

## ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БУЛЬБАШКИ НА ЛЮДИНУ ТА СОЦІУМ

Чаплак Ян Васильович<sup>1</sup>, Чуйко Галина Василівна<sup>2</sup>,  
Андрєєва Ярослава Федорівна<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6763-2967>  
Researcher ID: D-4081-2016

<sup>2</sup>Кандидат філологічних наук, доцент кафедри психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3424-3348>  
Researcher ID: D-9477-2016

<sup>3</sup>Кандидат психологічних наук, доцент, завідувачка кафедрою психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3954-2731>

UDC: 316.776

### АНОТАЦІЯ

У статті здійснюється теоретичний аналіз феномена інформаційної бульбашки та його розуміння в психології різними науковцями.

Зазначається, що І. Парізер, який увів у науковий обіг поняття бульбашки фільтрів і обґрунтував його зміст і роль в інформаційному просторі соціуму, та його послідовники проблему існування інформаційної бульбашки бачать у тому, що людина, шукаючи потрібну їй інформацію в Інтернет-мережі, стикається із ситуацією, коли отримує не всю наявну там інформацію, а лише індивідуально-орієнтовану: яка узгоджується з її ідентифікацією в Інтернеті та минулими відвідуваннями Мережі, – тим, якою «бачить» її всесвітня електронна павутина.

Наголошується, що проблема існування інформаційної бульбашки не лише цілком реальна, але й здатна спричинити суттєві негативні наслідки як для людини, так і для розвитку соціуму загалом, тому її варто активно вирішувати, унеможливаючи ситуацію цілеспрямованої маніпуляції інформацією в Інтернет-мережі.

**Ключові слова:** інформаційна бульбашка / бульбашка фільтрів, камера відлуння, маніпуляція інформацією, маніпулювання свідомістю, Інтернет-мережа.

**Постановка проблеми.** Нестримний і постійний розвиток суспільства, швидкі, різноспрямовані та гранично об'ємні контентні інформаційних потоків, у яких людині необхідно знаходити потрібну інформацію, відділяючи її від іншої та відверто фейкової, зумовили появу такого специфічного явища, як «бульбашка фільтрів», яке використовувала спочатку – Інтернет-мережа, а згодом – і всесвітня електронна павутина в цілому, полегшуючи користувачеві пошук потрібної (цікавої для нього) інформації, з одного боку, та цілеспрямовано обмежуючи результат цього пошуку, – з ін-

шого, водночас звужуючи для людини і картину світу до розмірів цієї бульбашки.

Зазначимо, що інформацією науковці називають усю наявну сукупність відомостей про світ, принципи, закономірності, тенденції та напрямки його розвитку, які можна відтворити для передачі та збереження, у тому числі в електронному вигляді, усно чи письмово; це сукупність фактичних (підтверджених) даних, які впорядковані з певною метою, що визначає їх смисл (Чуйко, & Зварич, 2019). Тоді як головною серед інших значимих властивостей інформації, і в Інтернеті зокре-

Address for correspondence, e-mail: [editpsychas@gmail.com](mailto:editpsychas@gmail.com)  
Copyright: © Yan Chaplak, Halyna Chuyko, Yaroslava Andriieva

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

ма (а Інтернет для більшості сучасних людей є не лише першочерговим, але й невичерпним джерелом різної за змістом інформації), є її інформативність, яка забезпечується новизною, цікавістю, потрібністю, корисністю, переконливістю та достатністю (повністю вичерпує користувацький пошук) (Чуйко, & Зварич, 2019) змісту текстових повідомлень у Мережі, оскільки саме ця характеристика інформації дає можливість перетворити її на реальне знання, необхідне людині. Проте, завдяки бульбашкам фільтрів (для кожної людини – своєї), інформація, з об'єктивної точки зору, втрачає свою інформативність; тобто «бульбашка» непередбачувано настільки обмежує її здатність задовольняти потребу людини в знаннях і в результаті – значення для людини, що під сумнів можна поставити саме поняття «інформації» в Інтернет-просторі.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема, обрана нами для дослідження, є відносно новою в психології, що не виключає розгляду її окремих аспектів різними науковцями. Так, її аналіз, започаткований Eli Pariser, продовжений такими науковцями, як A. Bruns, R. Fletcher, H. Holone, K. Viner, M. Ćurković & A. Kořec, D. Geschke, J. Lorenz, & P. Holtz, M. Haim, H. Han, G. M. Lunardi, Y. Min, S. C. Rhodes, M. Tomlein, Ф. Н. Гуров, Т. Фисенко, К. Сафронова та ін. Проте новизна, незвичність та суперечливість проблеми існування та впливу інформаційної бульбашки на свідомість людини та розвиток суспільства загалом зумовлює наш інтерес до неї та актуальну необхідність її подальшого ґрунтового аналізу.

**Мета** статті – теоретично проаналізувати феномен бульбашки фільтрів, його розуміння в психології різними науковцями та характер впливу на свідомість людини.

У роботі застосовується комплекс базових **методів** теоретичного дослідження: аналіз наукових джерел та поглядів різних вчених на досліджувану проблему, їх порівняння, синтез, систематизація й узагальнення наявної наукової інформації.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «бульбашка фільтрів» (filter bubble) увів у науковий обіг Ілай Паризер (Eli Pariser) – інтернет-активіст, співзасновник порталу, що акцентує увагу користувачів Мережі на вартісних текстах (Viner, 2016), автор книги

«Інформаційна бульбашка: що приховує від вас Інтернет» (Паризер, 2012) («*The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*» (2011)). У ній науковець стверджує, що «стандартного» (тобто, однакового для всіх користувачів) Google вже немає, так само, як і колишньої анонімності Мережі (а саме це, власне, і приваблювало до неї людину, яка, будучи анонімною, почувалася психологічно вільною в Інтернет-просторі, висловлюючи власну думку чи у відвідуванні різних сайтів). Новому ж Інтернету відомо якщо не все, то, принаймні, достатньо про своїх користувачів, більш того, він здатний як факір передбачати і виконувати навіть їх невисловлені бажання. І, звісно, ліпше за користувача знає, що саме конкретному юзеру потрібно. Автор посилається, зокрема, на озвучені привселюдно думки деяких керівників електронних мереж, що майбутнє Інтернету – в персоналізації кожного користувача, це проявлятиметься у підказках Google, чим йому «варто зайнятися далі» (Паризер, 2012), заснованих на попередньому збиранні інформації про особистість, інтереси, потреби та індивідуальні властивості кожного користувача (очевидно, Google та інші пошукові системи Інтернету на основі цих відомостей складатимуть своєрідний психологічний профіль користувача Мережі, причому ділячись одна з одною). І. Паризер не лише запропонував науці популярну метафору «бульбашка фільтрів», він і надалі схильний вважати, що кожен користувач Інтернету та його систем пошуку потрібної інформації знаходиться у власній бульбашці фільтрів – «персоналізованому всесвіті інформації» (Pariser, 2015).

Рекомендаційні алгоритми, використовуючи явну чи приховану персоналізацію користувача, залежно від мети, правил і обмежень певної мережі / сайту, пошукової системи, пропонують його увазі інформаційний контент, що відображає минулі пошуки користувача та у такий спосіб – його інтереси, закономірно зменшуючи різноманіття інформації яку він отримує з Мережі, та відсікаючи все, що з ними не узгоджується, у результаті приводячи до часткової інформаційної сліпоти (створюючи інформаційну бульбашку). При цьому користувач не підозрює, що знаходиться в бульбашці фільтрів, як і не може знати, який відсоток з усієї наявної в Інтернеті інформації на його запит йому відкрився (Haim, Graefe, & Brosius, 2017). Тобто Мережа у резуль-

таті пошуку користувача висвітлює не об'єктивно існуючу інформацію, відповідно до її значимості чи релевантності, а спеціально підібрану інформацію для конкретного користувача.

Ці фільтри, на думку І. Паризера (Паризер, 2012), «створять унікальний інформаційний всесвіт для кожного з нас» (зазначимо, що розмір у цього «всесвіту» не просто обмежений, але різний у різних людей). У результаті, за такою «стіною» людина залишається наодинці із собою (просто інші люди – теж обмежуються їх персональними інформаційними бульбашками), але не помічає цієї «стіни» чи того, що потрапила до бульбашки фільтрів. І відбувається це не на добровільній основі: людина просто опиняється перед фактом. Користувач виявляється усунутим не лише від вибору інформації, він не розуміє і того, за якими критеріями це здійснюється (і, закономірно, не владний їх змінити чи відкоригувати), як і того, ким (яким) вважає його пошукова система Інтернет (тобто, її алгоритми роблять висновок про людину та те, якою інформацією з нею поділитися, а яку – варто з різних причин приховати, базуючись лише на суто поверховій і неточній інформації, власне тій, якою людина поділилася в Мережі, ідентифікуючись у ній, байдуже, чи правдива вона; до прикладу: сьогодні у людини погані настрої чи фізичний стан, і вона випадково, мимохідь, чи спересередя натиснула якусь клавішу, – Інтернет же це може зафіксувати як цікавість чи й постійний інтерес, перетворивши на рису особистості).

Але, якщо користувач Мережі зупиняється на першому отриманому в пошуковій системі результаті, то для Мережі це служить підтвердженням того, що результати пошуку, які вона запропонувала людині, відповідають її потребам та інтересам, а це, в свою чергу, зміцнює бульбашку фільтру. І закономірно, що людина, не здогадуючись, що вона неповна, а, отже, не може бути перетворена на знання, і надалі буде отримувати інформацію, яка змістовно узгоджуватиметься з початковою.

Причиною появи бульбашок фільтрів, на думку П.М. Гурова, може бути «втома користувача від безкінечного різноманіття неструктурованої інформації, а також нездатність до систематизації і критичного аналізу інформації» (Гуров, 2019 : 14). Крім того, як довго не

тривали б пошуки потрібної людині інформації в Інтернеті, усе ж час її перебування в Мережі обмежений. Зазначимо, однак, що інформаційна бульбашка розрахована не лише на таких осіб, а на всіх, навіть критично мислячих, користувачів Мережі.

І. Паризер не заперечує позитивної ролі бульбашки інформації. Так, вона допомагає людині зорієнтуватися у постійно зростаючих і необмежених потоках фрагментованої у кліповому форматі інформації (Чаплак, & Чуйко, 2018), висвітлюючи цікаве, потрібне і важливе для нас. І виникає враження, що мережа працює саме для нас, і мимовільна вдячність за це. З одного боку, такі інформаційні фільтри здатні забезпечити користувачеві «релевантні та хороші результати» (Holone, 2016 : 299) пошуку. М. Naïm зі співавторами (2017) також зазначають, що фільтрування алгоритмами інформації дозволяє зменшити її кількість так, щоб результат відповідав реальним потребам людини, додаючи, що зменшуючи кількість різних поглядів на питання, позначене в пошуку, ці алгоритми не впливають на різноманіття джерел і їх вміст, й у цьому можна помітити позитивне значення існування бульбашки фільтрів. Додамо, що навіть за простою логікою, якщо сприйняття людиною інформації та її вплив на поведінку особистості цілком суб'єктивні, то різноманіття інформації здатне саме посилити диференціацію і нерозуміння між людьми, й у цьому контексті обмеження можливості людини в отриманні внутрішньо суперечливої та різної за змістом інформації виглядає виправдано позитивним явищем. Цікаво також, що у багатьох випадках навіть за умови обмеження мережею кількості результатів мережевого пошуку, що представлені (висвітлені) для користувача, він отримує насправді значимі та надійні дані, проте, тільки в тому випадку, якщо його віртуальна ідентифікація в Інтернеті відповідає, принаймні, в основних рисах, реальній (Зварич, Чуйко, & Чаплак, 2021).

Однак ситуація має і другий, непривабливий бік: перебуваючи в бульбашці фільтрів та будучи задоволеним тим, що надана Інтернетом інформація є цікавою та цілком відповідає переконанням та бажанням користувача, він не усвідомлює, що водночас його відгородили від частини інформації (за суттю, – маніпулюючи його свідомістю), причому не обов'язково несучи

інформацію, і перейдуть виключно на використання інформації з Мережі (безкоштовної інформації), то можна цілком логічно передбачити, що кількість різних поглядів на цю інформацію також зменшиться. А до безкоштовної інформації особливих претензій щодо її якості та відповідності фактам пред'являти немає логічного сенсу. З іншого боку, це має включати / передбачати й усвідомлення того, що навряд чи можна всерйоз покладатися на таку інформацію чи довіряти її упередженій правдивості, зважаючи на її маніпулятивний характер.

Значимо, що у Cambridge dictionary поняття «filter bubble» тлумачиться як ситуація / випадок, коли людина «чує або бачить новини та інформацію, які підтримують / підтверджують те, у що вона вже вірить і що їй подобається»; таке стається, зокрема, в Інтернеті, і є результатом дії алгоритмів, які обирають інформацію як реакцію на чийсь пошуковий запит, у результаті чого створюється інший феномен: камера відлуння, – ситуація, коли людині починає видаватися, що всі думають так само, як вона. А те, що хтось думає по-іншому, має власний погляд на речі та події, людину в інформаційній ізоляції дуже здивувало б (*Filter bubble*, 2015).

На думку D. Geschke, J. Lorenz, & P. Holtz (2019 : 130), бульбашка фільтрів – це індивідуальний результат процесу пошуку в Мережі, коли людина отримує лише індивідуально відібрану саме для неї інформацію з усієї наявної в Інтернеті. Тоді як A. Bruns (2019) вважає, що бульбашка фільтрів є результатом спілкування в межах однієї групи, що виключає сторонню інформацію, очевидно, зближаючи тлумачення цього явища з поняттям камери відлуння.

Інше розуміння бульбашки фільтрів наголошує, що це «стан інтелектуальної ізоляції» людини, спричинений результатами персоналізованого пошуку в Мережі, коли її алгоритми обирають інформацію, яку, як вони вважають, користувач хотів би побачити, беручи за основу наявну (доступну) в Мережі інформацію про людину (враховуючи: історію пошуку, проставлені нам / нами «вподобайки», відкриті (особливо на відносно тривалий час) вкладки і т. ін.) (*Бульбашка фільтрів*, n.d.).

У нашому розумінні бульбашка фільтрів – це

спроба алгоритмів, що задають певні правила пошуку інформації в Мережі, базуючись на персоналізації / віртуальній ідентифікації людини в Інтернеті та попередніх її пошуках / діях, перетворити цілісні потоки інформації на штучно створені, обмежені в обсязі та змісті блоки / кліпи, що викривляють об'єктивне розуміння інформації / ситуації, роблячи його однобоким. Це, за суттю, є способом маніпулювання знаннями, а, отже, і свідомістю людини. Також вважаємо, що поняття лунакамери / камери відлуння не є синонімом бульбашки фільтрів, оскільки це закономірний наслідок дії бульбашки інформації: якщо людина отримує лише / чи переважно ту інформацію, що підтверджує її думки / переконання чи узгоджується з її поглядами, і переконана в її об'єктивності та неупередженості, то закономірно, що їй здаватиметься, що в неї дуже багато однодумців, які приходять до таких самих висновків, як і вона.

Звісно, ЗМІ завжди маніпулювали індивідуальною та суспільною свідомістю (громадською думкою), це, власне, одна з їх найважливіших соціально-психологічних функцій (Чуйко, 2018). Проте, з часу появи в електронній мережі бульбашок фільтрів, зорієнтованих і підібраних для кожного користувача індивідуально, маніпулювання інформацією в суспільстві вийшло на новий рівень, стало віртуозним і малопомітним, а від цього – особливо дієвим. І, враховуючи, що інформаційні бульбашки – явище індивідуальне, що відгороджує людину від об'єктивної і повної інформації, кожен користувач Інтернет-мережі приречений існувати у власному інформаційному світі, насправді, зайве обмеженому, оскільки ні одна людина в Мережі та й поза нею не схильна повідомляти всю повноту інформації про себе.

Проте, нам видається, що найбільшу небезпеку несуть не власне бульбашки фільтрів, хоча й вони виконують свою амбівалентну (переважно – негативну) роль в поінформованості людини і, як результат, – впливають на її сприйняття світу, бачення інших людей, подій і себе самої у цьому контексті. Значно гірше, що інформаційні бульбашки можуть створюватися (якщо досі не створюються) штучно, бути рукотворними, а не результатом дії алгоритмів Мережі, з метою спеціально підібраного, організованого та цілеспрямованого маніпулятивного впливу на індивідуальну, групову та масову

місної з його поглядами, а просто такої, до якої алгоритми фільтрації ще не зафіксували його цікавості, проте не менш важливої / потрібної. Тобто, за суттю, бульбашка фільтрів – це один зі способів маніпулювання інформацією (Чуйко, 2018), який корінням врістає в ідеологію тоталітаризму, зосередженій на тому, щоб дати людині «потрібні» знання, огородивши її від усього, що не відповідає політиці правлячої партії, що їй знати не належить. Додамо: це дуже зручно, зважаючи на те, що для більшості людей саме Інтернет є першочерговим джерелом інформації.

Виявляється, що представляючи себе Інтернет-мережі, персоналізуючись чи ідентифікуючись у ній, ми цим самим мимовільно впливаємо на її подальші дії щодо нас, власноруч започатковуючи / запускаючи бульбашку фільтрів. А, оскільки алгоритми Мережі «прагнуть» / налаштовані на оптимальну ідентифікацію користувача, вони відшукують усі можливі сліди людини в Інтернеті, доповнюючи її образ, байдуже, чи до справжнього. Тому цілком закономірним є припущення І. Паризера, що у Мережі ми перебуваємо у бульбашці фільтрів. Проте, це саме відбувається у реальному житті: ми презентуємо себе у певний спосіб, персоналізуючись у колі людей, з якими спілкуємося (Гуляс, & Чуйко, 2016), і не дивно, що саме виходячи з враження, яке ми створили у них про себе внаслідок самопрезентації, вони вирішують, не лише як саме і чи варто взагалі спілкуватися з нами, але і яку інформацію у спілкуванні нам повідомляти, а від сповіщення якої – варто утриматися, так само тримаючи нас у бульбашці фільтрів. І кембриджський словник також пов'язує існування бульбашки фільтрів не лише з Мережею, зазначаючи, що у таких самих бульбашках можуть перебувати усі, не виходячи за межі звичного кола спілкування (*Filter bubble*, 2015).

М. Найм (2017) зі співавторами зазначають, що персоналізація користувача Інтернету (її рівень) залежить від певної пошукової системи, та виділяє два її види: явну (коли використовується ймовірно достовірна інформація про користувача, повідомлена ним самим (хоча, зазначимо, – вона не завжди правдива)) та неявну (до уваги береться увесь масив побічної інформації про користувача, наявної в Мережі).

Проблема полягає в тому, що

«персоналізовані» фільтри легко «перетворюються на невидиму систему автоматичної пропаганди» (Паризер, 2012), оскільки пропонують нам лише ту інформацію, що цілком узгоджується з нашими поглядами та переконаннями і ретельно бережуть наші нерви від сприйняття суперечливої, альтернативної інформації та тієї, що протилежна до нашого світогляду чи містить загрозу його цілісності. Зазначимо, що це в результаті позбавляє можливості творчого розвитку та якісної зміни як наших думок та світобачення, так і нас самих. І. Паризер в цьому контексті цілком слушно зазначає, що «фільтрація може поставити під удар можливість вибирати свій життєвий стиль і шлях», «навіть долю» (Паризер, 2012), відібравши у людини вибір, з якою інформацією знайомитися.

Та найбільшою небезпекою виглядає варіант, який І. Паризер назвав «пророцтвом, що саме збувається»: коли не інформаційна бульбашка змінюється завдяки тому, що алгоритми мережі зчитують більше і значно більш суттєвої інформації про користувача Мережі, а під впливом інформаційної бульбашки змінюватиметься сама людина, причому так, щоб цілком їй (бульбашці) відповідати; зрештою, передбачення виглядає логічним: світ, соціум, у якому живе людина, так само впливає на її розвиток, особливості та вподобання.

До речі, М. Найм з колегами називають ці алгоритми фільтрів саме «рекомендаційними», оскільки вони «рекомендують персоналізований вміст на основі інформації про користувача» (Naim, M., Graefe, A., & Brosius, 2017). Зазначимо, що вважаємо таку назву навряд чи доречною, оскільки алгоритми не лише підбирають інформацію, але й «оцінюють, наскільки це відповідає потребам користувача» (власне, за нього), не стільки «рекомендуючи» (адже рекомендацією можна і не скористатися, тобто, тут існує вибір), скільки нав'язуючи певний інформаційний контент, обмежуючи його зміст, не запитуючи згоди і, власне, не маючи права на це.

І якщо кількість паперових видань ЗМІ постійно зменшується, як пише К. Вінер (2016), як і число журналістів, які публікують соціально корисні, важливі, документально підтверджені та фактичні повідомлення; якщо люди перестануть платити за цікаві та популярні газети і журнали, що містили перевірену, достовірну

свідомість (тут мимовільно пригадуються зомбовані громадяни сусідньої країни). Тобто, якщо вплив інформаційної бульбашки на сприйняття людиною світу та себе в ньому можна вважати відносно мимовільною маніпуляцією електронної мережі (і навряд чи це було задумано творцями мережі спочатку її існування та навмисно), то усвідомлене та цілеспрямоване створення таких бульбашок фільтрів з орієнтацією впливу на конкретного споживача Інтернету стане жорстким маніпулятивним прийомом, про вплив якого на свідомість, сприйняття того, що є реальністю, та навіть на життєві вибори особистості більшість користувачів Мережі можуть не здогадуватися навіть у майбутньому.

Те, що в Інтернеті можна отримати інформацію в межах власної, цілком індивідуальної (а принцип індивідуалізації в обмеженні людини доступу до інформації тут виглядає досить парадоксально) бульбашки фільтрів, яка обмежує знання людини, роблячи їх односторонніми, підтверджує колишній голова Google, Е. Шмідт, говорячи, що людям стане важко побачити щось крім того, що було підібране саме для них (Фисенко, 2013). Адже Інтернет на початку свого існування завоював довіру людей, які вважали його цінним джерелом інформації з вільним доступом до неї, і ефект ореолу спрацював й досі: людині і на думку не спадає, що, коли вона задає ключові слова з інформації, яка її цікавить, у пошук, прийде (відобразиться) не вся потрібна / необхідна інформація, а лише її частина, причому, невідомо, яка саме, обмежена самою мережею, алгоритми якої:

встигли проаналізувати історію попередніх пошуків користувача, а також його переваги (на яких сторінках він затримувався довше, а на які – не звернув увагу);

склали певне враження про нього та психологічний профіль його інтересів та потреб (і, можливо, навіть особистісних якостей);

орієнтуються на обставину, що користувач звичайно рідко заходить до п'ятої, і надзвичайно рідко – до десятої сторінки системи пошуку, особливо у разі першого / поверхового знайомства з потрібною інформацією; що темп життя настільки швидкий, що людина постійно спішить, і їй не вистачає часу на поглиблений пошук інформації; і, звичайно, користувач Мережі не

зверне увагу на числа: з якої саме кількості інформації йому демонструють фрагмент (а про те, скільки в Мережі інформації, співвідносно з його запитом, система взагалі ніколи не повідомляє);

саме тому, на перших трьох шпальтах пошукової системи (байдуже, якої) і відобразиться потрібна (хоча й неповна, а, отже, і ненадійна) інформація, яка не суперечитиме ні поглядам користувача, ні власному змісту (бульбашка виключає висвітлення суперечливої інформації, оскільки це може заставитися людину задуматися і поглибити / продовжити пошук іншої інформації з актуальної проблеми, намагаючись дійти її суті та, водночас, перевантажуючи мережу);

у такий спосіб робота мережі завдяки використанню інформаційних бульбашок стає економічно-раціональною, з посиленою реалізацією її контролюючої функції; користувач бачить лише ту інформацію, яка, згідно висновку алгоритмів пошукової системи, йому може бути цікава, а не ту, яка йому насправді потрібна (зазначимо, що між «цікавий» і «потрібний» – нездоланна дистанція); причому, навіть сама людина може послужити інформаційним фільтром для своїх подальших пошуків у Мережі, оскільки «не буде читати чи дивитися» те, що їй суб'єктивно і, можливо, ситуативно, нецікаво / не потрібно – а Мережа це зафіксує як повну відсутність інтересу (Фисенко, 2013).

У. Міп з колегами (2019) приходять до схожого висновку, що не лише рекомендаційні алгоритми, базуючись на персоналізації людини в Мережі, створюють навколо неї бульбашку фільтру, сприяючи частковій інформаційній сліпоті людини, але й самі Інтернет-користувачі, обираючи в Мережі саме ту інформацію, що підтверджує їх переконання та узгоджується з їх потребами, беруть участь у формуванні інформаційної бульбашки, обмежуючи різноманіття та кількість інформації, з якою прагнуть знайомитися в Інтернеті. І цілком закономірно, що Мережа сприйме це як сигнал зменшити різноманіття інформації, що надається на запит такої людини, щоб за змістом вона не відрізнялася / не суперечила початковій (Holone, 2016). До цієї думки приєднується і А. Врунс (2019), наголошуючи, що проблему інформаційної бульбашки варто шукати не стільки в алгоритмах Мережі, які фільтрують результати пошуку, перш ніж представити їх конкретному

користувачу, скільки в «критичних фільтрах у свідомості людини», які звужують не лише сприйняття нею реальної дійсності, але й розуміння інформації, що суперечить її поглядам на світ, людей і своє місце в житті.

У межах «бульбашки» на перший план виступає така властивість інформації, як здатність впливати, причому, враховуючи характеристики такого підбору інформації, здійснювати саме маніпулятивний вплив (Чаплак, & Чуйко, 2018) на особистість користувача, за суттю, будучи впевненого, що отримав потрібну, надійну та достовірну інформацію; насправді ж – лише її імітацію.

Сучасні науковці, перевіряючи ідею І. Паризера про бульбашку фільтру, висловлюють з цього приводу різні думки, що привело до тривалої та досі не завершеної наукової дискусії. Так, одні стверджують, що недостатньо даних, щоб підтвердити передбачення І. Паризера про дію таких фільтрів (адже людина може отримувати інформацію з різних джерел (*Бульбашка фільтрів*, n.d.)) – що насправді не відміння справедливості уявлення І. Паризера про інформаційні фільтри Мережі та їх вплив на поінформованість користувачів, з одного боку, і не свідчить про відсутність таких самих фільтрів інформації в інших ЗМІ (лише природа в них дещо інша і працюють вони по-своєму), – з іншого. Додамо: якщо мова зайшла про «інші канали інформації», то варто визнати, що й вони не позбавлені таких інформаційних фільтрів, частіше – рукотворних. І чи не в цьому причина відстоювання вченими ідеї, що дія інформаційної бульбашки в Мережі не доведена, що фільтри зорієнтовані на «зменшення різноманітності точок зору, а не на зменшення різноманітності джерел та вмісту» (Haim, Graefe, & Brosius, 2017) – ніби одне цілком незалежне від іншого?

Так, М. Haim з колегами (2017), провівши власне дослідження, виявили лише «незначну дію явної персоналізації» (на відміну від *неявної*) на появу «бажаних тем» у змісті контенту Мережі, і підсумовують, що «жоден тип персоналізації не впливав на різноманітність джерел» (правда, не зазначаючи ні рівня достовірності / надійності цих «джерел», ні їх змісту: до прикладу, джерела можуть бути різними, а зміст – тим самим). Науковці також дійшли висновку, що явна персоналізація частково впливає на інформаційний контент, який

людині представляє Мережа, тоді як неявна персоналізація взагалі не володіє таким впливом. Також ці вчені роблять суто теоретичний висновок, що «жодне дослідження не може підтвердити, що Google витісняє (цензурує) конкретну інформацію» (Haim, Graefe, & Brosius, 2017), проте, додамо: і не може це спростувати. Крім того, заради справедливості, необхідно додати, що невідомо (а І. Паризер передбачив, що це вже сталося), чи не перебувають автори будь-яких досліджень, зокрема, і бульбашки фільтрів (як і всі ми), у такій самій бульбашці у Мережі. Адже тоді вони отримують інформацію, яка цілком підтверджує їх сподівання; але, наскільки ця інформація відповідає дійсному стану речей?

Науковці, які схильні не помічати негативної ролі бульбашки фільтрів у Мережі, стверджують, що людина в бульбашці інформації відчувається досить «комфортно» і не спішить з неї вибиратися, оскільки бульбашка не містить інформації, яка суперечила б поглядам користувача Мережі чи дратувала б його і провокувала на конфлікт, більше того, – дає можливість спілкуватися та об'єднуватися з однодумцями (власне, – з людьми з однаковими (схожими) не лише інтересами чи поглядами, але й бульбашками), а, крім того, наголошується відомий факт, що людина, навіть поза межами бульбашки фільтрів схильна постійно і не завжди усвідомлено фільтрувати отримувану інформацію, виділяючи саме ту, що узгоджується з її переконаннями та принципами.

A. Bruns (2019), як зазначалося вище, взагалі вважає (і до цієї думки, за суттю, приєднуються A.G. Ekstrom, D.C. Niehorster, & E.J. Olsson (2022)), що проблема не у фільтрі інформації, інспірованому феноменом інформаційної бульбашки, яка обмежує можливість користувача побачити різну за змістом інформацію, що може не узгоджуватися з його поглядами, а в критичних фільтрах у свідомості самої людини, що обмежують (редують) її сприйняття реальності та прийняття певної інформації, ускладнюючи досягнення взаєморозуміння між різними людьми в соціумі.

D. Geschke, J. Lorenz, P. Holtz (2019 : 132) у свою чергу прийшли до цікавого і, на нашу думку, закономірного висновку, що появу бульбашки фільтрів насправді провокують три різні типи фільтрів: 1) індивідуальні фільтри, що є результатом дії когнітивно-

мотиваційних процесів: люди по-різному вмотивовані на пошук потрібної інформації та ігнорування інформації, що суперечить когнітивним установкам особистості. Проте, й у цьому випадку проста людська цікавість може спонукати до пошуку нової і несподіваної інформації; 2) соціальні фільтри визначаються поведінкою людини в соціальних мережах, тим, з ким саме вона спілкується, її соціальною ідентичністю, сформованою на основі цього; в результаті обмежується інформація, яка стає доступною користувачам соціальної мережі, що поєднані в одну групу; 3) технологічні фільтри виникають як через те, що час перебування людини в Інтернеті завжди обмежений, так і внаслідок бажань кожного медіа провайдера залучити максимальну увагу користувача Мережі, підбираючи та видаючи йому для цього інформацію, адаптовану до його ймовірних / попередньо визначених бажань і потреб.

Проте, навіть ці науковці не можуть не помічати, що внаслідок тривалого перебування в інформаційній бульбашці, яка обмежує і цим самим програмує свідомість людини та її сприйняття світу і ставлення до нього, яка не розуміє, що має доступ до контенту лише «одної точки зору» (Сафронова, Крыжановская, 2018), у людини формується однобічне сприйняття реальності, і їй починає здаватися, принаймні, до виходу в реальний світ, що «всі поділяють її погляди» (Сафронова, Крыжановская, 2018). І, якщо інформація, яку ми бачимо / читаємо, є однобокою, і це систематично повторюється, то виявляється, що, коли у нас з'являється можливість познайомитися з іншою, протилежною сформованій у нас точкою зору, ми, щонайменше, будемо здивовані, у гіршому ж випадку – «стає важко прийняти протилежні точки зору», адже мислення такої людини втрачає гнучкість і критичність (*Бульбашка фільтрів*, n.d.), і це може привести до непорозуміння і наростання напруженості у стосунках між людьми. У цьому випадку людині важко навіть прийняти факт, що інша людина може мати свої, інші, відмінні від неї погляди та думати по-іншому, що, на нашу думку, уможливило суперечності з іншими людьми, які здатні легко і прогнозовано перерости в конфлікт.

Тому зазначимо: можна досить довго і відносно ґрунтовно теоретично чи емпірично доводити, що на

сьогоднішньому етапі розвитку електронної мережі вплив явної чи неявної (прихованої) ідентифікації (персоналізації) особистості в Інтернеті на формування та дієвість індивідуальної бульбашки фільтрів практично непомітний (або не є суттєвим чи значимим), проте, варто пам'ятати: по-перше, І. Паризер, як на нас, настільки ґрунтовно, переконливо, зі знанням справи, аргументовано та доказово описав дію інформаційних бульбашок та їх роль у неможливості людини своєчасно отримати надійну та достовірну інформацію, що всебічно відображає користувацький пошук, а, отже, є насправді інформативною, та передбачив можливі (вкрай негативні) наслідки існування кожної людини – у власному інформаційному просторі (коконі), – що не замислитися над викладеним у роботі І. Паризера (2012), не перейнятися стурбованістю науковця неможливо; крім того, в нього багато однодумців. Н. Holone, до речі, вважає, що вже на перших шпальтах Інтернету результати пошуку користувача «відбираються не лише за об'єктивною значимістю, але швидше значною мірою визначаються впливом історії пошуків» (Holone, 2016 : 298) користувача та соціальною мережею, в якій ведеться пошук. При цьому до такого пошуку долучаються всі «сигнали», які мережа уловлює від користувача (до прикладу, натискання на клавіші), індивідуалізуючи (персоніфікуючи) його пошук. І у цьому випадку згадується відоме прислів'я про попередження хвороби, яке ліпше від її лікування; більш того, проблема, на нашу думку, може виявитися надто масштабною для оптимального вирішення. По-друге, варто зазначити, що уже в наш час позбавлення деяких людей бодай частки існуючої інформації може бути незворотним і навіть небезпечним не лише для них, але й руйнівним для соціуму в цілому. І, нарешті, розвиток інформаційних технологій відбувається буквально семимильними кроками, і те, що на даний час вважається малопомітним, в досить близькому майбутньому може для більшості (оскільки дехто з учених вже зараз занепокоєний надмірною персоналізацією Мережі) раптово перетворитися на масштабну проблему, серйозну і комплексну, найвищого рівня: як несанкціонованого недопуску людини до необхідної їй інформації та удосконаленої техніки маніпулятивного впливу на індивідуальну, групову свідомість і громадську думку; так і стабільності



(відновлюваності) психічного та соматичного здоров'я людини, яка вимушена (завдяки інформаційній бульбашці) жити у власному інформаційному світі (і не в безмежному всесвіті, як передбачав І. Паризер, а з тунельним баченням), не довіряючи нічій думці, оскільки усі вони відмінні від її власної, з можливістю поступового перетворення на соціопата.

На нашу думку, питання, чи насправді існують бульбашки фільтрів, у наш непростий і немирний час – суто риторичне. І найліпшим доведенням факту, що інформаційна бульбашка усе-таки не лише існує, але й активно діє, «захищаючи» психіку і свідомість людини від об'єктивної, правдивої, справжньої / не фейкової інформації (власне, від усього того, що, на думку правлячої «еліти», простий, пересічний людині знати не дозволено / не варто), що відображає дійсний стан речей у власній країні та поза її межами, служить ситуація в росії, де суспільство загалом і кожна людина зокрема, перебуваючи все життя в реально існуючій і за роки – уже зцементованій бульбашці фільтрів (що змінила / переломила і світосприйняття, і життєву філософію людей), утративши здатність не лише усвідомлювати чи розуміти, що може / має право існувати і альтернативна / чи й просто інша інформація, що усе може бути зовсім не так, що світ не такий, як вони звикли думати, але й зі схильністю агресивно відхрещуватися від будь-якої інформації, відмітною від власних переконань і упреждень як неправдивої чи неймовірної. Більш того, так само реально, у тій самій країні існує і діє і «камера відлуння», яка, завдяки зараженню постійно циркулюючою емоційно забарвленою інформацією лише зміцнюється.

Науковці, які визнають серйозність проблеми існування бульбашок фільтрів у Мережі, пропонують також різні способи, щоб, якщо не уникнути повністю можливості потрапляння до інформаційної бульбашки, то, принаймні, ослабити її вплив на реалізацію потреб та інтересів людини в Інтернет-просторі. Зокрема, рекомендується видаляти кеш, файли cookie, історію пошуку; використовувати режим анонімного перегляду результатів пошуку; намагатися, з одного боку, бути толерантним до поглядів, які суперечать власним, з іншого, – усвідомлено і цілеспрямовано шукати в Інтернет-мережі інформацію, що містить нові, нетрадиційні чи

альтернативні погляди на предмет пошуку, у тому числі зареєструватися на різних платформах Мережі, щоб мати можливість познайомитися з різними, у тому числі і протилежними точками зору на предмет пошуку, ситуацію чи подію, тощо. Проте, на нашу думку, це, швидше, паліативні засоби, які більше зорієнтовані на заспокоєння людини, ніж на зняття бульбашки фільтрів (чи попередження потрапляння до неї). Не випадково Н. Holone пропонує використовувати поняття «гравітаційних чорних дір в інформації», щоб продемонструвати, як важко / майже неможливо зруйнувати грандіозну силу алгоритмів пошуку особистої інформації про користувачів з метою її персоналізації, хоча створюються і діють ці алгоритми досить просто: «Алгоритми пошуку використовують величезну кількість інформації про користувача, щоб знайти та представити відповідну інформацію для нього» (Holone, 2016).

Тому, не абсолютним, а, хоча б відносно дієвим способом уникнення потрапляння до інформаційної бульбашки можна вважати відсутність / або хоча б мінімум інформації про користувача в Інтернет-мережі, тобто, уникати явної Інтернет-ідентифікації, не повідомляючи особистої інформації (якою може скористатися не лише алгоритм для створення інформаційної бульбашки, але й недоброзичливі люди в Мережі). Якщо ж бульбашка фільтрів буде все ж формуватися, орієнтуючись на ситуативні запити чи проявлену цікавість користувача до окремих сайтів, тем, предметів, мимовільні та під настрій кліки на картинки, тощо, можна сподіватися, що її «стіни» не будуть непроникними чи стійкими.

І виявляється, що чи не єдиним позитивним результатом існування в інформаційної бульбашки науковці вважають відсутність у користувача Мережі дискомфортних відчуттів, оскільки: а) він надто втомився переглядати масиви та потоки інформації, вишукуючи серед них потрібні йому дані, а інформаційна бульбашка легко «вирішує» цю проблему, допомагаючи «справитися з величезною кількістю доступної інформації» (Carlson, 2007); б) з неприємною для себе інформацією людина в бульбашці фільтрів не стикається («зникає інформація, що суперечить нашим поглядам» (Сафронова, Крыжановская, 2018)).

Можливих негативних наслідків / результатів дії бульбашки фільтрів науковці передбачають значно більше (і не виключено, що їх виявиться в майбутньому ще більше), і вони значно ґрунтовніші та більш масштабні за своїм поширенням та потенціалом впливу. Початково вони стосуються пересічного / середнього користувача Інтернету, який у бульбашці не знайде не лише інформації, яка б суперечила його поглядам (а це, до прикладу, змусило б його їх критично осмислити та логічно аргументувати отримане), але й може випустити з поля зору надважливу інформацію (*Информационные пузыри*, 2019) (з вище означеної причини, зокрема). Наступним кроком у дії інформаційної бульбашки може стати отождоження її з луна-камерою (*Filter bubble*, n.d.; Viner, 2016), (людина спілкується ніби сама із собою – створюється ілюзія односторонності: всі думають, як ми, в усіх схожі погляди, і з нашою точкою зору погоджуються також усі (Сафронова, Крыжановская, 2018; *Информационные пузыри*, 2019), чуючи насправді не чийсь відповідь, а відголосок власних думок чи поглядів), адже із самого початку бульбашка фільтрів вдає, що наявна лише існуюча в ній інформація – інша відсутня, тобто об'єктивно в ній відбувається «підміна реальності» (Гуров, 2019). І це виводить існування та вплив інформаційної бульбашки на вищий, соціальний і навіть світовий рівень: її існування «дискредитує ідеї Інтернету» (Гуров, 2019), зокрема, щодо вільного доступу кожного до усієї наявної в Мережі інформації, і є «небезпечним для демократичного суспільства в усьому світі», «створюючи умови для його поляризації» як своєрідного наслідку того, що людина знайомиться лише з односторонньою інформацією (Min, Jiang, Jin, Li, & Jin, 2019), а Н. Holone (2016) влучно називає це «частковою інформаційною сліпотою».

Зазначимо також як, на нашу думку, може вплинути на людину перебування в інформаційній бульбашці:

спочатку вона (не знаючи, що потрапила до бульбашки фільтрів і не розуміючи її обмеженості) радіє, що знайшла «документальне» підтвердження власних поглядів і уявлень, водночас будучи переконаною, що й інші думають так само (адже вони мали отримати в Мережі аналогічну інформацію), – проте, при першо-

му ж контакті й обміні інформацією з іншими людьми змушена усвідомити, що їх погляди на те саме явище відрізняються, якщо не кардинально, як протилежні, то, принаймні, як мало сумісні, що може стати як просто несподіванкою, так і справжнім стресом для людини;

інші результати впливу бульбашки фільтрів на особистість та її психіку для більшості людей з'являються непомітно і не є позитивними: чим довше людина знаходиться в бульбашці, тим сильніше страждає її мислення: воно втрачає критичність (не маючи справи з протилежними поглядами й альтернативними аргументами), самостійність, гнучкість, широту і глибину – свої традиційні характеристики; зміни торкаються і програмування свідомості людини загалом: трансформуються її сприйняття і розуміння реального життя та світу загалом, негативні перетворення стосуються і цінностей та моральних принципів особистості;

у підсумку, – вона залишається наодинці із собою, не маючи можливості бути впевненою в існуванні людини, яка їй здатна буде зрозуміти чи поділяти її переконання.

К. Viner, за суттю, підсумовує: якщо проблема камери відлуння (серйозна і хронічна) не вирішиться найближчим часом, «це буде рівносильним активному сприянню і підтримці процесу розривання матерії наших суспільств... ми отримуємо країну, в якій одна половина про іншу зеленого поняття не має» (Viner, 2016).

Отже, дискусія щодо існування в Інтернеті бульбашки фільтрів, яку науковці охрестили найвідомішою метафорою Інтернету (Kaluža, 2022), продовжується, і можемо припустити, що триватиме цей процес ще довго, адже вистачає зацікавлених осіб як у замовчуванні її існування, так і зорієнтованих на спростування права її фігурування в роботах, присвячених функціонуванню Мережі та впливу інформації, наявної в ній, на свідомість окремої людини та суспільство загалом (Dahlgren, 2021; *New study rejects*, 2021; Fletcher, n. d.). Тоді як найліпшим підтвердженням не лише існування, але й дієвості бульбашки систематичних фільтрів є дослідження, спрямовані на подолання її впливу на свідомість людини; на її знищення (Lunardi, Machado, Maran, Palazzo, & M. de Oliveira, 2020; Han, Wang, & Zhao et al., 2022; Ćurković, & Košec, 2020; Tomlein, Pecher, Sim-

ko, Srba, Moro et al., 2021; Rhodes, 2021; *How filter*, n.d.).

**Висновки.** Отже, бульбашка фільтрів є результатом / наслідком віртуальної ідентифікації людини в Інтернеті та усіх попередніх її дій у ньому, які фіксуються, внаслідок чого Мережа «складає» її психологічний портрет. Існування такої бульбашки виявляється в обмеженні вибору людини, з якою інформацією їй варто знайомитися, її доступу до потрібних, релевантних пошуку даних шляхом виключення з інформації такої, що суперечить інтересам чи поглядам / переконанням користувача, – така інформація є однобокою, неповною, не відображаючи альтернативні точки зору. Це в цілому відповідає інформаційній ізольованості людини. Унаслідок цього людина втрачає можливість отримати усю потрібну та вичерпну інформацію щодо проблеми, яка її цікавить, і таку інформацію не можна перетворити на реальні знання для практичного застосування. Бульбашка фільтрів – це відносно новий, проте дуже дієвий спосіб маніпулювання не лише інформацією, але й свідомістю людини, в результаті чого страждає її здатність критично мислити, спотворюється сприйняття нею реальності, може змінюватися як сама особистість (у згоді з отримуваною інформацією) і її смислотвірчі переконання та вибори, так і руйнуватися взаєморозуміння з іншими людьми.

При цьому бульбашка фільтрів частково відображає мислительні фільтри, що існують у свідомості кожної людини, проявляючись в міжособистісному та діловому спілкуванні та починаючи діяти з моменту самопрезентації співрозмовника.

На наш погляд, проблема бульбашки фільтрів цілком реальна, а її замовчування, спроби нівелювати загалом чи применшити її значення здатні лише погіршити ситуацію, даючи карт-бланш тим, хто прагне маніпулювати інформацією в Інтернеті та соціумі, приховуючи значні її частини / обсяги, важливі для цілісного розуміння різноманітних проблем і процесів.

**Перспективою подальших досліджень** вважаємо організацію та проведення емпіричного дослідження, що дозволить верифікувати існування та функціонування інформаційної бульбашки в Інтернет-мережі.

#### References :

- Bruns, A. (2019). Filter bubble. *Internet Policy Review*, 8(4). DOI:10.14763/2019.4.1426.
- Bul'bashka fil'triv [Filter bubble]. (n.d.). Retrieved from: <https://verified-era.com/ua/social-media/part-a> [in Ukrainian].
- Carlson, M. (2007). Order versus access: News search engines and the challenge to traditional journalistic roles. *Media, Culture & Society*, 29(6), 1014–1030. DOI:10.1177/0163443707084346.
- Chaplak, Ja.V., & Chujko, G.V. (2018). Klipova haotychnist' jak manipuljatyvna tehnologija social'no-psyhologichnogo vplyvu v kiberprostorі [Chaotic clips as manipulative technology of social-psychological influence in cyberspace]. *Psyhologichnyj chasopys*, 13 (3), 21-40. DOI: 10.31108/2018vol13iss3pp21-40 [in Ukrainian].
- Chujko, G.V. (2018). Manipuljatyvnist' informacijnogo vplyvu [Manipulativeness of information influence]. *Technologies of Intellect Development*, Vol. 2, 8 (19). DOI: 10.31108/3.2019.2.8.5 [in Ukrainian].
- Chujko, G.V., & Zvarych, I.M. (2019). Specyfika informacii' v Interneti [Specificity of information on the Internet]. *Psyhologichnyj chasopys*, Vol.5, 12, 21-42. DOI: 10.31108/1.2019.5.12.2 [in Ukrainian].
- Ćurković, M., & Košec, A. (2020). (Re)search Filter Bubble Effect – An Issue Still Unfairly Neglected. *Advances in Nutrition*, May 1, 11(3), 744. DOI: 10.1093/advances/nmz133.
- Dahlgren, P. M. (2021). A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure. *Nordicom Review*, vol.42, 1, 15-33. DOI:10.2478/nor-2021-0002.
- Ekstrom, A. G., Niehorster, D. C., & Olsson, E. J. (2022). Self-imposed filter bubbles: Selective attention and exposure in online search. *Computers in Human Behavior Reports*. Vol. 7, August, 100226. DOI: 10.1016/j.chbr.2022.100226.
- Filter bubble (2015). Cambridge dictionary. Retrieved from: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/filter-bubble>.
- Filter bubble. (n.d.). Retrieved from: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/filter-bubble>.
- Fisenko, T. (2013). Puzyr' fil'trov ili Kak Internet mozhет ogranichit' nashe «okno v mir» [The filter bubble or How the Internet can limit our “window to the world”]. Retrieved from: <https://hi-tech.ua/article/puzyir-filtrov-ili-kak-internet-mozhet-ogranichit-nashe-okno-v-mir/> [in Russian].
- Fletcher, R. (n. d.). The truth behind filter bubbles: Bursting some myths. Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/truth-behind-filter-bubbles-bursting-some-myths>.

- Geschke, D., Lorenz, J., & Holtz, P. (2019). The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a meta-theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers. *British Journal of Social Psychology*, 58(1), 129–149. DOI: 10.1111/bjso.12286.
- Guljas, I.A., & Chujko, G.V. (2016). Dvi storony predstavlenja sebe: samoprezentacija ta samorozkryttja [Two sides of self-presentation: self-presentation and self-disclosure]. *Technologies of Intellect Development*, Vol. 2, 3(14). Retrieved from: [https://www.psytir.org.ua/upload/journals/2.3/authors/2016/Chujko\\_Galyna\\_Vasylivna\\_Guljas\\_Inesa\\_AntonivnaDvi\\_storony\\_predstavlenja\\_sebe\\_samoprezentacija\\_ta\\_samorozkryttjadf](https://www.psytir.org.ua/upload/journals/2.3/authors/2016/Chujko_Galyna_Vasylivna_Guljas_Inesa_AntonivnaDvi_storony_predstavlenja_sebe_samoprezentacija_ta_samorozkryttjadf) [in Ukrainian].
- Gurov, F.N. (2019). Opyt social'no-filosofskogo osmyslenija problemy «fejkov» i «puzyrej fil'trov» v seti [Experience in socio-philosophical understanding of the problem of “fakes” and “filter bubbles” on the Internet]. *Problemy sovremennogo obrazovanija*, 3, 9-20 [in Russian].
- Haim, M., Graefe, A., & Brosius, H.-B. (2017). Burst of the Filter Bubble? Effects of personalization on the diversity of Google News. *Digital Journalism*, issue 3, volume 6, 330-343. DOI: 10.1080/21670811.2017.1338145.
- Han, H., Wang, C., & Zhao, Y. et al. (2022). SSLE: A framework for evaluating the “Filter Bubble” effect on the news aggregator and recommenders. *World Wide Web*, 25, 1169–1195. DOI:10.1007/s11280-022-01031-4
- Holone, H. (2016). The filter bubble and its effect on online personal health information. *Croatian medical journal*, 57(3), 298-301. DOI: 10.3325/cmj.2016.57.298.
- How filter bubbles isolate you. (n.d.). Retrieved from: <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-media-literacy/how-filter-bubbles-isolate-you/1/>.
- Informacionnye puzyri: chto takoe i kak borot'sja? [Information bubbles: what are they and how to fight them?]. (2019). Retrieved from: <https://ehutimes.com/2019/03/20/informacionnye-puzyri-chno-takoe-i-kak/> [in Russian].
- Kaluža, J. (2022). Far-reaching effects of the filter bubble, the most notorious metaphor in media studies. *AI & Soc.* DOI: 10.1007/s00146-022-01399-x.
- Lunardi, G. M., Machado, G. M., Maran, V., Palazzo, & M. de Oliveira J. (2020). A metric for Filter Bubble measurement in recommender algorithms considering the news domain. *Applied Soft Computing*. Vol.97, Part A, 106771, December DOI: 10.1016/j.asoc.2020.106771.
- Min Y., Jiang T., Jin C., Li Q., & Jin X. (2019). Endogenetic structure of filter bubble in social networks. *Royal Society open science*. Nov 13; 6(11): 190868. DOI: 10.1098/rsos.190868
- New study rejects the idea of filter bubbles. (2021). Retrieved from: <https://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/new-study-rejects-idea-filter-bubbles>.
- Pariser, E. (2015). Did Facebook’s Big Study Kill My Filter Bubble Thesis? *Wired*. Backchannel. Retrieved from: <https://www.wired.com/2015/05/did-facebooks-big-study-kill-my-filter-bubble-thesis/>.
- Parizer, Jeli (2012). *Za stenoy fil'trov. Chto internet skryvaet ot vas [Behind a wall of filters. What the Internet is hiding from you]*. Moskva: Al'pina publisher [in Russian].
- Rhodes, S.C. (2021). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Fake News: How Social Media Conditions Individuals to Be Less. *Critical of Political Misinformation*, 01 May, 1-22. DOI: 10.1080/10584609.2021.1910887.
- Safronova, K., & Kryzhanovskaja, E. (2018). Informacionnye puzyri – chemu nel'zja verit' v socsetjah [Information bubbles – what you shouldn't believe on social networks]. Retrieved from: <https://p.dw.com/p/2qaeK> [in Russian].
- Tomlein, M., Pecher, B., Simko, J., Srba, I., Moro, R., Stefancova, E., Kompan, M., Hrcokova, A., Podrouzek, J., & Bielikova, M. (2021). An Audit of Misinformation Filter Bubbles on YouTube: Bubble Bursting and Recent Behavior Changes. In Fifteenth ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '21), September 27-October 1, 2021, Amsterdam, Netherlands. ACM, New York, NY, USA. DOI: 10.1145/3460231.3474241.
- Viner, K. (2016). How technology disrupted the truth. *The Guardian*, 12.06.
- Zvarych, I.M., Chujko, G.V., & Chaplak, Ja.V. (2021). Virtual'na identyfikacija suchasnoi' ljudyny [Virtual identification of a modern person]. *Psychologichnyj chasopys*, 7, 2(46), 9-24. DOI: 10.31108/1.2021.7.2.1 [in Ukrainian].

**Чаплак Ян Васильович**

Кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)

**Чуйко Галина Василівна**

Кандидат філологічних наук, доцент кафедри психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)

**Андрєєва Ярослава Федорівна**

Кандидат психологічних наук, доцент, завідувачка кафедрою психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)

## ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БУЛЬБАШКИ НА ЛЮДИНУ ТА СОЦІУМ

**АНОТАЦІЯ**

Стаття присвячена ґрунтовному теоретичному розгляду проблеми бульбашки фільтрів з урахуванням позицій різних науковців щодо неї.

Констатується, що, на думку І. Парізера та його послідовників, існування інформаційної бульбашки представляє серйозну суспільного рівня проблему, суть якої полягає в тому, що рекомендаційні алгоритми Мережі, використовуючи усі можливі елементи персоналізації / ідентифікації користувача в Інтернеті, викладають на його запит лише ту інформацію, що узгоджується з його минулими пошуками в Мережі, відображаючи його зацікавленість, ігноруючи та відсікаючи при цьому альтернативну інформацію, що може суперечити його поглядам.

У такий спосіб відбувається маніпулювання інформацією, яка втрачає свою головну якість – інформативність, позбуваючись водночас можливості перетворення на систему знань. При цьому людина в Мережі не знає, що перебуває в бульбашці фільтрів, а її поінформованість обмежена лише тими відомостями, які їй відкрила Мережа, орієнтуючись на її минулі запити та дії в Інтернеті загалом, і є односпрямованою, інтелектуально ізолюючи користувача.

Зазначається, що у нашому розумінні бульбашка фільтрів – це спроба алгоритмів, що задають правила пошуку інформації в Мережі, базуючись на персоналізації людини в ній та попередніх її пошуках / діях, перетворити цілісні потоки інформації на штучно створені, обмежені в обсязі та змісті блоки / кліпи, що викривляють об'єктивне розуміння інформації / ситуації,

роблячи його однобоким.

Підкреслюється, що позитивна роль бульбашки фільтрів помітна в скороченні часу, потрібного людині, щоб знайти в Мережі цікаву та важливу інформацію. Проте негативних наслідків існування інформаційної бульбашки значно більше, і одним з них є ситуація, коли людина не здатна зрозуміти, що на ту саму проблему можуть бути різні погляди, відмінні від її власного, іншим – поляризація суспільства: поділ його на окремі групи (зі своїм розумінням ситуації), кожна з яких вважає себе носієм справжніх знань і при цьому не розуміє інших.

Зазначається, що феномен бульбашки фільтрів викликав у науці тривалу і досі не завершену дискусію як з приводу існування інформаційної бульбашки, так і щодо питання про можливість довести / спростувати це емпірично.

Наголошується на справедливості думки науковців, що крім бульбашки фільтрів існують не менш дієві критичні фільтри у свідомості людини, що обмежують сприйняття нею реальності, фільтруючи отримувану нею інформацію так, щоб вона цілком узгоджувалася з поглядами та переконаннями людини.

Підсумовується, що проблема бульбашки фільтрів цілком реальна, а її замовчування, спроби нівелювати чи применшити її значення здатні лише погіршити ситуацію, даючи карт-бланш тим, хто прагне маніпулювати інформацією в Інтернеті та соціумі, приховуючи значні її обсяги, важливі для цілісного розуміння різних проблем.

**Ключові слова:** інформаційна бульбашка / бульбашка фільтрів, камера відлуння, маніпуляція інформацією, Інтернет-мережа.

**Yan Chaplak**

PhD (Philology), Assistant Professor of the Department of Psychology of Chernivtsi National University named after Yuri Fedkovich, Chernivtsi (Ukraine)

**Halyna Chuyko**

PhD (Philology), Assistant Professor of the Department of Psychology of Chernivtsi National University named after Yuri Fedkovich, Chernivtsi (Ukraine)

**Yaroslava Andriieva**

PhD (Philology), Assistant Professor, head of the department of Psychology of Chernivtsi National University named after Yuri Fedkovich, Chernivtsi (Ukraine)

## PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF THE INFLUENCE OF INFORMATION BUBBLES ON PERSON AND SOCIETY

### ABSTRACT

The article is deals with the thorough theoretical consideration of the problem of the filter bubble, taking into account the positions of various scientists regarding it.

It is stated that, in the opinion of E. Pariser and his followers, the existence of an information bubble represents a serious societal problem, the essence of which is that the recommendation algorithms of the Network, using all possible elements of personalization / identification of the user on the Internet, offer at his request only the information that is consistent with his past web searches, reflecting his interest, while ignoring and cutting out alternative information that may contradict his views.

In such a way, manipulation of information is carried out, and it loses its main quality – informativeness, at the same time losing the possibility of transformation into a knowledge system. This person does not know that he is in a filter bubble on the Web, and his awareness is limited to only the information which the Network opened to her, based on his past queries and activities on the Internet in general, and is unidirectional, intellectually isolating the user.

It is noted that, in our understanding, the filter bubble is an attempt by the algorithms that produce the rules for searching for information on the Web, based on the personalization of a person in it and his previous searches / actions, to turn whole streams of information into artificially created blocks / clips limited in scope and content, which distort the objective understanding of the information / situation, making it one-sided.

It is emphasized that the positive role of the filter bubble is visible in reducing the time it takes for a person to find interesting and important information on the Web. However, there are much more negative consequences of the existence of an information bubble, and one of them is a situation when a person is unable to understand that there may be various views on the same problem, different from his own, another is the polarization of society: its separation into private groups (with their own understanding of the situation), each of which considers himself the bearer of

real knowledge and at the same time does not understand others.

It is noted that the phenomenon of the filter bubble caused a long lasting and still unfinished debate in science both about the existence of an information bubble and about the possibility of proving / disproving it empirically.

The validity of the scientists' opinion that, in addition to the filter bubble, there are no less effective critical filters in the human mind that limit his perception of reality, filtering the information he receives so that it is fully consistent with the views and convictions of a person is emphasized.

The conclusion is that the problem of the filter bubble is quite real, and silencing it, attempts to level or reduce its value can only worsen the situation, giving carte blanche to those who aspires to manipulate information on the Internet and society, hiding significant amounts of it that are important for a holistic understanding of various issues.

**Key words:** information bubble / filter bubble, echo chamber, manipulation by information, Internet network.

### How to cite (як цитувати):

Chaplak, Y., Chuyko, H., Andrieieva, Y. (2023). PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF THE INFLUENCE OF INFORMATION BUBBLES ON PERSON AND SOCIETY. *PSYCHOLOGICAL JOURNAL*, 9 (5), 38–51. <https://doi.org/10.31108/1.2023.9.5.4> [in Ukrainian]

Чаплак, Я. В., Чуйко, Г. В., Андрєєва, Я. Ф. (2023). ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БУЛЬБАШКИ НА ЛЮДИНУ ТА СОЦІУМ. *ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧАСОПИС*, 9 (5), 38–51. <https://doi.org/10.31108/1.2023.9.5.4>

Дата отримання статті: 03.03.2023

Дата рекомендації до друку: 15.04.2023

Дата оприлюднення: 30.05.2023