

# 抖音短视频塑造城市形象的传播策略研究

## ——以哈尔滨为例

杨莹莹

河北师范大学新闻传播学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年9月9日; 录用日期: 2024年9月30日; 发布日期: 2024年10月10日

### 摘要

随着互联网的普及和短视频平台的兴起, 城市形象传播策略正在发生深刻变革。城市形象是人们对城市的主观印象, 是通过大众传媒、个人经历、人际传播、记忆以及环境等因素共同作用而形成的, 是社会公众对于城市内在特质与风貌特色的感知与理解, 它体现了城市的文化内涵和社会价值取向, 是城市软实力的重要组成部分。良好的城市形象有助于提高城市的知名度和美誉度, 吸引人才、资本和游客, 城市形象塑造对于城市的发展至关重要。抖音短视频具有视觉冲击力强、传播速度快、互动性高等特点, 为城市形象传播提供了新的可能性。本文以哈尔滨为例, 深入探讨抖音短视频在塑造城市形象方面的传播策略, 并对存在的问题提出对策, 创新传播策略, 提升短视频内容的质量和影响力, 以更好地塑造和传播城市形象。

### 关键词

抖音短视频, 城市形象, 传播策略

# Research on the Communication Strategy of TikTok Short Video Shaping the City Image

## —Taking Harbin as an Example

Yingying Yang

School of Journalism and Communication, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Sep. 9<sup>th</sup>, 2024; accepted: Sep. 30<sup>th</sup>, 2024; published: Oct. 10<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

With the popularity of the Internet and the rise of short video platform, urban image communication

strategy is undergoing profound changes. The city image is people's subjective impression of the city, which is formed by the joint action of the mass media, personal experience, interpersonal communication, memory and environment. It embodies the cultural connotation and social value orientation of the city, and is an important part of the soft power of the city. A good city image helps to improve the city's visibility and reputation, attract talent, capital and tourists. City image building for the development of the city is crucial. TikTok short video has the characteristics of strong visual impact, fast transmission speed and high interaction, which provides a new possibility for city image communication. Taking Harbin as an example, this paper discusses in-depth the communication strategies of TikTok short video in shaping the city image, and puts forward the countermeasures to the existing problems, innovates the communication strategies, and promotes the quality and influence of short video content, to better shape and spread the image of the city.

## Keywords

TikTok Short Video, City Image, Communication Strategy

Copyright © 2024 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

在数字化时代，短视频以其独特的传播优势迅速崛起，成为塑造与传播城市形象的重要媒介。以用户参与、智能分发、资源整合、深度传播为特色传播机制的抖音短视频为城市形象塑造与传播提供了全新的机遇和挑战，是一条城市形象宣传的新出路[1]。哈尔滨不仅是一座历史悠久、文化底蕴深厚的城市，更是一个充满活力、创新与时尚并存的现代都市，在抖音短视频的推动下，其独特魅力得以广泛传播，城市形象日益鲜明。本文聚焦于抖音短视频塑造哈尔滨城市形象的传播策略，旨在通过深入分析其传播机制、内容特色及受众反馈，揭示当前传播策略中的亮点与不足。进一步探讨抖音短视频在塑造哈尔滨城市形象过程中存在的问题，并提出相应的提升策略，以期在城市形象传播的实践提供理论支撑与策略指导。

## 2. 抖音短视频的传播策略

### 2.1. 具有高社交性的“社区”

抖音短视频平台通过独特的传播策略，构建了一个充满活力和创意的高社交性“社区”，实现了有效的内容传播和人际互动。这种策略不仅提高了用户黏性，扩大了传播范围，还为城市塑造了积极的品牌形象。互联网时代，任何人都可以成为信息的传播者和发布者，传播主体不再只是少数拥有话语权的精英阶层，普通人拥有了更多的话语权，正是有了这样的技术支持，更多的普通人也可以拿起手机，拍下城市的一角，将其上传至网络，制作出一段属于自己的“城市形象宣传片”[2]。受众通过点赞、评论、转发等功能，可以轻松地与他人互动，分享自己的观点和感受。这不仅增强了用户的归属感，还促进了内容的创新和扩散。另外，社交性扩大了传播范围，使得内容能够迅速传播给更广泛的受众，优质内容得以在社交媒体上广泛传播，提升抖音的影响力。

### 2.2. 以算法为基础的个性化分发机制

网络新闻从 2016 年开始，逐步用算法分发代替了原本的编辑分发，大数据的优势就此显现无疑，将

多元化的数据聚集，将不同种类、性质的数据集进行关联，为说明某个特定对象的状态、属性和内部与外部的相互关联起到了巨大的价值增益的作用[3]。抖音短视频平台通过先进的算法技术，实现了个性化分发机制，为内容创作者和品牌提供了更精准的传播路径。抖音的算法基于用户行为、兴趣偏好等多维度数据，进行智能分析和匹配。算法驱动的个性化分发机制提高了内容触达率，使优质内容能够被更多潜在受众发现。通过精准匹配，内容创作者的作品能够快速传播给目标受众，提高了传播效率和影响力。并且，个性化分发机制增强了用户黏性，使用户更愿意长时间停留在平台上。用户接收到的内容与自身兴趣高度相关，从而激发了用户的持续关注 and 参与。抖音短视频通过以算法为基础的个性化分发机制，实现了高效的内容传播和精准的用户触达，为内容创作者和品牌提供了更具价值的传播路径。

### 2.3. 激发用户创造力的全新内容发布机制

抖音短视频平台通过独特的全新内容发布机制，成功激发了用户的创造力，为平台带来了丰富多样的内容。它打破了传统媒体单向传播的限制，将内容生产的权力下放给了普通用户，使得每个人都有可能成为内容的创造者和传播者。这不仅极大地丰富了平台的内容资源，也有效地提升了用户的参与度和黏性。抖音注重给予用户充分的创作空间和自由度。平台提供了易于使用的创作工具和丰富的素材库，降低了创作门槛。这种机制激发了用户的创造力，他们愿意尝试新颖的表达方式和创意内容。抖音短视频通过激发用户创造力的全新内容发布机制，成功吸引了大量用户的参与，这不仅丰富了平台内容，还为品牌和创作者提供了更多展示机会。

## 3. 抖音短视频对哈尔滨的传播策略分析

### 3.1. 内容创意与制作

抖音短视频在塑造哈尔滨城市形象时，注重本土化与个性化的内容创意与制作。本土化方面，制作者深入挖掘哈尔滨的历史文化、风土人情和城市特色，将这些元素巧妙地融入短视频中。无论是中央大街的欧式建筑、松花江畔的迷人风光，还是哈尔滨大剧院的现代气息，都成为短视频中展现哈尔滨城市形象的重要元素。通过本土化的内容创意，抖音短视频成功地勾勒出一个充满异域风情和文化底蕴的哈尔滨形象。同时，在个性化方面，制作者运用独特的视角和创新的剪辑手法，打造出别具一格的哈尔滨城市形象短视频，他们通过捕捉哈尔滨市民的日常生活瞬间，展现城市的活力和人情味。这些个性化的内容创意不仅让哈尔滨在抖音平台上脱颖而出，也激发了观众对这座城市的好奇心和探索欲望。

### 3.2. 传播渠道与扩散

抖音短视频在哈尔滨城市形象的塑造与传播过程中，其作为社交媒体的本质属性和所采用的推荐算法技术发挥了核心作用，共同构建了一个高效且精准的信息扩散网络。社交属性是抖音的重要特点之一，用户间的关注、点赞、评论和分享等行为构成了复杂的社会网络结构，这些网络中的节点通过信息交换和意见共享，形成了对哈尔滨城市形象的共同认知和情感共鸣。这种社交互动不仅增强了用户对哈尔滨的认同感，还通过口碑效应和群体影响，推动了哈尔滨形象在社交网络中的广泛传播。此外，抖音平台的推荐算法采用了人工智能技术，能够根据用户的兴趣图谱和行为模式，实现对哈尔滨相关短视频内容的个性化推送。这种算法不仅提高了信息的匹配效率和用户满意度，还在一定程度上引导了用户对哈尔滨形象的认知和态度，从而进一步提升哈尔滨的知名度和影响力。

### 3.3. 受众对哈尔滨城市形象的接受与认同

受众通过抖音短视频接触哈尔滨的视觉符号和文化元素，进而形成对城市的初步印象和感知。这些印象在受众的记忆中得以保留和重构，逐渐内化为对哈尔滨的认知和评价。受众的情感反应和态度倾向

也会影响其对哈尔滨城市形象的认同程度，积极的情感和正面的态度有助于增强受众对城市的归属感和认同感。另外，文化背景则是影响受众对哈尔滨城市形象接受与认同的另一重要因素。受众所处的文化环境、价值观念、生活方式等都会对城市形象的解读和接受产生深远影响。例如，南方的游客很少见到雪景，因此到哈尔滨会呈现出更加激动的心情，不同地域和民族的受众对哈尔滨的欧式建筑、冰雪文化等元素的解读也可能存在差异，这种差异进而影响到他们对哈尔滨城市形象的整体认知和评价。受众对哈尔滨城市形象的接受与认同是一个多维度的心理过程，受到心理因素和文化背景等多种因素的影响。这些因素相互作用、共同作用于受众对城市形象的认知和评价，进而影响到哈尔滨的知名度和美誉度。

## 4. 抖音短视频塑造哈尔滨城市形象存在的问题

### 4.1. 作品内容同质化

抖音短视频在塑造哈尔滨城市形象时面临的一个主要问题是作品内容的同质化。在“抖音”平台中，每隔一段时间会对音乐素材进行更新，包括对特效以及滤镜等的更新，在新的素材出现之后，在短时间内会有大量的用户进行使用，导致在一定时间内，信息传播的框架几乎没有什么区别，很容易使部分用户对信息的获取失去兴趣[4]。这一现象表现为大量短视频在选题、视角、表现手法等方面的高度相似，缺乏创新和突破，导致观众在浏览时难以感受到哈尔滨城市的独特魅力和多元文化。比如抖音上流传的“南方小土豆来哈尔滨”、两只网红猫的对话等等，虽然能够加深受众的印象，但同质化内容也会导致受众“审美疲劳”，甚至会直接跳过相关内容，这不仅削弱了哈尔滨城市形象的吸引力和传播效果，也限制了短视频作为城市形象传播媒介的潜力和价值。

### 4.2. 缺乏系统规划设计

抖音短视频在塑造哈尔滨城市形象时存在缺乏系统规划设计这一问题，导致短视频内容在呈现哈尔滨城市形象时显得零散、不连贯，无法形成统一而有力的城市形象宣传。比如哈尔滨文旅抖音账号大部分视频都是独立、和其他视频无关联的。系统规划设计的缺失具体表现在两个方面。首先，在内容策划上，缺乏统一的主题和叙事线索，短视频作品之间缺乏内在的逻辑联系，无法形成连贯的城市形象故事。这导致观众在观看时难以形成对哈尔滨城市的整体认知，削弱了城市形象的传播效果。其次，在传播策略上，缺乏有针对性的推广计划和渠道选择，短视频作品无法精准地触达目标受众，限制了城市形象的有效传播范围。

## 5. 抖音短视频塑造哈尔滨城市形象的提升策略

### 5.1. 系统规划，整合传播

人们在关注被抖音捧红的城市时，往往忽略了网红城市背后的战略设计与系统规划，盲目跟风，不可避免地出现了投入预期与实际产出的现实反差[5]。针对缺乏系统规划设计的问题，城市管理者和相关机构需要制定明确的城市形象传播规划，整合各方资源，形成传播合力。可以通过举办创意大赛、设立专项基金等方式激发制作者的创意热情，引导他们围绕哈尔滨城市形象进行创作。同时，建立与城市形象相关的短视频创作平台和合作机制，促进制作者之间的交流和合作，推动短视频内容的整合和传播。此外，加强与抖音平台的合作，利用平台的推荐算法和社交属性，提高哈尔滨城市形象的曝光度和影响力。

### 5.2. 持续监测，优化调整

针对哈尔滨这一具有独特文化与历史底蕴的城市，通过抖音短视频的策略性推广，可以有效提升其城市形象。在实施过程中，持续监测与优化调整是确保策略效果的关键环节。持续监测是指对抖音上关

于哈尔滨的短视频内容进行定期跟踪与分析,包括视频的播放量、点赞数、评论等互动数据,以及观众的地域分布、兴趣偏好等用户画像信息。这些数据可以反映观众对哈尔滨形象的认知与态度,从而为策略调整提供数据支持。优化调整则是基于持续监测的结果,对短视频的内容、形式、发布时机等进行针对性的改进。通过持续监测与优化调整,抖音短视频可以更精准地把握观众的兴趣点,更有效地塑造与传播哈尔滨的城市形象。这种策略不仅有助于提升哈尔滨的知名度和美誉度,还能促进城市旅游、文化等相关产业的发展。

## 6. 结语

随着新媒体的发展,短视频平台如抖音已经成为塑造城市形象的新型媒介。抖音短视频通过挖掘哈尔滨独特的文化元素、景观风貌和人文故事,成功打造了一系列引人入胜的城市形象符号。这些符号在抖音平台上得到广泛传播和分享,有效提升了哈尔滨的知名度和美誉度。同时,抖音短视频还借助其强大的社交互动功能,激发了用户对哈尔滨的兴趣和好感,进一步巩固和提升了城市形象。然而,抖音短视频在塑造城市形象的过程中仍面临诸多挑战。比如如何避免内容同质化和审美疲劳,如何提升短视频的质量和传播效果等,都是需要进一步思考和解决的问题。抖音平台若想要持续健康发展,还需继续发挥其在城市形象传播中的积极作用,不断创新和完善传播策略,不断提升其社会文化传播力的价值。

## 参考文献

- [1] 靖博文,张茜. 抖音短视频对城市形象的塑造与传播——以淄博为例[J]. 西部广播电视, 2023, 44(19): 93-96.
- [2] 柳邦坤,顾任玲. 利用短视频传播城市形象的问题及对策[J]. 传媒观察, 2019(9): 23-29.
- [3] 全美慧. 以传播学视角看大数据背景下抖音短视频的传播特点[J]. 科技传播, 2019, 11(5): 161-162.
- [4] 方琳. “抖音”短视频的传播内容分析[J]. 采写编, 2022(12): 92-94.
- [5] 孙斐,张岳军. 短视频塑造城市旅游形象的传播机制及策略研究——以抖音为例[J]. 美术大观, 2019(7): 116-117.