

TikTok的操作方式简单易学,在页面设置上采用竖屏全屏,通过手指上下滑动来切换视频,打造沉浸式体验。其以用户为中心的内容制作导向,更是将音乐与画面、情景、标题等融合效果进行强化,使用户可以发挥创造力,在原有素材的基础上生成无数个版本,以增强用户的体验度。littleturtleLisa的内容中,有一个系列是“海洋+音乐+文学”,女孩在不同的海边场景有感而发朗诵英文诗,配上轻音乐、海浪的声音、海上彩虹等,单条点击量都在百万以上,是一次多种表达形式结合的有益尝试。

巧用道具等手段,制作生动有趣内容。抖音和TikTok近年来均创作了各种风格的贴纸、道具等,不仅增加了内容的趣味性和用户的参与度,也为制作师提供了收入来源。littleturtleLisa的创作者们多为Z世代海归青年,与TikTok主流用户年龄段相吻合,他们善于利用贴纸、道具和魔术剪辑等方式,使内容更生动有趣。如在北京冬奥会期间,创作者就策划了一个女孩演唱英文版的《Welcome to Beijing》,并运用贴纸和魔术剪辑在自家客厅边唱边不断地完成从夏装换到冬装准备去看奥运的过程,该视频收获了340万点击量和近25万的点赞量。

体验式直播,制造身临其境效果。直播以其伴随感、在场感、交互性强等优点受到用户的欢迎,直播还可以有效提升用户粘性。笔者通过对多场Facebook和TikTok平台上进行的非带货类直播内容进行分析后发现,直播效果与直播的体验式内容设计和主播的感染

力、知识面等息息相关。体验式内容越多,主播的感染力越强,对直播中所涉及的内容了解越深入,直播的同时在线人数和互动性就越好。如littleturtleLisa在世界海洋日当天在海南三亚的一场直播中,女孩邀请了来自英国的海洋动物保育员一同参与节目,他们体验了空中滑索、和俄罗斯的朋友们一起用废弃的塑料瓶制作手工艺品等项目,在节目中分享了体验和感受,并设计了丰富的互动内容,该场直播平台共8000人在线观看,创下了该账号直播观看人数新高。

特点三: 微观叙事,呈现鲜活中国

深入浅出,破除文化壁垒。在文化传播上,过于官方宏大的视角,往往给人以距离感,特别是在TikTok这种强调互动性和趣味性的社交媒体平台,因此,以微观的叙事手法,将中国文化如潺潺流水般渗透到人们的内心,使海外受众能够从好奇到理解再到喜爱,是值得深入思考和探索的议题。在表现形式上,通过短短的15-20秒将中国文化的博大精深表达出来确实难度很大,但如果以点切入,强化中国的文化符号,激发受众的好奇心,再辅以直播互动等手段,将文化中的共性和特性进行融合式表达,也不失为中国文化走出去的有益探索。如littleturtleLisa账号在中秋节来临之际发布视频:女孩身着古装走上古老的骑楼讲述嫦娥和后羿之间凄美的爱情故事,道出了中秋节的来历,其间穿插古风动画,制作精良,还有儋州调声、黎锦技艺、传统舞蹈等艺术形式都用多样化的

形式在古风音乐中加以展现,成为中国文化海外传播的有益尝试。

生活化场景,小切口进入,讲普通人的故事。笔者在对TikTok平台上使用China话题标签的视频产品进行分析发现,几乎所有创作者都是私人账号,出现这种现象与平台的调性有关,呈现出了明显的去官方色彩。这点与抖音有着明显区别,在抖音平台很多主流媒体的粉丝数量都比较可观,它已经成了人们了解新闻信息的重要平台,并形成了强大的舆论场,但在TikTok上,年轻人使用的目的主要是寻求或提供信息、寻求自我状态、社交互动、休闲娱乐。可见,小切口切入,用更加贴近普通人、有人情味的方式去生产和传播内容更有利于展现立体鲜活的中国和中国人的故事。littleturtleLisa账号虽然由专业主流媒体运营,但内容上呈现出了明显的去官方化色彩,并避免使用过于媒体视角的视频素材,个别是经过再加工将横屏素材重新进行二创改造成竖屏全屏模式,以适应TikTok传播规律,其他多是单独为该平台策划制作的内容。在对账号中107个点击量破百万的视频分析发现,所有内容均为小切口切入,如在东京奥运会举办前夕,女孩在海南的羽毛球馆运动间歇聊起奥运会的比赛项目,生活化的场景加上主持人化自然表达,使视频看起来亲和力十足。该条视频收获了840万观看量,45.6万点赞和上百条正向评论。

(作者单位:三沙卫视)