

# Call for papers

## Tijdschrift voor Communicatiewetenschap

### Themanummer Influencer Marketing

Deadline 23 januari 2023,

Publicatie najaar 2023

Gastredacteuren Eva van Reijmersdal en Liselot Hudders

Auteursrichtlijnen: <https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl/>

Indienen via [tcw@aup.nl](mailto:tcw@aup.nl)

Social media influencers lijken een steeds grotere rol te spelen in het leven van kinderen en volwassenen, maar ook in het publieke debat. Influencers worden breed ingezet om boodschappen van adverteerders onder de aandacht te brengen van hun volgers. Dit gebeurt niet alleen door commerciële partijen, maar bijvoorbeeld ook door de overheid, stichtingen en andere non-profit organisaties.

Dit themanummer richt zich op nieuw onderzoek naar de invloed van social media influencers op kinderen, jongeren en volwassenen.

**Wij nodigen communicatieonderzoekers van harte uit om een paper in te dienen voor het themanummer Influencer Marketing dat in het najaar van 2023 zal verschijnen in het Tijdschrift voor Communicatiewetenschap.**

Belangrijke onderzoeksthema's zijn bijvoorbeeld:

- Invloed van influencer marketing op cognities, attitudes en gedrag van kinderen en jongeren
- Invloed van influencers op gezond, groen en pro-sociaal gedrag
- Inzet van influencers voor Covid-gerelateerde campagnes
- Impact van specifieke soorten influencers op hun publiek, zoals fitfluencers, sexfluencers, finfluencers, momfluencers, kidfluencers, etcetera.
- De inzet van influencers voor business to business communicatie en public relations.
- Invloed van influencers op well-being, schooneidsidealen en lichaamsbeeld
- Strategische inzichten omtrent influencer marketing en de rol van influencer marketing in de marketingcommunicatiemix
- Effecten van sponsorvermeldingen bij influencer marketing

Alle typen methoden komen in aanmerking voor dit themanummer, zoals experimenten, surveys, netwerkanalyses, kwalitatief onderzoek, meta-analyses en literatuuroverzichten.

Ook verwelkomen we onderzoek naar verschillende perspectieven, zoals die van het publiek, maar ook die vanuit de praktijk zoals influencers zelf, adverteerders, bureaus, platforms en wetgevers.

### Reviewproces

Ieder artikel wordt gereviewd door twee onafhankelijke beoordelaars. Op basis van de reviews wordt door de gastredacteuren een selectie gemaakt voor het themanummer wat eind 2023 gepubliceerd zal worden. Mocht het manuscript positieve reviews ontvangen maar vanwege "ruimtegebrek" niet in het special issue passen dan kan het manuscript gepubliceerd worden in een regulier issue

### Over het tijdschrift

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap is een academisch en ISI-ranked tijdschrift en richt zich op het signaleren en registreren van ontwikkelingen binnen de communicatiewetenschap en haar verwante wetenschapsgebieden (journalistiek, de toepassingsgebieden van de communicatiewetenschap, de communicatieve aspecten van informatie- en communicatietechnologie) in Nederland en Vlaanderen. Het tijdschrift biedt daarmee een platform voor degenen die met onderzoek en/of theoretische reflectie een bijdrage willen leveren aan discussie binnen de communicatiewetenschap en ontwikkeling van de communicatiewetenschap.