

电商直播中少数民族文化的传播效果与受众认同研究

潘蕊 杨婧雯 张威海 靳梓婷 吴燕萍

西南民族大学商学院，四川成都，610225；

摘要：为了探究电商直播中少数民族文化的传播效果与受众认同，本研究主要运用文献研究法，剖析了电商直播的文化传播角色与功能。研究分析了文化融入、传播创新策略及其效能，考察了传播效果与受众认同的关联，并详细描述了受众认同的表现、影响因素及机制。同时，指出了文化差异与传播效果评估等挑战，并提出了内容创新与跨文化交流等对策。结果表明，电商直播在促进少数民族文化传播方面效果显著，但受众认同需进一步优化策略和加强文化交流来提升。

关键词：电商直播；少数民族文化；传播效果；受众认同；文化传播策略

DOI：10.69979/3041-0673.24.7.011

1 引言

随着互联网技术的迅猛进步，电子商务已成为驱动我国经济增长的新引擎，而电商直播作为其中的佼佼者，以其独特的互动性和即时性，重塑了消费体验与文化传播格局。在此背景下，少数民族文化作为中华文化多样性的重要组成，面临传播渠道拓展与受众认同提升的双重需求。电商直播的兴起，为少数民族文化跨越时空限制、实现广泛传播提供了前所未有的机遇。本研究聚焦于电商直播在少数民族文化传播中的效能与受众认同，旨在：其一，分析电商直播传播少数民族文化的优势与局限，为优化策略提供理论支撑；其二，深入考察受众对此类文化传播形式的认同程度，探索增强文化共鸣的有效途径。通过深入探究，本研究力图揭示电商直播如何成为少数民族文化传播的新窗口，不仅促进文化的传承与创新，也为电商直播行业融入更多文化内涵，实现经济效益与社会价值的双赢提供思路。最终，为少数民族文化的现代传播与广泛认同贡献理论与实践的双重智慧。

2 电商直播中的少数民族文化传播

2.1 文化融入与传播创新

电商直播以其独特的媒介特性，为少数民族文化的传播开辟了新路径。主播们通过精心策划，将少数民族文化元素巧妙融入直播内容：从传统服饰的优雅展示，到民族手工艺品的详尽推介；从民族歌舞的生动表演，到民族文化故事的深情讲述；再到民族特色直播场景的精心打造与旅游资源的结合推广，这一系列举措不仅丰富了直播的观赏性，更让观众在享受购物乐趣的同时，深刻感受到少数民族文化的独特魅力与深厚底蕴。这种多样性与深度的展示，如广东省首届少数民族地区电商直播大赛及敖鲁古雅鄂温克民族乡文创产品的成功案例所示，不仅拓宽了文化传播的渠道，更促进了

文化的活态传承与创新发展。

2.2 策略驱动与传播效能

平台机制与产品创新电商直播平台凭借其庞大的用户基础与创新的营销机制，为少数民族文化产品提供了广阔的市场舞台。通过精准定位、特色推广与产品创新，如将少数民族元素融入现代产品设计，打造特色品牌，以及不断提升主播的文化素养与传播技巧，平台有效降低了大众接触少数民族文化的门槛，实现了文化的广泛传播与深度渗透。

主播技巧与互动增强主播作为文化传播的直接载体，其生动的讲解、丰富的展示技巧以及高效的互动能力，对于提升少数民族文化的传播效果至关重要。通过互动问答、弹幕评论等即时交流方式，主播不仅增强了观众的参与感与归属感，还通过观众反馈及时调整传播策略，实现了文化传播的精准化与个性化。

2.3 传播效果与受众认同

受众参与度显著提升电商直播中的少数民族文化展示与互动环节，极大地激发了受众的参与热情。观众不仅积极参与与购买，更通过弹幕、评论等渠道表达对文化的喜爱与尊重，这种积极的受众反馈不仅增强了文化的传播力，也为文化的传承与创新提供了宝贵的市场洞察与改进建议。

文化知名度与认同度双提升电商直播的广泛传播效应，使得少数民族文化在更广阔的舞台上绽放光彩。特色文化、手工艺品、服饰等得以被更多人所知所爱，文化知名度与认同度显著提升。这一过程不仅促进了文化的交流与融合，更增强了少数民族文化的自信与活力，为其在全球化背景下的传承与发展奠定了坚实基础。

3 受众对少数民族文化的认同

3.1 认同表现

在电商直播的语境下，受众对少数民族文化的认同表现主要体现在两个方面：对直播中文化元素的即时反应以及文化认知与态度的深层次变化。

首先，直播中的少数民族文化元素，如服饰、节日、语言、美食和手工艺，作为文化传播的媒介，直接触动着受众的感官。受众对这些元素的积极反应，如购买行为、询问细节、分享感受等，不仅体现了他们对少数民族文化的欣赏，更是文化认同的直接表达。当主播身着传统服饰、讲述民族故事、展示民族艺术时，受众的情感被激发，产生好奇、赞叹等正面情绪，进而促进互动参与，增强了文化传播的广度和深度。其次，随着直播内容的深入，受众的文化认知逐渐深化，态度也随之转变。从最初的表面接触到后来的深入理解，受众开始认识到少数民族文化的历史底蕴、社会价值和独特魅力。这种认知的转变，伴随着态度的积极变化，从好奇到认同，从陌生到亲近，最终将少数民族文化纳入个人的文化认同体系之中。电商直播通过文化消费的方式，使少数民族文化成为受众日常生活的一部分，进一步强化了这种文化认同。

3.2 影响因素

影响受众对少数民族文化认同的因素主要包括直播内容的吸引力与真实性，以及受众的文化背景与价值观的契合度。

直播内容的吸引力在于其能够精准捕捉并展示少数民族文化的独特之处，通过精美的服饰、动人的音乐、精湛的手工艺等，吸引受众的注意力。同时，内容的真实性至关重要，只有真实反映少数民族文化的历史传统和现实生活，才能赢得受众的信任和认同。主播通过讲述真实的故事、传递真实的情感，使受众在情感上产生共鸣，进而加深对少数民族文化的理解和认同。受众的文化背景与价值观的契合度则是影响文化认同的另一重要因素。在多元文化环境中成长的受众，通常对少数民族文化持更加开放和包容的态度，更容易产生认同。同时，当直播内容所倡导的价值观与受众的价值观相契合时，如尊重多元文化、强调文化传承等，受众的文化认同感会进一步增强。这种契合度不仅促进了文化的传播，也加深了受众对少数民族文化的情感联结。

3.3 认同机制

情感共鸣与文化认同的构建是受众对少数民族文化认同的核心机制。少数民族文化中的情感元素，如风俗习惯、历史故事等，能够触动受众的心灵，引发情感共鸣。在直播平台上，这种情感共鸣通过互动的方式得以加强，受众通过弹

幕、评论等方式表达自己的感受和认同，形成了情感上的共鸣圈。这种共鸣不仅加深了受众对少数民族文化的理解，也促进了文化认同的构建。

此外，社交媒体特别是电商直播平台在少数民族文化认同的传播中发挥着关键作用。它们不仅提供了文化传播的渠道，更通过其参与性和互动性的特点，使文化认同得以迅速扩散。受众在平台上分享自己的文化体验、交流感受，形成了文化认同的社群效应。这种社群效应不仅增强了受众对少数民族文化的归属感，也推动了文化的广泛传播和深入认同。

4 电商直播传播少数民族文化的挑战与对策

4.1 挑战：文化差异与传播效果评估的困境

在电商直播传播少数民族文化的过程中，我们面临着两大核心挑战：文化差异与传播效果评估。

文化差异构成了一道显著的障碍。少数民族文化蕴含丰富的宗教信仰、风俗习惯、民族性格及审美风格，这些独特性在直播传播中往往难以被全面、准确地理解和接纳。文化差异导致的误解和隔阂，不仅影响了消费者对民族文化产品的情感共鸣和购买意愿，还削弱了直播的互动性和吸引力。消费者若无法共情于产品背后的文化故事，便难以产生持久的兴趣和忠诚度。传播效果评估同样是一个棘手的问题。少数民族文化的多样性和独特性要求直播内容必须高度精准地捕捉和呈现其精髓，然而，这在实际操作中往往难以实现。直播内容的制作和呈现方式可能无法完全契合不同地域、不同文化背景观众的接受习惯和期待，导致文化传播效果大打折扣。此外，缺乏有效的评估机制，使得我们难以准确衡量直播在传播少数民族文化方面的实际成效，进而影响了后续策略的制定和优化。

4.2 对策：内容创新与跨文化交流的深化

针对上述挑战，提出以下两大对策：内容创新与跨文化交流。

内容创新是突破困境的关键。在直播电商日益成熟的今天，单纯的价格战已无法满足消费者的多元化需求。我们必须从内容出发，探索新的形式和策略，以文化为纽带，连接产品与消费者。例如，通过直播体验非遗制作，如蜡染、刺绣、银饰等，将文化元素融入产品推介中，为观众呈现一场文旅农商融合的视觉盛宴。同时，邀请非遗传承人进入直播间进行文化展演，不仅拓宽了他们的创收渠道，也增强了观众对民族文化的认同感和归属感。这种内容创新不仅提升了直播的观赏性和互动性，还有效促进了民族文化的传播和传

承。跨文化交流则是深化传播效果的必由之路。我们应充分利用融媒体平台的多样化宣传介质，如社交、电商、网课等，构建互动性强、文化体验深刻的传播平台。通过直播和短视频等形式的融合，打破文化界限，让非遗文化从平面走向交互，满足不同群体的需求。同时，借助数字化技术，实现非遗信息的快速传播和广泛覆盖，提高受众的参与度和积极性。此外，推动非遗传承人与电商平台、设计师、明星等跨界合作，将非遗元素融入产品设计或推出联名款，也是拓展受众群体、提升市场影响力的有效途径。这种跨文化交流不仅促进了民族文化的国际传播，也为电商直播注入了新的活力和动力。

5 结语

本研究通过对电商直播中少数民族文化的传播效果与受众认同进行深入探讨，发现电商直播作为一种新兴的传播方式，在促进少数民族文化的传承与发展方面具有显著效果。然而，这一过程中也面临着诸多挑战，如文化差异带来的理解障碍、传播效果评估的复杂性以及受众认同度的提升难题等。研究指出，电商直播通过直观、生动的形式，将少数民族文化的独特魅力展现给广大受众，有效拓宽了文化传播的渠道，增强了文化的可见度和影响力。同时，直播互动环节的设置也促进了受众与文化之间的深度交流，提升了受众对少数民族文化的认知和认同。然而，要进一步提升电商直播中少数民族文化的传播效果和受众认同度，仍需从多个方面入手。一方面，应加强对少数民族文化的深入挖掘和整理，

提炼出更具代表性和吸引力的文化元素，以更加符合现代审美和传播规律的方式呈现给受众。另一方面，应优化直播内容和形式，注重与受众的情感共鸣和价值共鸣，通过故事化、场景化的传播方式，让受众在轻松愉悦的氛围中感受少数民族文化的魅力。此外，建立科学合理的传播效果评估体系也是提升传播效果和受众认同度的关键。通过收集和分析受众的反馈数据，及时调整传播策略，确保文化传播的精准性和有效性。

参考文献

- [1] 刘薇. 电子商务对少数民族经济文化的影响网络调研——以朝鲜族电商经济为例[J]. 商场现代化, 2016(16): 2.
 - [2] 李琪, 郝建华. 少数民族地区电子商务发展及对策研究[J]. 贵州民族研究, 2013(6): 4.
 - [3] 曹毅. 西部地区电子商务发展研究[D]. 中央民族大学, 2004.
 - [4] 贾素莹. 直播电商给中华文化传播带来的机遇和挑战[J]. 科技创新与生产力, 2024, 45(3): 25-27.
 - [5] 杨逐原. 大数据时代少数民族文化传播研究[J]. 新闻爱好者, 2017(6): 4.
 - [6] 安军地. 新媒体时代少数民族文化形象构建与传播研究[J]. 国际公关, 2023(8): 151-153.
- 项目信息：西南民族大学大学生创新创业训练计划项目“民族地区电商助农活动对多民族互嵌影响的研究——以川西地区为例”（项目编号：202410656045）资助。