

互聯網創作走上大銀幕 小成本破圈引爆市場

從《嚇房》《愛你至死不渝》看影視新力量的崛起

「《嚇房》與《愛你至死不渝》的成功並非偶然，它們代表了一種全新的創作範式。它們的核心主創——編劇、導演，都並非傳統電影工業體系出身，而是地地道道的互聯網內容創作者，是YouTuber或網紅。這標誌着一條從互聯網內容創作到全球大銀幕的通路已被徹底跑通。」

張引丰分析道，《嚇房》的成功首先植根於一個龐大且成熟的互聯網亞文化——嚇房文化。「這一文化現象最早可追溯到2019年，在美國論壇4chan上發布的一張圖片：一間鋪着發黃地氈、貼着黃色牆紙、由陳舊熒光燈照明的空曠房間。這張圖片因其營造出的詭異、不安氛圍，迅速激發了網民的集體創作熱情。」後來有網友考證出，這張圖片的原形是美國某個中部州的一處傢具城拆遷現場，由一位拆遷工人出於個人興趣拍攝。然而，當這張圖片被投入互聯網的海洋後，它的真實出處已不再重要，重要的是它激發了怎樣的集體想像。

「這是一種典型的『數字民俗』。嚇房文化通過互聯網的共創特性，從一張簡單的圖片，演變成擁有龐雜層級、實體和規則體系的『亞文化宇宙』。這是任何單一創作者無法完成的，它來源於集體的智慧與想像力的不斷疊加。」在這一過程中，嚇房文化分化出了多個版本：以維基百科式運作的「W版」，強調知識體系的嚴謹與完備；以論壇社區為基礎的「F版」，更加自由開放甚至充滿無厘頭惡搞；以及後來帕森斯創造的「K版」。不同的版本代表着不同的社群文化氣質，但源頭都是互聯網的共創原則。

眾創文化的優勢在於其豐富性，劣勢則在於其鬆散性和不確定性。在帕森斯出現之前，雖然不乏有人拿嚇房製作遊戲、短片和各種二創作品，但始終缺乏一種能夠將這種文化「收束」為大眾化娛樂產品的核心力量。這種狀況一直持續到帕森斯的出現。帕森斯以其強烈的「作者性」，對龐雜的嚇房文化進行了收束與提煉，創造出了被粉絲廣泛認可的「K版嚇房」。「他引入了『異步研究所』等原創設定，將嚇房「寂靜嶺化」，即賦予其一個可以被觀眾理解和共情的心理與現實邏輯。影片中對心理創傷、被遮蔽的回憶的探討，都指向了角色內心的恐懼。這種從不可名狀的闕限空間恐怖，向心理驚悚的改編，雖然讓一些原教旨主義者不滿，但無疑拉攏了更廣泛的普通觀眾，是票房成功的關鍵。」

另外，帕森斯的個人成長經歷也為其創作提供了豐富的養料。「他的母親是一名心理醫生，父親是一名網絡工程師。前者讓他對心理創傷的刻畫入木三分，後者則讓他從16歲起便熟練掌握了Blender、AE等創作軟件。這種獨特的『技能樹』，加上他從小喜愛的遊戲《傳送門》對其

近期，兩部低成本的恐怖電影以其驚人的票房回報率成為了行業內外矚目的焦點。帕森斯（Kane Parsons）執導的《嚇房》全球票房已接近3.95億美元，居里巴克（Curry Barker）執導的《愛你至死不渝》則以約70萬美元至100萬美元的極低成本，創造了超過4.75億美元的票房神話。它們成功的背後，是互聯網文化對傳統影視工業的一次強力滲透，也是一代新媒體創作者長期技藝磨練的集中爆發。與此同時，另一部名為《鐵肺》的獨立電影也以完全繞開傳統資本的方式完成了從遊戲到電影的跨媒介蛻變，北京電影學院文學系講師張引丰指出，這三部作品正共同勾勒出一幅互聯網時代電影產業正在經歷深刻變革的圖景。

● 文：香港文匯報記者 丁寧 圖：網上圖片

空間穿梭概念的影響，共同塑造了《嚇房》獨特的作者風格。從16歲拍攝第一部K版嚇房短片，到20歲執導A24出品的電影長片，帕森斯的成長軌跡清晰而規整。他所有的『作者性』細節——無論是卡進嚇房的設定，還是心理診療的情節——都能在他的成長經歷中找到源頭，這本身就是一個特別規整、特別嚴謹的作者成長道路。」

互聯網平台成為新一代導演的「黃埔軍校」

張引丰說，如果說《嚇房》的成功得益於對既有文化IP的精妙改編，那麼《愛你至死不渝》則更直接地展示了互聯網平台如何成為新一代導演的「黃埔軍校」。「居里巴克走了一條完全不同的路。他將YouTube和TikTok這樣的平台，當作了自己磨練技藝的『道場』。」居里巴克並非電影新手，他曾短暫就讀於紐約電影學院洛杉磯分校，但很快輟學，經營自媒體頻道，長期拍攝搞笑短片和實驗性質的視頻。與合作夥伴一道自導自編自演，共同扶持至今。

「他通過這種高頻次、高互動的創作模式，獲得了在傳統電影學院裏無法得到的東西——即時回饋。每發布一個短片，點讚、評論、完播率等數據都會告訴他，哪裏做對了、哪裏失敗了。他的所有『招數』，在投上大銀幕之前，都已經經過了最嚴苛的互聯網觀眾的檢驗。」居里巴克通過無數條短視頻積累了大量的創作經驗，從一個搞笑博主逐步轉型，那些看似碎片化的內容生產，構成了一個高效的創作實驗室——每一個驚悚點的設計、每一個節奏的把控，都可以通過後台數據得到驗證和優化。

這種訓練最為核心的成果，是對敘事節奏感的極致把控。在恐怖片中，何時營造靜謐，何時釋放驚嚇，是決定影片成敗的關鍵。「這種近乎本能的分寸感，傳統導演需要經過漫長且昂貴的工業實踐才能獲得，而居里巴克在製作短視頻的無數個日夜中，通過海量的『試錯—回饋—修正』迴圈，早已將其爛熟於心。恐怖電影極其講究對觀眾期待的『擺弄』與『把玩』，需要在恰當時機回應或打破觀眾的預期。而這種分寸感極難通過理論化的方式習得，必須經過超過一萬小時的大量實踐磨練。」

「居里巴克證明了在這個時代，一個創作者可以完全繞開傳統且漫長的工業學徒體系，利用互聯網這個高回饋性的環境，直接掌握當代觀眾的『爽點』和『痛點』。」張引丰認為，隨着《愛你至死不渝》這類影片的成功，未來

中國的「嚇房」在哪裏？

會矛盾經過扭曲和變形後的「安全表達」。

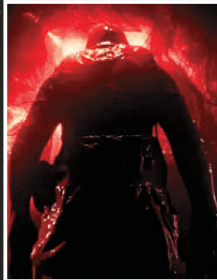
張引丰以彭浩翔《維多利亞壹號》為例，這部電影直接回應了當時香港狂熱的樓市焦慮，將一個社會問題直接轉化為一個砍殺恐怖片的故事內核。「那個女主角每天看着窗外矗立的摩天大樓，把它當作財富的象徵，心心念念要住進去，最終通過殺戮實現了『鳩佔鵲巢』的夢想。這非常有力量，因為它把具體的、真實的社會焦慮直接轉化為了恐怖敘事的驅動力。」

電影創作者應積極擁抱新媒體

基於互聯網與自媒體時代的特點，張引丰分享了自己的看法，「積極擁抱新媒體和媒介形式。無論是模擬恐怖短片、獨立遊戲，還是任何形式的網絡視頻，都可能是比傳統電影學院更廣闊的創作天地。在這個時代，創作者可以通過互聯網，極其高效地完成自己的『修煉』，並直接找到屬於自己的受眾。」譬如「模擬恐怖」，這是一種新興的創作形態——這類作品用拼貼式的、看似殘破的影像語



▲▼《鐵肺》由Mark Fischbach自編自導自演。



▲▼《愛你至死不渝》劇照



● 北京電影學院文學系講師張引丰



●《嚇房》劇照

將會有越來越多的自媒體創作者跨界成功，這幾乎預示着一個不可逆的趨勢。「居里巴克不是第一個，也絕對不是最後一個。」

《鐵肺》探索全鏈路獨立製片

張引丰提到了另一部在香港上映過的恐怖片《鐵肺》，由Mark Fischbach自編自導自演，電影走出了一條更為激進的獨立製片之路。「《鐵肺》的原作是一款克蘇魯風格的獨立遊戲，預設了一個近未來的絕望背景：宇宙中所有恒星與行星突然消失，僅存的倖存者被困在一艘飛船中，在茫茫無際的血色宇宙中尋找倖存者。遊戲博主Mark Fischbach在一次直播試玩後，被這款遊戲的氛圍和敘事深深地打動，產生了一種將其改編為電影的『使命感』。他邀請原遊戲作者共同參與劇本開發，自籌300萬美元資金，親自擔任導演、編劇、主演和剪輯，全程拒絕傳統資本的介入以保證創作自由度。」

然而，這條道路並非一帆風順。在影片前期的宣發階段，Mark Fischbach遭遇了來自傳統荷里活製片公司的圍剿——刪帖、壓熱度。但互聯網的特性決定了這種壓制反而會激發更強烈的逆反心理：大量潛在觀眾化身為「精神股東」，為他刷票、籌款、奔走相告。最終，《鐵肺》在有限的藝術院線完成放映後，將版權出售給YouTube平台，實現了完全的數位化發行。從遊戲到電影，從創作到宣發，從放映到版權變現，整個鏈路全部閉環，沒有依賴任何傳統資本的力量。

「這是最讓大資本感到恐慌的一點。一個網紅完成了企業化的運作，把自己當成一個體系完備的公司，從頭到尾生產了一個文化產品，完全不依附於任何傳統的影視化生產機構。而且關鍵是，這個鏈路已經跑通了。」張引丰坦言自己不敢輕易斷言「新時代已經來了」，但他認為這三部影片在相近的時間窗口內以不同路徑取得突破，構成了一個「指標性的事件」——它恰好出現在傳統影視產業持續蕭條的背景下，為資本提供了三條值得嘗試的新方向。

恐怖文化的「麥當勞化」

在張引丰看來，除了創作模式的革新，這幾部電影的成功也深刻契合了當代社會的文化心理與商業邏輯。「恐怖文化正在從小眾的、粗糙的、不可言說的原始形態，被包裝成一種標準化、可複製、能被廣泛接受和消費的文化產品。《嚇房》在全球的流行，包括在中國社交媒體上引發的『假如嚇房在中國』『我在嚇房很想你』等二創狂歡，都證明了這一點。它被嵌入各種商業力量，成為可以被調侃、可以被傳播的『梗』，這本身就是一個文化事件。」這種將恐怖元素解構為娛樂消費素材的現象，在此前的恐怖電影傳播中幾乎從未發生過。它標誌着一種恐怖文化的「麥當勞化」：從小眾變得熟悉，從令人恐懼變得可以被調侃、可以被消費。

而《愛你至死不渝》尤為精準地擊中了當代人對於親密關係的深層焦慮。片中由女友變成的「瘋狂愛人」形象，以及對「偽人」概念的演繹，都觸及了現代人在景觀社會中的困境——我們越來越難以區分真實的情感和被表演的情感。在法國思想家居伊·德波所描述的「景觀社會」中，一切真實的生活都被表徵所替代，就連情感這種最為私密的領域，也淪為了一種需要被展示、被圍觀的「景觀」。「影片最精彩的一場戲，是女友在派對上要求男主親吻她的那個瞬間。這完美地呈現了一種病態需求——我們要的不是愛本身，而是『相愛』這個可以被展示的『景觀』。當代人的情感生活變成了一種表演，一種需要被他人點讚和見證的櫥窗。這種對親密關係被異化的恐懼，是《愛你至死不渝》能引發全球觀眾廣泛共鳴的根本原因之一。」



●《嚇房》劇照

言講述恐怖故事，每集只發布於網絡平台，卻擁有巨量擁躉。「生產一個恐怖故事，不必非得是電影、短劇或電視劇。它就是一個YouTube上的視頻，一旦找到專門受眾，這個長尾效應會無限擴增。」

他建議創作者關注Steam等遊戲分發平台上的獨立遊戲賽道。「近年來，大量優秀的『中式恐怖』獨立遊戲——以剪紙畫風格、有限的製作成本實現出色的驚嚇效果——正在湧現，許多創作者甚至並非遊戲行業出身。愈早從這種所謂『權威的、核心的、中心化』的文化思維中跳脫出來，就愈早獲得創作上的自由和新的天地。」