

## 好莱坞的暑期档，AI担了创意匮乏的罪名？

罢工也许不能阻挡AI的发展脚步，但好莱坞是时候反思自己对于创意的傲慢和忽视。



2023年7月14日，美国洛杉矶，好莱坞演员和编剧工会罢工，争取更好的薪酬及针对人工智能（AI）的运用应有保障措施。摄：David McNew/Getty Images

特约撰稿人 李观泽 | 2023-07-26

美国电影 好莱坞 罢工 AI

近两个月来，好莱坞影坛最热门的话题莫过于“罢工”事件。从编剧到演员，再到导演，除了各自领域的传统

近两个月与电影市场暑期档“火爆表现”相对应的，是好莱坞罢工行动的进一步升级。除了从5月初开始的编剧大罢工外，演员也从7月开始参与到罢工中。今年发生的好莱坞罢工势必会对接下来的大量好莱坞作品带来深远影响，不单是漫威等厂牌已规划明确档期的影片集体延误，已经完成制作的《沙丘2》《水行侠2》等电影也有可能因演员不会参与宣传而调档。

本次好莱坞大罢工会以什么样的姿态收尾暂未可知，但毫无疑问的是本次罢工势必在好莱坞历史上记下浓墨重彩的一笔。这样大规模的对抗是内部冲突的一次激烈外化，暴露出来的是目前的好莱坞系统，已经到了不得不彻底将矛盾和问题摆上台前才有可能解决的事实。所以仅仅将罢工事件归于AI带来的行业冲击，尽管有些以偏概全，但阶段性回顾这个暑期档，从正在进行的“你方唱罢我登场”式接力竞争（并仆街）中，能窥见当下好莱坞大厂的困境，本质上也是一种AI式的内容同质化危机。

在年初做新片展望时，任谁都很难不承认今年的暑期档是超豪华的阵容。暑期档本就是兵家必争之档期，更不要说受到新冠疫情的影响，很多大片都或主动或被动地定档在了23年的暑期前后。这其中有迪士尼曾经的金字招牌——动画改编真人电影《小美人鱼》和皮克斯《元素方城市》；索尼派出备受关注的蜘蛛人动画电影续集《蜘蛛人：穿越新宇宙》打头阵；华纳祭出了“史上最好超英电影”《闪电侠》以及年度爆款预定《芭比》；环球则在贡献出年冠《超级马里欧兄弟》后，又拿出了最卖座系列《Fast X》和诺兰导演的《奥本海默》；派拉蒙更是掏出了看家的IP出来——《变形金刚》和《不可能的任务》系列续集。这样密集的配置，以每周几乎一到两部大片的节奏轮番登场，那场面应该是好不热闹才对。但暑期档已过大半时回望，结果却相当不尽如人意——除了少数几部评价尚可的作品外，几乎每一部都在亏本和大亏本的边缘徘徊。从内容的角度出发，上述影片基本呈现出两种特征，背后也都指向了好莱坞创意缺失的根本困境。





2023年7月21日，美国洛杉矶，《奥本海默》（Oppenheimer）的电影海报挂在剧院外。摄：Eric Thayer/Bloomberg via Getty Images

首先是老旧内容的疯狂翻炒，这恐怕是系列化内容无法绕开的问题。系列化电影开发路径，在漫威把IP、宇宙等概念玩出花之前，是好莱坞大片策略的不二选择。一个已经被市场证明是有效受欢迎的内容，继续开发当然是保险的做法，但面对的问题势必是开发周期和市场变化的速度是否能够匹配。《Fast X》已经是相当罕见的好莱坞常青树系列，这一原本以追车和犯罪为核心卖点的B级片作品，在一步步的升级中完成了向大场面动作片乃至科幻片甚至超级英雄类型的转型。影片外化的类型元素和家人的情感内核，在系列发展的前中期显然是受到认可和奖励的，也造就了一次又一次的商业成功。但到了系列第10部如此庞大的体量时，原有的内容在不继续推陈出新的情况下很难再创造新意，甚至连不重复都无法做到。这也导致影片虽然也有梵蒂冈大炸弹、高架拉爆直升机、大坝垂直冲锋等大场面，也仍然无法摆脱老旧的标签。更何况过往作品中的内容单薄、逻辑混乱问题依然照旧，让系列老观众疲劳而新观众无感，整个系列的后续走向陷入一种尾大不掉的尴尬。

一部暑期档好莱坞系列大片新作，是上下部的上篇，在梵蒂冈街头飙车，主角上天下地飞车救人无所不能，这里的描述你以为是《Fast X》，但其实也是《不可能的任务7》。阿汤哥的《不可能的任务7》虽然在内容上相当与时俱进地引入了AI作为大反派，但仍然是一部似曾相识的作品，影片当然保留了系列惯有的紧张刺激，可最大的卖点依旧是阿汤哥的搏命。缺乏新意的事实导致了观众兴趣的涣散——如果你的宣传点都和前几部一样，我为什么非要来看最新的这一部？这让《不可能的任务7》略显疲软的票房表现，无法和烂番茄96%新鲜度的超好口碑相匹配，也让人不得不承认，爬迪拜高楼、徒手扒飞机和高空摩托跳伞，虽然阿汤哥经历的危险层层递进，但对普通观众来说也已经看腻了。有着同样遭遇的还有《闪电侠》《变形金刚7》和《印第安纳琼斯5》等等，几乎都走的是翻炒老旧内容试图贩卖情怀的路线，有些粗制滥造到像剧本是ChatGPT写出来的。但就在贩卖情怀都显得毫无新意的今天，在线下观影门槛被疫情猛烈提高的当下，观众显然已不会再为缺乏新意的情怀继续买单。

第二类特征则是“内容不够形式来凑”的局促，重点可以看看《蜘蛛人：穿越新宇宙》这部动画电影。这部电影的前作《蜘蛛人：新宇宙》在2018年横空出世，当即以非常亮眼的美术风格和画面设计，以及当时还非常新潮的“平行宇宙”概念惊艳全场，顺利拿下当年的奥斯卡最佳动画。这部续集自然也从立项开始就备受关注，而索尼最终选择将本片的档期定在6月初打暑期档头阵，也侧面反映出发行方充足的信心。事实说明影片的质量确实上佳，有烂番茄96%新鲜度的超高评分，也有全球6.7亿美元的票房成绩，是暑期档少数挣钱的项目之一。影片的口碑评价和票房表现，当然和当时所处的环境强相关，特别是前后都是一顿操作猛如虎结果完全不能打的同行们。但单就影片来说，《蜘蛛人：穿越新宇宙》并非毫无破绽。

内容本质单薄到无法忽视——这不光体现在故事在中段的戛然而止，也暴露在剧情逻辑的不合缝和角色毫无成长变化上。尽管已明确了是一部“上篇”电影，《蜘蛛人：穿越新宇宙》也没有完整地讲述一个可以闭环在一部电影中的故事，无视剧作逻辑而将影片的性质转变成了一个长达两个半小时的大型预告片。同为上篇，远看《复仇者联盟3：无限战争》，近看《不可能的任务7：致命清算（上）》，都完成了叙述一个完整故事的任务。在此基础上，影片尚未完整的逻辑链条和还仅仅只有铺垫的角色变化也就都无法完成，从剧作上来说都是很不合格的。



2023年7月14日，美国洛杉矶，好莱坞演员和编剧工会罢工，争取更好的薪酬及针对人工智能（AI）的运用应有保障措施。摄：David McNew/Getty Images

当然，影片传承甚至进一步发扬光大了前作惊艳的美术设计，这也有效地弥补甚至遮掩了内容上的疲软。观众很难忽视格温宇宙的水彩画、达芬奇秃鹫的文艺复兴卷轴风，以及反派斑点在变身前后的强烈画风转变，更不要提片中成百上千的蜘蛛人（虽然那么多蜘蛛人都追不上主角这个设计过于离谱）了。全屏铺满的视觉元素，配上影片相当具有风格化的配乐，使得影片的大银幕视听体验足够出色。但是，将创意集中在形式而非内容，也同样会为电影带来新的存在主义危机——就像MidJourney文生图能迅速按照指令画出不同画风不同元素的图片，若《蜘蛛人》动画电影只在形式上发力，那内容的匮乏迟早会将系列引向一个可复制而无意义的AI式作品中，就像编剧们罢工时所担心的那样。

相比之下，迪士尼的两部暑期档作品则是从另外的角度来“解构”形式——种族议题，或者说“政治正确”。本质上看，《小美人鱼》和《元素方城市》都是用种族议题搭配相对古典或者说老旧的主题内容，这一做法在北美本土相对是奏效的，至少《小美人鱼》在北美还收获了近3亿票房。但在世界维度上看，却不再有好莱坞引领全球的文化统治力，《小美人鱼》海外票房仅2.6亿，成为少有的北美本土产出高于其他地区的好莱坞影片。“政治正确”作为近年来外界批评好莱坞最主要的措辞，之所以仍被反复提及，也是因为一方面涉及到北美市场很大一批观众购买力必须慎重，同时也接近《芭比》所说的那样——“我们已经（或正在）找更好的方式来装作是这样”。与其批评《小美人鱼》“黑化”的粗暴，倒不如说迪士尼已提前预判了这部影片的内容单薄，但同时又不想费力去创作和修改，干脆借用种族议题来装点。

“政治正确”这个词现在看似被赋予了负面意义，但从根源上看由电影来反映其生产时代的社会议题是再正常不过的事情，与其拒绝或诟病还不如静下心来看看谁表达得最好。相比于《小美人鱼》和《元素方城市》的简单粗暴，《蜘蛛人：穿越新宇宙》显然略胜一筹——无论是用动画媒介转移了对黑人主角的聚焦，还是原作文本的直接借用，亦或是其他对拉美文化、宝莱坞、摇滚、LGBTQ等元素的借用和快速展示，都显得非常聪明和合理。毕竟已经是平行宇宙了，再说文化挪用或剥削多少有些吹毛求疵，再者说又何必对一部动画片那么认真呢？

《芭比》也沿用了同样的策略，将女性议题融进了玩具的世界“芭比乐园”中表达，通过玩具世界乌托邦的“激烈对抗”来表现当代社会女性反压迫和觉醒的可贵。影片中的主角芭比，在误入真实世界后了解到真实世界对女性的压迫，又在回去拯救被男本位“荼毒”的芭比乐园后逐渐觉醒，最终选择寻找属于自己的人生。虽然这也是一个相当古典甚至老旧的觉醒故事，但在导演格蕾塔·葛韦格有趣而又充满作者属性的女性表达中焕发新生机，用真正意义上的创意和作者性，以及努力贴近现实的社会议题，帮助影片摆脱了古旧的AI式同质感危机。即便是一个看似很低幼玩闹的题材也能爆发出惊人的商业潜力和电影价值，《芭比》的超高热度和可预见的高口碑高票房证明了拥有“当下性”电影的可贵。





2023年7月14日，美国洛杉矶，一间店铺摆放着电影《芭比》（Barbie）的主题枕头。摄：Eric Thayer/Bloomberg via Getty Images

当然，在目前这个逆全球化的时代，“当下性”和“人性”都不是一个能追求到最大公约数的词，就像是“政治正确”在北美还能作为核心卖点支撑，但在其他地区就很难奏效一样，既要为文化产品注入时代活力，又想追求普世的价值表达和背后的商业价值，成为了一个更加棘手的难题。例如好莱坞今年在中国市场的全败战绩就足够说明问题，同时暑期档的接连扑街，也表明好莱坞是时候反思自己此前对于创意的傲慢和忽视造成了何种恶果。罢工也许不能阻挡AI的发展脚步，但全球普世价值公式已到了分崩离析的时刻，在现在观众看来其模糊虚伪到和AI作品无异。用性别或种族议题也许还能再撑一阵子，但长此以往还能有多少观众继续为疑似AI写的剧本和AI式角色演绎的陈词滥调买单？