

海外社交平台国内城市热点话题短视频传播研究

李 婧, 黄方俐, 蒲秋梅*

中央民族大学信息工程学院, 北京

收稿日期: 2024年11月12日; 录用日期: 2025年3月20日; 发布日期: 2025年3月31日

摘 要

基于互联网短视频传播的全球影响力, 本文从国内城市相关热点话题出发, 深入探究海外社交平台中相关短视频的传播特征及其对城市形象构建的影响。研究结合社会学、新闻传播学和计算机科学等理论, 从微观、中观和宏观三个层面展开分析, 通过挖掘和识别海外短视频中涉及国内城市的热点话题, 揭示国内城市在国际舆论中的关注焦点, 基于该焦点, 分析热门话题短视频内容及其受众群体的情感态度, 以探讨用户对不同热点话题的情感偏好, 并进一步探究短视频传播路径与城市形象构建的关系, 综合以上三个方面提出优化国内城市形象传播策略的建议。研究发现, 国内城市相关热点话题短视频在城市形象国际传播中扮演了重要角色, 不仅展示了国内城市的风貌特色, 也为中国文化的国际传播提供了新途径。

关键词

海外社交平台, 短视频, 城市形象, 国家形象

Research on the Dissemination of Short Videos of Hot Topics about Domestic Cities on Overseas Social Media Platforms

Jing Li, Fangli Huang, Qiumei Pu*

School of Information Engineering, Minzu University of China, Beijing

Received: Nov. 12th, 2024; accepted: Mar. 20th, 2025; published: Mar. 31st, 2025

*通讯作者。

文章引用: 李婧, 黄方俐, 蒲秋梅. 海外社交平台国内城市热点话题短视频传播研究[J]. 社会科学前沿, 2025, 14(3): 584-590. DOI: 10.12677/ass.2025.143251

Abstract

Based on the global influence of the dissemination of short videos on the Internet, this article starts from the hot topics related to domestic cities and deeply explores the communication characteristics of relevant short videos on overseas social media platforms and their impact on the construction of urban images. Combining theories from sociology, journalism and communication, computer science, etc., the study conducts an analysis from three levels: micro, meso, and macro. By mining and identifying the hot topics related to domestic cities in overseas short videos, it reveals the focal points of domestic cities in international public opinion. Based on these focal points, it analyzes the content of short videos on popular topics and the emotional attitudes of their audience groups to explore users' emotional preferences for different hot topics. Furthermore, it delves into the relationship between the dissemination paths of short videos and the construction of urban images. Synthesizing the above three aspects, suggestions for optimizing the communication strategies of domestic urban images are proposed. The study finds that short videos on hot topics related to domestic cities play an important role in the international communication of urban images. They not only showcase the features and characteristics of domestic cities but also provide a new way for the international dissemination of Chinese culture.

Keywords

Overseas Social Platforms, Short Videos, City Image, National Image

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

互联网短视频传播给全球各国的文化交流带来了深层次的推动力量,据《数字 2023: 全球概览报告》[1]调查,截至 2023 年 1 月,全球互联网用户达 51.6 亿,其中,社交媒体活跃用户高达 47.6 亿,海内外各类社交媒体平台正在成为全球信息传播的基础设施和公共舆论平台。媒介技术的变革赋予了城市形象传播新动能,短视频凭借其富有冲击力、强时效性、裂变式传播的特点,已然开辟出属于自己的城市形象传播新阵地。2021 年习近平总书记在中央政治局第三十次集体学习中的重要讲话强调:讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国,是加强我国国际传播能力建设的重要任务[2]。国之交在于民相亲,民相亲在于心相通。城市之“交”、形象之“通”是国际交往、民心相通的重要面向,城市形象不单是城市综合实力的体现,也是国家形象与综合国力的缩影。短视频不仅是宣传国内城市形象的重要路径,也为世界了解中国文化和中国发展提供了窗口和载体,成为中国文化走向世界的重要推动者,是优化中国国家形象的新“蓝海”[3]。

本文从当前海外社交媒体环境、国内城市话题短视频、城市形象构建的交叉话题中,提出针对海外社交平台国内城市相关热点话题短视频的传播研究,以社交网络复杂系统为研究视角,从微观、中观和宏观层面对海外主流社交短视频平台(如 YouTube、TikTok 等)中的国内城市热点话题进行全面研究。在微观层面,聚焦于热点话题的挖掘与识别,通过分析海外社交平台上关于国内城市的短视频标签及内容,以揭示当下最受关注的城市相关热点话题和事件。在中观层面,关注受众群体的情感分析和热点话题短视频的情感表达方式,深入了解用户的情感态度、偏好和共鸣点。在宏观层面,将研究热点话题在海外

社交媒体上的传播路径和传播策略,通过分析短视频在不同平台上的传播特点、传播内容以及传播影响力,洞察国内外舆论环境的异同,并为未来国内城市形象和国家形象传播提供更有效的策略和方法。

2. 文献综述

基于本文微观、中观和宏观三个研究层面,从短视频热点话题、受众群体情感分析与短视频情感表达、短视频传播路径与城市形象构建,三方面出发,对相关研究进行梳理与总结。

2.1. 短视频中的热点话题识别

对短视频话题进行识别是短视频传播研究的基础,尽管已有诸多学者进行了深入探讨并取得了一定成果,但仍存在一些挑战。传统的网络视频热点话题识别方法主要是通过计算短视频的标题与话题之间的语义相似度,从而将短视频划分到不同的话题中[4]。这种方法有可能会忽略视频内容的多样性和复杂性,并且当短视频标题与实际内容不匹配时,导致话题识别错误。尽管在后续的研究中,已有学者将视频弹幕、评论内容和标题等多种特征进行融合,来增强文本信息与视觉信息间的关联强度,进而更好地实现短视频热点话题的挖掘与识别[5][6],但由于短视频内容形式的多样性、复杂性、变化性,在短视频特征信息的提取方法上仍有待改进,以期更为准确地识别热点话题并区分不同话题。

2.2. 受众群体情感分析与短视频情感表达

受众群体情感不仅是网络舆情演化的重要动力,也是人类认知的重要组成部分,针对不同热点话题下的受众群体进行情感倾向分析和引导与治理,是当前学术界的热点研究课题。

在受众群体情感分析与短视频情感表达方面,准确判断短视频受众的情感倾向,对受众群体的情绪状态进行特征研究,具有重要作用。同时,受短视频多元内容形式、广大受众群体、多源传播平台等多维度复杂因素影响,对短视频情感分析的研究容易产生单一化、片面化的分析结果。在非周期性的研究中,基于复杂网络理论的方法能够识别受众群体中有影响力的意见领袖,通过意见领袖网络关系来发现热点话题下某一用户群体的情感波动[7]。而在分析热点话题短视频情感波动周期过程中,对话题情感趋势和话题随生命周期演化的特征进行分析总结时,面临着主观性和片面性问题,为保持分析的准确性和客观性,需综合短视频内容、受众群体行为、周期等多方面影响因素。此外,随着短视频平台的普及,个体在短视频平台上情感表达的方式和效果也备受关注,需要进一步探索短视频情感传递与沟通的机制。

2.3. 短视频传播路径与城市形象构建

随着社交媒体和短视频平台的普及,越来越多的人通过短视频平台获取信息、表达观点和参与讨论,对城市形象的塑造与传播产生了重要影响。准确了解短视频的传播路径和影响力,以及用户对话题的反馈和观点,是利用短视频影响力的重要基础。

近年来,很多学者关注社交媒体平台上的热点话题传播机制、用户互动行为及其对公众舆论的影响[8]。同时还有许多学者针对传播展开了研究,他们或是专注于不同平台上的内容创作、信息传播以及用户参与行为等方面的调查和分析[9][10],或是关注研究大数据和计算方法在短视频传播中的应用,通过深度学习和社交网络分析技术,更好地了解短视频的传播路径和影响力以及用户对话题的反馈和观点[11][12],还有学者以社交平台中网络红人的短视频及其评论作为研究对象,研究社交媒体中用户短视频的内容生产和传播方式,探讨短视频对城市形象乃至国家形象传播的作用[13][14]。

此外,在探索海外社交平台中短视频传播路径与城市形象构建时,也需注意海量的、良莠不齐的、虚假扭曲的碎片化信息,给城市形象传播所带来的危害,避免误导和负面影响,在利用短视频传播影响力助力城市形象传播塑造时,注重用户体验、以情动人,采用有效的城市形象传播新策略。

3. 海外社交平台国内城市热点话题短视频传播的研究架构

本研究综合应用社会学、新闻传播学和计算机科学等多个相关学科的方法技术,从短视频的话题、情感和传播特征与影响力出发,探索国际舆论对国内城市形象的认知。下图1为本文研究框架图。

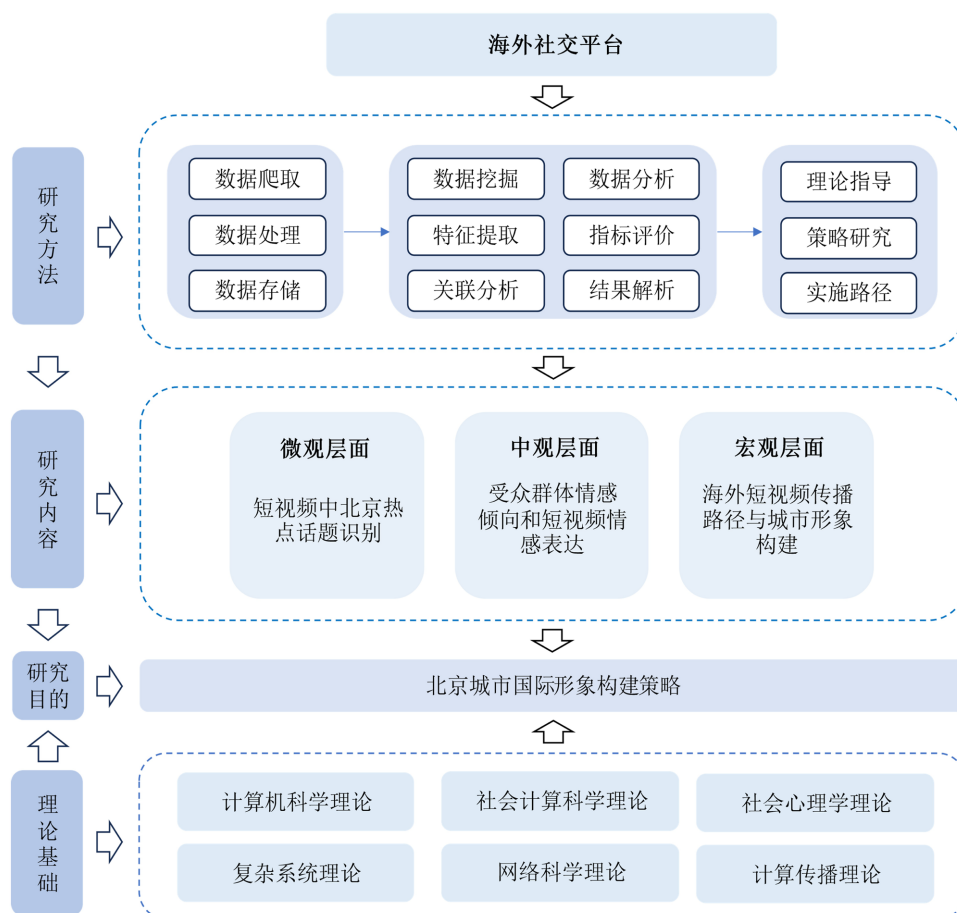


Figure 1. Research framework diagram
图 1. 研究框架图

微观层面,对海外社交平台上用户生成的短视频内容展开分析,能够识别和挖掘涉及国内城市的热点话题。利用数据挖掘技术提取用户发布的短视频标题、文本内容、标签和以及评论等信息,分析其中的关键词、主题和情感等特征,揭示当前最受关注的相关热点话题或事件,为后续受众群体情感和短视频情感表达等研究打下基础。与此同时,对多源短视频平台用户与用户之间,针对同一或不同热点话题的连接、互动和分享等交互行为进行研究,能够从多维角度探索话题之间的相关性和整体热度。这些多方面的探索研究,在感知海外用户对于国内城市话题关注程度的同时,也能够获悉不同文化背景下海外用户对于该类别话题的态度和表达方式的异同。

中观层面,基于热点话题的挖掘与识别研究基础,继续对该类热点话题短视频的受众群体情感和短视频情感表达进行深入分析。对短视频多元数据形式的研究,需要融合短视频中的视觉、听觉等特征,从短视频希望传达出的内容中,综合发掘创作者在热点话题短视频中的情感表达。此外,提取该类短视频下用户评论数据中的情感要素,借助机器学习中情感分析算法,针对相关国内城市热点话题分析用户情感偏好,从群体的角度解读受众群体的情感态势,感知受众的情绪演化趋势,探索受众群体对不同话题的情感态度,

进而识别和预测有关国内城市热点话题未来的情感走向。对热点话题短视频内容的情感表达、用户情感反馈等方面的探究,能够实时反应并预测国际社会对国内城市形象海外传播的真实情感,识别影响国内城市国际形象的潜在因素,为城市形象构建策略的制定和国际关系管理提供参考。

宏观层面,从多源短视频大数据中提取与国内城市相关热点话题相关的发布者、评论者、转发者等社交行为特征,能够剖析海外社交平台上国内城市相关热点话题短视频的传播主体、传播内容、传播受众和传播效果,构建基于海外社交平台上国内城市热点话题的短视频传播效果评估指标体系,挖掘短视频在海外社交平台上的传播特征和策略,从而进行传播态势感知和影响力分析。短视频传播研究面临着多种复杂因素,需要综合考虑不同海外社交媒体,针对不同国家、不同平台、不同受众间的整体特征、兴趣偏好等方面,对不同目标受众绘制用户画像,精准把握受众需求,总结出适用、有效的国内城市形象建构方法和传播策略,在扩大城市影响力的同时,增强国家的国际影响力,建立更加开放包容的全球舆论环境。

4. 海外社交平台国内城市热点话题短视频传播中的挑战

4.1. 短视频话题中的文化差异

文化认知差异会带来受众对内容理解的障碍。中华民族历史悠久,拥有丰富的历史文化遗产与现代都市风貌,这些元素在短视频中的呈现往往蕴含着深厚的文化内涵。然而,对于海外受众而言,他们对中国文化的认知基础相对薄弱,不能准确理解和把握这些内容的深层含义,难以对相关话题的短视频内容产生共鸣。此外,文化差异还可能导致审美偏好的不同。国内城市相关热点话题短视频在内容创作上往往融合了中国的审美观念与艺术风格,如色彩运用、构图设计以及音乐选择等。然而,这些审美元素可能并不符合海外受众的审美习惯,可能引发他们的审美疲劳或排斥感。这些文化认知上的差异,在一定程度上使得国内城市相关热点话题短视频在海外社交平台上的传播效果大打折扣。

4.2. 短视频中的情感理解障碍

文化差异所导致的情感表达方式与理解机制的不同,深刻影响了海外受众对于短视频中所蕴含情感信息的接收与解读。中华文化中含蓄与内敛的情感表达方式在部分短视频内容中有所表现,然而,对于习惯于直接、坦率情感表达的海外受众而言,这种含蓄的情感流露往往难以被迅速捕捉与理解,从而导致情感层面的隔阂与误解。此外,短视频作为一种快速消费的信息载体,其时长限制往往使得情感表达变得更为浓缩与碎片化,在有限的时间内,海外受众在缺乏相应文化背景与情感共鸣的情况下,更难以从短视频中感受到短视频中蕴含的细腻而丰富的情感。

4.3. 短视频中的城市形象传播挑战

在海外社交平台上,信息传播的自由度较高,一些负面信息难免会被放大,引发负面信息传播和城市形象歪曲的风险。同时,一些带有偏见的评论也可能会引发群体效应,影响到其他更多的人对国内城市相关形象产生误解。此外,海外平台国内城市相关热点话题短视频中的不同城市形象存在一定程度的单一化与片面化,受限于短视频时长的限制,很多视频只能展示城市风貌的一个片段,这些短视频片段主要集中在一些比较知名的方面,容易导致城市形象单一化,使其丰富的文化艺术、创新的商业氛围、多元的市民生活等方面难以得到充分的展示。

5. 海外社交平台国内城市热点话题短视频传播的对策建议

5.1. 优化短视频话题内容的表达

国内城市相关话题的短视频在海外社交平台上的传播,需要考虑多元文化,减弱文化差异带来的

不利影响。可以在短视频创作中添加文化解释与背景介绍,利用字幕、旁白、动画等形式,对特定文化现象或历史事件进行简要说明,帮助海外受众更好地理解视频中的文化元素和符号。鼓励采用国际化的表达方式,尝试使用更加广泛、易于理解的视觉语言和叙事方式,同时借鉴国际流行的短视频风格和元素,使短视频表达的话题内容能够更加贴近海外观众的审美偏好,减少文化差异带来的理解障碍。此外,也可以根据不同国家和地区的文化背景和受众特点,探究受不同国家和地区欢迎的相关热点话题,制定差异化的短视频内容,确保短视频内容能够贴近当地观众的需求和兴趣,实现精准定制与推送。

5.2. 丰富短视频中的情感表达

国内城市相关热点短视频内容所引发的情感共鸣,是话题传播所带来的重要影响,具有重要意义。在国内城市相关话题短视频的创作过程中,应当注重采用通用的情感表达方式,如人物表情、肢体语言等非语言符号来传达情感,利用国际流行文化元素,如音乐、时尚、流行语等,作为情感共鸣的媒介,拉近与海外受众的距离。此外,关注字幕与翻译在短视频情感表达中的作用,在必要时,提供情感色彩丰富的翻译,帮助海外受众更好地理解语境中的情感变化,同时使用故事化手法,通过讲述具体人物故事或历史事件,将情感融入其中,使海外受众能够更容易地产生共鸣。另一方面,也可关注短视频的互动与反馈机制,分析海外受众对短视频的互动、留言、分享等行为,了解他们在情感理解方面的难点与需求,以便不断调整与优化短视频内容。

5.3. 警惕短视频负面传播影响

国内城市相关话题的短视频在海外社交平台上的传播面临着诸多挑战,需要警惕负面消息传播带来的影响。加强信息监管是防范负面信息传播的关键,建立快速响应机制是应对负面信息传播的有力保障。通过及时监测和分析社交媒体舆论,对发现的虚假信息和恶意评论,立即进行澄清和反驳,清理和屏蔽不良内容,防止其扩散和造成不良影响,维护城市和国家的正面形象。此外,鼓励海外短视频创作者进行多元化内容创作,从多方面展示国内城市形象,丰富城市形象的传播,展示不同城市的文化艺术、商业氛围、市民生活等多个方面,让海外受众更全面地了解不同国内城市,这将有助于打破单一化和片面化的城市形象,构造良好的城市国际形象,提升国家国际知名度和美誉度。

6. 结语

随着短视频这类信息载体形式的广泛传播,海外社交平台上的国内城市相关热点话题短视频已成为国际民众了解中国、感知中国的重要窗口。通过深入研究短视频传播策略,可以更好地利用这一新兴传播渠道,展示国内不同城市间的独特魅力和中国的蓬勃发展态势。未来,我们应继续加强研究与实践,不断创新传播方式,为国内城市形象的塑造贡献力量,塑造真实、立体的多样化国内城市形象,推动中国文化与世界的交流与互鉴。

基金项目

国家社会科学基金资助项目(20BGL251)。

参考文献

- [1] Kemp, S. (2023) Digital 2023: Global Overview Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- [2] 傅莹. 努力塑造可信可爱可敬的中国形象[N]. 人民日报, 2021-10-14(009).
- [3] 刘建萍, 罗江. 短视频中的国家形象及其建构: 基于海外用户的调查分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(12): 154-160.

-
- [4] Pervaiz, R., Aloufi, K., Zaidi, S.S.R., *et al.* (2020) A Methodology to Identify Topic of Video Via N-Gram Approach. *International Journal of Computer Science and Network Security*, **20**, 79-94.
 - [5] 史存会, 胡耀康, 冯彬, 等. 舆情场景下基于层次知识的话题推荐方法[J]. 计算机研究与发展, 2021, 58(8): 1811-1819.
 - [6] India, M., Safari, P. and Hernando, J. (2019) Self Multi-Head Attention for Speaker Recognition. *Interspeech* 2019, Graz, 15-19 September 2019, 4305-4309. <https://doi.org/10.21437/interspeech.2019-2616>
 - [7] 邵鹏, 胡平. 复杂网络特殊用户对群体观点演化的影响[J]. 电子科技大学学报, 2019, 48(4): 604-612.
 - [8] Liu, X., He, D. and Liu, C. (2019) Information Diffusion Nonlinear Dynamics Modeling and Evolution Analysis in Online Social Network Based on Emergency Events. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, **6**, 8-19. <https://doi.org/10.1109/tcss.2018.2885127>
 - [9] 陈笑春, 蔡雨坤. 短视频内容生产中模仿创作的特征与价值[J]. 青年记者, 2021(3): 59-60.
 - [10] 刘宗义, 赵林云. 移动短视频传播机制研究及反思[J]. 青年记者, 2022(10): 43-45.
 - [11] 杨扬, 张文忠. 短视频环境下的国家形象建构与传播策略研究[J]. 传媒, 2022(20): 63-65.
 - [12] 赵国华. 大数据时代短视频制作及传播机制研究[J]. 传媒, 2021(13): 50-52.
 - [13] 邵云. 国际社交媒体中的城市形象传播效果研究——基于北京市政府在 Facebook 平台官方账号的实例分析[J]. 新闻与写作, 2020(11): 89-96.
 - [14] 张昆, 张晶晶. 海外社交媒体用户原创内容中的国家品牌传播研究——以 Twitter 和 YouTube 上对李子柒的评论为例[J]. 新闻与写作, 2021(2): 67-76.