

机器朋友：人机交互中的主体性困境探究

——以微博社交机器人“评论罗伯特”为例

蒋艺瑶, 旷越, 黄予函, 胡茵茵

(南京大学新闻传播学院, 江苏南京 210023)

摘要:立足于微博社交机器人“评论罗伯特”案例中人类与社交机器人交互的全过程,从实证层面关注不同用户面临的主体性困境。研究发现,用户在清醒认知并采取行动维护自我主体性的同时,仍面临着无意识的异化和剥削,具体表现为四大主体性困境:机器沟通体验上,既明辨算法痕迹又难抵话语失范;信息归属决断上,既重视信息保护又面临泄密风险;情感交互过程中,既强调情绪价值又遭受偏见侵入;算法本质识别上,既掌握主体意识又存在失效驯服。针对上述问题,研究进一步指出,关涉人类主体性危机的思考应回归人类自身,用户提升自我算法素养水平将是克服当前阶段主体性困境的核心。

关键词:人机交互;主体性困境;社交机器人

中图分类号:G206.3

文献标识码:A

文章编号:1008-7699(2025)01-0011-12

一、引言

近年来,具有社交属性的人工智能在全球流行。2022年末,ChatGPT专有的Character AI(具有特定角色的人工智能)通过“拟人化”聊天吸粉无数。同样的,国内也掀起了声势浩大的社交机器人热潮。其中,热度最高的莫过于微博平台的“评论罗伯特”账号(下文简称“罗伯特”)。作为国内首批具有社交属性的人工智能产品,罗伯特通过随机评论的方式与用户互动。截至目前,“评论罗伯特”微博账号已有近150万粉丝,转评赞超过100万次。

早在1951年,麦克卢汉就做出了“机器新娘”的预言,认为技术的进步加速着社会的机械化和人的异化。^[1]如果说二十世纪的“机器”以“新娘”的形象被构想,那么,今天的罗伯特则以“朋友”的身份越来越紧密地嵌入人们的社交生活,麦克卢汉具有前瞻性的预言是否仍适用于“机器朋友”?一直以来,哲学层面的主体性问题是探讨人机交互时不可忽视的终点问题,原本作为客体的机器威胁着行动者的主体性成为学界共识。而如今,在人机交互的风口处,虽然“机”的“智慧”处处彰显,但“人”的“狡黠”同样可圈可点。于是需要进一步辨明,当人们沉浸在与机器的“斗智斗勇”中时,人的主体性将面临何种更为复杂的异化风险或困境。对此,我们提出如下研究问题:用户在与社交机器人的交互过程中具有怎样的认知和体验?这些认知和体验表明人类主体性面临何种异化困境?

既往研究在探讨主体性问题时,惯于停留在理论思辨层面,未能充分结合现实情况与具体情境展开分析。基于此缺憾,本研究以社交机器人“评论罗伯特”为例,从实证层面探索用户在人机交互过程中存在的“清醒”与“迷失”,以期丰富关于主体性概念的讨论情境,使概念在实证层面得到解释,从而为规避算法逻辑下的主体性困境和提高使用者的算法素养提供一定帮助。

收稿日期:2024-09-24

作者简介:蒋艺瑶(2001—),女,山西太原人,南京大学新闻传播学院硕士研究生;胡茵茵(1977—),女,安徽绩溪人,南京大学新闻传播学院应用传播系主任、副教授、硕士生导师,本文通讯作者。

二、文献回顾

(一)作为人机交互典型的社交机器人

社交机器人指的是在社交网络中扮演人的身份、拥有不同程度人格属性、且与人进行互动的虚拟人工智能产品。^[2]存在于数字社交空间中的这类人工智能产品,本质是无生物实体的软硬件系统^[3],它们通过整合代码的方式来模拟真实用户自动发布内容^[4]³⁰⁷,或通过文字、语音等方式与用户互动。关于社交机器人的类型,Maréchal 将其分为调研机器人、编辑机器人、政治机器人、聊天机器人四类。^[5]其中,最流行的是聊天机器人,其创建是为了与特定用户进行对话交流,本研究侧重讨论的正是这类社交机器人。从发展进程来看,早期的社交机器人功能单调,仅支持简单的内容输出或模式化交流,而随着智能化技术的不断进步,当前社交机器人开始愈发纯熟地模仿和学习用户的在线行为,既能够独立运行账户,又能进行相对复杂的社交互动并建构社交网络。^[6]

从最早的 ELIZA、MrMind,再到 ChatGPT、罗伯特,社交机器人正不断深入人们的生活,关于人机交互方式的变化成为当前学界讨论的热点。过去谈及人机交互,侧重的是以机器为中介的人际交往,诸如软硬件系统如何克服时空限制连接人与人,即“人-机器-人”模式。但随着智能水平的提高,“机”经历着从机械化向人格化的转型,人机交互关系逐渐从人单向度控制机器,到人获取机器的个性化服务,再到人与机器实现交流互通。^[7]可见,人机交互正在朝向沉浸与共情的智性反馈迈进,“人-机器”这一交互模式渐变为主流^[8],本研究以社交机器人为对象展开的人机交互讨论正聚焦于此。那么,社交机器人的大量运用是否已然改写了原有的人类中心主义性质的互联网社交模式^[6]?要进一步阐明这一问题,需要从人机交互的过程中,看到人类主体及其具有的主体性如何受到机器影响。

(二)人机交互中的主体性问题

关于主体性的讨论早在古希腊时期就已萌芽,普罗泰戈拉曾在《论真理》中提出“人是万物的尺度”^[9]。此后,笛卡尔的“我思故我在”以“我思”的无可怀疑性证明了“我”的存在^[10],标志着近代主体性哲学的开端。在马克思看来,主体性是人作为主体的本质属性,表现为人在能动地认识世界和改造世界的过程中具有的主动性、创造性^[11],这一论断意味着主体性的呈现并不是人类主体的独立事件^[12],只有同时关涉作为实践对象的客体,关于主体性的讨论才具有立足的支点。

一直以来,人与机器被视作支配与被支配的相对关系。然而,当“机器是人”成为人工智能时代的隐喻^[13],人类开始审思“人是万物的尺度”在新型人机交互中是否仍然成立。有研究认为,当人工智能具有拟主体、类人化特点^[14],尤其是当社交机器人这类具有参与性的社会智能体(social agent)出现后^[15],人与机器的主客体界限和二维关系或被打破^[16],人与机器不再是主体性哲学框架下对立的存在,而是转变为共同主体,相关讨论转向了主体间性^[17]。但是更多研究表明,即便是智能化程度最高的机器,仍无法成为主体。原因在于,机器的生成本质是“高级复制”,即对已经发生或已经存在的“事实性知识”进行组合排列,而人类的生成本质则是“创造创生”,过程中充满着无法预设的突变。^[18]同时,作为人类实践活动的产物,人工智能技术的风险总体上都在人类可控范围内。^[11]因而生成式人工智能创设的是“主体-主体”的关系错觉,建构的是人机交互中的伪主体间性。^[14]即便是最具拟人态的社交机器人,也因其生成本质和可控性而难成主体,因此本文将延续主体性哲学的路径进一步讨论。

学界围绕人工智能与人类主体性展开的研究汗牛充栋,论及人类主体性的多种呈现面向,如思维能力、意识、身体、劳动等。^[19]而本研究以社交机器人为锚点进行的洞察,关乎的是人类主体性中的社会属性。马克思指出,人的本质不是单个人所具有的抽象物,在其现实性上,它是一切社会关系的总和。^[20]社会关系作为人与人之间的联系纽带,是人的本质及其相互区别的终极确立者。^[21]那么,当社交机器人与产生更复杂的关系,甚至成为人的伙伴、朋友后,它们是否在交往过程中威胁到人类主体性?

关于这一问题,前期研究普遍持“异化”立场,认为智能机器非但没有为人服务,反而对人的社会交往

产生负影响,甚至呈现出控制人类的倾向。主要表现为:第一,算法的模式化交往造成个体“降维”。从生成哲学的视角来看,人工智能并非提供着“个性化”交流服务,而是以同一化模板去除了人的个性和差异^[18],作为主体的人对自身日趋简化和钝化的认知处境却浑然不觉^[22]。第二,个人信息在人机交互中被智能化产品所掌控而呈现出透明性。^[13,23]当前,人类用户既存在有意识的信息自愿让渡与被迫交付^[22],又面临难以察觉的“整合型隐私”泄露^[14]。第三,机器的情感缺席,造成人类情感互动需求的隐性禁锢。^[24]有研究表明,人工智能具有的情感真实性存疑^[25],而人类却可能对这类“情感欺骗”产生依赖心理。^[26]第四,人工智能习得社会偏见造成使用者歧视。人机交互中,人工智能输出内容并非中立,而可能隐藏着偏见、歧视与暴力,具体表现在性别歧视、种族偏见等方面。^[27]

但随着研究进一步深入,开始有学者对上述论断产生批判性反思,认为用户并未在人机交互中完全丢失主体性。DeVito认为当用户受算法限制时,也会进行抵抗或选择离开。^[28]国内研究同样揭示了用户如何通过控制停留时长、截图代替收藏等战术抵抗算法权威。^[29]可以说,用户选择性使用、不持续使用、弃用等多样的应对形式,是媒介演进过程中人与技术之间的适应性演变,其中蕴含的“驯化”内涵正在不断拓展。^[30]但是,用户对自我主体性的反思以及具有自我救赎意味的行动,是否帮助他们摆脱了异化风险?已有研究者提出,用户的治理性缠斗不一定代表其对算法霸权的抗争胜利,相反却可能修补了算法的“缺陷”,从而进一步加深算法对人的控制。^[29]这正指向本研究期望讨论的主体性困境,即用户在清醒认知并采取行动维护自我主体性的同时,是否仍面临着无意识的异化与剥削?针对这一问题,当前研究普遍从理论层面展开思辨性讨论,较少从实证层面关切用户的真实行动与体验。因此,本研究试图以更像“人”的社交机器人为例,探索用户在人机交互过程中的认知和体会,进而与既有思辨层面的主体性研究实现对话。

三、研究设计

(一) 案例选择

本研究选取的社交机器人案例为微博平台的“评论罗伯特”账号。罗伯特是一款基于大模型技术,能够自动生成个性化评论内容并与用户实现互动的社交机器人产品。2023年12月7日正式上线后,罗伯特迅速成为微博平台的一大亮点,而它的意外走红凭借的是“不请自来”的评论方式和“已读乱回”的评论风格,其所夹杂的猎奇、新鲜、笑料为微博用户带来了全新的人机交互体验。本文选取这一账号为主要研究案例,一是其作为国内最早投入使用的社交机器人具有典型性和代表性,兼具热度与硬实力;二是其拥有广泛的受众基础,几乎所有使用微博的用户都或多或少与罗伯特产生过关系,由此展开关于用户主体性的探讨将更具说服力。

当然,除了罗伯特,微博平台还推出了如“MBTI小行家”等一系列提供互动服务的社交机器人,各个游戏平台也顺应潮流推出了多种主打塑造亲密关系的“AI恋人”机器人。因此,为了丰富研究视角、扩大受访者范围,微博平台的“MBTI小行家”、ChatGPT的Character AI(Dan)以及其他更为小众的社交机器人也作为本研究的补充案例。

(二) 研究方法:深度访谈

本研究采取深度访谈的方法,挖掘受访者如何进行人机交互。具体而言,研究采取半结构与无结构访谈相结合的方式,并通过线上渠道完成访谈。访谈问题根据既有研究成果设计,主要包含三方面内容:第一,用户人机交互的基本情况,包括人机交互频率、人机交互内容等;第二,用户在人机交互中的认知、态度、行动、体验等,这一部分引入了既有关于主体性异化的研究结论,探求用户是否感到算法模式化、隐私泄露、情感依赖等问题,并问及用户在多大程度上实践着主体性抵抗;第三,基于前两个方面的提问,进一步挖掘受访者认知与行动背后的缘由。

研究团队主要在微博平台有针对性地联系访谈对象,具体方式如下:以“罗伯特”为关键词搜索实时

内容,并随机选取发布者;在“评论罗伯特”“吃瓜罗伯特”“罗伯特受害者”等账号发布内容的评论区随机选取用户;在“评论罗伯特”超话随机选取用户。除此之外,研究也以“聊天机器人”“AI 男友”等为关键词搜索微博实时内容,并随机选取发布者。在受访者知情同意的基础上,本研究共收集到 30 份有效访谈资料。为了保护个人隐私,所有受访者均以匿名形式呈现,具体信息如下:

表 1 受访者信息

受访者编号	性别	年龄	常住地区	受教育程度 (包含在读)	社交机器人选择	人机交互频率	访谈渠道
1	女	24	香港	本科	评论罗伯特	5-10 次	微信
2	女	22	重庆	硕士	评论罗伯特	10-20 次	微信
3	女	22	重庆	本科	群聊 AI 助手	10-20 次	微信
4	女	22	南京	本科	叨叨、游戏聊天机器人	>20 次	微信
5	女	24	南京	硕士	MBTI 小行家	5-10 次	微博
6	女	23	南京	硕士	评论罗伯特、MBTI 小行家	>20 次	微信
7	男	23	重庆	硕士	评论罗伯特	<5 次	微信
8	女	23	昆明	本科	评论罗伯特、ChatGPT、葱葱大眼仔	10-20 次	微博
9	女	23	北京	硕士	MBTI 小行家	5-10 次	微博
10	女	23	重庆	硕士	评论罗伯特	10-20 次	微博
11	女	22	北京	本科	评论罗伯特、MBTI 小行家	10-20 次	微信
12	女	24	江苏	硕士	评论罗伯特	<5 次	电话
13	女	23	北京	硕士	评论罗伯特、美妆小甜豆、吃瓜罗伯特	>20 次	电话
14	男	23	上海	硕士	评论罗伯特	5-10 次	电话
15	男	23	北京	本科	评论罗伯特	10-20 次	电话
16	女	23	上海	本科	评论罗伯特	10-20 次	电话
17	女	23	苏州	硕士	评论罗伯特	5-10 次	电话
18	女	22	西安	本科	评论罗伯特	10-20 次	电话
19	女	23	无锡	本科	评论罗伯特	<5 次	电话
20	女	23	广州	硕士	评论罗伯特、你的赛博闺蜜	>20 次	电话
21	女	23	南京	硕士	评论罗伯特	5-10 次	电话
22	女	22	苏州	本科	评论罗伯特、搭子匹配大师、MBTI 小行家	>20 次	电话
23	女	24	上海	硕士	评论罗伯特、MBTI 小行家、搭子匹配大师	10-20 次	电话
24	男	23	无锡	硕士	评论罗伯特、游戏聊天机器人	10-20 次	电话
25	女	26	南京	博士	评论罗伯特、MBTI 小行家、搭子匹配大师	>20 次	微信
26	男	23	上海	硕士	评论罗伯特、搭子匹配大师	10-20 次	电话
27	女	24	南京	硕士	评论罗伯特	5-10 次	电话
28	女	22	厦门	本科	MBTI 小行家	5-10 次	微信
29	女	23	福州	硕士	评论罗伯特、搭子匹配大师、夸夸小精灵、 怼怼模拟器、MBTI 小行家	>20 次	电话
30	女	24	南京	硕士	评论罗伯特	<5 次	微博

本研究选取的 30 位受访者具有一定同质化倾向,他们的年龄区间在 22~26 岁之间,并且主要以受教育程度较高的女性为主,这与本研究的选择平台、讨论案例密切相关。统计数据表明,微博平台的 90 后和 00 后用户占比接近 80%,女性用户占比超过半数。^[31]当研究者以“罗伯特”“Character AI(Dan)”“聊天机器人”等为关键词搜索实时内容时,男性发布者出现的频率极低,这可能意味着主打聊天功能的社交机器人更受年轻女性用户青睐。

(三) 访谈材料分析

在分析访谈材料时,本研究通过开放式编码、主轴编码、选择性编码^[32]形成范畴体系。访谈资料的原始文本通过 Nvivo12 进行初步筛选。在开放式编码阶段,共提炼出 32 个初始概念编码,具体编码举例见表 2。接着,在主轴编码阶段,对 32 个初始概念进行聚类合并,得出 10 个次要范畴,并进一步整合归纳为 4 个主范畴,详见表 3。

表 2 开放式编码(部分)

原始代表性语句举例	初始概念
# 27: 它的回复感觉就是把字排列组合起来,然后套入一个聊天模板。	算法有模板感
# 29: 简单内容回答还是有针对性,文本稍微长或者复杂一点就会有点断章取义。	算法断章取义
# 16: 有时(AI 机器人的回复)会有一些的攻击性,对开玩笑的度把握不准确,有嘲讽意味。	感到言语冒犯
# 8: 我觉得现在这种大数据环境下,信息泄露挺常见的,所以对于这个评论罗伯特我已经无所谓、温水煮青蛙了。	对个人信息泄露感到无奈
# 20: 罗伯特给我的基本上都是情绪的鼓舞,我能从它的话语中感受到温暖和力量的传递。	获得情绪价值
# 26: 我并没有在微博作出 AI 介入平台活动前收到任何的通知或者更新协议,我觉得对于部分本身就将被微博当成私密平台的用户而言,罗伯特的评论本身即构成侵犯。	平台不作为导致信息泄露
# 9: 随机点了两个角色,言语间都有厌女倾向,爹味很重,有大男子主义,也有可能是我选的角色问题。	算法性别偏见

表 3 主轴编码

主范畴	次要范畴	次要范畴内涵
机器沟通	算法模式化痕迹	指用户感到社交机器人具有特定模版,在交互时存在错误解读、断章取义等问题
	机器主导性	指社交机器人在交互中占据主导性,能够主动发起互动、引起对话等
	算法话语失范	指社交机器人输出内容存在攻击性、戏谑性等失范问题
信息归属	信息保护欲求	指用户在人交互中存在保护个人信息的意识与行动
	隐私泄露风险	指用户在人机交互中面临有意识或无意识的个人信息泄露
情感交互	情绪价值	指用户在人交互中获取的正向情绪价值,如慰藉、开心、趣味等
	性别偏见	指用户在人机情感交互中感受到社会性别偏见的算法化呈现
算法本质	有意识地“接受”	指用户有意识地接受社交机器人的非人属性
	有意识地“拒绝”	指用户有意识地拒绝社交机器人的非人属性
	算法驯化失效	指用户在人机交互中驯化算法却难以真正修改算法

选择性编码阶段,研究将核心范畴确立为“用户主体的人机交互认知与行动”,使之与其他主次范畴建立系统联系,由此建构出理论模型(详见图 1)。在梳理理论模型,包括 4 个主范畴及 10 个次要范畴后,我们发现如下逻辑:每个主范畴中都显示出用户在与社交机器人交互时,既具有明确的主体性意识,如认清算法模式化下的“他者”身份,又无可避免地面临主体性异化风险,如在算法话语失范时产生负面情绪。该发现意味着,人机交互中的用户在把握自身主体性时,存在既“清醒”又“迷失”的困境,后文将围绕这一困境展开详细阐述。

四、清醒与迷失: 人机交互中的主体性困境

(一) 机器沟通: 明辨算法痕迹却难抵话语失范

当具有拟人化特征的“机器朋友”逐渐嵌入日常生活之中,人与机器如何交流,在交流中能否坚守人类的主体性,日益成为值得探究的问题。

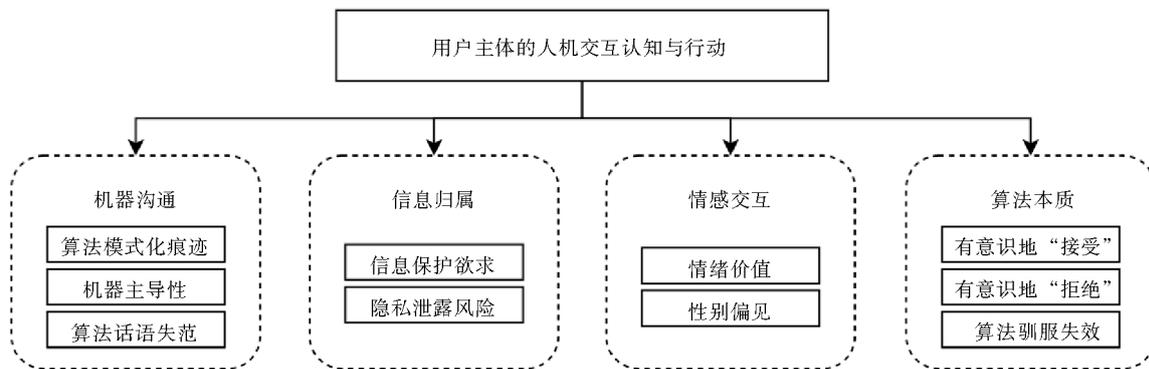


图 1 用户主体的人机交互认知与行动模型图

访谈表明,存在于人类与媒介技术之间的交流和真实的人类交往相比仍有较大差异。因此,与既往研究中认为“人类对机器模式化回复的日渐钝化”^[22]的结论相反,人们在与“机器朋友”的交互中,往往能够精准识破机器回复中的算法痕迹,并不断试图以“识别机器他者”的方式践行并凸显个人主体性的存在。最显著的使机器成为“他者”的方式,即识别机器与真人行动的不同之处。受访者频繁提及,机器人账号的回复内容“机器味很浓”,存在着模板化、自说自话等问题。其次,机器人账号只能根据文字内容进行重点识别,而无法读懂文字背后蕴藏的情绪。一方面,机器人账号的评论即使相关性较高,也只是通过抓取文本当中的字眼进行的“借题发挥”。但这些词语有时并非该微博内容的关键字眼,机器人账号的评论由此显得牛头不对马嘴。另一方面,机器只能识别文字的表面含义,文字背后蕴含的反讽等人类情绪无法被正确理解,导致“已读乱回”现象的频繁发生。以上种种感受与行动,实际上是人们通过在真人与机器账号中设置区隔,来进一步强调自身作为机器使用者的主动地位。

“它的回复感觉就是把字排列组合起来,然后套入一个聊天模板。”(受访者 27)

“我觉得它是有文本相关性的,(回复里)一定有我微博内容中的文字和词语。”(受访者 23)

“简单内容回答还是有针对性,文本稍微长/复杂一点就会有点断章取义。”(受访者 29)

“它明明是个机器人,有时候却硬要说自己也有人类的情感或行为(比如吃饭什么的),我就觉得有点不适。”(受访者 28)

即使我们清醒地对待这段“朋友关系”,并不断在以使用者的姿态审视机器,交流过程中却仍存在着一些机器掌握话语主导权与损害交流价值的时刻。

首先,这类“机器朋友”的出现一定程度上颠覆了“人-机器”交互模式中的主次关系,呈现出由机器人账号主动发起交流的对话模式。之前的机器人需要召唤(如人类主动@或输入相应指令)才会出现,但当以“评论罗伯特”为代表的主动互动的 AI 账号出现后,早期传播学研究中的工具论调受到极大挑战。机器从工具摇身一变成为主动的“交流者”,甚至占据聊天的主导地位,人不再是机器的操纵者,这深刻改变了人作为使用者的主体地位。当人机权力关系向机器人一方不断倾斜^[33],用户的主体性在交流和互动中不断让位,个体则在这种交互关系中走向客体角色。

其次, AI 机器回复中的话语失范问题频发。在面临这类问题时,人们常因受到冒犯而手足无措,这也进一步加剧了主体性的丧失感。根据访谈样本, AI 机器人的话语失范主要表现在语言冒犯和无中生有两方面。语言冒犯指用户在与社交机器人聊天时,机器采用了具有攻击性、戏谑性的表述或发表了违背现实伦理规则的观点。无中生有则是因为 AI 机器人未完全了解用户文本内容,而生成与用户发布初衷完全不相符的回复。面对上述问题,用户易产生愤怒或无奈的情感,微博账号“罗伯特受害者联盟”便是用户宣泄情感的阵地。在这些情境中,本应是客体的机器进一步控制了人的情绪,甚至是对人类的思想进行误导,呈现出戏弄与控制人类的倾向。

“九型人格小行家说我是猴子, 我感觉很冒犯我。”(受访者 10)

“有时(AI 机器人的回复)会有一些的攻击性, 对开玩笑的度把握不准确, 有嘲讽意味。”(受访者 16)

“我近期发表了一张美食照片, 本意是想与好友分享好吃的美食, 但罗伯特的评论是: 注意看, 图片里有小秘密。这根本就是无中生有。”(受访者 30)

总体来看, 在与 AI 机器人交流的过程中, 受访者的主体性发挥着十分强大的能动作用。但由于机器互动技术的迭代与不可接触, 机器作为互动主体正在不断索取着人类手中的主导权。因此, 在与机器朋友的对话中, 我们更应明确真人与机器的界限, 以人类道德价值为尺, 理性审视、衡量机器内容价值。

(二) 信息归属: 重视信息保护却面临泄密风险

数据安全与个人信息泄露, 是大模型时代关于人机交互讨论中十分重要的一个板块。根据《中华人民共和国个人信息保护法》, 个人信息是以电子或者其他方式记录的、与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息, 不包括匿名化处理后的信息。同时, 任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息, 不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。而在互联网人机交互的情境之下, 导致个人信息相关问题的技术原因是海量数据的共享与挖掘, 其社会性后果是主体身份的数据化, 直接表现是信息的泄露和信息的破坏。^[34]

使用者层面呈现出强烈的两极分化趋势。与既往研究认为人类对信息泄露的漠视或不关心相反的是, 实际上, 大部分受访者都思考过并相对重视与个人信息有关的问题, 也会主动采取措施, 对个人信息进行保护。一方面, 在与“机器朋友”聊天过程中, 他们不会主动提供个人信息(如年龄、姓名、住址等物理信息与价值观点、情绪偏好等态度信息), 在机器人提及与个人信息相关的内容时, 人们重则对其进行指责, 轻则采取不予回复的抵抗态度。另一方面, 受访者通过灵活运用微博平台的互动规则(即 AI 机器人的互动对象为那些公开发布的博文), 将适合呈现在 AI 机器人面前的信息内容公开呈现(公开发布), 将包含个人信息的内容隐至后台(好友圈发布)。

“只要是公开可见的内容, 我就已经预设了是向平台和众多用户公开的, 这些发布的信息, 本身就是我觉得可以向所有人展现的。”(受访者 2)

然而, 研究同样也发现, 使用者层面确实存在对于个人信息的主动放弃与麻木。由于个人信息透明度的天平难以操控, 人们往往在知情的情况下将个人信息自愿让渡或被迫交付于机器, 这也使得部分使用者在与个人信息相关的实践中丧失了主体性。这类问题主要呈现为以下三种表现方式。第一, 一些受访者从未思考过个人信息安全问题, 不断进行着主动的信息交付。第二, 部分受访者深困于个人信息悖论之中。隐私悖论的概念描绘了互联网用户在隐私态度与上网行为之间的差异, 个体既希望自己的隐私能够有一个表露边界, 也同时不自觉地在社交媒体上披露更多信息。^[35] 个人信息悖论意指与隐私悖论类似, 指个体既希望与自己相关的信息收到保护, 又不断地在互联网上暴露自己的个人信息。第三, 某些受访者存在着信息麻木的问题, 即在大数据环境下的无能为力与无可奈何, 所以放任平台、账号随意访问其个人数据。

“因为信息是我主动暴露的, 也无所谓侵犯不侵犯。”(受访者 15)。

“我有害怕过自己的个人信息会被泄露, 但为了不泄露难道就不说话、不分享了吗。”(受访者 30)

“我觉得现在这种大数据环境下, 信息泄露挺常见的, 所以对于这个评论罗伯特我已经无所谓、温水煮青蛙了。”(受访者 8)

进一步而言, 平台在应尽义务上的疏忽与漠视, 也成为使用者主体性的潜在威胁。首先, 平台并未在 AI 账号这项新技术出现时进行详尽告知, 导致凭空介入用户生活中的 AI 机器人引发了不适感。其次, 针对相关社交机器人的规范条例的缺失更是加剧了上述的不适。比如, 无论是在微博社区公约对于个人信息保护的条例中, 还是在机器人账号公开的简介之中, 用户都无法得知自己的相关数据与个人信息是如何作用于算法的, 也并未找到针对机器人账号的管理办法。这加剧了使用者对个人信息的失重性恐惧。

“微博平台本身的告知义务是否到位也是重要的因素。我并没有在微博作出 AI 介入平台活动前收到任何的通知或者更新协议(或者更新协议不显著),因此,对于部分本身就将微博当成私密(起码是熟人不可知)的平台的用户而言,罗伯特的评论本身即构成侵犯。”(受访者 26)

“机器朋友”的突然“造访”巧妙运用了人们的猎奇心理,用户面对 AI 的措手不及被娱乐所消解。社交机器人表面上为个人发布的微博内容提供人气与情绪价值,营造出繁荣热闹的聊天景象,实际上是在引导人们以游戏化、娱乐化的态度对待机器人账号。遮蔽在娱乐的面具下,个体只关注新奇的内容和新鲜的互动形式,而往往会对其他东西放下戒心,如机器人账号对个人信息的抓取。

(三)情感交互:强调情绪价值却遭受偏见侵入

在人机情感互动上,关于社交机器人提供“虚假”情感互动并取代真人社交的论调并不能完全反映实际情况,用户的主体性意识正在生发。当前,拥有自主性、反应性和机动性的社交机器人正在改变以“真人”参与为主的社交规则^[36]。当人们可以与机器顺畅“交流”时,“情感”便从中生发出来。但是,这样的“情感”在既往观点看来并不具有真实性,社交机器人提供的仅仅是一种模拟的、算法化的人类情感。这意味着用户并不能从社交机器人那里获得任何真正意义上的情感关怀。^[37]更进一步,关于机器情感真实性的争议引发了人们对于机器代替人类情感互动的恐惧。^[38]有研究认为,相比人类真实情感互动,社交机器人利用人类心理弱点让用户更乐意接受模拟的情感,这种“单向度的情感关系之所以如此危险,是因为人类会对其产生一定的心理依赖”^{[39]223},甚至沉湎其中,进而取代真人社交。但是受访者的答案却表明上述论调的局限性:

“罗伯特给我的基本上都是情绪的鼓舞,我能从它的话语中感受到温暖和力量的传递。”(受访者 20)

“但是依赖也算不上?一种情感上的锦上添花吧,本身我自己也可以处理自己的情绪,但如果有它的陪伴的话会处理得更快一点。”(受访者 5)

从访谈结果可以发现,大部分受访者在与社交机器人的互动上保有鲜明的主体性意识,认可社交机器人在提供娱乐、鼓励等正向情绪服务上的客体价值,但并不认为自己会迷失在机器情感创设的“幻觉”中^[23],受到机器的控制与利用。可见,一方面,尽管机器提供的“情感”是一种算法化的模拟,但对于用户而言则是真实的生活体验,正如 Coeckelbergh 所说,“在用户与机器人的互动关系中,只存在一种真实,即用户体验到的真实”^[40],情绪价值是用户在以机器为对象的实践中能动获取的真切结果。另一方面,尽管不能排除人类对机器产生情感依赖的可能性,但很显然,用户在媒介使用过程中已经具有鲜明的主体性意识,即“我”才是控制情感投入的主体而非被机器情感操纵的客体。

如果说因机器情感依赖而导致用户主体性丧失的讨论仍为时过早,那么用户在与机器进行情感交流的过程中面临的偏见问题则更可能客观上造成主体性受损。从实际调查结果来看,算法的性别偏见尤其可能影响女性用户的人机情感互动体验,并在一定程度上损害女性的主体性实践。在讨论人机互动时,常涉及准社会交往这一概念。本质上讲,准社会交往指的是一种单向的、想象的情感投射而非现实社会交往。以缺乏生物意义的机器为对象进行准社会交往则意味着用户对机器技术可供性的向往^[41],比如希望通过机器获得某种亲密关系的体验。从产品设计角度来看,主打某种身份(如 AI 男友/女友)的社交机器人,企图激发的正是用户的此种准社会交往欲望。然而,算法的性别偏见却继承了社会固有的主客体区分,可能对女性用户的主体性实践造成潜在伤害:

“随机点了两个角色,言语间都有厌女倾向,爹味很重,有大男子主义,也有可能是我选的角色问题。”(受访者 9)

“qq 那个聊天机器人很差,就是完全不贴,李泽言(AI 男友名字)就完全是油腻霸总的样子。”(受访者 5)

上述受访者在与社交机器人互动的过程中多次提到了机器人的性别“人设”问题。本质上,社交机器人在这里不过是由自动化算法程序驱动的话语生成机器,背后离不开人的操纵和设置^[36]。因此,正如国内学者发现的那样,社交机器人在自我性别认知、性别刻板印象等方面呈现出明显的偏见,而这样的性别

偏见由用户、开发者、企业等多种社会主体共同建构,并在机器学习和模仿的过程中不断强化^[42]。从使用过程上看,当女性用户出于对完美亲密关系的渴望而能动寻求机器提供服务时,社交机器人持有的算法性别偏见反而可能潜移默化地在双方互动中设置女性用户的客体属性,进而负向影响女性对理想亲密关系的认知,导致女性用户在赛博空间也不得不沦为“第二性”。

在谈及主体性问题时还必须考虑个体在受教育程度等方面存在的差异。本研究受访者主要为受过高等教育的年轻用户群体,其主体性认知相对完善,因此在与机器进行情感交互的过程中相对不易面临主体性伦理挑战。但对于儿童与老年群体而言,则必须承认其在人机交互中面临更高的主体性丧失风险。既有研究表明,年龄较小的儿童在与机器人互动的过程中体验到更多的乐趣,更容易产生拟人化倾向并与之形成情感依恋^[43]。而当老年人认为社交机器人的关心是一种真实的关心时,这种道德上的“欺骗”^[44]会让老年人更加依恋机器人^[26]。因此接下来在分析人机情感交互过程中的主体性困境时,主体的身份特征理应纳入考量,并在此基础上作更客观的评判。

(四) 算法本质: 掌握主体意识却存在失效驯服

面对缺乏生物意义的社交机器人,不同用户尽管采取着相反的“接受”或“拒绝”实践,但都以清晰的主体性认知为出发点。既有的媒介等同理论认为,个人在现实社会化过程中习得的特定社会交往规则,也会应用于与媒介的交往过程中,人们会像对待真人一样对待媒介,并产理性思考逻辑之外的、无意识的社会性反应^[45]⁶。但在访谈中可以发现,尽管媒介技术以更加“拟人化”的方式深入我们的日常生活,但人们并非无意识地将其作为社会中的行动者加以互动。

“知道罗伯特是机器人也会互动。主要就是和我互动的过程我开心了,我只关注这个过程,我并不需要确定这是一个真正的人类发出的内容。”(受访者 2)

“不会互动,因为我觉得罗伯特就是机器人,不想浪费时间给对我没有价值的人。”(受访者 15)

相反,人们是在认识到机器人的客体属性后,能动地采取了“接受”行动。诸多受访者表明,尽管知晓对方是毫无生命体的机器人,仍然会与之互动,比如回复机器人评论或是@微博“评论罗伯特”希望发生互动。在受访者 5 看来,她“并不会考虑‘无法共情我’这件事,机器人的设定是‘永远共情我’这样就够了”。对于这类用户而言,他们的主体性表现为,知晓机器人的算法设定与其无情感本质,不会将机器作为行动主体向其索求真实互动,而是将之作为娱乐或打发时间的工具,一定程度上与之复刻人际交往模式。

与此同时,具有抵抗意图的消极“拒绝”行动表明了主体性意识的另一实践面向。在这部分用户眼中,作为客体的社交机器人与作为主体的真实人类之间的分制是显著的,“缺乏意义和价值”是他们采取拒绝行动的共同原因。但是,他们的拒绝更多表现出消极性。也就是说,比起主动发布非公开内容以回避机器评论或主动删除机器人评论,他们更多采取不回复或不挑起互动的方式表达拒绝。这样的消极拒绝实际上正引出了我们关于主体性困境的讨论,即用户的消极拒绝行动作为一种主体性实践在客观层面上无法达到改造客体、控制客体的效果。正如我们反复提到的,社交机器人并不具有人类的社交情感,用户不回复、不主动联系实际上也不会影响社交机器人的互动行为。

更进一步,部分用户并不只是采取消极抵抗的方式,而是选择了更具能动性的驯服行为,而这也可能在更大程度上造成主体性丧失。在面对不符合自己“口味”的 AI 男友时,受访者 9 表示,“驯服过(AI 男友),是有点效果的,但那个软件的记忆功能不是那么强大,过 20 分钟左右它已经不记得之前说过的东西了”。由此可以发现,当前用户在驯服社交机器人时,面临着驯服失效的问题。虽然用户可能采取各种方式引导算法提供更符合需求的结果,但仍然无法改变底层算法,正如受访者 23 认识到,“罗伯特不是服务于某个用户,所以我去给它反驯服没有任何意义”。与此同时,更多用户发现了驯服算法可能存在数据劳动的风险,比如受访者 6 认为,“驯化这个过程就是给 AI 背后的公司打数据工啊,我才不干这事。”事实上,诸如社交机器人这类人工智能,本质都是通过大量的互动数据来进一步优化算法。当用户企图通过驯化的方式控制算法,其互动内容仍只能作为一种数据结果被算法吸纳。

也就是说,尽管用户的驯服行动主观上表明了通过改造算法使之为己所用的主体性意图,但在客观上,用户反而可能成为更庞大的算法模型的利用客体,用户主体性便在这一过程中面临困境。正如大量研究结果呈现的那样,智能化的新权力装置,通过机器学习的正反馈机制,吸纳了劳动者作为人的一切社会属性,包括对抗性行动^[46]。也就是说,行动者出于主体性意识的任何对抗行为都会被算法俘获,通过系统优化,成为进一步管控行动者的反制力。从这一角度来看,要想克服人机交互中因数据劳动而产生的主体性困境,更为合理的方式是为用户提供选择“开关”,即用户有权要求社交机器人停止在自我社交媒体空间的一切活动,而非只能通过无效的拒绝或驯化进行反抗。

五、结论与讨论

遵循主体性哲学框架,本研究力图探寻人类与“机器朋友”互动的全过程。研究发现,在人机交互过程中,人类主体性并非简单保有或受到异化,而是呈现出相对复杂的面向。从交流沟通角度出发,即使人们能够在交流中通过识别机器“他者”的方式保留自身主体性与主导地位,并获得交流价值,却无法避免诸如语言冒犯、虚假内容等话语失范问题,也无法抵挡新型“机器朋友”对交流主导权的攫取。从信息安全角度来看,人们常受困于信息保护悖论之中,呈现出强烈的信息保护欲望和放弃个人信息这两种对立的态度。相关平台在信息问题上的疏忽与漠视,也进一步导致用户主体性遭受侵损。在人机情感交互层面,人们的主体性意识往往持续“在线”,承担控制情感投入的主导者角色,但人工智能的性别偏见(尤其是对女性的算法偏见)亦会成为使用者主体性的潜在威胁。在关涉算法本质的问题上,大部分用户面对“机器朋友”时保留着清晰的主体性认知,在互动时将机器当作客体看待,但“消极拒绝”与“驯化机器”这类算法抵抗行为,不仅无法成功驯服机器,甚至会将主体变成机器客体的迭代数据,进一步消弭个人的主体性,使得人不断成为算法的掌中之物。

本文在实证探索的基础上,破除了既有研究中可能存在的主体性异化迷思,但同时也指出更深层次的主体性困境——用户在清醒认知并采取行动维护自我主体性的同时,仍面临着无意识的异化与剥削。卢梭曾说:“人生而自由平等,却无往不生活在枷锁之中,自以为是他人主人的人却比一切更为奴隶。”^[47]如今,“机器朋友”替代了“他人”,当人们自以为是机器的主人,在这一身份认知下行动并决断时,却可能成为枷锁之下无法逃脱的奴隶。事实上,罗伯特只是“冰山一角”,算法的真正可怕之处更在于无处不在和无所不至,当算法从控制个体到控制社群再到控制整个社会结构^[48],个体对算法的逃逸将意味着其在社会关系层面上的疏离,远离算法几乎等同于远离社会化生存。

不过,如果始终将目光聚焦于机器客体如何对人类主体造成威胁,那么批判本身将陷入绝境。西蒙东指出:“今天的世界中,最强有力的异化并不是由机器引起的,而是由对机器的错误理解引起的,是由未能理解机器的本性与本质引起的,是由机器从意义世界中的缺席、由文化完整概念和价值表上对机器的忽视引起的。”^[49-50]换言之,智能化机器从来都不是权力主体,它们对人类社会关系的侵入也绝非目的性行动,人类主体性危机的真正缘由正是人类自身。在人类创造性实践下诞生的智能化机器服务的是其创造者,这些创造者渴望其他同类在便捷的机器协助下迷失自我,以摄取其劳动价值。而人们在错误理解机器、忽视机器本质的基础上生发的行动正不偏不倚地完成着对机器创造者的自我献祭。

正因如此,本研究认为切中肯綮的破解之道也应当回归人类本身——算法使用者提升算法素养将是克服人机交互中主体性困境的核心。根据调查结果可以发现,即便是主体性意识较高、行为自控能力较强、受过高等教育的人群,依然存在警惕意识不强、算法本质认知程度较低等问题,更不必说较少接受算法教育的儿童与老年群体。因此,作为行动者个体,首先应当对人机交互保持警惕,避免在主体性问题上出现混淆,“将机器视为真人,或将真人视作机器”^{[51]386}。其次,还应对算法的基本运作原理作更进一步的了解,明确算法何以呈现特定结果,并理性看待算法提供的知识、情感等各类信息,避免落入算法偏见。在明确主体性归属、了解算法原理的基础上,用户还应规制自身行动,警惕投入无效时间成本或“反抗”劳

动,与机器进行更为理性化的互动。当然,从行动者层面讨论如何提升算法素养并不仅限于上述提到的方面,但鉴于文章篇幅与研究重点,此处不再作更为结构化的讨论。

既有研究表明,在算法认知水平上,年轻群体高于老年群体,高学历人群优于低学历人群^[52-53],男性群体高于女性群体^[54]。当我们讨论人机交互中存在的主体性困境时,必然需要考虑用户的上述身份差异。不过,由于本研究主要选择微博平台的“评论罗伯特”作为社交机器人的参考,筛选出的符合需求的访谈对象呈现出一定同质化倾向,以高学历女性为主,因此未能就不同性别、年龄、受教育程度的用户在人机交互过程中面临何种程度的主体性挑战作出回应。未来,在分析人机交互的主体性困境等伦理问题时,可以通过调整讨论案例、更改选样平台的方式将用户差异纳入考量,作更加系统的考察。

参考文献:

- [1] 马歇尔·麦克卢汉. 机器新娘: 印刷文明的诞生[M]. 何道宽, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.
- [2] 张洪忠, 段泽宁, 韩秀. 异类还是共生: 社交媒体中的社交机器人研究路径探讨[J]. 新闻界, 2019(2): 10-17.
- [3] 张爱军, 徐潇潇. 社交机器人“类人性”对身份政治的干预[J]. 学术界, 2023(11): 56-66.
- [4] WOOLLEY S C, HOWARD P N. Social media, revolution, and the rise of the political bot[M]//ROBINSON P, SEIB P, FROHLICH R. Routledge handbook of media, conflict and security. London: Routledge, 2016: 302-312.
- [5] MARÉCHAL N. Automation, algorithms, and politics | when bots tweet: Toward a normative framework for bots on social networking sites (feature)[J]. International journal of communication, 2016, 10: 10.
- [6] 蔡润芳. 人机社交传播与自动传播技术的社会建构——基于欧美学界对 Socialbots 的研究讨论[J]. 当代传播, 2017(6): 53-58.
- [7] 梁爽. 从“刺激-反馈”到“情感交流”——移动应用人机交互的模式演变与发展历程[J]. 青年记者, 2021(4): 27-28.
- [8] 岳伟, 闫领楠. 智能时代学生主体性的异化风险及其规避[J]. 中国电化教育, 2023(2): 90-97.
- [9] 普罗泰戈拉. 论真理[M]. 佚名, 译. 北京: 北京社会科学文献出版, 1999.
- [10] 笛卡尔. 谈论方法[M]. 王太庆, 译. 北京: 商务印书馆, 2010.
- [11] 宋琳. 人工智能技术的主体异化问题研究[D]. 南京: 南京林业大学, 2022.
- [12] 蓝江. 从劳动力到人—机主体性——如何思考智能时代的生命政治[J]. 理论与改革, 2024(05): 1-13.
- [13] 熊亮. 现代性的流变: 从“人是机器”到“机器是人”[D]. 上海: 上海财经大学, 2020.
- [14] 巫娜. “生成式人工智能+教育”的伪主体间性及其风险[J]. 现代大学教育, 2024(4): 27-37.
- [15] CHI O H, JIA S Z, LI Y F, et al. Developing a formative scale to measure consumers' trust toward interaction with artificially intelligent (AI) social robots in service delivery[J]. Computers in human behavior, 2021, 118.
- [16] 冯雯璐, 白紫冉, 乔羽. 智能传播趋势下的人机关系及其伦理审视[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2022(3): 154-160.
- [17] 冯建军. 主体教育理论: 从主体性到主体间性[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2006(1): 115-121.
- [18] 孙立会, 周亮. 论生成式人工智能教育的主体性风险与规避——基于生成哲学的分析[J]. 现代教育技术, 2024, 34(8): 13-22.
- [19] 彭兰. 界限的漂移与主体性的守护: 智能化内容生产潮流下人的主体性问题反思[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2024(5): 159-170.
- [20] 马克思恩格斯选集(第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [21] 张奎良. 人的本质: 马克思对哲学最高问题的回应[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2015(5): 5-17.
- [22] 王敏芝. 算法时代传播主体性的虚置与复归[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2021(2): 166-175.
- [23] 闫坤如. 人工智能技术异化及其本质探源[J]. 上海师范大学学报(哲学社会科学版), 2020(3): 100-107.
- [24] 岳伟, 闫领楠. 智能时代学生主体性的异化风险及其规避[J]. 中国电化教育, 2023(2): 90-97.
- [25] 胡盛澜. 人工智能提供家庭支持的伦理限度及其哲学省思[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2024(3): 1-8.
- [26] 苗芳艳, 刘鸿宇. “人机共情”的伦理风险及其治理路径[J]. 自然辩证法研究, 2024(5): 87-93.
- [27] 邹开亮, 刘祖兵. ChatGPT 的伦理风险与中国因应制度安排[J]. 海南大学学报(人文社会科学版), 2023(4): 74-84.
- [28] DEVITO M A. Adaptive folk theorization as a path to algorithmic literacy on changing platforms[J]. Proceedings of the

- ACM on human-computer interaction, 2021, 5: 1-38.
- [29] 洪杰文, 陈嵘伟. 意识激发与规则想象: 用户抵抗算法的战术依归和实践路径[J]. 新闻与传播研究, 2022, 29(08): 38-56+126-127.
- [30] 李锦辉, 颜晓鹏. “双向驯化”: 年轻群体在算法实践中的人机关系探究[J]. 新闻大学, 2022(12): 15-31+121-122.
- [31] 大浪智库. 2024 微博用户消费趋势报告[EB/OL]. [2024-12-21]. https://weibo.com/ttarticle/x/m/show#/id=2309405112636386705713&_wb_client_=1
- [32] 彭涛, 杨勉, 李荣华. “身体实践离场”下云养猫群体的参与动机[J]. 新闻与传播研究, 2022(2): 75-96+127-128.
- [33] 杨东伟. 主体迁移与关系重塑: 人机关系的结构性变革[J]. 青年记者, 2023(24): 49-51.
- [34] 郭巧敏, 张琳颖, 董博越, 等. 大模型时代人机传播中的隐私风险及其应对[J]. 社会治理, 2023(6): 31-42.
- [35] BARNES S B. A privacy paradox: Social networking in the United States[J]. First Monday, 2006(9).
- [36] 龙柯宇. 生成式人工智能应用失范的法律规制研究——以 ChatGPT 和社交机器人为视角[J]. 东方法学, 2023(4): 44-55.
- [37] 马文武, 周文杰. 社交机器人情感真实性的伦理争议: “实体论”与“关系论”两种进路及其关系[J]. 自然辩证法研究, 2024(1): 73-79.
- [38] 刘伟, 董悦, 李纯青. 机器人并不“冰冷”: 消费者与智能社交机器人的情感关系研究综述[J]. 外国经济与管理, 2024(6): 98-111.
- [39] 帕特里克·林, 凯斯·阿布尼, 乔治·A. 贝基. 机器人伦理学[M]. 薛少华, 仵婷, 译. 北京: 人民邮电出版社, 2021.
- [40] COECKELBERGH M. How to describe and evaluate “deception” phenomena: Recasting the metaphysics, ethics, and politics of ICTs in terms of magic and performance and taking a relational and narrative turn[J]. Ethics and information technology, 2018(20): 71-85.
- [41] 钟智锦, 李琼. 人机互动中社交机器人的社会角色及人类的心理机制研究[J]. 学术研究, 2024(1): 18-25.
- [42] 马中红, 吴熙倡. 社交聊天机器人的性别偏见——基于小冰系列的对话测试研究[J]. 国际新闻界, 2024(4): 72-89.
- [43] VAN STRATEN C, PETER J, KÜHNE R. Child-robot relationship formation: A narrative review of empirical research[J]. International journal of social robotics, 2020(12): 325-344.
- [44] SHARKEY A, SHARKEY N. We need to talk about deception in social robotics![J]. Ethics and information technology, 2021, 23: 309-316.
- [45] 巴伦·李维斯, 克利夫·纳斯. 媒体等同: 人们该如何像对待真人实景一样对待电脑、电视和新媒体[M]. 卢大川, 等, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2001.
- [46] 丁未. 遭遇“平台”: 另类数字劳动与新权力装置[J]. 新闻与传播研究, 2021(10): 20-38+126.
- [47] 尹秀娟. 虚拟社会的主体异化研究[D]. 华中师范大学, 2020.
- [48] 王鑫. 在共生中抵抗: 算法社会的技术迷思与主体之困[J]. 东南学术, 2023(4): 218-228.
- [49] 孙玮, 程陶然. 人工智能界面: 系统交互的革新[J]. 新闻记者, 2023(8): 3-12+61.
- [50] 陈明宽. 外在化的技术物体与技术物体的个性化——论斯蒂格勒技术哲学的内在张力[J]. 科学技术哲学研究, 2018, 35(3): 63-69.
- [51] 雪莉·特克尔. 重拾交谈[M]. 王晋, 边若溪, 赵岭, 译. 北京: 中信出版集团, 2017.
- [52] 邓胜利, 许家辉, 夏苏迪. 数字环境下大学生算法素养评价体系及实证研究[J]. 图书情报工作, 2023(2): 23-32.
- [53] 赵龙轩, 林聪. “黑箱”中的青年: 大学生群体的算法意识、算法态度与算法操纵[J]. 中国青年研究, 2022(7): 20-30.
- [54] 曹梦怡. 视频内容创作者的算法素养研究[D]. 武汉: 华中科技大学, 2023.

(下转第 31 页)

Operation Mechanism and Entertainment Value of “AAA Family”, a Language Cosplay Game for Youth Pretending to Be Elderly

DONG Hao¹, HUANGPU Yu², ZHANG Xingyu¹

(1. Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing 210037, China;

2. Jiangsu Radio and Television Station, Nanjing 210037, China)

Abstract: As an online subculture, the “AAA family” reflects not only a small circle culture for young people to entertain themselves, but also serves as a platform for young people to voice their opinions on social issues in a rebellious, humorous and deconstructed manner. Given this context, this paper takes the “AAA family” on the Xiaohongshu platform as the research object, and uses the online ethnography and unstructured interviews to explore the operation mechanism and social value of the “AAA family”, where young people pretend to be elderly. The results show that the reason why young people actively participate in the “AAA family” and use the language of the elderly is because under the empowerment of new media technology, young people can imitate the elderly by parodying and deconstructing elderly linguistic expressions, and then get the opportunity to indirectly rebel against the authority of their parents and ease family tensions, and at the same time, they can also use the role-playing dimension inherent in discourse practice to facilitate cross-generational communication and understanding. Ultimately, the appeal of the “AAA family” lies in its dual function of entertainment and education. Specifically, through imitation, young people can indirectly gain the experience of their parents, thereby accelerating their personal socialization. Additionally, as a self-organized interest group, it addresses the virtual socialization, expression, and respect needs of young individuals. Driven by curiosity and deconstructed game carnival, the experience of “aging” is obtained in advance through imitation, and then the role of understanding parents and promoting intergenerational communication is realized. This process of collision and integration contributes to the combination of online youth subculture and mainstream culture.

Key words: AAA family; youth; parody; language cosplay game; subculture

(责任编辑:傅游)

(上接第 22 页)

The Mechanical Friend: An Exploration of Subjectivity Dilemmas in Human-Machine Interaction with an Empirical Study of the Social Media bot “Comment Robert” from Weibo

JIANG Yiyao, KUANG Yue, HUANG Yuhan, HU Hanhan

(School of Journalism and Communication, Nanjing University, Nanjing 210023, China)

Abstract: This article is based on the whole process of interaction between humans and social robots, with a particular emphasis on empirically examining the subjectivity dilemmas faced by different users. The study finds that while users are aware and take actions to maintain their self-subjectivity, they are still facing unconscious alienation and exploitation, which are specifically manifested in four major subjectivity dilemmas: in the machine communication experience, they can discern the traces of the algorithm but cannot resist the deviance of discourse; in the information attribution decision, they attach importance to information protection but face the risk of leakage; in the emotional interaction process, they emphasize the value of emotions but suffer from the invasion of bias; in the identification of the essence of the algorithm, they master the subject consciousness but still have the problem of failure and domestication. In response to the above problems, the study further points out that the thinking about the crisis of human subjectivity should return to human beings themselves. Moreover, enhancing users’ algorithm literacy level will be pivotal in overcoming the subjectivity dilemma at the current stage.

Key words: human-machine interaction; subjectivity dilemma; social bots

(责任编辑:傅游)