

算法推荐下的信息茧房与大学生身体意象： 影响机制与未来展望

唐 静

重庆师范大学教育科学学院，重庆

收稿日期：2026年3月23日；录用日期：2026年5月12日；发布日期：2026年5月21日

摘 要

随着自媒体生态的发展，以抖音、小红书等为代表的社交媒体平台已成为数字生活的重要场域。各媒体平台依托算法推荐技术，能够精准分发信息以及及时反馈，这一互动机制迅速成为信息传播的主流模式。在提升信息传播效率的同时，催生了“信息茧房”这一现象。本文将从身体意象的视角出发，系统梳理身体意象内涵与理论基础，以及信息茧房的形成机制，重点分析信息茧房对大学生身体意象的多方面影响，即上行社会比较的持续激活、自我客体化的循环强化、理想美内化的认知固化。在此基础上，提出未来研究可从认知神经机制、算法推荐相关的干预路径、以及算法抵抗策略等方向深入，以期为理解算法时代大学生身体意象的形成规律及健康干预提供参考。

关键词

算法推荐，大学生，信息茧房，身体意象

Algorithm-Recommended Information Cocoons and College Students' Body Image: Mechanisms of Influence and Future Prospects

Jing Tang

School of Educational Sciences, Chongqing Normal University, Chongqing

Received: March 23, 2026; accepted: May 12, 2026; published: May 21, 2026

Abstract

With the development of the self-media ecosystem, social media platforms represented by Douyin

文章引用：唐静. 算法推荐下的信息茧房与大学生身体意象：影响机制与未来展望[J]. 社会科学前沿, 2026, 15(5): 135-142. DOI: 10.12677/ass.2026.155382

and Xiaohongshu have become important arenas of digital life. Relying on algorithmic recommendation technology, various media platforms can accurately distribute information and provide instant feedback, and this interactive mechanism has quickly become the mainstream mode of information dissemination. While improving the efficiency of information transmission, it has also given rise to the phenomenon of the “information cocoon”. This article starts from the perspective of body image, systematically summarizes the connotations and theoretical foundations of body image, as well as the formation mechanism of the information cocoon, and focuses on analyzing the multifaceted effects of the information cocoon on college students’ body image, namely the continuous activation of upward social comparison, the cyclical reinforcement of self-objectification, and the cognitive consolidation of internalized ideal beauty. On this basis, the article proposes that future research can delve into directions such as cognitive neural mechanisms, intervention paths related to algorithmic recommendations, and algorithm resistance strategies, aiming to provide references for understanding the formation patterns of college students’ body image and health interventions in the algorithm era.

Keywords

Algorithm Recommendation, College Students, Information Cocoon, Body Image

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来研究发现, 社交媒体的使用与负面身体形象和饮食失调有关[1]。在社交媒体使用中接触瘦“理想美”的媒体信息会导致更多的负面情绪[2][3]。女性在频繁接触社交媒体信息后, 倾向于内化这些信息, 形成自我评价的标准, 这可能导致对自身身体的不满[4]。

在这一过程中, 算法推荐机制扮演了重要角色。当用户在平台上对“理想化身体”内容进行点赞、评论或停留观看时, 算法系统会迅速捕捉这一互动偏好, 将其识别为积极反馈信号, 并持续推送逻辑相似、风格统一的内容, 将用户围困在同质化的身体审美信息茧房中。

信息茧房(Information Cocoons)由 Sunstein 提出, 指个体在信息获取过程中, 因长期只关注自己选择或感兴趣的内容, 逐渐被局限在狭窄的信息环境中, 减少了对多样化信息的接触, 如同蚕困于茧中[5]。

从身体意象心理学视角来看, 信息茧房对大学生的影响尤为值得关注。身体意象是一个多维概念, 指个体对自己身体所形成的心理图画, 包括对身体外表、功能特征的认知、情感评价以及相应的行为倾向[6][7]。大学生正处于自我同一性形成与身体关注度高的关键期, 社交媒体中充斥着大量经过精心修饰和筛选的、单一化的身体审美意象。研究表明, 18~25 岁青年日均社交媒体使用时间超过 4 小时[8]。长期的沉浸使用可能引发消极身体意象, 如对身体的不满或错误的感知, 进而导致抑郁情绪、降低幸福感、诱发进食障碍等消极影响[9]。

本文聚焦于身体意象这一多维概念, 在梳理信息茧房形成机制的基础上, 系统分析其对大学生身体意象的多重影响, 并提出未来研究的方向, 以期理解算法时代大学生身体意象的形成规律及健康干预提供理论参考。

2. 身体意象的概念

身体意象(body image)由 Schilder 提出, 指个体在心里内部形成有关自己身体的图画, 包括对自己身

体外形的认知、吸引力的评价和对体型的认识[10]。

Cash 认为身体意象是一个多维度概念,它是个体对自己身体(包括外表、功能特征、生理完整性)的内在看法,包括一个人对身体相关的自我认知和自我态度[6]。我国学者陈红认为身体意象是个体形成的对自己身体的心理图画,包括对身体生理、心理功能的认知、态度以及对行为的影响[7]。

因此,身体意象并非是一个单一维度的概念,而是一个由认知、情感与行为等多个层面相互交织、共同作用形成的一个多维结构。

基于认知成分的影响,个体对身体的态度会呈现出不同的取向,而产生不同的身体意象。Tylka 等人认为积极的身体意象(positive body image)是个体对身体的爱、尊重和接受[11]。Tiggemann 认为积极的身体意象是个体对身体的独特性和功能的欣赏[12]。而消极身体意象则是指人们自己的身体感到不满意或羞耻[13]。刘超和刘巧云认为当个体对自己的身体产生不满意的情感并对自己的身体持负面评价时,便会产生消极身体意象[14]。

3. 身体意象相关理论

3.1. 社会比较理论

社会比较理论(Social Comparison Theory),是指个体在缺乏客观标准的情况下,通过与他人比较来进行自我评价[15]。上行比较是指与更优秀个体对比以追求更高目标,下行比较指通过与较差个体对比维持自信心,平行比较则发生在与类似个体的互动中。个体与他人之间的社会比较会对个体的自我概念、自我评价及心理社会适应产生重要影响。

社交媒体平台为社会比较提供了多且易得的素材,其充斥着同龄人、校友、网红等“可接近的他人”经过精心策划的形象展示,为上行比较提供了空前便利和频繁的机会,深入影响了青年对身体意象的核心认知机制。

3.2. 自我客体化理论

自我客体化理论(Self-Objectification Theory)指出,在客体化媒体环境下的个体会逐渐内化出三方视角来看待自己的身体,而这种监视更多集中在个体的身体和外貌上[16];研究表明,自我客体化对女性的饮食障碍有着直接的预测作用[17]。自我客体化可分为状态性自我客体化和特质性自我客体化,前者是发生在特定情境所诱发的自我客体化,易随着情景变化而变化;后者是一种人格特质,这种特质稳定不随时间变化[16]。

在社交媒体环境中,青年用户通过“晒自拍”来展示身体形象,并通过获得的点赞与评论来获取外部反馈。同时,平台上大量传播的理想化身体形象内容,不断会有女性(以及越来越多的男性)更习惯从三方视角审视自己的身体,而算法推荐机制所持续推送的视觉内容,则进一步固化并强化这一倾向。

3.3. 三重影响模型

三重影响模型(the Tripartite Influence Model)认为,家庭、同伴、媒体是导致身体意象失调的三个核心影响因素,外貌比较和瘦理想内化在其中对身体意象的影响中起中介作用[18]。当个体在和他人进行社会比较的时候,会以媒体上的理想身材标准或是从同龄人、家庭中潜移默化中习得的理想身材标准为衡量依据[19]。当理想标准和现实的差距过大,便会产生身体不满。

4. 信息茧房的形成机制:个体与算法的交互建构

4.1. 选择性暴露理论

选择性暴露理论(Selective Exposure Theory)是指个体倾向于选择性地接触那些与自己现有观点或兴

趣相一致的信息，而避免或减少接触相反的信息[20]。在身体意象领域，这意味着对自身身体不满意的个体可能更倾向于关注“如何变美”“理想身材”等内容，而算法正好捕捉并放大了这一心理倾向，用户点击感兴趣的身体相关内容，算法记录并强化这一偏好，持续推送相似信息，形成“点击-推送-再点击”的闭环。

有学者将这一现象区分为两种类型，“选择式信息茧房”即由用户主动选择导致的信息窄化，“推荐式信息茧房”即由平台算法推送导致的信息窄化[21]。研究发现，用户陷入信息茧房的情况中，自我选择的作用往往大于算法，这对身体意象研究具有重要价值。

4.2. 认知吝啬

McGuire 提出的认知吝啬这一概念，Fiske 对其进一步阐述，即个体在接收讯息时，大脑倾向于节省认知资源，以最小的认知投入完成信息加工[22]。在社交媒体使用中，算法推荐的“信息找人”模式比主动搜索更省力，大学生容易形成认知惰性，习惯于被动接收而非主动探索与批判性思考。当面对大量理想化身体内容时，他们可能不加批判地接受理想化身体内容。

4.3. 算法反馈形成的闭环

从技术层面看，协同过滤推荐算法通过分析用户行为数据，构建精细化用户画像，提供高度匹配的精准内容[23]。然而，用户画像的精确度与信息视野的广度之间呈现出悖反关系，刻画越精准，算法越倾向于将用户锁定在既有兴趣和认知的舒适区内，导致其接触的信息光谱显著收窄。算法模拟研究表明，当推荐系统的精确率达到 83% 时，用户接触信息的多样性显著下降，这正是信息茧房形成的技术根源[23]。

在身体意象领域，这意味着对身材关注的用户将被持续推送理想化身体内容，而对身体多元内容的接触机会则被减少。

5. 算法推荐技术逻辑与多样性分析

5.1. 基于内容的推荐算法

根据用户历史偏好推荐相似内容。即直接强化特定审美标准的重复暴露，形成以“理想美”为核心的单一信息茧房。其影响是线性的、强化的，用户被困在由自身历史偏好定义的“审美茧房”中。

5.2. 协同过滤推荐算法

通过寻找与用户行为相似的其他用户群体，推荐该群体喜欢的内容。引入社会证明，不仅推送相似内容，更暗示“与你相似的人都在关注这些”，增强了上行社会比较的压力和理想美内化的社会规范性。其形成的茧房不仅内容同质化，更伴随着强烈的社群认同感，使得“瘦即美”等观念更具说服力。

5.3. 混合推荐算法

平台多采用混合策略，使用关键技术平衡“利用”与“探索”。“利用”指推送高匹配度的已知兴趣内容；“探索”指一定比例注入新颖内容，拓展用户视野、挖掘潜在兴趣。但商业平台以用户时长为指标，“利用”权重远超“探索”。若算法以信息多样性为目标，则可能缓冲消极影响。理解这一权衡是设计干预策略的前提。

6. 信息茧房对大学生身体意象的多维影响

6.1. 上行社会比较的持续激活

信息茧房对大学生身体满意度的首要影响在于系统性放大了上行社会比较的频率和强度。研究指出，

算法系统通过持续学习用户行为数据，构建精细化的用户画像，导致用户接触的信息光谱显著收窄[24]。在社交媒体上查看理想化的身体相关照片对年轻女性身体意象的消极影响尤为显著[25][26]。信息茧房通过持续推送同质化的理想身体内容，使上行比较从偶发行为变为常态化的心理过程。

同时，这一效应削弱了传统信息环境中存在的信息偶遇，即个体在非刻意搜寻状态下接触多样化信息的机会[24]。当用户在理想身体的“茧房”中时，他们接触真实身体多样性、非理想化身体形象的机会被系统性剥夺。

6.2. 自我客体化的循环强化

在算法推荐形成的信息茧房中，自我客体化经历着“行为-环境-认知”的循环强化，大学生通过“晒自拍”展示身体形象，并通过获得的点赞与评论来获取外部反馈；算法捕捉到用户对自拍和身体展示类内容的兴趣，持续推送更多理想化身体形象和“如何拍出更好看的照片”等内容；这些内容进一步强化用户从他人视角审视自己身体的倾向，加剧自我客体化。

当平台将青少年兴趣、社交等维度转化为可运算的数据符码时，其主体性遭遇双重消解，既成为算法吸引的客体，其“偏好”本身更被资本再生产为流量增值要素[24]。最终形成自我强化的认知闭环，青少年在虚拟偶像情感模式向现实社交场域的错位移植中，将大幅提升线下社交障碍率，却仍坚信自身选择具有自主性。

6.3. 理想美内化的认知固化

信息茧房通过持续强化特定审美标准，加速了理想美的内化过程。

当算法系统持续推送符合主流审美的“理想化身体”内容时，这些内容重复的呈现，会让个体逐渐产生一种真实性和普遍性的错觉。信息茧房内部高频共振的相似观点，会营造出虚假的共识氛围[24]。在身体意象领域，这种共识营造出“大家都在追求这种标准”的氛围，进而形成认知偏差。Tiggeman 等人也发现女青少年在社交媒体上花的时间越多，越容易以“瘦”为理想身材，且越容易对其体重产生不满[27]。

6.4. 积极身体意象的信息茧房

信息茧房并非必然导致消极身体意象。近年来，研究者基于正念、自我同情、身体功能等视角，对积极身体意象的干预机制进行了系列探索。同时，西方社交媒体兴起的“身体积极性”(body positivity)运动，倡导发布多元体型、未经修饰的身体图像，已有研究证明其能够有效降低身体意象失调水平[28]。若算法将用户处于积极身体意象的内容环境中，即积极身体意象的信息茧房，反而可能有助于提升个体的身体满意度。

7. 信息茧房情境下核心理论的整合

在三重影响模型的原始框架中，“媒体”指的是相对多元、异质的文化信息，个体可接触到不同的身体形象。在算法推荐下，“媒体”从多元信息变为同质化的信息。媒体影响的权重被放大，其方向从文化转变为个体偏好的自我强化。

同时，算法通过协同过滤，为用户与其行为相似但未必相识的其他用户，构建组成了虚拟同伴群。这些虚拟同伴对“理想身体”的点赞、评论，构成了持续的社会规范压力。同伴比较从离散的现实互动变为连续的虚拟监控。

两大影响源的质变共同作用于心理加工：持续激活的上行比较加剧自我评价威胁，强化的第三方视角成为默认认知方式，使理想美内化变得高效且难以抵抗。信息茧房并非引入新机制，而是通过重构输

入端的结构，极大强化了原有理论路径的效能。

8. 理论模型构建与研究假设

基于上述分析，本文提出一个综合理论模型(图 1)，并据此提出可供检验的具体假设。

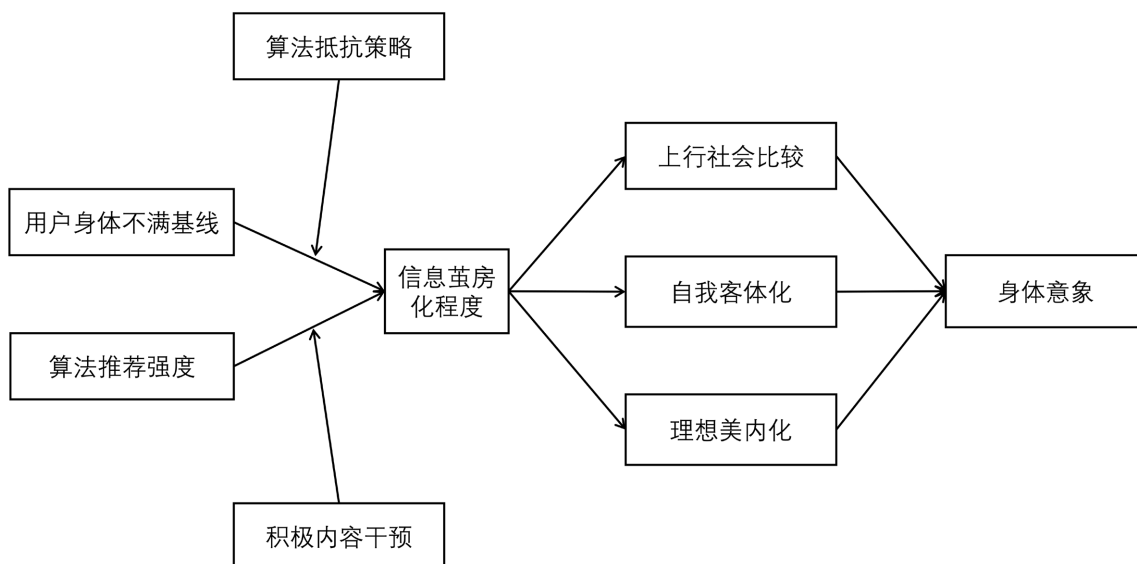


Figure 1. A theoretical model of the influence of information cocoons on college students' body image

图 1. 信息茧房对大学生身体意象影响的理论模型

作出的假设如下：

H1：用户身体不满基线正向预测信息茧房化程度。

H2：算法推荐强度正向预测信息茧房化程度；基于内容的推荐比协同过滤导致更高信息窄化速度。

H3~H5：信息茧房化程度正向预测上行社会比较、自我客体化、理想美内化。

H6：上行社会比较、自我客体化、理想美内化三者负向预测身体意象，在信息茧房与身体意象之间起链式中介作用。

H7：算法抵抗策略负向调节信息茧房化程度与心理机制激活的关系。

H8：平台推送“身体积极性”内容的比例负向调节算法强度与信息茧房化程度的关系。

9. 总结

信息茧房对大学生身体意象的影响，是个体心理倾向与算法技术交互作用的结果。身体不满引发的选择性暴露被算法捕捉并放大，通过上行社会比较、自我客体化、理想美内化三条路径，加剧身体意象失调。但信息茧房的影响并非单一，当算法推荐身体多样性等积极内容时，可形成“积极信息茧房”，对个体产生保护作用。这一机制的意义在于，干预策略不应简单否定信息茧房，而应致力于将“消极信息茧房”转化为培育健康身体意象的“积极信息茧房”。

10. 未来展望

未来研究可借助功能性近红外光谱成像(fNIRS)等技术，观察长期处于理想身体信息茧房中的大学生，在观看不同类型身体内容时，其前额叶皮层(认知控制与情绪调节)、杏仁核(情绪加工)、岛叶(身体感知)等脑区的激活模式与差异，从神经层面揭示信息茧房效应的生物学基础。

在此基础上,可尝试开展与算法推荐直接相关的干预实践,突破身体意象相关的信息茧房。已有研究表明,参与身体意象干预后,个体观看瘦模特图像时的尾状核激活程度下降[29]。除了身体积极性干预外,未来研究可探索与算法推荐直接相关的干预路径。

同时,可注重大学生自身的主观能动性。用户并非算法的被动接受者,他们可以通过有意识的策略对算法进行“抵抗”,打破信息茧房的束缚,保护自身的身体意象。算法抵抗(algorithmic resistance)指用户有意识地采取策略性行为,以规避、干预或反制算法的推荐逻辑,从而恢复信息获取的自主性与多样性。对Z世代大学生的研究发现,用户对算法并非全然无知或顺从,而是发展出了一套调适智慧,包括对算法逻辑的感知、对推荐内容的批判性识别,以及主动调整自身行为以训练算法的策略[30]。

未来的研究可以培育大学生的算法抵抗能力,从以下维度探索算法抵抗对身体意象的保护作用。首先可采用信息源多样化策略,打破算法构建的理想身体固化层;或是采用批判性参与策略,对推送的理想身体信息保持批判态度,识别其中的修饰痕迹、商业意图和意识形态功能,减少无意识的社会比较和内化;或者采取行为干预,即刻意点击身体多样性内容、主动搜索“真实身材”“无修图”等内容、清除浏览历史,主动“纠正”算法的推荐方向,降低理想身体内容的推送比例。

参考文献

- [1] 杨琳琳,王佳宁,李琦,等. 媒体形象内化对大学生限制性饮食行为的影响: 一个有调节的中介模型[J]. 心理科学, 2021, 44(1): 162-168.
- [2] Harper, B. and Tiggemann, M. (2008) The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-Objectification, Mood, and Body Image. *Sex Roles*, **58**, 649-657. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9379-x>
- [3] Tiggemann, M. and McGill, B. (2004) The Role of Social Comparison in the Effect of Magazine Advertisements on Women's Mood and Body Dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, **23**, 23-44. <https://doi.org/10.1521/jscp.23.1.23.26991>
- [4] 宋素红, 朱雅琪. 社交媒体使用与女性负面身体意象的关系研究[J]. 当代传播, 2019(6): 29-34, 38.
- [5] Sunstein, C.R. (2006) *Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195189285.001.0001>
- [6] Cash, T.F. (2012) Cognitive-Behavioral Perspectives on Body Image. In: Cash, T., Ed., *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, Elsevier, 334-342. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-384925-0.00054-7>
- [7] 陈红. 青少年的身体自我: 理论与实证[M]. 北京: 新华出版社, 2006.
- [8] 闫格. 社交媒体使用对负面身体意象的影响——自我价值感权变和上行社会比较的链式中介作用[J]. 心理学进展, 2024, 14(7): 142-150.
- [9] Laporta-Herrero, I., Jáuregui-Lobera, I., Barajas-Iglesias, B. and Santed-Germán, M.Á. (2016) Body Dissatisfaction in Adolescents with Eating Disorders. *Eating and Weight Disorders—Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, **23**, 339-347. <https://doi.org/10.1007/s40519-016-0353-x>
- [10] Schilder, P. (1936) The Image and Appearance of the Human Body. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, **83**, 227-228. <https://doi.org/10.1097/00005053-193602000-00051>
- [11] Tylka, T.L. and Wood-Barcalow, N.L. (2015) What Is and What Is Not Positive Body Image? Conceptual Foundations and Construct Definition. *Body Image*, **14**, 118-129. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
- [12] Tiggemann, M. (2015) Considerations of Positive Body Image across Various Social Identities and Special Populations. *Body Image*, **14**, 168-176. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.002>
- [13] Gattario, K.H. and Frisén, A. (2019) From Negative to Positive Body Image: Men's and Women's Journeys from Early Adolescence to Emerging Adulthood. *Body Image*, **28**, 53-65. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.12.002>
- [14] 刘超, 刘巧云. 儿童消极身体意象形成的影响因素[J]. 中国临床心理学杂志, 2016, 24(1): 84-87.
- [15] Festinger, L. (1954) A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, **7**, 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- [16] Fredrickson, B.L. and Roberts, T. (1997) Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, **21**, 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

- [17] Jongenelis, M.I., Byrne, S.M. and Pettigrew, S. (2014) Self-Objectification, Body Image Disturbance, and Eating Disorder Symptoms in Young Australian Children. *Body Image*, **11**, 290-302. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.04.002>
- [18] Thompson, J.K., Heinberg, L.J., Altabe, M. and Tantleff-Dunn, S. (1999) Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- [19] 羊晓莹, 陈红, 高笑, 等. 社会比较在媒体对女大学生身体意象影响中的作用[J]. 中国心理卫生杂志, 2010, 24(1): 51-54, 68.
- [20] Festinger, L. (1957) Social Comparison Theory. *Selective Exposure Theory*, **16**, 3.
- [21] Wang, L., Yang, M., Wang, A., Zhang, J. and Xu, S. (2025) Understanding the Dynamics of Information Cocoons on Social Media Platforms. *PACIS 2025 Proceedings*, Malaysia. https://aisel.aisnet.org/pacis2025/sm_digcollab/sm_digcollab/19
- [22] Orbell, J. and Dawes, R.M. (1991) A “Cognitive Miser” Theory of Cooperators Advantage. *American Political Science Review*, **85**, 515-528. <https://doi.org/10.2307/1963172>
- [23] 王超. 推荐系统: 产品与算法解析[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2024.
- [24] 徐健, 袁潮平. 青少年信息茧房效应的认知挑战与应对策略[J]. 媒体融合新观察, 2025(5): 15-19.
- [25] Engeln, R., Loach, R., Imundo, M.N. and Zola, A. (2020) Compared to Facebook, Instagram Use Causes More Appearance Comparison and Lower Body Satisfaction in College Women. *Body Image*, **34**, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.04.007>
- [26] Faelens, L., Hoorelbeke, K., Cambier, R., van Put, J., Van de Putte, E., De Raedt, R., *et al.* (2021) The Relationship between Instagram Use and Indicators of Mental Health: A Systematic Review. *Computers in Human Behavior Reports*, **4**, Article ID: 100121. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>
- [27] Tiggemann, M. and Slater, A. (2014) NetTweens: The Internet and Body Image Concerns in Preteenage Girls. *The Journal of Early Adolescence*, **34**, 606-620. <https://doi.org/10.1177/0272431613501083>
- [28] Fasoli, F. and Constantinou, D. (2024) Does Body Positivity Work for Men as It Does for Women? The Impact of Idealized Body and Body Positive Imagery on Body Satisfaction, Drive for Thinness, and Drive for Muscularity. *Acta Psychologica*, **243**, Article ID: 104126. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104126>
- [29] Stice, E., Yokum, S. and Waters, A. (2015) Dissonance-Based Eating Disorder Prevention Program Reduces Reward Region Response to Thin Models, How Actions Shape Valuation. *PLOS ONE*, **10**, e0144530. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144530>
- [30] 赵甜芳, 王语. 多平台过滤气泡的感知与抵抗: 基于 Z 世代大学生数字社群的研究[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2026, 42(1): 87-95.