

《大梦归离》遇差评，“郭氏美学”难再玩得转



近日，由郭敬明化名张弋敏执导，侯明昊、陈都灵、田嘉瑞、程潇领衔主演的古装奇幻爱情剧《大梦归离》播出。该剧开播4.9分的豆瓣评分，在热度上也未能掀起水花。云合数据显示，《大梦归离》单日正片有效播放市场占有率在7%至11.1%之间浮动。

从小说《幻城》等作品的封面，到大银幕上的《小时代》《爵迹》，再到如今荧幕上的古偶剧《云之羽》《大梦归离》，郭敬明推崇的精致视觉美感从未改变。去年的《云之羽》虽有不少差评，但凭借古代谍战博弈的故事题材及角色美感在总体上获得较好反响，在口碑上也收获6.2分的豆瓣评分。而此次《大梦归离》的口碑则下滑严重，这让人不禁想问：“郭氏美学”还玩得转吗？

“郭氏美学”：美则美矣，剧情虚弱

《大梦归离》以《山海经》为背景，讲述由百妖之首朱厌、白泽神女文潇、冰夷族后人卓翼宸、猎妖人裴思婧、神童大夫白玖、半神半妖的英雄组成缉妖分队，联手破案的故事。

从豆瓣网站的高赞评论来看，有观众盛赞剧集画面唯美，人

滤镜阴森、镜头缓慢、节奏拖沓……时隔一年多，“郭氏美学”携《大梦归离》重返荧幕，可惜这次没能延续前作《云之羽》的热度和口碑，其角色妆造、画面色调、剧情深度等方面也备受诟病。在观众审美持续更迭的当下，“郭氏美学”若仍坚持这套固化的审美范式，可能很难在剧集市场中得到更多关注。

物侧脸绝美、长发飘逸，但眼神是空洞的，慢动作是做作的，剧情是稀烂的；也有观众认为全员演技在线，剧情很抓人，处处留钩子，时不时插入一些轻喜桥段。有观众总结道：“剧组的目的不是拍好看的电视剧，是拍好看的镜头而已。剧情不知所云，煽情搞笑反复切换，但是看着既不感动也不好笑。”“看完脑子受伤了，但对眼睛友好。”也有媒体评论道：“《大梦归离》就贯彻了一个字：美。无论是光影交错间勾勒出的绝美下颌线，还是繁复华丽的布景与妆造细节，乃至演员们的一根发丝，都透露出极致的精致感。”但也有观众认为这种美是经过“粉饰”的：“每个人脸上三斤粉”。

可见，大多数观众认可《大梦归离》的美感，但这种美停留在视觉层面，缺乏内涵，无法弥补剧集在叙事上的空虚。

悲剧色彩在《大梦归离》中也有不少呈现，外化为“一言不合就流泪”。第一集中，陈都灵饰演的文潇就哭了好几次，后续展开的前三

桩案件中对于爱情及亲情的刻画，哀伤情感贯穿其中，眼泪更是数不胜数，就像当年《小时代》的角色哭泣海报一样，哭得凄美动人，但底色却是模糊的，只能沦为一种视觉景观。

事实上，去年播出的《云之羽》也曾被业内人士认为“是一部典型的审美大于故事的作品”：“心思几乎全花到服化道、镜头美学上了，视觉上的升级依旧不能代替叙事的重要性，如果没有扎实的剧情，往往是美得空洞无物，场面气派豪华，剧情薄弱浮夸。”

审美更迭：厚实内核，更受欢迎

郭敬明曾凭借《小时代》系列青春电影收获众多年轻观众好感。美酒、豪车、豪宅等奢侈品充满《小时代》的每一帧画面中，这种流于物质的美感，对奢华生活的迷恋与追求，在当时让一些影评人和观众嗤之以鼻，但依然无法浇灭该系列电影的火爆——《小时代》上映首

日就拿下了7100万元的票房，排片量高达45.1%；该系列电影票房共计超17亿元。

2016年，郭敬明自编自导的《爵迹》上映，该片采用计算机动画技术，试图打造一部奇幻版《小时代》。影片上映后在画面质感、剧情设定等方面备受质疑，虽收获近4亿元票房，但仍没有盈利，豆瓣评分仅为3.8分。

此后，郭敬明开始将“郭氏美学”转移到古偶剧创作上，但收效不够理想。从近两年的爆款古偶剧来看，观众对于古偶剧的审美取向已不再单纯追求浮于表层的视觉美，更希望看到基于扎实剧情的内涵美。

例如，2023年的古装奇幻剧《长相思》凭借出色的角色塑造揽获众多奖项，有媒体评价该剧：“不同于以往大女主爽剧只着眼于单一的爱情，《长相思》用多线叙述的形式，展现小夭一角在面对亲情、爱情、友情时的选择与态度。”

今年的古装爱情剧《柳舟记》则在更广阔的社会语境下探讨，延

伸爱情的意义，该剧导演刘国楠曾在接受采访时表示：“在剧情发展过程中，观众会看到他们（崔行舟和柳眠棠）错位的情感关系状态，以及微妙细腻的人物内心变化，这些都是我们在创作过程中设定的细节，相信两个独特且有魅力的人物会擦出不同的爱情火花，让观众在不知不觉间感受到错位身份下水到渠成的爱意和日久生情的微甜。”有媒体评价该剧并非一味地追求画面的唯美和华丽，而更注重呈现出“一切景语皆情语”。

再比如，与《大梦归离》同样基于志怪背景，近日热播的奇幻爱情剧《永夜星河》则融合穿书、系统、攻略、捉妖等多种元素，跑进“赛博”赛道，开播9天在平台站内热度值突破30000，进入播放平台爆款俱乐部，获得7.7分的豆瓣评分。

从这些出圈的古偶爱情剧来看，它们在剧情内容上不仅探讨爱情，更衍生出多层次的情感讨论、塑造更丰富的人物形象，乃至创新叙事手法，融入更多类型元素，打造更为厚实的美感，带领观众走进全新视域。

在观众审美持续更迭的当下，“郭氏美学”若仍坚持这套固化的审美范式，可能很难在剧集市场中得到更多关注。

（据《羊城晚报》）

真人秀拥有情绪魔法就够了吗

“血压上升”“一边烦一边看”……近日，一档以明星夫妻为观察对象的婚姻纪实观察真人秀频频登上热搜，引发广泛关注和讨论。该节目宣称通过为期18天的“再爱之旅”，展露更多婚姻本相。然而，随着节目的播出，其核心手法逐渐浮出水面——以“情绪价值”争夺流量红利。

节目中，三对面临婚姻危机的艺人夫妻成为观众审视的对象。他们的情感纠葛让观众“很

上头”，而个别嘉宾的言行也让观众“很恼火”。其中，一位男嘉宾在夫妻画像环节中对画师傲慢无礼的态度，更是引发了观众的强烈不满和批评。不少网友认为，这种行为不仅不尊重他人，也暴露了其缺乏教养、情商低下的一面。而此前，该男嘉宾就已经因为不尊重妻子、不尊重工作人员等行为被诟病，有网友表示此次事件更是让观众“积怨”爆发。

明星嘉宾在真人秀节目中

的口碑崩塌并非个例。在另一档旅行社社交综艺中，一位具有广泛知名度的女演员也被观众“鉴定”为情商差、没礼貌，与其在作品中展现出的接地气、亲和力的角色形象大相径庭。这些公众人物在真人秀中的表现，无疑让观众大跌眼镜，也让他们亲手打破了自己的光环，某种程度上实现了自我祛魅。

不可否认的是，真人秀类节目颇受欢迎。一定程度上，它提供了别样的视角，让观众能够更

真实、全面地了解明星艺人等公众人物。但是，当节目过度寻求以展现嘉宾“翻车”言行为“卖点”时，就不得不让人质疑其动机了。

在竞争激烈的文娱市场中，为了争夺有限的观众注意力，真人秀节目制作方往往会寻求能够快速吸引眼球的内容。明星的情感生活、性格缺陷等话题自然成为他们的首选，因为这些内容具有强烈的戏剧性和冲突性，能够在短时间内

引发大量讨论，从而提高曝光率和关注度，实现变现，有人称之为综艺的情绪魔法。然而，作为精神文化产品，除了“情绪价值”的商业逻辑，综艺节目难道不应该有更高的追求吗？如果只是引导观众消费“窥私”和“猎奇”，不加节制地起情绪的“火头”，这类真人秀的“真”与“秀”尺度在哪里，传递了怎样的价值观，而大家在骂过笑过后又究竟能留下什么？

（据《文汇报》）

编辑：徐静 美编：陈明丽

高价收购名家字画

电话：**18866867078**

地址：舜耕路6-1号（泉城公园东门北50米路东）大雅堂美术馆

物流公司出售

正常行驶的解放J6，420马力，13米半挂车一部。

联系电话：18764076669

收购字画

◆求购

15864536825

家政服务

◆家政

13793180410

专业疏通

◆疏通改道

86700184

南山区暖阳

养老服务中心

环境好，适合养生，有森林、菜地。设施安全，有电梯、娱乐活动室。

开业特惠：1800元/月

电话：15066131390 地址：济南市历城区西营镇李家庄338站牌

金龄健康·山东济南养老服务中心

- 国企品质，公办机构。
- 全国养老服务先进单位、全国敬老文明号、济南市五星级养老机构。
- 康养专区推出部分特价房，床位费低至**1500元/月**，部分床位**8.5折**优惠。

满一年赠送一个月床位费。

电话：**0531-82805587/5588**

地址：济南市市中区望岳路3668号

悠然亭颐养中心（医养结合 双院一体）

市中、兴隆、钢城、青岛、滨州、东营、白沙7店联动

五星养老 国家试点 医保定点 医疗护理 康复理疗 7天试住

地址：市中区·二环西高架桥下·腊山路16-3号 电话：**88819955**