

[leder]

Temanummer om metodeutvikling

Er det slik at nye medier krever utvikling av nye metoder? Hvilke nye metoder er i så fall viktigst for norske og nordiske medieforskere å ta i bruk? Medieforskere prøver blant annet ut kvantitativ webanalyse, interaksjonsdesign og en rekke nye tekniske løsninger for å høste data om innhold og bruk av medier. Særlig yngre forskere på PhD- og postdok-nivå er ivrige på denne fronten. Gir det resultater?

De etablerte metodene er naturligvis ikke utdatert. De fungerer bedre enn noensinne, nå som de må brukes i et langt mer komplisert medielandskap, og i et stadig mer kompetitivt fagmiljø. Metoder som filmanalyse, statistiske analyser, kvalitative intervju, tekst- og dokumentanalyse er i høyeste grad blitt tatt i bruk i forskning på nye medier. Hvilke nye bruksområder har disse metodene egentlig fått? Hvilke resultater gir de?

Diskusjonen pågår kontinuerlig i de medievitenskapelige fagmiljøene, det holdes forelesninger og fordrag, og det publiseres metodeartikler i nordiske og internasjonale tidsskrift. Men av og til trengs det en «time out» der vi tenker oss om i fellesskap, og prøver å gi noen tydelige svar på disse presserende spørsmålene. Kritisk selvrefleksjon er avgjørende for et fags selvtillit og videre utvikling. Det trengs felles holdepunkter slik at debatten kan bli mer fokusert.

Vi kan ikke vente med oppsummeringen til det kommer et naturlig slutt punkt, for det kommer ikke. *Norsk medietidsskrift* utfordrer derfor det norske og nordiske fagmiljøet til å ta for seg disse fundamentale metodiske spørsmålene i løpet av året, og levere bidrag til et temanummer om metodeutvikling i medieforskning (nr. 1/2012).

Vi har tradisjon for å definere medieforskning veldig inkluderende. Så lenge temaet er medier, inkluderer vi tekstvitenskap, historie, kulturvitenskap, sosiologi, økonomi, estetikk, visuell kultur, publikumsforskning, mediepedagogikk, informasjonsvitenskap, designforskning og så videre. Hvis noen tradisjoner er glemte, så inkluderer vi dem også.

I 1983 trykte amerikanske *Journal of Communication* et temanummer med tittelen «Ferment in the Field», der de gjorde opp status for medie- og kommunikasjonsforskningen på en kritisk måte. Utgivelsen fikk stor betydning for amerikansk og europeisk medieforskning de neste årene. Vi ønsker at vårt temanummer skal gjøre opp status på en like kritisk måte, og håper det nordiske forskerfellesskapet vil bidra til dette.

Norsk medietidsskrift utlyser vårt call for papers i samarbeid med NordForsk-nettverket Ubiquity (se <http://ubiquity.nu/>), og Rådet for anvendt medieforskning (RAM). Fire artikler vil trykkes i et spesialnummer av *Norsk medietidsskrift* nr. 1/2012, og eventuelle ytterligere antatte artikler vil deretter trykkes fortløpende. Manuskript som allerede er levert til *Norsk medietidsskrift* kan også meldes på i konkurransen.

Vi er interessert i både korte, kontante artikler og lange, detaljerte artikler, og manuskriptet kan være fra 4000 til 10.000 ord. Manuskriptet skal ellers følge *Norsk medietidsskrifts* retningslinjer for referanser, noter og illustrasjoner. Komplette forfatterveiledning er tilgjengelig på www.universitetsforlaget.no/nmt.

Manuskriptene vil bli vurdert ved hjelp av eksperter fra de aktuelle fagområdene i nordisk og internasjonal forskning. Redaksjonen kan i særlig grad dra nytte av kompetansen i NordForsks Ubiquity-nettverk.

Manuskripter kan leveres på dansk, svensk, norsk eller engelsk. Engelskspråklige manuskript må oversettes til et av de skandinaviske språk hvis det blir antatt for publisering. *Norsk medietidsskrift* finansierer derfor oversettelse av inntil to artikler fra engelsk til svensk/norsk/dansk ut fra gjeldende timesatser.

Komplett manuskript skal leveres som vedlegg til epost til Lars.Nyre@infomedia.uib.no innen 1. august 2011. Send også gjerne en epost for å diskutere tema før du bestemmer deg. Manuskripter som allerede er levert inn kan også meldes på til temanummeret.

Redaktør Lars Nyre