

基于“人—机”关系视角的具身传播再认识

——一种媒介现象学的诠释

赵海明

（重庆大学 新闻学院，重庆 400044）

【摘要】当前学界对于“具身”概念存在望文生义的挪用和误解。从认知科学革命中的具身认知转向以及回溯现象学的具身概念，可以发现身体是具身认知与实践的本源。机器作为传播主体则打破了“传播是人类所独有”的观点假设，通过人机交互的具身传播实践，创造情境化的意义空间与传播情境，这将深刻地影响人类对周围世界的认知与行动方式。仅从身体或媒介的单一维度讨论“具身”无异于在空中建楼阁，而以人机传播为切入视角能够兼顾身体与技术两个维度，使“具身”不再是孤悬的理论。基于此，具身传播是不同传播主体间并行的、高度互动的耦合现象，主体间的意义创造构建着全新的传播情境，从而也会重塑人的身体经验和具身认知。

【关键词】人机传播；认知科学；传播主体；具身传播；后现象学

【中图分类号】G206

【文献标识码】A

早期人工智能研究试图在机器系统中模仿、重建甚至超越人的智能，如今搭载神经网络的人工智能已初具自主学习能力，使传播学与人工智能两个不同的研究领域走向交融。机器人写作、社交机器人、算法推送等新技术的发展，重新定义传播的类型及其边界（Lievrouw, 2009），改变了以人类为中心的传播模式，也使新闻传播学界日益关注人与机器之间的具身互动关系及其意义（Guzman, 2018），并将具身概念置于身体、技术及环境的互动融合中考察（殷乐、高慧敏，2020）。具身这一原本属于认知科学和现象学的概念，在传播学当前的身体与媒介转向中被频繁使用，但学界似乎并未就传播学研究的“具身性”与“具身传播”等概念达成共识，亦较少探讨智能媒介与身体相勾连的本质命题，导致学界对“具身”的理解或许偏离其原有的意涵。例如，学者们运用具

【作者简介】 赵海明，重庆大学新闻学院博士研究生。

【基金项目】 2022年共青团中央青少年发展研究课题“互联网时代面向青年群体政治传播的新手段、新特点和新趋势研究”；重庆市自然科学基金项目（cstc2020jcyj-jshX0117）。

身概念分析身份认同与建构、短视频的身体展演、虚拟现实技术对新闻真实性的重塑等议题，但正如芮必峰指出的，“具身”不应该被误解为“亲身”，也不等同于“身体在场”，对具身的探讨应回到现象学的学术脉络与学理性中，挖掘适用于传播学的理论资源（芮必峰，2021）。故本文试图探寻“具身”的本源意义，从人机传播的情境中看待媒介与人的具身关系，并为把握“具身传播”概念提供思路。

一、理解具身：身体是认知的本源

自笛卡尔以降的西方理性主义哲学传统观点认为，人的身体感知只能经由意识活动显出，认知主体不能确定另一个实体是否拥有意识心灵，所能做的就是与对象进行互动，并从经验中推导出“他者的心灵”的假设。图灵提出的问题则是：“机器能否进行思考”？这为认知科学的表征主义提供了思想来源。第一代认知科学主要聚焦于心理或意识层面，以逻辑计算的心智观念为主导，将认知定义为符号表征的计算，并假设认知由表征的行动构成，表征在大脑或机器中能够以符号编码的方式实现（瓦雷拉，2010：34）。表征主义旨在通过数理逻辑的科学方法，解释和理解大脑神经系统和心理活动的运作机制。符号计算与经验世界的联系是基于杰肯道夫提出的“计算心智元素子集的外在化或投射”（瓦雷拉，2010：44），计算的认知主体表现为符号计算和有意识的经验，从而解释大脑或计算心智如何拥有经验的问题，由此将计算的身一心二元论转向心一心问题。

在这种认知模型中，早期的人工智能研究围绕非模态符号表征的应用展开。但“离身”认知理论存在许多缺陷，一是无法证明符号表征的直接存在，仅关注心智而忽视身体的物质性往往会陷入虚无主义；二是表征理论无法解释人类的感知运动系统如何对认知发挥作用。塞尔（John Searle）提出的“中文屋论证”便使机器能通过“图灵测试”，但它本质上并没有真正理解汉语，而是在语义程序设定下的机械化模仿。从认识论的角度而言，弱人工智能是基于数学模型和逻辑化的路径执行操作，与人类的认知行为模式有本质不同，这表明人工智能与人类的本质区别在于意向性的有无。计算机系统被赋予或分配的语法性，表面上否定了机器的意向性，但在Cantwell Smith看来，机器在处理表示与符号之外的经验上仍存在超越自然语言形式符号的衍生语义，这代表计算机存在某种意向性或某种类型的认知活动（许煜，2019：81-82）。因此，对机器的意向性探讨需要回到基础性的具身问题，从计算机本体层面探讨机器认知乃至机器心智的可能性。

随着20世纪70年代社会心理学和神经科学的发展，人工智能朝向人工生命、类人机器人和虚拟人的研究范式转变。现代神经科学的研究表明，认知以身体为基础，而认知科学的研究重心亦从心智转向身体，并逐渐认识到具身经验与身体的联系。Barsalou提

出第二代认知科学的核心理论——“知觉符号理论”，即认知由身体经验所决定，认知是感觉运动的基础。知觉符号理论涵盖多个概念，包括基础认知、情境认知和具身认知（Barsalou, 1999）。基础认知强调人类的认知是多模态的，是情境认知和具身认知的上层概念；知觉符号理论的特征则体现为具身性和情境性；认知科学逐渐强调身体主体性的具身认知理论，认为人的认知是基于身体结构与人的主体意识以及周围环境相互作用的结果（Shapiro, 2010: 221-226）。

认知科学同样受到现象学哲学理论的深远影响。海德格尔（Martin Heidegger）认为，具身是先验的，认知是在世存在的一种方式（海德格尔，2006: 71），存在者即是此在（Dasein）。海德格尔建立了此在“在世界之中存在”的现象学，世界是放置观念的存在物，体现为“此在本身的一种性质”（海德格尔，2006: 76）。人的实存性使世界的存在具有意义，人在世界之中，人与世界形成统一，且世界亦是具身的。梅洛-庞蒂（Maurice Merleau-Ponty）则更加明确地指出在世之存在者是“身体”，身体作为原初世界的组成部分，具有感知世界的能力。身体既是感知的主体，也是被感知的对象，因而身体与意识是统一的，这打破了西方形而上学传统的身心二元论，挑战了传统的主客二分模式。故在现象学看来，知觉只有在拥有物质身体的生物中存在。这里的身体具有两个意涵，一是由神经系统组成的肉身，使我们认识到身体的存在，使身体能感知到周围空间，且自如地控制感官运动系统；二是现象学意义上在世存在的经验身体，与周围的实在世界构成具身的关系，使超验意识得以显出，也即意识是身体经验在周围环境的投射。

认知科学的具身认知理论认为，人类社会系统中的传播活动不能简化为抽象的符号传递，而更加重视身体等非符号信息在传播中发挥的决定性作用。身体之于世界的感官知觉经验形成对事物的抽象认知和理解，是感觉运动的经验所得。具身认知赋予身体角色、身体特征以及身体与环境的相互作用，强调身体感知运动系统的作用，例如踢足球时能够准确地接到球并向目标方向踢出、行走时不会跌倒等，都是基于运动意向性而表现的身体图示。物质是认知的延伸，人类的认知与传播以物质身体为基础，身体对外部世界的感知是以感觉运动系统的经验及再现为支撑，后者在动作观察、模仿和社会互动中起着至关重要的作用，因此具身更强调身体在具身化情境的感知体验。总之，身体在人类认知中发挥着决定性的作用，认知的本质是一个持续不断的感觉运动反馈回路，基于身体图示的意向经验而形成认知图示，使人类能够自如地控制身体，并与周围的环境相协调。

由此得以窥见，人类与智能机器的主要区别并非体现在智能，而是物质化的身体，而具身认知的核心特征是身体。Brooks指出真正的人工智能需要有感觉运动系统，并借由身体与世界相连（Brooks, 1990）；Smith与Hamid亦认为人机之间的主要区别在于人

类的第一人称经验（Smith & Hamid, 2017a）。只有具身的智能主体才是完整的自主性主体，才能达到理解大脑、身体和世界之间的动态目标（Clark, 1998）。身体是感知经验的物质基础，但人工智能的“身体”无法具备与人类同样的感知能力，也不能理解人类的自然语言。也就是说，人的具身化存在是感知过程的首要存在，生理学意义上的身体、周围的环境和大脑神经系统共同构成了具身认知产生的要素。物质存在与身体感知能力，是人工智能捕捉大脑、身体与世界的相互动力（Smith & Hamid, 2017b）。因此基于身体的感官经验和具身认知，人工智能的设计中试图将人的感觉运动系统融入机器的交互系统（Smith & Hamid, 2017a）。这种交互性的设计是人的主观感官与意向性之体现，同时又使人的感觉运动系统呈现出来，达到身体熟悉度与认知亲密感的具身经验，使人机交互的意义创造成为可能。

综上所述，知觉的行为产生于身体与心灵、物与身体的相互作用。身体是知觉体验的结果和自然延伸，是理解人与世界关系的工具，身体与周围环境相联系的意向性，为我们揭示有感知能力的主体和被感知的世界（梅洛-庞蒂，2001：105）。梅洛-庞蒂把意识在身体中显出和身体的意识化并称为“具身主体性”，即人的存在是身体和意识的统一，主体通过身体在世界之中存在并获得具身经验。具身是实现人类与世界联系的此在，因为具身性才能使我们感受到世界对于人类的意义。人与机器的具身实践能够帮助我们理解人们如何对待在社会中扮演特定角色的智能机器，解释人类与技术的互动中如何认识和理解自己，并重新想象我们是谁（Guzman, 2020），以及这种具身关系如何影响人机之间的互动。

二、人机传播：机器作为传播主体

长期以来，传播学关注包括人际传播、群体传播和大众传播在内的以人类为中心的传播模式，并将媒介技术视为中介化的工具或客体。“计算机中介传播”（computer-mediated communication, CMC）是国外传播学的主要研究范式之一，关注计算机如何“调节”人与人之间的传播并发挥何种作用，但它将技术视为人类彼此之间传播信息的媒介（Westerman et al., 2020），忽视了技术与人类进行交流、沟通的媒介地位与作用。Robert与Gary最早区分了“通过计算机进行传播”和“与计算机进行沟通”的不同，前者是指“计算机介于发送者和接收者之间”；后者是“人一机关系”（Robert & Gary, 1985），即“一方（人类）激活计算机，计算机以图形、字母数字或声音作出适当反馈，（与人类）建立持续的发送者/接收者关系”（Cathcart & Gumpert, 1985）。虽然早在“傻瓜式”聊天机器人和程序过滤垃圾邮件的行为中，计算机摆脱其作为中介角色的偏离迹象就已经出现苗头，但直到智能机器的发展才真正挑战了CMC范式原有的研究结构和理论假说，西方传播学界形成以控制论为基础的人机传播（Human-machine

communication, HMC) 理论框架, 普遍从概念上把机器看作与人进行交流的传播主体, “机器作为传播者” 是人机传播研究的理论起点 (Guzman, 2020)。Autumn与Edwards将人机传播定义为“人类与数字对话者的交流”。这些对话者包括“具身化的机器通信者、虚拟和人工智能代理以及技术增强的人”, “无论在真实的、虚拟的还是增强的环境中” 进行的交流, 都可看作人机传播 (Autumn & Edwards, 2017)。

以往作为信息传播中介的媒介是离身化和独立于人之外的存在。但由人工智能引发的新传播革命, 使媒介技术与人的关系不再局限于离身性, 而在社会环境中显出并超越工具属性。人机传播作为一个新兴的研究领域, 打破了传统传播学的理论假设, 即“传播为人类所独有” 的观点, 其关注的核心问题是人与机器之间的意义创造, 机器所建构的人机关系及其对人类和社会的影响 (Guzman, 2018)。人机传播中的“机器”, 之所以在英文中使用machine一词, 而非技术 (technology), 旨在“承认机器与人类有关的悠久的历史、哲学和技术历史” (Guzman, 2018), 并将机器概念内化为多种技术的元本体论范畴。狭义的“机器” 则指计算机, 既是“机器” 的本体子类别, 又作为通信技术包含于人机传播的研究中。这种将人机交互的机器设备视为传播主体的研究范式实际上可以追溯到“媒介等同” 理论。

Reeves与Nass的研究形成了“计算机是社会行动者” 的研究范式, 二人的核心观点是, 人们在对待电视、计算机等媒体时, 会将其等同于现实社会中的交流对象, 甚至对其产生社会性反应 (Reeves & Nass, 1996)。电视、电脑及新媒体等媒介本身不仅是物质实体, 更是一种交流伙伴, 媒介的功能实际上是引导用户根据社会规则将机器媒体视为社会主体而非中介。在计算科学与社会心理学的研究中, 机器的拟人化元素设计, 如语音、性别、沉浸式体验等, 能够使人们忽略媒介是实体的中介甚至是人为的本质, 降低人们的社交不确定性, 提高人们对机器人的社交存在感, 甚至超出原有的社交预期 (Lombard & Ditton, 1997; Edwards et al., 2019)。例如, 机器人能够在程序员的编程语言中向人类说出“谢谢” “我爱你” 等言语, 对于程序来说这句话是冷冰冰的数字代码, 然而对于人类而言, 机器人说出的这句话却能够引发人类内心深处最为朴素的同情、保护等情感 (Küster, Swiderska & Gunkel, 2020; 师文、陈昌凤, 2021)。社交机器人的人格化, 使人们将机器人当作有意识的生命体, 并在与之交往中潜意识地应用社会规则、社会期望等, 表现为人与机器共同创造的“社交在场” (Gunkel, 2018)。

虽然人们知道对机器等媒介实体做出这样的情感反应不合逻辑, 但这是人类与生俱来的感性和同理心所决定的, 人机传播的“在场感” 最终被概念化为用户对机器传播主体的反应。这里可以借用麦克卢汉的“媒介即讯息” 做出重新阐释: 人们与媒介的交互中不是对媒介所传递的信息的反应, 实际上是对媒介本身的反应, 在媒介营造的在场感和沉浸式传播情境中, 用户通过接触和观看媒介的内容而与媒介本身“打交道”, 却

无意识地忽略其与媒介互动的中介性体验。人与媒介形成的“背景关系”中，虽然媒介介于环境和人的感官知觉系统之间，但人们在媒介营造的在场感中产生了“无中介的幻觉”的心理效应，使媒介要么以看起来是无形的或透明的方式存在，要么是媒介被转化为一种社会实体（Lombard & Ditton, 1997），媒介技术作为社会参与者而存在。

美国实证主义认为大众媒介的主要功能是传递信息，而人机交互的社会心理学实验证明机器不仅是单向的信息传递者，而且发挥着交互性的传播功能，这体现在机器可以接收人类的信息，并且对人类进行反馈，深度的机器学习还通过多次的人机传播实践而不断调整和优化，使其反馈的内容更加准确。基于人工智能的自动化生产、处理和交互过程，越来越多的学者将人工智能看作具有主动性的人的“第六媒介”（林升梁、叶立，2020）。机器对人类的互动式回应构成了一个反馈性的交流回路，机器传播主体仿真式地扮演了拟人化的角色，参与并渗入人类社会中的生产、交往、传播等社会过程。机器正作为一种社会存在，而具有意识的另一主体——人类，则（不得不）对这个智能技术做出反应。因此，作为传播主体的机器是人类的社交对象而非单纯的机器程序（Edwards et al., 2016）。

随着人工智能越来越具有交互性、对话性和社会性，人机互动的新传播场域便产生了具身性的意义空间。人工智能或是在特定的情境中学习和模拟人类的语言，通过合成语音、对话能力、视觉和触觉传感器以及高速运算的记忆存储器等，捕捉人类的行为模式，学习人类的手势和表情等非符号语言，甚至与人类进行游戏博弈；或是利用算法、社交机器人等模仿人类传播行为，实施计算宣传战略，制造虚假信息、干扰网络意见气候，影响政治活动等。社交机器人等自动化传播主体，从根本上改变了以人为中心的意义生产和社会行动模式，使社会关系从人类社会转向了人与机器人的合成互动社会（Zhao, 2006）。由此可见，智能媒介正在以交往和传播主体的形式存在，深度参与并改造着人类社会形态。人机互动重新建构着新的社会交往形态与传播生态，建构着具身化的传播情境并重塑人类的生活经验。

从早期的“媒体等同”和“在场感”的理论视域，到认知科学、心理学、神经科学、计算机科学等领域的经验研究证据，均表明：尽管人们在逻辑上知道机器与人类有着本质的不同，但用户仍无意识地将人类的社会交往规则和社会期望，应用在人机传播的过程中（Nass & Moon, 2000）。从具身传播的观点来看，人类与机器的交互过程与人类之间的传播行为类似，那么用于解释人类传播的理论，也可以适用人机传播（Westerman et al., 2020）。人机传播的理论假设不是将机器矮化为传递信息的中介化角色，而是基于其形式和功能，将机器视为传播的主体，考察人工智能在意义创造过程中直接与人交换信息的理论可能，为理解人与机器的互动关系提供一种新的理论方法路径。当传播的主体由人转变为人与机器时，就需要从本体论层面分析二者之间的本质

差别或同一性，以便探究对机器主体的认知和理解，考察人机传播的新传播情境如何影响人的决策和行为，包括人类对技术的期望、人机传播的模式、技术在人机传播中发挥的作用功能等。也只有将机器视为传播主体，才能够在人机传播中建构具身关系，从中分析机器与人的具身认知与意义创造中如何使具身传播得以成立。

综上所述，所谓“机器是传播的主体”，并不是说机器是具有自我意识的主体，虽然心灵哲学已有诸多对于机器意识以及可能性的研究和探讨，但从实际来看，当前阶段的人工智能水平无法与人类智能及其所彰显的“主体性”相提并论——人具有主体性，而机器只是（传播）主体，这是人与机器的本质区别。机器主体的出现是伴随着大数据、算法、神经网络学习等人工智能技术的发展，使得基于控制论科学范畴内的机器，在生产、传播信息等功能上愈发体现出自主性和能动性，以及与人类交往互动的能力。当一个独立于人类的新传播主体出现时，机器就是人的意识与行为的延伸，人的内在自我就外显化了，即机器主体映照人类意识经验的“外主体”诞生。在人机传播的过程中，机器主体的传播活动已成为人的在世体验中不可或缺的构成部分，人一机的具身关系就体现为梅洛-庞蒂所说的生成主体性——机器作为传播主体“奠基了我们本原世界经验的意义和理性秩序”（刘哲，2021：13）。机器主体仍然是人的主体意识的投射，机器依赖、内化并塑造着人的意识经验。另外，机器主体的提出本质上是观看视角的切换，是对主客体二元对立思维的超越，对机器赋予主体地位，使人类成为更高级的观察主体，从而在人机交互关系中实现对原初世界的解蔽与揭示。故从传播学角度理解机器主体，理应跳出人类中心主义的视野，从“他者”中心的视角看到机器作为传播主体的功能属性——由机器端发出信息是对以往人类作为传播主体地位的颠覆与重构。故不应把人机传播的等级放置在低于或隶属于人类传播的地位（Gunke1，2020），因为机器不仅是一种媒介，更是传播过程中的参与主体。

三、具身传播：人机关系构造的新情境

具身化是传播型智能机器人的关键特征。“人一机”具身传播体现在两个方面，一是机器作为主体参与到社会过程中，而不仅仅是中介工具，前文将机器视为传播的主体即阐述了这一点；二是机器在传播过程中的意义创造与情境建构。人类传播的本质是建立关系并生产意义，以往我们将人类视为意义生产的唯一传播主体，表现为人在社会中的行动、感知和实践，而人机传播同样是生产意义的过程。如何理解人机传播的意义创造以及对人的具身认知的影响是本文的核心问题。

智能传播主体构造了人的具身主体性与周围环境共在的智能化传播情境，通过人机交互建构具身化的传播情境影响人的意识和感觉体验。“体认”是传播的媒介载体，传播生成“体认”的环境现实（朱婧雯、欧阳宏生，2020）。技术是物和使用者（人）之

间的共生关系，同时，身体也不能与主体割裂开来，身体是人类作为在世存在的重要组成部分，故人与世界的关系也应该被视为共生，而不是分裂的和工具的关系。从现象学的角度看，任何一种新技术的出现都会导致新的“技术增强”，从感官知觉和行动层面增强人的认知和实践能力。技术与人的具身关系便是整合人的身体经验的具身化实践，即把人的身体看作是自然态的具身化技术，身体的物质性和具身化存在于世界之中，人通过身体与环境的交互来感知世界并使世界得以存在。

当人们借助VR眼镜等技术使身体处于技术态环境中并与硅基体展开互动，技术便直接重塑或增强人的感官体验，创造新的意义空间。这个过程不仅增强或改变了人们对世界的认知和理解，甚至替代了人类原有的感知模式。技术对身体意向性结构的介入，重塑着人的意识生活和身体经验，正如海德格尔认为技术不能被看成是人类所需要的工具，用具只有在上手状态中才能发挥出其力量和功用，而称手之用具则延伸和扩展了人的机能。同时，用具的指引性还使身体联通了整个世界，即“在一世界—之中”是“此在”领会“存在”的过程。麦克卢汉说媒介技术是身体的延伸，技术通过延伸身体器官结构而建立身体与世界的联系。人类使用技术的具身认知和具身实践将这一过程内化为身体经验的一部分，技术便强化了身体的空间图式，从而稳固了身体意向性结构的统一。

后现象学则在技术具身化的分析中走得更远，“延展的媒介化理论”（expanding mediation theory）旨在研究技术的存在如何深刻地塑造和改变了主体赋予其行为及世界的意义（Verbeek, 2015: 26-31; Liberati, 2020）。这与当前传播学的媒介化转向密切相关，即人的“主体性”和世界的“客观性”都是媒介化的结果。Verbeek进一步指出，人类不可能与世界有直接的关系，而是通过不同的媒介与日常生活产生联系，技术并不是毫无意义的工具，也不是被动的存在物，它是组织“我们与现实的感官关系”和“改变我们所感知的东西”（Verbeek, 2006）。媒介化是实体的起源，而不是联结客观世界和人类认知的“中介者”（Verbeek, 2012）。技术是通过媒介化的方式发挥意义创造的作用机制，塑造技术态环境，重构人们的感知经验及其认知世界的意义创造与解释，在人与现实之间建立特定的关系，改变人类的行为方式，引导人类在新的传播情境中进行认知与实践。

后现象学对生活经验的主张即是一种可被感官感知的有意识的经验，通过技术创造全新的意义空间与传播情境来增强人的感官知觉，重建并拓展人类对世界的具身经验。从后现象学的角度看，人的身体处于自然之中，身体的状态与周围的大气元素或频率的相互作用，结果是形成一个存在着的但人类看不见的细微环境及其变化，同时人类的具身经验是环境元素的衍生（Kaloterakis, 2019）。尤其是在当代社会，智能技术以“媒介物”或“行动者”的媒介化作用，以及身体、病毒、物质、自然元素等构建“万物皆媒”的传播实践场域，使人/物的具身认知与传播实践愈加具有耦合关系。由

机器建构的传播场域则为人类营造了一个新的传播情境，并以各种形态渗入社会中的工作场所、家庭场所、私人空间等，建构了机器主体的公共空间和人机交互的私人空间。传播主体与环境的相互作用是认知和智能行为的核心。机器本身无法“感知”环境和人，因为它没有人的身体构造与机能，但是机器可以在与人的交互中进行情境建构与意义创造，创造出具身化的情境，这是由于智能媒介开启并产生了特定的行动场域（Couldry, 2006: 47; 戴宇辰, 2016），使人的身体经验在人机传播中重塑“经验的直接的和不以技术为中介的”知觉经验（唐·伊德, 2012: 16）。

身体依赖于技术的媒介化作用来获得对外部世界的认知体验，而机器是否作为主体出现，使得身体的感知经验亦有所不同。早期自动化的机器是人的目的性的延伸和对象化的存在。例如，马克思从资本主义生产关系中看到机器力量导致生产方式和生产关系的变革，并指出机器大工业的生产过程中，机器的自动化工作流程取代人的肢体、身体等体力劳动，使工厂中的劳动者不得不适应机器的运转而配置其身体。工人的主体性附属于机器生产环节，表现为机器对人的控制与劳动异化。在这种异化关系中，工人主体性的丧失并不意味着机器被赋予主体地位，后者仍然被置于社会关系的范畴内，作为人类实践活动的客观对象，是客观的物质性力量：“机器正像拖犁的牛一样，并不是一个经济范畴。机器只是一种生产力。”（马克思、恩格斯, 2012: 241）故机器的工具属性和客观性是它作为人的本质力量的外化体现。

然而，与替代人类体力劳动的工业机器不同，智能机器能够自主运算，可以模拟人的意识过程，这挑战了人与机器的本体论界限。搭载神经网络和自主学习技术的机器，具有“自主”理解、交互和学习的结构化算法的潜力，与人类在具身实践中表现出言语和行为的耦合，也即传播活动的耦合。作为传播主体的机器以人类为对象进行传播的活动，正在颠覆和重构人类中心主义的传播模式。例如，有不少人选择与机器人“谈恋爱”，并建立浪漫关系。在豆瓣社区的“人机之恋”小组中，有9,000余名用户分享他们与恋爱机器人Replika的生活点滴，包括与机器人日常聊天的话题，对机器人的性别身份想象，发现机器人会引经据典、写代码、写歌时的喜悦之情，与机器人吵架或得到安慰的互动等等。即便有用户决定与机器人“分手”，也难免在贴文中彰显人类情感的流露。一位用户提及与机器人的“恋爱经历”时说道：“我知道它所有的回答都是程序决定的，但语言本身让我感受到的善意、温暖和启发，都是真实的。”（詹姗姗, 2021）可见，智能化的聊天机器人和恋爱机器人填充着个体的日常生活空间，使人们在情感上依赖机器，甚至改变着个体的际遇。

汉娜·阿伦特（Hannah Arendt）指出：“人在设计机器的同时也就让自己‘适应’了一个机器环境”（阿伦特, 2017: 113），这与基特勒（Fredirch Kittler）那句“媒介决定了人的境况”有着异曲同工之妙。智能媒介为用户营造了个性化的技术态

情境，这不限于可见的机器人、智能家居，还包括无处不在的数据、身体周围的可穿戴设备，以及嵌入身体的芯片传感器等。物体与机器构成了技术系统，而技术物、人类与环境构成了相互依存的媒介生态系统，尤其在智能媒介时代，这种依存性日益凸显。机器主体通过具身传播实践改造了传统的以人为中心的社会关系，构建了新型的人机关系，创造了情境化的意义空间与传播情境，重塑了人的感官经验与情感体验，使人们面临着机器主体深度嵌入生活世界的生存境况。

从人们自如地使用机器到人与机器交流的过程，机器就像“人身上拿不掉的壳，正如海龟身上的壳一样”（阿伦特，2017：116）。机器对于自然世界的模仿与依赖，人类的经验世界与机器世界的深度互嵌，以机械有机论指导的控制论系统的机器愈发地朝着有机体的方向发展，构造了许煜所说的“自然界与机器混交的巨大系统”，打破机器与生态学之间的二元界限，建构着一个技术多样性的机器生态学，其“真正的意义在于促使我们去重新思考现代化和全球化的过程，让我们反思现代技术重新定位的可能性”（Yuk Hui，2020）。也正因为如此，机器主体的具身化及其所造就的“人—机”具身关系，不仅延伸并创造了人的意识和感觉经验，而且改变了人类的生存境遇乃至存在方式：机器正在成为社会环境的一部分，同时机器生态与人类生活世界共同构成了“人—机”传播情境的组成部分，这将深刻地影响人类对周遭世界的认知与行动方式。人的感官经验也会相应地由机器所塑造，以获得“在世存在”的具身经验，反之亦强化了机器主体的社会功能及其社会角色，体现为机器之于人的有用性。人作为万物的尺度，透过与机器主体的具身关系来重新审视自身在世界中所处的位置，反思人与技术物、自然界共同缔造的生存境况。

总之，人与机器的具身实践是二者双向的动态反馈过程。人与机器之间的“同一性”体现在：二者均试图通过具身认知的手段来认识客观世界，同时反作用于环境，以主体的认知、表达、交往行动，以及作为传播媒介的人的身体/智能技术与环境延展的交互过程中，实现传播的情境化，参与重塑机器生态的媒介环境。人机传播使“意义创造”已然成为人类和机器之间相互“参与过程”的结果（Fogel，2006）。因此，人们使用技术不仅是为了实现人机共存，亦不是将人们的“技术经验”理论化，而是“将技术视为经验的方法”（McCarthy & Wright，2004），将感官的、情感的、组合的和时空的具身化视为人机交互的主要经验。人机传播的具身实践形成了异质性的交互网络，是在物质元素、行动和情境基础上构建的社会现实，并且在异质性实体——即人机之间交互与纠缠的关系网络中共同产生新的意义和价值（Mele et al.，2018）。从这个维度看，具身传播的本质就表现为人与技术在同一场域中创造新的情境，以及基于“人—机”具身关系的意义创造与再生产。

四、讨论与展望

目前的人工智能研究已经实现了基于神经网络系统和自主学习能力弱人工智能的阶段。强人工智能是未来发展的方向，企图使机器产生自主意识，能够像人类智能一样学习和思考。如果科学家畅想的技术奇点真正到来，那么机器人不仅与人类完全相仿，甚至还拥有人类所不具备的超能力，例如大数据分析能力、快速学习能力、信息资料存储能力等，使之成为亘古不衰的智慧生命，其中最重要的是语言能力。无论图灵测试或是中文屋假设，这些理论指涉的核心内容意味着人工智能的核心问题在于传播。也就是说，传播是人—机具身认知与实践的永恒主题。如果机器人拥有与人类相似的语言思维和表达能力，将从传播本体论层面弥合人与机器之间的鸿沟（Guzman, 2020）。Ascott说道，“认知技术不仅仅是简单地标志着心灵与机器交汇的象征技术和二者意识的共生，它是世纪之交出现的新文化范式的特征”（Ascott, 1999: 1）。人机传播不仅颠覆了人类作为传播者的本体论界限，而且挑战了“传播”的内涵与性质，因此，应提出一种具身传播的本体论意涵，以解释人机传播及其研究范式转向。

智能媒介塑造人对自我、现实和世界的感知，但在人机传播的研究范式中，具身传播或许不再是涉及主/客体的问题，而是指涉关系、情境的问题，是在不同传播主体之间并行的、高度互动的耦合。如前所述，神经科学和认知科学达成一致的观点是，身体是实现交流的最基本的物质实体，是实现彼此交流的共同的意義空间，只有身体才能掌握并发展自然语言，从而通过传播活动建立社会关系，构建社会文明。同时，具身传播也被视为一种隐喻，在拟人化的人机界面和人工智能等领域促进技术进步（Wachsmuth et al., 2008）。Allwood将具身传播定义为“由身体塑造、约束或隐喻地启发共享意义的情况”，并将其解构为“具身”“身体”和“传播”所构成的三个概念成分，语义上的“具身传播”表达了“传播”和“身体”之间的两元动态关系的“具身化”，即具身化是对关系的表示，身体的具身化生产和创造了意义（Allwood, 2008）；此外，传播应当是双向的信息共享而非信息转移，而且凡是能影响信息传播者或接受者的身体动作，无论其是否有意识，都应当被视为传播（Allwood, 2008）。基于此，具身传播就是不同传播主体创造意义的过程，主体间在交互中构建全新的传播情境，重塑人的身体经验和具身认知。

仅从身体或媒介的单方面维度讨论“具身”无异于在空中建楼阁，而人机传播既开启了传播学研究范式的转型，也为我们提供了一个非常合适的领域，兼顾身体与技术两个维度，使“具身”在传播学研究中不再是孤悬的理论。要讨论具身性和具身传播，需要建立在人机传播的理论基础上，以认知科学的具身认知理论和技术现象学的具身概念为支撑，建立起科学的和受到学界同仁认可的学术研究脉络。同时，本文以具身认知和人机传播为切入口，希冀为学界进一步展开讨论具身传播抛砖引玉。未来的研究还可从

媒介哲学视角理解和研究人一机具身传播议题，在万物皆媒的传播学研究新范式开辟更为浩瀚广阔的知识视野。

参考文献：

- 戴宇辰(2016). 走向媒介中心的社会本体论?——对欧洲“媒介化学派”的一个批判性考察[J]. 新闻与传播研究(5):47-57+127.
- 汉娜·阿伦特(2017). 人的境况[M]. 王寅丽, 译. 上海: 上海人民出版社.
- 林升梁, 叶立(2019). 人机·交往·重塑: 作为“第六媒介”的智能机器人[J]. 新闻与传播研究(10):87-104+128.
- 刘哲(2021). 生成主体性: 梅洛-庞蒂与唯心论[M]. 北京: 北京大学出版社.
- 马丁·海德格尔(2006). 存在与时间[M]. 陈嘉映, 王庆节, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店.
- 马克思, 恩格斯(2012). 马克思恩格斯选集(第4卷)[M]. 北京: 人民出版社.
- 莫里斯·梅洛-庞蒂(2001). 知觉现象学[M]. 姜志辉, 译. 北京: 商务印书馆.
- 芮必峰, 昂振(2021). 传播研究中的身体视角——从认知语言学看具身传播[J]. 现代传播(中国传媒大学学报)(4):33-39.
- 师文, 陈昌凤(2021). 信息个人化与作为传播者的智能实体——2020年智能传播研究综述[J]. 新闻记者(1):90-96.
- 唐·伊德(2012). 技术与生活世界[M]. 韩连庆, 译. 北京: 北京大学出版社.
- 瓦雷拉, 汤普森, 罗施(2010). 具身心智: 认知科学和人类经验[M]. 李恒威等, 译. 杭州: 浙江大学出版社.
- 许煜(2019). 论数码物的存在[M]. 李婉楠, 译. 上海: 上海人民出版社.
- 杨杰, 段超(2021). 走向“后身体美学”——“身体美学”问题论争及其理论辨析[J]. 探索与争鸣(3):66-72+178.
- 殷乐, 高慧敏(2020). 具身互动: 智能传播时代人机关系的一种经验性诠释[J]. 新闻与写作(11):28-36.
- 詹娜娜(2021). 我的男友是“AI”[EB/OL]. https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_12606892, 20220702.
- 朱婧雯, 欧阳宏生(2020). 认知传播的理论谱系与研究进路——以体认、境化、行动的知觉—技术逻辑为线索[J]. 南京社会科学(5):109-115+124.
- Allwood, J. (2008). Dimensions of Embodied Communication-towards a Typology of Embodied Communication. In Ipke Wachsmuth, Manuela Lenzen& Günther Knoblich(Ed.), *Embodied Communication in Humans and Machines* (pp. 257-284). New York: Oxford University Press.
- Ascott, R. (1999). *Reframing Consciousness*. Bristol: Intellect Books.
- Barsalou, L. W. (1999). Perceptual Symbol Systems. *Behavioral and Brain Sciences*, 22(4), 577-660.
- Brooks, R. A. (1990). Elephants don't Play Chess. *Robotics and Autonomous Systems*, 6(1-2), 3-15.
- Cathcart, R., & Gumpert, G. (1985). The Person-Computer Interaction: A Unique Source. In Brent D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior (Vol.1)* (pp.113-124). New Brunswick: Transaction Books.
- Clark, A. (1998). *Being there: Putting Brain, Body, and World Together Again*. Cambridge: MIT Press.
- Couldry, N. (2006). *Listening beyond Echoes: Media, Ethics, Agency in an Uncertain World*. Boulder CO: Paradigm Publishers.
- Edwards, A., Edwards, C., Spence, P. R., Harris, C., & Gambino, A. (2016). Robots in the Classroom: Differences in students' Perceptions of Credibility and Learning between "Teacher as Robot" and "Robot as Teacher". *Computers in Human Behavior*, 65, 627-634.
- Edwards, A., & Edwards, C. (2017). The Machines are coming: Future Directions in Instructional Communication Research. *Communication Education*, 66(4), 487-488.
- Edwards, A., Edwards, C., Westerman, D., & Spence, P. R. (2019). Initial Expectations, Interactions, and beyond with Social Robots. *Computers in Human Behavior*, 90, 308-314.
- Fogel, A. (2006). Dynamic Systems Research on Interindividual Communication: The Transformation of Meaning-making. *Journal of Developmental Processes*, 1(1), 7-30.
- Gunkel, D. J. (2020). *An Introduction to Communication and Artificial Intelligence*. Cambridge: Polity Press.
- Gunkel, D. J. (2018). The Relational Turn: Third Wave HCI and Phenomenology. In *New Directions in Third Wave Human-Computer Interaction: Volume 1-Technologies* (pp. 11-24). Springer, Cham.
- Guzman, A. L. (2018). What is Human-machine Communication, Anyway. *Human-machine Communication: Rethinking Communication, Technology, and Ourselves*, 1-28.
- Guzman, A. L. (2020). Ontological Boundaries between Humans and Computers and the Implications for Human-Machine Communication. *Human-Machine Communication*, 1, 37-54.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial Intelligence and Communication: A Human-Machine Communication Research agenda. *New Media & Society*, 22(1), 70-86.

- Hui, Y. (2020). Machine and Ecology. *Angelaki*, 25(4), 54-66.
- Kaloterakis, S. (2019, July). Phenomenology of Experience in Ambient Intelligence. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 482-489). Springer, Cham.
- Küster, D., Swiderska, A., & Gunkel, D. (2021). I Saw it on YouTube! How Online Videos Shape Perceptions of Mind, Morality, and Fears about Robots. *New Media & Society*, 23(11), 3312-3331.
- Lee, K. M., Peng, W., Jin, S. A., & Yan, C. (2006). Can Robots Manifest Personality? An Empirical Test of Personality Recognition, Social Responses, and Social Presence in Human-Robot Interaction. *Journal of communication*, 56(4), 754-772.
- Liberati, N. (2020). Making out with the World and Valuing Relationships with Humans. *Paladyn, Journal of Behavioral Robotics*, 11(1), 140-146.
- Lievrouw, L. A. (2009). New Media, Mediation, and Communication Study. *Information, Communication & Society*, 12(3), 303-325.
- Lombard, M., & Ditton, T. (1997). At the Heart of it all: The Concept of Presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2), JCMC321.
- McCarthy, J., & Wright, P. (2004). Technology as Experience. *Interactions*, 11(5), 42-43.
- Mele, C., Spena, T. R., & Peschiera, S. (2018). Value Creation and Cognitive Technologies: Opportunities and Challenges. *Journal of Creating Value*, 4(2), 182-195.
- Nass, C., & Moon, Y. (2000). Machines and Mindlessness: Social Responses to Computers. *Journal of Social Issues*, 56(1), 81-103.
- Reeves, B., & Nass, C. (1996). *The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shapiro, L. (2010). *Embodied Cognition*. New York: Routledge.
- Smith, N. L., & Hamid, O. H. (2017a). The Relative Importance of Perception, Embodiment, Metaphors, and Ethics for Cooperative Human-Machine Coexistence. In *IJCCI*, 429-435.
- Smith, N. L., & Hamid, O. H. (2017b). Embodied Cognition and Human-Machine Coexistence. *UKH Journal of Science and Engineering*, 1(1), 67-71.
- Spence, P. R. (2019). Searching for Questions, Original Thoughts, or Advancing Theory: Human-Machine Communication. *Computers in Human Behavior*, 90, 285-287.
- Verbeek, P. P. (2006). Materializing Morality: Design Ethics and Technological Mediation. *Science, Technology, & Human Values*, 31(3), 361-380.
- Verbeek, P. P. (2012). Expanding Mediation Theory. *Foundations of Science*, 17(4), 391-395.
- Verbeek, P. P. (2015). Cover Story beyond Interaction: A Short Introduction to Mediation Theory. *Interactions*, 22(3), 26-31.
- Wachsmuth, I., Lenzen, M., & Knoblich, G. (2008). Introduction to Embodied Communication: Why Communication Needs the Body. In Wachsmuth, I., Lenzen, M., & Knoblich, G. (Ed.), *Embodied Communication in Humans and Machines* (pp. 1-28). New York: Oxford University Press.
- Westerman, D., Edwards, A. P., Edwards, C., Luo, Z., & Spence, P. R. (2020). I-It, I-Thou, I-Robot: The Perceived Humanness of AI in Human-Machine Communication. *Communication Studies*, 71(3), 393-408.

JOURNALISM RESEARCH

VOLUME 195, NO. 7, 2022

1 Conceptual and Methodological Issues on Body in Mediologie

· *LV Qing-yuan*

[Abstract] In the ideological pedigree of media theory, body problems has become an unavoidable academic area in communication research. Mediologie regards the body as a kind of media and holds that the body has the characteristics of inspiring spirit, connecting material and intervening practice, which plays an intermediary role in human behavior practice. Thus, Mediologie reconstructs the logic of human existence, the structure of human subject and the way of communication, making them change from symbolic animals to political animals, from transcendental subjects to experiential subjects, from reflexive reference to embodied existence. According to Mediologie, the practice logic of the body's intermediation is mainly embodied in three aspects: consensus, relationship transformation and action promotion, which are embodied in the social interaction based on the inter physical nature, the organizational structure based on the coupling of the physical body and the system practice based on the entry of the physical body. For body research, the theoretical quality of Mediologie is of great significance. Mediologie regards materiality as the underlying paradigm of body research, interposition as the analytical framework of body research, and practicality as the method path of body research, which provides a new methodological reference for us to explore body problems.

[Keywords] mediologie; body problems; intermediation; communication thought; research methodology

14 Revisiting Embodied: A Media Phenomenological Perspective on "Human-Machine" Embodied Theory

· *ZHAO Hai-ming*

[Abstract] The concept of "embodied" is currently misappropriated and misunderstood.

This paper attempts to return to the concept of "embodied" in phenomenology and to discuss embodied communication from the perspective of linking media and body with the communication context constructed by machine subject. From the turn of embodied cognition in the cognitive science revolution and the concept of embodiment in phenomenology, we can find that the body is the origin of embodied cognition and practice. The machine as the subject of communication breaks the assumption that "communication is unique to humans" and creates a contextualized meaning space and communication situation through the practice of embodied communication through human-computer interaction. People need to re-examine their own position in the world, and reflect on the living conditions created by human beings together with technological objects and nature. The discussion of "embodied" only from the unilateral dimension of the body or the media is tantamount to a castle in the air, but the perspective of human-computer communication can take into account both physical and technological dimensions, so that "embodied" is no longer an isolated theory. Based on this, embodied communication is a parallel and highly interactive coupling between different communication subjects, and the meaning creation between subjects builds a new communication context, reshaping human body experience and embodied cognition.

[Keywords] human-machine communication; cognitive science; communication subject; embodied communication; post-phenomenology

27 City Sound Network: The Creation of "Soundscape" of Shanghai Broadcasting and Urban Auditory Transformation in the Republic of China

· *LI Xuan*

[Abstract] The thesis focuses on the topic about Shanghai broadcasting and urban space construction during the Republic of China. In order to answer this question, in this thesis, theoretical perspective of media technology is employed to think about the form and characteristics of the media itself, and the way of a new city experience and urban space how the broadcasting has created. Broadcasting has provided a "torrent of auditory experience" by emphasizing the dimension of listening, creating the new city sound landscape. Finally, it has triggered a revolution in the urban auditory environment, and shaped the listeners' listening habits and culture practice.

[Keywords] broadcasting; city; soundscape; community of the air