

一、新质生产力

“新质生产力”代表一种生产力的跃迁，是科技创新发挥主导作用的生产力，是摆脱了传统增长路径、符合高质量发展要求的生产力，是数字时代更具融合性、更体现新内涵的生产力。“新质生产力”丰富了马克思主义生产力理论的内涵，为新时代全面推进我国经济持续健康、高质量发展，整合科技创新资源，引领发展战略性新兴产业和未来产业，提供了科学理论指导和行动指南。

二、双向奔赴

本指相关方朝着共同的目标，一起努力，相互靠近。多用于人与人之间，表达了人们相互爱慕、相互亲近的美好愿望。“正是善意友好的涓滴汇流，让宽广太平洋不再是天堑；正是人民的双向奔赴，让中美关系一次次从低谷重回正道。”从用于个人到用于国家，“双向奔赴”的使用范围得到了延伸扩展，价值内涵得到了丰富升华。

三、人工智能大模型

在人工智能领域，大模型是指拥有超大规模参数（通常在10亿个以上）、超强计算资源的机器学习模型，能够处理海量数据，完成各种复杂任务，如自然语言处理、图像识别等。计算机硬件性能不断提升，深度学习算法快速优化，大模型的发展日新月异。一系列基于大模型的人工智能应用相继问世，其中ChatGPT、“文心一言”等已经在社会生产、生活方面产生了广泛影响。大模型的普遍应用，也对隐私保护、信息安全等带来巨大挑战，迫切需要相关法律和管理措施的有效应对。

四、村超

2023年5月13日，贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县所举办的“和美乡村足球超级联赛”开赛。“村超”由“乡村足球超级联赛”缩略而成。权威媒体统计，自开赛以来，“村超”单场最高上座人数超6万，全网浏览超480亿次，各项数据创下历史纪录。“村超”大放异彩，“村BA”（乡村篮球比赛）、“村排”（乡村排球比赛）等，也以惊人的能量和独特的魅力快速“出圈”。“村”字头的农村体育赛事蹿红，对推进全民健身、实现全面小康、振兴乡村经济，具有深远的现实意义。

五、特种兵式旅游

文化和旅游消费持续复苏回暖，“特种兵式旅游”火遍全网。这种新型旅游方式，核心要义是用尽可能少的成本享受尽可能多的旅游资源。游客用最少的的时间，花最少的费用，游览最多的景点，在旅游目的地了解最多的历史文化、风土人情，像在执行特殊任务。“特种兵”经



《咬文嚼字》编辑部12月4日在沪发布2023年十大流行语，新质生产力、双向奔赴、人工智能大模型、村超、特种兵式旅游等入选。

过特殊训练，装备精良，战斗力强，是执行某种特殊任务的技术兵种的统称，也指这一兵种的士兵。用“特种兵式”来修饰“旅游”，是用“特种兵”的显著特征为特殊的旅游方式赋能。“特种兵式××”还很快衍生出“特种兵式观剧”“特种兵式开会”“特种兵式午休”等说法，显示了较强的能产性。

六、显眼包

“显眼包”即外在形象或性格特征引人注目的人。原本，“显眼包”多少带有一点“嫌弃”的意味。但如今，“显眼包”的褒扬意味明显，“嫌弃”的意味已经逐渐消解。称某人为“显眼包”，不仅在于其表面“爱出风头”，更在于其内在的活力外溢，既可爱有趣，又能够营造欢乐气氛。当下的“显眼包”因“与众不同”而大受欢迎，这是人们对个性化、多元化表达的认同。网友常说“每个物种每个领域都有自己的显眼包”。比如博物馆里形态生动、富有喜感的馆藏文物，也被称为“显眼包”。

七、搭子

就是“搭档”，方言里原指“一起打牌的人”，即“牌搭子”。后使用范围扩大，一起从事某种活动的同伴皆泛称“搭子”。如今流行的“搭子”，反映的是一种新型的社交关系模式。“搭子”之间的互动，控制在满足特定需求的范围内。这种精准陪伴，被视为一种无压力社交，不

需要费心思维护，有更多自主选择 and 自由空间。通过社交平台，年轻人万事可“搭”。吃饭有“饭搭子”，旅游有“旅游搭子”，运动有“运动搭子”，甚至还有“遛娃搭子”“逛街搭子”“减肥搭子”等。

八、多巴胺××

多巴胺主要在脑细胞和肾上腺细胞中合成，可以影响人的运动、认知、情绪、睡眠等多个方面，其水平和平衡对人的

健康和幸福至关重要。今年流行的“多巴胺穿搭”，一改过去精致优雅和朴素低调的风格，用高饱和度的色彩、缤纷明亮的搭配让人产生愉悦体验。“多巴胺穿搭”走红后，“多巴胺”引申出“快乐因子”的含义，从可视的色彩到不可视的抽象概念，都能用“多巴胺”，如“多巴胺景区”“多巴胺漫步”“多巴胺饮食”“多巴胺休假”等。

九、情绪价值

本为营销学概念，指顾客感知的情绪收益和情绪成本之间的差值。如今流行的“情绪价值”则是对人际关系的描述，指的是一个人影响他人情绪的能力。一个人给他人带来舒服、愉悦和稳定的情绪越多，他的情绪价值就越高；反之，他的情绪价值则越低。“情绪价值”为正，能给人美好感受，激发正面情绪，激励个人成长。“情绪价值”的流行，反映了现代社会人们对美好生活更高层次的心理需求。

十、质疑××，理解××，成为××

在十多年前的《爱情公寓》中，林宛瑜拒绝男友的求婚，决定追求职业梦想。起初观众不理解，纷纷指责，后来认识到爱情并非人生必需品，便理解了宛瑜，甚至有人表示自己就是宛瑜。今年年初，“质疑宛瑜，理解宛瑜，成为宛瑜”在社交平台传开后，“质疑××，理解××，成为××”逐渐变成一个造句格式广泛流行。在特定的人生阶段，面对特定的认知对象，“质疑、理解、成为”是客观存在的动态心理过程，也是心智成长、成熟的必经阶段，表征于社会生活的方方面面。

《咬文嚼字》主编黄安靖表示，今年《咬文嚼字》秉承长期以来的评选原则，坚持语言的“社会学价值”及“语言学价值”评价标准。与往年相比，2023年“十大流行语”以下几个方面的特征比较突出：

一、年度特征明显，折射社会生活面貌。比如，“人工智能大模型”，折射出以ChatGPT等为代表的人工智能正走进一个全新时代，这将改变人类的生产、生活甚至思维方式。“村超”则是推进全民健身、振兴乡村实践的生动诠释。“特种兵式旅游”凸显出文化和旅游消费持续复苏回暖下人们积极的生活、精神状态。

二、创新特征明显，凸显语言创造力。今年出现的大量流行语，都凸显出一个“新”字，展现出人们强大的语言创新能力。比如“村超”“情绪价值”为汉语词库增添了新的词形；“显眼包”“搭子”为原词增加了新的内涵；“多巴胺××”“特种兵

式××”“质疑××，理解××，成为××”为汉语语法库增加了新的造句格式。

三、短视频崛起，语用边界尚未消除。短视频以快速、接地气的传播优势获得平台、粉丝的青睐，成为人们展现语言智慧、进行语言创造的又一重要平台。然而，短视频的主要使用人群还是以年轻人特别是“90后”“00后”为主，年长者还处在逐渐了解、接受的过程中。因此，大量流行于短视频的语言形式，被全社会接受还有一个过程。在语言运用上，短视频与报刊等传统媒体甚至互联网的传统传播方式之间存在明显边界，导致“短视频流行语”转化成“全民流行语”还有一个过程。这也是今年流行语没有出现“爆款”，如“命运的齿轮开始转动”“哈基米”“挖呀挖”“敌蜜”等的传播范围没有得到进一步拓展、没有进入最终榜单的原因之一。

（人民日报客户端上海频道 曹玲娟）

为分类
为环境减负

明天美十分