

doi:10.13582/j.cnki.1672-7835.2025.01.014

# 生成式 AI 对新闻生产主体的 重塑及其伦理审视

邓桂英, 郝康云

(湖南科技大学 人文学院, 湖南 湘潭 411201)

**摘要:**生成式 AI 技术在新闻生产中的深度应用, 引发了新闻生产主体的演变与重构。生成式 AI 机器以“拟主体”身份逐步成为新闻生产的新主体, 自然人与智能媒介之间的关系从“主客体”演化为“主体—主体”模式, 同时新闻生产主体蜕变成一种技术化存在。生成式 AI 对新闻生产主体的重塑潜藏着消解新闻行业主体性、诱导新闻从业者主体身份焦虑、束缚人类主体性发展的伦理风险。在生成式 AI 驱动的新闻生产中, 明确伦理原则, 形塑专业权威, 强化优势互补, 实现价值共创, 是应对和防范由生成式 AI 技术带来的主体危机, 探索人机交融共生的可能路径。

**关键词:**生成式 AI; 新闻生产主体; 主体危机; 人机伦理

**中图分类号:**G210.7 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-7835(2025)01-0110-07

作为新兴媒介技术的生成式 AI(Generative AI)的横空出世, 促使新闻生产向智能化、自动化纵深发展, 带来新闻生产的逻辑架构与运作机理的生态级变革, 加速了新闻传播生态的革命性巨变。生成式 AI 在赋能新闻生产的过程中重塑了新闻生产主体, 冲击了“人是媒介的主体”的传统理念, 引发了对于智能媒介技术与人的主体性问题的思考。当前, 传播学界已有喻国明、陈龙等学者开展了生成式 AI 技术创新所引发的新闻行业革新与应对策略的启发性和探索性研究。但整体而言这些研究仍在起步阶段, 对生成式 AI 深度应用于新闻生产引发的主体变革、主体危机和主体应对等问题, 亟需从技术哲学的高度给予更充分的关注和更深入的探讨。因此, 本文拟详细梳理生成式 AI 对新闻生产主体的重塑, 深入反思其潜在的伦理困境, 并尝试提出应对主体性危机的思路, 旨在重新审视智能媒介技术和人类主体之间的复杂关系, 促进新闻生产与技术发展的良性互动。

## 一、主体共在: 生成式 AI 对新闻生产主体的重塑

生成式 AI 技术在新闻生产中的应用涵盖了新闻采写、编辑、分发等多个环节, 包括生成式 AI 内容发现与新闻线索发现、采访助手与数据分析、自动化写作、翻译与多语言处理、摘要生成与内容格式转换、个性化分发与 A/B 测试、社交媒体内容创作与监测等多种场景。伴随着生成式 AI 在新闻生产中的深度应用, 生成式 AI 对新闻生产的影响力也在与日俱增, 不但极大地优化了新闻生产的方式与流程, 而且引发了新闻生产主体的演变与重构。

### (一)“人类主体”与“智能拟主体”: 新闻生产主体结构多元化

在传统的新闻生产流程中, 人类主体负责新闻信息的采集、加工、写作、编辑、审核、发布和传播等一系列活动, 决定新闻的内容、形式和传播渠道。然而, 生成式 AI 的兴起引发“人—机”关系的迭代, 强智能体(生成式 AI 机器)可以部分地与人类主体相比拟, 显示出某种形式上的“主体性”, 并以“拟主体”身份逐步成为新闻生产的新主体。

收稿日期: 2024-08-23

基金项目: 教育部产学合作协同育人项目(230706352241829)

作者简介: 邓桂英(1980—), 女, 湖南湘乡人, 博士, 副教授, 主要从事文艺学、传播学研究。

生成式 AI 能够自动生成问题或根据预设的问题模板与被采访者展开对话并提供相关信息和答案,还能够基于给定的数据和信息,自动生成图像、音频、视频等多媒体元素相结合的新闻内容和富有创意的新闻标题以及简明扼要的新闻摘要等等。因此,通过与生成式 AI 算法模型的协作,新闻生产避免了线性生产和单一流程的限制而呈现去中心化趋势,从而促进了创意的多元化和分布式的实际生产,新闻生产主体结构也随之发生深刻的变化。生成式 AI 机器与人类基于各自的逻辑在新闻生产实践中共同发挥作用,生成式 AI 机器主要基于数据和算法的逻辑进行工作,而自然人则基于专业知识、道德规范和人类经验进行判断和决策。生成式 AI 机器在新闻生产过程中的“自主性生成”优势与“独立”的新闻行为,打破了以往新闻生产对人类主体的依赖,使新闻生产主体结构变得更加多元化。“人类主体”与“智能拟主体”共同存在,作用于彼此,构成了多元化的新闻生产生态。

### (二)“主体—主体”:自然人与智能媒介的关系重构

在传统的新闻生产流程中,作为主体的人类掌控作为客体的媒介,自然人与媒介之间的关系是一种纯粹的主客体关系。即便是新闻写作机器人出现后,新闻生产的真正主体仍然是人,技术只是主体的延伸,智能媒介始终扮演着辅助性角色。但在生成式 AI 驱动的新闻生产中,自然人与智能媒介(生成式 AI 机器)之间的关系演化为“主体—主体”模式,新闻生产原有的主客体关系被重构。

生成式 AI 摆脱了人类对其行为的控制,产生突破创造力和创新界限的输出,以相对独立的姿态参与并影响了新闻生产,完成了从“人”到“物”的转换<sup>①</sup>。生成式 AI 机器在新闻生产的内容创作、编辑、分发等各个环节中,不再是单纯执行人类指令的工具,而是通过算法模型的智能决策和自动化处理,独立完成从构思到实现的全过程。生成式 AI 技术所驱动的机器系统在某些环节超越甚至取代新闻从业者的传统人工操作,逐渐占据新闻生产的主导或重要角色。因此,生成式 AI 不再仅以工具的客体属性,而是以主体的独立姿态参与新闻生产底层逻辑的塑造,自然人与智能媒介之间的关系发生了根本的转变,演化为一种“主体—主体”的新型关系模式。这种关系不再是传统的主体与客体间的对立或单向影响,实质上是主体间的交互,或称之为交互主体。

### (三)“后退”的人:生产主体的技术化存在

在利用生成式 AI 技术进行新闻生产的过程中,人的中心作用逐步让位给技术,技术则成为一种决定性的力量,逐渐占据新闻生产的核心地位。而随着人的位置不断后退,新闻生产主体蜕变成了一种技术化存在。

生成式模型往往依赖于海量的训练数据和预先设定的规则、算法创造新闻作品。虽然人类可以决定提供给算法的数据和信息,但新闻报道的框架和内容主体往往基于预设的程序模板来构建。无论人类如何调整指令以期得到更符合个人需求的机器输出结果,最终起作用的还是模型本身对数据的分析和匹配能力。而且在生成式模型生成符合预设语法准则和结构的新闻作品的过程中,机器充当了语言使用的终极准则,在某种程度上能够对语法实施有效的控制和规范。在利用机器生成新闻作品时,人们需要先学习、理解、适应和遵循这些机器特设的语法规则。因此,使用生成式 AI 生成新闻作品的过程,实际上是在训练人类理解和运用“技术语言”的能力,即掌握“技术的语言”。在这个过程中,人类服务于由算法定义的任务和条件,逐渐将技术纳入自身的构建因素之中,实现从物理实体到技术嵌入的跨越。人类正在变成适应并服务于生成式 AI 发展的存在。这一过程就是一种技术化存在<sup>②</sup>,也是一种斯蒂格勒所言的“置人在自身之外”的存在<sup>③</sup>。

## 二、主体遮蔽:新闻生产主体重塑的伦理风险

生成式 AI 不仅是重塑世界的强大引擎,还可能是打开潘多拉魔盒的钥匙。海德格尔认为“技术是

<sup>①</sup>张爱军,姚莹:《主体的异位与回归:生成式人工智能的媒介伦理审视与规制》,《信阳师范学院学报(哲学社会科学版)》2023年第5期。

<sup>②</sup>董山民,赵英:《“附近”的消失与再造——反思技术扩张时代的社会团结》,《福建论坛(人文社会科学版)》2021年第3期。

<sup>③</sup>贝尔纳·斯蒂格勒:《技术与时间(第一卷)》,方尔平译,译林出版社2012年版,第227页。

人的行为”<sup>①</sup>,是一种走向真理的解蔽方式。而生成式 AI 超出了以往媒介技术对人主体性的冲击程度,成为“集一置”<sup>②</sup>(Gestell)的典型代表。在生成式 AI 对新闻生产主体的重塑过程中,技术“物性”的张扬潜藏着人的主体性特征遮蔽的伦理风险,无形中给新闻生产带来了新的技术伦理考验。

### (一)专业位移:消解新闻行业主体性

生成式 AI 深度介入新闻生产后的技术垄断格局对新闻行业的独立性和自主性构成潜在威胁,可能导致专业位移,背离新闻专业主义,削弱新闻行业的批判性、独特性、多样性和创新性以及作为社会公器的影响力和公信力,甚至消解新闻行业主体性。

生成式 AI 在处理新闻数据时,往往只关注数据的内在规律和概率分布,忽视对社会现象和问题的深入调查和全面思考,忽略新闻背后的社会、文化和政治等因素。新闻机构对生成式 AI 技术的“路径依赖”以及由此带来的对人类情感和社会文化背景理解的匮乏,不但会导致新闻内容的单一化、同质化,而且会使得新闻行业的创新性和独特性被削弱甚至消失。同时,生成式 AI 的深度伪造技术建构的“后事实”与“后真相”,还会引发新闻真相的悬空,带来认知障碍和信任异化<sup>③</sup>。而且,用户在享受个性化信息的同时,极易陷入从众心理,盲目跟风,导致社会认知的狭隘化和伦理的固定化,进而加剧信息传播圈层化等群体极化现象。这些问题都可能弱化新闻专业价值,使得新闻行业的主体性受到挑战,导致作为统合性价值体系的主导意识形态面临凝聚力弱化、权威失落、引导乏力和认同窄化的风险<sup>④</sup>。

此外,当新闻内容的生成和决策过程过度依赖算法时,也将一定程度上削弱新闻行业作为社会公器的主体性。在新闻生产流程中,生成式 AI 本身并不具备固有的意识形态与偏见。然而,算法设计的逻辑框架和训练数据筛选的差异性等外部因素可能潜在地影响新闻内容的生成,使之呈现出某种特定的倾向性。这种倾向性在新闻的传播与消费过程中,有可能被放大,从而在一定程度上对公众的认知和态度产生操纵性影响,形成特定的舆论或观点倾向。而且,生成式 AI 基于算法进行内容推荐和筛选时,可能更偏向于点击率、浏览量等量化指标,其决策方式往往缺乏人类的价值观和伦理考量,还可能因为算法偏见或数据偏差而生成带有歧视性或误导性的新闻内容。这种算法化的决策过程使新闻生产环节中“人的把关”逐渐旁落为“物的把关”<sup>⑤</sup>,可能导致新闻行业偏离长期以来所坚守的核心价值观,甚至沦为某些利益集团操纵的工具,从而进一步消解新闻行业主体性。

### (二)角色异化:诱导从业者身份焦虑

当生成式 AI 技术成为“总体凌驾于个人之上的独立力量”<sup>⑥</sup>,作为主体的人无疑会感到无力和不安,这是主体身份焦虑的本质所在<sup>⑦</sup>。生成式 AI 的介入使得新闻生产过程中的许多环节被自动化和算法化,新闻生产人类主体的角色发生异化,很容易引发新闻从业者对自我价值、利益以及主体身份的不安和焦虑。

随着生成式 AI 逐步深入到新闻生产的核心地带,其依托的超大规模数据基础和接近人类复杂程度的自主思维能力,模糊了新闻职业边界,让新闻从业者们逐渐感受到来自他者的竞争压力和前所未有的挑战。生成式 AI 可以通过算法和模型,自动完成新闻稿件的生成和编辑,甚至能够模仿人类写作风格创作更加符合读者阅读习惯的新闻内容。这种自动化的新闻生产过程减少了人为干预的可能性,使新闻从业者失去对新闻内容的直接掌控,其判断和决策能力被边缘化,新闻产品成为新闻从业者“异己的存在物”。“我们相信机械运算的威力,用机械的威力取代了我们观照全局的能力”<sup>⑧</sup>,算法通过对新闻生产工作内容、工作流程的驯化,压制了新闻从业者的能动性,新闻从业者因此对自己的职业角色产生

①马丁·海德格尔:《演讲与论文集》,孙周兴译,商务印书馆 2018 年版,第 6 页。

②马丁·海德格尔:《演讲与论文集》,孙周兴译,商务印书馆 2018 年版,第 30 页。

③Fallis, D. “The Epistemic Threat of Deepfakes”, *Philosophy & Technology*, 2021, 34(4): 623-643.

④张林:《智能算法推荐的意识形态风险及其治理》,《探索》2021 年第 1 期。

⑤吴璟薇,杨鹏成,丁宇涵:《技术的追问:对智能新闻生产中人与技术关系的考察》,《新闻与写作》2022 年第 10 期。

⑥赫伯特·马尔库塞:《单向度的人——发达工业社会意识形态研究》,刘继译,上海译文出版社 2006 年版,第 189 页。

⑦肖峰,来宁:《生成式人工智能关联的主体地位问题》,《山西师大学报(社会科学版)》2024 年第 1 期。

⑧尼尔·波斯曼:《技术垄断:文化向技术投降》,何道宽译,中信出版社 2019 年版第 129 页。

怀疑,无法感受到自己作为主体的存在。

与此同时,新闻编辑室的接连关闭和岗位数量的不断减少,压缩了新闻从业者的生存空间,使得新闻从业者担忧自己会被技术所取代,也在一定程度上强化了新闻从业者的身份危机和职业危机体验。生成式 AI 技术机制的替代效应,导致部分从业者成为冗员,使新闻机构关停、裁员成为常态,新闻从业人员收入显著下降。2023 年 1 月以来 BuzzFeed 等一众数字媒体关闭旗下新闻业务,《洛杉矶时报》等 30 余家报纸及媒体机构进行了不同程度的裁员<sup>①</sup>。智能机器对新闻从业者劳动的无限代替,引发“技术性失业”,使被机器代替的新闻从业者沦为“无用阶级”,造成新闻从业者更深层次的异化,在生活意义危机的压力下,逐渐丧失人生的意义感<sup>②</sup>。

生成式 AI 的高度智能化和极大便捷性,也使得对新闻从业者的剥削行为变得愈发隐蔽。技术观念上的价值错位、对工具利益的拜物教式追求甚至使得新闻从业者自愿进行隐形的被剥削劳动。在与生成式 AI 对话过程中,看似个体的自由度增加了,实际却在自我的结构之中植入了对基础设施的依赖,不对称的权力关系使自我必须面对因之而来的不自由<sup>③</sup>,被资本逻辑支配的新闻生产过程只注重最大化的现实收益,使部分新闻从业者处于被剥削的状态。特别是在内容标记、过滤与审核等新闻价值链的上游环节,低薪高压的工作模式不但剥夺了新闻从业者应有的职业尊严和价值感,而且使得他们承受了巨大的身心压力,从而进一步加剧其身份认同的危机。

### (三) 价值让渡: 束缚人类主体性发展

人类的主体性是人作为实践主体的独立性、自主性、主动性、创造性和社会性,是人在物质世界中得以确认其存在的重要基石。在生成式 AI 技术深度参与的新闻生产流程中,一旦人类被“技术之茧”配置好的脚本所裹挟、奴役<sup>④</sup>,人的价值将被技术价值所替代或补充,相当于将人的价值间接让渡给了技术价值<sup>⑤</sup>,必然削弱人类主体价值并束缚人类主体性发展。

生成式 AI 所涌现的强大能力易引发人类对自身主体感的自我消解和自我庸化<sup>⑥</sup>,导致人类主体性的异化。正如赫伯特·马尔库塞(Herbert Marcuse)所指出,在技术理性主导下,“科学—技术的合理性和操纵一起被熔接成一种新型的社会控制形式”<sup>⑦</sup>,当技术的逻辑被深深地植入到人类的意识中,塑造着人类的实践活动,并无形中成为一种行为规范,人类将不再是完全由自身主导的存在,其结果便是人类主体性的异化。一旦人类过于依赖生成式 AI,追求效率便会成为生产行为的核心动力,价值理性的光芒会被掩蔽在过度膨胀的工具理性的阴影下,个体的感知、推理、想象、联想等创造性思维能力及语言表达能力会随之受到抑制,进而影响人类对自身主体价值的认识和肯定。人类还可能沉迷于对生成式 AI 技术的崇拜,形成一种技术至上的错误理念,主动放弃人之为人的批判精神与批判能力,使得本是作为主体的个人的决策成为纯粹的机器决策,因而人类在实质上不再具有主体的独立思考、深入分析和自主决策的能力,不能确证自己的主体力量和主体地位。

同时,生成式 AI 借助其技术优势使得人被技术训练<sup>⑧</sup>,这在一定程度上消解了人类对自己作为拥有自然语言能力的唯一主体的感受,削弱人类对自身智慧和能力的信心,不可避免会诱发人类“何以为人”的主体焦虑。生成式 AI 技术以其特定的训练机制,实现了人类思维与语言表达在文本层面的分离,使得人们在使用这一技术时,无法仅凭自己的主观意识来进行训练,而是必须遵循生成式 AI 技术的脚本逻辑进行提问和训练,以便获取想要的答案。这也就意味着人的语言表达不再完全是自发的,人类的语法不再完全是自由意志的产物,而是受到了语言基础设施概念的制约和监控。如果人类未来以这

①王焕超,胡晓萌:《拐点时刻? AIGC 时代的新闻业》,腾讯研究院 2023 年版,第 12 页。

②陈元,黄秋生:《ChatGPT 技术中的人工智能伦理风险及其科学祛魅》,《湖南科技大学学报(社会科学版)》2023 年第 3 期。

③尼克·库尔德利,安德烈亚斯·赫普:《现实的中介化建构》,刘洪育译,复旦大学出版社 2023 年版,第 205 页。

④于天宇,王亚慧:《“高阶自动化”集置的人类发展悖论省思》,《江苏社会科学》2023 年第 3 期。

⑤崔燕:《生成式人工智能介入新闻生产的价值挑战与优化策略》,《当代电视》2024 年第 2 期。

⑥肖峰,来宁:《生成式人工智能关联的主体地位问题》,《山西师大学报(社会科学版)》2024 年第 1 期。

⑦赫伯特·马尔库塞:《单向度的人——发达工业社会意识形态研究》,刘继译,上海译文出版社 2006 年版,第 113 页。

⑧董春宇,遇颂之:《劳动异化视角下的生成式 AI 技术:逻辑·表现·路径》,《党政干部学刊》2023 年第 9 期。

种机器语法作为表达和交流的标准,那么机器将越来越像人,而人则可能变得越来越像机器而呈现出“设备范式”特征。人类的情感会失去原有的丰富性和独特性,逐渐变得淡漠甚至有可能走向一种“AI化”的状态,从而进一步限制主体性的发展,加剧深陷技术异化“囚笼”的人类被奴役的状态。

### 三、人机合智:新闻生产主体危机的伦理因应

当生成式 AI 技术成为贯穿新闻生产流程的新变量,作为本质上拥有独立价值的主体的人类却逐渐失去自己唯一智慧主体的独特地位。在“人类主体—智能拟主体”共同主体结构的新闻生产中,该如何看待人的主体性地位式微以及人作为主体的存在价值与自主选择?又如何基于人类社会的价值体系发挥价值理性的引领作用,实现人机协同和价值共创?

#### (一)关键主体:明确伦理原则,形塑专业权威

正如凯瑟琳·海勒指出,“我们的命运与智能机器休戚相关”<sup>①</sup>,在整个新闻行业思索如何加快数字化、智能化转型之际,作为受到生成式 AI 直接影响的新闻机构和新闻从业者该如何看待自身的主体性,如何形塑自我的身份认知、专业权威和职业认同,以应对和防范由生成式 AI 技术带来的伦理风险?

其一,新闻机构作为新闻生产的主要组织者和推动者,应当明确新闻生产的伦理原则和标准,承担起主要的伦理责任。2023年5月,世界报业协会对新闻机构如何使用生成式 AI 展开了调查,只有20%的受访者表示,他们所在的新闻机构对何时以及如何使用生成式 AI 有明确的操作指南<sup>②</sup>。显而易见,新闻机构在部署和应用生成式 AI 工具时,尚未制定明确的、统一的生成式 AI 使用准则。因此,新闻机构需要平衡技术运用与人为干预的关系,确保生成式 AI 技术的使用符合新闻伦理和法律法规。同时,新闻机构还应该建立完善的生成式 AI 新闻生产流程和审核机制,对生成的新闻内容进行价值审度和伦理调适,防止不实信息和误导性内容的传播。新闻机构也应该加强与生成式 AI 技术提供商的紧密合作,共同制定新闻生产中生成式 AI 的使用规范和标准,明确要求技术提供商提供符合伦理要求的生成式 AI 技术,并在技术设计和应用中考虑到隐私保护、数据安全和算法公正性等问题,同时构建一套高效且切实可行的责任体系,明确各个技术主体的责任范围,确保出现责任事故时可以追究到具体主体,从而促进伦理规约的落实和技术的合理应用。

其二,生成式 AI 对新闻从业者角色认知的冲击,需要新闻从业者重新思考数字时代自身的主体性,完善价值认知链条,重塑专业权威。首先,在生成式 AI 新闻生产中扮演着关键角色的新闻从业者应争取在异质性网络中的资本分配和优势位置,灵活运用不同的话语体系和解释框架,使生成式 AI 在新闻生产中成为新闻从业者的有力助手,而不是替代者,进而在既有能力的基础上开拓职业角色的内涵和外延,发挥专业价值和角色魅力,以维护和协商自己的专业边界和职业身份,应对认同危机。其次,新闻从业者应该积极参与到生成式 AI 新闻生产的流程和审核中,了解并掌握生成式 AI 的技术和应用,审慎使用生成式 AI 技术,避免过度依赖技术而忽视新闻伦理和真实性,确保生成的新闻内容符合新闻伦理和法律法规<sup>③</sup>。再次,新闻从业者在某些环节让渡把关角色的同时,更应创造新的把关职能,在角色重塑中,保持人文关怀、独立思考和批判精神,坚守新闻从业者的职业伦理,把握好正确的舆论导向,用专业工作者的“见识、判断、创意、情感”保持对新闻内容的严格把关和深度分析。总之,新闻从业者需要不断提高伦理素养、判断能力和专业技能,成为具备人机共生思维、既懂技术又懂新闻的复合型人才,以动态的、灵活的应对策略,从“单兵作战”转向人机协同,由“去技能化”向“再技能化”转型,且进一步向“多技能化”转变<sup>④</sup>,保持新闻从业者在新闻传播领域的专业权威和影响力,为人机共生的新闻生产提供有力支持,从而在不断变化的媒体格局中重新找到自身价值。

<sup>①</sup>凯瑟琳·海勒:《我们何以成为后人类:信息科学和控制论中的虚拟身体》,刘宇清译,北京大学出版社2017年版,第382页。

<sup>②</sup>张建中,迪恩·罗普尔:《生成式人工智能对新闻机构的影响》,《青年记者》2023年第13期。

<sup>③</sup>余祥,聂建强:《人工智能生成物的风险透视和法律治理》,《出版发行研究》2024年第11期。

<sup>④</sup>姚建华:《走向人机协同:算法新闻时代的新闻伦理》,《福建师范大学学报(哲学社会科学版)》2021年第1期。

“在技术变革进程中,如何看待与处理技术对人的影响,实际上是人类如何理解与对待人本身的问题。”<sup>①</sup>生成式 AI 是人的本质力量在技术创新和智能发展方面的体现和应用,本质上揭示了人类智慧的进步和自我实现的途径。爱因斯坦曾经说过:“科学是一种强有力的工具。怎样用它,究竟是给人类带来幸福还是带来灾难,全取决于人自己,而不取决于工具。”<sup>②</sup>技术的智能化发展已成为不可抗拒的历史必然,越是如此,人类越要明白自身与机器之间的界限到底何在,越要明确在新闻生产实践中人之可为和机器之不可为。

## (二) 人机关系:强化优势互补,实现价值共创

随着生成式 AI 机器成为新闻生产的重要主体,人类和生成式 AI 机器两种主体正在形成一种“共存关系”“互动关系”。这一新型主体结构,超越了过往的单一框架,融合了人类智能与机器智能的互补优势。理想的新闻生产人机关系是一种基于价值共创的全方位的协同合作、优势互补的共融共生模式。

首先,我们必须深刻认识到人类智能在推动 AI 发展和进步中所起到的核心引导作用,确信人类自身拥有的独特价值,保持一颗平常心去接纳生成式 AI,这是建立和谐人机关系、实现人机优势互补和价值共创的重要基石。“任何解放都是使人的世界即各种关系回归于人自身”<sup>③</sup>,人的主体性是人机协同的关键。无论是传统人类的肉身主体性,还是强 AI 的主体性,或是超人类形态的赛博主体性,甚至是自然人与机器的交互主体性,它们都深深植根于“人”这一核心主体。把生成式 AI 过度理想化为技术“神话”或者抛开人的因素一味地谈技术的影响,都很容易陷入技术认识的狭隘视角和单线思维,也就无法科学把握人机关系未来的合理发展趋势。生成式 AI 等智能拟主体的确会获得某些类似于人的主体性特征,但当下生成式 AI 所具备的这些主体性功能来源于人的主体性赋予,因此生成式 AI 始终只能被视为附属于人类主体的“拟人”主体<sup>④</sup>。不管技术演进至何等高度,人类作为生成式 AI 的智慧缔造者与功能执行者,永远保持着决定性的核心地位,人类自身拥有的独特价值依然不可替代。所以,人类应当对技术祛魅,对生成式 AI 在新闻生产中的角色进行理性的思考和评估,摒弃盲目的“技术崇拜”和无根据的“技术恐惧”等过于极端的技术观念。

其次,人机共生、价值共创的关键在于明确生成式 AI 和人类在新闻生产过程中的角色定位,充分发挥各自的优势,设定人机协同的工作流程,强化人机互动与协作,以实现人机之间的有效互补和协同发展。生成式 AI 擅长处理大量数据,并能在一定程度上进行自动化决策,因而能够快速生成文本、图片、视频等新闻内容,并对新闻进行自动分类、摘要提取、情感分析等。而人类新闻从业者则具有敏锐的洞察力、独特的判断力与创造力、深刻的批判性思维和对复杂情境的卓越理解能力,因而能够深入挖掘新闻事件的背后原因、内在价值,能够精确把握算法与数据背后所蕴含的深层社会文化意义,形成有深度见解、独特创意的新闻作品。人和机器要在对话中实现功能的互补和价值匹配<sup>⑤</sup>,因此,在新闻生产过程中,可以让生成式 AI 负责数据的收集、整理和分析以及初步的内容生成;人类新闻从业者则可以发挥在新闻敏感、深度报道、人文关怀等方面具有的独特优势,将更多的精力投入到深度报道、观点分析和内容创新上,并对生成式 AI 机器生成的新闻内容进行审核、把关、修改和补充,从而通过主体间协作共同创作出更具深度和广度的新闻报道。

生成式 AI 与人类协同发展是未来社会的主旋律。促进主体间的双向理解,强化生成式 AI 和人类新闻从业者二者的优势互补、有效规避各自的缺陷,在以“互构”与“互驯”为基础的多元博弈之中,构建基于价值共创的人机共生关系,实现“人机合智”的双赢,是确保生成式 AI 技术创新与应用真正为人类带来福祉的必经之路。

①董扣艳,张雨晴:《生成式人工智能发展与治理的哲学省思》,《福建师范大学学报(哲学社会科学版)》2023年第4期。

②《爱因斯坦文集(第3卷)》,许良英等编译,商务印书馆1979年版,第56页。

③《马克思恩格斯文集(第1卷)》,人民出版社2009年版,第46页。

④杨保军,孙新:《论新世纪以来新闻生产主体的结构变迁》,《浙江传媒学院学报》2021年第4期。

⑤喻国明:《“机器新闻写作”时代传媒发展的新变局》,《中国报业》2015年第23期。

## 结语

生成式 AI 技术在新闻生产中的深度应用,引发了新闻生产主体的演变与重构。“人类主体”与“智能拟主体”共在,使得新闻生产中的主体结构更加多元化,自然人与智能媒介之间的主客体关系演化为“主体—主体”模式,人类新闻生产主体蜕变成一种技术化存在。生成式 AI 对新闻生产主体的重塑,潜藏着消解新闻行业主体性,诱导新闻从业者主体身份焦虑,束缚人类主体性进一步发展等不容忽视的伦理风险。重新审视与自我反思人类本质,明确新闻生产的伦理原则,形塑新闻生产的专业权威,强化人机之间的优势互补,实现人机之间的价值共创,才能有效应对和防范由生成式 AI 技术带来的主体危机。

随着后人类主义时代的到来,技术的赋能可能会使自然人的主体性经历全面的消解与重构。无论是悬在头顶的达摩克利斯之剑,还是深不见底的修昔底德陷阱,“当技术消解人类的主体意义时,人类要回到自身去找寻存在本身”<sup>①</sup>。人类不应忘记,技术的初衷是增进人类的福祉。技术不仅是“人为的”更是“为人的”,“技术的终极价值是在物质形态上解放生产力,最终在精神形态上解放人”<sup>②</sup>。当今时代,生成式 AI 的发展仍须恪守敬重人类生命、维护人类尊严、保障人类权益、促进人类解放的价值旨归。

## Generative AI's Reshaping of the News-producing Subject and Its Ethical Scrutiny

DENG Guiying & HAO Kangyun

(School of Humanities, Hunan University of Science and Technology, Xiangtan 411201, China)

**Abstract:** The deep application of generative AI technology in news production has triggered the evolution and reconstruction of the main body of news production. Generative AI machines have gradually become the new subject of news production with the identity of “proposed subject”, The relationship between the natural person and the intelligent media has evolved from “subject-object” to “subject-subject” mode, while the human news production subject metamorphosed into a technological existence. The reshaping of the news production subject by generative AI carries the ethical risk of dissolving the subjectivity of the news industry, inducing anxiety about the subjective identity of news practitioners, and constraining the development of human subjectivity. In the news production driven by generative AI, clarifying ethical principles, shaping professional authority, strengthening complementary advantages, and realizing value co-creation are the possible paths to cope with and prevent the subjective crisis brought about by generative AI technology, and to explore the intermingling of human and machine.

**Key words:** generative AI; news-producing subjects; subject crisis; human-computer ethics

(责任校对 曾小明)

①白小豆:《生成式人工智能语境中的视听新闻创新——基于 ChatGPT 技术应用的思考与展望》,《中国广播电视学刊》2023 年第 10 期。

②陈龙,经羽伦:《生成式 AI 的道与术及其对媒介实践的影响》,《当代传播》2023 年第 4 期。