

Bijlage 5: Een kaart van het onderzoek naar media en communicatie – samenvatting⁵⁷

Peter van den Besselaar

Ten behoeve van de verkenning is een globale kaart gemaakt van het onderzoeksveld van de mediastudies en communicatiewetenschap (M&C). Wat is de structuur van het veld en wat is de plaats van het Nederlandse onderzoek daarbinnen? De naam van de verkenning en de betrokkenheid van twee KNAW-raden impliceert dat het om een multidisciplinair gebied gaat.

Om de grenzen van het veld te bepalen is met de Verkenningscommissie een lijst opgesteld van de relevante onderzoeksgroepen en instituten. Die laat zien dat het om *communicatiewetenschap* gaat zoals dat (vooral) binnen sociale faculteiten wordt uitgevoerd, om geesteswetenschappelijk georiënteerde *mediastudies* en om het eveneens geesteswetenschappelijk onderzoek naar *taal en communicatie*.⁵⁸ De beschikbare publicatieoverzichten laten zien dat de onderzoeksoutput van verschillende groepen veel breder is dan alleen communicatie- of mediaonderzoek. De hoofdmoot van het onderzoek behoort in die gevallen tot een ander onderzoeksveld (zoals literatuurwetenschap of cultuurwetenschap). Ook lijkt in een aantal van de genoemde groepen de aandacht voor media en communicatie meer aan de onderwijskant dan aan de onderzoekskant te liggen.

De namen van de groepen laten een grote variëteit zien: communicatiewetenschap (vier keer); cultuurwetenschap (drie keer); algemene sociale wetenschap; politieke wetenschap; corporate communication; bedrijfscommunicatie; techniek en communicatie; wetenschapscommunicatie; medische wetenschaps- en publiekscommunicatie; historische, literaire en culturele studies; media en journalistiek; digitale mediastudies; mediastudies; media en cultuur; taal, cultuur en geschiedenis; discourse and communication; language use; taal en informatiewetenschap; interculturele communicatie. Dat suggereert een grote heterogeniteit, iets dat ook in andere studies naar voren komt (Lepori 2007).

Om het onderzoeksgebied in kaart te brengen is de Verkenningscommissie gevraagd om een lijst van de relevante tijdschriften. Die is aangevuld met een door NESCOR opgestelde lijst (Zwier 2006). De selectie van de tijdschriften en van groepen maakt duidelijk dat *informatiestudies*, *informatiewetenschap* en *informatica* buiten de oorspronkelijke definitie van het te verkennen gebied vallen,

⁵⁷ Dit is een samenvatting van het rapport *Onderzoek naar media, communicatie en informatie – een kaart van het onderzoekslandschap* (Den Haag: Rathenau Instituut 2007) dat de technische details bevat.

⁵⁸ Soms ook aangeduid als 'communicatie- en informatiewetenschap' (CIW).

evenals bijvoorbeeld de *organisatiekundige* kant van media- en communicatiestudies. De hier gebruikte bibliometrische analysemethode laat echter zien dat media-, communicatie- en informatiestudies een multidisciplinair onderzoeksterrein vormen dat alfa, gamma én bètaonderzoek omvat. De onderlinge relaties tussen de deelgebieden zijn echter niet erg sterk, zoals zal blijken.

1. Een onderzoekslandschap van losjes gekoppelde heterogene deelgebieden

Omdat de genoemde tijdschriften en de onderzoeksprogramma's van de belangrijkste groepen vrijwel allemaal Engelstalig zijn, ligt het voor de hand het Nederlandse onderzoek te plaatsen binnen het internationale – Engelstalige – kader. De kaart van het onderzoeksgebied is daarom gebaseerd op de Engelstalige tijdschriften voor zover die in de *Social Science Citation Index* of in de *Arts and Humanities Index* zijn opgenomen. Dat geldt voor tweederde van de genoemde tijdschriften.⁵⁹

Tijdschriften vormen een goed uitgangspunt voor het in kaart brengen van een onderzoeksgebied, ook al omdat *editors* zich inspannen de inhoudelijke identiteit van tijdschriften te stabiliseren. De vraag is dan “waar gaan die tijdschriften over en wat laten ze zien over de cognitieve en sociale structuur van het onderzoeksgebied?” Door de citatierelaties van een tijdschrift (bijvoorbeeld het *Journal of Communication*) te analyseren⁶⁰ wordt duidelijk waarover het deel van de media- en communicatiewetenschap gaat dat door het *Journal of Communication* wordt gedekt, welke andere delen van media- en communicatiewetenschap ‘in de buurt liggen’, maar ook welke niet zichtbaar zijn. Veel van de genoemde tijdschriften hebben citatierelaties met het *Journal of Communication*, maar zeker niet allemaal. Daarom herhalen we de analyse voor een groot aantal tijdschriften.⁶¹ Dit levert een set overlappende representaties van media- en

⁵⁹ De dekkingsgraad verschilt voor de drie deelgebieden. Een van de door de commissie genoemde tijdschriften is niet meegenomen: *Cognitive Science*. Dit omvangrijke onderzoeksveld is geen onderdeel van M&C en evenmin eraan verwant (Van den Besselaar & Leydesdorff 1996).

⁶⁰ De methode staat gedetailleerd beschreven in Van den Besselaar & Leydesdorff 1996.

⁶¹ Geen van de genoemde tijdschriften heeft een citatieomgeving die het hele veld dekt. Om een representatief beeld te krijgen zijn daarom meer ingangstijdschriften gebruikt, zoals: *Communication Research, Critical studies in Media Communication, Cultural Studies, European Journal of Communication, Harvard International Journal of Press/Politics, Human Communication Research, Information Management, Information Society, Javnost-the Public, Journal of Advertising, Journal of Advertising Research, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Journal of Communication, Journal of Health Communication, Journal of Pragmatics, Journalism and Mass Communication, Media Culture and Society, New Media and Society, Political Communication, Public Opinion Quarterly, Research on Language and Social Interaction, Science Communication.*

communicatiewetenschap op en door die samen te voegen ontstaat de onderstaande kaart (figuur 1). Het onderzoeksveld bestaat uit de volgende deelgebieden:

- Intermenselijke en groepscommunicatie, met een sterke psychologische invalshoek;
- Commerciële communicatie, ook met een psychologische invalshoek;
- Politieke communicatie, met een sterke politicologische oriëntatie;
- Journalistiek en massamedia, ook politicologisch georiënteerd;
- Media, samenleving en economie, vooral vanuit de sociale wetenschappen en economie;
- Media en cultuur, gerelateerd aan cultural studies, stadsstudies, geografie, populaire cultuur;
- Pragmatiek, dicht bij andere taalkundige disciplines;
- Professioneel schrijven;
- Discoursanalyse en sociolinguïstiek, ingebed in de taalkunde;
- Organisatie en communicatie, met een sterke relatie met organisatiekunde en met managementwetenschap;
- Informatiemanagement, met sterke relaties met managementwetenschap, informatiewetenschap en informatica;
- Informatiewetenschap, bibliometrie;
- Gezondheidscommunicatie met sterke relaties met gezondheidsonderzoek;
- Kenniscommunicatie met zwakke relaties met het wetenschapsonderzoek.

De kaart leidt tot de volgende observaties: Ten eerste komen de vijf laatstgenoemde deelgebieden niet voor op de aangeleverde lijst tijdschrifttitels, maar ze komen te voorschijn in de analyse van de citatieomgevingen van de wel genoemde tijdschriften. De bibliometrische analyse laat daarmee zien dat de oorspronkelijke definitie van mediastudies en communicatiewetenschap tot een te beperkt perspectief leidt.

Ten tweede, m&c bestaat uit een groot aantal deelgebieden die (in citatiegedrag en in citatierelaties) vaak meer verwant zijn met andere disciplines dan met elkaar. Het is daarmee een heteroog en multidisciplinair (en niet zozeer interdisciplinair) veld waarbinnen vanuit verschillende perspectieven onderzoek wordt gedaan naar media, informatie en communicatie. Met andere woorden, de theoretische mechanismen en inzichten worden ontleend aan de 'traditionele' disciplines zoals de psychologie en dan toegepast op het domein van media en communicatie: bijvoorbeeld in onderzoek naar commerciële communicatie, mediaperceptie, interpersoonlijke communicatie. Als deze analyse correct is, dan is de eenheid van m&c eerder gelegen in onderwijsprogramma's dan in een

onderzoeksagenda. Gegeven de grote studentenbelangstelling is dat niet helemaal verrassend.

Ten derde, de kaart uit figuur 1 is gebaseerd op citatiepatronen in 2004. Een longitudinale analyse laat zien dat de patronen in andere jaren niet veel verschillen. Ook daar vinden we een heterogene set deelgebieden. Als er al veranderingen te zien zijn, lijkt er eerder sprake van divergentie dan van convergentie. Dat laat overigens onverlet dat individuele deelgebieden wel meer coherent kunnen worden.

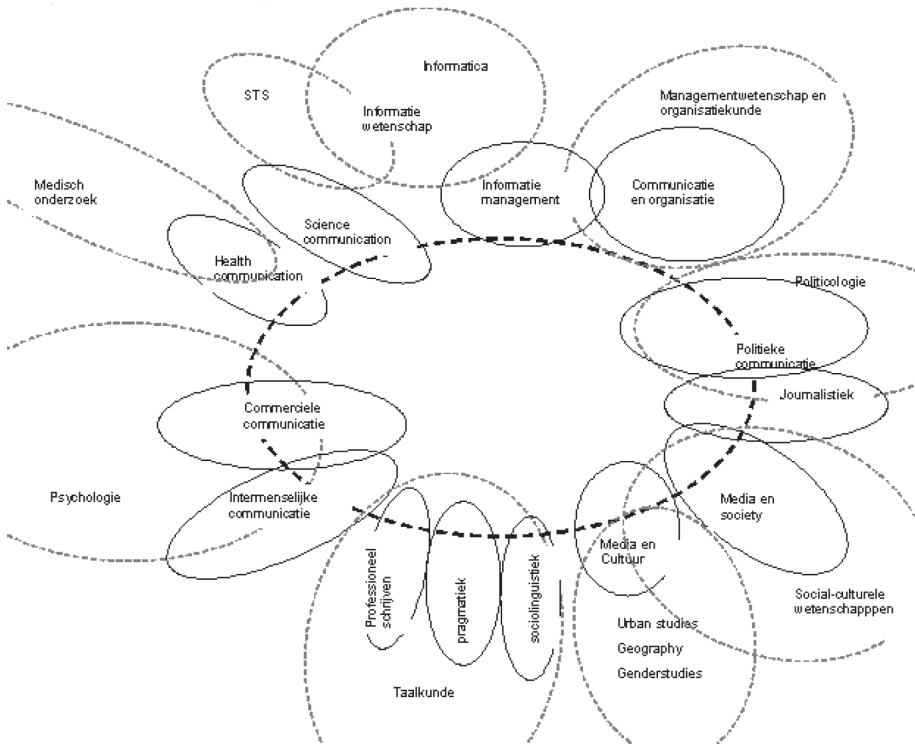
Ten slotte, wat betekent dit voor de verkenning? Voor het verkenningenproces lijkt het essentieel om te bepalen om wat voor type onderzoeksgebied het gaat. In het wetenschapsonderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen convergente en divergente onderzoeksvelden waarbij in de eerste groep de taakzekerheid groter is dan in de tweede. Ook verschillen gebieden in de mate waarin onderzoekers afhankelijk van elkaar zijn (Whitley 2000; Bonaccorsi 2007). Naarmate taakzekerheid (en convergentie) en onderlinge afhankelijkheid groter zijn, is het gemakkelijker om een *roadmap* te ontwerpen die niet te vroeg mogelijke kansrijke ontwikkelingen blokkeert. M&C vormen een echter een heterogeen, divergent en multidisciplinair onderzoeksgebied, waarbij veel van deelgebieden ook nog onderdeel zijn van naburige disciplines met uiteenlopende structuur en dynamiek. Verkenningen *per deelgebied* zouden er dus heel verschillend kunnen uitzien. Als *roadmaps* hier al een goed idee zijn, dan zijn ze dat waarschijnlijk niet voor het veld van M&C als geheel.

2. Groei en onderzoeksthema's in media-, taal- en communicatieonderzoek

De analyse van citatierelaties tussen tijdschriften geeft een structuur van het onderzoeksgebied op hoog aggregatieniveau. In deze paragraaf geven we een meer gedetailleerd beeld op het niveau van artikelen. Deze meer gedetailleerde analyse gaat alleen over de drie deelgebieden die door de Commissie zijn onderscheiden.⁶²

In termen van gepubliceerde artikelen is de groei van het onderzoek vrij laag: gemiddeld 2% per jaar tussen 1988-2006. Dit duidt op een stabiel onderzoeksveld (Bonaccorsi 2007). Op basis van titelwoordfrequenties kan bepaald worden naar welke onderwerpen onderzoek wordt gedaan. In tabel 1 staan woorden die vaker dan 130 keer voorkomen, plus een aantal minder vaak voorkomende trefwoorden die naar specifieke media verwijzen. Opvallend is dat zowel oude als nieuwe media duidelijk aanwezig zijn, waarvan *televisie*, *internet* en *film* het meest prominent.

⁶² Voor informatiewetenschap zie Van den Besselaar & Heimeriks 2006.



Figuur 1: Een kaart van het onderzoeksveld

Hoe is de titelwoordfrequentie veranderd door de tijd? De meest voorkomende titelwoorden in de periode 1988-1990 staan in het algemeen ook weer bovenaan in 2003-2005. Maar we zien ook nieuwe woorden opkomen, vooral woorden die samenhangen met ICT: *internet, web, virtual, online, access, representation*. Daarnaast komt *health* op, wellicht in samenhang met de vele medische informatie op het www. De ‘nieuwe woorden’ zijn ook de snelle groeiers. Verdwenen uit de top zijn woorden als *narrative, popular* en woorden die met geschreven tekst te maken hebben als *literature, reading, writing*. *Radio* en *audience* komen minder voor, maar *public* is een stijger. Woorden die naar de oude media verwijzen zoals *film, cinema, TV, radio, newspaper, literature* staan ook in de recente periode in de top. Aan de methodische kant is *survey* een relatieve daler. Woorden die verwijzen naar nieuwe onderzoeksmethoden komen in de tabel niet voor. Samenvattend, niet onverwacht groeit het onderzoek naar nieuwe media (relatief) ten koste van het onderzoek naar oude media, maar het laatste

blijft dominant. Ten slotte is de rangordecorrelatie tussen de woordfrequenties in beide periodes tamelijk hoog (0.58), hetgeen een relatief stabiel onderzoeksveld suggereert.

Concluderend, in de vorige paragraaf bleek dat M&C een *loosly coupled system* van onderzoeksvelden vormt, met dunne onderlinge relaties, dunner vaak dan met andere disciplines. De resulterende kaart reflecteert de verschillende onderzoeksonderwerpen, maar ook verschillen in methoden en theoretische perspectieven. In deze paragraaf werd duidelijk dat het veld niet erg verandert, met als dynamisch deel de groei van het ICT gerelateerde onderzoek.

Tabel 1: Titelwoorden, frequentie 2000-2006 (63 tijdschriften; 12015 papers)

Woord	Freq.	Woord	Freq.	Woord	Freq.
Communication	638	Culture	198	Coverage	141
Political / Politics	630	Health	194	Rhetoric	138
Effects	625	Identity	192	Group	137
Public	581	Web	190	Service	137
Media / medium	562	Influence	189	Difference	136
Study	556	Strategic	188	Structure	135
Television / TV	529	Knowledge	183	Content	132
Relationship	509	American	182	Process	132
Social	419	Virtual	182	Community	130
Discourse	404	Development	181	Newspaper	130
Information	388	Time	178	Writing	89
Analysis	381	Science	174	Journal	88
Internet	357	Narrative	174	Reading	83
Film/movie/cinema	356	System	174	Broadcasting	83
News	353	Response	169	Radio	80
Advertising/ment	309	Interaction	167	Mass media	77
Women	299	Context	164	Telecommunication	73
Case	298	Historical	162	Journalism	68
Language	297	Speech	160	Music	68
Children	287	Evidence	159	Mobile	63
Theory	285	Sex	159	Game	61
Research	281	World	159	Publishing	59
Model	281	Behavior	157	Journalists	56
Role	267	Practice	155	Literature	49
Perceptions	253	Attitudes	153	Video	48
Cultural	228	Exploring	152	Computer	47
Gender	223	Perspective	151	Telephone	41
Memory	223	Feminism	148	Cmc	35
Online	215	Campaign	147	Readers	28
Technology	208	Mediated	142	Magazines	27
Impact	201	Network	141	Books	26
Management	198	Policy	141	Documentary	26

3. Het Nederlandse M&C onderzoeksveld

Uitgangspunt is de met de Verkenningcommissie afgestemde lijst van onderzoeksgroepen. De elf onderzoeksgroepen op het terrein van *mediastudies* zijn verschillend van omvang, en vaak vooral actief op andere onderzoeksterreinen. Soms lijken ze alleen onderwijs te verzorgen over media, in andere gevallen is het onderzoek naar media een klein deel van een breder onderzoeksprogramma. In deze paragraaf worden alleen de twee groepen meegenomen die blijkens de jaarverslagen een substantiële bijdrage leveren aan mediaonderzoek. Voor het gebied van *taal en communicatie* bevat de lijst vier onderzoeksgroepen. Voor *communicatiewetenschap* is de analyse beperkt tot de vier grote instituten (van de dertien) die in de onderzoeksschool NESCOR zitten. De periode waarop de data betrekking hebben is 2000-2004.

De onderzoeksprogramma's van deze groepen hebben vrijwel allemaal een Engelse titel. Dit geeft aan dat de oriëntatie binnen het M&C domein sterk internationaal is. De publicatiepraktijken zijn niet erg verschillend. Boekproductie maakt in alle drie de gebieden een ongeveer even groot deel uit van de totale output. Ook het belang van de tijdschriftartikelen is niet erg verschillend. Wel groot is het verschil in oriëntatie op ISI-tijdschriften en in de verdeling over talen (tabel 2). Opvallend is het hoge aandeel bij mediastudies van publicaties in andere talen dan Engels en Nederlands. Duidelijk wordt ook dat de geesteswetenschappelijke groepen geen lokale oriëntatie hebben, want het aandeel publicaties in het Nederlands is niet dominant.

Tabel 2: Publicatiepraktijken

Deelgebied*	Mediastudies	Taal & Comm.	Communicatiewet.
% tijdschriften (waarvan ISI)	39 (1.4)	47 (10.3)	51 (20.3)
% monografieën	1.4	4.3	4.2
% hoofdstukken	53	42	40
% Engels	48	47	64
% Nederlands	17	43	31
% anders	35	10	5

* respectievelijk 2, 4 & 4 groepen

Om de onderzoekszwaartepunten van de bestudeerde onderzoeksgroepen te bepalen zijn de gebruikte tijdschrifttitels ingedeeld naar thema en discipline (tabel 3). Publicaties binnen *mediastudies* bestrijken vooral de terreinen film, media en (media)geschiedenis. Communicatiewetenschappelijke tijdschriften werden daar niet aangetroffen. Bij *taal en communicatie* staan de meeste publicaties in tijdschriften op het gebied taalkunde en van taalbeheersing. Daarna zijn de belangrijkste thema's document design, communicatie, en educatie. Over film en

Tabel 3: Tijdschriftpublicaties naar onderwerp – mediastudies 2000-2004

Media	nr	%	Taal & Communicatie	nr	%	Communicatiewetenschap	nr	%
Film	25	42	Taal / linguïstiek / taalbeheersing	97	46	Communicatiewet / media	342	47
Media	10	17	Document Design	24	12	Medisch	70	10
Mediageschiedenis	7	12	Educatie	17	8	Organisatie & managem.	57	8
Beeld en geluid	5	9	Communicatie	16	8	Psychologie	55	8
Cultural studies	3	5	Vertalen	10	5	Politologie	51	7
Kunst	2		Discourse	6		Sociale wetenschappen	48	7
Digitalisering	1		Pragmatics	5		Taal	28	
Geografie	1		Psychologie-cognitie	5		M&T	24	
Educatie	1		Sociologie	3		Informatiewetenschap	16	
Interdisciplinair	1		Literatuur	3		Science & Techn. Studies	15	
Filosofie	1		Pedagogiek	3		Mens-computer interactie	11	
Theater	1		Overig	19		Genderstudies	8	
Natuurwetenschap	1					Natuurwetenschappen	2	

media wordt hier nauwelijks gepubliceerd. In de *communicatiewetenschap* zit de helft van de publicaties in tijdschriften op het gebied van de communicatie- en mediawetenschap. In overeenstemming met figuur 1 zijn er ook veel publicaties in psychologische, politicologische, organisatiekundige en medische tijdschriften.

Wordt er binnen het heterogene m&c onderzoek samengewerkt? De gegevens over NWO *projectvoorstellen* (2000-2004) van NESCOR leden laten zien dat van de 31 gehonoreerde aanvragen er 17 twee, drie of vier aanvragers hebben, waarbij in een redelijk aantal gevallen de aanvragers van verschillende instituten komen. In al die gevallen zijn alle aanvragers wel lid van dezelfde communicatiewetenschappelijke onderzoeksschool. Overigens, veel van de toegekende aanvragen worden gefinancierd vanuit specifieke thematische NWO programma's. Communicatiewetenschap lijkt vooral in de maatschappelijk georiënteerde programma's te scoren.

Een andere indicator voor samenwerking zijn *coauteurschappen*. We beperken ons weer tot de 63 ISI-tijdschriften en tot de periode 2000-2006. In die periode vinden we 378 publicaties (artikelen en reviews) met een Nederlands adres. Daarvan zijn 282 geschreven door één auteur of door meerdere auteurs uit dezelfde onderzoeksgroep. Uit de andere 96 coauteurschappen blijkt dat de taalkundige groepen onderling samenwerken, evenals sommige communicatiewetenschappelijke groepen. Coauteurschappen tussen mediastudies en communicatiewetenschap zijn niet gevonden.

Ook al verschillen de *publicatiepraktijken* niet veel, voor de *publicatieculturen* ligt dat anders. Sommige geïnterviewden benadrukken dat binnen de geesteswetenschappelijke faculteiten het schrijven van monografieën als verreweg de

belangrijkste output worden gezien, iets dat ook essentieel is voor een succesvolle wetenschappelijke loopbaan. In de sociale wetenschappen ligt dat in toenemende mate anders. Dit cultuurverschil is een van de factoren die mogelijke samenwerking tussen geesteswetenschappelijke en sociaal-wetenschappelijke onderzoekers in de weg kan zitten.

4. Nederland in internationale context

Van het totaal aantal artikelen in de bestudeerde tijdschriftenset is 2.9% geschreven door auteurs met een Nederlandse affiliatie. Ten eerste valt op dat in de geanalyseerde set Engelstalige tijdschriften vrijwel geen artikelen van Nederlandse auteurs voorkomen met titelwoorden *film*, *movie* of *cinema*, terwijl dit binnen het Nederlandse mediaonderzoek een dominant thema is (zie tabel 3). Het gaat blijkbaar om twee ontkoppelde communicatiesystemen over film.

Ten tweede, de Nederlandse auteurs in de internationale tijdschriftenset zijn lang niet allemaal verbonden aan de door de Verkenningcommissie genoemde onderzoeksgroepen. Dat is een indicatie dat op veel meer plekken m&c onderzoek wordt verricht, en in een paar gevallen vrij grootschalig (tabel 4).

Tabel 4: Aantal publicaties per organisatie (63 tijdschriften, 2000-2006)

Organisatie	aantal			Overig (totaal per instelling)	
UvA Ascor	66	RUG fil	4	UU	17
RUN Max Planck Inst.	48	RUN ling	4	UvA	16
UT Comwet.	16	RUN soc	4	RUN	14
RUN Comwet.	13	TNO stb	4	RUG	8
UvA Mediastudies	12	TUD ec infrastr	4	VU	7
UvT Fac Hum	10	TUE ecis	4	UvT	7
UU let	10	UL pol	4	UM	6
UvA psych	8	UM gender	4	UL	6
EUR lett	7	UvT leisure	4	TUD	6
UvA ASSR	6	RUG CLCG	3	EUR	6
UU soc wet	6	UL child&med	3	UT	2
RUN bus com	5	UU psy	3	U Humanistiek	2
UvT soc	5	VU com	3	WUR	1
		VU let	3	OU	1
				Anderen	17

Ten derde is rangordecorrelatie tussen de Nederlandse en de internationale titelwoordfrequentie niet hoog (.36). De Nederlandse onderzoeksagenda legt

blijkbaar andere accenten dan de internationale.

Ten slotte is de Nederlandse output groot. Dit is in lijn met de bevindingen in de Wetenschaps- en Technologieindicatoren 2005, waar informatie- en communicatiewetenschappen hoog scoren in termen van aandeel in de internationale output en zeer hoog in termen van citatieimpact (ocw 2005, p. 73-74). Overigens omvat het veld daar ook informatiewetenschap, dat niet binnen het domein van de verkenning vallen.

5. Conclusie en discussie

Mediastudies en communicatiewetenschap bestaan uit een heterogene verzameling onderzoeksgebieden, die vaak sterker zijn verbonden met andere disciplines dan met elkaar. Dat verklaart waarom er nauwelijks relaties zijn tussen geesteswetenschappelijk onderzoek en sociaal-wetenschappelijke onderzoek naar m&c, in termen van citatierelaties, projecten en coauteurschappen. Ook verklaart het waarom zoveel buiten de m&c tijdschriften wordt gepubliceerd. Met andere woorden, m&c is een multidisciplinair onderzoeksdomein, dat wordt bestudeerd vanuit een veelheid van (disciplinaire) invalshoeken. Wat telt als m&c-onderzoek hangt dan af van de keuze welke perspectieven meegenomen worden. De kaart laat zien dat de oorspronkelijk inperking te beperkt is, omdat ook andere velden media en communicatie als onderzoeksobject hebben: informatiewetenschappen (informatiestudies; informatiemanagement; infometrie), informatica (games en entertainment; multimedia), delen van de organisatiewetenschap (communicatie en organisatie), het wetenschapsonderzoek (scientometrie).

Het Nederlandse aandeel in de internationale literatuur is vrij groot en – in ieder geval voor de communicatiewetenschap en de informatiewetenschap – internationaal ook heel zichtbaar.

Bij veel van de genoemde groepen lijkt m&c-onderzoek een marginaal onderdeel van grotere onderzoeksprogramma's. Dat is begrijpelijk, omdat media en communicatie bestudeerd kunnen worden in verschillende disciplinaire omgevingen: bijvoorbeeld mediageschiedenis of sociaal-psychologisch onderzoek naar 'computer mediated communication'. De aandacht voor m&c in die groepen is verklaarbaar door de grote studentenbelangstelling: het onderzoekslandschap wordt zo een weerspiegeling van onderwijsprogramma's.

De bestudeerde thema's over de afgelopen 20 jaar zijn vrij stabiel – voor zover titelwoorden hiervoor maatgevend zijn. De belangrijkste verandering is de sterke opkomst van onderzoek naar ICT en nieuwe media, zoals naar het Internet, het www, CMC, en virtualiteit.

Samenvattend, media, communicatie en informatiestudies vormen een multidisciplinair domein. Het beeld dat ontstaat is er een van een weinig geïntegreerde

maar redelijk stabiele set van onderzoeksvelden. Omdat universitair onderzoek vooral bedoeld is om nieuwe generaties creatieve onderzoekers op te leiden, is deze heterogeniteit geen probleem. Massa is goed, want dat versterkt de kwaliteit: met name de grote groepen zijn internationaal zichtbaar. Focus is wellicht alleen nodig waar onderzoeksvragen dit (vanuit extern belang) vereisen. Het Nederlandse aandeel in de totale output is groot en erg zichtbaar.

Lange tijd is het mediapanorama vrij stabiel geweest en kon het als een gegeven worden beschouwd in M&C-onderzoek. Door de voortdurende snelle technologische veranderingen, de toenemende economische betekenis van media en de veranderende 'governance' van het mediasysteem is dat veranderd. Deze dynamiek heeft implicaties voor het M&C onderzoek, met name in relatie tot het beta/technisch onderzoek naar communicatie en media, en de relatie met de toepassingscontext. Een transdisciplinair perspectief is hier wellicht wenselijk, meer dan een poging om een quasi-disciplinaire 'roadmap' te ontwerpen. De beperking van de *verkenningsoopdracht* tot het alfa- en gammaonderzoek is in die context jammer.

In veel disciplines leidt de komst van ICT ook (vooral) tot methodische en theoretische vernieuwingen. Nieuwe instrumenten creëren nieuwe (betere) manieren van dataverzameling, observatie en data-analyse mogelijk (Price 1984). In mediastudies en communicatiewetenschap lijkt dat nog niet erg zichtbaar: er zijn weinig citatierelaties met ICT literatuur, met methodologische tijdschriften, en weinig titelwoorden die naar methodologische vernieuwing verwijzen.

Samenvattend, de interface tussen alfa/gamma enerzijds en bèta anderzijds vraagt om verdere ontwikkeling, zowel wat betreft inhoudelijke als methodische vragen. Dat productief articuleren is wellicht de belangrijkste uitdaging voor een verkenning van media- en communicatiewetenschap.

Literatuur

- Bonaccorsi, A., Explaining poor performance of European science: institutions versus policies. *Science & Public Policy* 34 (2007) p. 303-316.
- Lepori, B., C. Probst & A. Imberti Dosi, *Swiss Communication Sciences. Profile of a Discipline*. Draft Paper, University of Lugano, 2007.
- Tijssen, R., et al., *Wetenschaps- en technologie indicatoren 2005*. Den Haag, Ministerie van OCW.
- Price, D., de Solla, The science-technology relationship. *Research Policy* 13 (1984) p. 3-20.
- Van den Besselaar, P. & G. Heimeriks, Mapping research topics using word-reference co-occurrences: a method and an exploratory case study. *Scientometrics* 68 (2006) p. 377-393.
- Van den Besselaar, P. & L. Leydesdorff, Mapping change in scientific specialties;

a scientometric case study of the development of artificial intelligence. *Journal of the American Society of Information Science* 47 (1996)p. 5.

Van den Besselaar, P., *Een kaart van mediastudies en communicatiewetenschap*.

Den Haag: Rathenau Instituut, 2007.

Whitley, R., *The Intellectual and Social Organization of the Sciences*. Clarendon Press, Oxford, 1984 (2000).

Zwier, S., H. Beentjes en J. Gutteling, Communicatiewetenschappelijk onderzoek in de afgelopen 15 jaar: aard en positie. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 34 (2006) p. 220-231.

Bijlage 1: Enige informatie over de gebruikte data en methoden

- Figuur 1 is gemaakt op basis van de citeerrelaties van 21 tijdschriften, waarvan er 18 (mede) tot de sociale wetenschappen en zo's 12 (mede) tot het domein van de geesteswetenschappen worden gerekend (zie noot 3). Daarmee is een evenwichtige dekking van het veld nagestreefd.
- Figuur 1 representeert het veld in 2004. Door de tijd is het patroon meer geprononceerd geworden. Dat lijkt zich ook door te zetten in latere jaren.
- De groei van het veld tussen 1988 en 2005 is berekend op basis van de in bijlage 2 genoemde tijdschriften uit socsci en ahi. De tijdschriften die in 1988 wel al bestonden maar pas later in de socsci en ahi zijn opgenomen, zijn daarbij buiten beschouwing gelaten.
- De titelwoordanalyse is gebaseerd op alle in de socsci en ahi geïndexeerde tijdschriften uit bijlage 2. We vergelijken de titelwoorden uit de oudste periode (1988-1990) met die uit de meest recente periode (2003-2006).
- Tabel 2 en tabel 3 zijn gebaseerd op vier communicatiewetenschappelijke onderzoeksgroepen, vier groepen op het gebied van taal en communicatie, en twee uit de mediastudies. Daarmee zijn de grotere eenheden op het terrein van media- en communicatieonderzoek meegenomen. Mediastudies is een kleiner veld, en dat zien we terug in deze selectie. De andere door de Verkenningscommissie genoemde groepen lijken in het media- en communicatieonderzoek een marginale rol te spelen. De focus daar lijkt meer te liggen op *onderwijs* over media en communicatie.
- Tabel 2 en tabel 3 zijn gebaseerd op een analyse van de volledige publicatielijsten van de tien groepen, over de periode 2000-2004. Helaas was één van de groepen niet in staat de gegevens over de hele periode verschaffen.

Bijlage 2: Genoemde tijdschriften (bron: commissie, interviews)

Tijdschriften	Artikelen*	Comm	Taal	Media	WoS**
Camera Obscura	282			X	AHI
CineAction				X	
Cineaste				X	
Cinema & Cie				X	
Cinema Journal	422			X	
Cognitive Linguistics	132		X		
Cognitive Science			X		SSCI
Communication Monographs	402	X			SSCI
Communication Research	578	X		X	SSCI
Communication Theory	233	X			SSCI
Continuum				X	
Critical Studies in Media Communication	139	X		X	SSCI
Cultural Studies	402	X		X	SSCI
Cyberpsychology & Behavior	469	X			SSCI
Discourse & Society	324	X			SSCI
Discourse Studies	103	X			SSCI
Emotie (NL)			X		
Enculturation				X	
European Journal of Communication	267	X		X	SSCI
European Journal of Cultural Studies				X	
European Journal of Womens Studies	299			X	SSCI
Feminist Review	338			X	SSCI
Feminist Media Studies				X	
Film and Philosophy	I			X	
Film Quarterly	195			X	
Game Studies (online)				X	
Gender				X	
Harvard International Journal of Press-Politics	230	X			SSCI
Health Communication	296	X			SSCI
Historical Journal of Film, Radio and Television				X	AHI
Human Communication Research	437	X			SSCI
Hypatia				X	
Information Management	1062		X		SSCI
International Journal of Conflict Management	187	X			SSCI
International Journal of Cultural Studies				X	
International Journal for the History of Sport				X	
International Journal of Language & Communic. Disorders	309	X			SSCI
International Journal of Public Opinion Research	304	X			SSCI
Javnost-The Public	317	X			SSCI
Journal of Advertising	482	X			SSCI
Journal of Advertising Research	756	X			SSCI
Journal of Applied Communication Research	186	X			SSCI
Journal of Broadcasting & Electronic Media	597	X			SSCI
Journal of Business and Technical Communication	188	X			SSCI
Journal of Communication	693	X	X	X	SSCI
Journal of Communication Inquiry				X	
Journal of Health Communication	319	X			SSCI
Journal of Media Economics	175	X			SSCI
Journal of Memory and Language	980		X		SSCI
Journal of Popular Culture	914			X	
Journal of Popular Television and Film				X	

Tijdschriften	Artikelen*	Comm	Taal	Media	WoS**
Journal of Pragmatics	1154		X		SSCI
Journal of Social and Personal Relationships	694	X			SSCI
Journal of Visual Culture	83			X	AHI
Journalism & Mass Communication Quarterly	549	X			SSCI
Journalism Quarterly	659	X			AHI
Karakter: tijdschrift van Wetenschap (NL)				X	
Kimoeeye				X	
Language	329		X		SSCI
Language & Communication	395	X			SSCI
Language and Instruction			X		
Language and Speech	341		X		SSCI
Learned Publishing	394	X			SSCI
Leonardo Digital Reviews				X	
Media Culture & Society	581	X		X	SSCI
Media Psychology	100	X			SSCI
Memory and Language			X		
Metaphor and Symbol	71		X		AHI
Narrative Inquiry	128	X			SSCI
New Media & Society	180	X			SSCI
New Review of Film and television Studies				X	
Poetics	431			X	AHI
Political Communication	321	X			SSCI
Postscript				X	
Public Culture	392	X			SSCI
Public Opinion Quarterly	551	X			SSCI
Public Relations Review	586	X			SSCI
Public Understanding of Science	228	X			SSCI
Quarterly Journal of Speech	350	X			SSCI
Research on Language And Social Interaction	183	X	X		SSCI
Science Communication	246	X			SSCI
Screen	494			X	AHI
Senses of Cinema (on line)				X	
Signs				X	SSCI
Technical Communication	428	X			SSCI
Telecommunications Policy	873	X			SSCI
Television and New Media				X	
The Information Society	397	X	X		SSCI
Theoreme (Fr)				X	
Theory Culture & Society	718	X		X	SSCI
Tijdschrift voor Communicatiewetenschap (NL)		X	X	X	
Tijdschrift voor Mediageschiedenis (NL)				X	
Tijdschrift voor Taalbeheersing (NL)			X		
Trafic (Fr)				X	
Wide Angle	257			X	AHI
Written Communication	312	X			SSCI

* Aantal artikelen en reviews, 1988 - 2006.

**WoS = Web of Science; SSCI = Social Science Citation Index; AHI = Arts and Humanities Index

