

NEDEN:

- * Ülkemizde İnternete erişimi olan hane sayısı %49.1'dir.
- * Her on kişiden dördü düzenli olarak internet kullanmaktadır.
- * İnternet kullanan dört kişiden üçü online haber gazete ve dergi okumaktadır.

Bu verilerin ardından, günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin siyasal iletişimde kullanılması kaçınılmazdır. Bu alandaki nitelikli çalışmaların desteklenmesi ve siyasal iletişimde Sosyal Medyanın kullanımının bu çalışmalar bağlamında ele alınması, bu alandaki niteliği arttıracaklarını düşünüyoruz.



Yapacağımız bu çalışma siyasal iletişimde Sosyal Medyada yaşanan gelişmelere ışık tutması ve bu alanda gelecekte yapılacak çalışmalara kılavuzluk etmesi bakımından çok büyük önem taşımaktadır.



VERİ:

Meclisteki 4 büyük partinin;

- Facebook ve Twitter'da yapılan güncelleme niceliği.
- Yapılan Sosyal Medya Kampanyaları.
- Güncellemelere/Kampanyalara kullanıcının geri dönüşü.
- İlgili oranları (Like, Retweet vs.)
- Sosyal Medya için ayrılan bütçe ve bu bütçenin kullanımı



AMAÇ:

Havuzda toplayacağımız verilerin ardından ise;

- Siyasi partilerin yerel seçimler için ayırdıkları Sosyal Medya bütçeleri ile yaptıkları çalışmaların ilgi/etkileşim ölçümlemesi
- Hangi partinin Sosyal Medyayı en etkin kullandığı
- Yapılan paylaşımlarda en çok hangi söylemlerin(kelimelerin) öne çıktığının sonuçlarına ulaşılması amaçlanmaktadır.

