

## Onderzoeksanpak The Next Level

Bijgewerkt: december 2015

### Probleemstelling en onderzoeksvragen

Het werkveld vraagt om op maat van de praktijk gesneden kennis en tools om crisis beïnvloed door sociale media te kunnen duiden en sturen. Die kennis en tools moeten hen in staat stellen om zowel in een vroegtijdig, acuut stadium als post-stadium analyses te maken en te anticiperen op tekenen in sociale media die wijzen op maatschappelijke onrust en (potentiële) escalatie. Op basis van deze behoefte, is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

#### ***Hoe kan bij crises beïnvloed door sociale media effectief vorm worden gegeven aan crisiscommunicatie en crisismangement?***

Vanuit deze overkoepelende onderzoeksvraag, zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

- 1. Wat zijn de belangrijkste communicatiedilemma's van communicatieprofessionals bij crises beïnvloed door sociale media?*
- 2. Welke discursieve activiteiten van sprekers op sociale media spelen bij deze communicatiedilemma's een belangrijke rol? En welke gespreksstrategieën worden hierbij ingezet?*
- 3. Hoe kunnen opgedane kennis en inzichten (met betrekking tot de communicatiedilemma's van professionals en interacties op sociale media) worden vertaald naar kansrijke digitale of fysieke producten en diensten die bijdragen aan adequate besluitvorming van communicatie- en veiligheidsadviseurs?*

### Onderzoeksanpak: werken vanuit 3 disciplines

The Next Level richt zich op de vraag hoe communicatie- en veiligheidsadviseurs om kunnen gaan met crises die worden beïnvloed door sociale media. Het beantwoorden van deze vraag is een interdisciplinaire uitdaging, waarbij in dit onderzoek inzichten uit de domeinen crisismangement en crisiscommunicatie worden samengebracht. Voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag worden in dit onderzoek vier specifieke crisis cases onderzocht.

**De cases:**

1. De aardgasbevingen in Groningen
2. De vermissingszaak van Ruben en Julian in 2013
3. De overval op juwelier Goldies in Deurne in 2014
4. De Eindhovense Kopschoppers in 2013

Het onderzoek wordt uitgevoerd vanuit twee methodische perspectieven: het context-perspectief (primair vanuit crisismanagement) en het interactionele perspectief (recentelijk vaker toegepast binnen onderzoek naar crisiscommunicatie). Online gespreks- en beeldmateriaal met betrekking tot deze casussen, met name interacties op sociale media, vormen een belangrijke bron van data voor dit onderzoek. Vanwege de enorme hoeveelheden en omvang van gesprekken die online gevoerd worden en het feit dat niet alle data (even gemakkelijk) toegankelijk is, is het ophalen en duiden van relevante data een grote uitdaging. Automatische middelen en kwantitatieve analyses kunnen hierbij helpen. In The Next Level wordt daarom samengewerkt met een derde discipline: die van online data-verzameling. Hieronder zetten we uiteen wat de rol en focus is van elk van de takken in het onderzoek, alsook hoe deze met elkaar verbonden zijn.

Hieronder bespreken we de aanpak om te komen tot antwoorden op deelvragen 1 en 2. Naar aanleiding van de opbrengst wordt bepaald hoe de belangrijkste inzichten uit het onderzoek kunnen worden vertaald naar concrete producten en diensten die bijdragen aan adequate besluitvorming van communicatie- en veiligheidsadviseurs (deelvraag 3).

***Online data-verzameling en eerste duiding***

Voor de analyse van de gekozen casussen, is het nodig om toegang te krijgen tot de discussies die over de betreffende crisissituaties op sociale media zijn gevoerd. Het is belangrijk de juiste data te verzamelen, en deze te kunnen duiden. Hiertoe werken we in dit onderzoek samen met informatieanalisten. Het onderzoeksteam vraagt hen een uitgebreide zoekopdracht uit te voeren naar online interacties met betrekking tot een bepaalde crisissituatie, voor een vastgestelde periode. Daarbij is het noodzakelijk dat de opbrengst door de informatieanalisten in kaart wordt gebracht in de vorm van een tijdlijn, waarin bovendien de 'pieken' in de sociale media berichtgeving worden geduid. Met andere woorden: wat zijn de gebeurtenissen/ontwikkelingen/feiten die aanleiding hebben gegeven tot het hoge aantal reacties/interacties op sociale media (*waarover* wordt er gepraat)? Het doel van deze stap, de zogenoemde longitudinale analyse, is te komen tot een zo veel mogelijk objectieve initiële weergave van de belangrijke ontwikkelingen in het gesprek dat online wordt gevoerd.

### ***Het contextperspectief***

Deze initiële weergave van het online gesprek vormt het startpunt voor verder onderzoek vanuit het contextperspectief, dat erop is gericht de spelers die bij de crisis zijn betrokken en het geheel aan omstandigheden en gebeurtenissen (voorgeschiedenis, crisissituatie, handelen) nauwkeurig in kaart te brengen. Daarbij gaat de aandacht uit naar het identificeren van belangrijke (communicatie)dilemma's van crisiscommunicatieprofessionals (deelvraag 1). Vragen die daartoe in dit deel van het onderzoek worden beantwoord richten zich enerzijds op de betrokken actoren. Wat is hun achtergrond? Waarom zijn ze betrokken? Wat doen ze? Waarom doen ze dit? Hoe gebruik(t)en ze sociale media? Ook wordt antwoord gegeven op vragen die van toepassing zijn op de omstandigheden en gebeurtenissen die hebben plaatsgevonden, bijvoorbeeld: welke onzekerheden, onvoorspelbaarheden, feiten, waarnemingen, uitingen, visies speelden bij deze crisis een rol? Om deze vragen te beantwoorden wordt deskresearch (o.a. aan de hand van evaluatierapporten) uitgevoerd, en worden interviews gehouden met bij de crisis betrokken professionals.

### ***Het interactionele perspectief***

Van drie van de vier casussen wordt in dit project de verzamelde online data bestudeerd vanuit een interactioneel perspectief. Dit gebeurt door middel van een zogenoemde discoursanalyse. Deze analyse heeft tot doel inzicht te verwerven in het interactionele handelen van belangrijke actoren/groepen op sociale media en zo meer begrip te krijgen van de dynamiek van online interacties met betrekking tot crises. Daarbij wordt gekeken naar specifieke fenomenen (discursieve activiteiten), zoals bijvoorbeeld geruchtvorming, die een rol spelen bij de belangrijke communicatiedilemma's van crisiscommunicatieprofessionals.

De discoursanalyses van de online data bij de cases richten zich op de vraag welke gespreksstrategieën sprekers op sociale media gebruiken in het kader van een specifieke discursieve activiteit (deelvraag 2). Er wordt met andere woorden bestudeerd *hoe* mensen bepaalde zaken verwoorden en wat daarmee (bewust of onbewust) wordt bereikt.

Voor de discoursanalyse wordt samen met de informatiespecialist een selectie gemaakt van relevante sociale media berichten.