

【认知传播学研究专题】

认知交互视域下网络知识的生产与传播*

李 城 欧阳宏生

摘要:移动互联网时代,网络知识生产的意义生成并不只存在于文本及表征系统中,也存在于非表征性的具身实践、特定情境、媒介惯习、情感、需求及动机等的交互耦合中。表征与非表征协调作用,构建了网络知识生产的完整意义。非表征文化为网络知识创新提供了新的实践切入点。认知主体与环境、物质化媒介、知识平台等构成彼此关联的共同体。在离身与具身认知交互视域下,网络知识生产传播应从关系性体认入手,以实践中的认知主体为核心,通过知识生产观念转变、知识关系网络重塑和知识服务升级重构网络知识生产传播秩序。

关键词:认知交互;表征;非表征;网络知识;生产传播

中图分类号:G206

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2022)01-0159-07

现代社会是一个知识交往的社会。网络知识生产与传播不仅能够推动人类文明向前发展,也能够培养和造就更多适应知识经济社会发展的“智识人”。尼科·斯特尔指出:“当代社会可以被描绘成某种知识社会,这种社会是以科学知识向其一切生活领域的渗透为基础的。”^①随着当前互联网技术的进步,网络成为现代人接受知识的主要来源和渠道。人们对网络知识的生产与消费既是一种为增强自我身份认同和现实掌控力而产生的本能行为,也是认知主体以身体实践和展演来激活与表达特定情感和需求的一种日常活动。

数字化、网络化技术加速了知识的生产、传播流程。人们通过网络获取知识,但缺乏对网络知识生产本身的存在方式及其动力机制的关注。尤其在智能媒体和移动传播情境下,知识生产原先的权力结构被打破,网络知识正以文字、图像、声音与视频等多态耦合的方式出现在人们视野中。网络知识生产以PGC+UGC模式生成,网络技术升级使知识的载体、平台、终端与内容进一步分离,传感器、智能定位系统等内置技术使知识生产与接受的场景更加复杂

多变。网络知识生产建构了新的认知环境与文化权力关系。本文从认知交互视域出发,重新考察认知主体与网络知识生产的关系,以为网络知识的生产机制、价值内容和传播模式研究提供一种新的认知传播研究范式。

一、表征、非表征与认知交互

基于表征与非表征理论,探究从离身认知到具身认知再到离身与具身纠缠的认知交互之理论演变轨迹,可以明确理论整合的来源和合理性,以便在此基础上阐释网络知识生产的意义生成机制。

1. 表征与非表征理论

表征与人类自文明诞生以来对理性形式的孜孜追求分不开。以第一代认知科学为代表的表征理论认为,表征是人脑关于世界的符号表征与模型。表征理论还认为,人的心智和认知能力是自治的,人的大脑通过对外部世界的信息搜集和处理独立地反映外部世界,并且认知可以与外部世界(环境)、身体及身体的感知运动能力相分离。正如米歇尔所描述的那样,“连接能指和所指之间的轴线叫做表征轴,

收稿日期:2021-11-15

* 基金项目:国家社会科学基金青年项目“红色影视传播对青少年国家认同的影响研究”(18CKS040)。

作者简介:李城,女,西南财经大学人文学院副教授、硕士生导师,文学博士(成都 611130)。

欧阳宏生,男,四川大学二级教授、博士生导师,成都大学特聘教授,成都大学传媒研究院院长(成都 610104)。

而连接表征生产者与观看者之间的轴线叫做“交流轴”^②。克拉克则将表征区分为两种形式的不完全表征,即弱内部表征(weak internal representation)和强内部表征(strong internal representation)^③。他指出了在与表征对象分离的情况下认知主体内部信息处理功能与其认知能力强弱的关系,即弱内部表征仅能处理即时的和在线(on-line)的信息,处于较低层次的认知水平;强内部表征则能进行离线(off-line)的抽象操作,处于较高层级的认知水平。有学者指出认知建构的社会性,认为传播过程中主体能动性认知以符码性的表征为核心,不同符码表征诉诸受体的认知能动反应而产生不同的传播效果。^④

随着第二代认知科学的发展,非表征被凸显出来。非表征理论强调认知的情境性,认为所有的认知都是情境认知或与情境相关的^⑤，“环境是认知系统的组成部分”^⑥,重视人的认知所处的自然的和社会文化的大环境。非表征理论认为,身体动作、情绪情感和行为习惯构成的特定实践情境等非表征性因素对认知具有重要意义。非表征理论还提倡“关系性思考”,打破了表征主义强调主客体二元认知的界限。这一理论主张与第二代认知科学的发展有关。第二代认知科学强调认知的“动力系统论”,认为认知不是孤立发生于头脑中的事件,而是动态发展着的身(脑)、心理、环境多因素耦合的非线性关系和系统事件。动力系统理论的主要概念如耦合(coupling)、路径(path)、确定性混沌(deterministic chaos)、状态空间(state space)等,可以描述具有时间属性的动力系统中不同变量之间的相互影响、塑造及动态演化。

2. 离身与具身纠合的认知交互

表征理论强调认知的符号主义和计算隐喻,注重认知的可计算性、可表征性,智能体的计算装置和能力等,具有算法至上主义和离身认知倾向。以新计算主义及第二代认知科学为基础的非表征理论,抛弃计算隐喻,回归脑、身体及其经验,更加关注认知主体内外部框架系统中的“交互作用”,为主体、具身性和行为赋予新的意义,具有隐蔽性和具身认知倾向。第二代认知科学强调的“情境性”“具身性”“动力系统”等核心观念都指向认知交互,包括身体与环境,认知主体与情境,认知主体内部系统各要素、外部系统各要素以及各动力系统结构之间的交互耦合。

认知交互就是指离身认知与具身认知的交互,既包涵对事物表征与非表征性的海纳态势及对两种认知框架的协调整合,也是指在人与人、人与非人的互动关系中认知主体与物体、环境、情境、关系网络等的间性关系交互。这是由于认知过程本身包含表征与非表征两种形式,且它们并不是互相排斥或无法兼容的,只是各有侧重而已。完成一项认知活动既是通过身体、脑等多种结构的心理参与实现的,同时又表现为某种动态整合的交互系统模式。只考虑表征性,容易陷入机械式的认知—心理反应模式。只考虑具身性,又容易陷入生理决定心理的“还原论”或身体中心论。而将二者结合的认知交互,不仅能够进一步深入探究表征与非表征过程的认知特点,而且为适应当前数字化、移动化和智能化新场景提供了一种新的认知传播阐释框架。网络知识生产与传播具有表征与非表征、离身认知与具身认知的双重维度,移动互联网时代的网络知识生产与传播有必要走向认知交互框架下的持续创新。

二、网络知识生产的表征与非表征维度

网络知识生产相较于传统知识生产具有其独特性,从表征与非表征、离身与具身认知的双重维度入手考察网络知识的生产传播,能够为深入理解移动互联网时代的网络知识世界带来全新的视角。

1. 网络知识生产的独特性

网络知识是指在互联网上生产传播的一切具有专业性和生活实践价值的信息内容。网络知识生产即知识生产者以互联网为平台和载体,对各种知识进行生产、加工和再生产的活动。数字化情境下的网络知识生产呈现出新范式、新样态。正如约翰·沃尔什在预测科学界变化时指出的,网络时代最为重要的变化是科学家合作模式和知识生产方式的变革。^⑦以在线协作知识生产平台为特征的新一代网络知识生产,从以受众为中心逐渐向传受融合的交互模式转变。知识生产者和接受者的边界消失,接受者同时是传播者和生产者。网络知识社区(如知乎、豆瓣等),正是以协作式的隐性知识分享及精英与草根的共同参与实现知识的持续生产。知识的独特性、社交性、经验性及互动性是其传播价值。不同知识之间的互动产生新观念、生成新概念,大众的参与加速了新知识的生产。在协作式知识生产和共享范式下,传统知识的深度性、系统性削弱,知识的去

中心化、社交化和可沟通性特征凸显,各类虚拟社区、知识 App、在线课程等构成新的交互式知识生产网络。从网站知识生产、百科词条、知识免费到用户生产内容、问答社区和付费模式,知识生产传播的语境发生了巨大变化。

2. 网络知识生产的表征维度

表征是对知识客体的抽象化和符号化表达。它意味着通过各种有形的文化符号如文字、图片、声音、概念、公式、数据、模型等创造意义或进行意义建构,是基于文本、符号、话语等非物质领域的探索。从表征维度来看,外在现实和客观事物的规律借助各类表征符号得以被表达、认知和交流。

网络知识生产首先表现为表征性。一是网络知识本身是依托文字、图像、音频、视频等符号形式对社会历史与现实的计算化表征。尤其是网络智能音视频知识生产,主要运用深度学习与人工智能技术等联合建模数据库,将所输入的文本符号自动生成相应的智能化文本,以达到或超越传统媒介时代的知识传播效果。二是网络知识通常能够离开人的身体(离身认知),借助超越时空局限的网络媒介去生产和传播知识。如人工智能主播播报新闻时往往不需要人的肉身在场,而可以直接通过大数据搜集和数字化信息处理进行智能采编和语音播报。三是网络知识生产过程是基于计算主义的算法推送和数字化模型建构。四是专业知识生产领域的深耕和细分离不开精密严谨的表征系统。如网络认知科学发现的节点“择优连接”机制使知识生产的网络版图扩大并建立相关性连接,专业发展中的跨学科整合、知识挪用,跨文化中的文化包装和叙事整合,都是大脑认知机制中的自动连接。这与知识表征性强调知识的关联性、意义建构与科学性不无关系。

3. 网络知识生产的非表征维度

非表征是对非稳定性、流动性的日常实践、情绪情感、身体动作及其间性关联的动力表达。网络知识生产的非表征维度关注身体、情感如何参与网络知识生产及网络知识生产的情境性、具身性、物质性等活力特征。人们日常生活中的网络活动轨迹(知识搜索、推送等)、情绪情感的网络塑造(不同的网络媒介使用、地理位置、环境、布置、使用时间、频率等)、身体激活与人对不同网络知识的情感表达、人与非人(身体、脑、媒介环境)的共同体交互建构等以及动态性的网络时空与网络事件认知、人的潜意

识在网络知识参与及实践中的作用(如对某一网络议题的莫名强烈关注、追踪和愤怒等),都是认知主体参与网络知识生产的非表征形式。具体来说,网络知识生产的非表征维度体现为以下几方面。

第一,网络知识生产具有具身性。法国身体现象学的代表人物梅洛-庞蒂主张知觉的非表征性,认为认知最初以具身方式实现,知觉的主体是社会文化性的身体—主体(body-subject)^⑧,身体在认识活动中具有核心作用。具身性就是指认知主体的认知能力不是离身性的纯粹思维活动,而是身体与环境、大脑神经系统的共同作用机制。很多案例表明,网络知识生产正在回归真人身体。例如,智能新闻播报机器人已经越来越具身化,外形上模拟真人的身体形象,如声音、语态、话语风格、皮肤温度以及人机交互的具身化设计等,提升了知识传播的效率。网络音视频平台邀请不同个性特征、不同知识背景的红学专家来解读《红楼梦》,形成对经典知识的个性化再生产和循环式传播,从而刺激网络知识经济增长。网络直播中的公益知识生产,不仅需要网络技术和直播场地的物质支撑,还需要网民身体参与直播的动态实践,通过线上线下互动实现网络知识生产的具身化和再物质化。这种知识生产方式也表明,情绪和情感都具有生产性,知识生产的表象下是深层的个人诉求动机,人们通过网络空间的具身体验形成意义,身体会通过视觉、听觉、触觉等具身感受重塑个人对网络知识空间的感觉和认知意义。非表征正是从认知主体持续的身体参与和网络展演中,发掘知识创造流程中流动生成的社会文化意义。可见,网络知识生产不仅是社会性的,也是身体化的,认知主体的“身体”也是承载意义的重要尺度。“非表征”已经进入网络知识生产的前台,成为表达网络知识生产及其意义生成的重要维度。

第二,网络知识生产具有实践技术性。数字网络技术、智能语音交互技术等为网络知识生产提供了技术支撑。在网络影像知识生产中,身体参与的实践技术已然凸显。如在网络互动剧的影像生产中,受众不仅利用网络技术参与对情节的改写、讨论与选择,还在观影中通过新媒体发送实时弹幕,生成对其他观影者有影响的即时知识信息,这表明作为认知主体的受众直接参与了影像知识的叙事生产。在现代博物馆数字知识生产中,身体“感觉”成为建筑物的有机组成部分。进入实体空间的参观者通过

屏幕点击和可穿戴语音设备进入数字影像营造的虚拟与现实交互的时空场景,受者在 VR、AR 视角下产生身临其境的具身感受,并随着移动的身体和不断切换的知识景观而产生新异的空间体认,进而赋予建筑和历史文物具有自我属性的新意义。此时数字虚拟空间、实体建筑与身体、物质化设备及历史知识互为媒介,共同影响参观者的历史认同感。这种技术支撑下的知识生产,放大了认知主体感官的感受力,更加注重多感官的沉浸体验,使历史知识产生具身化的直观认知效果。而运用智能技术合成已故历史名人的全息影像也已变得可能,通过对历史名人生前外形、声音等身体特征的模拟,可以营造一种熟悉的与真人对话、互动的具身感受。这也是对非表征文化的创造性运用。网络知识生产正是通过实践技术从认知、情感、行为上不断弥合认知主体与知识场景之间的距离。网络用户的媒介技术参与是协调和推动认知主体与环境、知识媒介之间关系的关键,知识参与者通过与知识产品复杂的交互关系体认网络知识空间,并以此扩张仅属于自身的知识疆域。

第三,网络知识生产具有情境性。根据非表征理论,“情境性”是认知主体具身心智与外在环境交互作用的结果。一是根据不同的空间环境和行为场景植入不同的载体,达到具身认知效果。车载音频、家庭智能音箱等,均能为不同认知主体在所处的不同时空场景实施知识生产传播。具体地说,如喜马拉雅 FM、蜻蜓 FM、荔枝 FM、懒人听书、播客等移动音频平台,通过搭载各种智能硬件设备将音频植入到汽车、智能家居等使用场景中去,用声音直接触达自我意识的感官存在。二是根据知识接受者的实时状态。数字网络兼具知识载体和知识生产环境的双重身份。网络知识生产不仅需要身体和技术的承载,而且是动态的,处于不断的流变之中。身体在网络知识的生产、分享和接受中,不断创造性和展演性地感知环境,使人重新体认网络空间的社会性和文化情境。

非表征文化为网络知识创新提供了新的实践切入点,非表征能有效参与并认知网络知识世界,和表征协同描述网络知识世界。具有蓬勃生命力的身体与网络媒介一起塑造了知识空间的活力并不断对知识进行再生产。在网络知识生产中,表征与非表征的认知转向为深入理解网络知识世界带来了全新视

角。正如德国学者布鲁尼和卡斯那指出的那样,将认知过程二分为耦合(在线)和去耦(离线)过程,动力主义模型的任务应当是尽力去修复、填补二者之间的认知间隙,而不是完全排斥去耦过程。^⑨表征与非表征协调作用,构建了网络知识生产的完整意义。而非表征文化、表征系统与环境的交互作用,是通过认知主体(智能体)在内外环境互动中构建的控制系统而实现在身体—脑—环境的动力系统中进行物质重组和衍生构造行为。

三、认知交互与网络知识生产传播秩序重构

“认知传播既在传播流程中观照人的认知行为,也在人的认知过程中把握信息传播的具体实践,内容生产在为人们提供传媒消费对象的同时,也建构着人们对不同传媒产品的认知逻辑。”^⑩认知传播与作为人类生产活动具体表征样式之一的知识生产同样存在一种相辅相成的关系。而认知交互作为重塑离身与具身认知协调的一种认知传播实践范式,对人脑、心智、环境、情感、动机等表征与非表征状态的关系性观照已超越传统单一性的认知框架,也对网络知识生产提出了新的要求。在离身与具身认知交互视域下,网络知识生产应从关系性体认入手,以实践中的认知主体为核心,从知识生产观念、知识关系网络、知识服务升级等方面重构网络知识生产传播秩序。

1. 知识生产观念转变:重新认识知识内容生产的多元关系

数字化、网络化、移动化环境下知识生产空间发生了深刻的转型。一是知识生产效果反馈进入生理层面,眼动仪、传感器、神经测绘仪等植入人的身体带来快速的认知反馈机制。二是知识生产主体多元化。除了传统的知识生产机构,如学校、研究所、出版社等精英化团体,还有广大网民自发参与知识生产的民间组织、商业机构和个人。三是知识消费模式升级。用户不再满足于单调片面的内容生产模式,而是更加追求知识产品的消费体验和附加价值,知识内容能否彰显自身的艺术品位、个性风格、身份地位等成为价值量度。因而随着知识生产方式的变革,知识生产者应转变生产观念,在认知交互框架下建立更具有发散性、多维性和互动性的整合知识生产模式,既通过感性化的知识媒介传受载体激发受众认知图式中的格式塔差异,也通过不同形式的文

本符号和跨媒介叙事形式建构可激发受众认知实践中的非对称性认知,实现内容生产与认知效应的增强。

第一,强化专业知识生产的表征科学。专业知识及其表征系统的严谨性与科学性仍是第一要素。网络时代由于社交平台的兴起,形成草根平民知识传播态势,体现为社交化、情感化趋势。但人们对专业的科学知识需求仍十分强烈,知识生产的系统性、严谨性仍十分重要。因而表征性作为知识的本质属性和重要维度,在知识生产中应占据优先地位。

第二,优质内容是网络知识生产的关键。多元的生产者、知识分发渠道和消费需求下,知识内容生产的质量及流向是生产价值的体现,也是衡量传播效果的重要因素。从知识生产活动与认知主体的互动机制来看,网络知识生产活动是社会表征系统实践的结果,充满话语权利的生产、协商和交换。受众以多元认知的方式建构出网络意识空间的差异格局,并以个体潜意识诉求的满足为认知基模选择信息,建构认知框架并形成行动机制。而优质的知识内容是进行知识创新和促进生产良性循环的关键。一是可以通过激活或挪用普遍共享的情感、潜意识、触觉体验等非表征信息来进行知识生产创新。比如在某些财经类短视频知识生产中,主播的话语风格、服饰、妆容、体形特征、背景色彩、年龄等非表征信息均会使受众产生对财经知识不同的认知效应。二是做好优质内容的再生产。当前短视频知识生产与知识IP开发成为知识内容生产的两大主要趋势。利用短视频平台生产及再生产优质知识内容,开发优秀的内容版权(即IP),既能保证一定的话题热度,也能实现市场收益。如亚马逊音频平台让明星史蒂芬·弗莱为英国读者朗读“哈利·波特”系列,不仅提高了有声书的用户体验,也被认为是至今最好的IP版本之一。三是重塑知识内容交互中的多元关系。主要包括人与机器、人与人之间的关系。人与机器关系,表现为人机交互。人机交互的方式有符号交互、语音交互、手势交互与面部识别等形式。以知识内容为纽带的人与人之间的关系,是一种新型的知识社交关系。人们围绕知识内容的生产、分发和传播活动,建立起一种协作生产模式的知识关系网络,人们的知识获得、情意交际以及行为反应等认知过程机制变得更加复杂。因此,围绕知识内容重塑多元关系,利用人机交互提高知识生产传播的效

率,同时注意保护个人隐私,在知识分享与传播中增强人与人的纽带关系,是未来知识生产需要注意的问题。

2.知识关系网络重塑:生产动力系统交互与传播关系重构

认知动力系统理论认为,认知是嵌入在环境中的智能体的适应性活动,认知、身体与环境处于一个实时性的动态关系系统中。认知传播场中不同节点诸要素(如传播主体、审查机构、媒介组织、接受主体等)相互影响,共同构成一个对接受主体的认知行为产生影响的认知传播网络或图式。^⑩在网络知识生产关系网络中,认知主体(包括知识生产者、传播者和消费者)、与认知主体相关的知识传播平台(门户网站、客户端、App、短视频等)、物质化媒介(智能穿戴设备、传感器等)以及环境(网络环境和现实环境)四大要素持续互动,共同生成网络知识生产传播的动力系统。

一方面,知识生产的动力系统要素揭示了优化网络知识生产的可能路径。在认知主体方面,知识生产者除了利用一切物质化媒介搜集信息做好用户画像、继续深挖知识接受者大数据信息实施个性化推送外,还应重视对用户情绪、关系、态度、情境、位置、媒介使用习惯^⑪(如频率、时间、类型等)多元交叉数据的挖掘以形成更精准的用户认知。在用户平台方面,各类社交平台、搜索引擎、门户网站等都在与认知主体、环境系统的互动中形成结构更加复杂的网络平台系统。大平台系统为实现市场利益最大化,则需要加强用户的多感官沉浸式体验,做好从生产主体、平台终端到接受者的认知布局。这就不仅需要增强技术实践的沉浸式体验,也要关注知识生产过程中不断变化的事件和时空带来的用户需求变化以及不同知识网络展演的非常规性和非可预测性(如网络舆情知识的生产与衍变),随用户认知时空情境的变化而做好网络知识生产。在环境方面,人的身体与环境的互动性增强。网络知识的生产传播既离不开物质技术环境,也离不开认知主体对环境空间的感知、表达和重构。除了现实空间的空间布局、地理位置等影响因素,网络知识生产传播也更倚重网络环境,在人与网络环境的互动中不断生成新的知识(如知识分享平台知乎、豆瓣等),借助不同知识背景主体的知识协作分享不断创造新知识、新概念。因此,网络知识生产的动力系统揭示出知识

生产者、接受者和平台、物质化媒介、环境是相互作用的,网络知识生产路径优化既要构建良好的知识生产环境,也要重视各要素之间的交互作用。

另一方面,知识关系网络重构知识传播格局。随着网络社会的崛起,“各种沟通模式整合入一个互动式的网络中”,“经过人脑两端,也就是机械与社会脉络之间的崭新互动,人类心灵的不同向度重新结合起来”。^⑬网络知识传播中知识通过动力性网络结构中持续互动的个体、群体和机构来创造,知识生产及知识流动的方向、节奏、传播活力与网络结构中的权力、制度及文化密切相关。首先,完善知识生产管理系统。网络知识生产传播的系统化、有序化是重中之重。交互式技术平台搭建和以现代信息技术为基础的网络实践数据库是基础;采用融合式的知识传播方式如新旧媒体融合、多感官式融合是关键;做好信息筛选,建立系统、清晰的网络知识地图,提升受者的知识接受效率是目的。故而完善知识生产管理系统,建立合理的知识生产管理制度,既要为生产者提供强力技术支撑,也要层层把关,严控和杜绝伪知识传播。其次,优化网络知识分享机制。随着社交知识分享的情境演化、人际互动增强和知识累积,人的认知不断升级,知识成为媒介参与人的日常生活实践,改变人们的交往方式和经验世界。网络知识传播可以进一步鼓励隐性知识的积极分享,提升知识含量,重构知识传播格局,以满足知识贡献者的尊重、自我实现等精神需求。最后,重视网络知识生产传播的文化属性。知识表征本身蕴含社会权力与文化关系,知识流动与被实践的非表征文化在互动中产生出新的社会权利关系。良性循环的知识生产传播体系不仅要为精英文化阶层服务,也要为提升整个大众阶层文化水平服务。而如何做好精英与大众、个性化知识生产与公共性知识生产间的平衡,值得进一步探索。

3. 知识服务升级:增强场景定位与日常实践的应用交互

在移动互联网情境下,知识生产传播越来越场景化。场景是基于特定时空环境,与人的行为、心理、需求相关的情境氛围的总称。罗伯特·斯考伯和谢尔·伊斯雷尔认为,移动时代场景的意义大大强化,并提出“场景五力”^⑭:大数据、移动设备、社交媒体、传感器、定位系统。数字时代的网络知识传播带有鲜明的场景特征,主要表现为智能物体(车

载音频、智能音箱等)的场景化、知识内容分类的场景化(如知识平台分类的历史场景、娱乐场景、热点话题场景)以及知识接受的场景化。跨平台、多屏、智能物体、移动情境,越来越成为人们知识消费的场景。因此,如何利用“移动互联网+各种场景”提升知识服务水平,成为知识生产者进一步思考的方向。

第一,增强知识生产与地理环境中认知主体状态的实时交互。非表征理论强调“具身性的研究不再只是有关身体的研究,而是关于文化和体验的研究”^⑮。这意味着对认知主体的身体体验和身体所处的实时环境的新关注。这又分为两个方面:一是身体体验。包括了知识触达身体,身体参与体认和身、脑、境三者的有机协调。二是身体日常实践所处的实时环境,即用户此时所在的地理位置和意义对知识接受者产生作用。比如人在图书馆、书房与在娱乐场所、旅游景点等地理位置的不同而会对知识的选择、需求和接受度不同。因而定位身体所处的实时环境及身体在不同场景下的展演性实践,并由不同的环境场景(如餐厅、旅游景区、地铁站等)接入符合场景需求的优质知识内容,是未来知识服务需要关注的。

第二,加强知识服务与用户行为、动机、情感、需求状态交互。随着人工智能、物联网、5G 技术的发展,人在不同场景下会有不同的知识消费需求与习惯。知识生产服务平台将逐步转向个性化、精准化的场景争夺。目前,各类搜索引擎、购物网站、知识 App 等均可以通过网络技术实现对用户的实时信息采集和个性化服务。如网站根据用户对某个词条的搜索次数、频率的保存,对其感兴趣知识产品的查看次数、收藏,放入购物车与停留时间的记录和行为轨迹搜集等自动获取用户实时数据,并做进一步知识推送服务。随着技术的发展,未来网络知识生产者可以根据用户个人的行为数据和实时的社交情境、天气、交通等结合调整知识传播的内容、节奏和用户界面,进行精准化服务。因此,做好知识用户生活方式的数据调查,如其使用知识平台的时间、类型、方式、内容偏好等数据信息,将有助于识别用户并进行精准的知识匹配。

第三,打造综合性的知识服务平台。移动互联网带来人们认知场景的变化,场景的变化带来知识需求的变化。大数据和定位系统能够搜集数据并做用户画像,为个人化场景服务提供了可能。比如,定

位系统自动向旅游景点用户推送的餐厅、酒店、医疗等生活知识服务,社交媒体推送的旅游攻略,驴友发布在社交媒体的游览经验或知识心得,等等。知识接受者在移动场景中自由接受个性化信息,在不同的场景背景下根据行为和环境做调整,从而产生对旅游地景观和风土人情的个性化认知。一些知识服务类 App 如高德地图、谷歌地图、旅游服务软件等,不仅为用户提供行动路线导航,也同时开发用户的新需求,比如引导新的网红打卡地、网红食品、酒店等,从而实现场景与服务的融合。因此,只有利用各种传感器、可穿戴设备和大数据技术,打造综合性的知识服务平台,进行场景化知识的深度开发和应用,加速从知识生产到生活方式服务的转型,才能不断满足用户的认知体验和知识愿景。

综上,网络知识生产的意义生成并不只存在于文本与象征系统之中,也存在于人的具身实践、特定情境、媒介使用惯习、情感、需求、动机及身体与知识场景的交互耦合中。网络知识生产只有超越单一、线性的话语生产框架,打通知识生产表征与非表征的逻辑通道,在人与人、人与非人的交互关系以及网络技术、制度和文化的动态结构升级中建立多维度、多元互动的动力系统模式和面向未来的知识生产体系,才能使网络知识的生产与传播更具价值。

注释

- ①[加]尼科·斯特尔:《知识社会》,殷晓蓉译,上海译文出版社,1998年,第13页。②任悦:《数字时代视觉表征的变化——对“我们:数码相机记录的影像生活”摄影比赛作品的内容分析》,《国际新闻界》2007年第2期。③Andy Clark. *The Dynamical Challenge*. *Cognitive Science*, 1997, Vol.21, No.4, pp.461-481.④⑩⑪欧阳宏生:《认知传播学》,科学出版社,2020年,第80—81、154、121页。⑤Andy Clark. *Embodied, Situated, and Distributed Cognition*. In W. Bechtel, G. Graham. *A Companion to Cognitive Science*, Malden MA: Blackwell Publishers Inc. 1998, pp.506-517.⑥Margaret Wilson. *Six Views of Embodied Cognition*. *Psychological Bulletin and Review*, 2002, Vol.9, No.4, pp.625-636.⑦John P. Walsh, Ann Roselle. *Computer Networks and the Virtual College*. *Science Technology Industry Review (OECD)*, 1999, No.24, pp.49-77.⑧[法]莫里斯·梅洛-庞蒂:《知觉现象学》,姜志辉译,商务印书馆,2001年,第106—166页。⑨Leon C. de Bruin, Lena Kästner. *Dynamic Embodied Cognition*. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 2012, No.11, pp.541-563.⑫李城:《后疫情时代大学生对红色影视剧的接受与国家认同研究——基于全国12所高校大学生的问卷调查分析》,《西南民族大学学报》(人文社会科学版)2021年第4期。⑬[美]曼纽尔·卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九、王志弘等译,社会科学文献出版社,2001年,第406页。⑭[美]罗伯特·斯考伯、[美]谢尔·伊斯雷尔:《即将到来的场景时代》,赵乾坤、周宝曜译,北京联合出版公司,2014年,第11页。⑮Gail Weiss, Honi Fern Haber. *Perspectives on Embodiment: The Intersections of Nature and Culture*. Routledge, 1999, p.143.

责任编辑:沐紫

The Production and Dissemination of Network Knowledge from the Perspective of Cognitive Interaction

Li Cheng Ouyang Hongsheng

Abstract: In the era of mobile internet, the meaning generation of network knowledge production not only exists in texts and representation systems, but also in the interactive coupling of non-representational embodied practices, specific situations, media habits, emotions, needs, and motivations. The coordinated role of representation and non-representation constructs the complete meaning of network knowledge production. Non-representational culture provides a new path for network knowledge innovation. The cognitive subject, the environment, the materialized media and the knowledge platform constitute an interconnected community. Under the interactive vision of detached and embodied cognition, we propose that network knowledge production and dissemination should start with relational cognition with the cognitive subject in practice as the core, and restructure the order of network knowledge production through the transformation of knowledge production concepts, the reconstruction of knowledge relationship networks and the upgrading of knowledge services.

Key words: cognitive interaction; representation; non-representation; network knowledge; production and dissemination