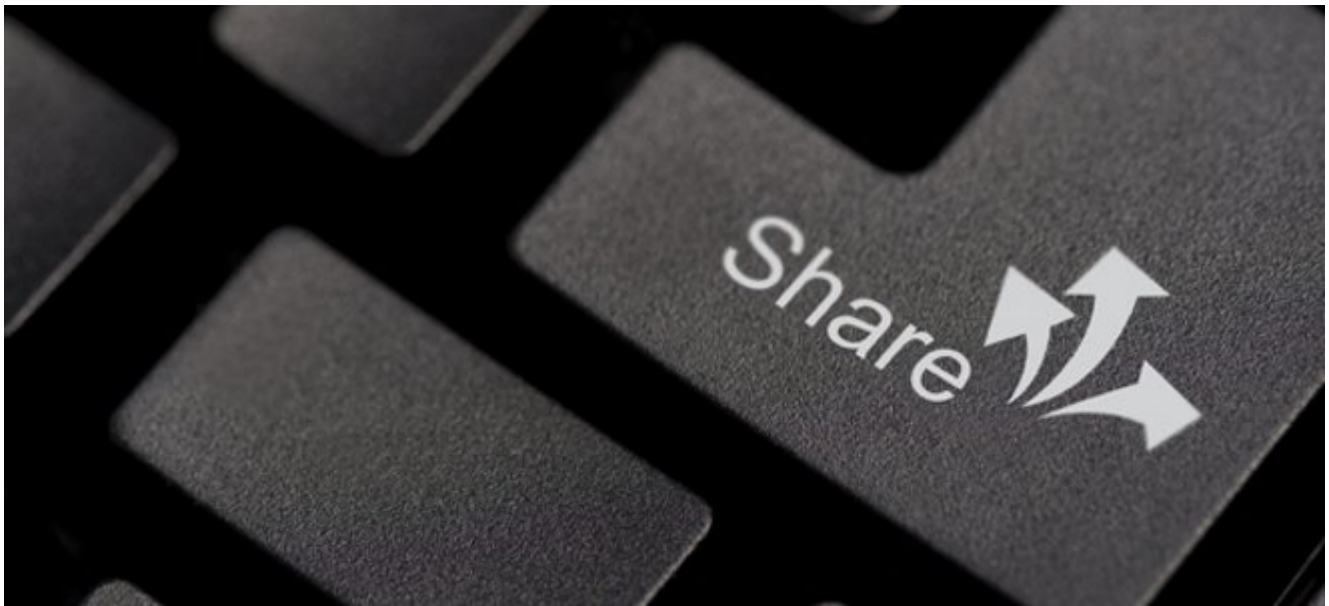


Το παράδοξο διάγραμμα των social media: Γιατί οι κοινοποιήσεις δεν βοηθούν στην αναγνωσιμότητα ενός άρθρου [εικόνα]

[/ Γενικά](#) / [Ειδήσεις και Ανακοινώσεις](#) / [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#)



Τα τελευταία χρόνια, αδιαμφισβήτητα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αναβαθμίσει σε τεράστιο βαθμό το ρόλο τους στη καθημερινότητα των χρηστών τους. Στα αρχικά τους στάδια, τόσο το Facebook όσο και τα υπόλοιπα, λιγότερο γνωστά, social media, επικεντρώνονταν στη διαδικτυακή επαφή μεταξύ των χρηστών τους. Ωστόσο, η εκτόξευση του αριθμού των λογαριασμών ουσιαστικά τα ανάγκασε να αναδιαμορφώσουν το ρόλο τους στη κοινωνική ζωή. Πέρα από τον αρχικό τους ρόλο, πλέον έχουν αναλάβει και την ιδιότητα του... πληροφοριοδότη.

Η πιο χαρακτηριστική απόδειξη μπορεί να συναντηθεί στην αρχική σελίδα του Facebook. Το News feed, ή αλλιώς «Ροή ειδήσεων», που εμφανίζεται στο πάνω μέρος της σελίδας δείχνει ξεκάθαρα το νέο ρόλο των social media. Κάθε εφημερίδα, περιοδικό, ιστοσελίδα έχει και το δικό της προφίλ. Αντίστοιχα, κάθε χρήστης επιλέγει αυτά που του αρέσουν και τα τοποθετεί στο «News Feed» του, διαμορφώνοντας έτσι το τρόπο που θα πληροφορείται για την επικαιρότητα.

Έχοντας αυτά ως δεδομένα, αν κάποιος δει ένα συγκεκριμένο άρθρο να εμφανίζεται συχνά κοινοποιημένο στην αρχική του σελίδα, θα πρέπει να συμπεράνει πως πρόκειται για ένα πολυδιαβασμένο και πολυσυζητημένο κείμενο. Το παράδοξο στοιχείο των social media όμως έρχεται να εναντιωθεί με αυτή τη προφανή και λογική αλληλουχία σκέψεων. Σε αντίθεση με όσα υποθέτουμε, οι πολλές κοινοποιήσεις που μπορεί να έχει ένα άρθρο, δεν σχετίζονται καθόλου με την αναγνωσιμότητα του.

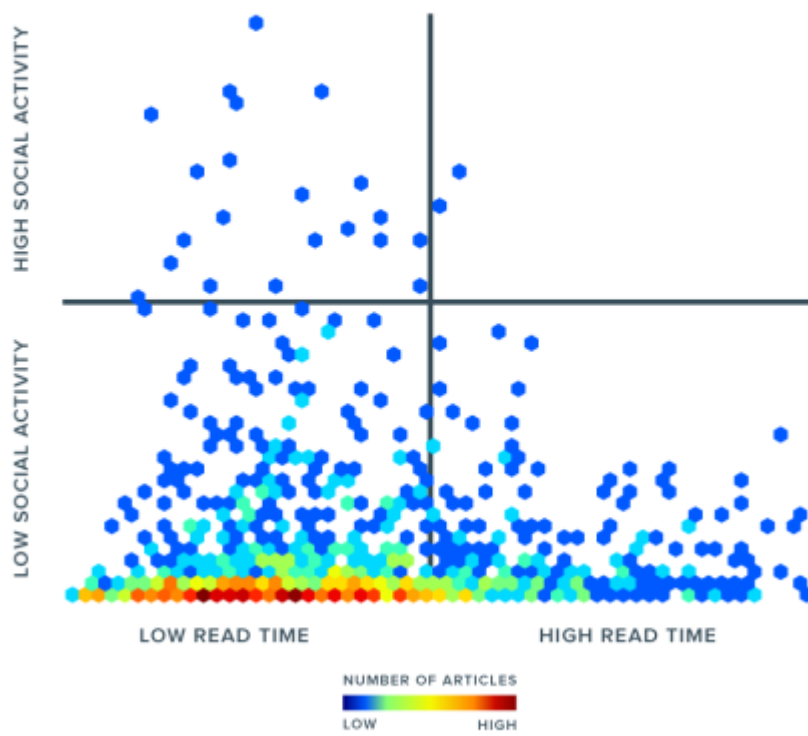
Σύμφωνα με στατιστικές μελέτες, οι χρήστες του Facebook και του Twitter, δεν... λογαριάζουν καθόλου τις κοινοποιήσεις των φίλων τους. Η επιλογή τους για την ανάγνωση ενός άρθρου στηρίζεται καθαρά στη προσωπική επιλογή. Οι οκτώ κοινοποιήσεις και το ένα tweet που αντιστοιχούν, όπως στηρίζει η έρευνα σε 100 «χτυπήματα», δεν επηρεάζουν σχεδόν καθόλου τη συνολική επισκεψιμότητα του άρθρου.

Σε σύνολο 10.000 άρθρων με μεγάλο αριθμό κοινοποιήσεων, παρατηρούνται μικρά ποσοστά αναγνωσιμότητας. Φυσικά, υπάρχουν άρθρα που συνδυάζουν πολλές κοινοποιήσεις και πολλά χτυπήματα. Τα «πετυχημένα» κείμενα που καταφέρνουν να κερδίσουν τις εντυπώσεις ξεχωρίζουν σε κάθε τομέα. Από την άλλη, τα περισσότερα κείμενα αν και έχουν κοινοποιηθεί, δεν έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον αρκετών χρηστών. Αυτό το στοιχείο διαμορφώνει και το διάγραμμα που ακολουθεί.

Είναι εμφανές το στοιχείο που διαχωρίζει τις κοινοποιήσεις από τα «χτυπήματα». Άρθρα με λίγες κοινοποιήσεις εμφανίζονται να έχουν αρκετά μεγάλα ποσοστά επισκεψιμότητας. Αντιθέτως, ελάχιστα άρθρα συνδυάζουν και χτυπήματα και κοινοποιήσεις. Οι χρήστες των social media, όπως φαίνεται, επικεντρώνονται στην ανάγνωση και όχι στη διάδοση, κάτι που έρχεται να εναντιωθεί με τα βασικά χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που στηρίζονται στο κομμάτι της αυτοπροβολής σε αρκετά μεγάλο βαθμό.

Δείτε το παράδοξο διάγραμμα, με τις κοινοποιήσεις να παρουσιάζονται στο κάθετο άξονα και τα χτυπήματα στο παράλληλο:

DO WE READ THE ARTICLES WE SHARE?



Πηγή: iefimerida.gr