

## Slim inzetten social media voor Verkeersmanagement

**Michael van Egeraat**

Innovatiecentrale <sup>1</sup>

**Ron Phaff**

Innovatiecentrale <sup>2</sup>

**Sjors van den Dries**

PublicSonar <sup>3</sup>

Themanummer CVS 2016

Uitgebreide samenvatting op basis van een CVS-artikel. Het volledige artikel staat op:

[http://www.cvs-congres.nl/e2/site/cvs/custom/site/upload/file/papers\\_final/2016/cvs16\\_052.pdf](http://www.cvs-congres.nl/e2/site/cvs/custom/site/upload/file/papers_final/2016/cvs16_052.pdf)

---

<sup>1</sup> Innovatiecentrale, E: [mvegeraat@brabant.nl](mailto:mvegeraat@brabant.nl)

<sup>2</sup> Innovatiecentrale, E: [ron.phaff@rws.nl](mailto:ron.phaff@rws.nl)

<sup>3</sup> PublicSonar, E: [sjors@publicsonar.com](mailto:sjors@publicsonar.com)

## Inleiding

Weggebruikers delen steeds vaker real-time informatie over het verkeer op sociale media zoals Facebook en Twitter. Denk bijvoorbeeld aan een automobilist die in de file staat en een foto twittert van een ongeval. In De Innovatiecentrale is in het najaar van 2016 een pilot gestart om in een real life omgeving te onderzoeken in hoeverre het gebruik van social media de wegverkeersleiders kan helpen en een aanvulling is op de huidige werkwijze. Een wegverkeersleider bewaakt en geleidt de verkeersstromen op de rijkswegen in het beheersgebied op basis van camerabeelden en geautomatiseerde systemen. Bij onder meer grote drukte, ongevallen en werkzaamheden onderhoudt de wegverkeersleider contacten met hulpdiensten, wegbeheerders en andere instanties en zorgt ervoor dat incidenten op de (snel) weg veilig afgehandeld.

## Onderzoeksvraag

In de pilot is onderzocht hoe data uit social media gefilterd en ontsloten kan worden en in welke situaties real-time berichtgeving van sociale media waardevol is voor de wegverkeersleiders. Daartoe is in samenwerking met PublicSonar, een bedrijf dat hier in gespecialiseerd is, een technologie ontwikkeld waarmee de wegverkeersleiders van Rijkswaterstaat deze berichten van sociale media filteren.

Onze pilot zijn we gestart met een case study waarvoor we honderd duizenden berichten hebben geanalyseerd om de informatiewaarde te beoordelen. Dit is dus een data studie geweest. In deze studie worden de challenges besproken die zich bij real time sociale media monitoring voor het operationele proces voordoen. Een uitgebreide referentielijst is aan het einde toegevoegd.

Met dit onderzoek zijn de volgende doelstellingen beoogd:

- Bepalen in welke situaties real-time berichtgeving van sociale media waardevol kan zijn voor de wegverkeersleiders.
- Vaststellen hoe in dergelijke situaties berichtgeving van sociale media gefilterd moet worden en hoe deze berichtgeving het best voor de wegverkeersleiders kan worden ontsloten.
- Het vergroten van het bewustzijn bij medewerkers van de verkeerscentrale dat én hoe berichtgeving van sociale media hen kan ondersteunen in hun dagelijks werk.
- Identificeren van de randvoorwaarden waarbinnen sociale media als real-time informatiebron op een structurele wijze kan worden geïntegreerd in het werkproces van de wegverkeersleider.

## De tool

In de tool zijn per provincie allereerst alle wegen en knooppunten ingevoerd. Vervolgens zijn meer dan 1000 zoekwoorden benoemd, zoals A58, gevaarlijk, middenberm, vluchtstrook, matrixbord, paal, op de weg. Indien dit wordt genoemd in een open social media bericht, dan wordt dit bericht binnengehaald. Daarna worden de berichten gematcht op de verschillende thematieken, zoals files, gevaarlijke situaties, rommel op de weg, etc. Deze thematieken zijn uitgewerkt in geavanceerde zoekopdrachten, welke ook honderden zoekwoorden bevatten. Als het systeem een match kan maken tussen een zoekopdracht (relevante weg) & relevante thematiek, dan wordt dit automatisch en real-time ingebracht in het operationele verkeersmanagement proces. De resultaten en ervaringen zijn beoordeeld en worden continu meegenomen bij de verbeteringen in het systeem.

## Het resultaat

Het systeem haalt alle berichten binnen waarin een relevante locatie wordt genoemd (snelweg, knooppunt, invoer, etc.). Op die manier worden zo'n 10.000 berichten per maand binnen gehaald. Aangezien het ondoenlijk is om al deze berichten te lezen, worden ze vol automatisch geanalyseerd of de berichten een match maken met de relevante thema's. Ongeveer 10% voldoet aan de criteria en worden in een dashboard weergegeven. Op de achtergrond wordt continue meegekeken of er berichten gemist worden en of er verkeerde berichten worden gepresenteerd. Uit onderzoek blijkt dat dit nauwelijks het geval is.. Daarnaast is zo'n 90 % van de berichten die op het dashboard staan potentieel relevant.

Of de berichten in de operatie gebruikt kunnen worden hangt af van wanneer ze binnenkomen, of de informatie nieuw of aanvullend is, etc. Deze beoordeling ligt bij de wegverkeersleider.

## Gebruikers betrokken bij de ontwikkeling

Een gestructureerde inzet van sociale media als real time informatiebron was nieuw voor wegverkeersleiders. Voor sommigen is het gebruik van deze informatiebron überhaupt nieuw. Daarom zijn de mensen vanaf het begin af aan meegenomen en zijn periodiek intervisie bijeenkomsten gehouden. Het doel hiervan is tweeledig:

- De uitwisseling van ervaringen tussen gebruikers onderling moet ervoor zorgen dat er een gedeeld beeld ontstaat of, in welke situatie en hoe real-time berichtgeving van sociale media zinvol is;
- Het uitwisselen van ervaringen geeft inzicht in de behoeften tijdens de pilot en daarmee richting aan het verloop. Eventuele aanpassingen van de filters en (nieuwe) functionele behoefte worden inzichtelijk.

## De toekomst

Met het inzetten van social media is er sprake is van een continue communicatie over en weer tussen weggebruikers en verkeerssystemen, waardoor niet alleen sprake is van informatie op maat (naar de individuele gebruikers) maar ook elk voertuig als bron gebruikt kan worden (gedistribueerd verkeersmanagement). Dit wordt mogelijk door communicatie tussen voertuig en wegwagent (connected en coöperatieve systemen). De overheid/wegbeheerder transformeert van monopolie op spelbepaling naar partner in een steeds dynamischer wordend netwerk - waar sprake is van een beperkt aantal (máár wel heilige) spelregels. De tijd dat de overheid de organisatie van mobiliteit eenzijdig bepaalde ligt achter ons. Het inzetten van social media helpt bij het oplossen van het maatschappelijk probleem rondom doorstroming en veiligheid. De beantwoording van de vraag of data uit sociale media waardevol is voor verkeersmanagers is positief beantwoord.

## Literatuur

De eindrapportage van het project, inclusief alle bevindingen en leerervaringen zijn te vinden op de website <https://innovatiecentrale.nl/nl/eindrapportage-social-media-als-aanvullende-databron>

Informatie over Innovatiecentrale: <http://innovatiecentrale.nl/nl>

de Bruijn, Dirk-Jan (2015). *Doorbreken: Verandering in de publieke sector*. Scriptum Book.  
<http://fabianabel.de/papers/2012-wis-hypertext-twitcident.pdf>