网络时代英语新词汇的产生和在我国初中生群体中的传播

研究过程

**一、问卷调查**

**1.设计调查问卷**

问卷调查 中学生对英语新词汇的认知和使用情况

（1）在生活中，你是否经常接触到英语新词汇？

A 经常接触 B 偶尔见到 C 从未接触到

（2）（多选）你是如何接触到英语新词汇的？

A 通过网络 B 通过杂志/期刊/报纸

C 与周围人的社交过程中 D 从未接触到

（3）（多选）你更常接触到哪一方面的英语新词汇？

A 科技领域 如AI幻觉（AI hallucination）

B 社交媒体 如vlog

C 日常生活 如门槛友谊（Threshold friendship）

D 社会问题 如塑料守护者（Plastic guardian）

E 从未接触到

（4）遇到英语新词汇，你会主动地去了解吗

A会，很有兴趣 B随缘而定，有时想

C完全不会主动了解

（5）在日常生活中，你经常会使用到英语新词汇吗

A会 B偶尔 C不会使用

（6）在以下的9个近年来热门英语新词汇中，你知道几个

influencer FOMO de-influencing

meme bromance clickbait

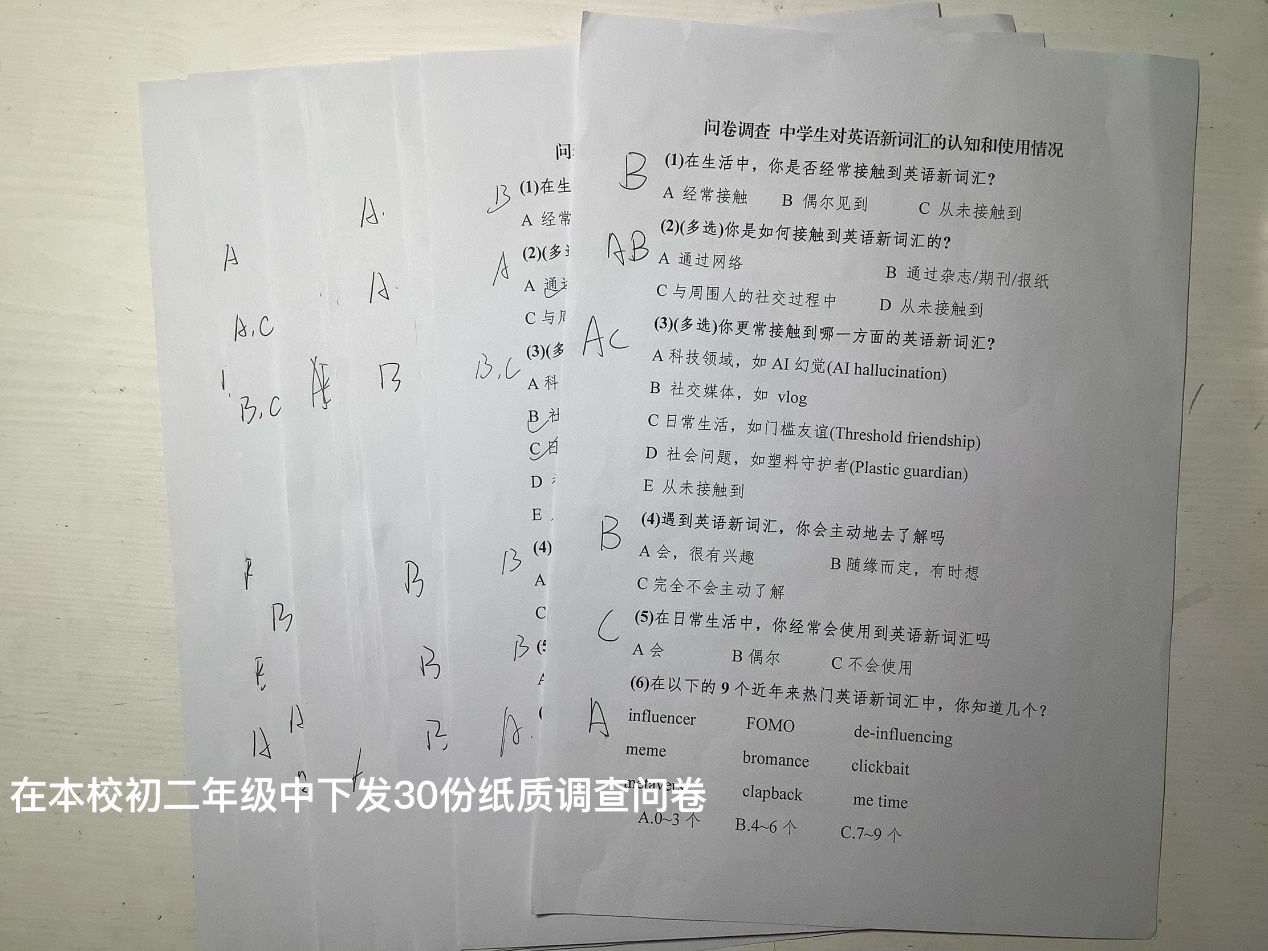
metaverse clapback me time

A 0～3个 B 4～6个 C 7～9个

**2.组织填写调查问卷**

面向中国矿业大学附属中学初二年级学生，发放纸质调查问卷20份，并通过微信群发放电子调查问卷。

最终收回有效问卷30份。



**3.调查结果统计**

对调查问卷的结果进行整理统计如表1。

**表1.调查问卷结果统计表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 题号 | A | B | C | D |
| 1 | 56.7% | 36.7% | 6.7% |  |
| 2 | 66.7% | 53.3% | 36.7% | 6.7% |
| 3 | 26.7% | 60.0% | 60.0% | 23.3% |
| 4 | 10.0% | 80.0% | 10.0% |  |
| 5 | 23.3% | 60.0% | 16.7% |  |
| 6 | 80.0% | 10.0% | 10.0% |  |

**具体内容：**

**（1）接触英语新词汇的频率**

56.7%的中学生经常接触到英语新词汇

36.7%的中学生偶尔见到英语新词汇

6.7%的中学生从未接触到英语新词汇

**（2）接触英语新词汇的途径**

66.7%的中学生通过网络接触到英语新词汇

53.3%的中学生通过杂志期刊报纸接触到英语新词汇

36.7%的中学生在社交过程中接触到英语新词汇

**（3）接触到英语新词汇的领域分布**

26.7%的中学生更常接触到科技领域的英语新词汇

60%的中学生更常接触到社交媒体领域的英语新词汇

60%的中学生更常接触到日常生活方面的英语新词汇

23.3%的中学生更常接触到社会问题方面的英语新词汇

**（4）接触英语新词汇的主动性**

10%的中学生在遇到英语新词汇时很有兴趣主动了解

80%的中学生在遇到英语新词汇时有时主动了解

10%的中学生完全不会主动了解英语新词汇

**（5）使用英语新词汇的频率**

23.3%的中学生在日常生活中经常使用到英语新词汇

60%的中学生在日常生活中偶尔使用到英语新词汇

16.7%的中学生不会在日常生活中使用到英语新词汇

**（6）对热门英语新词汇的了解情况**

本课题主持人在制作调查问卷时，从近年来热门的英语新词汇中选取了具有代表性的来自不同领域的九个词汇。通过调查问卷，了解到受调查人群对于这九个词汇的了解情况为：

知道零到三个：80%

知道四到六个：10%

知道七到九个：10%

**4.分析结果**

综合分析得出：

一半以上的中学生经常接触到英语新词汇；

少数中学生从未接触到英语新词汇；

绝大部分中学生通过网络接触到英语新词汇；

一半以上的中学生通过杂志期刊报纸接触到英语新词汇；

一部分中学生在社交过程中接触到英语新词汇；

绝大部分的中学生更常接触到社交媒体领域和日常生活方面的英语新词汇；

少数中学生在遇到英语新词汇时总是有兴趣主动了解；

多数中学生有时有兴趣了解英语新词汇；

绝大部分中学生在日常生活中偶尔使用英语新词汇；

少数中学生在日常生活中经常或从不使用英语新词汇。

**二、词汇收集与分类**

（一）选取近年来在日常生活中应用广泛的10个英语新词汇，分析其产生与传播。

1.元宇宙疲劳（Metaverse fatigue）

随着元宇宙概念的火热，人们开始对这种沉浸式虚拟体验产生疲惫感。这一词语最早出现在科技博客和社交媒体平台，例如TechCrunch和Wired  《连线》杂志。它用来形容人们对虚拟世界过度依赖所产生的心理疲惫。

2.生成式AI（Generative AI）

“生成式AI”这个概念在2022年后逐渐走红，随着ChatGPT等大语言模型的广泛应用，它成为科技领域的热门话题。词语的广泛传播得益于《Nature》等学术期刊和科技媒体的报道。

3.AI幻觉（AI hallucination）

这个术语起源于人工智能研究领域，用来描述AI模型生成文本时出现的不合理或错误内容。最早可以追溯到2021年的《Artificial Intelligence Review》等专业论文，并在2024年被广泛引用于行业研讨会和主流媒体中。

4.职业燃尽症（Career burnout syndrome）

描述长期职业压力导致的身心疲惫状态。《哈佛商业评论》（Harvard Business Review）在2024年初刊登了一篇专题文章，分析这一现象的蔓延趋势。

5.悄悄辞职（Quiet quitting）

这一词语在TikTok等社交媒体上迅速传播，用来形容员工通过减少工作投入来划清职业边界的现象。梅里亚姆-韦伯斯特词典（Merriam-Webster Dictionary）在2022年正式收录了这个词语，标志着其社会影响力的上升。

6.塑料守护者（Plastic guardian）

用于描述减少塑料使用、倡导环保的人群。《国家地理》（National Geographic）在2024年的一篇环保报道中首次提到这一词汇。

7.算法剧本（Algorithmic script）

随着AI在影视创作中的广泛应用，这一词语诞生，用以形容由算法生成的剧本。Variety杂志首次提及这个词语时，毫不客气地调侃道：“一部戏可能有上亿个分支情节，但我们真的需要吗？”

8.电子运动员（E-athlete）

用于形容从事电竞比赛的职业选手。这一词语早在2020年代初出现，但在2024年因电竞进入奥运会而再次流行，被《ESPN》广泛引用。

9.气候焦虑（Climate anxiety）

这个概念最早见于心理学研究，特别是在Psychology Today等学术出版物中。随着气候变化问题的加剧，气候焦虑在2020年代初成为公众讨论的热点词汇。

10.clickbait标题党

click点击，bait诱饵，标题党们通过哗众取宠的标题吸引眼球，获得点击率。

2006年，杰伊·盖格（Jay Geiger）首次使用了clickbait，近几年开始流行。

**（二）总体分析**

**以上新词汇的共同点为**：都产生于社交媒体或杂志期刊，并且借助社交媒体和杂志期刊这两种传播途径流行

以vlog为例，vlog是博客的一种类型，全称是video blog或video log，意思是视频记录，视频博客、视频网络日志，源于blog的变体，强调时效性，vlog作者以影像代替文字或相片，写个人网志，上传与网友分享。

YouTube平台对vlog的定义是创作者通过拍摄视频记录日常生活，这类创作者被统称为vlogger。

2009年，vlog被收录进韦氏大词典。

2018年，vlog开始走进大众生活，正式进入vlog时代。

vlog是一种视频形式，可以有两种定义：一种是“video log－视频日志”，另一种定义成“video of log－日志视频”。区别在于前面一种定义的重心是日志，本质上和文字日记，图片日记是一个形式，是用视频的形式承载日志的内容；而后一种定义则是更在意视频，日志内容为视频服务，vlog只是众多风格视频其中的一款形式，以日常记录为内容的视频。

对于全球范围内的95后甚至00后来说，vlog已经逐渐成为了他们记录生活，表达个性最为主要的方式。这是个人网志的历史进化，由个人网页到网址，由八米厘实验电影到Hi-8、BT分享、Web2.0、Youtube(油管)。

分析总结可得，‌新词汇产生的背景主要包括以下几个方面：

**社会变革和科技进步**：社会的改革和历史的进步是推动新词汇产生的重要原因。例如，从计划经济向市场经济的转变过程中，许多新词汇应运而生，如“承包制”、“责任制”、“下海”等，这些词汇反映了社会经济结构的变化。此外，科学技术的发展也促进了新词汇的出现，如“克隆”、“基因”、“纳米”等词汇与最新的科技进展密切相关。

**文化交流和语言接触**：不同国家、民族、地区之间的相互接触和文化交流也是新词汇产生的重要来源。文化交融与渗透导致大量借词的产生，例如英语中大量借用了法语、拉丁语和希腊语等语言的词汇。

**语言内部的变化**：语言内部的变化也会产生新词汇。例如，旧事物的名称变更或新事物的出现会导致新词汇的产生。为了避讳某些事物，人们会创造新的词汇，如古代避讳“虎”而称其为“大虫”。此外，词义的演变也会促使新词汇的出现，如词义的分化或多义词的解体。

**社交媒体和网络文化**：随着社交媒体和网络的普及，许多网络用语和流行语也应运而生。这些词汇往往反映了当代青年的生活态度和社交习惯，如“网红”、“直播”、“点赞”等‌。这些词汇在青年群体中广泛传播，构建了一个以共享与亲密为核心的社交空间。

**缩略语盛行**： 为了快速便捷，人们开始使用缩略语，例如“lol”（laugh out loud），“brb”（be right back）等等。这些缩略语不仅简短，而且更具趣味性，能更好地表达情感。缩略语盛行： 为了快速便捷，人们开始使用缩略语，例如“lol”（laugh out loud），“brb”（be right back）等等。这些缩略语不仅简短，而且更具趣味性，能更好地表达情感。

**新词不断涌现**：网络世界不断创造新词汇，例如 "influencer" （网红）、"meme" （梗）等等，这些新词反映着网络文化的演变和人们对新事物的接受程度。

语言学家们对英语网络用语进行了深入研究，从以下几个方面进行分析：

**语言简化**：网络语言追求效率和便捷，因此在语法和词汇上都进行了简化，例如省略介词、使用非正式词汇等等。这种简化不仅提高了交流速度，也更符合网络环境的特点。

**语义扩展**： 网络语言中很多词汇的语义得到了扩展，例如“cool”可以表达“赞”的意思，而“awesome”则可以表达“太棒了”。这种语义扩展反映着语言的动态性和创造性。

**文化影响**：英语网络用语受到不同文化的影响，例如“emoji”的流行就是受到日本文化的启发。这些文化元素的融入也丰富了英语网络语言的内涵。