

Journalism and Mass Communication

新闻界



2022

总第346期

四川省人文社科重点资助期刊
CSSCI来源期刊
中国新闻核心期刊

ISSN 1007-2438



9 771007 243172

01>

四川日报报业集团主管主办

XIN WEN JIE

2022年第1期

Contents

数字新闻学·反思人-机关系

P₅ / 数字新闻业中的人-机关系
文 | 彭兰

年度观察

P₁₅ / 数字新闻学的崛起：2021 年全球新闻学研究综述
文 | 常江 黄文森 杨惠涵 刘璇

P₃₁ / 理解数字信息生活：2021 年全球传播学研究综述
文 | 常江 黄文森 狄丰琳 潘露

P₄₆ / 现代传播体系建设中的重大事件主题报道
——2021 年中国新闻业年度观察报告
文 | 张志安 谭晓倩

专题：元宇宙与新闻传播

P₅₅ / “新闻”的再定义：元宇宙技术在媒体中的应用
文 | 陈昌凤 黄家圣

P₆₄ / 数字交往论 (2)：元宇宙，分身与认识论
文 | 杜骏飞

编委会主任 李 鹏
编委会副主任 廖 翥
总编辑 邓树明
执行副主编 李韵奕
编委

王炎龙 / 四川大学文学与新闻学院教授
张志安 / 中山大学传播与设计学院教授
刘海龙 / 中国人民大学新闻学院教授
展 江 / 北京外国语大学国际新闻与传播学院教授
常 江 / 深圳大学传播学院特聘教授
曹 晋 / 复旦大学新闻学院教授
冯建三 / 台湾政治大学传播政治经济学教授

李天铎 / 昆山科技大学文化创意产业讲座教授
李金铨 / 香港城市大学传播学教授
Christian Huchs / 希腊雅典大学政治经济学教授
Graham Murdock / 英国拉夫堡大学社会学系教授
Jlises Mejias / 纽约州立大学奥斯威戈分校传播政治经济学副教授
Vincen Mosco / 加拿大皇后大学社会学系教授

栏目主持 常江：数字新闻学 蒋晓丽：博士生新论

封面设计 沈晓颖 封面摄影 尹 刚

学术顾问 尹 鸿 李良荣 陈力丹 杜骏飞 郑保卫 童 兵 喻国明 蒋晓丽

P₇₆ / 元宇宙：具身传播的场景想象
文 | 张洪忠 斗维红 任昊炯

P₈₅ / 元宇宙作为媒介：传播的“复得”与“复失”
文 | 胡泳 刘纯懿

新闻学研究

P₁₀₀ / “融合新闻学”：符合时代特征的总名称
——关于“后新闻业时代”开启后新闻学命名问题的初步思考
文 | 杨保军

传播学研究

P₁₁₁ / 复杂性范式：技术革命下传播生态系统的协同演化
文 | 喻国明 耿晓梦

传播与社会

P₁₁₈ / 智能传播时代人与算法技术的关系交迭
文 | 蒋晓丽 钟棣冰

编辑出版 《新闻界》编辑部
地址 四川省成都市红星路二段70号
电话 (028) 86968866
电子邮箱 xinwenjie66@163.com
邮编 610012
刊名题写 甘惜分
投稿渠道 www.ixinwenjie.com
刊号 ISSN1007-2438 CN51-1046/G2
发地 国内外公开发行
订阅 全国各邮局(所)
邮发代号 62-334
广告许可证 川工商广字002号
印刷 成都鑫达彩印务有限责任公司
出版日期 2022年1月10日

定价 20元/期
法律顾问 曾兴圣 [四川广力律师事务所 (020) 85350935]

版权声明

凡本刊所刊登稿件，即视为作者授权本刊拥有网络传播、图书出版等再使用权，本刊有权决定是否以某种纸质出版或互联网出版形式进行二次出版。作者对此有异议者，须在来稿时特别说明；未经本刊允许，其他刊物或网络不得转载本刊作品；获本刊允许转载者，须注明转自《新闻界》。

复杂性范式：技术革命下传播生态系统的协同演化¹⁾

喻国明 耿晓梦

摘要 面对技术革命所带来的“百年未遇之大变局”，如何整体性把握技术驱动下社会传播系统演化机制成为实现传播实践有序发展和升级必须要回答的问题。我们需要超越围绕传播领域内某个要素的改变研究某类主体发展路径或治理对策的惯有的视角局限，结合复杂系统理论与生态学理论等新视角，基于我国传媒业发展现状构建符合现实实践的传播生态系统模型，从多主体的行为交互角度分析传播生态系统的发展演化过程，通过演化研究引导新时代社会信息传播系统实现健康有序发展。

关键词 技术革命；传播生态；复杂性范式；自适应；协同演化

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 喻国明，北京师范大学新闻传播学院教授、学术委员会主任，北京师范大学“人工智能与未来媒体实验室”主任，中国新闻史学会传媒经济与管理学会专业委员会会长，北京 100875；耿晓梦，中国人民大学新闻学院博士研究生，北京 100872

每一次移动通信技术的迭代升级都被认为是一场划时代的跨越，带来传播领域的巨大变化。迄今为止，移动通信技术已经经历了从 1G 到 4G 共 4 个时期：2G 实现从 1G 的模拟时代走向数字时代，3G 实现从 2G 语音时代走向数据时代，4G 实现 IP 化，数据速率大幅提升。从简单的短信文本到图文并存，从视频直播到场景体验，媒介形态造就了社会传播的全新图景。5G（5th Generation）即第五代通信技术的革新带来了物联网、移动互联、人工智能、云计算、流媒体视频等技术的新发展，也为现实社会以及虚拟网络空间中的传播机制和传播效应带来了新的挑战。

不同于对某个传播要素进行“小修小补”的改良型技术，5G 技术的应用将创造一个无限量巨大信息网络，并将从前不能纳入其间的关系纳入进来——从人与人之间的通信走向人与物、物与物之间的通信，创造智能终端之间的超级链接。正如麦克卢汉在《理解媒介》中所表明的，新技术对社会变迁的影响从来都不是沿着其初生目的那一方面线性的延伸，而是对整个社会有机体的系统性大手术。作为一场技术革命，5G 是对信息网络所链接关系的总体性重构。

一、新传播：新要素入场使得社会传播成为开放的复杂巨系统

必须看到，如习近平总书记在主持中央政治局第十二次集体学习时所强调

1)基金项目：教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“中国主流媒体传播力绩效评估研究”（20JJD860001）。

的“全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用”，媒介与传播技术持续为相对“无权”者“赋权”，数字技术改变了传媒业因机械复制技术形成的信息垄断格局，瓦解了一对多的有序的大众传播秩序；“大众自我传播”极大地推动了更多不同连接方式的交流与传播的实现，更多的传播要素涌现：“物”成为新的公共信息“传播者”，后真相、非理性因素成主要的社会表达，平台与运行其上的算法成为信息传播的关键性中介……等等。新传播要素的入场使得社会传播成为一个“开放的复杂巨系统”，在多重复杂因素交织影响下“换道行驶”。

（一）信息生产泛众化

事实上，即使在网络社交媒介出现之后，“人人都是传播者”只是理论上的一种可能，因为这时传播的主要方式还是通过书写文字来进行的，书写文字本身是有一种精英逻辑在里面起着作用的，绝大部分人还是“沉默的大众”，他们只是一个个赞者、转发者、阅读者、消费者，而不是内容创造者，不是发言的主体。视频手段的普及是“泛众化传播”时代正在到来的技术基础，4G时代的短视频和直播在人类历史上第一次把社会性传播的发言者门槛降到如此之低，而5G对于视频的加持将进一步丰富和扩大这种“泛众化传播”的社会影响的宽度与深度。^[1]技术将释放网络用户更多传播者的主体性。同时，5G时代，无人机、各种环境中的摄像头、传感器等可以超越人的时空局限与感官局限进行信息采集，其中的一些具有公共价值的信息可能经智能系统自动加工后直接发送给用户。物成为另一种类型的公共信息的传播者。这就意味着，5G带来的“泛众”传播主体不仅仅是门槛再次降低的普罗大众，还有为人的自我感知、自我传播提供一种新媒介的“智能物”，信息生产者网络被大大扩容，建立起人—物、物—物、物—空间环境、物—服务等新的传播关系，传播行为将弥散在各种日常活动中。^[2]

（二）内容价值多维化

信息生产者的扩容必然导致内容生态系统的扩容。社会化内容平台大大解放了内容生产力，

内容不但供给的数量海量扩张，而且内容的表达主体、传播形式、借助的介质与渠道以及产出的效果都极为丰富——全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体即是这种状况的集中表达。随着短视频成为视觉传播的主流形态，内容生产者适应当前移动化、碎片化和社交化的传播场景，以主题人物、热点事件和温情故事等为主要体裁，通过碎片化的视觉表达和情感化的传播模式的内容生产传播模式转变形成了一种混合情感传播模式。^[3]网络社会的民间化以及短视频的平权化助推着非理性非逻辑性信息涌现，视频表达以及VR和AR技术的宽频谱和沉浸感凸显着内容的情感张力；内容本身在万物互联、永久在线时代发挥出超强的连接力，在“人—人”与“人—物”的连接中建构着丰富多元的可实现价值变现的场景。可以说，新一代内容生态中，内容的价值维度更加多元：从作为资讯传达的内容到作为情感表达的内容再到作为媒介功能的内容，内容在深度价值之外，还有宽度价值和中介价值；在诉诸情感及个人信念较客观事实更能影响民意的后真相时代，只要能引发情感共鸣与趣缘人群聚拢，这些具有横向连接价值的内容更有可能实现精准高效传播。面对现在出现的新的表达方式和越来越多的非逻辑、非理性成份，如何进行表达方式的配置，如何把握其机制和规律，目前这方面几乎可以说是一种空白，缺少把控制力。

（三）信息分发算法化

传播技术对媒介生产和消费端的赋能使极具多样性和复杂性的信息生态出现了供需危机，信息传播的精准化成为移动互联网时代的传播重点，而算法型信息分发实践中算法机制要解决的问题正是把合适的内容传播给合适的受众。^[4]传统新闻信息生产传播流程是一种“新闻机构—新闻受众”的连接方式，但随着互联网平台通过版权协议完成对传统新闻机构的收编，以及社会化信息生产力量的加入，依托机器算法且拥有用户黏度的平台成为平台媒体，承担起连接信息生产者和用户之间中介的角色，至此，传统新闻机构和用户不再直接联系，信息的生产和传播变成了“生产者—平台媒体—用户”甚至是“平台媒体—用户”这

一全新的模式。于是，从传播权力结构来看，伴随着“生产者—平台媒体—用户”模式的确立，信息选择的权力从传统新闻机构过渡到了平台媒体，原本处在信息生产传播核心位置的传统新闻机构被推向了信息生产和传播链条的边缘，沦为了专业的新闻生产工具，而平台媒体成了新的行业操纵者和传播规则制定者，实现了向传播权力中心的跃进。^[5]

（四）媒介消费个体化

显然，受众的个体化趋势是技术逻辑主导下传播媒介研究不可忽视的变革。以互联网为代表的数字媒介的本质就是激活了个人为基本单位的社会传播构造，“大众自我传播”（mass self-communication）极大地推动了更多植根于本地的、更加个人化的交流与传播的实现，消费者是个人与技术复合的“超级个体”，消费模式从集体时空消费转变为“利基时空”消费。随着技术的不断发展，受众具备空前自主性和传播权的“超级个体”身份会更加复杂，当VR/AR、物联网、人工智能技术全部走入日常生活之后，个人不仅仅是信息传播网络上的重要节点，同时也是更广阔网络中的能动者。牛津大学互联网研究中心提出，“下一代互联网用户”最重要的特征就是对媒介资源的“自我配置”，即新媒体消费的边界取决于个人对媒介系统的“自我配置”。5G时代，技术对社会中相对无权的个体和群体的赋权将会超越以往任何一个时代，曾经面目模糊的原子个体，会以另一种方式连接和聚合，改变社会机构与权力格局。

（五）传播权力再组织

5G技术以“赋权”的形式，打破传统各传播要素的原有结构与原有秩序，改变传播权力格局。5G时代将联结拓展至人与物、物与物，更多的微资源、微价值、微内容在万物互联条件下得以被发现、挖掘、聚合、匹配，个体之间可以产生自由的连接和多样的互动，而这些连接与互动会再次形成更大的社会价值，社会加速进入以个体为基本运作主体的“微粒化社会”。在微粒化社会中，在行政、资本、暴力等传统权力来源之外，节点间的连接以及大量连接所产生的关系资源成为一种新的赋能赋权的力量源泉。这种全新的社

会赋能与赋权的力量源泉通过关系资源的激活、连接、聚集和整合等等软性的力量来推动其连接和再连接的结构性的效应的“涌现”。面对5G技术带来的传播权力转移，从个体到平台媒体和传统媒体再到国家，社会传播系统的各层级主体都应理解新权力机制下的机遇与风险以及权力的收敛与平衡之道。

二、新视角：生态学范式与复杂系统范式为传播学研究提供新路径

信息革命兴起后，社会传播形态由以往的大众媒体时代的传播流模式逐渐向网络化传播模式转变，本来似乎秩序井然中心边缘分明以线性因果逻辑运转的社会，变成了无边无际的波浪式的涌动：没有中心，或者是互为中心，此起彼伏，前呼后拥，同声共享。随着5G时代的到来，更大量级的多源异构信息以及信息总体连接增加，信息传播呈现出更强的复杂性，是复杂场域和复杂网络。因此，为更全面深刻地把握社会传播系统，我们可以从生态学范式和复杂系统范式中挖掘可借鉴的理论资源。

（一）生态学方法论：生态位理论

生态学（Ecology）是研究有机体极其周围环境相互关系的科学。以“个体—种群—生态系统”这样不同维度上的运动变化作为研究对象，生态学探讨的是其结构和功能以及它自身与环境的关系，它的方法论具有层次性、整体性、渐进性、动态性等这特性，这些特点使得生态学可以成为处理复杂问题的纽带，变成了具有普遍意义的方法论。

生态位（niche）是一个既抽象又内涵丰富的生态学名词。美国学者R. H. Johnson在1910年最早使用了生态位一词，但他只是使用，没有定义生态位的概念；生态位最早的定义由美国生态学家J. Grinnell给出，他把生态位看成是生物在群落中所处的位置和所发挥的功能和作用，他认为生态位的实质是一个行为单位。其后，有学者从功能视角定义了生态位，还有学者把生态位区分为功能生态位和地点生态位。哈钦森则用数学的点集语言、用抽象空间来描绘生态位，从立体的角度出

发,综合考虑空间、资源利用等多方面,认为生态位是一个生物单位(个体、种群或物种)生存条件的总集合体,即所谓的多维超体积生态位(n-dimensional hypervolume niche),其推出的多位超体积生态位、基础生态位、现实生态位概念为其他领域的应用研究提出了分析思路。在此之后,还有不少学者给出了不同的生态位定义和划分:有的生态学家把生物的生境比作生物的“住址”,而把生物的生态位比作生物的“职业”;而有的生态学家认为一个生物单位的生态位(包括个体、种群或物种生态位)就是该生物单位适应性的综合;因此有学者总结生物环境与生物生态位之间的差异在于生物生态位的概念中包括生态开拓和利用其环境的能力,也包括生物与环境相互作用的各种方式。^[6]从上述回顾看,生态位概念自提出以来,其内涵得到不断地发展和深化,但基本包含三个关键词:位置、功能和相对性,所以概括地说,生态位是指一个种群在自然生态系统中在时间空间位置上所占据的位置及其与相关种群之间的功能关系和作用。

生态位基本理论包括生态位态势理论、生态位压缩与释放理论、生态位移动理论、生态位分离理论、生态位动态理论以及生态位构建理论,等等。其中,物种的生态位构建与其进化机制的研究成为生态位理论的新进展。所谓生态位构建是指有机体通过新陈代谢、活动和选择,部分地创建和部分地毁灭自身生态位、改变环境,进而改变其环境中生物与非生物的自然选择源的一种能力。

总的来说,生态位理论反映了生态系统的客观存在,它是生态系统结构中的一种秩序和安排,是客观环境之间的交汇,反映了环境所提供的资源谱和生物对环境的生态适宜度。从理论的应用实践来看,生态位研究已成为生态学最重要的基础理论研究之一,并已经渗透到了很多研究领域,被广泛应用于政治、经济、营销管理等领域。

总的来看,生态范式对媒介研究具有宏观性,在考察媒介与社会之间关系的研究上提供了一种全局观。在国内传播学研究中,已经有学者们将生态位、绿色、种群、食物链、生物钟等生态学

术语移植到媒介研究领域,探究“媒介之间的竞争和制衡所形成的结构体系”以及“媒介群落在社会大系统中的运动状态”。^[7]

(二) 复杂性系统科学的崛起:从自组织到复杂适应系统

随着科学的发展和技术的进步,系统科学从上世纪30年代开始兴起,人们逐渐认识到系统大于其组成部分之和,系统具有层次结构和功能结构,系统处于不断的发展变化之中,系统经常与其环境有物质、能量和信息的交换,系统在远离平衡的状态下也可以稳定(自组织)、确定性的系统有其内在的随机性(混沌),而随机性的系统却又有其内在的确定性(突现)。这些新发现不断冲击经典科学的传统观念,这种趋势使很多研究者感到困惑,也促使一些有远见的科学家开始思考并探索新的道路。兴起于20世纪80年代的复杂性研究或复杂性科学,是系统科学发展的新阶段,也是当代科学发展的前沿之一。在复杂系统及复杂性的大量研究工作的基础上,复杂性科学的研究获得了很大的进展:现代科学从老三论(系统论、信息论、控制论)过渡到新三论(耗散结构论——主要研究非平衡相变与自组织、突变论——主要研究连续过程引起的不连续结果、协同论——主要研究系统演化与自组织),另外还有相变论(主要研究平衡结构的形成与演化)、混沌论(主要研究确定性系统的内在随机性)、超循环论(主要研究在生命系统演化行为基础上的自组织理论)等新科学理论也相继诞生。^[8]但目前来看,复杂性科学研究尚未形成一个统一的理论体系,没有提出一个明确的研究框架。

在复杂性产生机理的研究方面,圣菲研究所(SFI)的霍兰教授在复杂系统的研究中,发现了一大类系统都是由一系列具有适应的个体组成的,他把这类系统成为复杂适应系统(Complex Adaptive System, CAS),并给出了复杂适应系统的统一描述框架及研究方法。^[9]

复杂适应系统理论认为,适应性主体(adaptive agent)是具有明确行为目标、独特的内部模型和自主行为能力的复杂适应系统子集,该主体在已有的知识和信息基础上能动地在外部环境刺激

与行为效果之间设定对应关系，然后根据这些对应关系所形成的“策略空间”和行动集合，灵活选择适应外部系统环境的方式，并根据适应性行为的反馈结果，不断地学习和积累经验，并根据这些学习收获及时修正自身的组织结构和行为规则，以保持自身的环境适应性。“适应”一词是霍兰对系统中适应性主体与系统外部环境反复作用关系的概括，是复杂适应系统理论最基本的概念，同时也是复杂适应系统产生新的系统结构、新的系统层次和更复杂的系统行为的根本动力；而“适应性主体”则是复杂适应系统理论研究的核心内容，在复杂适应系统的自适应发展过程中，适应性主体是与系统环境协同发展、共同演化的，系统内在要素的相互作用是复杂适应系统高阶演化的本源，系统多样化的产生和复杂化的演进都是基于适应性主体根据已有经验和学习不断变换规则适应系统整体运行要求而派生出来的，适应性主体的动态适应性决定了复杂适应系统的复杂动态性。

就复杂适应系统理论的研究范式而言，复杂适应系统理论的研究视角将宏观分析与微观分析相结合，将还原论与整体论相统合，对阐述复杂系统能动适应外部环境的自组织机制提供了独特的研究视角和研究方法。就理论特点来说，不同于传统系统理论强调系统自上而下集中控制路径，复杂适应系统理论特别重视适应性主体与系统环境的交互学习过程对系统演化发展的积极影响，并强调适应主体与系统环境之间、适应性主体的微观运行方式与宏观系统运行方式之间的协调统一，这对于揭示复杂系统的生产和演化规律，探索各类复杂系统的结构、功能和运行方式具有重要的启示和借鉴作用。

三、新关切：新技术逻辑下传播生态系统演进的关键问题

新一代媒介与传播技术带来的传播现实是，在个人为基本运作单位的微粒化社会中，多元主体、多种力量在传播场域内涌现，它们不是孤立的、一成不变的、被施加于力的，而是彼此联结、交互、自适应学习着，并以此推动着整个传播领

域的根本性再造。同时，需要看到的是，传播生态系统变迁过程具有多样性和差异性，既包含微观个体之间的种群变化，也包括中观子系统的可持续协同，亟需厘清不同层级对象之间的复杂多样关系。因此，5G时代传播领域变革研究需要更加全面、系统、动态的视角，在一体化研究视角下剖释传播系统内生态关系，对传播生态系统演化的动力学机制展开细节性、深入性研究。

如上文所强调的，复杂适应系统（CAS）是现代系统科学的一个新的研究方向，作为第三代系统观，突破了把系统元素看成“死”的、被动的对象的观念，引进具有适应能力的主体概念，从主体和环境的互动作用去认识和描述复杂系统行为，开辟了系统研究的新视野。以此为鉴，我们可以把社会传播系统视为一个具有主观能动性的复杂适应系统整体，初步构建复杂适应系统视角下的传播生态系统认知框架和概念模型，建立起复杂性科学范式下传播研究分析的学术框架，研究传播生态系统的复杂性与适应性，加深对传播生态系统演化规律的认识，以期对社会传播转型升级的理论研究和实践探索有所裨益。而要理解新技术环境下的传播生态系统协同演化机制，关键是回答好以下三个方面的问题：

（一）5G时代传播生态系统的建构研究

生态系统由生态要素以及生态关系构成，对于产业生态系统的研究，已有学者从“生态元”-“生态链”-“生态群落”的角度进行了较为深入的剖析，以此来揭示产业生态系统的生态关系。在同一时空范围内，不同生态元拥有的生存要素、所处环境以及与其他生态元之间的关系各不相同，因此不同生态元占据不同生态位。生态位差异取决于生态元功能不同、生态位差异也决定了生态元作用各异；生态元之间合作共生关系决定了生态位之间的互补性；功能分工不同的生态元耦合协同实现了产业生态的系统功能。因此，传播生态系统研究可以首先以系统论思想为基础，类比自然生态系统，构建传播要素生态系统，探讨传播生态系统的复杂适应性特征及复杂性根源，然后再通过分析各类要素的属性特征、生态位作用以及要素间生态结构的相互作用，建立起复杂适