

# AI时代,电影艺术将去向何方?

1895年,卢米埃尔兄弟的《火车进站》在银幕上轰然驶来,观众仓皇逃散,那是影像第一次让人误以为世界触手可及。130年后的今天,另一列“火车”正以人工智能的姿态,驶入人类创造的轨道:AI电影所引发的认知颠覆,同样令人措手不及。



## 1 AI的意义在于“打破垄断”

“我们像学成下山的刀剑师傅,却发现世界已换了新的枪炮。”编剧张尧这样形容自己进入行业后的震动。他从中央戏剧学院毕业时,并未料到AI会在短短几年内成为创作的中心话题。

北京师范大学艺术与传媒学院教授周雯观察到的情况更具普遍性。在一些团队中,讨论剧本后AI立即生成场景视频,第二天,创作者们是看着视频继续深化创意的。借助AI,电影制作传统的线性流程被打破。“这种即时可视化的创作方式,让想象力和创造力得到释放。”

张尧对此深有体会。今年开始尝试AI影视创作的他,如今已在社交媒体上积累了数万粉丝。在张尧看来,AI实际上是在“打破垄断”。

“整个电影史在我看来就是不断打破垄断的过程。从大制片厂体系到便携设备,再到如今的AI技术,创作正变得越来越自由。”张尧说,“以前作为编剧,我的创意需要经过导演、摄影、美术等多个环节的解读和转化。现在,我可以借助AI直接将脑海中的画面呈现出来。”

这不是孤例。《中国网络视听发展研究报告(2025)》数据显示,近三分之一的网民使用AI制作图片视频;第56次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,2025年上半年,生成式人工智能产品实现了从技术到应用的全方位进步,产品数量迅猛增长,应用场景持续扩大。

“目前AI对电影流程全过程的参与包括剧本创作、拍摄、后期等等,例如一些小成本影视作品借助AI做后期特效,比如一些危险的爆炸场景、烟雾效果,还是能够大大降低成本且提高效率的。”一家影视公司负责人韦光明说。

在他看来,AI的最大价值并非“替代”,而是“重分工”。一些重复、危险或费用高昂的环节被削减掉了,创作资源被重新分配。

当更多影视公司开始布局AI,产业结构正在重组。有人担忧被替代,

比技术更深的,是情感的差距。对此,周雯以“拟真情感”与“真实情感”来界定AI创作与人类创作的差异。“AI可以完美模仿情感表达的形式,但其本质仍是算法的排列组合。它能模拟关怀的语气,却没有关怀的动机。”她说。

这个界限,在创作实践中尤为清晰。“很多观看AI电影的观众总觉得隔了一层薄膜,难以对人物或场景产生情感共鸣。”冰河举例道,一些经典电影作品中的叙事魅力是多维的,除了情节和

## 2 门槛降低并不意味着创作更容易

有人看到新的可能。周雯认为,可以确定的是,AI目前能达到的是“平均分以上”的水平。

门槛的降低并不意味着创作变得容易。周雯强调:“要生成具有电影感的画面,创作者必须精通镜头语言、光影效果等专业知识。AI让影像创作的门槛降低,但与此同时,影像创作的天花板却在升高。”

韦光明说,公司尝试用AI做过一些特效,比如“喂给”AI一个人物图片,希望能实现一些打斗场景,但生成的

效果不理想。“有漏帧、变形的情况,慢动作来看,动作断断续续不连贯,如果做精品,这样的生成效果是达不到要求的。”韦光明说。

作家冰河转型AI电影创作已有数年之久,他最新的AI电影《狼群》改编自六年前自己完成的剧本。“当时多家影视公司都认为这个项目投资过大而放弃。如今,借助AI技术,我一个人就完成了主要制作工作。但为了一个满意的镜头,有时要花费几周时间反复调整指令,存在很多挑战。”

## 3 AI时代更需要讲故事的人

人物交互,这种魅力还存在于留白和节奏之中。这种影像语言,需要AI导演有深厚的文学功底和影像构建能力,也就是综合审美能力。这就是AI电影创作者最难跨越的阶段——技术都好办,但超越技术的个体情感和思想表达,是珍贵也最难的影像审美。

中国科学院计算技术研究所助理研究员张思贤在其研究中进一步阐释,“这种机器的情感,更多的是对数据模式的总结,而不能像人类一样,通过大脑、身体、环境与社会经验多层次

共同作用而产生。技术可以模仿人类的形,却难以复制人类的魂。”他说。

技术变革带来的震撼与迷惘,每个时代都有。但讲述的冲动、表达的欲望、人与世界之间的关系——这些属于电影的核心,并不会因为技术的更替而衰减。

“工具可以是口耳、笔、摄影机、手机乃至AI,但我始终是个讲故事的人,于我而言,讲故事是世界上最伟大、最神圣的职业之一。”张尧说。

据新华社北京11月24日电

栏目矩阵 | 社会热点 环球人物 天下大观 案里案外 往事春秋 史海揭秘 人文地理 一起追剧 铁闻趣史 健康指南 养生保健 生活权益 老年生活 烟火人间 文博天地

# 读友报

## 陪您细说时光 慢品生活



### 欢迎订阅

### 2026年度《读友报》

邮局征订热线: 11185

订户咨询热线: 0931-8151656



扫码  
订  
阅

邮发代号: 53-95