

Do analiz javnega mnenja tudi z meritvami objav na družbenih omrežjih

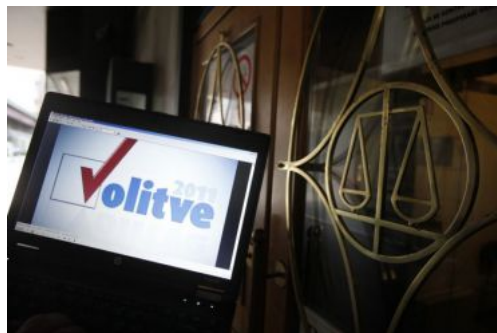
Znanost in tehnologije - ponedeljek, 08.10.2012 17:34

Tekst: (sta)

Všeč mi je 0

0

LJUBLJANA - Kampanjo za predsedniške volitve bo po novem mogoče spremljati tudi skozi objave na družbenih omrežjih. Novo analitično platformo, ki omogoča merjenje tako kvantitativnega kot čustvenega odziva uporabnikov spletnih omrežij na dejanja predsedniških kandidatov, je danes predstavilo Podjetje Gama System v sodelovanju z družbo Kline & Partner.



(Foto: Luka Cjuha)

Sprejemljivost posameznih akcij kandidata

Pri predsedniških volitvah sicer aplikacija izkazuje predvsem sprejemljivost posameznih akcij kandidata. Z njo zaznavajo, koliko ljudi je spremljalo dogodek kandidata ali govorilo o njem in tudi, ali so dogodek pozitivno ali negativno sprejeli. To lahko merijo celo na minutnem nivoju, je na novinarski konferenci pojasnil tehnični direktor podjetja Gama System **Matevž Gačnik**.

Tako imenovani politični indeks, ki je izračunan na podlagi absolutne razlike med številom pozitivnih in negativnih sentimentov zaznanih v javnem mnenju, je denimo danes opoldne pri **Borutu Pahorju** dosegal vrednost 112, pri **Danilu Türku** 24, pri **Milanu Zveru** pa 9.

Z novim analitičnim orodjem so denimo tudi ugotovili, da se je nastop Boruta Pahorja v oddaji Hrvaške televizije V nedeljo ob 2h konec tedna pozitivno odražal na družbenih omrežjih, več pa je bilo po sobotnem vseslovenskem zborovanju v Mariboru tudi zapisov o Milanu Zveru. Medtem pa se zapisi o Danilu Türku na družbenih omrežjih pojavljajo v enaki meri in konstantno.

Prikazane vrednosti ne napovedujejo volilnega rezultata

Po besedah Gačnika sicer prikazane vrednosti ne napovedujejo volilnega rezultata. Iz meritev v daljšem časovnem obdobju pa bo mogoče sklepati tudi verjeten rezultat volitev. Direktor podjetja Kline & Partner **Miro Kline** je prepričan, da so te meritve zelo podobne anketam javnega mnenja oziroma celo bolj natančne. Ne temeljijo namreč na vzorcu v anketi, temveč na celotni populaciji, ki se opredeljuje na družbenem spletnem omrežju, je poudaril.

Nova platforma namreč omogoča pridobivanje izbranih podatkov, ki so uporabni za analize javnega mnenja. "Razvili smo rešitev, ki poslušša vse, kar se dogaja v družbenih omrežjih in to tudi analizira," je na novinarski konferenci pojasnil Gačnik.

Rešitev omogoča analiziranje pojavnosti, dosega, segmentacijo uporabnikov, frekvenčno analizo uporabljenih besed ali besednih zvez, ugotavljanje sentimenta, identifikacijo pomembnih vsebin in druge analize za iskane kriterije naročnikov analitične platforme. Po besedah Gačnika gre za meritve najbolj uporabljenih besed in za meritve čustvenega odziva široke populacije na določen dogodek.

Uporabniki odražajo tako lastno mnenje, kot mnenje okolice in skupine, v kateri živijo

Socialna omrežja sicer uporablja v večini mlajša generacija, manj pa starejši, zato se pojavlja vprašanje, kako meritve zajamejo starejšo populacijo. Kline ocenjuje, da uporabniki socialnih omrežij ne odražajo le svojega mnenja, temveč mnenje okolja oz. skupine, v kateri živijo. So nekakšni reprezentanti svojega okolja, je dejal.

Kot je pojasnil Gačnik, podjetje spremlja meritve za številne dogodke in pojave. Opravljajo na primer določene meritve za medijske hiše in podjetja, spremljajo pa tudi odziv na vremenske in sociološke pojave.

Podjetje medijem ne bo pošiljalo svojih meritev, ker izdelek dajejo na trg. Spremljanje odzivov ob predsedniških volitvah je sicer na voljo na njihovi posebni spletni strani.

Všeč mi je

Postani prvi od prijateljev, ki mu je to všeč.

0

Prijavite napako v članku