

Redactioneel

Dit themanummer van het Tijdschrift voor Communicatiewetenschap bestaat uit zeven geselecteerde onderzoekspresentaties die tijdens het elfde Etnaal van de Communicatiewetenschap, het jaarlijkse congres van Nederlandse en Vlaamse communicatiewetenschappers zijn gepresenteerd. *Christ'l De Landtsheer, Lieuwe Kalkhoven & Loes Broen* concluderen onder de titel 'De beeldspraak van Geert Wilders, een Tsunami over Nederland?' op basis van een kwantitatieve beeldspraak- en inhoudsanalyse van columns, opiniestukken en persberichten uit 2004-2010 die met een metafoorindex Wilders' taal tegen de meetlat van extreemrechts houdt, dat de taal van de Nederlandse politicus Geert Wilders en zijn Partij voor de Vrijheid (PVV) naar stijl en inhoud een extreemrechts en populistisch karakter heeft. *Teun Dubbelman* beschrijft in 'Een theoretische verkenning naar de narratieve logica achter hedendaagse computerspellen' hoe computerspellen verhalen vertellen. Aan de hand van recente inzichten uit game-, theater- en filmstudies, ontwikkelde Teun Dubbelman een nieuw concept van narrativiteit dat verschillen tussen games in hun benadering van het verhaal kan verklaren. *Arief Hühn, Paul Ketelaar, Vassilis-Javed Khan, Koos Nuijten & Marnix van Gisbergen* beschrijven in 'Ik lokaliseer, ik adverteer en ik boek effect?' een studie naar de Perceived Ad Intrusiveness van Location Based Advertising in een virtuele supermarkt. Volgens de resultaten ervaren gebruikers Location Based Advertising als minder storend dan locatie-onafhankelijke advertenties, met als gevolg een positieve beïnvloeding van attitude en gedragsintentie ten aanzien van Location Based Advertising. In 'Online Vrienden Bepalen de Overtuigingskracht SNS van Campagnes' beschrijven *Guda van Noort, Marjolijn Antheunis & Eva van Reijmersdal* een studie waarin is onderzocht of de overtuigingskracht van marketingcampagnes speciaal voor sociale netwerksites (SNS) wordt bepaald door de sterkte van de sociale band die de ontvanger heeft met degene die de campagne doorstuurt. In 'Van digitale kloof naar digitale inclusie: Naar een duurzame ondersteuning van e-inclusie-initiatieven in Vlaanderen' beschrijven *Ilse Mariën & Chris Vleugels* de evolutie van de digitale kloof en de manier waarop middenveldorganisaties hierop een antwoord bieden via e-inclusie-initiatieven. *Anna Wamsteeker & Mark van Vuuren* beschrijven in 'Impliciete en expliciete communicatiestrategieën tijdens organisatieveranderingen: Een casestudie naar de implementatie van een Shared Service Center binnen de publieke sector' een casestudieonderzoek naar de communicatiestrategie tijdens de invoering van een Shared Service Center in de publieke sector aan de hand van de vier strategiedimensies.

Connie de Boer

Etmaal van de communicatiewetenschap

Profileringsmiddel van de communicatiewetenschap in Nederland en Vlaanderen

Het elfde Etmaal van de Communicatiewetenschap vond plaats op 24 en 25 januari 2011 aan de Universiteit Twente. Het congres dat onder auspiciën van de Nederlandse onderzoeksschool voor Communicatiewetenschap NESCoR in samenwerking met de Vlaamse Communicatiewetenschap is georganiseerd, laat ieder jaar weer een momentopname zien van de meest recente onderzoeksinspanningen in ons veld. Het aantal inzendingen bedroeg meer dan 200 abstracts. Het programma bestond uit 120 paperpresentaties en 27 posterpresentaties en er waren 218 deelnemers. De bijdragen in dit themanummer geven een mooie dwarsdoorsnede van goed en interessant communicatiewetenschappelijk onderzoek dat op dit moment aan Nederlandse en Vlaamse universiteiten wordt uitgevoerd.

Het Etmaal van de Communicatiewetenschap is een van de belangrijkste profileringsmiddelen geworden van de communicatiewetenschap in Nederland en Vlaanderen. En dat profileren is nodig want recente ontwikkelingen in de organisatie van het onderzoek wijzen, in Nederland althans, op een verwatering van de disciplines in lokale onderzoeksinstituten die de neiging hebben hun eigen promovendi op te leiden, waardoor in Nederland onze eigen onderzoeksschool NESCoR onder druk staat. Op zichzelf gesproken is meer interdisciplinair onderzoek niet verkeerd voor een interdiscipline als de communicatiewetenschap, maar gaat het echt interdisciplinair worden in die instituten of wordt communicatiewetenschap daar ondergeschikt gemaakt aan bijvoorbeeld psychologie, politieke wetenschappen of letteren?

Profilering is ook nodig om de groei van de communicatiewetenschap in Vlaanderen en Nederland te steunen. In Vlaanderen is onder meer de Universiteit Antwerpen de laatste tien jaar toegevoegd. In Nederland is dat de Erasmus Universiteit, en wat eerder de Vrije Universiteit. Ook de Wageningen Universiteit profileert zich momenteel heel duidelijk met een opleiding communicatiewetenschap en heeft te kennen gegeven ook aan de organisatie van het Etmaal te willen deelnemen.

Ten derde is profilering van onze interdiscipline noodzakelijk omdat wij de maatschappelijke wind mee hebben. We leven in een totaal gemedieerde wereld waarin communicatie en communicatiemiddelen steeds belangrijker worden. Profilering is dan juist noodzakelijk omdat allerlei groepen zich dan op ons terrein storten. Ook zie je dat de media het steeds meer over zichzelf hebben en daarbij merkwaardig genoeg soms niet worden gehinderd door enige kennis van zaken. De communicatiewetenschap in Nederland en Vlaanderen krijgt daarbij niet automatisch de aandacht. Zij zal die zelf moeten opeisen.

Dit brengt ons bij twee wegen die het Etmaal in de toekomst duidelijker zal moeten inslaan dan zij nu doet. In de eerste plaats moet het Etmaal weer meer extern gericht worden. Het is nu nog te veel het jaarlijkse feestje van ons kent ons. Op de congressen in de eerste helft van de jaren negentig waarin wij een VSOM Vereniging van Onderzoek van de Massacommunicatie hadden en een Nederlandse vereniging van Communicatiemanagers, waren veel meer vertegenwoordigers van media en van beroepsgroepen aanwezig. We zouden in de toekomst meer een appèl moeten doen aan dat beroepsveld door hen uit te nodigen voor deelname en door aan te geven dat tal van zaken waar zij het over hebben op hun mediapagina's en sites hier aan de orde komen, met nieuwe spannende inzichten en resultaten. Herhaalde-

lijk worden onze mensen gevraagd voor commentaar in de media; we zouden ook eens het omgekeerde kunnen doen.

Een andere ontwikkeling die wij zouden toejuichen, is dat onze senioren een grotere bijdrage leveren aan het Etmaal, en dat niet alleen in de wandelgangen. Een paar jaar geleden leek het Etmaal zich te hebben ontwikkeld tot een oefenveldje voor promovendi, een platform waar zij zouden kunnen leren hun artikelen te presenteren. Maar het Etmaal moet meer zijn. Het dient zich te ontwikkelen tot een jaarlijks uithangbord van de communicatiewetenschap. Waar alle belangrijke discussies gevoerd worden, ook door de seniorstaf. We hopen dat onze nieuwe vereniging NeFCA beide ontwikkelingen zal steunen. Voor de totstandkoming van dit themanummer willen wij de auteurs en reviewers bedanken voor hun inzet en kijken uit naar het volgende Etmaal van de Communicatiewetenschap dat zal plaatsvinden op 9 en 10 februari 2012 aan de Faculteit Sociale Wetenschappen van de K.U.Leuven.

Alexander van Deursen, Jan van Dijk, Mirjam Galetzka, Jordy Gosselt, Alice Kragt, Oscar Peters & Wendy Tollenaar