

閩南師範大學

新闻与传播硕士专业学位论文

日常类 Plog 中青年群体的自我呈现
和自我认同研究——以小红书平台
为例

刘梦

閩南師範大學

二〇二五年五月

学校代码: 10402

学 号: 2022171026

分 类 号:

密 级:

閩南師範大學

新闻与传播硕士专业学位论文

日常类 Plog 中青年群体的自我呈现
和自我认同研究——以小红书平台
为例

学位申请人：刘梦

指 导 教 师: 胡鸿影 教授

学 位 类 别: 新闻与传播硕士专业学位

学 科 专 业: 新闻与传播

授 予 单 位: 闽南师范大学

答 辩 日 期: 二〇二五年五月

CODE: 10402

NO.: 2022171026

U.D.C.:

Classified Index:

**A Thesis for Degree of Master in
Journalism and Communication**

**Study on Self-Presentation and
Self-Identity of Young People in
Daily Plog - Taking Xiaohongshu
Platform as an Example**

Candidate : Liu Meng

Supervisor : Pro. Hu Hong Ying

Specialty : Journalism & Communication

**Academic Degree Applied for : Master of Journalism and
Communication**

University : Minnan Normal University

Date of Thesis Defense : May, 2025

摘要

Plog 是 picture blog 的缩写形式,译为图片博客,它与 Blog、Vlog 等都属于垂直细分的传播形式。本文的研究对象是 Plog 的细分种类之一——日常生活类的 Plog (日常类 Plog)。作为一种新兴的媒介形式,日常类 Plog 以其视觉化、碎片化和个性化的特征,逐渐成为青年群体记录生活与构建身份的重要工具。因此,本文研究的落脚点在于研究对象的自我呈现以及自我认同的建构过程,试图通过分析青年群体在日常类 Plog 创作中的行为动机、呈现特征及认同机制,揭示社交媒体环境下个体身份建构的动态性与复杂性。

在研究方法的使用上,本文深度访谈了 13 位研究对象,选取了 250 个日常类 Plog 的图文信息进行内容分析。将日常类 Plog 创作者的行为动机分为内因和外因两大类。为了更好地对日常类 Plog 创作者的自我呈现特征进行分析,本文以戈夫曼的拟剧理论为研究基础,从舞台设置和前台表演两个方面去分析,最后总结出呈现意义。再结合吉登斯的自我认同理论,对青年群体的自我认同情况进行分析。

研究发现,记录日常生活、进行成长叙事、建立自我认同以及寻求心理治愈构成了青年群体进行自我呈现的内在动因,增强社会交往、获取社会认可和实现资本转化构成了其自我呈现的外在动因。青年群体在进行自我呈现时,会通过对头像、网名和简介的个人化设置突出个人的形象风格,继而从视觉文本和内容主题的选取,持续地维持自我形象。这种形象维持的结果就是自我认同,通过剖析自我认同的阶段发现,自我认同是一个螺旋式上升的过程,青年群体通过自我审视构建理想自我,通过他者反馈确认现实自我,再在这个动态的过程中形成对真正自我的认同。但自我认同并非一成不变的,在自我认知错误、他者负面反馈以及自我行为割裂的情况下,可能会产生虚假的、消极的以及异化的自我认同。最后,在探讨青年群体自我呈现与认同建构过程时发现,强表演性、隐私泄露与跳跃性叙事是日常类 Plog 创作中面临的主要问题。解决这些问题需要创作者回归真实内容初心,隐私保护意识与注重提升媒介素养,从而实现健康的内容生态和持续的身份认同建构。

本文认为,日常类 Plog 作为一种独特的媒介实践形式,已成为青年群体媒介化身份建构的重要方式。通过自我呈现与互动,创作者不断强化对自身身份的认同,但是同时也面临着媒介化叙事带来的隐忧与挑战。在未来的研究中,有必要进一步探索媒介生

态的优化策略，从而为青年群体的健康表达与身份构建提供新的思路与启示。

关键词：日常类 Plog；青年群体；自我呈现；自我认同；小红书

Abstract

Plog, short for "picture blog," is a form of visual blogging that, along with Blog and Vlog, represents a vertically segmented mode of communication. This study focuses on a specific subcategory of Plog—daily life Plog (referred to as "daily Plog"). As an emerging medium, daily Plog, characterized by its visual, fragmented, and personalized features, has become an essential tool for young people to document their lives and construct their identities. Therefore, this research centers on the self-presentation and identity construction processes of its subjects, aiming to analyze the behavioral motivations, presentation characteristics, and identity mechanisms of young people in daily Plog creation, thereby revealing the dynamic and complex nature of individual identity construction in the context of social media.

In terms of research methodology, this study conducted in-depth interviews with 13 participants and selected 250 daily Plog posts for content analysis. The motivations of daily Plog creators were categorized into internal and external factors. To better analyze the self-presentation characteristics of daily Plog creators, Goffman's dramaturgical theory was employed as the theoretical foundation, examining stage settings and front-stage performances to summarize the significance of their presentations. Additionally, Giddens' theory of self-identity is used to analyze the self-identity of young people.

The findings indicate that recording daily life, engaging in growth narratives, establishing self-identity, and seeking psychological healing constitute the internal motivations for self-presentation among young people. Enhancing social interactions, gaining social recognition, and achieving capital conversion form the external motivations. When presenting themselves, young people personalize their profiles through avatars, usernames, and bios to highlight their unique styles, and they maintain their self-image through visual and narrative content. This image maintenance ultimately leads to self-identity. By dissecting the stages of self-identity, it was found that self-identity is a spiraling process: young people construct their ideal selves through self-reflection, confirm their real selves through external feedback, and ultimately form a genuine self-identity through this dynamic process. However,

self-identity is not static. In cases of self-cognitive errors, negative external feedback, or behavioral inconsistencies, false, negative, or alienated self-identities may emerge. Finally, the study identified key issues in the self-presentation and identity construction processes of young people, including excessive performativity, privacy leaks, and fragmented narratives. Addressing these concerns requires creators to return to authentic content creation, enhance privacy protection awareness, and improve media literacy, thereby fostering a healthy content ecosystem and sustainable identity construction.

This study argues that daily Plog, as a unique form of media practice, has become a significant means for young people to construct their mediated identities. Through self-presentation and interaction, creators continuously reinforce their self-identity while also facing the challenges and risks posed by mediated narratives. Future research should further explore strategies for optimizing the media ecosystem, providing new insights and approaches for the healthy expression and identity construction of young people.

Keywords: Daily Plog; Youth; Self-Presentation; Self-Identity; Little Red Book

目 录

绪论.....	1
第一节 研究背景.....	1
第二节 研究意义.....	2
一、理论意义.....	2
二、实践意义.....	3
第三节 研究现状.....	3
一、 Plog 的研究现状	3
二、“日常类”Plog 的研究现状.....	8
三、自我呈现研究现状.....	10
四、关于自我认同的研究.....	14
第四节 研究方法与研究创新	17
一、研究方法.....	17
二、研究创新点.....	18
第一章 日常类 Plog 中青年群体的自我呈现.....	19
第一节 研究设计.....	19
一、青年群体的概念界定.....	19
二、样本选择.....	19
三、类目建构.....	24
四、信度检验.....	27
第二节 日常类 Plog 中自我呈现的内容	28
一、角色初印象：自我呈现的舞台设置.....	28
二、理想形象：自我呈现的前台表演.....	34
第三节 日常类 Plog 中青年群体自我呈现的意义.....	41
一、传递生活观念.....	41
二、输出私密情绪.....	43
三、彰显自我价值.....	44
第二章 青年群体借助日常类 Plog 进行自我呈现的动因.....	47
第一节 日常类 Plog 青年创作者自我呈现的内在驱动	48
一、记录日常生活.....	48
二、进行成长叙事.....	48
三、建立自我认同.....	49
四、寻求心理治愈.....	50
第二节 日常类 Plog 青年创作者自我呈现的外在牵引	51
一、增强社会交往.....	51

二、获取社会认可	51
三、实现资本转化	52
第三章 青年群体日常类 Plog 中的自我认同	55
第一节 自我认同的构建	55
一、自我审视：理想自我的建构	55
二、他者反馈：现实自我的确认	56
三、成为自己：理想自我和现实自我的统一	58
第二节 自我认同的挣扎	60
一、自我认知错误催生的虚假自我认同	60
二、他者负面反馈引发的消极自我认同	62
三、自我行为割裂导致的异化自我认同	62
第四章 基于青年群体自我呈现与认同建构问题的反思与建议	65
第一节 表征机制中的问题反思	65
一、符号化人设与表演性自我	65
二、隐私泄露与平台规训	66
三、跳跃性叙事与认知偏移	66
第二节 主体性修复的策略建议	67
一、回归内容初心,强化真实记录与主体认同	67
二、增强隐私保护意识,保障创作自由与信息安全	68
三、提升媒介素养,构建创新性与思想性的表达	68
结语	69
参考文献	71
附录 1: 采访提纲	75
附录 2: 访谈记录重点整理	77

绪论

第一节 研究背景

数字化的浪潮席卷全球，互联网的迅猛发展也彻底改变了人类的交往方式。年轻一代的文化消费和生活习惯受此影响尤为深刻。CNNIC 发布的第 55 次《中国互联网发展状况统计报告》显示，截至 2025 年 1 月 17 日，我国已有 11.08 亿网民，互联网的普及率高达 78.6%。^①可以看出，在这样的背景下，社交媒体加速重构了人们的社交关系，将现实生活中的社交关系和互动方式腾挪到了网络世界。对于青年群体来说，这些社交媒体平台早已不只是工具，而是已经成为了构建数字身份与寻求身份认同的重要场所。^②年轻一代通过图文影音的多元形式，在开放的网络社区中，展示自我的生活片段，与他人进行情感互动。

当记录生活成为时代风潮，Plog 这种以照片为主、辅以文字修饰的内容分享新形式便越来越被人们所喜爱。^③与传统的记录生活的方式相比，Plog 的碎片化记录的特点恰好契合了当代人快节奏的生活方式。日常类 Plog 作为 Plog 的一种细分形式，其创作过程就是对美好生活的瞬间的即时记录与符号转化。这些看似十分随意的记录，实际上反映了青年群体对理想生活的描摹和对自我认同的探索。

小红书作为生活化内容的图文社交平台的代表，是日常类 Plog 得以繁荣生长的天然土壤。美妆穿搭、家居萌宠等各类主题不仅满足了表达需求，也通过高频次的互动形成了独特的社区文化。小红书的平台数据显示，2024 年中月活用户突破 3.2 亿，日均搜索渗透率达 60%。^④小红书平台中如此活跃的创作生态，让无数青年在分享与共鸣中找到了归属感。

① 中国互联网络信息中心. 第 55 次中国互联网络发展状况统计报告 [R/OL]. (2025-01-17) [2025-02-04]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>

② 蒲俊杰, 唐佳雪. “平台摇摆”中的“数字分身”: Z 世代在不同社交媒体上的选择性自我呈现[J]. 东南传播, 2024, (06): 59-63

③ 吴云涛. Plog 的传播价值与用户情感诉求_吴云涛[J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(06): 70-71.

④ 千瓜数据. 2024 用户人群数据报告解析(小红书) [R/OL]. (2024 年 04 月 10 日). <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1795934648296161044&wfr=spider&for=pc>

然而，当“记录”行为遇上了“流量”法则之后，在表面的繁荣之下其实隐藏着深层的矛盾。在日常类 Plog 满足自我需求的同时，一种不容忽视的异化趋势也开始出现。随着“理想生活”叙事模板泛滥，商业化内容逐渐开始影响内容创作，描绘真实生活与满足受众期待之间的平衡开始倾斜。创作者们在及时互动中得到了自我认同的强化的同时，也会不自觉受到视觉符号的规训——精致的摆拍取代了生活的本真，情感表达变成了流量的工具。更为严重的是，“点赞崇拜”将社会认同简化为数字化游戏，这种对流量的片面化的追逐模糊了个人的自我认知，引发了深层的自我认同危机。

面对这种矛盾交织的文化现象，本研究聚焦于日常类 Plog 中的自我呈现与认同构建，试图回答：

1. 青年群体创作日常类 Plog 的动因是什么？
2. 在日常类 Plog 创作中，青年群体如何通过图文结合的方式进行自我呈现？
3. 在日常类 Plog 创作中，青年群体如何构建自我认同？
4. 青年群体的自我呈现和认同出现了哪些问题？如何改善这些问题？

通过对这些问题的探讨，本文希望能够完善日常类 Plog 作为社交方式的特质和功能，发掘其传播特点以及其日常记录行为背后暗藏的隐患。

第二节 研究意义

日常类 Plog 的兴起和流行，不能仅仅被视作流行文化的一种形式变迁，其背后蕴含着复杂的媒介建构逻辑、符号消费等。通过对日常类 Plog 的内容与形式进行深入分析，探讨其自我呈现与自我认同的建构逻辑，揭示在社交媒体环境中，媒介技术与算法驱动下所呈现的表达模式与其潜在价值。希望能够引导青年群体反思日常类 Plog 创作过程中出现的审美消费主义倾向，促进媒介素养的提高，推动数字文化生态中个性表达与社会认同的健康发展。

一、理论意义

研究内容上，本研究在 web3.0 视域下，对“拟剧”理论进行创新性研究。目前国内关于网络用户自我呈现的研究主要围绕自我呈现的方式、策略和动机，本研究基于宏观角度进一步探讨媒介化的自我认同以及社交网络对于真实自我的影响，丰富了自我呈

现理论的研究视角。

本研究将小红书日常类 Plog 创作者置于社会学与传播学的交叉视角下，分析个体在小红书这一社交媒体平台上的自我呈现行为，进而去剖析个体的自我身份认同形成机制。只有当我们了解这些内容创作者在社交媒体平台上以“普通人”的身份如何进行自我呈现，自我呈现的意义是什么，其呈现如何被观众感知，又是如何通过人际之间的互动完成了对自我身份的定位，我们才能透过社交媒体上复杂多变的内容，进一步去触达蕴含在其中的社会真相。

二、实践意义

在日常类 Plog 的创作中，青年群体不仅通过记录生活构建了个人的自我形象，还在社交互动中推动了数字文化生态的创新和发展。第一，作为一种文化现象，日常类 Plog 的创作展现了青年群体在数字化环境中的表达需求与情感连接。第二，作为一种社交行为，日常类 Plog 的创作反映了青年群体在表达情绪和寻求认同中的心理动态。第三，作为技术实践，日常类 Plog 揭示了算法驱动与媒介技术对表达的影响。通过对青年群体在日常类 Plog 创作过程中的自我认同的构建以及出现的迷茫问题进行分析，有助于帮助创作者平衡好理想自我和现实自我之间的关系，也通过分析日常类 Plog 创作背后的隐忧和建议，帮助青年创作者改进自己的创作，为日常类 Plog 的持续健康发展提供了更多可能。

第三节 研究现状

一、Plog 的研究现状

（一）Plog 的溯源和概念界定

Plog 的发展根植于数字技术与社交平台的深度互动，是继 Blog 和 Vlog 之后，个人内容表达方式在媒介演进中的又一重要形态。在 Web2.0 时代初期，博客（Blog）以文字为主，采用线性叙事结构，延续了传统日志按时间展开的表达逻辑。随后，随着智能手机摄影技术的飞跃与 4G 网络的普及，视觉传播进入快车道，Instagram 等平台推动了图像在日常表达中的主体地位；到 2012 年，YouTube 上的 Vlog 兴起，视频博客通过动

态图像拓展了时间叙事的维度。尽管 Vlog 在传播形式上更为丰富，但早期受限于拍摄与剪辑门槛，仍主要由专业创作者主导。进入高清拍摄与图像处理应用（如美图秀秀、黄油相机）普及的阶段，图像创作门槛大幅降低，Plog 应运而生。

从本体特征上去考察，“Plog”一词由英文“Picture Blog”缩写而来。它突破了传统摄影（Photo）的机械记录属性，转而通过手绘、拼贴、滤镜叠加等创作方式拓展“图像（Picture）”的能指边界，形成集图片、文字、贴纸涂鸦于一体的多元符号结构。因此，在翻译时，将 Plog 译为“Picture Blog”更能体现其多元表达特性。^①

在传播学研究视角中，Plog 最初被视为数字媒介语境下的新兴传播现象，反映出传播生态和媒介价值的重估。随着研究逐渐深入，学术关注也由宏观的媒介变迁转向微观的主体表达与自我呈现机制，Plog 作为一种基于社交平台进行图像叙事与意义建构的个体实践，越来越多地出现在学位论文与文化研究中。

综上所述，Plog 不仅是一种视觉主导、图文互补的媒介表达形式，其本质更是互联网技术、图像文化与社交平台共同作用下的产物。基于上述背景，本文将 Plog 定义为：在社交平台上通过图像与文字符号协作编码，实现自我表达与意义建构的日常创作实践。

（二）国外研究现状

Plog 是近年来我国新兴出现的名词，由于国内外文化语境的不同以及平台使用习惯的差异，国外并没有专门的使用“Plog”这一术语，而是更广泛地以“Photo Blogging”（图片博客）、“Visual Narratives”（视觉叙事）或“Digital Storytelling”（数字叙事）来描述类似现象。除此之外，国外社交媒体平台如 Instagram、Pinterest 等，创作者行为更倾向于单张图片或短视频的发布，文字与图片结合的复杂表达形式偏少。

尽管如此，国外学者在视觉叙事、社交媒体的自我呈现、以及算法驱动内容生产等方面的研究也与 Plog 现象密切相关。

在视觉叙事领域，国外学者对图像与文字结合对个体叙事的影响展开了深入的研究。Murray（2008）指出，数字化视觉叙事为创作者提供了一种通过图片与文字结合的自我表达方式，帮助创作者在虚拟空间中增强自我意识，并与他人建立情感连接。这种叙事

^①赵怀远.视觉化的情感表达：Plog传播的意义生成和价值反思[J].青年记者,2023,(20):111-113.

形式在社交媒体环境下具有极强的传播性与情感张力。^①Hand（2017）探讨了图片博客在构建个人叙事中的角色，指出图片与文字的结合能丰富表达层次，使创作者通过视觉叙事与社交互动增强自我认同。^②

在社交媒体中的视觉文化方面，Highfield 和 Leaver（2016）分析了 Instagram 等社交平台的创作者行为，发现图片与短文本的结合已成为个性化叙事的重要方式，这种方式也在构建在线社交身份方面发挥了关键作用。^③Manovich（2020）进一步指出，社交媒体中的视觉传播具有“图像至上”的特征，创作者通过图片强化个人品牌与社会关系，不过这种模式可能助长消费主义倾向，并对个人真实表达产生抑制作用。^④

在算法与内容生产方面，算法推荐对创作者行为的潜移默化影响也成为国外研究的热点。Bucher（2018）分析了算法推荐对创作者行为的影响，指出社交平台的算法机制会潜移默化地塑造创作者的内容表达，使创作者更倾向于创作符号化、迎合流量的内容。^⑤Cotter（2019）探讨了 Instagram 上的算法如何影响创作者选择内容形式，发现推荐机制强化了内容的商业化和视觉符号的消费属性。^⑥

在视觉叙事与情感联系方面，Rose（2016）指出，视觉叙事作为社交媒体中的重要表达方式，可以在增强创作者情感联系的同时，也进一步模糊了虚拟与现实的界限。^⑦Walker Rettberg（2014）通过研究博客与视觉叙事，发现图像表达能够帮助创作者建立

① Murray, D. Digital images, photo-sharing, and our shifting notions of everyday aesthetics[J]. Journal of Visual Culture, 2008, 7(2): 147-163.

② Hand, M. Ubiquitous photography[M]. Cambridge: Polity Press, 2017.

③ Highfield, T., & Leaver, T. Instagramatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji[J]. Communication Research and Practice, 2016, 2(1): 47-62.

④ Manovich, L. Instagram and Contemporary Image[M]. London: Bloomsbury Publishing, 2020.

⑤ Bucher, T. If...Then: Algorithmic Power and Politics[M]. Oxford: Oxford University Press, 2018.

⑥ Cotter, K. Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram[J]. New Media & Society, 2019, 21(4): 895-913.

⑦ Rose, G. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials[M]. London: Sage Publications, 2016.

深层次的情感连接与社会互动。^①

（三）国内研究现状

关于 Plog 的研究与近些年来社交媒体上 Plog 的流行是密不可分的。截至 2025 年 2 月，以“Plog”和“图片博客”为关键词在中国知网上进行检索，共找到 27 篇相关文献，其中 23 篇为学术期刊文章，4 篇为学位论文。直到 2020 年，才出现第一篇探讨 Plog 的研究，这表明该领域的研究起步较晚、数量较少，且关注时间较新。不过，从 2020 年至 2025 年，研究数量呈现上升趋势，反映了 Plog 作为社会热点现象已逐渐成为学术界的讨论热点。

通过梳理这些文献，可以将现有的研究大致分为三个方向：

1. Plog 的兴起与发展分析

国内学者对 Plog 的研究更多集中在将其作为一种新媒介形式的兴起及其对创作者行为的影响上。周岩和路颖（2020）首次从视觉传播的角度分析了 Plog 的特性，认为其结合了视觉传播的直观性和多义性，满足了创作者对形象建构的需求，但作为一种通过观感来表达日常的媒介载体，也可能引发对视觉的过分追求，对虚拟世界的过分沉迷等问题。^②吴云涛（2021）进一步强调，Plog 是一种媒介创新实践，既为现代人的情感表达提供了新渠道，也可能引发过度依赖虚拟环境的风险。^③此外，温凯（2021）和李宇霞（2021）从社会行为与传播特性的视角出发，指出 Plog 在强化角色认同的同时，可能因碎片化的传播方式削弱创作者深度思考的能力，进一步凸显了现代媒介形式的双重效应。^{④⑤}

2. Plog 中的自我呈现与身份建构

国内学者对 Plog 中的自我呈现和身份建构给予了高度关注，尤其是青年群体如何通过 Plog 塑造自我形象。周益（2022）结合戈夫曼的拟剧理论，从表演角色、表演剧

① Walker Rettberg, J. Seeing Ourselves through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves[M]. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

② 周岩;路颖.从Vlog到Plog:视觉转向的内涵、动因及反思 [J]. 视听,2020, (09): 21-22.

③ 吴云涛. Plog的传播价值与用户情感诉求 [J]. 新闻研究导刊, 2021, 12 (06): 70-71.

④ 温凯. Plog传播: 传播生态的创新流变 [J]. 青年记者, 2021, (06): 109-110.

⑤李宇霞.从Plog的兴起看图像碎片化带来的影响[J].新闻论坛,2021,35(05):111-112.

本和表演区域以及印象管理这四个部分分析了 Plog 中的自我呈现,并且指出,Plog 的“表演性”特征使得创作者的形象建构具有一定的装饰化倾向,而这类表现往往受限于社会期待。^①李梦轩和焦若薇(2022)进一步发现,通过消费符号建构的形象虽然能够提升创作者的影响力,但也助长了消费主义的盛行,带来盲目消费的风险。^②此外,赵淼和陈改玲(2023)发现,Plog 所呈现的是被整饰过的特写镜头,外界评价对创作者的形象塑造有着显著影响,因此创作者在 Plog 中呈现的自我是一种被阉割后的自我。^③张雨菲和马冬(2023)也指出,小红书创作者在 Plog 创作中通过完美人设的打造实现了个人身份的符号化,但这种符号化倾向进一步加剧了真实自我与理想自我之间的张力。^④赵怀远(2023)则提出,Plog 创作者应在私人化的叙事框架中注重真实性的展现,避免“有图无真相”的现实情境和个人媒介形象的虚假呈现,同时提醒观看者应坚守内心价值判断,警惕消费主义文化和图像霸权的侵蚀。^⑤

3. Plog 的传播策略与影响

国内学者关注 Plog 作为一种新兴传播形式的媒介逻辑与社会影响。龙文萱(2023)发现,Plog 的图文互补能够有效避免避免“语境崩塌”,减少了互联网社交平台上文字表达被误解的概率。^⑥吴祖赞(2022)则从技术批判的角度出发,提醒人们碎片化现象强化了深度思考的惰性,容易陷入使人消费主义的陷阱。^⑦

综上所述,国外学者主要是基于图文结合的叙事方式,结合传播学、社会学和文化研究的视角对视觉叙事和社交媒体的自我呈现进行研究,研究重点在视觉叙事和身份建

① 周益. 视觉景观下的自我呈现浅析——以“Plog”为例 [J]. 声屏世界, 2022, (01): 110-111.

② 李梦轩;焦若薇. 生活再现还是艺术表演——拟剧理论下Plog博主自我呈现行为研究 [J]. 视听, 2022, (07): 154-156.

③ 赵淼;陈改玲. 对特写的整饰:Plog创作者的自我呈现行为探赜 [J]. 新媒体研究, 2023, 9 (01): 91-94.

④ 张雨菲;马冬. Plog用户的自我呈现行为研究——以小红书为例 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (18): 1-4.

⑤ 赵怀远. 视觉化的情感表达:Plog传播的意义生成和价值反思 [J]. 青年记者, 2023, (20): 111-113.

⑥ 龙文萱. 语图关系视域下Plog的传播策略探究 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (13): 10-12.

⑦ 吴祖赞.Plog传播热现象思考[J].新媒体研究,2022,8(13):76-79.

构的关系上,虽然没有明确提出“Plog”这个概念,但是与此相关的研究已较为丰富。在国内的研究中,Plog 相关研究正在兴起,学者们重点关注其作为一种新的媒介形式的兴起、自我呈现机制以及传播策略等方面的研究。

二、“日常类”Plog 的研究现状

值得注意的是,尽管当前学界在论文标题或关键词中明确使用“日常类 Plog”这一术语的文献仍相对有限,但通过对已有研究内容的系统梳理可以发现,大量 Plog 相关研究实际上集中于“以日常生活为主要表达素材”的图文记录与叙事实践。这类内容尤其活跃于小红书、微博等视觉化社交平台,常以“生活记录”“日常分享”“今日份日常”等形式出现,其背后反映的是青年用户对个体生活意义、情绪表达与身份建构的持续关注。因此,本文在不违背原始研究视角的前提下,将上述内容加以归类,概称为“日常类 Plog”,并据此梳理其在学术层面的研究现状与理论特征。这一分类虽然尚处于理论建构的初步阶段,但有助于厘清 Plog 内部分化的研究路径,也为后续的媒介类型辨析与自我呈现研究提供更具操作性的框架。

目前关于日常类 Plog 的研究主要集中在三个层面:情感表达机制、自我身份建构以及视觉叙事策略。

在第一层面,研究者普遍认为日常类 Plog 不仅是生活记录工具,更是情绪表达与个体情感管理的媒介。周益(2022)以戈夫曼的拟剧理论为视角,分析了创作者如何在日常生活场景中构建自我角色,指出 Plog 虽然呈现出“松弛感”和“真实性”,但实质上是一种精心策划的“身份表演”过程。^①张雨菲与马冬(2023)则指出,小红书上的 Plog 常以“完美日常”构建符号化身份,使创作者的真实生活与理想人设之间产生张力,从而形成强烈的审美驱动与共鸣效应。^②

在第二层面,学界关注 Plog 在构建社交身份和媒介形象方面的作用。如赵怀远(2023)所强调,Plog 创作者常在情绪表达与品牌展示之间游走,日常图像既是情感通道也是隐性营销场域。^③这一现象也表明,日常类 Plog 不仅承载个体意义建构,也反映了数字社

^① 周益. 视觉景观下的自我呈现浅析——以“Plog”为例 [J]. 声屏世界, 2022, (01): 110-111.

^② 张雨菲;马冬. Plog用户的自我呈现行为研究——以小红书为例 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (18): 1-4.

^③ 赵怀远. 视觉化的情感表达: Plog传播的意义生成和价值反思 [J]. 青年记者, 2023, (20): 111-113.

交空间中表达真实与表演真实的矛盾。

在第三层面，研究聚焦 Plog 的传播机制与叙事方式。龙文萱（2023）从“语图互补”的角度出发，分析了日常 Plog 如何通过图像与文字的互文关系，提升表达的语境清晰度与情感连贯性。^①这种互文叙事策略不仅强化了观众对内容的情感感知，也增强了传播效率与互动频率。

从分类视角看，李思瑶（2022）首次将 Plog 区分为“物品分享类”与“日常生活类”，指出日常类 Plog 具有更强的“记录性”与“情感性”，体现了从消费符号转向生活语境的表达特征。^②万俊雯（2024）进一步探讨了该类别的媒介化叙事结构，分析创作者如何通过图像与文字的协同建构形成感性的观看路径，实现观众的情绪共鸣与生活共感。^③

基于上述文献梳理与研究取向，本文将日常类 Plog 界定为：以日常生活为创作素材，通过图像与文字的协作表达，在社交平台中实现个体情绪表达、自我呈现与意义建构的视觉传播实践。

然而需要指出的是，目前关于“日常类 Plog”的研究仍存在几个不足之处：其一，在概念使用上仍较为模糊，命名未统一，界定边界不清晰；其二，研究路径以传播学和文化研究为主，缺乏系统的跨学科理论整合；其三，尚缺乏对其媒介伦理、平台算法影响及现实反馈机制的深入探讨。

综上所述，当前关于日常类 Plog 的研究已初步形成以“自我表达—情感管理—视觉叙事”为核心的研究脉络，呈现出由媒介功能分析向文化价值探讨转型的趋势。未来的研究需进一步推进概念规范化、类型精细化、路径多元化，以建立更加系统与深入的“日常类 Plog”研究体系。

^① 龙文萱. 语图关系视域下Plog的传播策略探究 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (13): 10-12.

^② 李思瑶. 微博PLOG（图片日志）中的日常生活分享与展演_李思瑶 (1) [D]. 云南大学, 2022.

^③ 万俊雯. 日常生活类 Plog 的媒介化叙事与审美表达[D]. 湖北大学, 2024.

三、自我呈现研究现状

（一）自我呈现相关理论溯源和概念界定

自我呈现相关研究的理论基础由来已久，最早可回溯到 19 世纪末社会心理学视野的“符号互动论”的相关研究，杜威、库利、米德三位研究者先后为符号互动论的推进作出了贡献，并逐步揭示了自我与社会互动之间的复杂关系。^①

杜威的经验主义哲学和社会互动观为符号互动论的形成奠定了基础。他认为知识来源于个体与环境之间的互动，个体通过社会互动不断建构和修正自我概念。库利在杜威的基础上，提出了“镜中我”的理论，他强调个体通过与他人互动来认识自我。他认为个体会想象自己在他人心目中的形象，并根据他人的评价和判断来调整自我概念。库利的理论强调了自我概念的社会性，^②为理解个体如何在社会互动中形成自我概念提供了重要的理论框架。米德则延续了库利的观点，提出了“主我客我”理论。他将“自我”视为一个动态的社会化进程。他认为，个体在社会交往中不断学习他人的态度和价值观，并将其内化为自我的一部分。米德的理论强调了自我与社会之间的互动关系，为我们理解个体如何在社会互动中形成自我意识提供了重要的理论视角。

库利、米德之后，戈夫曼用“情境定义”“角色表演”和“印象管理”解答了“人为什么演戏？”以及“怎样演戏？”两个问题。他认为，个体在不同情境中扮演不同角色，并通过印象管理来控制他人对自己的看法。它以此为基础，深入探讨了日常生活中人与人之间的互动秩序，他将社会比作一个大舞台，个体在舞台上进行角色表演，并通过各种技巧来塑造他人对自己的印象，个体通过自我表演与调整以达到某种印象形成的过程，就是自我呈现。

综合上述研究成果，本文将自我呈现定义为：个体通过社会交往以特定方式向他人塑造和传递自身形象的过程。这一过程具有显著的策略性与社会性，个体通过对社会反馈的反思与调整，使自我形象符合其预期目标。

① 陈静茜.表演的狂欢：网络社会的个体自我呈现与交往行为[D].复旦大学,2013.

② 库利 C. H. 人性与社会秩序[M]. 赵静, 译. 北京：商务印书馆，2008.

（二）国外研究现状

国外学术界对自我呈现的研究起步较早，随着数字媒介技术的发展，研究领域从传统的面对面互动扩展到社交媒体平台，涵盖了从理论探讨到实践应用的多层次研究。研究主要集中于以下几个方向：

1.自我呈现的心理机制与动因

国外学者重点关注个体在社交媒体环境中的自我呈现行为及其背后的心理动因。Hope Jensen（2003）研究了创作者如何通过个人网站展示自我身份，提出创作者在社交平台上的自我呈现与其个体身份建构密切相关，这种行为在本质上是一种符号化的自我表达。^①Nicole Strimbu 和 Michael F O'Connell（2019）探讨了成人自我概念与线上自我呈现之间的关系。他们发现年龄和自我概念的清晰度有着显著的正相关关系。自我概念越低的人越容易在线上表现出与线下不一致的形象。研究还指出随着年龄增长，理想自我会与现实自我越来越接近。^②

2.社交媒体中的自我呈现内容与策略

Hollenbaugh Erin E（2021）对社交媒体自我呈现的系统回顾中指出，平台的匿名性和持久性特性调节了创作者的表达内容，创作者会根据情境选择展示真实自我或理想化自我。^③Miura（2008）将创作者在博客上的发布的内容分为两类：分享知识及新闻信息类以及用于自我呈现及连续记录的日记类博客。^④Gwen Bouvier（2012）分析了大学生在 Facebook 上的自我呈现内容，提出创作者的身份、社交关系、情绪表达等均是自我呈现的重要维度。^⑤

① Hope Jensen Schau, Mary C. Gilly, We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space. Journal of Consumer Research, 2003(06), 385-404.

② Strimbu .O'Connell. The Relationship Between Self-Concept and Online Self-Presentation in Adults.[J] CyberPsychology, Behavior & Social Networking. Dec2019, Vol. 22 Issue 12, p804-807.

③ Hollenbaugh Erin E. Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities[J]. REVIEW OF COMMUNICATION RESEARCH, 2021, 9: 80-98

④ Asako Miura. Can weblogs cause the emergence of social intelligence?: causal model of intention to continue publishing weblog in Japan[J]. AI & society: The journal of human-centered systems and machine intelligence, 2008, 22(2).

⑤ Gwen Bouvier. How Facebook users select identity categories for self-presentation[J]. Journal of

3.网络自我呈现对现实的影响

Gonzales 和 Hancock（2011）发现，用户在社交媒体上持续发布内容以及展示个人自信的过程会显著增强其对现实自我价值的认同感。这种“自我反馈循环”使个体逐渐将线上塑造的理想化形象内化为现实认知的一部分，甚至可能会因此模糊掉真实世界与虚拟世界的边界。^①Vogel 等人（2016）发现，过度依赖社交媒体的点赞数作为现实社交认可指标的个体，在线下人际交往中更容易产生焦虑与自我怀疑。^②此外，Ellison 等人（2007）提出的“桥接型社交资本”理论指出，LinkedIn 等职业社交平台中通过专业化自我呈现（如技能标签、项目经历）建立的弱关系网络，能够直接转化为现实中的求职机会与职业合作。^③

（三）国内研究现状

我国关于自我呈现的研究起步相对较晚，早期的研究主要围绕在自我呈现概念的拓展和分析，以及对个体自我呈现动机的探索上，这一时期的研究重点主要集中在现实人际交往中的自我呈现行为上。随着网络媒介技术的不断进步，个体的“表演舞台”逐渐延伸到新的虚拟情境中，自我呈现理论也随之拓展了新的研究视角，研究的重点开始转移到网络社交平台中的自我呈现。

在自我呈现的动机与影响因素方面，甘韵矾（2016）通过研究“晒客”发现，创作者角色扮演的目的是实现自我形塑，构建理想的自我，形成具有“表演性”的网络社会生态^④。陈浩等学者（2013）在梳理总结创作者在社交网络中的呈现行为与呈现策略基础上，提出目标观众、动机、人格特征、性别差异、国家与文化等因素都会对创作者自

Multicultural Discourses,2012,7(1).

① Gonzales A L, Hancock J T. Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem[J]. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 2011, 14(1-2): 79-83

② Vogel E A, Rose J P, Roberts L R, et al. Social comparison, social media, and self-esteem[J]. Psychology of Popular Media Culture, 2014, 3(4): 206-222.

③ Ellison N B, Steinfield C, Lampe C. The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites[J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, 12(4): 1143-1168.

④ 甘韵矾.微信“晒客”的自我呈现与交往行为研究[D].暨南大学,2016.

我呈现的某些方面产生影响^①。王君玲（2009）认为个人在博客中的自我呈现主要由一些深层次的心理动因导致，例如印象管理、现实社会空间受到挤压等^②。

在自我呈现内容与策略的研究方面，董晨宇和丁依然（2018）认为，在互联网背景下，自我呈现的形式经历了一系列变迁，社交媒体中的自我呈现逐渐接近于“陈列”的自我展览状态，表达语境的坍塌使得给予和流露分别被强化和弱化。观众的隐退激发我们的想象，物品的展示使得个人真正的品味与展示出的品味之间界限变得愈加模糊^③。李耘耕、朱焕雅（2019）以京沪大学生作为样本进行分析，发现他们在朋友圈中的自我呈现策略可以从三个基本维度进行分析：他人中心程度、自我中心程度以及前后台控制程度，而社会支持与亲密关系中，依恋焦虑感对这三种策略均表现出较为显著的正向影响。^④

在网络自我呈现对于现实的影响方面，刘庆奇（2015）等学者通过调查发现，青少年在社交网络上的自我呈现行为所获得的积极反馈会影响其自我认同，而且不同的呈现策略对青少年自我认同的影响机制也会有所不同。^⑤王小璐、缪颖（2018）通过内容分析与访谈发现，年轻人通过在朋友圈中呈现日常生活内容，能够增强自身存在感，表达自我身份，并借此建立和维系社交关系。由此得出，在社会化媒体中呈现自我使得个体对社交生活的空间改造及日常生活的风格养成得以可能。^⑥

在小红书平台中的自我呈现研究方面，小红书作为新兴图文社交平台逐渐成为研究热点。陈玥璇（2020）通过对小红书创作者的调研发现，平台创作者通过文字与图片的

① 陈浩,赖凯声,董颖红,等.社交网络(SNS)中的自我呈现及其影响因素[J].心理学探新,2013,33(06):541-553.

② 王君玲.试析个人博客中的自我呈现[J].新闻界,2009(02):37-39.

③ [美]欧文·戈夫曼.日常生活中的自我呈现[M].冯钢,译.北京:北京大学出版社,2008:12.

④ 李耘耕,朱焕雅.朋友圈缘何而发:社会心理视阈下大学生微信自我呈现策略及影响因素研究[J].新闻记者,2019(05):25-35.

⑤ 刘庆奇,孙晓军,周宗奎,牛更枫.社交网站中的自我呈现对青少年自我认同的影响:线上积极反馈的作用[J].中国临床心理学杂志,2015,23(6):1094-1097

⑥ 王小璐,缪颖.从自我呈现到自我认同:网络化个人主义时代的社会化路径[J].中国青年研究,2018(1):91-98

结合进行情感化表达,这种基于图文叙事的呈现方式有助于创作者身份的建构与社交互动^①。吴佳怡(2023)以小红书 App 内抑郁症患者及其发布的图文笔记为研究对象,探析社交媒体中抑郁症患者的网络表达特点,并尝试分析该群体通过网络表达呈现出的自我形象。^②裴吾昊(2023)通过深度访谈和参与式观察,透过拟剧理论的视角分析了小红书用户自我呈现的环境、过程、动因及困境。将小红书用户自我呈现的动因归结为自我实现、物质主义、社交期待、身份定位和价值回馈五方面。认为小红书用户的自我呈现行为面临被视觉符号驯化、被后台隐私侵扰和与污名相对抗的困境。^③

综上,国外学者对于自我呈现的理论研究较为深入,在符号互动论和戈夫曼的“拟剧”理论的基础上,不断拓宽新的研究视角,并结合社会学、心理学和传播学等多学科视角来揭示社交媒体时代自我呈现的心理机制以及其对社会互动的影响。我国学者对自我呈现的研究主要集中在分析其概念内涵、呈现策略、心里动因以及对现实生活的影响上,并尝试从不同的角度去探讨社交平台中的自我呈现行为及其社会意义,关注新线上新媒介。

四、关于自我认同的研究

(一) 自我认同相关理论溯源和概念界定

“我是谁”并不是一个新问题,自古希腊德尔斐神庙的箴言“认识你自己”以来,人类就不断探索“自我”的边界。“自我”是实体还是想象?在哲学和心理学发展的进程中,学者们对“自我”有着不同的理解:亚里士多德提出了非物质本质论,“形式即灵魂”,将“自我”定义为凝聚感官的精神实体。笛卡尔从理性主义的立场出发,通过“我思故我在”的命题证明了自我作为一个独立精神实体的存在。洛克则从经验主义的角度出发,主张“自我”是由记忆支撑的意识连续体。随着研究的深入,威廉·詹姆斯在 19 世纪提出了“意识流”理论,强调自我是一系列动态延续的感知经验。尽管学界对“自我”的本质仍有争议,但个体都可以清楚地体验和意识到当下的“我”的存在,

① 陈玥璇.小红书平台创作者的内容生产与情感表达研究[D]. 四川大学, 2020.

② 吴佳怡.社交媒体平台抑郁症患者的网络表达与自我呈现探究——以小红书社区为例[J].科技传播, 2023,15(12):130-132

③ 裴吾昊.拟剧理论视角下小红书用户自我呈现行为研究[D].吉林大学,2022.

并且能够根据当下的我的感觉和观念来进行思考 and 选择，这就是人的自我意识。

而对“我是谁”这个问题的回答就构成了个体的自我认同。20 世纪中叶，埃里克森在心理学领域率先提出了“自我认同”的概念。他指出，人的一生都在寻找自我认同，试图回答“我是谁”“从哪里来”“到哪里去”的问题。并人们通过整合职业和价值观等要素形成稳定的身份认同感，强调了社会环境在构建身份认同感中的限制作用。^①同时期的社会学家米德则揭示，自我认知是在社会互动的过程中产生的，个体通过他人反馈不断调整自我定位。^②随着现代社会发展，吉登斯提出“反思性自我认同”。他认为，传统社会的社会认同主要占主导地位，而现代社会的自我认同主要是个体经过反思后的自我意识。在瞬息万变的社会环境中，个体的身份并不是固定不变的，而是处于不断建构和重构的过程中，个体必须通过不断反思来保持身份的一致性。^③查尔斯·泰勒补充说，这种反思始终受到文化传统与社会结构的影响，自我认同的形成离不开特定的历史文化背景。^④从哲学的本体论探讨，到心理学的认知机制分析，再到社会学的互动过程研究，不同学科共同构建了自我认同研究的理论基础。

借鉴上述学者对“自我认同”的理论研究，本文将自我认同定义为：个体在特定的社会文化背景下，通过内在反思与外在互动，不断选择、构建并维持的一种关于自我身份定义、自我存在意义以及价值取向的综合认知与情感体验。这种认同既包含了个体对自身特质、信仰、价值观的认同，也涉及个体在社会关系中所扮演的角色和地位。自我认同的构建是一个动态的过程，不仅受到个人经历、心理状态和主体意志的影响，还受到社会结构、文化传统和历史背景的制约。

（二）国外研究现状

国外关于自我认同的研究可以分为两类，一类是从哲学、心理学与社会学维度深化自我认同的理论内核。埃里克森（1968）在《同一性：青少年与危机》中打破了传统静态认知框架，提出了“心理社会发展阶段理论”。将自我认同确立为个体成长的核心命

① E.埃里克森. 同一性：青少年与危机[M]. 杭州：浙江教育出版社, 1998.

② [美]米德.心灵、自我与社会.[M].赵月瑟.译.上海译文出版社.2018.

③ [英]吉登斯.现代性与自我认同：晚期现代中的自我与社会.[M].夏璐,译.清华大学出版社.2002.

④ 查尔斯·泰勒. 自我的根源：现代认同的形成[M]. 译林出版社, 2012.

题。该理论特别强调青少年期（12-18岁）需要通过解决“同一性-角色混乱”的危机来实现认知上的跨越，从而使身份建构从一个结果导向的过程转变为一个动态的过程。^①泰勒（1989）从批判工具理性的角度提出了“强评价框架”，认为道德承诺构成了身份认同的核心，个体必须通过价值排序来确立自己的身份坐标。雪莉·特克（1998）从技术哲学反思的角度揭露了数字时代的身份悖论：虚拟空间作为“身份实验室”的属性不仅释放了自我表达的潜能，也导致青少年在线上和线下人格分裂，引发了“自我碎片化”“碎片化自我”的危机。^②

另一类是研究的重点是技术迭代与全球化进程中的认同重构机制。Bucher（2018）通过对Instagram创作者研究，算法推荐导致68%的内容同质化，迫使用户通过“数据表演”（如刻意添加热门标签）来重构自己的数字身份。^③卡斯特（1997）提出了“流动空间”理论，认为身份在网络社区中被“去地域化”，如跨国移民通过线上文化混搭实现双重身份融合。Walker Rettberg（2014）追踪500名Facebook用户，发现图片叙事将情感表达的强度提高了41%，通过“视觉共鸣”建立的社会联系将身份焦虑降低了32%。在全球化语境中，贝克（2000）提出“弹性认同”策略，发现57%跨国从业者通过职业技能重组（如掌握多语种编码能力）应对职业身份不确定性。Bargh（2004）研究显示，匿名网络空间使LGBTQ+青少年自我接纳率提升了39%，其通过虚拟化身进行的性别实验成功率较现实场景高2.7倍。在某种程度上，匿名网络空间是青少年群体寻求多维认同以及多重体验的虚拟人生舞台，他们在此呈现真实自我并获得自我认同。

④

（三）国内研究现状

近年来，国内学界对“自我认同”的研究主要集中在现代性的自我认同上。特别是在全球互联网产业迅猛发展的过程中，网络空间作为一种新的场景，已经嵌入到人们

① E.埃里克森. 同一性：青少年与危机[M]. 杭州：浙江教育出版社，1998.

② 雪莉特克.虚拟化身：网络世代的身分认同[M].谭天、吴家真译,台北:远流出版事业股份有限公司, 1998.

③ Bucher, T. If...Then: Algorithmic Power and Politics[M]. Oxford: Oxford University Press, 2018.

④ Bargh J A, McKenna K Y A. The internet and social life.[J]. Annual Review of Psychology, 2004, 55(1): 573-590.

自我认同的建构中。因此，媒介与自我认同的研究非常重要。

在技术特征影响方面，研究者普遍关注网络空间的虚拟性对自我身份塑造的影响。何明升等（2001）指出，在网络社会中，人们可以隐匿现实身份，塑造多重数字身份，同时一对多的互动模式也打破了传统身份的唯一性。^①李辉（2004）进一步阐释，虚拟空间的匿名性、跨时空特性不仅促进了个体身份的自由探索，个体可以自由表达自我，塑造出一个与现实生活完全不同的角色。而这也会导致自我认知的持续波动。^②

就互动机制而言，学者们揭示了虚实身份的内在张力。杜骏飞等（2003）发现，虚拟社区通过仿真现实社交规则构建的交往系统，可能引发真实人格与虚拟人格的认知错位，这种“虚实共生”状态容易造成自我认同的持续性焦虑^③。田林楠（2016）补充道，虽然在社交媒体上碎片化的自我呈现可能会得到即时反馈，但人们也应该要警惕：通过社交网络上碎片化的模仿和呈现所最终形成的拼贴“自我”可能会进一步加剧自我认同焦虑。^④

综上所述，通过自我认同理论的探究脉络，哲学本体论奠定了“自我”的本质，心理学揭示了认同建构的阶段特征，社会学则聚焦于社会互动与技术变迁的塑造力量。国外研究呈现“理论深化-技术回应-全球化适应”的多维路径，并在算法权力、虚拟身份等新兴领域取得突破。国内学者则从本土语境出发，关注网络空间的身份认同机制，揭示技术驱动的身份异化问题。

第四节 研究方法与研究创新

一、研究方法

（一）内容分析法

内容分析法是通过系统化的编排和统计，对文本、图像等内容进行分析的一种研究方法。为了从整体上把握小红书平台上的青年群体的自我呈现情况与特征，本研究通过

① 何明升,李一军.网络生活中的虚拟认同问题[J].自然辩证法研究,2001,(04):58-61+66.

② 李辉.网络虚拟交往中的自我认同危机[J].社会科学,2004,(06):84-88.

③ 杜骏飞,巢乃鹏.认同之舞:虚拟社区里的人际交流[J].新闻大学,2003,(02):51-54.

④ 田林楠.自我认同危机与社交网络中的自我呈现[J].福建论坛(人文社会科学版),2016,(01):152-158.

灰豚数据平台，抽取了小红书上平台上的日常类 Plog 内容作为研究对象，对图文内容从主页信息、视觉文本和内容主题三个维度进行统计分析，探索出日常类 Plog 在自我呈现方面的表现效果和价值。

（二）深度访谈法

本研究的访谈对象为在小红书上通过日常类 Plog 进行自我呈现的青年群体。本研究共选取 13 位热衷于在小红书上进行自我呈现的青年作为研究对象，他们的身份包括在校大学生、研究生、工作党以及自由职业者等。访谈对象的年龄集中在 18 到 30 岁之间。对于对象的选择与招募采用线上招募与滚雪球法相结合，在小红书平台上进行招募，并且由受访对象接受新的符合要求的访谈对象。在访谈中，采用线上文字访谈和线上语言访谈相结合的方式记录访谈内容。

二、研究创新点

第一，研究对象创新。Plog 是媒介环境中新出现的一种媒介传播形式，直至近三年才逐渐发展为网友常用的自我呈现方式，相关研究也在这段时间内开始增多。而日常类 Plog 的相关研究就更少了。在中国知网用“日常类 Plog”搜索，只找到 2 篇和“新闻与传播”领域相关的文献，而且大部分研究都还比较基础，理论分析和实际验证方面的研究都不够。这说明学术界对日常类 Plog 的研究刚开始，还有很多可以拓展的地方。因此本论文将日常类 Plog 作为研究对象，从文献梳理和实践两个视角对 Plog 进行了系统分类，并在此基础上界定了日常类 Plog 的定义，以实现研究对象的创新。

第二，研究视角创新。现有研究多侧重于日常类 Plog 中的自我呈现层面，而本研究进一步深化，将重点放在青年群体的自我认同构建过程。通过从自我认同的角度切入，不仅能够更细致地解析青年人在数字媒介中的行为模式，还为理解他们的日常生活与社会角色提供了更加立体的视角。

第一章 日常类 Plog 中青年群体的自我呈现

自我呈现本质上是一个完整的叙事系统，它能帮助个体发挥主体的能动性，形成对自身身份的认知。青年群体通过日常类 Plog 进行自我呈现的过程，就是通过一系列精心设计的视觉符号和情感表达，逐步塑造并强化自己的社会角色。本章侧重于日常类 Plog 博主如何在线上媒介化角色的自我阐述中理解和构建自我身份，如何进行身份构建的问题实际上就是如何进行角色的呈现和叙述。

第一节 研究设计

一、青年群体的概念界定

联合国教科文组织将 15-24 岁的人群定义为青年，世界卫生组织则将 18-4 岁的人群认定为青年。我国《中长期青年发展规划（2016-2025 年）》将青年年龄范围界定为 14-35 周岁。根据国内外相关划分和规定，再结合现实生活中，高中生使用电子设备有限，在社交网络中往往并不活跃的实际情况。本研究将 18-35 周岁作为研究对象的选择标准，这一年龄段的个体通常已完成基础教育，开始步入大学和社会，具有较强的自我意识和社会责任感，这更符合本研究探讨青年群体自我呈现的需要。

二、样本选择

（一）选定研究的分析平台

在众多社交媒体平台中，本研究选择小红书作为研究日常类 Plog 的主要平台，因为：

首先，小红书拥有庞大的创作者群体。根据千瓜数据平台的统计，截至 2024 年 2 月 20 日，小红书的月活跃创作者已达 3 亿，社区分享者超过 8000 万，日均创作者搜索渗透率达到 60%，UGC 内容占比高达 90%。其中，18-24 岁创作者占比 39.21%，25-34 岁创作者占比 38.65%，^①青年群体在小红书上创作日常类 Plog 的使用率、活跃度和影响

① 千瓜数据. 2024 用户人群数据报告解析(小红书)[R/OL]. (2024-04-10). <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1795934648296161044&wfr=spider&for=pc>.

力均远超其他同类平台，因此，小红书成为了一个广泛可用且具有代表性的研究平台。

其次，与微信等社交媒体主要用于维持紧密的人际关系不同，小红书是一个基于兴趣聚合的社交平台，旨在促进弱关系的连接。创作者在小红书上倾向于逃离繁琐的社交网络，进行更多的自我表露。

最后，小红的算法推荐功能非常强大，能够将日常类 Plog 内容有效地传播到由兴趣形成的小圈子中。在这个平台上，创作者与观众之间建立了一种弱关系但强链接的互动关系，彼此可以相互交流，从而更容易获得归属感，增强自我认同，形成身份认同。

（二）选定研究的分析单位

本文的研究对象为青年群体（18-35 岁）创作的日常类 Plog，旨在探讨小红书平台上青年群体日常类 Plog 账号的基本情况及其内容如何契合本文的研究目的之一——即青年群体在日常类 Plog 中的自我呈现行为。因此，本文将小红书青年群体的日常类 Plog 账号信息及其内容作为分析单位。

（三）界定目标总体时间范围

灰豚数据被认为对小红书平台上的内容分析最为全面和权威的数据分析机构之一，该网站最多可以调取到半年的数据，因此本文选取最近半年的数据情况（2024.06.30-2024.12.30）作为青年群体日常类 Plog 的样本期。这期间经历了中秋节和国庆节以及双十一等节日，创作者生活素材丰富，发布作品数量较多，且有官方平台的流量助力，图文类型多样，样本含量更加丰富，研究价值较大。

（四）抽取样本

为了对小红书平台日常类 Plog 创作者有更为全面的了解，笔者浏览了大量带有“日常类 Plog”“日常分享”“生活记录”“生活碎片”等标签的小红书账号。

为了确保样本研究的代表性、规范性、研究性和准确性，本研究采用了三重筛选机制。

首先，根据灰豚数据平台的笔记榜单搜索“日常类 Plog”相关数据（如表 3.1 所示），选取前 5 个相关性最高的热词，再输入热词搜索达人，分别筛选“达人标签（生活记录）”“笔记类型（图文笔记）”“内容特征（日常类 Plog）”这三项，再将五个热词搜索出的结果筛选出相同项，最终得到 389 条结果。

表 1.1 日常类 Plog 热词搜索前五

热词	热度值	关联笔记数	关联笔记互动量
日常类 Plog	168469	3488	1237608
碎片日常类 Plog	64373	1429	461586
Plog	60434	1340	426874
日常碎片 Plog	57802	1322	409521
Plog 日常	17062	439	111434

其次，按照粉丝量由高往底进行排名，剔除掉粉丝数量或者主页内容对研究数据可能存在影响的参考价值不大的样本，如入驻小红书平台的网红大 V 凭借自身影响力却发布较少内容就获取大量粉丝的，或者因庞大粉丝基础发布一般质量内容就收获大量点赞等数据的，或者内容发布不够无法对其自我呈现进行分析的，或者发布大量互动量^①在 3 以下的内容的账号等。同时剔除作品内容与研究主题无关的营销账号创作者，这类创作者对于本研究的参考价值不大。为避免粉丝数量太多或太少对研究数据的影响，因此本研究选取了粉丝数量跨度较大的创作者样本数据，样本粉丝量最少为 185 个，最多为 17 万。最终选择 50 个样本账号。

最后，通过浏览这 50 个账号，从两个方面对其青年群体的身份进行判断，一是创作者账号在账号名、个人简介等区域的文字标注，二是日常类 Plog 中展示的形象和日常环境。在样本的选择中，排除了互联网公司为开发人力资源、宣传企业文化等工作需要而建立的具有官方性质的小红书账号，保证其日常类 Plog 创作者一定程度上的客观性。最终剔除掉不符合要求的 3 个账号，再从原本筛选出的 389 条结果里选择 3 个账号补充到样本当中。一定程度上保证了样本研究的随机性和代表性（见表 3.2）。

表 1.2 研究样本基本信息及账号数据

序号	昵称	粉丝数	赞藏总数	达人类型
1	a-Ambition-a	171270	1232331	腰部达人
2	脆肚火锅噗噜噗噜	137612	786864	腰部达人
3	无忧有绿	126139	1119100	腰部达人

① 互动量指的是一篇帖子中点赞、评论和收藏的综合数据。

4	爱喝的 Dory	81655	462444	腰部达人
5	一个千年猪妖	78905	621694	腰部达人
6	自然醒	63147	813344	腰部达人
7	沙拉没有酱	62633	599030	腰部达人
8	Iceberg	59003	343244	腰部达人
9	CheneyD	54562	421333	腰部达人
10	原来是壁花	52263	455587	腰部达人
11	一只努力椰	36085	171484	初级达人
12	杰仔	35539	330900	初级达人
13	一粒米豆（人生重启版）	33501	122874	初级达人
14	studyhaoh	32567	430347	初级达人
15	恒温世界（一杯冰美式）	32390	370528	初级达人
16	xcjjoy	28128	233633	初级达人
17	偷看橙子的白日梦	24269	375266	初级达人
18	小酒要早睡	21308	65301	初级达人
19	小高只爱美式	20685	99351	初级达人
20	LIUMINJIN	15588	151087	初级达人
21	蒸汽肉包	14059	109875	初级达人
22	一土加贝	13774	123377	初级达人
23	SJSYSLYGAWDR	13705	126203	初级达人
24	是松子呀	13144	97500	初级达人
25	柒小饱	11866	36530	初级达人
26	荔枝果冻兔 ya	11521	207970	初级达人
27	菇菇的城堡	11154	58041	初级达人
28	物清_	10775	75666	初级达人
29	陈哈哈	10716	70280	初级达人
30	乱蝉居士 Swing	8848	65113	初级达人

31	Vivi 奶黄包	7767	23895	初级达人
32	春卷素窝	7455	143690	初级达人
33	姜生不吃姜	7129	29203	初级达人
34	咕岛一只鱼	7082	9548	初级达人
35	大炮不叫张 XX	6773	38244	初级达人
36	卷心小羊（期末版）	6410	62482	初级达人
37	裴默默	4105	14220	素人
38	菠菜阿 w	3826	41462	素人
39	李木子吖～	3779	32953	素人
40	番茄荷包蛋	3710	83588	素人
41	Yeyeyeye:D	3684	37959	素人
42	碳酸八宝粥	2767	27497	素人
43	是一截白菜：	1993	12410	素人
44	饭宝日记	1941	13537	素人
45	拍拍翅膀鸭	1940	23441	素人
46	炸毛小怡	1575	5159	路人
47	我叫小熊饼干	1300	6738	素人
48	芝芝为荔枝	788	2028	素人
49	闲闲啊	545	5097	素人
50	你要喝白開水吗_	185	3843	路人

（五）样本容量

样本内容的选取方式以点赞量、评论量等综合数据作为参考，笔者在五十位创作者账号中随机抽取 5 条作品作为样本，进行编码分析。共采集到有效图文笔记样本 250 份。最后，基于自我呈现理论以及前人对线上自我呈现方式的研究，构建相应的类别体系，并利用 Divominer 和 Excel 进行分析，旨在对小红书平台上的自我呈现现象进行深入的内容分析。

三、类目建构

本文基于戈夫曼的自我呈现理论以及前人对线上自我呈现方式的研究，对青年群体在日常类 Plog 中的自我呈现进行系统编码。

（一）在线自我呈现的形式维度

在线上自我呈现的相关研究中，研究者们一般会选取个人资料页中展示个人信息的部分进行分析，包括网络名称（昵称）、个人图片（头像、照片）、自我描述（职业、家庭、观点、兴趣爱好）、好友列表、超链接等要素。在抖音、小红书这类国内新兴的社交媒体上，研究者们还会去探讨声音元素和视觉元素（见表 3.3）。

表 1.3 线上自我呈现形式的相关研究

学者	社交媒介	自我呈现形式
Hope Jensen ^①	Instagram	照片、视频、兴趣和情感
	Facebook	个人资料、状态更新和相册
	博客	文本和图像
王长潇和刘 瑞一 ^②	朋友圈	头像、名称、个性签名、朋友圈内容
Dominick ^③	个人主页	人口统计学信息(性别、年龄、职业和婚姻状况)、个人信息（描述性传记、简历、职位描述、家庭信息、朋友信息、配偶信息）、兴趣爱好、个人观点、照片、超链接

① Schau H J, Gilly M C. We are what we post? Self-presentation in personal web spaceJJJ. Journal of Consumer Research, 2003, 30(3): 385-404.

② 王长潇,刘瑞一.网络视频分享中的“自我呈现”——基于戈夫曼拟剧理论与行为分析的观察与思考[J].当代传播,2013(03):10-12+16.

③ Dominick J R. Who do you think you are personal home pages and self-representation on the World Wide WebJJJ. Journalism and Mass Communication Quarterly, 1999, 76(4): 646.

王朝阳 ^①	TikTok	视觉元素：人物数量、视频取景、拍摄场景、外貌修饰、面部表情、肢体动作和视频特效 听觉元素：音乐类和人声类
刘力源 ^②	小红书	表达情感：丰富趣味和实用干货 滤镜：有或无
赵晓颖 ^③	小红书	视觉元素、听觉元素、文本内容

综上所述，本研究将通过分析在线自我呈现中的文本信息和图像信息来构建个人基本信息评估指标体系。其中，文本信息涵盖个人网名、自我描述以及文案部分，主要传递个体的人口统计学信息、学校、职业、爱好等相关内容；而图像信息则包括个人头像、照片和日常生活环境等视觉元素。

（二）自我呈现评估指标体系建构

戈夫曼在其经典著作《日常生活中的自我呈现》中提出的“前台”这一重要概念为学者们理解人类社交行为提供了坚实的理论框架。这一理论深入探讨了个体如何在社交场合中通过精心塑造形象和表演策略来展示自我，从而满足他者的期待以及自我认同的需求。

戈夫曼将前台的表现形式细分为两大类：“舞台设置”和“前台表演”。其中，“舞台设置”涉及环境、背景、道具等多种元素的有机结合，旨在营造出一个有利于表演与展示的空间；而“前台表演”则专注于个体在社交场合中所呈现的形象，包括表演场景选择、主题构建、肢体语言和言谈举止等各个方面的表现。根据戈夫曼的理解，小红书这一社交平台可视为前台区域，而创作者账号的信息则对应于前台的舞台设置，创作者所发布的图文内容则反映了其前台表演的具体实践。

① 王朝阳,吴可.日本青少年的短视频自我呈现特征和文化因素分析——以抖音日文版Tik Tok为例[J].新闻与传播评论,2022,75(01):47-60.

② 刘力源.流动的自我：小红书女性美妆博主的自我呈现及效果研究[D].中央财经大学,2023.

③ 赵晓颖.台前幕后：小红书博主的自我呈现研究_赵晓颖[D]. 云南师范大学, 2024.

表 1.4 青年群体日常类 Plog 舞台设置/账号信息类目建构表

内容	编码
头像	1=人像照片；2=卡通形象；3=风景/宠物；4=其他
网名	1=昵称；2=姓名；3=字母叠加
简介	1=自我介绍；2=思想态度；3.联系方式

表 1.5 青年群体日常类 Plog 前台表演/图文内容类目建构表

内容	编码
文字符号	1=平淡琐碎；2=温情/激发共情；3=幽默搞笑；4.专业认真
图像符号	1=多场景展示；2=单一场景展示
视觉特效符号	1=有（滤镜、贴纸等）；2=无
内容主题	1=生活记录；2=情感感悟；3=自我提升

具体类目说明如表 1.6:

表 1.6 类目说明表

指标	说明
头像	创作者头像所呈现的视觉内容。
网名	创作者网名的构成。 昵称：完全虚化的名称，无法从中识别身份； 姓名：包含创作者姓氏或姓名谐音； 字母叠加：由一串无明确意义的字母组成。
简介	即创作者在个人主页中展示的个人信总。
文字符号	包括图片上的文字内容以及标题和正文，主要用来判定内容的感情色彩。 平淡琐碎：使用平实、细碎的语言进行叙述。营造出面对面的交流的自然亲近感。 温情/激发共情：通过温暖、感性的语言和内容，唤起观众的共鸣。 幽默搞笑：运用轻松幽默的言辞，使观众在观看其内容时忍俊不禁。 专业认真：以“过来人”的身份来传授经验，提供有用的信息，

	给人一种可信的感觉。
图像符号	图片所呈现的具体场景。
视觉特效符号	是否有对照片的美化处理，包括添加的表情包、特效、滤镜及涂鸦等。
内容主题	日常类 Plog 的内容分类。由于日常类通常涵盖范围较广泛，因此其分类依据为占比最多的内容类型，以此确定 Plog 的主要类别。 生活记录：主要围绕日常生活中的点滴事件展开，记录个人的生活轨迹、经历或见闻，注重对生活细节的捕捉和描述。 情感感悟：聚焦于个人的情感体验和内心思考，表达对生活、人际关系或事件的感悟与反思，注重情感共鸣和深层次的情感表达。 自我提升：以个人成长、技能学习或目标实现为核心，分享经验、方法或心得，具有较强的实用性和启发性。

四、信度检验

为确保内容分析结果的客观性和可靠性，本研究采用“编码者间信度（Inter-coder reliability）”对编码过程进行检验。具体步骤如下：

①编码者培训：由研究者与另一位传播学专业研究生组成编码小组，通过 2 次培训会议明确编码规则，随机抽取总样本量的 10%（即 250 份样本中的 25 份）进行预编码，并统一争议项的判定标准。

②独立编码：剩余的 225 份样本近乎平均分给两位编码者进行独立编码，覆盖所有类目（如主题分类、情感表达类型等）。

③信度计算：采用 Cohen's Kappa 系数衡量编码一致性，该系数由心理学家 Jacob Cohen（1960）首次提出，专用于定类变量的编码一致性检验，能有效排除偶然一致对结果的干扰，从而提供更为可靠的编码信度评估。^①计算公式为：

$$\kappa = \frac{P_o - P_e}{1 - P_e}$$

^① Cohen J. A coefficient of agreement for nominal scales[J]. Educational and Psychological Measurement, 1960, 20(1): 37 - 46.

其中, P_o 为观察一致性, P_e 为期望一致性。经计算, 各类目的 Kappa 系数均值为 0.95 (极佳), 依据 Landis 和 Koch (1977) 所提出的解释标准, 属于 “0.81-1.00: 几乎完全一致” 的区间, 表明编码结果具有极高的可靠性。^①

④争议解决: 对少量不一致的编码项, 通过小组讨论并参照类目说明表最终达成一致。

表 1.7 编码者信度检验结果

编码类目	Cohen' s Kappa 系数	一致性判断标准
头像	1.00	几乎完全一致 (>0.81)
网名	1.00	几乎完全一致 (>0.81)
简介	1.00	几乎完全一致 (>0.81)
文字符号	0.92	几乎完全一致 (>0.81)
图像符号	0.94	几乎完全一致 (>0.81)
视觉特效符号	0.91	几乎完全一致 (>0.81)
内容主题	0.88	几乎完全一致 (>0.81)

第二节 日常类 Plog 中自我呈现的内容

一、角色初印象：自我呈现的舞台设置

个人信息的展示是塑造网络形象的第一步, 它能够简单鲜明地突出社交性, 以便于观众更好地把握呈现者的身份和形象。互联网创作者参与网络社会实践时通过挑选、隐藏、美化等手段对个人主页进行修饰, 塑造出符合自身预期的 “理想形象”。头像、昵称、个人简介等图文信息, 作为创作者在虚拟空间中的重要符号载体, 承载了个体身份的象征意义。它们是创作者自我表达的工具, 也是创作者在网络社交中进行 “印象管理” 的重要手段。

以小红书平台的日常类 Plog 创作者为例, 他们往往会精心设计头像、昵称以及简

^① Landis J R, Koch G G. The measurement of observer agreement for categorical data[J]. Biometrics, 1977, 33(1): 159 - 174.

介内容，以此来实现自我定位，并初步构建与观众互动的“数字形象”，他们通过这些信息在虚拟世界中进行身份标识，能够有效提升账号的吸引力和关注度，为进一步的社交互动奠定基础。这种基于图文信息的形象塑造反映了媒介创作者对展示内容的精心策划与设计，传递出自身的价值观、生活态度及生活方式，同时也通过网络互动不断强化自我的身份认同与社会归属感。

（一）头像：突出风格，展现风采

作为社交网络图像的核心部分，头像塑造并构建了创作者的身份^①。头像的选择和展示直接体现了创作者的个性、审美偏好和生活态度，为其他创作者提供了初步认知的视觉线索。个性化的头像设置，使得自媒体账号不仅是信息发布平台，也成为表达自我、塑造形象、传递价值观的媒介。在这一过程中，头像作为视觉符号，提升了个人自媒体账号的辨识度和记忆点，促进了创作者间的情感连接和社交互动，成为外界了解个人的窗口。

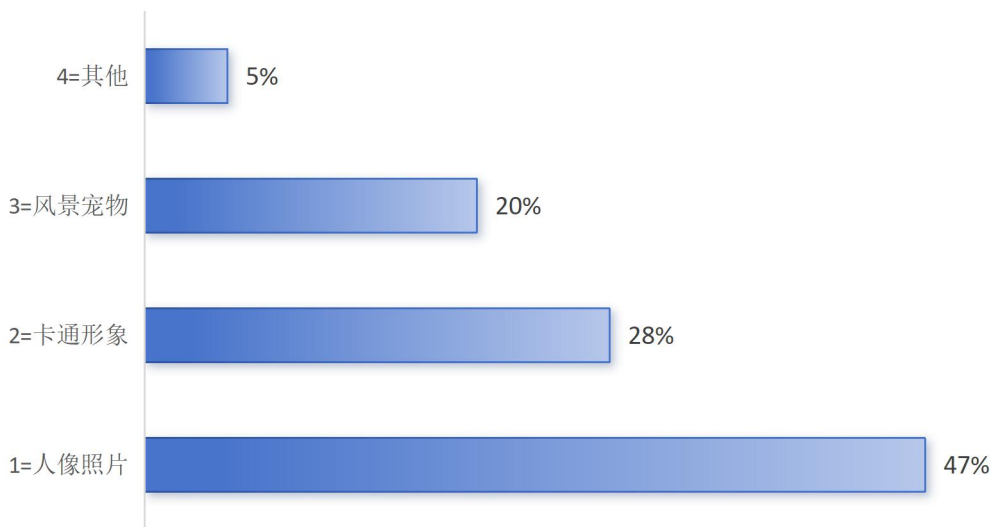


图 1.1 小红书平台上创作者头像分析

根据内容分析的结果可以看得出，日常类 Plog 创作者选择的头像大致可分为四类，即“人像头像”“卡通头像”“风景/宠物头像”和“其他”。其中人像头像和卡通头像占据了多数。每一类头像的选择都揭示出了创作者在表达自我和满足受众期待之间的独

① 吴良伟.从头像使用看社交网络中的自我呈现[J].传播与版权,2017,(08):132-134.

特策略。

人像头像的使用通常体现了创作者对个体身份认同和形象展示的需求。这类头像通过真实或风格化的外貌呈现，建立了观众与创作者之间的信任桥梁。尤其是在情感感悟和技能分享型 Plog 中，人像头像更为常见，因为这种选择能够拉近创作者与观众的心理距离，让观众感受到内容背后的真实个体。在访谈的过程中，有几位青年表示，“这个头像不是我本人，我朋友说我跟她的气质很像，我就用她来当头像了”，“在外的身份都是自己给的，我的人设是主持人，所以我就选了一张拿着话筒正在主持的照片当头像，这样会显得更真实一些。”



图 1.2 小红书账号 634328642



图 1.3 小红书账号 jieZai_

相比之下，卡通头像则表现出更多的趣味性和匿名特质。卡通形象往往具有可爱搞怪的特点，在传递创作者的个人风格的时候不自觉就能拉近与观众之间的距离，还能避免了直接暴露个人身份的风险。这种选择带来了社交上的轻松感和天然的亲近感，使得互动变得自然和舒适。这种头像在生活记录类 Plog 中尤为普遍，因其强调轻松愉快的互动氛围，符合许多创作者的需求。



图 1.4 小红书账号 94288596708

其他类型的头像则涵盖了一些非主流的表达方式，这类头像可能是一段文字、一个抽象图案，或具有个人意义的符号。这种选择的背后蕴含的是作者的期许或是希望通过极简方式吸引特定受众。例如，卷心小羊（期末版）的头像是颗大珍珠，传递出她对玄学的深厚兴趣。而在她的内容主页中，也可以看出，她是一个对玄学很崇敬的少女，多次提到“求好运”“保佑保佑”。这种表达不仅塑造了她鲜明的个人标签，也吸引了对类似主题感兴趣的观众，形成特定的社群连接。



图 1.5 小红书账号 331805yqy_

进一步观察也可以发现，头像的风格往往与内容风格高度匹配。例如，选择人像头像的创作者，其内容通常以展示生活细节或个人技能为主，强调真实与真诚；而偏爱卡通头像的创作者，内容更多倾向于轻松幽默或趣味性较强的日常分享。头像的选择与内容风格的契合度，不仅增强了观众的认同感，也为内容传播的成功奠定了基础。

（二）网名：彰显个性，表明态度

任何符号都是形式与意义的有机结合，网名作为现实姓名在虚拟世界的延伸，既受

到个体内在因素的影响，也深嵌于社会文化的语境中。它不仅仅是个人身份的标识，更是自我表达的重要媒介，承载了创作者的审美观、生活态度、兴趣偏好甚至价值取向^①。网名是个体自我呈现与他人进行交流的第一步，也是标明个人态度的重要符号，很大程度上是体现个人内心思想的语言符号，具有多样性、可变性以及多变性特征。出于不同的现实和心理因素，青年群体往往都会借助不同的网名来彰显个性或者表明态度，体现个人身份。

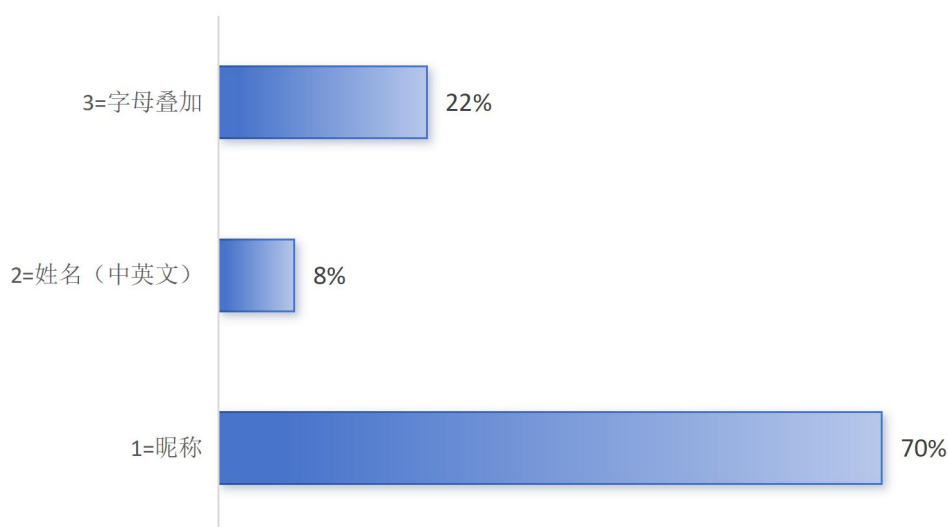


图 1.6 小红书平台上创作者网名分析

通过对样本数据的统计分析发现，日常类 Plog 创作者在昵称的选择上呈现出了显著的倾向性。具体来说，70%的创作者倾向于使用不直接体现个人身份信息的昵称，例如“自然醒”“无忧有绿”等。这类昵称主要是通过隐喻或象征手法，对个人的生活态度或价值追求进行改写。进一步分析得知，22%的创作者选择使用“姓名”类昵称，当然这里的姓名并非一定是真实姓名，而是经过艺术化处理之后的，例如“李木子吖~”“陈哈哈”等。这类昵称在保留个人特征的同时，通过添加语气词或叠字等进行修饰，一方面能够增强辨识度，另一方面也不容易暴露自己的真实身份。8%的作者使用的是字母叠加类的昵称，这类昵称更加具有隐蔽性，无法让人从单纯的字母中看到创作者所要传达的意思，更为神秘。例如“Yeyeyeye:D”“SJSYSLYGAWDR”。

总体来看，大多数日常类 Plog 创作者倾向于选择更个性化且隐匿的昵称，这种倾

① 张心一.大学生对网络昵称与头像的性别化感知和印象评价[D].武汉：华中师范大学,2018.

向为他们在虚拟场域中构建了一个去除现实束缚的理想化身份，使得他们能够在公开的网络空间中获得自我展示自我表达的自由。

值得注意的是，当创作者使用带有鲜明个人特色的昵称时，实际上也是是一种塑造记忆点和增强辨识度的策略。比如昵称为“无忧有绿”的创作者，这个昵称看上去就是有着极强的文艺气息，传递给人的感觉是沉郁而浪漫的。进一步观察其日常类 Plog 的内容可以发现，内容和昵称是具有一致性的，这种一致性则进一步强化了创作者的个人形象，为受众提供了完整的审美体验。这种昵称与内容风格的高度契合，体现了创作者在网络表现上的精细化，在流量的转化过程中能显示出明显的优势。

（三）简介：传递价值，塑造形象

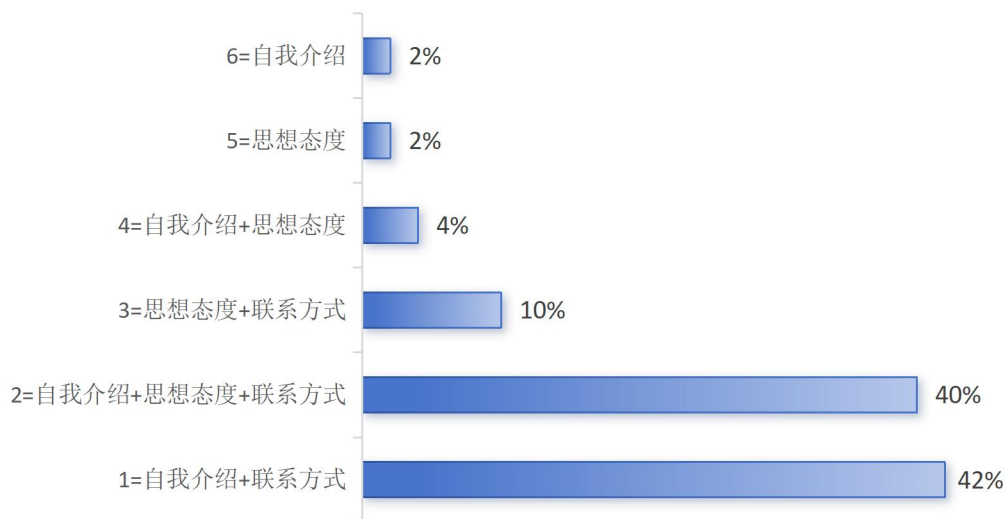


图 1.7 小红书平台上创作者简介分析

简介作为账号基本信息中最主要的组成部分，可以体现出运营者对自我形象的定位与认知。小红书平台的简介最多只能写 100 字，在这有限的文字空间里，日常类 Plog 创作者必须采用“详略得当”的叙事策略才能呈现出自己的理想形象。一般来说，他们都是选择突出自身与内容相关的信息来展现自我身份。据统计，在 50 名的日常类 Plog 创作者的样本中，几乎所有的创作者都会在简介处披露自己的个人信息，他们会主动强调一些关键信息，比如个人兴趣、核心价值观，甚至是联系方式等，以此将自我身份转化为一段可被其他人快速理解和记住的文本。这种策略能让他们能在简短的个人简介中迅速抓住观众的注意力。

小红书平台的日常类 Plog 创作者的个人简介主要以自我介绍和联系方式为主，占比高达 82%，大部分创作者的自我介绍都很详细，会透露自己的年龄、MBTI、学校、职业、爱好、内容方向等，例如“分享日常|咖啡永动机|面包脑袋”“03 | infj | 计算机在读日常 1 学习 | 成长感悟 1 好物分享”。绝大多数的创作者（92%）都会在简介中放上联系方式，这主要是方便商务洽谈和建立更专业的沟通渠道。此外，在访谈中也得知，也有部分粉丝会通过简介处的电子邮箱跟创作者进行沟通交流，访谈者认为这种交流更加真切和亲近。

54%的创作者会在简介中传达自己的思想和对生活的态度，类似于学生时代的座右铭。这种传递思想态度的内容能起到抒发志向、寄托理想的激励作用，同时也能快速给自己做一个定位，给受众传递出一个信号，持有相同价值观的受众便会跟创作者进行互动。例如“专注自己的幸福就好啦”“勤勤恳恳打工人 赚才是王道”“愿日日是好日，什么时候开始都不算晚”。在访谈中，大部分的访谈者认为，在简介处写上的“签名”首先是写给自己看的，其次再是写给观众看的。这也体现了青年创作者对自我的认同的过程是从自身出发转而与外界互动获取的。

在对 50 名日常类 Plog 博主的个人简介进行关键词提取后，结果显示，“喜欢”和“分享日常”是出现频率最高的词汇。创作者们通过这些关键词传达了青年群体做日常类 Plog 的主要目的是为了分享美好生活，进行自我表达。

创作者对个人主页的装饰与布局彰显了其独特的个性特点和审美倾向，在小红书这个虚拟的舞台上，他们按照个人喜好进行创意设计和内容构建。尽管他们在个人主页上呈现出来的个人形象可能很普通很简单，但是代表了他们对自己理想形象的设想，这些设想与主页的内容部分共同构成了个人的生活轨迹和记忆片段。

二、理想形象：自我呈现的前台表演

戈夫曼指出，自我呈现首先需要通过“前台”的设计来完成，这意味着个体会利用符号和道具来塑造理想的社会角色。在日常类 Plog 中，创作者通过运用多元视觉符号和多种叙事类型来呈现理想形象。

（一）视觉文本：多元符号的互动呈现

德国社会学家齐美尔认为，社会的核心在于人与人之间的互动。^①作为一种新兴媒介，日常类 Plog 融合了多种符号元素，成为传递信息的重要载体。王朝阳（2022）在探讨短视频的自我呈现时，提出从视觉与听觉双重维度解构内容符号体系。^②赵晓颖（2024）进一步拓展了这一分析框架，在研究小红书博主的内容生产时，将文本元素纳入考察范围，构建起视觉、听觉与文本的三维分析模型。^③基于前人的分析，再结合日常类 Plog 的创作实践，可以把日常类 Plog 的视觉文本分析分成以下三种符号元素。

1.图像符号：生活场景的主动暴露

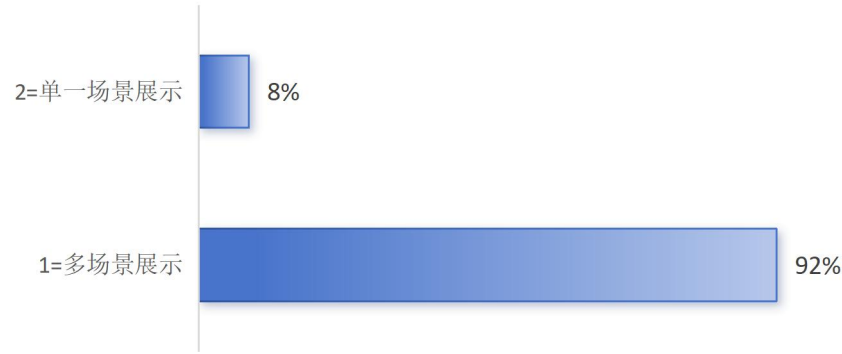


图 1.8 小红书上创作者内容图像符号分析

在所选样本中，可以看出 92% 的笔记内容创作都是采用了多场景拼贴的创作方式，创作者就像拼图的高手，将不同时空的生活碎片精心组合在一起：清晨堆满书籍的凌乱书桌、中午飘着热气的牛肉面碗、傍晚洒满夕阳的公园长椅，都被巧妙地装进九宫格图片里。以读研的@菠菜阿 W 为例，她的典型 Plog 包含四个场景：在电梯里的对镜自拍、图书馆的写字镜头、电脑上密密麻麻的资料、学校的开阔风景。这些场景串联一位读研人的日常轨迹，观众在观看日常类 Plog 的时候就仿佛经历了创作者完整的一天。这种多场景叙事正在重塑社交媒体的信任机制。当创作者持续暴露不同生活切面，观众会自发完成“碎片拼图”，在脑海中构建出鲜活的人物形象。比起单场景的精修照片，这种

① [德]齐美尔. 社会学：关于社会化形式的研究[M]. 林荣远, 译. 北京：华夏出版社, 2002.

② 王朝阳,吴可.日本青少年的短视频自我呈现特征和文化因素分析——以抖音日文版Tik Tok为例[J].新闻与传播评论,2022,75(01):47-60.

③ 赵晓颖. 台前幕后：小红书博主的自我呈现研究_赵晓颖[D]. 云南师范大学, 2024.

带着生活毛边的场景拼贴，反而织就了更牢固的情感联结，增强观众对创作者的信任感。

2.文字符号：多样化的情感表达与信息传递

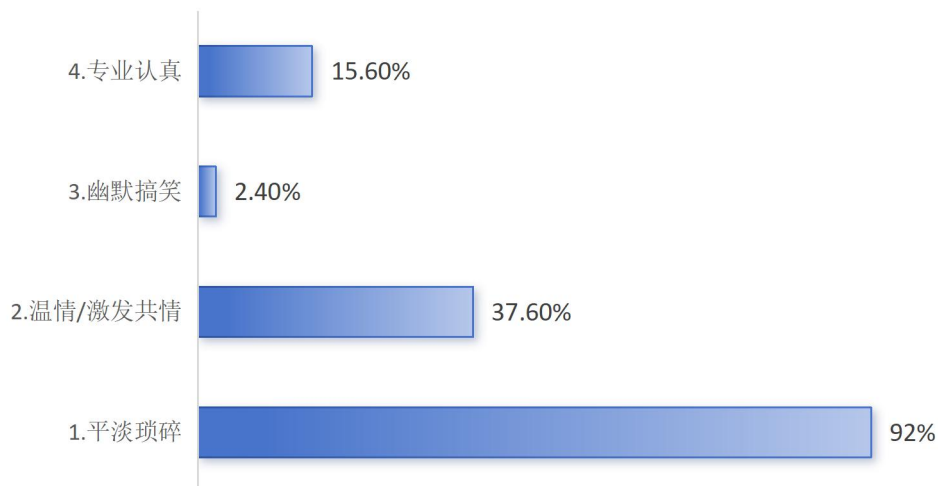


图 1.9 小红书平台上创作者内容文字符号分析

通过对这 250 个样本的文字内容进行细致分析，可以将文字符号所表达的情感倾向划分为四个类型：平淡琐碎、温情/激发共情、幽默搞笑以及提供有用信息。在实际研究中，这些类型可能会单独出现，也可能会在同一个日常类 Plog 中同时呈现。因此，图表中的百分比表示的是每个类型在总样本中所占的比例，而非四个类型合并后的最终比例。

可以看出，平淡琐碎类型的文字符号占据了最大比例，达到了 92%。这表明大多数 Plog 创作者倾向于记录普通平常的内容，他们往往会展示生活中的点滴细节来串联起自己的一天或者一周，文字表达比较接地气，具有很强的亲和力，例如“呐给你看看漂酿滴花花，这个颜色好喜欢”“KFC 的蛋挞好好吃不过得趁热吃”。观众在观看的过程中很容易从这些生活化的表达中找到归属感，从而建立起情感联系。温情/激发共情类型的文字符号占 37.6%，这类内容通常带有一定的情感色彩。创作者可能通过分享个人感受、亲情、友情等情感层面的内容来感染观众，促使他们产生共鸣。尽管这一部分的比例不如“平淡琐碎”高，但它在日常类 Plog 创作中依然占据了一定的位置，例如“别让坏情绪影响你，没关系的，好事多磨，我们只会越来越好”。这写内容既是对自我的安慰，也激发了观众的共情，增强了内容的情感温度。另外，专业认真类也占有一定比重，在日常类 Plog 中，这部分的内容往往是旅游过程中分享的攻略以及调色参数、日常类 Plog

中的涂鸦教学等等。这类分享通常也是采用了朴实的语言表达方式，传授个人实用的技巧和经验的时候，非常注重接收者是否能学会，所以文字的表达十分清晰，步骤也都清楚地写在旁边。

3.视觉特效符号：个人审美的精心诠释

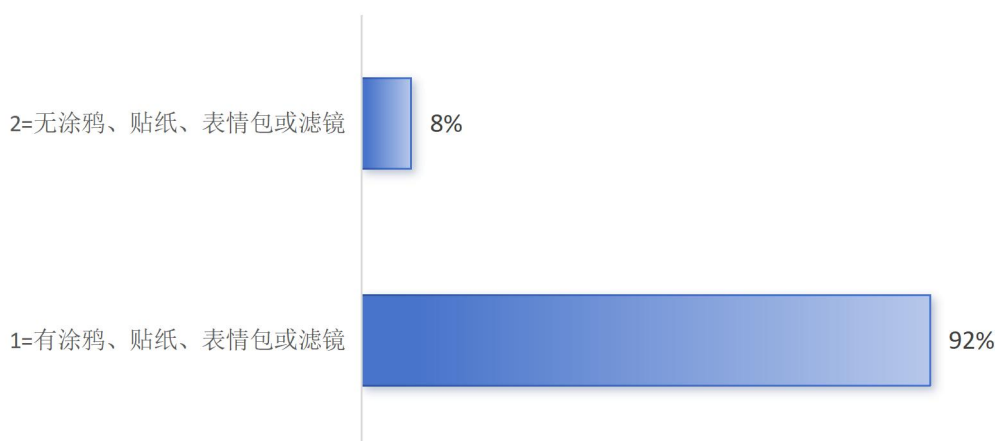


图 1.10 小红书平台上创作者内容视觉特效符号分析

数据显示，92%的日常类 Plog 经都使用了涂鸦、贴纸、表情包或滤镜这类视觉特效符号。传统图片的叙事较为单一，观众难以从图片中挖掘到更深层次的内容。而日常类 Plog 的叙事则更为丰富一些，除了普通文字符号的使用，日常类 Plog 中还会添加涂鸦、贴纸表情包等视觉特效符号，这些视觉特效符号的使用增添了其叙事的流动性和生动性，创造出了一个鲜活的故事空间。观众能从小表情中读取到创作者在制作这种 Plog 时的心情，让信息的传递更为精确和生动。同时，每一个符号都承载着创作者希望传递的个性化信息，这使得日常类 Plog 成为了构建理想自我形象的重要媒介。例如，选择暖色调的滤镜可能传递出对温馨生活的向往，而选择明亮的花字则透露出乐观的情绪。自然风格配合着纤细的字体则体现出深思和沉静的状态。

（二）内容主题：多种类型融合

小红书平台对创作者类型划分是根据创作者发布的笔记内容以及其自带的标签进行交叉分类的。笔者在实际的考察过程中发现，一方面，大部分的日常类 Plog 创作者展示的内容并不局限于单一的类型，而是呈现一种多样化趋势；另一方面，通过对大量带有的“日常类 Plog”标签的内容进行分析发现，标签下的内容也不完全是日常生活相

关的，有的是纯粹的读后感、散文诗等，自我呈现的程度较低。因此，本文在对所有关于日常类 Plog 的内容进行浏览之后，再结合研究样本统计的结果，将小红书平台上的日常类 Plog 的内容大致分为以下几类。

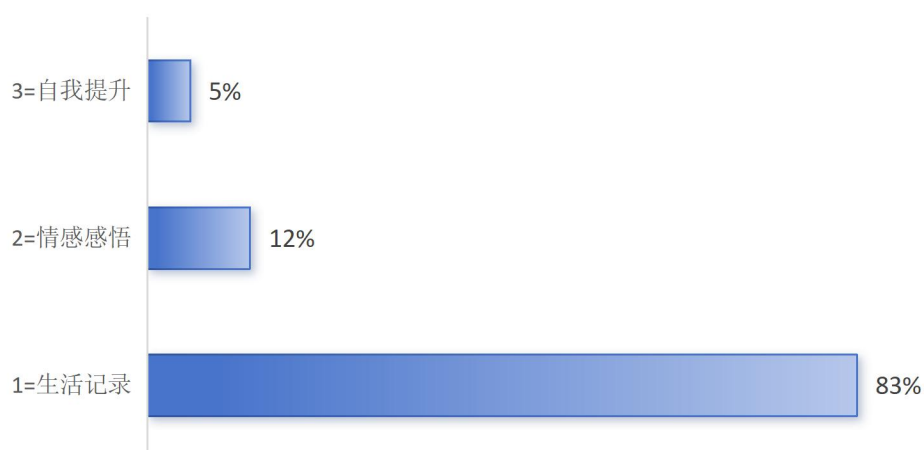


图 1.11 小红书平台上创作者日常类 Plog 类型分析

1.生活记录

生活记录专注于创作者的日常生活，通过图文形式记录生活中的琐碎瞬间或重要事件。占全部样本量的 83%。这类内容覆盖范围十分广泛，包括创作者的日常作息、居家生活、工作场景以及节假日的出游等。创作者通过展现生活中的温馨瞬间，强调生活的细节。例如，@xcjjoy 分享了她的拍到的春天——阳光尚好，人们铺着野餐垫吹着河风享受枝叶生长的日子，落日、飞鸟，镜子平静的湖面，一幕幕都展现出了她眼中美好的春天。搭配上手写的感悟，能让人从图文中感同身受。这类日常类 Plog 的主要特征在于碎片化与真实化，传递出创作者个人的生活态度和价值观，如对生活小确幸的珍视与对自由的追求。



图 1.12 小红书账号 3852675554

2.情感感悟

情感感悟聚焦于创作者的主观情感表达，涉及成长经历、友情、爱情、婚姻及亲情等深层次的情感话题。这类日常类 Plog 占全部样本里的 12%。创作者通常会讲述个人的故事或者抒发内心的感受，去向观众传递在生活中特定时刻的情感体验。这类日常类 Plog 上的文字部分通常字数比较多，而且表达更为连贯和感性，观众在读的时候也会不自觉放慢自己“左滑”的速度，耐着心去感受作者的感受。@恒温世界（一杯冰美式）常常记录瞬间的感悟，告诉大家他看到了什么，感受到了什么，享受着什么，又迷茫着什么，通过记录下这些瞬间的心情，不仅让观众感受到了他此刻的心情，还引发了他们对此的反思，并且发在评论区，引起又一轮的互动。

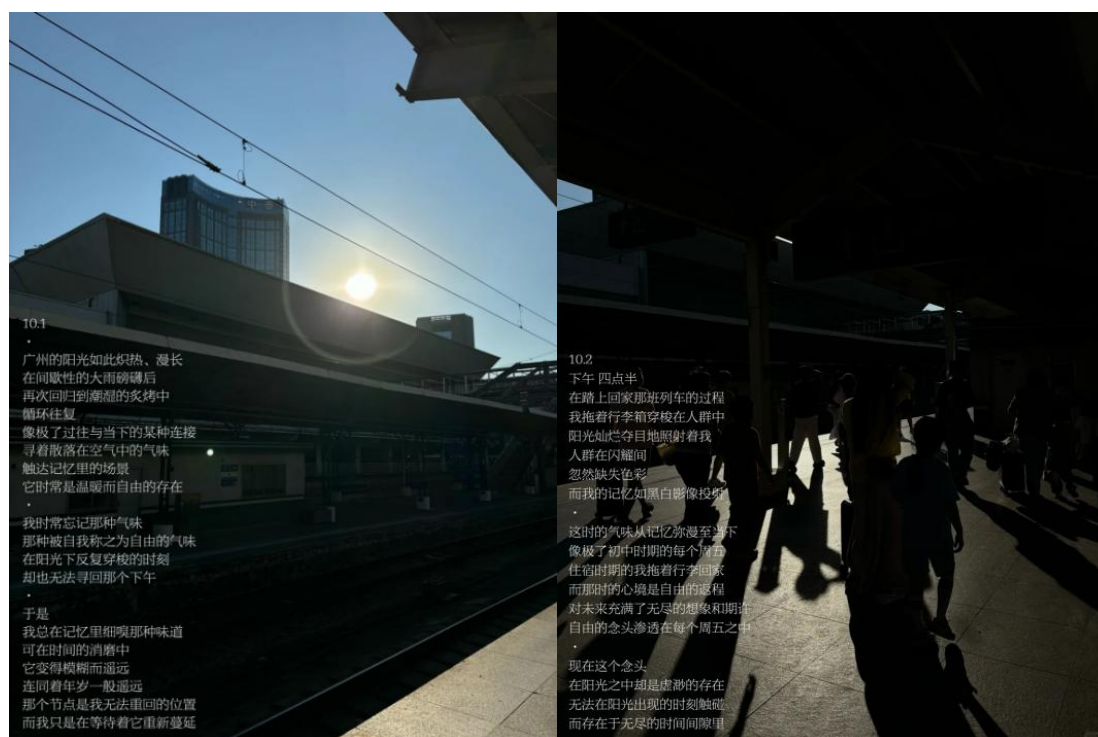


图 1.13 小红书号 9491553866

3.自我提升

“自我提升”类内容专注于创作者通过分享个人成长、学习经历、技能提升以及生活改善的过程，来展示自身不断追求自我超越的过程。这类内容占全部样本的约 5%。这类作品跟前面两类有所不同的是，创作者们的主动性增强了，如果说日常记录和情感感悟是向内寻求创作的动力的话，那自我提升类的内容则是向外寻求创作者的动力，他们以帮助他人为乐，愿意无偿分享出自己的经验技能。在实践中，他们往往会基于专业的视角或个人经验，分步骤地讲解技能的实施过程，并附上清晰的图片和操作说明，以帮助观众理解和学习。例如，@卑鄙雨季分享了她的提升审美的过程，言简意赅地介绍了如何提升拍照的审美。这种教程十分具有实用性，通俗的语言配上可以参考的照片，为观众提供了愉悦的学习体验。



图 1.14 小红书号 11381504348

值得注意的是,这几类内容往往并不是孤立存在的,而是可以在同一个日常类 Plog 中交织融合,呈现出多维度交织的现象。例如,在日常生活记录中,创作者可能会分享一些技能技巧,如家居收纳的心得或简单的食谱;而在社交互动的过程中,在讨论某个热点话题后,创作者可能会自然地引发个人的情感感悟。此外,生活记录中提到的某部电影或一首音乐,也可能成为情感表达的引子,让观众感受到不同内容之间的联系。这种多元化的表达方式不仅丰富了日常类 Plog 的内容,也使得创作者的形象变得更为立体且饱满,增强了观众的观看体验,促使他们在互动中寻找共鸣与启发。

第三节 日常类 Plog 中青年群体自我呈现的意义

通过对小红书平台上日常类 Plog 青年群体自我呈现的内容进行梳理,我们可以发现,日常类 Plog 创作者自我呈现意义主要可以表现为通过日常类 Plog 去传递生活观念、输出私密情绪,以及彰显自我的价值。

一、传递生活观念

创作者们的自我呈现不仅仅局限于个体生活细节的展示,更重要的是创造了一种生活观念的传递方式。这些创作者通过图文并茂的方式,将他们对日常生活的理解、情感

以及思考传递给观众，进而影响了观众对生活的态度和认知。

从 50 名创作者的内容主题来看，“生活记录”无疑是最为突出的内容类型，显示了创作者在日常类 Plog 中最为关注的主题——生活观念的传递。在这一点上，戈夫曼的“印象管理”理论提供了有力的理论支持。根据戈夫曼的观点，个体通过前台行为设计和符号表现策略来维护社会互动秩序，进而塑造自己的社会身份和地位。在传统社会中，这种印象管理往往表现为通过模仿高社会阶层的符号来实现阶层跃升。然而，在互联网及社交平台的背景下，这一“向上模仿”的过程发生了转变。在后现代社会，印象管理呈现出个性化、多元化和圈层化的趋势，创作者们不再单纯依附于传统阶层符号，而是通过个人化的生活记录传递自己的观念。这种转变表明，当代年轻人不再单纯追求传统意义上的“高级生活”，而是更加注重自身的独特性与个性化体验。

日常类 Plog 作为一种新的社交媒介，赋予了普通个体更大的话语权，使他们能够表达自己的生活观念与价值观。在这一平台上，普通的、甚至是看似琐碎的生活细节同样值得被分享和关注。创作者们分享“下班后的生活”“重启人生”等日常生活的片段，传递出他们对美好生活的独特见解。“普通也很幸福”“生如夏花般灿烂”等的这些多元的生活观念的传递让观众看到了不同群体的生活追求和生活真相，也会让他们开始重新审视和反思自己的生活方式。在这个过程中，创作者通过“生活的美学”将普通的琐事升华为值得分享的故事，展现了一种更加自信、平等和自由的生活态度。日常类 Plog 不再只是对生活细节的记录，而逐渐成为一种传播生活理念和情感共鸣的重要途径。



图 1.15 小红书号 4380893067



图 1.16 小红书号 2197066924

二、输出私密情绪

戈夫曼的“前台”与“后台”理论为理解社交互动中的情感表达提供了重要视角。在传统的线下交往中，个体通常将私密情绪和更真实的自我隐藏在“后台”，在公开场合（即“前台”）展现社会角色与规范。而在现代的社交平台上，这种“前台”与“后台”之间的界限逐渐变得模糊甚至消失。尤其是在以小红书为代表的数字化社交平台上，

用户通过自主选择将“后台”的内容公开，使得原本隐秘的个人情绪和真实想法得以展示。

研究表明，在匿名或弱联系的社交平台中，用户更容易进行自我揭露。^①这一特点不仅是由于平台提供的数字化媒介的特性，还与其赋予用户更大控制权有关。小红书平台的“半匿名”特性为创作者提供了一个情感释放的空间，使得用户能够以较低的风险表达那些在现实生活中可能因社会压力或他人评价而被压抑的情感。个体在分享内心世界的时候更加自然且自由，一定程度上也促进了创作者与观众之间的情感共鸣。

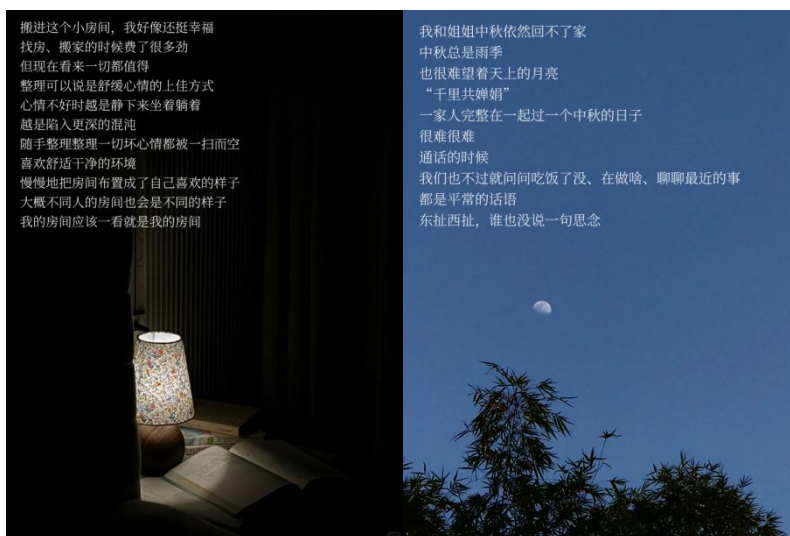


图 1.17 小红书号 5374459915

三、彰显自我价值

在日常类 Plog 内容当中，自我提升也占有不小的比例。这一现象反映了青年群体通过网络空间大胆展示自我价值的趋势。青年创作者在这些内容中不再拘泥于传统线下社会赋予的身份框架，而是通过内容的创作去构建和传递新的社会化角色。

在自我提升类的内容中，创作者通过知识输出、经验总结和实践展示，体现了其在某一领域的专长与价值。与传统社会中角色高度依附于线下固定职业身份（如教师、母亲或公司职员）不同，小红书上的青年创作者能够突破传统角色的限制，利用日常类 Plog 去展示更具多样性的社会身份。在这一过程中，传统身份象征的权威性逐渐被削弱，取而代之的是以兴趣、技能和文化资本为核心的全新社会化角色形象。例如，@是松子呀

^① Joinson A N. Self-Disclosure in Computer-Mediated Communication: The Role of Self-Awareness and Visual Anonymity[J]. European Journal of Social Psychology, 2001, 31(2): 177-192.

在对日常生活进行记录的同时,分享调色的参数,并且在参数后告诉大家为什么要这么调。简单的教学能帮助初学者快速掌握基本调色技能,传递了个人的价值,还获得了受众的认可。值得注意的是,小红书上的女性创作比例较高,在许多女性创作者的日常类 Plog 里,女性的角色突破传统家庭角色的桎梏,呈现了更加多元的女性形象。具体来讲,在自我提升类的内容中,女性 Plog 创作者展现了更加丰富的社会身份特征:接受高等教育的在校女大、追求独立生活的知识女性、职场中的女性专业人士、健身领域的女性教练等等,这些多样化的女性职业群体,反映出了现代女性地位的提升与自我意识的觉醒。



图 1.18 小红书号 941851149

自我价值的彰显还体现在青年创作者对身份标签的主动选择和塑造。与过去被动接受社会身份不同,他们通过选择性分享,赋予了自身标签更多积极意义。例如, @姜生不吃姜 分享了自己通过半年时间增长 6700+ 粉丝的经验,提供实用的自媒体运营干货,巧妙地将“自媒体博主”这一身份变为一个具备吸引力和专业性的“理想角色”——即一个能够为他人提供价值、同时获得社会认可的形象。通过这种主动的身份塑造,青年创作者不仅展示了他们的社会化能力,也就是如何在网络环境中有效定位和表达自己,还通过分享实用经验和创新内容,激发了社群中更多元的价值观和创作灵感。青年创作者依托数字媒介开展的身份建构实践,实质上是一种网络语境下的自我赋权行为。他们通过专业技能的输出与娱乐化内容的创作传播,实现了个人价值在更广泛社交场域中的延伸。这种价值延伸既满足了创作者个体的自我实现诉求,同时也推动了网络文化生态

的多元化进程。



图 1.19 小红书号 9651898327

第二章 青年群体借助日常类 Plog 进行自我呈现的动因

在液态现代性加速流动的当下，日常类 Plog 已成为青年群体构建数字身份的重要媒介。通过为期三个月的参与式观察与深度访谈，本研究发现其创作动因呈现出“内外驱动交织”的特征。因此，本章从内在驱动与外部牵引两个维度展开分析。

本章采用深度访谈法，对 13 位使用日常类 Plog 记录生活的青年进行调研。访谈于 2024 年 9 月至 12 月期间开展，每位受访者的访谈时长为 30 至 60 分钟，以探究其自我呈现动因。

被访者基本信息如下：

表 2.1 被访者基本信息

序号	小红书 ID	粉丝量	性别	年龄	职业
1	Y*****	3637	女	26	上班族
2	物*****	11890	男	22	备考二战生
3	没*****	1003	女	30	上班族
4	牛*****	3653	男	34	上班族
5	特*****	5643	女	24	上班族
6	雅*****	833	女	28	上班族
7	c*****	5674	女	26	研究生
8	小*****	899	女	25	研究生
9	茶*****	4226	女	28	创业者
10	—*****	19526	女	22	本科生
11	逃*****	3101	女	24	研究生
12	努*****	60023	女	22	本科生
13	俗*****	1564	女	23	上班族

*应博主本人要求，为保护个人信息，本研究将对博主姓名进行加密处理。

第一节 日常类 Plog 青年创作者自我呈现的内在驱动

一、记录日常生活

在碎片化阅读盛行的时代，表述方式逐渐向图像化方向发展，而 Plog 这一图文结合的叙事形式凭借生动、便利的特性，逐渐成为青年群体的表达首选。青年群体通过日常类 Plog 创作，记录生活中的点滴与瞬间。在时间碎片化与经验瞬时化的语境下，他们通过制作日常类 Plog 构建起对抗遗忘的“记忆堡垒”。不同于传统日记的私密属性，这种记忆堡垒具有双重属性：既是私人生活的存档系统，也是公共空间的展演剧场。日常类 Plog 通过图文互构将个人记忆转化为可共享的数字档案。允许个体的生活片段突破个人记忆的局限，进入更广阔的数字空间。个体的经验得以跨越时空的界限，在虚拟空间中获得永恒的生命力。通过日常类 Plog，个体不仅是记录者，也是观众和参与者，其记忆不再是封闭的、私人化的，而是通过社交平台得到公共展示和共享。

02（男，23，中国文学考研二战者）：因为正是记录着才得以证明，我没有被社会打成无聊的大人，原来穿越生活的杂乱疲惫，还有这样细碎的美好。



图 2.1 小红书号 151376986

二、进行成长叙事

创作者既是叙事主体，又是被观察的客体。作为一种“成长记录”的工具，日常类 Plog 可以帮助个体回望过去，捕捉生活中的细微变化与情感波动。当创作者回顾以往发

布的内容时，他们不只是重温过去的经历，实际上是在创造一种自我审视的契机，这种契机让他们从旁观者的角度重新看待自己，从而更加清晰地感知自身的成长与变化。

06（女，28，普通上班族）：看到之前发的日常，会发现那个时候的想法是那样的，而现在完全不同。看到这些变化，会觉得自己成长了，越来越认可自己了。

3（女，29，普通上班族）：大概在22年的时候，我意识到自己倾注了太多心力在工作中反而让我迷失自己，我需要一些其他支撑我往前走的事物，我想要扩大与这个世界的联结，也想要在这个世界里留下一些痕迹，一些与工作无关，只关于我自己和生活的痕迹。

日常类 Plog 帮助创作者在当下与过去之间建立联系，使时间得以延续。记录并回望这些生活片段的过程，推动了他们对自我认知的深化。这种自我观照的过程，实质上是将零散的生活片段整理为连贯的成长叙事。创作者通过视觉符号的积累与重组，逐步构建起一个关于自身成长的完整故事，这种自我关照的过程，能够让其在不确定的现代生活中锚定自我坐标。

三、建立自我认同

在流动的现代社会中，稳定的物理坐标（如固定的住所、长期的职业）逐渐变得稀缺，青年群体越来越多地转向通过数字痕迹来建立自己的存在坐标。吉登斯认为，在后现代社会中，传统价值观和文化体系的解体导致人们失去了自我认同感。因此，个人开始依靠他们的阶层、职业、学历和个性等来确认自己的地位和身份，并通过构建自我认同来对抗这种潜在的风险。^①日常类 Plog 创作便成为青年群体在社会流动性和不确定性中寻找自我归属的手段之一。在这一过程中，个体对自我形象和生活方式的展示成为了一种对抗快速变化的社会环境的方式，他们目的是建立一个可以持续维系的、无需依赖外部稳定性的内在自我认同。

13（女，23岁，上班族）：刚来北京时总觉得在漂泊，但看着房间从毛坯变成现在的样子，每一张对比图都在证明，这座城市终于有了属于我的角落。

01（女，26，上班族）：工作让我感觉自己像个随时可替换的零件，只有在 Plog

^① 安东尼·吉登斯.现代性与自我认同[M].夏璐译.北京:中国人民大学出版社,2016.

里记录的晨跑路线、周末烘焙、宠物互动，才让我感觉真实存在过。

青年群体们对生活中的琐事进行记录，赋予自身的日常生活以意义，从而去对抗现代社会带来的身份危机与存在焦虑。在这个过程中，Plog 不再仅是记录工具，它本身也成为了个体自我存在感的确认机制，帮助个体塑造并巩固自我认同，抵抗无意义的生活流转。

四、寻求心理治愈

霍赫希尔德的情感劳动理论指出，个体在日常生活中往往需要压抑或调整情绪以符合社会规范^①。个体的情绪表达并非完全自由，而是受到特定社会文化和职业规范的约束。这些约束形成了一种“情绪规则”，个体必须遵循这些规则来维持社会秩序。这种长期的情感调节可能带来情绪耗竭，最终导致内心的压抑或者抑郁。日常类 Plog 的创作过程则为情感的外化与表达提供了空间，使创作者能够通过图文形式将内在情绪释放，从而实现情绪的调节与心理舒缓。

在探讨日常类 Plog 信息发布行为的过程中，本研究发现，创作者在诸如朋友圈、抖音等社交平台上分享的内容，往往集中于个人成就、精致的生活片段、恋爱日常等，这些内容普遍展现了积极向上的生活面貌，并被用作社交货币，通过点赞和评论等互动形式来维护和促进人际关系。相对而言，在小红书平台上，部分创作者倾向于发布更为真实和自然的内容，包括真实的情感吐槽、对爱情的美好憧憬，以及向外界展示的、亲友可能不知晓的脆弱和消极情绪。这些创作者将小红书上的日常类 Plog 视为一种自我疗愈的空间，通过记录真实的自我和当下情绪，实现情感的释放和生活的记录。这类日常类 Plog 账号形成了一种公开的私密领域，创作者在其中表达心情，既能宣泄情绪、记录生活，又无需担心个人形象管理的风险，从而获得安全感。

02（男，23，备考二战生）：我不愿意在朋友圈中暴露太多个人生活。我想要一个可以自由抒发情绪的地方，Plog 正好提供了这样的空间。

08（女，25，研究生）：有时候写下来的东西会让我重新审视自己，我发现通过日常类 Plog 表达出来的内容，能够让我理清很多事情，这对我来说就像一种心理治愈。

05（女，24，普通上班族）：朋友圈里都是同事客户，必须维持专业形象。但在

^① 霍克希尔德. 管理心灵：人类情感的商业化 [M]. 张红军,译. 南京：译林出版社，2017.

Plog 里，我可以展示那个会哭会丧的真实自己，反正陌生人不会用这些来评判我。

此外，“日常”记录性内容往往伴随着“陪伴”的功能，这一点在日常类 Plog 中尤为显著。创作者分享的美食、摄影、学习等日常生活内容，进一步强化了这种“陪伴”感。在分享过程中，创作者常在图片上附加文字说明和情感体验，从某种意义上说，内容创作者在幕后创作时，“陪伴”的功能便已开始发挥作用。

第二节 日常类 Plog 青年创作者自我呈现的外在牵引

一、增强社会交往

根据马斯洛需求层次理论，人类渴望通过建立亲密关系和归属感来满足情感需求，这对于心理健康与幸福感至关重要。青年群体，特别是“Z 时代”的成员，深受数字技术和社交媒体的影响，相较于前几代人，他们的社会交往会更依赖于线上互动与虚拟社区^①。在现代性焦虑和群体孤独的背景下，日常类 Plog 为青年群体提供了增强社交互动的途径。通过小红书等平台的个性化推送机制，他们能够迅速获得来自不同创作者的反馈，从而满足其社交需求。这些互动不仅限于简单的点赞与评论，还可能发展为更深层次的社交关系。

06（女，28，普通上班族）：我一开始做日常类 Plog 是想分享一下日常生活，后面收到了很多人的喜欢，夸我字体好看滤镜好看，我们就拉了个群偶尔聊一聊用什么技术可以把日常类 Plog 做得更好看。

12（女，24，研究生）：我做的是感悟类日常类 Plog 嘛，经常写一些有点哲理性的句子，后面就有人因为我在日常类 Plog 中写的某句话戳中了她给我发了好长一段私信，说她之前的经历，我们就聊了好久好久，后面还加了微信好友，算是新认识了朋友了。

二、获取社会认可

加拿大著名发展心理学家戈登·诺伊费尔德博士认为每个人都不是孤岛，需要被看

^① 沈杰.Z世代：时代与社会多重规定性的建构[J].中国青年研究,2022,(08):5-13.

见、被连接^①。当创作者在公开平台上发布日常类 Plog 时，通常会预期观众的反应，并从中获得“他人眼中的我”这一反映自我形象的反馈。这种反馈既可以是正面的，也可能是负面的，而创作者会在此基础上对内容进行调整，以期获得更多认同，进而提升其在社交媒体中的社会认同感。

11（女，24，研究生）：“之前对毕业之后能做什么很迷茫，感觉自己没什么能力，也没什么特别喜欢的，就喜欢拍照写日记，后来我在日常类 Plog 中找到了认同感，也慢慢找到了自己想做的事业。

日常类 Plog 不仅承载了个体对生活片段的记录，也通过反馈机制建立了创作者与观众之间的动态互动关系。创作者在分享个人生活的同时，有意或无意地将私人情境的一部分公开化，而观众则通过识别这些信息，建立起与创作者的联系。逐步积累的互动与情感联结，使这种连接变得更加深刻。新观众的加入为互动注入了新鲜感，而长期粉丝则通过持久互动深化了联系。这种不断循环的动态关系，不仅满足了创作者的社交需求，也为他们的自我认知提供了持续的支持。

三、实现资本转化

实现资源互惠、获得社会资本是人们参与社交分享的又一心理机制^②。法国社会学家布迪厄在其《社会资本随笔》中提出，社会资本指的是个体通过社会网络、关系和信任获得的资源，这些资源能够转化为实际或潜在的利益。在日常类 Plog 的创作实践中，大部分的内容发布者既是创作者又是观看者，者通过持续的内容输出积累观众与粉丝，又通过观看他人的日常类 Plog 去接受他人的审美、思想和日常生活，这个过程中，是流量循环往复的过程，当创作者的内容收到品牌青睐时，平台上的流量就转换成了可以触碰的实际利益，逐渐增强其社会资本。

12（女，23，研究生）：我是生活类日常类 Plog 创作者，有品牌方看到我的粉丝量和我拍的照片，给我寄了产品推广，还给了我分成。

13（女，23，上班族）：其实我一开始也没把这个（指的是做日常类 Plog）当成一

① 戈登·诺伊费尔德,加博尔·马泰.每个孩子都需要被看见[M].北京:北京联合出版公司,2019:6.

② 刘天元.年轻女性为何热衷在网络社区分享“好物”?——基于动因理论的分析[J].中国青年研究,2019,(07):91-97+112.

项事业来做，最多当个个人简历或者说作品集，是后面发现这也能赚钱，才开始认真搞的。

青年群体的日常类 Plog 创作行为，本质上是液态现代性下的生存策略。在内在动因层面，它同时承担着日常记录、成长叙事、自我建构和寻求认同的四重功能；在外部动因维度，它既是增强社会交往的桥梁，也是获得社会认可媒介，还是资本转化的工具。这种三重驱动机制的形成，折射出数字化时代个体生存的深层困境与突围路径。

第三章 青年群体日常类 Plog 中的自我认同

在吉登斯看来,自我认同并不是被给定的,而是个体在特定的社会文化背景下,通过内在反思与外在互动,不断选择、构建并维持的一种关于自我存在意义、价值取向和身份定位的综合认知与情感体验。也就是说,自我身份认同的构建可以通过自我反思和与他人互动两个方面来实现。在自我反思过程中,个体会聚焦于理想自我的构建;而在与他人互动时,个体则通过他人的反馈和评价来强化对自我的认同。然而,这一建构过程并非总是顺畅的。日常类 Plog 创作者一方面能够通过自我表达实现情感联结和身份确认,另一方面却也可能因为对外界期望的迎合而陷入自我迷失与认同危机。因此,通过对日常类 Plog 创作者进行深度访谈,本章旨在分析青年群体在日常类 Plog 创作中自我认同的建构和挣扎,揭示这一媒介实践背后的心理动态与社会影响。

第一节 自我认同的构建

卡尔·罗杰斯的人格理论体系对自我概念进行了重要区分,提出现实自我与理想自我这对核心范畴。^①现实自我源于个体对实际生活经验的整合与认知,具有动态发展的特征;而理想自我则指向主体期望达成的理想化人格状态,两者间的张力构成自我认同发展的核心动力。

一、自我审视：理想自我的建构

小红书平台的开放性架构重构了传统的主客体互动模式。不同于强关系社交网络的身份确认机制,该平台允许匿名观众自由浏览创作者主页内容,这种技术特性导致创作者陷入双重不确定状态:既无法预判内容受众的构成特征,也难以准确评估内容传播的实际范围。这种“可见的不可见性”使得创作者陷入持续的认知焦虑——他们精心构建的自我呈现可能会以不同于预期的方式被解读,所传递的身份符号与观众实际接收的意义之间始终存在解释的裂隙。

因此,为应对“神秘观众”带来的不确定性,创作者往往采取双重建构路径来解决

① 罗杰斯.论人的成长[M]. 杨广学, 尤娜, 潘福勤, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.

认知焦虑，获得自我认同：一方面基于平台数据分析推测潜在受众的审美偏好，另一方面则持续反观自身的生活经验。这一双向调适的过程实际上是对现实自我的媒介化转译的尝试，创作者通过符号筛选和内容编排，在自我审视的过程中去构建一个符合受众期待的理想形象。

作为一种类型化叙事，日常类 Plog 是发布者对其日常生活进行选择并包装后的呈现，其中包含着发布者对自己或生活的期望和想象，是一种想象式表演。在建构过程中，发布者通常会想象观众的反应，然后根据这种“想象的反应”来调整个体的自我建构。

08（女，25，研究生）：我经常搜索“Plog”、“日常碎片”之类的关键词，然后选热度最高，看看别人的排版设计，有适合我的就会借鉴一下。不过看多了以后，平台也会自动给我推相关的内容。

01（女，26，上班族）：我会很特别注意高赞的内容底下的评论欸，主要是想知道做的好的那些人都是做对了什么，然后在自己下一次做日常类 Plog 的时候就把自己总结的经验放进去。

因此，创作者在持续的内容生产中，逐渐形成媒介化自我认知的双重视角：既作为表演主体精心设计前台形象，又作为反思主体评估表演效果。在自我客体化的过程中，个体基于对现实自我的理解，结合观众的审美预期，做出初步对于媒介化身份的呈现的规划。但这种状态下的“认同”是很脆弱的，它可能只得到了自我的承认，甚至自我必须不断确认不断修补才能放心。

二、他者反馈：现实自我的确认

自我认同的本质是社会关系的产物，其建构过程既需要个体对理想化形象的内部勾勒，更依赖于外部世界的持续性回应。当青年群体将精心编排的日常类 Plog 发布于社交媒体时，实质上是将经过符号化处理的“镜中我”置于公共凝视的场域，通过他者反馈完成从想象自我到社会性存在的身份转化。这一转化过程印证了吉登斯的现代性理论——自我认同的建构本质上是“可信任叙事”的编织过程，个体通过社会关系的持续性验证来获得存在确证。吉登斯指出，自我实现的过程依赖于信任感和羞耻感，其中，信任感通过与他人建立社会纽带而得以构建；羞耻感则源于个体在身份叙事过程中无法应

对连贯性与社会可接受性压力时的内在冲突。^①也就是说,自我实现与自我身份认同的过程是一个动态的、充满压力的平衡过程。在现代社会,个体需要在与他人的互动中构建信任,在他者的反馈中确认现实自我,如此才能实现真正的自我身份认同与自我实现。

在具体实践中,信任关系的建立遵循特定的互动逻辑:当观众在创作者的内容中感受趣味性或找到生活的共鸣时,便会在评论区留言,而创作者通过与观众进行互动,这种信任关系便开始建立。信任感的建立使得创作者与观众之间的关系从单向的内容输出转变为双向的情感互动。创作者不再是单纯的内容生产者,观众也不仅仅是被动的接受者。通过点赞、评论和转发等形式的反馈,观众参与到内容的价值建构过程中,而创作者也在这种互动中获得了自我价值的确认。

05(女,24,普通上班族):我以前确实没想过我的日常类 Plog 会被这么多人看到,大家都说喜欢我的文字,期待我的更新,得到网友的认可确实很开心。

08(女,25,研究生):其实 Plog 里的自己和现实的自己都是我,但是 Plog 里会展现自己更为隐秘的一面。因为这样的表露让我和遥远的人产生了共鸣,极大增强了我的自我认同感,也对写作这件事情更加有信心了。

01(女,26,上班族):做日常类 Plog 的过程中,我发现我越来越自信了,以前总觉得自己灰扑扑的,丢到人群里完全找不到,但是在日常类 Plog 的舞台上,我能绽放我的光彩,还有很多观众为我喝彩。

更值得注意的是,这种互动往往通过日常细节的共鸣得以强化。在日常类 Plog 中,这些日常细节可能是偶然发现春天来了,树木抽了新芽;或者捕捉到的一束窗台阳光等。这些看似琐碎的片段,不仅反映了创作者对日常生活的敏感观察与深刻感悟,也使得内容更加贴近真实的生活场景。通过这些细节化的表达,创作者将日常生活的“平凡”赋予了情感深度,使观众能够感受到他们对生活的热爱和真实状态的呈现。日常类 Plog 创作者以细腻的方式展现这些日常片段,构建了一种独特的叙事结构,使得观众更容易通过这些内容找到自身的投射,获得共鸣,并因此更愿意与创作者展开互动。例如@俗女序诗,她在日常类 Plog 里发布了自己对于春天到来的喜悦,而评论区也在跟她共同感

① [英]吉登斯.现代性与自我认同:晚期现代中的自我与社会.[M].夏璐,译.清华大学出版社,2002:80-100.

叹春天的美好。



图 3.1 小红书号 AshBocy

三、成为自己：理想自我和现实自我的统一

(一) 自我价值的塑造

在人格发展的理论体系中，埃里克森提出的“自我同一性”概念具有重要启示意义。该理论强调个体通过整合内在特质与外部环境，逐步形成稳定的人格结构。这种整合过程本质上体现为理想自我与现实自我的动态调适，从而“成为自己”的过程。特别是在数字化生存日益普遍的当代社会，社交媒体平台为这种自我建构提供了独特的实践场域。

如前文所述，在社交媒体平台上，个体的自我呈现并不是一个封闭、自我欣赏的过程，而是一个动态的、双向互动的过程。在日常类 Plog 这一虚拟场域中，创作者不仅是自我表达的主体，同时也成为他者观看与评价的客体。通过图文记录，创作者将个人理想化的自我形象投射到社交媒体平台上，而他者的凝视则以点赞、评论和关注等形式反馈到创作者的视野中，对现实中的自我形成影响。这些外部反馈不仅塑造了创作者的自我认知，还帮助其调整内容与形象，以更好地满足他者的期待。

这种动态互动实际上是一种螺旋式上升的循环过程，这意味着，创作者的自我认同并非单纯由自身的感受决定，而是在他者目光的映射中被不断重塑。创作者通过观察外

界反馈,借助他者的凝视重新定义和确认自身的价值与身份。在这个过程中,青年逐渐走出对自我认知的迷雾,形成自我的认同,得到真实的自我认同。

07(女,25,研究生):我也有自己的对标账号,模仿着模仿着居然还做挺好。后面大家就说我越来越专业了专业,替我感到开心,做到现在也算是做出了自己的风格吧。

此外,个体在社交媒体进行分享和互动的持续性与幸福感和自尊的获取是成正比的^①。小红书平台的日常类 Plog 博主通过线上的美容展示,创造“美”的事物,表达自身对美的追求,传达积极情绪,在与粉丝的互动中得到情感能量。

12(女,23,研究生):我感觉我很像当下常说的那种养成系博主,一开始我做的并不好,不懂构图,不懂调色,就是很普通的图片加上日常状态,但是在我的粉丝一直在鼓励我在教我,我才慢慢变成现在这个样子。

这种价值建构过程始终伴随着主体性的觉醒。当创作者从机械迎合算法转向主动塑造内容风格时,便实现了从“被动适应”到“主动创造”的关键跨越。这种跨越不仅标志着个体自我同一性的确立,更预示着群体文化创新能力的生成。

(二) 群体价值的提升

青年群体作为新生代的代表,而小红书作为这一群体的重要聚集平台,为青年个体的意识觉醒提供了天然的展示窗口。对他们而言,理想自我与现实自我的和谐统一,不仅是完善自我认知的过程,更是打破社会对青年群体刻板印象、突破传统观念束缚的重要路径。正如社会学家曼海姆所说:“每一代人都有其独特的社会存在方式和思维特征”。^②受代际差异和传统价值观的影响,社会主流视角往往对青年群体带有偏见,使得其长期处于被审判、被定义的被动位置。学者阿内特提出的“emerging adulthood(新兴成年期)”理论指出,18-29岁青年正处于探索身份认同的关键时期,面临着自我定位和社会期待的矛盾。^③

在传统话语体系中,青年们往往被贴上“叛逆”“不成熟”等标签,缺乏话语主动权。主流媒体更倾向于报道所谓的“成功青年”,而忽视了普通青年的多元面貌和内心

① 王泽田.自拍的社会化影响因素范式研究.[J].新闻研究导刊.2019.10(15):81-82+84.

② 曼海姆.代际问题[C]//社会学与社会心理学论文集.北京:社会科学文献出版社,2002.

③ 阿内特.新兴成年期:从青少年晚期到二十多岁的发展理论[J].美国心理学家.2000.55(5): 469-480.

世界。面对这种片面化的社会认知，青年群体借助网络社交平台主动构建自身的媒介形象，在网络空间中积极发声，展示个性与立场，孕育出了独具特色却又丰富多彩的青年文化。这一自下而上的表达实践，正不断冲击和重塑着社会对青年群体的刻板印象。

小红书平台为青年博主和普通用户提供了平等的内容发布、话题讨论的机会，使其通过内容创作获得流量关注，进而实现商业价值的转化。在内容分析中，不少创作者在日常类 Plog 中嵌入商品推广，而在访谈中，也有部分访谈对象表示自己曾接到过广告合作，甚至还有访谈对象在小红书上开设个人的店铺，这些现象表明，小红书不仅为青年群体提供了表达空间，还给他们带来了实际的经济收益。

青年文化的形成过程，不仅是集体认同的建立过程，更是个体实现自我价值、协调理想与现实的过程，通过满足社会期待，获得经济报酬，青年群体在不断实践中实现了意识觉醒和话语权的增强。

第二节 自我认同的挣扎

自我认同包含自我的同一性、归属感和意义感几个方面的内容，并体现为自我认识、自我感受和自我评价。自我认同能够稳定地影响个体的感受、思考、选择和行为。在现代社会中，自我认同并非一成不变，而是一个不断寻找的过程，也是充满变化的过程。一个人在不同的人生阶段可能会有不同的自我认同，有些人一旦形成稳定的自我认同就会保持终生，而有些人由于各种内在和外在的原因会出现自我认同的较大变化。有些人的自我认同比较接近于其真实的自我，有些人则表现为对虚假自我的认同，甚至是消极的、异化的自我的认同。

如前所述，个体在通过日常类 Plog 这一媒介进行自我呈现的过程中，自我认同的构建不仅涉及个体的主动表达，也深受外界反馈的影响。然而，由于媒介技术的双面性、个人动机的复杂性以及外部条件的不确定性，日常类 Plog 创作者在实现自我认同的过程中，常常面临迷失与挣扎的困境。本节从虚假的自我认同、消极的自我认同和异化的自我认同三个方面探讨个体在日常类 Plog 创作中的自我认同困境。

一、自我认知错误催生的虚假自我认同

从拟剧理论的视角来看，戈夫曼认为个体会根据自身条件和社会需要而选择契合自

身的角色定位，定位过高或定位过低产生的角色错位都会导致表演的失败。

个体的自我认同建立在自我认知的基础之上，而自我认知受到内在心理和外界反馈的双重影响。当个体因为内在偏差或外界诱导对自我产生错误认知时，以此为基础建构的自我认同就可能偏离实际，演化为一种虚假的自我认同。

根据社会学家吉登斯的说法，在后现代社会中，个体的身份认同并非固定的，而是需要通过持续自我叙述和表达来建构^①。然而，当个体的反思建立在偏差或外部压力的基础上，其认同就容易脱离实际，呈现虚假的状态。在日常类 Plog 这一领域，许多创作者本意是记录日常生活，但在被商业化成功案例的引导下，逐渐偏离初心。例如，一些创作者因看到其他创作者通过日常类 Plog 获得广告合作或金钱收益，而开始模仿这些内容形式甚至花钱“养号”。这种短期迎合趋势在数据上可能带来表面上的成功，但一旦停止投入资源或失去外界关注，虚假认同便会崩塌。这种动态的自我建构本应植根于主体的真实经验，但当反思过程被商业数据异化为对流量符号的机械追逐时，主体的“生平叙事”就演变为依附于点赞数的虚假脚本——正如访谈中创作者将账号数据增长等同于职业能力提升的认知错位。

10（女，22，在校本科生）：本来我就是简简单单记录生活的，但是后面看到很多人都接到了广告，我就想模仿他们内容，然后找人来给我做数据，一开始看着账号粉丝慢慢变多，点赞评论一片向好的时候，还挺开心的，感觉马上就能成为网红，吃上自媒体的饭了。但是后面没有再花钱买粉之后，数据一下子就回落了，现在号也没起来，我还对我自己的能力产生了怀疑。

该过程实质构成了鲍德里亚所言的“超真实”困境：通过购买数据制造的繁荣表象，使创作者将账号的虚假繁荣等同于个人价值，这种将外部指标内化为自我认知的过程，正是虚假认同形成的核心机制。^②这种虚假的自我认同不仅让创作者偏离了自己的初衷，也引发了对真实自我的怀疑，陷入持续的认同危机。创作者在试图迎合外部需求的过程中，逐渐迷失了对内在需求的敏感性，将外部的认可误认为是自我价值的唯一来源。然

① 吉登斯（Anthony Giddens），1998，《现代性与自我认同：现代社会中的自我与社会》，赵旭东、方文译，北京：三联书店，第 53 页。

② 鲍德里亚．拟像与仿真[M]．车槿山，译．南京：南京大学出版社，2015．

而，虚假的认同无法提供持久的心理支撑，反而会加深个体对自身能力与价值的怀疑，从而导致情感上的失落与心理上的动摇。

二、他者负面反馈引发的消极自我认同

在社交媒体中，个体的自我认同很大程度上受到外界反馈的影响。正面的反馈（如点赞、评论）通常能够强化个体的自我认同，但负面的反馈却可能对个体的心理状态和身份认同造成深刻打击。当创作者未能达到预期的认可，或因恶意评论、负面评价而受到攻击时，其自我认同容易转向消极。

少数日常类 Plog 创作者在分享日常生活或学习记录时，因内容未能迎合观众预期而遭遇批评或冷漠。这种负面的外部反馈会让个体对自己的价值产生怀疑，从而陷入内耗和消极认同的困境。

10（女，22，在校本科生）：我可能太玻璃心了，一旦有人说我不好，我就开始内耗，然后内容也做不下去了。

在这种情况下，他者的负面评价不仅破坏了创作者对自我价值的确认，还可能导致自我否定，甚至放弃日常类 Plog 创作。这种现象反映了个体在面对负面评价时心理韧性的不足，也揭示了社交媒体平台上“赞誉经济”对个体认同感的深层影响。

此外，随着日常类 Plog 创作者越来越多，竞争也日益激烈。对于普通创作者来说，难以与内容更“精致”的账号竞争，这种被“看不见”的挫败感同样会导致认同感的下降。负面的外界反馈在此不仅是直接的批评，还包括长期缺乏互动带来的冷漠感，这会让创作者在心理上陷入迷失。

04（男，34，上班族）：真的挺难坚持的，每篇小眼睛就几十个，也模仿过做的好的创作者，但是效果还是一般，我可能没有做帐号的天分吧。

三、自我行为割裂导致的异化自我认同

日常类 Plog 创作者在构建“理想自我”时，也可能会通过修饰、编辑和优化来呈现一个更美好、更符合社会期待的形象。然而，这种过程中的自我“表演”很容易与真实自我产生割裂，从而导致个体的异化自我认同。

根据拉康的理论，主体的自我总是在他者的凝视中被建构，而镜像中的自我仅仅是

一个象征性的构造。社交媒体环境中，创作者为了迎合观众的期待和社会审美，通过多种方式打造理想化的形象。例如，许多日常类 Plog 创作者会在内容中突出健康、积极和仪式感的生活状态，包括学习打卡、健身记录和精美旅行分享。这些形象虽然吸引了观众的注意，但却与创作者的真实生活状态存在偏差。

09（女，28，创业者）：为了让我的日常类 Plog 看起来更有吸引力，我会选择最好看的滤镜，最精致的画面。有时候为了拍一张照片，我可能要布置一个小时，但其实我并没有过上照片里那种“完美”的生活。

长期的理想化自我的表现会让创作者在心理上逐渐偏离真实自我，甚至感到疲惫和内耗。这种矛盾进一步通过观众的正面反馈被强化，创作者在虚构的理想自我与无法实现的真实自我之间不断挣扎，最终可能导致深刻的身份认同危机。当这种割裂长期存在时，创作者会逐渐对“真实自我”感到陌生，并在对虚拟“表演”自我的依赖中迷失。这种异化不仅影响了创作者的心理状态，也让他们在社交媒体中逐渐丧失创作的内在动力。

在日常类 Plog 创作过程中，虚假的自我认同、消极的自我认同以及异化的自我认同共同反映了个体在虚拟与现实、自我与他者之间的张力下所面临的认同危机。创作者既受到外界期待的压力，也在理想化表现与真实状态的冲突中陷入迷失。日常类 Plog 的双重属性——既是个体表达的工具，又是社会期待的舞台——让创作者的自我认同充满挣扎。这种现象不仅是数字时代个体身份危机的缩影，也为更广泛的社会心理研究提供了重要的启示。

第四章 基于青年群体自我呈现与认同建构问题的反思与建议

在数字媒介深度融入日常生活的语境下，青年群体的自我呈现与身份建构愈发依赖于以日常类 Plog 为代表的新媒介形式。这一媒介实践在为青年个体提供表达窗口和认同平台的同时，也受到平台算法、流量逻辑与社会文化预期的多重干扰。现实与虚拟之间的界限日益模糊，个人表达逐渐转化为面向观看的表演，导致自我认同错位、隐私边界被侵蚀以及表达方式趋于跳跃与碎片。上述现象不仅影响青年对自我与社会的认知，也削弱了其在数字文化中构建真实身份的能力。为应对这些结构性困境，有必要对青年群体当前的媒介实践进行深入反思，并从认同回归、隐私保护与媒介素养三个维度提出策略建议，以促进青年在数字环境中实现更健康、更真实的主体建构。

第一节 表征机制中的问题反思

在数字社交平台日益渗透日常生活的时代，青年群体的自我呈现正经历从私密表达到公共舞台的剧烈转变。以 Plog 等图文结合的形式为代表的新媒介实践，为青年提供了可视化的身份展演空间，也推动了个体自我认同方式的转型。青年在平台上借由分享日常生活的片段来塑造形象、寻求认同，这种分享行为逐渐演变成为一种带有表演性、可消费性的自我展现机制。然而，在平台算法、流量逻辑与文化景观的共同作用下，真实生活与媒介叙事之间的界限开始模糊，青年个体的身份认同逐渐被符号化、他者化。这一现象不仅反映出技术与文化对个体认知结构的深层影响，也暴露出青年群体在数字生活中的认同焦虑与主体性危机。

一、符号化人设与表演性自我

在社交媒体语境下，自我呈现已不再是自然的生活书写，而是一种以“他者目光”为参照系的身份构建过程。青年在 Plog 等媒介实践中，通过对生活片段的剪辑与滤镜化处理，构建出一个可被他人消费的理想自我形象。他们以“内容生产者”的身份进入平台，但在平台规则的裹挟下，又迅速转化为“人设维持者”。

这种高度表演化的自我呈现，使青年在表达中不断调适自我以迎合观众期待。例如，

小红书上“学习博主”的典型模版往往包括整洁的书桌、笔记本、美食与自律作息的打卡 Plog，构成一种看似努力、精致的青年人设。这种内容的广泛模仿与复制，促使青年个体将“可被观看的自律”作为自我价值的重要体现，即便其中不少只是摆拍或仪式化操作，其所形成的视觉逻辑与评价标准却深刻影响着更多观众对“理想青年”的认知。

随着这种“他者凝视”变得结构化与制度化，青年人在持续展示中被规训为某种可识别的“标签化个体”。而当现实生活中出现与既定人设不符的状况时，例如考试失败、情绪崩溃或生活失序，个人就可能遭遇认同断裂与自我失衡。这正是“媒介身份建构”所带来的张力——青年在被观看中建构自我，却也可能在观看期待中失真、异化。

二、隐私泄露与平台规训

青年群体的自我呈现不仅是情感表达的行为，也逐渐成为平台算法运作下的“资源投喂”。随着“生活即内容”的逻辑深入人心，原本应当属于个体隐私的后台空间逐渐被转化为前台展示的素材库。青年创作者在发布 Plog 的过程中，主动或被动地将家庭环境、情感状态、生活轨迹等信息上传平台，在算法与用户视线的双重驱动下，构成一种公开的、可拼贴的数据画像。

这不仅模糊了前台与后台的界限，也带来了显著的隐私风险。青年人或因寻求互动、或因强化认同而不断将生活细节公之于众，却往往忽视了其可被计算、可被操控的后果。更有甚者，为了增强粉丝黏性与平台推荐效应，主动将原本应隐私的信息转化为表演策略的一部分，例如展示家庭关系、心理波动、私人物品等。

在这一过程中，青年群体不仅失去了对生活隐私的控制，也正在适应一种“平台规训”的新常态：以信息透明换取曝光，以自我开放获取关注。这种日常化的规训机制让青年逐渐内化平台逻辑，将自我表达转化为迎合平台与观众的编码行为，自我边界的逐渐瓦解与认同焦虑的蔓延就此并行发生。

三、跳跃性叙事与认知偏移

青年在 Plog 中的自我呈现越来越倚赖碎片式的叙事方式，这种高度跳跃的表达不仅是一种视觉风格，更反映出思维方式的转变。在对“高光时刻”的强调与剪辑中，生活被重新编码为可以消费的精彩瞬间，而不再是具有时间连续性与情感沉淀的叙述整体。

这一碎片化的叙事方式极易造成信息接收与处理能力的退化。青年群体作为主要受众与创作者，逐渐适应跳跃、快速、浅层的信息逻辑，转向图像化、标签化的认知模式。他们不再倾向于构建系统性的表达或理解，而是依赖视觉吸引与情绪触发。这种思维习惯的改变，使青年更难以深入思考生活的复杂性，更容易陷入表层的情绪消费与自我剪辑的回路之中。

当这种跳跃成为主流表达范式，青年人的叙事方式、表达欲望乃至对现实的判断力都将受到潜移默化的影响。他们可能逐渐忘记如何将生活中的琐碎转化为连贯的经验，也更难在内容之外建立深层的自我认知。

第二节 主体性修复的策略建议

在前所未有的数字媒介景观中，青年群体的自我呈现实践不再是一个孤立的表达行为，而是一种被平台机制、观看文化和符号逻辑共同塑造的社会性建构过程。从对人设的强化，到对私密性的外化再到对跳跃性表达结构的依赖，青年个体在构建自我认同的过程中日益陷入一种结构性困境。要实现青年媒介身份的真实建构与可持续发展，就需要从认同回归、隐私意识与媒介素养三个维度展开积极的修复路径，寻找一种兼具思想深度与表达自由的数字主体性实践方式。

一、回归内容初心，强化真实记录与主体认同

当前青年群体在媒介表达中的最大困境之一，是将自我呈现简化为“可被消费的人设标签”。平台算法推动的是高复用率的模板内容，而青年在这一内容逻辑中日益放弃了自身复杂、多元与流动的真实面貌，转向建构视觉性强、共识性高的“理想形象”。

因此，对于身份的重新认同，首先要回归到青年对“真实生活”的再理解。个体需意识到，自我呈现不仅是他人观看的行为，更是与自我内心对话的过程。通过对日常生活细节、情绪体验和思想感受的细腻捕捉，青年可以重建内容的真实性与情感性，从而突破既定模板的规训。真实并不意味着放弃表达的美学，而是强调一种“本源性的表达意图”——从生活出发，而非从流量出发。

同时，青年应打破“观众至上”的他者视角束缚，转向以“主体自洽”为导向的内容构建。这意味着不仅仅塑造一种稳定可识别的人设，而是呈现出个体的成长、矛盾与

变化，使其在不断变化中获得更深层的认同根基。这种从“稳定身份”向“流动主体”的过渡，正是数字文化中恢复青年主体性的关键路径。

二、增强隐私保护意识，保障创作自由与信息安全

在社交媒体空间中，青年面对的一个日益严峻的问题，是如何在开放表达与个体隐私之间找到合理界限。后台逐步被前置、生活细节不断外露，使得青年创作者在信息“透明化”的同时，也暴露出隐私泄露与数字安全的结构性风险。

要实现表达自由的前提，是重建对自我边界的尊重与认知。青年个体需要主动识别内容中的隐私成分，增强对个人数据、空间轨迹、关系网络等信息的敏感性，并通过技术手段（如信息模糊处理、权限设置等）进行风险控制。

但更深层次的修复，需转向隐私意识的文化建构。青年不仅要保护自身隐私，更应承担“隐私倡导者”的角色，在创作中体现对信息伦理的关注。例如，通过话题引导，增强公众对隐私权与媒介规训的讨论意识，实现从“个体自保”到“公共规训意识”的跨越。这种公共性的介入，能够推动青年群体在表达中实现权利意识的觉醒，使他们不仅是内容的发布者，也是媒介文化伦理的参与者。

三、提升媒介素养，构建创新性与思想性的表达

面对平台算法对内容结构的强力干预，青年群体往往在不知不觉中形成对视觉刺激与符号表达的依赖。Plog创作中常见的碎片化、表面化与同质化问题，恰恰反映出表达内容深度的缺失与媒介素养的不足。

媒介素养的提升，不仅是技术操作能力的提升，更是对媒介逻辑、传播机制与文化价值的深刻理解。青年应当超越“好看”和“吸引眼球”的内容取向，学习如何在内容中融入个人经验、社会问题与文化反思，实现从“生活记录”到“思想表达”的跃迁。

具体而言，青年可通过提升叙事的结构性与逻辑性，打破视觉主导的表达壁垒；也可尝试融合批注、插图、长文等多模态要素，丰富表达层次。更重要的是，要将兴趣表达与社会话题相结合，借助内容影响力参与公共讨论，构建“媒介行动者”的身份角色。

在这个过程中，青年将不再是被动迎合算法的内容生产者，而是能够有意识地抵抗内容模板、重塑表达方式的“文化主体”。他们通过提升媒介表达的文化性与思想性，真正实现对数字身份的积极认同与创造性控制。

结语

随着社交媒体的迅猛发展，日常类 Plog 已成为青年群体表达自我、记录生活的重要媒介形式。本研究通过深度访谈与内容分析，结合戈夫曼的自我呈现理论和吉登斯的自我认同理论，探讨了 Plog 创作者如何在社交媒体中构建自我形象，并在互动与反思中实现自我认同。本研究最后，对青年群体自我呈现过程中出现的问题进行了深入反思，并基于此提出了内容优化的可能路径。

研究发现，日常类 Plog 不仅是记录工具，还承载了个体在社会化进程中的情感投射与价值认同。基于不同的动因与目的，青年群体通过视觉与叙事的双重路径，将个人生活片段转化为公共领域的符号表达，强化了创作者与观众之间的情感互动与社会连接，向社会展示了多元且立体的青年形象。这种符号化的叙事手段，将现实生活与理想化形象交织呈现，不仅满足了个体对自我表达和认同的需求，也反映了社交平台的审美和互动机制对个体表达的深远影响。然而，本研究也揭示了这一过程中潜藏的挑战。理想自我与真实自我的交织，既激发了创作者对更高生活标准的追求，也可能因过度符号化的表达引发自我身份认同的迷失。观众的反馈一方面是创作者优化内容的依据，另一方面也可能强化外部评价对自我认同的塑造，甚至带来心理负担。

本研究中对于青年群体的日常类 Plog 的研究还存在一些不足，首先，样本中男性的占比比较少，缺乏对更广泛的男性创作者的覆盖，可能影响结论的普适性。其次，研究方法以深度访谈和内容分析为主，定量研究的不足可能限制了数据的全面性与说服力。此外，本研究主要聚焦于日常类 Plog 创作者的视角，对观众的反馈行为及其对自我呈现的反作用机制探讨较少，这一问题有待进一步研究。未来的研究可以通过扩大样本范围和结合多种研究方法，探讨不同群体对 Plog 的创作和观看行为，以及不同媒介平台的机制如何影响用户的自我表达与身份建构。

总之，日常类 Plog 这种图文叙事媒介，承载了青年群体的情感表达与社会需求，还为理解数字化时代的个体与群体互动提供了新的研究视角。未来需要更加深入的学术探索和社会实践，为这一媒介形式注入更多的社会价值与创新可能性。

参考文献

一、专著

- [1] [奥] 阿尔弗雷德·格罗塞. 身份认同的困境[M]. 王鲲译. 北京: 社会科学文献出版社, 2010.
- [2] [德] 格奥尔格·齐美尔. 社会学: 关于社会化形式的研究[M]. 林荣远译. 北京: 华夏出版社, 2002.
- [3] [法] 让·鲍德里亚. 拟像与仿真[M]. 车槿山译. 南京: 南京大学出版社, 2015.
- [4] [加] 查尔斯·泰勒. 自我的根源: 现代认同的形成[M]. 中译. 南京: 译林出版社, 2012.
- [5] [美] 埃里克·埃里克森. 同一性: 青少年与危机[M]. 中译. 杭州: 浙江教育出版社, 1998.
- [6] [美] 查尔斯·霍顿·库利. 人性与社会秩序[M]. 赵静译. 北京: 商务印书馆, 2008.
- [7] [美] 卡尔·罗杰斯. 论人的成长[M]. 杨广学, 尤娜, 潘福勤译. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.
- [8] [美] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢译. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [9] [美] 乔治·赫伯特·米德. 心灵、自我与社会[M]. 赵月瑟译. 上海: 上海译文出版社, 2018.
- [10] [美] 雪莉·特克尔. 虚拟化身: 网络世代的身分认同[M]. 谭天, 吴家真译. 台北: 远流出版事业股份有限公司, 1998.
- [11] [美] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响[M]. 肖志军译. 北京: 清华大学出版社, 2002.
- [12] [英] 安东尼·吉登斯. 现代性与自我认同: 晚期现代中的自我与社会[M]. 夏璐译. 北京: 清华大学出版社, 2002.
- [13] 刘燕. 他乡与我乡: 媒介与城市青年新移民文化身份认同的建构[M]. 杭州: 浙江工商大学出版社, 2019.
- [14] 周晓红. 现代社会心理学[M]. 上海: 上海人民出版社, 1997.

二、期刊

- [1] Cohen J. A coefficient of agreement for nominal scales[J]. Educational and Psychological Measurement, 1960, 20(1): 37 - 46.
- [2] Cotter, K. Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram[J]. New Media & Society, 2019, 21(4): 895-913.
- [3] Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem[J]. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 2011, 14(1-2): 79-83.

- [4] Highfield, T., & Leaver, T. Instagramatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji[J]. *Communication Research and Practice*, 2016, 2(1): 47-62.
- [5] Hollenbaugh, E. E. Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities[J]. *Review of Communication Research*, 2021, 9: 80-98.
- [6] Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(2), 177-192.
- [7] Landis J R, Koch G G. The measurement of observer agreement for categorical data[J]. *Biometrics*, 1977, 33(1): 159 - 174.
- [8] Mazur, E., & Kozarian, L. (2010). Self-presentation and interaction in adolescent and young adult blogs. *Journal of Adolescent Research*, 25(1), 124-144.
- [9] Murray, D. Digital images, photo-sharing, and our shifting notions of everyday aesthetics[J]. *Journal of Visual Culture*, 2008, 7(2): 147-163.
- [10] Schau, H. J., & Gilly, M. C. We Are What We Post? Self - Presentation in Personal Web Space[J]. *Journal of Consumer Research*, 2003, 30(3): 385 - 404.
- [11] Strimbu, O'Connell. The Relationship Between Self-Concept and Online Self-Presentation in Adults[J]. *Cyber Psychology, Behavior & Social Networking*, 2019, 22(12): 804-807.
- [12] Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., et al. Social comparison, social media, and self-esteem[J]. *Psychology of Popular Media Culture*, 2014, 3(4): 206-222.
- [13] 陈浩, 赖凯声, 董颖红, 等. 社交网络(SNS)中的自我呈现及其影响因素[J]. *心理学探新*, 2013, 33(06): 541-553.
- [14] 董晨宇, 丁依然. 当戈夫曼遇到互联网——社交媒体中的自我呈现与表演[J]. *新闻与写作*, 2018, (01): 56-62.
- [15] 李梦轩, 焦若薇. 生活再现还是艺术表演——拟剧理论下Plog博主自我呈现行为研究[J]. *视听*, 2022, (07): 154-156.
- [16] 李宇霞. 从Plog的兴起看图像碎片化带来的影响[J]. *新闻论坛*, 2021, 35(05): 111-112.
- [17] 李耘耕, 朱焕雅. 朋友圈缘何而发: 社会心理视阈下大学生微信自我呈现策略及影响因素研究[J]. *新闻记者*, 2019, (05): 25-35.
- [18] 刘天元. 年轻女性为何热衷在网络社区分享“好物”?——基于动因理论的分析[J]. *中国青年研*

- 究, 2019, (07): 91-97+112.
- [19] 刘砚议.微信朋友圈中的“印象管理”行为分析[J].新闻界,2015,(03):58-61+66.
- [20] 彭兰.沉迷数字空间可能会让心灵退化“数字自我”沉醉了谁[J].人民论坛,2013,(04):64-65.
- [21] 蒲俊杰, 唐佳雪. “平台摇摆”中的“数字分身”: Z世代在不同社交媒体上的选择性自我呈现[J]. 东南传播, 2024, (06): 59-63.
- [22] 沈杰. Z世代: 时代与社会多重规定性的建构[J]. 中国青年研究, 2022, (08): 5-13.
- [23] 王君玲. 试析个人博客中的自我呈现[J]. 新闻界, 2009, (02): 37-39.
- [24] 王小璐, 缪颖. 从自我呈现到自我认同: 网络化个人主义时代的社会化路径[J]. 中国青年研究, 2018, (1): 91-98.
- [25] 王莹.身份认同与身份建构研究评析[J].河南师范大学学报(哲学社会科学版),2008,(01):50-53.
- [26] 王长潇, 刘瑞一. 网络视频分享中的“自我呈现”——基于戈夫曼拟剧理论与行为分析的观察与思考[J]. 当代传播, 2013, (03): 10-12+16.
- [27] 温凯. Plog传播: 传播生态的创新流变[J]. 青年记者, 2021, (06): 109-110.
- [28] 吴良伟. 从头像使用看社交网络中的自我呈现[J]. 传播与版权, 2017, (08): 132-134.
- [29] 吴云涛. Plog的传播价值与用户情感诉求[J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(06): 70-71.
- [30] 杨恒, 蔡亚欣. 拟剧理论视域下匿名化的青年媒介形象探析——以豆瓣momo群体为例[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(07): 117-119.
- [31] 余可欣. 拟剧理论视域下小红书momo群体的自我呈现研究[J]. 新媒体研究, 2024, 10(12): 80-82+103.
- [32] 张雨菲, 马冬. Plog用户的自我呈现行为研究——以小红书为例[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(18): 1-4.
- [33] 赵怀远. 视觉化的情感表达: Plog传播的意义生成和价值反思[J]. 青年记者, 2023, (20): 111-113.
- [34] 赵淼, 陈改玲. 对特写的整饰: Plog创作者的自我呈现行为探赜[J]. 新媒体研究, 2023, 9(01): 91-94.
- [35] 赵毅衡. 身份与文本身份, 自我与符号自我[J]. 外国文学评论, 2010, (02): 5-17.
- [36] 周岩, 路颖. 从Vlog到Plog: 视觉转向的内涵、动因及反思[J]. 视听, 2020, (09): 21-22.
- [37] 周益. 视觉景观下的自我呈现浅析——以“Plog”为例[J]. 声屏世界, 2022, (01): 110-111.

[38] 邹军华.社交媒体中的自我呈现、自我认同与自我实现——仪式传播视域下的观察与思考[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2024,51(06):146-155.

三、学位论文

- [1] 陈静茜. 表演的狂欢：网络社会的个体自我呈现与交往行为[D]. 复旦大学, 2013.
- [2] 陈玥璇. 小红书平台创作者的内容生产与情感表达研究[D]. 四川大学, 2020.
- [3] 甘韵矾. 微信“晒客”的自我呈现与交往行为研究[D]. 暨南大学, 2016.
- [4] 韩甜. 短视频平台中独居女青年的自我呈现与认同研究_韩甜[D]. 北京邮电大学, 2023.
- [5] 李思瑶. 微博PLOG（图片日志）中的日常生活分享与展演_李思瑶 [D]. 云南大学, 2022.
- [6] 裴吾昊. 拟剧理论视角下小红书用户自我呈现行为研究[D]. 吉林大学, 2022.
- [7] 瞿叶清. 网络“准职场”：大厂实习生Vlog的自我呈现研究_瞿叶清[D]. 浙江传媒学院, 2024.
- [8] 王玉. 从“自我认同”到“群体认同”_王玉[D]. 安徽大学, 2016.
- [9] 文涵. 私人领域公共化现象研究——基于Instagram创作者自我呈现的内容分析[D]. 西安：西安外国语大学, 2017.
- [10] 张心一. 大学生对网络昵称与头像的性别化感知和印象评价[D]. 武汉：华中师范大学, 2018.
- [11] 赵晓颖. 台前幕后：小红书博主的自我呈现研究[D]. 云南师范大学, 2024.

附录 1：采访提纲

一、使用背景调查

- 1.请简单介绍一下您的身份（学生、工作党等）以及兴趣爱好。
- 2.您是从什么时候开始制作 Plog 的？是什么原因促使您开始制作 Plog？
- 3.您平时是一个喜欢记录生活的人吗？在制作 Plog 之前，您主要通过什么方式表达或记录生活？
- 4.为什么选择在小红书上发布 Plog？您觉得这个平台有什么特别吸引您的地方？
- 5.您制作 Plog 的频率大概是多久一次？每天花在制作和浏览 Plog 的时间是多少？

二、个人信息情况

- 1.您的账号名称有特殊意义吗？是否与您的性格、兴趣或身份有关？
- 2.您的头像是在什么场景下拍摄的？多久换一次，为什么？头像有没有特殊意义？
- 3.您的昵称和头像是否经历过变化？这些变化是否反映了您生活状态或心态的改变？
- 4.您的个人简介如何体现您的身份、态度或生活方式？是否会特别设计过？
- 5.您希望通过昵称、头像或个人简介向粉丝传递什么样的信息？

三、内容呈现

- 1.您的 Plog 内容主要呈现哪些主题或形式？
- 2.您发布的 Plog 内容是自然随性还是精心策划的？为什么？
- 3.您喜欢在 Plog 中呈现怎样的自己？这种呈现是否与现实生活中的自己有差异？
- 4.您是否会根据粉丝的反馈（点赞、评论等）调整 Plog 内容或风格？能否举例说明？
- 5.您是否会浏览其他创作者的内容，参考并调整自己的图文风格？有无具体的例子？
- 6.您的 Plog 发布动力是否发生过变化？如果有，这些变化主要来自哪些因素？
- 7.您是否尝试过流量变现？如果有，是什么契机促使您开始？变现方式有哪些？
- 8.您是否会将现实生活中不便表达的情感或观点转移到 Plog 中？能否举例？

四、自我认同影响

- 1.您觉得通过 Plog 记录生活对您的自我认同有哪些影响？
- 2.在 Plog 中呈现的自己和现实中的自己相比，您更喜欢哪一面？为什么？

- 3.在 Plog 创作过程中，是否有觉得自己突破了某些限制，获得了新的体验？
- 3.长期制作 Plog 是否让您对生活有了新的理解或更积极的心态？
- 4.您是否会非常关注 Plog 的互动数据（如点赞、评论等）？为什么？
- 5.如果遇到数据不佳或负面评论，您通常如何应对？它们是否对您的情绪或自我认同有影响？
- 6.您是否认为 Plog 的呈现会影响粉丝对您的认知？您是否会因此调整自己的行为？

注：具体采访问题根据采访对象实际情况再做相应调整。

附录 2：访谈记录重点整理

受访者 1：

做 Plog 的过程中，我发现我越来越自信了，以前总觉得自己灰扑扑的，丢到人群里完全找不到，长时间重复的劳动让我觉得我是个可以随时被替换的零件。但是在日常 Plog 的舞台上，我能绽放我的光彩，我做烘焙、给宠物做小零食、记录运动日常，这些都我觉得我真实地生活在这个世界，而且还有很多观众为我喝彩。以前我在工作中遇到困难，是真的觉得天要塌了，而现在我心态更好了，大不了就不干了，反正我有自媒体的副业，既能给我带来收入，也是个行走的广告牌。不过我也确实会因为数据不好而过度焦虑的情况，一天打开 n 次小红书，希望能有 999+。但数据焦虑是个普遍现象啦，我也在学着不去在意。我感觉我比较在意粉丝的想法，会听从他们的建议，也会去借鉴高赞内容做的好的部分，总之就是边学边做。

受访者 2：

在 2021 年的 10 月，我发现了一条关于鲁迅博物馆论坛的消息，并积极参与其中。那次经历让我印象很深刻，所以我决定用 Plog 这种形式来记录并分享我的体验，这也是我制作的第一个 Plog，结果得到了不少人的点赞评论，再加上我本身对摄影和文学就有着浓厚的兴趣，但并不愿意在朋友圈中暴露太多个人生活和思考，所以慢慢地就开始持续地在小红书上发内容了。我一方面希望通过 Plog 展现自己，另一方面也梦想在自媒体的浪潮中找到自己的位置，成为一名受欢迎的读书博主。所以也会经常浏览其他博主的优质内容，学习一些拍照和修图技巧，力求呈现出更好的自己。在创作 Plog 时，我内心常常会有冲突。一方面，我想表达自己的看法；另一方面，我又担心这些看法会对别人产生影响。因此，我现在在发布内容时更加小心谨慎。自从开始制作 Plog，我感到自己变得更加自信，对自己的认同感也增强了。过去，我总是因为自己的学历（来自一所民办二本院校）而感到不自信。但是，通过 Plog，我得到了许多正面的反馈和支持，这让我逐渐建立起自信，心态也更加平和。虽然偶尔会担心数据，但并不会过分焦虑，因为我知道自媒体对我来说并不是主要工作，它不会干扰我的日常生活。但是粉丝的评论确实会对我产生影响，比如有人问我是否毕业于名校，我会坦白回答。这样的交流甚至激

发了我提升自己的愿望，我开始考虑考研，希望能够满足粉丝的期待。

受访者 3:

我在金融行业做着一份朝九晚七与文字完全无关的工作。工作久了以后，我觉得自己变得钝了，对这个世界的感知力也慢慢变弱了，很久没有深度思考起自己和周围人的生活了。其实在进入职场的前几年，我的目标是尽可能快地升职、加薪，实现自己期待的那种生活。然而，事情的发展往往不尽人愿。大概在 22 年的时候，我意识到自己倾注了太多心力在工作中反而让我迷失自己，我需要一些其他支撑我往前走的事物，我想要扩大与这个世界的联结，也想要在这个世界里留下一些痕迹，一些与工作无关，只关于我自己和生活的痕迹。我通常记录下来的是我的小猫、度过的书、听过的播客、看过的电影以及在假期旅行时走过的路。在制作 plog 之前，我有很多年拍照的爱好也有写日记的习惯。学生时代是天天写日记，不过工作后写得没有以前多了。后面自然而然地想把自己拍的照片和写下的文字结合起来，也重新拾起写作的热情与信心了。我不想在自己的账号里写一些自己都不满意的东西。所以我一般会精心策划内容。因为这个账号，在互联网上认识了一些朋友。也因为我的问题，让遥远的人产生了共鸣，这些都会增加我的自我认同感。对写文字这件事也变得更有信心了。觉得自己对自己剖析变多了，也更了解自己了。

受访者 4:

我是一个美资公司的普通员工，喜欢自驾游和美食。从 2009 年开始，我就在微博上记录生活，现在主要在小红书上分享 Plog，内容大多是旅游时的风景和我的一些日常生活和感受，比如告诉大家哪些地方值得一去，哪些地方需要避坑，今天又吃到了什么好吃的等等。我更倾向于自然随性的记录方式，不会刻意策划，但是会参考其他博主的风格，毕竟也想做出点成绩来。但是其实效果挺一般的，我可能没有什么做帐号的天分，后面也就认命了，随缘发发。不过我很喜欢与粉丝进行沟通，因为我觉得这是一种乐趣，既可以帮助到其他人，又可以和天南海北的人聊天。通过 Plog，我能记录下美好的旅行瞬间，也激励自己努力工作，攒钱去实现更多的旅行计划。对我来说，Plog 不仅是记录生活的一种方式，也是分享快乐和传递正能量的一种途径。

受访者 5:

我是一个做运营的，平时喜欢烹饪、健身、旅游和拍照。上大学之后，我开始做 Plog，我特别喜欢拍照，想把生活的点滴记录下来。之前没做 Plog 的时候，我会发发朋友圈，简单配点文字和图片，但是朋友圈很多客户，必须要维持一下人设。后来发现小红书挺适合的，熟人少，氛围轻松，也没遇到过喷子，发起来更自在。我的 Plog 主要是关于美食、旅游的，比如拍一些好看的食物，然后写下我的评价和当时的心情状态。大部分内容都很随意，但有时候也会策划几篇稍微精致一点的，具体要看我当时的心情和状态。我喜欢在 Plog 中展现一个多面、热爱生活的自己，其实这也就是我本来的样子。记得有一次分享香港旅行时，发了一篇关于茶餐厅的 Plog，里面提到了我点的车仔面。结果有个香港网友留言说为什么来旅游还吃“泡面”，但我觉得这就是我的旅行体验，按照自己的想法去感受才是最重要的。虽然我会关注互动，比如点赞和评论，但主要是为了和大家交流分享，看到有人愿意回应我的内容，我会觉得很开心。如果遇到一些负面评论，我一般就当没看见，因为我知道自己在做什么，只要三观正，不触碰底线，我不会因为这些评论去改变自己。对我来说，Plog 就是一种简单的记录方式，既是留给自己的美好回忆，也是和大家分享生活乐趣的一种途径。

受访者 6：

我一开始做日常 Plog 是想分享一下日常生活，后面收到了很多人的喜欢，夸我字体好看滤镜好看，我们就拉了个群偶尔聊一聊用什么技术可以把日常 Plog 做得更好看。其实 Plog 里的我会显得更阳光、更优秀一些，和现实中的自己还是有点差距的，但这样反而能激励我慢慢往那个方向靠近。长期做 Plog，也让我更注重生活中的细节，慢慢养成了记录和分享的习惯。有时候回顾之前发的日常，会发现自己成长了，也越来越认可自己了。我会关注点赞和评论，但如果有负面评论，我也不会太往心里去，更多是反思一下自己哪里还可以改进。对我来说，Plog 既是一种记录，也是一种表达和自我激励，让我能更好地去发现生活里的美好。

受访者 7：

我很喜欢用 Plog 的形式来记录生活，因为它简单方便，小红书自身就带有添加贴纸文字的功能，不过我一般不用小红书上的，因为它功能比较少，一般我会用醒图，先对图片的颜色做一个调整再配上符合我账号风格的文字字体，再写上我想说的话，把图片

都整理好之后发出去，然后清理删除相册，这个过程很解压，做完这一系列的事情就很有成就感了。所以网友们的点赞评论其实就是对我来说额外的欢喜了，所以不会过多去在意网友对我内容的态度。

受访者 8:

我主要是用 plog 来分享日常生活和感受的，相较于现实中的朋友，我更愿意与网络中素未谋面的人来分享。而且写下来的东西会让我重新审视自己，理清思路，这个过程对我来说就像一种心理疗愈。其实 Plog 里的自己和现实的自己都是我，但是 Plog 里会展现自己更为隐秘的一面。因为这样的表露让我和遥远的人产生了共鸣，极大增强了我的自我认同感，也对写作这件事情更加有信心了。一开始并不知道自己做什么样子的内容比较好，所以我经常会搜索“Plog”、“日常碎片”之类的关键词，然后选热度最高，看看别人的排版设计和内容，有适合我的就会借鉴一下。不过看多了以后，平台也会自动给我推相关的内容。就这样潜移默化，慢慢地就做出了自己的风格吧。

受访者 9:

我花在 Plog 上的时间还挺多的，为了让 Plog 整体协调美观，从拍照开始，我就做准备了，选取最好的角度，拍 N 张照片只为了选取其中的一张，有时候甚至会把整个场景重新布置一遍。记得有一天为了拍度假酒店的早饭，我各种找角度，整理房间，就是想将早饭、鲜花和沙滩海洋蓝天都包括进去，最后花了一个多小时才弄好，确实收获了不少好评，但是吃的时候早餐也冷了。有时候，我也会为了拍一张“自然醒”的早晨照片，特意早起化妆，然后装作刚睡醒的样子。这些照片看起来很美好，但背后的辛苦和“造假”的过程，只有我自己知道。

受访者 10:

本来我就是简简单单记录生活的，但是后面看到很多人都接到了广告，我就想模仿他们的内容，然后找人来给我做数据，一开始看着账号粉丝慢慢变多，点赞评论一片向好的时候，还挺开心的，感觉马上就能成为网红，吃上自媒体的饭了。但是后面没有再花钱买粉之后，数据一下子就回落了，现在号也没起来，我还对我自己的能力产生了怀疑。可能还是我心态的问题吧，暂时先不考虑继续做了，等毕业再说吧。

受访者 11:

我很喜欢摄影，喜欢带着相机去各处采风，我认为每个瞬间都是独一无二的。我一般一到两周发一次内容，这些照片集，某种程度上来说就是我的生活日记。之前对毕业之后能做什么很迷茫，感觉自己没什么能力，也没什么特别喜欢的，就喜欢拍照写日记，后来我发布日常 Plog 之后，被很多网友喜欢，在这之中找到了认同感，也慢慢找到了自己想做的事业。而且作为一个 i 人，其实不太擅长交朋友，但是因为我经常在 Plog 里写一些有哲理性的句子，后面就有人因为我在日常 Plog 中写的某句话戳中了她给我发了好长一段私信，说她之前的经历，我们就聊了好久好久，后面还加了微信好友，算是新认识了朋友了。

受访者 12：

我主要做的是运动健身方面的内容，分享我运动的场景、体重，还有我吃的一些低热量的食物，我在 Plog 中呈现出的积极阳光、富含生命力，能够给予粉丝群体提供内容或是能量的运动博主形象其实是跟现实生活是比较重合的，虽然我不是每时每刻都充满活力。我感觉我很像当下常说的那种养成系博主，一开始我做的并不好，不懂构图，不懂调色，就是很普通的图片加上日常状态，但是在我的粉丝一直在鼓励我在教我，我才慢慢变成现在这个样子。发展到现在，就有品牌方看到我的粉丝量和日常的内容，给我寄推广，还给了我分成。

受访者 13：

我是一个北漂，刚来北京时总觉得在漂泊，但看着房间从毛坯变成现在的样子，每一张对比图都在证明——这座城市终于有了属于我的角落。所以对我来说，Plog 是一个很好用的记录形式，记录着我一路的成长，记录着我变强大的过程。