

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Redactioneel

Beste lezer,

Voor u ligt het derde nummer van het *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* van 2016. Dit nummer bevat vijf artikelen van Vlaamse en Nederlandse onderzoekers. In drie artikelen wordt onderzoek naar sociale media beschreven en twee artikelen beschrijven onderzoek naar nieuwsrepresentatie. Kernwoorden van dit nummer zijn: nieuwsmediarepresentatie, sekse-ongelijkheid, sociale netwerksites, alcoholgebruik, online hufterigheid en webcare.

In de eerste bijdrage van dit nummer, getiteld ‘Spelen sociale netwerksites een rol in de alcoholconsumptie van jongeren? Een literatuuroverzicht’, beschrijven Femke Geusens en Kathleen Beullens een literatuuronderzoek waarin zij kennis over de relatie tussen het gebruik van sociale media en alcoholconsumptie van jongeren beschrijven. Zij beschrijven de resultaten vanuit twee perspectieven. Gebaseerd op het socialenormperspectief wordt onderzoek besproken wat bestudeerd of en hoe blootstelling aan alcoholgerelateerde inhoud op sociale netwerksites effect heeft op de gepercipieerde normen over alcoholgebruik. Daarnaast wordt onderzoek besproken waarin de effecten van het zelf delen van alcoholgerelateerde inhoud op alcoholgebruik onderzocht is. Theoretische implicaties voor beide perspectieven en suggesties voor toekomstig onderzoek worden bediscussieerd.

In het tweede artikel ‘Hufterigheid en democratisch debat in online comments op verschillende platforms’, geschreven door Damian Trilling, Linda Bos, Lara Janse van Rensburg en Maarten Sebastiaan de Groot, wordt een studie gepresenteerd waarin de kwaliteit van argumenten en de mate van hufterigheid in online reacties op nieuwsberichten binnen verschillende platforms zijn onderzocht. De resultaten laten zien dat de keuze van een platform belangrijke implicaties kan hebben voor de discussie die er wordt gevoerd. Tegen de verwachting in werden er juist meer hufterige reacties gevonden op een niet-anonieme site vergeleken met een anonieme site. Zoals voorspeld wordt er gevonden dat anonimiteit een positieve bijdrage kan leveren aan de kwaliteit van de discussie omdat de focus meer op de inhoud dan op de personen ligt.

Renée van Os, Daphne Hachmang en Els van der Pool analyseren in het derde artikel ‘Webcare-strategieën door ov-aanbieders. Een analyse van conversatie op Twitter met drie ov-aanbieders’ conversaties tussen reizigers en ov-vervoerders. Ze richten zich hierbij op 1) de relatie tussen de aanleiding en het sentiment zoals geuit door de reiziger en de mate waarin de ov-vervoeder reageert, 2) de relatie tussen de aanleiding en het sentiment van de reiziger en het gebruik van verschillende webcare-strate-

gieën, en 3) de relatie tussen webcare-strategieën en sentimentsverandering. Uit de resultaten blijkt dat ov-vervoerders voornamelijk reageren op negatieve of neutrale berichten, de aanleiding voor een bericht lijkt geen rol te spelen. Daarnaast worden er met name webcare-strategieën ingezet vanuit een customer-serviceperspectief en heeft reageren an sich een positief effect op sentimentsverandering.

In het vierde artikel van dit nummer, ‘Sekse-ongelijkheid in Vlaams nieuws. Een kwantitatieve inhoudsanalyse naar de aanwezigheid en hoedanigheid van vrouwen en mannen in Vlaamse nieuwsverhalen’, geschreven door Sara De Vuyst, Susan Vertoont en Sofie Van Bauwel, wordt een kwantitatieve inhoudsanalyse beschreven waarin de aanwezigheid en hoedanigheid van mannen en vrouwen in Vlaamse nieuwsberichten wordt onderzocht. De resultaten laten zien dat vrouwen sterk ondervertegenwoordigd zijn in het Vlaamse nieuws. Daarnaast worden vrouwen vaak op een stereotiepe manier neergezet, ze worden vaker gerepresenteerd in beroepen, rollen en zachte nieuwsonderwerpen met minder status. Bovendien wordt hun beroep minder vaak bekendgemaakt terwijl hun gezinssituatie wel aan bod komt. Ook zijn vrouwen niet alleen ondervertegenwoordigd als actoren in het nieuws, maar ook als nieuwsmakers. Implicaties worden besproken.

In het laatste artikel van dit nummer, ‘Helden van hier? Een kritisch geïnspireerde kwalitatieve inhoudsanalyse naar de Vlaamse krantenberichtgeving over westerse en niet-westerse hulpagentschappen tijdens tyfoon Haiyan (2013)’, onderzoeken David Ongenaert en Stijn Joye de beeldvorming binnen Vlaamse kranten van westerse en niet-westerse hulporganisaties bij natuurrampen. Uit de resultaten blijkt dat westerse hulpagentschappen tijdens natuurrampen disproportioneel meer en positievere media-aandacht krijgen dan niet-westerse hulpagentschappen. De resultaten worden besproken aan de hand van het ‘othering’ discourse.

Veel leesplezier,

Marieke Fransen,
hoofdredacteur