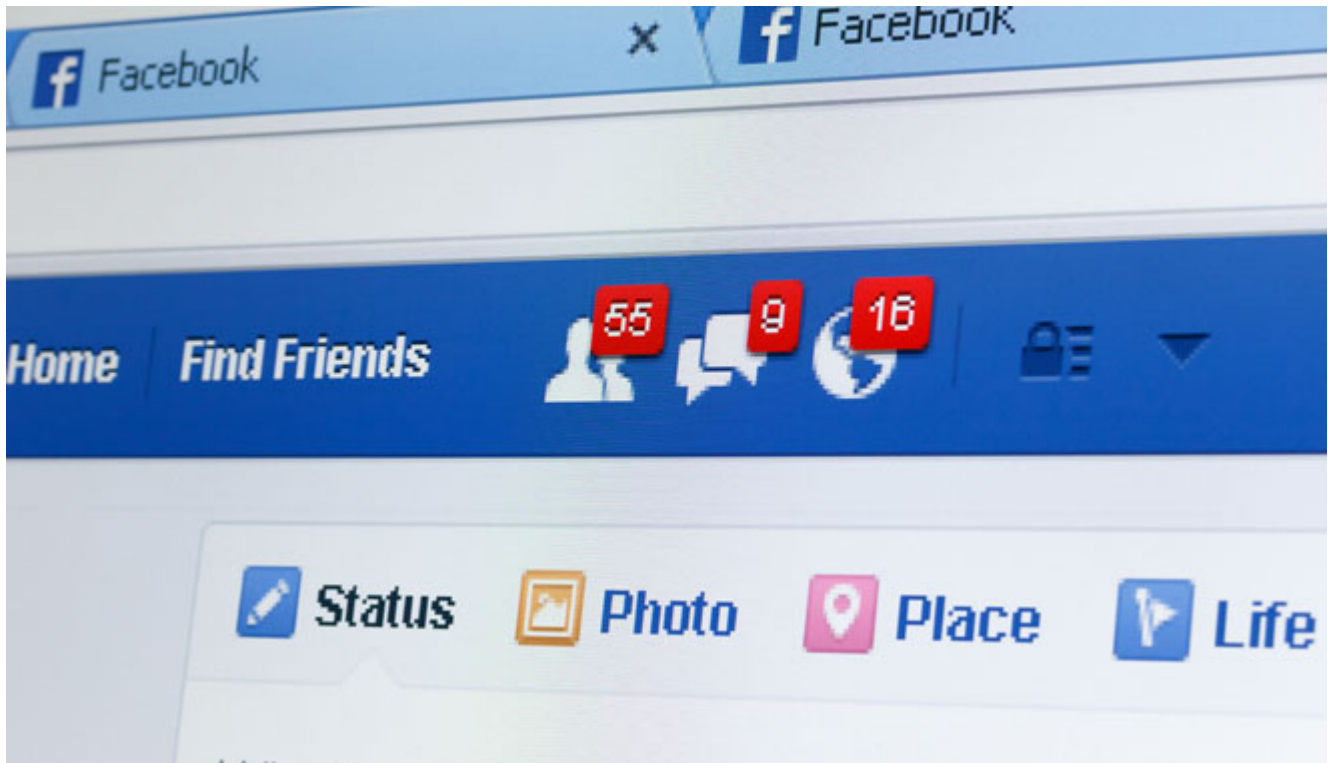


21 Αυγούστου 2016

Νέα αλλαγή στο News Feed του Facebook

/ [Πεμπτούσια](#)

Image not found or type unknown



Το Facebook ανακοίνωσε ότι πρόκειται να κάνει μια σημαντική αλλαγή στο News Feed, ευνοώντας τις δημοσιεύσεις που μοιράζονται από τους φίλους και την οικογένεια και όχι από brands και εκδότες.

Αυτό σημαίνει ότι κατά την επίσκεψή σας στο Facebook είτε από τον υπολογιστή είτε από το κινητό σας, οι περισσότερες από τις ιστορίες και τα βίντεο που θα δείτε θα είναι εκεί επειδή οι Facebook φίλοι σας το έχουν μοιραστεί, κι όχι επειδή μια εταιρεία της οποίας η σελίδα σας “Άρεσε” μία φορά δημοσίευσε μια ιστορία ή μια ενημέρωση.

Σε ανακοίνωσή του σχετικά με την αλλαγή, ο Adam Mosseri, λέει ότι οι δημοσιεύσεις των εκδοτών δεν θα υποβιβαστούν λόγω της αλλαγής, αλλά επειδή η προσέγγιση “οι φίλοι και η οικογένεια έρχονται πρώτοι” έχει σαφείς επιπτώσεις: από την στιγμή που οι εκδότες εξαρτώνται από το Facebook για μια σημαντική μερίδα του κοινού τους, η αλλαγή θα επηρεάσει την ικανότητα των brands να

φτάσουν στο κοινό.

Γι αυτά τα brands, η αλλαγή στο Feed News σημαίνει ότι οι εκδότες είναι πιθανό να αντιμετωπίσουν νέες πιέσεις για τη δημιουργία περιεχομένου που είναι, πάνω απ' όλα, «shareable». Αυτό φαίνεται να ευνοεί τις ιστορίες ψυχαγωγίας από τις πιο βαρετές αλλά σημαντικές ειδήσεις.

Από τη σκοπιά του χρήστη, η αλλαγή σημαίνει ότι το Facebook θα είναι ένα ακόμα καλύτερο μέρος για να συζητήσετε τις ιστορίες για τις οποίες οι φίλοι σας έχουν ήδη συζητήσει. Το Facebook επίσης θα δώσει προτεραιότητα στις δημοσιεύσεις των φίλων σας που επικοινωνήτε περισσότερο.

Αν αυτό σας ακούγεται όπως ακριβώς νομίζατε ότι το News Feed ήδη δουλεύει, έχετε δίκιο! Και η επερχόμενη αλλαγή φαίνεται να ενισχύει αυτή τη φιλοσοφία, και είναι μια ευκαιρία για το Facebook να δηλώσει ξεκάθαρα τα “News Feed values” της στην πρόσφατη διαμάχη όπου υποστηρίχτηκε ότι σίγησαν κάποιες συντηρητικές φωνές σε αντίθεση με τις φιλελεύθερες, για το πώς το Facebook επιμελείται τα Trending Topics του.

Σε δήλωσή του, ο Mosseri λέει ότι το Facebook στο News Feed «δεν ευνοεί συγκεκριμένες πηγές - ή ιδέες».

Η αλλαγή έχει ως στόχο να εξυπηρετήσει αυτό το σκοπό ακόμα καλύτερα, προσφέροντας περισσότερες από τις ιστορίες που ο καθένας από τους 1,6 δις χρήστες του θέλουν να δουν και φυσικά, ενθαρρύνοντας τους να περνούν περισσότερο χρόνο στο Facebook. Το πώς ακριβώς αυτό θα επηρεάσει τα εμπορικά brands και τους εκδότες δεν είναι ακόμη πλήρως σαφές, αλλά γι' αυτούς, ένα πράγμα σίγουρα δεν έχει αλλάξει: Όταν πρόκειται για το περιεχόμενο, το Facebook Share είναι ο βασιλιάς.

Πηγή: www.secnews.gr