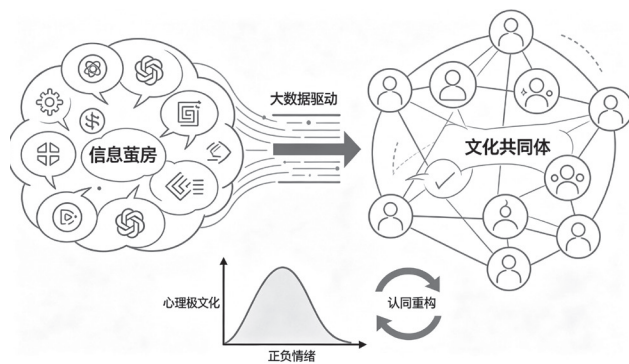


从信息茧房到文化共同体：大数据驱动下文化传播的心理极化与认同重构理论

文 | 郭木笛

当前我国阅读面临数字化深度融合发展格局，阅读活动常态化、阅读功能多元化、阅读服务精准化、传播媒介并行化，纸本阅读与数字阅读相融合成为大众阅读的主体。数字化阅读的全面深度融合发展以及适应性的阅读服务实践体系建设，成为持久深入推动全民阅读的两项核心任务，并面临深度调整。基于此，传统的全民阅读服务体系亟须适应重构。本文系统重构并深化了面向数字化深度融合发展的全民阅读服务体系，提出以“重塑数字化思维”为引领、“数字化服务功能”为支撑、“宣贯一体打造阅读生态”为基石的三维实践体系。文章旨在为全民阅读服务实践体系升级提供理论框架与实践路径。



(配图由 AI 生成)

大数据技术制造了一个心理悖论：连接潜能的扩张与心理茧房的加固互为表里

技术许诺与心理现实之间存在结构性断裂

大数据推荐引擎在理论上具备跨越文化边界的强大能力，它能够将在地理上相隔万里、传统上鲜有交集的文化形式推送到同一个用户的屏幕前。然而，这种连接潜能的释放并未自动转化为用户文化视野的实质性拓展。相反，大量实证观察表明，用户在短视频平台上的实际信息消费轨迹往往比预想的更为狭窄，滑动屏幕数分钟后内容便趋于单一的同质化循环。当推荐算法能够将云南彝族的刺绣工艺、日本北海道的阿伊努民歌及法国当代街头艺术压缩进同一个信息流时，表面上文化地理边界被打破了，但用户的真实选择却呈现出另一种逻辑——他们仍然倾向于停留在个体熟悉的意义世界内部。这一矛盾并非源于技术故障或算法缺陷，而是根植于认知系统与数据逻辑耦合过程中产生的结构性张力。技术提供了“可能性”，但心理决定了“选择性”，两者的不匹配正是需要深入探讨的核心悖论。

认知流畅性偏好被算法系统性放大

认知心理学里有个基本事实，即人对加工难度低的信息会自动给予更高评价。卡尼曼提出的“系统1”也倾向于接纳与既有认知一致的东西，而对不一致者习惯性质疑。这两大心理特征在进化史上是有用的——快速识别模式、节省脑力，能提高生存概率。可一旦被大数据推荐引擎放大，原

本温和的认知节约倾向就变成了信息摄入的认知刚性窄化。平台的协同过滤算法不断投喂与用户历史行为高度吻合的内容，把心理流畅度推到极致。每一次点击、停留、点赞都被记录为“偏好信号”，加权后用于下一轮推荐。于是茧房的加固被体验成舒适与高效：用户不是被关进去的，而是自己住进去的。差别只在于，前互联网时代这种“居住”受限于物理社交半径和偶然性，你可能因为邻居订了份不同立场的报纸而被动看到异质信息，如今算法把这个半径压缩到近乎为零，偏好被无限满足，而真正的文化偶然性被系统地滤掉了。

信息茧房边界具有弹性而非绝对封闭

信息茧房的边界并非铁板一块，它存在可被利用的心理缝隙。当两种小众文化同处于与主流文化相对的“非主流”心理位置时，它们可能基于共享的少数群体身份而形成心理上的间接关联。比如传统工笔画爱好者和西方古典音乐爱好者，内容上风马牛不相及，却可能因同属“非大众审美”而存在于相邻的心理空间。如果茧房的边界是有弹性的，那么干预就不是从外部强行砸墙，而是在内部寻找心理关联的缝隙，利用用户已有的“小众认同感”引入平行且不构成威胁的异质文化内容。一种文化只要能提供稀缺的心理区分度，就有可能跨越内容类型的壁垒，与表面上迥异的其他文化形式形成心理上的邻近。而那些主动寻求小众身份标识的人群，反而更可能因为“稀缺感”而偶然接纳看似不相关的异质文

化。这意味着算法设计师与其去“打破”茧房，不如利用茧房内部的心理缝隙做文章。

心理极化沿着两条可辨识的路径发生：参照系的窄化与情感极化的认知沉淀

心理极化的探讨需要从笼统判断走向机制分析

学术界已经普遍承认大数据环境会催生心理极化，可极化究竟通过怎样的心理机制实现？不能只停在“算法让人偏执”这种笼统判断上。若把极化简单理解为“观点变得更极端”，解决方案就会落入“多给反方信息”的技术主义俗套。但极化的核心不在于观点分布的方差增大，而在于个体判断所依赖的比较框架和情感评估方式发生了质变。在现有社会心理学理论与数字传播特征的交叉地带，可以识别出两条逻辑上可分、实践中可能相互强化的心理路径，它们分别作用于认知评估结构与情感反应模式。

社会比较对象的同质化导致参照系悄然收缩

以社会比较理论为切入点，个体的评价标准高度依赖于他所接触的比较对象。费斯廷格 1954 年就提出过，缺乏客观标准时，人们通过与他人比较来评估自己的观点和能力。在前数字时代，文化比较的对象是身边的邻里、同事及家人——这种参照系规模有限，但通常保留了最低限度的异质性（邻居可能跟你品味完全不同）。大数据环境改变了比较对象的选择机制，算法持续推送与个体趣味高度一致的他人内容，使个体的心理比较范围收拢到一个精心筛选的同质圈子里。这时发生的往往不是偏好强度的简单递增，而是评价标准的整体位移。以参照群体理论的术语为例，个体的参照群体从“异质性的大众”悄悄换成了“同质性的圈内人”。这个变化可能产生了自我强化效应，参照范围越窄，排他性越强；排他性越强，算法越倾向于推送更窄的内容，从而形成一个闭合的正反馈回路。

情绪反应的反复激活可沉淀为固化的认知框架

大数据平台不仅是情绪传播的管道，它还在客观上塑造情绪模式。当一种特定的文化情绪符号，比如，群体自豪感或对外来文化的防御性态度在短时间内被高频激活，个体的心理系统会倾向于把它固化为一个简化的判断框架。这一推测受认知评价理论启发；情绪反应依赖于对刺激的认知评估；同一种评估模式被反复激活后，后续触发的阈值会降低。在文化传播领域，如果这个机制成立，那么每一次跨文化接触都可能变成对既有情绪框架的确认而非重新评估，心理弹性因此被系统性削弱。

两条路径的交互效应尤其值得关注，参照系的窄化让用户越来越依赖圈内标准做判断，而情感沉淀则让这种判断迅速附着上道德或情感色彩——不再是“我更喜欢这个”，

而是“这个是对的，那个是错的”。两者叠加，文化偏好从审美领域滑入身份政治领域，和解的难度呈指数级上升。两条路径的时间节奏可能不同，参照系的窄化往往是渐进的、无意识累积的，用户不易察觉自己的评价标准已经漂移；情感沉淀则更具情境触发性，往往随某个具体议题在较短时间内强化。在情感沉淀尚未凝固之前，平台理论上可以插入异质性情绪信息，比如，在群体情绪升高的讨论流中推送来自对方群体的具身化叙事，但这种干预的有效性和可行性还需要专门研究验证。一个不争的事实是，现实的商业激励机制很少为这种干预留空间，因为它要求平台短期内牺牲部分用户活跃度。

认同重构需要经历三个心理转换节点：偶然接触、失调反思及再锚定

简单的事实纠偏无法触达心理极化的深层结构

从心理极化走向文化共同体，不能靠道德呼吁或信息轰炸，得关注心理层面的结构性转换。一个常见的错觉即会出现，只要给足够多的事实或相反观点，用户就会自动“纠正”偏见。可认知心理学大量研究表明，当信息威胁到个体珍视的身份认同时，人们更倾向于质疑信息来源而不是改变立场。这解释了为什么向极化用户推送“辟谣”或“平衡报道”常常适得其反。基于对既有社会心理学理论的整合，可以识别出三个关键的心理转换节点，每个节点对应大数据环境可能介入的设计方向。

非自愿但安全的偶然接触为态度改变创造条件

接触假说早已揭示，简单的群体间接接触并不必然减少偏见，真正有效的接触需要满足“平等地位”“共同目标”以及制度支持等条件。大数据平台理论上具备制造这类接触的潜力——如果推荐算法不只是根据历史行为匹配，还能有意识地引入满足上述条件的异质内容。关键在于，推送策略不应直奔对立观点（那容易触发心理抗拒），而可以考虑文化意义上的“平行审美案例”。比如，一个喜欢汉用户的用户，系统偶尔推荐朝鲜族传统服饰或日本友人对汉服的正面赏析——这类内容不直接挑战他的价值观，却能悄悄拓宽参照系：原来“他者”也可以欣赏和尊重“我”的文化。这种安全距离内的接触为后续转变铺垫了认知土壤。

认知失调的可解释化防止差异转化为敌意

当用户发现另一个文化群体的情感反应与自己的预期截然不同时，心理系统会进入费斯廷格所说的认知失调状态。失调如果没有解释渠道，很容易简化为“他们不合理”的判断；反过来，如果平台能在适当时机提供对方群体的内部解释性叙事（比如，该群体成员日常情境下对自己立场的说明），用户就有可能把失调转化为“可理解的差异”——在保留自

身判断的同时，承认对方判断的内部情境合理性。这个转换的关键瓶颈在于：目前的推荐系统善于识别明确的兴趣信号，但对用户表现出的“认知困惑”状态（反复观看同一内容后退出、评论里出现疑问句式等）还谈不上有效的识别与响应。技术上这些信号已经可以捕捉，但系统性地用于推送解释性内容，仍是一个有待探索的方向。

元认同的再锚定在不消解边界的前提下重建群际关系

社会认同理论指出，群际冲突的缓解不一定需要消除群体边界，而是可以形成更具包容性的上位认同。共同内群体认同模型进一步发展了这一思路。在文化传播的具体语境里，一个可能的元认知转变可以这样表述：“我喜欢我的文化，我也能理解你喜欢你的文化，并且我们可以在某些共同目标上合作。”大数据平台可以为此提供一种相对具体的设计策略——在用户消费完某一文化内容后，推荐来自另一文化群体但对前者表示欣赏的内容（即“他者对我者的欣赏”），而不是平行推荐另一文化的内容本身。两种策略的心理预期不同：前者可能在强化原有认同的同时不必然提高排他性，后者则可能不经意间引发比较甚至竞争。这些预期效果还没得到大样本验证，需要谨慎对待。

上述再组织过程面临的核心障碍，已超出技术精度范畴，而在于数字平台对“用户状态”的定义方式。当前主流的优化目标都围着“偏好-行为”这个闭环转，而人类心理中与“确认偏误”并存的其他动机，比如，对新颖性或认知成长的追求压根没进入评价体系。认同重构需要一定程度的认知摩擦（用户得面对适度不适与反思），这与追求最大化即时流畅度的商业逻辑之间存在着内在张力。假如未来数字经济的评价体系能纳入“文化认知复杂度”这类长期指标（比如，用户接触的文化类别多样性、跨文化共情表达的出现频率），平台的激励机制才可能发生实质性调整。这当然还只是理论推断，有待后续研究细化和检验。

文化共同体应被理解为动态的张力协调过程，而非终极的统一状态

“共同体”的理想形态需要去乌托邦化

把文化共同体想象成所有文化差异消失、人人拥有相同价值偏好的和谐状态，这种想法隐含着一种值得警惕的同质化冲动。一个更符合群际关系理论的替代性理解是：健康的共同体恰恰能够容纳差异，只是差异不再必然引发系统性的排斥或攻击。这就是说，共同体不是静态目标，而是动态过程。我们不该期待一个“完成了”的圆满状态，而应接受张力波动与反复，这本就是数字文化生态的正常属性。平台设计的目标不是消除这些张力，而是防止它们越过某个阈值，演变为不可逆的心理断裂。

从终点思维转向过程思维：维持差异的可沟通性

共同体的形成并非一劳永逸。同一个人可能今天文化包容性很高，明天一个热点事件就让他短暂极化。平台理论上不应以消除所有波动为目标（那违反心理活动的正常特征），而应考虑如何防止波动演变为结构性的心理断裂。这意味着推荐系统的设计目标可以从“最大化一致性偏好满足”转向“维持差异的可沟通性”。后者允许用户保留自身文化偏好，同时保留一条通往他者理解的通道。用传播学的术语说，就是从“内容匹配”转向“关系维护”——算法不再只关心“用户还可能喜欢什么”，而开始关心“用户与不同文化之间保持着怎样的心理距离”。

从“确认”走向“映射”：算法设计哲学的参照系转换

设计哲学的参照系转换，不妨说就是从“确认”走向“映射”。目前的算法本质上是一面回音壁：反复向用户展示他们已经表现出兴趣的内容，形成一个以历史行为为基础的反馈循环。一个服务于文化共同体目标的算法设计——如果存在的话可以借用文化地图的隐喻：它告诉用户当前的文化定位，同时展示邻近的文化区域和可能的探索路径，但把是否走向哪里选择权留给用户。这种设计能否在不牺牲满意度的情况下提升长期的文化认知多样性，还需要实证检验。相比于“确认”型算法，“映射”型算法要求平台从“我知道你喜欢什么”的自信姿态，转向“我向你展示你所处的文化地形，由你决定走向哪里”的谦逊姿态。这不只是技术参数的调整，更是平台与用户间权力关系的重新定义。

算法朝向最终取决于数字经济的价值选择

大数据技术本身并不必然导向茧房或共同体，它只是以极高的效率放大了设计者预先嵌入的心理假设。当这些假设锚定在即时满足与偏好确认上时，心理极化就成为大概率连锁反应；当设计者愿意纳入认知复杂性、偶然性及张力协调，文化共同体便有可能从抽象理念落地为可操作的算法取向。这不是技术能力不够的问题，而是数字经济参与者——平台、用户、监管者对“什么样的数字社会值得追求”这一价值命题的实际回答。

信息茧房与共同体间的跃迁，并不要求技术上的推倒重来。现有的推荐引擎与个性化服务框架足以承载另一种价值预设：在满足偏好确认的同时，抑制心理极化的自我强化，并主动制造认同重构所需的接触与失节点。在不断调整适配中，算法就不再是文化分化的加速器，而成为差异可沟通性的基石。

作者简介：郭木笛 中共辽宁省委党校

责任编辑：徐培炎 投稿邮箱：zhouhl@staff.ccidnet.com