

Опубліковано на ресурсі: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analytika/alhorytmy-sotsmerezh-ta-informatsiyni-bulbashky-vyklyky-dlya-zhurnalistyky.html>

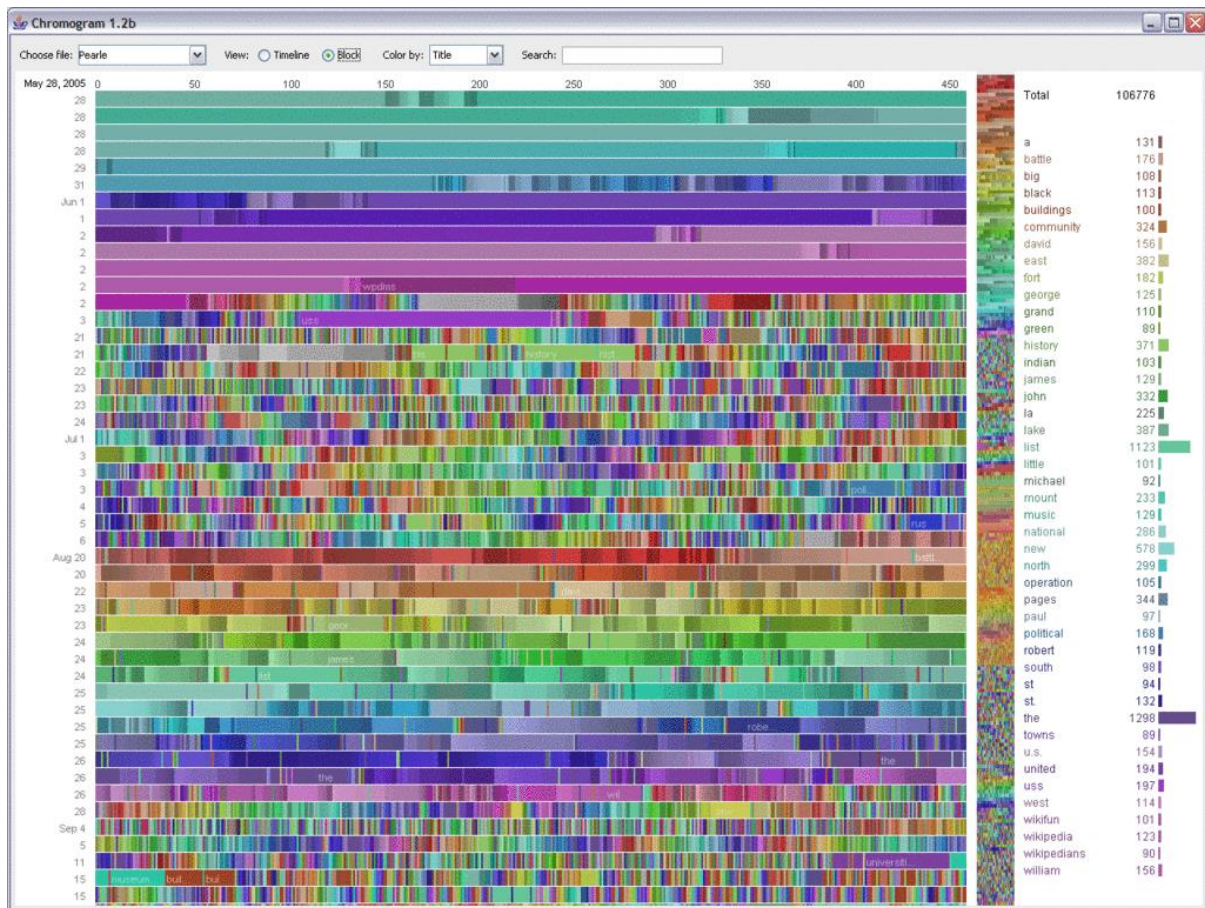
# **Вплив алгоритмів соціальних мереж на формування інформаційних бульбашок: виклики для сучасної журналістики**

У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі відіграють ключову роль у поширенні інформації та формуванні громадської думки.

Алгоритми, що керують цими платформами, визначають, який контент бачать користувачі, що призводить до створення так званих "[інформаційних бульбашок](#)". Це явище становить серйозний виклик для сучасної журналістики, оскільки впливає на об'єктивність сприйняття новин та обмежує доступ до різноманітних точок зору.

## **Алгоритми соціальних мереж та їх вплив на формування інформаційних бульбашок**

У сучасних соціальних мережах ключову роль у формуванні стрічки новин відіграють алгоритми, які використовують машинне навчання та аналіз великих даних ([Big Data](#)) для персоналізації контенту. Основна мета цих алгоритмів—підтримання залученості користувачів шляхом демонстрації інформації, що відповідає їхнім інтересам і попереднім діям.



Зразок Big data — дані про щоденні зміни, що користувачі вносять у статті на вікіпедії. Фото: [Wikipedia](#)

Системи штучного інтелекту відстежують усі взаємодії людей із контентом, включаючи лайки, коментарі, поширення, перегляд відео та тривалість часу, витраченого на певний пост. Чим активніше користувач взаємодіє з певним типом матеріалів, тим більше подібного контенту з'являється у його стрічці. Це сприяє формуванню вподобань та поступовому виключенню альтернативних джерел інформації, які могли б представити іншу точку зору.

Крім індивідуальних дій, алгоритми враховують і контекстуальний аналіз, що передбачає оцінку поведінки оточення користувача. Соціальні мережі аналізують активність друзів, підписників та взаємодію з певними спільнотами, що призводить до формування так званих локальних інформаційних кластерів. Наприклад, якщо більшість друзів користувача регулярно поширюють матеріали на певну тематику, система вважатиме цей контент релевантним і почне пропонувати його навіть тим, хто раніше не проявляв інтересу до цієї теми. Таким чином, людина опиняється в середовищі, де циркулюють переважно ті самі ідеї, що може обмежити її здатність до критичного аналізу інформації.

Ще одним важливим інструментом персоналізації є рекомендаційні системи, які широко використовуються на платформах Facebook, Instagram, TikTok та YouTube. Вони також працюють на основі машинного навчання, прогножуючи інтереси користувачів та формуючи індивідуальні стрічки новин, відео та дописів, що призводить до аналогічної ситуації: коли людина регулярно переглядає матеріали певного спрямування, алгоритм підбирає для неї все більше схожого контенту, що з часом сприяє звуженню інформаційного поля. Детальнішу інформацію можна знайти у статті Лариси Таміліної (авторка статей видання [Вокс Україна](#)) "[Хто потрапляє до соціальних бульбашок? Дослідження поведінки молодих користувачів соціальних медіа в Україні](#)".

Цей механізм підсилює ефект інформаційної бульбашки, оскільки користувачі отримують контент, який підтверджує їхні погляди, і не стикаються з альтернативними точками зору.

Окрім органічних рекомендацій, значну роль у створенні інформаційної бульбашки відіграє ретаргетинг і персоналізована реклама. Соціальні мережі активно впливають на користувачів через таргетовану рекламу. Коли людина цікавиться певною темою, алгоритм починає показувати їй рекламні матеріали на схожу тематику, що ще більше закріплює її інформаційну ізоляцію.

У статті маловідомої авторки Олени Комар "[Досі кажете «моя бульбашка»? Ви в ехокамері!](#)" на сайті [Моя Наука](#) розглядається, як таргетована реклама сприяє формуванню ехо-камер. Таргетована реклама не показується всім користувачам, а лише цільовій аудиторії, відібраній за певними критеріями, такими як вік, стать, політичні погляди тощо. Це означає, що користувачі, які не відповідають цим критеріям, не бачать цієї реклами, що посилює їхні існуючі переконання і підкріплює інформаційну ізоляцію.

## **Вплив та виклики для журналістики**

Умови роботи сучасної журналістики значно змінилися під впливом алгоритмів соціальних мереж. З одного боку, це дає журналістам нові можливості для розповсюдження інформації, з іншого — створює низку серйозних викликів, що впливають на об'єктивність новин, достовірність інформації та рівень громадської обізнаності.

Один із головних викликів для журналістики в умовах інформаційних бульбашок — це звуження інформаційного простору, у якому діє аудиторія. Користувачі отримують новини та аналітику лише з тих джерел, які вже

відповідають їхнім переконанням, що створює ефект так званого ‘[‘ехо-камерного сприйняття’](#)’.

Соціальні мережі також й змінюють роботу журналістики, сприяючи зменшенню різноманітності контенту. Оскільки алгоритми просувають новини відповідно до інтересів користувачів, журналісти змушені підлаштовувати свої матеріали під переважаючі погляди аудиторії. Це може призводити до певної упередженості у подачі інформації, оскільки новини формуються не з огляду на об’єктивність, а відповідно до очікувань читачів.

Наприклад, у 2020 році під час президентських виборів у США ["Українська правда"](#) активно висвітлювала події, пов'язані з Дональдом Трампом і Джо Байденом. Враховуючи політичну орієнтацію своєї аудиторії, медіа підлаштовувало заголовки і акценти матеріалів під те, що більше привертало увагу читачів у соцмережах. Відзначалося, що деякі статті значно зменшували об'єктивність у висвітленні політичних подій, зокрема, щодо Трампа, через емоційно заряджені заголовки та контекстуалізацію інформації таким чином, щоб підсилити антипатії до цього політика.

# WP: Мін'юст США опублікував звіт про спроби Трампа скасувати результати виборів 2020 року

УЛЯНА КРИЧКОВСЬКА, АЛЬОНА МАЗУРЕНКО — ВІВТОРОК, 14 СІЧНЯ 2025, 09:45



5739



Фото: [Українська Правда](#)

Крім того, алгоритмічні механізми віддають перевагу контенту, що викликає емоційну реакцію. У гонитві за охопленням журналісти змушені робити акцент на сенсаційних заголовках, тоді як аналітичні матеріали, що потребують глибшого занурення у тему, опиняються на другому плані. Це також ускладнює роботу з альтернативними поглядами, адже соціальні мережі створюють інформаційні бульбашки, де переважають однорідні думки. Як наслідок, розповсюдження опозиційних позицій стає складнішим, а суспільні розколи лише поглиблюються.

Окремою загрозою є поширення дезінформації та маніпуляцій. Алгоритми орієнтуються не на достовірність контенту, а на його популярність і рівень залучення аудиторії. Це створює сприятливі умови для поширення фейкових новин, які швидко набирають обертів у соцмережах, формуючи викривлене сприйняття реальності.

**Основні загрози для журналістики:**

- **Втрата довіри до професійних медіа:** Оскільки в інформаційних бульбашках поширюються матеріали без ретельної перевірки фактів, традиційна журналістика стикається з викликом конкурування з непрофесійними блогерами та сумнівними інформаційними ресурсами.
- **Зниження якості новинного контенту:** Оскільки соціальні мережі винагороджують популярні та емоційно забарвлені новини, журналісти можуть бути змушені відходити від складних розслідувань та факт-чекінгу на користь швидкого створення новин, які мають потенціал для вірусного поширення.
- **Посилення впливу інформаційних маніпуляцій:** Окремі політичні та комерційні групи використовують алгоритмічні особливості соціальних мереж для поширення маніпулятивного контенту. Це створює додатковий тиск на журналістів, які змушені працювати в середовищі, де дезінформація отримує більше охоплення, ніж ретельно перевірені новини.

#### **Фінансові виклики для ЗМІ:**

- **Зменшення прибутків від реклами:** Через домінування соціальних платформ рекламодавці віддають перевагу розміщенню реклами безпосередньо в соцмережах, а не на новинних сайтах, що змушує ЗМІ шукати альтернативні джерела доходу. Українське онлайн-видання "[Детектор медіа](#)" у статті "[Реклама в онлайн-медіа: обсяги ринку, пандемія, тренди](#)" зазначає, що хоча реклама все ще приносить багатьом медіа прибутки, її частка в доходах зменшується. Конкуренція за рекламодавця висока, а донести свої повідомлення до цільової аудиторії рекламодавцям усе простіше за допомогою інших інструментів, таких як соціальні мережі та платформи для поширення відео.
- **Алгоритмічна залежність:** Оскільки значна частина трафіку надходить через Facebook, Google News, Twitter та інші платформи, медіа ризикують втратити аудиторію у разі зміни алгоритмів, що може негативно позначитися на їхньому фінансовому становищі.
- **Платний доступ до контенту та його обмеження:** Частина видань переходить на моделі передплати ([paywall](#)), що, однак, може зменшити їхню аудиторію та зробити якісну журналістику менш доступною для широких верств населення.

## Підсумок

Алгоритми соціальних мереж докорінно змінили спосіб споживання інформації, формуючи інформаційні бульбашки та обмежуючи доступ до альтернативних точок зору. Це створює серйозні виклики для сучасної журналістики, зокрема:

- **Інформаційна ізоляція** користувачів призводить до поглиблення соціальних і політичних розколів, зменшуючи критичне сприйняття новин.
- **Поширення дезінформації** у соцмережах ускладнює роботу професійних медіа, які змушені конкурувати з вірусними, але недостовірними новинами.
- **Фінансова залежність журналістики від соцмереж** загрожує незалежності ЗМІ, змушуючи їх підлаштовувати контент під вимоги платформ.
- **Зміна стандартів подачі новин** та боротьба за увагу аудиторії призводять до спрощення змісту, переходу до відеоформатів і скорочення глибокої аналітики.

Для збереження якісної журналістики в умовах алгоритмічного впливу необхідні такі стратегії:

1. **Розвиток медіаграмотності серед населення** – навчання користувачів критично сприймати контент соцмереж і розрізняти маніпулятивні матеріали.
2. **Диверсифікація каналів поширення інформації** – зменшення залежності ЗМІ від алгоритмів соцмереж через розвиток незалежних платформ та підписних моделей.
3. **Співпраця з технологічними компаніями** – впровадження механізмів, що забезпечують баланс між персоналізацією контенту та доступом до різних точок зору.

Журналістика в епоху соціальних мереж потребує адаптації до нових викликів, але водночас має зберігати принципи об'єктивності, достовірності та незалежності.

## Список використаних джерел

1. [Хто потрапляє до соціальних бульбашок: дослідження поведінки молодих користувачів соцмедіа в Україні](#) – Укрінформ.

2. [Вплив соціальних мереж на формування громадської думки: аналіз тенденцій та викликів](#) – Mindscope.
3. [Дослідження Vox Ukraine: чому молоді люди ризикують потрапляти в інформаційні бульбашки в соцмережах?](#) – MediaSapiens.
4. [Вісник Національного університету оборони України: вплив алгоритмів соціальних платформ на громадську думку](#) – Вісник НУОУ.
5. <https://my.science.ua/> - Вісник “Моя Наука”
6. <https://www.pravda.com.ua/> “УП” Видання
7. Видання “[Детектор Медіа](#)”
8. [Wikipedia UA](#)

*Опубліковано на ресурсі: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analytika/alhorytmy-sotsmerezh-ta-informatsiyni-bulbashky-vyklyky-dlya-zhurnalistyky.html>*