

ChatGPT浪潮下媒介生态系统演化的再认知

——基于自组织涌现范式的分析

喻国明 滕文强 郅慧

【摘要】ChatGPT带来的深度智能化浪潮,深刻匹配于“分布式社会”所带来的权力弥散与更迭,这种结构性变化将从传播权力下沉、情感要素深化以及传播信任的重塑等方面促成媒介生态的深刻变革。自组织涌现范式有助于理解智能互联时代下媒介复杂系统重塑的内在机制和媒介系统从机械型组织到涌现型组织的核心要义。在这一视角下,我们需厘清媒介生态系统演化背后的自组织涌现机理,在动态开放的媒介协同中,“以人为本”的核心思想形成涨落基核,人与机器之间的非线性相互作用,促成价值实现涌现新质,在媒介生态圈节点的协同演化中实现媒介生态系统和社会文明组织生态的超循环演化。

【关键词】ChatGPT;人机关系;自组织;媒介生态系统

【中图分类号】G21 **【文献标识码】**A

一、引言

2022年底,美国人工智能研究公司OpenAI开发的聊天机器人ChatGPT迅速成为全世界热议的焦点。毫无疑问,ChatGPT的出现是人工智能新一轮的增长点,且技术的进步必然会对当前的媒介环境、社会环境和社会生态产生重要的变革与影响。

梳理人工智能的发展历史,大致可分为三个阶段,即计算智能——感知智能——认知智能。在计算智能时代,人工智能开始像人类一样会计算,能够储存和传递信息,能够帮助人们处理海量数据,是感知和认知的基础;在感知智能时代,机器可以听得懂、看得见,根据外界环境作出反应,能够帮助人们高效完成听、看等相关工作,例如智能语音音响等等;ChatGPT的出现一定程度上是认知智能的代表,其具有自主行动,能够像人一样思考,可以全面辅助或替代人类完成部分

工作,甚至开始逐渐学习、感受、体会人的情感倾向。纵观人工智能时代的变迁,我们可以发现,我们逐步开始从弱人工智能向强人工智能过渡,ChatGPT可以被看作是迈向强人工智能时代的重要一步,而从弱到强过渡的关键是人工智能可否习得人们的心智,习得人们的情感和认知地图。

与此同时,互联网从诞生开始就具有自组织的特性。^①传统的还原论及机械论都无法解释互联网发展背后的底层逻辑,^②我们需要从整体、协同和动态的视角去理解媒介发展背后的本质特征,而系统的“自组织涌现”为我们提供了一个新的范式去重新认识和理解发展规律。^③毫无疑问,技术的应用与进步使得社会空间具有了自身的文化属性、发展逻辑和生态环境,其自组织的特性愈发明显。媒介在重构社会结构的同时也在重塑自身的系统场域。无论是互联网还是元宇宙,再到如今的ChatGPT,演进逻辑是一脉相承的,它们的出现都是为了解决人类社会出现的某些问

题,我们要从整体视阈理解它们。ChatGPT等都是从交流的角度为人类和未来世界搭建了一个联结的线索,代表着人类自由度的进一步拓展、社会结构的进一步变迁。因此,我们需要准确把握ChatGPT浪潮下媒介生态的新转向,重新认知智能互联时代下媒介复杂系统,厘清社会结构空间中多主体的自组织特性,进而深刻把握社会传播的机制重建,打破静态平衡,实现人的世界全要素的价值重构。

二、新转向:ChatGPT浪潮下媒介生态的重构

保罗·莱文森曾在一次访谈中对技术进化过程进行了总体性观察,并提出智能化技术重构了媒介生态乃至社会文化。他认为,“互联网对分散的个体的赋权是一个事实,它正在催生一种去中心的、分散的、多元的文化,这与以往那种中央集权式的、控制型的文化形式是背道而驰的。”^④ ChatGPT带来的深度智能化浪潮,深刻匹配于“分布式社会”所带来的权力弥散与更迭,这种复杂系统中的结构性变化将自微观到宏观,为传播中的权力机制、情感要素及传播信任带来延展性与创新性的影响。

(一)传播权力的下沉:ChatGPT通过历时性与共时性的权力赋予,实现传播权力的“先行一步”

当社会在互联网的连接与再连接特质中进行微粒化解构,个体在观念表达与广泛传播中形成新的动力与权力,成为未来传播中更具能动性的要素。在以“关系”和“流动”为特征的媒介生态下,个体能量的激活将成为推动传播效果“涌现”的关键力量。在深度智能化的媒介生态中,“传者本位”正在进一步消解,信息与内容的生产、消费与传播沿着个体几何级倍数的权力获取重构为“去中心化”的权力结构,以ChatGPT为代表的人工智能正带领社会超越传统数字化、智能化时

代,形成深度智能化社会的生动图景。这种新权力机制在历时性与共时性的维度下均以升维构造的方式形成传播权力的下沉和新的解放。

历时性的维度下,沿着互联网发展的时间维度,ChatGPT构建了人工智能与自然语言相结合的超级系统,实现了用户权力的再一次下沉。在Web1.0时代,以门户网站为代表的传播方式形成了以“可读”为特征的信息消费方式,尽管用户具有自主选择内容的权力,但并未真正参与到具有自主性的内容生产和传播过程中。换言之,用户被动接受内容,但缺少实际的互动体验,权力仍然集中在传播者的手中。Web2.0时代,移动设备的使用使得人们能够随时随地接入网络,信息不再由少数精英群体所掌握,而是由社会公众共同创造、传播与共享,并在其中赋予具有个性化特征的全新含义。在这一“可读+可写”的过程中,传播权力格局呈现出中心化与再中心化的状态,个体在一定程度上被赋予权力,但其信息被集中化到互联网平台上,用户作为互联网生态的重要参与者和贡献者却无法“确权”。^⑤以区块链、物联网和人工智能等数字新技术为引擎的Web3.0时代到来后,数据和信息不再依赖任何中心组织,而是完全由用户所掌控,多种微信息、微资源和微内容以用户的需求为中心进行整合和对接。纵观Web1.0到Web3.0的发展过程,是传播权利不断让渡,用户自由度不断扩大,以平等的身份参与互联网建设的过程。^⑥作为一种“生成型预训练聊天机器人”,ChatGPT有望成为Web3.0时代的生产力工具,发挥其作为用户入口的内在价值。具体而言,ChatGPT再次深化和改变了交互形式,将形成传统权力范式的转移。在这一浪潮下,平台与用户不再是控制与反控制关系,而是通过人机互动和内容创造的共享实现其价值^⑦。个体个性化的需求将得到针对性的信息匹配,传播内容的门槛被进一步降低,社会公众在传播表达与对话参

与中具有更为广泛的平等机会和权力,“先行一步”地参与到媒介生态的整体权力构造之中,媒介生态朝向去中心化、分布式的共同体性质迈进。

共时性的维度下,纵览传播在空间层面带来的信息接受差异,ChatGPT则通过“能力沟”的弥合推动传播权力的流动性演化。知沟假说的前提关联为,经济地位高或受教育程度高的人群会以更快的速度和更有效的方式获取和使用大众媒体的信息,这将导致其知识上的领先优势。^⑧即拥有相同传播物质基础的个体并非以同样的程度使用互联网。其中一个关键的问题在于不同社会个体间互联网使用能力的差异。新媒体技术的快速更迭,也意味着传播权力中心有较大的流动性。^⑨社交媒体时代基于感官的多种传播方式虽降低了信息理解的门槛,但仍然面临着社会“能力沟”的制约。而ChatGPT将人工智能技术发展为更为通用性、普适性的领域,增强了人工智能技术理解自然语言和文本生成能力,使得多种社会背景、文化程度的个体均可通过自然语言与人工智能进行交流,并生产出具有独特性、个性化的内容产品。“能力沟”的制约有望通过ChatGPT的深度智能进一步打破,使得个体权力在其支撑下进行提升,加速社会权力结构的变化。

(二)情感要素的深化:ChatGPT推动物理性媒介向心理性媒介的过渡,深化非理性要素的驱动作用

在媒介生态的发展和演化下,情感要素是不容忽视的重要变量,它在一定程度上发挥着“催化剂”的作用,影响着社会个体与群体的行为趋向。卡斯特认为,网络是一组相互连接的节点,是开放的结构,网络化逻辑的扩散实质性地改变了生产、经验、权力与文化过程中的操作和结果。^⑩在互联网带来的多种连接下,被微粒化的社会结构和个体需要一种关系性的要素进行聚合,而情

感通过心理层面的共振能够在短时间内凝聚共识,实现理想化的传播效果。

媒介的变革过程同样蕴含着情感要素的融入和激活过程。传统大众传播时代,报纸、电视、广播的使用在拓展传播时空界限的同时,也将个体与媒介固化为使用与被使用的关系,人们从媒介中获取资源,满足自身的工具化诉求,并未产生更深层次的共融关系。因此,传统大众传播时代工具性媒介是更为普遍而广泛的代表。随着算法、人工智能等新技术的引入和运用,传统的媒介使用关系向着更具融合特性的方向发展,人一机器—环境的三元交互关系得到更深层次的演化。具体来说,媒介技术改变了原有的传播环境,个体与个体之间的信息流动逐步超越了边界化的限制,形成分布式的延展模式。这种改变拓展了传播的关系性结构。正如麦克卢汉所言,媒介进化的趋势指向越来越符合人类需求和便于人类使用的规律。^⑪新媒介能够更加准确地把握个体需求,实现个性化的信息传播。此外,传播媒介对于个体的感知进一步深化到体温、脉搏等生理性层面,拓宽了人机关系的发生场域。与之类似,ChatGPT拓展了人工智能的智能化程度,能够实现特定场景下的情感补偿。例如,对于老年人等特定群体而言,ChatGPT能够通过跟机器交流帮助他们打发时间,减少内心的孤独情绪。智能媒介的生态具有了更强的人性化特质,媒介开始从一种物理性媒介范畴进入到生理性的媒介和心理性的媒介范畴。^⑫

传播权力的下沉也在加速非理性要素的崛起。传播与权力的关系受到人类心灵的影响。如果权力通过信息传播对人类的心灵产生作用,那么我们就需要理解人的心灵如何处理这些信息。^⑬不同于传统依据血缘、亲缘的差序格局,当下媒介生态中更多是通过趣缘而形成的网络圈层,这成为网络共同体构建过程中的一种微观缩影。圈

层的产生和解构均与非理性要素有着密切的关系。情感性、关系性要素进入传播系统是非理性要素的重要表征,驱动圈层内部价值的缔结。“圈层”通过情感关系的定位决定了群体归属,它在形成壁垒的同时也体现出当下对话协商的重要价值。ChatGPT的对话式传播能够激发个体参与传播的意愿,通过交流和沟通激活内心的情感诉求,而这种深度智能化的情感驱动是以往初级人工智能的机械化所无法比拟的,以直觉、情感、经验为主要动力的传播路径在ChatGPT的浪潮下有望进一步升级,成为未来传播的重要抓手。从传统时代的单向价值构建到当下主体间的平等协商,在协商中化解分歧和矛盾,重构意义共同体,亦可能成为深度智能化媒介生态下构建社会认同的新方式。

(三)传播信任的重塑:人与技术的信任互构,形成场域开放性、内容匹配性的全新媒介生态

信任是人类交往和信息传播过程中最基本的要素之一,它影响着个体能否接受信息以及在何种程度上传播信息。信任是一种心理状态,包括一方对另一方意图或行为的积极预期,以及愿意接受损失的意愿。^④而人与技术的信任,实际上蕴含着多维度的机制,影响着二者间的互动状态。学者莱恩(Ryan)将人工智能的信任归纳为理性信任(rational trust)、情感信任(affective trust)和规范性信任(normative trust)。^⑤其中,基于情感的信任取决于个体的关系和亲近程度。学者琼斯(Karen Jones)指出,信任是个体对他人能做出积极回应的期待。^⑥ChatGPT对于个体需求的积极回应达到了更为全面的状态,为理解深度智能化时代的信任机制提供了视角。

学者芒福德(Mumford)曾在《技术与文明》一书中指出,在机械设备的推动下,个体之间可以随时进行沟通和交流,传播正在回归原点。^⑦深度智能化时代的技术信任成为人际信任形成的

重要因素。人与技术的相容相生、互相形塑为人的行为边界扩展与自由度提升乃至于个性的解放提供了可能。有学者认为,对于智能化技术的信任,有待于从非工具性、非依赖性的理性社会规范意义上,满足意向、能力、善意、心理积极等需要,从信任语境的规范理解出发,寻求信任关系的建构。^⑧当下,ChatGPT成为人工智能技术进入社会生活进而广泛影响媒介生态的鲜活案例。ChatGPT的技术逻辑中包含着开放性与关系性的双重特质。一方面,ChatGPT加强了机器与人的对话能力,减少了不恰当回复,打破人工智能与自然语言的边界,融入到内容创作、编程、知识生产等诸多人类实践领域,以更为开放性的内容带来了内容生产的巨大革新。以个性化、专业化内容为导向,个体的智能技术使用有望达到更为多元和频繁的高度,这将进一步提升人类对于技术媒介的信任。另一方面,ChatGPT的核心能力在于运用RLHF技术(Reinforcement Learning with Human Feedback,即基于人类反馈的强化学习),解决生成模型的一个核心问题,即如何让人工智能模型产出和人类的常识、认知、需求、价值观尽可能匹配的文本。这一底层架构将个体的需求置于重要位置,以深度学习的方式不断为文本的生成注入“以人为本”的关系要素,进而提升了文本表达的结构价值。这种关系性的优化将提升人与技术的黏性,在结构层面重塑社会信任。

三、再理解:智能互联时代下媒介复杂系统的重塑

媒介生态的变革需要我们采用更为精细化的行为与结构分析框架,审视ChatGPT与外部环境间持续进行的相互作用,进而分析媒介系统在何种程度发生了变化,以期对媒介系统中涉及信息传播、社会治理的领域实现整体把握。这也就意味着,我们对于ChatGPT的理解,不应仅将其

局限在信息技术领域,而应以此来窥探其在结构性、全局性层面对媒介复杂系统的改进和推动。因此,需要从历史与当下、微观与宏观的不同角度分析 ChatGPT 在媒介系统自组织过程中的机制与构建过程。

(一)自组织:理解媒介复杂系统演化的本质

自组织并非一个新兴的概念,它是理解系统演化过程的基础性视角。具体而言,自组织指远离平衡的开放系统在外界输入物质、能量或信息的条件下,内部各组分之间发生非线性交互作用,自发地从平衡、均匀的完全随机状态走向有序的系统内在机制。^①从效果和功能上来说,社会系统或生态系统的自组织化程度越高,其就越具有可持续发展的能力,进化也就越快。^②深度智能化下的媒介系统,具有个体、技术与环境多维交织的复杂状态,符合复杂系统的基本特征。在不断自组织的过程中,可以涌现出前所未有的新性质,这也是无序中自我出现有序的原因。^③

在流动化的媒介系统中,自组织的开放性与边界性得到相当程度的显现和激活。凯文·凯利曾在《失控》一书中对当下的媒介系统作出简要描述:互联网的中心化优势开始减弱,表现出以自组织为中心,扁平化、流动性的结构特征,而边界则超越时空,连接一切。^④ChatGPT 通过个体赋权更进一步地将传播的整体范围扩张,成为媒介系统自组织的推动力量。若从自组织的视角理解 ChatGPT 浪潮下的媒介系统,则可以发现其在以下两个方面具有自组织的特质:第一,ChatGPT 在更大范围内促进了信息的流动与环境的开放,使得社会个体拥有更多信息参与的权力,适应了自组织的宏观环境。在传统传播时代,文字等传播形式塑造的精英逻辑筑起了信息向普罗大众传播的壁垒,在传者逻辑下,难以将轻量化、个性化的内容囊括其中,整个社会传播系统从“量”的层面并未产生实质性的变化,一定程度上限制了社

会传播活力的发挥。当社交媒体时代来临,视频表达方式加上移动化的基础设备,极大降低了信息传播的门槛,越来越多的个体参与到信息传播与社会互动过程,但较低智能化水平仍然制约了多元化、精细化内容的生产和传播。当下,ChatGPT 带来的智能化浪潮渗透进社会生活的多个领域,并以“个人助手”的方式进行独特性的内容传播,通过个体参与形成自我完善的人机互动态结构,契合了自组织开放性的特征。第二,在自组织视角下,任何系统的演化并非是线性的,而是处于部分与整体、要素与要素间的动态平衡状态。ChatGPT 通过打破传播系统的平衡,以局部的深入变化推动自组织“涌现”生成。巴克(Per Bak)曾提出自组织临界性(self-organized criticality, SOC)的内在规律,从时空结构的角度对涌现现象进行了解释。他认为,缓慢驱动的非平衡系统具有扩展的自由度、高度的非线性特征以及最终的能量耗散。^⑤也就是说,系统中的各个要素在自组织的过程中相互作用,推进整个系统的演化过程,当达到临界状态时,系统内部任何一个微小的变化都将刺激整个系统产生创新性的“涌现”。人工智能正经历从弱到强的发展历程,ChatGPT 作为创新性技术,无疑具有变革性意义。因此,实际上形成了推动系统演化的“强刺激”,通过临界态的打破带来媒介系统的深层次创新。

(二)连接式共生:媒介系统从机械型组织到涌现型组织的核心要义

在深度智能化时代的媒介系统中,连接是其本质属性,媒介系统中多要素在连接的作用下以共生为目标,进行着自组织化的演进。共生常用来表示多元异质主体与要素在特定环境下的交互关系。^⑥微粒化社会下的个体呈现出原子化、分散化的存在,个体与个体之间尽管存在信息连接,但由于缺乏核心要素的推动,难以形成

价值的共振。这种机械型的组织系统限制了传播正向社会价值的生成和效果的叠加,其中需要创新性技术要素的推动,使自组织群体在“和而不同”的氛围中创造“整体大于部分之和”的价值。^⑤

共生的概念可分为共生单元、共生模式、共生环境三个方面。^⑥其中,共生环境已随着ChatGPT带来的传播生态变革发生变化。组织共生的边界条件与场景基础变化使得面向数字化影响的微观边界向纵深发展。^⑦遵循这一逻辑可以发现,媒介系统从机械型组织到涌现型组织仍需把握连接式共生的核心要义,即在形式上形成个体连接的进一步深化,在整体上形成媒介系统自组织要素的共生与协同效应。其中,“质参量”(Quality Parameter)和“象参量”(Image Parameter)是理解共生单元的概念。一方面,质参量反映共生单元的内在特征变化,共生单元的属性特征通过内在质参量集聚形成宏观涌现效应。^⑧相应地,ChatGPT浪潮下的媒介系统通过连接、互动与协同凸显了系统内部诸多要素的属性特征。于个体而言,其针对自身个性化的需求得到阐释,更具独特性的内容得以进一步开发,更加强了个体的不同属性。于媒介而言,ChatGPT的高层次进化使得智能化程度成为其重要特质,加之其进一步内嵌于社会的关系结构,媒介的力量在无线连接中聚合,形成“涌现”性的传播能量。另一方面,象参量则体现共生单元的外在属性特征,强调外部情境变化对共生单元的交互塑造。媒介系统中的开放性、非平衡性、随机涨落等自组织特性构成了外部情境的复杂机制,ChatGPT通过刺激性要素的引入,推动系统内部平衡与非平衡态的博弈,在动态性的发展过程中促使媒介复杂系统的有序运行,最终使得涌现型的媒介系统得以形成,进而在未来传播中达成阶梯式的螺旋上升过程。

四、全激活:自组织涌现范式下社会传播的机制重建

(一)媒介生态系统的自组织涌现环节

ChatGPT作为一项划时代的智能互联技术,它以无界的方式全面融入人们的实践领域,以深度学习的方式不断为语言的生成注入“以人为本”的关键媒介要素,提升了媒介结构价值。诚然,每一次技术的进步都给媒介生态系统的进化提供了新的动力。媒介系统的演化变革是在更高层次上的自组织,在整体视阈的框架下,媒介系统自组织与社会外部环境相互影响、相互作用、相互塑造,以从旧质产生新质、低层次到高层次、机械型到涌现型的动态演化为中心,自组织化的程度越来越高,媒介系统越来越先进,进而产生可持续向前发展的动力。^⑨基于此,本文总结出ChatGPT浪潮下媒介生态系统的自组织涌现机理以及框架模型。^⑩

1. 动态开放的媒介生态系统。纵观媒介生态系统的每一次进化,我们都可以发现媒介技术和人的边界也在不断拓展,从媒介技术机械组成的“小系统”拓展成深度媒介化的“大系统”。在这个大系统中,数字媒介已然下沉为整个社会的“操作系统”并浸透在社会的结构之中,将一系列断裂的、分割的要素按照传播的逻辑和法则整合成新的组织体系和聚合性承载空间。从“跑马圈地”到“精耕细作”的互联网发展、微粒化社会的涌现,从横向裂变到纵向聚变的价值新方式,这都是媒介生态系统自组织程度不断提高的典型表现。从PC互联网时代到移动互联网时代,场景构造成为媒介生态系统的关键任务;从移动互联网时代到智能互联网时代,价值构造成为发展新阶段的重中之重。我们把传播看成一个复杂的动态系统,而且是由大量结构性功能要素有机组织起来的整体,传播的运行法则是对信息进行加工、

传输和贮存的动态过程。^⑧基于此,媒介生态系统中信息保持流动、技术不断更迭、组织随时开放。在这个过程中,用户的需求也不断变化,“人”的要素和媒介要素时刻都处于流动与聚散的过程中,而这也有效避免了媒介生态系统的“熵增”,它们时刻处于关联互动的非线性相互作用的过程中。在深度媒介化的进程中,技术扮演着重构社会结构的核心序参量,“核心序参量”是具有“革命性”的,系统的改变总是从它开始,而它的变化又总是支配着其他子系统的变化。^⑨因此,媒介生态系统的变革,不断在媒介技术的推动下聚散,符合“耗散结构”,不断地与外部社会环境交换物质与能量,在一个动态升维的过程中引发涨落,使媒介系统发生非平衡相变,新的媒介生态不断涌现。

2. “以人为本”的核心思想。人是媒介发展的“元尺度”。媒介的每一次发展进步都是人的自由度提升、社会连接的进一步扩大。伴随着虚拟社会与现实世界的边界逐渐消弭,人不再是一个割裂的个体,而是具有了更多的社会意义。ChatGPT的出现,是对人的又一次重大赋能赋权。人是部落化的动物,ChatGPT从交流的角度为人类和未来世界搭建了一个联结的线索,是人类自由度的进一步拓展,帮助实现重新部落化的新手段。从媒介资源的分配上看,ChatGPT在理论上以一种社会平均线之上的语义表达及资源动员能力进行社会性的内容生产和传播对话,它打散互联网的信息垄断与层级,使之更加扁平化。让所有人和知识母体直接连接,消除知识的垄断与隔阂。从媒介效果的实现上看,ChatGPT技术的进一步成熟扫清了诸多障碍,走出了关键的第一步:语言的交互。ChatGPT将极大降低人类的学习门槛,令普罗大众跨越“能力沟”的障碍,有效地按照自己的意愿、想法来激活和调动海量的外部资源,形成强大、丰富的社会表达和价值创造能力——

这是又一次社会活力的重启。在这样的变化过程中,媒介要素资源被重新结构,重组成为新的组织力量,服务于人的尺度、人的需求、人的发展、人的实践半径的扩张,人的健康发展和社会的良性循环伴随着组织的生态价值不断协同上升。^⑩

3. “人”与“机器”的交互共生。个人媒介使用与社会时空之间存在一种“嵌入-分层-同步”的关系,其本质上阐述的是个人会通过调整机器的使用来控制自己与外界的连接关系。^⑪在人机关系的初级讨论阶段,将其放置到“分化对立”的矛盾关系,认为人工智能和自主智能系统的高度依赖会从根本上削弱人在认知和决策上的主导地位。随着人机互联从原本的物理级连接升维到心理级连接,机器成为人与媒介环境之间的连接,具备为人提供某种行动的可能性,人机界限逐渐被打破,人与机器通过持续的相互作用合为整体,促进人的价值实现。人的价值实现是在人机的关联互动中产生,双方主体都是“双价值循环”和“多价值循环”中的一个节点,进而媒介生态系统的整体价值也随着主体间交互作用的进行而不断提升。虽然人与机器是不同的两个要素,但通过价值概念,二者背后的统一要素显现出来,并为人与机器的进一步整合提供了基础和条件。此时,人与机器可以看作是“人的价值”的不同表现,“人”的知识作为主体的内容,可以物化为计算机客体的知识含量。当人们使用ChatGPT提问时,反向这也是机器在学习人类行为的一个过程。人与机器的共生既是“应然”也是“必然”。当人与世界融为一体时,技术隐而不显,这也是对当下人机关系的最佳阐述。传播主体和媒介技术主体为“共同主体”,相互协调、共同行动。机器对人产生多维感知,人则通过机器展现自我行为。人和机器并不是割裂的个体,而是共生的双方。

4. 价值实现的双向创新机制。媒介生态的

进化是一个价值整合、价值创造的流程体系。在这个体系中,各个主体都是利益相关者,技术、环境、个体等各个主体之间的交互程度也在不断加深,他们创造价值的同时也在实现自身的价值。而媒介生态演化过程也是社会价值由浅入深、由表及里的发展过程。无论是元宇宙还是ChatGPT,它们的出现是为了解决人类社会出现的某些问题,它们帮助整个社会由最初的信息互联过渡到价值共享。在价值实现的过程中,各媒介要素主体形成“利益共同体”,固有角色被打破重组,各主体都演化成为媒介生态系统中的一个“价值节点”,它们需要以价值建立牢固、持久的联系,即价值交换与互惠提供了部落中的个体建立共生关系的机会。当价值产生后,社会连接落地,人与社会之间的壁垒开始打破,认知信任开始强化,人们在新价值交换体系中真正实现平等,这又会通过价值共享反向塑造原有的媒介生态系统。

5. 媒介生态圈节点的协同演化。媒介生态系统的演进是在技术、社会与人的交互作用中进行的,未来媒介的进化逻辑也将在多种传播要素的共同作用之下重塑媒介生态。在价值实现的视角下,媒介生态系统中的每个主体都是一个价值节点,而每个节点的资源整合能力和价值创新能力决定了媒介生态圈的演化进程。如果把每一次媒介技术的进步都看成是一次价值节点的整合,在“1+1>2”的作用机制下,媒介在深度媒介化进程中以“自组织涌现”为核心思想,充分解构自身特性,按照新的媒介环境进行重组再造,从一个个“初级节点”进化到“中级节点”再到更高层次的“超级节点”。每一个媒介主体要素在媒介生态圈中相互催化、协同创新,进而共同实现和创造新的价值体系,如此往复循环,实现超循环演化。以ChatGPT和元宇宙为例,技术的进步将“物”再次纳入传播系统,成为媒介生态圈的重要价值节

点,改变了人们对于媒介形态的基本认知,为“新范式”的出现与“旧范式”的转型创造了机遇,也为媒介与人之间的相互作用提供了更多的可能性。从表面上看,ChatGPT和元宇宙是技术成熟和资本大力推进的产物,但从深层次上看,它们是数字技术支撑下媒介生态圈协同演化的结果,更是一种全新的数字文明正在加速形成的必经之路。

(二)媒介生态系统的自组织涌现机理

ChatGPT带来了一个全新的智能互联时代,在这样的背景下,媒介生态系统的演化路径可以概括为“动态开放的媒介生态系统”“以人为本的核心思想”“人与机器的交互共生”“价值实现的双向创新机制”“媒介生态圈节点的协同演化”五个核心环节,各个环节协同前进构成了一个相互影响、相互作用的共同体(如图1所示)。在这个共同体中,数字文明的崛起是一种进化,也带来了一场革命,这对于个体来说,也增加了另一种行动空间的可能性。“以人为本”的媒介核心思想,“扰动”了传统的媒介思想,提供了媒介生态演化的“涨落基核”和“触发因素”。它认为人既是“社会人”也是“媒介存在的表征”,这表明媒介研究从“功能主义”向“人文关怀”的研究范式转型。这一思想将人、机器、媒介环境看作一个完整的生态圈,用动态的观念去寻找人机关系建构的平衡点。人机关系互为尺度,协同共生的过程也是媒介生态系统要素持续交互的深化过程,这不仅为“价值实现”提供了具体标准,也为媒介生态系统的运行提供了动力来源。随着交互共生作用的进一步循环,价值实现的创新机制也开始显现,价值创新一方面来源于媒介技术进步催生的“新质”,另一方面也来源于“新质”对原有系统的反作用,催生各个媒介生态系统要素的创新与变革,进而产生涌现机制。媒介生态系统各个“价值节点”的协同作用促使媒介生态逐渐趋向一个结

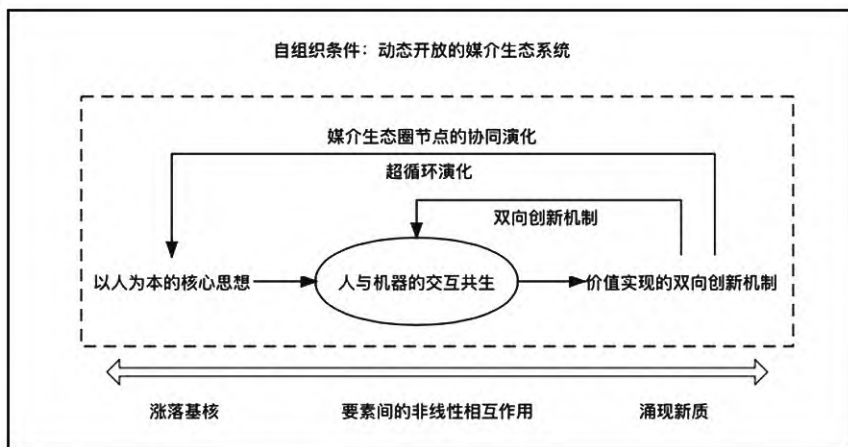


图1 媒介生态系统演化的自组织涌现机理

构合理、稳定向上的系统整体,在进化的过程中持续进行自组织与超循环演化。而人的价值在媒介每一次的变革中都会呈现新的属性,从“以人为本”到“价值实现”构成了一个螺旋式上升的循环过程,在媒介生态圈中通过打破圈层、建立新连接、组织协同、激活效能完成“超循环演化”过程,进而寻找社会最大公约数。

五、结语

诚然,ChatGPT的出现是人类从弱人工智能时代迈向强人工智能时代的具有里程碑意义的一大步,开启了社会与传播的全面智能化进程。在自组织演化的视角下我们需要准确厘清底层逻辑,这种全面智能化进程并不是在原有的媒介结构中进行单一的技术升级,而是一种“超循环演化”的结构性的改变。在改变的过程中,媒介生态系统从“小系统”进化为“大系统”,媒介组织从机械型过渡到涌现型,媒介权利与媒介信任的关系发生重构,传播范式从功能主义升维至人文主义,媒介生态圈也持续协同演化。媒介的演进伴随着社会结构的变革,而其最终意义是帮助人们

全方位地认识世界、融入世界、改变世界,沿着“以人为本”的方向迭代,拓宽人们的自由度,满足人们的多样化、个性化需求,实现人的价值,最终实现媒介生态和社会文明组织生态的超循环演化。

(喻国明:教育部长江学者特聘教授、北京师范大学新闻传播学院学术委员会主任、中国新闻史学会传媒经济与管理专业委员会会长;滕文强:北京师范大学新闻传播学院硕士研究生;鄧慧:北京师范大学新闻传播学院博士研究生)

注释:

①喻国明、滕文强、王希贤:《分布式社会的再组织:基于传播学的观点——社会深度媒介化进程中协同创新理论的实践逻辑》,《学术界》,2022年第7期,第184-191页。

②张蓓佳、丁日佳:《生态工业园整体涌现性机理研究》,《系统科学学报》,2014年第3期,第90-93页。

③④乌杰:《关于自组织涌现哲学》,《系统科学学报》,2012年第3期,第1-6页。

④常江、胡颖、保罗·莱文森:《媒介进化引导着文明的进步——媒介生态学的隐喻和想象》,《新闻界》,2019

年第2期,第4-9页。

⑤喻国明、滕文强、苏芳:《“以人为本”:深度媒介化视域下社会治理的逻辑再造》,《新闻与写作》,2022年第11期,第51-60页。

⑥喻国明学术工作室:《元宇宙视域下Web3.0重塑媒介发展新生态》,《江淮论坛》,2022年第5期,第128-133页。

⑦唐俊:《对媒介进化论的再认识:基于感知和权力的双重维度——兼论Web3.0媒介的平权结构》,《新闻界》,2023年第1期,第47-56页。

⑧ Bonfadelli H. The Internet and knowledge gaps: A theoretical and empirical investigation. *European Journal of Communication*, 2002年第1期,第65-84页。

⑨彭兰:《新媒体技术下传播可供性的变化及其影响》,《现代出版》,2022年第6期,第60-73页。

⑩卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九、王志弘等译,社会科学文献出版社,2009年版,第386页。

⑪保罗·莱文森:《人类历程回放:媒介进化论》,郭建中译,西南师范大学出版社,2017年版,第43页。

⑫喻国明、曲慧:《边界、要素与结构:论5G时代新闻传播学科的系统重构》,《新闻与传播研究》,2019年第8期,第62-70页。

⑬曼纽尔·卡斯特:《传播力》,汤景泰、星辰译,社会科学文献出版社,2018年版,第5页。

⑭Rousseau D M, Sitkin S B, Burt R S, et al. Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review*, 1998年第3期,第393-404页。

⑮Ryan M. In AI We Trust: Ethics, Artificial Intelligence, and Reliability. *Science and Engineering Ethics*, 2020年第5期,第2749-2767页。

⑯Karen Jones. Trust as an affective attitude. *Ethics*, 1996年第1期,第4-25页。

⑰Mumford L. *Technics and Civilization*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1934年,第295页。

⑱包微日格乐、曾毅:《信任人工智能何以可能?》,《自然辩证法研究》,2023年第2期,第67-73页。

⑲哈肯:《协同学、理论与应用》,杨炳奕译,中国科

技出版社,1990年版。

⑳罗家德、万怡、张江:《以复杂思维考察制度涌现》,《外国经济与管理》,2023年第1期,第23-37页。

㉑[美]凯文·凯利:《失控》,东西文库译,新星出版社,2010年版,第54-55页。

㉒Bak P, Tang C, Wiesenfeld K. Self-organized criticality. *Physical Review A*, 1988年第1期,第364-374页。

㉓梅亮、陈春花、刘超:《连接式共生:数字化情境下组织共生的范式涌现》,《科学学与科学技术管理》,2021年第04期,第33-48页。

㉔喻国明、马慧:《互联网时代的新权力范式:“关系赋权”——“连接一切”场景下的社会关系的重组与权力格局的变迁》,《国际新闻界》,2016年第10期,第6-27页。

㉕袁纯清:《共生理论:兼论小型经济》,经济科学出版社,1998年版,第30-35页。

㉖Kuusisto M. 2017. Organizational effects of digitalization: A literature review. *International Journal of Organization Theory and Behavior*, 20(3):341-362页。

㉗蒋开东、詹国彬:《共生理论视角下高校协同创新模式与路径研究》,《科研管理》,2020年第4期,第123-130页。

㉘姜广举:《“一带一路”倡议的系统哲学分析——从自组织涌现律视角阐释·系列四》,《系统科学学报》,2020年第2期,第54-57页。

㉙马晓苗、彭剑锋、冯丽萍:《海尔“人单合一”管理模式的自组织涌现机理》,《管理现代化》,2021年第4期,第106-111页。

㉚喻国明、韩运荣、于印珠:《新传播范式与数字化社会的“再组织”——兼论未来社会治理模式的转型》,《当代传播》,2022年第4期,第4-10页。

㉛吴彤、沈小峰、郭治安:《科学技术:生产力系统的“序参量”——一种自组织演化的科技观》,《自然辩证法研究》,1993年第6期,第1-8页。

㉜喻国明:《“以人为本”标尺下的“人—机”协同》,《新闻与写作》,2022年第10期,第1页。

㉝喻国明、曲慧:《网络新媒体视域下用户行为分析与度量》,《新闻知识》,2021年第6期,第3-9页。

(责任编辑:李蕾)