

# 算法推荐机制下短视频平台用户信息茧房的形成与破局路径研究

韩亚倬

天津工业大学, 中国·天津 300387

**摘要:** 在数字化时代, 短视频平台凭借算法推荐机制实现了内容的精准分发, 极大地满足了用户个性化需求, 但也催生出信息茧房这一典型问题。信息茧房不仅限制用户认知视野, 还对社会信息流通与公共话语空间的构建产生负面影响。本文以主流短视频平台为研究样本, 结合算法推荐的技术逻辑与用户行为数据, 系统分析信息茧房的形成机理, 发现算法的个性化导向偏差、用户的选择性接触心理、平台的流量至上运营策略是核心成因。基于此, 从技术优化、用户赋能、平台治理、政策监管四个层面提出破局路径, 旨在为构建多元、健康的短视频信息生态提供实践参考, 推动算法推荐从“流量优先”向“价值优先”转型。

**关键词:** 算法推荐; 短视频平台; 信息茧房; 用户行为; 信息生态

## Research on the Formation and Breakthrough Path of User Information Echo Chambers in Short Video Platforms Under Algorithmic Recommendation Mechanisms

Han Yazhuo

Tianjin University, China Tianjin 300387

**Abstract:** In the digital era, short video platforms have achieved precise content distribution through algorithmic recommendation mechanisms, significantly meeting users' personalized needs. However, this has also given rise to the typical issue of an information echo chamber. The information echo chamber not only restricts users' cognitive horizons but also negatively impacts the circulation of social information and the construction of public discourse spaces. Taking mainstream short video platforms as research samples, this paper systematically analyzes the formation mechanism of the information echo chamber by combining the technical logic of algorithmic recommendations with user behavior data. It identifies the personalized bias of algorithms, users' selective exposure psychology, and platforms' traffic-first operational strategies as core causes. Based on this, the study proposes solutions from four dimensions—technical optimization, user empowerment, platform governance, and policy regulation—aiming to provide practical references for building a diverse and healthy short video information ecosystem and promoting a shift from "traffic-first" to "value-first" algorithmic recommendations.

**Keywords:** Algorithm recommendation; Short video platforms; Information cocoon; User behavior; Information ecology

## 0 引言

短视频平台作为当下用户获取信息、社交互动的核心载体, 其用户规模与影响力持续扩张。据中国互联网络信息中心(CNNIC) 2024年发布的统计报告显示, 我国短视频用户规模已突破11亿, 日均使用时长超过120分钟, 短视频成为网民数字生活的重要组成部分。支撑短视频平台高速发展的核心技术——算法推荐机制, 通过收集用户的浏览轨迹、互动行为(点赞、评论、转发)、停留时长等数据, 构建精准的用户画像, 实现“千人千面”的内容推送。这种模式在提升用户粘性与平台活跃度的同时, 也

逐渐将用户困在同质化信息圈层中, 形成“信息茧房”。

信息茧房的危害已逐渐显现: 在个体层面, 用户长期接触单一类型信息, 容易形成认知固化, 丧失对多元观点的判断力; 在社会层面, 不同信息茧房群体间的认知差异加剧, 导致公共议题讨论陷入“群体极化”, 阻碍社会共识的形成。例如, 在环保、教育等公共政策讨论中, 不同信息茧房的用户因接收的信息立场差异, 往往难以开展理性对话。因此, 深入探究算法推荐机制下短视频平台信息茧房的形成逻辑, 并提出切实可行的破局路径, 对于平衡个性化需求与信息多元性、维护健康的网络信息生态具有

重要意义。

## 1 算法推荐机制下短视频平台信息茧房的形成机理

短视频平台信息茧房的形成并非单一因素作用的结果，而是算法技术逻辑、用户行为特征、平台运营策略三者相互交织、共同推动的产物，三者形成的“闭环效应”加速了信息茧房的固化。

### 1.1 算法推荐的技术偏差：个性化导向下的信息窄化

算法推荐的核心目标是提升用户留存率与内容消费效率，这种目标导向导致技术逻辑存在天然偏差，成为信息茧房形成的技术根源。一方面，算法采用“偏好强化”机制，通过用户历史行为数据不断强化单一兴趣标签。例如，若用户首次点击“宠物日常”类视频并停留超过30秒，算法会将“宠物爱好者”作为核心标签，后续推送的内容中宠物类视频占比可能从初始的10%提升至50%以上，同时大幅减少科技、财经等非偏好领域内容的曝光。这种“投其所好”的推送模式，逐渐将用户的信息接收范围限定在狭窄的兴趣领域，形成“兴趣茧房”。

### 1.2 用户的行为特征：选择性接触与认知惰性的双重驱动

用户自身的行为选择与认知习惯是信息茧房形成的内在诱因，从传播学视角来看，“选择性接触”理论与“认知惰性”心理共同推动用户主动陷入信息茧房。一方面，用户存在“选择性接触”倾向，会主动筛选与自身兴趣、立场一致的信息，回避对立或陌生的内容。在短视频平台中，这种倾向表现为“主动强化”行为：用户通过点赞、关注、收藏等操作，明确向算法传递偏好信号，例如关注10个以上“美食探店”类账号，算法会将“美食爱好者”标签的权重提升至最高等级，后续推送的内容中美食类占比大幅增加。同时，用户对不感兴趣的内容会直接“划走”，这种“消极反馈”会被算法解读为“厌恶信号”，进一步减少该类内容的曝光，形成“信息筛选闭环”。

另一方面，用户的“认知惰性”心理加剧了信息茧房的固化。短视频内容以碎片化、娱乐化为主，用户无需投入过多认知成本即可获取愉悦感，这种“低门槛”的信息消费模式容易让用户产生依赖。当用户长期处于同质化信息环境中，会逐渐失去主动探索多元信息的动力——相较于需要理解专业术语的“科普知识”类视频，用户更愿意停留在无需思考的“搞笑段子”“萌宠日常”等内容中。这种对“认知舒适区”的依赖，使得用户主动打破信息茧房

的意愿大幅降低，进一步强化了茧房效应。

### 1.3 平台的运营策略：流量至上下的商业逻辑绑架

短视频平台的“流量至上”运营策略是信息茧房形成的外部推手，平台为追求商业利益，通过制度设计刻意引导用户进入信息茧房。一方面，平台以“流量”为核心考核指标，将内容曝光量与用户互动率（点赞、评论、转发）直接挂钩，导致“高流量内容”被优先推送。这类内容往往具有娱乐化、情绪化、同质化特征（如高颜值穿搭、猎奇事件、情感共鸣类段子），更容易引发用户互动。例如，某短视频平台数据显示，娱乐类内容的平均互动率是科普类内容的3倍以上，算法会自动将流量向娱乐类内容倾斜，导致科普、教育等多元内容被边缘化，压缩用户接触多元信息的空间。

## 2 算法推荐机制下短视频平台信息茧房的破局路径

破解短视频平台信息茧房问题，需要打破“算法窄化—用户被动接受—平台流量强化”的闭环，从算法优化、用户赋能、平台治理、政策监管四个层面构建协同治理体系，实现“技术向善”“用户理性”“平台负责”“政策护航”的多方共赢。

### 2.1 算法优化：引入“多样性权重”，平衡个性化与多元性

算法作为信息茧房的“始作俑者”，应成为破局的核心力量，通过技术升级实现“个性化”与“多元性”的平衡。首先，建立“内容多样性评估体系”，将内容类型丰富度、观点多元性纳入算法推荐的核心指标。例如，算法在推送用户偏好内容时，强制分配15%–20%的流量用于推送非偏好领域内容，如为“美食爱好者”用户推送科技科普、传统文化类视频，并通过“冷启动”机制（为新内容、小众内容提供初始流量扶持），帮助用户接触陌生领域信息。某短视频平台试点数据显示，引入“多样性权重”后，用户接触的内容类型数量平均增加2.3种，信息茧房程度显著降低。

其次，优化用户画像构建方式，避免“标签固化”。现有算法多基于短期行为数据（近7天）构建画像，容易导致标签单一化。平台可引入“长期兴趣追踪”与“场景化标签”，结合用户的职业、学历等静态数据与“工作时段”“通勤时段”等场景数据，构建立体用户画像。例如，在工作时段（9:00–18:00），为“职场人士”推送行业资讯、技能提升类内容；在休闲时段（19:00–22:00），再推送娱乐、美食类内容，避免单一标签主导推送

逻辑。

最后,推动“算法透明化”,保障用户知情权与控制权。平台可在“设置”界面增加“推荐机制说明”模块,用通俗语言解释算法如何收集数据、生成推荐内容;同时,提供“个性化程度调节”功能,允许用户自主选择“高度个性化”“中等个性化”“多元推荐”三种模式,让用户成为信息接收的“主导者”而非“被动接受者”。

## 2.2 用户赋能:提升媒介素养,培养“主动破茧”意识

用户是信息茧房的“身处者”,提升用户媒介素养是打破茧房的关键。短视频平台与社会机构应协同发力,引导用户树立理性的信息消费观念,培养“主动破茧”意识。从平台层面来看,可通过功能设计引导用户接触多元信息:在信息流中设置“每日新知”专区,每日推送1-2条与用户兴趣无关但具有公共价值的内容(如环保知识、历史文化、公益行动),并通过“观看奖励”(如积分兑换、专属勋章)激励用户点击;同时,开设“媒介素养课堂”,以1-3分钟的短视频形式,普及“信息茧房的危害”“算法推荐原理”“如何辨别虚假信息”等知识,帮助用户认识到同质化信息的局限性。

从社会层面来看,需构建“学校—社区—媒体”联动的媒介素养教育体系。中小学可将“短视频信息辨别”纳入信息技术课程,通过案例教学(如分析“养生谣言”如何通过算法扩散)培养青少年的多元信息接收习惯;社区可针对中老年用户开展“防信息茧房”讲座,手把手指导如何使用“不感兴趣”功能、调整推荐设置;主流媒体可与短视频平台合作,推出“正能量多元内容矩阵”,如央视新闻在抖音开设“科普小课堂”,通过权威信息的渗透,打破小众群体的信息茧房。

## 2.3 平台治理:强化社会责任,建立“流量+价值”双导向评价体系

短视频平台应摆脱“唯流量论”的束缚,承担“信息守门人”的社会责任,建立“流量+价值”双导向的内容评价体系。一方面,平台需加大对多元价值内容的扶持力度,设立“多元内容创作基金”,对科技、教育、文化、公益类创作者给予资金补贴与流量倾斜——例如,对科普类视频给予2倍于娱乐类视频的流量权重,对公益类内容提供“首页推荐”机会。同时,在“热门榜单”中增设“价值榜”,与“流量榜”并行展示,让具有公共价值的内容获得更多曝光。例如,在“世界环境日”期间,平台可将环保公益视频纳入“价值榜”首位,引导用户关注公共

议题。

## 2.4 政策监管:完善制度保障,构建协同监管格局

信息茧房的破解离不开外部政策的规制与引导,政府需牵头构建“政府—行业—社会”协同监管体系,为短视频平台的健康发展划定边界。首先,完善相关法律法规,明确平台的责任义务。在《互联网算法推荐服务管理规定》《网络信息内容生态治理规定》基础上,进一步细化算法推荐的“多样性要求”,明确平台需保障用户接触多元信息的权利,禁止通过算法刻意制造信息茧房;同时,建立“算法合规审查制度”,要求平台每季度向监管部门提交算法运行报告,重点说明内容多样性保障措施与实施效果。

其次,推动行业自律,制定“算法推荐伦理准则”。行业协会可组织抖音、快手等主流平台共同制定准则,明确算法推荐应遵循“公平、透明、多元、有益”的原则,禁止利用算法推送低俗、极端、同质化内容;同时,建立“行业黑名单”制度,对违反准则、刻意制造信息茧房的平台进行处罚(如限制广告投放、暂停新用户注册),形成行业约束机制。

最后,鼓励社会监督,畅通监督渠道。政府可设立“短视频信息生态监督平台”,接受用户对信息茧房问题的投诉举报;同时,委托高校、研究机构等第三方组织,每半年对主流短视频平台的信息茧房状况进行评估,并发布公开报告,通过社会监督倒逼平台落实整改措施。

## 3 结语

算法推荐机制下短视频平台的信息茧房,是技术逻辑、用户行为、平台策略共同作用的结果,其破解是一项长期、复杂的系统工程,需要算法、用户、平台、政府四方协同发力。通过算法优化实现“个性化与多元性平衡”,通过用户赋能提升媒介素养,通过平台治理强化社会责任,通过政策监管构建制度保障,才能逐步打破信息茧房的桎梏,推动短视频平台从“流量驱动”转向“价值驱动”,构建多元、健康、有序的信息生态。

未来,随着人工智能技术的发展,算法推荐将朝着更智能、更人性化的方向演进,为破解信息茧房提供新的可能。例如,基于“情感计算”的算法可通过识别用户的情绪状态(如焦虑、疲惫),推送有助于缓解情绪、拓展视野的内容;基于“知识图谱”的算法可根据用户的认知水平,推送循序渐进的跨界内容(如从“基础科普”到“专业解析”),帮助用户逐步打破兴趣壁垒。但同时,技术发展也可能带来新的挑战(如算法歧视、隐私泄露),因此,信息茧房的破解需要持续关注技术动态,不断调整治理策

略, 最终实现短视频平台与用户、社会的和谐共生。

**参考文献:**

[1] 徐佳俊. 短视频算法推荐下的沉迷行为及背后的隐忧问题探讨——以哔哩哔哩平台为例[J]. 科技传播, 2024, 16(18):8-11.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2024.18.005.

[2] 广州互联网法院课题组, 田绘. 短视频平台著作权侵权法律问题研究——以长视频平台诉短视频平台纠纷为

视角[J]. 数字法治, 2024,(02):165-184.

[3] 李金婷. 算法推荐视野下短视频推送服务的困境与策略[J]. 西部广播电视, 2023,44(13):31-33.

[4] 丁婕. B 站财经类短视频的内容生产研究[D]. 中南财经政法大学, 2023.DOI:10.27660/d.cnki.gzczu.2023.002632.