

## PLAN DE COURS

# POL-2404 : Communication et médiatisation du politique

NRC 82046 | Automne 2016

Préalables : POL 1007 OU COM 2002	
Mode d'enseignement : Présentiel	
Temps consacré : 3-0-6	Crédit(s) : 3

En portant une attention aux relations de communication qui unissent les médias, les institutions politiques et les citoyens, le cours dresse le portrait des grandes questions de recherche, des positions théoriques et des démarches méthodologiques dans l'étude des phénomènes de communication liés à la vie démocratique.

## Plage horaire

Cours en classe			
mercredi	12h30 à 15h20	<a href="#">CMT-2102</a>	Du 6 sept. 2016 au 16 déc. 2016

Il se peut que l'horaire du cours ait été modifié depuis la dernière synchronisation avec Capsule. [Vérifier l'horaire dans Capsule](#)

## Site de cours

<https://sitescours.monportail.ulaval.ca/ena/site/accueil?idSite=72394>

## Coordonnées et disponibilités

Thierry Giasson

*Professeur*

Charles-De Koninck, 4435

<https://www.pol.ulaval.ca/?pid=1633>

[thierry.giasson@pol.ulaval.ca](mailto:thierry.giasson@pol.ulaval.ca)

Tél. : 418-656-2131 poste 7709

*Disponibilités*

jeudi :

10h00 à 12h00 - [DKN-4435](#) - du 8 sept. 2016 au 8 déc.

2016

Philippe Dubois

*Auxiliaire d'enseignement*

DKN 2447

[philippe.dubois.3@ulaval.ca](mailto:philippe.dubois.3@ulaval.ca)

*Disponibilités*

mardi :

15h30 à 16h30 - [DKN 2447](#) - du 7 sept. 2016 au 7 déc.

2016

## Soutien technique

CSTIP - Centre de services en TI et pédagogie

Pavillon Charles-De Koninck, local 0248

[aide@cstip.ulaval.ca](mailto:aide@cstip.ulaval.ca)

418-656-2131 poste 5222

Lundi au jeudi
8 h 00 à 12 h 00 13 h 00 à 21 h 30*
Vendredi
8 h 00 à 12 h 00 13 h 00 à 17 h 00

---

\* Il est à noter que le comptoir fermera ses portes à compter de 16h30 du 22 août au 2 septembre.

---

# Sommaire

---

<b>Description du cours</b> .....	<b>4</b>
Objectif général du cours .....	4
Contenu du cours .....	4
Approche pédagogique .....	7
<b>Contenu et activités</b> .....	<b>7</b>
<b>Évaluations et résultats</b> .....	<b>7</b>
Liste des évaluations .....	7
Informations détaillées sur les évaluations sommatives .....	8
Recension d'article scientifique .....	8
Rapport d'entrevue .....	8
Test-éclair 1 .....	8
Test-éclair 2 .....	8
Examen final QCM .....	9
Examen final à développement .....	9
Barème de conversion .....	9
Plagiat .....	9
Règles disciplinaires .....	10
Application de la politique sur l'usage du français à l'Université Laval .....	10
Évaluation de la qualité du français .....	10
Gestion des délais .....	11
Étudiants ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental .....	11
<b>Matériel didactique</b> .....	<b>11</b>
Liste du matériel obligatoire .....	11
Matériel informatique et logiciels .....	11
<b>Bibliographie et annexes</b> .....	<b>12</b>
Bibliographie indicative .....	13

# Description du cours

---

## Objectif général du cours

Le cours aborde les relations de communication et d'information qui unissent les médias, les institutions politiques et les citoyens, en portant une attention particulière au rôle des médias de masse et à leur fonction d'information dans l'exercice de la démocratie au sein des sociétés occidentales postindustrielles.

La construction et le cheminement du cours repose sur l'exploration du schéma classique production-émission-réception de l'information en régime démocratique, entre autres lors des campagnes électorales. Enfin, le cours présente les principaux outils analytiques développés par les chercheurs pour appréhender les phénomènes de communication liés à la vie politique.

Au terme de la session l'étudiant devrait :

1. Connaître le contexte dans lequel s'exerce la communication politique au Québec et au Canada.
2. Maîtriser les principaux concepts et théories, et avoir pris connaissance de certaines méthodologies utiles à l'étude de la communication politique.
3. Connaître les usages et les effets de différents modes de communication politique.
4. Avoir développé un esprit critique à l'égard de certains enjeux relatifs à la communication politique.

## Contenu du cours

La première partie du cours est consacrée à la présentation du contexte et des approches théoriques centrales à la communication politique et à préciser le rôle et l'interaction des principaux acteurs qui y participent : les institutions politiques, les médias et les citoyens.

La seconde partie du cours recense les principales manifestations de la communication politique et présente ses effets sur les acteurs impliqués dans les processus de communication et d'information politique.

### A. Contexte, concepts et théories de la communication politique

#### 1. Introduction (7 septembre)

1. Présentation du cours
2. Communication et information en régime démocratique
3. La communication politique : discipline et objet de recherche
4. La médiatisation du politique

Lectures: Jesper Strömbäck (2008), «The four phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics», *International Journal of Press/Politics* 13(3):228-246.

#### 2. Les théories de la communication politique (14 septembre)

1. L'École libérale
2. L'École critique

Lectures : Gilles Willett (1992), « La formule de Lasswell », *La Communication modélisée*, Ottawa, Erpi : 394-396 ; Anne-Marie Gingras (2003), « Les théories en communication politique », dans Anne-Marie Gingras (dir.), *La Communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec : 11-66.

#### B. Les acteurs de la communication politique

#### 3. Les gouvernements : la communication gouvernementale (21 septembre)

1. Développement historique de la communication gouvernementale

## 2. Institutionnalisation du marketing gouvernemental

### a. Fonctions du marketing gouvernemental

### b. La politisation du marketing gouvernemental

Lectures : Robert Bernier (2001), *Un siècle de propagande? Information, communication et marketing gouvernemental*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec : 1-15 ; Jonathan Rose (2001), « The Advertising of Politics and the Politics of Advertising », dans Craig McKie et Benjamin D. Singer (dirs.), *Communications in Canadian Society*, Toronto, Thompson Educational Publishing : 151-164.

## 4. Les partis politiques : la communication électorale (28 septembre)

### 1. La campagne électorale comme contexte de communication politique

#### b. Durée et chronologie

#### c. Intensité

#### d. Encadrement institutionnel

#### e. Objectifs de campagne

#### f. Moyens

### 2. Évolution des campagnes électorales

#### a. Évolution technologique et professionnalisation de l'organisation

#### b. Personnalisation du message

Lectures : Anna Esselment (2014), « The Governing Party and the Permanent Campaign », dans Alex Marland, Thierry Giasson et Tamara A. Small, *Political Communication in Canada. Meet the Press and Tweet the Rest*, Vancouver, UBC Press : 24-38 ; Pippa Norris (2002), « Campaign Communications », dans Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi et Pippa Norris (eds), *Comparing Democracies 2 : New Challenges in the Study of Elections and Voting*, Londres, Sage : 127-147.

## 5. Les partis politiques : Le marketing électorale (5 octobre)

### 1. Le marketing électorale

#### a. Principes de la méthode

#### b. Déploiement effectif du marketing électorale

2. Conférence de Christian Lessard, Secrétaire général adjoint à la communication gouvernementale. Ministère du conseil exécutif du Québec.

Lectures : Thierry Giasson, Jennifer Lees-Marshment et Alex Marland (2012) «Introducing Political Marketing», dans Alex Marland, Thierry Giasson et Jennifer Lees-Marshment (eds) *Political Marketing in Canada*, Vancouver, UBC Press : 3-21.

## 6. Les partis politiques : Les stratégies des campagnes électorales (12 octobre)

### 1. Les stratégies des partis

#### a. Partis gouvernementaux

#### b. Partis aspirants

Lectures : Judith S. Trent et Robert V. Friedenber (2011), «Styles and Strategies of Campaigns», *Political Campaign Communication: Principles and Practices, Seventh Edition*, Westport, Praeger: 82-115.

## Semaine de lecture du 26 au 30 octobre

## 7. Les médias : Le traitement journalistique de la politique (19 et le 26 octobre)

### 1. L'évolution du journalisme politique

### 2. Les contraintes de la pratique du journalisme politique

### 3. La sélection de l'information

#### 4. Table ronde sur le journalisme politique

Lectures : Gilles Willett (1992), « Le modèle de White », *La Communication modélisée*, Ottawa, Erpi : 430-433 ; Andrew Chadwick (2013), « Hybrid Norms in News and Journalism », *The Hybrid Media System. Politics and Power*, Oxford, Oxford University Press : 159-186 ; Anne-Marie Gingras (2009), « Les médias et le pouvoir politique », *Médias et démocratie. Le grand malentendu*, Montréal, PUQ, 53-86.

### 8. Les citoyens : les conditions de réception de la communication politique (16 novembre)

#### 1. Le contexte social de la réception de la communication politique

#### 2. Le contexte psychologique de la réception de la communication politique

#### 3. Les raccourcis décisionnels

Lectures : Elisabeth Gidengil et al. (2004), « Can Canadians get by with less information », *Citizens*, Vancouver, UBC Press : 72-100.

#### C. Les véhicules de la communication politique

### 9. La publicité électorale (23 novembre)

#### 1. Le contexte d'utilisation de la publicité électorale

#### 2. Typologie des messages publicitaires

#### 3. Les effets de la publicité électorale

Lectures : Darrell M. West (2010), « Overview of Ads », *Air Wars : Television Advertising in Election Campaigns 1952-2008*, Washington, Congressional Quarterly : 1-24.

### 10. Le web politique (30 novembre)

#### 1. Les hypercitoyens en ligne

#### 2. L'hybridité des campagnes électorales

Lectures : Thierry Giasson et al. (2011), « Hypercitizens from a Distinct Society : Characterizing Quebec's Political Bloggers Online and Offline Political Involvement », *International Journal of Interactive Communication Systems and Technologies* 1(2) : 29-45 ; Frédéric Bastien et Fabienne Greffet (2009), « Les campagnes électorales sur Internet : une comparaison France-Québec », *Hermès* 54 : 211-219 ; Tamara A. Small (2010), « Still Waiting for an Internet Prime Minister : Online Campaigning by Canadian Political Parties », dans Heather MacIvor (dir.), *Election*, Toronto, Emond Montgomery Publications : 173-198.

#### D. Les effets de la communication politique

### 11. Les effets de la communication sur la vie démocratique (7 décembre)

#### 1. Effets sur le citoyen

##### b. L'effet de formation de l'ordre du jour (*agenda-setting*)

##### c. L'effet de saillance (*priming*)

##### d. L'effet de cadrage (*framing*)

#### 2. Effets sur la vie politique

##### a. Le cercle vertueux : engagement, participation et militantisme politique

##### b. Le cercle vicieux : malaise démocratique, cynisme, démobilité

Lectures : Stephen Ansolabehere et al. (1993), « The Multiple Effects of television on Public Opinion », *The Media Game*. New York, Macmillan : 139-157 ; Gilles Willett (1992), « Le modèle de McCombs et Shaw », *La Communication modélisée*,

## Approche pédagogique

La matière du cours sera principalement présentée sous forme d'exposés magistraux. Chaque cours débutera toutefois par un *Observatoire de la communication politique* qui sera une séance d'échange sur l'actualité de la communication politique et de la médiatisation du politique de même que sur les stratégies communicationnelles des acteurs impliqués. Des cas concrets seront exposés aux étudiants qui devront participer à des exercices de résolutions de problèmes liés directement avec l'actualité de la communication politique. Les étudiants sont encouragés à soumettre des propositions de sujets par le biais du forum en ligne du portail du cours.

Deux conférences seront également organisées au cours de la session. Elles convieront des praticiens de la communication (journalistes, politiciens, attachés politiques, publicitaires, stratèges, sondeurs) à venir exposer aux étudiants leur conception des règles d'exercice de la communication politique dans leurs professions respectives. La présence, la ponctualité et la participation active de tous les étudiant(e)s au cours, aux séances de l'Observatoire de la communication politique de même qu'aux conférences sont attendues.

Enfin, la lecture de textes obligatoires (disponibles sur le portail dans l'onglet "Contenu et activités") permettra aux étudiants de consolider leur compréhension des modèles théoriques et concepts vus en classe.

## Contenu et activités

Le tableau ci-dessous présente les semaines d'activités prévues dans le cadre du cours.

Titre	Date
<a href="#">Notes de cours</a>	
<a href="#">Lectures obligatoires</a>	
<a href="#">Documents utiles</a>	

Note : Veuillez vous référer à la section *Contenu et activités* de votre site de cours pour de plus amples détails.

## Évaluations et résultats

### Liste des évaluations

Sommatives			
Titre	Date	Mode de travail	Pondération
Recension d'article scientifique	Dû le 26 oct. 2016 à 12h30	Individuel	20 %
Rapport d'entrevue	Dû le 7 déc. 2016 à 12h30	En équipe	40 %
Tests-éclair (Somme des évaluations de ce regroupement)			10 %
Test-éclair 1	Le 12 oct. 2016 de 12h30 à 12h50	Individuel	5 %
Test-éclair 2	Le 23 nov. 2016 de 12h30 à 12h50	Individuel	5 %
Examen final QCM	Le 14 déc. 2016 de	Individuel	20 %

Titre	Date	Mode de travail	Pondération
	12h30 à 15h20		
Examen final à développement	Le 14 déc. 2016 de 12h30 à 15h20	Individuel	10 %

## Informations détaillées sur les évaluations sommatives

---

### Recension d'article scientifique

Date de remise : 26 oct. 2016 à 12h30

Le travail est remis en classe au début du cours.

Mode de travail : Individuel

Pondération : 20 %

Directives de l'évaluation :

La recension d'un article scientifique portant sur la communication politique, le journalisme politique ou l'impact des médias sur la vie politique. Le travail, qui comptera pour 20% de la note finale.

Fichiers à consulter :  [Annexe A-recension d'article.pdf](#) (70,71 Ko, déposé le 26 août 2016)

---

### Rapport d'entrevue

Date de remise : 7 déc. 2016 à 12h30

Le travail doit être remis en classe au début du cours.


Mode de travail : En équipe

Pondération : 40 %

Directives de l'évaluation :

Un rapport d'entrevue effectuée auprès d'un professionnel de la communication politique (journaliste, élu, sondeur, conseiller en communication, publicitaire...) constitue le travail de session. Ce travail comptera pour 40% de la note finale. Il doit être fait en équipe de deux ou trois personnes.

Fichiers à consulter :  [Annexe B - Consignes rapport d'entrevue.pdf](#) (84,4 Ko, déposé le 26 août 2016)

 [POL240entrevue-éthique.pdf](#) (206,79 Ko, déposé le 26 août 2016)

 [Annexe C - Évaluations des équipiers.pdf](#) (53,86 Ko, déposé le 26 août 2016)

---

### Test-éclair 1

Date : Le 12 oct. 2016 de 12h30 à 12h50

Mode de travail : Individuel

Pondération : 5 %

Directives de l'évaluation :

Ces épreuves, d'une durée de 20 minutes, porteront sur des éléments théoriques vus en classe au cours des semaines précédentes et permettront aux étudiants de se préparer à l'examen final.

Matériel autorisé : Aucun

---



## Test-éclair 2

Date :	Le 23 nov. 2016 de 12h30 à 12h50
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	5 %
Directives de l'évaluation :	Ces épreuves, d'une durée de 20 minutes, porteront sur des éléments théoriques vus en classe au cours des semaines précédentes.
Matériel autorisé :	Aucun

---

## Examen final QCM

Date :	Le 14 déc. 2016 de 12h30 à 15h20
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	20 %
Directives de l'évaluation :	Un examen final comportant deux épreuves. Premièrement, un examen à choix multiples de 20 questions et deuxièmement une épreuve à développement à livre ouvert. Ces deux parties portent sur l'ensemble de la matière vue en classe.
Matériel autorisé :	Aucun

---

## Examen final à développement

Date :	Le 14 déc. 2016 de 12h30 à 15h20
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	10 %
Directives de l'évaluation :	La seconde portion de l'examen final est une épreuve à développement. Les étudiants doivent choisir de répondre à deux des cinq questions. Les notes de cours sont permises.
Matériel autorisé :	Notes de cours personnelles de l'étudiant. Aucune impression ou photocopies des diapos du prof.

---

## Barème de conversion

Cote	% minimum	% maximum
A+	90	100
A	85	89,99
A-	80	84,99
B+	76	79,99
B	73	75,99
B-	70	72,99

Cote	% minimum	% maximum
C+	66	69,99
C	63	65,99
C-	60	62,99
D+	55	59,99
D	50	54,99
E	0	49,99

## Plagiat

Tout étudiant est tenu de respecter les règles relatives à la protection du droit d'auteur. Constitue notamment du plagiat le fait de:

- i. copier textuellement un ou plusieurs passages provenant d'un ouvrage sous format papier ou électronique sans mettre ces passages entre guillemets et sans en mentionner la source;
- ii. résumer l'idée originale d'un auteur en l'exprimant dans ses propres mots (paraphraser) sans en mentionner la source;
- iii. traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance;
- iv. remettre un travail copié d'un autre étudiant (avec ou sans l'accord de cet autre étudiant);
- v. remettre un travail téléchargé d'un site d'achat ou d'échange de travaux scolaires.

(Source: COMMISSION DE L'ÉTHIQUE DE LA SCIENCE ET DE LA TECHNOLOGIE, *La tricherie dans les évaluations et les travaux à l'université: l'éthique à la rescousse* (rédaction: Denis Boucher), Québec, 15 mai 2009)

## Règles disciplinaires

Tout étudiant qui commet une infraction au *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* dans le cadre du présent cours, notamment en matière de plagiat, est passible des sanctions qui sont prévues dans ce règlement. Il est très important pour tout étudiant de prendre connaissance des articles 28 à 32 du Règlement disciplinaire. Celui-ci peut être consulté à l'adresse suivante:

[http://www2.ulaval.ca/fileadmin/Secretaire\\_general/Reglements/Reglement\\_disciplinaire.pdf](http://www2.ulaval.ca/fileadmin/Secretaire_general/Reglements/Reglement_disciplinaire.pdf)

## Application de la politique sur l'usage du français à l'Université Laval

La Faculté des sciences sociales se réfère aux dispositions relatives à l'application de la politique sur l'usage du français à l'Université Laval inscrites dans son Règlement des études.

### Mesures d'évaluation de la qualité du français

L'Université Laval reconnaît l'importance et le rôle de quatre principales habiletés langagières dans la formation qu'elle dispense : la compréhension de l'oral, la compréhension de l'écrit, la production orale et la production écrite.

Elle considère également que la maîtrise de ces habiletés est mesurable et veille à ce que les diverses mesures d'évaluation soient adaptées à chacun des trois cycles d'études et contribuent à l'atteinte des objectifs de formation qu'elle s'est fixés.

### Mesures de soutien

Lorsque les enseignants et les chercheurs observent des difficultés chez les étudiants, ils leur offrent le soutien approprié :

- A) En cas de difficultés relatives à l'application des conventions scientifiques, ils prodiguent les conseils adéquats;
- B) En cas de problèmes liés à l'expression claire et cohérente des idées, ils orientent l'étudiant, en concertation avec sa direction de programme, vers des cours centrés sur l'expression écrite de la pensée;
- C) En cas de difficultés liées à la maîtrise du code linguistique du français, ils réfèrent l'étudiant à sa direction de programme, qui lui indiquera les ressources mises à sa disposition (cours, ateliers, centres d'aide, etc.).

Parmi les mesures de soutien offertes aux étudiants, la Faculté des sciences sociales invite les étudiants et les enseignants à consulter le répertoire des ressources pour améliorer la qualité de la langue dans les cours de sciences humaines. Ce répertoire se trouve dans le portail du Réseau Fernand Dumont à l'adresse suivante : <http://www.rfd.fse.ulaval.ca/>. Le Réseau Fernand-Dumont regroupe des professeurs et chargés de cours de sciences humaines qui cherchent à améliorer les compétences langagières de leurs étudiants dans les différentes tâches de lecture et d'écriture propres à leur discipline.

## Évaluation de la qualité du français

La maîtrise du français est une compétence que doit posséder tout étudiant inscrit à l'Université Laval. En vertu de ce principe, la qualité de la langue est évaluée dans tous les travaux. Ainsi, chaque faute d'orthographe (grammaticale ou d'usage), de lexique (anglicismes...) de syntaxe ou de ponctuation sera pénalisée à sa première occurrence. Le total des fautes pourra faire perdre jusqu'à 10 % de la note.

Les pénalités seront pondérées en fonction de la longueur du texte produit :

- Moins d'une page = 5 % par faute
- Une à cinq pages = 3 % par faute
- Plus de cinq pages = 1 % par faute

Dans le cadre de ce cours, les pénalités imposées seront donc de 0,2 point par faute pour le premier travail et de 0,4 point par faute pour le travail de fin de session.

Les travaux peuvent être rédigés selon l'orthographe traditionnelle ou nouvelle. Dans un même texte, un même mot devra être orthographié de manière uniforme. Le document *Le millepatte sur un nénufar, vadémécum de l'orthographe recommandée*, qui présente les règles de la nouvelle orthographe et la liste des nouvelles graphies peut être téléchargé gratuitement à l'adresse suivante : [users.skynet.be/Landroit/Renouvo/Liste.html](http://users.skynet.be/Landroit/Renouvo/Liste.html)

## Gestion des délais

Tout retard non motivé entraîne une pénalité de 2% par jour, incluant les jours de fin de semaine et les jours fériés, sur le total des points attribués au travail.

## Étudiants ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental

Les étudiants qui ont une lettre d'*Attestation d'accommodations scolaires* obtenue auprès d'un conseiller du secteur Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap (ACSESH) doivent rencontrer leur professeur au début de la session afin que des mesures d'accommodation en classe ou lors des évaluations puissent être mises en place. Les étudiants concernés qui n'ont pas cette lettre et qui souhaitent se prévaloir de mesures d'accommodation doivent contacter le secteur ACSESH au 418-656-2880, le plus tôt possible.

Le secteur ACSESH recommande aux étudiants de se prévaloir des services auxquels ils ont droit pour les aider, sans discrimination ni privilège, dans la réussite de leurs études universitaires. Des détails sur ces services se trouvent à l'adresse suivante :

[https://www.aide.ulaval.ca/cms/Accueil/Situations\\_de\\_handicap](https://www.aide.ulaval.ca/cms/Accueil/Situations_de_handicap)

La *Procédure de mise en application des accommodations ayant trait à la passation des examens pour les étudiants ayant une déficience fonctionnelle* se trouve à l'adresse suivante:

[https://www.aide.ulaval.ca/cms/site/aide/lang/fr/Accueil/Situations\\_de\\_handicap/Ressources\\_enseignants/Passation\\_examens](https://www.aide.ulaval.ca/cms/site/aide/lang/fr/Accueil/Situations_de_handicap/Ressources_enseignants/Passation_examens)

## Matériel didactique

---

### Liste du matériel obligatoire

#### Guide de présentation des travaux du Département de science politique

URL : [Guide de présentation des travaux du Département de science politique](#)

Date d'accès : 27 octobre 2015

Voici un lien vous permettant de télécharger le Guide de présentation des travaux du Département de science politique.

### Matériel informatique et logiciels

Pour pouvoir suivre votre cours sur le Portail ENA sans difficulté, vous devez vous référer aux informations ci-dessous.

Navigateurs Internet supportés	
Google Chrome	<a href="#">Télécharger et installer</a>

Mozilla Firefox 3.6 ou +	<a href="#">Télécharger et installer</a>
Apple Safari 5 ou +	Par défaut sur Mac
Microsoft Internet Explorer 10 ou +	Par défaut sur Microsoft Windows
Opéra 15 et +	<a href="#">Télécharger et installer</a>

Logiciels obligatoires	
Adobe Reader Pour lire les PDF dans votre navigateur	<a href="#">Téléchargement et mise à jour</a>
Java Pour déposer des fichiers dans le site de cours	<a href="#">Téléchargement et mise à jour</a>
Adobe Flash Player Pour lire les vidéos, audio et contenu multimédia	<i>(intégré par défaut dans Google Chrome)</i> <i>pour les autres navigateurs :</i> <a href="#">Téléchargement et mise à jour</a>
TeamViewer Pour de l'aide à distance	TeamViewer est l'application utilisée pour faire du soutien à distance. En exécutant cette application, vous permettrez à un agent de soutien informatique de se connecter à votre poste pour vous aider.  Contactez un agent de soutien informatique au 418-656-2131 poste 3278 selon l'horaire en vigueur qui est disponible dans la section <i>Informations Générales</i> de ce site de cours.  Pour télécharger l'application, <a href="#">rendez-vous à cette page</a> .

---

Il est important de préciser que l'utilisation des périphériques mobiles n'est pas officiellement supportée.

---

Dans l'ensemble, la consultation des contenus est fonctionnelle pour la plupart des appareils sous Android et iOS. Il existe toutefois certaines limites :

- les appareils mobiles sous Windows RT et BlackBerry ne sont pas supportés;
- le contenu Flash n'est pas supporté, ce qui empêche la consultation des blocs de contenu audio-vidéo, de contenu Flash et de certaines présentations multimédias;
- la fonctionnalité de glisser-déposer n'est pas supportée, ce qui empêche la réalisation de certains questionnaires.

# Bibliographie et annexes

---

## Bibliographie indicative

Bennett, W. Lance, Regina G. Lawrence and Steven Livginston (2007), *When the Press Fails. Political Power and the News Media From Iraq to Katrina*, Chicago, The University of Chicago Press.

Chadwick, Andrew (2013), *The Hybrid Media System. Politics and Power*. Oxford, Oxford University Press.

Charron, Jean (1994), *La Production de l'actualité : une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*, Montréal, Boréal.

Delacourt, Susan (2013), *Shopping for votes : How Politicians Choose Us and We Choose Them*, Toronto, Douglas and McIntyre.

Entman, Robert M. (2004), *Projections of Power. Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*, Chicago, The University of Chicago Press.

Esser, Frank et Jesper Strömbäck (2014), *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*, Basingstoke, Palgrave-MacMillan.

Flanagan, Tom (2014), *Winning Power. Canadian Campaigning in the 21st Century*, Montréal, McGill-Queen's.

Flanagan, Tom (2009), *Harper's Team. Behind the Scenes in the Conservative Rise to Power*, Second Edition, Montreal, McGill-Queen's.

Just, Marion R. et al. (1996), *Crosstalk. Citizens, Candidates and the Media in a Presidential Campaign*, Chicago, The University of Chicago Press.

Kreiss, Daniel (2012), *Taking Our Country Back. The crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*, Oxford, Oxford University Press.

Lees-Marshment, Jennifer (2009), *Political Marketing. Principles and Application*, New York, Routledge.

Lilleker, Darren G. (2006), *Key Concepts in Political Communication*, Thousand Oaks, Sage.

Nielsen, Rasmus Kleis (2012), *Ground Wars. Personalised Communication in Political Campaigns*, Princeton, Princeton University Press.

Norris, Pippa et al. (1999), *On Message. Communicating the Campaign*. Londres, Sage.

Sabato, Larry (1993), *Feeding Frenzy : How Attack Journalism Has Transformed American Politics*. New York, Free Press.

Soroka, Stuart N. (2014), *Negativity in Democratic Politics. Causes and Consequences*, New York, Cambridge University Press.

Taras, David (1999), *Power and Betrayal in the Canadian Media*. Peterborough, Broadview.

Vaccari, Cristian (2013), *Digital Politics in Western Democracies. A Comparative Study*. Baltimore, John Hopkins University Press.