

## PEILINGPRAKTIJEN

### Een Twitter-peiling? Doe maar niet!

Het is mogelijk om met Twitter een kleine opiniepeiling uit te voeren. Dat lijkt een interessante mogelijkheid om goedkoop, snel en eenvoudig gegevens te verzamelen en zo onderzoek te doen. Zo'n Twitter-peiling heeft echter nogal wat methodologische tekortkomingen. Daarom is het beter om dit soort-peilingen te vermijden. Helaas kom je ze toch nog regelmatig tegen. Een voorbeeld is een peiling van de provincie Zuid-Holland die op zondag 13 juni 2021 op Twitter verscheen (figuur 1). Deze peiling had maar één vraag. Je moest reageren op de stelling 'Ik blijf vaker thuiswerken, ook als dit niet meer hoeft'. En er waren twee mogelijke antwoorden: 'Eens' en 'Oneens'. Op het moment van bekijken van deze peiling hadden 42 personen de vraag beantwoord. De peiling bleef kennelijk nog een dag zichtbaar op Twitter ('1 dag resterend').

#### Tekortkomingen

Een Twitter-peiling heeft een aantal ernstige beperkingen.

##### SLECHTS ÉÉN VRAAG

In de eerste plaats kun je maar één vraag stellen. Daarmee is het wel een heel korte peiling. Je kunt wel meer vragen stellen maar dat moet je dan doen in een reeks opeenvolgende losse tweets. Je hebt dan geen controle over de volgorde van het beantwoorden van de vragen. Verder kun je vragen overslaan. En je kunt ook geen samenhang tussen de antwoorden op verschillende vragen onderzoeken. De Twitter-peiling van de Provincie-Zuid-Holland had inderdaad maar één vraag.

##### TE KORTE TEKSTEN

Een tweede tekortkoming is dat de tekst van de vraag niet langer mag zijn dan 280 tekens. Dat kan te weinig zijn voor wat langere vragen of toelichtende teksten. En de tekst van de antwoordmogelijkheden mag niet langer zijn dan 25 tekens. Dat is in veel gevallen te weinig. De beperkte beschikbare ruimte was voor de peiling van de Provincie-Zuid-Holland wel voldoende.



Figuur 1. De Twitter-peiling van de provincie Zuid-Holland, 13 juni 2021

##### ALLEEN EEN GESLOTEN VRAAG

Een derde tekortkoming is dat je alleen maar een gesloten vraag met maximaal vier mogelijke antwoorden kunt stellen. Gesloten vragen kunnen natuurlijk veel meer antwoordmogelijkheden hebben. Denk maar eens aan een vraag naar politieke voorkeur. De respondenten moeten dan kunnen kiezen uit een reeks politieke partijen. En dat zijn er meestal veel meer dan vier. En er zijn ook nog andere typen vragen, zoals de open vraag ('Wat voor soort werk doet u?'), de numerieke vraag ('Hoe oud bent u?') en de gesloten vraag met meer dan één antwoord ('Welke kranten leest u?'). Dat kan allemaal niet in een Twitter-peiling. De vraag van de Twitter-peiling van de provincie Zuid-Holland had gelukkig maar twee mogelijke antwoorden, al kun je je afvragen of nog niet een derde mogelijkheid had moeten zijn ('Ik weet het nog niet').

##### ONDUIDELIJKE DOELGROEP

Een vierde tekortkoming van een Twitter-peiling is dat je niet een geschikte doelgroep voor je peiling kunt kiezen. Alleen je volgers op Twitter zien je peiling. Weliswaar kunnen ook andere twitteraars bij de betreffende tweet terecht komen, maar dan moeten ze die wel bewust opzoeken, bijvoorbeeld via een hashtag. Welke doelgroep ben je zo aan het onderzoeken? Is dat een interessante doelgroep? Waarschijnlijk niet. Wat nu als je de vraag wilt voorleggen aan alle Nederlanders, of alle leraren, of alle politieagenten, of alle mensen in de zorg? Dit is niet mogelijk. De vraag zal dus steeds weer zijn: voor welke doelgroep is de Twitter-peiling nu eigenlijk representatief?

Ook bij de Twitter-peiling van de Provincie Zuid-Holland was de doelgroep niet duidelijk aangegeven. Ging het om alle Nederlanders? Of alle Nederlanders met een baan? Of alle Nederlanders van 18 jaar en ouder? Of alle Zuid-Hollanders? Of alle Zuid-Hollanders met een baan? Of alle Zuid-Hollanders van 18 jaar en ouder? Er was helaas geen uitleg voor wie de peiling bedoeld was.

##### SLECHTS ZEVEN DAGEN

Een vijfde tekortkoming is dat een Twitter-peiling niet lan-

ger dan 7 dagen open kan staan. De standaard-instelling is 1 dag, maar je kunt die periode uitbreiden tot maximaal 7 dagen. Dat kan in sommige situaties wel eens te kort zijn. Zo mis je mogelijk heel wat respondenten.

##### NIET REPRESENTATIEF

Een zesde tekortkoming is het gebrek aan representativiteit. Wie doen er mee aan een Twitter-peiling? Dat zijn mensen met internet. En ze moeten ook een Twitter-account hebben. Verder moeten ze de maker van de peiling via Twitter volgen. Of ze moeten hem bewust opzoeken, bijvoorbeeld via een hashtag. En als ze de peiling zien, moeten ze ook nog spontaan besluiten mee te doen. Dit selectieproces zal zeker geen representatieve steekproef opleveren. Het is dus geen aselechte steekproef.

Die representativiteit kan nog verder worden aangetaast als groepjes mensen samen besluiten om gericht de vraag op Twitter te beantwoorden en zo proberen de uitkomst van de peiling te manipuleren.

##### WEGEN NIET MOGELIJK

Een zevende tekortkoming is dat je een Twitter-peiling niet kunt wegen. Je zou kunnen proberen een Twitter-peiling te corrigeren voor het gebrek aan representativiteit. Dat zou kunnen met een weging. Daarvoor moet je in je peiling weegvariabelen bij de respondenten meten. Voor die variabelen moet je ook de verdeling in de hele doelgroep kennen. Voorbeelden zijn geslacht, leeftijd, regio (bijvoorbeeld keuze tussen stad of platteland), opleidingsniveau en stemgedrag bij de vorige verkiezingen. Dan kun zien welke groepen onder- en oververtegenwoordigd zijn. Door het toekennen van gewichten kun je ver-

volgens daarvoor corrigeren. Helaas, een Twitter-peiling heeft maar één vraag. Dus je kunt geen weegvariabelen meten. Daardoor is wegen onmogelijk. Het gebrek aan representativiteit blijft.

#### Een Brits voorbeeld

Het grootste probleem van een Twitter-peiling is toch wel het gebrek aan representativiteit. Matt Singh van de website Number Cruncher Politics laat dit nog eens duidelijk zien aan de hand van een Brits voorbeeld.

Op 8 juni 2017 waren er parlementsverkiezingen in het Verenigd Koninkrijk. Vlak daarna werd de British Election Study (BES) uitgevoerd. In deze peiling zaten, onder anderen, vragen over stemgedrag bij de verkiezingen en ook over het gebruik van sociale media. De BES is een goed onderzoek. De steekproef is netjes aselekt geloot uit alle adressen in de VK, interviewers verzamelden de gegevens met face-to-face interviews, de respons was relatief hoog, en de onderzoekers wogen de uitkomsten. Daarom kun je spreken van een representatief onderzoek.

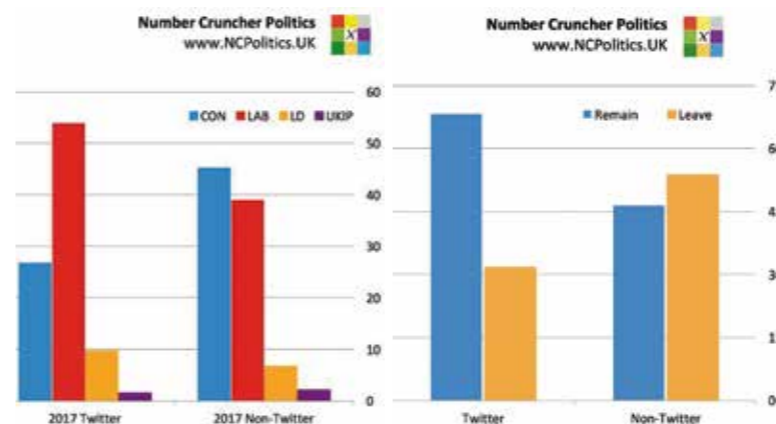
Matt Singh heeft gegevens uit de BES gebruikt om na te gaan of er verband is tussen stemgedrag en gebruik van sociale media. Dat verband is er zeker. De grafiek in figuur 2 vergelijkt hij het stemgedrag van Twitter-gebruikers met het stemgedrag van respondenten die geen Twitter gebruiken.

Duidelijk is te zien dat Labour behoorlijk oververtegenwoordigd is bij de twitteraars. 54% heeft Labour gestemd en slechts 27% Conservatief. En het patroon is juist andersom bij mensen die niet twitteren. Daar zijn de conservatieven in de meerderheid met 45%, terwijl maar 39% Labour stemde. Kortom, in een Twitter-peiling zit te veel Labour en te weinig Conservatieven.

Matt Singh laat aan de hand van een voorbeeld zien waartoe dit kan leiden. Zie de grafiek in figuur 3. Bij de twitteraars is een grote meerderheid (68%) tegen Brexit (*Remain*). Slechts 32% wil een Brexit (*Leave*). Bij de niet-twitteraars hebben de voorstanders van Brexit echter de meerderheid (54% tegen 46%).

Kortom, het is onverstandig om Twitter-peilingen te gebruiken, want ze zijn niet representatief. Een Twitter-peiling? Niet doen!

JELKE BETHLEHEM werkte bij het CBS en is emeritus hoogleraar aan de Universiteit Leiden. Hij is een expert op het gebied van steekproeven, vragenlijsten en weergave van onderzoeksresultaten. Deze onderwerpen behandelt hij regelmatig in zijn blog. E-mail: mail@jelkebethlehem.nl



Figuur 2. De relatie tussen Twitter-gebruik en stemgedrag. Bron: Matt Singh, *British Election Study*

Figuur 3. De relatie tussen Twitter-gebruik en de mening over Brexit. Bron: Matt Singh, *British Election Study*