

从技术普及到艺术提高：人工智能生成影像大众创作辨析

毛思宇^{1,2} 杨成翊¹

(1. 吉利学院, 四川 成都 641423; 2. 泰莱大学媒体与传播学院, 马来西亚 梳邦再也 47500)

摘要: 生成式人工智能把部分专业影像能力转化为个人和小型团队可以调用的技术资源, 推动大众影像生产由“人人可拍”进一步走向“人人可生成”。然而, 生产资格的扩展并不等同于艺术创造能力的同步提高。本文以中国文艺关于“普及与提高”的命题为理论起点, 结合新大众文艺的主体变化及《历历在目》《颅内花园》《凤穿牡丹》等生成影像实践, 辨析 AI 生成影像大众化中的现实矛盾。研究认为, AI 首先普及的是形式实现能力, 其成熟、光滑且易于调用的视觉结果, 可能使技术完成先于生活认识和情感生成; 大众题材虽大量进入影像, 具体经验却仍可能被通用风格与类型结构替代。技术普及转化为艺术提高, 需要创作者以现实经验提出问题, 以审美判断筛选和重组模型输出, 并使个人感受进入公共情感结构。AI 时代大众文艺的关键, 不是以低成本复制专业影像外观, 而是使不同生活经验获得不可替代的艺术形式。

关键词: 人工智能生成影像; 新大众文艺; 技术普及; 艺术提高; 审美主体

DOI: doi.org/10.70693/202608079923

From Technological Popularization to Artistic Advancement: A Critical Examination of Mass Creation in AI-Generated Moving Images

Mao Siyu^{1,2}, Yang Chengyi¹

¹ Geely University, Chengdu 641423, China

² School of Media and Communication, Taylor's University, Subang Jaya 47500, Malaysia

Abstract: Generative artificial intelligence has converted part of professional audiovisual production into technical resources accessible to individuals and small teams, extending mass image production from “everyone can film” to “everyone can generate.” Yet broader access to production does not automatically produce artistic advancement. Taking the Chinese theoretical relation between popularization and advancement as its point of departure, this article examines the changing subject of new mass literature and art and analyses representative AI-generated works, including *In Plain Sight*, *Cranial Garden*, and *Phoenix through Peonies*. It argues that AI primarily popularizes the capacity to realize visual form. Its polished and readily available outputs may allow technical completion to precede lived understanding and emotional formation. As a result, ordinary people and everyday subjects may enter images while concrete experience is still replaced by generic styles and type conventions. Technological popularization becomes artistic advancement only when creators raise questions from lived reality, exercise aesthetic judgment over model outputs, and transform individual feeling into a

作者简介: 毛思宇, 吉利学院助教, 泰莱大学媒体与传播学院博士研究生, 研究方向为影视艺术、女性电影与数字影像;
杨成翊, 吉利学院 2025 级广播电视编导 1 班本科生。

通讯作者: 毛思宇, E-mail: 0365836@sd.taylors.edu.my

publicly intelligible emotional structure. The value of mass creation in the AI era therefore lies not in reproducing professional-looking images at lower cost, but in enabling different social experiences to acquire distinctive and necessary artistic forms.

Keywords: AI-generated moving images; new mass literature and art; technological popularization; artistic advancement; aesthetic subject

引言

中国文艺关于“普及与提高”的讨论，处理的从来不只是作品数量与艺术技巧之间的关系，而是文艺如何进入人民生活、人民如何成为创作主体，以及大众化与艺术质量如何相互推进的问题。《在延安文艺座谈会上的讲话》强调，提高应当建立在普及基础之上，普及又需要提高的指导[1]。这一命题形成于特定历史语境，却仍为认识当下新大众文艺提供了基本方法：媒介和技术扩大文艺参与，并不意味着艺术价值会随参与规模自动增长。李敬泽指出，新大众文艺的根本变化，在于人民大众以前所未有的规模和深度参与文学艺术的生产传播[2]；黄平则进一步提醒，新大众文艺既要看到人民主体与媒介变化的结合，也要处理普及与提高、人民性与平台商业性之间的关系[3]。人工智能生成影像，正使这一传统命题获得新的现实内容。

移动终端和短视频平台曾经把摄影、剪辑与传播能力带入日常生活，生成式人工智能则进一步把人物塑造、空间建构、风格生成和镜头运动转化为普通用户可以调用的模型能力。影像大众化由“人人可拍”走向“人人可生成”，技术开放的对象不再只是设备与传播渠道，还包括过去主要由专业团队掌握的部分形式实现能力。已有研究表明，AI正由局部工具辅助走向贯穿创意开发、视觉生成和虚拟制作的人机协同，并推动个人及小团队承担更复杂的视听生产任务[4]。周雯记录的AI漫剧案例亦显示，小规模团队能够在较短周期内完成连续内容生产[5]。这些变化足以证明生产方式正在重组，却不能直接证明大众艺术创造力同步提高。

本文所称“技术普及”，是指生成模型使部分专业影像能力获得更广泛的可用性；“艺术提高”则沿用中国文艺关于普及与提高关系的基本问题，指创作者能否把现实生活、情感认识和文化经验转化为具有独特性的艺术形式。本文采用文献研究与案例分析相结合的方法，围绕三个问题

展开：AI普及了何种影像能力；技术完成为何可能与经验表达脱节；普通创作者如何由模型使用者转变为艺术创造主体。本文不把专业团队作品直接视为大众创作的证明，而将其作为考察技术转化为艺术形式的参照，以避免把生产效率、作品数量和审美创造混为一谈。

一、技术普及：中国大众影像生产的新阶段

（一）从“人人可拍”到“人人可生成”

数字摄像机、智能手机与网络平台降低了拍摄和传播门槛，使普通人能够在缺少专业机构支持的情况下记录并发布生活。此时大众获得的主要是现实影像的采集权和传播权，创作者仍需面对真实人物、具体空间和正在发生的社会生活。生成式人工智能带来的变化更进一步：用户可以在缺少演员、场景和摄影设备的条件下，根据文字或参考图像生成并不存在的人物、环境与动作。大众影像生产由使用轻便设备完成制作，部分转向调用模型已经积累的视觉能力。

这种转变具有明确的文化意义。过去因资金、技术和组织条件而无法实现的想象，可以迅速获得可见形式；地方故事、私人记忆和非现实构想也由此拥有进入影像生产的可能。但拍摄工具与生成模型并非同一种中介。摄影机虽然具有技术规定性，仍把创作者带到现实对象面前；生成模型则可能在创作者尚未充分认识生活之前，先行提供人物造型、空间构图、光线气氛和风格类型。大众获得了形式实现的便利，也更容易面对已经由模型组织完成的视觉答案。

（二）生产主体分散与形式能力集中

生成工具开放之后，进入影像生产的个人不断增加，承担复杂视觉执行的能力却集中于少数模型与平台。用户输入的故事和人物可以千差万别，所调用的构图规律、人物范式、光影标准与风格资源却可能具有较强共性。由此出现一种新

的结构：生产主体在数量上趋向分散，形式能力却可能重新集中于模型。

这并不意味着同一模型必然生成同一种作品。任何媒介都包含共享的技术条件，摄影者也会使用相同设备。问题在于，生成模型不仅提供记录工具，还直接参与人物、空间与风格的建构。曾志刚等指出，AI在提升影视制作效率的同时，也暴露出物理逻辑、情感深度和同质化方面的局限，人的审美判断与生命体验因此更显重要[4]。所以，“低成本获得专业外观”首先是制作条件变化，而不是艺术提高的充分证据。

（三）“大众写”不能停留于生产资格

新大众文艺的重要变化，在于人民不再只是作品中的表现对象和传播终端，而逐渐成为文艺生产、接受和评价的参与者[2]。但在AI生成影像中，普通人获得工具之后，模型可能在形式上先于他们完成表达：个人生活进入提示词，生成结果却仍服从通用人物、类型情绪和成熟视觉样式。

因此，“大众写”的成立不能只以大众发出生成指令、拥有发布账号或形成海量内容为证明。真正具有理论意义的问题，是大众经验在作品中是否具有不可替代的作用。若不同地域、职业和家庭处境只被转换为相似的视觉包装，那么大众虽成为内容生产者，却尚未充分成为艺术形式的创造者。AI时代普及与提高的新矛盾由此显现：工具使用权可以迅速开放，艺术表达权仍取决于大众能否以自身经验重新组织工具所提供的现成形式。

二、现实症候：形式成熟与经验不足

（一）“光滑”影像与完成感的提前到来

AI生成影像最直观的吸引力，是能够迅速提供精致、流畅和具有奇观感的画面。杜天笑借用“光滑”概念分析主流消费语境中的生成影像，指出其不断接近算法所标记的优质影像和商业大片标准，形成圆润、无缝、缺少阻力的视觉经验[6]。这种形式能力使普通创作者摆脱部分设备与预算限制，却也带来“完成感提前”的问题。

当用户输入“温暖的家庭”“怀旧的故乡”或“东方美学”，模型可以迅速生成暖色灯光、旧屋、传统服饰和柔和表情。画面似乎已经完成情感表达，创作者却可能尚未回答：家庭之爱是

否包含控制，故乡经验是否同时包含逃离与依恋，所谓东方经验能否由少数古典视觉符号代表。模型首先提供的是情感的可识别外观，而艺术情感还需要在人物经历、社会关系和创作者体验中逐步形成。

（二）情感模拟不等于情感生成

周星在讨论艺术创作的“情感之维”时，强调艺术创作以人的情感生发和审美感知为重要基点，形式与技巧只有在承载并转化情感经验时，才真正进入艺术创造[7]。这一判断并不是以“机器没有情感”否定AI影像。摄影机、颜料和文字同样没有情感，关键始终在于创作者是否把真实感受和现实认识组织进媒介材料。

AI能够复制悲伤的表情、浪漫的光影和紧张的节奏，却不能替创作者经历失去、羞耻、压抑、责任或眷恋。当创作者只要求模型生成一种“悲伤感”，情感便容易退化为可调用的符号配置；当某种失去被转化为人物间的沉默、时间上的停顿和空间距离，技术才开始承担情感形式。AI影像真正值得警惕的，不是机器无情，而是创作者可能在机器提供的情绪外观中，误以为情感表达已经完成。

（三）大众题材不等于大众经验

“视觉过剩”与“共情稀缺”的讨论揭示，高质量视觉生成能力不断普及后，作品价值更依赖人物关系、叙事逻辑与情感结构[8]。这一判断对于大众AI创作尤为关键。作品出现劳动者、乡村、家庭和地方文化，只能说明大众题材进入影像，不能证明大众经验已经形成独特表达。

一部作品表现外卖员，若人物仍只承担逆袭或励志功能，工作空间仍只是视觉背景，劳动经验便没有真正进入形式。相反，只有当重复、等待、身体消耗与时间压力改变作品节奏，劳动经验才成为形式发生的条件。地方生活亦不能只由建筑、服饰和方言标记，而应进入空间使用、交往方式和声音环境。技术普及若只让普通人的故事披上统一的专业外观，便会出现题材扩张与经验收缩并存的现象。

三、艺术提高：生成技术如何转化为审美形式

(一) 技术异常只有进入经验结构才成为艺术

生成影像经常出现形体变异、物体粘连、空间坍塌和动作断裂。在产业生产中，这些现象通常被视为需要修正的技术问题；在艺术评论中，它们又容易被笼统包装为故障美学。两种判断都忽略了一个基本前提：技术缺陷不会自动成为艺术，技术完美也不会自动形成审美价值。决定性问题在于，某种技术特征是否与作品经验建立必要联系。

杜天笑分析的《历历在目》以童年记忆为内容，影像中的动物、物体和空间在运动中不断分裂、粘连和坍塌。作品没有完全消除模型的不稳定性，而是使其与记忆的不准确、梦境的错位和回忆的断裂相对应[6]。该片的意义不在于“AI生成错了”，而在于创作者使错误获得表达位置：模型的不连贯被重新组织为记忆难以完整复原的形式。由此可见，人机协同的艺术价值不在于人对机器的绝对控制，而在于人能否判断并组织机器产生的偶然结果。

(二) 文化经验不能迁就模型模板

人工智能进入传统文化和地方经验表达时，同样存在形式先行的问题。简单输入“国风”“水墨”或“非遗”，可以迅速获得具有辨识度的中国元素，却未必能够呈现具体文化的历史语境和审美精神。曾志刚等记录的《颅内花园》把江浙地区实地扫描形成的点云数据与AIGC结合，《风穿牡丹》则针对模型难以准确还原精细纹样的问题进行多技术整合[4]。这些作品属于专业创作，不能直接证明大众主体已经形成，却能说明技术如何在文化判断的统摄下转化为艺术形式。

这里呈现的不是模型自行发现了东方美学，而是创作者根据文化对象的具体特性选择、修正和组合技术。对于大众创作而言，同样的原则意味着：技术普及不能只停留在开放若干“东方”“民族”或“怀旧”模板，还应当提高普通创作者辨认本土文化材料、理解具体生活语境和修正模型偏差的能力。否则，文化经验仍可能被压缩成可快速调用的视觉标签。

(三) 艺术提高发生于三重关系的建立

从上述实践可以看出，AI时代的艺术提高不是从低清晰度走向高清晰度，也不是从单幅图像

走向连续视频，而是三重关系的建立。其一，生活经验与创作问题之间的关系。创作者需要从现实生活和具体感受中提出问题，而不是从模型能够生成什么反向寻找题材。其二，技术特征与艺术形式之间的关系。模型的光滑、随机、故障和涌现都只是技术可能，只有进入人物、叙事、节奏和情感结构，才获得艺术意义。其三，个体表达与公共感知之间的关系。艺术不能停留在创作者对生成效果的私人惊奇，还需要使个人感受成为他人能够进入和理解的经验。

这三重关系说明，艺术提高不是技术普及之后自然出现的下一个阶段，而是创作者把技术重新带回生活、情感与社会关系的过程。模型越能够迅速提供完整形式，人的任务越不是与机器比拼执行效率，而是提出机器无法代替的问题，辨认技术结果与生活经验之间的距离，并通过整体组织使作品获得明确的价值方向。

四、主体重建：AI时代新大众文艺的价值尺度

(一) 普及不能只普及模型使用

在人工智能时代，普及首先表现为工具开放和生产资格扩大。但若普及只意味着教会更多人输入提示词、调用模板和生成视频，它最终可能只是扩大内容供给。黄平指出，大众把内在情感转化为外在创作并非自然过程，需要艺术手法作为中介；新大众文艺的发展也必须在普及与提高的辩证关系中吸收专业创作经验[3]。

因此，AI时代需要普及的不仅是模型操作，还包括对模型生成方式、训练偏向、现成风格和影像传统的基本理解。大众需要知道什么是工具提供的习惯性答案，什么才是由自身经验产生的形式要求。只有技术知识的普及同时成为审美辨析能力的普及，普通创作者才可能从模型用户转变为具有判断力的艺术主体。

(二) 提高不是复制专业外观

AI使普通创作者能够获得过去具有较高专业门槛的视觉外观，这是技术发展的积极成果。但大众创作的提高，不能以越来越像商业大片、成熟动画或标准广告为唯一尺度。若把提高等同于专业外观，大众创作最终只是以更低成本复制职业工业已经确立的审美规范。

真正的提高，表现为创作者能够回答作品为何表现这段生活、为何使用这种形式、为何拒绝

另一个更精致的结果,以及作品希望与观众建立怎样的情感关系。审美主体并不要求创作者亲手制造每一个像素,却要求他对经验选择、形式组织和价值方向承担责任。技术可以分担执行劳动,不能替代这一责任。

(三) 从技术平权走向经验多样

新大众文艺的文化意义,不只是让更多人获得与专业生产相似的工具,而是使不同职业、地域、年龄和生活处境中的经验进入公共表达。所谓审美多样,并非每个人选择一种不同滤镜,也不是生成数量无限增长,而是不同生活能够要求并形成不同的影像结构。劳动经验可以改变时间与身体的呈现,地方生活可以形成独特的空间和声音关系,家庭经验可以超越简单的温情或冲突,传统文化也可以摆脱符号拼贴,在当代生活中重新获得情感位置。

李敬泽把新大众文艺的“新”概括为人民既成为文艺的“剧中人”,也成为文艺的“剧作者”[2]。在AI条件下,这一主体变化不能只由生成权限确认,还要由作品中的经验差异确认。技术平权只有进一步转化为经验多样和形式多样,才真正实现艺术与大众关系的深化。

结语

生成式人工智能使影像生产发生了显著变化。模型将人物设计、空间建构、视觉风格和镜头生成等复杂能力转化为可调用的技术资源,个人与小型团队由此获得更广泛的生产机会。这构成中国大众影像生产的一次重要技术普及。

但技术普及不等同于艺术提高。AI首先改变的是形式实现条件,并未自动提供生活体验、情感认识和审美判断。模型可以迅速生成完整影像,也可能使创作者在尚未深入现实和辨认经验之前,接受一套精致而通用的视觉答案。由此产生的核心矛盾,不是机器是否替代人,而是技术

形式的迅速成熟与大众审美主体尚未充分形成之间的不平衡。

《历历在目》说明,当模型的不稳定性与记忆经验形成内在联系时,技术异常可以转化为艺术形式;《颅内花园》《凤穿牡丹》等实践则表明,文化认识和审美判断必须对技术进行选择与修正。AI时代重新讨论普及与提高,需要把重点由工具数量和作品产量转向艺术主体的形成。普及不是让大众更方便地复制现成风格,提高也不是让生成影像越来越接近工业外观。二者真正的统一,应当表现为技术能力向大众开放的同时,大众能够以自己的生活经验、情感认识和文化立场重新组织这种能力。人工智能能够让更多人进入影像生产,但只有当生活经验改变影像形式,大众才真正进入艺术创造。

参考文献:

- [1] 毛泽东. 在延安文艺座谈会上的讲话[M]//毛泽东选集:第3卷. 北京:人民出版社,1991.
- [2] 李敬泽. 支撑新高峰 砥砺新经典[N]. 人民日报,2025-01-07(20).
- [3] 黄平. 抓住大众文艺发展的新机遇[N]. 人民日报,2025-04-08(20).
- [4] 曾志刚,罗梦舟,刘钢,刘星. 人工智能技术与影视制作的融合创新研究报告[J]. 北京电影学院学报,2026(2):120-128.
- [5] 周雯. AI驱动下的2025影视工业体系革新与未来图景[J]. 中国文艺评论,2026(3):4-12.
- [6] 杜天笑. 重塑“可见性”:“AI想象”在生成影像中的表征、本质与延展[J]. 当代电影,2026(2):105-113.
- [7] 周星. 艺术创作立足“情感之维”的意义辨析[EB/OL]. 中国文艺评论网,2023-01-31.
- [8] 茹纪晓,饶师嘉. 从“视觉过剩”到“共情稀缺”:AI时代影视产业的共同体美学转向[J]. 北京电影学院学报,2026(6):74-83.