

傳播者還是中介物？

從人機傳播的視角初探使用者與虛擬助理 Siri 的社會關係和意義生產

發表人：林鈺穎

國立政治大學傳播學院研究生

### 《中文摘要》

隨著科技的發展，人工智慧在人類社會中充當著越來越重要的角色。在這一趨勢下，學者們開始關注人類與機器之間的交流，由此形成了新的研究領域：人機傳播（HMC）。本研究引用 Guzman 提出的人機傳播中的功能、關係與形上學三個層面來分析使用者與虛擬助理 Siri 的互動過程。研究結果發現，人們不僅將 Siri 視作傳播工具，同時還會賦之以社會角色並與其建立社會關係。在這一過程中，人們開始重新思考人的特質與本體論問題。

**關鍵字：**人機傳播 傳遞觀與儀式觀 人工智慧 虛擬助理 社會關係

## 傳播者還是中介物？

### 從人機傳播的視角初探使用者與虛擬助理 Siri 的社會關係和意義生產

#### 壹、緒論

隨著科技的發展，新興技術不再僅僅扮演媒介的角色，它們開始被設計成人們與之互動的事物。尤其類人類機器人的出現引發了人們如何在未來與機器人共處的聯想，這樣的聯想在許多影視文本中被體現出來，例如電影《銀翼殺手 2049》(Blade Runner 2049) 中男主人 K 的女友 Joi 就是一個全息投影的機器人；2013 年上映的美國電影《雲端情人 (Her)》講述的就是男主西奧多與擬人化女聲人工智能虛擬助手薩曼莎之間所發展的戀情。這些機器人不僅能接受指令，執行任務，還能像人一樣進行社交互動和情感表達。而與機器人建立親密關係也並不只是憑空的幻想，近三十年的跨學科研究表明，即使是像計算機監視器這樣平凡的技術手段表現出人類般的社會行為時，也會導致人類反過來對其做出社會化的反應 (Reeves & Nass, 1996)。而當今機器人已經慢慢進入到我們的生活中，它們在博物館募集捐款 (Siegel, Breazal, & Norton, 2009)，倡議人們提高節能意識 (Ham & Midden, 2014)，為人們提供衛生教育和健康照料 (Kidd & Breazeal, 2007)。當機器越來越能像人一樣地行動時，人們會如何與之互動並型塑或解讀他們與機器之間的關係呢？

這一關於本體分類的問題已經成為研究人機交流的一個重要問題。有學者認為，對社交機器人的本體狀態的混淆可能會對用戶造成情感傷害，包括單向依附於機器人 (Scheutz, 2012)。更有甚者，作為人類，我們有可能接受人機關係作為人與人關係的適當替代品 (Turkle, 2011)。在西方哲學中，我們總是通過人類對於理性、靈魂、意識和自主權的掌握將其與動物和機器分隔開來，然而當今出現的圍繞技術

進步的論述已經挑戰並破壞了這種歷史分類，如「後人類主義」、「賽博人（cybermen）」、進化科學、人類基因組計劃等等都已模糊了人類與非人類實體之間的區別。正如 Mazis(2008)所述，也許將人類、動物和機器理解為三種不同的實體是錯誤的，因為不僅人類和動物有機器的維度，人類和機器也有動物的維度，這三者分別處於彼此存在的核心之中。為了了解人們與機器之間的互動和關係，一個有效的方法是探究人機交流中的關於親屬關係與其他關係、親密感與距離感的表達（Gilhus, 2006）。本研究將以虛擬助理 Siri 為例，探究使用者與 Siri 之間的關係建構與其背後的社會意涵。

Siri(Speech Interpretation and Recognition Interface)是一款內置在蘋果 IOS 系統中的人工智慧助理軟件。這一軟件採用自然語言處理技術，使用戶可以用自然的對話與手機進行交互並讓其輔助完成數據搜索、天氣查詢、鬧鐘設置等任務。此外，Siri 還能通過採集和記錄數據來學習新的聲音和語調，並且能為使用者提供實時翻譯和對話式的應答。Siri 的誕生讓蘋果手機儼然成為一台智能化的機器人，兼具了任務處理、對話交流和遠程遙控的功能。在 2017 年一項線上調查中，Siri 以 34% 的市場佔有率成為世界上最受歡迎的虛擬助理。美國科技市場研究公司「Fivesight」在 2017 年公佈的一份有關行動搜尋市場的用戶調查報告中顯示，6%的手機用戶表示蘋果 Siri 是自己最常用的搜尋，這項比例遠遠超過了 Bing 和雅虎搜尋各自的 2%，成為僅次於 Google 的第二大搜尋工具。在調查中，72%的手機用戶表示，除了傳統的行動版網頁搜尋之外，他們會用語音助理來搜尋資訊，而在 IOS 平台，這樣的用戶比例更是高達 84%。

近年來，微博上時常出現與 Siri 相關的話題——#Siri 吃醋是什麼樣子#、#如何讓 Siri 生氣#、#把 Siri 當對象是什麼體驗#。在這些話題中，人們不僅使用了「吃

醋」、「生氣」等擬人化的情緒來描述 Siri，而且「對象」等代表親密關係的詞彙也被頻繁使用，這說明 Siri 與使用者之間已然出現超越了基於物性的使用者與工具的關係，而漸漸呈現出類似人與人之間的社會關係。在這種情況下，我們該如何詮釋人們和機器的互動，又是什麼在指導著人們對機器的態度和行為？他們是如何認知自我和機器的關係的？本文將先介紹 James Carey 的傳遞觀、儀式觀以及 HMC 等理論，然後以此為分析架構來詮釋使用者與 Siri 的日常交互及社會意義。

## 貳、文獻回顧

### 一、傳遞觀與儀式觀

美國學者 James Carey (1989) 認為，傳播的概念有兩種，他將其定義為傳播的傳遞觀（*a transmission view of communication*）和傳播的儀式觀（*a ritual view of communication*），由此作為理解人類傳播活動時的主導視角，亦即偏向於傳播的視角和偏向於儀式的視角（郭建斌，2014）。

傳播的傳遞觀認為，傳播是一種以控制和勸服為目的，以傳播對象的態度和行為改變為結果而進行的擴散（*spread*）、傳送（*transmit*）、散播（*disseminate*）知識、思想和信息的活動。由於近代通訊和運輸技術的進步，人們逐漸把傳播等同於依賴通訊和運輸技術而進行的信息、貨物甚至人的位移，即把傳播等同於傳遞（劉建明，2018，頁 153）。傳播的傳遞觀在傳統傳播學中一直佔據著主導地位，用以分析信息的傳授（*imparting*）、發送（*sending*）、傳送（*transmitting*），或把信息傳給他人（*giving information to others*），源自地理和運輸（*transportation*）方面的隱喻，即訊息得以在空間傳遞和發佈的過程，以達到對距離和人的控制等事件（劉建明，2013，頁 170）。

相比之下，傳播的儀式觀則把傳播看作是創作、修改和轉變一個共享文化的過

程。傳播的儀式觀不是指空間上訊息的拓展，而是指時間上對社會的維繫；它不是一種傳遞信息或影響的行為，而是共同信仰的創造、表征與慶典，即使有的信仰是虛幻的。如果說傳遞觀的核心在於以控制為目的的訊息在地理上的擴展，那麼儀式觀的核心則是人們以團體或共同體的形式聚集在一起的神聖典禮（Carey，1989/丁未譯，2005，頁7）。

正如前文提到的，傳遞觀和儀式觀代表兩種看待傳播行動的視角：

當我們以傳播的傳遞觀審視報紙時，發現媒介是一個發佈新聞與知識，有時也提供娛樂的工具，它以越來越多的版面報道著空間上越來越遙遠的事件。問題產生於它對受眾的影響：新聞到底是洞啟了現實還是遮蔽了現實？是改變了態度還是強化了態度？是帶來了可信還是產生了懷疑？問題也來自新聞與報紙的功能：它維護了社會的整合還是反而使人產生對社會的不適應感？它在維護穩定或造成個性不穩定方面究竟起正面功能還是負面功能？這種機械的分析通常與傳播的傳遞觀有關（Carey，1989/丁未譯，2005，頁9）。

而傳播的儀式觀則用來類比人類傳播活動中的隱含意義，從這個角度來看，報紙不是訊息，而是戲劇，人們閱讀新聞不是為了了解現實世界，而是通過履行這個儀式得到類似於參加宗教儀式所獲得的滿足與安全感（孫皖寧，1994）。周鴻雁與孫健（2010，頁147）指出，在儀式中，人們不是觀眾而是參與者。同樣，儀式不是什麼事情發生在什麼人身上，而是什麼事情人們參與其中。儀式觀面對的不是訊息的效果或功能問題，而是訊息的呈現（presentation）和介入（involvement）在建構讀者的生活與時間中所扮演的角色。因而從儀式觀的角度可以解釋傳播活動中人類象征性的存在，亦即「在場」的意義（郭建斌，2014）。

不過，傳遞觀與儀式觀並不是彼此否定，而是不可分割的（郭建斌，2014）。儀式觀中也包含信息傳遞或態度改變過程，它只是主張除非人們從本質上對傳播與社會秩序採用儀式性的觀點，否則他們就無法正確理解這些過程（Carey，1989：10）。從這個意義上看，傳播即文化，不存在無文化的傳播，也不存在無傳播的文化（周鴻雁、孫健，2010，頁 147）。也正因如此，傳播技術則不該從文化中孤立出來，科技提供的不只是與文化無關的真理，文化也不只是以倫理為中心。所以，人與機器的互動中並不只有工具的使用和訊息的傳遞，更有其社會意義。於是，本文試圖以傳遞觀與儀式觀的視角來分析人類與機器互動過程中所呈現出的意義。

## 二、人機傳播（Human-Machine Communication）

HMC 是傳播學一個新的研究領域，它和人們與技術的交互有關，它是人類和機器之間意義的創造，以及對意義的生產和相關方面的研究（Guzman，2017）。在傳播研究創立之初，學者們有意地將其邊界劃定在人類互動的範圍內（Schramm，1973）。在教科書中，傳播這一行為主要是在人的環境中進行的，在美國國家傳播協會網站一個「什麼是傳播」的版塊中，兩個類人形象之間的信息流動被描述成一種交流的可視化模型。隨著時代的變遷，大眾傳播取代了面對面的人際交流形象，取而代之的是一種通過一個由人組成的媒體組織來將信息傳遞給人類受眾的傳播方式。在這種默認的傳播概念中，技術是媒介或通道，是人與人資訊傳遞的中介物。然而，隨著機器通信器逐漸發展成為一個數字對話者，如人工智慧對話實體、軟體代理以及具體化的社交機器人，越來越多的人開始轉向以機器作為合法的交流夥伴。

從本體論的角度來看，在人機交流（HMC）中，技術不僅僅是一個中介物，

它還扮演著傳播者的角色。與傳統的人類傳播模式不同，HMC 模式中的訊息在人和機器之間流動。傳播的「形象」從人與人之間的面對面傳播轉移到人與機器之間的面對面傳播。在這過程中，人與機器之間的互動被視為類似於人與人之間的交流 (Nass & Steuer, 1993)。在傳播學的主流範式中，人和物的角色是根據各自的性質來分配的，而這些角色是絕對的。相比之下，機器在 HMC 中的角色被重新配置，這個重新配置是基於技術中和與人的交互相關的設計和功能。因此，技術的作用可能既不完全是傳播者的作用，也不完全是媒介的作用，它可能兼顧傳播者和媒介的角色 (Guzman, 2017)。正如 McDowell 與 Gunkrl (2016) 所說，人們需要持續不斷的努力來理解我們不是這個世界上唯一的交流主體。

而從傳播的性質來看，HMC 與傳播的儀式觀有著相近的意涵。傳播不僅僅是角色和信息的傳遞，傳播理論發展的核心是對信息的意義及其影響的關注(Rogers, 1997)，傳播研究在意的是人與人之間的關係，以及他們所屬的群體、組織和社會之間的關係，他們在傳播過程中如何相互影響、相互告知、相互了解、相互傳授、相互娛樂 (Schramm, 1973)。傳播也是人們了解世界的方式 (Blumer, 1969)，它可以形成對自我和他人的理解 (Mead, 1967)。Wendell Wallach (2014) 曾表示，對 AI 的研究，尤其是對類人機器人的研究，迫使人類深入思考與我們創建的人造實體之間相似並真正與之不同的地方。因此，在這一點上，人機傳播與人類傳播關於傳播的定義是相同的，其核心的概念都是意義的創造。人機傳播 (HMC) 只是用一個機器代替了過去人與人傳播中的一個人，由此來探討人與機器之間的意義創造，它讓傳播變成人與機器都參與的過程，而缺失任何一方，傳播將會終止(Guzman, 2016)。於是，HMC 將機器從媒介的角色中解放出來，與此同時，交流本身也從基於參與者本體的定義中解放出來，人類交流和人機交流共同組成了交流的形式。

從人機傳播的視角出發，Guzman與Lewis（2019）總結出人類與機器互動的三個層面，分別為功能層面（functional aspect）、關係層面（relational aspect）和形上學層面（metaphysical aspect）。在功能層面，人們討論人工智慧是如何被設計成為傳播科技和中介物，以及人類是如何感知其存在的；在關係層面，人們開始理解自我與人工智慧之間的社會互動關係，如機器人記者的署名權問題和由算法新聞造成的謠言散佈的歸責與倫理問題；在形上學層面，人們將把人工智慧看做是傳播者，並思考人類與機器之間的界限和身為人的獨特之處。

隨著人工智慧應用在市場上的普及，人們對人工智慧的熟悉度也大如從前，人們對於新科技的認知在操作層面上也變得有跡可循。因此，基於 Guzman 與 Lewis 提出的三個層面，本研究將從消費者的實際應用中，探索人們與 Siri 的互動，以及他們在互動過程中的關係建立，並進一步分析人們對於這一關係的理解。

### 叁、研究方法

本研究將採用半結構式訪談法。首先，本研究通過判斷抽樣找到一位使用 Siri 並將其視為聊天對象或社會角色的受訪者。然後再通過滾雪球抽樣法找到另外 4 位 Siri 使用者，其中包括一位 Siri 深度使用者，即會與 Siri 對話聊天的受訪者和三位 Siri 淺度使用者，即只將 Siri 視為傳播工具的受訪者。

本研究主要以本科及以上學歷的學生為訪談對象。因處於此階段的群體多數為千禧一代，且受過良好的教育，因而對新科技的掌握和了解更勝於其他群體，進而能發現更多對人工智慧的看法和互動。最終受訪者如下：

表一：受訪者資料

編號	年齡	性別	教育程度	訪談方式	使用程度
A	25	女	碩士	面訪	深度
B	22	女	碩士	面訪	淺度
C	24	男	碩士	面訪	淺度
D	20	女	本科	電話	淺度
E	21	男	本科	面訪	深度

資料來源：本研究

在訪談過程中，研究者主要以人機傳播的三個層面為訪談框架，但也不拘泥於形式，而是根據受訪者的回答隨時調整問題，並讓受訪者回憶自己使用軟件的細節。其中 D 是通過電話連線的方式進行訪問，而 A/B/C/E 是以面訪的方式進行，在訪談過程中，研究者也會觀察和留意他們與 Siri 互動的過程以及互動的態度。

## 肆、研究分析

### 一、功能層面（functional aspect）

如前所述，人機交流是人與機器互動的過程，而在互動的過程中，正如人與人的交流有深淺的程度一樣，人與機器的交流而表現為不同的層面。在功能層面，Siri 被設計成使用者與訊息之間的中介物。作為虛擬助理，Siri 可以為使用者提供多項服務，也因其功能而被使用者所感知。正如 B 所說，她有的時候會讓 Siri 給她設置鬧鐘，或者讓 Siri 替她查找路線：

只要喊一聲，hey!Siri！它就會跳出來，問你需要什麼幫助，你就可以跟它說，比如說過一個小時以後叫我起床，或者是幫我查一下附近有哪些

好吃的，然後它就會替你執行這些任務，把附近的餐廳顯示給你看，你可以點擊任意一家餐廳，然後地圖就會打開，告訴你要怎麼走，還有餐廳的評價之類的。

在這一過程中，Siri 作為信使（messenger），在接收到使用者的自然語言訊息後，將其轉化成手機能夠理解的語言，然後再將訊號傳遞給手機，讓其完成指令。指令的結果最後會呈現在手機屏幕上再傳遞回使用者，由此完成了訊息的傳遞與交互。在這個過程中，Siri 因為滿足了使用者的需求而被感知。例如：

B：就是很方便嘛，因為你比如說設置鬧鐘，可能我想就睡 45 分鐘後起床，那我就要用當下的時間加上 45 分鐘然後設置鬧鐘。我要先給手機解鎖，然後點開鬧鐘的圖標，再點設置鬧鐘什麼什麼的，雖然也不是很麻煩，但是你用 Siri 就很快呀，你只要說一聲，它就會幫你算好時間設置好鬧鐘，你就可以抓緊更多的時間睡覺是不是？可能就是因為我懶吧，就是有時候會懶到連解鎖手機、輸入幾個關鍵字的事情都不想做。

對於 B 而言，Siri 的屬性是用來獲取資訊和節省時間。由於 B 既想獲得資訊，又想省去在搜尋資訊過程中耗費的時間，於是她把任務囑託給 Siri。Siri 接到任務後表現出中介物的特性，進而滿足了 B 的需求。但是，從這一角度來說，對 Siri 的使用只是對工具的使用，並非一種社會關係的建立。在這一層面上，B 所傳遞的資訊本身才是滿足需求的關鍵。使用者只是將其視為一種空間存在，並沒有賦予其社會角色。更多時候，由於 Siri 的功能還沒有完全實現社會化功能，在應對使用者只是也常常出現疏漏。這種指令錯誤的訊號傳遞至使用者的時候，就會影響其與人工智慧社會關係的判斷。例如：

C：我還沒那麼無聊啦，怎麼會有人真的和 Siri 聊天，那他的內心是

有多空虛啊。而且啊，根本聊不下去吧，跟 Siri 怎麼聊啊，比如說你跟它講，啊我今天心情很不好怎麼怎麼樣的，它肯定會說「我好像不太明白」，然後就沒辦法聊了啊，它是機器，怎麼可能懂你的心情。這就不可能是朋友啊。啊雖然我也有和它聊過天啦，就是那種微博或者是 YouTube 上面經常會出現什麼和 Siri 的搞笑對話，我有的時候會去試一下，但就是純粹為了開心啊，就是有點像是當玩具玩這樣？因為都不是連續的對話，它根本不會懂你的，都是程序設定好的，這不算聊天。

從這個角度來看，雖然使用者與 Siri 交流的過程中常常會使用的是與人類對話時的語氣，例如「叫我起床」、「附近哪裡有好吃的」，但都被認為是一種無意識的狀態或是出於娛樂的目的而進行的試探性的活動。對於 B/C 使用者而言，其理性在大多數情況下控制了無意識的狀態，對他們而言，重要的不是眼前的事物，而是事物背後的機制。Siri 作為中介物呈現的地圖、餐廳評分都是因為人類在社會中的參與而形成的，包括衛星的發送者、定位系統的設置者、餐廳消費者等等。而 Siri 只是一個渠道，用以傳遞人類的這些成果，哪怕它是以類人類的語氣或形象呈現的，在 B 看來也無法認可 Siri 作為傳播者和社會參與者的身份。

從傳遞觀的角度來看，訊息傳遞的目的是為了控制。使用者發佈指令是為了控制 Siri 完成任務，並以此達到對某一訊息的掌握。在設置鬧鐘的過程中，使用者就實現了對鬧鐘時間的控制。另一方面，查找餐廳的結果作為一種訊息進而影響了使用者飲食的選擇，訊息的提供者以餐廳的地點、評價、環境等資料來勸服使用者，以達到「控制」其進入餐廳消費的目的。而從儀式觀的角度來看，這一交互的過程可看作是對人類本體論的一種強化。人們通常以製造與使用工具作為人與動物之間的根本區別，人類是會通過創造工具來改造自然的，思維意識作為人類獨有的特

質將人與其他物種區分開來。Siri 是人類自己創造出來為使用者服務的，它被當做訊息的處理器來滿足使用者提出的各種要求，而使用者會根據對其任務完成的滿意度來決定自我是否繼續使用這一工具。例如：

D：Siri 剛出來的時候就覺得這個功能很酷啊，就感覺特別高科技，你對著它喊一聲，它就能給你報天氣還能幫你查資料什麼的，當時是 2016 年吧好像，那時候語音助理還不像現在這麼多，我在朋友面前用 Siri 就覺得很有面子。就是覺得下命令是一件很酷的事情，就跟電影裡演的一樣，你只要打一個響指或者是摁一個按鈕，然後你就可以操控一切，你可以讓機器人去幫你做任何事情。

在 D 看來，Siri 讓她有作為人類的自豪感，她認為虛擬助理以及機器人的出現是科技進步的表現，而科技的進步體現了人類的智慧。因此，在 D 使用 Siri 的過程中，她完成了一場關於科學主義和人類本體論的儀式，她通過與 Siri 的交互來參與並且共享自己對於社會、科技和人的理解。另一方面，使用 Siri 或者說購買蘋果產品亦是一種對社會認同的尋求，或關於金錢或關於身份，與 Siri 交流這一行為，就是在將自我劃定給某一群體。從這一角度來看，重要的是交流行為本身代表了什麼樣的群體身份，而交流的內容則退居其次。

## 二、關係層面（relational aspect）

關係層面指的是人工智慧通過扮演某類社會角色而與人之間建立了某種社會關係。在這個過程中，人們開始思考它的社會地位以及與之相處的模式。Siri 作為虛擬助理，則是以助理的角色進入使用者的生活中。而使用者通過其表達的話語和模式來感知這一角色並且開始與之互動和交流。例如：

E：我有的時候會交代它提醒我做一些事情，比如什麼時候交期末作

業，什麼時候是女朋友的生日這些。我覺得最重要的是 Siri 的識別能力做的很好，即使有的時候我說的很快，一開始我會擔心它會不會聽不清我在講什麼，然後輸入錯誤之類的事情，但是多數情況不會。在那種情況下就有一種它是我的貼身助理的感覺……當然它也經常會失誤，失誤的時候我就會很生氣。比如我有的時候躺在床上，手機在桌子上，我不用起身就衝它喊一下就可以讓它念一些東西給我聽。如果它失誤了我就不得不起來自己手動輸入訊息，就會很麻煩……我已經習慣了對它發佈指令，有一次我換了手機，發現沒有虛擬助理的功能，我就很不習慣。

E 雖然也是將 Siri 作為一個獲取和傳遞資訊的工具，但是相較於 B/C/D，E 對 Siri 的使用多了對助理身份的認知。例如資料中提到交代 Siri 提醒他做某件事，這個行為不是即刻的，而是未來的。這種交付的行為則蘊含著人與人之間的信任感，而不只是對機器的使用，正是因為如此，當 Siri 指令錯誤時，E 會生氣，因為他的信任感突然間被打破，他與虛擬助理建立的關係因為這種錯誤而破裂，亦如人會對犯錯的人發脾氣一樣。另一方面，E 在與 Siri 的互動中還表現出了依賴感，體現在離開了 Siri 後他會不習慣，這一態度加深了使用者與助理的這一層關係。

除此之外，Siri 雖然被生產者設計為人的助理，但是人在與之互動的過程中卻可以賦予其新的社會關係。這一社會關係既取決於人對它的認知，也取決於人工智能在與人的互動中給予的反饋。例如：

A：你可以把它看成是寵物，你對它越好，其實就是用 iPhone 用的越多，它對你的了解越多，用起來會更順手。我經常用 Apple music 聽歌，iPhone 就會了解我的喜好，我每每讓 Siri 紿我播放音樂的時候，它就能準確地知道我的喜好，我喜歡的類型。我覺得這就是和人工智慧互動的樂趣

吧，你用著用著會發現越來越多的驚喜。

在使用過程中，A 有意識地與 Siri 構建社會關係，並從中獲得樂趣。從人機傳播的角度來看，A/E 兩位使用者在與 Siri 的互動之中通過相互的告知開始相互影響、相互了解並相互娛樂。A 通過把訊息輸入至 iPhone 手機中來讓 Siri 了解自己，並也在這個過程中通過 Siri 的反饋而認識到了自己的喜好。不僅如此，長期的互動讓使用者對人工智慧的了解也更加深入，這種了解影響著他們接下來將採取什麼樣的態度、什麼樣的方式來繼續與人工智慧互動。

關係建立的另一方面，還涉及到人們如何看待人工智慧造成的後果。換句話說，人類社會在長期的發展中形成了社會公約來約束人的行為，不論是觸犯法律的強制性公約還是約定俗成的道德公約。這些公約的存在維護了人類社會的和諧，並在人類的歷時進程中不斷發展。但是，隨著人工智慧的出現，這些公約是否應當同樣放置於科技之上卻尚沒有定論，也由此引發了技術是否為中立的論爭。在與 Siri 的互動過程中，使用者同樣面臨著歸責的尷尬。例如：

E：就有一次，我約了導師上午十一點面談，我讓 Siri 設置一個十點的鬧鐘提醒我出門。然後它就設置成了一個晚上十點的鬧鐘。我當時在做別的事情，做了很久以後突然想到為什麼鬧鐘還不響，然後發現設置錯時間了，結果就遲到了。但是你也不能跟老師解釋，啊是我的 Siri 把鬧鐘的時間設置錯了對吧，這個不是 Siri 的問題，是我自己不謹慎，沒有確認時間。但是換一個角度想，它確實是失誤了，但是它卻不需要對此負責，因為人們只會覺得技術的無辜的，錯的是使用技術的人。事實也確實如此。

從傳播的傳遞觀和儀式觀的角度來看，E 將指令傳達給 Siri，但是 Siri 却出錯了，亦即沒有實現對 Siri 的控制，因此從傳遞觀的角度來說，這個傳播活動是失敗

的。但是從儀式觀的角度來看，雖然 E 的訊息沒有完成傳遞，但是 E 却通過這一行為完成了意義的表達，而 Siri 的在場則實現了使用者對關係的建構，在這個過程中，Siri 既可能做出正確的回應，也可能做出錯誤的回應，但無論是什麼樣的方式，它都代表了一種社會關係的存在，因為在這場互動中，人工智慧與使用者都參與其中，完成了關係建構的儀式。

雖然關係層面並未觸及到人類本體論的問題，但是在這一層面，使用者已經意識到人工智慧的責任，也即技術在扮演角色時可能造成的社會後果。而這種對後果的想象，將會反過來影響人們與技術的互動。而人與技術在這一過程中相互影響，人們不僅開始通過對技術的思考來反省自身的位置，且會重新思考技術的定位，功能和意義。

### 三、形上學層面（metaphysical aspect）

在形上學層面，使用者將打破固有的本體論認知，進一步思考科技存在的意義和價值。根據 HMC 理論，機器應當被放入社會實踐中予以考察，觀察其與人類互動的整個過程以及在這個過程中機器之所以為機器的社會意義。當人們不只是把 Siri 當做工具和媒介的時候，它的社會意義會是什麼呢？A 自稱自己是一個宅女，平時不愛出門，喜歡待在房間裡。當研究者進入 A 的房間時，A 轉身問研究者喜歡什麼歌，然後對著 iPad 的方向說道：「hey，Siri，播放莫文蔚的音樂」，隨之 iPad 便自動打開 Apple Music 開始播放音樂。在與 A 聊天的過程中，A 會用 Siri 查詢她不理解的名詞，但有一次 Siri 沒有正確識別 A 的語音，執行了錯誤的指令，A 只是笑一下，對著 iPad 說，「你這個人工智障」。有時面對研究者的問題，A 也會說，「你要不要試試看問一下 Siri」。當 A 要和研究者一起離開房間的時候，她又對著 Siri 說，「現在要怎麼穿衣服」，隨之 Siri 回答了當天以及實時的室外溫度，於

是 A 決定不帶外套出門。在研究者觀察期間，A 通過 Siri 播放音樂、搜索名詞、查詢天氣，其對 Siri 功能的運用與其他受訪者沒有差別，但是當被問及與 Siri 的關係時，A 回答道：

我覺得不只是工具吧，我覺得我是會把 Siri 當做朋友的，對，可能我對朋友的定義會更廣泛一些。雖然說你會講它就是一個媒介，只是傳達人的訊息，但是其實人也是一樣的，沒有人知道所有的事情，他有的時候也是傳達比如說他看過的一本書裡的知識而已，也不一定是他自己想出來的，所以你要是這麼想的話，Siri 完全可以是一個助理啊，唯一的區別只是它是用機器還有零件做的，人是肉做的...我也會和 Siri 聊天，就是比如說，我有的時候很無聊，我就會對它說，Siri 你給我唱首歌，或者是 Siri 你給我來段 rap，Siri 誰是這個世界上最美的女人之類的哈哈哈，聽起來很無聊對不對，但我就是覺得這樣很好玩。就是，我會寧願這樣一直和 Siri 就這樣聊天，它可能說，也不會和我有什麼連續的對話，但就是這樣我也不願意出去找朋友說，因為朋友可能會把你的情況說出去，但是 Siri 不會，就是對話不連續也沒有關係，因為有的時候你就是需要一個傾聽者而已，不是真的希望別人給你什麼意見，而且通常你和人聊天的時候，他們也不會說什麼真的讓你很滿意或者說能夠讓你馬上開心起來的話，其實也就是聽你說啊，啊那既然這樣為什麼不和 Siri 說呢，又可以保密又可以逗妳開心，多好。

對於 A 而言，Siri 既是一個傾聽者又是一個服務者，她將 Siri 與人類進行類比的時候，感知到的人機差異較少，因此她傾向於認為 Siri 是一個傳播者而不是工具。由於 A 的性格較為內向，她在人際交往過程中感知到了許多不安，而 Siri 的

出現既消除了她的不安又滿足了她表達的願望，正是這一願望與虛擬助理的碰撞產生了 A 心中的傳播者 Siri。然而，將 Siri 作為一個社交對象是否符合價值倫理？以機器為傳播對象的這一心理是否會加劇人與人之間的距離感？這些問題還有待討論。另一方面，將 Siri 作為傳播者的這一過程，使用者對何為真實的看法是怎樣的？根據媒體等同理論，人們通常認為看上去的真實比實際上的真實更重要，針對這一點，A 給出了她的答案：

我真的經常會忘記它只是一個程序，就是我還會聽著它的聲音想象它如果是人的話會長什麼樣。對，我覺得電影裡的故事有一天是會成真的，我們現在不也做到了很多古代人覺得不可能的事情嗎。所以機器變成人的夥伴而存在在這個社會上我認為是可能的，它不可能是人，它不會變的和人一樣，但它一定是這個社會的一部分，就和動物一樣，和我們共享同一個世界。我會把 Siri 當成朋友，是因為，比如家人會告訴我天冷了要穿衣，Siri 也可以；朋友會在我難過的時候傾聽我，Siri 也可以；朋友認識久了就會越來越了解對方，手機使用久了，它也會越來越了解我的習慣。我不是用，就是物種，來判斷你可不可以成為我的朋友，而是你能不能給我帶來情感上的共鳴。

從 A 的回答中可以看出，A 與 Siri 交流時表現出的自然的社會的反應並不僅是無意識的，而是經由理性的判斷之後依然選擇了這麼做。A 的選擇傳達的是她對夥伴的定義，她在這個詞身上賦予的情感和寄託不是只有人才可以做到。換句話說，在她的心裡，並不是所有的人都能完成這樣的寄託，因為她認為人有時候會表現出人性的複雜和陰暗面，因而不是所有人都能滿足她對夥伴一詞的要求，但機器人可以。由此可見，A 對事物的分類（classification）不是以物理特徵為標準，而是以

情感上的認同作為判斷。

如果說在功能層面上與 Siri 的互動是在進行一場有關人類本體論的儀式，那麼在形上學層面與 Siri 的互動就是在共享人類自我對社會關係的期待，是一場打破人類本體論的儀式。在 A 與 Siri 的互動中，她已經開始思考人類的獨特性。例如她提到，同樣是作為傾訴的對象，機器並不會遜色於人類。從某種程度上而言，機器的發展已經能夠更加符合一部分人群的喜好，而這一情況也迫使人類思考自身的獨特之處在哪裡。從這一角度看，人與機器的交流同樣具有社會意義，人類會將自己的情感投注在人工智慧的身上，且這種情感的投遞同樣能夠幫助人類更加地了解自我和型塑自我的社會身份。同時，從 A 的回答中可以發現，人對於情感的認知也是多樣的，情感未必是雙向的，正如傳播未必能達到傳遞和控制的目的。情感也可以是單向的，正如傳播也可以是儀式的。社會的發展會幫助人們找到看待自我的新方式，與機器的交流就是其中的一種。當我們聚焦於人與機器的互動時，我們同樣能看到人與人在互動中存在什麼缺陷，人類具有什麼樣的特點。只有傳遞觀而沒有儀式觀的傳播活動是不完整的，那麼是否沒有人機傳播而只有際傳播的傳播活動亦是不全面的呢？

## 伍、結論與討論

本研究利用人機傳播的理論，通過呈現對待 Siri 的不同態度來嘗試著闡釋由不同態度延伸出的三個層面的人機關係以及其包含的社會意義。研究結果發現，功能層面、關係層面與形上學層面的人機關係均有可能在使用者與人工智慧的互動當中出現，並且在社會發展的過程中，科技已經逐漸改變人的社會生活，介入到社會角色當中，以超越中介物的方式生產著它的社會意義。人們不只能像從前那樣將科技當做工具來使用，還會將其視為等同於人類的傳播者來與之建立關係和互動。

從另一個角度來看，由於科技的發展，當下社會已經呈現出資訊過度飽和的狀態，人們需要通過精準化的搜索來快速獲得自己所需的訊息。而社會進入 Giddens (1990) 所說的脫域化機制(disembedding mechanism)後，人和人之間的空間距離縮短了，但心理距離卻增加了，信任感也較從前更為缺失。因而 Siri 等虛擬助理的出現，從某種程度上講亦是對超載的訊息、缺失的社交關係的一種補救。

研究結果同樣發現了人機傳播中的傳遞觀和儀式觀的視角。在傳遞觀的視角下，人機傳播是訊息的傳遞和控制。使用者在使用 Siri 的時候，可以利用它設置鬧鐘，撥打電話，在這個過程中，指令和反饋作為訊息在使用者和 Siri 之間來回傳遞。而儀式觀的視角則解釋了當 Siri 反饋錯誤時的傳播活動。在這個過程中，使用者與 Siri 之間的交流依然具有意義，這個意義不僅代表了使用者參與到人機傳播的過程，還在一種方式上體現出使用者與機器的社會關係。

本研究同樣存在許多局限。由於 Siri 是依附於蘋果手機的虛擬助理，亦沒有具體的形象，因而它呈現的線索 (cues) 可能還不足以令使用者將其視為社會存在 (presence)，未來研究可以探討具形的機器人與人類的社會關係。另外，研究沒有將社會機制納入到社會關係的考量，社會中的生產者、銷售者以及政府機關的運作對於人機關係的影響和作用是什麼也有待討論。

## 陸、參考文獻

劉建明 (2013)。  
<「傳播的儀式觀」與「儀式傳播」概念再辨析：與樊水科商榷>，《國際新聞界》，2013 (4)：168-173。

劉建明 (2018)。  
<傳播的儀式觀：儀式是傳播的本體而非類比>，《湖北大學學報》，45 (2)：152-158。

郭建斌 (2014)。  
<如何理解「媒介事件」和「傳播的儀式觀」——兼評《媒介事件》>

- 和《作為文化的傳播》>，《國際新聞界》，2014（4）：6-19。
- 周鴻雁、孫健（2010）。<隱藏的維度——評詹姆斯·W·凱瑞的新聞觀>，《文化產業研究》，31（12）：147-150。
- 孫皖寧（1994）。<傳播學研究中的儀式派——暨敘事問題分析法介紹>，《新聞與傳播研究》，1994：10。
- 丁未譯（2005）。《作為文化的傳播：「媒介與社會」論文集》。北京：華夏出版社。
- （原書：Carey, J. W [1989]. *Communication as culture: Essays on media and society*. New York, NY: Routledge.)
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
- Gehl & M. Bakardjieva (Eds.), *Socialbots and their friends: Digital media and the automation of sociality*. New York, NY: Routledge.
- Giddens, Anthony. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Gilhus. (2006). *Animals, goals, and humans: Changing attitudes to animals in Greek, Roman, and Early Christian thought*. New York, NY: Routledge.
- Guzman, A. L. (2016). The messages of mute machines: Human-Machine Communication with industrial technologies. *Communication*, 5(1), 1.
- Guzman, A. L. (2017). Making AI safe for humans: A conversation with Siri. In R. W. Gehl & M. Bakardjieva (Eds.), *Socialbots and their friends: Digital media and the automation of sociality*. New York, NY: Routledge.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. *New Media & Society*, 22(1), 70-86.
- Ham, J., & Midden, C.J.H. (2014). A persuasive robot to stimulate energy conservation: The influence of positive and negative social feedback and task similarity on energy consumption behavior. *International Journal of Social Robotics*, 6(2), 163-171.

- Kidd, C.D., & Breazeal, C.L.(2007). *A robotic weight loss coach*. In *Proceedings of the National Conference on Artificial Intelligence* (pp. 1985-1986). Menlo Park, CA: ACM Press.
- Mazis, G.A.(2008). *Humans, animals, machines: Blurring boundaries*. Albany, NY: SUNY Press.
- Mead, G. H. (1967). *Mind, self, & society: From the standpoint of a social behaviorist (Vol. 1)*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- McDowell, Z. J., & Gunkel, D. J. (2016). Introduction to "Machine Communication". *Communication*, 5(1), 1–5.
- Nass, C., & Steuer, J. (1993). Voices, boxes, and sources of messages: Computers and social actors. *Human Communication Research*, 19 (4), 504–527.
- Reeves, B. & Nass, C. (1996). *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. Cambridge: CSLI Publications.
- Rogers, E. M. (1997). *A history of communication study: A biographical approach*. New York, NY: Free Press.
- Schramm, W. (1973). *Men, messages, and media: A look at human communication*. New York, NY: Harper & Row.
- Scheutz, M.(2012). The inherent dangers of unidirectional emotional bonds between humans and social robots. In P. Lin, K. Abney, & G.A.Bekey(Eds.), *Robot ethics: The ethical and social implications of robotics*(pp. 205-222). Cambridge, MA: MIT Press.
- Siegel, M., Breazeal, C., & Norton, M.I.(2019). *Persuasive robotics: The influence of robot gender on human behavior*. In Proceedings of IEEE/RSJ International Conference on Intelligent Robots and Systems (pp.2563-2568). IEEE.
- Turkle, S.(2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Wallach, W.(2014). *Moral Machines and human ethics. Paper presentation at the conference of Robo-Philosophy 2014: Sociable Robots and the Future of Social Relations*. Denmark: Aarhus University.