

重塑与激励：数智时代的编辑主体性反思

王志刚 赵英乔 卢冰

(中国海洋大学文学与新闻传播学院, 青岛, 266100)

[摘要] 在数智时代, 编辑主体性问题呈现出新的变化, 亟须突破传统主客二元对立的思维框架。编辑主体性是一种在与技术互动中不断生成的“主体间性”, 数智时代编辑主体性转变为人类智能在与机器智能互动中的主体间性。在“人机混合主体性”模式下, 人工智能等技术手段重塑了编辑主体性, 具体表现为从个体主体性到集体主体性、线性主体性到分布式主体性、经验主体性到数据驱动主体性的迁移。与此同时, 为规避技术发展过程中技术物可能产生的异质性问题, 必须重申编辑作为“权力主体”在文化建构与伦理责任中的核心地位, 强调其在规范技术应用、引导价值导向等方面不可替代的重要作用。

[关键词] 人工智能 编辑 主体性 主体间性

[中图分类号] G230 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1009-5853(2025)04-0005-09

Reshaping and Incentivizing : Reconceptualizing Editorial Subjectivity in the Digital Intelligence Era

Wang Zhigang Zhao Yingqiao Lu Bing

(College of Liberal Arts, Journalism and Communication, Ocean University of China, Qingdao, 266100)

[Abstract] In the era of digital intelligence, the issue of editorial subjectivity has undergone transformative changes that demand transcending the traditional subject-object dichotomy framework. Editorial subjectivity now manifests as an “intersubjectivity” dynamically generated through human-technology interactions, evolving into a human-machine intersubjectivity shaped by the interplay between human and artificial intelligence. Under the “human-machine hybrid subjectivity” paradigm, AI technologies are fundamentally reshaping editorial subjectivity through three key transitions : from individual to collective subjectivity, linear to distributed subjectivity, and experience-based to data-driven subjectivity. Meanwhile, to address potential alienation issues arising from technological artifacts during development, this study reaffirms editors’ crucial role as “power subjects” in cultural construction and ethical governance. It emphasizes their irreplaceable function in regulating technology application and guiding value orientation, thereby maintaining the humanistic essence of editorial practice within intelligent systems.

[Key words] Artificial intelligence Editor Subjectivity Intersubjectivity

[基金项目] 本文系国家社会科学基金一般项目“人工智能驱动下出版产业版权管理创新研究”(24BXW089)阶段性成果。

[作者简介] 王志刚, 中国海洋大学文学与新闻传播学院教授、博士生导师; 赵英乔, 中国海洋大学文学与新闻传播学院 2024 级博士生; 卢冰, 中国海洋大学文学与新闻传播学院 2022 级硕士生。

作为人类文化精神大厦的缔构者^[1],编辑通过组织使用各类信息技术与知识媒介,不断对冗杂的文化内容进行有意识地构建与传播,实现着信息的关联与主体间的互构,从而推动文化创新与传承。在数智媒介时代,执行式AI、分析式AI在图像识别、数据分析等领域大放异彩,以ChatGPT为代表的生成式AI更是为编辑出版行业拓展了更多可能,推动出版业在内容生产、传播渠道和商业模式等多个层面深入变革。智能生文、文生万物的智能文本生成逻辑,使一直以来被冠以“辅助性”工具的AI拥有了生产式赋能机制,因而逐渐改变了出版行业的传统内容业态,并将编辑的主体性问题推至讨论的风口浪尖。AIGC是否将编辑的主体性置于边缘?标准化、规范化的数字内容呈现是否会磨灭编辑的能动性?当人们开始重新追求理性和价值的时候,编辑的主体性又是否得以重新回归?无论是渐逝还是重塑,编辑主体性都是数智媒介时代值得思忖的问题。

人工智能技术在出版领域的过程化嵌入,对编辑的能动性、主体性等方面产生了深远影响,也引发学界关于编辑主体性的诸多讨论。新世纪初的相关研究多集中于编辑主体性的内涵特征界定^[2],尝试从哲学角度来建构编辑的主体性^[3]。而在人工智能技术深度嵌入编辑出版流程的数智时代,相关成果主要集中于探讨编辑主体性作用在具体场景中遭遇的技术挑战^[4],继而探求在智能化^[5]、碎片化^[6]、匿名化^[7]等编辑环境下,如何从情感劳动^[8]等维度发挥编辑主体性。总体而言,现有研究主要集中于编辑主体性的内涵、建构及面临的困境与反思,针对数字智能时代编辑主体性面临的新变化等相关研究较为匮乏。因此,本文试图从人与技术的互动关系出发对编辑主体性的内涵进行重新界定,同时厘清人工智能介入出版所引发的编辑主体性重塑问题,重申编辑主体性在这一时代背

景下的重要性,并对数智时代编辑主体性的激发进行系统探讨。

1 数智时代编辑主体性的内涵

以往学界有关编辑主体性内涵的讨论往往局限于主客二分的框架之下。这种主客二分的框架,一方面会使得有关编辑“主体性”问题的讨论沦为“客观性”讨论的附庸,另一方面会导致对技术因素影响编辑主体性的复杂机制被忽视。在人工智能等技术日益渗透编辑实践的背景下,传统的主客二分定义显得不再适用。因此,需要在审视编辑主体性与技术之间的互动关系的基础上,重新界定数字智能时代编辑主体性的内涵。

1.1 编辑主体性是主体理性的客观实践

“主体性”这一概念的讨论往往在与“客观性”作为二重对应的关系中展开。对二者关系的讨论,包括从古希腊亚里士多德与斯多葛学派的对立,到近代笛卡尔及洛克分别对物质实在与经验的强调。在科学史学家洛兰·达斯顿(Lorraine Daston)与彼得·伽里森(Peter Galison)对“客观性”这一概念进行历史性梳理时,他们指出了二者彼此宿命般的关系——如封蜡的蜡与印章一般密不可分^[9],并通常由一方定义另一方。相对于科学史对“客观性”的强调,哲学、文化研究等人文领域对“主观性”与“客观性”的评价处于两极分立的状态,主观性被认为削弱了客观性的权威/重要程度,有时被认为污染了客观知识的真实性,会对客观性的知识产生混乱和破坏性的影响^[10]。尽管有关主观性的讨论似乎在过去总处于客观性的附庸地位,但在20世纪60年代,伴随黑人民权运动、新左派运动、青年亚文化运动及女权主义运动等的兴起,在现代主义有关主体塑造的理论探讨驱动下,“主体性”这一概念与种族、阶级、性别等概念结合在一起,在现代哲学和文化研究领域掀起了高潮。

现代主义理论过于强调“主体”被塑造

的过程,新左派等如阿尔都塞(Althusser)强调意识形态国家机器对主体的询唤与创造。当尝试讨论有关编辑的主体性问题时,本文强调更具个人主义的“主体观”。个人主义的主体观强调人类作为区别于其他生物的行动主体,具有自我意识的统一,以及内在性、自由和个人自主权^[11]。在此强调的个人主义的主体观并不意味着将所有现实价值原理的解释最终指向人类中心,而是强调内在自我的自由及自决性。编辑作为理性主体,在缔构人类文化精神的大厦时,能够对文化内容做出基本的筛选与价值判断。编辑活动的发生不是物理世界中纯粹机械的、具有规定性的行为,而是存在一个具有自由意志、能够独立裁决的“内在自我”。这不仅是编辑主体性存在的本质,而且意味着编辑的自决行为蕴含着一个内部的因果关系,编辑主体既是行动者,又是行动发生的原因。因此,与其他非人个体相比,自由与自我控制成为编辑主体性固有的、独特的内涵。编辑活动作为一种以知识媒介为工具,对人类精神劳动成果和表现形式进行选择与控制的生产性劳动,需要编辑充分调度自我经验与自我认知,通过思维、想象力和创造力参与这一生产性劳动过程,并通过编辑活动的劳动成果进一步影响外部世界。因此,编辑主体性是编辑这一角色的主体理性的客观实践。

1.2 人机交互中的编辑主体性解蔽与编辑主体间性生成

现代技术对编辑主体性的“促逼”式解蔽。数智时代的到来,重塑了编辑的身份、角色、定位等多个方面,编辑的主体性也有了动态的变换与起伏。人工智能近乎能够模仿甚至在某些方面超越“人脑”的运作模式,对编辑的主体性带来前所未有的冲击,编辑的主体性面临着被遮蔽以及降格的处境。海德格尔(Heidegger)曾就技术对主体的影响展开过具体讨论,他把对技术的批判上升到形而上学批判的位置,在他看来,“技术就不仅是一种手

段了”^[12],技术统治超越了以哲学和宗教为基本组织方式的政治统治,成为现代文明转换的根本标志。希腊文的“技术”(τεχνή)属于“产出”(ποίησις)一词的范畴,“产出”在古希腊哲学中是一个非常重要的概念,它既可以指狭义的诗歌,又可以指广泛意义上人为的创造性活动以及自然万物的生长。海德格尔认为“产出”包含着亚里士多德因果论中的四重因要素,并将四重因贯通在一起。因此,“产出”本身包含目的、手段和工具性的东西,其中“工具性的东西被看作技术的基本特征”^[13]。“产出”的发生由“遮蔽”领域进入“无蔽”领域,即“解蔽”(das Entbergen),由此,技术在海德格尔的哲学系统中除工具性特征外“乃是一种解蔽方式”^[14]。

尽管海德格尔强调了技术的重要作用,但其在追问技术的本质时,首先否定了技术工具论将技术视为中性的、现成的东西的观点,他认为“在现代技术中起支配作用的解蔽乃是一种促逼,此种促逼向自然提出蛮横要求,要求自然提供本身能够被开采和贮藏的能量”^[15]。技术的工具性特征使得人们常常将自身带入到与技术的关联中,因此,人们希望能够在精神上对技术加以控制,当技术的发展愈发显示脱离人类控制时,人类操控的欲望就更加迫切。人类与现代技术的紧张关系在于技术在发挥其解蔽性的同时遮蔽了其他的可能性,现代技术的解蔽功能把人促逼、聚集起来,让人自身成为订造持存物(现代技术框架中被支配对象)的自行解蔽者。在这个过程中人类的支配感往往是虚幻的,技术在给予人类自由的同时恰恰限制了人类的自由,人类被现代技术“遮挡”。正如芒福德(Mumford)批判人类利用“巨技术”(megatechnology)建构的统一、封闭框架时的质疑那样,“人类不再是作为使用工具的动物来主动发挥作用,而是成为被动的、为机器服务的动物”^[16]。数智时代编辑的主体性正面临着上述困境,人

人工智能等技术在发挥其“解蔽”功能如增强算力和提高工作效率的同时,在某种程度上“遮蔽”了编辑的主体性,编辑自由的决策能力、思考能力等受到挤压。这迫使我们重新思考数智时代编辑主体性的内涵。

编辑主体性是编辑主体与技术交互形成的主体间性。在重新思考并定义数智时代编辑主体性的内涵时,一方面需要肯定编辑主体在编辑活动中发挥的理性作用,另一方面需要考虑技术对编辑主体性产生的影响。基于此,编辑的主体性对应的不是客观性的“技术”实体,不是将编辑主体与智能技术放置在二元对立的框架上,而是应当考虑编辑主体与技术的互动关系,换言之,编辑的主体性在数智时代应当更多地被考虑为“主体间性”(intersubjectivity)。主体间性这一概念最初由胡塞尔(Husserl)提出,后经舒茨(Schultz)、伽达默尔(Gadamer)、哈贝马斯(Habermas)等人的丰富与发展逐渐普及开来。“主体间性”关照两个及以上主体间的关系,打破了近代哲学建立的主客二元对立的单一框架。法国社会学家米歇尔·卡龙(Michel Callon)将现象学、社会学与技术社会学相结合,将“主体间性”概念的相关内涵应用于人类社会与技术互动关系的解释中。在对法国电力公司开发案例的描述中,卡龙将异质但相互关联的不同实体,如电子、催化剂、电力公司、消费者等均称为“行动者”,由“行动者”相互作用并在一定时期内相互联系所形成的社会结构称为“行动者网络”^[17]。“行动者网络”概念的提出突破了传统社会学研究中预先架构的自然/社会的分类,人、技术及自然要素等均作为“行动者”被加以考察,人类与非人类的界限在社会互动的过程中被模糊,主体间性的概念由此从主体与主体间相互作用关系的讨论扩大到主体与技术的互动关系。

基于此,数智时代编辑主体性的外延被扩大为与技术客体的融合,编辑的主体性应

当被定义为编辑主体与技术互动的主体间性。编辑主体与强势人工智能等技术的关系不应是主客二元对立的关系,而是一种共生、理解及对话交流的关系。正如斯蒂格勒(Stiegler)对西方传统哲学中“自足主体”的批判那样,人类的知识、判断力等是在与技术的互动中不断形成的,即“人在发明工具的同时在技术中自我发明——自我实现技术化的‘外在化’”^[18]。人工智能、数字算法深刻改变着人类的思维方式,影响了人类的注意力、记忆力和决策方式。因此,编辑的主体性问题需要不断适应和重新定义,而不是基于一个先验的、固定的本质。通过将“主体间性”概念扩大到人、技术与社会的互动领域,人类主体的行动方式呈现出更具嵌入式与涉身性的特征。这种嵌入式主体的行动方式不仅彰显了人在复杂智能环境中的适应与演化能力,也为编辑实践提供了更精准性的描述。在这一动态过程中,人类智能与人工智能的互动并非简单的工具化关系,而是在主体开放性与适应性的框架下展开的协同共生。

2 人工智能介入下编辑主体性的重塑

数智时代编辑主体性转变为人类智能与机器智能互动下的主体间性,人工智能的介入,使得编辑实践中的主体性不再是单纯的人类主体性,而是转变为人机混合主体性。在“人机混合主体性”模式下,编辑活动在人工智能的辅助决策下展开,编辑主体、内容编辑方式、编辑对象都经历着深刻的变化,编辑主体性也随之改变。

2.1 从个体主体性到集体主体性

在编辑活动这一知识生产与传播的重要环节中,传统编辑的主体性表现为编辑的认知能力、判断力、创造性等。在人工智能广泛介入编辑生产活动的过程中,编辑主体性发生了由“个体主体性”向“集体主体性”的迁移,编辑活动成为人类与人工智能协同参与的集体智能构建过程,人工智能成为集

体主体性生成的重要催化器。集体主体性通常指一种群体性的意识状态,它使社会成员在互动中形成共识、共同赋予意义,从而对社会现实做出回应。集体主体性表现为一种普遍的集体因果关系,即社会系统对其他系统施加影响的能力^[19]。集体主体性可以表现为参与成员可变化的集中度,低中心化的松散群体可通过长期互动产生影响,高中心化的集中群体可在短期内直接产生意图性影响。在人工智能的介入下,编辑活动成为知识共同体互动中一种高度协同的、跨时空的集体智能性行为。在机器学习算法和大规模数据集的训练下,人工智能不仅可以辅助编辑个体的编辑活动,也可以在“连接”与“聚合”中不断促进集体主体性的形成。正如弗卢塞尔(Flusser)所谓“语言的创造活动”,数字技术可以“创造性地服务于视觉”^[20],人们的经验、价值观、行动方式等将在数字技术的作用下被不断扩展和重塑。编辑活动看似是个体工作,但人工智能、算法应用通过追踪阅读路径、用户反馈等,不仅使读者获得一定的“参与性主体地位”,同时为编辑团队提供了“集体创造性”的算法支持,使得内容编辑生产活动实际上成为编辑、读者与AI三者协商的过程,进而形成一个能够实现动态调节,具有高效协同特征的集体智能系统。

从个体主体性向集体主体性的转化,并不意味着编辑在知识生产过程中的主体地位被削弱,反而标志着一种基于技术赋能的主体性重构,促成了多元主体间更高层次的协同与联结。人机协同编辑的新场景推动主体性概念从静态、孤立的本体论转向动态、关系性的生成逻辑,为AIGC浪潮下数字出版观念的发展锚定了路径^[21]。由此,人与技术的耦合链接为编辑身体的重新在场与技术实体的关系搭建带来契机,编辑作为一个处于技术网络中的“协作节点”,与算法、平台、数据共同参与意义生产过程。在这一过程中,编

辑活动表现为一种嵌入式的集体主体性,反映了编辑与人工智能等技术要素多元协作下的协同能动性,这种与技术网络交织的集成性实践是编辑主体性在数智时代的全新形态。

2.2 从线性主体性到分布式主体性

在传统的编辑模式下,内容生产的编辑流程往往是线性的、相对中心化的,编辑在这一生产流程中扮演着从选题、审校到发布全流程的“把关人”角色,对相关内容的掌控与决策权力是编辑主体性的重要体现。因此,内容生产的编辑过程在传统编辑模式的逻辑中体现为一种“自上而下”的层级关系,编辑在此种模式下具有相对权威的主导性地位。然而,在人工智能赋能下的数字化内容生产体系中,这种线性的编辑主体性逐渐被分布式主体性取代。随着大数据、智能推荐等技术的普遍应用,媒介生态系统中的内容生产、优化与分发等变得高度去中心化,不再完全依赖于特定的编辑,而是分散在数据模型、平台算法、用户行为之间。这种分布式的内容生产模式打破了原有的线性编辑链条,编辑主体性中蕴含的决策权力被分配到技术系统的协作网络之中。加拿大学者沃尔夫-迈克尔·罗思(Wolff-Michael Roth)利用行动者网络理论分析编辑主体在编辑活动中扮演的分布式角色时,将编辑结构化为编辑活动网络中的动态节点。编辑的权力并非静态所有,而是在与其他行动者(如作者、审稿人)以及中介物(手稿、数据)等的互动中动态生成的。编辑既是权力的拥有者,又是分布式网络结构的“必经之点”^[22],这种分布式的角色定位反映了出版系统中的结构性内容。

分布式主体性不再强调编辑主体对内容的直接控制,而是主张在平台、数据、技术的多维场域中实现跨主体协作与整体性调配。分布在行动网络中的各要素具有的功能性意义都无法被再次忽略,编辑主体由传统的“制造者”角色转变为内容的协调者、组织者。

从线性主体性到分布式主体性的迁移,不仅意味着编辑在技术层面上从“中心化控制”到“网络化写作”的范式转变,而且涉及编辑主体知识权力结构的变动。在线性模式中,编辑主体性的权力结构表现为编辑对知识及话语的直接筛选、过滤;在人工智能、大数据等技术手段嵌入分布式网络的场景中,算法对传播路径、内容可见性、接受场景的影响使编辑的判断力、决策力分布到复杂的系统性逻辑中,但这种权力的弥散并不意味着编辑主体性的消解,而是为编辑主体性的再造提供了契机。分布式主体性意味着编辑在与技术要素的协作关系中需重新定位自身的角色,在多重参与力量建构起的数字智能化编辑系统中探索出一种“协同能动”的操作逻辑。

2.3 从经验主体性到数据驱动主体性

传统媒体时代编辑主体性主要表现为“经验主体性”,这种高度体验化的主体性往往建立在编辑主体从业经历中积累的知识储备、行业洞见、受众分析等判断力之上。对于一个满足专业标准的资深编辑来说,往往能凭借自身对实时语境、社会热点的敏锐感知精准捕捉到火爆的选题方向、判断稿件的写作质量,并预测相关内容的传播效果,这充分体现了编辑作为“意义中介者”在编辑活动中的重要地位。但这种以主体经验为基础的编辑方式具有不确定性、不易量化的弊病,难以应对高度碎片化的传播结构及舆论场域。人工智能等数字技术无论是在用户数据的抓取分析、画像构建方面,还是在编辑、排版、设计等出版流程工序化编排方面,都实现了极大的突破与提升。伴随智能数字技术在媒体行业的普及,以“数据驱动”为核心的内容筛选模式将成为主流。在这一模式下,编辑不再只依赖个体经验判断选题的传播潜力等,而是借助用户点击率、互动频次、转发信息等统计数据,配合算法对内容进行适当的调整和优化。因此,是否具备数据解读能

力并将分析结果转化为有效性内容成为考察编辑主体性的重要依据。

“数据驱动主体性”是对“经验主体性”的重构与拓展,编辑在个体经验的基础上需借助数据对内容加以校正、更新。有学者认为,人工智能“凭借更强大的计算信息处理能力和分析方法,可以在处理复杂性时扩展人类的认知”^[23],数据分析能力由此成为区分“传统编辑”与“智能编辑”的关键性标志。在面对海量的投稿内容时,传统编辑在筛选、评估及信息管理等方向往往面临巨大的压力,合理利用数据资源将显著提升编辑的工作效率,包括数据分析智能化匹配审稿人、数据挖掘分析主题趋势、数据监测控制稿件质量等。这种以数据为补充维度的编辑实践构成了一种“增强型主体性”,它既保留了人的判断力,又融合了数据的计算力。因此,数据不仅是工具,而且成为重构编辑认知方式与决策方式的深层逻辑。在向数据驱动型主体性转变的过程中,编辑主体性的核心转向不在于是否依赖技术,而在于如何主动运用数据资源形成新的判断体系与职业伦理规范。这不仅是能力层面的转型,更是认知结构和权力结构的转移标志。

3 数智时代编辑主体性的再确认与激发路径

从主体间性的视角出发探讨数智时代的编辑主体性问题,有助于更深入地理解编辑与技术之间的互动关系,但随着“行动者”主体范围的拓展,人工智能等技术要素体现出的异质性也不可忽视——人工智能的发展路径并不天然地符合人类的意愿。从技术建构的角度来看,人们并不是消极地接受技术,而是对其进行改造,使其符合自身的目的^[24],技术之所以呈现出特定形态,正是因为其在生成过程中受到体制、价值观、思想与风俗等社会因素的深刻塑造。在此背景下,重新强调编辑主体性的价值愈发凸显,能否充分发挥编辑的主体性关乎传播内容的真实性、有效性,关

乎人类文化的发展以及伦理价值的坚守等。因此,需要重新思考在技术高度介入媒介的环境中如何保障并激发编辑的主体性,这将是回应技术异化、保障文化多样性的有效路径。

3.1 重构技术理解,提升编辑数字素养

智能数字技术在媒体行业的广泛普及和深入应用,使编辑工作中的编辑主体性正逐渐从以经验为中心的判断模式转向以数据驱动为核心的内容筛选模式。编辑在选题策划、内容生成、用户分析等方面越来越受算法推荐、受众数据分析、传播效果反馈的影响,这将要求编辑具备数据处理和应用的能力,从而在数字洪流中发挥精准、高效的决策能力。因此,数字素养已然成为数智时代编辑的核心素养,直接关系到编辑在智能化媒体环境中的专业适应能力与创造力发挥。同时,编辑的数字素养关乎出版行业的数字化转型和未来发展,是推动出版业落实数字化战略、推动高质量发展的主体性力量和根本推动力^[25]。数字素养的培养不仅是编辑个人职业发展的需要,更是整个出版业实现可持续发展与结构升级的关键支撑。只有培养出兼具战略眼光和技术能力的复合型编辑人才,才能为出版业的可持续发展注入坚实动能。

智能化媒体环境中编辑主体性的增强,在于对数字技术与媒介平台的主动掌握与能动应用,依托于对编辑数字知识、技术应用能力、信息化思维的系统培养。首先,构建完善的数字知识结构,为编辑实现自主判断提供重要保障。编辑需要深入理解人工智能、区块链、大数据等前沿技术及其在内容生产中的具体应用,应了解各平台的流量分发机制与算法逻辑等,具备建构用户画像和分析受众行为的基本能力,从而跳出流量导向的数据陷阱,增强编辑在内容策划中的主导权。其次,编辑主体性的有效发挥离不开对数字工具的掌握与创造性应用,编辑应当熟练掌握各种内容编辑的辅助性工具,包括AI写作工具、语

义润色工具、多媒体剪辑软件等,从而有效提升文本内容的最终呈现效果。视觉修辞学在数字文本的组织中将发挥越来越重要的作用^[26],因此,编辑需要通过优化文本与视觉元素的融合互动,增强读者的阅读体验和信
息接受度。最后,编辑主体性的提升需依托于系统化数字思维的培养,通过常态化、针对性的训练,增强编辑对数字技术、媒介生态互动关系的深层理解。相关内容可涵盖选题策划、内容审校、信息传播等多个环节。此外,通过鼓励编辑部门与技术团队协同共创,可以推进编辑从“使用技术”到“塑造技术”的转变,从而在真正意义上实现编辑对数字媒介内容生产的主动介入与创新引领。

3.2 拥抱人机协同,激发编辑“主控权”

人们对于技术可能带来负面影响的隐忧主要体现在两个方面:一方面,技术常被视为纯粹的工具性存在,仿佛它只是服务于特定目的、由人类意志完全掌控的中立手段;另一方面,技术被视为与人类文明相对立的力量,认为其发展最终可能反噬人类,破坏既有的社会结构与价值体系,甚至威胁人类自身的生存与意义。这两种看法在本质上都将技术排除在人类文化演化和精神生活的核心之外,把技术简化为外在的、冷冰冰的、非人性的存在。然而,这种将技术与文化、技术与人相割裂的理解并不足以解释当代技术与人的复杂关系。法国哲学家西蒙东(Simondon)试图打破技术与文化之间的二元对立,将技术重新纳入人类存在的整体脉络之中。西蒙东在其“个性化”理论中指出,人类始终处于一种永恒的个性化状态中,个体不断地被生成,并且处在与环境不断联系的过程中生成,个体生命持续性地保存在这种个性化的亚稳定状态中^[27]。同样地,技术也始终处于这种“个体化”的过程中,西蒙东认为技术物的发展中隐藏着某些不确定性,正是这种不确定性使得技术物对外部信息的

交换始终保持着敏感度，而人类正是技术物系统进行对外信息交换的开关，是技术物社会的永恒组织者^[28]。

权力作为一种社会建构，通常描述人与人互动中的决策关系。当人工智能广泛应用于编辑实践之后，这种新型权力关系不再局限于人与人之间，而是隐藏在数据、算法、技术系统这些看似中立的结构后运行，并且重构着信息认知方式和权力决策方式。编辑的主体性不再是孤立存在，而是融入了一个由人、技术与算法共同构成的行动者网络中。在这一互动结构中，编辑不仅是重要参与者，而且承担着权力关系中的“把关者”角色，掌握着编辑活动中与技术互动的主导权。正如米切姆（Mitcham）所说，“对技术的现代责任的基础乃是人试图对自己的物质存在负责，从而实现自己的自由”^[29]。因此，在积极拥抱人机协同的同时，需强化对编辑主体性身份的认同与激励，肯定编辑作为内容创作领导者的核心地位。需要警惕大型科技公司依托技术优势操控信息流动，形成垄断性话语从而影响公共认知。这对个体编辑的主体性提出了更高要求，编辑需要在技术环境中保持独立判断，防止信息内容的同质化、话语空间的封闭化以及言说权力的垄断化。编辑应主动摆脱平台既定的流量机制与推荐逻辑，依托内容策划、选题设置、叙事策略等手段，使公共话语空间的对话边界始终保持活力与包容。

3.3 保持伦理警觉，强化编辑价值判断

人工智能的广泛应用，引发了有关人工智能伦理问题的形而上的思考，包括AI是否具备道德主体的地位，以及是否需要承担伦理责任等^[30]。人工智能带来的伦理挑战正深刻影响着文化生产与信息传播，重新强调编辑主体性是应对这一挑战的关键路径。从马克斯·韦伯（Max Weber）的社会理性结构来看，人类社会的发展依赖于工具理性与价值理性两种基本力量。工具理性以目的为导向，追

求效率最大化；价值理性强调伦理正当性，以及对人类精神、情感价值的尊重。数智技术迅速、精准的反馈机制容易使编辑陷入工具理性驱动的唯一技术主义陷阱，并导致目的至上主义的出现。把信息当作商品或消费品一样来生产，将难以生产出有较高文化价值和社会价值的优质信息内容^[31]，行业价值、情感与温度将逐渐被边缘化。人工智能的运作逻辑建立在数据分析、概率匹配的基础之上，而不是基于主体经验、历史记忆及文化价值的创造性输出。在这一意义上，编辑主体性不仅意味着一种职业功能或操作权力，更是一种关乎集体性的人类存在、意义生成与身份认同的文化实践，是在数字时代维系人类精神自主性与文化创造力的关键支点。

强调编辑主体性，实质上是强调人类在意义建构方面的独特能力，从而使技术发展真正服务于文化创造，而非在效率化、标准化逻辑中削弱文化的多样性与复杂性。为了避免文化内容成为彻底的“文化商品”，编辑必须努力把价值理性具备的人文关怀精神嵌入每一个决策中，从而确保技术手段始终服务于人类共同的价值目标。据此，文化生产才能超越功利性局限，重新回到服务社会、关怀人类的初衷。这要求编辑保持伦理判断力并担负起公共责任，在技术日益复杂的媒介生态中守住信息的真实性、公正性与多样性。面对人工智能引发的伦理挑战，编辑应以主体的判断力积极介入内容生产过程，坚守人类命运共同体的文化价值底线，引导技术朝向公共利益的方向发展，有效维护人类文化的深度与广度，确保信息传播始终以关怀人类、服务社会为核心价值取向。

4 结 语

编辑作为文本与读者之间的纽带与中介，一直以来凭借其鉴别力、判断力、创造力与执行力，在信息筛选与意义建构中发挥着核心作用。作为具有人文素养与思维能力的高

级创新型内容工作者,编辑对AIGC等智能技术的协同与合理应用,已成为当前媒介生态中的基本职业能力要求。人机之间的深度耦合不仅改变了内容生产方式,也重新唤起了对编辑主体性问题的持续关注。在人工智能广泛参与编辑实践的背景下,编辑的主体

性正在经历一系列结构性变化。但从技术建构的视角出发,人工智能的发展始终离不开人类的目标设定与价值导向。正因如此,在数智时代重新强调编辑的主体性,不仅是回应技术挑战的必要路径,更是保障信息透明、人文精神与文化创造性的关键议题。

注 释

- [1] 王振铎. 编辑学理与文体创新 [M]. 开封: 河南大学出版社, 2010: 263
- [2] 何菊玲. 编辑主体性再探 [J]. 陕西师范大学学报 (哲学社会科学版), 2003 (1): 116-122
- [3] 李金正. 论编辑主体的三个二重性: 建构编辑主体性的理论尝试 [J]. 中国编辑, 2014 (1): 34-39
- [4] 邢娟妮, 缪心毫. 泛媒体语境中学术期刊编辑的问题意识: 兼论数字时代学术期刊编辑的主体性建构策略 [J]. 编辑之友, 2022 (6): 81-85
- [5] 廖先慧. 生成式人工智能浪潮下学术期刊编辑身份研究 [J]. 编辑学报, 2024, 36 (S1): 114-118
- [6] 张筱园. 碎片化传播背景下学术期刊编辑的主体性功能拓展探析 [J]. 中国编辑, 2021 (7): 39-44
- [7] 李二斌. 学术期刊匿名评审的潜在风险及治理路径: 兼议编辑主体性的发挥 [J]. 出版发行研究, 2020 (9): 41-49+33
- [8] 罗飞宁. 学术期刊编辑的情感劳动: 身份建构、价值性和主体性 [J]. 出版科学, 2022, 30 (5): 33-43
- [9] Daston L, Galison P. The image of objectivity [J]. *Representations*, 1992 (40): 82
- [10] Shapin S. The sciences of subjectivity [J]. *Social Studies of Science*, 2012, 42 (2): 171
- [11] Thomas D W. Personalism [EB/OL]. [2022-04-27]. <https://plato.stanford.edu/entries/personalism>
- [12][16][29] 吴国盛. 技术哲学经典读本 [M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2005: 305, 496, 50
- [13][14][15][德] 海德格尔著; 孙周兴译. 演讲与论文集 [M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2005: 10, 10, 12-13
- [17] Wiebe E B, Thomas P H, Trevor J P. *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology* [M]. Cambridge: The MIT Press, 1987: 93
- [18][法] 贝尔纳·斯蒂格勒著; 裴程译. 技术与时间: 爱比米修斯的过失 [M]. 南京: 译林出版社, 2012: 155
- [19] Domingues J M. Social integration, system integration and collective subjectivity [J]. *Sociology*, 2000, 34 (2): 235
- [20] Flusser V. *Does writing have a future?* [M]. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2011: 28
- [21] 吴炜华, 黄珩. 嵌入与重塑: AIGC 浪潮下数字出版的实践图景与发展进路 [J]. 中国编辑, 2024 (5): 35-42
- [22] Roth W M. Editorial power/authorial suffering [J]. *Research in Science Education*, 2002, 32: 220
- [23] Jarrahi M H. Artificial intelligence and the future of work: Human-AI symbiosis in organizational decision making [J]. *Business horizons*, 2018, 61 (4): 577
- [24] Ron Westrum. *Technologies and Society the Shaping of People and Things* [M]. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1991: 17
- [25] 张新新, 刘一燃. 编辑数字素养与技能体系的建构: 基于出版深度融合发展战略的思考 [J]. 中国编辑, 2022 (6): 4-10
- [26] Hocks M E. Understanding visual rhetoric in digital writing environments [J]. *College Composition & Communication*, 2003, 54 (4): 629
- [27] Scott D. *Gilbert Simondon's Psychic and Collective Individuation* [M]. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2014: 34
- [28][法] 吉尔贝·西蒙东著; 许煜译. 论技术物的存在模式 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2024: 3
- [30] Siau K, Wang W. Artificial intelligence (AI) ethics: ethics of AI and ethical AI [J]. *Journal of Database Management*, 2020, 31 (2): 76
- [31] 刘志杰. 算法把关失灵与编辑价值重塑 [J]. 中国编辑, 2020 (5): 18-22

(收稿日期: 2024-09-19; 修回日期: 2025-04-19)