

网络流行语的心理空间建构与社会心理传播动因分析

——以“我X了”构式为例

余佳丽

扬州大学外国语学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2023年6月13日; 录用日期: 2023年7月19日; 发布日期: 2023年7月26日

摘要

近年来, 网络新媒体中出现了大量语言使用者对语言常规表达式的创新或偏离的新型的语言范式, 这个过程的动因一是人类认知心理规律的支配, 二是社会交际的需要。变异的语言形式和语义的组合生成和传播的过程都离不开行为心理主体的参与, 受人类认知心理机制和交际者的社会心理因素制约, 具有认知理据性和心理现实性。研究发现, 以“我X了”构式为代表的语义生成是心理空间单一框架、镜像网络、单域网络、双域网络概念整合等认知心理机制作用的结果, 在言语趋同与亲和心理、言语趋异与求异心理、言语保持与宣泄心理等社会心理因素影响下传播速度十分可观, 使用频率逐渐增加, 成为了一种语言现象和文化现象。

关键词

网络流行语, 认知心理, 社会心理, “我X了”构式

On the Motives for Mental Space Construction and Social Psychological Communication of Internet Buzzword

—An Example of “我X了” Construction

Jiali Yu

College of International Studies, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 13th, 2023; accepted: Jul. 19th, 2023; published: Jul. 26th, 2023

Abstract

In recent years, a large number of new language paradigms have emerged in online new media, where language users have innovated or deviated from conventional language expressions. This process is driven by the dominance of human cognitive psychological laws and the need for social communication. The process of generating and spreading the combination of mutated language forms and semantics cannot be separated from the participation of behavioral psychological subjects, and is constrained by human cognitive psychological mechanisms and social psychological factors of communicators, with cognitive motivation and psychological reality. The research has found that the semantic generation represented by the “我X了” construction is the result of cognitive psychological mechanisms of conceptual integration such as single framing network, frame network, one-sided network, two-sided network of mental space. Under the influence of social psychological factors such as language convergence and affinity mentality, language divergence and difference mentality, and language maintenance and catharsis mentality, the network buzzwords are spread considerably fast, and the frequency of use is gradually increasing, becoming a linguistic and cultural phenomenon.

Keywords

Network Buzzword, Cognitive Psychology, Social Psychology, “我X了” Construction

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

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 51 次网络发展状况统计报告(2023)显示,截至 2022 年 12 月,我国网民规模达 10.67 亿,较 2021 年 12 月增长 3549 万,互联网普及率达 75.6%。随着网络在人们生活中发挥着越来越重要的作用,虚拟环境中的言语行为研究逐渐发展为心理学和语言学研究的重要议题之一。语言与社会的共变使得网络流行语不断涌现,其特征由网络流行语特殊的语言属性决定,又受外部特殊环境制约,成为了人类认知和社会心理的语言载体和集中体现,“我 X 了”构式便是其中的一个代表,它源于流行语“我太难了”,而人们不满足使用这一种形式,生成了适用于不同语境的变体,如:“我醉了”、“我悲剧了”、“我涨姿势了”等,通过特殊的句式结构表达使用者的个性和与众不同。虽然是非常规化的句法结构,该构式却具有广泛的使用功能并逐渐成为了习语性的表达方式,成为了社会心理发展变化的一种符号表征。

2. 网络流行语的研究现状

2.1. 网络流行语的定义

网络流行语作为信息时代一种新型的网络语言形态,是特定社会生活和社会结构的及时反映,是“一定时段内主要在网络场域被网民自发使用的、最活跃的、具有发酵功能和特殊意义的,并往往对社会现实产生影响的语言符号”(王仕勇, 2014)。作为一种特殊语言变异形式,网络流行语是语言使用者在实际运用中根据自身需要改造习语,对语言常规表达式的创新或偏离,其组合的方式体现了这一时期网络语

言背后认知方式的创新，同时也反映了特定时期社会群体心理。

2.2. 相关研究综述

目前，网络流行语的相关研究已初具规模，从学科归属上来看，对网络流行语研究的最开始是从“语言学”方向开展的，主要聚焦在构词特征、语言变异等研究视角。随着社会文化生活的变迁以及网络流行语的广泛传播，国内学者指出网络流行语不仅是一种网络语言，同时也是一种社会现象，对于它的社会科学研究，从语言学迅速扩展到社会学、心理学等领域，主要研究内容之一便是网络流行语的生成与传播机制，其中传播学视角的研究居多，从模因论、符号互动、巴赫金的“狂欢”理论等视角，分析网络流行语的传播动力、传播机制、传播心态，并对网络流行语未来的发展趋势与对社会意识形态的影响进行思考(唐铮, 丁振球, 2022; 吴茜, 2021; 鞠瑞, 2022)。在生成机制的研究中，大多从语言学视角开展，于建波(2021)从概念整合理论的角度，以近几年的网络流行语为例，阐释其意义构建中所蕴含的思维和现实生活体验的交互映射整合过程；周妍(2019)基于语言经济性，指出网络流行语的生命力取决于语言系统和社会选择，它不仅是网民的语言再创造产物，也是文化表达价值和社会意义的符号化缩影，是当下网络媒介文化的重要组成部分。在传播机制的研究中，很多学者从模因论、社会心理视角进行研究，例如黄婉童(2020)基于模因论，发现网络流行语的生产与传播，是模因宿主、新闻事件网络流行语模因、网络媒体和传统媒体等多重传播要素共同参与和作用的结果，刘蒙之(2023)提出网络流行语与社会心态关系密切，映射着人们现时的思想内涵、社会观念和道德意识。

从总体来看，近年来的网络流行语单一学科研究多，跨学科视角研究少。事实上，网络流行语既是一种语言现象，也是一种社会心理现象，作为语言变体，语言学角度的研究不应被摒弃，但作为社会镜像，人的主观世界对于社会生活现象的直觉反映，同样需将其置于社会大环境予以“内外兼顾”，但此类研究甚少。因此本研究旨在结合语言学和社会心理学相关理论，探索网络流行语在生成与传播过程中的认知理据性和社会心理现实性。

2.3. 研究意义

网络流行语是网络文化的载体，是我国社会生活日新月异的变化和新时代网民们价值取向、心理态度、情绪表达的真实记录。传统的网络流行语研究以社会语言规范来解释语码变化，忽略了交际者的动机和认知等社会心理因素的影响。盛若菁(2008)提出，当现有语言系统中没有合适的语言形式表达人们某种社会心理和表达诉求时，网络环境的自由和网络群体的创造性有可能会使语言系统中的缺口迅速得到填补。冯特引领的自然科学心理学，着重在于对心理现象与过程的描述，忽视了人的主体性与对人寻求意义的心理过程的考察(王申连, 郭本禹, 2022)，变异的语言形式和语义的组合生成和传播的过程都离不开行为心理主体的参与，受人类认知心理机制和交际者的社会心理因素制约，具有认知理据性和心理现实性。由此，本研究从流行语构式生成和传播过程中人的主体性的问题出发，以“我 X 了”构式为例，探究其要使用人群参与网络流行语的仿拟和传播的具体认知与心理动机，从而更好地探究网络流行语的传播动因，也为语言的认知和社会心理研究提供一定的参考。同时，网络流行语作为“社会的反光镜”和“时代的透视机”，对其进行研究对探索社群网络中人们物质生活、价值取向、思维方式、审美趣味等社会心理的静态与动态变化仍具有现实意义。

3. 理论基础

3.1. 网络流行语与心理空间

心理空间是 Fauconnier 于 1985 年在 *Mental Space* 中提出的心理空间理论的核心，该理论研究了人类

的认知心理结构，旨在解释语言即时或实时的产生与理解的过程。心理空间被认为是储存某特定域信息的临时性容器，抽象的思维过程可以通过心理空间具体表达为头脑中存在的多个认知空间之间复杂的映射过程。在心理空间理论的基础上，Fauconnier 提出了概念整合理论，指的是通过激活多个心理空间并对其进行合成以产生新空间及形成概念的过程，概念整合网络是概念整合理论的核心，其通过对心理空间进行基本认知操作，建立互相映射的心理空间网络。在一个概念整合系统，一般包含四个心理空间，即两个输入心理空间(input space)、一个类属空间(generic space)和一个合成空间(blended space)。两个输入心理空间通过跨空间地部分映现、匹配并有选择地投射到合成空间(the blended mental space)，而合成空间则从两个输入空间选择性地镜像、匹配并跨空间投射到第四个空间，形成层创结构(Fauconnier & Turner, 2002)。从概念整合角度探究网络流行语语义的动态构建过程，大脑所进行的一系列动态的心理空间的合成映射操作，突破了传统语言学的解释方法，通过建构心理空间的方式来揭示语言运用背后的认知机制，可以为思维和语言中的动态映射提供模式。

3.2. 网络流行语与社会心理

网络流行语作为社会心态的真实表征，其使用与社会心理密切相关。基于社会心理学中的相似吸引原则、社会交换原则、归因原则和群体特征原则，社会心理学家 Giles、Powesland (1975)提出了言语适应理论(Speech Accommodation Theory)，主要用于解释人们在交际过程中的心理动机。该理论旨在阐释言语风格变化中的言语趋同(language convergence)、言语趋异(language divergence)和语言保持(language maintenance)等交际策略的心理动机和情感因素等的影响(刘正光, 2001)。言语适应理论作为一种社会心理模式，强调人的动机、认知和情感是制约其言语行为选择的重要因素之一，突出强调受话人对说话人的言语行为的作用和影响，有效解释了社会语言规范被遵守或被违背的心理动因及其所带来的社会后果。网络流行语既是一种语言现象，也是一种社会心理现象，言语适应理论视角可以为识解动态使用和广泛传播中的网络流行语提供新的借鉴。

4. 网络流行语心理空间分析

左秀兰(2009)指出网络流行语以简单的语言符号来传达丰富的思想感情和内涵，最大限度地体现个体在语言上的创造力，具有很强的心理显著性。网络语言作为一种新的审美文化对现实文化(规范文化)的反叛和超越，在交际过程中，它的语言单元的原始意义需要转变成一种动态的语用意义。这样，交流者就可以在跨越文化壁垒的过程中，逐渐地接受到交际对方的心理空间，从而了解到对方的交际意图。语言的不同表现形式对心理空间的建构起着制约作用，其构建与解读依赖交际双方(尤其是接受者)的认知心理与状态，交际者需要对这些偏离语言常规的网络语言符号进行编码和解读，从而拓宽语言符号的义项，增强了语言的表达力，促使语言保持旺盛的生命力，而这也正是语言发展的必然趋势。因此，通过建构心理空间的方式来揭示语言运用背后的认知机制的概念整合理论成为了一个理想的理论框架，一般来说概念整合网络有四个心理空间子网络：单一框架网络(single framing network)、镜像框架网络(frame network)、单域网络(one-sided network)、双域网络(two-sided network)。

4.1. 网络流行语与单一框架网络

单一框架网络又被称为简单型心理空间网络，其中一个输入空间提供抽象的组织框架，而另一个心理空间只提供元素，两个输入空间通过跨空间映射将元素投入到框架中，从而形成了合成空间。以我“X”了构式变体“我 lay 了”为例，输入空间 I 包含“英文：lay”元素。输入空间 II 包括“中文：累”元素。类属空间提取了两个输入空间的共有属性，即发音的临近性，通过跨空间映射完成概念整

合的组合步骤并形成了合成空间，只有在合成空间里，英文单词“lay”才能拥有中文表达“累”的框架。这类网络流行语通过形式上的创新，凸显了交际者在交流中彰显自我个性以及个性化情绪表达，在未能面对面交流的情况下却能在心理空间的建构中达到一定的诙谐幽默。我“X”了构式作为网络流行语的代表之一，对其变体的心理空间在线认知分析也同样对网络流行语语义生成机制的阐释提供佐证。

4.2. 网络流行语与镜像网络

镜像网络中所有的心理空间，即两个输入空间、类属空间和合成空间，享有相同的组织框架，并且它们之间不存在冲突。例如，网友以“我周震南了”为梗表达自己落伍了，跟不上时代了。周震南作为明星爱豆，由于被发现用2G上网等原因，从而被称为“断网少年”，所以网友们纷纷玩起了这个梗。在“我周震南了”这一流行语的动态分析过程中，输入空间 I 是信息社交框架，包含“交际者作为主体的消息灵通与否”等元素，输入空间 II 是名人框架。包含“周震南与网络脱节，反应手足无措”等元素，类属空间中包含其共有的结构：主体的信息社交的表现与结果。在跨空间映射的完善阶段，交际者的背景知识被激活，两个输入空间的部分元素投射到合成空间中，在层创空间中产生新的含义：“我周震南了”是网友们以一种自娱自乐的吐槽方式表达说自己说自己太难了，落伍了，什么都不知道，还被蒙在鼓里。

4.3. 网络流行语与单域型网络

当代的心理学家莱尔瑞(D. Leary)描述了这样一条道路，“所有的直至最终根植于知觉和思维隐喻的模式，同样在心理学中也扮演着基础性的角色”(叶浩生, 2015)。单域网络中两个输入空间有着不同的组织框架，其中一个输入空间组织框架延伸形成合成空间的组织框架。单域网络的整合涉及到最典型的从源域映射到目标域的隐喻(汪少华, 王鹏, 2011)。当原有的概念、范畴无法用于理解和解释人类复杂多变的内心世界时，可以在隐喻的启发下人寻求意义的心理过程的考察。例如：听说她今年情人节找到男朋友了，我酸了。该例句的语义构建涉及两个输入心理空间：味觉体验和心理情感。味觉感官为整合空间提供了组织结构，与“听说她今年情人节找到男朋友了”这一消息涉及的情感心理整合成了一个整体。“酸”的基本释义指的是像醋的气味或味道，生理感知域中的味觉刺激体验通过隐喻映射到心理感知域中带有消极色彩的情感体验。在概念整合后，新的意义出现在整合空间里：我吃醋会酸，听说她今年情人节找到男朋友了，我受到了类似的刺激，也酸了嫉妒了。

4.4. 网络流行语与双域型网络

在双域网络中，两个输入空间有着不相同甚至相冲突的组织框架。在整合的过程中，两个输入空间内的对应元素进行映射组合，并投射到整合空间，从而生成一个全新的组织框架。“我X了”构式的形成是常项构成的概念空间(输入空间 I)与变项“X”构成的概念空间(输入空间 II)整合的结果。例如“我悲剧了”是双域网络，输入空间 I 是情感态度框架，包括“我倒霉了，我郁闷了，我太搞笑了”等元素，输入空间 II 是戏剧类别框架，包括“悲剧：以反映主人公与现实之间不可调和的矛盾冲突及其悲惨结局为基本特点戏剧的类别之一；喜剧：以引人对丑的、滑稽的予以嘲笑，从而对正常的人生和美好的理想予以肯定的戏剧的类别之一”等元素，两个输入空间之间通过隐喻机制存在跨空间映射，不同的元素之间产生对应，完成组合。类属空间中包含了两个输入空间共同具有的内容，即“人生如戏，我的生活像故事情节般起起伏伏”。在概念整合的完善步骤，网民共有的背景知识会被激活，形成了“我悲剧了”、“我喜剧了”完成意义的传递。如图 1：

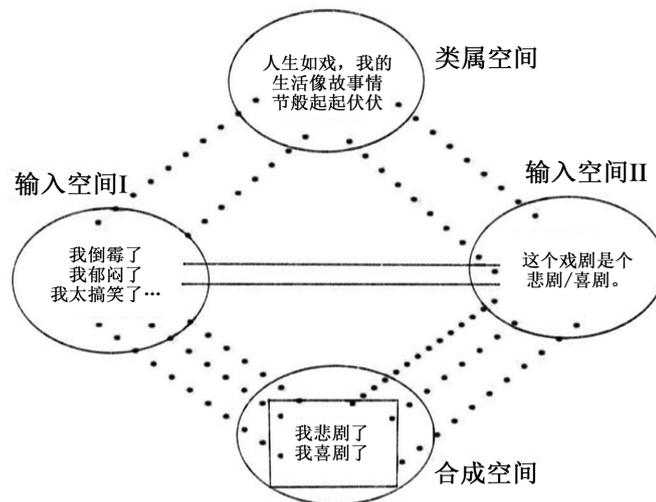


Figure 1. Diagram of the mental space network of “我悲/喜剧了”
图 1. “我悲/喜剧了”心理空间网络图

5. 网络流行语社会心理分析

社会心理学(social psychology)研究个体和群体在社会相互作用中的心理和行为发生及变化规律, 而网络流行构式的广泛传播既离不开客观条件的成熟和外在力量的推动, 更离不开使用个体或群体的社会心理。“我X了”构式自身的特性和表现方式为其被复制传播创造了有利条件, 它自然简洁、口语色彩十分浓厚, 在内容上往往让人们在心理上产生共鸣效应, 更好地凸显语义特征, 而形式上又易于模仿、复制, 其次, “我X了”构式迎合了涉及人作为主体的心理意向, 与社会语用关系密切, 传播速度十分可观。事实上, 如果没有心理主体主观能动性的发挥, 那么其它的客观存在也无法实现网络语言声势浩荡的传播潮流。因此, 从言语适应和社会心理相结合的角度出发, 研究以“我X了”为代表的流行语构式, 探究网络语言从生成、使用到流传这一系列过程的社会心理动因具有重要意义。

5.1. 言语趋同与亲和心理

当说话者在言语交际过程中, 为了获得听话人的认可、赞同改变自己原有的言语习惯或语体, 以适应听话者的言语风格和语体, 从而增进理解并达到交际效果叫言语趋同。亲和动机由社会心理学家 McClelland (1982)提出, 是指争取在社会基础上与人交往的驱动力。在人们的交际中, 亲和动机源于需要的多层次以及多结构性, 表现为多种多样的形态: 安全动机、归属动机、自我实现动机等。在网络语言交流过程中, 我们还会发现这样一类群体——网络虚拟社群(Network Virtual Community), 指的是围绕共同兴趣、需求及情感通过互联网、自媒体等现代信息平台实现社会化互动的新型社会生活单位与数字化生存空间, 深刻影响着大众的心理、行为和社会关系(张宝生, 张庆普, 2020)为追寻这一群体的归属感和认同感, 就必须先了解群体成员的心理特征, 并熟悉这一群体的价值观和语言交流方式, 认同群体中的规范。例如, 2020年11月24日高顿考研分享站官方微博发布的“临考30多天变更初试参考书目! 9人被取消考试资格! 考生: 我方了”, 其中“我方了”原是“慌”在发音错误时形成的谐音, 后来成为了网络社交平台中众多青年网友, 尤其是学生党们表达“我慌了”常见交流方式。在网络人际交往中与社交需求的驱动下, 个体为了寻找群体归属感会进行一定的从众行为, 了解网络虚拟社群主体的特点并为了满足大多数人的社会交往而被动使用这种与网络社会情境、社交群体相匹配的语言方式, 从而能够给别人留下更加亲和、接地气的印象, 保障网络虚拟社群交流更加流利顺畅。

5.2. 言语趋异与求异心理

言语趋异指的是说话人的话语往相反的方向调整以使自己的言语风格有别于听话人，主要是为了保持说话人自己的社会身份特征和群体特征。随着网络上直播、微博、微信、短视频等多平台的开放，年轻人追求个性、求新求异的心理更加凸显。求异心理是指主体在行为过程中，更加关注独特的形式与内容并构建与众不同的行为，以此来吸引他人的注意和关注，进而突显自我个性的心理(李晓娟, 2022)。网络世界的独特与年轻一代张扬自我个性、打破成规的心理驱动力推动了网络新语言的不断产生。流行语构式以幽默调侃的方式倾诉出主观感受，而这一点是常规的语言表达所不能满足的。另一方面随着时代的变迁和社会的发展，语言的发展也是与时俱进的，网络语言以简单的符号来传达丰富的思想感情和内涵，最大限度地反映个人在语言上的创造力具有很强的心理显著性，例如作为网络流行语的“我X了”具有时代的烙印，衍生于快手主播“我太难了”的短视频以及高热度的“我自闭了”表情包，后衍生了一系列的构式变体，如“我I了”(饭圈中表达我喜欢)、“我lay了”(我累了)等，这些构式变体突破原有书写符号的局限改变现有语言中某些词语形音义方面的约定俗成，创制了新的形音义的结合体，以简明的表达形式、丰富的文字内涵体现人们对于社会生活的热切关注和对语言文字的熟练应用，是一种新的审美文化对现实文化(规范文化)的反叛和超越(左秀兰, 2009: p. 119)。

5.3. 言语保持与宣泄心理

言语保持指说话人没有因为对话者的缘故而调整自己的语言。当前我国正处在社会快速发展和剧烈转型期，社会矛盾日益突出，各种负面情感接踵而来，如经济负担重、学业或工作不顺利、人际关系紧张等、不同的社会个体面临着多方面的压力和挑战(宗益祥, 马雅, 2017)由于网络交流的开放性、隐匿性、便捷性和互动性等特点，人们自然选择网络作为宣泄不满情绪的主要渠道。网络成为了社会心理的“减压阀”，一些不便在实际生活中宣泄出来的心理压力与社会生活中约束的攻击本能在虚拟世界里得到释放，虚拟社群成员畅所欲言，一吐为快。身份隐匿之下，网络使用者个性化被抹去，情绪受群体感染的程度加深，正如法国学者勒庞在其名著《乌合之众》中曾指出的那样：“个人一旦加入到群体，他的智力立刻会大大地降低，孤立的他可能是个有教养的人，但在群体当中他却变成了野蛮人即一个行为受本能支配的人”(勒庞, 2007)，群体为个人情绪的宣泄提供了一个场所，部分网民在监视环境状态下观察到实际生活跟他们的内心想法存在出入，甚至出现一定的矛盾。然而，随着网络舆论监督等体系的完善，网络使用者又面临着对情绪宣泄的极度渴望与越来越严格的网络言论监管之间的矛盾，因而网民只能选择一种折中的方式来委婉地表达，但是其所蕴含的精神内核却是对现有社会结构部分问题的批判，一定的宣泄能够更好地维护社会稳定。

6. 结语

综上所述，网络流行语作为新兴的社会语言，带有娱乐性质和调侃气息，生动又形象地反映了人们的情感，满足了网民表现个性的心理需要。该类构式变体是语言使用者在网络交际语境下刻意用创新或偏离常规的表达方式以取得特定的交际功能所产生的语言现象，而对其语义的动态构建与识解过程也当然离不开人的创造性的认知心理操作。本文试图从认知和心理语言学的角度，在以心理空间为核心的概念整合理论以及言语适应与社会心理理论的指导下对以“我X了”构式为代表的网络流行语的认知运作、心理模拟与传播进行较为充分的阐释与解读，而且也将有助于我们解读汉语中其他形式的网络流行语的认知机制、推理逻辑与传播动因，将成为我们对网络流行语进行细致解读的一个新方法。

参考文献

- (法)古斯塔夫·勒庞(2007). *乌合之众: 大众心理研究*. 广西师范大学出版社.
- 黄婉童(2020). 新闻事件网络流行语的传播要素及其动力. *新闻爱好者*, (5), 91-93.
- 鞠瑞(2022). *网络流行语的狂欢化研究*. 硕士学位论文, 济南: 山东师范大学.
- 李晓娟(2022). 从“佛系青年”到“打工人”——社会心理学视角下青年群体“丧文化”分析. *宁波开放大学学报*, 20(2), 33-37.
- 刘蒙之(2023). 网络流行语的演化迭代、言语实践与价值评判——以2022年度流行语为例. *人民论坛*, (4), 94-97.
- 刘正光(2001). 言语适应理论研究述评. *语言文字应用*, (2), 57-64.
- 盛若菁(2008). 网络流行语的社会文化分析. *江淮论坛*, (4), 119-121+158.
- 唐铮, 丁振球(2022). 认同与宣泄: 网络流行语的使用现状与引导建议. *编辑之友*, (2), 84-90.
- 汪少华, 王鹏(2011). 歇后语的概念整合分析. *外语研究*, (4), 40-44.
- 王申连, 郭本禹(2022). 描述心理学的出场与展开: 人文科学心理学的发展逻辑. *西南民族大学学报(人文社会科学版)*, 43(1), 201-207.
- 王仕勇(2014). 网络流行语概念及特征辨析. *探索*, 178(4), 186-192.
- 吴茜(2021). 符号·媒介·权力: 网络流行语的青年身份认同建构. *新疆社会科学*, 230(1), 133-139.
- 叶浩生(2015). 心理学与身体: 经典传统与现代取向. *心理学探新*, 35(4), 291-298.
- 于建波(2021). 概念整合理论下的网络流行语语义认知机制. *语文建设*, 473(17), 67-69.
- 张宝生, 张庆普(2020). 重大突发公共事件中网络虚拟社群负面情绪传染规律及治理研究——来自新冠病毒疫情防控措施的启示. *情报杂志*, 39(9), 121-128.
- 中国互联网络信息中心(CNNIC) (2023). *第48次中国互联网络发展状况统计报告*.
- 周妍(2019). 网络流行语的文化批判与话语分析. *山东大学学报(哲学社会科学版)*, (4), 117-125.
- 宗益祥, 马雅妮(2017). 网络谣言传播的心理动因与防治策略探析——以近年来的几起典型网络谣言为例. *中国记者*, (8), 51-53.
- 左秀兰(2009). 心理语言学 and 认知语言学视角下网络语言变异. *大连海事大学学报(社会科学版)*, 8(4), 118-121.
- Fauconnier, G., & Turner, M. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. Basic Books. <https://doi.org/10.1515/9783110895698.79>
- Giles, H., & Powlsland, P. F. (1975). *Speech Style and Social Evaluation*. Academic Press.
- McClelland (1982). *The Achievement Motive*. Irvington Publishers.