

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 alweer het vierde nummer van het *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* van 2017. In dit nummer staan vier artikelen van Vlaamse en Nederlandse communicatieonderzoekers. Kernwoorden van dit nummer zijn: mediawijsheid, multiscreening, reclame-effectiviteit, documentaire, publieksparticipatie en nieuwsblogs.

In de eerste bijdrage van dit nummer, getiteld ‘Mediawijsheid in Vlaanderen. Van parlementaire discussie tot de oprichting van het Kenniscentrum Mediawijsheid’, beschrijven Leo Van Audenhove, Hadewijch Vanwynsberghe en Ilse Mariën de rol van de publieke omroep in de ontstaansgeschiedenis en opdracht van het Kenniscentrum Mediawijsheid. Hierbij belichten zij vier actuele theoretische discussies op het gebied van mediawijsheid.

Claire Segijn schreef het tweede artikel: ‘Alledaags multiscreening. Hoe informatieverwerking en reclame-effectiviteit worden beïnvloed door het gebruik van meerdere schermen tegelijkertijd’. Het betreft een overzichtsartikel gebaseerd op haar proefschrift. In het artikel wordt aan de hand van vijf empirische studies beschreven wat ‘multiscreening’ is en hoe het informatieverwerking en de effecten van reclame beïnvloedt. De focus ligt daarbij op 1) het fenomeen ‘multiscreening’ in het dagelijks leven, 2) de effecten van multiscreening op reclame-effecten en 3) de faciliterende rol van taakrelevantie.

In het derde artikel, ‘De documentaire als “*merit good*” op de publieke omroep. Theorie, beleid en praktijk in Vlaanderen’, onderzoeken Eline Livémont, Karen Donders en Caroline Pauwels de rol van de documentaire in de programmerings- en investeringsstrategieën van de Vlaamse publieke omroep VRT. Aan de hand van interviews en een kwantitatieve analyse van de programmering concluderen ze dat het beleid ten aanzien van het produceren en verspreiden van documentaires voornamelijk geïnspireerd wordt door de economische eigenschappen van het genre.

Het laatste artikel van dit nummer, ‘Bloggen bij Nederlandse nieuwsmedia. De ontwikkeling van publieksparticipatie met behulp van weblogs bij Nederlandse nieuwsmedia’, is geschreven door Sanne Hille en Piet Bakker. Zij onderzoeken in dit artikel hoe publieksparticipatie bij traditionele nieuwsmedia, met name door middel van blogs, zich heeft ontwikkeld. Ze analyseerden hiervoor alle grote Nederlandse nieuws-

sites en interviewden journalisten over hun verwachtingen. Uit de resultaten blijkt dat veel verwachtingen niet werden gerealiseerd en veel nieuwsmedia gestopt zijn met het schrijven van blogs.

Veel leesplezier,

Marieke Fransen,
hoofredacteur