智能媒体时代的传播学研究：元问题与方法论

◎ 吴 舫 崔 迪

摘要：智能媒体技术的发展为传播学带来了新的研究问题，智能媒体时代下的传播学研究已进入多元主义方法论时代。本文从研究理论取向和分析层级两个维度出发，将智能媒体研究议题划分为采用政治经济学范式的社会建构主义宏观研究、采用新媒体研究范式的科技中心主义宏观研究、采用认知心理学范式的科技中心主义微观研究和采用科技人类学范式的社会建构主义微观研究。本文探讨了各类研究议题的元问题与方法论，预测了智能媒体研究的发展方向。

关键词：智能媒体 传播学方法论 社会建构主义 科技中心主义

中图分类号：G206

DOI:10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2018.02.017

人工智能的发展给媒体相关的行业实践和日常社会生活带来多方面影响；传播学作为与时俱进的学科，已然投入对智能媒体现象的研究。虽然智能媒体给传播学研究者带来了新的研究情境和研究问题，但传播学作为一门社会科学学科，其根本问题和方法论是否因为新技术的到来而发生革命性的改变，仍需传播学者探讨。

一、人工智能研究概述

人工智能是指由机器展现的智能。计算机科学领域关于人工智能的研究，主要关注研发可认知和利用自身所处环境采取行动达到某种目标的智能设备。从 1956 年人工智能诞生至今，学术界对人工智能的目的、本质、方法论以及发展方向产生了大量富有哲学意味的争论与思考。[1]

有关人工智能研究目的的讨论，领域内形成了主张模拟人类能力的“人工智能”阵营，以及主张加强和扩展人类能力的“智能增强”阵营。[2]“人工智能”阵营认为，人工智能研究旨在实现人工智能系统的认知仿生，而“智能增强”阵营则认为，人工智能的目的仅在于创造更高级的智能，实现对人类能力的加强和扩展，而非模仿和替代。[3] 虽然学界对人工智能研究目的的思考不尽相同，但是一种普遍的观点认为，人工智能的长期目标是创造和理解智能。[4]

人工智能发展至今，经历了将人类智能看成某种符号处理过程的符号主义范式，以人工神经网络为代表的联结主义范式，以及具备反馈控制模式和广义遗传算法的行为主义范式。[5] 从托马斯·库恩的科学哲学历史主义视角来看，人工智能作为科学，已经经历了范式的建立、转换和替代的革命过程。然而，人工智能的新范式并未如日心说之于天体物理学一般颠覆性地取代旧范式，而是以多个范式并存的形式共同推动人工智能研究的发展。因此，作为一个开放的科学系统，人工智能的发展体现了一元主义方法论在具有复杂特征的技术倾向的新学科中的局限性。[6] 人工智能的研究伴随着来自多元思想的论证和批判，并在此过程中发展和增生。

二、智能媒体时代的传播学研究

人工智能技术的发展带来了媒介环境的改变，也为传播学研究者带来了新的研究情境和研究问题。人工智能的科学技术两重性以及多元主义方法论，奠定了智能媒体研究的范式特征。

1. 科学与技术的两重性

人工智能研究的本质具有科学和技术两重性。就认识和理解自然智能这一目标而言，人工智能可被视为经验科学；然而，就通过工程手段建构智能系统以达到对自然智能的模拟和理解而言，人工智能又可被视为一门技术。[7]

人工智能技术和智能终端的不断发展为传播媒介带来了革命性演化，机器学习等技术被应用于传播实践的各个领域，传媒业走进智能化发展阶段。喻国明等学者认为，智能化已成为未来传播模式创新的核心逻辑，人工智能技术将全面渗透新闻信息采集、新闻编辑制作、

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

新闻认识体验及内容推送等新闻传播领域的各个环节。[8]

人工智能研究的科学技术两重性同样可用来看待智能媒体研究。一方面，智能媒体研究仍需注重科学研究的传统，回到媒体的本体论问题，即什么是媒体，媒体的未来在哪里，以及人工智能为媒体的发展和进化带来了什么改变。另一方面，智能媒体研究需要从技术角度出发，探讨如何通过工程手段建构智能系统，实现对媒体职能与媒体工作的模仿替代，例如探讨机器人生成新闻和基于用户大数据的个性化新闻推送的效果及社会效用。

2. 多元主义方法论

现如今，人工智能研究进入了符号主义范式、联结主义范式和行为主义范式并存的时代。与人工智能研究的多元主义方法论类似，智能媒体研究也背离了托马斯·库恩提出的一元主义方法论，研究的发展不再是传统意义上的范式转换，而是多种范式并存。在智媒研究的广泛议题中，并不存在一个占据绝对的主导地位的研究范式。

三、智能媒体时代的传播学研究主题

随着智能聚合类媒体平台、机器新闻生产等现象的出现，人工智能的理念和技术已逐渐影响媒体的行业实践和公众的日常媒介使用行为。传播学研究者也已开始探索人工智能技术伦理、智能媒体产业与政策分析、人工智能技术扩散与接受、算法内容推送等多元研究议题。在科学与技术研究并重、多元范式并存的背景之下，本文试图通过理论视角和分析层级两个维度对智能媒体时代的传播学研究主题进行分类梳理（图 1）。

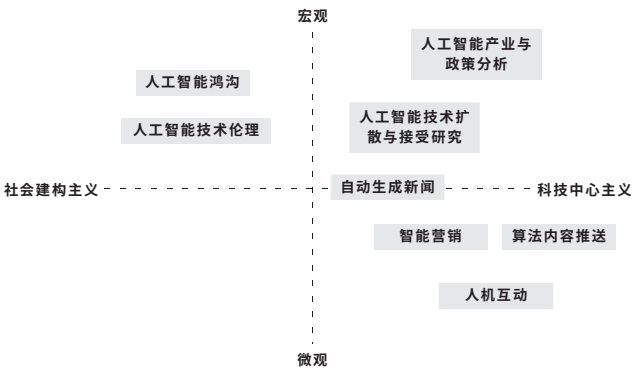


图 1　智能媒体研究主题分类

1. 理论取向和分析层级

图 1 坐标轴的提出者是香港中文大学的邱林川教授，其目的在于为信息与传播技术（information and communication technologies）研究在分析层次与理论路径上提供定位依据。透过研究定位，相关学者可以更好地将具体研究与相关研究的整体脉络进行比对与勾连。此坐标轴亦可用来总结智能媒体时代的传播学研究的重要议题。

坐标的横轴关注智能媒体研究的理论取向。科技中心主义强调科技本身的作用。科技中心主义的极端表现是科技决定论，科技决定论认为，科技的发展会给社会的结构和文化价值带来不可避免的、革命性的改变。科技中心主义的研究倾向于简化科技和社会的关系，关注科技给社会和人类行为带来的线性的、可量化的影响。与科技中心主义不同，社会建构主义视角认为，技术产生的“效应”体现为技术制品（technological artifact）与其所在的社会—技术体系（social-technical system）进行化合与相互形塑（mutualshaping）的过程与机制。[9] 因而传播学者在评估新媒体科技带来的社会效用时，不应该独立地看待技术创新的力量，而需要同时考虑其所处的历史和社会情境，比如行业发展背景、媒体组织结构、社会文化价值以及用户的主观能动性。

宏观层面的智能媒体研究着重探讨智能媒体技术对社会、人口与文化的整体性影响，也包括多元社会文化因素对智能媒体技术的反向塑造。而微观层面的研究则关注智能媒体与个体用户的相互关系，既包括智能媒体使用对受众认知、态度和行为的影响，也关注个体用户对智能媒体的应用习惯与模式对技术发展轨迹的重塑与再造。

2. 社会建构主义宏观研究：政治经济学范式

图 1 坐标中，第一象限内为社会建构主义的宏观研究，研究议题包括“数字鸿沟”之后产生的新一轮“人工智能鸿沟”，以及人工智能的技术伦理问题。这一象限研究的本质问题是技术控制的问题，即谁拥有技术，谁应当拥有技术的问题。研究者从政治经济学范式出发，讨论资本对智能媒体发展的影响，以及科技民主和技术公平在智能媒体时代的可能性。

“数字鸿沟”研究关注社会层面乃至全球层面的技术不平等问题。过去数十年，传播学者已讨论了工业化发达国家和发展中国家之间、国家内部不同社会经济地位公民之间的传播信息技术的接入和使用差距，以及这些差距带来公共生活的差距。[10] 由于人工智能技术研发难度大、经济成本高，现如今，全球人工智能研究呈集中化、企业化发展趋势。[11] 智能媒体技术的研发掌握在极少数机构和企业手中，大量的资本涌入极少数机构和

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

企业，这可能会带来比网络媒体时代更加严峻的公平问题，从而产生从阶级层面到国家层面的智能鸿沟。

智能媒体的发展带来的公平问题也引发了关于智能媒体技术伦理的讨论。过去五年里，以“今日头条”为代表的智能聚合媒体已成为新闻传播研究者的关注重点之一。这类媒体的特征是，基于网络爬虫技术，收集和汇总互联网新闻信息，划分每一个时刻的新闻热点，再通过挖掘用户个人信息，将新闻热点个性化推送给每一位用户。[12] 然而，由资本主导的计算机或算法代替传统新闻编辑把关新闻内容，这是否符合公众的长期利益？是否会导致用户新闻消费的娱乐化、低俗化取向？此类智能聚合媒体是否摒弃了传统新闻媒体涵化受众、促进公共讨论的社会责任？这些仍值得新闻传播研究者讨论。

此外，“今日头条”等基于数据爬虫和矩阵筛选的智能聚合媒介，在获取用户新闻消费的信息之外，还可通过用户授权的方式获取大量用户信息，包括基本人口统计信息、社交网络信息和其他文化消费信息等。[13] 当媒体及其背后的资本掌握大量用户数据时，保障数据安全及用户隐私成为此类媒体的又一重要社会职责。如何明确智能媒体的数据收集和使用权限，防止数据滥用？如何确保智能媒体企业保障用户数据安全？国家监管是否可行，还是行业自律是唯一的可能性？这些仍是尚待学者探讨的问题。

3. 科技中心主义宏观研究：新媒体研究范式

第二象限是科技中心主义的宏观研究，包括智能媒体产业与政策分析、智能媒体技术扩散与接受研究等问题。此类研究背后的本质问题是新技术的社会效用问题，即智能媒体作为一种新兴媒介技术给社会带来的影响。

此类研究的特征是，关注智能媒体技术本身的特征及其社会效用。自 20 世纪以来，从广播、电视到互联网、社交媒体，每一次新型媒体技术的出现，都会引发传播学者对新技术如何被社会接受和使用、可能带来哪些社会问题以及媒介治理问题的讨论。以社交媒体为例，过去十年中，已有大量研究探索社交媒体在特定社会的扩散模式及其影响因素，讨论社交媒体的使用对新闻、商业、教育、旅游等各个行业的影响。科技中心主义的宏观研究承袭了社交媒体研究的主流范式，使用量化研究和政策分析等宏观质化研究方法，对智能媒体这种新兴媒介技术的推广与扩散、战略与产业布局进行新一轮探讨。

此外，智能媒体的管控与治理也是这一部分研究关注的重点。“今日头条”等智能聚合媒体在获得商业成功的同时，也引发新闻内容侵权等问题。“今日头条”等智能聚合媒体基于数据爬虫和矩阵筛选，对网络新闻内容进行搜索和“搬运”，引发《广州日报》等数家传统媒体的诉讼或投诉。智能聚合媒体基于算法的新闻内容推送处于《侵权责任法》和《信息网络传播保护条例》的争议地带，[14] 主管部门如何在智能媒体环境下修订现有法律法规，促进传统媒体、网络媒体和智能媒体的合作共赢，促进信息和文化的传播，也是传播学者需和法学、公共管理等领域学者共同探讨的问题。[15]

4. 科技中心主义微观研究：认知行为效果范式

第三象限的研究是科技中心主义的微观研究，包括智能营销、算法内容推送和人机互动等议题。这一部分研究关注的元问题是媒体等同理论提出的人类如何与技术互动的问题。媒介等同理论认为，人类会将计算机和媒体当作人、地方等现实的社会交往对象，人类可能潜移默化地将与他人互动的情绪、认知方式、社会互动准则等用于人机互动。[16] 科技中心主义的微观智能媒体研究主要借鉴认知心理学研究范式，使用控制实验或微观的质化研究方法，关注使用者和媒体的互动行为，探讨媒介技术对个体受众的认知与行为的影响。

随着信息传播技术的发展，传播学的研究视野已从人际传播、大众传播扩展至计算机辅助传播和人机传播。计算机作为人类的交流对象，其交流效果如何？计算机是否会对人类交流行为产生类人影响？人类如何认知与计算机交流的风险和利益？过去 30 年间，传播学者从未放弃寻找这些问题的答案。媒介等同理论的提出者巴伦·李维斯（Byron Reeves）和克里夫·纳斯（Clifford Nass）曾进行一系列实验研究人机交流中的情感、行为规范、互动角色等交流表征，发现人类在与计算机互动时会倾向于使用与人类交流的经验，比如人类会在与计算机的互动中做出因出于礼貌而照顾对方情绪的交流行为，人类与计算机合作时会产生“队友效应”。在李维斯和纳斯之后，仍有传播学者以智能媒体技术为中心，从单个技术入手，探索人机传播的效果。然而，此类研究缺乏统一理论框架指导，呈碎片化趋势。[17] 人机传播尚未形成具有独立知识体和方法论的领域。

此外，科技中心主义微观研究者也从个人层面的智能媒体使用效果出发，讨论后工业时代媒体的去中心化内容生产和个性化内容消费的社会效果。虽然智能媒体

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

的互联网新闻内容抓取功能可以为用户提供更多新闻资讯，但是基于用户数据的“个性化”推送有可能会导致“信息茧房”的产生，即受众只关注自己选择的内容和使自己愉悦的内容。这种基于个人本位主义的媒体使用行为，可能会导致对公共领域建设的不良影响，如因精英言论占主导地位而导致个人言论自由被“隐性剥夺”，因政治极化的产生而导致理性公共讨论的减少等。智能媒体的出现是否会对公共讨论乃至民主产生威胁，仍需传播学者进一步探讨。

5. 社会建构主义微观研究：科技人类学范式

第四象限是社会建构主义的微观研究，其核心问题是智能媒体与文化的形成。在智能媒体时代，人类的交流行为面临被重塑的可能。人工智能的出现使人类多了一个交流的对象，人类交流的行为因此得以拓展和延伸。

文化产生于交流，当人工智能成为日常交流不可或缺的部分时，这种基于日常生活的交流也必定会对文化建构产生影响。从政治文化的角度出发，哈贝马斯曾指出，当技术作为一种治理手段侵入日常生活的私人空间时，自我深化的多样性过程可能变得单一僵化，这会压抑以日常语言为中介的交往结构，进而削弱基于这种日常人际交往生成的公共生活机制。[18] 从心理文化的角度出发，雪莉·特克尔通过其对日常生活的观察性研究指出，高度中介化的交往模式（如通过手机和社交媒体交往）可能会导致我们的文化将人与人的相互依赖促进、转移到对技术、机器与连结（connectivity）依赖；而这一过程有可能使整个群体陷入更深刻的孤独。[19] 依据类似的逻辑，传播学者势必也会从文化研究视角出发，使用科技民族志等方法，来审视基于智能媒体的沟通行为以及相应的文化产生。由于人机交流现在仍处于较为初级的发展阶段，此类基于科技人类学范式的研究在当下的智能媒体研究中并不多见。但在今后的研究中，随着人工智能技术更加深度地融入日常生活，社会建构主义微观研究很可能会吸引更多学者的注意。

四、总结

智能媒体技术的发展为传播学带来了新的研究问题，智能媒体时代下的传播学研究已进入多元主义方法论时代。现阶段，智能媒体研究议题主要包括采用政治经济学范式的社会建构主义宏观研究、采用新媒体研究范式的科技中心主义宏观研究和采用认知心理学范式的科技中心主义微观研究。随着智能媒体技术的进步，采用科技人类学范式的社会建构主义微观研究可能会成为智能媒体研究的主流议题之一。

参考文献

[1][5][6] 盛晓明，项后军. 从人工智能看科学哲学的创新 [J] . 自然辩证法研究，2002，18（2）.

[2] 约翰·马尔科夫. 与机器人共舞：人工智能时代的大未来 [M] . 杭州：浙江人民出版社，2015.

[3][17] 牟怡. 传播的进化 [M] . 北京：清华大学出版社，2017.

[4] Russell，S. J. Rationality and intelligence. Artificial Intelligence. 1997，94（1）. https://doi.org/10.1016/S0004-3702（97）00026-X.

[7] 郦全民. 科学哲学与人工智能 [J] . 自然辩证法通讯，2001，23（2）.

[8] 喻国明，兰美娜，李玮. 智能化：未来传播模式创新的核心逻辑——兼论“人工智能+媒体”的基本运作范式 [J] . 新闻与写作，2017（3）.

[9] Bijker W E，Hughes T P，Pinch T. The Social Construction of Technological Systems: New Directions in Sociology and History of Technology（25th Anniversary Edition with new preface）[M] . MIT Press，2012.

[10] 金兼斌. 数字鸿沟的概念辨析 [J] . 新闻与传播研究，2003（1）.

[11][13] 杨静：人工智能鸿沟或将割裂世界 [EB/OL] . 环球网 http://opinion.huanqiu.com/hqpl/2017-07/10993963.html

[12] 王成军.“今日头条”的技术逻辑:网络爬虫+矩阵筛选 [J] . 传媒评论，2015（10）.

[14] 乔新生.“今日头条”引发的网络传播权思考 [J] . 青年记者，2014（22）.

[15] 魏永征，王晋. 从《今日头条》事件看新闻媒体维权 [J] . 新闻记者，2014（7）.

[16] Reeves B，Nass C. The media equation: how people treat computers，television，and new media like real people and places [M] . Cambridge University Press，1996.

[18] 陈学明，吴松. 生活哲学文丛（5），通向理解之路——哈贝马斯论交往 [M] . 昆明：云南人民出版社，1998.

[19] 雪莉·特克尔. 群体性孤独 [M] . 杭州：浙江人民出版社，2014.

（作者单位：上海交通大学媒体与设计学院 复旦大学新闻学院）

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net