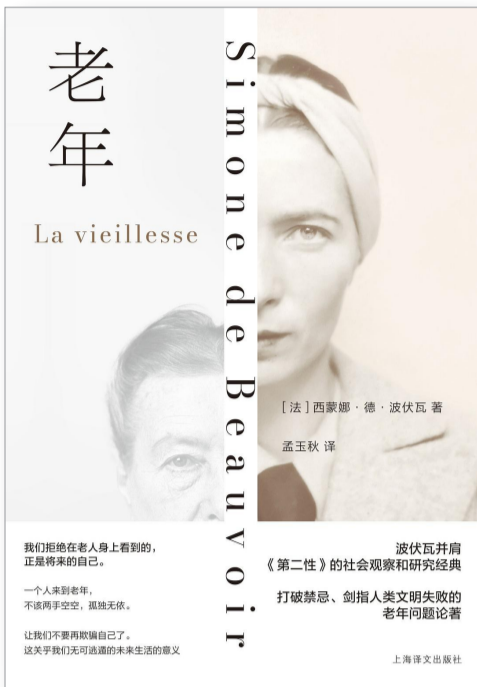


青视野

老年题材电影

他们是社会发展的一面镜子

李谷雨



《老年》, [法]西蒙娜·德·波伏瓦著, 孟玉秋译, 上海译文出版社, 2025年8月



电影《夏日细语》剧照

电影《秋日何时来》剧照

电影《绝境的 outsiders》剧照

老龄化是当下全球共同面临的问题。法国作家波伏瓦在《老年》一书中对这一问题进行了追根溯源式的探讨...

在生理层面, 2012年上映的法国电影《爱》以一种较为极端的方式呈现了老年的病弱状况。乔治斯和安妮夫妇本是受人尊敬的退休音乐教师...

在心理层面, 老年人面临着较大的情感需求, 但现实情况是情感滋养匮乏。波伏瓦认为, 相较于年轻人, 老年人心理状况脆弱, 精神疾病的发生概率更高...

照, 他们物质充裕, 只是希望亲人常去看望, 这一朴素的愿望却时常落空。如同影片中为婚姻状况和抚养孩子愁闷的瓦莱丽...

某种程度上讲, 老年人遭遇的一系列问题也由社会层面的原因引发。2024年上映的泰国电影《姥姥的外孙》中的姥姥年轻时每天凌晨出摊卖粥抚养子女...

既然老年困境涉及生理、心理和社会三个层面, 不妨对对应的层面思考对策。在波伏瓦的时代, 医学技术已加深人们对衰老的了解...

家人有责任为老年人提供情感支持, 但将这种情感联结片面地简化为年轻人对老年人的照顾, 对老年人有失公允...

一样能给予他人情感价值的主体。2022年上映的爱尔兰电影《夏日细语》中, 痛失独子的老年金斯莱夫妇在照料寄养在家中的女孩凯特的过程中得到情感慰藉...

衰老引发的变化本身是中性的, 只是传统叙事中默认老年人接近死亡和沉默的一面, 忽视老年人的重要作用。老年人具有经验丰富、心态平和的优势...

波伏瓦说: “如果我们想改善老年人的境况至于可接受的程度, 就必须重新塑造人, 重新创造人与人的关系。”由于生理和心理层面的老年困境都受到社会层面的影响...

(作者系复旦大学外文学院博士研究生)

青观察

在有关新大众文艺的众多讨论中, 我认为有以下两点值得注意:

其一是新大众文艺之“新”包含着模式的变化。新大众文艺中的一些创作正在沿着更加工业化、规模化的道路前进...

其二是新大众文艺中的“大众”这一指称固然导向作者层面“全民皆创”的繁荣景象, 但也会造成良莠不齐的局面...

既要通俗, 又要精致; 既要有的起点, 又要通过成熟的文化工业体系实现后续的长效开发...

《诡秘之主》是爱潜水的乌贼于2018年4月在起点中文网连载的奇幻小说, 也是起点中文网首部平均阅读量破30万的作品...

对海外读者来说, 与充满异国情调的修仙小说相比, 《诡秘之主》显然更具文化亲和力: 它的创作灵感来源于20世纪初美国奇幻作家霍华德·菲利普·洛夫克拉夫特创作的“克苏鲁神话”系统...

然而, 《诡秘之主》能够在浩如烟海的网络文学作品中脱颖而出, 更多依靠的是其值得称道的质量。

首先是小说中新奇的设定。无论是科幻、奇幻还是玄幻修仙, 独特有趣的设定都是小说的优势, 有时甚至是吸引读者的首要指标。《三体》中的面壁者、二向箔或《JOJO》的奇妙冒险系列漫画中的“替身能力”...

《诡秘之主》在海外的爆火, 是由于贴近不同区域、不同国家、不同群体受众开展精准传播。它成为一个具有商业价值和开发潜力的IP之后, 对其进一步的开发与改编就显得顺理成章。

由腾讯视频、阅文集团出品的动画《诡秘之主》共13集, 改编自《诡秘之主》原著第一卷。在这一部分中, 现代人周明瑞因偶然尝试神秘学仪式而穿越进诡秘世界内的廷根市...

动画整体采用2D与3D混合技术, 通过高精度的三维建模、动态捕捉技术、AI辅助创作系统以及精细的后期制作, 呈现出原著中复杂的世界观和超凡体系...

(作者系中国人民大学文学院博士研究生)

爆款《诡秘之主》如何长效发力

兼谈《诡秘之主》的改编得失 钟天意

型”的同时又和饱受诟病的“塑料建模”保持了距离。

在小说《诡秘之主》中, 第一卷是一个非常优秀的开头。无论是邓恩、伦纳德、老尼尔等位于神秘世界一侧的角色, 还是班森、梅丽莎等位于日常世界一侧的角色...

然而, 相对于原著体量而言, 动画《诡秘之主》还是做了大量删减, 这是整部动画最大的遗憾。虽说前3集在因为叙事过快招致普遍批评后, 制作组对后续剧集进行了一定的补救...

另一个问题是动画中视听语言的滥用与混乱。前者体现在炫技手法的大量运用上, 在几集过后, 最初的惊艳很快便让观众感到“审美疲劳”。克莱恩最初服用预言家魔药时, 其意识似乎在一瞬间触及全城...

《诡秘之主》是一部成功的网络文学作品, 也是新大众文艺创作中值得关注的作品。动画《诡秘之主》的改编固然暴露出了种种问题, 但这是值得付出的试错成本。尤其是在我们坐拥《剑来》等无数尚未改编或即将改编的优秀网络小说时...

Advertisement for 'Content Classicization, Mass Communication' (内容经典化 传播大众化) featuring a list of articles and authors.

Advertisement for 'Collection of Manuscripts' (征集书稿) from Haixin Culture and Art Service, including contact information and a QR code.

Advertisement for 'Wen Yi Bao' (文艺报) subscription, featuring pricing, a QR code, and contact details.