

### 从《咬文嚼字》十大流行语、牛津年度词汇看技术革命未来图景

# “智能向善”能否避免“脑腐化”

■本报记者 许畅

昨天，海内外多个机构不约而同揭晓年度热词。上海《咬文嚼字》发布2024年十大流行语，领衔的“智能化”“智能向善”“未来产业”等涌动着前沿技术驱动下的热潮；这与2024牛津年度词汇 brain rot(意指“脑腐化”)形成巧妙互文——随着AI人工智能异军突起，技术究竟催生出何种复杂影响，人类又该如何思辨驾驭这股强悍力量，成为“环球同此凉热”的话题。

“语言是社会的一面镜子，记录总结了一年大众语言生活与群体表情，今年流行语折射出的时代特征十分明显，比如智能时代已经来临”，而自中国实施144小时过境免签政策以来，一句“好city啊”让中国故事成为海外博主的“流量密码”。《咬文嚼字》主编黄安靖谈到，年度评选坚持平衡语言的“社会学价值”及“语言学价值”，这些深度浸润生活的“刷屏级”热词背后，家国叙事成鲜明底色，也彰显了当下年轻人正在用自己的方式，记录参与着时代“高光时刻”。

### 未来已来，数智化引发两极思考

人工智能正在推动社会与产业革命，反映在语言上，就是AI相关语词的大量出现并广泛流行——数智化、生成式人工智能、智能体、深度学习以及人工智能+工业制造、人工智能+生成设计、人工智能+教育、人工智能+医疗等，都从不同维度勾勒出“未来产业”的图景，包括未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间和未来健康等新赛道。

增进人类福祉的同时，人工智能给社会治理和伦理带来的隐忧和风险，也引发广泛关注。我国提出“以人为本、智能向善”的发展理念，已成为打造全球人工智能良好发展生态的基石。超级流行语“智能向善”在英文语境里可以理解为“AI for good”。

从另一面来看，全球超3.7万人参与投票的牛津年度词汇敏锐捕捉到技术加持后的社交网络可能存在的潜在威胁，有例句形容：“脑腐化象征一种因频繁接收大量内容而导致的精神压力过载的感觉，好似被这类内容侵占了生活。”

根据牛津大学出版社资料记载，关于 brain rot 的最早记录出现在1854年亨利·戴维·梭罗《瓦尔登湖》一书，后被多次使用。梭罗认为，这反映了人们在智力和思想上的普遍退化现象，他提出一个问题：“当英格兰努力治愈马铃薯病害的时候，我们难道不应该努力去治愈大脑的腐烂，这种情况不远比腐烂的马铃薯更加普遍且致命吗？”

因此，这个词指一个人精神或智力的恶化或退化，特指由于过度浏览无聊或低质量的网络内容而出现的状态。“虽然这不是一个新概念，但今年 brain rot 在欧美社交网络尤其是短视频平台上愈发流行，该术语使用频率在语料库中同比增加250%。人们开始更广泛严肃讨论其对儿童和青少年的负面影响。”Oxford Languages 产品总监凯瑟琳·马汀表示，brain rot 反映了人们对于大数据算法推送的在线内容如短视频、对思维能力造成不良影响的忧虑，以及对如何在网络与现实世界之间找到合适的平衡而感到焦虑。

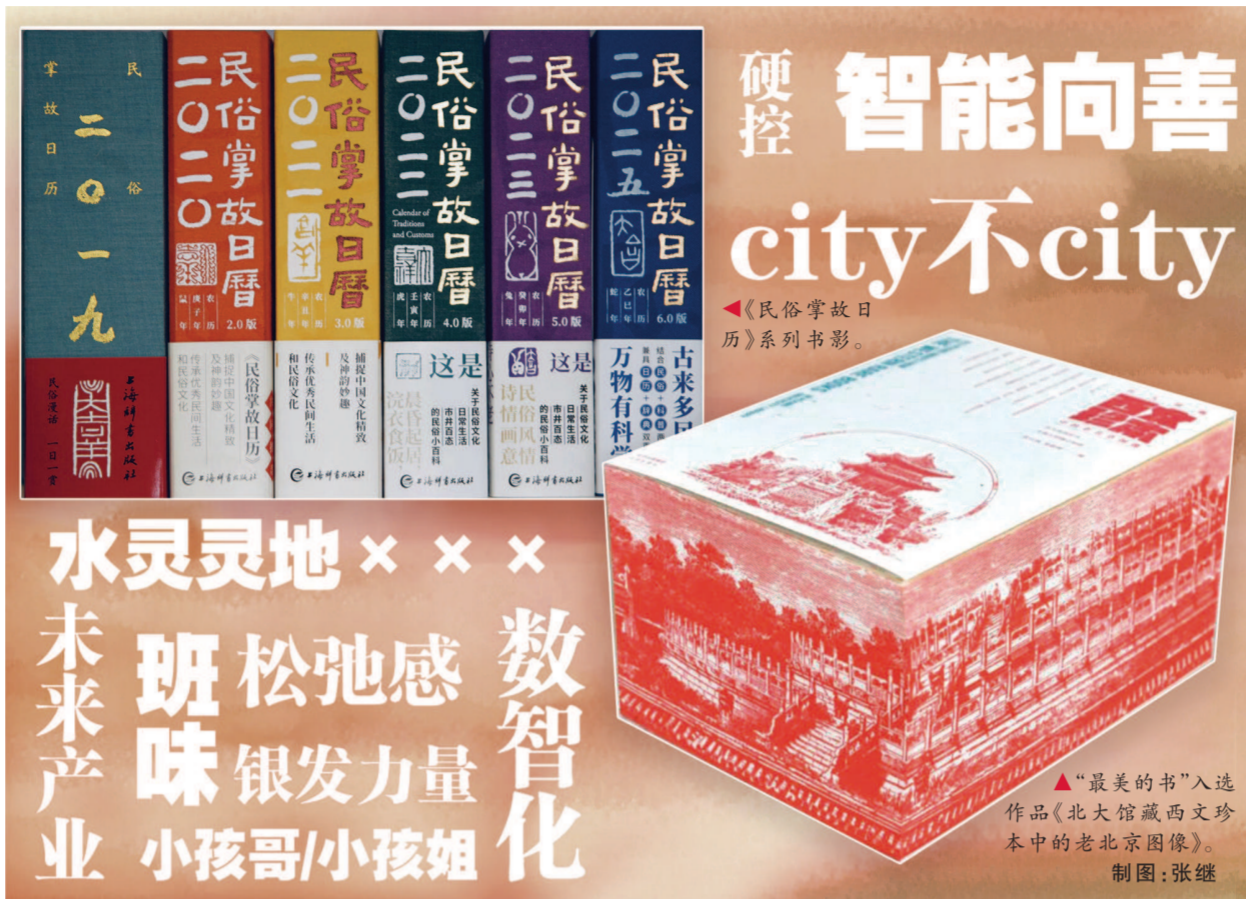
### 从“小孩哥”到“银发力量”，谁在玩“抽象”

作为日常话题的缩影，流行语也为人提供了解文化变化的窗口。业内指出，在大众生活中知名度很高、富有创造精神的新词新语，往往携带着一定的情感、情绪，堪称特定社会心态的“表情包”。

昨天，小红书综合社区内用户笔记、阅读量和评论互动等指标，发布2024年度关键词“抽象”，“玩抽象”正从小众文化演变成一种生活态度和处事方式。据统计，和“抽象”相关笔记超千万条，评论数量逾1.6亿条。比如，摔跤后选择“在哪里摔倒，在哪里睡觉”；水管爆开后，张开双臂迎接水管的“精神洗礼”……人们用“抽象”自我表达，也用“抽象”交流对话。网友用抽象幽默的评论相互鼓励开导，越来越有人在面对意外和困境时选择以轻松、反转的方式“一笑而过”。

“由于网络传播和新一代人对生活的印象不断变化，我们的语言也在持续变化。看似随波逐流的演变并不受哪个人的管束和控制，但语言在流动中的演变依然需要有人来维护和修剪、品析和鉴赏。”在资深出版人魏心宏看来，这恰是岁末发布流行语榜单的价值所在。

“一老一少”群体特征，也在一定程度上重塑了语言生态。比如，以00后为代表的年轻一代，涌现出更多勇于表达自我、探索未知的“松弛感”个体——有“小孩哥”11岁能造“火箭”，有“小孩姐”14岁创下奥运纪录。成年人便在“小孩”后加上“哥/姐”称呼他们，广为传播。随着越来越多老年朋友参与志愿服务、文化教育等活动中，“银发力量”正为现代化事业注入源源不断的发展力量，由此，“银发经济”“银龄行动”“银发浪潮”“银发市场”等众多“银”族词语广泛流行。



## 把岁月过成书的模样 “年货”日历书焕新升级

■本报见习记者 孙彦扬

临近年末，“年货”日历书又冲上了各大电商平台。仅在抖音平台，《故宫日历·书画版(2025年)》已售15.8万册，《2025年给孩子的诗词日历》《敦煌日历》《山西文物日历》等也达到数万册销售量。记者走访多家书店发现，日历书依旧是书店年末“推荐位”的必选项，尤其知识类日历书大多摆在书店较为显眼的位置。悦悦书店工作人员告诉记者：“今年传统文化类日历书销量不错，可以预期年末将会有一波消费小高潮。”

业内人士指出，从有“日历书出版元年”之称的2016年起至今，日历书市场走过爆发后回归平稳。虽品类数量有所回落，但“卷”势不减。老牌IP系列和创意新品都会在年末迎来“大考”，想要从中脱颖而出，提升品牌持续性、推动高质量精品化是必然趋势。

在日历书市场的多年实践中，不做IP的搬运工，注重原创性，是“让读者一眼认出”的重要措施。朱志凌介绍：“日历书不仅是‘日历’，更是一本‘书’。我们的规范是一个条目最长不超过6行，即180字，字字都需平实，都需琢磨。书后添置二十四节气附录及民俗掌故索引，很少有日历书做索引，这是我们的独特性”。

### 日日新的“百科全书”：IP推动品牌化系列化

市场火爆过后，品牌化、系列化的日历书在“红海”中格外显眼。无论是最新入局的“故宫”系列，还是轻巧严谨的“民俗掌故”系列，老牌日历书仍在持续发力。《故宫日历》今年一口气推出四个版本，以普通版、汉英对照版、书画版以及童真版打入市场。而《民俗掌故日历》在其6.0版本中引入科普元素，“民俗+”“科普”新的条目组合呈现出对话与张力。上海辞书出版社文化读物编辑室主任、《民俗掌故日历》责任编辑朱志凌告诉记者：“从2018年至今，每年的新版本都是民俗与其他元素的碰撞，先前‘民俗’与‘诗词’的雅俗对话效果也很不错。这个系列会一直做下去，后年的版本也已在筹划中。”

### 站在“玩”的潮头，也贴近生活的脉搏

不可否认，曾被称为“年货”的日历书是“作品”更是“产品”，集阅读、收藏、礼物馈赠等属性于一身，满足的是各类读者的“复合口味”。随着古老的日历书不断赋予更多新的时代意义，出版者在拼设计创意的同时，拼的更是对生活的理解与热爱。

近年来，互动性强、个性化定制让日历书备受青睐。“缙丝鸳鸯戏莲纹包首”“坤宁门龙凤天花”等古朴精巧的纹样被手工印在书中，《故宫日历·书画版》上增加100枚由人工印下的纹样，这更让网友开心表示“故宫一件我一件”。地方文旅与游戏影视也在不断激发日历书的新玩法。《2024敦煌日历·煌历》是中国农业出版社与敦煌文旅集团首次跨界合体推出的文旅日历，以壁画高清图充分展现敦煌特色。“黑神话·悟空”的风也吹到了日历书业，游戏中不断出圈的山西文物在《山西文物日历2025·壁画》中充分体现。要让不同消费群觉得好看又“好玩”，作为一种时效性极强的产品，日历书投入周期长，销售周期却只有三四月，其精美的装帧用材又是高消耗，因此快速响应热点、增强个性互动都是制胜法宝。

年复一年，日历书看似“卷”出了新高度，但回归到日历书的初衷——生活的意趣、阅读的兴趣，从来没有改变。一位网友在整理了爷爷的十几本日历书后，被上面随手记录的话语不断逗笑、回忆满满：“看到上面端正正的楷体字，我也想去买本翻页的日历书了。省节气、看知识，再写点几个字的小小日记，不知不觉中就把岁月过成书的模样。”

■本报记者 许畅

身处触屏时代，我们为何依然流连于“最美的书”？如何通过外观与内容的匹配设计传递书籍之美？2024年“最美的书”评选昨天在沪揭晓，来自全国8个省市21家出版单位的25种图书获本年度“最美的书”称号。

究竟何为“最美”？业内指出，相比一味追求新奇、繁复冗余、造价高昂的“豪华型”，更看重“内外兼修”。“最美的书”评选强调让书籍设计回归阅读，做贴近读者、“润物细无声”的设计，实现从“设计书籍”到“设计改变阅读”的深刻转变。

本届入选25件作品中“豪华型”、大部头只占少数，更多是适合普通读者翻阅携带、买得到、喜欢读的书。中国版协书籍设计专委会主任张志伟谈到，评选注重书籍设计的整体性、书籍内容与形式的完美结合、书籍设计对于书籍本身功能的提升、设计风格与阅读体验的和谐统一，“设计之美植根于内容，美在文本、编排、纸张、工艺等的有机统一”。

在设计师张国伟看来，评委们青睐的是“文质彬彬”、贴近读者而平实质朴的作品。“文质彬彬”一词出自《论语·雍也》，孔子借由它勾勒出理想中君子应有的风貌——文采斐然而内在品质兼修。联系到书籍装帧设计，“文”可以理解为书籍设计的视觉形态，而“质”则是书籍内容的气质灵魂。“文质彬彬”体现的恰是书籍设计中“外在之美”与“内在之美”和谐交融的一种状态。比如，《捡来的瓷器史》充分融合书籍内外展开瓷器历史，用10块捡来的不同形状的瓷片，串联起书籍设计整体视觉元素。每一部分瓷片图形和瓷器形制抽象成简约轮廓，以局部现全貌。内文选择极白色的纸张，手感温润，和瓷器主题相契合。封面采用带有颗粒感的灰色特种纸，契合瓷器由泥土经烈火淬炼而成。再如《周庄身世》中有多处细节令人耳目一新，老照片部分使用牛皮纸，通过印刷技巧作了黑白照片还原处理，写生速写部分真实还原了速写本质感。国画、速写、照片、版画、老照片和纪实照片的不同部分，各自处理得当，纸张高低错落变化也契合了周庄水乡的建筑轮廓。

25部入选作品中，不少图书聚焦传统文化和江南文化进行创新表达，让阅读本身成为充满亮点与乐趣的“悦”读之旅。以《十竹斋书画谱(两函十六册)》为例，外封用豆青色细布，粘贴酒金隶书纸签，设计和古制书有区分，但又与古韵。内封墨绿纸板上朱砂色“十竹斋”印，体现出极简美学特征。除了布面材料、刺绣工艺、竹质书匣的运用契合“十竹”斋号，又与书籍所涉中国书法绘画相得益彰，在材料与内容形式上达成和谐。《我是外公外婆带的孩子》通过色彩、字体、纸张材质与排版营造出浓厚怀旧回忆氛围，使阅读者不自觉沉浸其中，与作者产生强烈情感共鸣。民间气息浓郁的《自贡剪纸沈成林作品集》函套选用朴拙瓦楞纸，彩色锁线呼应剪纸原色，配合宣纸柔软触感；内页正文采用窄的页边距，灵动的彩色剪纸碎屑点缀在页面上，使纸页在翻动中具有强烈的节奏变化。

评委委副主任祝君波透露，“最美的书”未来将继续秉持“设计、阅读、审美、生活”理念，在全球化语境中追求中国书籍设计的创新和发展，将传统美学与当代审美相结合，不断推动本土优秀书籍设计作品“出新”“出圈”“出海”。

据悉，“最美的书”由上海市新闻出版局主办、上海长江出版交流基金会承办，自2003年创立已举办22届，496件作品入选，其中24种荣获“世界最美的书”称号。

## 年度『最美的书』评选在沪揭晓，25种图书入选 不追求『过度设计』，『最美的书』美在哪



德语音乐剧《路德维希二世：国王归来》剧照。(演出方供图)

### 《路德维希二世：国王归来》下周迎来上海首演

# 音乐会只是音乐剧的“简化方案”吗

■本报记者 宣晶

中国首秀、仅此一站，德语音乐剧《路德维希二世：国王归来》将于12月12日至15日登陆上海文化广场。全新制作的音乐剧版音乐会不仅保留原版阵容，还邀请大型乐队参演，以古典庄严的音乐风格讲述童话国王的梦与传说。“我很期待在上海指挥一支65人的管弦乐队！要知道，即使德国原版也没采用过这种形式。”该剧音乐总监海因茨·瓦尔特·弗洛林兴奋表示，“音乐剧版音乐会将不做任何改动，因为这部作品的每一个美妙音符都值得以它的完美形态被聆听”。

记者发现，大型剧目巡演“音乐会化”成为新趋势，观众对音乐剧版音乐会的认知度和接受度也在逐步提高。据日前发布的《2024中国音乐剧市场年度报告》统计，2023年至2024年10月，音乐剧版音乐会国内演出场次累计超百场，票房超4000万元。全新的演出形态为何受到年轻观众的普遍认可？“舞美虽有浓缩精炼，但主卡司强大、服装华丽考究，一点不输原版。尤其是现场乐队的实力加持，让我有一种‘直冲天灵盖’的震撼感。”刷过了《伊丽莎白》《蝴蝶梦》等音乐剧版音乐会，音乐剧迷琳达仍感觉意犹未尽，她早早购买了《路德维希二世：国王归来》的票。

“这一形态更有性价比，而且放大了纯粹音乐的魅力。”

### 创造独一无二的“上海版本”

《路德维希二世：国王归来》是德国近年来最著名的原创音乐剧作品之一，自2016年起在富森新天鹅堡音乐剧院盛演不衰。该剧讲述了“童话国王”的一生：路德维希二世18岁即位成为国王，他深受瓦格纳歌剧的影响，致力于推崇和平与艺术。举世闻名的新天鹅堡见证了这位国王的理想和渴望。

“与我们这个时代的其他音乐剧相比，《路德维希二世》将大型史诗交响乐与现代音乐剧形式完美结合。”弗洛林认为，该剧融合美妙浪漫的咏叹调和优美的旋律，凸显歌剧化的音乐风格。据记载，路德维希二世16岁时观看了瓦格纳歌剧《罗恩格林》，从此深深地爱上歌剧形式与骑士故事。即位后，他把瓦格纳请到慕尼黑，资助其创作，使慕尼黑一度得到“音乐之都”的美称。出于对瓦格纳的致敬，《路德维希二世》具有浓厚的歌剧属性，许多曲目采用古典唱腔，以低音管乐和弦乐奏出庄严的旋律，象征着平地而起的新天鹅堡。正是基于《路德维希二世》优秀的音乐品质，此次巡演版的音乐剧版音乐会将大型管

弦乐队编制搬上舞台，创造独一无二的“上海版本”。“这部作品的架构非常古典，同时拥有音乐剧的大众化风格，能够与年轻化的观众群体接轨。”此次上海站演出由新古典乐团呈现，其发起人、00后指挥家金郁矿表示，即使申城观众不熟悉故事背景，也能通过丰富的音乐元素读懂它的精神内核。

### 呈现极致纯粹的音乐本体

随着音乐剧观众群体不断巩固、扩大，不仅出现了细分的观众群体，还催生新品类演出，音乐剧版音乐会、音乐剧GALA音乐会等获得观众青睐。在北京、上海、深圳等一线城市及文化氛围浓厚的二线城市，越来越多剧院引进此类演出。今年9月，《伊丽莎白》由音乐剧版音乐会形式回归上海，21场售出30829张票；上海文化广场会员购票人数11179人，人均购票2.1张。超高的“复购率”可见剧迷们对音乐剧版音乐会的认可。

在业内人士看来，音乐剧版音乐会之所以越来越流行，主要涉及巡演的性价比因素。剧院演出的成本不仅有支付给演出团体的演出费用，还有舞美道具的运输费用和装卸费用、演职人员的交通费、住宿费、餐补、剧目的推广费、票务代理佣金等。对于引进海

外原版音乐剧来说，大批量舞美道具的装运费相当高昂。2016年，为了确保在上海站巡演中复刻原版的舞台细节，德语音乐剧《莫扎特！》曾把包括79个音响、254个混音通道、480套服装及70个假发在内的15吨舞美道具，装上14车集装箱，以轮船、火车、飞机分批运抵上海文化广场，再由20位工人费时120小时装台。超大体量巡演高昂的成本，越来越让演出商望而却步。

那么，音乐会真的只是音乐剧的“简化方案”吗？在海外，音乐剧版音乐会的形式多种多样。音乐会多是专为音乐剧的纪念性演出而设置的，比如英文原版《悲惨世界》的10周年、25周年纪念演唱会是高品质的经典演出；也有一些音乐剧被改编为交响音乐会，力求以更宏大的方式呈现音乐本体。此外，还有一些作为“先导片”出现的小型音乐会，目的是为了展示新剧的音乐概念。

根据音乐剧特质精心“定制”的音乐会，仍有观众愿为极致的视听体验买单。在金郁矿看来，《路德维希二世》音乐剧版音乐会就值得古典乐的迷到现场聆听。“这部剧集中咏叹调和宣叙调的互相结合，或者说间奏曲的设计，非常接近传统歌剧的形式。从纯音乐的层次来说，这部剧运用了相当多的瓦格纳音乐元素，可以说是致敬了大师本人。”