

# Master in de Politieke Communicatie

Hoe schrijf je de Masterproef

Academiejaar 2009-2010  
Universiteit Antwerpen

## **0. Inhoudstafel:**

- 1. Uitgangspunten**
- 2. Beoogde competenties**
- 3. Keuze van onderwerp en promotor**
- 4. Richtlijnen voor het academische werkstuk**
- 5. Evaluatie**
- 6. Timing**
- 7. Bijlage: Voorstellen onderwerpen**

## **1. Uitgangspunten**

1. Je Masterproef Politieke Communicatie is de kroon op je opleiding. Omdat iedereen belang heeft bij een kwalitatief hoogstaand eindproduct mag je er je hele derde trimester (5 april – 11 juni) aan besteden.
2. In de regel omvat jouw masterproef een theoretisch deel met je academische literatuurstudie en (mits uitzonderingen als een extreem diffuus onderzoeksdomein en of uitermate origineel onderwerp) de resultaten van je eigen empirisch onderzoek.
3. De masterproef is een zelfstandig werk dat je voorbereidt onder begeleiding van een promotor uit de Master Politieke Communicatie.

## **2. Competenties**

1. Je beschikt over aantoonbare kennis van en inzicht in één of meerdere van de volgende theoretisch- academische invalshoeken op de studie van de politieke communicatie: media en politiek, publieke opinie, politieke psychologie, politieke marketing of overheidscommunicatie
2. Je bent ertoe in staat om kennis en inzichten uit de bovengenoemde invalshoeken met elkaar in verband te brengen en ook nieuwe verbanden te creëren met de kennis uit de bacheloropleiding
3. Je kan een eigen academische bijdrage leveren aan het vakgebied van de politieke communicatie, vanuit een of meer van de bovengenoemde invalshoeken
4. Je kunt zelf een onderzoek uitvoeren en de resultaten bespreken in relatie tot de wetenschappelijke literatuur.
5. Je bent er zeer wel toe in staat om je masterproef kort en bevattelijk voor te stellen aan een gespecialiseerd publiek.

### **3. Keuze van onderwerp en promotor**

Je mag vrij een onderwerp kiezen. Het onderwerp moet inhoudelijk aansluiten bij politieke communicatie (in brede zin) en past bij voorkeur binnen één van de vakken of seminaries uit de opleiding. Het onderwerp moet de goedkeuring krijgen van een promotor.

Voor het promotorschap komen alle docenten Politieke Communicatie in aanmerking. Je moet natuurlijk een promotor kiezen met expertise over je voorgestelde onderwerp. Om de kwaliteit van begeleiding te garanderen wil de opleiding de masterproeven gelijk verdelen over de promotoren. Daarom kan men je doorverwijzen naar een andere promotor (met expertise op het vlak van je onderwerp). Je mag ook een promotor kiezen buiten de opleiding of instelling, maar je (gemotiveerde) aanvraag moet goedgekeurd worden door de opleidingscommissie.

Je kunt vanaf half november langsgaan bij een promotor om je (eigen of aangereikt) onderwerp te bespreken en "vast te leggen". De deadline voor de door je promotor ondertekende formulier met je onderwerp is maandag 18 januari 17 uur (bij Mevr. Inge Schellekens).

### **4. Richtlijnen voor het academische deel**

Inhoudelijke aspecten Waaruit bestaat de masterproef?

1. een duidelijke probleemstelling, en een afbakening van je onderwerp
2. een kritische uitwerking van je onderwerp, onderbouwd met recente wetenschappelijke literatuur
3. toelichting bij je onderzoeksmethodologie (indien van toepassing)
4. beschrijving van je resultaten (indien van toepassing)
5. een overzicht van de conclusies
6. een volledige lijst van bronnen en publicaties;
7. Een samenvatting of abstract (+/- 150 woorden) van de masterproef

### Formele aspecten

Op de masterproefsite staat er een verplicht te gebruiken template voor het titelblad.

Het streefcijfer voor de omvang is ca. 20.000 woorden eigen tekst (zonder bibliografie en bijlagen).

### Referenties

Voor een wetenschappelijke tekst is een correcte bronvermelding uitzonderlijk belangrijk. Het gaat in de eerste plaats om intellectuele eerlijkheid: je moet respect hebben voor de intellectuele eigendom van anderen. Verder geeft de bronvermelding ook een indicatie van de inspanningen die je als auteur gedaan hebt om je betoog te documenteren. Ten slotte biedt de bronvermelding jouw lezer aanknopingspunten voor verdere lectuur.

De manier van verwijzen (in tekst en bibliografie) verschilt per discipline en wetenschappelijk tijdschrift.

De standaard in sociaal-wetenschappelijke tijdschriften is APA (American Psychological Association)-citation style (zie bv. <http://apastyle.apa.org/>  
[http://www.library.cornell.edu/newhelp/res\\_strategy/citing/apa.html](http://www.library.cornell.edu/newhelp/res_strategy/citing/apa.html))

Voor websites moet je naast het volledige adres (URL) de datum vermelden waarop je de site geconsulteerd hebt.

### Plagiaat

Voor een wetenschappelijk werk wordt altijd een beroep gedaan op het werk van anderen (zie supra). Als je het idee van een auteur in je eigen woorden beschrijft, dan "parafraseert" je. Het volstaat dan om aan de paragraaf de naam van de auteur en het jaartal tussen haakjes toe te voegen (en eventueel de paginanummers waarop de ideeën staan). Als je de woorden van een auteur letterlijk overneemt, dan "citeer" je.

Pas op. Wanneer je passages van een auteur parafraseert of citeert zonder naar de auteur te verwijzen, pleeg je plagiaat. Plagiaat kan ook in andere vormen voorkomen. Wanneer je – zelfs met referentie naar het originele werk – letterlijk of bijna letterlijk (door enkele andere woorden te gebruiken) de woorden, zinnen, logica in opbouw of structuur van iemand anders gebruikt en dit voorstelt als je eigen interpretatie, dan begeeft jij je op glad ijs. Een beoordeling van onwetenschappelijkheid of erger is dan nooit veraf.

## **5. Evaluatie**

De beoordeling van je masterproef gebeurt in drie fasen.

1. De promotor en medebeoordelaar geven ieder een cijfer na het lezen van het definitieve werk en een korte mondelinge verdediging door jou. Hun beider cijfers samen tellen voor drievierde van het totaalcijfer.
2. Alle docenten en studenten geven na een korte mondelinge presentatie door jou nog een cijfer. Al deze cijfers bij elkaar tellen voor een vierde van het totaalcijfer.
3. In een derde fase worden de vijf beste masterproeven gepresenteerd aan een externe jury met leden uit het adviescomité. Deze 'wedstrijd' heeft geen invloed op de punten.

## **Beoordelingscriteria promotor en medebeoordelaar**

<b>Inhoudelijke kenmerken</b>
<i>Probleemformulering:</i> helderheid
<i>Theoretisch kader en literatuurstudie:</i> volledigheid en actualiteit van wetenschappelijke bronnen naast helderheid, mate van integratie en synthese
<i>Empirisch onderzoek:</i> Verantwoording methodologie, analysetechnieken en helderheid resultaten
<i>Conclusie/discussie:</i> Gegrontheid
<b>Vormelijke kenmerken</b>
<i>Structuur en opbouw tekst:</i> aanwezigheid basiselementen, logische opbouw (rode draad!)
<i>Taalgebruik:</i> wetenschappelijkheid, correctheid (woordenschat, spelling, grammatica...)
<i>Lay-out (tekst en figuren):</i> helderheid
<i>Bronvermelding:</i> Volledigheid: geen plagiaat. Vormelijke correctheid van verwijzingen (volgens APA-style)
<b>Totaalbeeld wetenschappelijk niveau van de masterproef</b>

## 6. Timing

<b>Stappen</b>	<b>Data</b>
Leidraad + lijst onderwerpen per promotor	23 oktober 2009
Indienen formulier (handtekening promotor) bij I. Schellekens	18 januari 2010 17.00
Goedkeuring thema en aanduiding medebeoordelaar	Vergadering OC Master PC februari 2010
Indienen definitieve versie (in drievoud op secretariaat) + uploaden op BB Masterproef	11 juni 2010 9.00
Individuele verdediging	16-18 juni 2010
Collectieve verdediging	25 juni 2010
Prijs Beste Scriptie in Politieke Communicatie	29 juni

## 7. Bijlage: Voorstellen masterproef onderwerpen

### Stefaan Walgrave

“Alle masterproeven die zich toeleggen op de impact van de massamedia op de politiek, of die ruimer handelen over de wederzijdse interactie tussen massamedia en politiek, zijn in principe welkom. De onderzoeksgroep M<sup>2</sup>P beschikt bovendien over een aantal grote databestanden die voor masterproeven kunnen gebruikt worden. Onderstaande lijst is dus allesbehalve limitatief. Eigen onderwerpen zijn welkom.

- \* Protest in het nieuws. Hoe worden protestgebeurtenissen (betogingen, stakingen, directe acties) in het TV-nieuws en/of de kranten voorgesteld? Als een verzameling van deviante radicalen of als een groep van geëngageerde burgers? (op basis van beschikbare databestanden)
- \* De rol van de wetenschapper in het nieuws: veredelde commentator of wetenschappelijk onderzoeker? (op basis van beschikbare databestanden)

- \* De argumenten in de Vlaamse media voor een staats hervorming (2006-2008): preken voor eigen Vlaamse kerk of argumenten die ook Franstaligen zouden kunnen bekoren?
- \* Het effect van opiniepeilingen op de politiek, een literatuurstudie.
- \* Bepaalt Doe De Stemtest het stemgedrag? Een empirische analyse op basis van het UA panel voor de verkiezingen van 2007.
- \* De klimaat-hype in de media: de opwarming van de aarde op en neer in de media."

### Christ'l De Landtsheer

Je mag in overleg vrij een onderwerp kiezen in het onderzoeksdomein politieke psychologie (de interdisciplinaire studie van de "psychologie van de politiek"). Een overzicht van alle themagebieden kan je vinden in het *Oxford Handbook of Political Psychology*.

Bijzonder welkom zijn onderwerpen over "Politieke retoriek en metaforen", over "Persoonlijkheid en politiek" of "Kinderen en politiek". Dit zijn namelijk tegelijk themagebieden van de Onderzoeksgroep Politieke Communicatie (naast "Politieke marketing" van Philippe De Vries en "Nieuwe media en politiek" van Chris Aalberts).

Maar ook andere politieke psychologie- onderwerpen zijn bespreekbaar (bijv. beeldvorming in internationale conflicten, genocide, en biopolitiek).

Mogelijke onderwerpen:

- De Fortis- affaire in de internationale pers
- Nederlanders en Belgen over de Uitdieping van de Westerschelde
- De politieke psychologie van Europa n.a.v. onderhandelingen in EU verband
- Wat is politiek charisma

- Persoonlijkheid als factor in de slangenkuil van de Franse politiek
- Politieke persoonlijkheid in Nederland na Fortuyn
- De taal van extreem rechts en andere populistten
- Waarom stemmen wij minder snel op vrouwen?
- Waarheen met Sp.a

Onderwerpen i.s.m. Françoise Verbanck van PSYOPS, Belgian Defence Staff, die ook (maar niet noodzakelijk) kunnen gecombineerd worden met een stage:

- Analyse van de Israëliische propaganda tijdens het GAZA conflict van 2008-2009
- Analyse van de communicatiestrategie/ propaganda van de Taliban in Afghanistan: sterktes en zwaktes (SWOT analyse)
- Interculturele communicatie: welke generieke aspecten dienen in acht genomen te worden indien het Westen efficiënt en met impact wil communiceren met andere culturen?
- Counterpropaganda: opstellen van een generiek codeerschema voor propaganda met de aangewezen acties voor counterpropaganda
- Analyse van de communicatie in de Democratische Republiek Congo

### Peter Thijssen

1. Jongerenpartijen: Welke functie vervullen ze in een vergrijzende samenleving?
2. Als partijen spreken over solidariteit wat bedoelen ze dan? Een inhoudsanalyse van partijprogramma's
3. Deliberatieve democratie: Veel geblaat weinig wol? Een theoretische exploratie
4. Wat met de kloof tussen burger en politiek? Combinatie theorie/empirie

5. De deliberatieve opiniepeiling: Nuttig instrument voor het meten van 'publieke' opinie?
6. Online Politieke fora: Hoe meet je informatiegehalte?
7. Online politieke fora: Zijn de debatten representatief?
8. Verband tussen gebruik van campagnemiddelen en voorkeurstemaantallen bij lokale verkiezingen
9. Politieke dynastieën: Zonen en dochters van ... en electoraal succes
10. Publieke opinie: Verschillen tussen jongeren en ouderen

### Philippe De Vries

Begeleidt scripties over onderwerpen op het gebied van politieke marketing. Focus kan lokaal (bijv. communicatie over stedelijke projecten) of nationaal zijn (bijv. impact van communicatie op politieke besluitvorming), maar je kan ook meewerken aan onderwerpen die door de docent in een internationale onderzoekscontext comparatief onderzocht worden voor België en/of Nederland (bijv. de opmars van politieke adviseurs).

### Chris Aalberts

Begeleidt scripties op het terrein van nieuwe media en politiek, in het bijzonder over toepassingen van web 2.0 die worden gebruikt door burgers en politici voor politieke doeleinden (sociale netwerken, blogs, etc). Hij begeleidt tevens scripties over politieke communicatie gericht op jongeren, politieke communicatie over de Europese Unie, spindoctoring en popularisering van politiek.

### Jos Huypens

Begeleidt scripties over mediatraining.