

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2024, Том 15, № 2 / 2024, Vol. 15, Iss. 2 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2024.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/15FLSK224.pdf>

5.9.6. Языки народов зарубежных стран (китайский язык) (филологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ван, Ч. Социо-психологический аспект влияния новых слов на речевое поведение молодежи (на материале китайского языка) / Ч. Ван, Г. М. Костюшкина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2024. — Т. 15. — № 2. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/15FLSK224.pdf>

For citation:

Wang Zhuo, Kostyushkina G.M. The socio-psychological aspect of the influence of new words on the speech behavior of young people (based on the material of the Chinese language). *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2024;15(2): 15FLSK224. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/15FLSK224.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Работа выполнена в рамках Проекта финансирования научных исследований: Научно-технический проект Муниципальной комиссии по образованию Чунцина (KJQN202102901)

УДК 81.22

Ван Чжо

Чунцинский колледж дошкольного образования, Чунцин, Китай
Доцент
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: 46532171@qq.com

Костюшкина Галина Максимовна

ФГБУН «Иркутский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук», Иркутск, Россия
Главный научный сотрудник, профессор
Доктор филологических наук, профессор

Социо-психологический аспект влияния новых слов на речевое поведение молодежи (на материале китайского языка)

Аннотация. С быстрым развитием общества появление и распространение новых слов стало значительным явлением в языке молодежной группы, оказывая широкое и глубокое влияние на коммуникативное взаимодействие. Цель настоящего исследования состоит в выявлении социо-психологических особенностей влияния новых слов в китайском языке на речевое взаимодействие в молодежной группе. Используя методы анкетирования, глубинных интервью и функционально-семантического анализа, исследование выявляет принятие и толерантность молодежной группы к новым словам, а также ее отношение к их использованию в коммуникации. Новизна исследования состоит в выявлении моделей (типов) речевого поведения в молодежной среде в связи с использованием новых слов. Анализ показал, что мотивы распространения новых слов среди молодежной группы имеют относительную сложность, включая историю эпохи, распространение новых технологий, социальные факторы и продвижение социальных медиаплатформ, что удовлетворяет потребности молодежной группы в эмоциональном обмене и культурной идентификации.

Следует выделить 5 моделей речевого поведения в среде китайской молодежи: Модель 1 «Стремление к простоте», Модель 2 «Стремление к новизне», Модель 3 «Стремление к уникальности», Модель 4 «Слепое подражание» и Модель 5 «Удобство выражения эмоций».

В статье отмечено, что появление новых слов имеет как современную, так и историческую ценность. Те новые слова, которые соответствуют современным тенденциям и обладают жизненностью, будут органично интегрироваться в языковую систему, став частью истории, в то время как слова, которые имеют сильную временную ограниченность, постепенно исчезнут из поля зрения людей.

Ключевые слова: новые слова; молодежная аудитория; механизм баланса; стандартизация; идентификация; модель речевого поведения

Введение

Актуальность исследования феномена новых слов детерминирована изучением их широкого использования в коммуникативном взаимодействии молодежных групп, с учетом их формирования, развития и изменения. Мы сознательно называем их не неологизмами, а новыми словами. При выделении новых слов принимают во внимание только время их появления в языке, отнесение же слов к неологизмам подчеркивает их особые стилистические свойства, связанные с восприятием этих слов как необычных наименований.

Язык является динамической системой, в которой лексика как наиболее активная часть особенно чувствительна к социальным изменениям и служит важным окном, чтобы проникнуть в трансформации социальной жизни [1]. Молодежная группа в качестве творца новых слов играет важнейшую роль в развитии новых слов. Новые слова отражают не только социальные и культурные изменения, но также отражают уникальный образ мышления и социальные привычки молодых людей, став эффективным выразителем их эмоционального выражения. Описательная статистика использования новых слов молодежной группы была проведена на основе результатов опроса 392 молодых людей из разных регионов Китая.

Обсуждения и результаты

1. Квантификация принятия и терпимости молодежной группы к новым словам

Согласно «Статистическому отчету о состоянии развития китайского интернет-пространства», опубликованному Китайским центром информации интернет-пространства (CNNIC), к июню 2023 года количество интернет-пользователей в Китае достигло 1,079 млрд человек, а уровень интернет-проникновения составил 76,4 %. В молодежной группе пользователи в возрастных группах 20–29, 30–39 и 40–49 лет составляют 14,5 %, 20,3 % и 17,7 % соответственно. Здесь стоит отметить, что доля интернет-пользователей в возрастной группе 40–59 лет возросла от 33,2 % в декабре 2022 года до 34,5 %, что свидетельствует о постепенном углублении проникновения интернета в средневозрастную группу. Кроме того, доля молодых людей, которые пользуются интернетом, превышает 48,7 %, почти составляет половину от общего числа молодежной группы, что еще раз подтверждает важность интернета для молодежной группы [2].

Данные опроса 392 молодых людей из разных регионов Китая показывают, что 40,82 % опрошенных используют новые слова, из них 160 человек часто употребляют их. Кроме того, 59,18 % людей используют новые слова только изредка, что наглядно демонстрирует широкую популярность новых слов в молодежной группе. С быстрым развитием китайского интернета и усилением тенденции медиа-интеграции появление и популяризация новых слов получили хорошую поддержку в молодежной среде.

Фактические данные и аналитические результаты, касающиеся степени принятия и терпимости молодежной группы к новым словам, дополнительно подтверждают их активность и открытый подход в языковой области. Наблюдение и исследование поведения молодежной группы в сети позволяет выявить следующие социо-психологические закономерности.

1.1 Культурная адаптивность и открытый подход

В современную эпоху информационного взрыва появляется и быстро распространяется огромное количество новых слов, и степень принятия и терпимости молодежной группы к ним отражает их культурную адаптивность и открытый подход. Молодежная группа в целом хорошо осведомлена о новых словах, они узнают о них через различные каналы интернета, социальные медиаплатформы. С их появлением публикационные пространства стали более разнообразными и открытыми, и любой человек имеет возможность стать распространителем или получателем информации, что предоставляет беспрецедентные возможности для появления и популяризации новых слов.

Исследования показывают, что молодежная группа проявляет высокий уровень терпимости к различным видам новых слов. Независимо от того, являются ли они словами, имеющими семантическо-фонетические помехи, низменными, образованными от первых букв английских слов, актуальными по теме или популярными в интернете, молодые люди не дают им явных положительных или отрицательных оценок, а охотно включают эти новые слова в свою повседневную речь. Такая терпимость отражает высокую культурную адаптивность молодежной группы и относительно широкую открытость к новым словам.

1.2 Скорость передачи и энтузиазм использования

В эпоху интернета скорость появления и распространения новых слов значительно возросла, и они охватывают более широкий круг аудитории. Интернет предоставляет открытую платформу, позволяя любому человеку участвовать в создании и распространении новых слов, что называется «эффект немедленности». В прошлом развитие новых слов было ограничено некоторыми каналами распространения и отсутствием возможностей для обмена, в результате чего новые слова часто не могли набрать достаточного влияния в речи, чтобы сохраниться. Однако в эпоху интернета новые слова могут быстро распространяться через социальные медиаплатформы, включая блоги, форумы и др. в глобальном масштабе. Даже временные популярные темы могут широко распространяться и сохраняться в интернет-пространстве.

В современном обществе высокая частота использования и скорость распространения новых слов демонстрируют полную осведомленность и широкое использование молодежной группой этих слов. Как показано статистическими данными Барнхарта, в США появляется около 800 новых слов английского языка каждый год. По результатам исследования Международного комитета по французскому языку, в Париже за 5 лет было образовано около 10 000 новых слов, а в китайском языке количество новых слов, появляющихся каждый год, составляет около 300–400 [3]. Эти цифры четко демонстрируют стремительный рост количества новых слов, а также отражают активную приемлемость и вовлеченность молодежной группы в процесс их использования.

1.3 Групповая согласованность и возрастные различия

Согласно опросам, проведенным среди молодежи разных регионов Китая, можно сделать вывод, что степень приемлемости новых слов молодежной группой не имеет

очевидных различий, в зависимости от их местонахождения. Это в полной мере подтверждает широкое влияние интернета, который создает общую платформу, позволяя людям из разных мест достичь групповой согласованности в языковом использовании, тем не менее молодежная группа в принятии новых слов демонстрирует значительные различия в зависимости от возрастных и жизненных этапов. Например, анализ речевого поведения 392 коммуникантов показал, что среди молодежной популяции три возрастные группы (11–17 лет, 18–23 лет и 24–34 лет) продемонстрировали явные различия в уровне знания, темпе распространения и интереса к новым словам. В частности, учащиеся средних и высших школ из-за давления, связанного с поступлением в более высокоуровневое учреждение и большего вмешательства родителей, демонстрируют относительно низкий уровень приемлемости новых слов. Молодые люди, вступающие в трудовую деятельность из-за дефицита времени и энергии, связанного с жизненными и рабочими обязанностями, а также обладающие хорошо развитым самоконтролем, также демонстрируют относительно низкую приемлемость новых слов. Напротив, студенты, находясь в условиях, где они располагают достаточным количеством свободного времени, энергии, отсутствием внешних помех и ограничений, а также в условиях неопределенности профессионального самоопределения, живя в среде коллективной культуры, способны использовать в своем общении новые слова, показывая к ним высокую чувствительность и приемлемость. Такие возрастные различия тесно связаны с уровнем приемлемости новых слов.

2. Анализ достоверности и эффективности влияния новых слов на речевое поведение в молодежной группе

Отношения между новыми словами и молодежной группой не являются односторонней линейной связью, а представляют собой сложный и взаимосвязанный процесс. Новые слова являются отражением мыслей, взглядов и ценностных ориентиров молодежной группы, в то же время они глубоко формируют их восприятие и понимание общества и реальности вообще. Как динамические факторы языка и письма появление, эволюция и исчезновение новых слов тесно связаны с социальной культурой, они являются не только свидетелями изменений эпохи, но и важным знаком культурного развития [4]. Учитывая такие социальные и психологические взаимосвязи между новыми словами и молодежной группой, изучение достоверности и степени влияния новых слов на молодежную группу получили дальнейшую проверку.

2.1 Выражение достоверности: приветствие и выражение чувств

При распространении и использовании новых слов их достоверность, т. е. надежность, согласованность и стабильность играют особенно важную роль. Это происходит из-за приветствия молодых людей при помощи новых слов, которые точно отражают образ жизни различных групп, подобно культурной традиции, став ярким впечатком эпохи. Такое влияние отчетливо проявляется, позволяя молодым людям свободно выражать свои чувства и мнения, тем самым вызывая сопереживание и эмоциональный отклик в речевом взаимодействии. Такое влияние новых слов на речевое взаимодействие партнеров по коммуникации еще больше укрепляет их важную роль в молодежной группе. Можно выделить следующие социо-психологические особенности при использовании новых слов в речевом взаимодействии в молодежной среде.

Проявление надежности. Надежность новых слов основана на их способности точно передавать информацию и чувства. Проходя испытание временем и учитывая широкое их принятие молодыми людьми, эти слова постепенно закрепляются, становясь надежным средством эффективного взаимодействия. Например, «88» означает по-русски «Пока», «ето»

переводится как «чувствую себя подавленно», «绝绝子» означает «Супер!» Такие новые слова широко признаны и приняты обществом, став повседневной разговорной лексикой в жизни.

Проявление согласованности. Использование новых слов в молодежной группе демонстрирует высокую согласованность. Эти слова получили широкое признание и принятие, став общими языковыми символами внутри молодежной группы. Такая согласованность проявляется не только в значении и употреблении новых слов, но и в признании молодыми людьми культурных и ценностных ориентиров, выраженных в них. Например: «我emo了;晚上出来喝9» означает «Я в emo, выйдем вечером выпить 9». «Пить 9» здесь обычно означает пить, «9» в данном случае является скрытым выражением употребления алкоголя. Или пример «今晚不行, 金主爸爸让我加班搬砖» — «Сегодня вечером не получится, мой богатый хозяин хочет, чтобы я носил кирпичи». В данном случае «мой богатый хозяин» является метафорическим обозначением для богатого или влиятельного босса, а «носил кирпичи» используется в качестве метафоры, обозначающей тяжелый труд или работу и ее нестандартный график. В случае «886» цифра обычно воспринимается как фонетическая шутка, т. е. как фонетическая подобие выражения «бай-бай», или «до свидания» и используется для выражения желания закончить текущий диалог. Эта фраза не только лаконична и понятна, но и имеет шуточный тон, иногда подразумевая некое отстранение от текущей темы или вовсе желание от нее отказаться, проявляя легкую эмоциональную окраску «да ладно». В приведенном примере (чате на компьютере между двумя молодыми людьми) люди, не знакомые с новыми терминами, не смогли бы понять друг друга, однако широкое распространение новых слов в современной молодежной группе позволяет им общаться без препятствий. Это иллюстрирует закономерность согласованности новых слов.

Основание стабильности. Стабильность новых слов предоставляет молодым людям прочную основу для общения. Хотя язык всегда находится в постоянном развитии и изменении, новые слова в течение некоторого времени могут сохранить относительную фиксированность в значении и употреблении. Такая стабильность позволяет молодым людям сохранить последовательность и точность в обмене мнениями, тем самым повышая эффективность и качество общения. Так, например: «yyds», «u1S1», «PUA», где «Yyyds» означает «вечный Бог» и выражает поклонение. «U1S1» — «говорю откровенно», выражает, что сказанное очень правдиво; «PUA» — это умышленное искажение фактов, непрерывное обвинение, отрицание, введение в заблуждение и обман, чтобы заставить жертву сомневаться в собственной ценности, в результате чего она не сможет не подчиниться тому, кто ее манипулирует. Хотя эти слова появились в языке в 2000-х годах, они до сих пор используются и в течение некоторого времени сохраняют относительно фиксированное значение и употребление.

2.2 Выражение эффективности: время и пространство

Влияние новых слов на речевое поведение молодежной группы является заметным, и это не только вследствие их широкого распространения и частого употребления, но и вследствие глубоких последствий, которые они порождают. Такое влияние обладает четкими закономерностями и внутренней логикой, отражая положительную роль новых слов для молодых людей. В континууме времени и пространства эффективность новых слов особенно заметна.

Беспредельность во времени. Новые слова проявляют свою уникальную эффективность на временном уровне, преодолевая границы между разговорной и письменной языковой формой. Независимо от того, где они используются, — в социальных сетях, в повседневной жизни, на работе, — новые слова могут свободно употребляться молодежной группой, не создавая никаких неудобств. Независимо от того, проводится ли обмен мнениями онлайн или

во время оффлайн-собрания, новые слова легко интегрируются в них, не создавая никаких препятствий для общения. Они уже стали тайным оружием молодых людей, помогая им сблизиться со своими сверстниками, а также важным инструментом для самовыражения и обмена чувствами. Широкое употребление новых слов проникло в каждый уголок жизни молодых людей, тем самым подчеркивая их беспредельность во времени.

Бескрайность в пространстве. На уровне пространства новые слова также демонстрируют свою широкую эффективность. Географические границы и культурные различия уже не являются препятствиями для распространения новых слов. Независимо от того, находятся ли они в оживленных городах или в отдаленных селах, новые слова могут быстро распространяться и интегрироваться в языковую систему молодежной группы, став их общим языковым ресурсом. Независимо от того, какими формами новые слова обладают, — буквы, графические изображения, символы — они все способны служить эффективной коммуникации. Новые слова, благодаря своему уникальному способу, преодолевают границы пространства, позволяя молодой аудитории, независимо от того, где они находятся, в какой-то степени ощутить свое влияние в речевом взаимодействии.

2.3 Мотивы и тенденции распространения новых слов среди молодежной группы

Язык как важный инструмент человеческого общения постепенно формирует и совершенствует свою нормативную систему. Однако все существующее изменяется и прогрессирует, и использование языка в повседневной жизни, безусловно, также порождает различные нетрадиционные формы использования, которые, благодаря принятию и распространению среди широких масс, постепенно получают признание в мейнстриме, превращаясь в обычную практику [5]. Появление и развитие новых слов являются ярким отражением социальных изменений и активности мышления, они не только отражают появление новых вещей, идей и явлений, но и более глубоко раскрывают смешение мультикультурности и столкновения языков. В связи с очевидным влиянием новых слов на коммуникативное взаимодействие в молодежной группе изучение причин и тенденций их распространения является особенно важным.

2.3.1 Социокультурная среда и содействие новых технологий

Появление и развитие новых слов глубоко укоренено в специфической социально-исторической почве, они являются не только продуктом эпохи, но и свидетельством эпохи. Как подчеркнул Тан Фу, когда новые вещи и идеи, как грибы после дождя, начинают появляться, они незаметно меняют менталитет людей и их понимание мира в форме словарного заимствования. Частое появление этих новых вещей и идей не только бросает вызов традиционной идеологической системе людей, но и стимулирует желание людей к исследованиям и познанию мира [6]. В таких условиях новые слова и выражения детерминируют развитие и преобразование языка.

Одновременно бурное развитие новых технологий, особенно широкое применение интернета и других цифровых технологий, определило появление и развитие новых слов. Эти технологии не только значительно изменили образ жизни людей и способы их общения, но и предоставили беспрецедентную платформу для возникновения и распространения новых слов. Благодаря реальному и межрегиональному обмену информацией, пользователи интернета значительно ускорили распространение новых слов, а также быстро расширили их влияние на речевое взаимодействие. Таким образом, социокультурная среда и развитие новых технологий оказали совместное влияние на появление и распространение новых слов. Они взаимодействуют и взаимостимулируют друг друга, составляя мощную двигательную силу развития языка.

2.3.2 Социальный драйв и продвижение через социальные медиаплатформы

На пути социальных преобразований рост новых слов получил мощную поддержку на социальных медиаплатформах. Бурное развитие технологии и стремительная социальная эволюция привели к радикальным изменениям социальных явлений и глубоким трансформациям модели взаимодействия.

Экспоненциальный рост объема информации и ускорение ритма жизни создали благоприятную почву для появления новых слов. Их появление тесно связано с участниками, сценариями, социокультурными и другого рода факторами, отражающими изменения эпохи и развитие культуры [7].

Популяризация социальных медиаплатформ и рост онлайн-социальных платформ изменили способы взаимодействия людей и их социально-психологические особенности, способствуя широкому распространению новых слов, что позволяет новым словам быстро укорениться в языке.

В целом, социальные преобразования и популяризация социальных медиаплатформ вместе дали мощную силу распространения новых слов, которые не только обогатили язык, но и глубоко отразились в социальных изменениях и языковом развитии.

2.3.3 Потребность в частном разговоре и дифференцированном выражении

При изучении причин и тенденций распространения новых слов в молодежной среде их создание и использование тесно связаны с тонкостью восприятия и активностью мышления молодых людей [8].

Они жаждут вырваться из уз конвенциональных языковых форм, выражать себя через новые слова, достигая интимного обмена со сверстниками. В то же время молодые люди используют новые слова для дифференцированного выражения, отражая и формируя свои психологические и социальные особенности.

В многообразном обществе они сталкиваются с разнообразными культурными влияниями и ценностными ориентирами, и дифференцированное выражение через новые слова становится их способом понимания и адаптации к сложной социальной реальности.

На основе детального исследования материала мы можем выделить типы/модели речевого поведения молодежной группы при использовании новых слов: Модель 1 «Стремление к простоте», Модель 2 «Стремление к новизне», Модель 3 «Стремление к уникальности», Модель 4 «Слепое подражание» и Модель 5 «Удобство выражения эмоций». Эти модели речевого поведения отражают не только языковые привычки молодых людей, но и раскрывают их уникальные взгляды в отношении социальной реальности. Рассмотрим их подробнее.

Модель 1 «Стремление к простоте». В информационном обществе способы общения молодых людей становятся все более простыми, отражая их реальную потребность в эффективности и удобстве в быстро меняющемся ритме жизни. Глубоко отпечатанные сетевыми влияниями алфавитные слова, смайлики и другие новые слова стали яркими моментами в общении. Эта модель речевого поведения проявляется не только в лаконичном стиле общения, но и в способности расширять смысл высказывания. Молодые люди, используя лаконичные новые слова, могут напрямую и эффективно передавать информацию, но в то же время могут вызвать разнообразие в интерпретации информации, за словами может стоять множество смыслов и толкований. Например, (1) «88» в китайском языке означает «прощай» или «до свидания», потому что оно похоже по произношению на английское слово «bye-bye».

Его запись и набор на клавиатуре очень удобен, поэтому молодежь часто использует его. Подобные обозначения есть еще, например, «yuds» (первые буквы пиньина «永远的神», что в переводе означает «вечный Бог» или «Бог вечности»).

Модель 2 «Стремление к новизне. Молодые люди полны заинтересованности в новых вещах, и новые слова, как прямой свидетельством эпохи, естественно, становятся их исследовательскими интересами. Использование и распространение новых слов становится важным способом для них, чтобы проявить себя и выделить свою индивидуальность. Этот менталитет поиска новизны отражает не только чуткость и готовность молодых людей к использованию новых слов, но и их позитивное отношение к поиску и познанию новых вещей. Например: (2) «德尔塔病毒» — Дельта-вирус, это один из вирусов, появившийся в период пандемии COVID-19, и является новым термином, связанным с появлением нового явления. Или (3) «直播带货» — интернет-магазин онлайн-продаж. Это в настоящее время популярный способ продаж, где товары продаются в прямом эфире.

Модель 3 «Стремление к уникальности». Новые слова как представители модных трендов являются показателем психологических потребностей молодых людей в индивидуализации и дифференциации. Молодые люди увлекаются их созданием и распространением, демонстрируя свою инновационность и творчество через уникальные способы выражения, что говорит о тенденции влияния на разнообразие и новаторство языковой культуры. По мере популярности новых слов они постепенно распространяются от молодых групп до более широких социальных слоев, в итоге при определенных условиях превращаясь в общепринятые социальные символы [9]. Данная модель речевого поведения может быть проиллюстрирована следующими примерами. (4) «海王», что в буквальном смысле означает «король моря», но в скрытом смысле это слово обозначает «мужчина, который легко влюбляется в разных женщин». (5) «吃瓜», что в буквальном смысле означает «кушать арбуз», но в скрытом смысле это слово используется для выражения интереса к чужим скандалам и слухам, а также для интереса чужой частной жизнью.

Модель 4 «Слепое подражание». Некоторые молодые люди, используя новые слова, действительно могут подвергаться влиянию групповой психологии, проявляя отсутствие независимой мысли и суждения. Они склоняются к следованию за трендами или копированию образа других, а не к выбору новых слов, основанному на личном понимании и реальных потребностях. Это явление отражает глубокое влияние группового поведения и социальной психологии на индивидуальный выбор, что делает языковую практику индивида в определенной степени подчиненную формированию групповых тенденций. Так, общепризнанное выражение, которое каждый привык так говорить, например, «APP» и «WC».

Модель 5 «Удобство выражения эмоций». Новые слова играют важную роль для молодых людей, становясь важным инструментом для выражения эмоций. Столкнувшись с различными социальными давлениями, молодые люди используют новые слова, чтобы выразить свое недовольство, гнев, радость и другие эмоции, тем самым максимально выплескивая свои чувства. Этот тип речевого поведения отражает не только эмоциональные потребности молодых людей, сталкивающихся с жизненными вызовами, но и их мудрость, способствуя языковым новаторствам в решении трудностей. Так, вежливый способ высказывания негативных отзывов, например, грубое выражение типа «TMD», а «辣鸡» (звукоподобная замена для «мусор») является скрытым обозначением недовольства, подразумевающим некачественность или разочарование. Новизна и оригинальность новых слов, безусловно, удовлетворяют индивидуалистические потребности молодых людей, а активное продвижение современных медиа и авторов, в свою очередь, способствует широкому распространению новых слов [10].

2.3.4 Баланс свободы и стандартизации языка при использовании новых слов в речевом взаимодействии

Новая лексика и новая эпоха взаимно дополняют друг друга, став неоспоримым фактом. Перемены эпохи порождают разнообразные продукты, которые в свою очередь порождают бесконечные новые слова. Их влияние на речевое взаимодействие в молодежной группе не только получает поддержку в виде исследовательских данных, но и получает убедительное подтверждение в виде практического отзыва. Поэтому исследователи стали проявлять интерес к изучению механизма влияния использования новых слов на социо-психологический аспект речевого взаимодействия и сформировали два совершенно разных взгляда. Одна сторона решительно защищает традиционный китайский язык, настаивает на сохранении чистоты китайского языка и иероглифа, выступает против появления новых слов, считая, что следует строго управлять вхождением новых слов в официальную языковую систему или, по крайней мере, они должны пройти строгий отбор. Другая сторона, напротив, считает, что языковая система обладает автоматической обновляющей функцией, без необходимости в искусственном вмешательстве, и даже бессмысленные новые слова со временем натурально исчезнут. Они считают, что чрезмерное подавление, напротив, может привести к негативным последствиям. Обе стороны имеют свои положительные моменты. При изучении механизма влияния новых слов на общение в молодежной среде следует сохранять объективную и рациональную позицию, избегая крайних решений.

Появление новых слов является не только продуктом эпохи, но также проявлением языковой энергии и новаторства. Они с помощью их уникальной выразительности обогащают речь, делая ее более эмоциональной. По мнению ученых, исследование языка реального языкового сообщества помогает понять языковые изменения. Языковые изменения происходят из языковых деяний людей и постоянно пополняют языковую систему. Языковые новации не равняются языковым изменениям. Они могут войти в языковую систему, стать частью языкового социального варианта, и таким образом вызвать языковые изменения, или они могут исчезнуть по мере развития времени, из-за языковой нормализации [11].

Это еще раз подтверждает мысль, что в процессе регулирования новых слов необходимо сохранять сбалансированное отношение к ним. Изменения языка являются абсолютными, а нормирование — относительным [12].

Эта мысль глубоко отражает сущностные черты языкового развития. Постоянные изменения и новации языка являются проявлением его жизненности, а нормирование представляет собой относительно стабильную языковую форму, которая формируется в процессе этого развития. Поэтому к появлению и употреблению новых слов следует относиться с умеренной открытой позицией. Это означает, что необходимо не только признать природные законы языкового развития, но и предоставить новым словам определенную степень свободы, позволяя им свободно развиваться в языковой системе.

Кроме того, новые слова и выражения являются очень динамичными языковыми явлениями. Многие новые слова еще не стабильны и нуждаются в нормализации [13].

Среди этих нестабильных новых слов есть некоторые грубые, ненормативные термины. Если эти термины не будут стандартизированы, они, вполне вероятно, нанесут ущерб чистоте языка, влияя на нормальную коммуникацию людей. Поэтому чрезвычайно важно проводить отбор и фильтрацию новых слов посредством стандартизации. Для этого необходимо совместное усилие со стороны соответствующих организаций, таких как языковые эксперты, образовательные учреждения и другие в целях создания эффективных механизмов проверки и стандартизации, которые бы вовремя отследили и оценили появление новых слов, а также их влияние на языковую практику — речевое поведение коммуникантов.

Исследование новых слов китайского языка с когнитивно-психологической точки зрения позволяет углубить понимание новых слов, более четко отразить изменения в структуре и значении слов, а также раскрыть способность людей концептуализировать опыт [14]. Это служит мощной опорой для разработки научно обоснованных стандартов. Процесс стандартизации также должен в полной мере опираться на исследовательские результаты многих научных дисциплин, таких как лингвистика, социология, психология и т. д., для глубокого исследования и мониторинга тенденций новых слов. Это не только помогает более точно понять развитие новых слов, но и служит мощной опорой для разработки научно обоснованных стандартов.

Заключение

Молодежная группа как основная сила социального прогресса обладает сильными способностями принимать и осознавать новый опыт. Новые слова, созданные молодежью, часто могут точно отразить социальные явления и дух эпохи, обладая сильной жизненной силой и распространенностью. Поэтому следует предоставить молодежной группе определенную степень свободы в создании и употреблении новых слов, поощрять их активное участие в языковых новациях, чтобы они внесли свой вклад в развитие языка.

Под воздействием многокультурности, дифференцированное выражение новых слов отражает психологические и социальные черты и изменения молодого поколения, выступая важным инструментом, позволяющим им справляться со сложной реальной действительностью. Выделенные модели речевого поведения при использовании новых слов в молодежной среде («Стремление к простоте», «Стремление к новизне», «Стремление к уникальности», «Слепое подражание», «Удобство выражения эмоций») не только демонстрируют языковые, социальные и психологические особенности молодых людей, но и глубоко раскрывают их уникальный взгляд на реальный мир в процессе его познания.

В процессе развития новых слов «свобода и стандартизация» — как два крыла, которые совместно поддерживают их сбалансированное развитие. Молодежная группа, как основная аудитория и распространитель новых слов, испытывает их влияние в процессе общения. Появление новых слов имеет как современную, так и историческую ценность. Те новые слова, которые соответствуют современным тенденциям и обладают жизненностью, будут, естественно, интегрироваться в языковую систему, став часть истории, в то время как слова, которые имеют сильную временную ограниченность, постепенно исчезнут из поля зрения людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Li Xiangling. Cultural Cognition of Network Neologism Groups [J] // Journal of Henan University (Social Sciences Edition), 2021. — 61(03). — P. 120–125.
2. China Internet Network Information Center (CNNIC) // The 51st Statistical Report on Internet Development in China. Beijing: China Internet Network Information Center, 2023.
3. Zhang Zhiyi, Zhang Qingyun. Trends and Selections of Neologisms in the New Era // Language Planning, 1997(03). — P. 15–18.
4. Li Xiangling. Cultural Cognition of Network Neologism Groups [J] // Journal of Henan University (Social Sciences Edition), 2021. — 61(03). — P. 120–125.

5. Cao Fengxia. Exploring Language Variation Through the Use of Contemporary Neologisms [J] // People's Tribune, 2010. — 29). — P. 198–199.
6. Tang Fu. A Study on the Development of Modern Chinese Neologisms Based on Sociolinguistics // Language Planning, 2016. — 18. — P. 89–90.
7. Fang Qingming, Peng Xiaochuan. A Study of Neologisms from a Cognitive-Psychological Perspective // Applied Linguistics, 2013. — 3. — P. 79–87.
8. Cao Fengxia. Exploring Language Variation Through the Use of Contemporary Neologisms // People's Tribune, 2010. — 29. — P. 198–199.
9. Zeng Xiangxi. The Impact of Contemporary Chinese Social and Cultural Changes on Chinese Neologisms // Jiangnan Tribune, 2003. — 12. — P. 65–68.
10. Chen Guanglei. Accommodating Variation and Implementing Norms. New Language Phenomena Are Concerning, Opinions Vary // Wen Hui Bao, — December 17, 1999.
11. Zhang Jurong, Kong Xianglan. A Survey of Popular Expressions on Campus // Foreign Language Research, 2005. — 4. — P. 12–15.
12. Shao Jingmin, Ma Zhe. A Dynamic Perspective on the Evolution of Chinese in the Internet Era // Applied Linguistics, 2008. — 3. — P. 53–62.
13. Zhang Weihong. A Discussion on the Use of Neologisms from the Perspective of Traditional Media // News Knowledge, 2011. — 4. — P. 31–33.
14. Fang Qingming, Peng Xiaochuan. A Study of Neologisms from a Cognitive-Psychological Perspective // Applied Linguistics, 2013. — 3. — P. 79–87.

Wang Zhuo

Chongqing Preschool Education College, Chongqing, China
E-mail: 46532171@qq.com

Kostyushkina Galina Maximovna

Irkutsk Scientific Center the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Irkutsk, Russia

The socio-psychological aspect of the influence of new words on the speech behavior of young people (based on the material of the Chinese language)

Abstract. With the rapid development of society, the emergence and spread of new words has become a significant phenomenon in the language field, especially among the youth group, having a broad and profound impact on communicative interaction. The purpose of this study is to identify the socio-psychological features of the influence of new words in the Chinese language on speech interaction in a youth group. Using the methods of questionnaires, in-depth interviews, functional and semantic analysis, the study reveals the acceptance and tolerance of the youth group to new words, as well as its attitude to their use in communication and the frequency of use of these words. The novelty of the study is to identify patterns (types) of speech behavior among young people in connection with the use of new words. The analysis showed that the motives for spreading new words among the youth group have a relative complexity, including the history of the era, the expansion of new technologies, social factors and the promotion of social media, which satisfy the needs of the youth group in emotional exchange and cultural identification. There are 5 models of speech behavior among Chinese youth: Model 1 «Striving for simplicity», Model 2 «Striving for novelty», Model 3 «Striving for uniqueness», Model 4 «Blind imitation» and Model 5 «Convenience of expressing emotions».

Keywords: new words; youth audience; balance mechanism; standardization; identification; the model of speech behavior