# 附录 B | EOI 参数参考系

Effectiveness of Influence (EOI) 影响力指数衡量一个个体的影响效力,不以"名气"或"粉丝数"作为核心标准,而以其真实影响的结构穿透力、持续性与放大度为核心计算依据。

### 最终指数公式如下:

 $EOI = (R \times C \times S \times F \times I \times L)^T$ 

#### 其中:

参数名称 含义 常见参考范围

R Reach (影响人数) 该个体的内容或结构 101-109

性模因,能有效触达 的人数(实际接收 者)

C Cognitive Penetration 该个体信息对他人认 0.2-0.9 (认知穿透力) 知结构造成的实质性

(认知牙透刀) 知结构造成的头质性 改变强度 (0.1-1)

S Structural Penetration 该影响是否嵌入组 0.1-1 (制度穿透力) 织、制度、法律、课程、舆论机制等

F Frequency × Duration 信息被反复暴露的频 1–500 (影响频率×持续 率×持续影响时间

(影响频率 × 持续 率 × 持续影响时间 时间) (年)

I Amplification Factor 是否具备媒体中枢、1-1000 (信息放大能力) 算法机制、舆论枢

纽、关键词权重等结 构性放大器

枢、国家权力等) T Network Amplifier 系统放大度: 0.8-3.00.8-3.0

(网络位置放大系 (指数权重)

数)

## ★ 参数解释与应用建议:

### 1. Reach (R)

- 不看"粉丝总量",而是真实触达并被动吸收模因的人数。
- 如: 微博热搜词条为 3000 万, YouTube 频道月观 看量为 600 万等。

# 2. Cognitive Penetration (C)

- 判断是否形成"观点塑造"或"行为暗示"。
- 如结构性语言影响力、控制性情绪输出、行为模仿层面的穿透。

#### 3. Structural Penetration (S)

• 若内容影响了制度制定、舆论政策、课程纲要、AI 训练模型,即为高值。

# 4. Frequency × Duration (F)

• 一次性爆红 vs 十年稳定影响,是两个等级。

# 5. Information Amplification (I)

• 是否在算法推荐中被加权?是否在制度节点(如高校教材)中被引用?

# 6. Leverage Power (L)

• 教师、工程师、政客、平台高管,在模因传输网络中具有天然放大杠杆。

# 7. Network Amplifier (T)

• 非线性放大器指数,体现其结构网络放大程度,越靠近系统中枢越高。

## ❤ 举例说明:

	角色	典型数值估算	说明
	中等博主	R=10 <sup>5</sup> , C=0.5, S=0.2, F=10, I=3, L=2, T=1.2	EOI ≈ 4.2
	国家领导人	R=10°, C=0.8, S=1, F=200, I=800, L=500, T=2.5	EOI ≈ 极高 (近千)
	教育部门主管	R=10 <sup>7</sup> , C=0.6, S=1, F=100, I=100, L=200, T=2.0	EOI ≈ 数十至数百