

## 从 ChatGPT 到 Sora：“超级媒介”的意向性

近年来，随着 Open AI 公司开发的生成式、通用式人工智能产品 ChatGPT 和 Sora 相继应用，继元宇宙之后引起社会极大关注的、颠覆性的，具有想象与激情的，具有全面性、智能性、普惠性和普适性的“超级媒介”已然成型。

一般而言，这两种“超级媒介”均涉及学习、理解、意识和思维等哲学本质问题：ChatGPT 主要基于因果逻辑的理解和生成，Sora 则基于时空逻辑的理解与生成。分析其应用环境及使用影响，不难发现其具有如下特性：一是得益于资本和技术（尤其是互联网、3D 技术等）控制下的虚拟环境或场景。ChatGPT 和 Sora，都是虚拟环境下的自主学习与深度模拟。二是离不开作为主体性的人的能动参与——包括关注、想象、意向与体验。从其开发、应用乃至体验、反馈，人在其中都扮演着不可或缺的主体性地位，发挥着不可替代的主体性作用。三是从现实到虚拟再到现实的逻辑连接。它们产生于现实土壤，应用于虚拟环境（场景），最后又用来解决实际问题，具有客观现实需要的生产与消费逻辑。四是任何超级媒介的出现既是人的意向的主动延伸，又具有意向性再延伸的可能性与现实性。

意象的延伸与创构由来已久。纵观中华文明，不仅有诸如以青铜器司母戊大方鼎为代表的器物类超级媒介，也有诸如以司南、造纸术等的发明为代表的技术类超级媒介，而且在中华优秀传统文化关键词核心概念中有以物观物、观物取象的意象创构概念。意象是主体在物我交融中能动创构的，包含着感悟、判断和创造的统一。由器物使用、发明应用以及中华文明之文化传统心理观之，超级媒介的生成与运用，一方面，是作为主体的人由观而感，由感而创，由创而用；另一方面，也是作为主体的人由感而发，由发而悟，由悟而融。概言之，既是人们通过想象、意向与激情来感物与动情，也是通过主体的意向性，使“物”“我”交融，使“观”“悟”升华。

无论是说媒介即讯息（麦克卢汉），还是说“媒介进化”具有“人性化趋势”（杨秀国），无不反映人对于媒介或者超级媒介的主体性理解与能动性创新。作为聊天式文本生成器的 ChatGPT 具备主动适应人类的特质，而作为视频生成器和世界模拟器的 Sora 则具备依意象产生高清、连贯、逼真场景的特质。现象学奠基人胡塞尔的意向性分析认为，感觉经验需要返回到纯粹现象中去。在认知诗学那里，意象性与语言、思维、心理活动和意义建构及“识解”（construal）密切相关。在文学那里则是可见语表的具体性与语里的丰富性综合而成的文学意象性。在中国诗学那里则有非现实性、感性、想象性和情感性特征。胡塞尔传递了“意识是有意向性的”。萨特则基于该意向性把焦点放在心灵的自由上，开创属于自己的存在主义思想。

当今社会，人际交往（传播）不仅仅是较为单纯直接的“人—人”沟通与协作，更多的是技术迭代加速过程中较为复杂繁冗的“人—机”“人—技”连接与交互。而在“后 Sora”时代，一切的生产与生活活动更需要具备主体性的人的意向性——亦即想象力、创造力和审美力。超级媒介的身体与身体体验成为理解技术和艺术的不可或缺的基础。技艺同源、交互与一体，都是人的主体性与意向性在技术或艺术上的体现或表现。虚拟现实的涉身性，改变和重塑技术意向性关于现象学视野中的图像、想象与记忆的关系。基于颠覆性技术的超级媒介的技术意向性，归根结底，就是人的主体意识中的意向性建构、解构与创构。实际上，在笔者提供关键意向概念之后分别让 ChatGPT 作一阙《柳梢青》词时并让 Sora 创景时，前者是现代诗，后者是游离于所设意向之外的场景。从根本上来说二者都难以理解中国文化中的草木之喻、天气之喻与飞鸟之喻。所以，一方面，“人”才是真正的超级媒介；另一方面，超级媒介如何从人工智能到囊括人的主体性的元智能，如何强化其自我学习的元生成、元规则和元逻辑，仍有很长的路要走。

刘金波

武汉大学媒体发展研究中心研究员