

徐州市免费检测试卷

1.

阅读下面的文字，完成下面小题。

“信息茧房”是指人们的信息领域会习惯性地被自己的兴趣所引导，从而将自己的生活桎梏于像蚕茧一般的“茧房”中的现象。这个概念是由美国学者凯斯·桑斯坦提出的。他认为网络化虽能带来更多的资讯选择，整个社会看似更加民主自由，但在“个人本位”理念的影响下，势必蕴藏着对民主的潜在破坏。在社群内的交流更加高效的同时，社群之间的沟通并不见得一定会比信息匮乏的时代来得顺畅和有效。伴随着网络技术的发达、信息的剧增，人们可随意选择关注的话题，依据自己的喜好量身打造一份“我的日报”。简言之，“信息茧房”就是“我们只听我们选择的东西和愉悦我们的东西的通讯领域”。

“新新媒介”的产生是建构“信息茧房”的内容根基。“新新媒介”是美国媒介理论家保罗·莱文森提出的概念。他提出了当代媒介的三分说，即媒介可分为旧媒介、新媒介以及“新新媒介”。旧媒介是指互联网诞生之前的一切媒介。比如报刊、书籍、广播、电视、电影等。旧媒介的信息存在的时间和空间是固定的，信息由专业人士生产并自上而下控制。新媒介是指互联网上的第一代媒介。其特征是：人们可以自由利用上传至互联网上的信息，时间和空间都可以自己决定，不需受制于媒介既定的安排。“新新媒介”是指互联网上的第二代媒介，产生于20世纪末，信息来源是互联网用户本身，受众与传播者身份日趋模糊，所有信息都由受众自产自销。“新新媒介”的产生，使得多元化和个性化逐渐成为互联网信息的大势。于是，“新新媒介”中大量的个性化信息，也就为“信息茧房”的建构提供了丰沃的土壤。

“新中介”的运作是建构“信息茧房”的技术基础。新中介把传统媒体甚至新媒体的内容作为自己的信息来源，仅提供面向用户的接口和平台，通过拉大媒体内容生产者与其最终用户的距离，使两者分离，从而控制媒体内容的流向。

如今，我们已经由“信息时代”过渡至“推荐时代”。网络上的信息和内容，必须借助“新中介”的层层筛选与推介才能够到达用户。“新中介”的形态不一，但有相近的性质。总体上，“新中介”可以采集来源不一的资讯、图片、问答、文章、视频等内容，再通过信息聚合造就个性化定制阅读，同时具有强大的互动分享功能。

今后，互联网能够深入分析用户标签之间的联系，跟踪挖掘用户对标签的使用频率、稳定性、习惯以及访问次数的排序，从而更加顺应用户的喜好和个性化需求。基于个人兴趣，通过人工智能分析和过滤机制，根据个性化需求聚合相关的信息和应用，并在此基础上对信息进行深度智能分析，可以满足用户个性化、动态化的需求。如此一来，浏览记录将取代大众媒介，为用户设置议程；人们将在不知不觉中被自己的搜索记录和习惯牵引着前行。个人信息的积累将沿着“个人喜好”和“个人习惯”的轨道渐行渐远，建构起的“信息茧房”就会更加坚固。

“信息茧房”对公共领域的建构带来极大破坏。

“意见自由表达”受阻。网络交往的平等，不代表话语权的平等。网络交流主体理论上可以自由地发布各种信息，但是真正能进入公众视野中的往往只是少数网络精英的信息。网络媒介对海量信息的储存与传输，使公众对信息的筛选难度增加；而且网络信息的真实性也难以得到保证。因此网络精英阶层与权威信息源就成为受众的首选，他们对信息的垄断导致了多数人话语权的丧失。

同时，网络的信息流动造成了隐性的言论自由剥夺，即互联网没有主动给浏览者提供他们应当获得的内容，但人们意识不到需求这些内容，这也被称为“合理化剥夺”。

群体极化是美国传媒学者詹姆斯·斯托纳于1961年发现群体讨论时的现象而提出的社会心理学术语。其含义为：在一个组织群体中，个人决策因为受到群体的影响，容易做出比独自一个人决