



UNIVERSITÉ
LAVAL

POL-2425
Persuasion sociale, influence et opinion publique
Mercredi 15h30
Local DKN-2125
Pavillon Charles-De Koninck

Professeur: Yannick Dufresne (yannick.dufresne@pol.ulaval.ca)
Assistante: Catherine Ouellet (catherine.ouellet.7@ulaval.ca)
Site du cours: www.pol.ulaval.ca/pol2425
Heures de bureau: En tout temps, sur rendez-vous
Téléphone: (418) 905-0968

Description du cours: Ce cours aborde les grands débats liés au rôle des facteurs sociologiques comme filtres aux effets de la communication politique et électorale. Il traite également du recours aux sondages et aux autres mesures de l'opinion publique en politique. Les concepts de propagande, de persuasion, d'heuristiques, d'exposition sélective, de dissonance cognitive, de mise à l'agenda, de saillance et de cadrage sont entre autres distingués et expliqués.

Prérequis: Aucun. **Crédits:** 3

Objectifs du cours:

1. Se familiariser avec les principaux débats et chercheurs constituant la littérature académique sur la persuasion sociale et l'opinion publique
2. Comprendre les fondements des méthodologies associées à l'étude de la persuasion et de l'opinion publique
3. Savoir lier les connaissances théoriques à des cas pratiques concrets

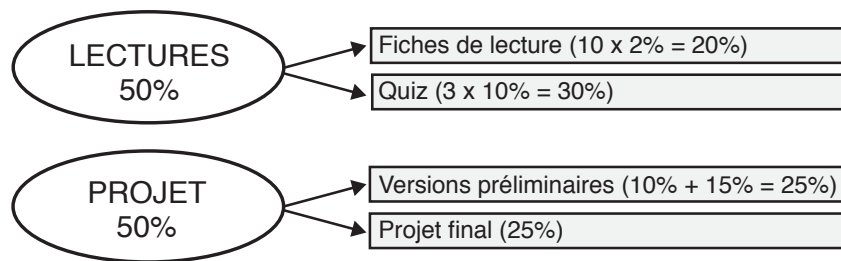
Livres à acheter:

- *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century, 6th Edition* (Perloff, 2017)

Logiciel à installer:

- *Slack* (<http://www.slack.com>). Suivre les étapes d'installation suivant l'invitation par courriel.

Évaluation:



Conversion des pourcentages en cotes:

90 - 100	A+	70 - 73	B-
85 - 90	A	65 - 70	C+
80 - 85	A-	60 - 65	C
76 - 80	B+	59 et -	E
73 - 76	B		

Retard dans la remise des travaux:

Aucun délai ne sera accepté pour le rendu des travaux, sauf justification médicale précisant la période d'indisponibilité. Les étudiants concernés sont invités à prévenir l'instructeur le plus tôt possible.

Plagiat:

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

1. 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;
2. traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance;
3. remettre un travail copié d'un autre étudiant (avec ou sans l'accord de cet autre étudiant);
4. 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)

Infractions d'ordre académique:

Il est expressément interdit d'obtenir une aide non autorisée d'un autre étudiant ou d'un tiers, d'utiliser ou de consulter la copie d'un autre étudiant, d'emprunter, en tout ou en partie, l'oeuvre d'autrui ou des passages tirés de celle-ci sans les identifier comme citations ou en indiquer la source.

Pour plus d'information concernant les infractions d'ordre académique, veuillez consulter le Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval en visitant l'adresse suivante :

http://www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement_disciplinaire.pdf

Mesures d'évaluation de la qualité du français:

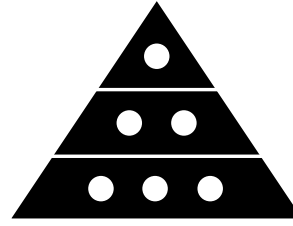
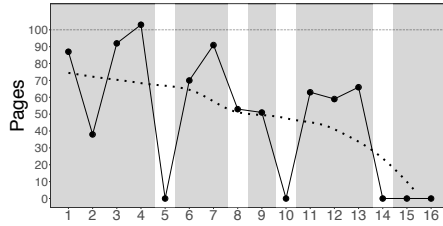
L'Université Laval reconnaît l'importance et le rôle de quatre principales habiletés langagières dans la formation qu'elle dispense : la compréhension de l'oral, la compréhension de l'écrit, la production orale et la production écrite.

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.

Déclaration de droits d'auteur:

Textes en ligne sur ENA respectent la politique et les directives relatives à l'utilisation de l'oeuvre d'autrui aux fins des activités d'enseignement, d'apprentissage, de recherche et d'étude privée à l'Université Laval.

Organisation du cours et lectures:



	<p>1 - Prélude (17 janvier)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Introduction to Persuasion</i> (Chapitre 1, Perloff, 2017, 49 pages) ○ <i>Historical and Ethical Foundations</i> (Chapitre 2, Perloff, 2017, 38 pages)
<p>● ● ●</p> <p>Individu</p>	<p>2 - Structure (24 janvier)</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>The American Voter Revisited</i> (Chapitre 2, Lewis-Beck, 2008, 10 pages) ○ <i>Attitudes: Definition and Structure</i> (Chapitre 3, Perloff, 2017, 28 pages) <p>3 - Origines (31 janvier)</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>Are Political Orientations Genetically Transmitted?</i> (Alford et al., 2005, 15 pages) ○ <i>Power of our Passions: Strong Attitudes</i> (Chapitre 4, Perloff, 2017, 35 pages) ○ <i>Attitudes: Functions and Consequences</i> (Chapitre 5, Perloff, 2017, 42 pages) <p>4 - Authenticité (7 février)</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>The nature of belief systems in mass publics</i> (Converse, 1964, 74 pages) ○ <i>Attitude Measurement</i> (Chapitre 6, Perloff, 2017, 29 pages)
	5 - Rencontres individuelles (14 février)
<p>● ●</p> <p>Société</p>	<p>6 - Raccourcis (21 février) Quiz 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>Shortcuts versus encyclopedias</i> (Lupia, 1994, 14 pages) ○ <i>Processing Persuasive Communications</i> (Chapitre 7, Perloff, 2017, 56 pages) <p>7 - Aggrégation (28 février) Remise: Projet v.1</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>The Rational Public</i> (Chapitre 1, Page and Shapiro, 1992, 37 pages) ○ <i>Who Says It: Source Factors in Persuasion</i> (Chapitre 8, Perloff, 2017, 54 pages) <p>8 - (Semaine de lecture) (7 mars)</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>Impersonal Influence</i> (Mutz, 1992, 34 pages) ○ <i>Fundamentals of the Message</i> (Chapitre 9, Perloff, 2017, 53 pages) <p>9 - Médias (14 mars)</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>News that Matters</i> (Chapitre 12, Iyengar and Kinder, 1987, 21 pages) ○ <i>Emotional Message Appeals</i> (Chapitre 10, Perloff, 2017, 30 pages)
	10 - Rencontres individuelles (21 mars)
<p>●</p> <p>Contrôle</p>	<p>11 - Élités (28 mars) Quiz 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>The Nature and Origins of Mass Opinion</i> (Chapitre 2, Zaller, 1992, 33 pages) ○ <i>Cognitive Dissonance Theory</i> (Chapitre 11, Perloff, 2017, 30 pages) <p>12 - Démocratie (4 avril) Remise: Projet v.2</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>Public Opinion</i> (Chapitre 1, Lippmann, 1922, 19 pages) ○ <i>Interpersonal Persuasion</i> (Chapitre 12, Perloff, 2017, 43 pages) <p>13 - Marketing politique (11 avril)</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ <i>An economic theory of political action in a democracy</i> (Downs, 1957, 16 pages) ○ <i>Advertising, Marketing and Persuasion</i> (Chapitre 13, Perloff, 2017, 47 pages)
	14 - Rencontres individuelles (18 avril)
	15 - Intégration (25 avril 2017) Quiz 3
	16 - Publication (2 mai) Remise: Projet final

Bibliographie:

- Alford, John R, Carolyn L Funk and John R Hibbing. 2005. "Are Political Orientations Genetically Transmitted?" *American Political Science Review* 99(2):153–167.
- Converse, Philip E. 1964. "The Nature of Belief Systems in Mass Publics. In *Ideology and Discontent*, ed. David Apter. New York: Free Press."
- Downs, Anthony. 1957. "An Economic Theory of Political Action in a Democracy." *Journal of Political Economy* 65(2):135–150.
- Iyengar, Shanto and Donald R Kinder. 1987. *News that Matters: Television and American Opinion*. University of Chicago Press.
- Lewis-Beck, Michael S. 2008. *The American Voter Revisited*. University of Michigan Press.
- Lippmann, Walter. 1922. *Public Opinion*. Vol. 1 Transaction Publishers.
- Lupia, Arthur. 1994. "Shortcuts Versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance Reform Elections." *American Political Science Review* 88(1):63–76.
- Mutz, Diana C. 1992. "Impersonal Influence: Effects of Representations of Public Opinion on Political Attitudes." *Political Behavior* 14(2):89–122.
- Page, Benjamin I and Robert Y Shapiro. 1992. *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. University of Chicago Press.
- Perloff, Richard M. 2017. *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century*. 6th ed. Routledge.
- Zaller, John. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge university press.