

人际功能视角下全民健身直播的话语策略研究 ——以刘畊宏抖音健身直播为例

李 艺

天津外国语大学英语学院, 天津

收稿日期: 2023年6月1日; 录用日期: 2023年7月5日; 发布日期: 2023年7月17日

摘 要

近年来, 网络直播的兴起给直播健身提供了全民化的平台, 其中现象级健身主播刘畊宏凭借其幽默的语言风格和直播氛围在抖音迅速出圈并引起全民线上健身热潮。语言作为实现交际的主要手段之一, 对于主播促成观众跟练行为具有重要意义。因此, 本文运用韩礼德系统功能语言学中的人际功能作为理论框架, 并借助语料库检索软件AntConc3.5.7对刘畊宏健身直播中的语气和情态等语言特征进行分析, 以探讨健身直播中语言表达在拉近社交距离、激发观众参与意愿过程中的规律性表现。

关键词

人际功能, 健身直播, 语气系统, 情态系统

A Study on the Discourse Strategies of the National Fitness Live Broadcast from the Perspective of Interpersonal Function—A Case Study of Liu Genghong's Live Fitness in Chinese TikTok

Yi Li

School of English Studies, Tianjin Foreign Studies University, Tianjin

Received: Jun. 1st, 2023; accepted: Jul. 5th, 2023; published: Jul. 17th, 2023

Abstract

The rise of live streaming in recent years has provided a nationwide platform for live fitness. In

this time, Liu Genhong, a phenomenal fitness anchor, quickly became famous in Chinese TikTok with his humorous language style and live broadcast atmosphere, causing a nationwide online fitness craze. Language, as one of the main means of communication, is of great significance for the anchor to promote the audience's follow-up behavior. Therefore, this paper takes Halliday's interpersonal function of systemic-functional grammar as the theoretical framework, and uses the corpus retrieval software AntConc3.5.7 to analyze the language features from two ways of mood and modality in Liu Genhong's fitness live broadcast, so as to explore the regular performance of language expression in the process of narrowing social distance and motivating the audience's willingness to participate in fitness live broadcast.

Keywords

Interpersonal Function, Live Fitness, Mood System, Modality System

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2022年4月初,现象级明星健身博主刘畊宏通过其自创的《本草纲目》版毽子操在抖音平台上直播出圈,其幽默的语言、专业的讲解及直播间欢乐的氛围吸引大量粉丝跟练,并创造了单场直播4000多万人次的观看纪录,一夜之间爆火,得到全民关注,短时间涨粉5000万,引发网络居家健身热潮。目前为止,其抖音粉丝量已达6900多万。刘畊宏健身直播不仅迎合了当下国民对于健身塑型的需求,也体现出一种新型的网络语言生活发展的趋势。

健身直播本质上是一种以达到刺激受众参与身体消费为目的的行为。其中,主播的语言能力和直播话术直接影响着直播间的流量和留量,对于引发观众的参与意愿,促成跟练行为具有重要的作用。因此,本研究基于韩礼德系统功能语言学中的人际功能,旨在从语言学角度解释健身主播如何通过话语策略引导观众参与身体消费,从而实现人际交互目的。

2. 文献综述

近年来,随着互联网的快速发展和“互联网+”战略的推进,网络直播开始受到经济管理学、社会学、新闻传播学以及语言学学者的广泛关注。

经济管理学领域主要对网络直播的运营模式或营销策略进行研究,认为网络直播因其独特的沉浸式和感性购物体验推动了直播营销这一新营销方式的发展,其中,网络直播购物特征、主播的语言风格等对于消费者购买行为和产品销售量具有很大的影响,并在此基础上对现有的直播营销方式提出管理建议(许贺、曲洪建、蔡建忠,2021;李刚、张倩莎,2022) [1] [2]。

社会学领域的相关研究涉及网络空间话语失序治理和网络直播现象的知识生产等问题。网络直播在增强网民体验感和信息获得感的同时,也造成了直播中话语失范现象的频繁发生,刘宁和黄颀(2019)对网络直播中的失范行为进行分析,并在此基础上提出了话语秩序重塑建议[3]。叶辉和邱晨(2021)通过梳理传统媒体转型视野下对于网络直播现象的知识生产,指出传统媒体语境下的“直播”与网络直播存在较为明显的差异,对于网络直播现象的解释工作无法照搬产生于传统媒体环境下对于直播的理论资源[4]。

新闻传播学领域学者多从场景传播(严晓芳,2016) [5]、主播言语(谢沁露、方嘉莉,2021;王苑丞、

曾要, 2022) [6] [7]、网络直播发展现状与发展策略(许向东, 2018; 朱传欣, 2018; 许成龙, 2020) [8] [9] [10]以及影响消费者购买意愿的因素(Sohn et al., 2017; Tong, 2017; Ma & Mei, 2018; 曾丽红、黄碟, 2021) [11] [12] [13] [14]等方面对网络直播进行研究, 指出目前网络直播的内容格局多以生活娱乐为主, 而网络直播具有即时性和互动性的特征, 可以与各个行业相结合, 推动更加专业、优质的内容融入直播当中, 促使网络直播向服务化转型升级, 为用户提供更多的功能和服务。

在语言学领域, 学者们大多从文体修辞学视角对直播的语言风格和语用策略进行分析。季峰、赵腾飞(2019)对《英雄联盟》电竞解说员的语言特征进行分析, 并针对语言表达中存在的问题提出相应解决策略[15]。孟瑾等(2021)发现, 地方专场的直播带货呈现出广泛使用方言词、网络词的特点, 排比、对偶、祈使、感叹是常用的句式修辞, 认为语言风格特色是影响用户观看的重要因素[16]。徐子静、张新峰(2021)基于语料库研究方法, 从词汇密度和高频词对比考察了李佳琦和某娅两大主播带货的语言特点, 认为极具个人特色的语言能够促进观众消费[17]。

此外, 还有学者从多模态话语分析视角对直播中的非语言符号表达进行研究。王伊蕾、冯德正(2020)借助评价理论, 对斗鱼直播中七个女主播的视频进行了多模态资源使用分析, 探讨了网络环境下当代女性身份的特征, 并在此基础上提出了分析视频语篇中身份建构的多模态理论框架[18]。姬鑫瑞、李万里(2021)对跨境电商直播进行多模态话语分析, 探究在信息交互条件受限时, 不同模态间如何共同作用, 弥补缺失模态[19]。李泽芳(2022)基于系统功能语言学理论和视觉语法对李佳琦淘宝直播带货过程中的语言和非语言模态符号的匹配运用进行分析, 探讨了多模态话语手段在激发消费者购买意愿过程中的作用[20] [21]。

综上所述, 以往对网络直播的研究大多集中在传播学领域, 语言学领域的研究尚处于起步阶段, 且大多数研究多集中于对网络直播的多模态话语分析或仅从修辞学对直播表面的语言现象或语言风格进行分析, 忽视了语言在直播中的人际意义, 此外, 研究对象多以带货直播和电商直播为主。健身直播作为一种新型网络直播行业, 呈现出新的人际互动模式和网络语言发展趋势, 然而从现有研究来看, 仅限于传播学领域学者对“直播 + 健身”的火爆原因、发展现状、存在问题及未来发展的分析(邓维维, 2022; 孔江宏, 2022; 史银月, 2022; 赵馨茹, 2022) [22] [23] [24] [25]。到目前为止, 语言学领域尚未有学者对健身直播进行研究。因此本文在总结前人研究及其局限性的基础上, 基于韩礼德系统功能语言学中的人际功能, 对刘畊宏健身直播中的语言现象进行分析, 试图回答以下问题:

- 1) 健身直播中各类语气和情态资源的分布情况如何?
- 2) 直播是如何通过人际功能带动粉丝参与跟跳行为并维护场内外人际关系的?

3. 理论框架

功能语言学代表人物韩礼德认为语言系统中有三个用于表示功能意义的纯理功能, 即概念功能、人际功能和语篇功能。其中人际功能指人们用语言与他人交往, 建立和维持人际关系, 影响别人的行为, 表达自己对世界的看法, 引出或改变别人的看法(黄国文, 2002) [26], 主要由语气和情态两个系统实现。

语气在人际功能的传递过程中扮演着重要角色, 是实现交流目的的重要句法元素(Halliday & Matthiessen, 2004) [27]。系统功能语法将语气能够产生的言语功能分为四类: 陈述、问题、命令、提供, 从语法结构上看, 陈述语气实现陈述功能, 表示给予信息; 疑问语气实现问题功能, 表示索取信息; 祈使语气实现命令功能, 表示求取物品和服务。

情态系统是系统功能语言学中实现人际功能的重要系统之一, 指事物或认识的可能性、必然性等特征, 通常用来表示说话人对命题是否成功或有效的主观判断, 或者用来反映命题中对方应该承担的义务和个人意愿。在语法中, 情态往往通过情态动词来实现, Halliday (2000) [28]将句子中的情态动词分为了

高、中、低三种不同量值。说话者通过使用高、中、低三种量值的情态操作词，表达不同强度的感受或态度。

4. 研究语料与研究步骤

本文选取抖音官方账号“刘畊宏肥油咔咔掉”中2022年8月11日的直播回放作为研究语料，该场直播是目前为止刘畊宏家庭版多人健身直播中浏览量和点赞量(2.2万)最多的一场，包含了丰富的语言互动资源。本文首先使用飞书软件对时长1:31:56的直播视频进行文字转写，建立全文共计20,838个形符的小型文本语料库，其次对语料中出现的语气类型进行手动识别标注，并借助语料库检索软件AntConc3.5.7对直播话语中的情态动词进行分类检索，并进行人工核对和定量统计。AntConc3.5.7是一款具有类别检索，赋码检索，设置语境检索等多种检索方式，具有获取关键词频率，生成词表，获得搭配短语和提取词频表等多种功能的语料库检索软件，可以使研究结果更具客观性和科学性。

5. 研究结果与讨论

直播健身的主要目的是为了号召大众一起做运动，从而达到健身减脂的目的，在这过程中，与观众互动，拉近社交距离，建立观众信任机制至关重要。其中，语言是实现交际互动最直接有效的方式。系统功能语言学认为，人际功能在意义建构中占重要地位，通过人际功能，讲话者使自己参与到某一情景语境中，来表达他的态度和推断，并试图影响别人的态度和行为。人际功能主要通过语气系统和情态系统实现。

5.1. 语气分析

语气系统体现人际互动中的话语角色关系，本文以小句为单位，对转写文本中所使用的语气类型进行分析统计，结果如表1所示：

Table 1. Distribution of mood types

表 1. 语气类型分布情况

	祈使句	陈述句	疑问句	总计
频数	855	461	242	1558
占比	54.88%	29.59%	15.53%	100%

由表1可知，刘畊宏健身直播话语中祈使句占比最高(54.88%)，其次为陈述句(29.59%)，疑问句占比较小(15.53%)。

5.1.1. 祈使语气

祈使语气具有命令、请求、建议或呼吁等功能，表示说话者希望听话人实施某种行为。在健身直播中，教练往往使用大量祈使语气对观众发出跟练邀请或动作指令。如：

1) come on, let's go, 一起动起来，一起热身

2) 调整呼吸，左右摆动，鼻子吸气，嘴巴吐气，准备跳踢

3) 手到右边，手到左边，换脚，跳起来，双手，“不要麻烦了”，右边，左边，右边跳一下，左边跳一下，再来一次

4) 全力以赴，不要放弃，坚持到底

(1)中刘畊宏在跳操开始之前对观众发出热身邀请，连续使用五个祈使语气，加强了对观众邀约的力

度,使观众提高参与热情,加大了邀约成功的可能性。

(2)和(3)使用祈使语气对观众下发动作指令,对即将出现的动作内容、动作做法及重复次数等给与准备的、及时的语言提示,以帮助观众顺利完成动作之间的转换。

(4)中口号的使用对观众具有鼓舞作用,无形之中从心理上给所有跟练者一种勉励和刺激,从而使其更加积极地投入到跟练当中。

5.1.2. 陈述语气

陈述语气建构陈述与提供的言语功能,在健身直播中,其应用范围较为广泛,通常用来进行动作讲解、健身知识科普、生活趣事分享、营造直播间亲近氛围等。如:

5) 你可以吃低 GI 的碳水或高纤维的碳水,好帮助你有的碳水,但是不要不吃碳水,如果补充的能量不够的话,或碳水不够,营养不足的话,就会很容易低血糖了。

6) 他说我们结婚的时候,我给了你一台法拉利,但是你不能婚后之后给我了一台公交车。

7) 我在跳的时候其实全身冒的都是冷汗。所以每一次他们都赶快帮我擦,因为我冷气已经开到 28 度了,但我还是觉得冷。所以各位有时候它就是一个意志力,当然你们不一定要像我这么极致,但是你可以为你自己每一次再多坚持一点点。

陈述语气具有较强的说理性,(5)通过陈述语气向观众提供信息,对受众进行健康知识科普,帮助观众树立正确的减肥理念,科学健身,从而达到最佳的锻炼效果。

(6) 中 vivi 向观众吐槽自己怀孕后因为身材走样而曾被刘畊宏比作“公交车”(实际上是“面包车”),通过分享生活趣事,使观众产生情感共鸣,一方面拉近了与观众之间的距离,使观众保持长久的观看与运动兴趣,同时也营造了直播间轻松愉快的氛围感,在一定程度上帮助粉丝消解了健身后的疲惫感。

(7) 中刘畊宏生病坚持带操,塑造了一个认真负责且具有高度使命感的教练形象,其与观众共同成长,增强了观众的信任感,拉近了彼此之间的距离,同时给观众带来了精神鼓励与安抚,激励观众为了减肥塑性的目标而努力坚持下去。

5.1.3. 疑问语气

疑问语气建构问题的言语功能,用于索取信息。健身直播中,教练使用疑问语气来征求观众意见和询问观众跟练状态与感受,以便于及时调整跟练曲目和直播节奏。如:

8) 你们要哪一首歌?想要哪一首?可以给你们选一下,《水手怕水》《土耳其冰淇淋》还是《牛仔很忙》?

9) 可以吗?暴汗了没各位?觉得喘吗?觉得累吗?觉得过不过瘾?

例句中,刘畊宏分别在跳操开始前征求观众曲目选择意愿,并在跟练结束后立即询问观众身体状态与感受,使观众对彼此产生认同感,体现了其尊重观众、将观众意愿和体验感放在首位的直播态度,观众得到重视,在心理上获得满足感,从而增加了直播间的留量。

5.2. 情态分析

情态系统表示说话人对命题或事情必然性和或然性的判断和态度,或在命令中要求对方承担义务,或在提议中表达个人的意愿,具有很强的人际功能(苗兴伟、张蕾,2021) [29]。Halliday (2012)将情态动词按其量值分为三类,即高量值、中量值和低量值情态动词[30],彭宣维(2000)按照韩礼德对英语肯定式情态助动词的分类,结合汉语的特点,对汉语情态助动词做了分类,见表 2 [31]。由于本研究的语料为汉语,因此本文在分类上依据彭宣维的分类标准,借助 AntConc3.5.7 语料库检索软件对文本中出现的情态动词进行分类检索,并对不同量值情态动词的使用情况进行统计,统计结果如表 3 所示:

Table 2. Chinese modal auxiliary verb values

表 2. 汉语情态助动词量值

低量值	中量值	高量值
可能, 会, 可, 可以, 能, 能够, 好, 得以, 容易, 来得及	乐意, 愿, 愿意, 情愿, 想, 想要, 要, 要想, 希望, 企图, 好意思, 乐得, 高兴, 乐于, 肯, 敢, 敢于, 勇于, 甘于, 苦于, 懒得, 忍心, 值得, 配, 便于, 有助于, 易于, 善于, 适于, 宜于	得, 应, 该, 应该, 必须, 须得, 必得, 要, 务必, 务须, 须要, 犯得着

Table 3. Distribution of modal verbs

表 3. 情态动词分布情况

	高量值	中量值	低量值	总计
频数	47	71	129	247
占比	19.03%	28.74%	52.23%	100%

由表 3 可以看出, 该直播话语中使用频率最高的是低量值情态动词(52.23%), 其次是中量值情态动词(28.74%), 高量值情态动词的使用频数较少(19.03%)。

5.2.1. 低量值情态动词

低量值情态动词的使用表明说话者对所说话信息的准确度把握不高或者承担较低的情态责任, 但低量值情态动词也可以帮助说话者在话语表达过程中较少的带有个人观点和看法, 使所表达内容更为客观真实, 更具可信度和说服力。在该直播话语中, 使用最多的低量值情态动词是“会”, “会”的功能是推测, 表示意愿、将来和可能性。如:

10) 各位只要你持续动, 就会有健康开心快乐的感觉。

11) 真的告诉大家, 《水手怕水》练多了之后, 线条真的会变得很好。

在这两个例句中, 刘畊宏都使用了低量值情态动词“会”, 表示情态意义中的可能性。从这两个例句中, 我们可以判断, 刘畊宏认为“持续运动”和“产生健康开心快乐的感觉”以及“雕塑线条”之间构成因果关系, 但他分别在两者之间加入低量值情态动词“会”, 就弱化了这种因果关系, 这两句话自然成为一种推测话语, 其中暗含了其对这种关系的不确定或故意模糊这种关系, 避免了其观点表达的绝对性, 给观众留下一定的思考空间, 有效地避免了因观点不同而引起的冲突和矛盾, 有利于营造和谐的网络语言空间氛围。

5.2.2. 中量值情态动词

中量值情态动词介于高量值情态动词和低量值情态动词之间, 可以使说话人的语气更显平和, 易于被受众所接受。如:

12) 暖身非常的重要, **希望**今天大家能够坚持下去。

13) 我们常常做一些自己不擅长的事情来突破自己, 但是我们突破自己之外还努力着, 我们**想要**让你们看见, 虽然我们不会、不熟悉, 可是我们还是**愿意**花时间去努力去学习, **希望**你们呢, 跟着我们一起在练操的过程当中也是这样, 抱着这样的心态。

例句中, 中量值情态动词“希望”“想要”“愿意”的使用表达了说话者的意志和愿望, 其目的是为了说服跟练者再跳操过程中能够坚持、并勇于突破自我。使用中量值情态动词既可以缓和语气, 婉转地将自己的愿望或意志表达给观众, 并在一定程度上影响观众的心态, 同时又能避免造成给人强加于人或是盛气凌人的感觉, 能够为自己留有一定的回旋余地。

5.2.3. 高量值情态动词

高量值情态动词具有最高的责任值，通常用来表达个人对自己或他人应做的事情，表示义务。因其使话语表达缺少一定的协商性和让步性，在该直播话语中，高量值情态动词较少使用，仅在强调一些健身中必须注意的要点或主播表达自己的责任时使用。如：

14) 你一定要有碳水，千万不要不吃碳水来减肥，切记！

15) 我要帮那个男孩女孩们设计服装，然后呢还要帮大家去找一些什么营养补充品，然后你又把我抓去练舞。

(14) 中，高量值情态动词“要”被表示必然性的高量值语气副词“一定”修饰，“不要”被表示意志的语气副词“千万”修饰，进一步加强了说话人的语气，表明“减肥要吃碳水”这一概念的重要性，避免观众在减肥过程中盲目跟风，对身体健康产生不良影响。

(15)使用高量值情态动词“要”来表达说话人在跳操之余负责为观众做的事情，有利于树立一个以粉丝为中心、关心粉丝健康且具有高度责任感的主播形象，从而引发观众情感认同。

从以上分析可以看出，该健身直播话语中大量使用中、低量值情态助动词，可使话语表达具有更大的协商性，是尊重观众的表现。“和高量值的情态表达相比，中、低量值的情态表达具有相对态度，它给听话者留有一定的发表意见和做出决定的余地，因而可以营造一种和谐平等的人际氛围”(魏本力,2005) [32]，而高量值情态助动词使话语表达缺少一定的协商性和让步性，不利于和谐人际关系的构建。

6. 结论

本文基于韩礼德系统功能语言学中的人际功能理论，分别从语气和情态使用两个方面对健身直播的文本语料进行分析，阐述了其在吸引大量粉丝参与跟练及维护场内外人际关系中使用的话语策略。研究发现，在语气方面，该健身直播中主播使用大量祈使语气对观众发出动作指令或邀请，以帮助观众顺利完成跟练；陈述语气用来对粉丝进行动作讲解、健身知识科普、趣事分享等，营造了直播间轻松愉快的氛围，拉近了与粉丝间的人际距离；疑问语气用于征求观众意见或询问观众跟练感受，塑造了一个关心观众、以观众意愿为先的主播形象，易于观众产生情感认同。在情态使用方面，直播中主播多使用中、低量值情态助动词对观众进行自己观点或意愿的表达，而较少使用高量值情态动词，使语言更具协商性，留与观众更多的思想空间，是尊重观众的表现，构建了主播与粉丝间的和谐人际关系。

参考文献

- [1] 许贺, 曲洪建, 蔡建忠. 网络直播情境下服装消费者冲动性购买意愿的影响因素[J]. 东华大学学报(自然科学版), 2021, 47(5): 111-120.
- [2] 李刚, 张倩莎. 电商直播情境下语言运用特征对产品销量的影响机制研究[J]. 商业经济研究, 2022(12): 77-80.
- [3] 刘宁, 黄颀. 网络空间话语失序的治理——以网络直播的失范行为及话语秩序的重塑为例[J]. 领导科学, 2019(8): 51-54.
- [4] 叶琿, 邱晨. 传统媒体转型视野下“直播”概念话语转型的知识社会学分析[J]. 新闻与写作, 2021(3): 38-45.
- [5] 严小芳. 场景传播视阈下的网络直播探析[J]. 新闻界, 2016(15): 51-54.
- [6] 谢沁露, 方嘉莉. 卷入与沉迷: 直播带货主播的话语形态, 情感意涵及问题反思[J]. 新闻与写作, 2021(9): 99-102.
- [7] 王苑丞, 曾要. 网络直播营销中的话语适用度研究——基于扎根理论研究法[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2022, 46(2): 188-193.
- [8] 许向东. 我国网络直播的发展现状、治理困境及应对策略[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2018, 40(3): 70-81.
- [9] 朱传欣. 融合与抵牾——网络直播综艺节目的转型升级[J]. 中国电视, 2018(4): 81-84.
- [10] 许成龙. 主流媒体与网络媒体语言传播的“融合”——以“小朱配琦”为例[J]. 青年记者, 2020(35): 61-62.

- [11] Sohn, S., Seegebarth, B. and Moritz, M. (2017) The Impact of Perceived Visual Complexity of Mobile Online Shops on User's Satisfaction. *Psychology and Marketing*, **34**, 195-214. <https://doi.org/10.1002/mar.20983>
- [12] Tong, J. (2017) A Study on the Effect of Web Live Broadcast on Consumers' Willingness to Purchase. *Open Journal of Business and Management*, **5**, 280-289. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2017.52025>
- [13] Ma, H. and Mei, H. (2018) Empirical Research on the Decision-Making Influence Factors in Consumer Purchase Behavior of Webcasting Platform. *Springer, Cham*, **6**, 1017-1028. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93351-1_80
- [14] 曾丽红, 黄蝶. 是什么在主导网络直播购物意愿——说服理论视域下对直播购物受众购买意愿的影响因素研究[J]. 新闻与写作, 2021(7): 50-57.
- [15] 季峰, 赵腾飞. 网络直播环境下电竞解说的语言问题及对策分析——以《英雄联盟》解说为例[J]. 电视研究, 2019(12): 83-85.
- [16] 孟瑾, 王梦帆, 王玉茜. 网络带货直播的语言特色研究——以湖北爱心公益专场直播“小朱配琦”为例[J]. 汉字文化, 2021(19): 18-19.
- [17] 徐子静, 张新峰. 基于语料库的李佳琦与薇娅直播语言对比研究[J]. 海外英语, 2021(11): 104-106.
- [18] 王伊蕾, 冯德正. 网络媒体与女性身份的多模态建构——以斗鱼直播视频为例[J]. 外国语文研究(辑刊), 2020(1): 66-76.
- [19] 姬鑫瑞, 李万里. 多模态视角下跨境电商直播话语分析[J]. 海外英语, 2021(10): 92-93.
- [20] 李泽芳. 谈淘宝直播带货的多模态匹配运用[J]. 财富时代, 2022(2): 106-108.
- [21] 李泽芳. 网络直播带货的多模态话语分析[J]. 文学教育(下), 2022(1): 173-175.
- [22] 邓维维. 传播学视角下“刘畊宏女孩”的出圈原因研究[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(10): 119-121.
- [23] 孔江宏. “使用与满足”理论视野下对刘畊宏现象的研究[J]. 新闻传播, 2022(16): 17-19.
- [24] 史银月. 健康传播视域下“直播 + 健身”火爆背后的冷思考[J]. 科技传播, 2022, 14(13): 138-140.
- [25] 赵馨茹. 身体传播视域下的“云健身”研究[J]. 科技传播, 2022, 14(13): 147-150.
- [26] 黄国文. 《清明》一诗英译文的人际功能探讨[J]. 外语教学, 2002, 23(3): 34-38.
- [27] Halliday, M.A.K. and Matthiessen, C.M. (2004) *An Introduction to Functional Grammar*. 3rd Edition, Routledge, London.
- [28] Halliday, M.A.K. (2000) *Introduction to Functional Grammar*. 2nd Edition, Routledge, London.
- [29] 苗兴伟, 张蕾. 汉语语篇分析[M]. 北京: 外语教学与研究出版, 2021.
- [30] Halliday, M.A.K. (2012) *An Introduction to Functional Grammar*. 3rd Edition, Foreign Language Teaching and Research Press, Beijing.
- [31] 彭宣维. 英汉语篇综合对比[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2000.
- [32] 魏本力. 情态动词的量值取向[J]. 外语学刊, 2005(4): 56-59, 112.