波动、环境挑战和全球性健康危机，他们对未来的不确定性感觉日益强烈。这使得他们比以往任何“世代”都更希望通过自身的力量推动社会变革，创造一个对地球环境更负责任、对全球人民更友好平等的未来。在社交媒体上，他们不再一味追求表面的点赞和评论，而是通过讨论和分享来表达自己的意愿，为改善世界发展和国家治理积极发声。这种渴望超越国家的视角，指向了真实和深层次的人际互动，为寻求共同的全球性问题治理寻找解决方案。

“Z世代”善于运用新技术、新媒体，通过创作跨文化艺术作品、发起网络文化活动、参与国际志愿者项目等方式，更加生动直观地展现本国文化特色。媒体交流方面，在以B站为代表的视频分享平台上，大量由“Z世代”创作的跨文化内容受到热捧，播放量动辄上亿。在抖音国际版(TikTok)上推介各国文化特色和生活体验的大博主，同样吸引了各国海量年轻粉丝的点赞和评论。中国科幻电影《流浪地球》系列、原创游戏《原神》等文化产品更是受到许多外国“Z世代”的喜爱。现实交往方面，“Z世代”积极参与国际志愿者活动以及跨国电竞、体育交流等形式多样的社交互动和文化体验。教育交流方面，越来越多的“Z世代”通过留学、交换项目、学术合作等方式，到不同国家学习和交流，或是通过在线课程打开跨国文化交流的大门。旅游交流方面，“Z世代”是最愿意借助这一方式了解世界、结交朋友的群体。这些新趋势，展现了年轻一代在文化交流中的蓬勃生机与无限潜力。

中国“Z世代”群体的主要代际特征

爱国主义与国际视野并存，具备较为理性的中国观、世界观。中国“Z世代”成长在中国发展最迅速、综合实力增长最快的时代。他们的爱国热情、文化自信、民族自豪感和社会责任心文化加强。互联网和相对多的跨国经验让中国“Z世代”对世界的

的诞生，都必然包含文化领域的繁荣。当今世界正经历百年未有之大变局，国际经济政治格局复杂多变，世界进入动荡变革期。各国之间除了军事、科技等硬实力的较量之外，文化软实力的竞争也更加突出。在强国建设、民族复兴的进程中，我们比任何时候都需要重视文化建设，中国共产党是具有高度文化自觉和文化自信的马克思主义政党。早在1942年，毛泽东就在《在延安文艺座谈会上的讲话》中指出，无论高级的或初级的，我们的文学艺术都是为人民大众的，首先是为工农兵的，为工农兵而创作，为工农兵所利用的。邓小平结合改革开放和社会主义现代化建设新时期的需要，强调“不论是为了满足人民精神生活多方面的需要，对于培养社会主义新人，对于提高整个社会的思想、文化、道德水平，文艺工作都负有其他部门所不能代替的重要责任”。当前，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。在持续改善人民物质生活状况的同时，更要注重人民精神境界的提升。因而必须坚持文化建设着眼于人，不断增强人民群众的文化获得感，努力实现促进人的自由全面发展的宏伟目标。

文化建设要落脚于人

文以化人，文化建设要落脚于人。习近平总书记指出：“尊重人才成长规律，完善符合文化领域特点的人才选拔、培养、使用、激励机制，营造识才、重才、爱才的良好政策环境，建设一支规模宏大、结构合理、锐意创新的高水平文化人才队伍。”在这里，“落脚于人”主要体现在三个方面，即承认人民群众是社会历史的主体，突出人民群众是社会精神财富的创造者，强调要尊重人才成长规律。

承认人民群众是社会历史的主体。唯物史观认为，人民群众是社会历史的主体，是推动社会变革的根本动力。是否承认并尊重人民的主体地位，是区分唯物史观和唯心史观的根本标志。马克思、恩格斯对人民主体地位有着清晰的认识，指出“整个所谓世界历史不外是人通过人的劳动而诞生的过程”，“历史不过是追求着自己目的的人的活动而已”。作为马克

现实状况有更为切实的了解和认知。他们能够深入感知中国在全球的地位变化，没有沉重的历史“包袱”，往往以中国的角度更实事求是地看待世界。

创造力与AI共舞，助力更好发挥文化的社会治理功能。中国“Z世代”熟悉并掌握信息技术，拥有更强的网络文化创造力和社会话语主导权。他们对中华优秀传统文化有着深厚的认同感，并赞成应当予以维护、继承和发扬，更对包括非遗、传统节日、国货等在内的中国元素非常热衷。但同时他们也追求观念的变革和创新，AI技术的发展为“Z世代”提供了新的工具 and 平台，他们相信AI能够激发自己的创造力。他们利用AI进行艺术创作、数据分析、游戏开发等，试图将传统文化与现代元素相结合，创造出具有独特魅力的产品和服务，并更期待将其推向国际市场。

“Z世代”在消费上趋于多元与理性，在投资时更加注重社会责任和价值观的契合。“Z世代”的消费多元化体现在对个性化的强烈关注上。比如，近年来盲盒、国潮的兴起，盲盒的随机性满足了“Z世代”追求新鲜感的心理需求，而国潮的流行则彰显了他们对中国传统文化的认同与自豪。与此同时，“Z世代”在消费上也展现出了高度的理性化，他们不再盲目追求品牌，更注重产品的性价比，并且更愿意在国内积累财富，而不是进行全球资产配置。他们在挑选投资方向上，往往优先选择那些符合环保、社会责任和公司治理标准良好的领域。他们不仅关心投资回报，更关心企业的社会影响力。

关注人类发展的共同价值，积极参与全球治理体系改革和建设。中国“Z世代”对国际信息的感知也体现在他们对全球性问题的关注上。他们对气候变化、种族平等、性别平等、社会公正等问题高度关注，有着独特的见解，并希望提出切实可行的办法。在这一点上，中国“Z世代”与海外“Z世代”的政治社会思潮在全球范围内呈现出高度一致性，均普遍认同人类命运共同体理念，认为大国之间应摒弃冷战思维，共同建设一个和平、繁荣、多元化的世界。他们还通过参与国际志愿者项目、国际交流活动以及通过在社交媒体和各种舆论空间中积极发声，支持推动国际合作。

思主义政党，中国共产党的历代领导人也强调人民的历史主体地位。毛泽东指出，“人民，只有人民，才是创造世界历史的动力”；邓小平强调，“党只有紧紧地依靠群众，密切地联系群众，随时听取群众的呼声，了解群众的情绪，代表群众的利益，才能形成强大的力量，顺利地完自己的各项任务”。习近平总书记也多次强调，人民是创造历史的动力，我们共产党人任何时候都不要忘记这个历史唯物主义最基本的道理。

从人民群众的日常生活和伟大实践中汲取创作素材和灵感。人民群众需要文化，文化更需要人民群众。人民群众作为社会历史的主体，不仅是社会物质财富的创造者，也是社会精神财富的创造者。人民群众丰富多彩的物质生产生活实践活动是一切精神财富、精神产品形成和发展的最终源泉。古往今来，一切伟大的文化创造必定是人民群众所认可的，也必定是由人民群众所创造的。马克思、恩格斯在《神圣家族》中对批判哲学家进行批判时指出，“批判的批判什么都没有创造，工人创造一切，甚至就以他们的精神创造来说，也会使得整个批判感到羞愧”。文化创作根源于社会生活，人民群众内蕴着无穷的创作素材和思路。我们党历来尊重人民群众的首创精神，积极主动向人民群众学习，从群众日常生活和伟大实践中汲取创作养分。

从人民群众中组建人才队伍，以进一步推进文化建设。人才是文化建设的第一资源，文化人才是文化领域中发挥重要作用的相关从业者，是文化建设的核心力量。建设一支规模宏大、结构合理、素质优良的创新人才

让“Z世代”成为展示中国之治的重要力量

虽然中国“Z世代”一直传递着正能量，但随着近年来“内卷”“躺平”等话题多次引发群体共鸣，一定程度上也映射出该群体普遍存在的社会焦虑。如今，“Z世代”已经成为媒体数字化转型的直接变革者，其创造力必将成为推动社会发展进步的重要力量。下一步，应有的放矢做好面向中国“Z世代”的主流价值传播，充分发挥其在国家治理中的重要作用，培养国际舆论场的“新意见阶层”。

一方面，紧贴“Z世代”需求，了解他们关心什么。传播者自身需要不断追赶“Z世代”的喜好，才能制作他们喜欢的产品。主旋律、正能量的内容需要用年轻人喜欢的方式进行传播，用他们听得懂的话语来传播。同时，发挥“自塑”优势，根据海外“Z世代”的兴趣点，在垂直领域培育本土化青年“网红”，使其展现同龄人的亲和力，将中国价值与中国主张融入创作之中，用“Z世代”影响“Z世代”，实现传播效果最大化。

另一方面，以中华文化为切入点，运用好数字媒介充分激活“Z世代”主观创造性，支持更多青年投身、创作、传播中华优秀传统文化，厚植文化根基，增强文化自信的源泉。国内“Z世代”与海外“Z世代”沟通有其天然优势。鼓励青年在网络上积极发声，从青年人生活化、人格化的视角提供多元丰富、生动鲜活的信息，最终形成国际青年能够接受、喜爱的主流文化圈层。

最后，“Z世代”自身还应进一步提升媒介素养，理性对话，避免在网络上使用强势的对冲式话语，以更加真诚朴实、平等尊重的姿态，与主流价值观内容同频共振、交融互补，更好服务国家大局。

（作者分别系中国外文局当代中国与世界研究院对外话语创新研究中心副主任，中国外文局当代中国与世界研究院副院长）



队伍，是促进文化繁荣发展、实现文化强国目标的基础和关键。因而，文化建设要依靠人，就需完善文化强国战略的人才支撑。不仅要重视已有人才，还需尊重人才成长规律，做好人才队伍的选拔和任用，不断培养时代新人，为文艺创作领域注入新动力。一方面，要健全人才的选拔任用机制；另一方面，要完善选拔人才的政策环境。既要坚持总体布局、统筹规划，完善人才选拔程序，也要在全社会形成有效识别人才、尊重人才、爱护人才的良好氛围。重视人才选拔与任用，是使人民群众成为文化建设参与者与实践者的重要方式，也是文化建设“依靠人”的重要体现。

总之，始终坚持文化建设着眼于人、落脚于人，就是要秉承文化建设的“依靠人”又“为了人”的基本理念，以文化建设推进文化强国建设。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把文化建设提升到一个新的历史高度，深刻把握中国特色社会主义文化建设的内在规律，坚持以人民为中心的工作导向，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国，不断满足人民日益增长的精神文化需求，为建设物质文明和精神文明协调发展的中国式现代化提供了强大精神动力。说到底，文化是人的文化，人是文化的人，文化源于“人化”，又旨在“化人”，离开人民的文化就如同无本之木、无源之水，只有深深扎根于人民的文化，才能经久不衰，永葆生机活力。

〔作者系中央党校（国家行政学院）马克思主义学院副院长〕

农民工在工农互促、城乡互补中逐步成为产业工人的主力军、乡村振兴的重要力量，解决好农民工问题是城乡融合发展的关键抓手。2024年11月，人社部、国家发展改革委等10部门联合印发《关于进一步加强农民工服务保障工作的意见》，明确了做好农民工服务保障促进城乡融合发展的着力方向。近年来，我国不断优化农民工服务工作，在解决农民工就业、维护农民工劳动保障权益等方面取得显著成效。也要看到，尽管农民工在新型城镇化和乡村全面振兴中的作用更为凸显，但进城农民工相对“边缘化”、农村“空心化”“老龄化”等态势尚未得到根本扭转。为此，推进城乡融合发展，亟须进一步做好农民工服务保障工作。

加强农民工服务保障是城乡融合发展的内在要求。改革开放以来，农民工群体逐步从“进城打工者”发展为“城市建设者”。由此，在持续优化进城农民工服务保障工作的同时，积极为农民工返乡创业提供支持，成为城乡融合发展的必然要求。

一方面，统筹新型城镇化和乡村全面振兴，做好进城农民工服务保障是基础。首先，提升城镇化质量，须积极引导农民工落户城市，更好解决“半城市化”“户籍人口城镇化率滞后”“城市建设与人口规模不匹配”等问题。其次，推动农业适度规模经营，须更好帮助农民工扎根乡村，促进农村承包地退出或延长流转时间。最后，建设宜居宜业和美乡村，须大力支持农民工安居城市，促进农村生产生活用地设施布局优化。

另一方面，推进以城带乡、城乡互促，引导支持农民工返乡创业是关键。首先，推进以县城为重要载体的城镇化建设，须引导促进农民工就地就近市民化，带动技术、资本、管理等要素向县城集聚。其次，推进乡村产业振兴，须服务保障农民工返乡创业兴业，促进农村一二三产业融合发展。最后，推进乡村治理现代化，须鼓励支持农民工返乡回乡后参与治理，为乡村发展注入活力。

新形势下，加强农民工服务保障面临的现实考验。农民工在城乡之间流动既重塑了城乡关系新格局，也使自身诉求日益多样化。正因如此，持续做好农民工服务保障面临不少新的考验。

一是进城农民工落户意愿问题。近年来，我国城镇落户门槛大幅降低，但户籍人口城镇化率仍显著低于常住人口城镇化率。原因在于以下两方面。一方面，进城农民的土地承包权、宅基地使用权、集体收益分配权（以下简称“三权”）维护与退出机制尚不健全，现实中还存在担心落户城市后会失去农村收益的情况。另一方面，城乡基本公共服务均等化不断推进，城镇户口的福利增进效应弱化，进城农民工落户积极性下降。此外，城市高居居住成本、低就业稳定性，以及职业技能欠缺等因素，也会抑制进城农民工落户的意愿和能力。

二是基本公共服务可及性问题。因落户意愿弱化，基本公共服务能否与户籍脱钩、与常住挂钩，直接影响进城农民工服务保障水平。一方面，在一些城市的居住证赋权并不充分，持证人不能普遍享受包括子女教育、本地居民医保、保障性住房申请、社会救助等在内的城市基本公共服务。另一方面，我国市民化成本分担机制尚不健全，“钱随人走”“地随人走”等奖励办法，在实践中对人口净流入城市的激励效果有限，影响地方政府持续推进农民工市民化的积极性和主动性。此外，进城农民工数据信息收集成本高，部门间数据未能充分共享，公共服务线上线下尚难以精准高效对接。

三是城镇综合承载能力问题。进一步加强农民工服务保障，对城镇综合承载能力提出更高要求。一方面，随着超大特大城市出现“大城市病”、中小城市面临“城市收缩”，各类城市普遍存在安全韧性不强、宜居水平不高等问题。另一方面，随着人口流动变化出现新趋势，越来越多的农民工选择到县城就业安家，亟须更好统筹县城居民和农民工生产生活需要，因地制宜补齐县城在产业发展、就业吸纳、公共服务、创业支持、生态保护和市政设施等方面的短板弱项，更好发挥县城连接城市、服务乡村的作用。

加强农民工服务保障促进城乡融合发展的实现机制。城乡融合发展的实质是人的双向流动与全面发展。促进城乡融合发展，应与时俱进健全农民工服务保障机制，更好满足农民工日益增长的美好生活需要。

首先，坚持人民城市人民建、人民城市为人民，完善农民工外出就业

如何进一步加强农民工服务保障

□ 董博文

融入城市服务保障机制。探索推进以人为本的新型城镇化，需要基于常住人口提供基本公共服务。一方面，健全常住地提供基本公共服务制度。除个别超大城市外，探索推行以经常居住地登记户口制度，让有意愿有能力落户的农民工应落尽落。与此同时，依托社区提升居住证办理便利性，推进居住证与身份证功能衔接，稳步实现基本公共服务由常住地供给、覆盖全部常住人口，让暂时没有意愿和能力落户的农民工同等享受基本公共服务。另一方面，逐步建立同常住人口变化相协调的基本公共服务供给机制。将农民工民生需求保障纳入城市发展规划和要素设施布局，动态调配基本公共服务资源，通过普惠型与特惠型福利投入相结合，更好保障进城农民工的就业服务、技能提升、子女教育、劳动保障和住房保障等权益。

其次，顺应人口流动变化趋势，健全农民工就地就近就业服务保障机制。统筹推进以县城为基本单元的城乡融合发展和以县城为重要载体的城镇化建设，服务保障农民工就近在县城安居兴业是重中之重。一方面，大力发展县城经济，依据产业梯度布局提升县城产业发展能级，通过发展“一县一策”主导产业、集聚发展农村二三产业、发展吸纳农民工就业能力强的产业、打造返乡入乡创业园、开发创业保险产品、设立就业服务驿站和优化营商环境等多种方式，有力吸纳农民工就地就近就业创业。另一方面，在引导大中小城市和小城镇协调发展基础上，通过宜居县城建设、安全韧性提升、绿色智慧技术赋能，全面提升县城生活品质和治理效能，进而带动城镇人才资源、基础设施和公共服务向乡村延伸，促进县乡村功能衔接互补。

最后，加强统筹协调，优化农民工服务保障协同激励机制。一方面，健全农民工综合信息系统，依托大数据技术，持续开展监测调查和农民工市民化调查，探索以此作为中央和省级财政对吸纳农业转移人口较多城市进行奖补的重要依据。同时，建立新增城镇建设用地指标配置同常住人口增加协调机制。另一方面，在依法维护进城落户农民“三权”前提下，探索建立“三权”退出资金周转池、退出土地收储整理制度以及政策性银行金融支持等配套政策，有力保障农民工通过“三权”自愿有偿退出，更好实现市民化。

