

Sociale media- analyses van vijf kritieke momenten



In de kennispublicatie 'Sociale media-analyses van vijf kritieke momenten' staan vijf gebeurtenissen centraal: de hevige explosie bij Shell Moerdijk (3 juni 2014), het noodweer tijdens het Limburgse Pinkpop (9 juni 2014), de huisvesting van pedoseksueel en voormalig zwemleraar Benno L. in Leiden (februari 2014), de huisvesting van moordenaar Volkert van der G. in Apeldoorn (juni 2014) en de huisvesting van pedoseksueel Sytze van der V. in Amersfoort (juni/juli 2014).

Uit de analyses komen de volgende aandachtspunten naar voren.

1. Kort na aanvang van een incident (het eerste uur) volgen op sociale media vaak reacties waarin mensen hun eigen conclusies trekken over de oorzaak of de gevolgen van het incident. De eigen aannames en ook het niet beantwoorden aan verwachtingen (denk aan het afgaan van de sirene of het uitsturen van een NL-Alert) leiden vaak tot klachten of uitingen van bezorgdheid. Ook kan een gebrek aan informatie de weg vrijmaken voor geruchten. De omgevingsanalist zal hierop alert moeten zijn. De communicatie vanuit de betrokken organisaties kan dan vanaf het begin hierop inspelen en het publiek meenemen in de nieuwsvoorziening, bijvoorbeeld door het geven van procesinformatie.

Noot

Reageren op emoties via sociale media is lastig. De kans bestaat dat een bericht niet op zijn waarde wordt geschat en geforceerd overkomt. Sociale media kunnen uiteraard worden ingezet voor informatieverstrekking en het rechtzetten van feitelijke onjuistheden. Begrip tonen voor emoties komt meestal krachtiger over als dat offline gebeurt, omdat ook non-verbale communicatie daarbij een rol speelt.

De precieze samenstelling van deelnemers aan het online gesprek is niet altijd duidelijk. Aanjagers van discussies hoeven niet de direct betrokkenen te zijn. Ook kunnen direct betrokkenen en naasten op afstand de situatie anders ervaren, zo bleek bijvoorbeeld tijdens Pinkpop 2014. En naast burgers laten ook professionals en hulpverleners van zich horen.

Wat bij een omgevingsanalyse kan helpen, is het van te voren aanleggen van twitterlijsten op doelgroep. Ten tijde van een incident kan dan snel een selectie worden gemaakt als dat nodig is.

Voorbeeld twitterlijst

- > P2000
- > Journalisten/media-accounts
- > Burgers (op gemeente-, plaats- of wijkniveau)
- > Crisisprofessionals
- > (Amateur)hulpverleners
- > Politici/beleidsmakers

2. Sociale media hebben een signalerende en oriënterende waarde. Het online gesprek lijkt vaak kritischer dan de algemene publieke opinie. Veel klachten betekent niet per definitie een negatieve publieke opinie, maar het is wel een signaal. Het is daarom goed vooraf te bepalen welke emoties je wilt monitoren. Deze kunnen dan worden getagd (gecategoriseerd), waardoor ontwikkelingen op sociale media zichtbaar worden gemaakt en snel conclusies getrokken kunnen worden. De manier waarop gemonitord wordt, is altijd afhankelijk van het doel.

Voorbeeld taggen bij monitoren van maatschappelijke onrust

- > Thema: welke thema's en vragen zijn dominant en op welk moment?
- > Signalen: denk aan protest, bedreigingen, geruchten, klachten.
- > Emotie: welke specifieke emoties leven er en hoe ontwikkelen sentimenten zich in de tijd? Relevante emoties zijn volgens onderzoek in ieder geval: boosheid, angst, minachting, walging en wrok. Daarnaast kunnen emoties als tevredenheid en medeleven getagd worden. Het interpreteren van sarcasme of humor in online conversaties en deze onderscheiden van serieuze informatie kan lastig zijn. Grappen kunnen een indicatie zijn dat mensen de situatie niet zo ernstig inschatten.

Het is aan te raden om op meerdere onderdelen te monitoren, zodat na afloop ook combinaties kunnen worden gemaakt bijvoorbeeld van thema en emotie. Let wel: om de juiste informatie te verzamelen, zijn goede zoektermen noodzakelijk.

Noot

Soms is het aantal berichten te beperkt om conclusies te kunnen trekken, soms zijn de resultaten uit een analyse niet fijnmazig genoeg. Het is altijd goed om ter plaatse het sentiment te peilen. Online kunnen andere gevoels spelen dan offline.

3. Zoeken op dominante woorden is een mooi begin, maar zegt niet alles.
 - › Maak vooraf een inschatting welke sociale mediabronnen gebruikt zullen worden om ervaringen te delen.
 - › Kijk ook - op basis van geo-informatie - naar berichten die afkomstig zijn van de locatie van het incident.
 - › Kijk naar berichten die direct aan de organisatie of hulpdiensten worden gericht; vaak worden daarin niet de standaard zoekwoorden gebruikt.
 - › Houd er rekening mee dat er vaak spelfouten in berichten voorkomen, zoals 'communicasie' in plaats van communicatie en 'nuclair' in plaats van nucleair. Houd ook rekening met spreektaal. Mensen zoeken bijvoorbeeld op beving in plaats van aardbeving.
 - › Daarnaast zit er ruis in de woorden die je wilt monitoren, denk bijvoorbeeld aan brand: je hebt Brand bier en Brand is ook een gehucht in Noord-Brabant. Relevant hierbij is de vraag of je door ruis significante informatie mist. Vaak zal dit wel meevallen. Is de reden van de ruis te achterhalen, dan is deze ook eenvoudig weg te filteren door bepaalde woorden of woordcombinaties uit te sluiten.

4. Beelden kunnen de beeldvorming sterk beïnvloeden. Bij een zichtbare calamiteit, zoals de brand bij Moerdijk, het noodweer op Pinkpop (donkere wolken), ligt het voor de hand dat er veel beelden gedeeld worden (foto's, video's, screenshots). Op die momenten kunnen ook andere sociale netwerken als Instagram, YouTube en Pinterest van grote invloed zijn. Daarnaast kunnen zogenaamde 'trollen' actief zijn, die met Photoshop bewerkte beelden of een uit de context getrokken afbeelding, geruchten kunnen uitlokken of verspreiden. Ook bij beelden moet dus de betrouwbaarheid gecheckt worden.

5. Communicatie via traditionele media heeft vaak een uitwerking op sociale media, en andersom. Veel journalisten gebruiken sociale media als bron voor hun nieuwsvoorziening. Het zijn dus geen aparte werelden.

De gehele kennispublicatie 'Sociale media-analyses van vijf kritieke momenten', waar deze factsheet op gebaseerd is, kunt u downloaden op bit.ly/1DOTMX9