Bronnenonderzoek vanaf de bank

RONALD VAN DER BIE

Stel: je bent student economische geschiedenis, je moet alleen nog je scriptie maken, je hebt een hockeyblessure en je zit op de bank met een dikke knie. Is het dan mogelijk om thuis, achter de computer, je scriptieonderzoek zo te organiseren dat je voor het arbeidsintensieve bronnenonderzoek de deur niet uit hoeft?

De moderne student komt een heel eind. Sinds enkele maanden geleden het Instituut voor Nederlandse Geschiedenis de nijverheidsenquêtes van 1816, 1819, 1843 en 1848 online beschikbaar heeft gemaakt, is broninformatie over vrijwel alle negentiende-eeuwse bedrijfstellingen digitaal beschikbaar. Behalve de nijverheidsenquêtes waren er al de gedigitaliseerde versies van de Nijverheidstatistiek van Struve en Bekaar (1888–1890) en de volks- en beroepstellingen van de KNAW en het CBS (1795–1971). De enquêtes zijn ge-ocr-d, de statistiek is als Excelfile te downloaden. De volks- en beroepstellingen zijn zowel het een als het ander. Alleen de Staat van de Nederlandse fabrieken (1859) en de Statistiek van de fabrieks- en ambachtsnijverheid in Nederland (1874) wachten nog op bewerking.

De bronbestanden bieden belangrijke informatie. Een economische geschiedenis van Soest of Aalten is op basis van de beroepstellingen van 1899 goed te schrijven. Voorbeelden van dergelijk onderzoek zijn er genoeg. Economisch-historicus Jacques van Gerwen van het Nederlands Economisch Historisch Archief (NEHA) heeft voor zijn onderzoek *Ondernemers in Nederland,* dat hij vorig jaar samen met Ferry de Goey heeft gepubliceerd, de digitale volks- en beroepstellingen intensief gebruikt. Hij noemt de goede digitale toegankelijkheid van deze bronnen 'een geweldige stimulans voor het onderzoek'. De bronnen verdienen volgens Van Gerwen dan ook een breed gebruik, niet alleen voor economisch- en sociaalhistorisch, maar ook voor lokaal en zelfs genealogisch onderzoek. De bundel *Twee eeuwen Nederland geteld. Onderzoek met de digitale Volks-, Beroeps- en Woningtellingen 1795–2001* (DANS en CBS, Den Haag 2007) geeft een aantal mooie voorbeelden van onderzoek dat met de bron kan worden gedaan.

IISG/HANS DRIEMAN

Jacques van Gerwen: 'Geweldige stimulans'

Nederlandse situatie riant

Van Gerwen roemt de Nederlandse situatie: 'Mijn indruk is dat Nederland zeker wat betreft de digitalisering van ruim tweehonderd jaar volkstellingen, met vrije toegang voor iedereen, een voorloper is. Buitenlandse data die wij hebben gebruikt voor de internationale vergelijking, vooral na 1945, zijn bij mijn weten vooral bewerkte data. Wellicht zijn er wel gedigitaliseerde oorspronkelijke tellingen, maar ik ken ze niet.' Al is de Nederlandse situatie dan riant, Van Gerwen kan gemakkelijk nog enkele tellingen noemen die het verdienen te worden gedigitaliseerd: de twee genoemde 19de-eeuwse tellingen, de bedrijfstellingen (vanaf 1930), de landbouwverslagen (negentiende en twintigste eeuw) en de productiestatistieken van het CBS (vanaf 1917).

De gepresenteerde datasets geven wel wat problemen bij het gebruik. Van Gerwen werkt het liefst met het originele materiaal omdat je op die manier een beter zicht hebt op de rijen en kolommen van de vaak zeer omvangrijke tabellen. 'Verder is de kwaliteit van de prints vaak slecht en het is niet altijd goed te zien of er een 3, een 6 of een 8 staat.'

Volledig zijn de nijverheidstatistieken ook niet en voor een totaalbeeld moet er nog wel wat onderzoek gedaan worden. Economisch-historicus Michael Jansen gebruikte de gegevens uit de nijverheidsenquêtes van 1819 in zijn onderzoek naar de industriële ontwikkeling van Nederland (1800–1850) slechts voor aanvullende productieschattingen van de wat kleinere bedrijfstakken. Het leeuwendeel van zijn exercitie kwam uit meer robuuste accijns-, in- en uitvoer- en landbouwstatistieken. De nijverheidsstatistiek van de ingenieurs H.W.E. Struve en A.A. Bekaar is uiteindelijk het meest geschikt voor waar de statistiek voor was bedoeld: een indruk geven van de arbeidsomstandigheden, de veiligheidssituatie en de verspreiding van socialezekerheidsregelingen in het midden- en grootbedrijf. De ruim drieduizend bedrijven die de beide heren hebben onderzocht en waarvan het Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis de gegevens in nette overzichten per provincie presenteert, vormen nog geen tien procent van alle bedrijven. Voor aanvullend archiefbezoek moet de gedupeerde student dus zeker nog achter een paar stevige krukken aan.

Internationale bestanden

De genoemde bronbestanden vormen maar een fractie van wat er inmiddels aan online-onderzoeksmateriaal beschikbaar is. Een uitstekend overzicht biedt de *Virtual library economic and business history*, te vinden op de website van het NEHA. Dat instituut biedt er een schier eindeloze reeks datafiles aan met, bijvoorbeeld, gegevens van historische lonen en prijzen op alle continenten van de wereld. Allemaal zeer goed gedocumenteerd en goed ingeleid, met links naar talloze internationale databestanden, zoals the European State Finance Database (met bijvoorbeeld de boekhoudingen van het Vaticaan in de 16de en 17de eeuw) en de History Data Service. De Nederlandse reeks met lonen en prijzen gaat terug tot 1450, de tabellen zijn voor enkele perioden per provincie uitgesplitst.

www.inghist.nl/Onderzoek/Projecten/Nijverheid1816-1848
www.neha.nl/struve
www.cbs.nl
www.neha.nl/w3vl/index.html

Vragen stellen of alleen luisteren

Met Social Media Monitoring naar een nieuw onderzoekstijdperk?

PETER KANNE

De groeiende rol van de social media op internet maakt dat ze een aantrekkelijk terrein voor onderzoek worden. Hoe verhoudt zich zulk onderzoek tot het traditionele opinieonderzoek?

In opinieonderzoek besteden we veel aandacht en zorg aan de formulering van vragen, de opbouw van de vragenlijst, de volgorde, het wel of niet geven van achtergrondinformatie of noemen van de afzender. Wanneer bijvoorbeeld een standpunt aan Geert Wilders wordt toegeschreven geeft dat andere uitkomsten dan bij de meeste andere politici, weten we uit experimenten. Vragen moeten valide zijn; we willen meten wat we willen meten. De steekproef moet representatief zijn voor de populatie, en de respons zo hoog mogelijk. Alleen dan kunnen we ervan uitgaan dat de onderzoeksuitkomsten een redelijk beeld geven van de meningen van de populatie.

Social Media Monitoring

Nee, dan de Social Media Monitoring, dat is heel andere koek met geheel andere wetten. Met Social Media Monitoring bedoelen we het monitoren van de communicatie op het internet: newssites, blogs, discussiefora, twitter. Dat social media niet langer te negeren zijn als informatiebron, daar twijfelen weinigen aan. Vraag het ex-minister Ella Vogelaar die door *Geenstijl* min of meer eigenhandig aan de kant werd gezet. Vraag het Barack Obama, die mede dankzij de inzet van internet vele harten won en meer dan honderd miljoen dollar ophaalde.

Nieuws is geen lopend vuurtje meer, maar een uitslaande brand. Nieuws op internet is *headlines* en ANP-berichten. Geen plek voor achtergronden, nuances en duiding. Collectieve wijsheid (*citizen journalism*), maar ook collectieve waan ('Bassie wordt pappa!'). Niets van waarde gaat nog verloren (uitzending gemist), maar niets dat waardeloos is evenmin (de parkeergaragezoen van Yolanthe en Wesley). Iedereen heeft wereldwijd en direct toegang tot alle denkbare bronnen en iedereen geeft overal zijn mening over.

Veel van wat we willen weten van burgers is dus gratis van het net te halen. En dat zonder ruis van de opdrachtgever, sturing van de enquêteur of beroepsdeformatie van de onderzoeker. *Gefundenes Fressen!* Veel opdrachtgevers willen geen antwoord op een vraag die we hun klanten kunnen stellen, ze willen weten wat de klanten *zelf* zeggen.

Met Social Media Monitoring, zoals dat bij NIPO gebeurt met het systeem TNS WebLedge, rubriceren we *user generated content*. We volgen trends op het internet: over welke onderwerpen en spelers praat men? In verband met welke onderwerpen en met welke lading? Zo is er bijvoorbeeld veel verschil in *ranking* volgens de officiele websites en newssites (de aanbodkant) in vergelijking met blogs en discussionboards (de web 2.0 kant).

Allemaalpolitiek.nl

Een volgende stap – na het monitoren van Social Media– is het *zelf* creeren van web 2.0 communities. Met onze website www.allemaalpolitiek.nl organiseren we bijvoorbeeld een politieke ontmoetingsplaats die verrassende 'kiezersinformatie' oplevert. Het is een open online politieke arena. Burgers worden uitgenodigd openhartige en diepgaande discussies te voeren over alle denkbare politieke onderwerpen en kwesties. Deelnemers aan allemaalpolitiek.nl kunnen niet alleen met elkaar in discussie gaan, maar ze kunnen ook hun eigen politieke webblog starten, elkaars bijdragen belonen met virtuele cadeaus, video's en foto's delen en nog veel meer. Een NIPO-moderator voedt de discussie op aangeven van een (mogelijke) opdrachtgever.

Voor ons als politieke onderzoekers (maar vooral voor onze klanten) is het heel interessant te zien hoe burgers met elkaar discussiëren en reageren op de input. De informatie die we verzamelen is niet zo spontaan en 'puur' als bij het uitsluitend monitoren van social media, maar is spontaan, eerlijk en creatief genoeg om te kunnen concurreren met kwalitatief onderzoek.

Bij dit alles zijn representativiteit, validiteit en betrouwbaarheid begrippen die in eerste instantie minder relevant zijn. Met social media monitoring signaleren we vroegtijdig trends, nieuwe issues, 'reputatie-vandalisme', reacties op slogans, nieuwe ideeën, etc. Dat deze inzichten daarna weer kwantitatief getoetst moeten worden ligt voor de hand.

Het is dus: luisteren én vragen stellen! En dan weer luisteren...