

从技术困境到风险感知:对智媒热的冷思考

洪杰文 兰 雪

摘要:随着人工智能技术的快速发展,智媒在传媒业掀起了一股热潮。在智媒热的背景下,学界和业界对智媒的未来展开了广泛探讨。然而,伴随着传媒业的实践,智媒也显露出种种问题和隐患,需要对其发展进行重新评估。从媒介软决定论出发,结合行业发展大量数据,通过对智媒的技术基础和用户接受两方面的分析,窥探出智媒现阶段的真实发展状况,从而对传媒业中的智媒热进行冷思考。研究发现,智媒仍然处于弱人工智能阶段,对智媒的期待应回归理性。一方面,现阶段的智媒技术仍处于初级阶段,VR/AR并未普及且方便性及费用需要优化、物联网技术并未爆发、新界面与新交互尚未成熟;另一方面,智媒传播形态的用户接受仍有待观察,用户对于对话式新闻、定制化新闻、传感器新闻以及临场式新闻的使用存在风险感知。

关键词:智媒;人工智能;用户接受;媒介软决定论

中图分类号:G206 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2019)01-0101-09

项目基金:教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(16JJD860003)

从门户时代到 web2.0 时代再到众媒时代,新技术在媒体中的应用不断发展。伴随着网络媒体的不断进化,web2.0 后的媒体开始变革,有学者认为更大的趋向是媒体智能化或智媒化并提出了“智媒”的概念,认为智媒是新媒体发展的一种动向,网络媒体的发展正经历从门户时代到智媒时代的转变^[1-4]。

伴随着智媒这一概念的提出,学界和业界都对智媒的发展不断进行讨论,认为智媒革命将给整个新闻产业带来翻天覆地的变化^[5]。但反观现实世界,就智媒目前的发展情况来看,我们不禁要问:智媒真的这般美好吗?以技术为导向的智媒,真的会对我们的生活产生如此巨大的积极影响吗?想要对以上问题进行解读,我们可以把对智媒的讨论放到媒介环境学派的视角中去考察:媒介环境学派以技术/媒介为研究范式,将媒介视为环境,研究生存在其中的人与环境的互动共生关系。它对媒介技术的影响进行考察,探究媒介是否使人们的生活变得更好还是更坏^[6]。在这样的研究范式下,媒介软决定论讨论了媒介技术对于社会发展的作用,认为媒介技术以及社会因素都会对社会的发展产生影响。在这一理论框架的指导之下,笔者从智媒实现的技术基础以及智媒传播形态的用户接受两个方面对智媒进行反思,认为现阶段对于智媒的讨论大多是一种媒体发展想象,对智媒的期待还应回归理性。彭兰的发言也印证了这一想法:“主办方指定的题目是从‘众媒’到‘智媒’,这两个词不是我的发明,是这两年腾讯网络媒体高峰论坛的关键词。去年用的是‘众媒’,今年用的是‘智媒’。这两个词是否能沉淀下来成为广为接受的概念,还需要时间来做出回答。”“我们在某些时候过于焦虑或者过早地把任何一个新技术定为一个时代或者一个元年,这是我们需要思考和反思的地方。”^[7]

一、文献综述

(一) 智媒

在2016年腾讯网媒体高峰论坛上,腾讯科技旗下互联网产业趋势研究机构“企鹅智酷”联合清华大学新媒体研究中心共同发布了《智媒来临与人机边界:2016中国新媒体趋势报告》并首次提出了智媒的概念。报告指出,智媒是以技术为导向的一种媒体形式,智媒时代,以人为主导的媒介形态开始被打破,各种智能物体及新技术的交互融合,推动传媒产业链的新变革。^[8]人工智能、物联网、VR/AR等技术的发展是驱动媒体智能化的直接技术动因,并最终使智媒成为未来媒体发展的一种主要趋向。^[9]可以看出,智媒的技术基础主要是人工智能技术,一般认为人工智能可以分为“弱人工智能”和“强人工智能”^[10]。弱人工智能即针对特定的应用领域的人工智能技术,学界和业界已经有了显著的成果。比如语言翻译、自动驾驶、图像识别等。强人工智能是一种未来人工智能状态的概念,强人工智能的人工智能系统的智能行为至少能够达到与人类一样的程度,能够完成各种认知任务。弱人工智能与强人工智能之间的鸿沟一直难以跨越,研究者们进行了各种尝试但是未能实现突破^[11]。美国国家科技委员会也认为,强人工智能至少在几十年之内是无法实现的。现阶段智媒的技术基础仍处于弱人工智能的阶段。

(二) 媒介软决定论

1. 技术决定论

技术决定论是20世纪70年代以前关于技术发展理论中最具影响力的一个流派,作为一个观念,它是以近代物理学家提出的世界观和方法论为背景,伴随着对文化的祛魅过程逐步建立起来的。^[12]技术决定论一般在技术哲学中讨论较多。技术哲学家 Krogh 对于技术决定论的说法是:技术决定论认为,技术本身的发展独立于所有其他因素,技术的发展决定着所有其他社会关系^[13]。除此之外,于光远曾在《自然辩证法百科全书》给出较权威的定义:“技术决定论通常是指强调技术的自主性和独立性,认为技术能直接主宰社会命运的一种思想。技术决定论把技术看成是人类无法控制的。”^[14]因受多学科的瞩目,技术决定论不仅在多学科中以多种样貌出现,如技术统治论、技术万能论、媒介决定论等,还繁殖出名目繁杂的“决定论”,如强弱技术决定论、软硬技术决定论、文化/技术共生论等^[15]。

2. 媒介软决定论

在媒介研究中,人们多以媒介决定论代指技术决定论。媒介理论家界定了硬、软决定论,以区分泛指的媒介决定论(媒介研究中一般所说的“媒介决定论”指的是硬技术决定论)。^[15]利文森指出:“有些媒介学家认为信息系统对社会具有必然的、不可抗拒的影响,他们称这种关系为硬媒介决定论。”“软决定是一种系统,它认为技术只决定事物可能发生(没有技术就不可能发生相应的结果),而不认为技术会产生不可避免的决定结果。在这样的系统中,各种因素共同起作用。也即是说其他的关键因素同样对结果的产生起作用。”^[16]“硬技术决定论”和“软技术决定论”的关键区别是技术在多大程度上“自主”地影响社会变迁。硬技术决定论认为技术是绝对自主的,技术是影响社会变化的最重要原因。而软技术决定论则认为虽然技术可以影响社会变迁,但是它是相对自主的,它身上还负载着一定的社会因素。^[17]

由于强调媒介技术本身对于文化和社会的影响,媒介环境学派在让人意识到媒介在文化形成过程中的重要作用的同时,也被扣上了技术决定论的帽子。“媒介环境学者是技术决定论者”是主要且流行的评价之一。^[15]但随着人们对媒介环境学派以及媒介决定论的理解日益加深,更多的学者开始为媒介环境学派正名,认为他们并不是严格意义上的媒介决定论者,而应属于软媒介决定论的范畴。

麦克卢汉曾解释说:“我强调媒介是讯息,而不说内容是讯息,这不是说内容没有扮演角色——那只是说它扮演的是配角。”^[18]波兹曼“媒介意识形态”观超越了媒介的实际用途去探索媒介的文化

影响,是对媒介的形式研究而非内容研究,它强调媒介在社会文化形成中的主导作用,同时也反对把它看成决定性因素。^[19]因此利文森说:“激进的媒介学者的观点看上去可能会是硬决定论,事实上在支持软决定论,他们往往因此受到嘲笑。”^[16]从以上的论述中可以发现,媒介环境学派只是刻意强调媒介本身与社会图景的宏观变化有着莫大的关系,并不认为技术是社会历史变化的直接、唯一因素。在他们的论述中至少可以看到传播内容和特定环境的作用:人在技术面前的自由意志和主观能动性、社会制度、历史阶段、民族文化等因素都会影响技术在社会当中的效用发挥。^[20]

至此,媒介软决定论认为媒介技术以及社会因素都会对社会的发展产生影响作用。媒介软决定论的运用可以为智媒的讨论提供更加全面的理论视角,让我们更加理性地看待智媒的影响。

二、媒介软决定论中的智媒技术——仍处于初级阶段

有关媒介技术对社会发展产生的影响作用,媒介偏向理论进行了相关讨论。波兹曼认为每一种占主流地位的媒介技术均会通过自己的隐喻偏向性影响和塑造环境;梅罗维茨认为新的媒介会产生新的场景或环境,影响场景或环境中的人物角色,进而影响人们的生活。^[21]由此看来,媒介偏向理论认为媒介技术会对社会发展产生一定的影响。因此,无边界重构的智媒生态能否实现,还要看智媒媒介技术的发展情况。“智媒化的技术基石是社会化媒体应用、移动互联网技术、大数据技术和云计算,同时人工智能、物联网、VR/AR 等技术为媒体智能化提供了更直接的动力。”^[9]智媒是一种依托于新技术的媒体形态,因此,对于智媒的讨论要建立在对相关技术充分认知的基础之上:VR/AR、物联网、图像识别等技术是否已经成熟,是否已经普及都是智媒发展的重要影响因素。

(一) 感官偏向——VR/AR 并未普及且方便性及费用需要优化

媒介偏向理论中,伊尼斯提出媒介具有时间和空间的偏向,麦克卢汉进一步将其发展为媒介的感官偏向和冷热偏向。智媒时代的人机结合、临场化体验都是媒介技术带来的不同感官偏向,而这种偏向的实现都依赖于媒介技术的成熟和广泛使用。

然而腾讯发布的《智媒来临:2016 新媒体趋势报告》的数据显示^[22]:用户最有兴趣尝试的智能硬件是智能家电(36.4%),智能手表(13.0%)和头戴设备(12.4%)的接受程度相近,但是用户对智能硬件不接受的比例也高达38.7%。对于VR技术而言,腾讯研究院助理院长程明霞认为VR目前仍处于沉寂阶段^[23],超过半数(54.5%)的用户没有听说过“VR”这个概念^[24],大多数消费者(64.55%)使用VR是为了影视和游戏^[25],这将是VR发展初期最具潜力的两大内容板块。而新闻的研发进度现阶段仅为一颗星,远远低于其他领域^[24]。由此可见,VR技术的技术基础相对薄弱并且没有得到广泛普及。

除此之外,“从用户反馈来看,方便性与费用是影响新技术扩散的主要因素”“用户考虑采用新技术时最在意的是获取是否方便(50.8%),其次是费用是否合理(41.4%)”^[22]。对于方便性而言,VR产品存在诸多佩戴舒适度欠佳的问题。例如,设备笨拙、臃肿,手机发烫严重,长时间佩戴会给鼻梁带来较大压力,面罩发热造成面部不舒适。^[25]“硬件方面,具有行业领先水准的VR头盔对PC硬件要求过高,而要求稍低的VR头盔则显示水平稍差;移动端VR眼镜对智能手机也有屏幕大小、分辨率等要求限制”^[22]。与此同时,眩晕感是VR眼镜的通病,有20.87%的用户在使用10分钟以内就会出现眩晕等不舒适感,这种眩晕感比观看3D电影要明显得多。^[25]除了方便性的因素外,用户对于智能设备的价格也十分关心。《2016年中国虚拟现实(VR)行业研究报告》数据显示,近八成用户期望VR设备定价在3000元以内,1000元以下的占到近50%。但是就目前中国市场上的VR设备而言,VR设备的价格普遍偏高。也就是说,基于现阶段VR技术的实际发展水平,我国的VR设备不仅笨重、价格高,对手机、电脑等与之匹配的硬件要求过高,长时间佩戴还会引发不适的生理反应。

“国内VR/AR人群还处于市场培育阶段,积淀相对薄弱。”^[26]“VR/AR新闻需要全新的互动模式,而这方面的想象力与创新能力也决定着VR/AR新闻的发展前景”^[1]。总的来说,VR技术在中

国还停留在初级阶段,一方面,VR设备还没有得到大范围普及,观众缺少观看“VR+新闻”的工具;另一方面,VR技术还未完善,用户体验较差。^[3]由于VR/AR技术达到成熟尚需时间,因此,讨论媒介技术所带来的感官偏向,对于智媒的美好想象也应回归理性。

(二)空间偏向——物联网技术并未爆发

媒介偏向理论中,伊尼斯提出媒介技术具有空间的偏向。在我们的媒介想象中,智媒时代互联网的连接关系将从人与内容、人与人、人与服务的连接逐渐变为人与物、物与物、人与现实的连接。^[1]智能化的内容生产将离不开全方位的数据采集,今天的数据采集主要来自人的活动领域,而物联网传感器的普及,将为社会环境的监测提供全天候、多方位的新手段。^[27]互联网的服务将建立在人与环境等更多关系维度的基础上,这是智媒技术所带来的空间偏向。媒介软决定论视角下,物联网技术的发展成为智媒是否能产生新的空间偏向、让社会变成人与环境全新连接的关键。

尽管以“智慧城市”为代表的多项物联网项目为未来做出了无限美好的前景畅想,但目前物联网行业应用关注的重点是智慧医疗、智慧城市和车联网的建立,对于智能媒体中通过可穿戴设备实现的人与环境的物联,并没有太多关注。除此之外,BI Intelligence发布的*Internet of Everything 2016*^[28]的报告显示,物联网设备的主要使用者是企业 and 政府而非个人;《2017—2018年中国物联网发展年度报告年报》^[29]认为,当前,我国物联网技术存在一些短板与问题,比如市场与产业协同不足,行业标准政出多门,高端产品研发能力有待提高,网络基础设施亟待全面升级,数据隐私和安全问题仍然突出等。

虽然说物联网技术已经得到了国家层面的重视,但是聚焦于人与环境的物联,物联网的应用还未普及,“万物互联的说法今天来看似乎有点超前,似乎无法到达这样的程度”^[30]。由于物联网技术并未全面爆发,因此基于物联网的智媒暂时也无法改变社会的空间偏向。

(三)人性化偏向——新界面与新交互尚未成熟

媒介偏向理论中,保罗·莱文森在《数字麦克卢汉——信息化新纪元指南》中指出了媒介技术的人性化偏向,^[31]认为人类技术开发的历史说明,技术的发展越来越人性化,技术是在模仿和复制人体的某些功能,是在模仿和复制人的感知模式和认知模式^[32]。彭兰认为,在人工智能等技术推动下,人机界面(交互方式)将更趋自然化,让人“保持本性”是机器服务于人的一个重要目标。^[1]这样看来,手势交互、面部识别在智媒时代将会有更多的适用场景,在某种程度上,是媒介技术人性化偏向的一种体现。但是,在媒介技术软决定下,这种人性化偏向能否实现还得看媒介技术的发展情况。

1. 手势交互并未得到广泛使用

手势交互是利用计算机图形学等技术识别人的肢体语言,并转化为命令来操作设备,是继鼠标、键盘和触屏之后新的人机交互方式。微软通过Kinect推动了用户对手势交互的认识^[1],用户可以通过这项技术在游戏中开车、与其他玩家互动。其实,手势交互在人类诞生的时候就已经开始使用,在语言和文字出现之前,人类的隔空交流都通过手势来完成,从这个意义上说,手势交流是人的本能。^[33]移动智能时代,对本能的回归,无疑会具有广阔的市场,通过手势或其他肢体动作进行隔空操作的人机界面将会适应更多的场景。

但是,现阶段的手势识别技术处于非常初级和原始的阶段。除了Kinect之外,面向大众的手势交互产品还有Leap Motion,虽然Kinect和Leap Motion与之前的研究相比,整个手势交互系统都有较大的发展进步,但是这些产品仍然存在诸多局限。“Kinect是游戏产品,在开始使用时,需要一定的初始化操作。Leap Motion使用过程中,手要悬浮在空中,使用一段时间之后会比较疲劳。”“由于手悬浮时难免有细微的抖动,对屏幕在几个像素范围对精准操作非常困难。”“Kinect主要是识别运动轨迹,手停留几秒识别为‘选择’操作,但还没有更进一步将手指关节识别为命令,Leap Motion可以识别手指关节的变化(如抓取),但像在电脑端那样执行任务是不适合的。”^[33]

从以上的分析中我们可以看出,手势交互技术虽然说是符合人的本性的一种人机互动的形式,

但是由于技术和硬件的限制,目前尚未得到普及。在所有的手势交互产品中,更多的产品是面向特殊人群,比如残障人士,真正面向大众的手势交互产品市场上少之又少,仅有的几款产品也存在诸如价格高、不方便、易疲劳等弊端。同时,他们的应用也局限于游戏领域,还没有达到与媒体结合的阶段,也没有开拓出更多使用场景。从媒介技术对于社会的影响来看,由于基于手势交互技术的智媒应用,目前是一种局限于少数人的游戏,因此对于人性化偏向的畅想也为时过早。

2. 图像识别、面部识别应用渐行渐近,但并未普及

“图像识别技术会使得机器较好地理解图形的意义,而未来大量的应用,将是基于‘刷脸’技术的应用。”^[1]诚然,图像识别技术和面部识别技术确实有着十分广泛的应用范围和落地场景,但是不得不承认,这些技术“听上去很酷,但实现起来却很难”^[34]。

中国安防展览网在2017年3月份发布的数据显示,他们“从公开的融资数据中,筛选出了云从科技、商汤科技、旷视科技等国内30家有代表性的图像识别公司。在这30家公司中,完成C轮的公司只有2家,完成B轮融资的公司有4家,战略投资1家,其他皆为初创阶段”。可以看出,图像识别公司在现阶段并未得到大众广泛的接受和认可。

面部识别技术发展的难点在于数据。“最近这一年中国涌现了几十个‘计算机视觉’的公司,这个生意里面,怎么拿到海量的、准确的、标注过的数据,比谁的算法好要有价值得多。人工智能本身是算法驱动型,如果没有数据,很难用算法迭代。”^[35]“各公司和开发者依据自身数据积累进行研发的小闭环难以形成生态效应,这也加大了‘人脸识别’技术准确度在海量数据研究基础上的提升。”除此之外,“Google则因隐私政策和舆论压力而禁止Glass App使用‘人脸识别’功能”。^[34]因此,对于面部识别技术而言,完善相应信息系统和数据库的管理也至关重要。

从上面分析可以看出,人脸识别技术面临着数据和道德的双重压力,一些图像识别技术的公司的发展状况也并不乐观,人脸识别技术在现阶段的中国并没有得到普遍的应用。因此,“关于人脸识别,可以预计的是一个不断上升的发展空间和愈加丰富的应用场景,但要真正实现技术落地和生态打通还需要行业各环节的相互配合。”^[34]从技术对于社会的影响来看,现阶段人脸识别技术的限制将成为智媒发展的阻碍。

综合以上对智媒技术基础的分析可以得出以下结论,智媒的技术基础尚未成熟,现在还处于弱人工智能阶段。媒介软决定论告诉我们,智媒的媒介技术基础对于智媒的发展有一定的影响,是能否实现媒介偏向的关键。现阶段新设备尚未普及、新连接尚未建立、新交互尚未得到广泛使用,大多数媒体缺乏技术背景与技术人才,技术瓶颈的制约日益凸显。^[27]因此,现阶段谈论智媒为时过早,对智媒的热捧应回归理性。

三、媒介软决定论中的社会因素——用户接受有待观察

媒介软决定论中,社会因素是决定媒介对于社会影响的另外一大因素。在所有社会因素中,人对于技术的接受是本文关注的重点。“人的选择也是我们分析媒介影响时始终要考虑的因素。”^[19]技术接受模型研究人们对于新技术的接受,其中包括人们的风险感知对于技术接受的影响:Im等认为“感知风险”既可以对于行为意向产生直接影响,又可以通过“感知有用性”间接影响行为意向^[36]。总的来说,在技术接受模型中,感知风险与感知有用性、感知易用性一起成为影响用户技术接受的因素。^[37]

对于媒介技术所带来感知风险的讨论,媒介环境学派认为媒介技术具有媒介意识形态的隐蔽性,波兹曼指出,“媒介形式的独特之处在于,虽然它指导着我们看待和理解事物的方式,但它的这种介入却往往不为人所注意。”^[38]认识到媒介意识形态的隐蔽性就是提醒人们在面对每一种新技术时,要透过它的实际用途去仔细辨别它可能带来的文化影响,避免陷入盲目乐观主义的精神状态^[19],也就是说,要对媒介技术所带来的风险进行感知。

由于感知风险影响人们的行为意向^[37],因此,考虑到智媒隐蔽性所带来的风险感知,用户对智媒是否会全盘接受也是个问题。评判智媒能否对社会产生学者们所描绘的巨大的影响,还得将智媒放在社会情境中去观察。本文重点关注社会因素中人在面对新媒体技术时的主动性,也就是人们对于智媒的用户接受。

(一) 隐蔽性之一——对话式新闻的感知风险

在智媒的环境下,对话式新闻可能成为社交机器人在新闻传播中的一种应用形态。所谓社交机器人对话式的新闻呈现,是指“它们将某些新闻的获取和阅读过程变成一个互动对话过程,通过机器人与用户的对话,来了解用户的阅读偏好,进而推荐相关内容”。^[1]但若在社会语境中去观察,这种对话式新闻的呈现仍然有很多值得反思的地方。

1. 对话式新闻有用性存在局限

虽然社交化新闻传播正在主流化^[1],但是社交机器人的对话式新闻并不能从根本上满足人们的社交新闻需求。因为社交新闻分享的重要原因之一是为他人提供实用信息、实践利他主义、维护自我形象。换句话说,社交新闻的需求更在于人与人之间思维和情感的碰撞,这是社交机器人无法代替的。

除此之外,社交机器人对话式新闻只能局限于碎片式的新闻获取。社交机器人对话式新闻的使用更多是在碎片化的时间里,这样的呈现方式和使用场景将所能传递的内容形态局限在了短平快的新闻之中。用户只是简单、被动地接受,缺乏长时间阅读和深入思考。

2. 对话式新闻存在感知风险

要想通过社交机器人进行个性化的推荐,机器需要搜集用户的海量数据进行分析,这就牵涉到隐私权的问题。用户是否接受对于自身隐私权的披露也是一个值得思考的问题。下文会对隐私进行详细讨论,在此不做赘述。

通过讨论智媒的有用性和感知风险,发现对话式新闻的用户接受仍需观察。从媒介软决定论的社会影响因素来看,智媒在现实生活中,并不一定像学者们所想象的那样,得到广泛推崇和赞美。

(二) 隐蔽性之二——定制化新闻、传感器新闻的感知风险

彭兰给定制化新闻的定义如下:“定制化信息生产即基于大数据分析的、基于场景的个人化信息定制。定制化生产是个性化新闻的更高目标,它的成熟与普及取决于更深层的用户洞察能力,场景分析是理解用户在特定环境下需求的一把钥匙。”^[1]

1. “信息茧房”的感知风险

像个性化新闻一样,研究者认为,基于算法机制的新闻内容定制及聚合,限制了大多数用户获取新闻内容的范围及领域^[39];挑战了传统新闻业的“公共性”,带来“信息的闭环”,使用户置身于“信息茧房”,进而造成人与人之间的区隔^[40]。今日头条的个性化推荐刚出现的时候,人们的反应普遍趋于叫好。但是随着个性化新闻的增多,人们发现自己已经陷入了“信息茧房”之中。而信息茧房会造成用户视野狭隘,导致个人判断力丧失、社会黏性的缺失,引发群体极化^[41]。除此之外,媒体现阶段的主要盈利模式还是依靠广告收入。定制化新闻很容易在利益的驱动下,打着定制化新闻的旗号,向用户推荐一些耸人听闻的、猎奇八卦的信息。虽然定制化新闻可以满足用户的某种需求,但是信息茧房的弊端也是媒体发展的限制要素。并非所有用户都乐意接受机器量身打造的内容^[3],彭兰的报告数据也为此提供了支持:认为个性推荐的内容太少(32.6%)和认为它会让视野变狭窄的用户(32.3%)比例相当,而认为推荐内容不准(30.7%)和推荐内容低俗(29.4%)的比例也相当^[1]。

2. 用户隐私的感知风险

彭兰认为:“传感器可以作为用户反馈采集工具的传感器。作为反馈机制的传感器,将用户反馈深化到了生理层面。传感器可以采集用户的心跳、脑电波状态、眼动轨迹等身体数据,准确测量用户对于某些信息的反应状态。”^[1]从以上描述中可以看出,传感器新闻和定制化新闻一样,都依赖于大

量用户数据的获取和分析。这就牵涉到隐私权的问题。实际上,中国社会科学院舆情实验室进行多次调查结果显示:个人隐私保护是民众认为中国互联网治理中首要解决的问题之一。^[42]数据流动自由度的扩大必然会增加个人隐私泄露的风险^[43]。“在技术发展过程中,我们需要从技术角度去做出一些约束。未来我们需要一种‘隐身权’,就是不让我们的数据被获取或者被记录,但是法律上不能做到这一点很难说,也需要推动。”^[19]随着社会隐私侵犯案件的曝光以及用户隐私保护意识的提升,用户对于侵犯隐私的新闻形态的接受也成为智媒发展的限制性因素。

从媒介软决定论中的社会语境来看,定制化新闻、传感器新闻作为智媒的传播形态,存在一定的感知风险。因此,受感知风险影响的行为意向——用户接受也有待考证,总的来说,社会语境下的智媒并没有学者们描绘的那般美好。

(三) 隐蔽性之三——临场式新闻中的感知风险

说到临场式新闻,我们不得不再次提及VR/AR新闻。上文已经从技术层面对AR/VR新闻的局限做了详细的说明。但是除了技术不成熟之外,VR/AR新闻也带来了新闻真实性以及新闻专业主义的哲学伦理思考。彭兰也提出,“VR/AR新闻会使新闻真实性受到新的挑战,一些过于刺激的场景是否适合用VR/AR来表现,同样也是一种新的新闻伦理考验。”^[1]什么样的新闻内容可以用VR新闻的形式展现,血腥/暴力画面的评判标准是什么?在如今的新闻行业中,这些问题的答案都处于缺失状态。在互联网环境和商业利益的驱动下,用户无意间点开的VR新闻就可能使其产生生理和心理上的不适,甚至蒙上心理阴影。除此之外,VR/AR新闻的过度观看可能会使人们混淆现实与虚拟的世界,分不清真假。因此,临场式新闻存在道德伦理的风险感知,用户接受有待观察,现阶段的智媒只是一种乌托邦式的媒体想象。

四、结语

有关智媒的媒体想象的确美好,但是我们不能被这种幻想冲昏了头脑。智媒作为一种技术导向型的媒介形态,对社会的发展有一定的影响。媒介软决定论在此基础上进行了细化和完善,认为媒介技术以及社会因素都会对社会的发展产生影响作用。因此,对于智媒的讨论需要兼顾技术和社会两大方面。

就技术本身而言,媒介偏向理论认为每一种占主流地位的媒介技术均会通过自己的隐喻偏向性影响和塑造环境。但从有关智媒技术基础的分析可以发现:现阶段智媒的新设备尚未普及,新连接尚未建立,新交互尚未得到广泛使用,因此媒介技术的感官偏向、空间偏向以及人性化偏向都无法完全实现,智媒的技术基础尚未成熟,讨论由智媒媒介技术的偏向性所带来的生态重构还为时过早。

与此同时,媒介软决定论也同样强调社会因素的影响,智媒的发展必定会受除了技术之外的社会因素的制约,本文重点讨论了社会中具有能动性的人对于媒介技术的接受情况。技术接受模型认为感知风险会降低人们对于新技术的接受,而媒介技术的隐蔽性则提醒我们重新审视智媒带来的种种风险。根据讨论可以发现,对话式新闻、定制化新闻、传感器新闻以及临场式新闻作为智媒的传播形态,都存在道德伦理的感知风险,而感知风险又进一步降低了人们对于智媒的接受。因此,用户对于智媒的接受有待观察。

总的来说,现阶段的智媒技术仍处于初级阶段,用户接受有待观察,在有关智媒的讨论中,人们过高、过快地估计了智媒的积极影响,对于智媒的畅想只是一种乌托邦式的媒介发展想象,对智媒的期待还应回归理性。“我们对于技术的驾驭能力最终取决于对于技术认识的深度,以及对人和机器未来关系的思考”^[2],所以,要想驾驭好智媒,就必须认真反思智媒的技术基础以及智媒与人的关系,这样才不会被技术所奴役,才能促使政府规范智媒的使用,企业、学界更加合理地使用智媒。

参考文献:

[1] 彭兰. 智媒化:未来媒体浪潮——新媒体发展趋势报告(2016). 国际新闻界,2016,11:6-24.

- [2] 彭兰. 从众媒到智媒:在机器时代守望人的价值. 人民政协报,2017-01-11.
- [3] 林秋铭,范以锦. 2017—2018:众媒时代到智媒时代的大跨越. 中国报业,2018,1:20-22.
- [4] 郭全中. 智媒体的特点及其构建. 新闻与写作,2016,3:59-62.
- [5] 中国科学报. 智媒来临,你准备好了吗. 高校科技,2016-12-02. [2018-11-18] http://www.edu.cn/rd/zui_jin_geng_xin/201612/t20161202_1472678.shtml.
- [6] 商娜红,刘婷. 北美媒介环境学派:范式、理论及反思. 新闻大学,2013,1:69-76.
- [7] 从众媒到智媒:泛传播时代的传播业特征. 一点资讯,2017-01-05. [2018-11-18] <http://www.yidianzixun.com/home?id=0F0bvXH3&page=article>.
- [8] 由众媒到智媒时代来临,你准备好了吗? 搜狐,2016-11-16. [2018-11-18] http://www.sohu.com/a/119166799_470057.
- [9] 苏涛,彭兰. “智媒”时代的消融与重塑——2017年新媒体研究综述. 国际新闻界,2018,1:38-58.
- [10] Mariusz Flasiński. Introduction to Artificial Intelligence. Berlin:Springer International Publishing,2016:15-30.
- [11] Ed Felten. Preparing for the Future of Artificial Intelligence. Obama White House,2016-05-03. [2018-11-18] <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2016/05/03/preparing-future-artificial-intelligence>.
- [12] 石国贞. 可持续发展的前提:技术决定论批判. 中州学刊,2002,5:161-163.
- [13] Thomas Krogh. Technology and Rationality. London:Ashgate Publishing,1998:58.
- [14] 于光远. 自然辩证法百科全书. 北京:中国大百科全书出版社,1995:225.
- [15] 梁颀. 媒介环境学者与“技术决定论”关系辨析. 新闻界,2013,19:1-8.
- [16] 保罗·利文森. 软边缘:信息革命的历史与未来. 熊澄宇等译. 北京:清华大学出版社,2002:3.
- [17] 徐梓淇,刘钢. 从媒介的发展看技术与社会的关系——兼论技术决定论与社会建构论的贫困. 社科纵横(新理论版),2010,1:225-226.
- [18] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介:论人的延伸. 何道宽译. 北京:商务印书馆,2000:33
- [19] 辛楠. “技术决定论”抑或“技术人文主义”? ——波兹曼“媒介意识形态”理论探析. 新闻界,2014,1:17-22.
- [20] 李明伟. 媒介环境学派与“技术决定论”. 国际新闻界,2006,11:40-43.
- [21] 谢振宇,马虹. 媒介偏向理论研究综述. 新闻知识,2016,5:35-38.
- [22] 智媒来临:2016中国新媒体趋势报告. 腾讯科技,2016-03-04. [2018-11-18] http://tech.qq.com/a/20161115/003171.htm?pgv_ref=aio2015&ptlang=2052#p=1.
- [23] 搭上心理学,腾讯研究院发布报告《VR如何影响人与社会》. VR日报,2017-09-15. [2018-11-18] <http://www.vrrb.cn/kuaixun/61503.html>.
- [24] 2016年中国虚拟现实(VR)行业研究报告. 艾瑞咨询,2016-03-04. [2018-11-18] <http://report.iresearch.cn/wx/report.aspx?id=2542>.
- [25] 江苏省消费者协会VR眼镜消费调查报告. 荔枝网,2017-07-12. [2018-11-18] <http://news.jstv.com/a/20170712/1499832232269.shtml>.
- [26] VR/AR行业报告:五年后市场规模将达千亿美元. 凤凰科技. 2016-12-15. [2018-11-18] http://tech.ifeng.com/a/20161215/44515753_0.shtml.
- [27] 彭兰:传统媒体转型的三大路径——移动化、社交化、智能化. 重建巴别塔,2018-11-14. [2018-11-18] <https://mp.weixin.qq.com/s/6r1nGzVr6I-sgJB2xOcAGw>.
- [28] BI Intelligence:2016全球物联网发展研究报告. 知识库,2017-06-24. [2017-06-24] <https://www.useit.com.cn/thread-15723-1-1.html>.
- [29] 胡万程.《2017—2018中国物联网发展年度报告》今日于无锡发布. 南风窗,2018-09-15. [2018-11-18] <http://www.nfcmag.com/sv/1283.html>.
- [30] 彭兰:从众媒到智媒:泛传播时代的传媒业生态. 浙大传媒星空,2017-01-03. [2018-11-18] http://mp.weixin.qq.com/s/?__biz=MzA4MzA2ODYwOA==&idx=2&mid=2651384655&sn=2efba97b783288f82871d7723a12f05.
- [31] 保罗·莱文森. 数字麦克卢汉——信息化新纪元指南. 何道宽译. 北京:社会科学文献出版社,2001:40-41.
- [32] 保罗·莱文森. 手机:挡不住的呼唤. 何道宽译. 北京:中国人民大学出版社,2004:6.
- [33] 疯鸟. 手势交互应用前景. 人人都是产品经理,2013-12-09. [2018-11-18] <http://www.woshipm.com/pd/56443>.

- html.
- [34] 我是老红啊. 人脸识别很火,你不知道的还有很多. 极客公园,2015-05-12. [2018-11-18] <http://www.geekpark.net/news/212638>.
- [35] 用数据说话:安防和金融备受图像识别公司青睐. 中国安防展览网,2016-01-03. [2018-11-18] <http://www.afzhan.com/news/Detail/53883.html>.
- [36] Il Im, Yongbeom Kim, Hyo-Joo Han. The Effects of Perceived Risk and Technology Type Onusers' Acceptance of Technologies. *Information & Management*, 2007, 45(1):1-9.
- [37] Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, Paul R. Warshaw. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 1989, 35(8):982-1003.
- [38] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死. 章艳译. 云南: 桂林师范学院出版社. 2004:13.
- [39] 赵春光. 新闻内容定制化中的伦理问题. *编辑之友*, 2017, 9:49-52.
- [40] 姜红, 鲁曼. 重塑“媒介”:行动者网络中的新闻“算法”. *新闻记者*, 2017, 4:26-32.
- [41] 何婷. 新闻客户端个性化推荐引发的“信息茧房”现象. *新媒体研究*, 2017, 19:9-10.
- [42] 殷乐, 李艺. 互联网治理中的隐私议题:基于社交媒体的个人生活分享与隐私保护. *新闻与传播研究*, 2016, 23(S1):69-77.
- [43] 徐艺心. 互联网用户隐私保护的环境特点及制度走向. *当代传播*, 2017, 2:66-69.

From Technical Dilemma to Risk Perception: Rethinking about Intellectual Media

Hong Jiewen, Lan Xue (Wuhan University)

Abstract: With the rapid development of artificial intelligence technology, intellectual media has been a hot topic in the media industry. The academic community and the industry have conducted extensive discussions on the future of intellectual media. However, with the practice of the media industry, the intelligence media has also revealed some problems and hidden dangers, which require scholars and professionals in media industry to rethink its influence and value profoundly. Intellectual media is based on the artificial intelligence, therefore from the soft media determinism, with the large amount of data in the industry, the real development status of the intelligent media at this stage can be revealed from the technical basis and user acceptance of the media. The article finds that the intelligence media is still in the primary stage, and the expectation of the intelligence media should be rationality. At this stage, on the one hand, the technical foundation of the intellectual media is in the primary stage: VR/AR is not popular and the convenience and cost need to be optimized, Internet of Things technology has not broken out, and new interfaces and interactions are not yet mature; On the other hand, user acceptance of the media communication form remains to be seen: users have risk perceptions for the use of conversational news, customized news, sensor news, and presence news.

Key Words: intellectual media; artificial intelligence; user acceptance; soft media determinism

■收稿日期:2018-10-17

■作者单位:洪杰文,武汉大学新闻与传播学院、武汉大学媒体发展研究中心;湖北武汉 430072

兰雪,武汉大学新闻与传播学院

■责任编辑:汪晓清