

带货直播间中男性主播的语用身份建构研究

徐莉

福建师范大学，福建省福州市，350007；

摘要：本研究基于陈新仁的语用身份理论，探讨电商直播中男性主播的语用身份建构。通过对抖音平台三个顶流直播间的男性带货主播直播视频的内容分析，揭示了男性主播主要构建的四种语用身份：专业权威型、亲和互动型、幽默风趣型和生活导师型。研究发现，男性主播通过专业术语使用、商品细节讲解等话语实践构建专业权威型身份；通过称谓亲昵化、互动提问等构建亲和互动型身份；通过俏皮话、自嘲等构建幽默风趣型身份；通过生活经验分享、实用建议等构建生活导师型身份。这些语用身份的灵活转换有助于主播提升直播效果、增强消费者信任并促进购买。本研究不仅丰富了语用身份理论在新媒体语境下的应用，也为男性主播的语用策略提供了实践参考。

关键词：电商直播；男性主播；语用身份

DOI：10.69979/3029-2700.25.10.088

电商直播作为新兴的营销模式，已成为当代消费市场的重要组成部分。在这一领域中，主播作为商品与消费者之间的桥梁，其语言策略和身份建构对直播效果具有重要影响。现有研究多关注女性主播的语言特点和表现方式，而对男性主播的研究相对较少。随着男性主播在电商直播市场占比的增加，深入分析其语用身份建构具有重要的理论和实践价值。

1 文献综述

1.1 语用身份研究

“身份”作为社会学和语言学的重要概念，其研究经历了从静态到动态、从本质主义到建构主义的转变。陈新仁提出了“语用身份”概念，强调身份具有语境化、交际性和动态性特征。与传统社会学的身份概念不同，语用身份强调身份是在具体交际过程中通过语言使用动态建构的，具有明显的语用特性。

语用身份研究涉及多种话语类型。在教育话语中，徐敏和陈新仁分析了课堂语境下大学英语教师的身份建构；在学术话语中，何荷考察了建议话语中的身份建构；在商务话语中，袁周敏探讨了咨询顾问的语用身份建构。这些研究为本文提供了方法论参考。

1.2 电商直播研究

电商直播作为新兴的商业模式，已引起学界关注。谢莹等研究了直播中社会临场感对消费行为的影响。在语言学领域，何荷分析了电商直播中主播身份元话语的使用；何静和冉永平考察了直播语境下的面子工作。然而，这些研究多聚焦于女性主播或不区分性别，对男性主播的语用身份研究较为缺乏。

1.3 男性与女性的身份建构研究

性别身份建构研究在语言学领域有一定积累。如郭亚东研究了女性学者在学术实践中的身份建构；李昱蓉分析了访谈节目中女性的身份建构。相比之下，男性主播的身份建构研究较为缺乏，尤其是在电商直播这一新兴领域。

综上所述，国内研究更关注女性身份的重塑，未来的研究应加强对男性身份的关注，并进行性别对比研究，以全面揭示性别在语用身份建构中的作用和差异。这将为推动性别平等和社会进步提供重要的理论支持。

2 理论框架

陈新仁将语用身份定义为“交际者在特定语境中，通过语言使用而有意识或无意识建构的自我形象”，强调身份的动态性、交际性和语境依赖性。语用身份具有三个基本特征：一是身份的动态性，即身份不是预设的，而是在交际过程中动态建构的；二是身份的多元性，即一个人可以同时或先后拥有多种身份；三是身份的功能性，即身份建构具有特定的交际目的和功能。

陈新仁提出了身份建构的六种主要话语实践：称谓性话语实践、情态性话语实践、评价性话语实践、言语行为性话语实践、语码转换性话语实践和元话语实践。这些话语实践是交际者建构语用身份的主要语言手段。本研究将以此为分析框架，考察男性主播如何通过这些话实践建构不同的语用身份。

3 研究方法

3.1 数据收集

本研究选取抖音平台上三个知名直播间的男性主

播作为研究对象：交个朋友直播间、与辉同行直播间、以及东方甄选直播间。这三个直播间均具有较大的社会影响力，粉丝量均超过千万级别，代表了当前中国电商直播领域头部男性主播的主要风格。研究收集了这三个直播间中的男性主播 2025 年 1 月至 3 月期间的直播视频，为确保研究的客观性和产品多样性，本研究特别选择了无明显性别属性的八类产品直播片段进行分析：零食、生鲜、家居用品、基础个护产品、宠物用品、办公用品、健身器具和健康医疗类产品。

3.2 数据分析

数据分析分为以下步骤：首先，利用科大讯飞将直播视频转写为文本；其次，根据陈新仁的话语实践分类，对文本进行编码，识别主播的称谓性、情态性、评价性、言语行为性、语码转换性和元话语实践；然后，根据话语实践的类型和功能，归纳男性主播构建的不同语用身份；最后，分析不同语用身份的功能及其在直播中的作用。在数据分析过程中，采用 NVivo 软件辅助编码和主题提取，并使用 Excel 进行频率统计。

4 研究结果与讨论

通过对 360 分钟直播视频的分析，发现男性主播主要构建了四种语用身份：专业权威型、亲和互动型、幽默风趣型和生活导师型。以下将详细分析这四种语用身份的建构方式及其功能。

4.1 专业权威型身份的建构

专业权威型身份是男性主播最常构建的语用身份之一，占总编码频次的 38.7%。主播主要通过以下话语实践建构这一身份：专业术语使用；频繁使用专业术语和行业词汇，展示其专业知识和领域权威。

例 1：“这款手机的处理器是最新的骁龙 8Gen3，支持 UFS4.0 闪存和 LPDDR5X 内存，跑分能达到 150 万以上。”（电子产品）详细的商品参数讲解：通过详尽讲解商品的技术参数和性能指标，强化专业形象。

例 2：“这个吸尘器的吸力达到 27000Pa，静音设计只有 65 分贝，续航能力是 60 分钟，充电只需 4 小时，性价比非常高。”（电子产品）

对比分析：通过与同类产品的专业对比，展示判断力和洞察力。

例 3：“这个可能跟你们以前想象的那种一次性裤衩不太一样，就现在这个做的... 萧木，你摸一下... 以前用的那个一次性内裤跟纸似的，穿完了以后，这儿整个就很滑很溜滑很溜滑... 但是现在的这个日抛裤质量好到什么程度，看着摸着穿着感觉就不像是一次性的，但它确实是一次性。”（日用品）

值得注意的是，在不同产品类别中，三个直播间的

男性主播的专业权威型身份表现各有侧重，根据自身专长和产品特点调整语用身份的策略性选择。

4.2 亲和互动型身份的建构

亲和互动型身份占总编码频次的 27.3%，主要通过以下话语实践建构：

称谓亲昵化：使用亲昵称谓，拉近与观众的距离。

例 4：“有人说他说我爷爷也想用，你爷爷管我叫啥了？你先把重点说清楚，爷爷谁家里还没个爷爷，是你爷爷说啥了？你看人家我们姥姥怎么说对咱怎么说呢？”（护肤品）

互动性提问：通过提问邀请观众参与，增强互动感。

例 5：“你们知道为什么我们今天福袋里是 IPHONE15 而不是 IPHONE16，说对了的第一个哈。你们马上就截个屏，告诉我那个人叫什么，送他一份礼物来吧。”（电子产品）

情感表达：表达个人情感和态度，展示真诚和亲和力。

例 6：“看到这么多家人支持我，我真的很感动，为了回馈大家的支持，今天这个价格再低一点。”（健身器材）

亲和互动型身份的建构帮助男性主播打破与观众之间的距离感，建立情感连接。这种身份在直播初期和结束阶段尤为重要，能够有效吸引观众注意力并增强观众参与感。

4.3 幽默风趣型身份的建构

幽默风趣型身份占总编码频次的 18.5%，主要通过以下话语实践建构：

俏皮话和笑话：通过幽默的表达方式活跃直播氛围。

例 7：“他说我姥姥说了，看这小伙子就高兴，牛 b，会说话太厉害，肯定是套路我，但是我们还是投降了，对，送一份高手，高手虽然玩虚的，但还是管用。”（护肤品）

自嘲和自我调侃：通过自嘲展示亲和力 and 真实感。

例 8：“我怎么觉得自己给自己打那个嘉年华特别过瘾啊，他有多重满足感，第一是你发嘉年华的人，是有那种大哥感吗？... 发出去的一瞬间就觉得，诶，我就是那种传说中在直播间里发嘉安年华的神秘大哥诶，然后而且发完了把那个手机往边儿一扔，就开始看这儿啊，然后咱，嘉年华出来的时候就觉得，哎，我就是那种晚上直播不白播，能收到嘉年华可以两全，哎，真快乐。”（电子产品）夸张的表述：通过夸张的表达方式增强娱乐效果。

例 9：“穿完了以后，这儿整个就很滑很溜滑很溜滑，然后就会产生一种很很羞耻的感觉，虽然它是套在你的外裤里边儿的，没人知道，对，但你自己感觉很羞耻，

嗯,你就觉得什么屁股啊,裆部啊都是滑溜溜的,你就感觉特别的羞耻,不像你穿了个棉的,你感觉是个正经人。”(日用品)

幽默风趣型身份的建构有助于减轻直播的商业氛围,提高观众的观看体验和参与热情。这种身份特别适合在直播中穿插使用,缓解介绍商品时可能产生的枯燥感。研究发现,具有高互动量的直播片段中,幽默风趣型身份的出现频率显著高于平均水平。

4.4 生活导师型身份的建构

生活导师型身份占总编码频次的15.5%,主要通过以下话语实践建构:

生活经验分享:分享个人生活经验和实用技巧。

例10:“我住酒店呢,我就一般都是我自己就代购,偶尔没带够也有手洗的时候,但有一次又没带够,又来不及手洗,嗯,然后呢,我又因为行程排的很满...然后他就把我脱下来的衬衫T恤给拿去洗了...所以你就会产生强烈的荒诞感,对,那么你带着这种日抛裤,诶就没有那个顾虑,特别的干净洒脱,嗯一扔就完,一扔就完。”(日用品)

实用建议和指导:提供实用的建议和指导,解决观众生活问题。

例11:“主要就是这种事儿啊,因为是违反人性的,所以最好是你把实现成本实现做的最低,诶,家里有一个就实现成本最低,但是你要什么风霜雨雪天气,那就换一身儿衣服,背个包诶,还要打倒饬一下,然后去健身房这件事儿就使得成功几率大幅度下降了啊,所以家里备一个就很重要。”(健身器材)

生活价值观表达:表达积极的生活价值观和生活哲学。

例12:“外出住旅馆第一件事儿打开刚才那个的那个摄像头监控器看看扫一遍,尤其是单身女性或者是小情侣出出门的,对,还有那些面容较好的男性,诶都要小心,如果是丑男就算了,对那那些不法分子拍到一看,诶一个单身丑男,删了硬盘中间,但是你就其他的人就要保护了自己啊。”(日用品)

生活导师型身份的建构使主播从单纯的商品推销者转变为生活问题解决者,增强了主播的可信度和亲和力。这种身份特别适合在推销家居、厨房和个人护理产品时使用,能够有效增强消费者的认同感和购买欲望。

4.5 语用身份转换与功能

研究发现,男性主播会根据直播不同阶段和产品特性灵活转换语用身份。在直播开场和结束阶段,亲和互动型和幽默风趣型身份出现频率较高;在产品介绍阶段,

专业权威型身份占主导;在解答问题和提供建议阶段,生活导师型身份较为突出。这种语用身份的灵活转换有助于主播适应不同的交际需求,实现多元的交际目的。

从功能角度看,不同语用身份具有不同的交际功能:专业权威型身份主要服务于说服功能,增强消费者信任;亲和互动型身份主要服务于关系建立功能,增强观众粘性;幽默风趣型身份主要服务于娱乐功能,提升观看体验;生活导师型身份主要服务于指导功能,解决实际问题。这些功能相互补充,共同提升直播的整体效果。

5 结论

本研究通过分析男性主播在电商直播中的话语实践,揭示了其语用身份建构的方式和特点。研究发现,男性主播主要构建了专业权威型、亲和互动型、幽默风趣型和生活导师型四种语用身份,并通过灵活的身份转换适应不同的交际需求,实现多元的交际目的。这些语用身份的建构不仅反映了男性主播的交际策略,也体现了电商直播这一特殊语境下的语用特点。

参考文献

- [1]陈新仁.语用身份:动态选择与话语建构[J].外语研究,2013(4):27-32.
- [2]徐敏,陈新仁.课堂语境下大学英语教师的身份建构及顺应性[J].外语教学,2015,36(3):50-54.
- [3]何荷.国外英语学术期刊论文中建议话语的身份建构——一项实证研究[J].外语教学理论与实践,2016(1):34-40,54.
- [4]袁周敏.商务话语中语用身份建构的功能性研究[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2014,16(1):87-92,124.
- [5]谢莹,李纯青,高鹏,等.直播营销中社会临场感对线上从众消费的影响及作用机理研究——行为与神经生理视角[J].心理科学进展,2019,27(6):990-1004.
- [6]何荷.电商直播中主播身份元话语的使用情况探究[J].外国语文研究(辑刊),2022(1):152-166.
- [7]何静,冉永平.三方参与的面子工作:以网络直播语境下的人际冲突为例[J].外国语文研究(辑刊),2020(1):37-48.
- [8]郭亚东.学术话语中女性学者的身份建构研究[J].外语研究,2016,33(2):29-32,38.
- [9]李昱蓉.访谈节目中女性身份建构的语用研究[J].晋中学院学报,2019,36(6):83-85,98.

作者简介:徐莉,(1998.5.12-),女,汉族,山东枣庄人,硕士在读。