

平台可见性机制与知识权威重构

——以微信读书为例

郑雨捷

上海大学新闻传播学院, 上海

收稿日期: 2026年5月1日; 录用日期: 2026年5月25日; 发布日期: 2026年6月1日

摘要

数字阅读平台的兴起使普通读者的阅读行为从私人体验转变为可共享的公共文本, 重塑了知识生产与传播的权威格局。本研究以微信读书为案例, 结合网络化把关与算法策展理论, 采用内容分析与平台功能观察相结合的方法, 系统考察了“热门划线”与“高赞想法”两种可见性机制如何筛选和放大特定类型的知识表达, 进而重构知识权威。研究发现, 热门划线奉行“金句逻辑”, 以去语境化、论断性强的文本片段为主; 高赞想法奉行“共鸣逻辑”, 以高情感浓度、易迁移的个人经验为主。两者与专业书评的筛选标准存在结构性偏差。平台算法与用户集体行为共同构成了一种“分布式算法把关”机制, 使知识权威的生成基础从“专业认证”转向“数据认可”, 知识的评价标准从真理性维度向可传播性维度滑动。这一发现修正了传统把关人理论在知识生产场景中的预设, 揭示了把关行为从个体判断向算法聚合的转变, 为理解数字平台环境下的知识权力转移提供了新的经验证据与理论解释。

关键词

平台可见性, 知识权威, 微信读书

Platform Visibility Mechanisms and the Reconstruction of Knowledge Authority

—A Case Study of WeChat Reading

Yujie Zheng

School of Journalism and Communication, Shanghai University, Shanghai

Received: May 1, 2026; accepted: May 25, 2026; published: June 1, 2026

Abstract

The rise of digital reading platforms has transformed ordinary readers' reading behavior from a

文章引用: 郑雨捷. 平台可见性机制与知识权威重构[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(6): 20-29.

DOI: 10.12677/jc.2026.146134

private experience into sharable public texts, reshaping the authority structure of knowledge production and dissemination. Taking WeChat Reading as a case study, this research integrates network gatekeeping theory and algorithmic curation theory, employing content analysis combined with platform function observation to systematically examine how two visibility mechanisms “popular highlights” and “top-liked thoughts” select and amplify specific types of knowledge expression, thereby reconstructing knowledge authority. The findings reveal that popular highlights follow a “soundbite logic”, predominantly presenting decontextualized, assertive textual fragments, while top-liked thoughts follow a “resonance logic”, primarily featuring emotionally charged and easily transferable personal experiences. Both exhibit structural deviations from the screening criteria of professional book reviews. Platform algorithms and collective user behavior jointly constitute a “distributed algorithmic gatekeeping” mechanism, shifting the foundation of knowledge authority from “professional certification” to “data recognition” and sliding the evaluation criteria of knowledge from the dimension of truth toward the dimension of communicability. This finding revises the presuppositions of traditional gatekeeping theory in the context of knowledge production, revealing the transformation of gatekeeping from individual judgment to algorithmic aggregation, and providing new empirical evidence and theoretical explanation for understanding the transfer of knowledge power in the digital platform environment.

Keywords

Platform Visibility, Knowledge Authority, WeChat Reading

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

1.1. 研究背景

随着移动互联网和数字阅读技术的快速发展,数字化阅读已成为公众获取知识的重要途径。根据《第二十二次全国国民阅读调查》显示,2024年我国成年国民数字化阅读接触率达到80.6%,其中78.7%的成年人通过手机进行阅读[1]。这一趋势表明数字化阅读不仅改变了阅读媒介,也重塑了阅读行为模式。社会化阅读在数字平台上的兴起,使个体阅读行为从私人体验转向可共享的公共文本,通过划线、想法及评论形成具有可见性和影响力的知识表达[2]。

微信读书作为典型的社会化阅读平台,累计注册用户超过3亿,月活跃用户超3000万[2]。平台内的“热门划线”和“高赞想法”功能,将读者的个体感受和知识表达纳入公共可见体系,使普通用户能够参与知识评价和传播,形成去专业化、数据化的新型知识筛选机制[3]。这种机制不仅重构了知识权威,也为理解平台化知识生产提供了研究契机。

随着社交化阅读的普及,也伴随出现浅阅读倾向、社交负荷和阅读数据隐私风险等问题[4]。用户在使用平台时既追求知识分享和情感共鸣,又需要保护个人阅读数据和维护私人边界,这使平台可见性机制与知识权威的关系更加复杂。

本研究聚焦微信读书平台,探索平台如何通过可见性机制选择、放大特定类型的知识表达,并分析这种机制如何影响知识权威的生成和重构。不同于传统书评者或学术评论者的专业筛选,平台的算法与用户集体行为共同构成新的把关机制,使知识权威从单一专业来源向平台化、数据化、群体化方向转移[5]。

1.2. 研究问题

基于上述研究背景，本研究提出以下两个研究问题：

RQ1：微信读书热门划线与高赞想法在内容特征上呈现哪些规律？

RQ2：这些被平台放大的文本如何参与知识权威的建构与重构？

RQ1 回答“是什么”，RQ2 回答“为什么/如何”，二者共同构成完整研究逻辑链条。

2. 文献综述与理论框架

2.1. 社交阅读与平台知识服务研究现状

近年来，数字化阅读和社交阅读的快速发展引起学术界广泛关注，社交阅读平台不仅提供阅读内容，还强化了用户间的互动和知识交流，使阅读行为呈现出社会化特征[6]。用户通过分享、评论和批注，在获得信息的同时，也参与到知识生产和价值判断中[7]。

从平台特征来看，微信读书等数字阅读平台在媒介可供性上具有显著优势，用户可以通过移动设备随时获取内容、进行互动和延伸阅读，这种功能设计影响了用户的阅读行为、动机和习惯[3]。已有研究表明，用户在使用社交阅读平台时，不仅追求知识获取，也希望通过社交功能建立认同感和群体关系[2]。然而现有研究多关注用户行为或平台功能本身，对于平台可见性机制如何影响知识权威建构的分析仍然不足。

社会化阅读批注作为一种知识生产方式，正在逐渐改变传统的知识生成模式。用户批注可分为情感共鸣型、解读阐发型、评价型、跨越型和疑问型五类[7]。这些批注不仅体现了个体主体性，也通过集体互动影响知识传播，显示出平台上的群体性筛选效应[2]。然而当前研究多停留在描述层面，尚未系统结合算法与用户集体行为对知识权威的影响进行分析。

在知识权威的研究上，传统把关人理论主要关注编辑、学者或专家等专业主体[5]。随着社交平台和算法机制的崛起，知识筛选和权威建构不再单纯依赖专业把关，而是呈现平台化、数据化和群体化的特征[8]。这一趋势在微博热搜和数字社交平台上亦得到体现，热搜话题的可见性受到算法、用户互动和平台规则共同影响[9]。从理论上讲，说明知识权威的生成呈现出网络化和去中心化的趋势。

2.2. 核心概念界定和理论框架

在展开分析之前，本文首先对两个核心概念进行界定。本文所称的“平台可见性机制”，是指数字阅读平台依托算法排序与用户互动数据，对用户生成内容进行筛选、排序并赋予差异化展示优先级的系统性运作方式。在微信读书中，该机制具体体现为“热门划线”与“高赞想法”两种文本可见性形式，前者依据划线人数将特定片段突出显示于阅读界面，后者依据点赞量将用户想法置顶排列。这一机制并非简单的信息呈现，而是平台通过技术规则对“哪些内容更值得被看见”作出的隐性判断。

本文讨论的“知识权威”，是指在数字阅读平台内部，特定知识表达通过获得用户集体互动而被平台算法放大，并由此在传播场景内取得“值得信赖、可供参考”地位的资格。区别于传统以专业资质、学科规范为核心的权威来源，本文聚焦于平台环境下知识权威的生成基础如何从“专业认证”转向“数据认可”。知识权威在本研究中的边界限定于微信读书平台内部，考察的是被“热门划线”与“高赞想法”机制筛选放大的文本，是否以及在何种程度上替代了传统书评与专业解读的功能。

在上述概念界定的基础上，本研究以把关人理论为基础，结合算法策展与众包生产概念，构建分析框架。

把关人理论由勒温提出，经怀特引入传播学，最初用来解释信息如何经过编辑等专业主体的筛选才

得以进入公众视野。随着数字平台崛起，把关的逻辑也进行着变化。Barzilai-Nahon (2008)提出网络把关理论，指出把关从单一主体转向多节点网络[10]；阮立(2018)进一步发现个体、算法与平台共同构成新型把关机制[5]。本研究以此为参照，将微信读书中的热门划线与高赞想法视为算法与用户协同把关的产物。

算法策展理论解释平台如何通过数据化指标分配可见性。Almakaty (2026)指出，算法同时完成信息过滤与显著性赋予两项工作，以用户互动数据为核心权重，将“多数人认可”转化为内容排序的标准[11]。在微信读书中，热门划线与高赞想法的排序正是遵循这一机制。

众包生产概念则补充了用户侧逻辑，Surowiecki (2004)认为分散个体的判断在聚合机制下可以形成集体智慧[12]；隗静秋(2024)发现微信读书用户通过批注在无意识中便参与了知识筛选[7]，所以众包生产提供的是原始互动数据。

综上本研究认为，微信读书的知识筛选机制是由用户众包行为产生互动数据，算法策展将数据转化为可见性排序，二者共同构成“分布式算法把关”机制，使知识权威从专业认证转向数据认可。

3. 研究设计

3.1. 研究方法

本研究主要采用内容分析法，辅以平台功能观察。

内容分析法可以对文本内容进行系统、客观的量化描述，适合用来揭示传播内容背后的规律。在社会化阅读批注领域，这一方法已被证实能够有效区分不同阅读情境下批注在形式和内容上的差异。本研究参考隗静秋(2024)等人对批注类型的划分，从内容类型、表达风格和与专业书评的差异度等维度构建了编码框架，对120条热门划线与高赞想法样本进行编码和统计，在此基础上进行跨书目比较。

平台功能观察作为辅助方法，主要对微信读书中热门划线、高赞想法的界面位置、排序方式和展示逻辑进行系统性记录。这一步的目的是从操作层面还原算法可见性机制的运作痕迹，为后续讨论提供技术支持。

两种方法形成互补，内容分析解决“被平台放大的文本有什么特征”，平台功能观察则回答“这些文本是如何被推到用户面前的”。

3.2. 样本选取

本研究采用目的性抽样，依据两项原则选取样本书目。一是知识类型差异原则，即覆盖不同的知识场域，以检验平台机制的作用是否具有普遍性。二是平台可见性强度原则，即所选书目需具备较高的阅读热度和充足的互动样本，以保证可分析的数据量。

具体书目涵盖历史叙事(《明朝那些事儿》)、应用心理(《认知觉醒》)与政经分析(《置身事内》)三类，分别代表不同的原有知识权威来源模式，历史叙事类依赖史学专业权威，应用心理类依赖畅销榜与媒体推荐权威，政经分析类依赖经济学专业与政策解读权威。三类书目原有权权威来源的差异化，有助于检验平台机制是否对不同知识类型产生相似的权威重构效果，从而增强研究结论的解释效力。三部书目的基本情况如表1所示。

Table 1. Overview of the study sample

表 1. 研究样本概况

知识类型	书目	总书友数	热门划线数	出版年份
历史叙事类	《明朝那些事儿》	796.4 万	985 条	2009
应用心理类	《认知觉醒》	423.8 万	962 条	2021
政经分析类	《置身事内》	174.7 万	967 条	2021

在采样规则上,本研究于同一时间节点统一截取各书目数据,确保横向比较的一致性。3本书分别选取热门划线与高赞想法这2种样本各前20条,去除内容重复、明显营销信息、系统自动生成内容以及无实质内容的纯符号性条目后,最终形成有效样本共120条。

3.3. 编码框架建构

本研究采用内容分析法,以既有理论为起点构建编码框架,通过预设类目对文本进行结构化分析,适用于验证现有理论在新情境下的应用。

编码框架依据研究问题与理论逻辑建构,涵盖三个维度:

(1) 文本内容特征,回答“被放大的文本具有何种属性”,参考隗静秋(2024)对批注类型的划分,将内容类型分为知识解读、情感共鸣、观点评价、信息摘录四类[7];

(2) 互动数据特征,回答“平台以何种指标衡量可见性”,依据算法策展理论中“互动数据作为可见性权重”的命题,以划线人数和点赞量划分热度区间[11];

(3) 知识权威维度,回答“这些文本与传统权威的关系”,依据把关人理论中权威来源的演变,设置表达立场、引用外部权威、与专业书评差异度三项编码[5]。具体框架见表2。

Table 2. Content analysis coding framework

表 2. 内容分析编码框架

一级维度	二级编码项	编码类别	定义
文本内容特征	内容类型	知识解读/情感共鸣/ 观点评价/信息摘录	知识解读:对书中概念、论点进行解释或阐发; 情感共鸣:以个人感受回应书中内容; 观点评价:对书中内容作出有立场的判断性表述; 信息摘录:直接引用原文,无附加解读
	表达风格	专业性/通俗性/情绪化/ 客观陈述	专业性:使用学术概念,表述严谨; 通俗性:使用日常语言,表述直白; 情绪化:包含明显情绪色彩; 客观陈述:以陈述事实为主,无明显立场
	长度特征	短(<20字)/中(20~50字)/ 长(>50字)	以实际字数统计分类
互动数据特征	可见性区间	热门划线人数: 高(>50,000)/ 中(10,000~50,000)/低 (<10,000); 高赞想法点赞量: 高(>1000)/中(400~1000)/ 低(<400)	以平台显示数据为依据,反映算法可见性强度
知识权威维度	表达立场	权威性陈述/分享性陈述/ 疑问性陈述	权威性陈述:以肯定语气给出判断,具有指导性; 分享性陈述:以第一人称分享个人感受; 疑问性陈述:以提问方式引发思考
	引用外部权威	引用作者/引用他书/无引用	是否援引外部人物观点或其他书籍内容
	与专业书评差异度	重合/补充/偏离	重合:与专业书评核心解读一致; 补充:延伸专业书评但不矛盾; 偏离:与书目核心知识主旨无直接关联

4. 研究发现：可见性机制与知识权威重构

4.1. 文本可见性：热门划线的内容特征

4.1.1. 高频内容类型及分布

对 60 条热门划线样本的内容类型编码结果显示，知识解读类占比最高，共 27 条(45.0%)，其次为情感共鸣类 15 条(25.0%)、观点评价类 11 条(18.3%)、信息摘录类 6 条(10.0%)。从整体来看，热门划线以知识解读类为主导，表明读者倾向于在承载概念阐释与论点陈述的文本处留下划线标记，这与平台用户寻求知识增量的阅读动机相契合。

然而三部书目在内容类型分布上呈现出显著差异(见表 3)。《明朝那些事儿》热门划线中情感共鸣类占比最高(45.0%，9 条)，信息摘录类亦达 30.0% (6 条)，知识解读类仅占 15.0% (3 条)；《置身事内》的热门划线则以知识解读类为绝对主体(65.0%，13 条)，观点评价类次之(25.0%，5 条)，情感共鸣类仅占 10.0% (2 条)；《认知觉醒》热门划线中知识解读类同样占主导地位(55.0%，11 条)，观点评价类与情感共鸣类各占 25.0% (5 条)和 20.0% (4 条)。

Table 3. Distribution of content types of popular highlights across the three books

表 3. 三部书目热门划线内容类型分布

书目	知识解读	情感共鸣	观点评价	信息摘录
《明朝那些事儿》	3 (15.0%)	9 (45.0%)	1 (5.0%)	6 (30.0%)
《置身事内》	13 (65.0%)	2 (10.0%)	5 (25.0%)	0 (0%)
《认知觉醒》	11 (55.0%)	4 (20.0%)	5 (25.0%)	0 (0%)
合计	27 (45.0%)	15 (25.0%)	11 (18.3%)	6 (10.0%)

上述差异表明，平台热门划线的内容类型受到书目知识类型的明显影响。历史叙事类文本包含大量诗词、典故和金句，读者划线多出于情感触动和文化认同。政经分析类和应用心理类文本论点密度较高，读者划线则更多是为了提炼和摘取知识观点。

4.1.2. 语言风格特点分析

在表达风格维度，通俗性风格占比最高(25 条，41.7%)，其次为专业性(15 条，25.0%)、情绪化(13 条，21.7%)、客观陈述(7 条，11.7%)。分书目来看，《明朝那些事儿》情绪化与客观陈述各占 35.0%；《置身事内》以专业性为主(60.0%)；《认知觉醒》以通俗性占绝对优势(70.0%)。整体而言，热门划线语言风格通俗易懂，与社会化阅读平台用户以普通读者为主的构成特征一致。

在表达立场维度，权威性陈述高达 48 条(80.0%)，分享性陈述仅 11 条(18.3%)，疑问性陈述 1 条(1.7%)。热门划线文本呈现出强烈的论断性与确定性，倾向于以定论而非疑问的态度出现，正是其得以被大量用户认可并标记的重要前提。

4.1.3. 热门划线与专业书评的筛选逻辑比较

在与专业书评的差异度维度，60 条热门划线中“重合”25 条(41.7%)、“补充”20 条(33.3%)、“偏离”15 条(25.0%)。约 58% 的样本与专业书评存在不同程度的偏差。

分书目来看，《置身事内》热门划线“重合”比例高达 85.0% (17 条)，专业性较强的政经文本可见性机制仍在一定程度上遵循专业知识逻辑；《明朝那些事儿》“偏离”比例达 45.0% (9 条)，大量划线指向励志金句与情感抒发，与史学专业书评的历史考证维度几乎不重叠；《认知觉醒》“补充”比例最高

(65.0%，13条)，读者倾向于提炼金句加以延伸应用，形成专业评价之外的差异化解读路径。

这一结果表明，热门划线与专业书评的筛选标准之间存在结构性落差，前者更多由情感共鸣度与文字可引用性驱动，平台算法以划线人数为可见性排序依据，将这一逻辑固化并放大。

4.2. 表达可见性：高赞想法的话语特征

4.2.1. 表达立场分布

对60条高赞想法的编码结果显示，情感共鸣类占绝对主导(36条，60.0%)，知识解读类次之(15条，25.0%)，观点评价类居第三(9条，15.0%)，无信息摘录类样本。与热门划线相比，高赞想法情感共鸣类比例显著更高，知识解读类比例明显下降。这一落差揭示两种可见性机制在内容筛选逻辑上的根本差异，热门划线以文本的知识含量吸引标记，高赞想法则以情感浓度与共鸣强度获得点赞。

在表达立场维度，高赞想法中分享性陈述(31条，51.7%)与权威性陈述(29条，48.3%)占比相近，与热门划线权威性陈述高达80.0%的格局形成鲜明对比。表明高赞想法的话语形态更为多元，无论是个人感受主导的分享性表达，还是总结性判断的权威性论断，点赞机制都赋予了二者同等程度的可见性放大效果，使个人经验与普遍判断在平台内部获得了同等的价值。

4.2.2. 分书目特征与高赞文本共性规律

进一步考察高赞想法的书目差异，三部书目呈现出各具特色的话语偏向(见表4)。《明朝那些事儿》高赞想法中情感共鸣类高达80.0%(16条)，几乎不含知识解读类内容，表达风格上情绪化与通俗性合计占比100%(14条+6条)，表明读者对这部历史叙事类作品的想法表达几乎完全停留在个人感悟层面；《置身事内》高赞想法中情感共鸣类与知识解读类各占50.0%(10条+5条)和25.0%，并有25.0%(5条)的观点评价类，表达风格以通俗性为主(65.0%)，体现出读者将政经知识向日常生活与职场经验迁移应用的典型倾向；《认知觉醒》高赞想法中情感共鸣类与知识解读类各占50.0%(10条)和40.0%(8条)，且通俗性与专业性风格并存，读者对这部应用心理类文本既有情感层面的共鸣，也不乏基于心理学概念的知识性延伸。

Table 4. Distribution of content types and expressive stances of top-liked thoughts across the three books

表 4. 三部书目高赞想法内容类型与表达立场分布

书目	情感共鸣	知识解读	观点评价	分享性陈述	权威性陈述
《明朝那些事儿》	16 (80.0%)	2 (10.0%)	2 (10.0%)	13 (65.0%)	7 (35.0%)
《置身事内》	10 (50.0%)	5 (25.0%)	5 (25.0%)	13 (65.0%)	7 (35.0%)
《认知觉醒》	10 (50.0%)	8 (40.0%)	2 (10.0%)	5 (25.0%)	15 (75.0%)
合计	36 (60.0%)	15 (25.0%)	9 (15.0%)	31 (51.7%)	29 (48.3%)

综合编码结果，高赞想法呈现三项共性特征：其一，情感浓度高，60.0%属于情感共鸣类，情绪化与通俗性风格合计占86.7%；其二，强共鸣、易迁移，大量高赞想法以书中观点为跳板迁移至日常生活场景，如《置身事内》中点赞量达1828的高赞想法“学生思维：个人的能力=做事的能力；社会思维：手握的资源 = 做事的能力”，将政经学术观点转化为朗朗上口的生活公式，以极强的可传播性赢得点赞；其三，借力外部权威，高赞想法中有效引用(引用他书或引用作者)共11条(18.3%)，明显高于热门划线的5.0%(3条)，部分高赞想法通过嫁接名人名言、其他书籍观点来强化自身表达的可信度，这是其建构“平台权威”的重要话语策略。

4.3. 知识权威重构：可见性如何转化为权威

4.3.1. 专业书评在平台内的可见性弱化

通过平台功能观察可以发现，热门划线的可见性最高，是直接嵌入阅读界面，以虚线下划线为标记，读者在翻页过程中即可看到，无需任何额外操作。当某段文字被足够多用户划线后，平台会自动将其标注为“热门划线”，并以更醒目的方式突出显示。高赞想法的可见性次之。读者点击划线标记后即可展开想法列表，平台默认按点赞量从高到低排列，点赞最高的想法自动置于首位。书评的可见性则明显偏低，需要读者在书籍详情页中主动寻找“点评”入口才能看到，不与正文阅读流程同步。

这一弱化效果在编码数据中也得到了印证，在 120 条样本中“偏离”类共 53 条(44.2%)，“补充”类 38 条(31.7%)，“重合”类仅 29 条(24.2%)。平台可见性机制所筛选放大的文本中，超过四分之三与专业书评存在不同程度的偏差，仅约四分之一与专业解读路径相重合。传统把关人所依赖的学科规范与专业判断，在平台内部已发生显著的功能位移。

4.3.2. 算法与用户共同构成新型把关机制

本研究认为，微信读书平台内的知识权威重构是算法机制与用户集体行为协同作用的结果，二者共同构成有别于传统把关人的“分布式算法把关”机制。

就算法层面而言，热门划线与高赞想法的排序逻辑以划线人数、点赞量为核心权重，将用户集体互动行为转化为内容可见性的筛选标准。这一机制不考量文本的学术价值与论证严谨性，而以“多数认可”作为唯一排序依据，系统性地偏向情感共鸣度高、可传播性强的内容。就用户集体行为层面而言，点赞与划线在众包生产逻辑下形成群体性知识筛选机制，当某一文本获得足够多的用户标记，它便从个体感受跃升为集体认可，在平台算法的放大效应下获得了权威地位，以数据认可替代专业认证完成知识权威的转移。

两个层面相互强化，形成自我强化的循环，热度越高的文本获得越高的可见性，越高的可见性又吸引更多用户参与划线与点赞，进一步巩固其平台权威的地位。

4.3.3. 平台解释优势的生成逻辑

基于上述分析，本研究将微信读书通过可见性机制所形成的差异化解读体系定义为“平台解释优势”，即平台通过文本可见性、表达可见性、参与可见性三重机制筛选并放大特定类型的知识表达，使其在事实上获得优先于专业书评的传播优势与解读权威。

三重机制的生成逻辑依次递进：算法依据互动数据对文本排序，将情感共鸣度高、可传播性强的文本置于更高可见性位置(文本可见性)；被放大的文本以通俗化、情绪化话语风格呈现，形成区别于专业书评严谨表述的“日常解读”路径(表达可见性)；用户在阅读中反复接触这些高可见性文本，并通过点赞、划线持续为其赋权，形成对“平台权威”的集体确认(参与可见性)。三重机制共同作用，使知识权威从单一专业来源向平台化、数据化、群体化方向发生结构性转移。

5. 结论

5.1. 研究结论

热门划线以知识解读类为主导(45.0%)，表达立场上权威性陈述高达 80.0%，整体呈现出以简洁确定性语言承载核心观点的特征；不同知识类型书目在内容分布上存在显著差异，历史叙事类以情感共鸣与信息摘录为主，政经分析类与应用心理类以知识解读为核心，说明平台可见性机制的筛选结果在一定程度上受到书目知识类型的结构性影响。高赞想法则以情感共鸣类为主导(60.0%)，获赞逻辑更多由共鸣强

度与可传播性驱动。在与专业书评的差异度上,120 条样本中“偏离”类占 44.2%，“重合”类仅 24.2%，平台可见性机制所放大的文本与专业解读路径存在相当程度的结构性偏差。

平台通过热门划线与高赞想法两种机制，将用户集体划线与点赞行为转化为内容筛选标准，以数据化可见性替代专业权威判断。算法与用户集体行为相互强化，共同构成“分布式算法把关”机制，使知识权威的生产逻辑从专业认证转向数据认可，传统把关人在平台内部的权威地位由此遭遇功能位移。这也意味着在平台内一个文本是否被认可为“有价值的知识”，不再主要取决于它是否严谨、准确或具有学科贡献，而是取决于它能否触发足够多的划线和点赞。知识的评价标准从真理性维度向可传播性维度移动。

本研究揭示，在社交阅读平台中，把关行为的本质已从判断转向聚合。平台不再依赖专业个体的独立判断，而是通过算法将群体互动量直接转化为可见性排序。把关机制本身因此被非人格化、数据化、自动化。

5.2. 理论贡献

本研究在两个层面对已有理论作出推进。其一，对把关人理论的数字平台语境修正。传统把关人理论将把关行为界定为专业主体的主动决策过程，权威来源于职业资质与学科规范。本研究发现，在社交阅读平台情境下，把关行为转化为算法机制与用户集体行为协同作用的结果，提出“分布式算法把关”这一概念，明确了数字平台语境下知识权威生成的新机制。其二，提出“平台解释优势”分析概念。已有算法策展研究多聚焦新闻信息分发场景，本研究将这一视角引入社交阅读平台，揭示算法策展同样深刻重塑了以图书为载体的知识权威体系，“平台解释优势”概念的提出为后续研究提供了可操作化的分析框架。

5.3. 研究局限与未来方向

本研究存在以下局限。第一，样本规模有限。本研究仅选取三部书目的热门划线与高赞想法各前 20 条进行分析，样本的代表性有待考察，研究结论未必能够推广至所有书目类型或其他社交阅读平台。第二，截面数据的局限。本研究采用单一时间节点的截面数据，无法追踪热门划线与高赞想法随时间的动态变化，热度排序的历时性演变规律有待进一步研究。第三，平台算法的不透明性。本研究通过平台功能观察推断算法排序逻辑，但微信读书平台并未公开其具体算法权重机制，部分推断有赖于间接证据，存在一定解释风险。

未来研究可从以下方向延伸：一是扩大研究范围，将豆瓣读书、Kindle 等平台纳入比较，考察不同平台的算法逻辑是否产生差异化的知识权威效果；二是引入访谈法，从读者视角探究其如何感知和使用热门划线与高赞想法，补充受众层面的主观经验维度；三是采用纵向追踪设计，考察同一书目在不同时间节点的热门划线变化，揭示平台知识权威的动态演变规律；四是探索与平台方合作获取算法权重数据的可能性，以期望能实现对算法把关机制的直接验证。

参考文献

- [1] 全国国民阅读调查课题组. 第二十二次全国国民阅读调查结果[J]. 新阅读, 2025(5): 22-24.
- [2] 夏玥, 林佩. 社会化阅读的群体、符号与情感——基于互动仪式链理论的微信读书 App 用户阅读行为分析[J]. 数字出版研究, 2023, 2(4): 71-78.
- [3] 朱雨欣. 媒介可供性视角下“微信读书 APP”用户行为研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南大学, 2023.
- [4] 苟圆林. 社会化阅读平台用户阅读数据管理研究——以“微信读书”为例[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江传媒学院, 2025.

-
- [5] 阮立. 现代把关人理论的模式化——个体、算法和平台在数字新闻传播领域的崛起[J]. 新闻与传播评论, 2018(2): 83-91.
- [6] 陈莹, 李嘉宁. 青年群体阅读活动的社会化转向分析——以“微信读书” App 为例[J]. 科技与出版, 2020(10): 57-62.
- [7] 隗静秋, 闫蓉洁. 知识生产视角下的社会化阅读批注研究——以微信读书 APP 为例[J]. 数字出版研究, 2024(7): 73-83.
- [8] Meraz, S. and Papacharissi, Z. (2013) Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, **18**, 138-166. <https://doi.org/10.1177/1940161212474472>
- [9] 孙少晶, 刘志远. 微博热搜的议题可见性与把关行动者——基于舆情事件的计算传播分析[J]. 当代传播, 2024(5): 30-36, 43.
- [10] Barzilai-Nahon, K. (2008) Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Framework for Exploring Information Control. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, **59**, 1493-1512. <https://doi.org/10.1002/asi.20857>
- [11] Almakaty, S.S. (2026) Gatekeeping and Agenda-Setting Theories in the Age of Algorithmic Media: A Critical Synthesis and Theoretical Extension (2000-2025).
- [12] Surowiecki, J. (2004) *The Wisdom of Crowds*. Doubleday.