

# AIGC 时代设计审美主体性的困境与重构

冯志超<sup>1\*</sup>

(<sup>1</sup> 深圳大学 艺术学部, 广东 深圳 518060)

**摘要:** 人工智能生成内容 (AIGC) 正重新塑造设计的审美范式, 设计创作不再是孤立的个人行为, 而是人机协作的社会化实践, 本文把康德美学当作理论根基, 认为审美是“通过不带任何利害的愉悦或不悦而对一个对象或一个表象方式作评判的能力”, 并体现为“想象力的自由活动”与知性规律相协调的“自由游戏”。在这个框架下, 本研究审视 AIGC 技术中大众审美主体生成机制及其内在困境, 通过 AIGC 助力审美活动冲破专业壁垒, 走向公众参与的开放地带。个体凭借算法获得了过去从未出现过的创作与表达权利, 催生了新的审美主体形态。算法的功利化倾向、风格的趋同现象与情感的贫瘠, 同样使康德界定的“无目的的合目的性”自由审美受到侵蚀, 通过对公众艺术项目案例的剖析, 本文论证 AIGC 在赋予表象自由的同时, 亦深刻地重塑了审美理性与社会关系, 文章最终点明了未来设计美学的重构路径, 主张 AIGC 应成为辅助人类维持并扩展创造自由的媒介, 而不是替代人类的审美判断, 设计师必须重新锚定自身角色定位, 在人机共创中谋求自由与理性的辩证平衡, 让设计回归人的价值本体。

**关键词:** AIGC; 设计审美; 大众主体; 康德美学; 人机共创

**DOI:** <https://doi.org/10.71411/rwxk.2026.v1i4.1397>

## The Dilemma and Reconstruction of Design Aesthetic Subjectivity in the AIGC Era

Feng Zhichao<sup>1\*</sup>

(<sup>1</sup> Shenzhen University, division of arts, Shenzhen, Guangdong, 518060, China)

**Abstract:** Artificial Intelligence Generated Content (AIGC) is reshaping the aesthetic paradigm of design. Design creation is no longer an isolated individual behavior, but a socialized practice of human-machine collaboration. This article takes Kant's aesthetics as the theoretical foundation, believing that aesthetics is the ability to judge an object or a representation through pleasure or displeasure without any interest, and is reflected in the "free activity of imagination" and the "free game" that coordinates with intellectual laws. In this framework, this study examines the mechanism and internal challenges of the generation of popular aesthetic subjects in AIGC technology, and uses AIGC to help aesthetic activities break through professional barriers and move towards an open zone of public participation. Individuals have gained unprecedented creative and expressive rights through algorithms, giving rise to new forms of aesthetic subjectivity. The utilitarian tendency of algorithms, the convergence of styles, and the impoverishment of emotions also erode Kant's definition of "purposeless conformity" in free aesthetics. Through the analysis of public art project cases, this article argues that AIGC not on-

**作者简介:** 冯志超 (2001-), 男, 山西晋中, 硕士, 深圳大学海洋艺术研究中心研究员, 北京民艺非物质文化遗产研究院研究员, 研究方向: 环境艺术设计、海洋艺术

**通讯作者:** 冯志超, 通讯邮箱: 2510558951@qq.com.

ly endows surface freedom, but also profoundly reshapes aesthetic rationality and social relationships. The article ultimately points out the reconstruction path of future design aesthetics, advocating that AIGC should become a medium to assist humans in maintaining and expanding creative freedom, rather than replacing human aesthetic judgment. Designers must re anchor their own role positioning, seek a dialectical balance between freedom and rationality in human-machine co creation, and let design return to human value ontology.

**Keywords:** AIGC; Design aesthetics; Mass subject; Kantian aesthetics; Human machine co creation

## 引言

人工智能生成能力正大幅度改变设计的认知途径,首先从2022年起,生成式AI由GAN过渡到Midjourney、Stable Diffusion,还有国内诸如“豆包”“文心一言”“即梦AI”的平台,广泛运用在视觉设计、广告传播和空间创意范畴内。AIGC的语义生成模式,让设计创作从“具体思考”过渡到“抽象提示”,设计师与公众都可以利用语言跟算法对话,这种变动说明,设计审美的主体不再是集中的,而是呈现社会化的模样。

在传统设计的范畴里,经过专业训练的设计师把控创作的主导权,他们的作品体现了个人经验、文化品味跟社会语境的统一,因AIGC的兴起,使得非专业用户也可参与创作,审美的权利从少数人过渡到更广泛的公众群体,普通用户可采用AI图像生成、AI视频制作等方式重新获得“感知美”的主动权。这种“审美大众化”的趋势,让设计活动成为社会文化共同铸就的一部分。

但这种民主化也带来了新的麻烦,AIGC在赋予创作自由的时候,也造成了算法操控、审美趋同以及情感缺失等现象,人们在凭借技术生成的过程中,逐步丧失对“美”的自主判别能力。在AIGC的环境中,审美判断常常受到算法逻辑和流量机制的影响,从而削弱了人类审美的自律性与反思能力。

本文将以德美的自由审美思想为基础,结合实际案例,分析AIGC对设计美学的重构,并探讨大众审美主体性的形成与重建。

## 1 设计审美的哲学基础与学术语境

### 1.1 自由审美判断与形式理性之源

康德在《判断力批判》中为审美判断奠定了基石,他指出:“鉴赏是通过不带任何利害的愉悦或不悦而对一个对象或一个表象方式作评判的能力<sup>[1]</sup>。”这一定义将审美判断与一切功利和概念判断区分开来<sup>[2]</sup>。“鉴赏判断的规定根据只能是主观的,即想象力和知性的自由游戏。”<sup>[1]</sup>这种审美的愉悦,源于主体认识能力的“想象力和知性的自由游戏”状态,即“想象力的自由活动”与“知性的合规律性”之间的和谐一致。

在AIGC的语境里,所谓的“自由游戏”有了不一样的含义,AI生成的图像看上去可提供无限的形式选择,但这种自由一般是“被事先设定的自由”,算法于训练当中已内置“美学模板”,用户的选择被圈定在模型学习过的风格范围里面,Midjourney生成的图像频频出现类似的光影结构和色彩饱和度,而不是全然开放的创作产出。算法把形式理性进行量化然后固定化,此现象体现了“表面自由”这一特征。

公众在与算法互动过程中,仍能通过持续修改提示词和多次生成作品,重新获得自由判断的能力,这种反复做的尝试是一种新的“自由审美实践”,它不需要达到技术熟练水平,而是聚焦个人意图的表达以及感性经验的调控,即便处于算法占主导的环境里,人仍旧可以通过自由判断抗衡技术的机械化影响。

AIGC 没有把人类的自由审美能力彻底夺走，而是开辟了新的自由天地，康德提到的“想象力的自由活动”在现今被转化为“人机互动的自由协同”，审美判断的核心从“独立于对象”过渡为“在算法之中实现自我表达的自由”。

## 1.2 实践观与审美社会性

如果说康德的自由审美判断突出个体理性在感性经验里的自主性，那么马克思主义实践观则从社会存在的基础层面出发，说明了审美的生成机制以及主体性的社会结构情况<sup>[3]</sup>。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出：“人的本质不是单个人所固有的抽象物，在其现实性上，它是一切社会关系的总和。”<sup>[4]</sup>这一观点说明，审美不是脱离社会的抽象意识，而是源于人的现实活动，是一种具有实践性的感性表现。

在马克思主义的框架中，审美不是对“美的对象”的被动感受，而是人类在改造自然和社会的过程中形成的自由感性活动。实践是审美的根本基础。人通过劳动创造世界，在劳动的对象化过程中认识自我，也表达情感。正是在这种“感性劳动”中，审美经验得以产生。设计是一种高度实践性的艺术形式。它的审美价值来自社会生产与人的主体性的结合。

AIGC 的诞生让审美实践的形态出现明显改变，算法不只是一种工具，也可看作一种新的生产力，它把数据当成创作原料，把模型当作劳动流程，把图像当作产出，重新梳理了设计活动的社会实践逻辑，人类跟 AI 的协作形成一种新的“社会化劳动”。设计师、公众跟算法共同投入创作，人进行思想与情感上的输入，算法开展形式呈现与生成，公众借助再创作与传播达成新意义的生产，这种循环呈现出马克思提到的“人的实践活动的全面铺开”。

AIGC 的社会实践也暴露出新的矛盾，因算法介入，审美生产实现高度自动化，个体劳动的创造天赋被削弱，出现了所谓“审美异化”现象，大众在追求快速产出与即时愉悦的进程中，往往成为算法偏好的附属品。另一方面，正如马克思在《资本论》中揭示了技术的双重性：“机器就其本身来说缩短劳动时间，而它的资本主义应用延长工作日”<sup>[5]</sup>。AIGC 的民主化潜力，唯有在公众具备技术理解力与审美批判意识的前提下，才能真正转化为自由实践。

站在马克思主义实践观的立场看，AIGC 审美的社会性不代表个体被消解掉，而是借助社会实践重新构建主体性，审美不再是少数人的特权，而是大众参与到社会生活里的一种方式。技术带动人们重新思考“创造的意义”，在算法协同的实际局面里面，人不光是美的体验者，也是社会实践的参与者。

## 1.3 双钻模型与审美逻辑

双钻模型 (Double Diamond Model) 这一概念由英国设计委员会提出，是当代设计方法论当中典型性的框架之一<sup>[6]</sup>。这个模型把设计过程划分为“发现—定义—发展—交付”四个阶段，同时以两个相互衔接的菱形形式表现问题和解决方案的发散及收敛关系，这种结构直观地揭示了设计思维的动态过程：设计不是单维度推演，而是一种在发散和聚合状态间持续转变的认知与审美活动，如图 1。



关键词是学术论文的重要组成部分，直接反映了论文的论述主题和核心观点，而关键词频数体现了研究者对特定主题的关注程度。在中国知网以“AI”和“美学”为关键词进行高级检索，调取了近四年期刊文献 500 条<sup>[8]</sup>。通过 VOSviewer 以 Keyword 为节点绘制关键词共现可视化图谱，见图 2。关键词节点越大，表示关键词在文献中出现的次数越多。中文文献共形成关键词 184 个，出现频次 5 次及以上的关键词有 20 个，见表 1。近三年国内研究中<sup>[9]</sup>，人工智能、aigc、电影工业美学、人工智能艺术、美学、技术美学、人工智能美学、生成式人工智能、科幻电影等为该领域主要出现的关键词，联系较为紧密，各个关键词间共现关系较为清晰，研究内容涉及工业、美学、计算机、电影、人工智能技术等多个主题；其中国内对 AIGC 的研究主要集中在美学创作及技术行业应用方面，在审美主体性及审美判断方面研究较少。

表 1 2022—2025 年国内 AI 艺术研究高频关键词统计表（作者自绘）

序号	关键词	频次
1	人工智能	138
2	aigc	20
3	电影工业美学	17
4	人工智能艺术	16
5	美学	15
6	技术美学	11
7	人工智能美学	10
8	生成式人工智能	10
9	科幻电影	9
10	数字技术	8
11	计算美学	8
12	身体美学	8
13	ai 绘画	6
14	后人类主义	6
15	新质生产力	6
16	设计美学	6
17	ai 艺术	5
18	主体性	5
19	后人类	5
20	审美判断	5

国内研究对 AIGC 技术的关注十分集中，主要表现在技术怎样影响设计创作、设计师角色以及审美主体性的重构。陈一飞（2025）讲道，伴随智能化时代的降临，AIGC 技术于设计里的应用不只是工具的创新性，更是对设计师角色形成的重大挑战<sup>[10]</sup>。AIGC 使设计师由传统的“艺术创造者”变成跟 AI 合作的“艺术引导者”，这一调整在提升创作效率的时候，也造成设计师的创作自由被限制，尤其是在算法生成艺术作品这样的背景之下，设计师的情感投入和个性化呈现也许会被算法的理性所替换。

周盈之（2019）觉得，尽管 AIGC 技术让艺术创作的入门门槛降低，公众获得了更多投身创作的机会，但这项技术的赋能同样造成了设计创作的标准化和同质化现象<sup>[11]</sup>。这种批判性观点揭示了 AIGC 在“审美民主化”进程中也许会带来的潜在风险，也就是说尽管技术给予了便利，创作的个性及自由可能会遭到压制。

国内也有一些学者把目光投向设计教育中的 AIGC 应用，主张设计教育需重新对“设计师”角色加以定义，张道中（2025）讲到设计教育不能仅把培养局限在学生的传统设计技能方面，而



外学者对于“AI”与“艺术”领域的研究深度领先于国内，其更加关注于个体情感道德在艺术创作中的独特性。

表 2 2020—2024 年国外 AI 艺术研究高频关键词统计表（作者自绘）

序号	关键词	频次
1	artificial intelligence	45
2	art	34
3	ai	22
4	creativity	17
5	generative ai	16
6	artificial intelligence (ai)	15
7	aesthetics	10
8	ai art	10
9	deep learning	8
10	technology	8
11	china	7
12	machine learning	7
13	performance	7
14	contemporary art	6
15	design	6
16	artificial-intelligence	5
17	chatgpt	5
18	classification	5
19	computer vision	5
20	ethics	5

国外相关研究大多聚焦 AIGC 技术在艺术创作里的介入，尤其体现在对“创作者—作品—观众”传统关系的重塑上，《Artificial Aesthetics: Generative AI, Art and Visual Media》中，Lev Manovich 和 Emanuele Arielli 进行探讨时，探究了生成式 AI 怎样改变设计领域的审美主体性<sup>[15]</sup>。AIGC 使艺术创作不再完全依托人类的创作经验及情感表达，人工智能的生成操作造成创作的主体性变得模糊，机器学习跟深度学习算法的采用，不仅给出了创作的高效手段，同时也让审美体验里感性和理性二者之间的界限变得模糊，尽管 AIGC 为艺术创作赋予了多样化的可能，Manovich 和 Arielli 也宣称，该技术的发展或许会引发审美同质化现象。AI 生成的艺术作品呈现出高度标准化样子，缺少人类创作者独有的情感色彩与个性展现，进而引发艺术创作的多样性和独创性受到压缩，这种千篇一律的审美倾向，致使 AIGC 对审美主体性的挑战愈发复杂，艺术创作不只是技术的胡乱堆砌，还需要情感跟思想深度参与活动。

Lucas Bellaiche 等人借助实证研究察觉，尽管人工智能有能力生成高质量艺术作品，但从观众的审美评价角度看，仍旧偏好被标记为“人类创作”的作品，这表明人类还是会倾向于给“创作者”赋予一定的情感与自主性，这种心理偏好对 AIGC 创作的审美接纳程度起到了关键作用<sup>[16]</sup>。该研究揭示了人类审美期间的情感偏好态势，即便技术不断进步让 AIGC 能生成复杂的艺术形式，仍旧很难替代人类在创作期间的情感共鸣与自主性。再有研究者 I Bara (2025) 研究了“AI 背景信息”对作品道德可接受性及审美吸引力的影响，发现当观众察觉到作品是由 AI 创作之际，其审美评价往往下滑<sup>[17]</sup>。这一转变造成设计师的创作自由面临挑战，他们得去适应新技术的运行模式，同时在技术跟艺术之间保持审美的独立性。

现有的国内外文献资料为理解 AIGC 时代设计审美主体性提供了多维度的视角，但也暴露出几处研究的空白：有关设计师在 AIGC 时代保持审美判断力的机制性研究不充分；现有研究较多停留在技术范畴，缺乏对设计创作中“情感性”和“个性化”的深入探讨；大众审美主体性在

AIGC 时代的形成及其机制性研究仍显薄弱；跨文化和长期实证研究相对有限，怎样在各异文化语境下借助 AIGC 工具开展艺术创作，也未得到足够的关注。

本研究将借助以下切入点弥补这些空白：把现实案例和康德的审美哲学结合，研讨在 AIGC 技术格局下，设计师怎样重新得到创作自由，并借助教育、评价体系以及社会机制的革新，为大众设计审美主体赋予更自主的创作空间。

## 2 AIGC 介入下的设计审美实践与冲突

### 2.1 技术应用与创作机制

深度学习与生成模型构成了 AIGC 的技术基础，它的核心作用是把语义信息转化成视觉形式，造就一种“算法化的创作语汇”，这种语言令创作过程从“手工劳动”过渡到“意图表达”，同时也把人们的审美体验给改变了。

以“文心一言”为例证，其为百度独立开发的生成式 AI 大模型，自 2023 年发布后，吸引了数亿用户投身创作。百度官方曾披露，文心一言面向的用户里面，60% - 70% 属于首次触及 AI 创作工具的普通用户，即是非专业的大众，主要需求囊括学习辅助、工作提效、娱乐类创作等。公众于创作里并非仅留意图像结果，而是在提示词检验、风格摸索中体验到“不带任何利害的愉悦”，这种由算法催生的感性体验，可视为康德意义层面的“自由游戏”，一种超越功利目标、追求形式和谐的精神愉悦。

参照豆包，普通用户只需输入指令，即可迅速得到自己需要的结果，具体的操作做法如下：第一步：用百度去搜豆包 AI，进入官网页面，注册后去登录账户，（或者借助手机应用商城下载豆包 app）第二步：选定你想要的功能模块，像文案撰写、内容完善这类，第三步：在对应的功能板块，输入你设定的需求或关键词，豆包 AI 会按照你输入自动生成高质量的文案及内容。如图 4。



图 4 豆包生成图片图示（作者自绘）

算法生成也引出了“形式理性过剩”的问题，作品完美化的趋向造成设计的“人味”有所削弱，2024 年《Vogue China》跟 Midjourney 合作推出 AI 时尚专刊的时候，尽管作品呈现出极

高的视觉表现力，但被业内指责“过于理性、缺少温度”。这体现 AI 的审美形式虽具吸引力，然而大多缺乏情感上的共鸣，康德对此曾做出精辟区分：“快适和善都与欲求能力有关系<sup>[18]</sup>…但快适和善对欲求能力的关系是不同的：快适是对于感官的冲动，善是对于理性的实践冲动…两者之中都有对客体实存的愉悦，因而都带有功利性。相反，对美的鉴赏却提出一种无利害的愉悦。”<sup>[19]</sup>在 AIGC 生成的作品中，康德所强调的这种“无利害的愉悦”往往被技术的功利理性所掩盖。

AIGC 的创作机制同样让审美的生产关系得以改变，创作者、观众跟算法之间形成了互动的闭环，公众不再只是被动地去消费作品，而是主动投入到创作里，以 liblib 这个实例为例，平台聚拢了 2000 万创作者，造就了庞大的社区生态环境，而且每日还给出免费算力，用户可对提示词和风格调整的方法展开交流，这种协作造就了一种新的“社会化审美生产模式”，体现着审美判断的公共理性，如图 5。

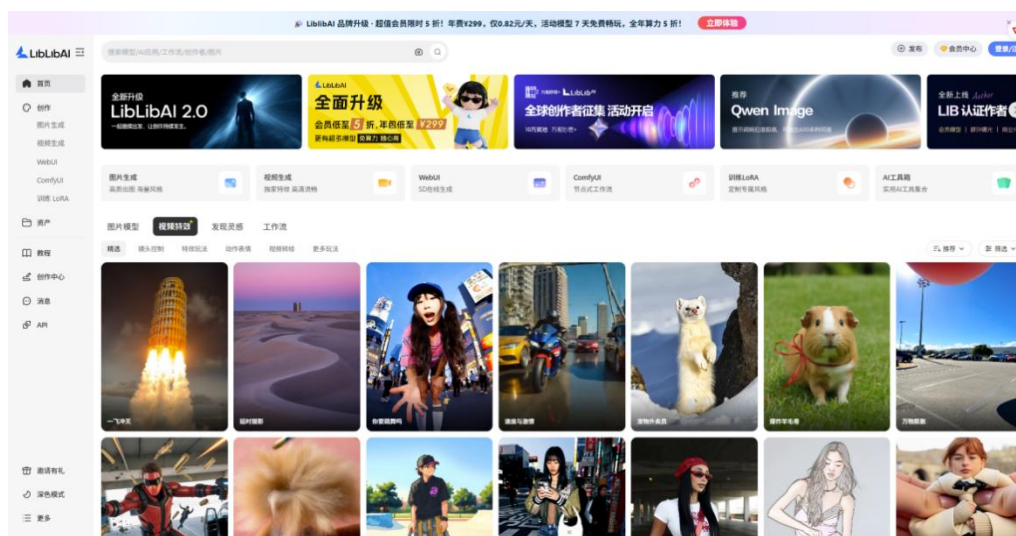


图 5 Liblib 官网界面（图片来源网站截图）

## 2.2 审美范式的重构与挑战

AIGC 普及的浪潮推动了审美的去中心化与社会化，大众可直接参与创作相关事，造就“共创主体”，以往那种泾渭分明的“创作者”与“观众”界限被彻底打破。国际艺术与技术协会 (ISEA) 揣度，到 2030 年这个节点，全球超 5 亿人会采用 AI 创作艺术内容。不用花十年苦练素描，或费力苦练文笔，只用几句提示文辞，就能生成能与大师传世之作相媲美的产出，这波“人人皆艺术家”的热潮，正如 19 世纪摄影术令画像普遍化，彻底突破艺术的壁垒，比如可口可乐全球创意平台“乐创无界”再次推出全新限定产品——首款与人工智能联合打造的无糖可口可乐“未来 3000 年”，期望用这款洋溢未来感的产品，点燃人们对未来世界的无限畅想。如图 6。可口可乐品牌理念跟 AIGC 技术实现了巧妙结合，创建了体现“未来 3000 年视觉”的专属模型，消费者去扫描瓶身或罐身的二维码，点开可口可乐吧小程序，连上“未来畅想平台”，就能开始 AIGC 体验，消费者可借助定制的“未来 3000 年”AI 镜头上传照片，尽情想象自己在未来 3000 年后世界的样子，消费者还能借助对话的方式去修改画面，并把它转化成视觉艺术作品，沉浸式感受 3000 年世界呈现出的未来感与科技感<sup>[20]</sup>。



图6 可口可乐未来3000年（图片来源于网络）

AIGC 还能迅速剖析数百种艺术流派的视觉特色、技法要点和美学准则，为大众给出跨时代风格融合的方案及组合建议，能按照自身专业素养和文化认知对内容进行筛选、优化与再创作，推动艺术语言获突破性进步，2024 这一年，吴冠中艺术基金会跟清华大学美术学院一起推出“AI 吴冠中”计划，依靠深度学习解析吴冠中先生 300 余幅水墨原作的笔触特征以及构图规律。研发团队借助 Transformer 架构打造“意境—技法”生成模型，恰似《AI 江南》这部里，算法把传统皴法转变为参数化笔触，采用深浅不一的墨色营造出烟雨朦胧意境，同时把“黑瓦白墙”的标志性视觉符号留存下来。如图 7。

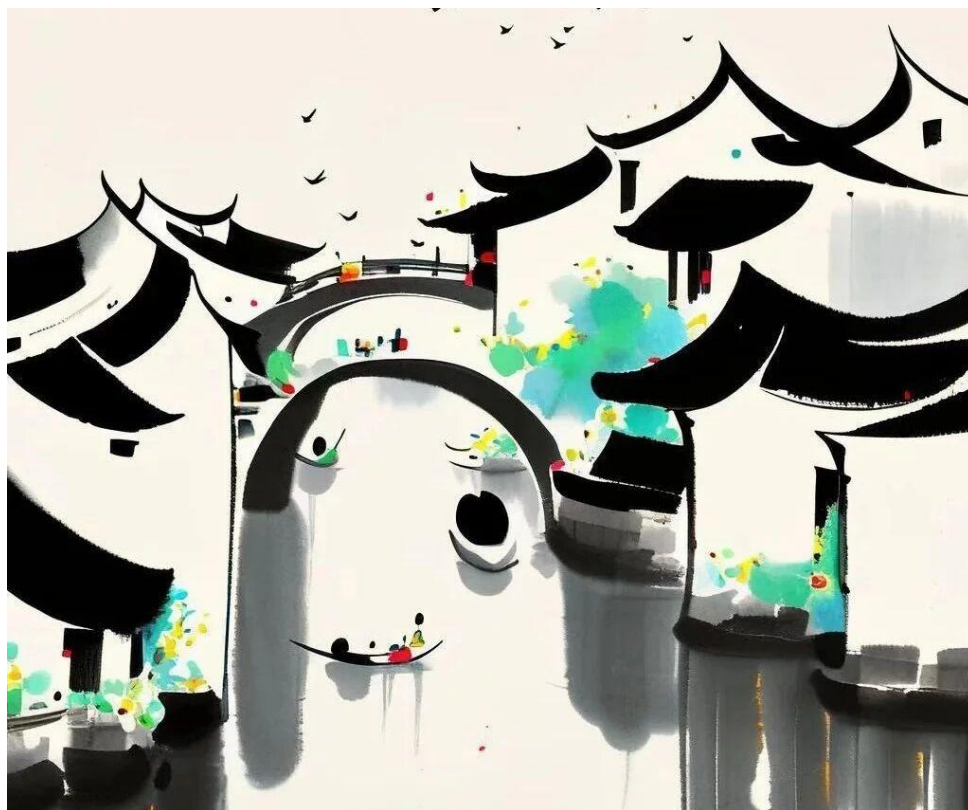


图7 AI 江南（图片来源于网络）

这种“民主化”同样造成了“审美趋同”的现象，算法模型较易生成合乎主流审美的内容，使作品在形式上极为相似，譬如在小红书 AI 封面设计的走向里，获得流量最多的图像呈现相似的色调与布局；抖音创作者借助 AI 弄出的视频风格一样，呈现出模板化模样。“算法审美”这种模式降低了个体判断的多元性，让审美主体陷入技术的同一化套路，从康德看待事物的视角看，这体现自由审美判断正被功利性取向替代掉，大众在算法推荐跟社交媒体流量机制的体系中，逐步失去了“以自己为尺度”的判断能力。审美不再是“目的性无目的”的精神游戏，而是体现“目的性有功利”的社会表演。

为破除这一循环，设计界着手探索“反算法美学”相关策略，2025 年深圳文博会期间，深圳大学展出的 AI 互动装置《莫奈花园》就是一个实例，观众运用动作、表情跟 AI 实现互动，生成的图像会马上产生变动，作品意在唤起观众的感性参与及自我评判，由此恢复审美的主体属性。

AIGC 产生的挑战为，它启发人们重新思量：当算法提供形式上堪称完美的美学时，我们是否还可体会“自由”之感？当大众拿到创作工具之际，他们是否实际掌握了判断的权力？设计的未来大概取决于人类要怎样在算法中重新找回康德式的审美自由。

### 3 技术语境下的审美主客体转化

#### 3.1 审美主体的嬗变

处于 AIGC 的语境里，设计审美的主体性经历了从“创作者中心”过渡到“公众共创”再到“人机共生”的演化，传统设计把审美主体界定成有“主体的自由判断”，而不是以客观规则为依据。AIGC 出现后，技术介入到这个判断过程里面。算法凭借统计规律生成图像，它开展“判断”是为了得到成效，而不是呈现自由感性。

AIGC 并没有把人的主体地位彻底削弱，它促使一种新的“共生主体”形态形成，设计师以及公众在跟算法互动期间，采用选择、修改和重新生成不断影响最终结果，自由不再是一种孤立的精神层面状态，而是于技术的限制里表现成一种动态的实践。康德宣称“自由不是逃避法则，而是自我立法”，在 AIGC 语境方面有了新的阐释，人们在算法规则中重新定义自我创造的边界。

以 2024 年“Midjourney Prompt Battle”公众创作活动做个示例，参与者借助输入提示词进行创意比拼，每一轮生成的图像均体现了参与者对形式、主题及表达的个人偏爱，此类互动创作展现了自由判断的再生逻辑，主体性不是存在于算法之外的固有属性，而是在跟算法交互的过程里逐渐塑造的意识形态。

公众的参与让审美从专业创作过渡到社会实践，社交媒体之上的 AI 艺术社区构建起新的“审美共同体”，用户利用点赞、评论和二次创作建立起情感联系，审美主体不再是孤立单一的个体，而是借助共享经验构建起“感性共识”的网络，康德提出的“美是那没有概念而普遍令人喜欢的东西”，在 AIGC 语境中呈现为这种社会化生成，自由审美判断经算法平台被转化为公共理性的一种呈现样式。

这种新的主体形态同样引发了风险，算法在塑造大众审美偏好的同时，也在影响大众的审美认知模式。当 AI 平台凭借推荐机制界定“什么是美”时，大众的判断能力也许会渐渐减弱，审美主体的变化展现出双重特质：技术造就了新的自由，还引发了新的束缚。

#### 3.2 审美客体的重塑

AIGC 不仅对审美的主体结构予以改变，同样重新塑造了“美”的客体形态。创作者的主体性在传统设计作品里有所体现，饱含情感与文化价值，而 AI 生成的内容其实是算法运算的一个结果，它缺乏稳定的作者归属，原创性同样不易界定，作品从“独立对象”过渡到“生成事件”，

美感也是从“被观看的结果”转变为“被体验的过程”。

审美快感是由形式跟感性的自由互动得来的，在 AIGC 有关的生成机制里面，这种互动被技术系统化。算法经由学习大量人类美学规律，生成合乎“普遍愉悦”状况的图像，看上去达成了康德所说的“合目的的无目的性”，此“合目的”并非源自自由的感性，而是建立在数据跟逻辑计算的模拟基础之上，算法的优化代替了个体经验的独特性，令形式的和谐转变为一项技术产出，而不再是自由精神的流露。

在现有的这种背景之下，审美客体的真实性成为关键议题，AI 生成的作品虽说在形式上无可挑剔，但在情感范畴往往显得空洞。人们不再只聚焦图像本身的美感，而更留意作品是否可传递人的情感与经验，AI 的生成方式令艺术中真实与虚拟的边界模糊不清，也让“美”的意义从作品本身过渡到观看与体验的过程。

AIGC 的过程性与开放性使得对审美客体的理解有了新变化，算法生成不再只以单一结果为目标，而是反映出动态生成的属性。审美并非是静态的对象，而是一种不断推进的体验过程，观众的参与成为作品一部分内容，美的感受不断被重新组织。

康德所提出的“形式理性”在此处被赋予新的解释，AI 生成的形式虽说欠缺情感开端，但展示出一种理性秩序的风采，真正的症结不在于 AI 是否有创造美的本事，而在于人是否能在技术生成的形式当中重新发掘自由判断的空间，AIGC 令审美的客体结构重新被定义，也让人们重新考量自己在技术世界当中的主体地位。

## 4 主体性回应与未来设计审美的重构

### 4.1 AIGC 审美的辩证视角

人工智能技术的迅猛发展，激起我们对传统美学观念的重新思索，尤其是康德美学中自由与理性的关联。康德认为“美是一个对象的合目的性形式，如果这形式是没有任何目的表象而在对象身上被知觉到的话”，而审美判断的本质在于“鉴赏是通过不带任何利害的愉悦或不悦而对一个对象或一个表象方式作评判的能力”，<sup>[21]</sup>这种判断所体现的是“想象力的自由活动与知性的合规律性之间的协调一致”，<sup>[22]</sup>从而使主体在“无利害的自由愉悦”中实现理性的自我立法。从这里可得出，美是“理性与感性和谐统一”的结果，审美价值体现为主体自我判断与自由选择的能力，审美是个体主观感受跟理性判断的结合，强调个体对美的独立认知与自由抉择，AIGC 的出现却对这一传统审美观念构成了挑战，算法的理性让艺术创作变得更有效率，但也把审美从自由的个体判断引到了基于机器算法的自动化甄选，针对这一矛盾情况，我们必须凭借辩证思维重新审视 AIGC 对审美主体性的效应。

AIGC 开辟了一个前所未有的自由表达平台，普通用户借助与算法的交互，可轻松创作出不同的视觉作品，这种“自由的民主化”让美的创造覆盖范围更大，冲破了艺术创作的阶层约束，这种看上去“民主”的自由，同样引出了一些问题。AIGC 技术的核心聚焦于算法理性，其根据大量的数据以及既定规则生成艺术作品，这个过程虽说高效，但有概率使审美判断变得格式化和自动化，尽管人们拥有了更广泛的创作工具，但在一定程度范畴内，审美的自由选择被算法理性所限制。算法凭借对数据的处理及模式识别，自动生成相应的视觉效果及艺术样式，但它欠缺的恰恰是人类的直觉、情感与价值判断。

面临 AIGC 引发的这一挑战，设计师该如何在算法里面重新把审美自主权夺回来呢？设计师要对算法时代中的“创造”进行重新定义，传统意义的创造被判定为设计师的个人专属范畴，设计师借助个人的经验、情感、技艺完成创作，但处于 AIGC 的背景当中，创作不再只是个人艺术家的创作举动，算法加入让创作过程变得更加错综复杂。设计师不再是单一的技艺执行者，而是成了算法跟创意之间的桥梁，因此设计师的任务不只是借助 AIGC 工具产出作品，更关键的是把

个体的情感和思想融入算法生成的框架里。设计师在采用 AIGC 工具时，应把控好创作过程的节奏，让个人独立的审美判断得以在作品中体现。

设计师还可在 AIGC 创作时进行批判性思维与哲学反思，康德美学理论强调理性跟感性的结合，设计师应把这种辩证思想应用到 AIGC 创作里。使用技术工具的时候，设计师不光要留意作品的外在形式，更要思量作品所具有的深刻情感与价值观，只有透彻认识且精确掌控 AIGC 工具，设计师才能在算法生成的框架范围里重新找回真正的审美自主能力。

在 AIGC 这一背景下，审美伦理问题日益变得明显，康德的“道德律在我心中”提醒我们，美学不仅仅是个人的感官体验，它也与伦理及社会责任密切相连。当今时代，艺术创作过程不再单单依靠个人手工本领，采用算法让创作的效率显著提升，但同时也带来了新的伦理方面的难题。AIGC 创作的艺术作品往往借助大量的数据进行输入，而这些数据来源和使用方面往往没有充足的透明度，设计师要承担起对数据来源、社会影响以及情感真实性的反思责任。在借助 AIGC 进行创作的阶段，设计师不光需考虑作品的形式跟美学效果，还需要留意它对社会、观众的影响。这意味着设计师进行创作时，需要同时兼顾技术与道德理性，防止算法出现功利化偏向，以保证作品情感的真实以及社会价值。

AIGC 在美学领域的未来关乎“理性与自由的再平衡”，技术并非审美所敌对的对象，它是人类自由的映照。技术的出现并非说明自由会丢失，而是为人类提供了全新的创作工具与表达途径，我们该怎么理解并运用这些技术，令它成为推动审美自由的一股力量，而并非是削弱审美主体性的工具。设计师应凭借康德的辩证精神去理解技术的作用，在这一进程中，设计师除了要掌握技术工具，还要依托个人的创新思维，保证在算法所生成的框架里，审美的自由性和主体性可以得到体现表达。依靠这一方式，AIGC 不只是充当一个创作工具，它会成为设计师跟技术、自由与理性相互对话的新媒介，助力审美主体性的重新定义及重构。

#### 4.2 设计审美的重构路径

随着人工智能技术的广泛应用，艺术创作的生产与评价方式发生了深刻变化。设计师的创作自由和个人判断力受到了技术理性和算法选择的影响，因此，如何在这种环境下重构自由审美主体性，成为当下设计领域亟待解决的问题。为此，审美评价体系、社会机制和教育体系三个方面的改革显得尤为重要。

AIGC 时代下审美评价体系亟需转变。面临许多 AI 艺术创作借助机器学习算法产出的结果，这种评估途径往往忽视了人类的感性感受及主观判断，为了防止审美标准单一化与机械化，设计评价应进一步强调“主观快感”和“理性思考”相结合。新评价标准应参考多个层面：算法的透明性与可解释程度应作为评价的关键标准，保证创作者和观众能明白作品创作过程及其背后逻辑；创作的参与度也应作为核心考量点，尤其是设计师如何通过输入和调整数据来引领作品的创作方向；也应把社会情感反应纳入评价体系，设计作品不只是技术所造就的产物，还应具有引起观众情感共鸣的能力。通过采用多维度的评价体系，审美标准不再受技术和数据局限，这样便为设计师留存更多的自由审美判断空间。

因 AIGC 的普及，审美的生产变得更社会化，大众不再仅仅是作品的受众，而是共同创作的参与者。设计机构和文化平台应推动公众参与式创作及对话，把审美从少数人的专属特权转变为全社会共享的经验过程。设计师不只是技术的实施者，而应成为艺术创作跟公众沟通的衔接桥梁。在 AIGC 创作背景下，公众能实时参与到作品的创作及修改工作，这种互动进一步增强了创作的社会属性，也让设计作品更贴合文化与情感相关需求。通过这种做法，设计作品可从技术生成的方式转向社会参与，摆脱传统创作模式的局限，展现出更多的公共意义与情感纽带，设计师采用与观众的互动，不但可以获得反馈，同样能提升作品的文化意义与情感呼应。

设计教育面对 AIGC 时代也需做深刻反思，传统的设计教育把重点放在技艺和手工技能培养

上,但处在 AIGC 这样的背景下,技艺方面的壁垒正逐步削弱,设计师的审美评判与创意表达能力愈发关键。未来设计教育需培育学生的算法素养与哲学思辨能力,协助他们在 AIGC 的框架当中维持创作的自由与独立。设计师不但要学会怎样用 AIGC 工具生成艺术作品,还要学会凭借选择与调整算法参数,保证作品呈现出独特性与个性化。设计教育还应留意批判性思维的培养,使学生当运用技术的时候,能够充分顾及作品的情感表达、文化意义和伦理意义。采用这种办法,设计师能在既定的技术框架下,维系创作的自由跟独立,保证作品不只是技术的产物,更是深厚的思想与情感的流露。

凭借上述路径实施改革,设计学科在 AIGC 时代能逐步从“工具理性”回归到“审美理性”,设计不只是由技术催生的产物,而应成为自由跟理性兼具的创作实践。设计师的角色不再只是充当技术执行者,而是自由审美判断的主导者,能够靠着对 AIGC 技术的深刻理解与精准施展,把持创作过程的主导权。在这个进程里面,设计师不光得掌握技术工具,还应依靠个人的创造性思维及对社会文化的敏锐察觉,带动艺术创作的社会与文化属性。AIGC 的美学不仅是技术跟艺术的融汇,更是自由判断在现代社会的赓续,成为推动社会文化前进的积极推力。

### 参考文献:

- [1] [德]康德. 判断力批判[M]. 邓晓芒,译,北京:人民出版社,2017: 42+65.
- [2] 杨凯军,卢世林. 近代美学——一种快感何以具有理性性质[J]. 湖北社会科学,2013, (06): 98-101.
- [3] 张萍. 《沉沦》的身体书写与审美现代性的阈限空间[J]. 美与时代(下),2020, (12): 29-31.
- [4] 倪志安. 论从实践理解马克思主义人的本质和属性观[J]. 北京联合大学学报(人文社会科学版),2012, 10(01): 61-67.
- [5] [德]马克思. 资本论[M]. 第1卷. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,译,北京:人民出版社,2001: 528.
- [6] 王晓婵,赵喆熙. 基于设计视角的 Z 世代元宇宙虚拟身份构建研究[J]. 鞋类工艺与设计,2025, 5(07): 152-155.
- [7] 刘旭光. 审美主体性的确立——康德美学思想的存在论基础研究[J]. 人文杂志,2012, (03): 83-89.
- [8] 林文华. 2010—2019 年国内字幕翻译可视化研究与思考[J]. 英语广场,2020, (12): 16-19.
- [9] 王艺娱,林龙,杨吉玉,等. 基于 CiteSpace 对中国民族药研究现状的可视化分析[J]. 中药与临床,2024, 15(02): 80-88.
- [10] 陈一飞,方敏. 智能化时代:人工智能与视觉设计的技术美嬗变[J]. 湖南包装,2025, 40(04): 1-4+38.
- [11] 周盈之. 人工智能视域下审美主体性反思[J]. 安庆师范大学学报(社会科学版),2019, 38(06): 8-14.
- [12] 张道中. 审美主体性的未来范式何以可能——以美学现代问题下的康德“准-有机体”范式为进路[J]. 太原学院学报(社会科学版),2025, 26(03): 8-21.
- [13] Zhou, Z. Generative AI and the redefinition of public participation in art[J]. Design Studies, 2023, 45(2): 223-245.
- [14] 郝亚可. 基于文献计量的国内数字资源管理研究[J]. 中国管理信息化,2023, 26(06): 189-191.
- [15] Manovich L, Arielli E. Artificial aesthetics: Generative AI, art and visual media[M]. Cambridge, MA: MIT Press, 2025.
- [16] Bellaïche L, Shahi R, Turpin M H, et al. Humans versus AI: whether and why we prefer human-created compared to AI-created artwork[J]. Cognitive Research: Principles and Implications, 2023, 8(1): 1-14.
- [17] Bara I, Ramsey R, Cross E S. AI contextual information shapes moral and aesthetic judgments of AI-generated visual art[J]. Cognition, 2025: 257.
- [18] 宋海洋. 纯粹知性在康德批判哲学建构中的作用和地位[J]. 广西科技师范学院学报,2016, 31(06):

105-108+104.

[19] 韩清玉. 论审美自律和艺术自律的关系——兼谈当代艺术批评的审美吁求[J]. 兰州学刊, 2017, (02): 109-117.

[20] 可口可乐推出“未来 3000 年”[J]. 酒·饮料技术装备, 2023, (05): 35-36.

[21] 王瑾. 关于康德“审美判断四契机说”的理论阐释[J]. 中国校外教育, 2019, (36): 29+31.

[22] 路静逸. 从鉴赏判断看《判断力批判》的联结作用——自然美和艺术美的关系研究[J]. 今古文创, 2022, (40): 43-45.