

网络意识形态安全治理中的“过滤气泡”负效应分析

卢晓雯^{1,2} 李俊奎¹

(1. 南京理工大学 马克思主义学院,江苏 南京 210000;2. 南通大学 范曾艺术馆,江苏 南通 226000)

[摘 要] 网络虚拟场域下“过滤气泡”通过算法推荐机制实现了为用户提供精准信息、降低时间成本、提高信息流通效率等正效应,但同时也隐藏着引发网络意识形态安全风险的负效应,具体表现为:编织“信息茧房”,导致受众观念窄化,消解对网络主流意识形态认知的完整性和崇高性;加剧社会思潮纷争,导致受众认知失衡,造成对网络主流意识形态政治认同困扰;引发圈层化传播,导致群体极化与价值分化,冲击并削弱网络主流意识形态的主导地位。基于此,从技术层面加强技术监管,完善网络信息安全管理,从话语层面优化传播效能,提升网络主流意识形态话语凝聚力,从受众层面提升自身媒介素养,厚植网络主流意识形态的认同,以及从社会层面推动协同治理,筑牢网络意识形态阵地,是当前网络意识形态安全治理的四个核心理路。

[关键词] 过滤气泡 负效应 意识形态 算法推荐 网络安全

根据 2021 年第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至 2021 年 6 月,我国网民规模为 10 亿,互联网普及率达 71.6%。在网络信息技术赋能的全球互联时代,以民众参与的全媒体网络虚拟场域成为我国主流意识形态传播的重要阵地。社会多元思潮的冲击、社会主要矛盾的转化、媒介技术的迭代更新,使得网络意识形态工作既富有挑战又充满机遇。“过滤气泡”是数字媒介通过推介算法对用户产生渠道裹挟、信息筛选、视野引导和认知改造的现象。一方面,其借用信息推介系统,客观上帮助用户快速定位所需信息,并甄别优劣,但主观上强制隔绝了用户与信息的全方位接触;另一方面,其又依托用户数据,主观上构建智能、个性和体己的信息服务,但客观上又悄然将用户孤立于特定的信息环境。技术史的研究曾概括说技术“不好、不坏,也不中立”^[1]。用户群体在过滤气泡中享受流畅、精准和智能的信息服务时,也在被其精心炮制的“热点议程”和“舒适圈层”影响着用户个体的价值取向、思想行为以及社会意识。因此,当下厘清“过滤气泡”的产生根源、表现形态以及其内在的意识形态逻辑,客观理性地分析“过滤气泡”现象对当前网络主流意识形态安全的影响,提出优化治理有效防范“过滤气泡”负效应的解决措施,对于营造良好的网络空间秩序具有重要意义。

一、“过滤气泡”现象的生发原因

社会活动家兼作家伊莱·帕里泽(Eli Pariser)2011 年在他的著作《过滤泡:互联网对我们的隐私操纵》及题为《当心网上“过滤气泡”》的 TED 演讲中提出了“过滤气泡”一词,他认为网络平台可以过滤用户不感兴趣的内容,为客户打造个性化信息世界(The Daily Me)^[2]。2016 年,美国的传播学家和政治学家们发现:“新媒体平台会根据对他们先前活动记录和搜索词条的统计结果对新的内容进行筛选,而用户会越来越看不到他们不同意的观点和资讯。这种由新兴网络技术所导致的‘过滤气泡’现象会使得用户的认知进一步窄化甚至单向化,并将用户牢牢地包裹在他们已有的意识形态气泡之中。而新媒体平台的‘过滤气泡’效应也导致了大选中美国两党支持者们的意识形态分化,甚至在全国诱发了激烈的社会矛盾。”^[3]近年来,我国学界也展开了相关研究与解读。有学者认为,

[基金项目] 2019 年教育部人文社会科学研究项目“网络空间社会主义意识形态的凝聚力和引领力研究”(19YJC710073);江苏高校哲学社会科学研究项目“习近平关于中国精神的重要论述研究”(2020SJA1582)成果之一。

[作者简介] 卢晓雯(1987—),江苏泰州人,南京理工大学马克思主义学院博士研究生,南通大学范曾艺术馆副研究员,研究方向:思想政治教育。

“过滤气泡主要是指受信息技术发展、媒介创新推动和个体信息获取习惯改变等多因素影响而形成的信息个性化筛选现象”^[4]。在笔者看来,过滤气泡表面上是大数据和推荐算法受用户认知、情感和偏好的驱动,主动为用户提供个性化搜索、个性化推送等基于用户需要的信息定制服务创新,但最终主导其定型的本质要素还是社会政治、资本权力对于互联网的不断渗透。其具体构成如下:

(一) 社会政治、资本权力的渗透

马克思曾引用英国经济评论家邓宁在《工联和罢工》中的一段话,“一旦有适当的利润,资本就胆大起来。如果有10%的利润,它就保证被到处使用;有20%的利润,它就活跃起来;有50%的利润,它就铤而走险;为了100%的利润,它就敢践踏一切人间法律;有300%的利润,它就敢犯任何罪行,甚至冒绞首的危险”^[5]。新时代下,资本不断扩张,努力渗透网络意识形态话语权领域。资本利用网络应用特有的价值逻辑,将网络数据、网络流量转换为商品并视之为追逐更多经济利益的利器。数据推荐平台一丝不苟地不断机械重复着对媒介内容流量价值的公式化评估、筛选和推送工作,非人的机器行为自然不会对媒介内容估价时充分考虑人的因素,当然也无法考量受众的媒介素养高低以及价值辨别能力,最终互联网传媒平台为恣意赚取流量而沦为资本的附庸。网络受众被无法感知的流量洪流席卷到充斥着廉价的泛娱乐信息商品的媒介气泡中。由此,资本营造的功利化氛围越演越烈,与此同时,网络主流意识形态的政治性本质也被遮蔽。目前,我国互联网公司阿里巴巴、腾讯、百度三大巨头,其背后均能找到西方资本操控的身影。它们对于经济价值、关注度、流量的追求远高于事件本身的真实性^[6]。因此,在消费主义语境下,网络应用被定位为一种可以用资本来衡量的商品,无形地受到资本的裹挟,致使网络功利化特征日益明显。当网络搜索平台的算法推荐技术由资本掌控时,信息的生产过程便出现看似为迎合用户差异化的需求而发挥智能化信息定制服务功能,实则是受资本力量委托给用户安装信息“过滤气泡”的现象,其危害不容小觑,正如温斯洛普对媒介与动员的论述,“你可以把媒介带出战争(动员),却永远无法将战争(动员)带出媒介”^[7]。

(二) 大数据以及算法推荐等技术的发展

网络带宽的指数级提速与人类认知理解效率的相对恒定产生了结构性矛盾,这造成人类在使网络空间复杂化的同时也在谋求网络空间的简单化,其结果就是网络空间在大数据持续书写和推荐算法不停遗忘的无限往复中支离破碎。其中,通过从海量、多维信息中寻找与每个个体相匹配的信息数据,甚至给予个性化信息定制服务的“过滤气泡”便可看做基于大数据和算法推荐技术上形成的网络选择性记忆现象。该现象形成过程主要分为数据收集、数据分析和算法推荐三个技术环节。首先,数据收集是诱发“过滤气泡”现象的基础。只有获取到海量数据才能展开个体定制化信息服务。目前,从计算机的普及到智能手机、移动互联网的广泛应用,从移动终端设备即刻进入网络虚拟空间到AR、VR、XR等虚拟现实技术体验,我们发现关于数据收集的维度和渠道越来越科学化、便捷化、多样化,收集到的数据内容也更全面,这也成为“过滤气泡”产生的基础性条件。其次,对海量原始数据进行分类,对网络用户习惯抓取以及对用户轨迹的预处理,即“使用传感器、日志文件以及web爬虫等方法,通过IP骨干网络传输和数据中心传输将所采集的数据传送至数据中心,再利用ETL工具对这些来源各异、结构类型多样的数据进行预处理,解决其中存在的数据缺失、数据不合理与不准确、语义模糊、数据冗余等问题,最终将所采集的数据转变为可用数据”^[8]。最后,依托收集的有效数据,利用勾勒、复刻等算法模型在海量信息中进行自动化的运算,过滤掉关联度较小的数据,反馈出符合受众偏好的可量化信息,从而实现精准对接,这一反馈过程便是“过滤气泡”现象的技术形成过程。

当下,大数据和算法推荐技术已经深度渗透到社会生产和人们生活的各个领域。淘宝搜索某商品之后,通过个性化推荐在淘宝首页“猜你喜欢”一栏不断推送与此相关的商品,使用户被包裹在同类商品的气泡里。百度搜索则是利用搜索数值关系,进行相关词推荐。今日头条的算法推荐技术则更为高超,只要在充分获得用品的相关信息之后,便不断优化推荐内容,甚至无需手动搜索,便能收到精准送达的信息。张一鸣曾说,“今日头条的‘个性化推荐’实际上是不需要用户进行任何选择

的,这让用户感到更加方便”^[9]。这一宣言讲的是“不需要”还是“不欢迎”用户选择?这充分验证了学者们的担忧,“技术提供的自由和控制权,恰恰是通过剥夺我们的自由和控制权得来的”^[10]。

(三)受众认知、情感、偏好的内在驱动

正如赖特在《The Power Elite》中的论述,“个体常用非立体的方式看待新鲜事物”^[11],而互联网的时代中,受用户认知、情感和偏好驱动的面永远朝前。大量直观的短视频、图像、醒目标题遵循着“短暂的情感刺激—焦点聚焦—情感连带”的“吸睛原则”,第一时间夺取用户眼球;受众在处于浅层感官刺激时潜意识无法即时进行理性思考,就已经被裹挟进入了新感性时代,更难判断出视觉背后的意识形态主张。这其中,个人认知在隐匿状态下被无形地规划,“作为自然的、肉体的、感性的、对象性的存在物”^[12]则以感性经验、感性方式进行网络探索,其带来的认知偏差、感性消费以及盲目从众等原因,导致个体完成从信息渠道到信息认知的交替“社会化”,进而产生“过滤气泡”现象。在形成过程中,用户依据充满个人情感和立场的价值观形成对事件认知的偏向,造成了“情感先于信念”“立场先于真相”的后真相思潮,极大地影响了主流价值观的传播。智能媒体为迎合受众喜好、引发兴趣,第一时间通过记录用户的性别、年龄、所在地区等基本信息,锁定用户的浏览、点赞、评论、转发的行动轨迹,运用算法机制过滤掉有可能引起受众不快的信息源,向其不断推荐偏好的内容信息,使用户在“选择的裂变”中无法自拔。从某种意义上讲,“过滤气泡”现象看似是由算法推荐带来的信息精准投喂,其实也是受众意志的表现。

(四)网络媒介的迭代升级

媒介是用于传播信息的介质和载体。网络媒介是继传统的报纸、电视、广播等大众媒介发展起来的新兴媒介,是当下日常生活中被人们广泛运用于发送和接收信息的各种网络终端设备。随着“互联网+”时代的到来,网络媒介以其数字化、互动性、实时性、智能化等独特优势打破了传统媒介对话语权的垄断。一是网络媒介创新发展迅速。依托互联网的发展,网络媒介生态尤为繁荣兴盛,从以PC端为主要的媒介,如猫扑、天涯、豆瓣等虚拟社区平台发展到以移动社交为主的新媒介,如以微信、微博、QQ、脸书为主的社交平台,网络媒介平台和内容急剧增长,并以其具有的技术垄断优势重构着人们的交往方式。新兴媒介的产生不但为人们方方面面的生活提供便利,而且还达到了跨越时间与空间阻隔的高度自由,实现了随时随地进入虚拟场域的可能,这也为“过滤气泡”的产生营造了场域。二是网络媒介传播黏性的不断提升。以2011年发布的微信为例,截至2019年第三季度,“微信及WeChat的合并月活跃账户数达11.5亿,同比增长6%,微信朋友圈的用户使用率高达87.4%,可以说是目前人们使用的社交媒体中用户黏度最高”的社交工具^[13]。在使用社交媒介过程中,用户对其黏性越高,沉浸其中的时间越长,虚拟聚集的次数越多,说明用户对社交媒介的依赖性越强。基于用户对媒介传播黏性的追求,媒介的个性化定制信息服务在满足用户需求和自身发展需求的同时,也为用户构筑了“过滤气泡”^[4]。三是网络媒介已成为用户表达个人情感、观点的主要舞台。在网络环境下依托互联网去中性化的技术特征,个体被赋权,网络用户的角色也从原来被动接受信息者转变为既可以发布信息又可以生产、传播信息的多元角色。用户可以自行选择网络媒介,并可以同时拥有多个平台账号去寻找自己感兴趣的信息和群组,这就促使了用户可以多渠道多路径地发布信息、表达情感,而这种高密度、高信息量的聚合,能够让网络平台轻而易举地关注到个人的情感生产、表达的轨迹,网络媒介给予的反馈速度也随之加快,用户互动频率提高,无形中助推了“过滤气泡”现象的滋生。

综上所述,“过滤气泡”现象的产生原因复杂,并不是单纯依靠技术能够决定的议题,其中既有用户认知、情感、偏好的内在驱动,又有媒介迭代更新、资本渗透的推波助澜。

二、网络意识形态安全治理的“过滤气泡”负效应表征

信息革命塑造了一种转型,信息的嵌入使传播过程成为整个生活体系中至关重要且不断成长的要素,其中最重要的是其带动了经济和劳动力的转变^[14]。从目前我国“社会存在”的发展状况看,互

联网技术的高速发展和市场经济的实践对网络主流意识形态安全产生了巨大影响,这种影响无疑是把“双刃剑”。基于算法推荐下的网络“过滤气泡”在推动网络全球化、技术化、生活化、普及化方面起到了积极作用,但其出场在一定程度上阻碍了网络空间有序发展,影响了网络主流意识形态的传播,呈现出多种负效应的表征。

(一)“信息茧房”的编织导致受众观念窄化

不可否认,在信息技术迭代升级的网络虚拟场域,合理有度的算法推荐能够创新并优化信息资源的配置范式,但滥用精准传播机制会导致算法的过度推荐,从而引发“过滤气泡”。对效率和用户精准度的狂热追求,常导致用户获取的信息被提前过滤,获取更多优质信息的渠道被窄化或切断。人们处在多样性降低的“信息茧房”之中,单一的信息环境易造成受众价值观固化和封闭,甚至消解对主流意识形态的认知。首先,“过滤气泡”中协同过滤算法的实质是通过受众主体产生的偏见特征不断地进行聚类行动的循环和偏见特征的裂变,营造个性化服务的信息环境。其中以推送同类型、同体裁、同价值观等同质化信息为主,阻隔人们偶遇异质信息,这就极易使受众陷入浅层“愚乐”中无法自拔,从而形成价值趋同的“信息茧房”。其次,受个人时间、精力、认知水平等因素的限制,每个个体对信息的需求具有非全面性特征,个体为了找到并保持心理内部的舒适度会倾向于关注符合自身审美情趣、价值立场的信息。尤其是有些用户原本持有的价值观就存在偏差,加之推荐者不断推送的影响,则更易造成价值观窄化,进而降低对主流意识形态的认知。再次,当受众长期沉浸在选择性阅读的氛围里,便产生了“回音室效应”,即呆在认知的舒适圈里如同回音壁一样不断重复悦耳的声音。最终,在内外因素的共同作用下,个体主观能动性大大降低,受众对于信息内容的选择渠道不断固化并逐渐窄化,无法接触多元信息,形成著名的拉姆菲尔德效应,即“未知的未知”^[15]。网络主流意识形态在个人认知失衡的状态下无法打破受众固有价值壁垒而被冷落,也极大削弱了网络主流意识形态的完整性和崇高性。

(二)社会思潮纷争的加剧导致受众认知失衡

“过滤气泡”中传播内容的引导和筛选在一定程度上消解了主流意识形态的权威性,造成受众对网络主流意识形态认同的政治困扰。首先,“如果从观念上来考察,那么一定的意识形态的解体足以使整个时代覆灭”^[16],当下网络虚拟场域已然成为舆论斗争的主战场,充斥、渗透着各种纷繁多样的信息,如历史虚无主义、民粹主义、新自由主义等多种错误思潮涌现和蔓延即与“过滤气泡”现象有密切关系。当这些更具潜在舆论性质的信息被“过滤气泡”“择优录取”后,信息供给便形成显著的定向作用,传播速度急剧上升,加剧了多元社会思潮的纷争,使得网络主流意识形态内容供给不足,从而削弱了主流意识形态的传播优势,甚至关系到国家政权的安危。其次,网络环境下的社会思潮传播具有碎片化、标签化的信息传播特点,受众在被同质化信息吸引的同时降低了对传播内容整体性的甄别和把握,忽视了其中的意识形态属性。例如立足资本逻辑,遮蔽主流意识形态政治性本质的历史虚无主义,通过选择性解构历史,“使个体意识沉浸于异化了的享乐与私欲为核心的泛娱乐化之中”^[17]。在日趋复杂的社会舆论环境下,受众的价值取向呈现不稳定性,进而产生认知失衡。因此,当受众长期聚集在如此虚假有害信息和错误观点充斥着的“气泡”之中,用户用自己的已知教导自己,用自己的选择肯定自己,其提防错误思潮传播的心理基础逐渐弱化,理论思维能力和批评自省能力也会被侵蚀,个体认知水平失衡,进而对网络主流意识形态政治认同产生困扰,最终扰乱网络功能的正常运行,破坏网络生态的和谐。

(三)圈层化的传播导致群体极化与价值分化

首先,从意识形态认同角度看,“过滤气泡”效应下的受众获得的“个性化”信息,一定是与自身意识形态相一致的信息,这被称之为确认偏差(confirmation bias),是“一种稳健、连贯且会自我强化的推理偏见”^[18]。通过网络交往和价值聚合,志趣相投、观念趋同的网络用户聚集在一起形成了网络圈群。当这类交往中的群体成员产生了对某一事件的共同兴趣,一方面会产生同质激荡的风险,即他们会随着内部讨论进程的深入由初始价值认同走向价值观念上的偏激、极化,另一方面“网络扩

散的蝴蝶效应使信息在更加开放和频繁中不断蔓延,这些零星消息在‘裂变式’的信息传播中逐渐成为民众情绪的引爆点,并进一步扩散扭曲”^[19],聚焦于此话题的圈群规模越来越大,在激发负面情绪中不断强化群体认同,从而加速舆论传播和发酵,部分网络评议中便出现了对原本影响力较小的舆论事件无限放大甚至给予非理性的群体情感表达的现象,最终导致信息观点共振并极化。当下,舆论事件、热点事件时有发生,不断进入公众视野,其中不乏与主流意识形态相违背的意识形态舆论事件,加之网络空间的信息传播速度、情绪感染力较之现实社会更快、更强,在群体心理的推动下,更易引起群体情感认同和极化行为。这种以较强的“解构性”力量的圈群传播,不但弱化了主流意识形态的政治权威,同时也冲击着主流意识形态的主导地位。

其次,从圈层化传播角度看,通过算法推荐技术的赋权价值趋同的网络圈层被聚集,而存在价值和文化需求差异的受众则被过滤,进而形成其他价值认同群体,最终加剧不同价值认同群体间的分化。同一个网络圈层具有相同的兴趣爱好、社交需求,其背后是共同的文化认同。受众通过在圈层中的交流增加了自我认同感与归属感,甚至忽略信息的真实性和价值性,盲目将圈群产生的社交信任作为判断信息真假的基础。至此,圈层的内部聚合由此形成,且越来越强,与其他不同价值需求的圈层交流的难度就越大,圈层之间的价值分化矛盾越突出,群体之间的文化需求差异和价值分化越来越明显,网络主流意识形态面临被不同价值圈层分隔所导致的价值难聚合的困境^[20]。此外,因舆论场庞大而复杂导致的“失语”的风险,也为非主流意识形态内容的进入和扩大甚至与主流意识形态相抗衡创造条件。由此,网络意识形态的主导性地位遭受冲击,其整体引领力与凝聚力被弱化。

综上所述,伴随着算法推荐技术的成熟和普及,网络意识形态精准化传播趋势渐显,而其中暗藏的价值风险和技术风险的叠加导致网络虚拟空间的整体风险系数增长,网络意识形态安全治理难度也大大增加。

三、网络意识形态安全治理中“过滤气泡”负效应的规避策略

当今复杂庞大的社会运行系统,使得交叉重叠的社会网络系统里有可能隐藏着错综复杂的责任主体和变幻莫测的风险^[21]。拉斯韦尔曾呼吁传播学者为社会的有序发展承担更多责任,“对于传播学家来说,仅掌握测量、内容分析或其他方面的操作技能是不够的,真正的学科需要技能与启蒙相辅相成,要在传播版图中置入对整体性过程的趋势、条件和预测研究,还要掌握完成假定目标和评估政策的能力”^[22]。所以,当社会必须正视“过滤气泡”带来的一系列问题时,我们也应承担起相应的责任。我们不能仅仅停留在思索、分析、认知层面,更应进一步从实践层面出发,积极寻找“过滤气泡”负效应的规避之策。

(一)技术层面:加强技术监管,完善网络信息安全管理

技术的发展与运用是推动“过滤气泡”形成的根本成因,因此想要戳破“过滤气泡”,首先应从技术层面进行改进。在当前“流量为王”、技术服从于资本这一现实与虚拟共存的时代,网络技术平台以追求增值作为生存法则。其中,迎合用户偏好的算法推荐技术在资本裹挟下,常有被利益魅惑或“别有用心”之人操控的可能,其危害性和局限性很大,由此平台内容管理难度加大,主流意识形态面临边缘化风险。因此,从各维度展开对网络平台运行进行监管和约束显得尤为必要。国家网信办于2021年12月31日出台,2022年3月1日起实施的《互联网信息服务算法推荐管理规定》中已经对国内相关行业的推荐算法使用加以规制,给业界和学界带来了积极的示范效应^[23]。此外,我们还应该关注的一是规范媒体技术从业者的职业伦理素养。网络媒介需要通过媒介技术从业者的设计、研发、测试后才得以正常运行与使用,而媒介技术从业者作为“意识形态的动物”在掌握平台运行的核心技术的同时也会带有价值偏见,因而媒介应用的背后实则蕴含着具体的社会制度和意识形态。规范媒介从业者的网络伦理素养,“能有效克服因工具理性泛滥所带来的人性异化问题”^[24]。目前,网络意识形态领域斗争已进入白热化阶段,作为媒体从业者在编写程序、设计数据画像的同时应尊重并了解主流意识形态传播规律,以专业化水平引领主流意识形态的宣传,规范行业自律观念,坚守职

业操守,主动承担社会责任,保证网络技术平台坚持正确导向。二是建立有关文字分发以及图像视频监控筛选的监督机制。从源头上完善信息的筛选、推送以及审查机制,将主流意识形态植入数据的收集、分析和算法推荐各个环节之中,提升数据收集、处理的智能程度,切断不良信息的入口。面对“过滤气泡”带来的泛娱乐化、片面化等同质信息,平台应设计以适当规避同类型话题的信息代码,在个性化推荐过程中,增强对内容分发的算法把控,优先推送以主流意识形态为主的优质信息资源,对受众进行价值观的引导,以公平、公正的原则保证网络环境的清朗,最终为达到主流意识形态的传播以及追求经济效益达成双赢提供技术动能。三是建立网络舆情管理监测中心。“民主的政治参与可以在国家和社会之间稳妥地矫正政府的行动与公民的意愿和选择之间的矛盾。”^[25]以主流价值观为指导,以保证用户的切身利益为首要原则,尊重网络安全法律法规,建立网络信息安全投诉、网络举报等相关通道,激发民众参与管理和监督的积极性,以奖励机制引导他们成为网络的监督者和管理者,从而强化民众的参与意识。我们要利用大数据技术对及时反馈回来的问题与动态信息进行分析处理,总结出民众对网络舆情治理政策的意见与建议,使决策者更清楚地掌握实际情况,从而为意识形态引领提供科学的决策。

(二) 话语层面:优化传播效能,提升网络主流意识形态话语凝聚力

网络空间存在的问题归根结底是由话语引发的问题。话语的好坏关系到网络意识形态工作的优劣,也是传播主流意识形态的关键。“过滤气泡”下的网络主流意识形态话语传播表现出传播能力减弱、内容纷繁复杂、体系不够完善等样态,因此,有必要进一步优化网络主流意识形态的话语体系,提升传播效能,进而提升网络主流意识形态话语凝聚力。首先,在话语传播能力方面,不断拓宽传播途径,整合运用传播媒介,多角度多渠道展示主流舆论。通过培养拥有正确导向、熟悉网络语言、了解网络传播技术的网络主流意识形态“推手”,强化主流言论。例如微博大V、热门网红、专业博主等网络意见领袖,拥有在信息资源上传递、示范与舆论引导的优势和能力,“往往能左右互联网的议题,能量不可小觑”^[26]。在网络主流意识形态的传播过程中,可利用他们与其“粉丝”间的黏性,通过“粉丝”社交媒体的裂变传播,实现对普通受众的价值引导^[27],从而发挥好主流媒体的信息主导作用。其次,在话语内容方面,既要避免以狂欢之名传播“泛娱乐化”倾向的网络话题,又不能完全沉浸于守旧的封闭空间,而应鼓励主流媒体创造切合网民心理需求,以生活化为旨归、富有内涵的优质内容,提升话语的亲和力,以此激发网民对主流意识形态的认同动力。例如创作贴近生活、深得群众喜爱的网络文学作品,以直观、感性的传播方式着力展现新时代的精神风貌。这既有利于得到广大网络用户的认同和关注,亦能凸显主流意识形态的支配和引导作用。最后,在话语体系构建方面,要以马克思主义为指导,以社会主义核心价值观为引领,通过运用科学的理论武器抢占舆论制高点,立足网络空间的现实问题,更新符合网络时代要求的话语范式用于各类主流意识形态宣传的网站、微博、微信、论坛、APP程序等,提炼具有引领性、原创性、标识性的话语,打造网络用户易于接受的新表述,彻底改变受众对主流意识形态话语固有的抽象、刻板、空洞的印象,努力打造具有中国特色、蕴含中国精神的话语体系。

(三) 受众层面:提升自身媒介素养,厚植网络主流意识形态的认同

与现实世界不同,在互联网时代,个人所处的环境以及接触的对象完全由个体自身决定,此外,网络空间对个体的依附性是非常大的,这就强调了个体在网络空间中的主体地位。通过分析“过滤气泡”现象的产生逻辑以及造成的网络意识形态安全风险,我们发现,个体在获得信息选择权的同时,相应的信息鉴别能力、媒介认知程度以及媒介参与素养至关重要。“在争夺互联网控制权的斗争中,各个阵营都严阵以待,唯有人民一盘散沙。但那只是因为大多数民众还不知道跻身争斗。”^[10]因此,有必要引导受众提升自身的媒介素养,以厚植网络主流意识形态的认同。第一,增强受众的信息鉴别能力。尽管算法推荐不能直接推动“过滤气泡”现象的产生,但若降低对传播信息的鉴别,“算法黑箱”便会以其精准化的推荐和渗透方式将极具迷惑性的信息分发进入受众的视野。解决问题的途径有二:一方面,受众应主动阅读有关主流媒体推送的信息,以主流价值滋养自身的价值观,在正

确的价值观引导下,练就自主辨析信息真伪的能力,结合当下网络环境的复杂性和多变性,了解其潜在危险以提高自身的警惕性、敏感性以及信息辨析能力;另一方面依托受众信息鉴别能力的提高去影响“过滤气泡”中的强个性化信息推送。从自身层面对信息传达目的、叙述立场、用词客观性等进行思考,做到以人的价值理性驾驭网络技术的工具理性。第二,提高受众的媒介认知程度。媒介认知是指作为互联网传播媒介下的信息传播者和消费者对媒介使用的能力。现阶段可通过社区宣传、地方组织、网络视频等方式,引导网民学习新时代中国特色社会主义思想理论、马克思主义理论以及有关大数据、算法推荐技术等运行规律,增强文化自信、理论自信和制度自信,提高网民意志力。在此基础上加大对网络中海量信息的辨析,对于诸如历史虚无主义思潮、西方价值观的渗透、网络泛娱乐化等试图歪曲主流意识形态的网络现象要增强鉴别,加强分析和抵御不良信息的能力,防止在不经意间受其荼毒。第三,提升受众的媒介参与素养。在媒介使用过程中秉承客观公正的立场,积极、理性地参与到对错误思潮的揭批过程中,通过阅读、浏览、收藏优质内容,订阅、了解不同类型的信息等网络实践活动来增强信息判断力,建构正确的价值观。“不当旁观者、敢于发声亮剑。”^[28]在人人参与、点滴聚汇中形成抗御错误思潮和另类信息的力量,促进自身精神生活健康发展,推动主流意识形态的传播。

(四)社会层面:推动社会协同治理,筑牢网络意识形态阵地

随着网络环境的不断变化,网络意识形态治理主体也由“一元主导”向“多元共享”转变,“既包括领导、管理意识形态活动的政党组织和政府组织,又包括参与网络空间意识形态活动的各类社会组织、网络群团组织、网络媒介组织以及普通网民”^[29],因此,应对“过滤气泡”现象不仅仅涉及技术层面的改进、话语层面的提升、受众层面的努力,还需要社会多方力量的协作共治。首先,各级政府要充分发挥主观能动性,详细了解有关网络意识形态治理中的法律法规,分析研判意识形态安全治理中的潜在风险以及生发原因,在此基础上对网络平台落实执行网络法律法规情况进行定期抽查。其次,依托政府权威与治理能力有效统筹整合各方主体,通过利用大数据信息占有的天然优势,在保障信息安全的基础上推动信息共享。最后,以平等、协商的关系保持各主体之间的交流,通过汇聚多方力量形成引领合力。既要坚持中国共产党领导放在社会协同治理的首位,又要将社会协同的多元、合作与平等放置在规则、法律、权力与习俗的综合治理框架下;既要突出党政主导的领导地位,又要实现多元与理性规范的有机结合。总之,要守好网络意识形态主阵地,需要依靠多方力量的共同努力,不断完善网络意识形态引领协同机制,共同推进“政府主导、公众参与、多元主体”协调运作的治理新格局。

四、结语

“意识形态工作是党的一项极端重要的工作。”^[30]“掌控网络意识形态主导权,就是守护国家的主权和政权。”^[31]当前,网络空间已经成为社会治理的第四空间和“亿万民众共同的精神家园”^[25]。但随着网络意识形态发展多元化、复杂化的趋向,网络治理难度也越来越大,因此,我们有必要从全局性、战略性和前瞻性高度,对新时代网络意识形态工作予以高度重视。从本质意义上来讲,“过滤气泡”现象是当前中国社会转型与技术变革互动下的产物,是大数据和算法推荐技术迭代更新和快速发展的产物。其所牵引出来的“信息茧房”“回音室效应”以及群体极化、价值分化等现象,不仅是社会多元思潮纷争、主体能动性缺失以及网络空间圈层传播影响的问题,更是社会舆论监督缺失等深层的制度、权利、经济和意识形态等方面的问题。因而,要实现“过滤气泡”负效应的规避,我们不仅需要通过技术层面的优化、话语层面的提升、受众自身层面的努力以及社会层面的支持等实践路径来进行匡正,更重要的是要因势利导、趋利避害,把“过滤气泡”中协同过滤机制等转化成最新科技成果并为我所用,推进我国网络主流意识形态工作安全健康地发展。

[参考文献]

[1] MELVIN KRANZBERG. Technology and History: Kranzberg's Laws[J]. Bulletin of Science, Technology & Society, 1995, 15(1): 5-13.

- [2] 伊莱·帕里泽.当心网上“过滤气泡”[EB/OL].(2011-05-02)[2022-05-03].<http://open.163.com/newview/movie/courseintro?newurl=M7797SRIV>.
- [3] 许志源,唐维庸.2016 美国大选所透射的“过滤气泡”现象与启示[J].传媒,2017(16):54-56.
- [4] 阎国华,韩硕.“过滤气泡”现象影响青年价值观的内在逻辑与应对策略[J].思想政治教育,2021(4):84-88.
- [5] 马克思恩格斯文集(第5卷)[M].北京:人民出版社,2009:871.
- [6] 骆郁廷,李恩.网络空间西方价值渗透及其应对[J].思想教育研究,2021(2):121-126.
- [7] 杰弗里·温斯洛普-扬.基特勒论媒介[M].北京:中国传媒大学出版社,2019:160.
- [8] 刘培.基于大数据的网络空间主流意识形态传播研究[D].中国矿业大学博士论文,2020:81.
- [9] 朱鸿军,周逵.伪中立性:资讯聚合平台把关机制与社会责任的考察[J].南昌大学学报(人文社科版),2017(5):102-107.
- [10] 伊莱·帕里泽.过滤泡:互联网对我们的隐秘操纵[M].北京:中国人民大学出版社,2020:156,243.
- [11] C·赖特·米尔斯.权力精英[M].北京:中国传媒大学出版社,2016:312.
- [12] 马克思恩格斯文集(第1卷)[M].北京:人民出版社,2009:209.
- [13] 赵宴冉.互联网舆论场中的情感演化研究——以“罗一笑”事件为例[D].南京师范大学硕士论文,2020:12.
- [14] SCHILLER H I.Critical Research In the Information Age [J].Journal of Communication, 1983, 33(3):249-257.
- [15] HAMPTON J A, AINA B, ANDERSSON J M.The Rumsfeld Effect:The Unknown Unknown[J]. Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 2012, 38(2):340-355.
- [16] 马克思恩格斯文集(第8卷)[M].北京:人民出版社,2009:170.
- [17] 洪晓楠,王坤平.智媒时代软性历史虚无主义:表征、实质及其治理[J].思想理论教育,2021(2):77-82.
- [18] JONES M, SUGDEN R. Positive Confirmation Bias In The Acquisition of Information[J]. Theory and Decision, 2001, 50(1):59-99.
- [19] 杨嵘均.网络空间集体动员的运作逻辑、政治风险及其治理[J].南通大学学报(社会科学版),2020(3):76-86.
- [20] 张扬,高德毅.算法推荐时代高校网络思想政治教育面临的挑战与应对[J].思想理论教育,2021(7):91-96.
- [21] 苏兰,何齐宗.复杂网络视域下公民责任失范风险及防控策略探讨[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2021(6):94-99.
- [22] LASSWELL H D.Communications Research and Public Policy[J]. Public Opinion Quarterly, 1972, 36(3):301-310.
- [23] 国家互联网信息办公室等.互联网信息服务算法推荐管理规定[S].国家互联网信息办公室等发[2021]第9号令。
- [24] 谭九生,杨建武.网络谣言的社会协同治理机制构建及实现[J].甘肃社会科学,2013(6):221-225.
- [25] 蒲岛郁夫.政治参与[M].北京:经济日报出版社,1989:5.
- [26] 习近平谈治国理政(第2卷)[M].北京:外文出版社,2017:325,336.
- [27] 蒋成贵.算法推荐对网络意识形态建设的挑战及应对[J].思想理论教育,2019(7):78-82.
- [28] 习近平.在全国党校工作会议上的讲话[M].北京:人民出版社,2016:9.
- [29] 郝保全.网络意识形态治理新趋势[J].马克思主义研究,2021(1):127-135.
- [30] 习近平谈治国理政(第1卷)[M].北京:外文出版社,2014:153.
- [31] 习近平关于网络强国论述摘编[M].北京:中央文献出版社,2021:54.

(责任编辑 刘 英)