最新報告表示，媒體業者在臉書（Facebook）貼文的觸及人數自1月來大減42%，顯示臉書可能已修改演算法，希望動態消息頁面優先顯示個人訊息和影音內容，且避免持續出現同一家新聞機構的文章。這也推升要求臉書解釋更動演算法方式的聲浪。

根據SocialFlow，各媒體在臉書上發表的報導，5月的觸及人數平均為6.8萬，遠低於1月的11.7萬。然而，由於各發行機構的貼文數在同一段期間都增加，使貼文的總觸及人數跌幅較和緩，1月時為420億，5月時降至370億。

SocialFlow執行長安德森表示，觸及人數下滑代表臉書已改變演算法。他說：「臉書一直在調整演算法，以改變使用者體驗。去年第4季到今年1月，媒體業者的成績非常出色，然後臉書修改了演算法。」SocialFlow是發行機構用來張貼報導到臉書和其他社群媒體平台。

安德森說，已有許多報告指出，臉書擔心個人用戶愈來愈少在網路上分享活動或想法。安德森說：「這些演算法非常複雜，我不確定臉書工程師了解相關衝擊。」

由於愈來愈多人改在網路上閱讀新聞，各媒體公司均密切觀察臉書的演算法。演算法可決定動態消息顯示的內容，儘管只做了小幅調整，也將對各媒體公司網站的流量產生顯著衝擊。

社群媒體追蹤網站NewsWhip指出，媒體公司在臉書上的按讚、回應、分享等互動程度也有趨緩跡象。包括紐約時報、BuzzFeed在內的前十大英文媒體發行機構，4月的每月互動人數已從去年7月的2.87億降至1.62億。