

MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
BELARUSIAN STATE UNIVERSITY
FACULTY OF JOURNALISM

Department of International Journalism

LI Wanqing

**SHORT VIDEOS IN SHAPING AND PROMOTING
A CITY'S IMAGE ON SOCIAL MEDIA**

Master's thesis

Speciality 7-06-0321-02 Communications: «Media Communications»

Scientific supervisor:
Y.V. Ilyushenka
Senior Lecturer

Approved for defence
«__» _____ 2025
Head of the Department

T.V. Saladounikava
PhD in Philology, Associate Professor

Minsk, 2025

SUMMARY

The structure of the master's thesis includes introduction, general overview, 3 chapters (each with 3 sections), conclusion, list of references, which contains 70 titles, and 3 appendices. The volume of the master's thesis «Short Videos in Shaping and Promoting a City's Image on Social Media» is 59 pages.

Keywords: SHORT VIDEO, SOCIAL MEDIA, CITY'S IMAGE, DOUYIN, URBAN THEME, CITY'S IMAGE PROMOTION, MEDIA COVERAGE

The object of the study is short videos of Douyin on urban topics.

The subject of the study is the features of Douyin's coverage of a City's Image and the role of Douyin's short videos in promoting a city's image on social media.

The aim of the study is to reveal the features of Douyin's coverage of a city's image and the role of Douyin's short videos in promoting a city's image on social media.

The research methodology applied in the thesis includes literature research analysis, content and thematic analysis, comparative analysis, and case study method.

The obtained results: Taking the social platform Douyin as an example of a popular video maker, this study reveals the features of its short videos on urban topics by comparing the representation and popularization of the short video content on two Chinese cities, Wuzhen and Ulan-Chab. Besides, the research enables to identify the role of Douyin's short videos in promoting a city's image on social media by examining the positive aspects of Douyin's video activity and by analyzing the existing challenges in the coverage of urban themes. As a result, several constructive suggestions for the effective promotion of city's image in the Chinese media can be put forward.

The scientific novelty of the study lies in the formulation and substantiation of the main provisions and results of the study, which enable to propose recommendations for creating a positive image of the city and stimulate the development of city tourism and economy.

The area of possible practical application includes practical activity of editors and social platform developers; educational process; scientific research in mass media studies and related communication studies.

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the master's thesis, as well as the independence of its implementation.

РЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

В структуру магистерской диссертации входят: введение, общая характеристика работы, 3 главы (в каждой по 3 раздела), заключение, список литературы, который содержит 70 наименований, а также 3 приложения. Объем магистерской диссертации «Короткие видеоролики в формировании и продвижении имиджа города в социальных медиа» составляет 59 страниц.

Ключевые слова: КОРОТКИЙ ВИДЕОРОЛИК, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ИМИДЖ ГОРОДА, ПЛАТФОРМА DOUYIN, ГОРОДСКАЯ ТЕМАТИКА, ПРОДВИЖЕНИЕ ИМИДЖА ГОРОДА, ОСВЕЩЕНИЕ В СМИ.

Объект исследования – короткие видеоролики Douyin на городскую тематику.

Предмет исследования – особенности освещения Douyin имиджа города и роль коротких видеороликов Douyin в продвижении имиджа города в социальных сетях.

Цель исследования: выявить особенности освещения Douyin имиджа города и роль коротких видеороликов Douyin в продвижении имиджа города в социальных сетях.

Методы исследования включают анализ литературных источников, тематический и контент-анализ, сравнительный анализ и метод кейс-стади.

Полученные результаты: На примере популярной социальной платформы Douyin в исследовании раскрываются особенности ее коротких видеороликов на городскую тематику путем сравнения репрезентации и популяризации короткометражного видеоконтента о двух китайских городах: Учжэнь и Улан-Чаб. Кроме того, исследование позволяет выявить роль коротких видеороликов Douyin в продвижении имиджа города в социальных сетях путем изучения положительных сторон видеоактивности Douyin и анализа существующих проблем в освещении городской тематики. В результате выдвигаются некоторые конструктивные предложения по эффективному продвижению имиджа города в китайских СМИ.

Научная новизна исследования заключается в формулировании и обосновании основных положений и результатов исследования, которые позволяют предложить рекомендации по созданию положительного имиджа города и стимулированию развития городского туризма и экономики.

Область возможного практического применения включает практическую деятельность редакторов и разработчиков социальных платформ; образовательный процесс; научные исследования в области изучения массовых медиа и смежных коммуникационных исследований.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов магистерской работы, а также самостоятельность ее выполнения.

摘要

硕士论文的结构包括引言、总论、正文（共3章，每章3节）、结论、参考文献目录（共70篇）、附录3个。《短视频在塑造和提升城市形象中的作用——以社交媒体为例》一文共59页。

关键词：短视频、社交媒体、城市形象、抖音、都市主题、城市形象推广、媒体报道

这项研究的对象是关于城市话题的抖音短视频。

本研究的主题是抖音对城市形象报道特点，以及抖音短视频在社交媒体上推广城市形象的作用。

本研究旨在揭示抖音对城市形象的覆盖特征，以及抖音短视频在社交媒体上推广城市形象的作用。

论文的研究方法包括文献研究分析、内容和主题分析、比较分析以及案例研究法。

研究结果表明，以抖音为例，通过对比中国两个城市——乌镇和乌兰察布的短视频内容在表现和普及上的差异，揭示了抖音在城市主题短视频中的特点。此外，研究还通过分析抖音视频活动的积极影响及城市主题报道中遇到的挑战，探讨了抖音短视频在社交媒体上提升城市形象的作用。因此，研究提出了几项有助于在中国媒体中有效提升城市形象的建设性建议。

本研究的科学创新点在于对研究的主要内容和结论进行了系统阐述和论证，为创建城市良好形象、促进城市旅游业和经济的发展提出了建议。

可能的实际应用领域包括编辑和社交平台开发者的实际活动；教育过程；大众传媒研究和相关传播研究的科学研究。

作者确认了硕士论文材料和结果的可靠性，以及其实施的独立性。