

# AIGC 与影视工程美学：影视艺术教育的创新与困境

丁尚龙

重庆文理学院文设学院，重庆 402160

DOI: 10.61369/ETR.2025340040

**摘要：**本文探讨 AIGC 技术对影视行业的冲击及其在审美表达中的局限性，对比“电影工业美学”与“影视工程美学”的核心差异，并分析影视艺术教育在技术变革中的创新路径与现实困境。研究发现，AIGC 虽在效率与成本上具有优势，但其动态建模缺陷、数据质量偏差及情感表达障碍导致审美局限；影视艺术教育需通过课程革新、产研结合及评价体系转型，平衡工具理性与艺术灵性，坚守人文表达的核心地位。

**关键词：**AIGC；影视工程美学；电影工业美学；影视艺术教育；审美重构

## AIGC and Film Engineering Aesthetics: Innovation and Dilemma of Film Art Education

Ding Shanglong

School of Arts and Design, Chongqing University of Arts and Sciences, Chongqing 402160

**Abstract :** This paper discusses the impact of AIGC technology on the film and television industry and its limitations in aesthetic expression, compares the core differences between "film industrial aesthetics" and "film engineering aesthetics", and analyzes the innovative paths and practical dilemmas of film and television art education in the context of technological change. The study finds that although AIGC has advantages in efficiency and cost, its aesthetic limitations are caused by defects in dynamic modeling, deviations in data quality, and obstacles in emotional expression. Film and television art education needs to balance instrumental rationality and artistic spirituality through curriculum innovation, integration of industry and research, and transformation of evaluation systems, while adhering to the core position of humanistic expression.

**Keywords :** AIGC; film engineering aesthetics; film industrial aesthetics; film and television art education; aesthetic reconstruction

## 一、研究背景与意义

2025年，生成式人工智能（AIGC）已经成为人工智能产业的主要增长点，各大互联网巨头都将算力资源倾斜在AIGC应用模型的训练上，中美两国互联网产业新一轮的竞赛进入新的阶段。

### （一）研究背景

2023年AIGC在设计、游戏、影视、动画行业中开始大规模应用，到如今经历了多次迭代更新，已经能够在多种应用场景中替代大量的重复性创意劳动，国内主要的几家互联网视频平台也已经组建自己的AIGC前期创意团队，在实际应用中能够通过AIGC做出前期贴片有效降低前期的沟通成本。从业者通过相关的AI工具和提示词已经可以做到高清视频中的人物一致性，这使得影视创作的门槛大大降低，但同时也对主创团队和个人的创意能力和创作能力提出了更高的要求。“2025年全球AIGC市场规模已达到480亿元，占全球总量的40%，这一比例较2023年提升了12个百分点。”各大互联网巨头因应市场需求也都纷纷推出具有自身特点的大模型产品，deepseek在2025年初火爆全球。“企业级市场中，超过60%的内容营销部门开始常态化使用AIGC工具进行文案创作；在教育

领域，35%的高校教师使用AIGC辅助课程设计和教学材料准备；在个人用户端，各类AIGC应用的月活跃用户数已突破3亿。”<sup>[1]</sup>而根据IDC2024年10月的预测，到2028年，全球在人工智能领域的支出将突破6320亿美元，较当前水平翻倍，年均复合增长率将达到29.0%<sup>[2]</sup>

行业的快速增长带来新一轮的人才市场供需关系失衡，全球劳动力市场数据分析与人才情报服务平台Lightcast.io上近期数据显示，生成式人工智能的岗位需求从2021年1月的55个激增至2025年5月的近1万个，尤其在2023年（ChatGPT普及后）增速显著。<sup>[3]</sup>高等教育如何培养符合新质生产力需求的应用型AI人才，成了当下高等教育领域的热门课题。

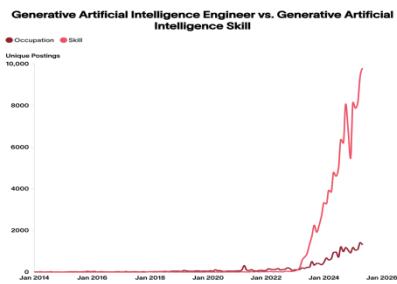


图1：来源于Lightcast《The Generative AI Job Market: 2025 Data Insights》

## (二) 研究意义

研究 AIGC 的大模型原理具有重要的理论意义和实践意义，AIGC 生成的影像内容往往具有其独特的审美特征，如何利用 AIGC 生成画面的特性探索符合其美学特性的创作方式成为一个新的具有探索价值的研究课题。这种基于算法的“工程美学”同基于“人文表达”的“电影工业美学”形成理论对话，可以帮助学界填补 AIGC 技术语境下审美理论的空白。

在实践层面，研究 AIGC 的应用逻辑和审美局限性能够为行业发展提供参考，帮助行业进行技术升级，推动影视艺术教育改革，为人的“创作主体性”探索技术应用的边界，防止技术异化导致的创作主体性的消解。

## 二、AIGC 的审美局限性

在各大视频平台上，出现了大量的 AIGC 制作的创意短片，这些创意镜头往往能实现传统制作中高成本才能实现的视觉效果，但往往还是给人一种所谓的“违和感”与“不真实感”。华东师范大学传播学院院长王峰认为“人工智能的某种美感并非就是人的审美感觉，但它们之间有相似性，这一相似性不存在于两者的作用机制<sup>[7]</sup>，而存在于美学效果中。我们可以说，这一美学效果是仿若如此的，它好像人的美感一样，但并非人的审美感觉。”<sup>[4]</sup>这种“放若如此”的非人的审美感觉具体表现为画面局部细节的变形与错误，光影与透视相互矛盾。动态逻辑存在卡顿，人物及镜头的动作不连贯，不符合物理规律。在情感与叙事上存在“空洞感”，具体表现为表情与情绪的不一致，叙事逻辑断裂。这些问题虽然经历了多次技术迭代，但是依旧影响受众观感。在技术层面上是由于 AIGC 的动态建模能力还存在一定的局限性。在数据层面上是由于训练数据本身存在偏差与不足。

AIGC 的视频生成逻辑是基于“单帧生成 + 时序拼接”的方式，用扩散模型先期生成单帧图片，再用运动预测技术补充连续帧，所以缺乏真实世界在细节上的连贯性，单帧画面与连续帧难以做到统一时空的动态关联，所以往往导致画面跳帧或缺少“呼吸感”。对于复杂场景，现有 AIGC 的学习方式和生成方式更是与现实的物理世界格格不入，人类运动和物理世界的交互是一种高维度的动态变化，影视及动画的制作都是对这种高维度动态变化的复现，而现有的扩散模型和生成模型大都只能对二维的视频本身进行捕捉学习，对“细粒度动态规律”的学习是严重不足的。<sup>[5]</sup>以人为主体的创作，其显著特征是人对未经处理的粗糙的数据具有随时调整的可能，这一创作过程是动态的，而以数据为核心的 AIGC 的生成过程则依赖复杂的提示词来降低其随机性，单一生成过程中的修改容错的可能性几乎为零。

“AIGC 的基本过程……通常涉及这几个主要步骤：数据收集，数据预处理，模型训练，内容生成，以及评估和细化。”<sup>[6]</sup>在“数据收集”层面，由于优质视频数据缺失，AIGC 往往使用盗版数据或低质量数据（压缩数据）进行学习，所以动态影像模型和运动方式，往往给人一种工业上的廉价感。对于复杂空间场景，如高速多关节协同运动场景、特殊气候场景缺乏数据，这也

使得 AI 大模型在此类场景生成时，只能拼凑已有的数据，导致逻辑不连贯。最后就是对于人类世界的情感情语言学习存在天然的障碍，人类的微表情以及潜意识经验所显现的隐性动作都无法做出准确标记，所以大模型只能学习“显性规律”，这就造成了生成的视频角色表演浮夸，画面细节缺乏物理世界所特有的细腻感，导致视频在情感表达上相对空洞。关于数据层面的问题，清华大学陈昌凤教授将 AIGC 的训练数据的伦理风险总结为以下几点“一、缺乏多样性，存在系统性偏见。二、数据缺乏公证性，以引发价值观对抗。三、编码偏差，形成刻板印象。四、难以区分虚假数据，导致放大虚假信息。”<sup>[6]</sup>

## 三、“电影工业美学”与“影视工程美学”之比较

陈旭光教授归纳提出“电影工业美学”的概念，其核心是“在工业体系的规范性与艺术表达的创造性之间建立平衡”“电影工业美学是‘以人为本’的。主张制片人中心制、电影工业和产业观念、‘体制内作’、剧本的工业化生产、剧本医生制等等，强调的是电影生产过程中人与人、人与社会、人与资本（出品人）的和谐关系，在电影生产与传播的过程中，大家都各司其职，在其位谋其政，构建和谐、高效、合理、合规的共同体。”<sup>[8]</sup>“工业美学”的特性包括电影的工业性、美学性、辩证性，根本宗旨是以“工业体系”为基，以“人文表达”为魂。而 AIGC 则侧重于工程思维，以“算法生成”途径，以“功能实现”为导向，其技术思维上展现了其生成机制的工程型，审美表达的局限性，价值导向的功能性，缺乏情感上的细腻度，无法完成人文创作中的情感细腻度。“电影工业美学”依旧强调人作为创作者的主导性，工业是“人意志的延伸”，本质上是创作者对于观众情感规律的总结和运用，依旧是创意驱动。“工业美学强调对受众的尊重，试图在电影生产者与受众之间建构起合乎人伦社会规则的和谐关系。”<sup>[9]</sup>而 AIGC 所代表的“工程”美学则削弱了“人的自由意志”，“人的主体性”逐步丧失，创作者依靠参数和大模型规律给出的结果来进行选择，创作者的个人印记和文化独特性被抹杀。二者都依赖技术体系实现视觉表达，都是工业基因的延续，但 AIGC 则在延续的过程中出现了变异，将创意工作的性质由“人的协作网络”变成了“机器的运算网络”。

## 四、影视艺术教育中的技术变革与审美重构

### (一) 教育改革的“守正”与“创新”

AIGC 技术对影视行业全链条的渗透虽有其审美上的局限性，但是依旧给当下的影视艺术教育的理念带来极大冲击，也倒逼影视艺术教育进行新一轮的改革。教育体系面临“守正”与“创新”的双重诉求，美国南加州大学 AI 辅助创作课程的设立可以看作是对这一趋势的验证性应对，他们的课程虽然强调电影创作中的“人的主导性”，同时也从技术驱动的角度教授虚拟制作。中国传媒大学动画与数字艺术学院 DigiLab 实验室与 2023 年也成功创作首部 AIGC 水墨动画，并入围巴西 Tietê 国际电影奖。2025

年6月20日，“第四届国际电影教育专业链发展高峰论坛”上，上海戏剧学院电影学院党总支书记韩永生也表示，上海戏剧学院已经制定AIGC教育应用指南，并在课程体系、师资建设、实践教学等方面取得显著成效。上海戏剧学院也发布了《上海戏剧学院关于人工智能（AI）在教育教学中的应用指南1.0》。<sup>[9]</sup>国内外影视艺术教育界都在探讨如何应对即将到来的AIGC深度参与创作的新时代，以及如何更好地应用相应技术服务整个电影工业流程中。这不仅是一场技术变革也是一种技术祛魅新语境下的审美重构。

## （二）影视短片故事大纲及剧本生成实践分析

笔者尝试用deepseek写作一个反应患者家属给医生送红包的故事，经过11轮修正后deepseek才给出了一个符合基本生活逻辑和影视剧本情节逻辑的故事，达到合格水平。在这一过程中，deepseek难以理解医生不愿和家属纠缠，收下红包后默默转入住院费中的行为。这一过程中，医生的思维方式和行为逻辑是微妙的，存在自我保护意识、责任心、同情心、道德感等多充因素。笔者总结这一生成反馈机制如下图：

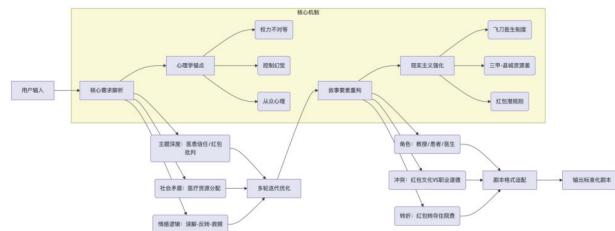


图2：deepseek 故事生成逻辑与机制图示

deepseek 在跨学科知识重组、多维冲突生成模型、角色情感

控制方面基本合格，但其创作也受到很大局限。首先deepseek受限于概率模型，对于情节设计和人物表达则是用最常见的数据来进行模仿，对于好医生的概念，其主要参考对象是白求恩大夫。其次，深层文化逻辑缺失，十分依赖具体到角色行动细节的提示词才能完全写作，但依然无法主动理解和解码中国社会的文化符号。最后就是情感刻画不够细腻，需要人工重新写作部分动作和台词<sup>[10]</sup>。总之，AIGC在创意写作中展现强大的逻辑架构与概念重组能力，但无法模仿人的深层情感表达。

## 五、结束语

技术手段永远服务与人的表达，而艺术教育本身是为AIGC的服务划定边界。应对AIGC的冲击，并不等于拒绝技术，而是构建人拥有“人机协同创意”的主导权与决策权。技术变革与审美重构浪潮中，教育的目的并没有改变，只是在身份认同上，教师多了一个“技术伦理守护者”的身份，让学生在工具理性与艺术灵性的博弈中，始终锚定“人文表达”的核心目标。当技术和算法趋向于能生成符合基础美学规范的剧本及视频内容时，教育的重心必须转向培养学生的“创作主权”意识，确保创作者不会失去“人机协同创意”过程中的主导权与决策权。同时为坚守创作的人文底色，须将课堂延伸至文化人类学视角的“田野调查”，深入社会生活中、深入历史脉络中，还原创作的时代语境和历史语境，重构当代创作视角。引导学生在创作过程中进行批判性思考，达成创作结果的创造性转化。

## 参考文献

- [1] 王思琦,吴童.AIGC 时代传媒行业变迁与人机关系变革 [J].声屏世界,2025(4):21-23.
- [2] 曹树金.生成式 AI 在情报领域的应用及效果 [J].情报资料工作,2023,44(5):5-6.
- [3] Magrini E, Ildik ò Szab ó , Doni A, et al. Serotonin-Mediated Tuning of Human Helper T Cell Responsiveness to the Chemokine CXCL12[J]. Plos One, 2011, 6(8):e22482. DOI: 10.1371/journal.pone.0022482.
- [4] 王峰.仿若如此的美感：人工智能的美感问题 [J].同济大学学报(社会科学版),2022,33(04):58-65.
- [5] 张净雨.割裂与弥合：AIGC 影像装配中的主体性重构 [J].当代电影,2025,(07):82-90.
- [6] 陈昌凤,张梦.由数据决定？AIGC 的价值观和伦理问题 [J].新闻与写作,2023,(04):15-23.
- [7] 韩水法.人工智能时代的人文主义 [J].中国社会科学,2019,(06):25-44+204-205.
- [8] 陈旭光.电影工业美学与人工智能问题初论 [J].影视产业研究,2024,(01):54-59.
- [9] 李菲,吕欣.AIGC 在传媒艺术教育中的应用场景与生产机制研究 [J].传媒,2024,(19):12-15.
- [10] 张牧,顾群业,田金良.AIGC 为新媒体艺术教育带来的机遇与挑战 [J].青年记者,2024,(03):109-112.DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.20240218.001.