

研究論文

現代性「夾縫」中文化邊緣群體的適應性 展演策略——基於抖音黑人網紅的多案 例解讀

關博韜^a

^a 清華大學新聞與傳播學院，北京市，中國大陸

摘要

現代性在流動與秩序的雙重狀況下的搖擺，令人們處於變革與風險激烈碰撞下的「夾縫」之中。作為流動資本代表的平台商業流量，以及作為文化秩序象徵的平台價值規範，持續滲透至圍繞數字媒體所展開的社會關係網絡。在此背景下，文化邊緣群體若想獲得現實意義上的成功，必須發展出符合社會期望的展演策略。本研究以抖音黑人網紅為研究對象，通過目的性抽樣選取十位典型商業化成功案例，考察文化邊緣群體如何制定展演策略來適應「夾縫」中的現實境況，並分析其展演結果與現代性的本質要求之間的偏離情況。研究結果顯示，文化同化成為抖音黑人網紅跨文化適應的最終走向。他們把文化身份與

關博韜，清華大學新聞與傳播學院博士研究生。研究興趣：傳媒產業、數字經濟。電郵：guanbotao202009@163.com

論文投稿日期：2024年10月11日。論文接受日期：2025年4月29日。

文化符號成功轉化為具有商業價值的品牌資產，借助生活場景與文化敘事，以工具化形式呈現價值理性。這一過程彰顯了全球化語境下，邊緣群體在文化認同建構中所採用的混合性策略。

關鍵詞：現代性、文化適應、展演性、文化邊緣群體

Research Article

Culturally Marginal Groups' Acculturation Performative Strategies Squeezed in Modernity: A Case Study of Douyin Black Internet Celebrities

Botao GUAN^a

^a School of Journalism and Communication, Tsinghua University, Beijing, Mainland China

Abstract

Under the dual conditions of flow and order, the swing of modernity squeezes people between change and risk. The floating capital represented by platform business resources, and the cultural order, represented by platform value norms, both permeate the social relationship network surrounding digital media. Therefore, if culturally marginal groups want to succeed, they must carry out performative strategies that meet social expectations. This paper regarded Douyin Black Internet celebrities as the research object and selected ten typical commercially successful cases through purposive sampling. How the cultural marginal groups develop performative strategies to adapt to the squeeze reality and how the results of their performativity deviate from the nature of modernity were investigated. The research results show that cultural assimilation has become the ultimate trend of cross-cultural adaptation for Douyin Black Internet celebrities. They have successfully transformed their cultural identities

Botao GUAN (Ph.D. Student). School of Journalism and Communication, Tsinghua University. Research interests: media industry, digital economy. Email: guanbotao202009@163.com

Article History: Received on 11 October 2024. Accepted on 29 April 2025.

and symbols into brand assets with commercial value and presented value rationality in an instrumental form through life scenarios and cultural narratives. This process highlights the mixed strategies adopted by marginalized groups in the construction of their cultural identities in the context of globalization.

Keywords: modernity, acculturation, performativity, cultural marginal groups

問題的提出

跨文化交流與內容生產

根據皮尤研究中心(Pew Research Center) 2021年發表的研究報告，美國公眾對華印象中，中國悠久的歷史和文化很少被提及，相反，他們對中國的主要認知在於中國政府的政策制定與國際行為，以及中國經濟的發展態勢。¹雖然跨文化教育、跨文化適應、移民和文化認同等國際傳播議題受到學界廣泛關注(史興松等，2019)，但是中國崛起視角下的學術研究更傾向於探討政治與經濟領域，外國人群體對中國文化的參與式感受，以及長期居住於中國的外國人群體對中國文化環境的適應性體驗幾乎無人言說。

實際上，外國人群體在某些情況下享受政治優待，這與其特殊的身份背景有關。以國際學生流動為例，近年來，來華留學逐漸成為世界各國學生的熱門選擇，他們前來中國學習漢語、中國傳統文化，以及中國經濟發展經驗，而這一現象的形成，離不開中國政府在制度與政策層面的支持。²在中國留學政策的引導下，留學生各種獎勵機制不斷完善，在華留學經濟成本持續降低；不僅如此，中國高校在生活方面給予留學生優越的條件，在學術交流和工作實習方面提供專人幫助等支持手段，以致於被網友戲稱中國政府提供給留學生「超國民待遇」。³

隨著來華外國人的增多，他們在文化交流與適應的過程中，對中國文化的理解逐漸加深，並熱衷於參與中國的文化活動和從事傳媒工作。孔子學院的成功開辦為外國人提供了學習中文、了解中國傳統文化與歷史、參與各類文化交流活動的專業化服務。中央電視台播出的《漢語橋》中文比賽，旨在弘揚中國文化，增進世界各國人民對中國的認知和了解，從而推動文化領域的交流與合作。《非正式會談》作為當下深受年輕人喜愛的文化訪談節目，由湖北衛視與視頻社區平台哔哩哔哩(Bilibili)攜手打造，每期節目都會邀請外國代表，圍繞與年輕人緊密相關的現實問題展開討論。節目秉持「求同存異」的宗旨，持續分享從全球化、多元化視角出發，新奇有趣地看待中國社會問題的觀點與角度。比如在6.5季首期節目中，聚焦職場問題，外國代表們各抒己

見。顧思達稱「在挪威下班就該走」，竹內亮則提到「日本有上級不走，下屬就不能走的風氣」，楊迪更是直言「曾經實習一天就跑了」。各國嘉賓的觀點相互碰撞，激發觀眾對職場問題的深度思考（景義新、韓雨坤，2020）。

當外國群體通過媒體平台進行文化展演時，其創作實踐已不僅是簡單的跨文化交流，而成為現代化進程中文化適應的微觀樣本。當傳統社會向現代轉型時，風險社會的特徵與文化認同的重構需求會形成持續張力。對於在華外國網紅而言，這種張力具體表現為流量經濟下的資本流動與文化規範下的穩定秩序之間的博弈。文化適應被看作是對異質文化價值體系的主動調適，而價值守護則是在現代化進程中保持文化主體性的必然行為。當外國網紅在數字平台進行內容生產時，這兩種訴求在流量邏輯下形成特殊的互動關係，既需要通過文化適應獲取商業成功，又必須通過價值守護維持文化尊嚴。

現代化進程與價值守護

I. 現代化進程中的「夾縫」狀況

現代化(modernization)是描述人類社會從傳統向現代轉型的總體性概念，而現代性(modernity)更多用於對現代化進程的評價（趙義良，2023）。現代化浪潮下產業變革也伴隨著社會風險，人們被置於變革與風險碰撞的現代性「夾縫」之中(squeezed in modernity)，既需依託變革創造機遇，又需適應風險維持生存。《夾縫生存：不堪重負的中產家庭》(*Squeezed: Why Our Families Can't Afford America*)一書將「夾縫」描述為普通人破碎的美國夢，美國中產階級看似能夠在這片充滿機遇的熱土上獲得財富與尊重，但是金融危機風險下經濟的不平等最終引發文化資本的不平等，即使工作上獲得成功也並不等於美好的人生(Quart, 2018)。同樣地，「一帶一路」的時代機遇背景下，深膚色外國人的中國居住權問題也在互聯網上引發討論，中非混血形象引發「中國人」的身份焦慮，平台上「反黑」觀點層出不窮，其中「性侵犯」、「傳染病」等種族隱喻暗含種族歧視和民族中心主義的價值傾向。⁴

作為傳播媒介的數字平台，已然將文化適應群體的生存利益問題與生活意義問題緊密聯繫在一起（趙月枝，2019）。本文認為，數字媒體上的「夾縫」狀況意味著，平台不僅匯聚利益轉化的商業流量，也存在維護秩序的文化規範，流動的資本創造了傳媒產業變革與個體的成功機會，而違背平台與群體間的文化秩序會面臨風險，變革與風險的碰撞衝突將深刻影響內容的生產流通與個體的價值守護。例如，對於從其他行業跨越到直播帶貨的主播來說，粉絲期待、平台規範、職業身份、工作感受以及僱主關係等方面的矛盾與糾結會帶給他們「擰巴」的感受，有些主播會直言「非常抗拒賣東西」、「到今天都不享受這個工作」，這體現了他們在追求名利的同時，對自我認同和價值觀的堅守與反思。⁵

II. 文化價值守護與商業可持續性

文化價值不僅體現在文化產品的使用價值上，還體現在民族文化所蘊含的價值系統中，同時也與人的全面發展密切相關，而現代化的「陷阱」將引發文化價值層面的衝突、困惑和危機（孫美堂，2005）。

短視頻平台與其說是內容創作工具，不如說是將粉絲注意變為經濟利益的商業仲介。據悉，千萬級網紅的單條廣告報價為10萬元人民幣，每個月平均做兩條推廣的話，該帳號年收入就可以超過200萬人民幣。⁶而平台的文化規範也十分嚴苛，比如有評論指出，「小粉紅」的愛國主義情感已近乎「政治正確」，呈現出不容置疑、絕對化的特點，典型如「挖墳」行為，即通過社交媒體揪出人物過往涉及國家的不當言論並加以舉報、抨擊。

在社交媒體上的跨文化交流中，有些外國人群體抓住了流量經濟的商機，但由於面臨著「夾縫」的境況，他們對中國文化的適應和對文化價值的守護卻失敗了，這將導致其商業化成功不具備可持續性。具體來看，為了獲取高昂收入回報，許多外國人網紅深諳「流量密碼」，機械化地、盲目地稱讚中國文化，例如將宣傳華為等中國國產消費電子產品作為視頻選題的標配。這種功利化的行為會給文化交流與適應造成嚴重阻礙。當外國人網紅對中國傳統文化產生不認同時，也會引發網友們的激烈聲討，進而產生文化與商業雙重層面的失敗，即商業

化道理變得不可持續。舉例來看，韓國吃播博主 Hamzy 通過獲取視頻關注度，將流量轉化為中國食品電商的客源，從而獲取大量收益，但由於在泡菜的歷史根源問題上其立場搖擺不定，最終被韓國和中國網友共同抵制。

綜上，數字化時代的文化適應，既面臨著全球化帶來的流動機遇，也承受著本土化引發的秩序壓力，形成獨特的「夾縫」生存狀態，這種「夾縫」狀態本質上是現代性矛盾的集中顯現，即數字文化適應問題牽扯平台化、資本化、用戶需求、文化價值和民族身份等要素，其複雜性所對應的全新的理論路徑與解決方案，需要我們不斷深挖和探索。

文獻回顧

文化適應的經典理論

I. 概念解讀

1936年人類學家 Robert Redfield 等人 (1936) 在《文化適應研究備忘錄》這一研究報告中，首次系統地闡述了文化適應的定義，他們強調文化適應的個體性，認為文化適應是兩種不同文化群體在接觸和交往過後，所產生的兩種文化模式的變化，即文化適應所帶來的影響應該是雙向的。然而，就實際情況來看，弱勢群體的文化模式在文化適應中更容易被改變，而強勢群體傾向於整合不同文化群體的文化元素，並仍然在其整合後的文化模式中佔據核心地位。

關於跨文化適應的概念解讀，學界一共形成兩種思路。文化適應 (Cultural Adaptation) 指的是個體在遷移至其他文化環境時，基於對兩種文化的認知、理解與情感依附，所做出的有意識的並帶有傾向性的行為改變。這一概念解讀更關注個體為了適應新的文化環境所採納的策略性行為。文化涵化 (Acculturation) 更強調個體轉移至異質文化的生活環境後，在再社會化過程中所需要完成的文化適應。因此，不同於前者所看重的基於個體獨立性的行為調整與行為選擇，文化涵化旨在描述個體融入文化與社會體系的整體過程。本文對跨文化適應、文化適應和文化涵化這三類概念不作過多區分。

II. 理論闡釋

跨文化適應是一個複雜過程，受內、外部諸多因素所影響，這些因素共同促使個體形成針對性的展演策略。文化距離指的是因文化共同點較少而產生的距離感和陌生感。相較於在西方國家留學，中國留學生在日本和韓國感受到的文化衝擊通常較小；因此，在西方國家留學的中國學生，往往需要採取更複雜的展演策略，來融入當地文化 (Babiker et al., 1980)。此外，社會支持網絡是影響文化適應過程與結果的重要因素。當溝通與交流的不順暢時，個體容易產生孤獨感、無助感和負罪感等負面情緒 (李文鈺, 2022)，因此有效的文化適應展演首先要求個體具備良好的語言能力 (Tanaka et al., 1994)。民族中心主義和民族優越感是普遍存在的心理傾向，個體在展演過程中，可能通過抬高自身文化、貶損他者文化的方式來調整其文化位置 (王麗娟, 2011)，例如，抖音黑人網紅伊博在 2019 年發佈短視頻，講述「自己從一位中國土豪手裏搶走女朋友」的故事，被網友認為有辱華嫌疑。另外，刻板印象、歧視與偏見對個體文化環境適應產生很強的負面影響，將直接降低個體在異質文化環境中的幸福感 (陳慧等, 2003)。

Ward 等人 (2020) 認為，文化適應可以分為心理適應和社會適應兩個維度，其中前者屬於高層次適應，後者則偏向低層次適應。隨著數字化的發展，個體獲得了新型的社會交往方式和展演平台，從而對心理與社會層面的文化適應產生影響 (Ward & Kennedy, 1992)。Black 等人 (1991) 進一步將文化適應分為三個維度，分別是一般性適應、工作性適應和交往性適應。其中，一般性適應指個體在日常生活中對衣食住行的調適，工作性適應涉及工作任務、角色與工作環境的適應，而交往性適應則關注交往情境中個體所感知的舒適度與熟練程度。數字化媒體促使三種維度的文化適應交織，因為個體很難在數字平台進行內容展演和交流互動中，將日常生活與數字勞動分割開來 (Scholz, 2012)。Gordon (2015) 的「文化同化模型」中總結了七種文化適應的類型，分別是文化行為、社會結構、文化身份、聯姻、態度接受、行為接受以及公民層面的同化。文化適應中社會整合的最終形式為公民性的融入，即能夠融入主流文化的社會身份體系和社會價值體系當中。

研究文化適應展演性的學者也提出了相應的理論模型。Berry 等人 (2002) 的雙維度模型利用個體對原先所處的文化群體和新接觸的文化群體的態度來區分文化適應展演策略，他提煉出「保持傳統文化身份」和「同其他文化群體交流」兩個維度，提出「整合」、「同化」、「分離」和「邊緣化」四種文化適應展演策略。有進一步研究指出，個體傾向於公共領域中傾向採取同化策略，並在語言溝通層面進行整合，從而獲得在新文化環境下的社會地位與發展機會；然而，在家庭等私人領域中，個體則更傾向於採取分離策略，以保持原有的文化傳統 (Arends-Tóth & Vijver, 2003)。Ward 等人 (2020) 對文化適應過程進行了全局式的總結，除了關注個體層面，即不同特徵的個體所採取的不同文化適應策略，也囊括了出身社會與客居社會的差異化影響，以及壓力環境下的展演行為與文化認知的轉變。

數字文化適應展演

I. 數字平台的影響

展演 (performance) 是通過日常生活的社會建構來達成自我身份認同的過程 (Butler, 2025)，其行為是基於社會關係與社會期望的文化實踐 (Ball, 2004)。個體尤其是生產媒體內容的文化邊緣群體，需要在利益追求與文化適應之間維繫平衡並作出抉擇，這種複雜考量會導致文化內容的創作必須採取展演性 (performativity) 策略來滿足與「夾縫」中的社會關係所匹配的特定的社會期望 (Waskul & Vannini, 2016)。⁷ 在數字化時代，社會邊緣群體需要在以平台商業流量為代表的流動資本，以及以平台價值規範為代表的文化秩序所形成的雙重壓力下，制定相應的文化適應策略。

新興資訊技術的發展逐漸推動文化適應展演向數字平台轉移。關於這種數字化行為的特徵，首先，數字媒體為人們溝通交流、交換資訊和分享知識提供了文化情境，促進了個體適應性的提升和文化理解的深入，在不斷彌合數字鴻溝和優化資訊素養的過程中達到文化適應的最終結果 (Maafs-Rodríguez et al., 2022)。不過，有研究指出，作為

數字文化適應和數字化展演主要工具的社交媒體，其包含的文化、知識和技能的教育資源並不充分 (Antsiferova et al., 2020)，因此可能會對數字用戶的文化適應展演策略產生相應的負面影響。

其次，數字文化適應涉及多方主體，其中在數字化社交網絡中進行資訊消費的用戶處於被賦權的地位 (Dey et al., 2020)，這突破了原有的主流、異國文化的權力界限，令內容創作者在制定文化適應展演策略時必須要關注用戶的核心需求。從具體的展演策略和方法來看，有學者發現，個體可以利用社交媒體的靈活性達成展演策略的「軟化」，並在展演過程中塑造並推廣一種針對所服務用戶的「積極原型」，來達成數字文化適應的目的 (Adams & Johnson, 2020)。

II. 網紅作為文化適應主體

既有的數字文化適應研究將網紅作為展演主體，探討其在內容製作與商業運營過程中的適應策略。「成為」一名合格的網紅，自然需要將展演行為融入對社交媒體文化環境的適應和受眾的數字交往需求當中 (García-Rapp & Roc-Cuberes, 2017)。研究發現，在網紅的內容創作展演中，題材的社會角度和藝術語言的運用要具有特定風格，且這種個人風格要容易識別且帶有持續性 (Weninger & Li, 2023)。網紅需要採取連續記錄式的日常生活內容展演，為受眾帶來寒暄式的數字交往感受，達成用戶連續追蹤並主動連接至網紅所塑造的社交網絡中 (Jerslev & Mortensen, 2016)。

然而，無論網紅如何通過風格化運營打造個人品牌，社交媒體文化環境中，其展演都必須保持真實性；展示真實的自我，始終是受眾與網紅之間數字化互動的核心需求。當真實性的展演被極端化後，「普通人利用社交媒體成名」成為了網紅身份背景中的固有標籤，模糊了普通人和網紅之間的界限，預示著網紅掌控自我展演的獨立性 (Tse et al., 2018)，連接著網紅「接地氣」這一真實性的表徵 (García-Rapp & Roc-Cuberes, 2017)。但這種固化的、約定俗成的對網紅獲取成功的標準想法，也對網紅帶來自我身份展演上的限制 (Dunn & Falkof, 2021)，意味著數字文化適應展演對用戶需求的極端滿足。

表一 文化適應的理論發展脈絡

	文化適應的影響方向：雙向、單向
文化適應的概念分歧	文化適應的影響程度：(1) 影響程度低：文化適應是基於個體獨立性的行為調整與行為選擇；(2) 影響程度高：文化適應是融入文化與社會體系的再社會化過程
文化適應的影響因素	(1) 文化距離、(2) 社會支持網絡、(3) 語言交流、(4) 民族中心主義、(5) 刻板印象、歧視與偏見
文化適應的類型	(1) 社會適應(低維適應)：人們面對社會生存環境迅速發生的變化；(2) 心理適應(高維適應)：通過自我調節來達到適應環境變化和滿足自身發展需求之間的平衡狀態 (Ward & Kennedy, 1992)
	(1) 一般性適應：生活中的衣食住行；(2) 工作性適應：工作任務、工作角色、工作環境等；(3) 交往性適應：交往感受中的舒適度與熟練度 (Black et al., 1991)
	(1) 文化行為同化：學習和接受主流文化特徵；(2) 結構性同化：與主流文化建立社會關係；(3) 文化身份同化：強調對主流文化和群體的歸屬感；(4) 聯姻同化：與主流文化成員結婚；(5) 態度接受同化：對主流文化不抱有偏見；(6) 行為接受同化：對主流文化不抱有歧視；(7) 公民性同化：放棄對文化權力的鬥爭 (Gordon, 2015)
文化適應的策略	(1) 「整合」/多元文化：既保持原有的文化認同，又注重文化交流；(2) 「同化」/熔爐：不保持原有的文化認同，注重文化交流；(3) 「分離」/種族隔離：重視傳統文化，避免文化交流；(4) 「邊緣化」/排斥：不保持原有的文化認同，又不被其他文化群體接受 (Berry, 2002)
	文化休克的壓力下文化適應的心理過程分析 (Ward et al. 2020)
數位化時代的文化適應	數字平台的影響：(1) 數字鴻溝下資訊素養缺失，對文化適應產生負面影響；(2) 用戶被賦權下文化適應的影響方向必須滿足用戶需求
	網紅作為文化適應主體：(1) 開展寒暄式、風格化的品牌策略(文化適應的影響程度較低)；(2) 必須迎合「接地氣」的文化規範(文化適應的影響方向是單向的)

分析框架：現代性視域下的「夾縫」理論

「夾縫」境況是如何產生的

I. 觀點搖擺

現代性理論對文化的論述存在「秩序」與「流動」兩種立場。經典馬克思主義理論家秉持文化政治觀，嘗試尋求群體文化和共同文化的總體方案，呼籲藝術創作對社會現實的描摹 (Williams, 1983)。但正如 Bauman (1998, p. 15) 在《作為實踐的文化》(Culture As Praxis) 中的闡

述：「一種話語將文化觀念作為自由馳騁的精神活動，以及創造、發明、自我批評和自我超越的場所；另一種話語將文化假定為一種例行化和連續性的工具，即一種社會秩序的婢女。」此番論述中我們能夠感知其對文化秩序的極度批判。不同於福柯 (Michel Foucault) 的「全景監獄」聚焦於秩序如何滲透於結構與空間，「造園抱負」概念的提出和對「大屠殺」的深刻闡釋揭示了對權力進行病態追逐下的慘烈後果 (漆思、孔妍，2017；Bauman, 2013a)。

Baudelaire (2018) 的觀點認為，現代性就是過渡、短暫與偶然。時間上的暫時性與空間上的碎片化能夠解構文化資本所帶來的區隔與圈層。人們對時空維度的忽視將文化生產轉移至當地屬性與臨場屬性的媒介事件的塑造 (Harvey, 2020)。然而，在文化場域之間的游離所帶來的流動性，也在 Bauman (1990) 筆下被詬病。「混亂、偶然、矛盾性」的液態社會 (liquid modernity) 中充斥著消費主義的淺薄文化，致使飄忽不定的群體聯結消解了權威所擔負的重大責任，也導致個體對危機的感受逐漸加深 (Bauman, 2013b)。「人為的沒有深度」(Jameson, 2016) 讓文化的嚴肅屬性難以延續，促使信仰體系與價值體系的大規模崩潰。

II. 現實動因

基於現象的觀察可以發現，「秩序」與「流動」的碰撞所產生的「夾縫」現狀，不僅來自於二者間難以避免的衝突，也產生於二者自身運作機制下難以解決的矛盾。

從「秩序」與「流動」的現實衝突 (二者間矛盾) 來看，推崇全球化的政治理論家試圖在福利國家與自由市場的對立之間找到一條新的出路，並將其作為整體性、模範化的制度解決方案，卻難以避免政治流動性下諸如氣候風險、疾病風險等複雜難題的束手無策 (Giddens, 2013)。又比如，現代主義的城市規劃者，通過一種政策閉環的形式來控制作為整體的城市 (Morana & Seuring, 2011; van Hest et al., 2014)，卻不得不面臨商品貿易與資本運作下的溢出效應 (Lee & Wang, 2022; Xia et al., 2020) 對政策穩定性的巨大挑戰。

從「秩序」與「流動」各自的現實表徵即二者自身運作機制來看，共同體意識的建構與文化符號的樹立本身就與鏡中我、個體性與自我身

份認同相矛盾，對二者的調節需要依靠神話修辭術塑造共同體意識（謝冰雪等，2023）。而文化自由精神所帶來也不一定是文化超越，已有研究指出，數字平台上高度流動性的文化社群雖然異常活躍，其交流與共鳴卻鮮少達到有質量的層次，群體性孤獨下情感疏離的狀況越加顯現（甘露、關博韜，2022）。

「（在這一廣泛的去工業化的歷史過程中）更加具有流動性、全球化、資訊為基礎的新經濟的開始階段」（Soja, 2014, p. 17）預示著制度化與碎片化雙重包裹下的「夾縫」社會形態的層疊演進，這既帶來了創新（Kumar, 2009）與變革（Martinelli, 2005），也造成了無法逃避的風險。而究其本質，「夾縫」中的社會變遷來自於全球化、數字化、資訊化帶來的發展機遇，而風險來源於後福特主義的輕資產模式和柔性生產⁸等所形成的靈巧的經濟關係，來源於虛實結合和行為模擬的資訊技術演進路徑。

「夾縫」境況下的社會風險

至於是風險數量變多，還是僅僅是人們對風險的感知變強（雷雲飛、鄭聰慧，2023），似乎並不重要。唯一重要的是「缺乏道德、原則以及真實感受」的公共空間彌散著對社會問題的「麻木不仁」（Harvey, 2004）。處在社會與文化邊緣的少數群體似乎除了貢獻出多元化的人類生態結構外沒有其他的價值與作用，並被認為是複雜社會矛盾的始作俑者。從風險的具體描述來看《後大都市》（*The Postmetropolis*）、《後現代狀況》（*The Postmodern Condition*）與《我的洛杉磯》（*My Los Angeles*）等關於現代性理論的著作均著重強調了基於性別、空間、文化與身份等價值偏好下的文化淺薄與群體極化（強乃社，2014）。

I. 群體極化

文化也是空間道德的呈現（Park, 1915），而空間存在於媒介、消費、分層所編織的社會關係網絡當中（強乃社，2014）。正如情景主義者所提出的心理地理學那樣，「巴黎每個區各有其『模式』，能夠顯露出

你是誰，你的工作，你的身家背景以及你所追求的目標」(Harvey, 2020, p. 253–242)，這背後便是文化秩序下的整齊劃一的要求以及人們對空間道德的固化判斷。

從組織動力學的角度來看，群體極化受到個人特質與個體在社會網絡中位置的影響，而這種影響又受到網絡結構的調節。由於互聯網時代資訊流通與用戶互動服從高度的冪律分佈，高度活躍的人物相對於非活躍群體佔比較少，「意見領袖」和「沉默的螺旋」等現象在數字平台會變得更為明顯(虞鑫、許弘智，2019)。數字時代的群體極化在西方社交網絡上更多地表現為種族民粹主義和情感政治的崛起(全燕，2018)；而中國網民更容易高估他人與自己持有相同觀點的可能性，在國內爭議性話題中更多地表現出中庸的態度，在外交話題上是一邊倒地「強烈同意」政府的立場(馬得勇、黃敏璿，2023)。

II. 文化淺薄

文化滿足自身需求的功能屬性固然重要，但這也會導致文化決定認知(Matsumoto, 1992)，導致人們輕而易舉地被自己所創造的文化束縛住，導致自我投射式的媒介策略、興趣為主導的鬆散連接、權威的坍塌與信任體系的崩潰，導致流動的文化互動與淺薄的文化氛圍。

美國科技作家Carr (2020)承接「媒介即訊息」的經典論述，提出互聯網淺薄症(Internet Shallows)這一觀點，認為數字媒體會使人類大腦的思維方式趨於淺薄。從文化淺薄的具體表現來看，泛娛樂化的背後是極端的物質欲望和消費主義，內容生產者遵循流量邏輯過度追求數據指標，受眾心理上避免深度思考尋求輕鬆和快感，不斷消解文化的深度和厚度。⁹文化虛無主義是以輕視、懷疑乃至否定的態度對待民族文化價值，導致文化自卑感越來越強，文化認同的缺失和文化信仰的坍塌讓人們的精神世界日益空虛、生活幸福感不斷喪失。¹⁰

現代性的本質要求

文化首先是自我意識的呈現，而自我意識來自於文化建構主體對總體性社會事實的認知與體驗(周來順、高岩，2023)。文化需在社會

關係的框架中被闡釋，需要能夠突顯諸多的社會事實與道德標準，而社會網絡鬆散與道德判斷固化使得現代性成果的本質要求，「理性化」和「價值重估」，在文化適應層面變得難以達成。「秩序」與「流動」間的碰撞將導致亞文化群體政治重構訴求下的群體極化與文化淺薄。顯然，這與「理性化」和「價值重估」（郭毅，2023）等現代性成果的本質要求差異懸殊。

I. 理性化

「理性化」既關乎人對自然的支配性工具關係，也關乎人的生命本能解放中的主觀能動性。真正的理性需要建立一種更寬泛的人與物質世界之間的倫理、審美與藝術聯繫，即馬克思筆下的「自然主義和人道主義的統一」（張彭松，2005）。例如，特大城市疫情治理過程中必須關注價值理性與工具理性之間的有機結合，並且價值理性應該高於工具理性，通過精準防控與柔性管理兼顧人民的生命健康與經濟社會發展。¹¹對於個體而言，「理性化」體現在「麵包」與「理想」之間的抉擇，當本能強大到無法抑制之時，個體通常會將本能與慾望轉化至文化藝術等更為崇高的領域來進行釋放（Freud, 2012）。

II. 價值重構

中國式現代化是對世界現代化路徑的價值重塑（郭根山、艾磊，2023）。從文化發展的角度來看，改革開放和社會主義市場經濟體制的建立下，價值重構成為當代中國面臨的重大現實問題，涉及到精神文明與物質文明、西方文明與東方文明、傳統文化與現代文化、文化多樣性與文化自覺之間的協調統一（吳育林，2014）。文化價值的重構著眼於通過文化符號提升產業鏈價值鏈，著眼於轉型社會中如何達成理念與價值觀的共識，注重優秀文化的傳播、傳承與保護，以及話語表達的革新和生命價值的升維（曾一果、梁思璿，2024）。

表二 理論基礎和分析框架

現代性的理論搖擺			流動	秩序
理論基礎	「夾縫」產生的動因	經濟基礎	靈巧的商業模式、新興技術的演進路徑	
		二者衝突	「市場經濟」與「福利國家」均難以解決複雜問題 資本流通下的溢出效應阻礙政策閉環的治理效果	
		內在矛盾	自由精神與情感疏離的矛盾	文化符號與鏡像自我的矛盾
	「夾縫」中的文化與社會關係	文化機制	文化滿足自身需求、導致流動的文化互動	文化是空間道德的呈現、導致文化模式固定
		社會關係呈現	「弱連接」下的社會網絡	

分析框架	「夾縫」中的總體社會狀態	社會風險	文化淺薄：泛娛樂化、虛無主義	群體極化：民粹主義、情感政治	
		社會變遷	創新與變革		
	數字文化適應展演				
	現代性的本質要求	文化機制	文化是自我意識的呈現，自我意識來自於文化建構主體對總體性社會事實的認知與體驗		
		實現標準	理性化：價值與工具理性融合 & 前者佔據主導 價值重構：文化價值鏈提升 & 觀念共識達成		

研究設計

研究問題

本文旨在探究，面對現代性「夾縫」的現實境況，(1) 商業化成功具有可持續性的文化邊緣群體，會在數字平台上採取怎樣的適應性展演策略，從而應對社會風險和滿足社會期望，以及(2) 從跨文化交流與適應的角度來看，他們是否也獲得了成功，如果未獲得成功，其文化展演結果與現代性的本質要求，「理性化」和「價值重估」，有著怎樣的偏離？

研究方法

I. 多案例研究的適用性

案例分析法更適用於探索性和描述性研究，能夠更好地分析機制與過程，有助於把握研究對象的複雜性、整體性和系統性。文化適應

既是一種社會化過程也是一種結構和系統，符合案例分析法的適用特點。文化適應中的衝突感受是一種「推—拉」的過程，通過重組自我增加對現實壓力的整體適應性，達成一種微妙的心理成長。文化適應的結構模型是將文化適應水準劃分為五個層面，分別是個人傳播、社會傳播、環境、傾向性和跨文化轉變（Kim, 2008）。複雜適應系統（Complex Adaptive System）理論認為系統內主體間及主體與環境間通過「要素流」產生聯繫和互動，在文化適應的過程中實現文化系統新層次的演化與湧現（Buckley, 2017）。

採用多案例研究方法的原因在於，它能夠更好地考察案例在不同情境下所展現的共性與差異。本文將「夾縫」中的總體社會狀態界定為三個情境，分別是「創新變革」、「群體極化」和「文化淺薄」，文化邊緣群體在各個情境當中的適應性展演策略也會存在共通點與獨到之處。

II. 案例選取的依據

關於「夾縫」境況下文化邊緣群體的典型代表，採用目的性抽樣的方法，保證案例在風險與變遷兩個層面均有典型性。

社會風險維度上，文化邊緣群體指的是，在多元文化社會中，過度與僵硬的歧視、敵視與無視所產生並強化的少數族、外部者與邊緣人（虞嘉琦，2019）。已有研究發現，自清末西方入侵到中國再崛起，中國社會的現代化進程分別經歷了「西方或白人至上主義」、「社會達爾文主義」與「中國優越」等觀念。在該過程中，中國人重建了他們與兩個不同他者的關係：白人與西方世界既是榜樣又是敵人，黑人與全球南方是物質力量匱乏下悲慘命運的現實寫照。中國人對後者的種族主義是過度而嚴苛的自我評判的外在投射（Zhang, 2024）。因此，黑人在中國更容易面臨敵視所引發的不平等待遇與無視所引發的文化斷連等風險。

需要注意的是，根據中國的文化語境，黑人一般指代非洲人，而不是非裔西方人和黑人混血的中國人；講阿拉伯語、膚色較淺的北非人通常被認為是白人或阿拉伯人；關於拉丁美洲地區膚色較深的人群，對其人種的定義比較模糊（Lan, 2016）。

社會變遷維度上，要求抽取的案例抓住了流量經濟下商業模式創新的機遇，即在商業化運營上滿足專業層面的成功標準，並且在互聯網平台上「出圈」，有著較為積極的社會評價。諮詢了字節跳動和騰訊等流量平台公司的在職資深媒體專員，結合短視頻與直播行業的業界標準，將抖音平台十萬至五百萬粉絲作為腰部網紅的標準，五百萬粉絲以上被認為頭部網紅，粉絲數低於十萬為尾部網紅。¹²

綜上，將研究對象設定為在抖音平台創作短視頻並進行商業化運作的頭部與腰部黑人網紅。案例抽取時，參考了互聯網經濟與文化等話題具有專業水準的自媒體對抖音黑人網紅的統計與排名。¹³在剔除內容風格高度相似的樣本後得到9個非洲黑人案例和1個拉丁美洲黑人案例，總共為10個案例，案例數量符合研究方法的規範(Eisenhardt, 1989)。

表三 抽取的研究案例¹⁴

基本資訊				風險 典型性	商業化 典型性		
編號	帳號	性別	內容 類別	國家	粉絲數 (萬)	多頻道 網路 (MCN)	社會評價
A	Rose	女	生活	烏干達	1,420.7	有	「非洲李子柒」
B	老馬	男	搞笑	安哥拉	1,281.9	有	「一帶一路」中母國資助留學生
C	伊博	男	搞笑	索馬里	1,234	有	「東北話十級」
D	嘿人李達	男	音樂	加納	694.9	有	2019年《中國新說唱》20強
E	tesso 龍哥	男	搞笑	赤道幾內亞	613.5	有	頭部MCN三隻羊重點孵化網紅
F	范泰西	男	音樂	尼日利亞	266.1	有	「尼日利亞寶藏男孩」
G	小黑兄弟	男	政治	尼日利亞	198.5	有	參演《戰狼2》
H	穆漢	男	搞笑	尼日利亞	73.0	有	「外貿翻譯官」
I	巴西仔	男	生活	巴西	41.1	有	潮牌門店「hp至高點」主理人
J	阿里老鄉	男	體育	馬里	27.5	有	「球場文化」籃球訓練營主理人

III. 數據收集與分析

數據與資料的收集主要包括三個維度：其一是觀看了所獲取案例在抖音平台上發佈的全部短視頻，標注短視頻內容的題材類別、故事要素和文化符號，分析其藝術表現手法，並記錄下觀看後的體會和感受。其二是收集抖音評論區中用戶對短視頻內容和網紅本人的評價，以及用戶之間的互動交流。參與式觀察的時間為2023年3月到9月，一共為期六個月，將這兩個維度匯總形成一手觀察資料。其三是網絡上對網紅本人和網紅所參與活動的用戶評論、公開報道和評價文章，媒體類別包括主流媒體、政府官方媒體、機構媒體、權威自媒體和學術平台等，這一部分為二手檔案資料。

採用三角互證的方法，將多維度、多來源的數據相互比照，從多角度衡量分析框架的內在一致性與因果機制的完備性，提升研究結論的信度和效度。此外，向字節跳動、騰訊和百度等互聯網平台公司的運營專家反饋研究結果，從媒體實務的角度審閱得出的結論，專家認為研究結論有效地總結了抖音黑人網紅的內容與運營策略，也提出少量修正意見，隨後採納改進建議直至沒有任何修正意見。數據資料收集所覆蓋的維度、分析過程與思路和分析結果的呈現形式均參考了已有研究（談火生、于曉虹，2022；孔舒越，2024；楊林，2024）。

研究發現

創新與變革中的過程性文化體驗

參與式文化推動下的社群感受建構是展演實踐的最終形態，這需要網紅們在日常內容發佈中不斷連接過去，強化群體的文化與習俗特徵（Annisa, 2022）。感受文化差異並進行文化適應的最初環節就是像當地的普通人一樣生活，文化行為同化的最直觀體現就在於個體日常生活的改變，即衣食住行方面的行為調整。數字化環境為網紅提供以日常生活為素材的展演平台，網紅通常發佈個人自拍展現當下的心情，分享當日的飲食和購買的衣服來傳遞自己的生活理念，也會在外出旅遊時記錄美好時刻來與粉絲達成幸福感的共鳴。

然而，中國崛起、創新驅動發展、全面深化改革開放、中國式現代化道路的背景下，抖音黑人網紅的日常生活數字化展演卻顯得更為複雜。具體表現為，不同於簡單的對日常生活的記錄和對適應結果的展示，感受文化差異和適應過程成為日常內容創作的普遍思路。

從內容選題來看，他們的鏡頭通常聚焦中國特有的社會現象與概念，並以外國人的視角闡釋他們的特殊理解和新奇發現，常見的主題包括中國式家庭觀念（來自於表三的數據與資料分析，之後僅標注英文編號；B、C、E、H）、中國的鄉土文化（A、C、E、H、J）和中國飲食文化（A、B、C、D、H、J）等。從情節敘事來看，這種文化適應展演所表達的是嘗試理解並渴望融入差異文化的，但還未達到理想狀態的一種過程，既展現了黑人網紅與中國用戶的不同身份屬性，又體現了相互溝通與交流的親密性與趣味性，卻也暗含著文化差異難以消除和文化理解難以深入的無可奈何。至於抖音黑人網紅對當地文化的了解程度究竟如何，以及是否真正融入當地社會，並不是網友們所關心的。所謂日常生活展演下的真實性，不過是網友對空間破碎所導致的異域文化與主流文化碰撞下的獵奇事件的想像。後真相的媒介幻想成為文化適應展演的用戶期盼，束縛住抖音黑人網紅自我真實感觸的表達框架。

身份展演往往伴隨著標籤化的策略，這種顯而易見且容易理解的概念認知，能夠對真實性起到固化作用，進而演變為刻板印象。對抖音黑人網紅來說，過程性體驗、真實性與標籤化是融合的。有些抖音黑人網紅通過短視頻故事向網友描述他們來到中國生活、學習與工作的心路歷程，由此表達熱愛中國文化與中國社會的真情實感，並著重強調自己來到中國並不是為了某個功利性的目的（A、E、D）。而其他的抖音黑人網紅在平台所提供的自我介紹功能中直接寫到「熱愛自己的家鄉，也熱愛中國」（F、H、I、J）。典型的使用平台自我介紹功能的展演策略還包括展現自己的高學歷（D、H、E）、精通多國語言（H、E）。

面對中國這種文明型國家對移民的排斥，抖音黑人網紅需要在展演策略中強調文化適應與社會融入的艱難，並淡化這一過程性體驗的功利性；也需要強調自己與母國文化的關聯，暗示將來會離開中國的可能性。基於自我介紹功能的標籤化策略主要強調自己對中國社會發展是有益的，對於中國來說自己的到來是有價值的，自己屬於高層次

的人才隊列當中，而不是功利性地竊取中國的發展成果。由此可看出，文明型國家在移民文化上具有排他性，文明型國家的崛起對移民的素質有著較高的要求。

群體極化下的精準關係把控

可以看到，抖音上的黑人網紅經常與其他中國華人網紅直播互動（A、B、C、D、E、F、G、H、J），他們也會與其他外國人網紅合作拍攝視頻作品（B、C、D、E、I），他們在視頻中的演出夥伴經常是中國人（A、B、C、D、E、F、G、H、I、J）。由此可見，數字商業化對抖音黑人網紅文化適應展演產生強力影響，他們在促成商業合作的過程中逐漸融入中國文化與社會體系，而社交媒體正是他們展演身份同化與結構同化的數字平台。

不過，基於社會關聯的文化適應也會面臨種種風險。抖音黑人網紅在商業關係把控上張弛有度，但是在與粉絲的互動中有可能舉步維艱，因為展演主體作為文化生產者與內容提供者需要無條件地為被賦權的用戶提供情緒價值。已有研究表明，以食物為主要展演題材的網紅，通常會採取「可控恥辱感」、「越軌飲食」等能夠釋放用戶情緒的展演策略（O'Sullivan, 2023）。面對情緒極化的不可控性，展演主體既要明確表達自己內心的聲音，完成對主體性建構的探索，也需要實時採取自我保護的所需形式（Dobson, 2014）。通過觀察發現，有很多粉絲評論是關於黑人與中國人長相的差異，這種言論所形成的歧視觀念往往會阻礙文化溝通與相互理解（尚光輝等，2020）。面對此類評論，抖音黑人網紅一般選擇不回覆，或者採取幽默詼諧的方式進行回覆，而這種回覆方式一般帶有這樣的自我保護的話語意涵，「除了膚色我們其實都一樣」（A、B、C、D、E、F、G、H、J），這其實是對文化歧視的一種平和的反抗。

數字文化適應需要文化邊緣群體與主流群體彼此相互理解、消除偏見、理性溝通，這其中的核心就是要提高社交媒體用戶的數字素養。經觀察發現，抖音平台在提升用戶數字素養方面並沒有提供足量的教育資源，更多的是以中立的、引導的方式提倡用戶共同建立良好的文化交流環境。用戶發表評論前，會在評論框內看到倡導理性交流

的標語。此外，抖音黑人網紅對社會支持網絡的運用也並不頻繁，這表明他們有意迴避深度的數字交往，避免群體極化所帶來的文化衝突。抖音黑人網紅很少運營自己的粉絲社群；在與粉絲的互動過程中，抖音黑人網紅回覆粉絲的頻率並不高。但是關於視頻內容的專業化探討、對網紅的喜歡的直接表達、關於短視頻作品的深度感悟等有機會得到他們的回覆（A、B、C、D、E、F、G、H、I、J）。

文化適應過程中若要深度融入當地日常生活，離不開語言的交流與溝通，語言能力是文化適應能力的核心，也是構建良好互動關係的有效工具。但是對於文化適應的展演策略來講，語言的熟練與流利是遠遠不夠的。會唱粵語歌通常被認為是一種高級的音樂素養，並且能夠喚起中國上世紀的音樂文化記憶，若是抖音黑人網紅掌握這門技能，會收穫更多中國網民的傾慕與讚許。東北方言的語言感染力與特殊詞語表達在互聯網上是經常被討論的話題，而掌握這門語言技能的抖音黑人網紅會為自己的身份展演增添東北人的性格標籤，給網友帶來更友善、更可靠、更樸實的社交印象。由此可見，要想獲得用戶更多的關注與認可，要想在關係的建構與維持中獲得主導權，通常需要繼續學習並掌握當地的方言，展演對區域文化的認同感並提升數字化社會資本（A、C、E、F、I、J）。

圖一 范泰西演唱粵語歌曲（截圖於2024年11月27日）



圖片來源：抖音APP，同下

拉近網紅與粉絲之間關係的文化適應展演策略可以是更為精巧的，例如通過二元身份來表達文化隱喻，即主動塑造一個理想化身份，或是塑造一個對立性質的身份，強化與粉絲社群的情感共鳴。對於抖音黑人網紅來說，以文化差異作為背景塑造一個全新的、虛擬的或者不在場的身份，通過二元互補的身份展演搭建文化扎根與文化歸屬的內容創作框架，是常用的文化隱喻展演手法（A、B、J）。例如，網紅老馬的另一個虛擬身份就是中國式媽媽「老媽」，她的妝容與衣著充分體現了中國中年婦女的特殊審美，經常指責兒子生活中的壞習慣，卻深愛著兒子並盡自己所能為他的成長負責。Rose在視頻中不僅展示與中國丈夫的恩愛，也會記錄對家鄉親戚的惦念與問候，當在場身份與不在場身份有機融合後，她便能夠更加靈活地根據輿論風向趨勢與社會風尚變遷來調適內容生產與展演策略。

圖二 老馬的中國式虛擬身份「老媽」（截圖於2024年11月27日）



對文化淺薄的絕佳反擊

抖音黑人網紅與數字平台用戶確實存在距離感，而這種距離感有時是自發式的，有時也是網紅們刻意經營的展演策略。網紅們自然不能無限制地擴大文化距離，因為這不利於他們在文化適應過程中的身份同化，因此，他們在短視頻內容會經常宣傳中華文化的博大精深，

展現自己喜愛並想要深入了解中國文化(A、B、C、D、E、F、G、H)，這體現了文化適應的單向性。與此同時，他們也會利用黑人文化資源與文化素材來包裝自己，形成身份屬性和內容屬性的差異化戰略，而這便是文化適應雙向性的體現。具體而言，音樂、時尚和運動健身是常見的除了搞笑以外的內容類別。伴隨著《中國新說唱》等綜藝節目的興起，黑人音樂文化獲得中國音樂粉絲的廣泛喜愛，帶有嘻哈文化屬性的服飾穿搭也成為了年輕人追隨的時尚潮流之一。在一首中國歌曲中加入說唱的音樂改編能夠讓用戶感受到音樂靈活編排所帶來的魅力，在強化抖音黑人網紅差異性文化身份的同時，讓粉絲體會文化融合所帶來的審美快感，提高了平台內容的質量與層次(D、F)。也有網紅會發佈系列化的視頻教程，幫助中國網友通過穿搭來模仿黑人音樂明星和運動明星，這其中文化距離的加大並沒有阻礙粉絲們的觀看熱情，反而提升了文化展演的趣味性和專業度(H)。

圖三 黑人李達在中國歌曲中融入說唱(截圖於2024年11月27日)



多頻道網路機構(multi-channel network, MCN)是網紅背後的策劃團隊，主要從事數字內容平台的商業化運營工作，能夠運用自身組織化與專業化能力充分滿足用戶需求。MCN可以主動創造以文化適應為敘事手段的網絡迷因，讓用戶對展演的印象更加深刻(B、E、G)；也可以通過打造系列化節目，提升文化適應故事內容中的文化意義與社

會意涵，讓展演變得更加有質感（A、B、C、E、D、E、F、G、H、I）；基於運營團隊強大的文化理解力和粉絲需求洞察力，風格化創作為抖音黑人網紅打造獨有的文化標籤，讓文化適應的數字化展演更加具有辨識度（A、H）。例如，Rose的中國鄉土生活與飲食視頻已經推出多個系列，不僅描述了中國鄉村地區人情社會的獨有風貌，也通過記錄飲食烹調的過程展現外國人在中國所感受到的溫情與關懷。而伊博利用自己的東北口音和團隊對東北文化的強大理解力，提升內容的文化感染力和專業化知識水準，打造獨特的風格化展演標籤。

圖四 Rose的鄉土文化系列視頻（截圖於2024年11月27日）



文化適應中社會整合的最終形式為公民性的融入，即個體能夠融入主流文化的社會身份體系和社會價值體系。通過此番形式，文化邊緣群體能夠提高群體間的文化認同感，進而消解數字文化適應的淺薄化。當抖音黑人網紅累積到一定的粉絲數目，或者商業化運營達到可觀的程度時，他們會尋求商業模式上的轉換，在文化適應過程中表現出歸依主流體系的新形態展演（C、F、G、I）。巴西仔受邀參加了2022年虎年春節聯歡晚會的節目錄製。而伊博不僅活躍在春晚系列節目中，也參與了多個省級電視台的綜藝節目。范泰西參加了《新民歌大會》，提高了節目的國際化視野。小黑兄弟參演了中國主流價值觀電影《戰狼》，而他的短視頻內容也罕見地以點評中國與國際時事熱點為

主。值得關注的是，對比那些沒有選擇公民性文化融入的抖音黑人網紅，他們在評論區與粉絲的互動更加頻繁，對主流文化價值的充分認可與接納能夠加深文化適應中數字交往的深度與廣度。此外，也有案例是以聯姻的方式實現文化適應，即成為中國家庭的一員來達到融入主流文化體系的目的（A、D）。

圖五 虎年春晚邀請抖音黑人網紅參加（截圖於2024年11月27日）



社交媒體上的文化展演並不單單局限於身份屬性，也關乎青年文化、數字經濟和資本權力（Xu & Zhao, 2019）。在抖音黑人網紅對文化淺薄的反擊過程中，他們的結構化文化適應嵌入在短視頻商業化運營團隊的工作流程與業務拓展當中。他們不僅能夠登台電視節目來宣傳自己、接到短視頻商單、從事直播帶貨，甚至在獲得一定粉絲基數後還可以出演電視劇和電影（C、G），這種強大的商業化能力在中國華人網紅中也十分罕見。此外，也有一些抖音黑人網紅的主營業務並非線上，而是諸如買手店（I）、體育教學（K）等線下業務，加入抖音平台、創作短視頻並成為網紅僅是其商業拓展的手段之一，他們較高的線下社會結構拓展能力，也能夠為數字化展演提供更多的內容素材。

這樣看來，抖音黑人網紅對文化淺薄的反擊似乎並沒有帶來文化距離的大幅度縮減和觀念與共識的進一步整合，而是形成基於社會結構內外部拓展下的、以合作紐帶為導向的經濟關係的升級。

圖六 伊博參加中國真人秀並現場帶貨（截圖於2024年11月27日）



總結與探討

研究發現

I. 植入而非融入：基於身份品牌化的價值重構

文化現代性的時代意義在於文化主軸的延伸。文化的弘揚需要把握其歷史主軸，本國文化與外部世界建立聯繫之前必須先進行內部整合，¹⁵ 才能在文化現代化進程中建立文化主體性和保持文化自覺（劉振怡，2024）。而在Tomlinson (2001) 看來，全球化時代下任何一種文化若要尋求發展就必須吸收其他文化的營養，在空間與時間上達成文化主軸的延伸，統合同質性與民族性、傳統元素與現代元素。不論是在視頻中構建兩個故事人物，還是將黑人說唱文化融入中國音樂當中，都能夠看到兩種文化元素相互融合的靈感和創意，這不僅有利於中國社會文化多元性的塑造，也達成了個人文化品牌植入用戶心智的目的。

抖音黑人網紅在數字媒體平台上的文化適應並沒有走向融合，而是呈現出同化的總體策略，即雖然他們作出各種嘗試努力理解並融入中國文化體系當中，但依舊維護原有的文化身份。這其中的原因既包

括文明型國家(璫姆金、張依, 2024)對移民傾向的排斥(肖忠純、蘇紅, 2007), 也包括抖音黑人網紅基於商業化目的所作出的品牌與運營策略的調整。抖音黑人網紅不斷將自己在中國感受到的文化差異作為日常化的視頻選題, 這暗含著文化適應未曾結束也無法結束的喻義, 即他們依舊是中國社會與文化發展中的他者, 他們也無法擺脫成為他者的命運。

不斷強調自身所具有的差異化文化屬性, 雖然不利於構建與粉絲社群間的情感紐帶和提升展演所帶來的共鳴, 但可以開闢更多元化的展演類別, 在網紅賽道的競爭中脫穎而出。對於文化邊緣群體來說, 在當代中國這個充滿商業競爭與消費主義的內卷社會(劉偉, 2023), 通過穩定的身份融入主流文化, 似乎並沒有較通過植入個人品牌去尋求商業價值來得重要。

與全球娛樂產業下的明星經營管理類似, 個人展演所產生的明星效應能夠有效建構和維持消費資本、民主政治和個人主義之間的話語聯繫(van Elteren, 2013)。「展演連接」已經越來越成為在線政治身份塑造的核心(Ekman & Widholm, 2017)。但是, 線上社群和興趣聯盟的展演形態, 在某種意義上更是一種維持網紅可靠性的當下策略, 網紅依靠「展演連接」所構建的個人品牌形象很難與價值主義和長期主義進行關聯(Wellman, 2022)。從展演的具體結果來看, 便是抖音黑人網紅粉絲數量的急劇波動和道德審判下嚴重的口碑危機。¹⁶

II. 生活與意義原型：價值理性的工具化取向

原型的內涵包含意義與生活兩個層面(李夏穎等, 2021)。意義維度上, 以特朗普為例, 他的推特(X)展演過程其實就是他與選民不斷建立準社會關係的過程, 通過譴責與指控的話語方式, 不斷揭露政治競爭對手的「偽善」, 積極地將自己塑造為一個反對建制派的陪襯(McDonnell & Wheeler, 2019)。生活維度上, 商業行動主義下的政治經濟學意義和社交媒體平台的可供性不斷形塑著網紅對日常生活狀態的展示(Neri, 2022)。

雖然真實性對於網紅來說是必須要採取的展演策略, 但是在抖音黑人網紅的文化與身份展演中似乎並沒有強調「普通人利用社交媒體成

名」這一真實性的必要。顯然，被賦權的中國網絡用戶對抖音黑人網紅的展演性有著特殊的要求。為了較好地回應用戶的期望，應對社交媒體上的「快感文化」，滿足用戶基於網絡愛國主義的「爽感」需求（費勇、林鐵，2013），抖音黑人網紅需要將文化適應這一價值理性概念進行原型化的展演。基於社會期望所形成的原型策略體現了以利益輸送為導向的工具理性，而工具理性壓制價值理性佔據主導並不符合「理性化」這一現代性的本質要求。

生活原型主要表現為對文化適應能力的社會期望，抖音黑人網紅一般是具有國際化背景的留學生，中文要非常流利，最好要懂一門當地的方言，具有作出本土化社會貢獻的潛力。意義原型中，地域遷徙與文化遷移當中的情感符號與故事張力需要在適應性展演中被體現，這種文化適應的敘事表達被抖音黑人網紅當作標準化的創作工具，用來滿足用戶對文化適應與文化融合的「應然」想像。同樣作為意義原型創作工具的還有通過內容差異化戰略而獲取的文化資本。

價值理性工具化的主要原因在於，抖音黑人網紅數字文化適應展演的策略制定與實施過程無時無刻不嵌入在平台資本的商業生態當中。這導致他們對於粉絲而言，是異域的、虛擬的以及產品化的，而不是真實的、日常的或者觸手可及的。最終，他們走向將自己打造為文化適應能力強、善於營造文化情感氛圍、主動積累文化資本的高商業價值的文化產品的道路。其作為文化適應個體在價值、行為與感受層面的統一性、社會性與總體性（Lukács, 1972）便很難通過數字化展演來獲取和表達。

理論貢獻

全球化過程中的文化衝突與融合導致文化適應成為現代性的核心議題之一，而互聯網與數字技術作為全球化的助推器，也對文化適應產生重大影響。通過融入現代化與現代性的視角，嘗試對文化適應這一概念進行理論創新。

流動與秩序碰撞下的「夾縫」所產生的「文化淺薄」、「群體極化」與「創新變革」境況是數字平台上文化邊緣群體的壓力來源。將內容平台

上的跨文化適應展演策略概括為植入策略與原型策略兩類，前者強調通過異域文化資本構建個人品牌，後者表現為二重身份、地域遷徙下的情感氛圍與文化隱喻。通過這些策略，研究案例能夠很好地應對「夾縫」所產生的壓力。

關於文化適應的程度，過往研究局限於一般個體的文化適應能力，並未過多考察商業化成功案例是否能夠達成文化適應的高維形態。研究結果顯示，案例呈現出對現代性本質要求的「偏離」，即邊緣群體在數字平台上進行文化適應展演時，傾向於讓工具理性佔據主導地位來壓制價值理性，且並不注重與用戶群體組建價值共同體。由此看來，現代化進程中邊緣群體的文化適應情況可能並不樂觀。

表四 「夾縫」壓力下文化適應的「偏離」狀況

理論框架			低維文化適應		高維文化適應
文化適應壓力來源	現代性本質要求 植入策略		文化適應展演		是否達成/如何 偏離、現代性 本質要求
			原型策略		
「夾縫」中的「文化淺薄」、「群體極化」、「創新變革」	理性化	價值與工具 理性融合		展演文化適應能力、經營業戶關係	✓
		價值理性 佔據主導		內容暗含文化適應未曾也無法結束的喻意	× 將自己打造為文化產品 × 融入主流社會的身份認同較弱
	價值重構	提升文化 價值鏈	內容包含文化元素相互融合的創意靈感		✓
		達成觀念 共識	強化文化距離、開闢多元內容類別		× 粉絲數量急劇波動、商業化面臨嚴重口碑危機

研究局限

雖然有較多文獻支撐，並且經驗材料也證實了理論框架的可靠性，但是從先驗知識出發所構建的理論可能依舊存在主觀性問題，後續研究可以採用紮根研究等方法，通過不同的邏輯思路對「夾縫」理論進行補充和修正，拓展文化適應理論的現代化與現代性視角。數字展演更多是一種線上行為，文化適應還應包括展演後的線下體驗，比如

數字勞動視域下創作團隊與平台資本、廣告方、內容合作方之間的互動關係。研究方法上，目的性抽樣下的研究結論可能缺乏普遍性，並未使用訪談法來獲取更多資料也是研究不足之處，後續研究可以對研究方法作出補充和改進，擴大資料收集的覆蓋面，提高分析結果的可靠程度。

註釋

- 1 Pew Research Center. (2021, March 4). *Most Americans support tough stance toward China on human rights, economic issues*. https://findingaids.hagley.org/repositories/3/archival_objects/543542。
- 2 教育部辦公廳 (2012年4月27日)。〈全面實施留學中國計劃，推動來華留學科學發展〉。上網日期：2012年4月27日，取自 http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/s3165/201204/t20120427_134811.html。
- 3 木蹊 (2019年7月12日)。〈山東大學終於道歉了！外國人的「超國民待遇」何時休？〉。上網日期：2019年7月12日，取自微信公眾號「最華人」，<https://mp.weixin.qq.com/s/S7lh5ltZ7VXPEXWjAmawtg>。
- 4 張小蓮 (2017年4月25日)。〈「淘金」廣州：「巧克力城」繁華不再，非洲商人去留彷徨〉。上網日期：2017年4月25日，取自澎湃新聞，<https://mp.weixin.qq.com/s/Cand6dpw-2CMVN91Fz06-g>；黃琨 (2020年6月20日)。〈中國輿論場的「反黑」民族主義：性/別、生育與疾病隱喻〉。上網日期：2020年6月20日，取自澎湃思想市場，<https://mp.weixin.qq.com/s/X-Q-8vNj0Ng68UnULLyNcA>。
- 5 余宗明 (2024年6月13日)。〈董宇輝，擰巴起來很俞敏洪〉。上網日期：2024年6月13日，取自澎湃新聞，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_27706825。
- 6 人民政協網 (2016年7月13日)。〈鬥魚等26個直播平台被查，有「網紅」廣告報價10萬〉。上網日期：2016年7月13日，取自 <http://www.rmzxb.com.cn/c/2016-07-13/914450.shtml>。
- 7 本文主要探討處於「夾縫」中個體的文化適應展演策略，至於「夾縫」中的風險與變遷如何產生於流動性與秩序之間的摩擦，以及各要素之間是如何互動的，不是本文的關注點。商業成功具有可持續性意味著滿足了「夾縫」境況下的社會期望，雖然結論部分探討了這種社會期望，但是社會期望並不是本文的主要關注點。

- 8 陳靜鈺(2021年4月9日)。<〈產業園區存量時代，五大輕資產模式國際經驗與實踐〉。上網日期：2021年4月9日，取自前瞻產業研究院，<https://mp.weixin.qq.com/s/DdNvMVugWku8aIiKs3f4A>；王飛鵬(2024年3月1日)。<〈年增長超18%的柔性製造，數字技術驅動的生產關係「復興」〉。上網日期：2024年3月1日，取自物聯網智庫，<https://mp.weixin.qq.com/s/5ylvz-5ZiDXFnOo49WMtXA>。此處所指的風險來源於這些商業模式下的經濟關係，而不是商業模式本身。例如輕資產模式涉及融資風險和無形資產投資風險，柔性生產模式涉及偏向性技術進步視角下的勞動力替代風險。從政治經濟學角度來看，經濟風險加劇了社會基本矛盾，從而將風險傳導至政治與文化層面。
- 9 曾楠(2017年11月3日)。<〈人民日報新知新覺：警惕文化泛娛樂化侵蝕精神家園〉。上網日期：2017年11月3日，取自人民網，<http://opinion.people.com.cn/n1/2017/1103/c1003-29624156.html>。
- 10 任會斌(2018年11月30日)。<〈警惕歷史虛無主義科學對待民族傳統文化〉。取自中國共產黨新聞網，取自<http://theory.people.com.cn/n1/2018/1130/c40531-30433619.html>。
- 11 肖俊(2022年4月19日)。<〈特大城市治理邏輯：價值理性與工具理性有機結合〉。上網日期：2022年4月19日，取自讀特新聞，<https://www.dutenews.com/n/article/6698299>。
- 12 火星研究院(2019年6月10日)。<〈分析抖音各粉絲量級KOL商業變現表現，我們發現腰部達人表現喜人〉。上網日期：2019年6月10日，取自https://m.sohu.com/a/319648777_813600/?pvid=000115_3w_a。
- 13 案例抽取時參考了以下網站：https://www.bilibili.com/video/BV1JF411c77N/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=7f9a3c576447f7cc8a29640f69ee0901。
- 14 粉絲數統計的截止時間：2023年9月21日。
- 15 馬永(2019年10月13日)。<〈蒙曼：把握歷史主，弘揚中華文化〉。上網日期：2019年10月13日，取自中國民族報，<https://mp.weixin.qq.com/s/xJLI04gjHBtv4uiayPFOUQ>。
- 16 37度書房(2023年9月17日)。<〈非洲烏干達ROSE為啥回了趟娘家就掉粉嚴重？原因有三個〉。上網日期：2023年9月17日，取自<https://mp.weixin.qq.com/s/CLyU1lQoqN-6zkQwTzZLCQ>；八零姑娘(2023年1月28日)。<〈「辱華黑人」怎麼就上了遼寧春晚？〉。上網日期：2023年1月28日，取自<https://mp.weixin.qq.com/s/GOm3bC1D4Me9GULsoRynbg>；<https://mp.weixin.qq.com/s/VkyarvfBx-4bf8ppoUbHWA>。

披露聲明

本文作者未報告潛在的利益衝突。

Disclosure Statement

No potential conflict of interest was reported by the authors.

研究經費資助

本文未獲項目研究經費資助。

Funding

This article was not funded by any project grant.

ORCID

關博韜 (Botao GUAN) <http://orcid.org/0000-0002-4077-5754>

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

王亞鵬、李慧 (2004)。〈少數民族的文化適應及其研究〉。《集美大學學報 (教育科學版)》，第1期，頁59–64。

Wang, Y., & Li, H. (2004). Researches on acculturation of minority nationality. *Journal of Jimei University: Educational Science Edition*, 1, 59–64.

王麗娟 (2011)。〈跨文化適應研究現狀綜述〉。《山東社會科學》，第4期，頁44–49。

Wang, L. (2011). Review of the current research status of cross-cultural adaptation. *Shandong Social Science*, 4, 44–49.

孔舒越 (2024)。〈人機耦合：演算法作為「義肢」、「分身」與「他者」——基於技術認知理論的多案例解讀〉。《新聞大學》，第1期，頁78–90、121–122。

Kong, S. (2024). Human-machine coupling: Algorithms as “prosthetics”, “doppelganger” and “the other” — Multi-case interpretation based on technological cognition theory. *Journalism Research*, 1, 78–90, 121–122.

- 史興松、徐文娟、單曉暉 (2019)。〈近十年國際跨文化傳播研究進展的文獻計量分析〉。《全球傳媒學刊》，第4期，頁103–120。
- Shi, X., Xu, W., & Shan, X. (2019). A bibliometric analysis of international development in intercultural communication studies in the last decade. *Global Journal of Media Studies*, 4, 103–120.
- 甘露、關博韜 (2022)。〈液態社會視域下虛擬趣緣社群的情感互動——以全民K歌為例〉。《現代傳播 (中國傳媒大學學報)》，第12期，頁146–153。
- Gan, L., & Guan, B. (2022). Emotional interaction in virtual quyu communities from the perspective of liquid society: A case study of Quanmin Kge. *Modern Communications (Journal of Communication University of China)*, 44(12), 146–153.
- 全燕 (2018)。〈西方社交網絡的政治極化與算法傳播的角色反思〉。《社會科學》，第10期，頁183–191。
- Quan, Y. (2018). Reflections on the political polarization of western social networks and the role of algorithmic dissemination. *Journal of Social Sciences*, 10, 183–191.
- 肖忠純、蘇紅 (2007)。〈僧祇奴、崑崙奴簡論——唐、宋、元時期的黑人奴隸〉。《渤海大學學報 (哲學社會科學版)》，第3期，頁81–84。
- Xiao, Z., & Su, H. (2007). A brief discussion on the Sengjinu and Kunlun Slaves: Black slaves in the Tang, Song and Yuan dynasties. *Journal of Bohai University (Philosophy and Social Sciences Edition)*, 3, 81–84.
- 吳育林 (2014)。《當代中國價值問題與價值重構》。北京：人民出版社。
- Wu, Y. (2014). *Value issues and value reconstruction in contemporary China*. People's Publishing House.
- 李文鈺 (2022)。〈一項優秀的跨文化質性研究——《旅居者和「外國人」：留美中國學生跨文化人際交往研究》評述〉。《民族高等教育研究》，第5期，頁48–53。
- Li, W. (2022). An excellent cross-culture qualitative research—Comment on *Sojourners and “foreigners”: A study on Chinese students' intercultural interpersonal relationships in the United States*. *Journal of Research on Minzu Higher Education*, 5, 48–53.
- 李夏穎、劉漫、古坤鵬、丁錚 (2021)。〈景觀原型符號下的鄉村景觀意象探析——以漳平新橋農民畫為例〉。《閩西職業技術學院學報》，第3期，頁21–26。
- Li, X., Liu, M., Gu, K., & Ding, Z. (2021). Analysis of rural landscape imagery under the landscape archetype symbol—Taking the peasant paintings of

- Xinqiao in Zhangping as an example. *Journal of Minxi Vocational and Technical College*, 3, 21–26.
- 尚光輝、陳科、趙建彬 (2020)。〈跨文化營銷中歧視知覺對品牌信任的影響研究〉。《企業經濟》，第7期，頁46–54。
- Shang, G., Chen, K., & Zhao, J. (2020). Research on the impact of discrimination perception on brand trust in cross-cultural marketing. *Enterprise Economy*, 7, 46–54.
- 周來順、高岩 (2023)。〈從完美秩序的追尋到文化理論的實踐——齊格蒙特·鮑曼對現代性危機超越路徑的探索〉。《國外理論動態》，第3期，頁61–69。
- Zhou, L., & Gao, Y. (2023). From the pursuit of perfect order to the practice of cultural theory: Sigmund Bauman's exploration of the transcendent path of modernity crisis. *Foreign Theoretical Trends*, 3, 61–69.
- 孫美堂 (2005)。〈從價值到文化價值——文化價值的學科意義與現實意義〉。《學術研究》，第7期，頁44–49、147。
- Sun, M. (2005). From value to cultural value——The significance of cultural value in research and practice. *Academic Research*, 7, 44–49, 147.
- 馬得勇、黃敏璿 (2023)。〈網絡輿論中的態度極化與虛假共識〉。《國際新聞界》，第7期，頁47–73。
- Ma, D., & Huang, M. (2023). Attitudes polarization and false consensus in online public opinion. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 7, 47–73.
- 郭毅 (2023)。〈「加速現代性」的解藥？——慢新聞運動的學理反思與價值重估〉。《西南民族大學學報（人文社會科學版）》，第1期，頁146–151。
- Guo, Y. (2023). The antidote to “accelerating modernity”? ——Theoretical reflection and value reevaluation of the slow news movement. *Journal of Southwest Minzu University (Humanities and Social Sciences Edition)*, 1, 146–151.
- 郭根山、艾磊 (2023)。〈中國式現代化的實踐基礎、價值重構與理論品格〉。《中州學刊》，第6期，頁20–26。
- Guo, G.-S., & Ai, L. (2023). The practice foundation, value reconstruction and theoretical character of Chinese path to modernization. *Academic Journal of Zhongzhou*, 6, 20–26.
- 陳慧、車宏生、朱敏 (2003)。〈跨文化適應影響因素研究述評〉。《心理科學進展》，第6期，頁704–710。
- Chen, H., Che, H., & Zhu, M. (2003). A review of research on the influencing factors of cross-cultural adaptation. *Advances in Psychological Science*, 6, 704–710.

- 張彭松 (2005)。〈生態危機的現代性根源〉。《求索》，第1期，頁104–106。
- Zhang, P. (2005). The modern roots of ecological crisis. *Seeker*, 1, 104–106.
- 強乃社 (2014)。〈西方都市文化：從現代性到後現代性的嬗變〉。《華中科技大學學報(社會科學版)》，第5期，頁19–25。
- Qiang, N. (2014). Urban culture in Western countries: From modernity to postmodernity. *Journal of Huazhong University of Science and Technology (Social Science Edition)*, 5, 19–25.
- 曾一果、梁思璿 (2024)。〈再造傳統：Z世代的「新國潮」傳播及其文化價值重構〉。《編輯之友》，第9期，頁22–30。
- Zeng, Y., & Liang, S. (2024). Reinventing tradition: The communication of the new “China chic” and the reconstruction of its cultural value among Generation Z. *Editorial Friend*, 9, 22–30.
- 費勇、林鐵 (2013)。〈盜獵文本、快感經濟與身份政治——小米手機粉絲文化研究〉。《現代傳播(中國傳媒大學學報)》，第9期，頁1–5。
- Fei, Y., & Lin, T. (2013). Text poaching, pleasure economy and identity politics: A study on the fan culture of Xiaomi mobile phones. *Modern Communication (Journal of Communication University of China)*, 35(9), 1–5.
- 景義新、韓雨坤 (2020)。〈非正式語境下的多重話語共存與文化認同——《非正式會談》對談話類節目的創新分析〉。《中國電視》，第7期，頁50–54。
- Jing, Y., & Han, Y. (2020). Coexistence of multiple discourses and cultural identity in informal contexts: An innovative analysis of talk shows through *Informal Talks*. *China Television*, 7, 50–54.
- 楊林 (2024)。〈基層社會治理的法治供求關係及其聯結機制——基於全國法治示範村(社區)的多案例研究〉。《中國行政管理》，第4期，頁59–70。
- Yang, L. (2024). The relationship of legal supply and demand and its connection mechanism in grassroots social governance—A multi-case study based on the national model villages communities for rule of law. *Chinese Public Administration*, 4, 59–70.
- 虞嘉琦 (2019)。〈少數族、外部者、邊緣人：多元文化社會的偏見與歧視及其教育應對〉。《教育學報》，第2期，頁17–24。
- Yu, J. (2019). Minorities, outsiders, and marginalize people: Prejudice and discrimination in multicultural societies and their educational responses. *Journal of Educational Studies*, 2, 17–24.
- 虞鑫、許弘智 (2019)。〈意見領袖、沈默的螺旋與群體極化：基於社會網絡視角的仿真研究〉。《國際新聞界》，第5期，頁6–26。

- Yu, X., & Xu, H. (2019). Opinion leaders, spiral of silence and group polarization: A simulation study on social network perspective. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 5, 6–26.
- 雷雲飛、鄭聰慧 (2023)。〈現代性視閥下的風險文化批判〉。《延安大學學報(社會科學版)》，第4期，頁24–28、124。
- Lei, Y., & Zheng, C. (2023). The criticism of risk culture in the perspective of modernity. *Journal of Yan'an University (Social Science Edition)*, 4, 24–28, 124.
- 漆思、孔妍 (2017)。〈現代生活的症候與啓蒙理性悖論〉。《社會科學戰線》，第5期，頁16–21。
- Qi, S., & Kong, Y. (2017). The symptoms of modern life and the paradox of enlightenment rationality. *Social Science Front*, 5, 16–21.
- 趙月枝 (2019)。〈跨文化傳播政治經濟研究中的「跨文化」涵義〉。《全球傳媒學刊》，第6卷第1期，頁115–134。
- Zhao, Y.-Z. (2019). Understanding the “transcultural” in transcultural political economy of communication research. *Global Media Journal*, 6(1), 115–134.
- 趙義良 (2023)。〈中國式現代化與中國道路的現代性特徵〉。《中國社會科學》，第3期，頁47–59。
- Zhao, Y. (2023). Chinese-style modernization and the modernity characteristics of Chinese path. *Social Sciences in China*, 3, 47–59.
- 維塔利·瑙姆金 (2024)。〈非西方國家模型：文明型國家是否存在？〉(張依譯)。《東方學刊》，第4期，頁2–12。
- Naumkin, V. (2024). Non-west model: Is there such a thing as a civilization state? (Zhang, Y., Trans.) *Dongfang Journal*, 4, 2–12.
- 劉振怡 (2024)。〈文化現代化：中國式現代化進程中文化主體性的建構〉。《理論月刊》，第9期，頁30–36。
- Liu, Z. (2024). Cultural modernization: The construction of cultural subjectivity in the process of Chinese modernization. *Theory Monthly*, 9, 30–36.
- 劉偉 (2023)。〈「過勞時代」與「透明社會」〉。《中國圖書評論》，第2期，頁27–36。
- Liu, W. (2023). “The age of overwork” and “a transparent society”. *China Book Review*, 2, 27–36.
- 談火生、于曉虹 (2022)。〈「倡導–選擇」型創新擴散——基於十八大以來政協制度創新擴散的多案例比較〉。《政治學研究》，第6期，頁75–85、158。

- Tan, H., & Yu, X. (2022). Innovation diffusion by advocacy and selection: Comparative case studies of the diffusion of CPPCC innovations since the 18th Party Congress. *CASS Journal of Political Science*, 6, 75–85, 158.
- 謝冰雪、馬宇彤、杜娟 (2023)。〈共用文化符號與青年群體中華民族共同體意識的構建〉。《民族學刊》，第8期，頁21–30。
- Xie, B., Ma, Y., & Du, J. (2023). Shared cultural symbols and the construction of a sense of community for the Chinese nation among the youth. *Journal of Ethnology*, 8, 21–30.

英文部分 (English Section)

- Adams, M. B., & Johnson, M. A. (2020). Acculturation, pluralism, and digital social advocacy in nonprofit strategic communications. *The Journal of Public Interest Communications*, 4(2), 5–31.
- Annisa, F. (2022). *Contesting piety: Representations of Indonesian Internet celebrities on Instagram*. Keele University.
- Antsiferova, I. V., Antsiferova, N. G., Koltsov, A. A., Furman, E. N., & Cherkashin, M. D. (2020). Using digital educational technology in the migrant adaptation process. *International Scientific Conference*, 437(9), 666–670.
- Arends-Tóth, J., & Vijver, F. J. V. D. (2003). Multiculturalism and acculturation: Views of Dutch and Turkish–Dutch. *European Journal of Social Psychology*, 33(2), 249–266.
- Babiker, I. E., Cox, J. L., & Miller, P. M. (1980). The measurement of cultural distance and its relationship to medical consultations, symptomatology and examination performance of overseas students at Edinburgh University. *Social Psychiatry*, 15(3), 109–116.
- Ball, S. (2004). Performativities and fabrications in the education economy: Towards the performative society. In D. Gleeson, & C. Husbands (Eds.), *The performing school: Managing teaching and learning in a performance culture* (pp. 210–226). Routledge.
- Baudelaire, C. (2018). The painter of modern life. In F. Frascina (Ed.), *Modern art and modernism: A critical anthology* (pp. 23–28). Routledge.
- Bauman, Z. (1990). Modernity and ambivalence. *Theory, Culture & Society*, 7(2–3), 143–169.
- Bauman, Z. (1998). *Culture as praxis*. Sage.
- Bauman, Z. (2013a). *Legislators and interpreters: On modernity, post-modernity and intellectuals*. John Wiley & Sons.
- Bauman, Z. (2013b). *Liquid modernity*. John Wiley & Sons.
- Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., & Dasen, P. R. (2002). *Cross-cultural psychology: Research and applications* (2nd ed.). Cambridge University Press.

- Black, J. S., Mendenhall, M., & Oddou, G. (1991). Toward a comprehensive model of international adjustment: An integration of multiple theoretical perspectives. *The Academy of Management Review*, 16(2), 291–317.
- Buckley, W. (2017). Society as a complex adaptive system. In W. Buckley (Ed.), *Systems research for behavioral science: A source book* (pp. 490–513). Routledge.
- Butler, J. (2025). Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory. In H. Bial, & S. Brady (Eds.), *The performance studies reader* (4th ed., pp. 186–196). Routledge.
- Carr, N. (2020). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. WW Norton & Company.
- Dey, B. L., Yen, D., & Samuel, L. (2020). Digital consumer culture and digital acculturation. *International Journal of Information Management*, 51, 102057.
- Dobson, A. S. (2013). Performative shamelessness on young women's social network sites: Shielding the self and resisting gender melancholia. *Feminism & Psychology*, 24(1), 97–114.
- Dunn, C., & Falkof, N. (2021). You've got to be real: Authenticity, performativity and micro-celebrity in South Africa. *Frontiers in Sociology*, 6, 652485.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532–550.
- Ekman, M., & Widholm, A. (2017). Performative intimacies and political celebritisation. In A. Kuntsman (Ed.), *Selfie citizenship* (pp. 65–74). Springer.
- Freud, S. (2012). *The basic writings of Sigmund Freud* (A. A. Brill, Trans. and Ed.) Modern library.
- García-Rapp, F., & Roca-Cuberes, C. (2017). Being an online celebrity: Norms and expectations of YouTube's beauty community. *First Monday*, 22(7).
- Giddens, A. (2013). *The third way: The renewal of social democracy*. John Wiley & Sons.
- Gordon, M. M. (2015). The nature of assimilation. In P. Kivisto (Ed.), *Incorporating diversity: Rethinking assimilation in a multicultural age* (pp. 95–110). Routledge.
- Harvey, D. (2004). *Paris, capital of modernity*. Routledge.
- Harvey, D. (2020). The condition of postmodernity. In S. Seidman, & J. C. Alexander (Eds.), *The new social theory reader* (2nd ed., pp. 235–242). Routledge.
- Jameson, F. (2016). Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism. In T. Docherty (Ed.), *Postmodernism: A reader* (pp. 53–92). Routledge.
- Jerslev, A., & Mortensen, M. (2016). What is the self in the celebrity selfie? Celebriification, phatic communication and performativity. *Celebrity studies*, 7(2), 249–263.
- Kim, Y. Y. (2008). Intercultural personhood: Globalization and a way of being. *International Journal of Intercultural Relations*, 32(4), 359–368.

- Kumar, V. (2009). A process for practicing design innovation. *Journal of Business Strategy*, 30(2–3), 91–100.
- Lan, S. (2016). The shifting meanings of race in China: A case study of the African diaspora communities in Guangzhou. *City & Society*, 28(3), 298–318.
- Lee, C.-C., & Wang, F. (2022). How does digital inclusive finance affect carbon intensity? *Economic Analysis and Policy*, 75, 174–190.
- Lukács, G. (1972). *History and class consciousness: Studies in Marxist dialectics* (R. Livingstone, Trans.). MIT Press.
- Maafs-Rodríguez, A., Otis, B., & Mattei, J. (2022). Cultural adaptation and social media promotion of healthy eating guides for Spanish speakers. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 54(9), 863–871.
- Martinelli, A. (2005). *Global modernization: Rethinking the project of modernity*. MIT Press.
- Matsumoto, D. (1992). American-Japanese cultural differences in the recognition of universal facial expressions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 23(1), 72–84.
- McDonnell, A., & Wheeler, M. (2019). @realDonaldTrump: Political celebrity, authenticity, and para-social engagement on Twitter. *Celebrity Studies*, 10(3), 427–431.
- Morana, R., & Seuring, S. (2011). A three level framework for closed-loop supply chain management—Linking society, chain and actor level. *Sustainability*, 3(4), 678–691.
- Neri, F. C. (2022). Artificial intelligence or a neoliberal marketing scheme? The performative nature of Lil Miquela's racialized design and politics on Instagram. *The iJournal: Student Journal of the Faculty of Information*, 7(2), 52–59.
- O'Sullivan, O. (2023). 'Spill your guts or fill your guts': Performative celebrity masochism and audience sadism in food challenge media. *Celebrity Studies*, 14(4), 548–567.
- Park, R. E. (1915). The city: Suggestions for the investigation of human behavior in the city environment. *The American Journal of Sociology*, 20(5), 577–612.
- Quart, A. (2018). *Squeezed: Why our families can't afford America*. Ecco.
- Redfield, R., Linton, R., & Herskovits, M. J. (1936). Memorandum for the study of acculturation. *American Anthropologist*, 38(1), 149–152.
- Scholz, T. (2012) (Ed.). *Digital labor: The Internet as playground and factory*. Routledge.
- Soja, E. W. (2014). *My Los Angeles: From urban restructuring to regional urbanization*. University of California Press.
- Tanaka, T., Takai, J., Kohyama, T., & Fujihara, T. (1994). Adjustment patterns of international students in Japan. *International Journal of Intercultural Relations*, 18(1), 55–75.

- Tomlinson, J. (2001). *Cultural imperialism: A critical introduction*. A&C Black.
- Tse, T., Leung, V., Cheng, K., & Chan, J. (2018). A clown, a political messiah or a punching bag? Rethinking the performative identity construction of celebrity through social media. *Global Media and China*, 3(3), 141–157.
- Van Elteren, M. (2013). Celebrity culture, performative politics, and the spectacle of “democracy” in America. *The Journal of American Culture*, 36(4), 263–283.
- Van Hest, N., Aldridge, R. W., Vries, G. d., Sandgren, A., Hauer, B., Hayward, A., Oñate, W., et al., & Abubakar, I. (2014). Tuberculosis control in big cities and urban risk groups in the European Union: A consensus statement. *Euro Surveill*, 19(9), 20728.
- Ward, C., Bochner, S., & Furnham, A. (2020). *The psychology of culture shock*. Routledge.
- Ward, C., & Kennedy, A. (1992). Locus of control, mood disturbance, and social difficulty during cross-cultural transitions. *International Journal of Intercultural Relations*, 16(2), 175–194.
- Waskul, D., & Vannini, P. (2016). The performative body: Dramaturgy, the body, and embodiment. In C. Edgley (Ed.), *The drama of social life: A dramaturgical handbook* (pp. 197–210). Routledge.
- Wellman, M. L. (2022). Black squares for Black lives? Performative allyship as credibility maintenance for social media influencers on Instagram. *Social Media + Society*, 8(1), 20563051221080473.
- Weninger, C., & Li, D. (2023). Performing microcelebrity: Analyzing Papi Jiang’s online persona through stance and style. *Language in Society*, 52(2), 263–294.
- Williams, R. (1983). *Culture and society, 1780–1950*. Columbia University Press.
- Xia, T., Yao, C.-X., & Geng, J.-B. (2020). Dynamic and frequency-domain spillover among economic policy uncertainty, stock and housing markets in China. *International Review of Financial Analysis*, 67, 101427.
- Xu, J., & Zhao, X. (2019). Changing platformivity of China’s female wanghong: From Anni Baobei to Zhang Dayi. In S. Cai. (Ed.), *Female celebrities in contemporary Chinese society* (pp. 127–158). Palgrave Macmillan.
- Zhang, B. (2024). Africans in China, Western/White supremacy and the ambivalence of Chinese racial identity. *The China Quarterly*, 260, 932–947.