

行动者网络理论视角下方言网红的数字文化中介实践研究

贺子宸

(重庆师范大学新闻与传媒学院,重庆 401331)

摘要:方言网红是数字时代的一种新型数字文化中介,其核心功能是通过行动者网络理论所揭示的转译机制,将地域文化基因转换为可被移动媒介识别、传播和消费的符号,从而实现文化的“可符号化”。在全球化和城镇化引发文化同质化焦虑、方言面临代际传承危机的背景下,基于对84位方言网红的151条短视频及925条用户评论的文本分析,以卡隆(Callon)的“转译四阶段模型”为核心分析框架,系统剖析上述方言网红的文化中介实践。研究发现,方言网红的中介实践是一个以转译为驱动、连接多元异质行动者的动态网络建构过程,核心在于发挥其“语言符号”与“空间关系”的双重中介属性。方言网红通过符号简化、语言“梗化”与美学渲染等策略,将地域文化转译为具有高辨识度的传播单元;平台算法、物质场景等非人类行动者与粉丝、MCN机构等人类行动者被征召入网,共塑传播路径。研究表明,方言网红的中介性体现在其能动性受制于算法规则与流量经济。最终,这一实践不仅打破了地理隔阂,重塑了跨地域文化认同,更通过情感动员将线上流量转化为线下经济与社会动能,形成地域文化从符号传播到价值创造的闭环。

关键词:方言网红;行动者网络;数字文化中介;文化转译;地域文化基因

中图分类号:G206;G125

文献标识码:A

文章编号:1673-0429(2026)03-0131-12

DOI:10.19742/j.cnki.50-1164/C.260312

在全球化与城镇化的快速推进中,文化同质化危机日益显现,承载着独特的地域认同与历史记忆的方言,正面临着严峻的代际传承危机。相关调查显示,吴语区中6~20岁能熟练使用方言的人群比例居全国最低,其中苏州2.2%,上海22.4%;在青岛,35岁以下的方言使用人数不足11%;在语言活力强盛、语言文化发达的佛山,18岁以下青少年中能熟练使用粤语者也仅有65.4%^[1]。方言中蕴含丰富的地域文化基因,是构建“多元一体”中华优秀传统文化格局的关键环节。一种方言的消失,不仅意味着地域文化多样性的衰减,更会削弱中华优秀传统文化的整体生命力。2015年5月,教育部、国家语言文字工作委员会正式启动中国语言资源保护工程^[2];2017年1月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中明确提出“保护传承方言文化”^[3],体现了国家对这一问题的深切关注。

收稿日期:2025-12-08

作者简介:贺子宸,女,澳门城市大学人文社会科学学院博士研究生,重庆师范大学新闻与传媒学院副教授,主要研究方向:地域文化传播。

基金项目:重庆市社会科学界联合会调研项目“方言短视频对重庆城市文化基因的激活与传播路径研究”(skldy202529);重庆师范大学语言文字科研项目“方言短视频与重庆地域文化建构研究”(CS202402)。

截至2025年12月,我国短视频用户规模达10.74亿人^[4]。凭借短视频平台的海量用户基础与垂直内容生态的蓬勃发展,方言短视频使原本相对边缘化的方言表达以其真实、亲切的特质涌入主流视野,其核心行动者——方言网红应运而生。这些从草根群体中崛起的创作者,逐渐成为连接地域文化与数字受众的核心中介,其个人IP已成为地域文化在数字空间中的“活态”标识,方言网红由此成为文化强国建设中民间参与的重要力量。方言网红的崛起不仅是文化表达的扩展,也揭示了文化传播机制的复杂化。当方言从地方语境中被转译为平台可识别、市场可消费的数字符号时,商业资本主导的文化符号简化、算法逻辑催生的娱乐化倾向,可能导致方言文化异化、失真,其背后的文化意义与社会关系也面临被重塑的危险。这引发了本研究的核心问题:方言网红如何定义并赋能地域文化,如何在文化真实性与算法逻辑之间实现动态“协商”,以及如何在商业化与文化遗产之间寻找平衡、实现流量价值与文化价值的统一。

基于此,本研究以行动者网络理论(Actor–Network Theory,以下简称ANT)作为分析框架,将方言网红视为多元行动者网络中的关键性“数字文化中介”,聚焦其如何在人、物、技术与算法的协同作用下,将难以触达的地域文化转译为可被算法识别、被平台分发、被大众消费的文化符号,构建传播网络,实现文化的活化与再生产,从而助力地域文化基因的传承与创新,推动中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展。

一、核心概念、理论框架与研究方法

(一) 核心概念

1. 数字文化中介:从布尔迪厄到网红

“文化中介”(Cultural Intermediaries)概念源于法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄的经典著作《区隔》^[5],用以指代那些位于文化生产者与消费者之间,负责筛选、诠释、包装并赋予文化产品价值的行动者^[6]⁴⁶。他们在文化场域中扮演“守门人”,其品位与实践深度融入文化资本与社会资本之间的转换^[7]。

数字时代的文化中介不再局限于传统文化精英,而呈现出显著的大众化、草根化趋势^[8]。网红成为数字文化中介的典型代表,其中介实践深植于算法机制与流量经济,通过动态转译将日常生活、地域文化等素材转化为适合网络传播的文化产品,从而参与建构新的文化秩序^[9]。相较于传统文化中介,方言网红的结构性位置与平台生态紧密耦合,其实践逻辑高度受制于数字环境的可见性机制,持续在文化表达与流量约束之间进行调适。这种在结构性制约中展开的实践,构成了数字文化中介的显著特征。

2. 方言网红的双重中介属性

基于上述对数字文化中介的理解,方言网红可被定义为:以方言为主要表达工具,在数字平台上通过内容创作形成个人影响力,并在此过程中自觉或不自觉地承担着对地域文化元素进行筛选、转译与传播的中介职能。

一方面,方言网红是语言符号的中介者,行使着“文化转码”权利。方言是地域文化的基因库,蕴含着独特的思维方式、价值观念与生活美学元素^[10]。然而,在以普通话为主导的公共传播空间中,方言正面临“失语”的危机。方言网红将方言中特有的语调、词汇和俗语与当下社会议题、文化热点相结合,通过短视频、直播互动等形式,将其转译为网络语境中可识别、可消费的文化符号。这不是简单的翻译,而是一种深度的文化适应与价值重塑,赋予古老方言以崭新的活力。

另一方面,方言网红是空间关系的中介者,重构着“在地”与“离地”的文化联结。在人口具有高度流动性的当下,乡愁成为人们“情感结构”的重要构成要素^[11]⁸⁹⁻⁹⁶。在方言网红的日常媒介实践中,乡愁景观是重要的内容生产素材^[12-13]。对于身处故乡的观众,方言短视频强化了其地方认同与文化自信;对于远离故土的游子,熟悉的乡音则成为一种慰藉乡愁、维系共同体的听觉媒介,完成了虚拟的“精神

返乡”^[14]。更重要的是,这种中介作用能够整合跨区域的文化认同,实现从物理“在地”到情感“共在”的联结。方言网红借助方言特有的情感黏合力,在海外游子与故土之间、地方认同与国族认同之间搭建起桥梁,不仅使地域文化在数字空间中重获新生,更在数字时代中华民族共同体意识的微观建构与情感凝聚中发挥着重要作用。

(二)理论框架与研究现状

行动者网络理论由拉图尔(Latour)、卡隆(Callon)和约翰·劳(John Law)等人提出,其核心主张为:将社会视为一个由人类与非人类异质行动者通过转译联结而成的动态网络^[15]。方言网红的中介性实践是以网红为核心行动者,不断征召、协调并动员多元行动者,共同构建一个联盟的网络化生成过程。现有研究已形成三条脉络:

其一,数字文化中介的理论演进与本土拓展。布尔迪厄提出的“文化中介”概念为数字文化中介相关研究奠定了基础,Hutchinson J 揭示了数字中介陷入算法可见性与文化真实性的矛盾中^{[16]50},王晓培等强调了网红在文化筛选与价值赋予中的能动作用^[17]。部分研究者或进一步提出“转译性中介”^[18],或警示算法对文化中介主体性的规训风险^[19],但缺乏对“方言网红”及其双重中介属性的关注,也忽略了对数字文化中介在文化建设中的实践价值的探讨。

其二,平台算法与文化生产的互动机制研究。既有研究已充分论证了算法在内容可见性、传播路径中的核心作用^[20],也关注到网红在算法规训下的策略性实践^[21-23],但多将算法视为“外部约束力量”,较少将其视作具有能动性的主体。本研究基于 ANT 理论开展实证调查,试图探讨文化中介实践中的人机协同链路。

其三,ANT 理论在传播研究中的拓展应用。拉图尔的“异质行动者协同”^[15]与卡隆的“转译四阶段模型”^{[24]68-78},将人类与非人类行动者置于平等分析地位^[25]。数智时代,ANT 理论已被应用于数字传播、乡村建设、文化旅游等领域^[26-30],虽然已有学者开始探讨 AI 对文化生产网络的重构作用^[31],但相关研究仍显零散。基于此,本研究构建“行动者—转译—网络”三元分析框架,以本土案例丰富 ANT 理论的应用场景,试图为“传统与现代”“本土与全球”的文化传播研究提供新思路。本研究重点运用卡隆的“转译四阶段模型”,探究“方言文化如何被转译为可网络化的符号”这一核心问题。

(三)研究方法

1. 内容分析法

本研究采取多渠道结合、多阶段筛选的抽样策略,首先在抖音平台上选定粉丝量 50 万以上的活跃创作者,接着通过相关性检索与算法推送筛选内容,过滤重复及广告类干扰项,最终获取 84 位网红的 151 条短视频及 925 条用户评论样本。研究围绕核心问题,针对短视频及其评论,构建了以下编码框架(详见表 1、表 2)。编码工作由 2 名编码员独立完成,克里彭多夫 α 系数达到 0.82 以上,信度良好。

表 1 短视频转译策略、转译阶段的编码表

编码维度	编码类目	操作化定义	具体指标
转译策略	符号简化	将复杂地域文化提炼为具有高辨识度的视觉/听觉符号	单一文化元素(如美食、习俗)重复出现;符号脱离原语境仍可被跨地域受众识别
	语言“梗化”	方言表达通过幽默化、节奏化、符号化处理,形成网络“热梗”	包含方言元素的短句在评论区被二次引用;搭配夸张情绪或剧情,强化记忆点
	美学化渲染	运用镜头、音乐、叙事等手段,将日常场景转化为具有审美价值的文化景观	镜头拍摄考究;叙事节奏贴合情感表达;场景突出地域美学特征

续表1

编码维度	编码类目	操作化定义	具体指标
转译阶段	问题化	识别地域文化的传播障碍,提炼核心传播符号	内容聚焦单一文化元素;符号呈现具有强烈的视/听觉冲击力
	利益赋予 & 征召	建立多元行动者利益关联,激发行动者参与意愿并将其整合进网络,推动文化传播	出现字幕翻译等多模态表达形式;有 MCN [*] 机构参与痕迹或品牌植入;流量数据显著提升
	网络动员	形成稳定的网络,实现线上共鸣向线下行动转化	出现粉丝二创内容;有跨平台传播痕迹;有文旅打卡、特产购买等线下转化证据

注:MCN 全称为 Multi-Channel Network,即多频道网络,主要指专业的网红经纪和数字内容管理机构。

表2 评论文本的编码表

功能定位	操作化方式
受众认同	分为本地认同(评论 IP 属地与方言地一致)、跨地域认同(评论 IP 属地为国内其他省份)、国际认同(评论 IP 属地为海外)三级
情感反应	统计表达情绪的关键词并分类
网络动员	统计含“打卡”“购买”“学习(非遗)”等行动表述的评论数量及比例

2. 案例分析法

本文从 84 位方言网红中抽取“李子柒”“广东夫妇”等代表性案例,聚焦其短视频内容的演变轨迹、互动结构特征以及商业转化路径,通过对案例的长期跟踪和多维度考察,实现对转译过程的深描式阐释,弥补仅靠短视频内容分析在呈现动态过程方面的不足。

二、中介的节点:行动者网络的构建与能动力量

在 ANT 视野中,社会是由多种异质性行动者在转译过程中相互协作、形成稳定网络的结果。方言网红正是这一网络的核心节点,其文化实践深度嵌入由算法、技术、身体、物质空间与粉丝、MCN、资本等共同作用构成的复杂情境。

(一) 核心人类行动者:方言网红与其惯习

布尔迪厄指出,行动者的实践根植于其惯习(habitus)——一种由社会经验、教育背景等内化而成的持久性倾向^{[32]3}。方言网红的惯习源于其生活经验与文化记忆,这决定了其感知文化与世界的方式,进而形成了短视频内容差异化的根基。例如沪剧演员出身的网红徐祥将戏曲训练与流行音乐巧妙结合,形成独特风格;粤语网红“广东夫妇”中的妻子言真的“包租婆”人设,亦与其真实的广州冼村拆迁户家庭背景密切相关。

这种基于惯习的文化再生产,使网红在面对平台算法与流量机制时,仍能保持其个体风格的差异性,进而促使社会资本、文化资本与经济资本在其创作实践中相互转化。为了达到文化真实感与商业吸引力之间的平衡,方言网红往往在强化地域认同的同时,借助幽默、节奏与情感共鸣吸引更多的受众。这种在算法规训与文化自觉之间的灵活调度,使方言网红成为文化、经济与技术网络中的中介和枢纽。

(二) 关键非人类行动者及其能动性

ANT 理论打破了“人类中心论”的局限,赋予非人类行动者在网络中的平等地位与能动性。

1. 平台:内容可见性的规则制定者

平台是数字文化传播中最具决定力的非人类行动者。它借助算法,通过完播率、互动率、推荐权重等机制定义了“可见性”的边界^[20]。平台倾向于推送具有情绪张力和视觉冲突的内容,这促使创作者不断强化地方性表达的戏剧化与情感化特征。算法深刻体现了方言网红作为中介性实践者的受制性。方言网红必须研究并迎合算法的偏好,其内容创作实为“戴着镣铐的舞蹈”。然而,方言网红也展现出能动性,通过“梗化”、强化冲突等策略反过来利用算法,甚至引导算法识别并推荐其方言文化内容^[33]。严格来说,平台算法不仅是“技术中介”,更是文化意义的“共同生产者”:它选择、排列并重塑了地方文化的呈现方式,使文化生产过程得以技术化与数据化。

2. 服饰与道具:富有地方感的物质载体

方言网红的传播效力,首先体现在其语言特质上。方言网红的语言不仅是信息载体,其独特的音调、节奏、俚语承载着浓郁的地方情感与群体性格。2022年,云南怒江傈僳族网红“蔡金发”以一曲带着浓重口音和洗脑节奏的“我是云南的,云南怒江的……”引发全网竞相模仿。可以说,方言比任何文字描述都更能传递“地方感”。与之相匹配的是,具有浓郁地方特色的服饰与道具,他们与方言紧密结合,共同构成了超越语言的深层叙事。富有地方感的物质载体在网红文化实践中占有重要地位,使得地域文化不再是抽象概念,而是可被观看、感知甚至模仿的活态存在,是一个个可信的、带有鲜明地域色彩的文化标签。

3. 符号与场景:真实性构建的物质基础

在所有非人类行动者中,物质空间与场景符号作为一种动态的空间构型,是一系列行动者互动、协商的结果^[28],方言文化的“地方感”往往依托其得以再现。拉图尔强调,我们在社会互动中面对的物是“时空折叠”的产物^{[34]173-187},田间地头、街巷转角、石桌竹椅……看似琐碎的物件与场景在影像中构建出文化的“在地性”。借助这些物的展陈,网红打破了传统表演中的“疏离感”^[35-36],使观众在观看过程中感受到一种“被允许窥探”的亲密感与真实感。例如,在粤语网红“香辣小姨妈”的系列视频中,着装朴实的母亲在渔村里织补渔网、在渔船上辛勤劳作、牵着孩子在夕阳下的海滩回家……一系列细腻的场景呈现出渔民生活的原生态质感,使观众从观赏者转化为共情者。该视频获得了10.7万点赞,并被《人民日报》转发,印证了物质空间不再仅仅是背景,而是行动者网络的活跃节点,它与人、算法、服饰等共同塑造了文化的可感知性,形成了叙事张力。

(三) 追随与协同行动者:粉丝、MCN机构与商业资本

网络的运作离不开不断被动员的协同行动者。粉丝、MCN机构与商业资本等人类行动者在传播中被持续征召入网,并反作用于方言网红的文化生产。

粉丝是网络情感联结的关键节点。他们通过评论、点赞、二次创作等方式参与文化再生产,推动了方言的扩散与再语境化。小红书于2025年8月推出语音评论功能后,方言短视频的互动形式进一步丰富,用方言回复成为最常见的语音评论形式,形成了从粉丝到网红的数字方言的“再循环”。MCN机构是专业的网络协调者。它通过数据分析、内容策划与品牌匹配,为方言网红提供资源支持与舆情控制,确保短视频内容在商业逻辑与文化表达之间保持平衡。商业资本的介入则进一步扩展了行动者网络的边界。品牌方与地方政府相关部门成为重要节点,借助方言网红的传播力推动网络运作形成良性循环。

总体上,方言文化传播并非由单一主体主导,而是由多个主体协同完成,其中,算法设定了传播路径,身体与语音赋予内容以感知形式,物质场景强化地方根基,粉丝与资本则为网络提供能量与延展性。方言网红正是通过协调这些异质行动者,在数字空间中实现了文化的再生产与网络的扩张。

三、中介的实践:地域文化可网络化的转译路径

ANT语境中的转译是网络生成与运作的关键环节。拉图尔认为,社会关系并非既定结构,而是在

转译过程中被不断生成和重组,是持续的意义协商与权力再分配过程。本研究运用卡隆提出的转译四阶段模型,即问题化(problematization)、利益赋予(interessement)、征召(enrolment)与动员(mobilization)^[37],系统分析中介性实践者方言网红是如何在多元行动者的协作中完成地域文化基因的“可网络化”,使其能够被算法识别、被受众感知、被市场转化。

表3 部分代表性网红转译示例

案例类型	代表性网红	抖音粉丝数量	转译焦点
文化传承型	李子柒(四川话)	5 873.6 万	美学化转译、构建“数字乡土”
市井幽默型	果子哥哥(重庆话)	534.3 万	语言“梗化”、方言节奏与喜剧效果
都市时尚型	门腔(上海话)	94.1 万	身体表演、现代都市身份塑造
商业消费型	广东夫妇(广东话)	6 866.9 万	品牌化与场景化、文化流量转向商业资本

注:数据来自抖音平台,收集时间为2025年12月1日。

(一) 符号的简化与强化:问题化的初始阶段

问题化是行动者转译过程的起点^{[38]81-84},在本研究案例中,方言网红作为核心行动者,明确文化传播中的核心问题与价值入口,并据此筛选与提炼文化元素。

地域文化的复杂性与在地性,决定了它必须经过简化才能进入由算法主导的传播环境。方言网红的问题化实践主要表现为地域文化符号的视觉化、听觉化提炼与重复强化表达。以“广东夫妇”为例,其行动者网络的建构与稳定过程,清晰地呈现了地域文化从符号激活到价值闭环的完整转译路径。2019年入局初期,作为核心行动者,丈夫郑建鹏常以脚穿人字拖、身穿大花裤衩和肩扛蛇皮袋的造型出现,妻子言真则手持大串钥匙,以粤语和普通话混搭的方式与观众互动。夫妻俩通过“妻管严”的滑稽剧情强化自身辨识度,成功塑造了极具特色的“包租公和包租婆”形象,其“奢华与烟火气”的反差,既满足了观众对“收租生活”的好奇,又拉近了与粉丝的距离,使“老广文化”迅速破圈,“广东夫妇”快速成长为抖音头部网红。

在符号简化策略相关视频的评论中,“容易理解”“喜欢”类表达占比58%,证明这种对视觉、听觉特质进行提纯与强化的策略,虽然牺牲了文化细节与深度,却极大提升了文化符号在信息过载平台上的辨识度与传播效率,使原本依赖语境理解的方言表达,转化为可感知、可传播的符号,进而被算法快速识别、分类并推荐给潜在受众,成功突破了跨地域语言传播的壁垒。这种转译本质上是与流量逻辑相适配的文化“降维”行为,是创作者受商业利益驱动,为追求传播效率最大化而对文化内容进行直接塑造。方言网红通过问题化,确立自己在文化传播网络中的核心位置,并将地域文化转化为跨语境的共享话题。

(二) 语言的“梗化”:利益赋予与征召阶段

利益赋予与征召的核心在于建立利益关联。方言往往会对外部受众形成理解障碍,方言网红需要使平台、受众、品牌等异质行动者的兴趣与自身目标相吻合,从而吸引他们加入网络。“梗化”是一种典型且高效的转译机制,通过幽默化、节奏化与符号化,在促成传播的同时,也强化了文化的浅表化与娱乐化倾向。

在中华人民共和国第十五届运动会期间,以中华白海豚为原型的吉祥物“喜洋洋”“乐融融”火遍全网,被网友戏称为“白切鸡”和“玫瑰豉油鸡”。随着方言网红们的引导,各种二创粤语表情包和粤语歌《大湾鸡之歌》刷屏网络。从高维文化符号“白海豚”到喜闻乐见的“大湾鸡”,吉祥物从官方叙事向市井生活的亲民落地,使大型赛事的严肃形象接上了岭南地气。将这种“热梗”的制造和传播置于“网红—本地居民—线上网友”三者所构筑的行动者网络中^[28],表面看似似乎是对全运会吉祥物的调侃,其背后实

则蕴含着多元行动者共同搭建的对中华人民共和国第十五届运动会和岭南文化的宣传合力。

在“广东夫妇”的视频中,“梗化”同样展现出强大的聚合能力。在语言符号层面,创作者提炼出“靓仔”“得闲饮茶”“抵到烂”等粤语口头禅,将其“梗化”为具有高辨识度的听觉符号,并与人字拖、蛇皮袋等视觉符号搭配;在空间关系层面,视频背景多位于城中村、骑楼老街等在地场景,粤语对白赋予了特定空间以市井烟火气,而特定空间又为方言表达提供了真实语境,方言表达由此不再是孤立的语言标本,而是鲜活的地方生活实践,二者共同构成了文化认同的核心符号。在这一阶段,粉丝作为追随者被迅速征召:评论区中,本地用户以粤语进行互动,海外粤语侨胞通过乡音产生共情效应,形成乡愁表达,平台算法则通过识别高完播率与互动率,将视频内容推送给潜在受众。2021年至2023年,“广东夫妇”进入网络扩张期,MCN机构“无忧传媒”作为专业化协调者深度参与其短视频创作,通过数据分析优化转译策略:将醒狮、广府节庆等文化元素植入剧情,同时采用粤普混合的台词、字幕与肢体夸张的表演相配合的多模态表达方式,降低跨地域理解门槛。2024年6月,品牌方与官方作为新行动者被征召入网:他们在推广茂名荔枝时,将“荔枝甜过初恋,正啊!”的粤语梗与果园采摘场景结合;品牌方与广东省文化和旅游厅联合发起“粤文化打卡挑战”活动,鼓励粉丝探访视频中骑楼、祖庙等场景;平台算法同步加大对文旅内容的推荐权重,使网红、粉丝、算法、MCN、文旅部门相结合的网络结构趋于稳定。此时,方言作为严肃文化载体的功能在流量竞争中被逐渐弱化,但这种转译策略使多元行动者的利益形成共振:网红通过“梗化”内容维持热度,MCN机构实现商业价值变现,品牌方获得精准地域文化背书,平台则因内容的高互动率持续加大算法推荐权重,最终完成利益赋予与征召。

(三) 日常生活的美学化渲染:动员阶段的情感建构

转译的最终阶段是动员,即网络实现稳定运作与情感持续共鸣,具体体现为:网红与粉丝、MCN机构形成稳定的合作模式,产生跨平台影响力,实现从线上流量到线下经济/社会资本的转化。方言网红将平凡生活转译为可共情、可消费的文化景观,使受众获得“地方性归属”的情感体验,进而主动加入传播网络。

以网红李子柒为例,她的文化实践印证了对抗性策略的有效性,即在平台流量逻辑与商业资本诉求的双重约束下,拒绝过度广告植入,经由美学化转译形成文化遗产与流量价值的良性循环。李子柒及其团队创作的短视频借助电影级的镜头语言、与自然节律同步的叙事节奏,将四川方言的零星对白、日常劳作场景编织进一个具有东方美学意境的“数字乡土”之中^[39-40]。全网持续过亿的粉丝量证明,其内容生产已然形成稳定的行动者网络:在人类行动者层面,她与四川本地非遗技艺传承者长期合作,MCN机构提供专业的镜头语言设计与跨平台分发支持;在非人类行动者层面,伴随着四川方言的特色道具与服饰、川西田园的自然风光和场景、古法劳作的物质符号与平台算法形成良性互动,两类行动者共同筑牢了网络运作的基础。

这种美学化渲染并非单纯的内容呈现,而是情感动员的核心载体。李子柒短视频中的方言对白,如采摘鲜笋后招呼邻里分享、向婆婆汇报收成等,其感染力并非仅仅来自方言本身,更在于这些声音被恰如其分地嵌入到春耕、夏耘、秋收、冬藏的完整劳作时序与空间场景之中。方言的克制与自然空间的季节流转形成独特节奏,与田园牧歌式的画面、舒缓的音乐共同构建了“原生故土”的情感意境^[41],精准契合了都市受众对慢生活的情感需求,唤起海内外华人的乡愁共鸣,形成跨越地域、阶层的情感共同体。以短视频“雕漆隐花,雕出紫气东来!”为例,该视频于2024年11月12日发布,至2025年底其评论数高达56.9万条。在代表性评论中,“治愈”“温暖”“思念”等情感词出现频率最高,其次是“想学”“求地址”等表达行动意图的评论。该视频的美学化转译不仅成功激发了受众的情感认同,更进一步转化为持续的网络动员:线上层面,粉丝通过模仿古法技艺发布二次创作内容,形成趣缘群体;线下层面,其视频中展示的蜀绣、竹编等非遗技艺受到更多年轻人关注,相关村落成为文旅打卡地,当地农产品则通过

其IP背书实现销量增长。尽管此类短视频的商业合作频次显著低于泛娱乐头部网红,但仍凭借其文化稀缺性获得了高溢价,同时带动了非遗技艺传承人群体持续扩容,真正实现了文化坚守反哺商业价值。李子柒的短视频实践完成了从符号共情到行动参与、从线上流量到线下赋能的完整闭环,为地域文化转译的最终落地提供了鲜活范本。

值得注意的是,符号简化、“梗化”与美学化渲染是提升传播效率的常用转译策略,但需清晰界定其边界:简化不应滑向奇观化与污名化,“梗化”不应消解历史语境与在地意义,美学化渲染不应以滤镜遮蔽真实生活的复杂性。高质量的地域文化转译,须具备可理解、可追溯、可纠偏的核心特质,唯有以公共文化利益为导向,方言内容才能在算法生态中实现长期价值增值。

四、中介的效能:网络效应与文化的价值转化

拉图尔所言之“网络”并非静态的“关系网”,而是一个动态的“工作网络”,可以将诸多行动者组合在一起,形成异质纷呈的联合形式^[42]。

(一)连接与聚合:数字乡音趣缘社群的形成

方言网红构建的行动者网络最直接的效应在于打破了地理隔阂,将分散的个体通过乡音认同连接起来,在网络社群层面形成了跨越地域边界的情感共同体。这一过程并非单向的认同聚合,而是通过平台推荐算法的流量分配、用户评论互动、二次创作再生产等行为,在持续协商与冲突中完成的动态建构过程。

以“粤语共同体”为例,广东作为我国海外移民历史最悠久、规模最大的省份之一,拥有数量庞大的海外侨胞群体。2025年3月7日,新加坡人力部长陈诗龙在国会辩论时引用香港电影《江湖》中的经典台词在网上引发热议,既体现了粤语的海外影响力,更印证了方言作为文化纽带在凝聚海外华人社群中的核心作用。祖籍广东的海外华侨华人规模达3000多万,约占全国海外华侨华人总数一半以上,分布于世界160多个国家和地区^[43]。我国港澳地区在文化传播与交流领域同样具有重要地位,据香港特区政府统计处发布的2024年年中人口数字,上半年香港人口的临时数字为753.18万人,而澳门统计暨普查局数据显示,2024年上半年末澳门总人口为68.7万^[44]。我国港澳地区与海外华侨华人共同构建了具有高度文化认同感的群体,该群体不仅是岭南文化的天然传播者,更是跨文化传播的核心受众,他们对粤语具有天然亲近感,对醒狮、粤剧、功夫等文化符号也有着深刻记忆^[45]。粤语网红“咩啊”于2025年6月24日发布的短视频“普通话的一个音,粤语居然有那么多种读法”,在其居高互动量与高点赞量等指数综合排名前50名的评论中,根据IP属地显示,跨地域认同表达占比44%,其中不少来自海外,证明这些评论区已然形成了一个“趣缘社群”。

另一方面,社群内部始终存在文化认同的冲突与协商。以“粤语警察”为代表的群体,通过纠正发音、批评符号误用等方式,捍卫粤语的文化纯粹性。部分网红为了与跨地域受众的接受习惯相适配,在简化其粤语表达时,往往引发粤语纯正性维护者与粉丝的争论,甚至出现粉丝二创内容相互反驳的情况。这种冲突并非网络的瓦解,而是动态重构的契机。方言网红通过调整表达策略回应争议,粉丝则在讨论中深化对粤语及岭南文化的认知,如经合理调适,则有望形成“冲突—协商—适配”的良性循环,实现传播广度与文化深度的统一。

这种趣缘社群及其带来的价值转化,是语言符号与空间关系双重中介效能叠加的结果,既依赖乡音的情感凝聚,也得益于视频中饮早茶、逛花市等物质空间所营造的“共同生活方式”的感召力,而“粤语警察”引发的冲突与协商,更让社群在动态平衡中保持文化活力,使得方言与地域文化在全球化背景下持续获得受众关注与情感参与,为激发基层文化活力提供了实践参考。

(二) 扩展与价值转化:从线上流量到线下动能

作为“节点”与“催化剂”,方言网红的核心作用在于协调多元行动者的张力,推动其文化价值与经济价值的联动。这种联动若契合国家政策导向,便可能成为文化赋能产业、推动乡村振兴的重要动力;但若放任商业资本主导,则可能出现粗制滥造、低俗浅薄、刻板印象、同质化等问题,削弱地域文化的影响力。

一方面,网红通过带货直播等方式实现由文化资本带来的流量的经济资本转化,但这一过程始终伴随着商业资本、粉丝诉求与文化本真之间的冲突与调适。在“广东夫妇”转型为直播电商的初期,很多粉丝对过于频繁的商业推广表示不满,评论区出现“变味了”“还是喜欢你们以前纯粹搞笑的样子”等负面反馈,部分核心粉丝流失导致短期 GMV (Gross Merchandise Volume, 商品交易总额) 下滑。为化解冲突,“广东夫妇”迅速调整策略:减少广告植入,深化植入岭南文化场景的呈现,增加纯内容板块,与官方公益活动联动,赢回粉丝信任与算法推荐权重。2024 年以来,“广东夫妇”的行动者网络进入稳定成熟期:粤语梗成为其商业 IP 核心资产,广州塔成为直播间固定背景,算法推荐通过用户画像精准匹配受众,MCN 负责供应链与品牌匹配,粉丝通过评论、购买、二次传播等形式形成流量循环,官方背书认可其文化传播价值。据新抖数据不完全统计,“广东夫妇”在 2024 年“双 11”周期累计 GMV 超过 10 亿^[46],其中包含不少广东特产品类产品;视频中推广的广州永庆坊,2024 年游客流量超 2 000 万人次^[47]。相关评论中,“好想去广东”“想尝试”等表述频繁出现,与相关产品销量增长数据相互印证。这正是行动者网络在面对冲突时调整策略、重构行动者网络的结果:方言梗的传播力吸引品牌合作,粉丝反馈倒逼内容调整,文旅转化效果反哺创作方向,算法根据互动数据动态调整推送策略,最终形成动态平衡的文化传播与价值转化链条。

另一方面,方言网红的影响力还体现在其文化价值的社会转化上。他们通过展示本土文化的独特魅力,强化全球化语境下的文化自信,如李子柒深耕非物质文化遗产技艺与田园生活内容,凭借更具亲和力的民间叙事,成为中华优秀传统文化“走出去”的重要补充,有效提升了中华优秀传统文化的全球影响力。尽管陆续出现过如“文化失真”等争议,但李子柒团队努力调试并坚持文化深耕,不断在冲突中重构网络,不仅实现了个人 IP 的价值转化,更带动了大量创作者的模仿与创新,形成了以非物质文化遗产为纽带的创作集群。网红们的展示和再创造使地域文化更接地气、更富人情味,也使短视频成为文化认同的强大载体。在跨文化交流的背景下,这种在动态平衡中构建的文化自信,对于地方文化的传播和民族认同意义深远^[48]。

五、结语

本研究基于 ANT 理论,系统论证了方言网红作为数字时代文化中介的核心角色,揭示其通过转译机制联结多元异质行动者、动态构建地域文化传播网络的实践过程。在理论层面,突破了既有数字文化中介研究的泛化视角,明确了方言网红“语言符号+空间关系”的双重中介属性,弥合了文化中介领域的研究空白,进一步揭示了平台流量逻辑与文化本真性诉求之间的结构性矛盾,完善了非人类行动者的中介效能分析框架。在方法层面,将卡隆的转译四阶段模型操作化为可用于短视频分析的编码体系,并通过历时性案例追踪,揭示了行动者网络的动态性,为数字文化研究提供可借鉴的实证路径。

本研究亦存在一定局限:首先,样本主要集中于抖音平台,研究结论在捕捉跨平台差异性方面存在不足;其次,样本偏向头部网红,难以反映中腰部及尾部创作者的真实生存状态,研究结论的普适性有待进一步验证;再次,研究维度侧重内容与传播层面,对商业资本、政策规制等外部因素的互动影响的探讨不足。基于以上局限,未来可从三个方向深化:一是开展跨平台比较,探讨 B 站、小红书等平台如何差异化地形塑方言文化的转译逻辑;二是将视角下沉至中长尾创作者,揭示其在有限资源下维系文化本真性与传播效力的独特策略,激活基层文化传播活力,使之服务于全民参与文化建设的目标;三是拓展研究

维度,系统考察政策、资本等宏观变量与微观实践的互动,并关注人工智能作为新型行动者对文化网络的重构潜力。

方言网红的实践表明,数字时代的文化活力根植于多元行动者网络的主体间协同与制衡,这为国家文化强国战略在数字基层的落实提供了关键接口。未来亟须树立“负责任的转译”意识,构建多方协同的治理与赋能框架,推动方言网红健康发展。

在政策引导层面,需强化文化强国战略赋能,完善支持与规制机制。地方政府在文旅合作、项目扶持时,应引入文化传播广度、受众认同度、线下转化效果等综合维度,形成鼓励长期价值转化而非短期热点追捧的政策导向;对深耕地域文化、助力非物质文化遗产传承、推动跨文化传播的网红,给予项目扶持、荣誉认证等激励,鼓励方言网红参与文化口述史采集等公益项目;同时,明确文化符号的使用规范与商业植入边界,防范文化异化与过度消费,使其服务于多元一体的文化建设。

在平台与机构治理层面,要建立协同机制,平衡流量与文化价值。平台可设立地域文化专项流量池,推行“算法向善”的激励机制,对本土优质内容加权推荐,遏制低俗化、同质化竞争;MCN机构可引入“文化顾问”制度,邀请学者、非遗代表性传承人参与内容审核与创作指导,从源头提升文化转译的准确性与深度;优化商业合作机制,将文化传播成效纳入网红商业价值评价体系,实现经济价值与社会价值双赢。

在为创作者赋能层面,要坚持文化责任与能力建设双轮驱动。可由行业协会与高校联合,围绕方言知识、媒介伦理等开展专题培训,提升网红的文化自觉与转译能力;鼓励头部网红牵头成立地域文化传播联盟,整合中、腰部及尾部创作者资源,共同开展文化推广、非遗活化等公益项目;引导网红在跨文化传播中讲述中国地域文化故事,成为中华优秀传统文化走出去的民间生力军。

通过上述路径,方言网红发挥其独特的文化表征优势,方能真正成为连接地方与国家、传统与现代化的数字化传播的可持续节点,在全球化语境中守护文化根系,为文化强国建设注入基层活力,为数字时代中华优秀传统文化的传承创新提供有力支撑。

[参 考 文 献]

- [1] 你还会说家乡话吗? 方言保护传承值得关注[EB/OL]. (2024-08-10) [2025-11-10]. <https://app.xinhuanet.com/news/article.html?articleId=24f3c359-9d88-439b-90ea-da2598f44fb4>.
- [2] 关于中国语言资源保护工程系列调查和建设相关规范标准的发布通告[EB/OL]. (2017-04-01) [2026-03-18]. http://www.moe.gov.cn/s78/A19/tongzhi/201704/t20170405_301845.html.
- [3] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》[EB/OL]. (2017-01-25) [2026-03-18]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2017/content_5171322.htm.
- [4] 第57次《中国互联网络发展状况统计报告》[R/OL]. (2026-02-05) [2026-03-18]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2026/0304/c88-11549.html>.
- [5] 孙忠良,李金雪. 布尔迪厄文化实践的哲学理论研究[J]. 湖北社会科学,2023(5):88-93.
- [6] Maguire J S, Matthews J. The Cultural Intermediaries Reader[M]. London: SAGE Publications Ltd, 2014.
- [7] 张锋. 透视少数民族“文化中间人”的多维度内涵[J]. 贵州民族研究,2015(1):123-126.
- [8] 骆璇,陈鸿瑶. 作为文化中介的国产游戏对中华文化国际传播的启示——基于“文化中介”理论模型的研究[J]. 传媒,2025(7):91-93.
- [9] 曹钺. 平台时代中国的名人文化——评《网红:作为中国的社交媒体娱乐》[J]. 国际新闻界,2022(3):160-176.
- [10] 杨隄. 文化中介下语言接触对青海汉话发展的影响研究[J]. 青海民族研究,2021(3):130-134.
- [11] 鲍曼. 流动的时代:生活于充满不确定性的年代[M]. 谷蕾,等,译. 南京:江苏人民出版社,2012.
- [12] 王昀,杨寒情. 制造“乡愁”:乡村视频博主的内容生产与职业身份生成[J]. 社会学研究,2023(1):205-225,230.

- [13] 耿言虎,王少康. 基于乡愁情感元素运用的乡土网红媒介实践[J]. 河北农业大学学报(社会科学版),2023(5):90-99.
- [14] 曹然,张希. 作为“第三持存”的故乡:短视频对当代“乡愁”建构的批判性话语分析[J]. 上海文化,2025(8):75-83.
- [15] Teurlings J. Unblackboxing production: what media studies can learn from actor-network theory[J]. After the Break: Television Theory Today,2013:101-116.
- [16] Hutchinson J. Digital Intermediation:Unseen Infrastructure for Cultural Production[M]. London:Routledge,2023.
- [17] 王晓培. 作为行动者的新闻网红:数字新闻的介入性文化与行动主义逻辑[J]. 新闻界,2025(9):15-25.
- [18] 李若瑜. 个人 IP 视域下洋网红在国际传播中的中介机制研究——基于甲亢哥中国行的案例分析[J]. 视听,2025(20):10-15.
- [19] 黄美笛. 破除被编码的自由幻象:网红文化中的主体性风险及其调适[J]. 南京社会科学,2025(9):93-102.
- [20] 匡野,李星翰. 多元共筑与多重对话:话语理论视域下传统文化短视频媒介话语结构建构研究[J]. 中国编辑,2025(10):47-55.
- [21] 张颐武. 网络文化中的“网红”和“粉丝”[J]. 中国文艺评论,2025(8):4-10,124.
- [22] 曹书乐. 网红成名逻辑与“网红—粉丝”文化机制辨析[J]. 中国文艺评论,2025(8):31-41,125.
- [23] 胡疆锋. 技术迭代、情感资本与算法神话:中国网红文化的多维透视[J]. 中国文艺评论,2025(7):21-33,119-120.
- [24] Callon M. In: Law J, ed. Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge? [M]. London: Routledge & Kegan Paul,1986.
- [25] Law J, Callon M. The life and death of an aircraft: A network analysis of technical change[J]. Social Problems,1992(39):227-251.
- [26] 张昱辰,王智丽. 超越社会建构论:STS 与媒介研究的“交光互影”及其对传播研究的启示[J]. 新闻大学,2022(7):81-94,119-120.
- [27] Abuhashesh M, Wang Y. Social media influencers impact on tourism and city image: A cross-cultural comparison between US and Saudi TikTok users[J]. Online Media and Global Communication,2023(4):1-18.
- [28] 郭永平. 乡村建设行动背景下的艺术乡建与地方营造[J]. 艺术学研究,2025(5):134-144.
- [29] 黄骏. 城市形象的媒介化建构与“他者”行动网络——以“哈尔滨出圈”为例[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版),2025(4):152-160,187-188.
- [30] 李勇. 成为行动者:社交媒体时代“网红空间”的主体性建构[J]. 重庆师范大学学报(社会科学版),2024(3):97-106.
- [31] 祝新乐,解学芳. AIGC 赋能中国数字文化高质量出海的逻辑机理与实践路径——基于行动者网络视角[J]. 学术论坛,2025(4):138-148.
- [32] 皮埃尔·布尔迪厄. 实践理论大纲[M]. 高振华,李思宇,译. 北京:中国人民大学出版社,2017.
- [33] 张戎. 媒介即想象:Z 世代青年短视频中的情感参与及文化建构[J]. 新疆社会科学,2025(5):150-160.
- [34] Latour B. Trains of Thought:The Fifth Dimension of Time and Its Fabrication[M]. Göttingen:Hogrefe & Huber,2005.
- [35] 王青原,韩立新. 融媒体背景下主流媒体传统文化短视频创作逻辑与优化策略[J]. 湖北社会科学,2025(9):142-148.
- [36] 孙玉珠,丁凤蕾,毛宇扬. 媒介化情感团结的生产与再造:短视频平台公益传播的情感动员实践[J]. 当代青年研究,2025(5):52-67.
- [37] 吴莹,卢雨霞,陈家建. 跟随行动者重组社会:读拉图尔的《重组社会:行动者网络理论》[J]. 社会学研究,2008(2):218-234.
- [38] 刘鹏. 行动者网络理论:理论、方法与实践[M]. 北京:中国社会科学出版社,2020.
- [39] 陈瑞华. “地方再造”:农村青年媒介行为的文化隐喻[J]. 中国青年研究,2019(2):94-101.
- [40] 刘静. 田园生活类短视频的乡村女性媒介形象建构机制探赜[J]. 当代电视,2023(9):108-112.
- [41] 翟洲燕,安传艳,贾梦月,等. 中国乡土文化景观基因识别与空间意象表达——以李子柒短视频为例[J]. 旅游学刊,2023(11):41-54.
- [42] 刘珩. 行动者网络理论[J]. 外国文学,2021(6):64-76.
- [43] 侨乡侨情[EB/OL]. (2024-01-22)[2026-02-01]. https://www.gdhmo.gov.cn/gaikuang/content/post_70416.html.
- [44] 张熹琬. 香港澳门外来人口持续流入,年中人口微升[EB/OL]. (2024-08-16)[2025-11-10]. <https://www.>

jiemian.com/article/11563987.html.

[45] 陈锦霞,张博文. 非遗与方言融合叙事:微短剧出海的文化路径创新——以广东实践为例[J]. 中国广播电视学刊, 2025(6):88-90,117.

[46] 松露,小八. 复盘史上最长双11:168位抖音主播销售额破亿 大主播“冰火两重天”[EB/OL]. (2024-11-13)[2026-02-01]. <https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2024-11-13/doc-incvwrzs8249817.shtml>.

[47] 李青,谢源源,梁燕芬. 粤韵悠悠“荔湾的夜”如何打造岭南特色?[EB/OL]. (2025-01-17)[2026-02-01]. <https://epaper.xkb.com.cn/view/1245148>.

[48] 代悦,胡艳琳. 中华文化主体性提升的逻辑理路、现实困境与实践路径[J]. 重庆师范大学学报(社会科学版),2025(6):16-25.

A Study on the Digital Cultural Mediation Practices of Dialect Internet Celebrities from the Perspective of Actor-Network Theory

He Zichen

(College of Journalism and Communication, Chongqing Normal University, Chongqing 401331, China)

Abstract: Dialect internet celebrities represent a new type of digital cultural intermediary in the digital age. Their core function lies in transforming regional cultural genes into symbols recognizable, disseminated, and consumed by mobile media through a translation mechanism revealed by actor-network theory, thereby achieving cultural “symbolizability.” Against the backdrop of globalization and urbanization, which have triggered anxieties over cultural homogenization and endangered intergenerational transmission of dialects, this study analyzes 151 short videos and 925 user comments from 84 dialect internet celebrities using text analysis. Centered on Callon’s “four-stage translation model”, it systematically examines their cultural mediation practices. The research finds that the mediation practice of dialect internet celebrities is a dynamic network-building process driven by translation, connecting diverse and heterogeneous actors. At its heart is the dual mediating role of “linguistic signs” and “spatial relations.” Through strategies such as symbolic simplification, linguistic “memeification,” and aesthetic enhancement, these influencers translate regional culture into highly identifiable communication units. Non-human actors—including platform algorithms and physical environments—are mobilized alongside human actors such as fans and MCN agencies to co-construct dissemination pathways. Research shows that the mediating role of dialect-based internet celebrities lies in the tension between their agency and constraints—actively translating culture and constructing identity, yet deeply shaped by algorithmic rules and the logic of traffic-driven economics. Ultimately, this practice not only bridges geographical divides and reshapes cross-regional cultural identities, but also transforms online engagement into offline economic and social momentum through emotional mobilization, forming a closed loop from symbolic dissemination to value creation for regional cultures.

Keywords: dialect-based internet celebrities; actor-network theory; digital cultural mediation; cultural translation; regional cultural genes

[责任编辑:赖黎捷]