

生活转向中的视觉民族志

——以日本生活 Vlog 为线索

黄紫祜 陆薇薇

东南大学外国语学院，南京

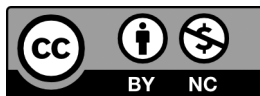
摘要 | 本文以抖音平台上的日本生活Vlog为研究对象，在内容编码与半结构访谈的基础上，考察其类型结构、叙事机制及民俗学意义。研究发现，日本生活Vlog以日常生活记录为核心，通过第一人称视角、多模态声音、评论互动与跨文化生活场景，形成兼具记录性、共享性与情感联结功能的视觉民族志材料。该类影像实践拓展了互联网民俗中“民”与“俗”的边界，也为理解数字媒介环境下的日常生活实践、民俗认同与跨文化传播提供了新的观察路径。

关键词 | 日本生活 Vlog；日常生活转向；互联网民俗；民俗认同；跨文化传播

Copyright © 2026 by authorx (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



近年来，数字媒介的迅速发展持续重塑人们的生活表达方式。以短视频平台为代表的新兴媒介，使个体能够以影像形式记录并展示自身日常生活，其中Vlog已成为呈现个人经验与生活实践的重要载体。在这一背景下，围绕特定地域展开的生活记录逐渐增多，“日本生活Vlog”通过对饮食、居住、出行及文化体验等内容的呈现，构建出具有日常性与情境性的生活图景。将其置于民俗学“生活转向”的背景下考察，有助于理解当代民俗如何在数字媒介中被记录、再现与建构，也能够为“记录型民俗”和互联网语境下的跨文化传播研究提供新的经验材料。

本文将日本生活Vlog理解为由普通创作者持续生产的视觉民族志材料。它并非研究者单向记录的传统田野文本，而是在拍摄、剪辑、发布、评论与再传播过程中，由创作者与观众共同建构的生活记录。

基于此，本文围绕日本生活Vlog的类型表征及生成逻辑展开分析，重点回应两个问题：其呈现出何种内容类型与日常生活叙事特征？其对于当代民俗学研究具有怎样的理论与实践意义？

1 数字日常与民俗研究转向

1.1 民俗学相关研究的变迁

首先需要厘清的是“互联网与民俗”的关系。陶立璠指出，将网络空间纳入研究视野是民俗学发展的必然趋势^[1]。张举文对互联网民俗中的“民”与“俗”作出新的界定：其中，“民”指各种网民、网群或朋友圈群体的构成；“俗”则指利用互联网进行的交际活动本身^[2]。

互联网民俗并不仅限于“交流型”与“表演型”，

通讯作者：陆薇薇，东南大学外国语学院教授、副院长，研究方向：日本民俗学、性别研究。

文章引用：黄紫祜，陆薇薇. 生活转向中的视觉民族志——以日本生活 Vlog 为线索 [J]. 社会科学进展, 2026, 8(6): 489-493.

<https://doi.org/10.35534/pss.0806086>

还包括以记录个人经历为中心的“记录型”^[2]。随着互联网融入日常生活,用户以“记录—分享—反馈”的方式不断生成新的文化实践。岩本通弥指出,日常是在人的实践与记录中被不断建构的,日常中所谓“理所当然”的事物,正是在被记录的过程中获得文化意义^[3]。高丙中(1992)^[4]也指出,民俗学的研究对象是民间的生活文化,生活的世界也就是民俗的世界。

短视频凭借短时长、强冲击力与高流通性的传播特征实现了快速发展。Vlog既继承了短视频传播的便捷性与广泛性,又能够较完整地记录个体日常生活,因此成为互联网短视频创作中的重要形式。然而,既有研究对Vlog的民俗学意义仍讨论不足。

1.2 Vlog 的相关研究

目前,关于日本生活类Vlog的研究仍较为有限。鉴于Vlog与短视频在内容构成、表现手法及受众互动方面具有较高共通性,本文将短视频相关研究作为重要理论参照。

相比之下,国外学者对Vlog的研究起步较早。中村裕一(2013)在《映像によるライフログ》中指出,影像型生活日志(lifelog)以第一人称视角记录日常生活,并通过技术手段将个人经验转化为可共享的社会资料。Will Luers(2007)^[5]强调了Vlog作为个人媒介所呈现的大众价值;Grice(2012)^[6]则指出,创作者的创作深受社群互动、社会价值观与受众期待的影响。由此可见,Vlog既能记录个体日常生活,又能通过平台与社群互动形成公共意义。这种“从个人生活出发、在社会情境中被共享与再生产”的特征,与民俗学所关注的“生活世界”高度契合。

2 样本选择与研究路径

2.1 内容编码:主题与形式

编码分析旨在从样本视频中梳理具有代表性的叙事特征。本文参照王石番(1989)^[7]的类目建构模式,区分实质类目与形式类目,分别对应“说什么”与“怎么说”。具体类目包括视频主题、视频形式、叙事视角、叙事人物、叙事语言、叙事场景以及声音运用方式。

首先,本文在抖音平台中根据粉丝量,并综合评论量、互动量、点赞量等维度,筛选出排名靠前的10个日本地区样本账号;再从每个账号中选取点赞量和热度排名前五的视频作品(创作时间为2025年1月1日至2025年12月31日)作为编码样本,共计50个样本视频。样本账号创作者包括在日学生、上班族等非短期留日的群体,职业、年龄和内容主题均具有一定差异,能够体现创作主体与内容类型的多样性。相关账号在样本采集前均已持续半年及以上发布原创内容,且截至样本采集时间(2026年2月6日)运营时间均超过一年,因而具有稳定性和代表性。

2.2 半结构访谈:生产与接受

本研究主要从“日本生活Vlog”话题下的高热度视频评论区,筛选存在评论互动行为且所发表评论热度较高的观看用户作为访谈对象。每位用户访谈时长约20~25分钟,访谈对象共14位,访谈采用线上线下相结合的方式。14位访谈对象中男女各7位,性别比例为1:1。

3 生活转向与Vlog界定

3.1 从传统遗存到日常生活实践

“日常生活转向”是近年来中国民俗学发展的重要议题之一。传统民俗学长期以神话、传说、仪式、节庆等相对稳定的民俗事象为中心。随着城乡结构、家庭形态、传播媒介与生活方式持续变化,民俗学开始将研究视野转向现实社会中的日常生活,并由此形成所谓“日常生活转向”^[8]。

新媒介环境的出现进一步推动了民俗学的日常生活转向。王杰文指出,数码技术与网络平台改变了民众记录生活、展示生活与交流生活的方式,使日常生活本身成为可传播、可观看、可互动的文化文本^[9]。

3.2 作为视觉日志的Vlog

Vlog(Video Blog)即视频博客,是以影像为主要媒介形式的个人日志。创作者通过视频记录个人生活中的重要事件或日常片段,并借助剪辑、配乐、字幕等视听手段进行再加工。其内容多围绕个体日常生活展开,强调真实感与个人视角,兼具记录性与叙事性。

从研究方法看,Vlog的价值不仅在于记录“发生了什么”,更在于它将身体动作、空间感受、声音环境与情绪表达同时纳入可分析的文本之中。相较文字访谈或静态图像,Vlog更能呈现日常生活的连续过程与情境细节。

4 日本生活Vlog的类型结构

对样本数据进行统计分析后可以发现,日常生活类内容占比最高。此类视频多以创作者个人在日本的真实生活为核心,整体呈现出低戏剧化、弱表演性的叙事特征。创作者通过对身边场景的即时记录,实现对在日生活的影像化书写。

旅行与美食体验是日本生活Vlog中的第二大主题。此类视频多以创作者的在地视角,对日本不同城市的自然风光、特色饮食、地方文化或节庆活动进行记录与展示。文化习俗类内容同样占据重要位置,常呈现为对日本社会文化现象的日常观察、体验式记录以及对中日生活差异的比较性表达。

本文在参考上述分类框架的基础上,结合日本生活Vlog的具体内容特征,对样本视频作进一步细分,将其划分为记录型、观点讨论型、表演型、教学型以及其他

类型。

在视频呈现形式上，记录型短视频在本研究样本中占据主导地位。通过对 10 位日本地区头部抖音博主的观察可以发现，其内容核心均指向在日生活的日常记录。Vlog 打破了以单一文字或图文模态表达的传统记录方式，使多模态符号在同一视频文本中聚合。以记录日本留学生活的博主@树莓。袞为例，其内容主题较为统一，主要聚焦真实而富有趣味的碎片化生活瞬间。

5 日本生活 Vlog 的叙事机制

5.1 空间、视角、人物与语言

在对 50 个抖音日本生活 Vlog 样本的分析中可以发现，叙事场景在私域空间与公共空间之间呈均衡分布（各占 50%）。这表明，日常生活的媒介呈现并未局限于私人生活内部，而是形成了私域与公共空间并置的叙事结构。

这种结构带来了民俗形态的重要转变。一方面，原本具有私密属性的居住空间被持续展示于公共媒介之中，个体生活由此从“不可见”转向“可观看”；另一方面，公共空间被纳入个体叙事体系，被赋予情绪表达与生活实践的意义，成为日常生活得以展开的叙事场所。

从叙事空间看，传统民俗学所关注的表演空间，多集中于庙宇、广场、村落及仪式现场等公共性物理场所。丹·本-阿默思（Dan Ben-Amos）^[11]曾将民俗界定为“面对面的‘小群体中的艺术性交流’”。然而，社交媒体与短视频平台兴起后，这一界限已被显著打破。在数字媒介语境下，民俗活动一方面向私域空间延伸，使个体日常生活成为可被展示与传播的文化内容；另一方面，抖音等平台又构建出一种去地域化的“数字公共空间”，其公共性通过转发、观看与评论等媒介实践得以实现。由此，即便内容生产发生于私域空间，也能够传播过程中获得公共属性。

从叙事视角看，在抖音日本生活 Vlog 样本中，第一人称为占比达 66%，第三人称视角占比 34%。这表明，创作者普遍倾向于采用第一人称为视角进行内容呈现。第一人称为拍摄方式使博主能够以“我”的身份直接面对镜头，或通过手持镜头记录自身所见，从而使观众借由博主的眼睛观察世界，并产生较强的代入感和在场感。

从叙事人物看，以“日本人”出镜的视频占比最高，达到 46%。在这一类型中，博主通常退居为记录者，由日本人承担主要叙事功能。例如，博主@东北老妈在日本多以其日本丈夫“豪赤一郎”（愧叔）的日常生活为核心，通过其饮食状态、运动表现与日常言行构建叙事内容。以“中日互动”组合呈现的视频占比 18%，在日华人与日本人共同承担叙事任务，并通过互动关系

推进内容展开。例如，博主@在东京的四川人围绕其与日本妻子“西柚麻琴”的日常生活展开叙事：博主从华人视角表达对日本饮食与生活方式的感受，其妻子则呈现日本生活的内部逻辑，双方互动呈现出跨文化交流的具体过程。

从叙事语言看，本研究样本呈现出单一语言与混合语言并存的特征。中文承担主要信息传达功能，日语的介入增强了内容的在地性与真实感。二者结合，使日本生活 Vlog 在语言层面呈现出明显的跨文化特征。

5.2 互动仪式链中的情感生成

柯林斯在涂尔干和戈夫曼的基础上提出互动仪式链（Interaction Ritual Chain）理论，用以解释微观社会互动如何产生宏观社会结果。其核心在于：当仪式参与者形成相互关注的焦点，并在身体节奏与情绪状态上彼此调节时，互动便可能生成情感能量与群体连带（Collins, 2005: 47）^[12]。

5.2.1 多重视角与真实感

在 50 个样本视频中，第一人称视角占比 66%，第三人称视角占比 34%。第一人称视角使观众能够以博主视角观察日本，第三人称视角则使观众在相对客观的位置观察博主与环境之间的互动。两种视角的交替使用共同构建叙事层次，并将观众注意力集中在日本生活场景上。当观众将注意力聚焦于视频内容时，便与创作者形成了“共同的关注焦点”。博主@巨涛涛提到，其通过切换与华人、日本人及欧美人士的互动场景，呈现多元文化下的生活状态。这一策略使观众在不同文化主体之间进行“比较性观看”，从而形成对日本社会的多维认知。受访者提到，相关视频“能看到文化碰撞”，“既有新鲜感又有文化亲近感”，说明镜头与视角的切换不仅增强沉浸体验，也构建出一种跨文化认知路径。

5.2.2 生活场景与虚拟共生

在“共同关注焦点”形成之后，观众在持续观看与互动中逐渐产生“虚拟共生”的体验。媒介条件下的远程互动也可能形成类似亲身在场的情感连带；有关网络虚拟身体共在的研究亦表明，个体能够在心理上感知自己与他人处于同一互动情境（Patricia, 2013；Wang, 2020）。日本生活 Vlog 通过系统建构日常生活场景，使观众在观看过程中不断强化在场感。编码数据表明，86% 的视频属于记录型内容，叙事场景在私域空间与公共空间中各占 50%；人物呈现上，日本人占比 46%、华人占比 36%、中日互动占比 18%。多元主体的参与增强了生活世界的层次感与真实感，使观众更容易在认知与情感上进入这一情境。

5.2.3 声音语言与情感共鸣

从创作者访谈来看，声音设计常被视为提升“氛围感”的关键因素。博主@小猫饼干表示“料理系注重声音”，通过烹饪声响增强内容感染力；她还强调在评论

回复中利用故事性和疑问句激发观众参与。博主@巨涛涛则采用双语字幕和日语表达配中文翻译的策略,降低观众理解门槛。编码结果显示,叙事语言中混合语言占比52%,单一语言占比48%,中日文混杂表达成为与中文叙事并重的主流语言实践。声音叙事方面,“音效+背景音乐+人声”的复合型组合占比最高,丰富的声效组合强化了情感表达。多位受访者提到,相关视频“很治愈”“节奏很舒服”,并能感受到电车报幕、礼仪秩序与便利店声音等日本生活细节。这些情感逐渐转化为可被他人识别与共享的表达方式。

6 Vlog 研究的理论与实践意义

6.1 新“民”与新“俗”的生成

长期以来,民俗学的研究重心主要围绕“传统”与“共同体”展开。刘晓春^[13]指出,随着现代化与全球化的深入,我们已进入民俗的“后传承时代”。在此背景下,学界开始将视角转向日常生活,重新捕捉和解释那些在流动、异质的现代社会中不断生成且具有“民俗性”的现象。高丙中^[14]曾赞同“民俗是模式化的生活文化”这一说法,并强调其核心特征在于“理所当然性”。

由此反观日本生活 Vlog,其意义不止于个人表达。这些视频在内容结构、情绪表达乃至镜头语言上,都呈现出较高的趋同性与重复性。这种趋同并非偶然巧合,而是创作者在“过去的经验”与当下情境的互动中,共同建构并持续遵循的一种模式化表达。从这一意义上看,日本生活 Vlog 具有明显的“民俗性”。

第一,共同符号的生成:网名与称呼成为身份认同的标志。在“小猫饼干”的粉丝群体中,粉丝在评论区统一称呼博主为“猫猫”“猫ちゃん”“小猫老婆”“小猫大厨”等。这些带有亲昵称谓色彩的表达,成为群体成员识别彼此的重要标志。新观众进入评论区后,也需要通过学习才能理解其含义并正确使用。

第二,模仿行为的循环:观众向实践者转变。博主@小猫饼干在访谈中提到,粉丝会模仿其视频制作同款料理,并通过私信告知博主本人。在日本情人节、中国除夕等时间节点,粉丝和博主也会在评论区相互问候、分享节日生活。访谈结果显示,多位受访者会模仿视频中的收纳方式及公共行为规范,购买同款商品,打卡推荐美食。这种“观看—模仿—分享—再观看”的循环,使日本生活 Vlog 成为一种在群体中持续扩散的文化实践。

首先,它拓展了“民”的边界。传统民俗学所关注的“民”,往往局限于特定地域、血缘或职业群体。而日本生活 Vlog 的观众群体,正是张举文所说的“网民、网群或朋友圈群体的构成”——他们超越地域、年龄与职业差异,因共同兴趣而聚集,并通过符号共享与情感共鸣形成认同。这种“民”的形成方式,为民俗学提供

了互联网时代社会群体构成的新视角。

其次,它拓展了“俗”的内涵。传统民俗学所关注的“俗”,主要是世代传承的口头传统、仪式节庆与身体惯习。而日本生活 Vlog 中的“俗”,则是张举文所说的“利用互联网进行的交际活动本身”——以点赞、评论、转发、收藏等形式展开的互动,以及在互动中生成的共同符号与情感共识。它不是“过去的遗留物”,而是“当下的生活实践”。

6.2 生活化表达与身份认同

6.2.1 日常叙事与跨文化传播

在数字媒介深度嵌入日常生活的当下,在日华人博主已成为中华文化跨文化呈现的重要载体。这类短视频创作实质上是“民俗认同”在媒介化场域中的活态实践。张举文指出,“民俗认同”是修正民族认同、推动传统文化海外传承的有效路径;在日华人在异国语境中对自身传统的持续践行,本身即是一种“散居民俗”的展演。

这种以生活化叙事为核心的传播方式,能够将中华文化叙事从宏大表达转化为具体、可触摸、可共情的日常经验。借助张举文提出的“第三文化空间”视角来看^[2],创作者在日本生活场景中展示移动支付、外卖、家乡饮食、节庆仪式等现代中国民俗细节时,实际上是在跨文化语境中重新组织自身的文化身份。

6.2.2 民俗纽带与虚拟共同体

在日华人的文化身份认同并非抽象的政治归属,而是在日常生活中对自身民俗传统的持续践行与情感投射。日本生活 Vlog 博主通过影像记录,以身体在场的实践展演日常生活中的中国民俗,并在异国文化语境中完成对自身文化位置的确认。

语言、饮食、节日等民俗事象,是辨别文化身份的核心符号。有的博主在视频中以中文作为叙事语言,在异国环境中使用母语本身就是一种民俗身份表达;中华美食的制作与品尝、传统节日的仪式展演,则进一步将中华文化特质转化为可见、可感知的日常行为。即使身居日本,博主们依然贴春联、做年夜饭、发红包,完整呈现传统节日的民俗仪式。

民俗的重要功能之一在于凝聚认同。在异文化环境中,博主通过展演自身携带的民俗传统,在与“他者”的日常交往中不断强化对中华文化的身份归属。同时,短视频平台也为跨地域的情感共鸣提供了可能。博主面对文化差异时的情感表达,例如对火锅、串串等本土饮食的怀念,或对“回国过年”的期盼,本质上都是民俗记忆在日常生活中的自然流露。

7 结语

本文以抖音平台上的日本生活 Vlog 为研究对象,

从内容类型、叙事机制以及民俗学意义三个层面展开分析。研究发现,日本生活 Vlog 以日常生活记录为基础,在旅行美食、文化习俗、观点讨论和经验分享等主题中呈现出较强的生活化特征。

从理论意义上看,日本生活 Vlog 拓展了民俗学对于“民”与“俗”的理解。网络平台中的观众、粉丝群体与创作者共同形成新的情感共同体,点赞、评论、转发、模仿和再创作等互动行为,则成为数字时代新的民俗实践。由此可见,民俗并非只存在于传统仪式或固定地域共同体之中,也会在日常化、媒介化和跨地域的生活实践中不断生成。

从实践意义上看,日本生活 Vlog 以普通人的生活经验为入口,将跨文化传播从宏大叙事转向可感知的日常表达。在日华人创作者通过语言、饮食、节日、家庭互动和公共生活等影像实践持续展演并重构自身文化身份的同时,也使观众在观看与互动中获得对异文化生活的理解与情感共鸣。

参考文献

- [1] 陶立璠. 民俗学 [M]. 北京: 学苑出版社, 2003: 126.
- [2] 张举文. 探索互联网民俗研究的新领域 [J]. 西北民族研究, 2021, (1): 102-109.
- [3] 岩本通弥. “当たり前”と“生活疑問”と“日常” [J]. 日常与文化, 2015.
- [4] 高丙中. 生活世界: 民俗学的领域和学科位置 [J]. 社会科学战线, 1992 (3): 328-335.
- [5] Will Luers. Cinema without showbusiness: A poetics of Vlogging [M]. Ann Arbor, MI: MPublishing, University of Michigan Library, 2007.
- [6] Grice K M. Journey to the center of a Vlog: One woman's exploration of the genre of video blogs [J]. Grassroots Writing Research Journal, 2012, 3 (1): 31-37.
- [7] 王石番. 传播内容分析法: 理论与实证 [M]. 幼师文化事业公司, 1989.
- [8] 李向振. 作为民俗学关键词的“日常生活”及其研究范式——兼论生活结构理论的可能性 [J]. 民俗研究, 2025 (5): 73-84.
- [9] 王杰文. 新媒介环境下的日常生活: 兼论数码时代的民俗学 [J]. 现代传播, 2017 (8): 16-20.
- [10] 张举文. 探索互联网民俗研究的新领域 [J]. 西北民族研究, 2021, (1): 102-109.
- [11] Dan Ben-Amos. Toward a Definition of Folklore in Context. Journal of American Folklore, 1971 (331).
- [12] Collins R. Interaction Ritual Chains [M]. Princeton University Press, 2005.
- [13] 刘晓春. 探究日常生活的“民俗性”——后传承时代民俗学“日常生活”转向的一种路径 [J]. 民俗研究, 2019, (3): 5-17, 157.
- [14] 高丙中. 日常生活的未来民俗学论纲 [J]. 民俗研究, 2017, (1): 19-34, 157.

Visual Ethnography in the Everyday Life Turn: Taking Japanese Lifestyle Vlogs as a Clue

Huang Tzuchieh Lu Weiwei

Southeast University, Nanjing

Abstract: From the perspective of the everyday-life turn in folklore studies, this paper takes Japan-related life Vlogs on Douyin as its research object and examines their content types, narrative features, and folkloric significance. Based on coding analysis and semi-structured interviews, the study finds that these Vlogs present everyday life through visual records, cross-cultural experience, multimodal sound, and platform interaction. As a form of internet folklore, Japan-related life Vlogs expand the boundaries of folk groups, folk practices, and fieldwork space in contemporary folklore studies.

Key words: Japan-related life Vlog; Everyday-life turn; Internet folklore; Folk identity; Cross-cultural communication