

# 1 理解信息茧房

信息茧房意味着，我们只听我们选择和愉悦我们的东西，久而久之，会将自身桎梏于像蚕茧一般的“茧房”中

“信息茧房”是人们对信息进行选择的结果，并将其定义为一种特殊的信息世界，身处其中的人只听到令自己感到舒适和愉悦的信息。 *「微博特别明显」*

信息论视角：有限认知 | 无穷信息

信息技术视角：个性化推荐算法导致信息茧房是个伪命题

价值观与身份认同视角：我们能从同一条信息中看到不同世界，因为我们的价值观与身份认同不同

## 1.1 不同领域

### 1.1.1 政治领域

美国保守党使用FOX，自由党使用Facebook和PBS，个体对政治信息的选择性接触会造成党派之间思想差异难以弥合，促使社会两极分化日益严重

接触相似的观点可以提升在线政治参与程度，因为人们会与志趣相投的人交流更多信息

### 1.1.2 健康领域

吸烟的人更爱看烟广告，酗酒的人更爱看酒广告，*风险感知水平更高的人更倾向接触那些宣扬转基因食品带来害处的信息*

## 1.2 回音室效应

即信息或想法在一个封闭的小圈子里得到加强

主要是指在互联网信息传播中，网民往往倾向于选择让自己“愉悦的东西”，排斥与自己观点相左的声音，由此形成回音室效应，它滋生盲目自信

科学 / 阴谋回音室 「围绕科学和阴谋主题形成两大隔离的成熟社群」

健康回音室 「很少有人同时关注支持和反对疫苗的信息」

政策回音室 「政策主体往往更加依赖与自己政策观点相似的人提供信息」

学科回音室、性别回音室、情绪回音室 「集体情绪可能变为集体行动」、谣言回音室

信息茧房的负面影响之一就是“回音室效应”的产生：回音室效应不完全等于信息茧房，其更多强调群体或系统的封闭，这不仅仅源于信息视野的狭窄，也源于群体互动

对于个体而言

1. “信息茧房”阻碍了个体与信息环境的全面发展
2. 在“回声室”效应影响下，由于缺乏多元信息的传播和意见的交流，个人很容易制造偏激的错误、过度的自信和没道理的极端主义

- 信息茧房不是技术带来的

- 回声室效应是信息茧房的消极影响之一

## 1.3 过滤气泡

搜索引擎过滤掉异质信息，为用户打造个性化的信息世界，筑起信息和观念的“隔离墙”

过滤气泡更强调信息技术对于用户价值观和认知的影响，伴随着网络用户价值观的不断固化，以信息技术为主导的过滤气泡现象很可能会加剧信息窄化和群体极化，导致信息茧房向深层次发展

## 1.4 谁在信息茧房

所有人都在信息茧房里

1. 信息获取渠道较为单一者
2. 信息来源长期不变
3. 被动接受者
4. 缺乏辩证思维者呆在的信息茧房更小

## 1.5 为什么会出现信息茧房

信息用户的选择性心理：这种心理来源于我们的教育、所处的政治制度等综合结果

信息到达用户的多重过滤机制：获取渠道固化，算法、平台、社会关系网中的过滤机制，个体自身的过滤

### 1.5.1 获取渠道固化

1. 用户以不同逻辑自主构建了自己的信息获取网络，这种网络可能因一些因素的作用逐渐稳定甚至固化
2. 个体的性格：如是被动性还是主动性，是喜欢稳定还是喜欢变化等，会对他们的信息网络的稳定性产生影响，被动、求稳的性格可能更容易导致信息网络的固化
3. 人们在信息网络中获得的满足感：也会影响到他们行为的稳定性，特别是对于作为信息获取渠道的社交网络而言，如果人们在其中得到了较多的社会支持和满足，那么社会关系网络会相对稳定，且对社交关系的依赖也会很大，将社交网络固化为主要信息渠道的可能性也更大

### 1.5.2 算法的过滤机制

1. 个性化算法的主要作用，就是过滤掉它认为某个特定对象不需要的内容，以提高内容与用户需求的匹配度，降低用户获取有效信息的成本
2. 从目前的个性化信息推荐来看，基于内容的推荐和协同过滤推荐的算法更为普遍，这样的算法或者直接针对个体以往的行为偏好，或者基于同类人群的偏好，都在较大的程度上强调个体或群体的既有兴趣，这就可能形成对个体偏好的不断强化、放大，用户被同类信息包围的几率也会加大

### 1.5.3 平台中的过滤机制

1. 无论是专门的资讯客户端，还是社交平台，或是其他的信息分发平台，平台本身都存在一定的信息过滤机制（如：平台对哪些内容生产者开放，平台允许内容想哪些平台分享）
2. 一些平台也仍然以人工编辑的形式在进行着信息的筛选，平台的界面也会给予不同的内容在呈现形式上不同的优先级别，一些平台也会用推送窗口、排行榜等方式来推荐重要或热门信息，这些手段在推荐某些信息的同时，也无形中使得其他一些信息被忽略

### 1.5.4 社会关系网中的过滤机制

1. 社会关系这个过滤网，不仅会在内容的类型、主题等方面产生过滤，也会在内容特质上有所筛选
2. 媒体平台的信息更强调新闻价值、公共价值、更注重客观性、准确性，而社交平台中个体分享的信息更强调社交价值，更多与情绪、态度、立场等相关
3. 在这种“人造”的过滤网中，意见领袖的作用也是明显的，无论是在一些稳定的社交网络中，还是在人们随机相遇的平台中，都可能存在着一些意见领袖，他们对于信息、意见也起着过滤的作用

### 1.5.5 个体自身的过滤

1. 其中选择性信息起到了很大作用
2. 心理学领域的研究表明，人们对信息的选择性注意会受到信息特征（信息形式、信息情绪、信息渠道）、个人特征以及情绪因素（提示线索、奖励线索）等的影响
3. 从信息特征上看，与不带情绪意义的刺激相比，具有情绪意义的刺激能引起更多的注意倾向

## 1.6 何时何地出现了信息茧房

在社交媒体中出现封闭的群体，只问立场，不问真相的现象

## 1.7 信息茧房的场景：互联网中的部落化

互联网出现之前，人们通过电视、报纸、广播被动接受信息，容易产生大众媒体与全民偶像，因为所有人接受的信息是一样的。

社交媒体时代，我们可以成为信息的生产者，这样就产生了海量的信息，人们就开始可以选择信息，尤其是在社交媒体就会导致社群割裂，就这样形成了部落

### 1.7.1 部落化-去部落化-再部落化

部落化：部落时期集中的文化、思想、行为

去部落化：国家的组建必然牺牲部分部落文化，形成统一意志

再部落化：建群

### 1.7.2 互联网精神部落（互联网圈子文化）的形成

圈子文化

知识与信息的去中心化，形成无数的小中心

### 1.7.3 影响

积极

1. 为人们提供更精确的信息，网络圈子能对个性化需求的用户提供更有效、有针对性地服务
2. 构建更为稳定的交往圈子，圈子内的人建立信任感后行动也会更加积极

消极

1. 互联网时代的社群就像一个个部落一样，彼此之间的信息是封闭的

## 1.8 社交媒体中的“过滤气泡”

搜索引擎可以随时了解用户偏好，并过滤掉异质信息，为用户打造个性化的信息世界，但同时也会筑起信息和观念的“隔离墙”，令用户身处在一个“网络泡泡”的环境中，阻碍多元化观点的交流

社交媒体中的“过滤器泡”会造成抽样偏差

### 1.8.1 解决方案

1. 多语言切换
2. 链接网络
3. 本体论
4. 戳泡运动：《卫报》在2016年开始选取保守派文章刊载，随后延伸到facebook、推特等多个媒体

## 1.9 信息茧房的危害

尽管信息茧房降低了信息的获取成本，强化了用户的固有喜好，节省了用户获取信息的时间，方便社群交流，但是，信息茧房存在危害，主要表现在以下两个方面：

### 1.9.1 网络群体的极化：站队、非黑即白

1. 网络下聚集的群体，是由分化而类聚的，表现出群体内同质、群际异质的特点
2. 网络信息茧房一旦生成，群体内成员与外部世界交流就会大幅度减少，群体成员拥有相似性的观点和看法，群体内同质性的特征越显著，群体间的异质性就越明显
3. 生活在“信息茧房”中的人们会面临信息的单一化，接触的都是自己认同的事物，易产生狭隘、盲目自信等不良心理，甚至演化出一些极端行为。

### 1.9.2 社会粘性逐渐削弱

1. 整个社会需要一种社会黏性，这是由人们之间的共同记忆、想法、观点、经验等得来的，必须要经过分享才能构建

2. 但在互联网中，人们之间主要通过虚拟平台进行交流，直接接触交流机会逐渐减少，共同经验也因此减少，不同意见社群之间的冲突将会上升
3. 当人们把不高兴看到的信息事先过滤掉的时候，就难以理解和同情异己的观点和价值观，因此，社会黏性便会减少，共同体的维系也会出现问题。

我们错误地以为自己看到的单一的色彩就是世界的五颜六色。

## 2 避免信息茧房

- 如何避免信息茧房
- 如何识别信息的质量？
- 信息素养：应该保持什么姿态
- 科学的本质是可重复，信息素养很大一部分继承自科学素养

### 2.1 优化算法

1. 从面向个人的算法角度看，要尽可能减少信息茧房效应，就要在算法设计时深入理解与考虑用户行为与需求中的矛盾：例如随时间推移，兴趣也可能发生转移，及时预测甚至促成用户行为与需求的迁移或拓展，提高算法精度，突破信息茧房
2. 除了在个性化内容推荐方面优化算法外，算法开发者也需要更多地探索用算法来促进具有公共价值的内容生产与推荐

### 2.2 优化平台

1. 平台本身的信息源的丰富性，信息环境的均衡性，信息呈现方式的优化，也有助于帮助用户突破茧房
2. 对于一些具有重大公共价值或有助于纠正用户“偏食”的信息，平台可以强化界面引导手段或相应的奖励机制来刺激人们的注意。

指望推荐算法优化不如自主去拓宽信息获取渠道，提升信息获取效率

## 2.3 改进信息供给侧

1. 虽然每个个体、群体都有自己的信息消费偏好，但是，他们偏好之外的某些公共信息，对于他们完整了解社会环境是重要的，或许这些公共信息在获得及时报偿方面并不理想，但媒体并不能因此放弃这些内容的生产
2. 社交网络中被人们分享得更多的信息，往往和情绪、态度、立场相关，但是媒体仍需要坚持对真相的追求，坚守在新闻报道中的专业主义原则
3. 与此同时，需要在一定程度上调整内容生产和传播策略，使自己生产的内容到达更广泛的用户

## 2.4 提升个体媒介素养