

流行语已经深度渗透到了我们的日常生活中，它早已不再是互联网刚兴起时独属于一小撮弄潮儿的发明，而是当下每个人真实生活的记录、集体情绪的晴雨表，甚至是时代的侧记和注脚——

2023流行“说”什么

文化观察

□ 本报记者 朱子钰 李梦馨

近日,《咬文嚼字》编辑部发布了2023十大流行语:双向奔赴、新质生产力、情绪价值、特种兵旅游、显眼包、村超、质疑××理解××成为××、人工智能大模型、搭子、多巴胺××。2023年,大众日报文化版“新词解”栏目结合当下网友热门讨论,分析了数百个网络流行词,十大流行语也基本涵盖在内。

换上多巴胺穿搭风格,为了体验特种兵旅游,找一个显眼包搭子,奔赴一场酣畅淋漓的村超……流行语已经深度渗透到了我们的日常生活中,它早已不再是互联网刚兴起时独属于一小撮弄潮儿的发明,而是当下每个人真实生活的记录、集体情绪的晴雨表,甚至是时代的侧记和注脚。回望流行语,也是在回望过去的一年。

于细微之处记录时代变化

透过流行语,我们能串联起过去一年那些备受瞩目的社会现象,看到鲜活的生活和情绪以极为巧妙的方式被语言生动地提炼和概括。

实际上,从语义上看,网络流行语的表达不外乎几个方面:一是形容情绪状态,i人/e人、鼠鼠文学、胡说八道文学、命运的齿轮等或调侃或自嘲,或释放或总结,用有趣的语言形容原本复杂的情绪。二是万能句式,一般来源于网友造梗。泰裤辣、家人们谁懂啊、主打一个××、OOTD、公主请××,这些已经成为尽人皆知的口头禅,频繁出现在聊天框里。三是为生活方式或某种特别行为“取名”,白人餐、练习心眼子、早C晚A、夹缝快乐时间、请假羞耻、下班高手,几乎是个人生活体验的概括,体现出网友乐观豁达的生活态度。四是热门新闻事件的衍生语言,流浪山、川渝男人穿搭、卖崽青蛙、AI孙燕姿等作为热点,是一个时期流行的社会现象,于细微之处记录时代变化。

流行语渗透到了大众语言的方方面面,成为大众表达观点与态度的一种方式。当我们在讨论流行语时,其实正在靠近大众文化的侧面。多年来,流行语从内容到形式发生了巨大变化,曾经,许多流行语出自各大影视作品。电影《精武门》里“我读书少你别骗我”、《武林外传》佟掌柜常说“额滴神啊”、《神探狄仁杰》一句“元芳,你怎么看?”……被观众口口相传。网络高度发达,也带来了媒介话语权的“下放”,更多的流行语由大众制造,网络造梗的流行语担



网络狂欢下的“子涵”何去何从

□ 王臻儒

“老师我们家子涵怎么了?”近期,在各大网络平台,“子涵”这一人名成为不少网友造梗、玩梗的对象。有人在宠物进食的视频下发问“我家子涵怎么不吃饭”“是不是有人欺负我们家子涵了”,也有人在跑步比赛的视频下评论“我家子涵怎么没得第一”“以后这种比赛我们家子涵就不参加了”“这种无厘头的评论,让人忍俊不禁的同时,也折射出了互联网文化最鲜明的特质。

“子涵”看似是荒诞的段子,实则没有脱离网络流行语的内核,取材于现实生活中荒唐的一面。这个梗来自一张网传图,一位“子涵妈妈”在群里说孩子子涵被蚊子咬了,并在群里责问:“老师,我家子涵为什么被蚊子咬,幼儿园就这样看孩子的吗?”她甚至质问,“为什么不咬其他人?”这些语句的荒诞之处在于,家长爱子心切,却采用了过度的保护方式。“子涵体”走红,起因正是不少网友因为反感这种护子心切的心

态,进行了一种创意化网络表达。

“子涵体”的流行在一定程度上反映了现代社会人们追求独特、新颖表达方式的需求,网络语言的娱乐性和传播性更易吸引广大网友参与造梗并传播,从而形成一种网络文化现象。网络语言作为一种新兴的语言形式,具有很强的生命力和创新能力,“子涵体”的出现不失为网络语言创新和发展的一个缩影。

流行语之所以流行

语言是文化的载体,网络流行语充当网友“嘴替”,是时代的留痕,折射出大众社会心理与价值观念的蝶变。流行语之所以流行,除了词语本身所蕴含的魔力,也有情感的投射、表达的趣味、使用的方便,契合人们的生活方式与工作方式。拆解流行语的构造,我们便能得出具体答案。

求新、求奇,彰显个性。年轻人是网络流行语主要的创造者与传播者。大约80%的流行语以他们为原点向外拓展,引发了更多群体的使用。比如搭子,主打一个细分领域的精准陪伴,体现年轻人在探索新型社交关系上的新趋势。特种兵旅游、Citywalk、蹭老式消费火爆出圈,归功于年轻人在消费方式上的“不拘一格”,把追求高性价比发挥得淋漓尽致。

新奇的网络流行词汇,展示前沿的生活状态,目的是更好地自我表达,实现个体有效的沟通互动。所以,体悟当下年轻人情感追求与价值选择,把握群体社会心态的变迁,这是一扇重要的窗口。

要短、要精,寻求共鸣。纵观流行语的呈现形式,可谓短小精悍,寥寥数字,语义丰富,且用活泼生动的语言传情表意,可谓一语千言。比如,确诊式文学与“质疑××理解××成为××”本质上相似,指“突然间发现自己的某些特征与行为,与之前无法理解的人物或行为相同”,无形之中包含了多个心路历程,巧妙呈现个中情绪的转换。

更重要的是,一个词代表了一种生活态度或习惯偏好,在讨论与使用中,人们收获了群体认同的快乐,以此寻求精神共鸣。比如,确诊式文学流行很大程度上是因为它将有不同的个体归类为某一角色,让年轻人在社交场有了确切的、简洁的、易形容的社交身份,实现情感共鸣,以此获得归属感与认同感。

体量变大 “花期”变短

放在纵向的维度中,能看到今年流行语一个非常明显的变化。在去年,刷屏的是“栓Q”“大冤种”“退退退”等充满个性化的情绪表达词,还有在怀旧之风下诞生的“王心凌男孩”“潘周聃”“你是我的神”等热门综艺梗。往前一年,则是“yyds”“绝绝子”等各种让人眼花缭乱的缩写梗和叠词梗,以及“凡尔赛文学”“废话文学”等形形色



网络狂欢下的“子涵”何去何从

的语言规范产生冲击,导致一些人在正式场合使用不恰当的语言表达方式,影响语言的准确性和规范性。以人名为内核的网络热梗,更容易激发潜在社会问题。据统计,2010年后出生的孩子中,取名为“子涵”成为热门。这些“子涵”在学校内外是否会受到网络热梗的影响,受到他人的嘲笑、贬低甚至霸凌,尚不可知,但违背社会公德、可能对他人的身心健康造成负面影响的行为,仍值得我们警惕。

因此,对于“子涵体”的走红,我们不妨以更加理性、开放和尊重的态度来对待。网络语言的出现和发展是时代进步的产物,反映了现代人的生活方式和思维方式。对于“子涵体”这种网络表达,我们应该理性看待,理解其出现的原因和背景,不盲目跟风,也不过度贬低,既要欣赏其独特之处,也要保持对传统语言规范的尊重和维护。同时,我们也应该加强自身的网络素养教育,正确使用网络语言,使其更好地服务社会。

不过,“子涵体”虽有趣,其流行也存在一些潜在的弊端。网络语言可能会对传统

色的、具有二创性质的“互联网文学”。

相形之下,今年的流行语显得更加务实,不管是随文旅行行业持续复苏而兴起的“特种兵旅游”“旅游搭子”和“Citywalk”,还是体现年轻人新消费理念的“蹭老式消费”“指点型逛街”等,都对应着具体的消费场景。源于现实,后借由短视频等网络平台的发酵而爆火,是这类流行语的传播路径。这也是伴随着后疫情时代的到来,人们注意力转入现实、更加积极地投入现实生产生活的表现。

另外一个肉眼可见的趋势,则是流行语更新迭代的速度加快。流行语,源于集体的智慧,每一位冲浪的网友,都参与了流行语的造词和传播。如今,熟谙造梗、玩梗套路的网友,在制造和演绎流行语上更加得心应手,在短视频等网络平台的助力下,流行语仿佛有了一条全自动的生产线。在几乎每天都有新的流行语诞生的今天,每个流行词汇的“花期”也随之缩短,导致“虽有新词不断,但普遍印象不深”的现象出现。《咬文嚼字》主编黄安靖此前在接受媒体采访时便提出“今年流行语没有出现爆款”,短视频流行语转化成全民流行语需要一个过程,但很多流行语的传播范围没有得到进一步的拓展。

自互联网兴起之时,流行语就悄悄走进了大众的视野,如今已经成为日常生活不可或缺的一部分。互联网是流行语的载体,广阔的社会生活则是生成流行语的土壤,而镌刻上时代印记的流行语又反过来建构这一代人的集体记忆,形成良性互动。同时,流行语并非都符合主流表达,一小部分流行语仅仅流于负面情绪的宣



网络狂欢下的“子涵”何去何从

泄,甚至有些低俗、粗鄙,这类流行语的传播一定程度上助长了网络空间的戾气,引起不少人的担忧。

对此,我们不必杞人忧天,应该相信语言自有净化能力。网络流行语是一种更新换代速度极快的语言,同样遵循着优胜劣汰的原则,如果流行语具有足够的生命力,很可能被社会成员越来越广泛地接受,约定俗成,沉淀下来,进入日常语言系统中,而那些欠缺营养价值的流行语,也终将会被淘汰。

据中国纪录片网统计,《本草中国》位列中国纪录片排行榜榜首。《本草中国》由干超、郑波执导,韩芸为制片人,以“本草”为切入口,以中国非物质文化遗产中药炮制技术及中药传统制剂方法传承人为主要内容,在豆瓣获得了8.7的评分。时间、年华、双面、境界、新生、根脉等短短几集从不同时节的中草药炮制以及药草从古法炮制到现代化加工的命运变迁故事,到神奇中药的双面效果和人在与药草的对话中获得感悟的过程,再到中医现今发展现状和对今后道路的思考,传统文化的传承及其与当今文明的碰撞在镜头下徐徐展开。

《本草中国》画面精美,记录着隐遁的中医药故事。借助镜头语言,《本草中国》普及了中医药专业知识,探讨了中医药发展道路,也带领观众去探讨中国传统文化中“感动生命的奥义”。

榜单第二名是《解码本能》第二季。《解码本能》第二季,将神奇的科学知识融入人们的日常生活中,用三个实验命题分别解答——如何让害怕吃臭豆腐的外国人和害怕吃臭芝士的中国人,喜欢吃各自觉得恶心的食物;如何提高人的吃辣能力以及如何让人做到千杯不醉……《解码本能》第二季通过有趣、科学的实验为观众展现了人体无限的潜力,也普及了很多人体生物学相关知识。



网络狂欢下的“子涵”何去何从

《花儿与少年·丝路季》领跑一周热门综艺榜

据灯塔专业版App数据累计统计,《花儿与少年·丝路季》以15538的播放指数领跑一周热门综艺榜。秦海璐、秦岚、辛芷蕾、迪丽热巴、赵昭仪、王安宇、胡先煦七位嘉宾在“一带一路”倡议十周年之际,共同探访“一带一路”倡议合作国家,用一种较为轻松的方式为观众展现了“一带一路”十年交流合作的成果,用镜头记录了合作共赢为世界带来的积极改变。综艺播出后,观众评价《花儿与少年·丝路季》:“这一季和谐搞笑,每个嘉宾都鲜明可爱,还有我大中华一带一路的优秀骄傲。”

热门综艺榜第二名是《王牌对王牌(第八季)》。《王牌对王牌(第八季)》延续之前几季的传统,依旧是原创室内竞技真人秀,沈涛任主持人,“王牌家族”成员沈腾、华晨宇、关晓彤、宋亚轩以及“王牌好友”成员沙溢、唐嫣、杨迪等人参与PK,通过游戏竞技、才艺比拼等多种方式,决出王牌中的王牌。

《奔跑吧·生态篇》位列第三,李晨、郑恺、沙溢、白鹿、周深等加盟,在自然美景中体验各种游戏,开启了一场生态旅程。

《一念关山》登顶抖音剧集榜

据抖音App数据统计,《一念关山》以6094.5万的抖音热度登顶抖音剧集榜。《一念关山》为柠萌影业出品,周靖韬、邹曦执导,张巍担任编剧,刘诗诗、刘宇宁领衔主演的原创古装传奇剧。《一念关山》讲述了高智商高武力的顶级杀手安国朱衣卫前左使任如意意外成为梧国迎帝使小分队成员后,与同样实力强劲的梧国六道堂堂主宁远舟,风流浪子于十三、公主杨盈等人相遇,共同经历千难万险,一路同行,共同成长的故事。观众的评价褒贬不一,日前豆瓣评分为7.5,剧集在网络上讨论不断,热度较高。

《新闻女王》以2570.2万的抖音热度居第二。《新闻女王》由余诗曼、马国明、李施嬅等主演,讲述了新闻主播文慧心为在职场上更上一层楼,与对手不断竞争的职场故事。

《小满生活》紧随其后,讲述了叶逸凡与何嘉如夫妻在面对家庭和工作时发生的种种,由汪俊执导,秦昊、蒋欣、王鸥等出演。

X美术馆冬季三联展 问鼎大麦展览上新榜

据大麦App排行榜数据统计,“X美术馆冬季三联展”拔得展览上新榜头筹。“X美术馆冬季三联展”计划于12月17日正式开展,希望观众能“X元看展,随心付门票,自由享艺术”。展览包括三个部分——凯莉·曼宁的作品展览“凯莉·曼宁:剧变”,艺术家亚历克斯·加德纳的作品展“亚历克斯·加德纳:好运”,艺术家乔伊·霍尔德的作品展“X虚拟孵化器-乔伊·霍尔德:神秘生物”。美国艺术家凯莉·曼宁以饱含诗意的大尺幅油画闻名,她的画作擅长捕捉不同场景下特有的环境和故事;画作与音乐舞蹈艺术相结合,极具律动感。亚历克斯·加德纳的作品黑白对比强烈,画中描绘人物神秘美丽,同时模糊了种族和性别。 “X虚拟孵化器-乔伊·霍尔德:神秘生物”为包含影像和AR装置的沉浸式多媒体展览。三场展览各具特色,观众对此充满期待。

正在展出的“现代主义漫步:柏林国立博古睿美术馆馆藏展”居榜单第二名。“现代主义漫步:柏林国立博古睿美术馆馆藏展”展出了毕加索、保罗·克利、马蒂斯、贾科梅蒂、塞尚、布拉克六位现代主义巨匠的近百年代表性真迹作品,所有作品均为首次在中国展出,是UCCA推出的重磅展览。

“国家地理经典影响大展”位居第三。展览收录了《国家地理》百余个极致经典画面,在这里自然地理的景色风光无限,摄影师们的优秀作品得以一一呈现。

(□记者 田可新 实习生 尹淑婷 整理)

中国体育彩票

公益体彩 乐善人生