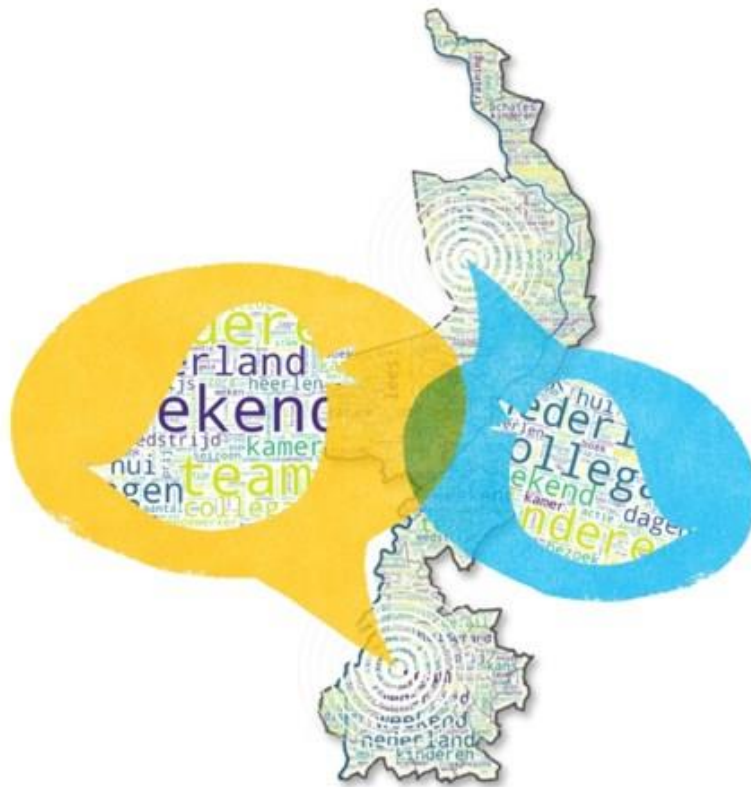


Wie sjoen os Twitter is

19-09-2019 om 19:00 door Benti Banach



Afbeelding: Getty Images/iStockphoto (bewerking De Limburger)

De provincie vroeg de Universiteit Maastricht of haar beleid de bevolking bezighoudt. Dat is zo, blijkt uit onderzoek, maar veel aardiger is dat we nu weten waar Limburgers over twitteren.

Wat zijn Limburgers toch gewone mensen. Die conclusie dringt zich op als we zien welke woorden Limburgers het meest twitteren: *kinderen*, *weekend* en *team*. Ook de andere onderwerpen in de top 10 geven allesbehalve het beeld van een afvallige provincie: *Nederland*, *dagen*, *collega*, *werk* en *huis*.

Een stuk regionaler zijn de officiële Twitteraccounts waar Limburgse twitteraars naar verwijzen in hun tweets. Het meest genoemde Twitteraccount is dat van Fortuna Sittard, gevolgd door die van de bierbeoordelaar Untappd. Daarna komen het account van de provincie zelf en diverse media, zoals *De Limburger*, NOS en NU.nl.

Gedeputeerde

Waarom danken we deze kennis? Toen D66 nog deel uitmaakte van Gedeputeerde Staten, stond de digitale samenleving hoog op de provinciale agenda. Toenmalig gedeputeerde Hans Teunissen wilde weten wat digitalisering betekent voor Limburg, wat we ermee kunnen en moeten.

Een van de vragen die de provincie beantwoord wilde zien is: 'zijn de Limburgers bezig met de thema's die de provincie belangrijk vindt?' Die vraag werd neergelegd bij dataonderzoekers van de economische faculteit van de Universiteit Maastricht.

Die hebben ervoor gekozen om naar het Twittergedrag van de bevolking te kijken. Twitter, is dat niet passé? Het medium heeft na een hoogtepunt begin 2012 inderdaad een forse terugloop gekend. Maar eind 2018 heeft het aantal tweets een nieuwe piek bereikt en blijkt twitteren nog lang niet dood te zijn. Ook in Limburg lijkt Twitter bezig aan een comeback, laat de studie van de UM zien.

Instagram

Waarom Twitter en niet een ander sociaal medium? „Omdat Twitter vooral gebruikt wordt door mensen om in het openbaar ergens op te reageren”, zegt projectleider en dataonderzoeker Giulia Piccillo van de Universiteit Maastricht. „Je kunt de publieke onderwerpen zien die mensen bezighouden. Facebook en Instagram worden daarentegen vooral gebruikt voor privé zaken en foto's. Mensen vertellen over hun vakanties, wat ze in hun vrije tijd doen.”

Zijn twitterende Limburgers representatief voor de Limburgse bevolking? Piccillo: „Dat weten we niet. Daarom is het niet mogelijk om op grond van de Limburgse twitteraars uitspraken te doen over heel Limburg. Dit is één manier, en een relatief makkelijke manier, om te achterhalen waar mensen mee bezig zijn. Je kunt ook mensen bevragen op openbare bijeenkomsten. Maar ook dan zit je met de vraag of het representatief is.”

Terug naar de resultaten. De onderzoekers hebben ruim 82.000 gebruikers met een Twitteraccount getraceerd die Limburg in hun profiel noemen. In totaal had het onderzoeksteam de beschikking over ruim een half miljoen tweets en doorgeleide tweets, de zogeheten retweets.

Uitschieters

De provincie is met name geïnteresseerd in tweets over haar belangrijkste beleidsthema's welzijn, onderwijs, stedelijke ontwikkeling en mobiliteit, klimaat en energie, economie en provinciale organisatie. Piccillo: „De vraag is of de mensen bij de provincie in een bubbel zitten en vooral met elkaar hierover praten. Als we één conclusie mogen trekken, dan is het dat deze beleidsterreinen burgers bezighouden. Telkens gaat minimaal 1 procent, maar soms tot 20 procent van alle tweets in een van de Limburgse regio's over een van deze beleidsterreinen.”

Uiteraard zijn 'provinciale organisatie' en 'welzijn' niet de populairste thema's op Twitter. Piccillo vindt de uitschieters en de verschillen tussen diverse regio's veel aardiger, ofschoon die voor de provincie minder relevant zijn. Zo komen in Venlo bovengemiddeld veel meteorologische termen terug. Niet gek, daar zit een weerstation dat heel veel twittert.

In Maastricht valt het grote aantal verwijzingen naar Disneyland Parijs op. Dat ligt volgens de UM aan bedrijven die Disney-tickets hadden uitgelooft aan mensen die de naam van het bedrijf zouden retweeten. In Weert was dankzij een lokale duurzaamheidsexpert opeens het klimaat erg actueel onder twitteraars. Ook niet verrassend: in het Heuvelland viel het woord 'weekend' sterk op.

Top2000

Tot slot hebben de onderzoekers gekeken naar de meest gebruikte #hashtags. Bovenaan staat #top2000. Het onderzoek vond plaats in de laatste maanden van 2018 tot en met februari dit jaar. Ook daarin voegt Limburg zich naar de rest van het land.

De provincie benadrukt het experimentele en wetenschappelijke karakter van het onderzoek. Wat er verder mee gebeurt? „Het onderzoek is afgerond en speelde in de vorige provinciale bestuursperiode”, laat de provinciewoordvoerder weten. D66'er Hans Teunissen is inmiddels lid van de oppositie. „Jammer”, zegt hij, „dat er nu geen enkele gedeputeerde de digitale agenda in zijn portefeuille heeft. De digitale ontwikkeling gaat zo snel dat je ervoor moet zorgen dat Limburg

voorop loopt. Dat vereist een alerte overheid. Het ziet er niet naar uit dat er nog iets mee gebeurt. Mensen die bij de digitale agenda betrokken waren, maken zich zorgen over de voortgang.”

De meest voorkomende woorden in Limburgse tweets per regio:

Weert: vacature, vraagprijs

Venray: regio

Venlo: temperatuur

Roermond, vraagprijs

Sittard: vraagprijs

Heerlen: prijs, merk

Maastricht: collega, disney, Paris

Heuvelland: weekend, Nederland