

Samenspel in samenhang

Verkenningen, deel 11

Eerder verschenen in deze reeks:

1. De toekomst van het wiskunde-onderzoek in Nederland
2. Bio-exact. Mondiale trends en nationale positie in biochemie en biofysica
3. De toekomst van de theologie in Nederland
4. Tussen Aarde en Leven. Strategische verkenning van de biogeologie in Nederland
5. De appel van Newton. Nieuwe mogelijkheden voor natuurkundig onderzoek van levende materie
6. 'Gij letterdames en gij letterheren'. Nieuwe mogelijkheden voor taalkundig en letterkundig onderzoek in Nederland
7. Turning the Water Wheel Inside Out. Foresight Study on Hydrological Science in The Netherlands
8. Samenleven en samenwerken. Een toekomst voor de Nederlandse sociologie
9. Multifactoriële aandoeningen in het *genomics*-tijdperk
10. De toren van Pisa rechtgezet. Over de toekomst van de Nederlandse archeologie.

Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen
Verkenningcommissie Media- en Communicatiestudies

Samenspel in samenhang

Onderwijs en onderzoek in communicatie, media en informatie

Amsterdam, 2007

Omslagfoto: Nationale Beeldbank

Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen
Postbus 19121, 1000 GC Amsterdam
T + 31 20 551 07 00
F + 31 20 620 49 41
E knaw@bureau.knaw.nl
www.knaw.nl

Eindredactie: TGV teksten en presentatie, Leiden
Opmaak tekst: Ellen Bouma, Alkmaar

ISBN 978-90-6984-538-8

Het papier van deze uitgave voldoet aan  ISO-norm 9706 (1994) voor permanent houdbaar papier.

© 2007 Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW)
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, via internet of op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende, behoudens de uitzonderingen bij de wet gesteld.

Ten geleide

De Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW) voert wetenschapsverkenningen uit, waarmee zij richting probeert te geven aan het denken en doen in een bepaald wetenschapsgebied. Door onderzoekers uit bepaalde disciplines de gelegenheid te bieden zonder institutionele last of ruggespraak na te denken over de toekomst van hun vakgebied hoopt zij een wezenlijke bijdrage te leveren aan de ontwikkeling daarvan. De verkenningen worden uitgevoerd onder auspiciën van een of meerdere adviesraden van de KNAW en verschijnen onder verantwoordelijkheid van het Dagelijks Bestuur. Een belangrijk doel van een verkenning is het beschrijven van de positie van het vakgebied en het in kaart brengen van zijn kansen en bedreigingen.

De Verkenning Media- en Communicatiestudies is uitgevoerd onder auspiciën van de Raad voor Geesteswetenschappen en de Sociaal-Wetenschappelijke Raad. De verkenningcommissie is er na uitvoerige studie en raadpleging van het veld in geslaagd voor het eerst een adequate beschrijving van het complexe onderzoekgebied van de communicatie-, media- en informatiestudies te geven. Ook heeft zij op overtuigende wijze de interactie tussen onderwijs en onderzoek beschreven. Deze schets is niet alleen waardevol voor buitenstaanders, maar ook voor de betrokken onderzoekers, die verspreid over een aantal onderzoekscholen werken. De institutionele versnippering lijkt samenwerking te frustreren, terwijl technologische en maatschappelijke ontwikkelingen convergentie juist noodzakelijk maken. De oplossing voor de samenwerking die de Verkenningcommissie heeft gevonden in de oprichting van een Platform voor CMI-studies wordt van harte door het Dagelijks Bestuur van de KNAW ondersteund. Het hoopt dat de verkenning een eerste stap zal blijken in een proces waarin door het veld in samenwerking met universitaire bestuurders, NWO en OCW gewerkt wordt aan de verbetering van de kwaliteit van onderzoek en onderwijs in het verkende domein.

Prof. dr. Frits van Oostrom
president van de KNAW

Inhoud

Ten geleide v

Samenvatting viii

Summary ix

Voorwoord xiii

1. De verkenning in context 1
 - 1.1 Aanleiding 1
 - 1.2 Opdracht en uitvoering 3
 - 1.3 Wetenschappelijke trends 4
 - 1.4 Maatschappelijke trends 7
 - 1.5 Uitgangspunten 11
2. Onderwijs 13
 - 2.1 Introductie 13
 - 2.2 De opkomst en verankering van cmi-opleidingen aan Nederlandse universiteiten 14
 - 2.3 Beroepsoriëntatie en beroepsperspectieven 20
 - 2.4 Ontwikkelingen in het onderwijsveld 22
 - 2.5 Naar een netwerkstructuur voor wetenschappelijk onderwijs 26
 - 2.6 Aanbevelingen en concrete voorstellen 28
3. Onderzoek 31
 - 3.1 Introductie 31
 - 3.2 Een historische schets van het onderzoek 32
 - 3.3 De huidige inbedding en institutionalisering van het onderzoek 35
 - 3.4 Wetenschap in beweging: uitdagingen voor het Nederlandse cmi-onderzoek 37
 - 3.5 Wetenschap in beweging: belemmeringen voor cmi-onderzoek 41
 - 3.5.1 De disciplinaire structuur belemmert samenwerking 43
 - 3.5.2 Verschillen in 'onderzoekstaal en -cultuur' 43
 - 3.5.3 Beoordeling, *peer review* en valorisatie 45
 - 3.5.4 Versnippering aan de vraagzijde van het onderzoek 46
 - 3.6 Aanbevelingen en concrete voorstellen 47
4. Conclusies en toekomstvisie 53
 - 4.1 Introductie 53
 - 4.2 Wetenschapsinhoudelijke ontwikkelingen 54
 - 4.3 Maatschappelijk relevante ontwikkelingen 55
 - 4.4 Institutionele structuren 56
 - 4.5 De positie van het Nederlandse cmi-onderzoek internationaal gezien 57
 - 4.6 Aanbevelingen en concrete voorstellen 58
 - 4.7 Tot slot 61

Geraadpleegde literatuur 63

Websites 68

Bijlagen 71

1: Instellingsbesluit 73

2: Interviews en gesprekken 76

3: Onderwijs 77

4: Onderzoek 81

5: Een kaart van het onderzoek naar media en communicatie – samenvatting 90

Samenvatting

Dit rapport is het verslag van een verkenning die in de breedste zin van het woord is uitgevoerd. De Verkenningcommissie heeft de bestaande studies op het gebied van communicatie, media en informatie, kortweg cmi, en specialisaties op onderwijs- en onderzoeksgebied in kaart gebracht, alsmede hun verwantschap met bestaande disciplines aangegeven. Zij heeft gekeken naar de huidige (veelal disciplinaire) inbedding van deze groepen wetenschappers en geluisterd naar hun wensen om (interdisciplinaire) samenwerking tot stand te brengen. En ten slotte heeft zij onderzocht welke maatschappelijke thema's, wetenschappelijke paradigma's en internationale ontwikkelingen hoog op de agenda staan en zich dus lenen voor een gezamenlijk offensief. Dat proces heeft geleid tot een aantal aanbevelingen en concrete voorstellen.

Nederlandse onderzoekers op het gebied van communicatie, media en informatie bevinden zich aan de gespecialiseerde frontlinies van onderzoek op hun gebied; zij zijn erkende specialisten in bijvoorbeeld politieke communicatie, filmgeschiedenis of informatieverwerking in organisaties. De verwantschap tussen cmi-vakgebieden en aanpalende wetenschapsgebieden is nauw en de inbedding in facultaire verbanden bevordert deze gerichtheid op specialisatie. De laatste jaren doemen nieuwe wetenschappelijke thema's op die om meer en hechtere samenwerking tussen communicatie-, media- en informatiespecialisten vragen. Dit zijn thema's als media en cultureel erfgoed, media en technologie, multimodale informatieoverdracht, intermedialiteit, digitalisering van het medialandschap, de mondiale circulatie van (archief)beelden, de rol van (multi) media bij conflicten, de verandering van journalistieke ethiek en organisatie, de verhouding tussen publieke en commerciële media, de ontwikkeling van *creative*

Summary

This is a report of a research Foresight Study carried out in the broadest sense of the term. The Foresight Study committee has mapped out the existing studies in the area of communication, media and information (CMI), and specialisations relating to education and research, as well as indicating their affinity with existing disciplines. It has examined the current (often discipline-related) organisation of these groups of researchers and has listened to their wishes in order to bring about interdisciplinary cooperation. Finally, it has investigated which social topics, scientific paradigms and international developments require priority and are therefore suitable for a joint offensive. That process has resulted in a number of recommendations and specific proposals.

Dutch communication, media and information researchers are at the forefront of research in their specific areas. They are recognised specialists in the fields of, for instance, political communication, film history or information processing in organisations. There is close affinity between CMI disciplines and adjoining research areas, and their organisation in a faculty context fosters this focus on specialisation. In recent years, new research topics have emerged that demand more and closer cooperation between CMI specialists. These topics include media and cultural heritage, media and technology, multimodal information transfer, intermediality, digitalisation of media, the global circulation of archive and other images, the role of media and multimedia in conflicts, the changes in journalistic ethics and organisation, the relationship between public and commercial media, the development of creative industries, the role of search engines and digital games in social environments. These are topics that can be examined only if researchers study the relevant perspectives methodically and in a cohesive context.

In the report, the Foresight Study committee has indicated a number of domi-

industries, de rol van zoekmachines of digitale games in de sociale leefwereld van mensen. Dit zijn thema's die pas onderzocht kunnen worden als wetenschappers de verschillende perspectieven hierop systematisch en *in samenhang* bestuderen.

In het rapport heeft de Verkenningcommissie enkele dominante maatschappelijke trends gesignaleerd die het onderwijs en onderzoek naar communicatie, media en informatie in de nabije toekomst zullen sturen. Deze trends zijn medialisering, digitalisering, en informatisering. Daaruit voortvloeiend of direct daaraan verbonden zijn vragen over commercialisering, globalisering en interculturaliteit. De nieuwe wetenschappelijke thema's en maatschappelijke vraagstukken genereren prangende onderzoeksvragen voor cmi-onderzoekers. Deze trends hebben diepgaande invloed op de sociale leefwereld van mensen en op dagelijkse communicatiepraktijken. Maatschappelijk relevante vraagstukken bieden zich echter niet als samenhangend geheel aan; maatschappelijke en industriële spelers hebben vaak toegepaste deelvragen die ze aan wetenschappers voorleggen. Het is juist de taak van de wetenschap en haar instituties deze vragen te bundelen en toegepaste vragen te koppelen aan fundamenteel, theoretisch onderzoek. Een bundeling van krachten in de vorm van een Platform voor CMI heeft volgens de Verkenningcommissie een duidelijke meerwaarde. Zo'n structuur versterkt de uitwisseling van expertise, maakt het reeds aanwezige aanbod van onderwijs-modules optimaal toegankelijk voor studenten, bevordert de interdisciplinaire integratie van onderwijs en onderzoek, en maakt door zijn loketfunctie cmi-onderzoek voor beleidsmakers en industrie zichtbaarder.

De aanbevelingen en concrete voorstellen van de Verkenningcommissie kunnen worden samengevat in drie hoofdpunten:

1. Het is belangrijk dat de specialisaties van elk van de drie cmi-vakgebieden zich verder ontwikkelen. Zonder een voorschot te willen nemen op de uitkomst van het debat over de toekomst van de landelijke onderzoeksscholen en lokale graduate schools, constateert de Verkenningcommissie dat voor mediastudies, dat institutioneel versnipperd is, een hechtere samenwerking op landelijk niveau wenselijk is (actoren: het veld, mediastudies).
2. De Verkenningcommissie roept wetenschappers, docenten en bestuurders op om een welwillende en geïnteresseerde houding ten opzichte van elkaars onderzoekstaal en -cultuur te stimuleren, tolerantie te tonen ten aanzien van interdisciplinaire samenwerking, en de nieuwe praktijken te honoreren en erkennen (actoren: het veld, decanen. KNAW, NWO en NVAO).
3. De Verkenningcommissie pleit voor het oprichten – voor een periode van drie jaar – van een Platform voor CMI voor interdisciplinair onderwijs en onderzoek in communicatie, media en informatie onder auspiciën van de KNAW (actoren: het veld, KNAW).

nant social trends that will direct CMI education and research in the near future. These trends are increasing use of media, and digital and information technology. Consequences or directly related aspects of these trends are commercialisation, globalisation and intercultural considerations. The new research topics and social issues generate important research questions for CMI researchers. These trends have a considerable influence on the social environment and on day-to-day communication practices. However, socially relevant issues are rarely cohesive. Social and industrial parties often have applied sub-questions that they present to researchers. It is the task of science and its institutions to combine these aspects and to link applied questions to fundamental theoretical research. According to the Foresight Study committee, joining forces to create a CMI platform has clear added value. A structure such as this would strengthen the exchange of expertise, would allow students optimal access to existing educational modules, would encourage the interdisciplinary integration of education and research, and as a result of its accessibility, would make CMI research more attractive for policy makers and industry.

The Foresight Study committee's recommendations and specific proposals can be summarised in three main points.

1. It is important that the specialisations of each of the three CMI disciplines continue to develop. Without wishing to anticipate the results of the debate on national research schools and local graduate schools, the committee concludes that for media studies – which is institutionally fragmented – closer cooperation at national level is desirable (actors: the field, media studies).
2. The Foresight Study committee is calling on researchers, teachers and directors to encourage a willing and interested attitude with respect to one another's research language and culture, to show tolerance with respect to interdisciplinary cooperation, and to accept and recognise the new practices (actors: the field, deans, the Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences (KNAW), the Netherlands Organisation for Scientific Research (NWO) and the Dutch-Flemish Accreditation Organisation (NVAO)).
3. The committee is arguing for the creation – for a three-year period – of a CMI platform for interdisciplinary education and research in communication, media and information, under the auspices of the KNAW (actors: the field, KNAW).

Voorwoord

Het nieuwe wetenschapsgebied communicatie, media en informatie (cmi) heeft zich in de afgelopen twee decennia explosief ontwikkeld. De groeiende belangstelling van studenten en jonge onderzoekers voor dit nieuwe onderzoeksdomein dat versnipperd gehuisvest is in de faculteiten geestes- en sociale wetenschappen wordt grotendeels gevoed door de medialisering en de digitalisering van de samenleving. Bij bedrijven en overheid is behoefte ontstaan aan kennis van en reflectie op het gebruik van nieuwe media. Steeds vaker begeeft de burger zich in een virtuele wereld, waarin concepten als identiteit en eigendom een geheel andere betekenis hebben gekregen. Wetenschappelijk onderzoek naar deze veranderingen kan inzicht in deze processen verschaffen. Door mondialisering is bovendien kennis van interculturele communicatie onontbeerlijk geworden; cmi-onderzoekers zijn in staat nieuwe perspectieven te bieden bij deze complexe hieraan gerelateerde maatschappelijke vraagstukken. Ook 'de politiek' is veranderd. Politici ontwikkelen steeds vaker in samenwerking met mediaprofessionals verkiezingscampagnes, die weer kritisch worden gevolgd door onderzoekers en journalisten die hun academische vorming hebben genoten in een cmi-context. In onze veranderde samenleving is het nodig dat burgers 'mediawijs' zijn en kunnen omgaan met het grote aanbod op het gebied van de (nieuwe) media. Hier ligt een taak voor de cmi-studies.

De groeiende maatschappelijke interesse in onderwerpen op het gebied van de cmi-studies en de daardoor gegenereerde belangstelling van studenten en jonge onderzoekers, is een tweesnijdend zwaard gebleken. De grote aantallen studenten die de cmi-studies sinds het begin van de jaren negentig trekken, hebben de kwaliteit van de opleidingen zwaar onder druk gezet. Een tekort aan docenten

en een achterstand in onderzoekscapaciteit waren het gevolg. Sinds de eeuwwisseling stabiliseerde de studenteninstroom en kwam er ruimte om de achterstand op onderzoek geleidelijk in te halen. De laatste vier jaar is er dan ook sprake van groei in het aantal NWO-toekenningen en aanstellingen van onderzoekers (aió's en postdocs). Dat is een groot compliment voor een gebied dat ondanks grote onderwijsdruk en een overwegend jonge staf een stevig onderzoeksfundament heeft gecreëerd waarin niet alleen plaats voor meer toegepast, maar ook ruimte voor fundamenteel onderzoek is.

Ondanks de grote vorderingen op het gebied van onderwijs en onderzoek kleeft echter aan vele cmi-opleidingen nog steeds het imago van 'pretstudie' met een laag wetenschappelijk gehalte. Binnen de instituties van gevestigde academici lopen onderzoekers op hun beurt aan tegen de lage status die hun wetenschapsgebied in de hiërarchie toebedeeld krijgt. Dit ontorechte imago heeft twee oorzaken. In de eerste plaats overheerst de opvatting dat studies als communicatiewetenschap, mediastudies of informatiekunde vooral hogere beroepsopleidingen zijn met een geringe wetenschappelijke grondslag. Daarover kan echter worden opgemerkt dat sinds de invoering van de bamastructuur de universitaire opleidingen zich nadrukkelijker van het hbo onderscheiden door in de bachelorfase wetenschappelijke kennis en attitude sterk te benadrukken. Deze aanpak heeft haar vruchten afgeworpen en heeft geleid tot positieve oordelen van onderwijsvisitatiecommissies.

In de tweede plaats hebben de cmi-wetenschapsgebieden een interdisciplinaire traditie ontwikkeld die moeilijk past binnen de organisatiestructuren van de gevestigde academische instituties. Omdat specialisatie in een gevestigde discipline (bijvoorbeeld psychologie, geschiedenis, sociologie of letterkunde) doorgaans een voorwaarde is om binnen die kaders waardering te oogsten, worden inherent interdisciplinaire benaderingen vaak gezien als risicovol. Enerzijds omdat zulke nieuwe benaderingen moeten experimenteren met (combinaties van) methoden en theorieën, anderzijds omdat onderzoek nu eenmaal door *peers* uit traditionele disciplines wordt beoordeeld. De generatie cmi-onderzoekers die in de jaren '70 en '80 van de twintigste eeuw is opgeleid, heeft zich met name moeten bewijzen tegenover hun 'moederdisciplines' en heeft, soms ook om strategische redenen, vooral (exclusief) binnen de alfa- of gammasector gepubliceerd. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de afzonderlijke vakgebieden van communicatie, media en informatie nog steeds gescheiden eilanden vormen die opmerkelijk weinig overlap vertonen, zoals de studie *Een kaart van het onderzoek naar media en communicatie* van het Rathenau Instituut laat zien.

Met deze verkenning hoopt de commissie mee te helpen aan het bouwen van bruggen tussen de cmi-eilanden. In het advies wordt het nieuwe domein voor

het eerst omschreven, worden enkele voorzetten voor een gezamenlijke onderzoeksagenda gedaan en wordt een voorstel geformuleerd waardoor institutionele belemmeringen overwonnen kunnen worden. Uitgangspunt daarbij is geweest optimale mogelijkheden te creëren voor zowel fundamenteel als toegepast onderzoek dat in het huidige tijdsgewricht van essentieel belang is en in toekomst nog belangrijker zal worden. Deze exercitie is ondernomen door onderzoekers die in beginsel zijn ‘gehuisvest’ in de geestes- en sociale wetenschappen. Dat verblijf in gescheiden werelden is voor een aantal onderzoekers frustrerend. De noodzaak om ‘n samenspel samen te werken’ wordt steeds groter. Tijdens het verkenningsproces is gebleken dat voor jonge onderzoekers het domein van herkomst een minder grote rol speelt, maar dat zij zich in eerste instantie laten leiden door hun wetenschappelijke nieuwsgierigheid en graag verbanden aangaan met onderzoekers die gefascineerd zijn door dezelfde fenomenen. Zij verbaasden zich over de wonderlijke gescheiden circuits waarin zij werkzaam zijn en lopen met deze open opstelling voorop.

Dat cmi-onderzoekers in alle uithoeken van het wetenschappelijk bedrijf te vinden zijn, bleek ook bij de afbakening van de gebieden communicatie, media en informatie. De verkenningscommissie is zich ervan bewust dat bij de bestudering van communicatie, media en informatie in hun brede historische en contemporaine context ook andere disciplinevelden (bijvoorbeeld literatuurwetenschap, historische wetenschappen en kunstgeschiedenis) betrokken zijn en in de toekomst betrokken zullen blijven. Vanwege praktische bezwaren heeft zij haar opdracht niet zodanig kunnen oprekken dat in het overzicht van het onderzoek en onderwijs al deze ‘rafelgebieden’ zijn opgenomen. De commissie is echter van mening dat in de toekomst *binnen* het brede veld van de geestes- en sociale wetenschappen de raakvlakken tussen verschillende disciplines zullen leiden tot innovatief en uitdagend onderzoek. Het gebruik, effect en de waardering van medialisering en digitalisering in een mondiale culturele context dwingen onderzoekers tot samenwerking. Technologie, sociale praktijk en culturele vorm zijn in de objecten van onderzoek steeds hechter met elkaar verweven en om deze complexiteit te doorgronden hebben de uiteenlopende disciplines elkaar steeds meer nodig.

Nadat er jarenlang relatief autonoom is geopereerd, dwingen externe hierboven geschetste ontwikkelingen tot meer samenwerking tussen de alfa- en gamma-sectoren, en wellicht ook tussen deze sectoren en de terreinen van de informatiekunde, informatica, informatierecht en -economie. In dit verkenningsrapport is de blik op de toekomst gericht en is geprobeerd te schetsen wat de domeinen bindt, niet wat ze scheidt. Aan de discussies ter voorbereiding van deze verkenning hebben 150 tot 200 onderzoekers uit het verkende domein deelgenomen;

dit was een constructief en opbouwend proces, waarbij een goede basis is gelegd voor verdere samenwerking en profilering.

De commissie stelt om die reden voor een tijdelijk Platform voor Communicatie, Media en Informatie op te richten. Dit platform moet een ontmoetingsplaats worden waar onderzoekers de komende drie jaar kunnen werken aan de verdere inhoudelijke en institutionele ontwikkeling van dit interdisciplinaire wetenschapsgebied. In de conclusie zijn ideële en concrete doelen voor dit Platform geformuleerd; deze variëren van het ontwikkelen van wederzijds respect voor, en inzicht in methoden en theorievorming tot het ondersteunen van *honours*-modules. Het kan bovendien een intern aanspreekpunt gaan vormen (bijv. in de discussie rond hbo-wo, de vorming van *graduate schools* en de ontwikkeling van onderzoekscholen). Het wetenschapsgebied van cmi-studies krijgt door dit Platform een gezicht naar buiten.

1. De verkenning in context

‘Zowel door de brede verspreiding van afzonderlijke media (in het bijzonder televisie en internet) als door de koppeling van al die media is de schaal waarop media functioneren enorm vergroot. Noch in tijd, noch in ruimte zijn er principieel nog veel begrenzingen aan het bereik. Mensen, waar ook in de ontwikkelde wereld – en in toenemende mate ook daarbuiten – kunnen zich vierentwintig uur per dag laten informeren en amuseren.’

Raad voor Cultuur (advies *Mediawijsheid* 2005)¹

1.1 Aanleiding

In 2004 stelde het dagelijks bestuur van de KNAW op voordracht van de Raad voor Geesteswetenschappen (RGW) en de Sociaal-Wetenschappelijke Raad (SWR) een voorstudiecommissie in die de opdracht kreeg de wenselijkheid van een KNAW-verkenning op het gebied van de media- en communicatiestudies en hun relatie tot de andere cultuurstudies te onderzoeken. In de academische wereld was op dat moment weliswaar bekend dat opleidingen op het gebied van communicatie, media en informatie massaal de interesse van studenten wekken, maar er was beduidend minder kennis aanwezig over de inhoud van het onderwijs en

¹ Raad voor Cultuur, *Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap*, Den Haag, juli 2005, p. 14 en 38.

onderzoek.² Met welke onderwerpen houden studenten, docenten en onderzoekers zich bezig? Hoe verschillend en hoe gespecialiseerd zijn deze studies? Wat is de samenhang tussen deze vakgebieden? Wat onderscheidt de verschillende media- en communicatiestudies en wat bindt hen? Wat is de huidige status van deze vakgebieden en welke kansen en bedreigingen zien de wetenschapsbeoefenaars voor de toekomst van hun vakgebied? Onderzoek en onderwijs op het gebied van communicatie, media en informatie, voortaan cmi-velde genoemd, kennen op dit moment een geweldige dynamiek en daarom adviseerde de voorstudiecommissie een verkenning te starten.³ De in 2006 ingestelde verkenningcommissie beschouwt het als haar opdracht de recente ontwikkelingen in kaart te brengen en perspectieven te schetsen, maar verwelkomt deze studie ook als kans om het 'nieuwe' wetenschapsgebied van communicatie, media en informatie nader (op inhoud) en breder (bij meer doelgroepen) te introduceren. De verkenningcommissie heeft om pragmatische redenen voor deze afbakening van het domein gekozen. Zij is zich ervan bewust dat onderzoek op deze gebieden ook plaatsvindt binnen in naam meer traditionele onderzoekseenheden. Zij heeft tijdens de verkenning geprobeerd vertegenwoordigers van deze eenheden zoveel mogelijk bij het proces te betrekken.

Ondanks de sterk toegenomen studenteninstroom en de hoge onderwijsdruk die hiermee samenhangt, heeft het cmi-velde de afgelopen jaren succes geboekt op het gebied van onderzoek (we gaan in hoofdstuk 3 nader in op de groei in het aantal NWO toekenningen). Vooral dankzij de maatschappelijke relevantie van de onderzoeksonderwerpen heeft de disciplinaire ontwikkeling van de vakgebieden een sprong voorwaarts gemaakt. Door dit succes te consolideren is meer winst te behalen. Daarbij is institutionele erkenning van belang en is het noodzakelijk de reikwijdte van het onderzoek met interdisciplinaire projecten te vergroten. Geaggregeerde kennis van deze vakgebieden kan en moet meer in dienst worden gesteld van urgente wetenschappelijke en maatschappelijke kennisvragen.

² Het onderzoek naar media en communicatie heeft een langere traditie dan vaak wordt aangenomen. In hoofdstuk 2.2 staat een summier overzicht van de geschiedenis van deze vakgebieden.

³ Met opzet wordt in deze verkenning consequent gesproken van 'communicatie, media en informatie' als vakgebieden binnen het wetenschappelijk onderwijs en onderzoek, en worden achtervoegsels als -kunde, -studies, en -wetenschap weggelaten, omdat zij al gauw leiden tot onnodig verwarrende (want hiërarchie implicerende) kwalificaties. Om redenen van efficiëntie zullen wij waar mogelijk de afkorting 'cmi' gebruiken voor de vakgebieden communicatie, media en informatie. De drie vakgebieden die zijn onderzocht, betreffen communicatiewetenschap, taal en communicatie, en mediastudies.

1.2 Opdracht en uitvoering

Het uitvoeren van wetenschapsverkenningen is een van de taken van de KNAW. De Akademie beoogt met dit instrument het Nederlandse onderzoek op de verkende gebieden beter te laten inspelen op denkbare toekomstige trends en ontwikkelingen – in de nationale én internationale, wetenschappelijke én maatschappelijke context. De algemene opdracht voor deze verkenning was dan ook om de mogelijke kansen en bedreigingen voor het cmi-veld in kaart te brengen en concrete aanbevelingen voor de ontplooiing van het wetenschapsgebied te formuleren die passen bij de dynamiek en consensus in dit veld. Voor de ‘Verkenning naar Media- en Communicatiestudies,’ zoals de oorspronkelijke naam luidde, wordt door de Raad voor Geesteswetenschappen (RGW) en de Sociaal-Wetenschappelijke Raad (SWR) gezamenlijk verantwoordelijkheid gedragen. Commissieleden en adviseurs zijn gelieerd aan zowel geesteswetenschappelijke als sociaalwetenschappelijke afdelingen. In bijlage 1 is het complete instellingsbesluit opgenomen met een overzicht van commissieleden, verkenningvragen en adviseurs.

Voor de uitvoering van haar taak heeft de commissie gekozen voor een proces waarbij op essentiële momenten de inbreng van wetenschappers uit het veld werd gevraagd. Omdat het om een zeer grote groep gaat, waarvan een deel ook nog eens op tijdelijke en/of uitzendbasis werkzaam is, was het onmogelijk iedereen te horen. Gekozen is voor een aanpak die, door functionarissen en geografische verspreiding heen, sleutelpersonen bij het proces zou betrekken. In de startfase is allereerst een reeks van 24 informerende interviews gehouden, waarbij de vertegenwoordigers van cmi-afdelingen in het land onder andere werd gevraagd naar hun visie op ontwikkelingen in het onderzoek, trends in maatschappelijke relevante vraagstukken, knelpunten in het onderwijs, internationalisering, interdisciplinariteit, en *drivers* en *barriers* voor samenwerking met collega-cmi-onderzoekers uit andere disciplinaire tradities. Op basis van een kwalitatieve analyse van de interviewverslagen hebben de commissieleden een geaggregeerde analyse gemaakt (volgens het principe van de Delphistudies-verkenningmethodiek⁴), die ten grondslag heeft gelegen aan de inhoudelijke voorbereiding van de eerste workshop. Naast de interviews met vertegenwoordigers van de universiteiten is gesproken met andere betrokken partijen, zoals NWO, SCP en het Rathenau Instituut dat voor de verkenning een veldonderzoek heeft uitgevoerd, dat onder

⁴ Zie voor een uitleg van Delphistudies het deelrapport voor het Handboek Verkenner: Barend van der Meulen, *Methodiek Verkenningen: naar een ontwerpbenadering voor het opzetten van een verkenning*. Universiteit van Twente, mei 2002, p. 20-29. De pdf is beschikbaar via <http://www.know.nl/verkenningen>

de titel *Een kaart van het onderzoek naar media en communicatie* zal worden gepubliceerd (zie bijlage 2 voor een complete lijst met geïnterviewden en gesprekspartners, zie bijlage 5 voor een samenvatting van het rapport van het Rathenau Instituut).

Er zijn drie workshops gehouden. Voor workshop 1 werden ongeveer 30 hoogleraren en senioronderzoekers uitgenodigd. De workshop richtte zich op de inhoudelijke onderzoeksagenda, theoretische en methodologische vernieuwing en de mogelijke relaties tussen sociale wetenschappen en geesteswetenschappen. Workshop 2 was bedoeld voor jonge onderzoekers (promovendi, postdocs, startende ud's en enkele excellente masters-researchstudenten). Bijna vijftig jonge onderzoekers namen deel aan de netwerkbijeenkomst *A Media and Communications Roadmap to 2020: working towards a culture of creative convergence*. Afgewisseld met drie *keynote*-lezingen van vooraanstaande internationale cmi-onderzoekers⁵ bogen de deelnemers zich in twee werkgroepssessies over mogelijke (*boom & doom*-) toekomstscenario's voor het veld. De laatste workshop richtte zich op onderwijs. Ongeveer 20 opleidingscoördinatoren, onderwijsdirecteuren en betrokken docenten bogen zich over de conceptversie van het onderwijshoofdstuk uit het verkenningsrapport.

In de loop van het project heeft de verkenningscommissie – ondersteund door relevante studies, literatuur en beleidsdocumenten – algemene uitgangspunten geformuleerd die haar insteek in de verkenning expliciteren en in een brede context plaatsen. Alvorens in de volgende hoofdstukken in detail op het onderwijs (hoofdstuk 2) en het onderzoek (hoofdstuk 3) in te gaan, bespreken we hier kort de relevante ontwikkelingen in het Nederlandse wetenschapsbeleid en de maatschappelijke trends op het gebied van communicatie, media en informatie. Daarna zullen de hieruit voortvloeiende uitgangspunten van deze verkenning worden besproken.

1.3 Wetenschappelijke trends

De Nederlandse kenniseconomie heeft sinds het Lissabon-akkoord van maart 2000 politieke prioriteit. In dat jaar spraken de Europese leiders in de Portugese hoofdstad af dat, wilden de Europese prestaties in wetenschap en technologie weer toonaangevend worden, men ervoor zou moeten zorgen dat het Europese

⁵ Prof. dr. William Uricchio (MIT/Utrecht University) opende de middag met een lezing 'Working towards a culture of creative convergence.' Prof. dr. Jostein Gripsrud (University of Bergen) sprak over '(Re)Making Mediastudies' en Prof. dr. Yohai Benkler (Yale University) sloot the middag af met de lezing 'The Wealth of Networks.'

toptalent behouden bleef voor eigen universiteiten. Als doelstelling werd geformuleerd dat de EU in 2010 de meest competitieve en dynamische kenniseconomie zou zijn. Ook de Nederlandse kabinetten onderschrijven sinds 2000 deze doelstellingen. Zo werd in het najaar van 2003 het Innovatieplatform opgericht dat strategische invulling aan de Lissabon-ambities moet geven. Het platform gaat ervan uit dat innovatie tot stand komt in 'dynamische netwerken waarin actoren [...] elkaar steeds meer nodig hebben'⁶ en stelt dat vooral de trends richting *internationalisering* en *multidisciplinariteit* het samenspel tussen actoren versterken en noodzakelijk maken.⁷ Onverlet de kritische reacties op het vermogen van het Innovatieplatform om meetbare verbeteringen te realiseren,⁸ laat een vergelijking met de visies en strategieën van andere overheidsorganisaties een krachtige consensus zien wat betreft de noodzakelijke pijlers onder het beleid ten aanzien van innoverend en toonaangevend onderzoek.

De eerste gemeenschappelijke pijler is het stimuleren van individueel talent. In de NWO-strategie voor de periode 2007-2010 heet deze pijler: 'Ruimte voor onderzoekers'.⁹ Het achterliggende idee is helder: kwalitatief hoogwaardig onderzoek en significante vernieuwing ontstaan niet op de tekentafel van beleidsmakers, maar door de inzet, kunde en creativiteit van excellente onderzoekers. Geef ruimte door vrijheid in keuze van onderzoekslijnen te garanderen, door topfaciliteiten te financieren en door een aantrekkelijk carrièreperspectief te bieden, en vergroot daarmee de kansen op onderzoeksresultaten die boven het maaiveld uitsteken, ongeacht het onderwerp. Een tweede pijler is het genereren van focus en massa. Hiermee wordt door 'bundeling van krachten'¹⁰ ingezet op een diepte-investering in thema's en zwaartepunten, waardoor de *impact* van het excellent onderzoek wordt gemaximaliseerd en Nederland op selecte 'sleutelgebieden' kan concurreren met internationaal onderzoek.¹¹

Een laatste pijler betreft de directe koppeling tussen wetenschappelijk

⁶ Innovatieplatform, *Innovatieplatform Werkprogramma 2006*, Den Haag, 2006, p. 1.

⁷ Website *Innovatieplatform*. Januari 2007, 16 januari 2007 <<http://www.innovatieplatform.nl/nl/missie/Visie/index.html>>

⁸ Zie de berichtgeving op de actualiteiten rubriek 'ict & onderwijs' van EduSite, bijvoorbeeld Niels Bakker, 'vvd: het Innovatieplatform op.' 4 april 2006.

⁹ Zie voor een volledige beschrijving van 'Actielijn 1: Ruimte voor onderzoekers' NWO, 'Strategie NWO 2007-2010.' Den Haag, 2006.

¹⁰ Idem voor 'Actielijn 2: Bundeling van Krachten.'

¹¹ Als Nederlandse sleutelgebieden zijn geoormerkt 'Flowers & Food,' 'High-tech Systemen en Materialen,' 'Water,' 'Creatieve Industrie,' 'Chemie' en 'ICT als Innovatie-as.' Zie ook het Innovatieplatform-rapport *Voorstellen Sleutelgebieden-aanpak: Ambitie, excellentie en actie. Van dijkgraaf tot art-director: voorstellen tot actie van het Innovatieplatform*, Den Haag, 4 oktober 2004.

onderzoek en maatschappelijk relevante zaken. Het Innovatieplatform heeft zich tot doel gesteld de valorisatie van het universitair onderzoek te bevorderen. Bij de vertaling van kennis in maatschappelijke en economische waarde is volgens het platform nog veel te verbeteren. Hier geldt de zogenaamde kennisparadox, het gegeven dat in Nederland weliswaar veel kennis wordt geproduceerd, maar dat deze zijn weg naar de samenleving niet of onvoldoende vindt. Ook NWO zet in haar strategisch programma met een speciale actielijn sterk in op ‘wetenschap voor de samenleving’.¹²

De pijlers in wetenschapsbeleid worden doorgaans algemeen geformuleerd. Dit is niet onproblematisch. Wetenschapsvelden zijn gelijkwaardig, maar niet gelijk.¹³ De geestes- en sociale wetenschappen hebben een relatief grote taakonzekerheid en kleine onderlinge afhankelijkheid. Onderzoekers kunnen individueel of in kleine groepen uit een breed scala aan onderwerpen kiezen en zijn continu op zoek naar vernieuwende theoretische invalshoeken en methodieken. De eerdergenoemde ‘focus en massa’-strategie sluit aan op de behoeften van taakzekere, afhankelijke velden, maar werkt nadelig voor die wetenschapsgebieden die taakonzeker en onafhankelijk zijn. Een voorbeeld: waar de (internationale) natuurkunde gebaat is bij concentratie van onderzoeksthema’s en mega-investeringen nodig zijn om door middel van een hooggeavanceerde deeltjesversneller met experimenten het bewijs voor de snaartheorie te leveren, is het onwenselijk dat Nederlandse geschiedkundigen zich voortaan slechts concentreren op onderzoek naar de verrichtingen van de VOC of dat alle antropologen het bestuderen van de inheemse indianengemeenschappen in Amerika tot hun prioriteit verheffen. De waarde van geesteswetenschappelijk en sociaalwetenschappelijk onderzoek ligt juist in het vergroten en verbreden (differentiëren) van onze (cultuur-)historische en (cultuur-)maatschappelijke kennis en in het *nuanceren* van ons begrip van deze kennis door kritisch inzicht te verschaffen.

Als strategie is het voor de noodzakelijke vernieuwing en het vergroten van kritisch inzicht in de alfa- en gammawetenschappen dan ook nodig om, naast verticale verdieping van meerdere thema’s en modellen, ook lateraal in te zetten op meerdere (kleinschalige) projecten tegelijkertijd. In het adviesrapport voor valorisatiebeleid in de alfa- en gammawetenschappen *Alfa en Gamma stralen* (2007)

¹² Zie voor een volledige beschrijving van ‘Actielijn 3: Wetenschap voor de samenleving’ NWO, ‘Strategie NWO 2007-2010.’ Den Haag, 2006.

¹³ Zo verklaart organisatiesocioloog Richard Whitley het fundamentele verschil tussen wetenschapsgebieden door te wijzen op hun uiteenlopende karakteristieken; hij maakt onderscheid tussen velden met of zonder taakonzekerheid en onderlinge afhankelijkheid. Richard Whitley, *The Social and Intellectual Organization of the Sciences*, Oxford University Press, Oxford 1984, p. 120.

adviseert de Adviesraad voor het Wetenschaps- en Technologiebeleid (AWT) valorisatie ‘breder dan de bijdrage van universiteiten aan economische bedrijvigheid door octrooi- en technologieoverdracht’ te zien.¹⁴ Wetenschap draagt ook bij aan de instandhouding van sociale verbanden, cultuur en democratie, zo stelt het rapport, en dit is zeker het geval in de alfa- en gammawetenschappen.¹⁵

De drie pijlers van het wetenschapsbeleid zijn uitermate relevant voor de vakgebieden communicatie, media, en informatie. Enerzijds zijn deze gebieden gebaat bij specialisatie, individualiteit, kleinschaligheid en diversiteit, en daarvoor biedt de stevige verankering in respectievelijk alfa- en gammafaculteiten grote voordelen. Anderzijds zijn er brede, maatschappelijke trends die vragen om een multidisciplinaire focus en een gezamenlijke aanpak waardoor complexe vraagstellingen kunnen worden geformuleerd en beantwoord. Voor zo’n aanpak bestaan binnen de alfa- en gammawetenschappen grote belemmeringen. In de volgende paragraaf gaan we eerst in op enkele maatschappelijke trends die een gezamenlijk, interdisciplinair optreden noodzakelijk en wenselijk maken.

1.4 Maatschappelijke trends

Drie ontwikkelingen, te weten *medialisering*, *digitalisering* en *informatisering* hebben het medialandschap en de samenleving ingrijpend veranderd. Burgers maken in steeds sterkere mate gebruik van verschillende media- en informatietechnologieën bij het vormen van een identiteit en voor het onderhouden van sociale verbanden. Volwaardige participatie in de democratische gemeenschap is gerelateerd aan de vaardigheid (wijsheid) waarmee burgers zich door de mediamaatschappij bewegen. Wetenschappelijke onderzoekers in de vakgebieden communicatie, media en informatie leveren een belangrijke bijdrage aan het ontwikkelen van

¹⁴ AWT, *Alfa en Gamma stralen: valorisatiebeleid voor de Alfa- en Gammawetenschappen*, Den Haag, maart 2007, p. 5.

¹⁵ De AWT bracht eerder een rapportage uit met de titel *Geëngageerde Geesteswetenschappen* (Den Haag, mei 2002). Hierin stelde de verkenningscommissie die was ingesteld om kennisvragen op het gebied van cultuur en cultuurveranderingen in de digitale context te inventariseren dat ‘een geesteswetenschappelijk perspectief...belangwekkende inzichten [kan] opleveren wanneer men deze maatschappelijke ontwikkelingen probeert te begrijpen en/of bij te sturen’ (p. 9). Voor een goede vertaling van wetenschapsresultaten naar maatschappelijke toepassing is volgens het AWT-advies niet alleen onderzoek nodig dat zich expliciet (instrumenteel) richt op de vormgeving van maatschappelijke ontwikkelingen, maar ook onderzoek waarmee symbolische kennis wordt vergaard en onderzoek dat kritische kaders voor het begrijpen van objecten en ontwikkelingen schept.

scientific frameworks of understanding om actuele vraagstukken rondom deze drie trends inzichtelijk te maken.

Medialisering kan worden geduid als de tendens dat media een centrale en sturende rol zijn gaan spelen in de manier waarop wij kennis nemen van gebeurtenissen, instituties en verbanden in de samenleving; het dagelijks leven van individuen wordt steeds meer vormgegeven door gemedialiseerde ervaringen.¹⁶ Een hiermee samenhangende tendens is die van de mondialisering: media zijn wereldwijd verspreide producten, en communicatiemiddelen en -processen zijn bijna per definitie grensoverschrijdend. Media spelen een cruciale rol in de constructie en perceptie van nationale, culturele en etnische identiteiten, maar ook in de constructie en perceptie van wetenschappelijke kennis en politieke situaties. Een substantieel deel van onze individuele ervaring van de wereld en ons zelfbewustzijn is bemiddeld door media: zowel de instrumenten en instituties waarmee of waardoor beelden en woorden worden verspreid, als die beelden en woorden zelf. Medialisering betekent steeds vaker *multi*-medialisering en *multi*-modaliteit: het meest kenmerkend voor digitale media is de convergentie van voorheen gescheiden media en perceptuele modi (beeld, tekst, geluid).

Digitalisering is een specificatie van *technologisering*: de term duidt op de tendens dat technologie een steeds grotere rol speelt in de (westerse) cultuur en samenleving en dat die technologie volledig gedomineerd wordt door digitale systemen. Communicatie-, media- en informatietechnologieën bevinden zich in de frontlinie van deze tendens: juist de digitale codering van de objecten zorgt ervoor dat systemen en data uitwisselbaar worden, met name ook via het internet. Convergentie is echter niet alleen technologisch van aard: haar resultaat is ook dat culturele vormen (films, krant, database) en sociale praktijken (tv kijken, chatten, encyclopedie raadplegen) meer in elkaar overvloeien waardoor nieuwe praktijken en vormen ontstaan. Bovendien is een kenmerk van het zogenaamde 'Web 2.0' dat het de gebruiker activeert en productie en participatie in cmi-processen bevordert.

Informatisering is de tendens dat systemen waarmee informatie gegenereerd, opgeslagen en gepresenteerd worden, een cruciale rol zijn gaan spelen in de samenleving, zowel in maatschappelijke instituties als op de werkvloer als in individuele huishoudens.¹⁷ Informatisering hangt nauw samen met digitalisering, want juist de uitwisselbaarheid van digitale codes zorgt ervoor dat informatise-

¹⁶ De term 'medialisering' is een vertaling van de Engelse term 'mediation', die door John B. Thompson is geïntroduceerd en uitgewerkt in *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press 1995.

¹⁷ Zie bijvoorbeeld het rapport *In het zicht van de toekomst: Sociaal en Cultureel Rapport 2004*, met name hoofdstuk 5 'ICT en samenleving'.

ring doordringt tot elke vezel van het maatschappelijk leven en dus ook het hart vormt van de zo geroemde kennissamenleving. De ontwikkeling van informatiesystemen staat echter niet los van media- en communicatietechnologie; innovatie vloeit juist voort uit de sterke verwevenheid van communicatie-, media- en informatieobjecten.

De trends van medialisering, digitalisering en informatisering generen maatschappelijke vraagstukken die door verschillende partijen (overheid en bedrijfsleven) zijn geformuleerd en uitgezet. Zo bracht de Raad voor Cultuur in juli 2005 ongevraagd het advies *Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap* aan het kabinet uit.¹⁸ In dit advies over de ontwikkelingen rondom mediagebruik en informatie- en communicatietechnologie stelt de Raad een verbreding van het begrip *media-educatie* naar *mediawijsheid* voor. Aan de ene kant raken maatschappij en cultuur steeds verder gemedialiseerd; door zowel oude als nieuwe media nemen we informatie, kennis en ervaringen tot ons. De media maken door inhoud en context ook onderdeel uit van dit proces. Aan de andere kant is er een trend naar grotere verantwoordelijkheid van de moderne burger. Met name digitale media maken deze nieuwe vorm van zelfredzaamheid mogelijk. Tegen de achtergrond van deze twee ontwikkelingen adviseert de Raad mediawijsheid uit te breiden naar andere terreinen dan alleen onderwijs, bijv. naar de zorg, politiek of veiligheid; gebieden waarop de moderne burger ook mediawijs dient te zijn.¹⁹

De veranderingen die samenhangen met de opkomst van digitale cultuur en informatisering zijn veelvuldig onderwerp van nationale en internationale beleidsdiscussie en -onderzoek. Zo publiceert het Sociaal Cultureel Planbureau sinds 2003 jaarlijks een verkenning op het gebied van ICT (de reeks *Jaarboek ICT en Samenleving*). In haar jaarlijkse *Information Society Report* stelt de commissie van de Europese gemeenschappen dat ICT verantwoordelijk is voor 50% van de EU-groei en dat Nederland koploper is op de meeste vlakken.²⁰ Informatisering en digitalisering hebben ook effect op de organisatie van werkverbanden en socialisatieprocessen. Informatie- en communicatietechnieken moedigen door hun platte netwerkstructuur het delen van kennis en informatie aan. Terwijl volwassenen geneigd zijn zaken voor zichzelf te houden en hun machtspositie af te schermen, zijn jongeren uit de digitale generatie van nature meer geneigd horizontaal samen te werken. Afgezien van de vele onderzoeksvragen die dit

¹⁸ Raad voor Cultuur. *Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap*, Den Haag, juli 2005.

¹⁹ Een belangrijk verschil met de term media-educatie is dat mediawijsheid ook het zelf produceren van media-inhoud omvat en het dus een geïnformeerde en participerende 'mentaliteit' impliceert.

²⁰ *2020 Annual Report 2007*, Commission of the European Communities, Brussel, 2007.

maatschappelijke vraagstuk voor cmi-wetenschappers genereert, moet ook het belang van het ontstaan van een ‘netwerkethos’ voor de wetenschappelijke praktijk genoemd worden.²¹

De werkwijze van de digitale generatie in *communities of practice* kan als voorbode gezien worden van veranderingen in wetenschapsbeoefening.²² In elk van de drie onderzochte vakgebieden wordt al veel onderzoek gedaan naar de hierboven genoemde trends van medialisering, digitalisering en technologisering.²³ Daarnaast vindt binnen enkele landelijke onderzoekscholen (zoals WTMC) onderzoek naar de impact van deze trends op wetenschap en technologie plaats. Deze aandacht is prima, maar dat neemt niet weg dat de onderzoeksvragen die deze thema’s genereren meer samenwerking tussen de velden eisen. Wetenschappers van de toekomst zullen meer gericht (moeten) zijn op interdisciplinaire verbanden en netwerkachtige samenwerkingsvormen. Dit geldt in bijzondere mate voor het vakgebied van de communicatie, media en informatie. Konden we voorheen ons ‘object’ nog benaderen vanuit gespecialiseerde vraagstellingen, dat ‘object’, zoals enkele deelnemers uit de workshops van dit verkenningstraject opmerkten, beweegt zich nu op meerdere vlakken tegelijk. Convergentie van onderzoeksobjecten noopt dus tot convergentie van expertises. Met dit rapport wil de verkenningscommissie beargumenteren dat het juist deze dynamiek is die de maatschappelijke relevantie en wetenschappelijke noodzaak van innovatieve onderzoeksvragen naar cmi-objecten onderschrijft. Het is ook deze dynamiek die ons motiveert strategische maatregelen voor te stellen die het veld in de toekomst meer mogelijkheden tot succesvolle profilering zullen geven.

²¹ Refererend aan J. Rifkin’s boek *The Age of Access. How the Shift from Ownership to Access is Transforming Modern Life* zien Jos de Haan en Christian van ’t Hof in *Jaarboek ICT en Samenleving 2006: de digitale generatie* (Amsterdam, Boom, 2006) de digitale generatie als voorbode van ‘een netwerkethos [...] dat gericht is op participatie en samenwerking in plaats van competitie en geheimhouding.’ (p. 188).

²² Verschillende initiatieven spelen reeds in op de verwachte verschuivingen. Zo wil het KNAW instituut de Virtual Knowledge Studio (vks) ‘bijdragen aan ontwerp en conceptualisering van vernieuwende wetenschappelijke praktijken in de geestes- en de sociale wetenschappen’ en ‘ondersteuning bieden aan wetenschappers die experimenteren met nieuwe wijzen van onderzoek doen en met nieuwe manieren van samenwerken en communiceren.’ *Virtual Knowledge Studio Website*, <<http://www.virtualknowledgestudio.nl/program/abstract/mission.php>> Nederlands citaat overgenomen van de KNAW website, januari 2007, 31 januari 2007.

<http://www.knaw.nl/cfdata/instituten/instituten_detail.cfm?orgid=1394>

²³ Deze drie vakgebieden zijn communicatiewetenschap binnen de sociale wetenschappen, taal en communicatie binnen de geesteswetenschappen, en mediastudies ook binnen de geesteswetenschappen.

1.5 Uitgangspunten

Uit bovengenoemde aanleiding, context, wetenschappelijke en maatschappelijke trends destilleert de commissie de volgende uitgangspunten voor deze studie:

1. Communicatie, media en informatie zijn populaire onderwijsthema's en belangrijke fundamentele onderzoeksobjecten, die bijdragen aan ons begrip van de maatschappelijk relevante trends medialisering, digitalisering en informatisering. De belangstelling voor deze vakgebieden, zowel van studenten als van onderzoekers, is groot; de representatie in de wetenschappelijke instituties (de NWO-gebiedsbesturen en de KNAW) laat echter te wensen over. De verkenning wordt mede aangegrepen om dit 'nieuwe' wetenschapsgebied nader (op inhoud) en breder (bij meer doelgroepen) te introduceren.
2. De medialisering, digitalisering en informatisering van de maatschappij genereren prangende onderzoeksvragen waaraan communicatie-, media- en informatiewetenschappers elk vanuit hun specialistische expertise bijdragen. Deze trends genereren echter ook complexe vraagstukken waarvan de technologische, sociale en culturele aspecten in hun onderlinge samenhang bestudeerd zouden moeten worden. Beide vormen van wetenschapsbeoefening zijn belangrijk, alleen zijn er op dit moment nauwelijks institutionele *incentives* voor samenwerking.
3. Het is belangrijk om meer aandacht aan de economische en maatschappelijke relevantie van onderzoek te besteden. Bij het beoordelen van de valorisatiewaarde van geestes- en sociaalwetenschappelijk onderzoek moeten echter ook andere dan alleen economische criteria in ogenschouw genomen worden, zoals culturele en maatschappelijke waarden.
4. Samenwerkingsvormen die innovatie bevorderen hebben netwerkachtige structuren. Het cmi-domein is niet gebaat bij een nieuwe herverkingeling van wetenschappelijke disciplines, wél bij erkenning van haar genetwerkte, gevlochten structuur van samenhangende en samenwerkende disciplines uit alfa-, bèta- en gammadomeinen.

2. Onderwijs

‘Er is in het reguliere onderwijsbeleid ruime aandacht voor de ontwikkeling van vaardigheden en competenties die burgers van de informatiesamenleving nodig hebben om zichzelf adequaat toegang te kunnen verschaffen tot voor hun maatschappelijke participatie relevante informatie. In een hoogontwikkelde maatschappij zullen veel burgers zich ook in een weinig inzichtelijk en wellicht wat chaotisch aanbod een weg weten te banen.’

Wetenschappelijk Raad voor het Regeringsbeleid
(rapport *Focus op Functies* 2005)²⁴

2.1 Introductie

In de afgelopen vijftig jaar hebben de vakgebieden communicatie, media en informatie (cmi) zich stevig genesteld binnen de disciplinaire en institutionele structuren van het academisch onderwijs en onderzoek; ze hebben hun thuisbasis gevonden in zowel gamma-, alfa- als bèta- faculteiten.²⁵ Sommige cmi-opleidingen zijn sterk vervlochten met de meer klassieke disciplines in de faculteiten, zoals

²⁴ Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. *Focus op Functies: Uitdagingen voor een Toekomstbestendig Mediabeleid*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2005, p. 134.

²⁵ Het vakgebied waar men informatie bestudeert, valt deels binnen het alfa-gamma domein, deels binnen het bèta-domein; omdat dit rapport zich in eerste instantie richt op de Geesteswetenschap en Maatschappij- en Gedragwetenschappen van de Akademie, laat het de bètavarianten van informatieopleidingen hier verder buiten beschouwing. Dit betekent overigens niet dat ze geen plaats innemen in het hier geschetste spectrum, zoals ook later in het rapport zal blijken. Deze inperking is echter conform de opdracht en louter van praktische aard.

kunst- en cultuurwetenschap of politicologie. Andere opleidingen hebben zich ontwikkeld tot zelfstandige, en onder studenten populaire, wetenschappelijke trajecten met een bachelor-, master- en PhD-variant. Na een korte geschiedenis van de ontwikkeling van de verschillende vakgebieden in institutionele onderwijsstructuren, zal de huidige stand van zaken worden geschetst: welke Nederlandse universiteiten verzorgen welke opleidingen binnen welk institutioneel kader en waarvoor worden de studenten opgeleid?

De aanhoudende groei van cmi-opleidingen en de wetenschappelijke verankering ervan in onderwijsland hebben de noodzakelijke erkenning en waardering van collega's en studenten afgedwongen. De uitdaging waar wij op dit moment met elkaar voor staan, is om de specialistische kennis die verspreid aanwezig is zodanig aan te bieden dat studenten optimale mogelijkheden hebben om zowel vakspecifieke als interdisciplinaire scholing te genieten. De noodzaak om, naast specialisatie, ook interdisciplinaire bevruchting en inspiratie mogelijk te maken, is nog urgenter geworden in het licht van recente ontwikkelingen zoals medialisering, digitalisering en informatisering. Studenten komen nog te weinig in aanraking met mogelijk relevante andere disciplinaire benaderingen, terwijl dezelfde wetenschappelijke objecten (kranten, video, databases, films, etc.) wel binnen verschillende faculteiten bestudeerd worden. Het laatste deel van dit hoofdstuk schetst daarom hoe de huidige verankering in disciplinaire onderwijsstructuren, die zo broodnodig was en is voor de ontwikkeling van het vakgebied, overbrugd kan worden. Als we de kwaliteit en doelmatigheid van het onderwijs voorop stellen en nieuwe generaties cmi-studenten ook de kans willen bieden zich goed voor te bereiden op een toekomst waarin convergentie een belangrijke rol speelt, dan dienen we het wetenschappelijk onderwijs daarop aan te passen.

2.2 De opkomst en verankering van cmi-opleidingen aan Nederlandse universiteiten

De wetenschappelijke bestudering van communicatie, media en informatie heeft een organische ontstaansgeschiedenis. Kranten, (talige) communicatieprocessen en films waren al onderwerp van wetenschappelijke nieuwsgierigheid, lang vóórdat er academische opleidingen kwamen die zich toelegden op het bestuderen van deze verschijnselen. Het meest kenmerkende aan de 'objecten' communicatie, media of informatie is dat zij in vele academische disciplines – van geschiedenis en gezondheidswetenschap tot psychologie en technologie – ingelijfd zijn als deelaspecten van de betreffende vakgebieden. Niettemin zijn er ongeveer vanaf de jaren '50 van de vorige eeuw zelfstandige vakgebieden communicatie, media en

informatie ontstaan met achtervoegsels als -studies, -kunde of -wetenschap.²⁶

Aanvankelijk ontstonden die vakgebieden binnen bestaande disciplines zoals de psychologie, sociologie, literatuurwetenschap of taalkunde. Maar vanaf de jaren '70, en zeker sinds eind jaren '80, volgde er een versneld proces van verzelfstandiging; opleidingen waarin communicatie, media en/of informatie het centrale object van studie vormden, weekten zich los van hun 'moederdisciplines' om uit te groeien tot volwaardige opleidingen. De institutionele eigenheid van de diverse universiteiten en facultaire structuren bepaalden of cmi-opleidingen zich binnen één (alfa-, bèta-, of gamma-) domein ontwikkelden, zoals Communicatiewetenschap aan de Faculteit der Maatschappij- en Gedragswetenschappen van de vva, of Film- en Televisiewetenschap aan de Letterenfaculteit van de uu, of dat uit samenvoegingen van deze studieobjecten opleidingen voortvloeiden als 'taal en communicatie' of 'communicatie en informatie'. De ontstaansgeschiedenis en de verkaveling van de domeinen communicatie, media en informatie in het Nederlandse landschap van het wetenschappelijk onderwijs is weliswaar onmogelijk in enkele alinea's te schetsen, maar de grote lijnen van die geschiedenis zijn wel belangrijk met het oog op de bedoeling van dit rapport: het verkennen (en erkennen) van communicatie, media en informatie als academische vakgebieden en het doen van aanbevelingen voor de toekomstige ontwikkeling en institutionalisering ervan.

Onderwijs op het gebied van de leer van de *massacommunicatie* begon in Nederland toen de uit Duitsland gevluchte econoom en journalist Kurt Baschwitz in 1935 werd toegelaten als privaattoecent aan de Universiteit van Amsterdam. In 1948 werd aan deze universiteit het Instituut voor Perswetenschap opgericht, dat de grondslag legde voor de in 1985 officieel erkende studierichting communicatiewetenschap.²⁷ In de laatste tien jaar heeft met name het onderzoek naar commerciële communicatie, reclame, voorlichting en publieke opinie veel aandacht gekregen. De bestudering van *communicatie* als talige en discursieve uiting en praktijk komt, evenals de bestudering van het proces van communicatie, voort uit de disciplinaire tradities van de retorica, de taalbeheersing en de linguïstiek. Sinds midden jaren '80 en vooral de jaren '90 hebben 'taal en communicatie' en 'communicatie en informatie' zich ontwikkeld tot (grotendeels) zelfstandige studierichtingen in Utrecht, aan de vva, in Nijmegen en

²⁶ Zie noot 3.

²⁷ Als we kijken naar de internationale context, valt op dat in andere landen al veel eerder sprake is van dit proces van institutionalisering. In Duitsland, Frankrijk en de Verenigde Staten ontstaan vanaf de jaren dertig afdelingen waar communicatie, media en informatie bestudeerd worden, zij het in een andere opzet dan de huidige communicatiewetenschappelijke of mediakundige richtingen.

Tilburg. Bovendien hebben verschillende universiteiten (zoals Wageningen, VU, Nijmegen en Enschede) onderwijsprogramma's ontwikkeld die de studie van communicatie koppelen aan specifieke bedrijfskundige, technologische, wetenschaps- of medische contexten.

Sociale wetenschappers die zich toelegden op (massa)communicatie, hadden zich de bestudering van *media* (kranten, nieuws, televisie) weliswaar toegeëigend, maar de geesteswetenschappen domineerden van oudsher de bestudering van de symbolische en esthetische aspecten van film en later televisie. Met andere woorden: media opgevat als de door audiovisuele media geproduceerde culturele vormen, kregen een plaats naast de interpretatie en waardering van 'oude' culturele vormen, zoals boeken en podiumkunsten. De letterenfaculteiten in Utrecht, Nijmegen en Amsterdam (UvA) kennen sinds de jaren '80 van de vorige eeuw keuzeonderdelen op het gebied van filmtheorie en -geschiedenis, meestal geprogrammeerd naast theaterwetenschap en/of ressorterend onder de noemer kunst- en cultuurwetenschappen. Begin jaren '90 werd filmwetenschap, inmiddels uitgebreid met televisiewetenschap, een zelfstandige afstudeerrichting aan de Universiteit van Amsterdam en de Universiteit van Utrecht, hoewel zij in eerste instantie een nauwe symbiose kende met de theaterwetenschap. Sinds de eeuwwisseling zijn daar ook de zogenaamde 'nieuwe media' bijgekomen (*world wide web, digital games, web-based media*) en is film- en televisiewetenschap bekend geworden als 'mediastudies' of 'media en cultuur', om aan te geven dat het hier de cultuurwetenschappelijke bestudering van diverse media betreft.

Informatie is object van wetenschappelijk bestudering geworden in zowel de alfa-, bèta- als gamma-faculteiten. Als onderdeel van de (wiskundige) informatica is de studie van informatie sinds de jaren '80 verankerd binnen de bèta-faculteit. De relatie tussen informatietechnologieën en organisaties kan sinds de jaren '90 in volwaardige bachelor- en masteropleidingen informatiekunde binnen de bèta-faculteiten bestudeerd worden, of gekozen worden als afstudeerrichting binnen bijvoorbeeld bedrijfskunde of geneeskunde (medische informatiekunde). 'Informatie' wordt ook vaak in één onderwijskundige adem genoemd met 'communicatie': bij 'sociale informatica' gaat het om de wisselwerking tussen, en interactionele processen van, mensen en machines in organisaties.²⁸ De combinatie van communicatie, media en informatie staat bij enkele instellingen centraal in geesteswetenschappelijke opleidingen, zoals die van communicatie- en informatiewetenschap aan de Universiteit van Utrecht, die

²⁸ Hiermee bedoelen we bijvoorbeeld het Instituut voor Informatica en Informatiekunde (Radboud Universiteit) en het Instituut voor Informatiewetenschappen (FNWI, UvA), die opleidingen aanbieden die zich op het snijvlak van bèta en gamma bevinden.

bachelor-specialisatiemogelijkheden biedt in zowel de talige en discursieve aspecten van informatieoverdracht als film/televisie en nieuwe media. In de geesteswetenschappen duikt het object 'informatie' ook op in de context van archieven en documentatie: de opleiding archief- en informatiewetenschap ontwikkelde zich in de jaren '90 als zelfstandige studierichting, naast bachelor- en mastervarianten van de studie documentaire informatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Daarnaast zijn er gespecialiseerde groepen informatierecht ontstaan, zoals het IVIR (Instituut voor Informatierecht) aan de Universiteit van Amsterdam, en zijn er interfacultaire informatieopleidingen, zoals informatiekunde aan de Universiteit van Utrecht.

De wijze waarop communicatie, media en informatie zich hebben ontwikkeld als *afzonderlijke* en *gecombineerde* studies is ten dele contingent en veelal te verklaren uit de wijze waarop zij geïncorporeerd zijn in bestaande facultaire structuren. Voor alle cmi-opleidingen geldt dat zij voortvloeiden uit wetenschappelijke disciplines met een sterke voorkeur voor interdisciplinariteit. De populariteit van deze studies hield gelijke tred met de groeiende dominantie van communicatie, media en informatie in de samenleving. In sommige gevallen leidde deze populariteit tot een ongewenst snelle groei van studentenaantallen, wat uiteraard een negatieve invloed had op de institutionele inbedding en onderwijskundige ontwikkeling van deze vakgebieden, alsmede op de student-staf-ratio. Inmiddels lijken de meeste negatieve consequenties van de groeistuipe, zoals die zich in de jaren '90 manifesteerden, te zijn ondervangen. De grote onderwijsdruk wordt echter nog wel gezien als één van de belangrijkste obstakels die wetenschappers werkzaam aan cmi-afdelingen ervaren. Vooral wanneer grote studentenstromen gepaard gaan met onvoldoende bezette wetenschappelijke staven, merkt men dat de kwaliteit onder druk blijft staan en dat dit ten koste gaat van de wetenschappelijke ontwikkeling.²⁹ Na twintig jaar groei en vertakking zijn de meeste opleidingen nu echter gericht op consolidatie: interne coherentie en versterking van de curricula.³⁰

²⁹ Dit speelt vooral bij de grote opleidingen: Theater-, Film- en Televisiewetenschap (UU), Communicatie- en Informatiewetenschappen (UU en RUG), Communicatiewetenschappen (UVA) en Media en Cultuur (UVA).

³⁰ In bijlage 3 is een uitgebreid overzicht van het huidige onderwijsveld te vinden.

Kwantitatieve schets van het veld communicatie, media en informatiestudies

Het veld in cijfers

Sinds de jaren '90 is het aantal studenten dat een universitaire opleiding volgt op het gebied van communicatie, media en informatie, sterk toegenomen. Omdat deze groei geen gelijke tred hield met de groei van het wetenschappelijk personeel, had dit ernstige gevolgen voor de student/staf ratio. Rond het jaar 1999-2000 hadden de grootste zelfstandige cmi-opleidingen te kampen met extreme verhoudingen, zoals 60/1 en 50/1.¹ Vanaf 2005-2006 is er voor het eerst sprake van stabilisatie, zowel op het gebied van instroom als van student/staf ratio. De onderstaande kwantitatieve schets van het veld is gebaseerd op cijfers van het jaar 2006-2007 en weerspiegelt dus de situatie in het veld juist op het moment van deze stabilisatie.

In de tabel hiernaast staan getallen uitgesplitst per opleiding. De cijfers zijn niet volledig, en de onderstaande gegevens van totale staf en studenten betreft dus de minimale (=getelde) omvang van zelfstandige cmi-opleidingen.

Studenten

Instroom eerstejaarsstudenten (ba)	1243
Totale aantal studenten	5117
Wetenschappelijk personeel	
Totaal in personen, vast en tijdelijk	310
Totaal in fte	250
Student/staf ratio (gemiddeld)	20/1

Representativiteit cijfers

Een paar opmerkingen over de representativiteit van de hier gepresenteerde cijfers zijn noodzakelijk. De cijfers van de instroom en wp zijn door de betreffende opleidingen zelf verstrekt, en met veel moeite achterhaald. Kwantitatieve gegevens zijn moeilijk te verkrijgen vanwege de institutionele versnippering van cmi-studies. Bovenstaande totaalcijfers zijn gebaseerd op de instroom van de *volledige* opleidingen; niet opgenomen zijn de cijfers van studenten die cmi-keuzetrajecten volgen binnen paraplu-opleidingen (zoals 'Cultuur en media' bij Algemene Cultuurwetenschappen of 'Taal en Communicatie' bij Neerlandistiek) omdat ze niet als aparte studenten geteld worden.² Als we die cijfers zouden meerekenen, zou er naar schatting nog zo'n 25% bij het totale aantal studenten opgeteld kunnen worden. Eenzelfde probleem doet zich voor bij het cijfermatig vaststellen van de wp-formatie: gegevens komen alleen van de zelfstandige opleidingen die als afzonderlijke eenheden (afdelingen, instituten) opereren. Daarnaast zijn echter veel docenten in dienst bij grotere eenheden die gespecialiseerd zijn in cmi-vakken, maar niet als zodanig gerekend worden.

¹ Respectievelijk Communicatiewetenschap en Mediastudies (toen Film- en Televisiewetenschap) aan de Universiteit van Amsterdam.

² Zie voor een overzicht van het gehele onderwijsveld hoofdstuk 2 en bijlage 3 van dit rapport.

Opvallend aan de cijfers van wetenschappelijk personeel is de ongunstige verhouding tussen vaste en tijdelijke staf, een verhouding die dicht tegen de 50/50 aan ligt. In dit veld zijn relatief veel docent-onderzoekers, tijdelijke docenten, ud's in proeftijd en promovendi in dienst. Enerzijds wijst dit op een jonge en dynamische staf, anderzijds wijst het ook op een probleem: de ondervertegenwoordiging van senior-UDs, UHDs en hoogleraren en de hoge druk op de senior-stafleden om jonge mensen op te leiden.

2006-2007

Universiteit	Afdeling/opleiding	Instroom 1 ^e jaars ba	Totaal studenten ba + ma	WP Vaste dienst personen	WP Tijd. dienst personen	Totaal 1 WP fte	Studenten/staf (fte) ratio
UvA Amsterdam	Communicatiewetenschap	241	1214	42	39	68	18/1
UvA Amsterdam	Mediastudies, Media en Cultuur	252	1002	34	20	44,8	22/1
VU Amsterdam	Communicatiewetenschap	74	223	13,7 (fte)	5,9 (fte)	19,6	11/1
VU Amsterdam	Communicatie- en informatiewetenschappen	50	211	na	na	7,8	27/1
RUG Groningen	Communicatie- en informatiewetenschappen	128	453		23	7,5	60/1
RU Nijmegen	Communicatiewetenschap	75	378	33	10	19,7	19/1
UvT Tilburg	Communicatie- en informatiewetenschappen	125	502		45	36,9	14/1
UT Enschede	Toegepaste Communicatiewetenschap	niet aangeleverd					
UU Utrecht	Communicatie- en informatiewetenschappen	140	563				
UU Utrecht	Theater,- film- en televisiewetenschap	150	769	20*	40*	45*	30/1
WUR Wageningen	Toegepaste Communicatiewetenschap	8	25**		12***	na	

ba = bachelor

ma = master

WP = wetenschappelijk personeel

fte = fulltime-equivalent

na = niet aangeleverd

2.3 Beroepsoriëntatie en beroepsperspectieven

Uit onderzoek onder alumni en uit de visitatierapporten van de verschillende opleidingen blijkt dat het merendeel van de cmi-studenten een baan vindt op het gebied van hun specialisatie.³¹ Dit geeft aan dat er een maatschappelijke behoefte is aan hoogopgeleide en academisch gevormde communicatie-, media- en informatieprofessionals. De medialisering van de maatschappij heeft ertoe geleid dat bedrijven en overheid steeds meer belang zijn gaan hechten aan een professionele inzet van, en omgang met media en communicatie, waardoor de arbeidsmarkt voor communicatie- en informatieberoepen sterk is gegroeid. De behoefte aan reclame- en PR-vaardigheden is toegenomen; door internationalisering is er meer vraag naar interculturele communicatievaardigheden. Ook het politieke bedrijf, dat zich ontwikkeld heeft tot mediaspektakel, is afhankelijk van hoogopgeleide mediaprofessionals, zowel bij afdelingen voorlichting en politieke campagne-teams, als aan de kant van de kritische journalistiek. De professionele inzet van media vereist bovendien in toenemende mate dat de burger/consument 'mediawijs' is en kritisch met het media-aanbod om kan gaan. Het WRR rapport *Focus op Functies, geciteerd aan het begin van dit hoofdstuk, illustreert het belang van media-onderwijs*. De kwaliteit van media-educatie is direct gerelateerd aan de kwaliteit van cmi-opleidingen en is gebaat bij een bloeiend onderzoeksklimaat dat snel en kritisch op nieuwe ontwikkelingen reageert.

Uit diezelfde rapporten blijkt ook dat afgestudeerden die hun opleiding aan een universiteit hebben gevolgd, zich zowel qua beroepsoriëntatie als qua beroepsperspectief nadrukkelijk onderscheiden van afgestudeerden uit het hoger beroepsonderwijs. De afgelopen tien jaar is niet alleen het aantal cmi-opleidingen in de Nederlandse hbo-instellingen snel gegroeid, maar ook de aantallen studenten per opleiding. Op de arbeidsmarkt lijken deze afgestudeerden te concurreren met de universitair opgeleiden, maar er zit een wezenlijk verschil in de beroepsoriëntatie van beide groepen. Bij de invoering van de bachelor-masterstructuur is de onderzoekscomponent van de meeste cmi-opleidingen sterk aangezet; leeronderzoeken en onderzoekscolleges vormen nu een aanzienlijk groter deel van de driejarige bacheloropleiding dan voorheen en dit is ten koste gegaan van verbredingsmodules en keuzevakken. De masteropleidingen zijn

³¹ Harde cijfers over exacte arbeidsparticipatie van afgestudeerden communicatie, media en informatie ontbreken, maar er zijn sterke aanwijzingen dat het merendeel van de studenten een baan vindt op het terrein van hun specialisatie. Zie bijvoorbeeld de alumni-almanak van de uva-opleiding Media en Cultuur: *Media en Cultuur Alumni-almanak 2006*, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam 2006, en recente onderwijsvisitaties: *Onderwijsvisitatie Communicatiewetenschap*, Qanu, Utrecht, oktober 2006; *Onderwijsvisitatie Taalwetenschappen*, Qanu, Utrecht, januari 2007 en *Onderwijsvisitatie Kunst en Cultuur*, Qanu, Utrecht, februari 2007.

nog nadrukkelijker gericht op het leren opzetten en uitvoeren van wetenschappelijk onderzoek. Uiteraard is een carrièreperspectief van wetenschappelijk (en niet-universitair gebonden) onderzoeker alleen weggelegd voor studenten met een wo-opleiding. Maar hoewel het aantal onderzoekers sterk is toegenomen, krijgt het grootste gedeelte van de wo-afgestudeerden een baan in het bedrijfsleven of bij overheidsinstellingen: mediabedrijven, kunst- en cultuurinstellingen en communicatieafdelingen van bedrijven en instellingen. Op die arbeidsmarkt concurreren zij met hbo-afgestudeerden in cmi-vakgebieden. Het verschil tussen deze afgestudeerden is aanzienlijk. Waar hbo-afgestudeerden vooral in de praktijk van communicatie, public relations en journalistiek zijn getraind, hebben wo-afgestudeerden die praktijk hooguit via een enkele snuffelstage of via een praktijkgerelateerde module leren kennen. Als de wo-opgeleiden de arbeidsmarkt betreden, moeten zij vaak de eerste twee jaar de praktijkervaring opdoen die hun hbo-collega's al tijdens hun opleiding hebben opgedaan. De meerwaarde van een academische cmi-opleiding blijkt vooral uit de beroepsperspectieven op langere termijn: na 5-6 jaar bekleden de wo-opgeleiden hogere functies en hebben zij veel betere kansen op doorstroming naar management- en bestuursfuncties.

Vier jaar na de invoering van de bamastructuur is nog onvoldoende duidelijk hoe afgestudeerden met alleen een bachelordiploma van de universiteit zich op de arbeidsmarkt verhouden tot hbo-afgestudeerden. Voor masteropleidingen is de meerwaarde evident. Als we bijvoorbeeld kijken naar de journalistiekopleidingen zien we dat werkgevers (kranten, omroepen, mediabedrijven) een niveauverschil herkennen en erkennen waar het gaat om universitair opgeleiden. De afgelopen tien jaar hebben mediabedrijven (met name kranten) fors geïnvesteerd in de ondersteuning van de universitaire masteropleidingen door middel van stageplaatsen en het creëren van arbeidsplaatsen voor jonge afgestudeerden, en heeft de sector een intensieve betrokkenheid getoond bij het universitaire onderwijs. Duidelijk is dat werkgevers in de sector het academisch denk- en werkniveau van afgestudeerden in cmi-vakgebieden aantrekkelijk vinden. Dit zou heel goed kunnen betekenen dat er in de nabije toekomst meer belangstelling zal ontstaan van hbo-afgestudeerden met enkele jaren beroepservaring voor een vervolgonopleiding, zeker als die gekoppeld is aan een universitaire graad. Masteropleidingen aan de universiteiten zijn zich sterk bewust van die groeiende vraag en zijn graag bereid op deze behoefte in te springen. De meeste universitaire opleidingen verzorgen al schakelonderwijs (vaak een vol jaar met vooral onderzoeksgerichte modules) om in die deficiëntie te voorzien. Probleem is daarbij niet de motivatie of het niveau van deze studenten, maar de financiering: schakelonderwijs gericht op instroom van hbo-afgestudeerden in de masters wordt niet gefinancierd door de overheid.

De ontwikkelingen binnen de organisatie van het hoger onderwijs van de

laatste vijf jaar hebben een duidelijke verschuiving teweeggebracht in de beroepsoriëntatie en het beroepsperspectief van cmi-studenten. Voor werkgevers is het niet altijd duidelijk welke opleidingen welk niveau afgestudeerden afleveren. Het is daarom belangrijk dat de opleidingen samen duidelijkheid bieden aan de sector en in overleg met die sector lacunes vaststellen en opvullen. Dat geldt ook voor afstemming met het hbo: een gezamenlijk overleg van universitaire cmi-opleidingen met hbo-opleidingen heeft nooit plaats gevonden. De proliferatie van opleidingen op deze vakgebieden is vaak toevallig en verloopt zonder enige sturing. Daarnaast zijn er externe ontwikkelingen (zoals geschetst in hoofdstuk 1) die vragen om meer samenwerking in de organisatie van het cmi-onderwijs.

2.4 Ontwikkelingen in het onderwijsveld

Het naast elkaar bestaan van communicatie, media en informatie als ‘ingevlochten’ onderdelen van traditionele disciplines én als zelfstandige of semi-zelfstandige opleidingen (bachelor en master) wordt door sommigen als een zwakte gezien: het ‘object van onderzoek’ is immers niet duidelijk toe te schrijven aan één discipline of zelfs maar aan één domein. Het feit dat cmi-termen opduiken in opleidingslabels van zowel alfa-, bèta- als gamma-faculteiten zaait verwarring voor studenten, zo vinden enkele universitaire bestuurders. Dit verwijt is begrijpelijk, maar niet helemaal terecht: het snel toenemende belang van communicatie, informatie en media in praktisch *alle* sectoren van de samenleving, van geneeskunde tot entertainment, zorgt ervoor dat het opleidingsveld zich in relatief zeer korte tijd, zowel in de breedte als in de diepte heeft moeten manifesteren. Dat is geen teken van onwetenschappelijkheid, maar van complexiteit. Hoewel voor méér vakken geldt dat hun objecten zodanig complex zijn dat de bestudering ervan niet tot één discipline beperkt kan blijven, is interdisciplinariteit in het geval van cmi-vakken echter de *default mode*. De cmi-studies zijn uit de afzonderlijke disciplines voortgekomen, maar *tussen* de disciplines tot wasdom gekomen.

Interdisciplinair betekent echter niet ongedisciplineerd: opmerkelijk is juist dat deze objecten van onderzoek een vergaande ‘disciplinerings’ hebben ondergaan door hun institutionele inbedding, waardoor er relatief weinig aandacht is voor de *complexe samenhang* tussen de verschillende perspectieven op media, communicatie en informatie. Studenten kiezen niet voor het bestuderen van ‘kranten’, maar horen in de voorlichting dat hun opleiding zal gaan over de krant als een medium van journalistieke of politieke communicatie, over krantenteksten als ideologische uitingen of over de krant als ‘databank’ van publieke documenten. De bestudering van de krant, de film en het televisieprogramma kent veel invalshoeken, maar de complexiteit – dat wil zeggen de verschillende functies en

processen die met dit object samenhangen – dreigt door de specialisaties en verspreiding van de ‘objecten’ over de verschillende domeinen en opleidingen buiten het vizier van de student te vallen.

De disciplinaire bestudering van communicatie, media en informatie is natuurlijk noodzakelijk om kennis te ontwikkelen over deelaspecten van de objecten en processen. Maar nadat decennialang de nadruk is gelegd op specialisatie (een bepaalde *benadering* van objecten) binnen cmi-opleidingen in gamma-, alfa- en bèta-sectoren, dienen zich thans socio-technologische, onderwijsinhoudelijke, onderwijsorganisatorische en maatschappelijke ontwikkelingen aan die nopen tot meer aandacht voor de *complexiteit* en *relevantie* van de objecten zelf. In het eerste hoofdstuk is reeds beschreven hoe de drie recente tendensen medialisering, digitalisering en informatisering leiden tot convergentie van het object van studie. Diezelfde tendensen hebben consequenties voor de wijze waarop onderwijskundige inhouden binnen de cmi-vakgebieden aan de Nederlandse universiteiten zijn verankerd.

Door de technologische veranderingen is er naast de gespecialiseerde cmi-vakgebieden ook steeds meer aandacht voor de verwevenheid tussen technologie, sociale processen en culturele vormen. Waar tien jaar geleden de bestudering van films zich concentreerde op de symbolische betekenis van het object, zijn films inmiddels vervlochten in *web-based practices*, zoals videospelen of games. Studenten die communicatieve processen bestuderen, kunnen nauwelijks meer zonder kennis van de technologie die de structuur van deze multimediale, interactieve processen bepaalt. En de toekomstige ontwerpers van technologische systemen moeten al tijdens hun opleiding gedegen inzichten ontwikkelen in het gebruik van *games* of zoekmachines. Hoewel de meeste cmi-opleidingen in het universitaire landschap gepositioneerd zijn op het raakvlak van twee of drie disciplines binnen één domein (alfa, bèta, gamma), vergt het samenbrengen van technologische, culturele en sociaal-wetenschappelijke elementen in de opleidingen van studenten méér inspanning van de universitaire organisatie. De huidige, op specialisatie gerichte, opleidingsstructuur is daarmee niet overbodig geworden, integendeel; het kan echter niet zo zijn dat hierdoor het zicht op de complexiteit en vooral de samenhang van een zich dynamisch ontwikkelend object wordt ontnomen.

In de tweede plaats is de dynamiek van de onderwijsstructuur de laatste vijf jaar sterk veranderd: de invoering van de bamastructuur maakt het voor studenten eenvoudiger om na hun bachelor te switchen naar een masteropleiding aan een andere (eventueel buitenlandse) universiteit. Tot voor kort was het nauwelijks denkbaar dat een student met een bachelordiploma in een communicatieopleiding uit een faculteit Sociale Wetenschappen verder zou gaan met

een masteropleiding aangeboden binnen een Faculteit Geesteswetenschappen, en omgekeerd. Dit geldt in nog sterkere mate voor informatieopleidingen uit de bèta-faculteit. Toch is het switchen tussen, en combineren van opleidingen door studenten steeds gewoner geworden, en gezien de toekomstige ontwikkeling van het vakgebied zou het nog veel gewoner moeten worden. In het Angelsaksische universitaire onderwijs zien we deze tendens al veel langer. Bovendien worden met name op masterniveau steeds meer Engelstalige opleidingen aangeboden die vaak als doel hebben een bepaald percentage buitenlandse studenten te trekken. Het Nederlandse onderwijs in cmi-vakken moet zich dan wel voegen naar de internationale ontwikkeling dat studenten met verschillende bachelordiploma's willen instromen in specifieke mastervarianten.

Deze onderwijsorganisatorische dynamiek staat niet geheel los van ontwikkelingen in het beroepsveld. Als we convergentie tussen verschillende media, alsook de toenemende informatisering en digitalisering serieus nemen, is het niet zo verwonderlijk dat toekomstige werkgevers van afgestudeerden eisen dat ze tenminste op de hoogte zijn van of zelfs geschoold zijn in zowel de technologische als de sociaal-culturele (gebruiks)kanten van cmi-objecten. Carrièreperspectieven van studenten liggen voor een steeds groter gedeelte in de technologisch gemedieerde communicatie en daarvoor is meer kennis van de (technologische) infrastructuur en de werking ervan noodzakelijk. De carrièreperspectieven van cmi-studenten zijn goed en zullen niet snel verslechteren, mits de opleidingen tijdig voldoen aan de nieuwe eisen die digitalisering en internationalisering met zich meebrengen. Het is dan ook begrijpelijk dat bijna alle recent geïnitieerde masteropleidingen de technologische component koppelen aan een internationale gerichtheid.

Er is brede consensus in het veld dat de huidige institutionalisering van de cmi-vakgebieden niet ingrijpend veranderd dient te worden. Tegelijkertijd realiseert men zich dat universiteiten zich niet alleen moeten opwerpen als hoeders van (cultureel, intellectueel of maatschappelijk) erfgoed, maar ook als taak hebben om in te springen op nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen. Het is daarom belangrijk dat een compromis gevonden wordt tussen de belangen van gevestigde (vakspecifieke) disciplines en van (vaak breed interdisciplinaire) nieuwkomers. Om toch ruimte te scheppen voor vernieuwing is het noodzakelijk om verbanden tussen de disciplines te bewerkstelligen, en vervolgens die verbanden de institutionele status en middelen toe te kennen die nodig zijn om tot bloei te komen. Met de opkomst van nieuwe (digitale) media kunnen we het ons niet permitteren slechts uit te gaan van huidige spreiding van communicatie, media en informatie over de alfa-, bèta- en gammadomeinen, omdat kennis over technologie, sociale praktijk en culturele vorm zeer nauw met elkaar verweven zijn geraakt. Studenten die alles weten over de technologie van zoekmachines, maar

niets over de gebruikers ervan, of studenten die gespecialiseerd zijn in communicatieprocessen maar geen besef hebben van de sturende werking van multimediale technieken, zullen niet in staat zijn de cmi-objecten van de toekomst op waarde te schatten en kritisch te blijven volgen. Het is daarom van groot belang dat studenten al tijdens hun opleiding in aanraking komen met meer aspecten van het object dan alleen die waarin zij zichzelf in de loop van hun studie specialiseren.

Naast de nadruk op specialisatie in de bestaande structuur is het van belang te streven naar convergentie in de opleidingen. Deze kan gerealiseerd worden door een netwerkstructuur op te zetten die gericht is op het samenbrengen van alfa-, bèta- en gammaperspectieven op communicatie, media en informatie, waardoor studenten gestimuleerd worden over de (methodologische, theoretische, praktijkgerelateerde) grenzen van hun discipline heen te kijken. De uitdaging waar wij hier voor staan is een dubbele. Niet alleen is het nodig over de grenzen van de zich disciplinair ontwikkelende cmi-opleidingen binnen de geestes- en sociale wetenschappen te kijken. De veranderingen in het medialandschap dwingen ons om de blik te verruimen naar de velden van technologiestudies, economie en rechten.³²

Als voorbeeld voor dergelijke samenwerking kan het Sectorplan Letteren (2003) dienen.³³ Uit de nood van krimpende studentenaantallen geboren, voorziet dit plan in de mogelijkheid tot cursusuitruil in de Kleine Letteren. Uitgangspunt is dat de kwaliteit van het onderwijs er baat bij heeft om, naast het realiseren van monodisciplinaire richtingen, ook meer breedte na te streven.³⁴ Voor het cmi-onderwijs dringt het idee van een vergelijkbaar Sectorplan zich al snel op, niet geboren uit nood, maar uit kracht. Immers, als de kwaliteit en doelmatigheid van het onderwijs centraal staan, dan noopt de toename in studentenaantallen en het brede (maar onoverzichtelijke) aanbod van cmi-vakken tot maatregelen die samenwerkingsverbanden verbeteren. In de volgende paragraaf worden de huidige belemmeringen in de cmi-onderwijsstructuur beschreven die met zo'n netwerkstructuur kunnen worden overbrugd. Ook worden er aanbevelingen gedaan aan opleidingen, faculteiten en universiteiten.

³² Een pleidooi hiervoor werd geleverd door Yochai Benkler, een van de sprekers in de workshop voor promovendi en postdocs. In *The Wealth of Networks* beschrijft Benkler (2006) de noodzaak tot het integreren van technologische, social en culturele perspectieven op digitale media enerzijds en economische en juridische anderzijds.

³³ Het Sectorplan Letteren 2003 is een product van de commissie-Staatsen, waarin de rectoren van de universiteiten van Leiden, Nijmegen, Groningen, Utrecht, Tilburg en Maastricht en de twee Amsterdamse universiteiten zitting hadden.

³⁴ Zie *Sectorplan Letteren 2003*, p. 2.

2.5 Naar een netwerkstructuur voor wetenschappelijk onderwijs

Met het oog op de toekomst van de cmi-vakken aan de Nederlandse universiteiten moeten we eerst vaststellen welke *drivers* en *barriers* er in het huidige stelsel van opleidingen aanwezig zijn die interdisciplinaire samenwerking bevorderen cq. in de weg staan. De belangrijkste *driver* is dat de huidige generatie studenten communicatie, media en informatie al gewend zijn aan interdisciplinair onderwijs en meestal zeer geïnteresseerd zijn in een grensoverschrijdende benadering van ‘hun’ onderwerpen. Ook zijn ze gewend om met inzichten uit verschillende disciplinaire omgevingen te werken, hoewel die interdisciplinariteit zich meestal beperkt tot één of hooguit twee domeinen. Bovendien zijn studenten er steeds meer van doordrongen dat zij, om zich te kunnen handhaven en ontwikkelen in hun toekomstig werkveld, goed op de hoogte moeten zijn van zowel technologische als sociaal-culturele ontwikkelingen op het terrein van (digitale) media, communicatie en informatie. De nieuwe media- en ICT-industrie heeft behoefte aan studenten die gespecialiseerd én creatief, gedegen én kritisch zijn. Termen als ‘culturele industrie’ of ‘creatieve industrie’ zijn indicatief voor de combinatie van eigenschappen die van toekomstige werknemers, ondernemers en onderzoekers verlangd wordt. Een positieve werking gaat daarnaast uit van het feit dat bijna alle cmi-vakgebieden sterk internationaal gericht zijn, met name op de Angelsaksische wetenschapsbeoefening. Juist uit Amerika, maar ook uit Azië komen steeds krachtiger impulsen om het onderwijs te vernieuwen en kruisbestuivingen te stimuleren tussen alfa-, bèta- en gammadomeinen. Studenten uit cmi-gebieden zijn gewend zich in het Engels uit te drukken en mondiaal te denken als het gaat om de ontwikkeling van hun vakgebied.

Tegenover deze inhoudelijke *drivers* staan vooral organisatorische en administratieve *barriers*. Zo blijkt de keuze voor één bachelor in één faculteit veelal de (latere of gelijktijdige) kennismaking met andere perspectieven te verhinderen. Als studenten kiezen voor een wetenschappelijke opleiding in één van de cmi-vakgebieden, zijn zij vaak nog niet goed doordrongen van de consequenties ervan. Meestal betekent de keuze voor een opleiding ook automatisch een keuze voor specifieke methodologieën en theorieën. Deze socialisatie in een bepaalde discipline is zó bepalend dat het in een later stadium, bijvoorbeeld op het moment van het kiezen van een minor of master, moeilijk wordt nog naar een ander domein over te stappen.³⁵ Ook het ondoorzichtige systeem van

³⁵ Uit een onderzoek van UVA-onderwijskundigen blijkt dat 90% van de bachelor-studenten keuzevakken binnen het eigen onderwijsinstituut kiest en 95% binnen de eigen faculteit. Zie *Leren Excelleren*, Instellingsplan UVA 2007-2010.

studiepuntenwaardering aan de Nederlandse universiteiten is een mogelijke belemmering. Dit systeem maakt het voor de afzonderlijke opleidingsdirecteuren moeilijk om vast te stellen op welk niveau studiepunten behaald zijn en wat de vakken uit andere faculteiten precies inhouden. Opleidingen en examencommissies zijn in het algemeen afhoudend als het gaat om het toelaten van studenten voor keuzevakken of minoren die uit heel andere disciplines komen, omdat zij vrezen dat het gebrek aan methodologische en theoretische bagage van die specifieke discipline een succesvolle afronding in de weg zal staan. Nieuwsgierigheid naar andere disciplinaire invalshoeken (met name van andere faculteiten) wordt daardoor ontmoedigd. De selectie van studenten voor (onderzoeks)masters en PhD-opleidingen wordt sterk bepaald door de vooropleiding van die studenten in het bachelortraject. Het blijkt zeer moeilijk voor studenten met een bachelordiploma uit een gammadiscipline om een research-master of PhD-plaats te verwerven buiten het gammadomein; al even afhoudend reageren opleidingscoördinatoren uit het alfa- of gammadomein op kandidaten met een sterke informatica-achtergrond, die voor de vervolgopleiding een andere koers te varen. In vergelijking met het Amerikaanse onderwijsstelsel zijn de Nederlandse academische opleidingen weinig flexibel in hun toelatingsbeleid. Vaak wegen de toelattende instanties de *afwezigheid* van een bepaalde set methodologische en theoretische bagage zwaarder dan de positieve invloed die een disciplinair ‘andere’ blik van zo’n gevorderde student kan hebben op de pedagogische omgeving van de opleiding.

De centrale uitdaging die uit het bovenstaande volgt, is om cmi-studenten, die zelfs op master- en PhD-niveau in sterk gescheiden circuits leven, structureel mogelijkheden te bieden om in aanraking te komen met studenten uit andere facultaire omgevingen. Uit de verkenningsworkshop voor promovendi en post-docs bleek dat jong talent veel van elkaar kan en wil opsteken, zelfs al lopen de benaderingen van hun objecten uiteen. Ook al is er in de huidige curricula vaak (te) weinig tijd voor verbredende en verdiepende studieonderdelen, feit is dat studenten wel degelijk geïnteresseerd zijn in de ideeën van andere studenten, mits de structuren daarvoor geboden worden.

2.6 Aanbevelingen en concrete voorstellen

Voortbouwend op de sterke punten van cmi-opleidingen in Nederland en gedreven door de noodzaak om toekomstige studenten meer gelegenheid te bieden voor samenwerking en wederzijdse inspiratie, doen we het volgende concrete voorstel:

Het oprichten van een Platform voor CMI. Tot de taken van dit platform behoren het creëren van overzicht en het coördineren van samenwerking op het gebied van onderwijs.

Het platform is een initiatief van alle cmi-afdelingen die zich hierbij willen aansluiten. Het wordt opgericht onder auspiciën van de KNAW. Op het gebied van onderwijs (voor onderzoek zie hoofdstuk 3) heeft het platform als doel om in aanvulling op de bestaande opleidingsstructuren de uitwisseling van cmi-studieonderdelen en de wederzijdse contacten tussen cmi-studenten en -docenten te bevorderen. Bij dit platform zullen, zo mogelijk, niet alleen cmi-opleidingen uit de alfa- en gammasector betrokken zijn, maar worden ook bèta-opleidingen (informatiekunde, informatica) uitgenodigd om deel te nemen. Hierdoor wordt studenten de keuze geboden tussen specialisatie of interdisciplinaire verbreding.

Het platform kan de volgende concrete onderwijstaken krijgen:

1. Het verzorgen van een digitaal overzicht van programma's, opleidingen en modules

Het platform verzorgt een jaarlijks overzicht van cmi-opleidingen. Op het niveau van de doorstroom- en research-masters wordt duidelijke informatie gegeven over de toelatings- en ingangseisen. Zo'n overzicht is nodig, ook omdat het voor studenten uitermate moeilijk is hun mogelijkheden en wensen ten aanzien van de inhoud van die opleidingen te vergelijken. In het netwerkoverleg zal worden besproken hoeveel methodologische en theoretische achtergrondkennis noodzakelijk is om een bepaalde opleiding te volgen, en wordt overlegd welke masterprogramma's (en keuzeonderdelen binnen die programma's) eventueel ook toegankelijk zijn voor studenten met een andere vooropleiding dan in dat domein gangbaar is.

2. *Het aanbieden van één of twee interdisciplinaire ba-honoursmodules per jaar, verzorgd door samenwerkende experts uit verschillende cmi-vakgebieden.*

Het platform coördineert de samenwerking tussen medewerkers van verschillende afdelingen en universiteiten op het gebied van thema's in een tweetal honoursmodules per jaar voor excellente studenten. Het bundelen van krachten is met name wenselijk voor die thema's die door hun complexiteit en maatschappelijke relevantie om input van, en interactie tussen verschillende docent-onderzoekers vragen. In aansluiting op internationale wetenschapshoudelijke trends kunnen bijvoorbeeld gezamenlijke modules worden ontwikkeld op het gebied van media en geletterdheid (mediawijsheid), mediavergelijking vanuit een linguïstisch en sociaalwetenschappelijk perspectief, media en technologie of media en intellectueel eigendomsrecht, ICT en economie.

3. *Het organiseren van een jaarlijkse (research)master-conferentie.*

Het platform organiseert een jaarlijkse (research)master-conferentie, waar studenten papers kunnen presenteren en van elkaars papers kunnen kennisnemen. Die cmi-masterconferentie zal zich bijvoorbeeld concentreren op 'objecten' (zoals 'games', 'databases van bewegend beeld', 'televisie van de toekomst', 'informele netwerkstructuren' of 'nieuws in beweging'). De bedoeling van deze conferenties is dat studenten geconfronteerd worden met verschillende benaderingen van het object van studie waarnaar hun wetenschappelijke interesse uitgaat.

4. *Het aanbieden van onderwijsonderdelen voor promovendi-opleidingen.*

Het platform biedt jaarlijks een driedaagse expertworkshop voor promovendi in communicatie, media en informatie, waarin hoogleraren en senioronderzoekers zich samen met jonge onderzoekers verdiepen in interdisciplinaire onderwerpen. Het is de bedoeling dat (landelijke en lokale) onderzoeksscholen en *graduate schools* deze workshops erkennen als mogelijk onderdeel van hun promovendi-opleidingen. Voor promovendi is het belangrijk dat zij van deze interdisciplinaire thema's op de hoogte zijn en dat zij elkaar ontmoeten en kennis uitwisselen. Dit zal ten gunste komen van hun beroepsperspectieven.

5. *Het bevorderen van mobiliteit van docenten.*

Het platform bevordert de mobiliteit van docenten, zodat bestaande expertise breder ingezet wordt en kennisuitwisseling een belangrijke impuls krijgt. Zo kan het netwerk dienen als basis voor de tijdelijke detachering of ruil van

docenten aan de verschillende universiteiten. De meeste universiteiten bieden al financiële prikkels voor landelijke mobiliteit van medewerkers.

6. *Bemiddeling tussen studenten en arbeidsmarkt.*

Het platform houdt zich actief bezig met het carrièreperspectief van cmi-studenten en onderzoekt welke stappen nodig zijn in de organisatie van het academisch onderwijs om optimale aansluiting te vinden bij de arbeidsmarkt. De ontwikkelingen in ICT en nieuwe media gaan zeer snel en de vernieuwing van onderwijscurricula loopt daarbij al snel achter.

7. *Het bevorderen van internationale mobiliteit.*

Het platform initieert en ontwikkelt activiteiten op het gebied van internationalisering. Zowel studenten als docenten zijn gebaat bij een groot netwerk dat internationale partners bij elkaar kan brengen.

8. *Het vormen van een aanspreekpunt voor overheid en bedrijfsleven*

Het netwerk vormt een aanspreekpunt voor ministeries (OCW, EZ) en voor het werkveld (werkgevers uit bedrijfsleven en overheidsinstellingen); hun wensen en belangen ten aanzien van het wetenschappelijk onderwijs in cmi-vakgebieden kunnen zij direct doorspelen naar de centrale opleiders en opleidingsinstututen en wetenschappelijke opleidingen kunnen op die wensen inspringen. Zo is er bijvoorbeeld behoefte aan de ontwikkeling van een vak *media literacy* (mediageletterdheid of mediawijsheid) in het middelbaar en basisonderwijs. Het platform zou initiatieven voor dergelijke opleidingen kunnen nemen en deze plannen uitzetten bij de leden.

9. *Het vormen van een aanspreekpunt voor hbo-opleidingen op het gebied van communicatie, media en informatie.*

Er is op dit moment geen landelijk overleg tussen hbo- en universitaire opleidingen in deze sector. Een van de belangrijkste gezamenlijke uitdagingen in de nabije toekomst ligt op het gebied van aansluiting: om meer hbo-afgestudeerden te laten doorstromen naar het wo-onderwijs (lees: masteropleidingen) is het noodzakelijk dat er betere doorstroomprogramma's worden aangeboden en vooral dat de financiering ervan geregeld wordt. Dit is een zaak van groot belang voor zowel studenten als instellingen.

3. Onderzoek

‘Ik denk zelfs dat het moeilijk is een andere periode in de geschiedenis te vinden waarin disciplines zozeer samenkomen als nu. Minstens twee factoren spelen daarin een rol. Allereerst, de groeiende complexiteit van onderwerpen: om een cel of een brein, laat staan een compleet organisme of ecosysteem in detail te begrijpen, moet men zoveel technieken en concepten combineren, dat je dat noodzakelijk in een interdisciplinair team moet doen. Ten tweede vragen ook alle grote maatschappelijke problemen, of het nu energie, klimaat, milieu, veiligheid of gezondheid betreft, om een geïntegreerde aanpak. Deze stuwende krachten zullen alleen maar toenemen. Bij definitie wordt de wetenschap ingewikkelder en uitgebreider, en globalisering maakt ook de vragen uit de maatschappij groter en urgenter.’

Robbert Dijkgraaf, universiteitshoogleraar
Mathematische Fysica Universiteit van Amsterdam (NRC 2007)³⁶

3.1 Introductie

Het onderzoek naar communicatie, media en informatie heeft zich, zowel in de geesteswetenschappen als in de sociale- en maatschappijwetenschappen, in vele richtingen ontwikkeld. Hoewel na 1950 het onderzoek in Nederland aanvankelijk maar traag op gang kwam, is de proliferatie van onderzoeksdomeinen na 1980, in navolging van Amerika, zeer snel gegaan. Opvallend aan de wijze waarop het onderzoek naar communicatie, media en informatie in Nederland geïnstitutionaliseerd is, is het grote verschil in de mate van zelforganisatie van onderzoekers.

³⁶ Robbert Dijkgraaf, ‘Disciplines op drift’, *NRC Handelsblad*, 27 mei 2007.

Net als in het onderwijs begint de noodzaak tot het overbruggen van disciplinaire werkverbanden ook in het onderzoek naar communicatie, media en informatie de laatste tien jaar aanzienlijk toe te nemen. Overigens is dat niet alleen in de cmi-domeinen het geval: zoals bovenstaand citaat aantoont, is interdisciplinariteit een belangrijke voorwaarde voor innovatie in de *life sciences* en andere exacte wetenschappen, en vormt het een belangrijke impuls voor het oplossen van milieu- en veiligheidsvraagstukken. Het bevorderen van interdisciplinair of multidisciplinair onderzoek is geen doel op zichzelf, maar vloeit voort uit de groeiende verwevenheid van wetenschappelijke vraagstellingen en de wederzijdse afhankelijkheid van te ontwikkelen wetenschappelijke inzichten. De in hoofdstuk 1 behandelde tendensen medialisering, digitalisering en informatisering leiden voor de cmi-vakgebieden tot nieuwe wetenschappelijke uitdagingen die veelal voortkomen uit belangwekkende maatschappelijke ontwikkelingen. Daartoe dienen we niet alleen een ‘geïntegreerde aanpak’ te ontwikkelen, zoals Dijkgraaf die in bovenstaand citaat noemt, maar ook begrip en respect te ontwikkelen voor elkaars methodologische, theoretische en analytische eigenheid. Alleen op die basis kunnen onderzoekers ook daadwerkelijk samenwerken aan complexe vraagstukken.

De huidige generatie onderzoekers en leerstoelhouders is verantwoordelijk voor de opleiding van toekomstige onderzoekers op cmi-vakgebieden. Willen we het onderzoek strategisch positioneren, dan zullen we naast de huidige, veelal disciplinair georganiseerde, werkverbanden ook andere structuren moeten initiëren die juist samenwerking en samenhang bevorderen. Om antwoord te kunnen geven op nieuw opgeworpen vragen aan de wetenschap, of die nu fundamenteel of toegepast van aard zijn, doen we verschillende voorstellen.

3.2 Een historische schets van het onderzoek

Wie naar de spreiding van onderzoek op het gebied van communicatie, media en informatie in het Nederlandse onderzoekslandschap kijkt, zal niet alleen constateren dat de relatief korte ontwikkeling van de afzonderlijke vakgebieden in verschillend tempo is verlopen, maar zal ook moeten vaststellen dat die afzonderlijke vakgebieden sterk verspreid zijn over de verschillende disciplines en domeinen.³⁷ In de hiernavolgende schets wordt het onderzoek naar communicatie, media en informatie afzonderlijk getypeerd; het onderzoek dat gelieerd is aan informatica

³⁷ Zoals reeds aangegeven in hoofdstuk 2 bij de behandeling van onderwijs, kent ook het onderzoek naar communicatie, media en informatie in het buitenland (Duitsland, Frankrijk, de Verenigde Staten) een langere traditie dan in Nederland.

en informatiekunde valt hier om eerder gemelde praktische reden buiten.³⁸ Het meest kenmerkend voor de historische verankering van cmi-onderzoek in scholen en instituten is de sterke verbondenheid van cmi-onderzoek met de geesteswetenschappelijke cq. sociaalwetenschappelijke tradities. Weliswaar stimuleert deze traditie interdisciplinair onderzoek, maar doet dat voornamelijk *binnen* het respectievelijke domein; bevruchting *tussen* de domeinen wordt om diverse institutionele redenen bemoeilijkt dan wel ontmoedigd.

De bestudering van *communicatie* kent in Nederland een langere traditie dan de bestudering van media en informatie. Het onderzoek in communicatiewetenschap (voorheen massacommunicatie) is stevig geworteld in de tradities van de gedrags- en maatschappijwetenschappen. De dragende disciplines van deze studies zijn sociologie, politicologie, psychologie en in mindere mate pedagogie en antropologie. Traditioneel richt de communicatiewetenschap zich vooral op de zogenaamde publieke massamedia, zoals de gedrukte krant, radio en televisie, waaraan in de laatste tien jaar nieuwe media, zoals het internet, zijn toegevoegd. Naast *objecten*, zoals kranten, vormen ook *processen*, bijvoorbeeld die van journalistieke nieuwsgaring en -presentatie (*framing*), een belangrijk onderzoeksg gebied. In de loop van vijftig jaar heeft de communicatiewetenschap, op basis van meer algemene sociaalwetenschappelijke inzichten, een scala aan vakspecifieke theorieën en methoden ontwikkeld waarbij (combinaties van) kwantitatieve, experimentele en kwalitatieve methodologieën (surveys, statistische analyse, gedragsexperimenten, observaties, interviews, focusgroepen, kwalitatieve discours analyse, etc.) een rol spelen. De ‘de-massificatie’ van de media gedurende het laatste decennium heeft ertoe geleid dat communicatiewetenschap zich ook is gaan richten op ‘niet-publieke’ communicatie, zoals professionele communicatie, bijvoorbeeld in de gezondheidssector. Evenzo heeft een uitbreiding plaatsgevonden van algemene naar speciale publieksgroepen; naast het uitvoeren van onderzoek naar ‘effecten’ en ‘invloeden’ van media op groepen recipiënten (zoals jongeren of vrouwen), is de communicatiewetenschapper steeds meer geïnteresseerd in de sociale praktijk van het individuele mediagebruik: hoe gaan jongeren in het dagelijks leven om met media? Op welke manieren worden zij gesocialiseerd in *multitasken* met ICT-technologie?

Het onderzoeksgebied van de taal en communicatie heeft zijn wortels in de geestes- en gedragswetenschappelijke tradities. Enerzijds komt het terrein voort

³⁸ Logisch voortbouwend op het vorige hoofdstuk betekent dit nog niet dat dit (bèta-) domein ook in de toekomstschets buiten beschouwing blijft; in de volgende paragraaf zal worden uitgelegd waarom het combineren van technologische perspectieven met alfa- en gammabebandingen juist opportuun is.

uit de studie van retorica, de taalbeheersing en de toegepaste taalkunde; anderzijds ligt de oorsprong van dit onderzoeksgebied in de cognitiewetenschap, de (organisationale) psychologie, de etnografie en de sociologie. Het object is de tekst als instrument voor primair zakelijke communicatie. De aandacht is vooral gericht op een evaluatie van verschillen in doelmatigheid en op het zoeken naar een verklaring van die verschillen. Daarin wordt steeds naar een relatie gezocht met de processen voor tekstontwerp en -verwerking. Hierbij is speciale aandacht voor sociale en culturele variabelen, maar ligt het accent op cognitieve variabelen die verband houden met taal(systematische) kennis en ontwikkeling. De methodiek is sterk empirisch: het (veld)experiment en de corpusanalyse zijn dominant, waarbij tevens geput wordt uit andere methoden van de taal- en tekstwetenschap, de psychologie, de sociologie en de etnografie. Binnen dit domein is er een toenevende aandacht voor de specifieke eisen die bepaalde media (televisie, internet) stellen aan het taalgebruik. Hoe maken gebruikers zich het taalgebruik eigen dat past bij verschillende media in verschillende situaties? De jongere thema's als multimedialiteit en multimodaliteit kennen raakvlakken met de mediastudies. Daarnaast is er een onderzoekstraditie die samenwerkt met het taalvaardigheidsonderwijs en bekend staat als *speech communication*; zij heeft relaties met de communicatiewetenschap. Daar waar het accent sterk ligt op het betoog, worden methodes gebruikt uit de argumentatietheorie, waarbij onderzoeksgroepen zich richten op zowel formele logica als *informal logic*.

In vergelijking met de onderzoekstradities van communicatie vormt de wetenschappelijke bestudering van *media* een veel recenter onderzoeksterrein dat met name gesitueerd is binnen de geesteswetenschappelijke traditie, met een veel kleinere poot in de sociale wetenschappen. Hoewel filmstudies al een min of meer afgebakend terrein vormen sinds de jaren '80 van de vorige eeuw, heeft de bestudering van media als cultureel fenomeen pas in het midden van de jaren '90 haar beslag gekregen in (inter)nationale institutionele verbanden. Mediastudies wortelen in specialisaties rond 'waarneembare objecten', in het bijzonder gedrukte media, foto, film, radio en televisie. De nadruk ligt hierbij op de wordingsgeschiedenis van de media, alsmede op de institutionele dimensies en singuliere aspecten daarvan, zoals esthetiek, betekenisgeving en interpretatie. Bij mediastudies gaat het om audio-visuele-tekstuele objecten en processen in brede zin, dat wil zeggen om representatie en betekenissystemen, om intertekstualiteit en intermedialiteit, om de relatie tussen betekenis en technologie, om betekenis en interactiviteit, en om de instituties van media. De onderzoekers gebruiken zowel historische als hermeneutische en interpreterende paradigma's. Daarnaast is er veel aandacht voor receptie, machtsrelaties en culturele instituties. Wat betreft hun methoden en theorievorming putten mediawetenschappers voornamelijk

uit de geesteswetenschappen (bijvoorbeeld hermeneutiek, semiotiek, narratologie, geschiedenis, filosofie), maar ook uit de meer kwalitatieve benaderingen die zijn ontwikkeld binnen de sociale wetenschappen (kwalitatieve inhoudsanalyse, etnografische observatie, *actor-network*-theorie). Voor mediawetenschappers zijn de begrippen ‘betekenistoekenning’ en ‘culturele praktijk’ belangrijke uitgangspunten. Juist door dit amalgaam van benaderingen en door de nadruk die niet alleen op de tekst maar ook op het medium zelf ligt, de verschillende technologieën en constellaties van woord, beeld en geluid, de distributie e.d. te leggen, onderscheiden mediastudies zich van moederdisciplines als literatuurwetenschap, theaterwetenschap en kunstgeschiedenis.

Het object *informatie* wordt, voorzover dit binnen de alfa- en gammadomeinen valt, veelal bestudeerd in het verlengde van communicatie in de ‘talige’ traditie. Communicatie en informatie worden beschouwd als (talige) culturele en sociale processen die bestudeerd worden in de context van hun maatschappelijk verkeer, bijvoorbeeld binnen bedrijven of tussen culturele of etnische groepen. Paradigma’s voor wetenschappelijk onderzoek komen vaak uit de praktijk van het bedrijfsleven; qua vraagstelling en gebruikte methodiek steunen zij enerzijds op de communicatiewetenschap (sociale processen, discours- en interactionele analyse) en anderzijds op de theorieën en methodologieën gangbaar in de toegepaste taalkunde, *speech communication* en taalbeheersing. Sinds de opkomst van de nieuwe media is de overlap met bèta- en gammaonderzoek steeds belangrijker geworden; er is een sterke poot ontwikkeld in het onderzoek naar informatiesystemen – de wijze waarop digitale informatieprocessen bedrijfsmatige of organisatorische processen structureren – waarbij gebruik wordt gemaakt van theorieën en methoden uit de kunstmatige intelligentie en cognitiewetenschap. Een groeiende overlap van bèta- en alfaonderzoek zien we tevens in de combinatie van informatiewetenschap met archief- en documentatiewetenschap. De ontwikkeling van gedigitaliseerde systemen voor het opslaan, ordenen, zoeken en vinden van informatie is zowel gebaseerd op de wetenschappelijke traditie van de archiefwetenschap als op de veel recentere inzichten uit de (sociale) informatica en cognitiewetenschappen.

3.3 De huidige inbedding en institutionalisering van het onderzoek

De in bijlage 4 opgenomen schets van de huidige inbedding van cmi-onderzoekers in de geijkte academische structuren laat zien dat het gebied met de langste historische traditie (communicatiewetenschap) er het best in geslaagd is een eigen plaats te creëren. Voor de meeste onderzoekers, zeker die op het gebied van

media, geldt dat zij verspreid zitten over verschillende onderzoekscholen en instituten.

Communicatiewetenschap in Nederland is verenigd in een nationale onderzoeksschool: The Netherlands School of Communications Research (NESCOR). In deze onderzoeksschool participeren alle aan een sociaalwetenschappelijke faculteit verbonden opleidingen en onderzoekers in de communicatiewetenschap, behalve de onderzoekers van toegepaste communicatiewetenschap aan de Wageningen Universiteit. Een enkeling participeert (tevens) in de Interuniversitaire Onderzoeksschool Psychologie en Sociometrie (IOPS) of de onderzoeksschool Wetenschap, Technologie en Moderne Cultuur (WTMC). De onderzoekers naar taal en communicatie zijn overwegend georganiseerd binnen de Landelijke Onderzoeksschool Taalwetenschap (LOT); een aantal van hen is aangesloten bij NESCOR of bij een lokale onderzoeksschool.

Nederlandse media-onderzoekers zijn nog niet institutioneel ingebed in een eigen landelijke onderzoeksschool. Hun onderzoek is ondergebracht bij een rijk geschakeerd palet aan landelijke en lokale onderzoekscholen, die veelal gedomineerd worden door literatuurwetenschap en geschiedenis. Zo participeren media-onderzoekers in de landelijke onderzoekscholen: Huizinga (geschiedenis), OSL (literatuurwetenschap), OSK (Kunstgeschiedenis), WTMC (Wetenschap, Technologie en Moderne Cultuur), en enkelen bij de NOV (vrouwenstudies). In Amsterdam en Groningen participeren zij hoofdzakelijk in de lokale onderzoekscholen, zoals Amsterdam School of Cultural Analysis (ASCA), het Instituut voor Cultuur en Geschiedenis (ICG) in Amsterdam en de Groningen Research School for the Study of the Humanities (GRSSH). De aandacht voor media binnen deze lokale onderzoekscholen is niet primair gedefinieerd. Voor grote afdelingen, zoals mediastudies in Amsterdam en theater-, film- en televisiewetenschap in Utrecht, is het mogelijk om eigen thematische onderzoeksprogramma's te ontwikkelen – er zijn bijvoorbeeld sterke mediaprogramma's binnen ASCA en het interdisciplinaire samenwerkingsverband Utrecht Media Research, dat links heeft met Huizinga, OGC, OSL en WTMC. De media-onderzoekers verbonden aan kleinere en/of algemene cultuurafdelingen in Nijmegen, Groningen, Amsterdam (VU) en Rotterdam hebben echter door het ontbreken van een landelijke onderzoeksschool voor media minder mogelijkheden voor disciplinaire verdieping. Hoewel de inbedding in brede 'cultuurwetenschappelijke' onderzoekscholen en de hieruit volgende interdisciplinaire onderzoekspraktijk nadrukkelijk als een verrijking wordt ervaren (zowel binnen grote als kleinere afdelingen), identificeert men de institutionele inbedding tegelijkertijd als één van de grootste obstakels voor de

noodzakelijke integratie van het veld.³⁹

Er is sprake van drie vakgebieden die in ongelijk tempo ontwikkeld en dus geïnstitutionaliseerd zijn; dit heeft uiteraard consequenties voor de inbedding van het onderzoek en de meer of mindere mate van succes dat geboekt wordt bij het binnenhalen van onderzoeksgelden. Nu zouden we ons hier verder vooral kunnen richten op het verder versterken van de interne cohesie van elk van die drie vakgebieden, zodat ze binnen afzienbare tijd wel gelijkwaardige partners voor samenwerking worden. Toch verdient het aanbeveling te kiezen voor gezamenlijke inspanningen en naast de bestaande financieringsbronnen ook bronnen aan te boren die voor elk van de drie gebieden afzonderlijk welhaast buiten bereik liggen. In de hiernavolgende paragrafen 3.4 en 3.5 willen we eerst ingaan op de uitdagingen die de ontwikkelingen in het dynamische cmi-onderzoeksveld bieden en vervolgens op de belemmeringen die momenteel bestaan om dat onderzoek te entameren en uit te bouwen.

3.4 Wetenschap in beweging: uitdagingen voor het Nederlandse cmi-onderzoek

Het onderzoek naar communicatie, media en informatie bevindt zich op een cruciaal punt. Oude ideeën over publiekssamenstelling en -participatie veranderen, de media fragmenteren en het marktaandeel van interactieve media groeit gestaag. Dit alles vraagt om een paradigmaverandering en de inbreng van nieuwe theorie en methodiek, opdat wij betekenis kunnen geven aan de nieuwe configuraties. Nederland heeft een goede internationale concurrentiepositie en hierdoor de kans om in te spelen op de nieuwe eisen die het cmi-onderzoek stelt. Nederland heeft een voor wetenschapsbeoefening aantrekkelijk *kosmopolitisch profiel*. Het deelt de gangbare internationale normen en waarden, doet aan (selectieve) internationale *benchmarking*, heeft een hoogopgeleide bevolking en is ingericht op veeltalige communicatie. De internationale oriëntatie (en traditie) van Nederlandse cmi-onderzoekers betekent dat we een sterke concurrentiepositie ten opzichte van het buitenland hebben. Daarnaast heeft Nederland een *excellente infrastructuur* voor cmi-onderzoek. Voorbeelden zijn het Nederlands Filmmuseum, Instituut voor Beeld en Geluid, v2_ , andere nieuwe media- en fotografiemusea en organisaties, het regionale archiefnetwerk, de creatieve

³⁹ De waardering voor de inbedding in interdisciplinaire onderzoekscholen bleek uit de eerdergenoemde serie informerende interviews afgenomen door Dr. Marijke de Valck (KNAW) en Ir. Penny Klopogge (Rathenau Instituut) in de zomer van 2006.

industrie (Endemol, Philips, vnu, uitgeverijen en mediabedrijven) en de IT- en transportinfrastructuur. Nederland heeft bovendien een *unieke positie* (geografisch centraal gelegen, meertaligheid, vertegenwoordigd in Europese initiatieven in zowel de Engelstalige als Franstalige wereld) en *schaal*. Door de bevolkingsconcentratie en korte afstanden tussen (universiteits)steden is het mogelijk intensieve samenwerkingsvormen tussen wetenschappers en universiteiten te bewerkstelligen, die in grote landen als Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk ondenkbaar zijn.

Als we nu kijken naar de zwaartepunten in het huidige onderzoek, dan wordt duidelijk dat deze vooral liggen rondom disciplinaire onderzoeksvraagstukken. Dit is goed verklaarbaar gezien het beeld van de domeinen dat al uit de beschrijving van het onderwijs- en onderzoeksveld naar voren is gekomen. Belast met een hoge onderwijsdruk en afhankelijk van de disciplinair denkende beoordelingscommissies voor het verkrijgen van extra onderzoekstijd (bijvoorbeeld bij nwo en de European Science Foundation ESF), is het niet verwonderlijk dat het onderzoek zich vooral binnen afdelingen en langs disciplinaire lijnen heeft ontwikkeld. Uit een analyse van de onderzoeksaanvragen op het gebied van communicatie, media en informatie, ingediend bij nwo-MAGW in de periode 1992-2006, blijkt dat de honoreringen gedomineerd worden door een drietal thema's: digitalisering, politieke communicatie en communicatie met betrekking tot kinderen/jeugd. Enkele succesvolle voorstellen combineren bovenstaande thema's.⁴⁰ Het grote honoreringspercentage van onderzoeksvorstellen met het thema 'digitalisering' is mede te verklaren doordat er een speciaal nwo-themaprogramma voor ontworpen was: 'Maatschappij en Electronische Snelweg' (MES). Het themagebied 'politieke communicatie' is ook gerelateerd aan actuele vraagstukken. Het Nederlandse communicatieonderzoek naar de Europese eenwording, politieke campagnes en nieuwsverslaggeving hierover kent een lange traditie en staat internationaal hoog in aanzien.

De analyse van cmi-onderzoeksaanvragen, ingediend bij nwo-gw in de periode 2000-2006, toont aan dat het onderzoek naar taal en communicatie tot op heden vooral zwaartepunten laat zien die nauw verbonden zijn met de

⁴⁰ Voorbeelden zijn *The meaning of youth and popular culture for the understanding of politics among the Young* (nwo-MAGW open competitie 2002, Prof. dr. L. van Zoonen) en *The effects of online sexual explicitness on adolescents' sexual attitudes and self* (nwo-MAGW Veni 2005, dr. J. Peter).

institutioneel goed verankerde taalkundige traditie.⁴¹ Voor media valt de erkende traditie op het gebied van (film)historisch onderzoek op, waarbij de nadruk lijkt te liggen op Nederlands of vergelijkend Nederlands-Vlaams cultureel erfgoed. Daarnaast springt vooral het onderzoek naar culturele identiteit in het oog, waarbij aandacht is voor digitalisering, mondialisering en commercialisering.⁴² De speciale aandacht voor transformaties hangt samen met het nwo-themaprogramma ‘Transformaties in Kunst en Cultuur’. De twee vici-toekenningen uit deze periode richten zich op longitudinaal vergelijkend onderzoek naar culturele classificatiesystemen en cognitief onderzoek naar de manieren waarop computers menselijke leertechnieken kunnen gebruiken.⁴³

Deze recente profilering van cmi-onderzoeken binnen de afzonderlijke nwo-domeinen kan beschouwd worden als een fundament voor vernieuwend interdisciplinair onderzoek naar actuele vraagstukken. In het kader van deze verkenning is een reeks interviews met een groot aantal cmi-wetenschappers gehouden; hen werd gevraagd welke wetenschapsinhoudelijke ontwikkelingen en maatschappelijke vraagstukken zij belangrijk vinden of waarvan zij in de komende jaren grote invloed verwachten. Ook hun verwachtingen voor theoretische en methodologische vernieuwingen werden in deze gesprekken gepeild. Analyse van de diverse antwoorden liet zien dat de belangrijkste (*bottom-up* geformuleerde) ontwikkelingen in het veld onder een viertal overkoepelende termen geschaard kunnen worden. Opvallend hierbij was dat alle onderzoekers dezelfde themagebieden als het meest relevant en veelbelovend bestempelden en dat er een grote overlap was

⁴¹ Zo betreft een recente vici-toekenning met name de cognitieve en taalwetenschappelijke aspecten van taalbeheersing, *Causaliteit en Subjectiviteit als cognitieve principes van discourse representatie: Convergerende evidentie uit taalgebruik* (nwo-gw, vici 2006, Prof. dr. T.M. Sanders).

⁴² Cmi-gerelateerde deelprojecten binnen Transformaties in Kunst en Cultuur zijn met betrekking tot mondialisering *Globalization and the Transformation of Cultural Identities in Central and Eastern Europe* (nwo-gw, themaprogramma 2003, Prof. dr. G.E.E. Verstraete) en *Something's Brewing: Beer and Bourdieu in the Age of the Experience Economy* (nwo-gw, themaprogramma 2005, Dr. J. Thissen) en met betrekking tot het thema digitalisering *New Media, Public Sphere and Urban Culture* (nwo-gw, themaprogramma 2005, Prof. dr. R.W. Boomkens), *Playful Identities: From Narrative to Ludic Self-Construction* (nwo-gw, themaprogramma, 2005, Prof. dr. J. de Mul), *Sound Technologies and Cultural Practice* (nwo-gw, themaprogramma 2004, Prof. dr. J.F.T.M. van Dijck) en *Transformation in Perception and Participation: Digital Games* (nwo-gw, themaprogramma 2003, Dr. R. van de Vall).

⁴³ *Cultural Classification Systems in Transition: The Social Valuation of Cultural Goods in France, Germany, the Netherlands, and the United States, 1950-2000* (nwo-gw Vici 2003, Prof. dr. S. Janssen) en *Integrating Cognition: Unsupervised Learning with the DOP model* (nwo-gw Vici 2007, Dr. L.W.M. Bod).

met de door de commissie geformuleerde invloedrijke trends van medialisering, digitalisering en informatisering.

De eerste belangrijke uitdaging voor cmi-onderzoekers betreft vraagstukken op het gebied van *medialisering*. De invloed van media en gemedieerde communicatie neemt toe. Vragen naar de betekenis van de gemedieerde communicatie in het economische en maatschappelijke proces en de betekenis van de media in de leefwereld van mensen krijgen daarom meer aandacht. Onderzoeksthema's die onder dit kernthema vallen zijn: media en geheugen, media en technologie, media en informatieoverdracht en intermedialiteit. Deze thema's kunnen gerelateerd worden aan een serie maatschappelijke vraagstukken. Hoe bijvoorbeeld om te gaan met audiovisueel erfgoed? Hoe presenteren we het koloniale verleden? Hoe geven wij betekenis aan intermedialiteit? Wat zijn de effecten van geweld op tv en via het internet? Kunnen computergames gebruikt worden als therapie?

De tweede uitdaging hangt samen met de ontwikkelingen op het gebied van *digitalisering*. Internet, nieuwe media en mobiele communicatie worden in alle domeinen het meest genoemd als de belangrijkste bronnen van wetenschappelijke vernieuwing. Onderzoeksvragen rondom digitalisering staan wereldwijd volop in de belangstelling, omdat door de digitalisering het medialandschap, de sociale leefwereld van mensen en communicatiepraktijken fundamenteel veranderen. Zo heeft het onderzoek naar media en identiteit een nieuwe impuls gekregen door de komst van internet. Het zijn veelal specifiek maatschappelijke kwesties, zoals privacy, kinderporno, de generatieshift in mediagebruik, het optimaliseren van de leesbaarheid van internetteksten, jongerencultuur (games) en virtuele versus reële identiteit, die onderzoeksvragen op het gebied van digitalisering genereren.

Een derde impuls voor belangrijke ontwikkelingen in het cmi-onderzoek is gerelateerd aan *globalisering*. Globalisering heeft geleid tot complexere structuren en culturen. Onderzoek naar communicatie, media en informatie is hard nodig om deze complexiteit te kunnen duiden. Onder de algemene noemer globalisering zijn drie subprocessen te identificeren, die thema's voor de onderzoeksagenda opleveren: transnationalisering, commercialisering en interculturaliteit. Maatschappelijke vraagstukken die cmi-onderzoeksvragen generen, betreffen onder andere de mondiale circulatie van (archief)beelden, de rol van media bij conflicten, de verandering van journalistieke ethiek, de verhouding tussen publieke en commerciële media en de positie van culturele of creatieve industrie (bijvoorbeeld vis-à-vis onafhankelijke kunstenaars). Vooral *interculturaliteit* staat hoog op de cmi-onderzoeksagenda. De maatschappelijke relevantie hiervan behoeft weinig nadere uitleg. In de context van grootschalige diaspora's, multiculturele samenlevingen, groeiende vreemdelingenhaat, de 'War on Terror' en

'*clash between civilizations*', is het noodzakelijk de alomtegenwoordige, maar vaak tendentieuze discussie aan te vullen met gedegen onderzoek.

3.5 Wetenschap in beweging: belemmeringen voor cmi-onderzoek

Onderzoek naar communicatie, media en informatie is niet alleen relatief jong, het is ook sterk in beweging: de afzonderlijke cmi-vakgebieden hebben nog nauwelijks de kans gehad zich te nestelen in de academische structuren of er dienen zich nieuwe (externe) redenen aan voor herverkaveling. Zoals in hoofdstuk 1 al is geschetst, geven met name de tendensen medialisering, digitalisering, informatisering en de hierboven geconstateerde trend van globalisering/interculturaliteit impulsen voor innovatief onderzoek. Als gevolg van die ontwikkelingen hebben we in de afgelopen vijf jaar een onmiskenbare beweging gezien naar een intensievere uitwisseling tussen alfa- en gammadomeinen enerzijds en de bètasector anderzijds. Deze maatschappelijke en technologische ontwikkelingen hebben uiteraard gevolgen voor onderzoeksbenaderingen die zich tot nu toe vooral richten op een klein onderdeel van het proces van communicatie of informatieoverdracht (bijv. publieksonderzoek, receptieanalyse, *health communication*), of die zich toelegden op de bestudering van één specifiek medium (bijv. film, krant, gedrukte tekst).

Digitalisering en informatisering hebben het object van studie in beweging gebracht: waar film en televisie voorheen gerekend werden tot 'culturele' objecten en vrijwel uitsluitend werden bestudeerd om hun esthetische, symbolische of inhoudelijke waarde, zijn diezelfde films of televisieprogramma's op DVD onderdeel geworden van een technologisch-creatief-industrieel complex, waarin inhoud niet langer los gezien kan worden van het gebruik en de productie van deze objecten. Beperkte publieksonderzoek zich in het verleden vooral tot de lezers van kranten of kijkers van journaals, door de migratie van deze communicatieprocessen naar het internet is het gebruik van media niet meer te scheiden van de technologische infrastructuur (design van hardware en software waarmee de gebruiker stuurt en gestuurd wordt) en de metamorfose van culturele vormen. Immers, wat noem je nog 'een krant' of 'televisieprogramma' als dezelfde *content* op vier verschillende wijzen, via uiteenlopende media gepresenteerd wordt? Traditionele grenzen tussen productie en consumptie van media, tussen zenders en ontvangers in het communicatieproces, zijn bezig te vervagen, met als gevolg dat voorheen min of meer duidelijke onderzoeksobjecten als 'tekst', 'medium' of 'publiek' niet meer zo vanzelfsprekend het uitgangspunt vormen. Nieuwe technologieën nopen tot een herijking van onderzoeksvragen rondom de sociale praktijken en culturele vormen van media- en communicatieobjecten. Om deze nieuwe

onderzoeksvragen te kunnen articuleren en beantwoorden, moeten informatici en technologieontwikkelaars steeds meer rekening houden met culturele en sociale factoren in het gebruik van hun instrumenten en is samenwerking tussen de cmi-gebieden onontbeerlijk.

In het onderzoek van het Rathenau Instituut naar de inbedding van cmi-onderzoek springen enkele zaken in het oog.⁴⁴ Ten eerste is onderzoek in de cmi-vakgebieden sterk verankerd in de afzonderlijke disciplines en is er alleen aan de ‘randen’ sprake van overlap tussen de drie gebieden communicatie, media en informatie. Dit is niet verwonderlijk. Elk van de drie cmi-vakgebieden heeft zich immers moeten ‘invechten’ en innestelen in het traditionele gamma- cq. alfadomein, en de huidige generatie onderzoekers is nog praktisch volledig opgeleid en gesocialiseerd binnen disciplinaire paradigma’s. Van samenwerking tussen de domeinen mediastudies en communicatiewetenschappen, zo luidt de conclusie in het rapport van het Rathenau Instituut, is niet of nauwelijks sprake. In de tweede plaats is het opvallend dat tegenwoordig samenwerking met de bètadisciplines, met name informatica, kunstmatige intelligentie en cognitieve wetenschappen, steeds gewoner wordt. Desondanks stuit samenwerking tussen alfa-, bèta- en gammadomeinen onherroepelijk op problemen, omdat men al gauw tegen structuren aanloopt die innovatie via interdisciplinaire samenwerking belemmeren. Het eerder in dit rapport genoemde advies van de Adviesraad Wetenschaps- en Technologiebeleid (AWT) geeft een bondige samenvatting in vier punten van de problemen waarmee interdisciplinair onderzoek aan de universiteit kampt:

1. de disciplinaire institutionele structuur belemmert samenwerking;
2. cultuurverschillen en verschillen in methodologie worden niet overbrugd en slechts mondjesmaat getolereerd omdat onderzoekers elkaars taal niet spreken;
3. *peer review* en daarop gebaseerde beoordelingssystemen zijn helemaal geënt op disciplinaire evaluatie;
4. er is sprake van versnippering aan de vraagzijde van het onderzoek.

Laten we deze algemene belemmeringen voor het onderzoek naar communicatie, media en informatie hieronder specificeren en vervolgens schetsen wat we zouden kunnen doen om deze belemmeringen op te heffen.

⁴⁴ De Rathenau-achtergrondstudie naar de samenhang tussen, en publicatiecultuur in de vakgebieden communicatiewetenschap, taal en communicatie en mediastudies is te vinden op de KNAW website; het gebied van de informatie en informatica is hier niet meegenomen. De achtergrondstudie is geen inventarisatie van *alle* onderzoeksresultaten van cmi-onderzoekers, maar presenteert een globale inhoudelijke kaart die vooral de relatieve samenhang tussen deze gebieden in kaart brengt.

3.5.1 De disciplinaire structuur belemmert samenwerking

Uit bovenstaande paragrafen blijkt dat als het gaat om theorievorming en methodologische *grounding*, de organisatie, inbedding en beoordelingsstructuren van het onderzoek sterk gedomineerd worden door traditionele disciplinaire structuren. Dit is duidelijk zichtbaar in de manier waarop de onderzoekers verdeeld zijn over de aandachtsgebieden van nwo. Onderzoeksvoorstellen op het gebied van communicatiewetenschap dienen ingediend te worden bij nwo-magw en worden beoordeeld door referenten uit een systeem waar criteria uit de psychologie en sociologie dominant zijn (en er veel aandacht is voor de uitwerking van de in sociale wetenschappen ontwikkelde empirische methodiek). Onderzoekers die geïnteresseerd zijn in projecten op het gebied van communicatie en taal doen er goed aan om aansluiting te zoeken bij de traditie van de taalbeheersing, die onder nwo-gw valt (taal, spraak en logica). Ook mediaonderzoek valt onder de verantwoordelijkheid van nwo-gw. Sinds 1998 worden alle voorstellen in gebiedsbrede, niet disciplinair gebonden commissies behandeld.

Een knelpunt voor het cmi-onderzoek is dat er niet vanzelfsprekend en soepel aansluiting wordt gevonden bij de beoordelingssystemen van onderzoeksaanvragen, terwijl de nieuw opgeworpen vragen van cmi-vakgebieden verlangen dat zij nauwer samenwerken. Nu betekent dit niet automatisch dat alle onderzoekers ongelukkig zijn met hun posities in de bestaande infrastructuur, integendeel: de met veel moeite en inspanning verworven onderzoeksstructuur geeft veel onderzoekers de nodige rust om wetenschap tot bloei te laten komen in disciplinair georganiseerde omgevingen. Anderen voelen zich daarentegen opgesloten binnen de kaders van hun discipline en zien geen ruimte of vinden in het bestaande systeem geen *incentives* om samen met anderen aan nieuw opgeworpen vraagstellingen te werken. Voor alle onderzoekers in de cmi-vakgebieden bestaat het probleem dat hun onderzoek per definitie op aansluiting bij één methodologisch paradigma wordt beoordeeld; het is een algemene klacht dat juist het interdisciplinaire onderzoek (zelfs als dit zich binnen eenzelfde domein afspeelt) vaak onderschat of verkeerd begrepen wordt. Als regel geldt: hoe meer disciplinair gericht, hoe hoger de status en kans op waardering.

3.5.2 Verschillen in ‘onderzoekstaal en -cultuur’

De verschillen tussen de ‘taal en cultuur’ van alfa- en gammadomeinen zijn aanzienlijk. In de afzonderlijke vakgebieden (communicatie, media, informatie) gelden uiteenlopende culturen van publiceren en *output*-meting. De communicatiewetenschap wordt gedomineerd door publicaties in erkende *ISI*-tijdschriften; boeken en publicaties die niet Engelstalig zijn, worden nauwelijks geteld. Mediastudies daarentegen kent een hogere waardering van (hoofdstukken in)

boeken en is niet of nauwelijks gericht op publicatie in ISI-tijdschriften;⁴⁵ ook wordt er niet alleen in het Engels, maar ook volop in andere (Europese) talen gepubliceerd. Taal-, communicatie- en informatiewetenschap nemen een mid-denspositie in. Duidelijk moge zijn dat samenwerking met informatica in het bètadomein een derde dimensie van publicatievormen en -normen met zich meebrengt. In deze disciplines telt naast publicaties in bèta-geïndexeerde internationale tijdschriften bijvoorbeeld ook het aantal verworven patenten op ontwikkelde technologieën mee.

De verschillen in outputcriteria wijzen niet alleen op uiteenlopende onderzoekstradities en publicatieculturen, maar zijn vooral een teken van de verschillende theoretische en methodologische talen die cmi-onderzoekers spreken. Het lijkt onmogelijk dat alfa- bèta- en gammaonderzoeker uit cmi-gebieden elkaars 'taal' leren spreken, maar om innovatieve vragen te kunnen stellen en bredere inzichten te ontwikkelen, moeten de verschillende onderzoekers wel ontdekken waar hun respectievelijke sterktes liggen en leren hoe hun onderzoek wederzijds aanvullend is. Daar is meer voor nodig dan onderzoeksvragen over hetzelfde object uit heel verschillende invalshoeken aan elkaar te koppelen.

Digitale technologieën dwingen onderzoekers tot de geïntegreerde bestudering van tekst, beeld en geluid, juist omdat die verwevenheid uitgangspunt vormt van steeds meer communicatie- en informatieprocessen. Dat betekent niet dat ze allemaal dezelfde methoden en theorieën moeten gaan gebruiken, maar wel dat alleen door dialoog en samenwerking informatiewetenschappers samen met media- en communicatiewetenschappers verschillende aspecten van eenzelfde object kunnen onderzoeken met behulp van theorieën en methodes die aanvullend en wederzijds constructief zijn. Elkaars taal verstaan is één ding, elkaars taal en cultuur begrijpen en gezamenlijk tot nieuwe inzichten komen is iets heel anders. Binnen de gevestigde cmi-domeinen is er helaas echter nauwelijks of geen ruimte voor deze dialoog.⁴⁶

⁴⁵ Voor de Geesteswetenschappen heeft de European Science Foundation de European References Index for the Humanities (ERIH) geïnitieerd. Het doel van ERIH is om tot een lijst met de belangrijkste tijdschriften in Letteren en Geesteswetenschappen te komen, gebaseerd op overeengekomen criteria van nationaal en internationaal belang. Opvallend is dat Mediastudies in de beginfase van het initiatief, bijv. tijdens de informatiedagen van ERIH in april 2007, (nog) niet is meegenomen in de onderscheiden deelgebieden. Voor meer informatie zie de ESF website: <<http://www.esf.org/research-areas/humanities/activities/research-infrastructures.html>>

⁴⁶ Hierbij is wel belangrijk op te merken dat samenwerking tussen verschillende 'onderzoekstalen en -culturen' niet mag leiden tot een bevestiging van de oude hiërarchie, waarin de bèta-disciplines de neiging hebben de gamma- en zeker alfa-domeinen te domineren.

3.5.3 Beoordeling, *peer review* en valorisatie

Juist dat ontwikkelen van nieuwe theorieën en methoden is moeilijk, omdat onderzoeksvragen altijd geformuleerd worden binnen een institutionele context, waarin het zeer risicovol is om interdisciplinaire aanvragen in te dienen die beoordeeld zullen worden op aansluiting bij bepaalde methodologische paradigma's. De van oudsher sterke hiërarchie tussen de domeinen bevordert animositeit en competitie en belemmert collegialiteit en tolerantie. Tijdens de bijeenkomsten die in het kader van het totstandkomen van dit verkenningsrapport met onderzoekers uit het veld zijn gehouden, was de meest voorkomende klacht het gebrek aan adequate beoordeling van interdisciplinaire onderzoeksvorstellen; dat wil zeggen beoordeling door interdisciplinair ingestelde *peers*.⁴⁷ Veel onderzoekers die bewust risico's willen (en ook moeten) nemen op het gebied van theorievorming, worden al bij voorbaat afgestraft, omdat ze nog geen uitgewerkte theoretische en methodologische kaders gereed hebben. Nieuwe (inter)disciplines als communicatie-, media- en informatiewetenschap willen zich bewijzen door zich methodologisch sterk te verankeren in disciplinaire bodem, maar tegelijk verhindert dit de noodzakelijke ontwikkeling van risicovolle innovatieve theorieën en methoden. Overigens betekent dit niet dat bestaande methodologieën ontoereikend zouden zijn; punt is dat de soms onverwachte en onvoorspelbare dynamiek van het onderzoeksobject *ook* vraagt om een combinatie van perspectieven, methoden en theorieën.

De beoordeling en waardering van wetenschappelijk onderzoek op grond van zijn maatschappelijke betekenis en zogenaamde valorisatiewaarde wordt steeds belangrijker. De toenemende nadruk op valorisatie vormt een belemmering, maar biedt tegelijkertijd ook kansen. In de verschillende beoordelingsculturen wordt valorisatie op zeer uiteenlopende wijzen gedefinieerd. Alfa- en gammavalorisatie zijn vaak van heel andere signatuur en statuur dan bètavalorisatie. In het AWT-rapport wordt gepleit voor het erkennen van deze verschillen en wordt tegelijkertijd een lans gebroken voor het opnemen van alfa- en gammavalorisatie in bètageoriënteerd onderzoek.⁴⁸ Daar ligt natuurlijk een uitgelezen kans voor de cmi-vakgebieden, waarvan het object sterk neigt tot convergentie.

Die beoordeling is verankerd in institutionele structuren. Naast de eerdergenoemde verkaveling van NWO volgens traditionele disciplinaire lijnen, vraagt

⁴⁷ De klachten over het gebrek aan deskundige interdisciplinaire referenten komen met name uit het vakgebied van de mediastudies; een aantal wetenschappers legde tijdens de gesprekken nadruk op de opvatting van NWO dat 'interdisciplinaire beoordeling' niet zelden betekent 'vraag een referent uit elk gebied en dan zit het wel goed'.

⁴⁸ AWT, *Alfa en Gamma stralen: valorisatiebeleid voor de Alfa- en Gammawetenschappen*, Den Haag, maart 2007, p. 46.

de commissie aandacht voor het feit dat cmi-onderzoekers tot nu toe niet zijn toegetreden tot de KNAW. Zij begrijpt dat zij het proces van coöptatie niet kan beïnvloeden, maar hoopt dat in toekomst deze onderzoekers van zowel De Jonge Akademie als de ‘oude’ Akademie lid zullen worden.

3.5.4 Versnippering aan de vraagzijde van het onderzoek

Institutionele verkaveling is een bekende hobbel bij het ontwikkelen van vernieuwend fundamenteel onderzoek (theorie en methoden). Men zou verwachten dat de impuls voor nieuwe vormen van interdisciplinair onderzoek vooral uitgaat van externe (maatschappelijke) instanties, maar maatschappelijke en industriële spelers in het cmi-veld (bijv. omroepen, nationale en regionale archieven, kunstinstellingen, ontwikkelaars van nieuwe mediaproducten en de *gaming*-industrie) stellen vooral toegepaste vragen aan onderzoekers: hoe kunnen we het *design* van de nieuwste games optimaliseren voor gebruikers? Hoe maken we onze digitale catalogus van beeld- en geluidsfragmenten doorzoekbaar? Zulke toegepaste vragen naar oplossingen worden door aangezochte onderzoekersgroepen doorvertaald naar vakspecifieke vragen die alleen gaan over bijvoorbeeld *software-design* of over gebruikers.

Maatschappelijke opdrachtgevers hebben weinig direct belang bij het verbreden van hun concrete onderzoeksvraag – bijvoorbeeld door technologieontwikkeling te koppelen aan meer fundamentele vragen naar het gebruik en de vorm ervan – omdat niet bij voorbaat duidelijk is wat de meerwaarde is van zulke geïntegreerd (toegepast en fundamenteel) onderzoek. Een voorbeeld: wat heeft het Nederlands Forensisch Instituut, dat informatici de opdracht geeft onderzoek te doen naar de werking van digitale detectiesystemen die ‘geweldsituaties’ kunnen onderscheiden van ‘normale situaties’ op surveillancevideo’s, aan de verbreiding van die onderzoeksvraag naar: hoe herkennen gebruikers van videoclippen op internet gewelddadige videoclippen? En op basis van welke overweging besluiten gebruikersgemeenschappen op deze sites bepaalde video’s wel of niet te tolereren? Deze laatste vragen zijn voor het NFI wellicht niet direct belangrijk, maar voor onderzoekers kan juist de combinatie van deze vragen tot onverwachte en wederzijds aanvullende resultaten leiden. Probleem is dat de vraagzijde van het onderzoek vaak net zo verdeeld is als de aanbodzijde, omdat deze door financiering wordt aangedreven, en omdat de geldverstreckende instanties meestal zo veel mogelijk concrete valorisatiewaarde voor hun geld willen. Het is juist de taak van de wetenschap (universiteiten) om fundamenteel onderzoek te stimuleren, om te zorgen voor synergie tussen de verschillende onderzoeksvelden en om onconventionele *frameworks for scientific understanding* te bevorderen.⁴⁹

⁴⁹ Zie bijvoorbeeld het rapport van Sybille Reichert over succesvolle onderzoeksstrategieën van de European University Association: *Research Strategy Development and Management at European Universities*, Brussel, EUA publications, 2006, hoofdstuk 3.

Hoewel de belemmeringen voor verdere verbreding van het interdisciplinaire cmi-onderzoek aanzienlijk zijn – zeker voor een vakgebied dat toch al voorop liep in het initiëren van interdisciplinair onderzoek – is het noodzakelijk die barrières te slechten in het licht van voornoemde ontwikkelingen (digitalisering, informatisering). Wil de vorming van theorieën en methoden niet achterblijven bij de sterk convergerende beweging van het object, dan is het belangrijk om naast de bestaande institutionele onderzoekskaders ook verbanden te creëren die ruimte en steun geven aan wederzijdse inspiratie en samenwerking. De cmi-onderzoeksdomeinen hebben een unieke uitgangspositie om te laten zien dat zij geschikt en in staat zijn om maatschappelijke en technologische innovatie te voorzien van geïntegreerde theoretische en methodologische fundamenteen. Daarvoor is het nodig te kijken naar de kant van vraag én aanbod.

3.6 Aanbevelingen en concrete voorstellen

De commissie wil een aantal aanbevelingen doen om innovatief, interdisciplinair onderzoek over de volle breedte van het wetenschappelijke spectrum te bevorderen. Zij zal dat vooral doen door concrete voorbeelden te geven van onderzoek dat zich op de nieuwe (digitale) media, communicatie en informatie richt en dat verspreid is over alfa-, bèta- en gammadomeinen. Dit betekent natuurlijk niet dat onderzoek dat zich *niet* richt op digitale technologie, of dat zich *binnen* de domeinen en gespecialiseerde disciplines afspeelt, geen stimulans nodig heeft, integendeel. Onderstaande aanbevelingen hebben nadrukkelijk betrekking op de stimulering van *alle* soorten onderzoek in cmi-vakgebieden. Enkele concrete voorstellen zullen echter in het bijzonder gericht zijn op het onderzoek dat zich momenteel ontwikkelt op het snijvlak van technologie, culturele vormen en sociale praktijken, omdat juist hier uitstekende kansen liggen om wetenschappelijk fundamentele en maatschappelijke geëngageerde vraagstukken met elkaar te verbinden. De commissie doet de volgende aanbevelingen:

1. Erken de verschillen in elkaars onderzoekstaal en -cultuur en gebruik – waar relevant – elkaars onderzoek als wederzijds aanvullend.

(Actoren: het veld)

Onderzoekers op het gebied van communicatie, media en informatie werken vanuit uiteenlopende onderzoekstradities en binnen verschillende publicatieculturen. Zij spreken elk een andere theoretische en methodologische taal. Door de steeds complexere vraagstukken waar cmi-onderzoekers mee geconfronteerd worden, is het noodzakelijk naast disciplinaire specialisatie ook ruimte te creëren voor interdisciplinaire convergentie. Het is nadrukkelijk niet de bedoeling dat de verschillende onderzoekstradities samensmelten en

het veld één taal gaat spreken. Maar om innovatieve vragen te kunnen stellen en bredere inzichten te ontwikkelen, moeten onderzoekers investeren in *erkenning* van elkaars expertise. Interdisciplinaire samenwerking dient niet te verzanden in versmelting, maar kan leiden tot meerwaarde – een geheel dat meer is dan de som der delen.

2. Schep ruimte voor interdisciplinair onderzoek naar communicatie, media en informatie.

(Actoren: NWO, landelijke onderzoekscholen, decanen)

Ruimte scheppen betekent ook letterlijk tijd en geld toekennen aan onderzoekers die complexe vraagstukken willen uitwerken en daarbij buiten de geijkte disciplinaire paden treden. In de programmering van onderzoek (zowel op instituutniveau als op NWO-niveau) zal men geld moeten reserveren als *incentive* voor dit soort risicovol onderzoek. Ruimte scheppen betekent ook het mogelijk maken van (fysieke en virtuele) ontmoetingsplaatsen en het stimuleren van horizontale samenwerkingsverbanden met groepen onderzoekers in verschillende scholen of instituten. Hierdoor zal het aanzien van interdisciplinair onderzoek naar communicatie, media en informatie worden vergroot. Het aanzien van onderzoekers wordt nu veelal bepaald door hun specialistische, vaak disciplinaire resultaten. Inspanningen om samen te werken met onderzoekers uit andere specialismen leiden niet noodzakelijk tot resultaten, en worden dus vermeden.

3. Verbreed het begrip van wetenschappelijke kwaliteit, zowel bij beoordelingen van wetenschappelijke output als bij visitaties van onderzoeksinstituten en -scholen als bij de beoordeling van onderzoeksvoorstellen en -aanvragen.

(Actoren: NVAO, NWO, het veld)

Wetenschappelijke kwaliteit wordt in de verschillende domeinen (alfa, bèta en gamma) verschillend gemeten. Het is belangrijk niet één maatstaf (bijvoorbeeld publicatie in ISI-tijdschriften) als ijkpunt voor alle onderzoek te hanteren. Boeken, bundels en niet-Engelstalige artikelen zijn in het alfa-domein geaccepteerde publicaties, terwijl in het bètadomein patenten en ontwikkelde technieken tot de reguliere *output* behoren. Bovendien creëren digitale infrastructuren ook nieuwe vormen van publiceren, die ook als zodanig gewaardeerd dienen te worden (software voor het opslaan, zoeken naar, en presenteren van beeld-, tekst- en geluidsdata). Visitatiecommissies dienen hun evaluatiecriteria aan deze nieuwe ontwikkelingen aan te passen door

een gedifferentieerd beoordelingssysteem te ontwerpen. Subsiënten (NWO) zullen nog meer aandacht moeten besteden aan het zorgvuldig selecteren van interdisciplinair ingestelde referenten. Tegelijkertijd kan het veld hieraan aandacht besteden in bijvoorbeeld *workshops* voor referenten van interdisciplinaire beoordelingen.

4. Stimuleer gebiedsoverschrijdende thema's op de gebieden communicatie, media en informatie en bevorder de samenwerking van wetenschappelijke onderzoekers met maatschappelijke en industriële partners door gecombineerde financiering te stimuleren.

(Actoren: NWO)

Als het laatste al als voorwaarde geldt voor onderzoeksaanvragen (bijv. Smartmix, Creatieve Industrie) dan staat dat vaak los van het eerste. Maatschappelijke en industriële partners zien interdisciplinair onderzoek over de volle breedte niet direct als een meerwaarde, en dus zal die voorwaarde door de overheidssubsidiënten gesteld moeten worden. Ook zal duidelijk gesteld moeten worden dat valorisatie binnen de geestes- en sociale wetenschappen wat anders inhoudt dan in de technische wetenschappen; de ontwikkeling van geïntegreerde theorieën en methoden om geconvergeerde mediaproducten en communicatieprocessen te verklaren, is even belangrijk als het ontwikkelen van *tools*.

5. Stimuleer virtuele platforms op het gebied van communicatie, media en informatieonderzoek, met name ten behoeve van PhD's en jonge onderzoekers; bevorder tijdelijke probleemgestuurde onderzoeksprojecten waarbij (senior en junior) onderzoekers uit verschillende domeinen samenwerken.

(Actoren: KNAW, NWO, universiteiten)

Het is inspirerend voor jonge onderzoekers om in aanraking te komen met onderzoek naar dezelfde objecten vanuit geheel andere optieken. Deze contacten verhogen het kritisch vermogen van onderzoekers in opleiding en vormen een noodzakelijke voorbereiding op het latere werkveld waarin convergentie allang een feit is. Technologisch geschoolde onderzoekers moeten inzichten van sociale en geesteswetenschappers meekrijgen en omgekeerd, zodat zij ook in de toekomst van elkaars inzichten kunnen profiteren en weten hoe ze vragen moeten stellen (en antwoorden kunnen vinden) in de taal van een andere expertise. Kortlopende en afgebakende onderzoeksprojecten kunnen deze samenwerking bevorderen.

Om bovenstaande aanbevelingen te realiseren doet de commissie het volgende concrete voorstel:

6. Het oprichten en financieren van een Platform voor CMI. Naast de coördinatie van onderwijs (zie hoofdstuk 2) is de belangrijkste taak van dit platform de coördinatie van interdisciplinair onderzoek naar communicatie, media en informatie.⁵⁰

(Actoren: KNAW, de Ministeries van OCW en EZ en NWO)

Het platform heeft de volgende onderzoeksdoelen:

- Het initiëren en bevorderen van innovatief en interdisciplinair onderzoek op het gebied van communicatie, media en informatie, zodat enerzijds beter ingezet kan worden op tijdelijke onderzoeksprojecten – de reeds geïnitieerde NWO programma's (Culturele dynamiek en Creatieve industrie) en toekomstige NWO programma's – en anderzijds de kwalitatieve ontwikkeling van interdisciplinair onderzoek ook structurele ondersteuning wordt geboden.
- Het initiëren en ondersteunen van interdisciplinaire onderzoeksaanvragen.
- Het bieden van een ontmoetingsplek aan (junior- en senior-) onderzoekers uit uiteenlopende domeinen, waardoor een dialoog ontstaat die het uitwisselen en op elkaar afstemmen van onderzoeksvragen en -resultaten bevordert.
- Het bieden van een aanspreekpunt voor maatschappelijke en overheidspartners, die onderzoek willen laten uitvoeren naar digitalisering, medialisering, informatisering, globalisering en interculturaliteit (of combinaties daarvan).
- Het bevorderen van interdisciplinair onderzoek waarin technologische en gebruiksperspectieven gekoppeld worden aan culturele aspecten van communicatie, media en informatie; het bevorderen van de ontwikkeling van geïntegreerde vraagstellingen, theorieën en methoden voor fundamenteel en toegepast onderzoek.⁵¹

⁵⁰ Een mogelijke *mission statement* zou kunnen zijn: 'Pursuing a programme of excellence in interdisciplinary, interuniversity and international research in communication, media and information. Through its theoretical and empirical research the network contributes to an understanding of the multiple connections between globalization, citizenship and innovations in communication, information and media structures and technologies.'

⁵¹ Als voorbeeld voor het platform (qua organisatiestructuur althans, niet zozeer qua thema) zou het Interuniversity Research Centre on Globalization and Work, in Montreal (Canada) kunnen dienen. Dit centrum doet onderzoek naar 'theoretical and practical challenges of institutional renewal for work and employment in a global era is inter-universitair, interdisciplinair (o.a. rechten, economie, sociologie en psychologie) en internationaal. Zie website: http://www.crimt.org/English/Accueil_eng.html

Dit Platform voor CMI onderzoekt tevens in hoeverre institutionalisering wenselijk en haalbaar is en zal over een juiste afstemming in contact treden met de Virtual Knowledge Studio for the Humanities and Social Sciences van de KNAW. In deze discussie betreft het Platform ook de uitkomsten van de gesprekken die op dit moment over de onderzoekschool en de *graduate school* worden gevoerd. Het Platform voor CMI draagt bij aan de ontwikkeling van onderzoek naar maatschappelijk urgente vraagstukken die zich manifesteren op de raakvlakken tussen disciplines en velden. Een geïntegreerde aanpak door alfa-, bèta- en gamma-onderzoekers stimuleert bovendien de ontwikkeling van theorieën en methoden voor fundamenteel onderzoek naar zulke complexe objecten. Bij wijze van aanzet geeft de verkenningscommissie drie concrete voorbeelden van belangrijke thema-gebieden waarnaar onderzoek door het Platform voor CMI mogelijk gemaakt zou kunnen worden:

- *Zoekmachines*: zoekmachines zijn bij uitstek een onderzoeksonderwerp waarbij alfa-, bèta- en gammabenederingen bijeengebracht moeten worden. De technologie waarmee toegang tot informatie gegeven wordt, kan pas optimaal ontwikkeld worden als kennis over multimodale informatieverwerking, het sociaal-maatschappelijk gebruik van informatie en de culturele context van content wordt meegenomen in de ontwikkeling.
- *Media, communicatie en sociale participatie*: de publieke sfeer verandert ingrijpend door medialisering. Met name nieuwe technologieën leiden tot een nieuwe sociale ordening in de samenleving. Dit genereert vraagstukken over nieuwe vormen van ‘engaged citizenship,’ de digitale kloof en de manier waarop media enerzijds worden ingezet in de communicatie tussen overheid en burgers en anderzijds diverse mogelijkheden bieden voor (alternatieve) identiteitsvorming.
- *Cross media en media literacy* (mediawijsheid): onderzoek naar media-gebruik, mediaverwerking en de culturele analyse van mediaproducten krijgt een impuls door ‘crossmediale’ verbindingen. Complexe media-uitingen en technologisch gestuurde communicatie vragen om bezinning op fundamentele vraagstukken op het gebied van passieve en actieve media-educatie (bijv. *copyright* versus gebruikersconventies, onzichtbare sturing van informatie).

Als eerste stap in de totstandkoming van zo’n Platform voor CMI vraagt de commissie de KNAW een bestuur samen te stellen en het Platform voor een periode van drie jaar *low budget* te faciliteren.

4. Conclusies en toekomstvisie

‘Er is (...) behoefte aan een netwerkachtige structuur waarin (...) tijdelijke constellaties van onderzoeksteams gevormd en gefinancierd kunnen worden, een structuur die over de bestaande organisatie per specialisme heen gelegd zou moeten worden.’

‘Transdisciplinarity can only be realized when there is a willingness to be open towards other views. Therefore we have to train engagement with different communities and prepare this willingness. Bringing together people with different interests and putting them in a common project (...) instead of ‘conversation’.’

‘De mogelijkheid [werd] naar voren gebracht om naast (maar gevoed door) de reguliere media- en communicatieopleidingen een onafhankelijk (nationaal of Europees) centrum in het leven te roepen (...). Dit centrum zou het ‘maatschappelijke gezicht’ van mediastudies kunnen worden; een vehikel om de waarde van wetenschappelijk onderzoek op het gebied van media voor de samenleving aan de buitenwereld expliciet te tonen.’

‘We need not only convergence, but also specialists coming from different (national) contexts that contribute their perspective.’

4.1 Introductie

Bovenstaande citaten zijn afkomstig van enkele deelnemers aan een workshop voor jonge onderzoekers (promovendi, postdocs, beginnende docenten). De workshop in januari 2007 werd door de aanwezigen als een *eye-opener* ervaren, omdat duidelijk werd hoeveel interessante onderzoekers er in de cmi-vakgebieden in Nederland werkzaam zijn en hoeveel men nog van elkaar kan leren. Die

overtuiging werd gedeeld door deelnemers van andere workshops (hoogleraren, senior onderzoekers, docenten en onderwijscoördinatoren): na decennia van ononderbroken groei, specialisering, en verankering in verschillende faculteiten en onderzoekscholen, wordt het tijd om de blik gezamenlijk naar buiten te richten. Het ‘maatschappelijk gezicht’, zoals een van de deelnemers hierboven zegt, gekoppeld aan het wetenschappelijk gewicht van communicatie-, media- en informatiestudies, verdient een duidelijker, beter herkenbaar uithangbord.

In dit rapport hebben we een verkenning uitgevoerd in de breedste zin van het woord. We hebben de bestaande cmi-studies en specialisaties op onderwijs- en onderzoeksgebied in kaart gebracht, alsmede hun verwantschap met bestaande disciplines. We hebben gekeken naar de huidige (veelal disciplinaire) inbedding van deze groepen wetenschappers en geluisterd naar hun wensen om (interdisciplinaire) samenwerking tot stand te brengen. En ten slotte hebben we onderzocht welke maatschappelijke thema’s, wetenschappelijke paradigma’s en internationale ontwikkelingen hoog op de agenda staan en zich dus lenen voor een gezamenlijk offensief. Dat proces heeft geleid tot een aantal concrete voorstellen die in de slotparagrafen van de hoofdstukken 2 en 3 zijn geformuleerd. In dit afsluitende hoofdstuk vatten we deze verkenning op hoofdlijnen nogmaals samen (volgens de vragen die in het Instellingsbesluit zijn geformuleerd) en bundelen we de aanbevelingen.

4.2 Wetenschapsinhoudelijke ontwikkelingen

Nederlandse onderzoekers op het gebied van communicatie, media en informatie bevinden zich aan de gespecialiseerde frontlinies van onderzoek op hun gebied; zij zijn erkende specialisten in bijvoorbeeld politieke communicatie, filmgeschiedenis of informatieverwerking in organisaties. De verwantschap tussen cmi-vakgebieden en aanpalende wetenschapsgebieden is nauw en de inbedding in facultaire verbanden bevordert deze gerichtheid op specialisatie. Beleidspeerpunten van de Nederlandse overheid om internationalisering, innovatie en interdisciplinaire samenwerking te bevorderen (1.3), hebben in de cmi-vakgebieden sterke weerklank gevonden; interdisciplinaire verbanden zijn wenselijk en worden hier en daar (zij het mondjesmaat) gerealiseerd, met name onder invloed van speciale NWO-programma’s.

De laatste jaren doemen nieuwe wetenschappelijke thema’s op die om meer en hechtere samenwerking tussen communicatie-, media- en informatiespecialisten vragen (zie 3.4) Dit zijn thema’s als media en cultureel erfgoed, media en technologie, multimodale informatieoverdracht, intermedialiteit, digitalisering van het medialandschap, de mondiale circulatie van (archief)beelden, de rol van (multi)

media bij conflicten, de verandering van journalistieke ethiek en organisatie, de verhouding tussen publieke en commerciële media, de ontwikkeling van *creative industries* en de rol van zoekmachines of digitale games in de sociale leefwereld van mensen. Dit zijn thema's die pas onderzocht kunnen worden als wetenschappers de verschillende perspectieven hierop systematisch en *in samenhang* bestuderen.

Fundamenteel onderzoek naar deze nieuwe thema's vereist dat traditionele cmi-paradigma's uit de geestes-, sociale en technische wetenschappen beter op elkaar afgestemd worden; daarnaast is een koppeling met economische en juridische paradigma's onontbeerlijk. Die samenhang tussen paradigma's en samenwerking tussen wetenschappers ontstaat niet vanzelf; soms ontstaan tijdelijke coalities van wetenschappers die naar elkaar gedreven worden door bijvoorbeeld thematische subsidierondes. Maar gelegenheidscoalities zijn niet voldoende om die samenwerking en samenhang tussen de gebieden te laten groeien; daarvoor is een meer structureel verband noodzakelijk. Zo'n verband vraagt bijzondere inspanningen van onderzoekers, docenten, en van de wetenschappelijke instituties die dit mogelijk moeten maken. Vandaar ons voorstel om een platform voor onderwijs (2.5) en onderzoek (3.6) op te richten.

4.3 Maatschappelijk relevante ontwikkelingen

In de voorgaande hoofdstukken zijn enkele dominante maatschappelijke trends gesignaleerd die het onderwijs en onderzoek naar communicatie, media en informatie in de nabije toekomst zullen sturen. Deze trends zijn medialisering, digitalisering, en informatisering (1.4). Daaruit voortvloeiend of direct daaraan verbonden zijn vragen naar commercialisering, globalisering en interculturaliteit (3.4). De nieuwe wetenschappelijke thema's en maatschappelijke vraagstukken genereren prangende onderzoeksvragen voor cmi-onderzoekers. Deze trends hebben diepgaande invloed op de sociale leefwereld van mensen en op dagelijkse communicatiepraktijken. Natuurlijk zijn dit brede maatschappelijke thema's die ook buiten de cmi-vakgebieden weerklank vinden – zoals in de wereld van techniek, economie en recht –, maar het zijn bij uitstek onderzoekers in de cmi-vakgebieden die de meervoudige perspectieven op deze relevante thema's zouden kunnen bundelen.

Maatschappelijk relevante vraagstukken bieden zich echter niet als samenhangend geheel aan; maatschappelijke en industriële spelers hebben vaak toegepaste deelvragen (3.5.4) die ze aan wetenschappers voorleggen. Het is juist de taak van de wetenschap en haar instituties deze vragen te bundelen en toegepaste vragen te koppelen aan fundamenteel, theoretisch onderzoek. Een bundeling van krachten

in de vorm van een Platform voor CMI zou een duidelijke meerwaarde hebben en door zijn loketfunctie de plaats van het onderzoek voor beleidsmakers en industrie zichtbaarder maken (3.6).

4.4 Institutionele structuren

Er zijn drie problemen geconstateerd met betrekking tot de institutionele inbedding van cmi-vakgebieden in Nederland. De huidige inbedding van wetenschappers in de cmi-vakgebieden is stevig geworteld in de disciplinaire structuur van de academische instituten en aan de facultaire structuur van de universitaire organisatie (2.2. en 3.2.). Dit draagt positief bij aan de sterke mate van specialisatie van de cmi-vakgebieden, maar werkt belemmerend voor het aanpakken van bovengenoemde innovatieve, maatschappelijk relevante onderzoeksthema's. Bovendien leidt de sterk verspreide aanwezigheid van cmi-vakgebieden over de Nederlandse faculteiten tot een groot, maar onoverzichtelijk onderwijsaanbod, waarin studenten vooral binnen hun eigen instituut vakken kiezen (2.4). Ten slotte heeft de enorme groei van studentenaantallen en de sterke toename van het aantal onderzoekers in de cmi-vakgebieden niet geleid tot een evenredige representatie van dat belang in de academische instituties.

Het is onwenselijk en niet realistisch de huidige inbedding van deze vakgebieden in wetenschappelijke instituties radicaal te veranderen. Wel vormt deze verkenning aanleiding om een nieuwe structuur voor te stellen die naast de verankerde specialismen de convergentie tussen deze vakgebieden kan bevorderen en ondersteunen. De oprichting van een Platform voor CMI voor onderwijs- en onderzoekstaken naar communicatie, media en informatie, zou een stap in de goede richting zijn (2.5, 3.6). Zo'n structuur versterkt de uitwisseling van expertise, maakt het reeds aanwezige aanbod van onderwijsmodules optimaal toegankelijk voor studenten, en bevordert de interdisciplinaire integratie van onderwijs en onderzoek. Het is bewust *geen verdubbeling van bestaande structuren*, maar bevordert juist de bundeling van krachten en vormt een opvallend 'uithangbord'.

Dit uithangbord moet ook zorgen voor bredere wetenschappelijke representatie van het veld. De commissie hoopt dat in de toekomst cmi-onderzoekers tot lid van de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen en de Jonge Akademie zullen toetreden.

4.5 De positie van het Nederlandse cmi-onderzoek internationaal gezien

Een samenwerkingsverband op nationaal niveau betekent niet alleen een bundeling van krachten in de cmi-vakgebieden, maar betekent ook een versterking van de internationale positie van Nederland op dit terrein. In het licht van de voornoemde maatschappelijk relevante thema's en samenhang tussen wetenschappelijke paradigma's, hebben enkele overheden (soms in samenwerking met de industrie) academische initiatieven ondersteund op het gebied van (nieuwe) media, communicatie en informatie. In Nederland steunt men wel technologische initiatieven (bijv. Telematica Instituut), maar zelden of nooit interdisciplinaire initiatieven waarbij sociaal-wetenschappelijke en geesteswetenschappelijke perspectieven aan technologie worden gekoppeld, of, in nog breder verband, aan economische of juridische invalshoeken. Als we kijken naar de internationale positie van Nederland op het gebied van cmi-onderzoek, is het evident dat een bundeling van deze disciplines in een Platform voor CMI een enorme verbetering van de concurrentiepositie zou kunnen betekenen, zeker bij het aanvragen van subsidies uit Europese fondsen. Elders in Europa (Duitsland, Scandinavische landen) zijn de laatste jaren interdisciplinaire centra opgericht die met subsidie van de respectievelijke overheden werken aan deze thematieken.

Voorbeelden van zulke initiatieven zijn ook te vinden in Australië en de vs. In Brisbane is een Center of Excellence for Creative Industries and Innovation (CCI) opgericht om *research, industry and government partners* samen te brengen teneinde zowel theoretisch als toegepast onderzoek uit te voeren. Het CCI kent een groeiend aantal medewerkers die verspreid over heel Australië werken, maar nauw samenwerken in dit hechte verband.⁵² De University of Southern California Annenberg School of Communication heeft enkele aan elkaar gelieerde *centers* die onderzoek naar communicatie, media en informatie bundelen, waarvan het Center for the Digital Future en het Center for Communication Leadership de kern vormen.⁵³ Ook dit *center* stelt zich ten doel te bemiddelen tussen partners uit overheid, wetenschap en industrie om complexe vraagstukken van digitalisering en informatisering het hoofd te bieden. Een interessant voorbeeld van een virtueel netwerk in Amerika is HASTAC (Humanities, Arts, Science,

⁵² Voor uitvoerige details over de organisatie, missie en structuur van het CCI, zie <http://www.cci.edu.au>. Het CCI in Brisbane is wellicht een goed voorbeeld voor Nederland, omdat het nadrukkelijk ook een nationaal bindende functie vervult tussen de (ver uit elkaar gelegen) lokale universitaire opleidingen en onderzoeksinstituten.

⁵³ <http://annenberg.usc.edu/CentersandPrograms/ResearchCenters/CenterfortheDigitalFuture.aspx>

and Technology Advanced Collaboratory): een succesvol consortium van Amerikaanse universiteiten die hun krachten bundelen en een *pool* van onderzoekers en instituten coördineren.⁵⁴ Dit ‘collaboratory’ heeft als doel het bij elkaar brengen van onderzoeksvraag en -aanbod. HASTAC kan als voorbeeld dienen voor een soortgelijk Nederlands en/of Europees initiatief.

Om internationaal beter zichtbaar te worden en de onderzoeksagenda voor de langere termijn te bepalen, is het noodzakelijk dat in eerste instantie de KNAW voor drie jaar een dergelijk Platform voor CMI in Nederland mogelijk maakt. Het Nederlandse onderzoek naar communicatie, media en informatie heeft voldoende potentie om vanuit dit platform een leidende positie in Europa te gaan spelen. De leden van het platform, die afkomstig zijn uit de deeldomeinen communicatie, media en informatie zullen moeten nadenken over de strategie hoe deze aspiraties waar te maken. Onder jonge onderzoekers is veel kwaliteit en het oprichten van een platform is belangrijk met het oog op de ontwikkeling van dit talent. Het platform dient bovendien na te denken over een toekomstige institutionalisering ervan, waarbij nauwlettend de discussie over de onderzoeksschool en de *graduate school* in de gaten moet worden gehouden.

4.6 Aanbevelingen en concrete voorstellen

De verkenning onderkent dat er binnen het cmi-veld ten minste drie groepen zijn in verschillende stadia van ontwikkeling en organisatie; zij gaat in al haar aanbevelingen uit van de kracht van specialisatie én de meerwaarde die convergentie kan bieden. Belangrijk is te onderkennen dat de vakgebieden zich autonoom en met verschillende snelheden ontwikkeld hebben.

De communicatiewetenschap is het verst in haar institutionele verankering: NESCOR functioneert als landelijk platform en biedt een breed gewaardeerde structuur, focus en overzicht. Het onderzoek naar taal en communicatie is goed ingebed in LOT, terwijl op het terrein van onderwijs lastenverlichting wordt gevonden door samenwerking met andere opleidingen aan te gaan. Mediastudies, ten slotte, zijn ondergebracht bij interdisciplinaire onderzoekscholen. De nauwe band met (moeder)disciplines – filosofie, geschiedenis, kunstgeschiedenis en literatuurwetenschap – wordt ook door de huidige generatie onderzoekers als zeer belangrijk ervaren, al is een minder sterke institutionele profilering daarvan het gevolg en heeft dit consequenties voor de financiering van onderzoek.

⁵⁴ Voor meer informatie over HASTAC en haar activiteiten, zie <http://www.hastac.org/>

1. Het is belangrijk dat de specialisaties van de drie cmi-vakgebieden zich verder ontwikkelen. Zonder een voorschot te willen nemen op de uitkomst van het debat over de toekomst van de landelijke onderzoekscholen en lokale graduate schools, constateert de verkenningscommissie dat voor de mediastudies, die institutioneel versnipperd zijn, een hechtere samenwerking op landelijk niveau wenselijk is (actoren: het veld, mediastudies).

Naast consolidatie en verdere ontwikkeling van de autonome velden vraagt de verkenningscommissie aandacht voor de meerwaarde die samenwerking tussen de drie partners kan bieden. Juist op de raakvlakken tussen de disciplines liggen kansen die de partners zonder elkaar niet zouden kunnen bereiken. We herhalen hier de belangrijkste aanbevelingen uit de hoofdstukken 2 en 3 van dit rapport.

2. De verkenningscommissie roept wetenschappers, docenten en bestuurders op om een welwillende en geïnteresseerde houding ten opzichte van elkaars onderzoekstaal en -cultuur te stimuleren, tolerantie te tonen ten aanzien van interdisciplinaire samenwerking, en de nieuwe praktijken te honoreren en te erkennen (actoren: het veld, decanen, KNAW, NWO en NVAO).

- Cmi-onderzoek moet worden geëvalueerd voor alle verschillende manieren waarop het waarde kan genereren, dat wil zeggen zowel *peer-reviewed journals*, boeken als vakpublicaties, *tools* en bijdragen aan het publieke debat.⁵⁵
- Het beoordelen van interdisciplinaire onderzoeksvorstellen moet in handen worden gelegd van referenten en commissieleden die zich bewezen hebben op het terrein van interdisciplinair onderzoek. Begrip en gevoeligheid voor interdisciplinaire beoordelingen kan door middel van workshops verder worden ontwikkeld.

3. De verkenningscommissie pleit voor het oprichten – voor een periode van drie jaar – van een Platform voor CMI voor interdisciplinair onderwijs en onderzoek in communicatie, media en informatie onder auspiciën van de KNAW (actoren: het veld, KNAW).

Het platform heeft de volgende onderwijstaken:

- Het verzorgen van een digitaal overzicht van programma's, opleidingen, minoren en modules;

⁵⁵ Zie ook *Judging Research on its Merits* (KNAW 2005).

- Het aanbieden van één interdisciplinaire bachelor-honoursmodule per jaar, verzorgd door experts uit verschillende cmi-vakgebieden;
- Het organiseren van een jaarlijkse (research)master-conferentie;
- Het aanbieden van onderwijsonderdelen voor promovendi-opleidingen;
- Het bevorderen van mobiliteit van docenten;
- Bemiddeling tussen studenten en de arbeidsmarkt;
- Het vormen van een aanspreekpunt voor overheid en bedrijfsleven;
- Deelname aan de discussie over de onderzoeksschool en de *graduate school*.

Het platform heeft de volgende onderzoeksdoelen:

- Het initiëren en bevorderen van innovatief en interdisciplinair onderzoek op het gebied van communicatie, media en informatie, zodat enerzijds beter ingezet kan worden op tijdelijke onderzoeksprojecten – de reeds geïnitieerde NWO programma's (culturele dynamiek en *creative industries*) en toekomstige NWO programma's – en anderzijds de kwalitatieve ontwikkeling van interdisciplinair onderzoek ook structurele ondersteuning wordt geboden;
- Het initiëren en ondersteunen van interdisciplinaire onderzoeksaanvragen.
- Het bieden van een ontmoetingsplek aan (junior- en senior-) onderzoekers uit uiteenlopende domeinen, waardoor een dialoog ontstaat die het uitwisselen en op elkaar afstemmen van onderzoeksvragen en -resultaten bevordert;
- Het bieden van een aanspreekpunt voor maatschappelijke, industriële en overheidspartners die onderzoek willen laten uitvoeren op met name thema's als digitalisering, medialisering, informatisering, globalisering en interculturaliteit (of combinaties daarvan);
- Het bevorderen van interdisciplinair onderzoek waarin technologische en gebruiksperspectieven gekoppeld worden aan culturele aspecten van communicatie, media en informatie;
- Het bevorderen van de ontwikkeling van geïntegreerde vraagstellingen, theorieën en methoden voor fundamenteel en toegepast onderzoek.

Het Platform voor CMI onderzoekt tevens in hoeverre zijn institutionalisering wenselijk en haalbaar is en treedt daarover ook in gesprek met het Virtual Knowledge Studio for the Humanities and the Social Sciences van de KNAW. Daarbij betreft het de uitkomsten van de discussies die op dit moment over de onderzoeksschool en de *graduate school* worden gevoerd. Het Platform voor CMI draagt bij aan de ontwikkeling van onderzoek naar maatschappelijk urgente

vraagstukken, die zich manifesteren op de raakvlakken tussen disciplines en velden. Een geïntegreerde aanpak van alfa-, bèta- en gammaonderzoekers stimuleert bovendien de ontwikkeling van theorieën en methoden voor fundamenteel onderzoek naar zulke complexe objecten. Bij wijze van aanzet geeft de verkenningcommissie drie concrete voorbeelden van belangrijke themagebieden waarnaar onderzoek door het Platform voor CMI mogelijk gemaakt zou kunnen worden:

- *Zoekmachines*: zoekmachines zijn bij uitstek een onderzoeksonderwerp waarbij alfa-, bèta- en gammabebandingen bijeen gebracht dienen te worden. De technologie waarmee toegang tot informatie gegeven wordt, kan pas optimaal ontwikkeld worden als kennis over multimodale informatieverwerking, het sociaalmaatschappelijk gebruik van informatie en de culturele context van *content* wordt meegenomen in de ontwikkeling.
- *Media, communicatie en sociale participatie*. De publieke sfeer verandert ingrijpend door medialisering. Met name nieuwe technologieën leiden tot een nieuwe sociale ordening in de samenleving. Dit genereert vraagstukken over nieuwe vormen van *engaged citizenship*, de digitale kloof en de manier waarop media enerzijds worden ingezet in de communicatie tussen overheid en burgers en anderzijds diverse mogelijkheden bieden voor (alternatieve) identiteitsvorming.
- *Cross media en media literacy* (mediawijsheid): onderzoek naar mediagebruik, mediaverwerking en de culturele analyse van mediaproducten krijgt een impuls door crossmediale verbindingen. Complexe media-uitingen en technologisch gestuurde communicatie vragen om bezinning op fundamentele vraagstukken op het gebied van passieve en actieve media-educatie (bijv. copyright versus gebruikersconventies, onzichtbare sturing van informatie).

Als eerste stap in de totstandkoming van zo'n Platform voor CMI vraagt de commissie de KNAW een bestuur samen te stellen en het Platform *low budget* voor een periode van drie jaar te faciliteren.

4.7 Tot slot

Aan het einde van deze verkenning willen de leden van de verkenningcommissie hun dank uitspreken aan iedereen die betrokken is geweest bij dit proces. Dat geldt natuurlijk in de eerste plaats voor alle wetenschappers uit het veld die zulke enthousiaste bijdragen hebben geleverd aan de workshops en ons van veel gevraagd en ongevraagd advies hebben voorzien. Ondanks een niet

aflatende onderwijsdruk en vaak ondergewaardeerde onderzoeksprestaties, zijn het de inspanningen van deze toegewijde docenten en onderzoekers die dit alles mogelijk maken. Hopelijk werpen hun inspanningen de nodige vruchten af. Natuurlijk bedanken wij onze adviseurs die niet alleen bijdroegen aan de workshops, maar ook aan het conceptrapport.

Dit rapport is slechts een summier weergave van de resultaten van een jaar durende ‘verkenning’ naar de vakgebieden communicatie, media en informatie. Het proces was hierin nog belangrijker dan het product: het samenwerken aan gemeenschappelijke belangen heeft tot meer collegialiteit, enthousiasme, wetenschappelijke nieuwsgierigheid en openheid geleid. Wat ons betreft vormt dit rapport het begin van een decennium van *convergentie*: het samenbrengen van docenten, onderzoekers en studenten om de urgente maatschappelijke onderzoeksthema’s en wetenschappelijke paradigma’s die op ons af komen het hoofd te kunnen bieden. Die samenwerking is hard nodig, maar de energie om convergentie serieus te nemen – zo hebben wij gemerkt – is ook volop aanwezig omdat de toekomst van onze vakgebieden ervan afhangt. Na decennia van specialisatie en samenwerking met de gevestigde disciplines, willen we een extra dimensie aan het onderzoek en onderwijs in communicatie, media en informatie toevoegen. De tijd is er rijp voor.

Geraadpleegde literatuur

- ASCA, *Research Assessment 2006*, Amsterdam 2006.
- ASCA, *Annual Report 2005*, Amsterdam 2005.
- ASCA, *Zelfstudie ten behoeve van de onderwijsvisitatie 2004*, Amsterdam 2004.
- ASCOR, *ASCoR brochure*, Amsterdam, juni 2005.
- AWT *Alfa en Gamma stralen: valorisatiebeleid voor de Alfa- en Gammawetenschappen*, Den Haag, maart 2007.
- Benkler, Yochai, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, New Haven 2006.
- Benkler, Yochai, 'From Consumers to Users: Shifting the Deeper Structures of Regulation Towards Sustainable Commons and User Access' *52 Fed. Comm. L.J.* 561, 2000.
- Besselaar, Peter van den, *Een kaart van het onderzoek naar media en communicatie*, Rathenau Instituut, Den Haag 2007.
- Bijker, Wiebe en Ben Peperkamp, *Geëngageerde Geesteswetenschappen. Perspectieven op cultuurveranderingen in een digitaliserend tijdperk*, (AWT-Achtergrondstudies nr. 27, AWT), Den Haag 2002.
- Bijker, Wiebe et al., *Building the KNAW International Research Institute on e-Science Studies in the Humanities and Social Sciences (IRISS)*, KNAW, Amsterdam 2003.
- Bosma, Peter, 'Filmstudies in Nederland en Vlaanderen, een panoramaschets', *E-view 2*, 2004.
- Bowker, C. Geoffrey and Susan Leigh Star, *Sorting Things Out: classification and its consequences*, MIT Press, Cambridge 1999.
- CLCG, *Assessment of Research Quality CLCG, 1998-2003*, Rijksuniversiteit Groningen, Groningen 2004.

- CLCG, *CLCG Research Programme 2005-2009*, Rijksuniversiteit Groningen, Groningen 2005.
- Commissie Staatsen, *Sectorplan Letteren 2003*, Utrecht 2003.
- Dijck, Jan van, *Netwerken: het zenuwstelsel van onze maatschappij*, (oratie universiteit van Twente), Enschede 2001.
- Dijkgraaf, Robbert, 'Disciplines op drift', *NRC Handelsblad*, 27 mei 2007.
- Doorman, Maarten, *Kiekertak en Klotterboeke: Gedachten over de Canon*, (oratie UvA), Vossiuspers Amsterdam 2004.
- Erasmus Universiteit Rotterdam, *Research in History, Arts and Culture. Evaluation Report of the International Peer Review Committee on the Research in History, Arts and Culture 1999-2004*, Erasmus Universiteit Rotterdam, Rotterdam mei 2006.
- Erasmus Universiteit Rotterdam, *Studiegids 2006/7 Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen*, Erasmus Universiteit Rotterdam, Rotterdam 2006.
- ERIM, *ERIM reaccreditation report*, Rotterdam december 2003.
- EU, *2020 Annual Report 2007*, Commission of the European Communities, Brussel 2007.
- Gripsrud, Jostein, *Understanding Media Culture*, Arnold, London 2002.
- Gripsrud, Jostein, 'The Cultural Dimension of Democracy', presentation given at the University of Copenhagen 2006.
- Gripsrud, Jostein, 'Broadcast Television: The Chances of Its Survival in a Digital Age', in: Lynn Spigel and Jan Olsson (eds.), *Television after TV: Essays on a medium in transition*, Duke University Press, Durham 2004, 210-223.
- Haan, Jos de, en Christiaan van 't Hof (red.), *Jaarboek ICT en Samenleving: de digitale generatie*, Uitgeverij Boom, Amsterdam 2006.
- Hilberdink, Koen (red.), *Interdisciplinairiteit in de geesteswetenschappen*, Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, Amsterdam 2003.
- Hilberdink, Koen, en Suzanne Wagenaar (red.), *Leescultuur onder vuur*, Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, Amsterdam 2006.
- HLCS, *Jaarverslag HLCS 2005*, Radboud Universiteit Nijmegen, Nijmegen 2006.
- HLCS, *Research Plan HLCS 2006-2009*, Radboud Universiteit Nijmegen, Nijmegen 2006.
- Hogekamp, Bert, 'Enige kanttekeningen bij het symposium 'De Toekomst van de Mediageschiedenis'', *GBG-Nieuws* 27, 1993, 12-16.
- Huysmans, Frank, 'De betere bibliotheek: over de normatieve grondslagen van het openbaar bibliotheekwerk in het internettijdperk', (oratie UvA), Vossiuspers, Amsterdam 2006.
- IBR, *Progress. Report IBR 2004*, University of Twente, Enschede 2004.

- ICG, *Annual Report 2005*, Amsterdam 2005.
- ICOG, *Assessment of Research Quality ICOG, 1998-2003*, Rijksuniversiteit Groningen, Groningen 2004.
- Innovatieplatform, *Innovatieplatform Werkprogramma 2006*, Den Haag 2006.
- Innovatieplatform, *Voorstellen Sleutelgebieden-aanpak: Ambitie, excellentie en actie. Van dijkgraaf tot art-director: voorstellen tot actie van het Innovatieplatform*, Den Haag 4 oktober 2004.
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, *Handboek Verkenner*, [Amsterdam] juli 2002, 2006. <http://www.knaw.nl/verkenningen/pdf/handboek_verkenner.pdf>
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, *Multifactoriële aandoe-ningen in het genomics-tijdperk*, Verkenning KNAW, Amsterdam 2006.
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, *Naar een effectieve kennissamenleving. De rol van de gedrags- en maatschappijwetenschappen in de opmaat naar morgen*, Rapport van de Sociaal-Wetenschappelijke Raad, KNAW, Amsterdam 2006.
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, *Nederlands, tenzij... Tweetaligheid in de geestes- en de gedrags- en maatschappijwetenschappen*, Rap- port van de Commissie Nederlands als wetenschapstaal, KNAW, Amsterdam 2003.
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, *Samenleven en samenwerken: Een toekomst voor de Nederlandse sociologie*, Verkenning KNAW, Amsterdam 2006.
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, *'Gij letterdames en gij letterheren'. Nieuwe mogelijkheden voor taalkundig en letterkundig onderzoek in Nederland*, Verkenning KNAW, Amsterdam 2004.
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, *Judging Research on its Merits*, KNAW, Amsterdam 2005.
- Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, 'Verkenningagenda KNAW', [Amsterdam] oktober 2000, 2006. <<http://www.knaw.nl/verkenningen/pdf/verkenningagenda2000.pdf>>
- Meulen, Barend van der, 'Methodiek Verkenningen: Naar een ontwerpbenadering voor het opzetten van een verkenning', deelrapport voor *Handboek Verkenner*, mei 2002, 2006. <http://www.knaw.nl/verkenningen/pdf/methodiek_verkenningen.pdf>
- Muller, G.W., en P.C. Muysken (red.), *Vreemde gasten. Deconstructie en cognitie in de geesteswetenschappen*, KNAW, Amsterdam 1998.
- Neijens, Peter, *Verleidingskunsten op het raakvlak van voorlichting, commercie en vrije publiciteit*, (oratie UvA), Vossiuspers, Amsterdam 2000.

- Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijke Onderzoek, *Strategie NWO, 2007-2010*, Den Haag 2006.
- NESCoR, *Self-Assessment 2000-2004*, Amsterdam 2005.
- OGC, *Review of the Research Institute for History and Culture (OGC) 1997-2004*, Utrecht 2005.
- OGC, *Assessment of Research Quality Research Institute for History and Culture (OGC) 1997-2004*, Utrecht oktober 2005.
- OGC, *Onderzoeksprogramma ogc 2002-2006*, Universiteit Utrecht, Utrecht 2002.
- OGC, *Jaarverslag OGC 2003*, Universiteit Utrecht, Utrecht 2004.
- Oostrom, Frits van, *Onderzoekend Onderwijs* (Jaarrede voor de Verenigde Vergadering van de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen), Amsterdam 8 mei 2006.
- OTS, *Annual Report 2004*, Utrecht augustus 2005.
- OTS, *Research Programme 2000-2004*, Utrecht januari 2000.
- OTS, *Self-evaluation 1997-2004*, Utrecht 2005.
- Promovendi Netwerk Nederland, *Van wens naar werkelijkheid: de verbetering van de carrièreperspectieven van jonge onderzoekers*, PNN beleidsnotitie, maart 2006.
- Qanu, *Onderwijsvisitatie Communicatiewetenschap*, Utrecht oktober 2006.
- Qanu, *Onderwijsvisitatie Kunst en Cultuur*, Utrecht februari 2007.
- Qanu, *Onderwijsvisitatie Taalwetenschappen*, Utrecht januari 2007.
- Raad voor Cultuur, *Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap*, Den Haag juli 2005.
- Reichert, Sybille, *Research Strategy Development and Management at European Universities*, EUA publications, Brussel 2006.
- Research voor Beleid, *Tussen wens en werkelijkheid: carrièreperspectieven van jonge onderzoekers, eindrapport*, onderzoek in opdracht van Promovendi Netwerk Nederland en Landelijk Postdoc Platform, Leiden 20 januari 2006.
- Rutten, Paul, *Over de consequenties van de digitale revolutie voor de media-industrie, in het bijzonder de uitgeverij*, (oratie universiteit Leiden), Leiden University Press, Leiden 2007.
- Rutten, Paul, *Time waits for no-one: De razendsnelle ontwikkeling van de media- en entertainmentindustrie*, (publicatie bij de gelegenheid van de aanvaarding van het lectoraat Media- en Entertainmentmanagement aan Hogeschool INHOLLAND), 18 maart 2005.
- Sanders, Ted, *Tekst doordenken. Taalbeheersing als de studie van taalgebruik en tekstkwaliteit*, (oratie Universiteit Utrecht), Utrecht 2004.

- Smelik, Anneke, 'Verslag van interviews met media-wetenschappers op het gebied van de Visuele Cultuur over de koers van Onderzoekschool Literatuurwetenschap', ongepubliceerd, maart 2004.
- Sociaal Cultureel Planbureau, *In het zicht van de toekomst: Sociaal en Cultureel Rapport 2004*, Den Haag 2004.
- Thompson, John B., *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Polity Press, Cambridge 1995.
- Tilburg University, *Faculty of Arts Self-evaluation Report 1997-2002*, Tilburg 2003.
- Tilburg University, *Faculty of Arts Self-evaluation Report 2003-2005*, Tilburg 2006.
- UvA-afdeling Communicatiewetenschap, *Samenhang en Samenwerking, Afdelingsplan Communicatiewetenschap*, Amsterdam december 2005.
- UvA-opleiding Media en Cultuur, *Media en Cultuur Alumni-almanak 2006*, Amsterdam 2006.
- Universiteit van Amsterdam, *Leren Excelleren, Instellingsplan UvA 2007-2010*, Amsterdam 2006.
- Uricchio, William, 'Simulation, History, and Computer Games', in: Jeffrey Goldstein and Joost Raessens (eds.), *Handbook of Computer Game Studies*, MIT Press 2005, 327-338.
- Uricchio, William, 'Beyond the Great Divide: collaborative networks and the challenge to dominant conceptions of creative industries', *The International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 2004, 79-90.
- Vree, Frank van, 'Media History in the Netherlands – Some Observations', *GBG-Nieuws* 25, 1993, 4-9.
- Vree, Frank van, en Pim Slot, 'De Toekomst van de Mediageschiedenis', *GBG-Nieuws* 27, winter 1993-94, 4-11.
- Verstraete, Ginette, 'Inleiding: Cultural studies of cultuur in conflict', in: Jan Beatens en Ginette Verstraete (eds.), *Cultural Studies: een inleiding*, Uitgeverij Vantilt, Nijmegen 2002, 7-21.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, *Focus op Functies: Uitdagingen voor een Toekomstbestendig Mediabeleid*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2005.
- Wijffjes, H.B.M., en J.C.H. Blom (red.), *Mediageschiedenis: kansen en perspectieven*, Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, Amsterdam 1995.
- Whitley, Richard D., *The Intellectual and Social Organisation of the Sciences*, Oxford University Press, Oxford 2000.

Zoonen, Liesbet van, *Identiteit en burgerschap in populaire cultuur*, (oratie Universiteit van Amsterdam), Vossiuspers, Amsterdam 2003.

Zwier, Sandra, Hans Beentjes en Jan Gutteling, 'Communicatiewetenschappelijk onderzoek in de afgelopen 15 jaar: aard en positie', *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 34 nr. 3, 2006, 220-231.

Websites

ASCA (Amsterdam School for Cultural Analysis)

<http://www.hum.uva.nl/asca>

ASCOR (Amsterdam School of Communication Research)

<http://www.fmg.uva.nl/ascor>

Center of Excellence for Creative Industries and Innovation (CCI)

<http://www.cci.edu.au>

CLCG (Center for Language and Cognition Groningen)

<http://www.rug.nl/let/onderzoek/onderzoekinstituten/clcg>

ERIM (Erasmus Research Institute of Management)

<http://www.erim.eur.nl>

HASTAC (Humanities, Arts, Science, and Technology Advanced Collaboratory)

<http://www.hastac.org>

HLCS (Instituut voor Historische, Literaire en Culturele Studies)

<http://www.ru.nl/hlcs>

Huizinga Instituut (Onderzoekschool voor Cultuurgeschiedenis)

http://cf.hum.uva.nl/~huizinga/opzet/index_ie.htm

IBR (Institute for Behavioral Research)

<http://www.ibr.utwente.nl>

ICG (Instituut voor Cultuurgeschiedenis)

<http://www.hum.uva.nl/ich>

ICOG (Instituut voor Cultuurwetenschappelijk Onderzoek Groningen)

<http://www.rug.nl/let/onderzoek/onderzoekinstituten/icog>

ILLC (Institute for Logic, Language and Computation)

<http://www.illc.uva.nl>

Innovatieplatform; <http://www.innovatieplatform.nl>

MGS (Mansholt Graduate School)

<http://www.sls.wau.nl/mi>

NESCoR (The Netherlands School of Communications Research)

<http://nescor.nl>

N.W. Posthumus Instituut (The Netherlands research institute and research school for economic and social history)

<http://www.rug.nl/posthumus/index>

OGC (Onderzoeksinstituut voor Geschiedenis en Cultuur)

<http://www.let.uu.nl/ogc/ICT/www/index.htm>

OSL (Onderzoekschool Literatuurwetenschap)

<http://www.let.uu.nl/Solis/osl/index.php>

OTS (Utrecht Institute of Linguistics OTS) <http://www-uilots.let.uu.nl>

University of Southern California Annenberg School of Communication

<http://annenberg.usc.edu/CentersandPrograms/ResearchCenters/CenterfortheDigitalFuture.aspx>

Utrecht Media Research

<http://www.let.uu.nl/umr>

Virtual Knowledge Studio for the Humanities and the Social Sciences

<http://www.virtualknowledgestudio.nl>

WTMC (Onderzoekschool Wetenschap, Technologie en Moderne Cultuur)

<http://www.wtmc.net/>

Bijlagen

Bijlage 1: Instellingsbesluit

Instellingsbesluit Verkenningcommissie Media- en Communicatiestudies

1. Instelling

Het dagelijks bestuur van de KNAW, in overeenstemming met het bestuur van de Afdeling Letterkunde, stelt de Verkenningcommissie Media- en Communicatiestudies, hierna te noemen ‘Verkenningcommissie’, in.

2. Samenstelling

Als leden van de Verkenningcommissie worden op persoonlijke titel benoemd:
Prof. dr. René Boomkens, hoogleraar in de sociale en cultuurfilosofie, RUG, lid
Prof. dr. José van Dijck, hoogleraar mediastudies UVA, voorzitter
Prof. dr. Erwin Seydel, hoogleraar Communicatiewetenschap, UvT, lid
Prof. dr. William Uricchio, hoogleraar film, televisie en nieuwe media, comparative media studies MIT en vergelijkende media geschiedenis UU, lid
Prof. dr. Cees J. Hamelink, UVA, lid
dr. Marijke de Valck, secretaris

Vanuit de KNAW zal dr. Koen Hilberdink fungeren als projectleider.

De commissie zal tijdens het verkenningproces een beroep doen op een aantal door de SWR en RGW voorgedragen adviseurs (zie bijlage).

3. Opdracht

Het dagelijks bestuur draagt de Verkenningcommissie op een wetenschapsverkenning op het gebied van de media- en communicatiestudies uit te voeren. De verkenning wordt uitgevoerd in samenwerking met het Rathenau Instituut, dat een veldonderzoek naar de media- en communicatiestudies uitvoert. De verkenning resulteert in aanbevelingen aan universiteiten, onderzoeksinstituten, overheid, andere financiers en individuele onderzoekers. De Verkenningcommissie dient in het door haar uit te brengen rapport in ieder geval antwoord te geven op de volgende vragen:

- Welke wetenschapsinhoudelijke ontwikkelingen gerelateerd aan maatschappelijke problemen doen zich mondiaal in de media- en communicatiestudies voor? Wat zijn de dominante programmatische of thematische trends?
- Welke maatschappelijke vraagstukken genereren nationaal en internationaal onderzoeksvragen voor de media- en communicatiestudies?

- Welke paradigma's zijn in Nederland dominant in de mediastudies en welke in de communicatiestudies?
- Welke vernieuwingen in theorie en methodologie liggen mondiaal in het verschiep?
- Welke positie moet de Nederlandse onderzoeker op het gebied van de media- en communicatiestudies tegen de achtergrond van deze internationale ontwikkelingen op het vakgebied op langere termijn kiezen en welke onderzoeksagenda-op-hoofdlijnen vloeit daaruit voort?
- Waar bevinden zich internationaal gezien de niches en de kansen voor het Nederlandse onderzoek op het gebied van de media- en communicatiestudies?

De antwoorden op de bovenstaande vragen dienen eveneens de basis te zijn voor een grondige evaluatie van de huidige institutionele structuur van de media- en communicatiestudies. Daarbij zijn de volgende vragen relevant:

- Wat is de positie van de media- en communicatiestudies binnen de huidige academische structuren en instellingen?
- Hoe waardevol zijn interdisciplinaire verbanden met onderzoekers binnen en tussen de faculteiten geesteswetenschappen en sociale wetenschappen (literatuurwetenschap, theaterwetenschap, kunstgeschiedenis en maatschappij- en gedragswetenschappen)?
- Op welke wijze kunnen, dan wel dienen de huidige institutionele structuren te worden herzien opdat de onderzoeksagenda zoals voorzien optimaal wordt bevorderd zonder dat de noodzakelijke zorg voor het onderwijs in het gedrang komt?
- Welke nationale en internationale samenwerkingsverbanden binnen en buiten het academisch domein kunnen een toegevoegde waarde geven aan het Nederlandse onderzoek?

4. Rapportage

De RGW en de SWR leveren binnen twee maanden nadat de Verkenning-commissie het concept van haar in paragraaf 3 bedoelde rapport aan hen heeft voorgelegd, commentaar op dit rapport. De RGW en de SWR sturen hiervan een afschrift aan het dagelijks bestuur van de KNAW.

Amsterdam, juni 2006

prof. dr. Frits van Oostrom
president

prof. dr. Rob Kaptein
algemeen secretaris

De Verkenningcommissie Media- en Communicatiestudies zal tijdens het verkenningproces een beroep doen op de volgende adviseurs:

Prof. dr. Wiebe Bijker, hoogleraar techniek en samenleving,

Universiteit Maastricht

Prof. dr. Ib Bondebjerg, hoogleraar film en media,

Universiteit van Kopenhagen, Denemarken

Prof. dr. Kirsten Drotner, hoogleraar mediastudies en mediacultuur,

Universiteit van Zuid-Denemarken

Prof. dr. Jostein Gripsrud, hoogleraar mediastudies,

Universiteit van Bergen, Noorwegen.

Prof. dr. Ted Sanders, hoogleraar Taalbeheersing van het Nederlands,

Universiteit Utrecht

Prof. dr. C.H. de Vreese, hoogleraar Communicatiewetenschap,

Universiteit van Amsterdam

Bijlage 2: Interviews en gesprekken

Dr. Chris Aalberts (HHS) – Communicatiewetenschap
Prof. dr. Hans Beentjes (RU) – Communicatiewetenschap
Prof. dr. Peter van de Besselaar (Rathenau Instituut) – Science System Assessment
Prof. dr. Wiebe Bijker (UM) – Wetenschaps- en Technologiestedies
Prof. dr. Jan van Dijk (UT) – Communicatiewetenschap
Dr. Jos de Haan (SCP) – Sociaal Cultureel Planbureau
Dr. Barend van Heusden (RUG) – Algemene Cultuurwetenschappen/
Mediastudies
Prof. dr. Paul van den Hoven (UU) – Communicatie- en
Informatiewetenschappen
Prof. dr. Susanne Janssen (EUR) – Algemene Cultuurwetenschappen/
Mediastudies
Prof. dr. Frank Kessler (UU) – Mediastudies
Prof. dr. Sonja de Leeuw (UU) – Mediastudies
Prof. dr. Fons Maes (UvT) – Communicatie- en Informatiewetenschappen
Prof. dr. Jos de Mul (EUR) – Wijsbegeerte/Digitale Media
Prof. dr. Peter Neijens (UvA) – Communicatiewetenschap
Prof. dr. Patricia Pisters (UvA) – Mediastudies
Prof. dr. Gisele Redeker (RUG) – Communicatie- en Informatiewetenschappen
Prof. dr. Cees van Riel (EUR) – Corporate Communication
Prof. dr. Paul Rutten (UL) – Mediastudies
Prof. dr. Ted Sanders (UU) – Communicatie- en Informatiewetenschappen
Dr. Anneke Smelik (RU) – Algemene Cultuurwetenschappen/Mediastudies
Dr. Judith Thissen (uu) – Mediastudies
Dr. Renée van de Vall (UM) – Algemene Cultuurwetenschappen/Mediastudies
Dr. André van der Velden (UU) – Mediastudies
Prof. dr. Ginette Verstraete (VU) – Algemene Cultuurwetenschappen/
Mediastudies
Prof. dr. Frank van Vree (UvA) – Mediastudies
Prof. dr. Claes de Vreese (UvA) – Communicatiewetenschap
Prof. dr. Cees van Woerkum (WU) – Communicatiewetenschap
Dr. Sally Wyatt (VKS) – Virtual Knowledge Studio
Prof. dr. Liesbet van Zoonen (UvA) – Communicatiewetenschap

Bijlage 3: Onderwijs

In deze bijlage staat per universiteit een overzicht van het opleidingsaanbod op het gebied van cmi. In het huidige onderwijsveld zijn er twee typen universitaire opleidingen in de geestes- en sociale wetenschappen die zich bezighouden met communicatie, media en informatie. Type I legt zich uitsluitend en *in zijn geheel* (dwz. bachelor, master, research master) toe op de bestudering van deze objecten. Type II wijdt *substantiële en op zichzelf staande delen* van het curriculum (bijvoorbeeld major, masteropleiding) aan de cmi-objecten, maar maakt deel uit van een breder domein (bijv. cultuurwetenschappen, psychologie). Het eerste type opleiding is de standaard voor de communicatieopleidingen Communicatiewetenschap (cw) en Communicatie- en Informatie-wetenschappen (ciw). Een vijftal Nederlandse universiteiten verzorgt een volledige opleiding Communicatiewetenschap: de Universiteit van Amsterdam, de Vrije Universiteit Amsterdam, de Radboud Universiteit Nijmegen, de Universiteit van Twente en Wageningen Universiteit. Alleen de Universiteit van Amsterdam biedt ook een research master (Communication Science) en een professionele master (Journalism and Media) aan. Ook ciw wordt aangeboden op vijf universiteiten: in Amsterdam (vu), Groningen, Nijmegen, Tilburg en Utrecht. Het aantal research masters ligt hier iets hoger. Er zijn er twee: één in Amsterdam en één als samenwerkingsproject van Nijmegen en Tilburg. De Rijksuniversiteit Groningen biedt daarnaast een professionele master op het gebied van computercommunicatie aan.

Het beeld is gevarieerder voor de opleiding *Mediastudies* dan voor cw en ciw. Er zijn twee grote type I opleidingen in Amsterdam (uva) en Utrecht en daarnaast een flink aantal type II opleidingen in Amsterdam (vu), Groningen, Leiden, Maastricht, Nijmegen en Rotterdam. Bij de opleidingen type II is het media-onderwijs meestal onderdeel van een curriculum op het gebied van algemene cultuurwetenschappen en kan aan het eind van de bachelor en/of in de master voor een specialisatie op het gebied van media gekozen worden. Media-research masters worden alleen aangeboden door de opleidingen type I. Professionele masters zijn er onder andere op het gebied van curating en archivering (uva), journalistiek (uva, Groningen, en Leiden – Rotterdam biedt een reguliere master journalistiek aan) en educatie (Groningen, Utrecht).

Door de complexe inbedding van sommige opleidingen in onderwijsinstututen of omdat afzonderlijke vertakkingen niet als zodanig geregistreerd staan, is het niet altijd mogelijk de gespecificeerde gegevens (vergelijkbaar) te presenteren. Dit is uiteraard een symptoom van de sterke verwevenheid van deze gebieden met gevestigde disciplines of facultaire organisaties.

Tabel 1: Overzicht opleidingen op het gebied van communicatie en media per Nederlandse universiteit

Communicatieonderwijs	Mediaonderwijs
Universiteit van Amsterdam	
<p><i>Opleiding Communicatiewetenschap (I: ba & ma)</i> Master Communicatiewetenschap nieuws & informatie mediamanagement & communicatiebeleid media entertainment commerciële communicatie & voorlichting communicatie & organisatie Master European Communication Studies (eng) Master Journalism and Media (eng) Onderzoeksmaster Communication Science (eng)</p>	<p><i>Opleiding Media en Cultuur (I: ba & ma)</i> Master Media en Cultuur Filmstudies Televisiestudies Nieuwe media Master Preservation and Presentation of the Moving Image (eng) Master Journalistiek en media schrijvende pers research en redactie radio Onderzoeksmaster Media Studies (eng)</p>
Vrije Universiteit Amsterdam	
<p><i>Opleiding Communicatiewetenschap (I: ba & ma)</i> Master Communicatiewetenschap</p> <p><i>Opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen (I: ba & ma)</i> Master ciw Onderzoeksmaster ciw</p>	<p><i>Opleiding Algemene cultuurwetenschappen (II: ba & ma)</i> Master Algemene Cultuurwetenschappen (intermedialiteit) Master Journalistiek</p>
Rijksuniversiteit Groningen	
<p><i>Opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen (I: ba & ma)</i> Master ciw Interactie in organisaties Tekst in professionele communicatie Interculturele communicatie Media en discours Computercommunicatie</p>	<p><i>Opleiding Kunsten, cultuur en media (II: ba & ma)</i> Master Kunsten, cultuur en media Kunst, beleid en management Kunsten en Cultuur: Analyse en Kritiek Kunsteducatie</p>
Universiteit Leiden	
	<p>Master Book and Digital Media Studies (eng) Master Media Technology (eng) Master Journalistiek en nieuwe media Master Photographic Studies (eng)</p>

Communicatieonderwijs	Mediaonderwijs
Universiteit Maastricht	
	<i>Opleiding Cultuurwetenschappen (II: ba & ma)</i> Master Media Culture (eng)
Radboud Universiteit Nijmegen	
<i>Opleiding Communicatiewetenschap (I: ba & ma)</i> Master Communicatiewetenschap Cultuur en gemeenschap Strategische communicatie Nieuws	<i>Opleiding Algemene Cultuurwetenschappen (II: ba & ma)</i> Master Algemene Cultuurwetenschappen (cultureel geheugen) Onderzoeksmaster Kunst en visuele cultuur in historisch perspectief
<i>Opleiding Communicatie- en informatiewetenschappen (I: ba & ma)</i> Master ciw Bedrijfscommunicatie, cultuur & organisatie Internationale bedrijfscommunicatie Onderzoeksmaster Language and Communication (eng – i.s.m. Universiteit van Tilburg)	
Erasmus Universiteit Rotterdam	
	<i>Opleiding Algemene cultuurwetenschappen (II: ba & ma)</i> Master Kunst en Cultuurwetenschappen Sociologie van kunst en cultuur Cultural economics and cultural entrepreneurship (eng) Master Media en Journalistiek Media en maatschappij Media als culturele industrie
Universiteit van Tilburg	
<i>Opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen (I: ba & ma)</i> Master ciw Bedrijfscommunicatie en digitale media Interculturele communicatie Tekst en communicatie Mens en informatietechnologie Onderzoeksmaster Language and Communication (eng – i.s.m. Radboud Universiteit Nijmegen)	<i>Opleiding Algemene Cultuurwetenschappen (II: ba & ma)</i> Master Algemene Cultuurwetenschappen

vervolg tabel 1

Communicatieonderwijs	Mediaonderwijs
Universiteit Twente	
<p><i>Opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap (I: ba & ma)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Master Toegepaste Communicatiewetenschap Marketing communicatie Communicatie, gezondheidszorg & voorlichting New media research & design (eng) Corporate communication 	
Universiteit Utrecht	
<p><i>Opleiding Communicatie en informatiewetenschappen (I: ba & ma)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Master Communicatiestudies (i.s.m. Algemene Sociale Wetenschappen) 	<p><i>Opleiding Theater, Filmen Televisiewetenschap (I: ba & ma)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Master Filmen Televisiewetenschap Master Nieuwe media en digitale cultuur Master Dramaturgie Master Kunstbeleid en Management Master Cultureel erfgoed en educatie Onderzoeksmaster Mediastudies (eng)
Wageningen Universiteit	
<p><i>Opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap (I: ba & ma)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Master Applied Communication Science (eng) (life sciences) 	

Bijlage 4: Onderzoek

Landelijke onderzoekscholen

Communicatiewetenschap

Op landelijk niveau is één onderzoekschool die er wat betreft cmi-onderzoek uitspringt. The Netherlands School of Communications Research (NESCOR) is de landelijke onderzoekschool en het landelijke PhD programma voor Communicatiewetenschap. NESCOR is opgericht in 1999. KNAW accreditatie volgde in 2000.⁵⁶ De universiteiten die in deze landelijke onderzoekschool participeren zijn de Universiteit van Amsterdam, de Vrije Universiteit Amsterdam, de Radboud Universiteit Nijmegen en de Universiteit Twente. De onderzoekschool telt meer dan 90 volledige leden, die allen werkzaam zijn als actief publicerende onderzoekers op het gebied van communicatiewetenschap. Het Engelstalige PhD programma telt ca. 70 promovendi en leidt jaarlijks tot vijftien succesvolle promoties. Daarnaast verzorgen de gezamenlijke opleidingen onderwijs voor zo'n 2500 bachelor- en masterstudenten. Het succes van deze disciplinaire organisatie is onder andere af te lezen aan het bestaan van een *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* en een jaarlijkse Nederlands/Vlaamse conferentie, het 'Eetmaal van de Communicatiewetenschap'. Daarnaast slagen NESCOR-leden er in extra financiering aan te boren uit tweede en derde geldstroom en zijn zij bovendien vertegenwoordigd in de *editorial boards* van alle belangrijke internationale tijdschriften op het gebied van de communicatiewetenschap. Het onderzoeksprogramma van NESCOR is ingedeeld in vier pijlers:

- Communications, management and policy;
- Media, entertainment and culture;
- Persuasive communication;
- Political communication and journalism.

Mediastudies

Voor Mediastudies ontbreekt een dergelijk gespecialiseerde landelijke onderzoekschool. Mediaonderzoekers participeren wel in een aantal landelijke onderzoekscholen, maar deze zijn georganiseerd rondom aanverwante disciplines. De relevante nationale onderzoekscholen zijn het Huizinga Instituut (Cultuurgeschiedenis), OSL (Literatuurwetenschap), OSK (Kunstgeschiedenis), WTMC (Wetenschap, Technologie en Moderne Cultuur) en in mindere mate de NOV (Vrouwenstudies). Binnen Huizinga vallen media-onderzoekers onder de

⁵⁶ NESCOR is in de periode 2004-5 opnieuw gevisiteerd en goed beoordeeld. Heraccreditatie voor de periode 2005-2011 volgde.

volgende onderzoeksprogramma's:

- Begripsgeschiedenis
- Identiteit en beeldvorming
- Politieke cultuur
- Cultuurprocessen in context
- Infrastructuur van het culturele leven.

Daarnaast is er een werkgroep visuele cultuur en een projectgroep filmgeschiedenis. Het programma van de OnderzoekSchool Literatuurwetenschap kent vijf themagroepen, waarvan 'Keuze- en verwerkingsprocessen van literatuur en media' ook mediaonderzoekers bedient. WTMC clusterd haar onderzoeks- en trainingsprogramma rondom drie thema's, waarvan 'Cultural Roles of Science, Technology and Rationality' het meest relevant is voor mediaonderzoekers. De Nationale Onderzoekschool Vrouwenstudies (NOV) richt zich op onderzoek naar de sociaal-culturele constructie van gender. Voor mediaonderzoekers is het onderzoeksprogramma rondom 'Identity, Representation en Embodiment' van belang. Bovengenoemde landelijke onderzoekscholen bieden naast een thematisch georganiseerd onderzoeksprogramma, training voor promovendi. Alle zijn door de KNAW geaccrediteerd. Niet alle mediaonderzoekers participeren echter in één van deze landelijke scholen. Veel onderzoekers sluiten zich alleen bij een lokaal onderzoeksinstituut aan (zie hieronder voor het overzicht).

Taal en communicatie

De meeste onderzoekers naar taal en communicatie zijn aangesloten bij de Landelijke Onderzoekschool Taalwetenschap (LOT). LOT is opgericht in 1994 door de KNAW en heeft inmiddels al tweemaal heraccreditering ontvangen. De onderzoeksinstituten en -groepen die in LOT participeren zijn:

- the Center for Language Studies (CLS), een samenwerkingsverband tussen de Letterenfaculteiten van de Radboud Universiteit Nijmegen en de Universiteit van Tilburg en het Nijmeegse Max Planck Instituut voor Psycholinguïstiek;
- the Leiden University Centre for Linguistics (LUCL);
- the Amsterdam Center for Language and Communication (ACLIC);
- de onderzoeksgroep The Architecture of the Human Language Faculty, onderdeel van het onderzoeksinstituut Taal, Cultuur, Geschiedenis (TCG) aan de VU;
- the Center for Language and Cognition Groningen (CLCG);
- the Utrechts institute of Linguistics OTS (Uil OTS), welke ook als penvoerder van lot optreedt. In totaal heeft lot meer dan 400 leden en 200 promovendi. De LOT onderhoudt rijke nationale samenwerkingsverbanden en maakt ook prominent deel uit van de internationale gemeenschap van de linguïstiek. Het

onderzoek naar taal en communicatie valt grotendeels onder één door de lot onderscheiden cluster, namelijk 'Pragmatics/ Language Use, Discourse Analysis, Document Design/Evaluation'.

Lokale (interdisciplinaire) onderzoeksinstituten

Een belangrijk deel van het onderzoek vindt plaats op het lokale, universitaire, niveau. Hier vinden wetenschappers aansluiting bij disciplinair en interdisciplinair georganiseerde onderzoeksinstituten. Voor communicatiewetenschappers en onderzoekers naar taal en communicatie zijn deze lokale instituten grotendeels verbonden aan de landelijke onderzoekscholen. Voor mediaonderzoekers is dit niet het geval. In het nu volgende overzicht worden de lokale onderzoeksinstituten per domein weergegeven. Het gaat hier om instituten waar cmi-onderzoekers in elk geval een eigen onderzoeksprogramma (themapgebied) hebben, al dan niet naast andere disciplinaire programma's.

Communicatiewetenschap

* Aan de Universiteit van Amsterdam vindt het communicatiewetenschappelijk onderzoek plaats aan de Afdeling Communicatiewetenschap van de Faculteit der Maatschappij- en Gedragwetenschappen. Het communicatiewetenschappelijk onderzoek is georganiseerd in de Amsterdam School of Communications Research (ASCOR), dat integraal deel uitmaakt van de landelijke onderzoekschool NESCOR. Binnen ASCOR bevindt zich o.a. het Centrum voor Populaire Cultuur.

* Aan de Vrije Universiteit Amsterdam is het onderzoek van de Faculteit der Sociale Wetenschappen georganiseerd binnen elf onderzoeksprogramma's. Een programma wordt primair binnen één afdeling uitgevoerd. Het onderzoeksprogramma van de afdeling Communicatiewetenschap heet 'Communication: Message characteristics and receiver processes'. De afdeling is aangesloten bij NESCOR en betrokken bij het Centre for Comparative Social Studies (CCSS), het onderzoeksinstituut van de Faculteit der Sociale Wetenschappen van de VU waar het 'strongest comparative research' in is ondergebracht.

* Aan de Radboud Universiteit Nijmegen valt het onderzoek van Communicatiewetenschap samen met het onderzoek van de onderzoeksgroepen binnen maatschappijwetenschappen onder het in 2003 opgerichte Nijmeegs Instituut voor Sociaal-Cultureel Onderzoek (NISCO). Daarnaast is men aangesloten bij NESCOR.

* Het communicatiewetenschappelijk onderzoek in Enschede valt onder het onderzoeksinstituut Institute for Behavioral Research (IBR), dat in 2004 is opgericht. Er zijn vier onderzoeksgebieden: Health and Safety; Labor and Organization; Knowledge and Education; en Technology and Media, welke

resulteren in zeven onderzoeksprogramma's. Doel van IBR is om binnen deze gebieden het onderzoek uit drie discipline velden – communicatiewetenschap, education science en psychologie – samen te brengen. Daarnaast is er het Twente Institute for Communication Research (twicor), dat zich geheel op communicatie-wetenschappelijk onderzoek richt. Dit instituut is aangesloten bij NESCOR.

- Het communicatieonderzoek van Wageningen Universiteit is niet aangesloten bij NESCOR. Het vindt plaats binnen het departement maatschappijwetenschappen (Social Sciences Group) bij het sub-departement Communicatiewetenschap. Het onderzoek is ingebed in een lokale onderzoekschool, de Mansholt Graduate School of Social Sciences. Het onderzoeksprogramma van deze school is georganiseerd in drie thema's:
 - Rural Activities and Green Space;
 - Consumer-oriented chains;
 - Institutions.

De afdeling Communicatiewetenschap heeft ook een eigen onderzoeksprogramma ontwikkeld dat zich richt op Communication and Space for Change.

Mediastudies

Voor mediaonderzoek zijn er twee grote lokale onderzoeksinstituten waarin veel onderzoekers participeren. Dit zijn ASCA in Amsterdam en OCG in Utrecht. Mediaonderzoekers in andere steden (en aan de VU) zijn weliswaar ook verbonden aan lokale onderzoeksinstituten of -scholen, maar deze bieden geen aparte programma's voor mediaonderzoek.

* Het onderzoek bij de afdeling Mediastudies aan de Universiteit van Amsterdam wordt verricht in drie onderzoeksinstituten. De Amsterdam School for Cultural Analysis (ASCA) biedt ruimte aan de meeste onderzoekers. Van de zes actuele programma's binnen ASCA zijn 'Media and Culture' en 'Transnationalism and Multiculturalism' voor het cmi-veld relevant. Daarnaast participeren mediaonderzoekers in het Instituut voor Cultuur en Geschiedenis (ICG) en het Institute for Logic, Language and Computation (ILLC). Het ILLC is een interdisciplinair onderzoeksinstituut van de UVA waaraan drie faculteiten deelnemen, de Faculteit der Natuurwetenschappen, Wiskunde en Informatica, de Faculteit der Maatschappij- en Gedragwetenschappen en de Faculteit der Geesteswetenschappen. Het ILLC neemt deel aan de landelijke onderzoekschool Logica.

* Aan de Universiteit Utrecht is het onderzoek van Theater-, Film- en Televisiewetenschap ondergebracht bij het Onderzoeksinstituut voor Geschiedenis en Cultuur (OGC). Het onderzoek vindt plaats in projectgroepen,

waarvan de projectgroep Mediastudies relevant is. Het onderzoek van deze groep richt zich op drie pijlers Emerging Media, Comparative Media en Media Culture.

Informatie- en communicatiewetenschap

* Aan de Vrije Universiteit valt het onderzoek van de afdeling Communicatie- en Informatiewetenschappen onder het onderzoeksinstituut Taal, Cultuur, Geschiedenis (TCG). TCG heeft vier onderzoeksprogramma's, waarvan 'Language: System and Use' een themagebied omvat dat voor CIW relevant is: 'The linguistic characterization of genres'. De onderzoekers uit dit project werken ook nauw samen met de Faculteit der Sociale Wetenschappen en de Faculteit der Psychologie en Pedagogie (samengebracht in het *VU-ster* project). Daarnaast bestaat samenwerking met het Da Vinci Institute on Science Communication. TCG participeert in LOT.

* In Groningen wordt het onderzoek gerelateerd aan CIW uitgevoerd binnen het onderzoeksinstituut Center for Language and Cognition Groningen (CLCG) onder de noemer Discourse and Communication. Ook CLCG participeert in LOT.

* Bedrijfscommunicatie aan de Radbouduniversiteit Nijmegen verricht onderzoek op drie themagebieden:

- Professional communication;
- Persuasive and instructional documents;
- Professional communication in foreign languages.

Daarnaast zijn de onderzoekers verenigd in het inter-universitaire Centre for Language Studies, een samenwerkingsverband tussen de Letterenfaculteiten van de Radboud Universiteit Nijmegen en de Universiteit van Tilburg en het Nijmeegse Max Planck Instituut voor Psycholinguïstiek.

* De Universiteit van Tilburg heeft een afdeling Communicatie- en Informatiewetenschappen, waarbinnen twee onderzoeksgroepen actief zijn:

- Communication and Cognition, dat zich op Multimodality and Cognition (M&C) en Discourse Studies (DS) richt;
- Language, Knowledge and Interaction, dat computational linguistics en artificial intelligence combineert.

* Aan de Universiteit Utrecht vindt het onderzoek rond taal en communicatie plaats in het Utrechts instituut voor Linguïstiek OTS (UIL OTS) in de themagroep Language Use. Hierbinnen opereren vijf subgroepen:

- Cognitive processes of text production and text understanding;
- Discourse Analysis;
- Text linguistics;
- Text design and Evaluation;
- Translation Studies.

Daarnaast is er een speciaal onderzoeksprogramma rondom Language Use.

Institutionele inbedding van interdisciplinaire afdelingen

Mediaonderzoekers werkzaam bij interdisciplinaire afdelingen die algemeen onderwijs op het gebied van kunst en cultuur verzorgen, participeren in landelijke onderzoekscholen en lokale onderzoeksinstituten, die geen speciale media-programma's verzorgen.

* Aan de Vrije Universiteit Amsterdam valt al het onderzoek van de Faculteit der Letteren binnen het instituut Taal, Cultuur en Geschiedenis (TCG). Van de vier onderzoeksprogramma's in dit instituut zijn 'Values and Norms in literature', 'The visual arts and new media' en 'Transformation of city and countryside: A comparative perspective on urban-rural relations' van belang voor mediaonderzoekers.

* In Groningen is het onderzoek van de afdeling Kunst, Cultuur en Media ondergebracht in het Instituut voor Cultuurwetenschappelijk Onderzoek Groningen (ICOG). Het onderzoek bij ICOG beslaat vele tijdvakken en disciplines: literatuurgeschiedenis en literatuurtheorie, film & tv, theater, muziek, visuele kunsten en architectuur, onderzoek naar de artistieke media en de geschiedenis en de theorie van artistieke beleidsvorming en organisatie, evenals journalistiek en politieke, sociaal-economische, culturele en intellectuele geschiedenis en internationale betrekkingen. Vanwege het interdisciplinaire karakter van het ICOG-onderzoek worden zowel synchrone als diachrone verbanden tussen de verschillende onderzoeksgroepen gestimuleerd. Van de drie multidisciplinaire onderzoeksgroepen zijn vooral 'Culturen en Identiteit' en 'De samenleving en de kunsten' van belang voor mediastudies.

* Aan de Universiteit Maastricht is al het onderzoek van de Faculteit der Cultuur- en Maatschappijwetenschappen gebundeld in het Onderzoeksinstituut Cultuurwetenschappen. Er wordt in het instituut gewerkt met thema's die als zwaartepunten van onderzoek gelden. Voor deze (interdisciplinaire) zwaartepunten worden personen uit verschillende capaciteitsgroepen ingezet. Van de zwaartepunten van het instituut is 'Digitale Cultuur' van belang voor mediastudies. Er worden drie afdelingen of deelprogramma's onderscheiden binnen het instituut, waarvan de programma's 'Wetenschap en Cultuur: Teksten en Conteksten' en 'Technologische Cultuur' van belang zijn voor het mediastudies veld.

* In Nijmegen is het historisch, letterkundig en cultureel onderzoek van de Faculteit der Letteren gebundeld in het Instituut voor Historische, Literaire en Culturele Studies (HLCS). Van de actuele onderzoeksprogramma's van het HLCS is voor mediastudies het programma 'Literatuur, cultuur en media' van belang. Het mediaonderzoek binnen dit programma valt onder het thema 'Cultural Memory'.

* Aan de Erasmus Universiteit Rotterdam werkt men bij de Faculteit Historische en Kunstwetenschappen met kernprogramma's. Er zijn twee facultaire onderzoeksprogramma's geformuleerd: 'Art and Culture in a Globalizing World from a Sociological and Economic Perspective' en 'Social Status and Cultural Encounters, the Making and Unmaking of Identities'. Het onderzoek op het terrein van media en journalistiek valt vooralsnog echter onder het niet-programmagebonden onderzoek van de faculteit. Een onderzoeksprogramma op het gebied van de media is in voorbereiding.

* De nieuwe Faculteit Geesteswetenschappen aan de Universiteit van Tilburg organiseert haar onderzoek per afdeling. Voor Taal en Cultuurstudies is één onderzoeksgroep actief 'Multilingualism and Multiculturalism', die zich richt op 'Multimodality in the Multicultural Society' en 'Art, the Public and Society'.

Tabel 2: overzicht geïstitutionaliseerde onderzoeksgroepen op het terrein van communicatie en media

Communicatieonderzoek	Mediaonderzoek
Landelijke onderzoekschool (gespecialiseerd)	
<p>NESCOR – Netherlands School of Communication Research</p> <ul style="list-style-type: none"> Communications, management and policy Media, entertainment and culture Persuasive communication Political communication and journalism <p>LOT – Landelijke Onderzoekschool Taalwetenschap</p> <ul style="list-style-type: none"> Pragmatics/ Language Use, Discourse Analysis, Document Design/Evaluation 	
Landelijke onderzoekschool (interdisciplinair)	
	<p>Huizinga Instituut (Cultuurgeschiedenis)</p> <ul style="list-style-type: none"> Begripsgeschiedenis Identiteit en beeldvorming Politieke cultuur Cultuurprocessen in context Infrastructuur van het culturele leven <p>OSL (Literatuurwetenschap)</p> <ul style="list-style-type: none"> Keuze- en verwerkingsprocessen van literatuur en media <p>OSK (Kunstgeschiedenis)</p> <p>WTMC (Wetenschap, Technologie en Moderne Cultuur)</p> <ul style="list-style-type: none"> Cultural Roles of Science, Technology and Rationality <p>NOV (Vrouwenstudies)</p> <ul style="list-style-type: none"> Identity, Representation en Embodiment
Lokale onderzoeksinstituten	
<p>ASCoR (UvA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Persuasive communication Media, journalism and public opinion Media entertainment and popular culture <p>Afdeling Communicatiewetenschap (VU)</p> <p>Communication: Message characteristics and receiver processes</p> <p>twicOR (UT)</p> <ul style="list-style-type: none"> Marketingcommunicatie en Consumenten Psychologie Media, Communicatie en Organisatie Psychologie en Communicatie over Gezondheid en Risico Technische en Professionele Communicatie <p>Afdeling Bedrijfscommunicatie (RU)</p> <ul style="list-style-type: none"> Professional communication Persuasive and instructional documents Professional communication in foreign languages <p>Afdeling CIW (UvT)</p> <ul style="list-style-type: none"> Communication and Cognition Language, Knowledge and Interaction 	

Communicatieonderzoek	Mediaonderzoek
Lokale onderzoeksinstituten (interdisciplinair – wel aparte programma's voor cmi)	
NISCO – Nijmeegs Instituut voor Sociaal-Cultureel Onderzoek (RU) IBR – Institute for Behavioral Research (UT) Mansholt Graduate School of Social Sciences (WU) Communication and Space for Change TCG (VU) Language: System and Use CLCG (RUG) Discourse and Communication Uil OTS Language Use	ASCA (UVA) Media and Culture Transnationalism and Multiculturalism ICG (UVA) ILLC (UVA) OGC (UU) Emerging Media, Comparative Media, Media Culture
Lokale onderzoeksinstituten (interdisciplinair – geen aparte programma's voor cmi)	
	TCG (VU) Values and Norms in literature The visual arts and new media Transformation of city and countryside: A comparative perspective on urban-rural relations ICOG (RUG) Culturen en Identiteit De samenleving en de kunsten Onderzoeksinstituut Cultuurwetenschappen (UM) Wetenschap en Cultuur: Teksten en Contexten Technologische Cultuur HLCS (RU) Literatuur, cultuur en media Afdeling Kunstwetenschappen (EUR) Art and Culture in a Globalizing World from a Sociological and Economic Perspective Social Status and Cultural Encounters, the Making and Unmaking of Identities Media en Journalistiek (EUR) Afdeling Taal en Cultuur (UvT) Multilingualism and Multiculturalism

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 wetenschappen- 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 heterogeen 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.

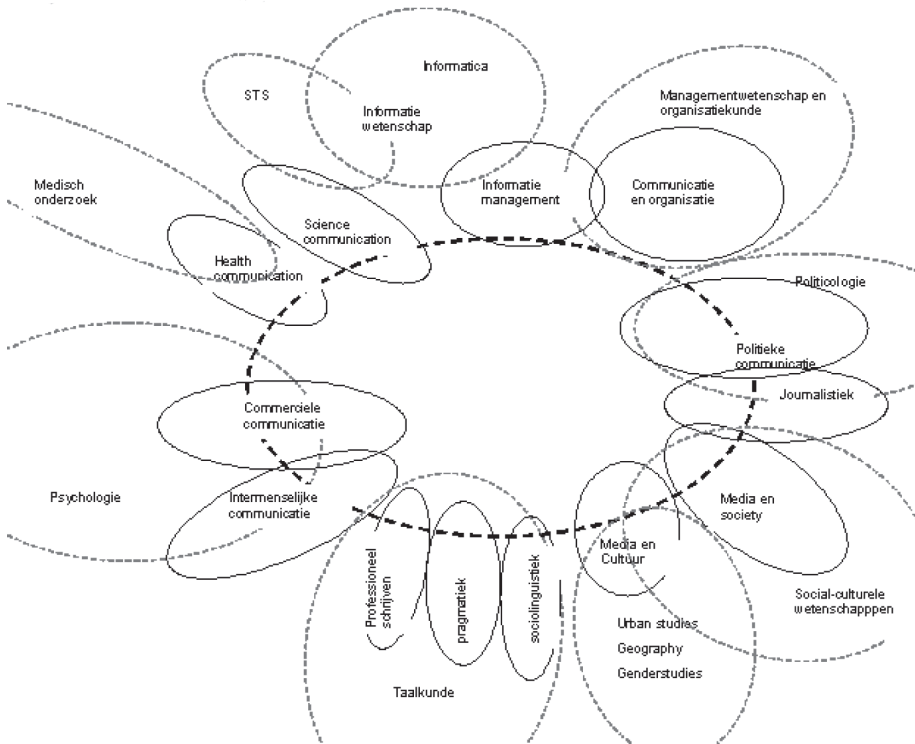
Ten slotte, wat betekent dit voor de verkenning? Voor het verkenningenproces lijkt het essentieel om te bepalen om wat voor type onderzoeksgebied het gaat. In het wetenschapsonderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen convergente en divergente onderzoeksvelden waarbij in de eerste groep de taakzekerheid 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	Politicologie	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 specialities;

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

