

语域理论视角下的电商直播言语特征分析

李幸芷

(南京传媒学院, 江苏南京 211100)

摘要:我国社会经济正处转型的关键阶段,各个领域都得到空前发展,并涌现出各种新型产业,其中电商直播行业正值风口,有着美好的发展前景,不仅对国内消费结构带来了新的发展方向,也极大地拉动了国内经济增长。而电商直播的持续发展离不开电商主播的语言魅力,为提高电商直播收益率,各个主播都在探索提高语言艺术的有效方式。本文基于语域理论下着重探析电商直播的语言特征,并提出电商直播言语建议,旨在为电商直播行业发展提供借鉴与参考。

关键词:语域理论; 电商直播; 言语特征

在语言角度分析电商直播语言特色之前应先对“电商直播”这一概念进行深层剖析,即结合有网络直播和在线购物的直播形式,其中具有较强的互动性、娱乐性、真实性以及可视性,直播的最终目的在于销售指定的产品,提高消费者的购物体验。2020年国家商务部办公厅针对直播形式销售农产品发布有相关的指导意见,其中明确提出利用直播来销售农产品对经济发展有着极大的推动作用,并鼓励其他企业抓住时机,参与到电商直播发展中。另外还有其他多地针对电商直播颁布有各项扶持性政策,以此来推动电商直播行业的蓬勃发展。而主播的语言艺术对电商直播效果有着直接的影响,为提高电商直播效益,我们应在语域理论视域下着重分析电商直播的语言特点。

一、语域理论视角下的电商直播言语特征探析

(一) 语言速度较快

在判断电商主播语言速度之前应先细致了解“语速”的基本定义,即不是单个词语的所需时间,而是一个语段或完整段落进行有声表达所需要的时间。结合笔者的实践观察发现不同性格特点、不同场合情景、不同表达内容下的语速也有所不同。而电商主播的语速又有着怎样的特点呢?有网友说:“某男主播他的语速超快的,很多时候都听不清说了什么,就已经有商品上架了,导致最后抢不上想要的商品。”还有某女主播的粉丝这样形容她:“每次听她介绍商品仿佛在听Rap。”甚至某男主播本人都会说自己是一个语速很快的人,直播的时候说的话也很直接,有的品牌存在欺瞒或者质量问题,他都会直接开骂。近些年最受欢迎的电商直播非某男主播和某女主播所属了,而语速快已经成为他们必备的技能 and 突出的特点,结合语言特点分析电商主播语速较快的主要因素有以下两点:其一,电商直播具有较强的互动性。观众流量也较大,随时会有新的观众进来,为了让新观众能够尽快地了解商品信息和销售价格,主播需要在短时间内反复重复相同的内容,同时还要及时回答评论区观众提出的相关问题,因此,

主播的口条要利落迅速。其二,电商直播时间受到限制。为了在较短的电商直播范畴内实现最大利益化,主播需要在此期间内尽可能地推销更多的商品,基于电商直播的特殊性,产品是整个直播活动的核心内容,因此,为了让观众获得更多的商品信息,主播需要加快语速。

(二) 语言偏口语化

电商直播语言还有口语化的特点,其通过人与人之间的口耳相传来实现信息传递和情感交流,发挥着其重要的交际作用,与书面语相对称,是基本语言形式之一。而其他语言形式多是在口语的基础上创新发展而来的。基于此,口语与其他形式的语言形态对比有着亲密贴切、生动形象、通俗易懂的特点,也是电商主播惯用的语言风格。以淘宝电商直播为例,很多淘宝主播在直播过程中是以销售产品为最终目的的,其言语不必要太过文艺情深或是严谨庄重,只需要以亲切的口吻、通俗的语言来详尽地介绍商品的基本信息和销售价格。另外每次直播时需要销售的产品多至百件,为了满足更多的观众的观看需求,一般会采用口语化语言形式来进行产品介绍。其中某男主播在形容某品牌口红特点时多会用到以下语言词汇“美眉们,超级好看!”“比较小众化”“必买颜色”“这种颜色很少见”“真的是美炸了”等,都是易于理解、直观且夸张的词汇,是比较生活化和易接受的。

(三) 语言偏标签化

在语域理论视角下分析语言的标签特性之前,应先了解标签一词的由来,其本意是指贴在物品上用来标注功能特点、物品价格的纸片,而随着本土化后的“标签化”则是指网络中的典型现象。随着新媒体技术的不断创新与发展,各个媒介之间的竞争日渐激烈,而网站的浏览量、点击量以及评论量对广告投放、运营成本以及公司收益有着直接的影响,而标签化的则是各大媒介的竞赛结果。其不仅与浏览者的兴趣相投,还能极大地满足受众的猎奇心理,其浏览量和点击量也随之增加。以薇娅电商直播为例,

她的一句“废话不多说，先来抽奖！”不仅吸引着观众的注意力，还成为更多人口中的口头语。而一提到某男主播，很多人的脑海中会直接蹦出“哦买嘎，买它！”或是“哇，这也太好看了吧！”这些话，也是语言推销的成功案例，而这些鲜明的标签能够让更多的观众记住他们的直播风格和语言风格。

（四）语言感染力强

除此之外，我们基于语域理论来分析电商直播语言的感染效果时，应先了解感染效果的具体表现，偏向口语化的语言能够让人顿时精神振奋，并陶醉其中无法自拔，这便是感染力所在。基于此，还应了解到感情饱满、丰富是电商直播具备感染力的核心要素，只有富有情感才能与观众产生情感共鸣。以淘宝某男主播直播为例，他会将自己的真实感受融入到直播语言表达中，会融入各种贴切真实感受的形容词来描述产品特点，比如在介绍到某品牌口红是会说：“25号色，给人一种玫瑰森林的氛围感，美眉们，很洋气的哦，是老公们看了都会掏腰包的程度。”“34号色，这款比较偏橘色，是非常fashion的，春天涂上它不要好好看哦。”“还有16号色，这个颜色与某某品牌的7号色有点相似哦，是夏天度假的感觉，喜欢那个颜色的美眉们可以入了。”这样的话语既可以详细地说明产品特点，还能够以真实的情境来感染更多的观众，使得各位观众们都能够主动掏腰包来购买某男主播推荐的口红色号。另外为了让观众能够贴切地了解口红适合的肤色和场合，他也善于借助明星效应来向观众宣传产品特点，比如会说“这支口红是倪妮的天选之色”“是不是很少女呢，是欧阳娜娜都会买的颜色啊”通过这样的描述能够立即让观众浮想联翩，并幻想明星涂上的效果，从而选取并购买自己喜欢的色号。另外他的语言感染力不仅仅是体现在夸大产品特点上，还在帮助观众避坑方面，会着重形容1000元的口红有着美观的外形设计，从而间接地告知观众不值得购买。这样真实的表达更能够吸引观众，与观众产生共鸣。

二、电商直播的语言建议

在电商产业蓬勃发展的背景下，为了提高电商直播的收益效率，电商主播应着重锻炼自己的口才，注意语言艺术，但是基于网络具有较强的传播性，其带货语言也是受到限制的，并不是能够随心所欲地表达个人观点，以免给人留下诟病。

（一）采用幽默不低俗的语言来调动直播间氛围

在现代化发展背景下，新媒体技术飞速发展，依托媒介存在的电商直播得到更多人的关注，而观看电商直播逐渐成为人们的生活日常，其语言有着较强的宣传力度和强烈的鼓动性。基于此，主播应引用所学和自身才华来给观众带来娱乐享受，帮助商家推销产品，承担其传递正能量的社会责任，其言论应在法律规范之内，

并符合道德标准。

（二）针对受众心理来客观传达实际体验感受

电商主播在网购领域具有一定的带动性，有一定基数的粉丝群体，深受消费者的关注与信任。为实现长期带货，主播应结合不同年龄阶段、不同消费层次的切实需求，用合适的语言真实地讲述商品的基本属性和产品特点，使得消费者清楚地知道产品的适用场景和适宜人群，从而正确引导观众理性消费。

（三）强化主播自身的语言素养和语言规划管理

电商主播来介绍产品时或与观众互动时的语言与电视节目主持人有着显著的区别，并逐渐演变为一门新型行业语，基于此，主播应从自身管理做起，及时关注流行语、注意语言管理、创造新的语言要素等，从而提高自身的语言素养。

三、结语

总而言之，电商直播行业发展得如火如荼，为适应发展潮流，电商主播应积极探索提高语言艺术的有效方式，以此来吸引更多的观众，提高直播效率，其中主播在向观众展示产品信息或与观众互动时所采用的语言要幽默不低俗，真实传达产品体验感受，提高自身的语言素养等，进而使得电商直播领域得以持续发展。

参考文献：

- [1] 王展. 电商直播中的语用身份探析[J]. 现代语言学, 2020, 8(3): 6.
- [2] 陈瑶. 景观社会视域下的电商直播[J]. 青年记者, 2020, No.670(14): 23-24.
- [3] 谢慧敏. 直播电商行业发展现状及优化对策分析[J]. 营销界(理论与实践), 2020(2): 0007.
- [4] 徐燕, 冯德正. 新媒体商务话语中的多模态体裁互文: 语域类型学视角[J]. 外语教学, 2020, 041(003): 23-28.
- [5] 蔡婕. 网络直播时代背景下的网红直播电商模式的探究[J]. 科技经济市场, 2020(10): 150-151.