

Popularitet af opslagstyper på Facebook.	Ansvarlig	kihk
	Oprettet	17-10-2017
Projekt: [3901, Vidensformidling, der giver effekt hos den økolo-	Side	1 af 3

Hvilke typer af Facebook opslag synes brugerne af SEGES Økologi bedst om?

Denne undersøgelse er udarbejdet som en opfølgning på spørgeskemaundersøgelsen, der blev udsendt i maj 2017

Link til tidligere undersøgelse: <http://www.survey-xact.dk/report/shared/9f36ace1-eed6-4daf-9811-33f172d1efbc>

Denne 2. runde af undersøgelsen vil forsøge at belyse hvilken type af opslag brugeren på Facebooksiden "SEGES Økologi" finder mest tilbøjelige at interagere med. Disse fund kan efterfølgende bruges aktivt på Facebooksiden, for at skabe mere debat. Denne undersøgelse er foretaget i stedet for de ellers planlagte interviews, da projektet fandt det mere relevant, at kunne synliggøre forskellige typer Facebook-opslag for respondenterne via billeder og tilhørende skriftlige spørgsmål end at stille spørgsmålene mundligt.

Der er til undersøgelsen forfattet fire forskellige versioner af en historie som blev publiceret i foråret 2017 på SEGES Økologis Facebook side. Disse versioner søger på hver deres måde at øge brugerinddragelsen på Facebooksiden.

Undersøgelsen blev foretaget i perioden 30/8-15/9 2017, og er blevet udsendt til 750 respondenter. Respondenterne er alle abonnenter af Landbrugsinfo nyhedsbrevet med interesse i emnet "Økologi".

Af de 750 mulige respondenter har 24 fuldført spørgeskemaet, og 2 har delvist gennemført besvarelser. Disse 26 besvarelser er under den ideelle mængde svar, men der vurderes dog at disse stadigvæk kan give et fyldestgørende indblik i opslagstypernes popularitet.

Link til undersøgelse: <http://www.survey-xact.dk/report/shared/770997ae-e580-43dc-8a01-9af7e57a2b58>

Alle respondenter er ved starten af undersøgelsen blevet gjort opmærksomme på undersøgelsens omfang, således at hver version ikke sammenholdes med andre versioner før det afsluttende spørgsmål. Ligeledes tydeliggøres det også for respondenterne, at deres vurdering og respons skal foregå på baggrund af opslagstypen og ikke indholdet i det konkrete eksempel. Dette sikrer en individuel vurdering af de enkelte opslagstyper.

Det originale opslag

Kort introducerende tekst til efterfølgende video, med fangende første linje. "TIPS TIL AT NÅ 3 TONS PR. HA". Videoen forklarer herefter hvordan Hans Sørensen regner med at opnå de lovede 3 tons raps pr. Ha.

Dette originale opslag forsøger at formidle viden gennem den vedhæftede video og ikke at inddrage brugerne på nogen måde.

Der er valgt at tage udgangspunkt i dette opslag, da det nåede et højt antal visninger og stor interesse blandt brugerne på Facebook siden.



Find de forkerte tips

Denne version forsøger at frembringe opslagens budskab ved at udfordre læseren til at identificere de korrekte eller forkerte tips omkring et givent emne (i dette tilfælde skal brugeren finde de forkerte tips). Udfordringen skal ikke være vanskelig, men blot fungere som blikfang, samt hjælpe læseren til at huske opslaget og dets indhold. De forkerte tips, er i dette tilfælde karikeret og fremhævet grafisk. Denne type opslag indikerer ligesom det originale ikke at brugeren skal tilkendegive sin holdning ved at skrive et svar eller tage personer. Dog bliver opslaget stillet som et spørgsmål, hvilket i mange tilfælde vil kunne få brugeren til at notere sit svar i kommentarfeltet. 58 % af respondenterne svarer i denne undersøgelse at de mener det er usandsynligt eller meget usandsynligt at de ville kommentere på et opslag som dette. Endvidere svarer flere af respondenterne i det tilhørende kommentarfelt at de synes idéen omkring opslagstypen er god, men at indholdet i dette tilfælde ikke er seriøst nok.

Tag en ven

Denne version forsøger at få læseren til at tage sine kollegaer eller venner, og på denne måde give dem en ros. Opslagstypen differentierer sig ikke voldsomt fra det originale opslag, bortset fra den øverste linje i opslagsteksten.

At få læserne til at "tage" deres venner og sprede budskabet omkring det enkelte opslag, hjælper til øget opmærksomhed omkring Facebooksiden som kan munde ud i nye følgere.

Af undersøgelsen ses det at brugerne er positivt stemt overfor denne type opslag. 32 % siger at det er "lidt sandsynligt" at de ville tage deres venner i et opslag som dette, og 16 % siger at det er "Meget Sandsynligt" at de ville interagere med opslag af denne type.

Af kommentarerne til spørgsmålet ses det dog at flere ikke bryder sig om idéen om at blive tagget i opslag de ikke kender indholdet af. Flere nævner at de ville have det skidt med at blive tagget i et opslag de selv finder "dumt" eller "uklogt".

Derimod nævner flere også at de synes godt om idéen med at "rose" sine kollegaer ved at nævne dem i opslag af denne type.

Del dine tips i kommentarfeltet

Denne version søger at opnå vidensdeling gennem det tilhørende kommentarfeltet på opslaget. Igen differentierer denne sig ikke voldsomt fra det originale opslag. Den eneste forskel mellem de to, er at brugeren i slutningen af opslagsteksten opfordres til at dele deres personlige tips omkring det specifikke emne opslaget handler om. Denne indsættes i slutningen af teksten, da læseren først og fremmest skal opnå indsigt i opslaget indhold, før de kan tage stilling til, hvorvidt de vil dele deres ud a deres personlige viden.

undersøgelsen viser at 59 % af respondenterne finder det enten Meget sandsynligt eller lidt sandsynligt at den vil deltage i vidensdeling på Facebook, hvorimod kun 16 % siger at de finder det enten usandsynligt eller meget usandsynligt.



I tilknyttede kommentarfeltet til spørgsmål i undersøgelsen ses det også, at vidensdeling på sociale medier er noget respondenterne brugerne er positivt indstillede omkring. Flere nævner at de i mange tilfælde bruger Facebook til at til opná ny viden, ved at læse og deltage i debatter/kommentarspor. Endvidere nævnes der også, at man som landmand ofte er meget stolt over sine succeser, og derfor gerne vil dele sine tips/historier med andre. Et kommentarspor på et opslag af denne type, kunne være et godt sted at dele disse. En kommentar nævner at hvis der er knyttet en video til opslaget, vil denne skulle ses før han/hun kan tage stilling til om der skal kommenteres og deles.



Afstemning

Denne type opslag simplificerer indholdet fra det originale opslag, og skal mere ses som et supplerende opslag til sjove/komplekse emner, eller emner der meget tidsbestemte.

Opslaget taget form som en afstemning, hvor læserne afgiver deres stemme ved hjælp af "like" funktionen på Facebook.

undersøgelsen viser at 25 % vil være lidt tilbøjelige til at afgive en stemme, mens 33 % mener at det vil være meget sandsynligt at de afgav en stemme i et opslag af denne type.

25 % siger at det ville være meget Usandsynligt at de stemte i en opslagstype som denne.

Respondenterne svarer at opslagstypen fungerer godt, fordi det er så nemt at "stemme", da det blot handler om ét klik, og at opslag derfor nok vil modtage meget interesse.

En kalder det en "popsmart" metode som ikke signalerer faglighed, men alligevel fungerer godt som en måde at interagere med brugerne.



Hvilken af de 5 opslagstyper fungerer bedst?

Der er store uenigheder blandt respondenterne, når de spørges hvilken opslagstype de synes er bedst. 21 % siger det originale opslag, 4 % find fejlen, 21 % "Tag en ven", 21 % "har du et godt tip", 21 % afstemning og 13 % "ved ikke".

Endvidere kan den store uenighed i svarene også skyldes der lave svarrate i undersøgelsen.