

**Université du Québec à Montréal**  
**Département de science politique**  
**Session Hiver 2016**

**POL-5912-30**  
**Politique et communication**  
**Mercredi 9H30-12H30**

Professeure: Anne-Marie Gingras  
Disponibilité: après le cours  
Ou sur rendez-vous  
Bureau: A-3735  
gingras.anne-marie@uqam.ca

Si les médias jouent un rôle primordial en démocratie et dans l'évolution des luttes sociopolitiques, on ne saurait toutefois les concevoir comme des « acteurs politiques » ou le « quatrième pouvoir ». Tous les acteurs sociaux utilisent les médias et communiquent pour persuader, ce qui fait des médias des intermédiaires, autrement dit des « médiateurs » d'abord et avant tout. Ce cours propose d'étudier cette médiation : l'espace public comme lieu de débat démocratique, les débats sur les effets des médias, le rôle des technologies médiatiques dans la socialisation et dans le jeu politiques, les enjeux liés aux politiques publiques en communication, la liberté d'expression et ses limites, la transparence, la communication électorale, la médiatisation des sondages et la propagande, entre autres.

Ce cours présente un panorama des thèmes et des enjeux les plus pertinents en communication politique. Il en expose les multiples dimensions en portant une attention spéciale aux technologies médiatiques. La communication, et plus encore les « nouvelles technologies de l'information et de la communication », suscitent de grands espoirs de revitalisation sociale et politique. Nous associons constamment la technique et le progrès, la liberté et la démocratie. L'impression existe que la communication et les technologies médiatiques favorisent le débat public et la participation citoyenne. Un examen plus attentif nuance cette impression et permet d'évaluer plus justement le potentiel contradictoire de la communication. Les technologies médiatiques constituent à la fois des instruments de libération et de répression. De plus, si elles contribuent à modifier la donne politique dans certaines circonstances, c'est souvent grâce à leur instrumentalisation davantage qu'à cause de leur « pouvoir ».

➤ Voici les objectifs spécifiques du cours :

- ✚ saisir le rapport des médias et de la communication à la démocratie;
- ✚ comprendre les fondements de l'espace public et dépasser cette perspective pour appréhender de manière complexe la société civile et l'État;
- ✚ distinguer le potentiel des technologies médiatiques de leurs applications concrètes;
- ✚ discuter des enjeux de pouvoir liés à la communication de manière dialectique.

**Livre obligatoire:** Gingras, Anne-Marie. (2009). *Médias et démocratie. Le grand malentendu*, 3<sup>e</sup> édition, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Autres lectures obligatoires (en ligne) :** Quelques définitions scientifiques sur Moodle, une trentaine de pages, dont plusieurs titres seront précisés pendant du trimestre. Voir p. 2 : « Calendrier, lectures et vidéos obligatoires ».

**Méthodes pédagogiques :** Des exposés magistraux entrecoupés de discussions avec la classe.  
Un atelier supervisé pour l'étude qualitative des sondages.

**Introduction.**

- Présentation générale du cours et méthodes de travail.
- Entente d'évaluation (Article 6.9 du Règlement 5 de l'Université).
- Introduction : Quels rôles pour la communication en démocratie?

**Partie 1. Les grandes questions de la communication politique.**

- 1.1 Les médias ont-ils du pouvoir?
- 1.2 La politique spectacle mène-t-elle le monde?
- 1.3 L'espace public est-il encore possible à l'ère des réseaux sociaux?
- 1.4 Les médias nuisent-ils ou encouragent-ils les mouvements sociaux?
- 1.5 Que signifie la « société de l'information »?

**Partie 2. Les régulations politique, juridique et économique des médias et des communications (ou comment gère-t-on les conflits?)**

- 2.1 Les juridictions, les lois et les organismes de réglementation. La concentration de la presse. La diversité des régulations des technologies médiatiques.
- 2.2 La liberté d'expression et ses limites. L'humour comme outil politique.
- 2.3 Le double effet de la protection des sources journalistiques.
- 2.4 La transparence gouvernementale et l'accès à l'information.

**Partie 3. L'opinion publique, les sondages et la propagande**

- 3.1 L'opinion publique, un objet fuyant.
- 3.2 L'analyse qualitative des sondages (Atelier).
- 3.3 La propagande : définition et étude du cas de l'Allemagne nazie.

**Calendrier, lectures et vidéos obligatoires**

Date	Articles, vidéos et examens	Définitions et auteurs
13 janvier	Bienvenue!	Agenda setting, framing
20 janvier	Introduction et chapitre 1 de <i>Médias et démocratie</i> .	Lasswell, Lippmann, Bernays, Lénine, Gramsci, Kellner, déterminisme, behaviorisme propagande, hégémonie
27 janvier	Chapitre 2 de <i>Médias et démocratie</i> .	Styles politico-médiatiques Arguments fallacieux Campagne permanente
3 février	Chapitre 5 de <i>Médias et démocratie</i> .	Habermas, espace public délibération bulle politico-médiatique
10 février	Lecture à venir	Tilly, Tarrow, Gitlin, répertoire d'action, structure des opportunités politiques

17 février	Lecture à venir	Bell, Castells, société de l'information, société numérique, société de surveillance
24 février	Examen sans documentation (90 minutes)	
9 mars	Chapitre 3 de <i>Médias et démocratie</i>	Concentrations verticale, horizontale, croisée
16 mars	Vidéo sur le scandale des commandites : <a href="http://archives.radio-canada.ca/politique/partis_chefs_politiques/clips/11647">http://archives.radio-canada.ca/politique/partis_chefs_politiques/clips/11647</a>	
23 mars	Article de L. Lessig : <a href="https://newrepublic.com/article/70097/against-transparency">https://newrepublic.com/article/70097/against-transparency</a> .	
30 mars	Chapitre 4 de <i>Médias et démocratie</i> .	Opinion publique, populisme marketing politique
6 avril	-----	
13 avril	<a href="http://www.ushmm.org/wlc/fr/article.php?ModuleId=59#related">http://www.ushmm.org/wlc/fr/article.php?ModuleId=59#related</a> <a href="http://www.ushmm.org/wlc/fr/article.php?ModuleId=64">http://www.ushmm.org/wlc/fr/article.php?ModuleId=64</a> <a href="http://www.ushmm.org/wlc/fr/article.php?ModuleId=284">http://www.ushmm.org/wlc/fr/article.php?ModuleId=284</a>	Fascisme, nazisme
20 avril	Examen sans documentation	

### Évaluation :

Devis de recherche pour le travail long : 3 pages par personne (1 ½ interligne, Times New Roman 12 points), bibliographie en sus.	<b>17 février à 9h30</b> 10% par jour de retard, y compris les fins de semaine	<b>10 points</b>
Examen sans documentation (90 minutes)	<b>24 février</b>	<b>20 points</b>
Travail long, 15 pages par personne (1 ½ interligne, Times New Roman 12 points. Table des matières et bibliographie en sus). Choix parmi trois thèmes.	<b>Lundi le 11 avril à 16 hres</b> 10% par jour de retard, y compris les fins de semaine	<b>40 points</b>
Examen sans documentation (2 heures)	<b>20 avril</b>	<b>30 points</b>

VOUS ÊTES INVITÉ.E.S A CONSULTER LA PROFESSEURE  
POUR LA RÉALISATION DE VOS TRAVAUX LONGS

**Travail long** : choisir l'un des thèmes suivants (ils seront présentés en détail lors de la troisième séance du cours, le 27 janvier) :

- Le documentaire permet-il de comprendre un enjeu de manière nuancée? L'étudiantE choisit un documentaire dans la liste incluse dans le guide et fait son analyse à partir du modèle méthodologique obligatoire. Voir Guide 1 pour le travail long sur Moodle.
- Les campagnes électorales ne sont-elles que des exercices de mise en valeur des personnalités? L'étudiantE choisit une campagne électorale récente et évalue le poids de la personnalisation comparé à celui d'autres enjeux. Il s'agit ici de faire une analyse de contenu de la presse écrite à partir d'au moins 50 articles, analyse pour laquelle des précisions seront apportées en classe. Voir Guide 2 pour le travail long sur Moodle.
- La représentation médiatique des femmes de pouvoir. Il y a des lectures obligatoires sur la médiatisation des femmes (environ 100 pages) et une liste de personnalités sera fournie. Voir Guide 3 pour le travail long sur Moodle.

Les travaux peuvent être faits seulE ou en équipe de deux personnes. Dans le cas des travaux d'équipe, il faut multiplier par deux le nombre de pages pour le devis et le travail final, le nombre de références scientifiques et le nombre d'articles de presse à analyser (pour le thème 2). En ce qui concerne les documentaires (thème 1) et les femmes de pouvoir (thème 3), consultez la professeure au sujet de la pertinence de multiplier les cas.

#### Qu'est-ce qu'un devis de recherche?

Il s'agit d'un document qui permet de comprendre comment une recherche sera faite; quels en sont les objectifs, de quelle méthodologie se sert-on, d'où tire-t-on les informations, les données? Le devis de recherche se compose :

- a) d'une courte table des matières provisoire et de la division du travail entre les membres de l'équipe s'il y a lieu;
- b) d'une problématique : présentation détaillée du sujet, contexte historique et politique si pertinent, questions de recherche ou hypothèses, concepts utilisés, enjeux en cause;
- c) de l'étude des sources à utiliser : **notez qu'il faut trouver les sources avant de choisir définitivement un sujet.** Les sources sont des articles scientifiques, des essais, des définitions de dictionnaires scientifiques, des enquêtes empiriques, des rapports gouvernementaux, des décisions de tribunaux, etc. Il faut faire la liste de ces sources et indiquer ce qu'on trouve dans chacune des catégories de documents. Peut-on distinguer les sources aux points de vue divergents? Y a-t-il des sites spécialisés sur ce sujet? Sont-ils fiables? Les sources utilisées permettent-elles d'avoir un portrait détaillé du phénomène ou de l'évènement analysé? On utilisera des sources concernant des concepts ou des enjeux si les événements sont trop récents; quels concepts, quels enjeux? Précisez.
- d) d'une explication détaillée de la méthodologie : description de la technique, grilles d'analyse pour le thème 2, difficultés en vue;
- e) d'une bibliographie d'au moins 8 titres scientifiques par personne.

#### Critères de correction, conseils pour la réussite du cours, considérations pratiques :

- Critères de correction pour le travail de session : rigueur et profondeur (80%), structure (10%) et sens critique (10%). Jusqu'à 10% des points pourront être soustraits pour la qualité du français. En outre, jusqu'à 10% des points pourront être soustraits si la méthode de référencement n'est pas conforme aux normes universitaires : non seulement les citations, mais toutes les idées empruntées et rendues sous forme de paraphrases doivent être référencées. En cas de graves problèmes méthodologiques (fausses références, emprunts sans citations appropriées) jusqu'à 20% des points pourront être soustraits. Mettre des notes de bas de pages dans un document sans avoir consulté les ouvrages auxquels ces notes renvoient constitue un problème de référencement grave.
- Une partie du travail intellectuel demandé consiste à mémoriser de manière structurée du matériel essentiel en communication politique (comme des notions clés). Une attitude d'écoute active est recommandée; après la mémorisation à court terme, il y a une phase de consolidation, ce qui permet une compréhension en profondeur du matériel. En conséquence, assurez-vous de tout comprendre au fur et à mesure et d'accumuler votre savoir au lieu de le considérer de manière fragmentée. Pour comprendre et assimiler le matériel présenté en classe, il faut relire ses notes moins de 48 heures après chaque séance.
- Pour les tests et l'examen : compréhension de la matière (75%), capacité de synthèse (15%), structure (10%). Dix pourcent pourra être soustrait pour la qualité du français.
- Pour chaque heure de présence en classe, l'étudiant ou l'étudiante doit faire au minimum deux heures de travail personnel.
- L'usage du courriel doit être limité aux questions pratiques (ex. demande de rendez-vous).

GRILLE DE CONVERSION

NOTE	%
A+	90 – 100
A	85 – 89.9
A-	80 – 84.9
B+	76 – 79.9
B	73 – 75.9
B-	70 – 72.9
C+	66 – 69.9
C	63 – 65.9
C-	60 – 62.9
D+	55 – 59.9
D	50 – 54.9
E	49 et moins

Références

- Anderson, David M. et Michael Cornfield (2003). *The Civic Web. Online Politics and Democratic values*. Lanham : Bowman & Littlefield Publishers Inc.
- Bauerlein, Mark (sous la direction de) (2011). *The Digital Divide*. New York: Jeremy P. Tarcher/Penguin.
- Bernays, Edward L. (1928) (2007). *Propaganda*, Montréal : Lux.
- Bernier, Marc-François (2008). *Journalistes au pays de la convergence : sérénité, malaise et détresse dans la profession*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Blondiaux, Loïc (1998). *La fabrique de l'opinion. Histoire sociale des sondages*. Paris : Presses universitaires de France.
- Blondiaux, Loïc et Dominique Reynié (sous la direction de) (2001). *L'opinion publique. Perspectives anglo-saxonnes*, *Hermès*, no. 31.
- Braud, Philippe (2007). *Petit traité des émotions, sentiments et passions politiques*. Paris : Armand Colin.
- Breton, Philippe et Serge Proulx (2002). *L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle*. Montréal : Boréal.
- Canada (Comité permanent du patrimoine canadien et Clifford Lincoln) (2003) *Notre souveraineté nationale. Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*. Ottawa : Chambre des communes. En ligne.
- Canada (Comité sénatorial des transports et des communications, Lise Bacon et David Tkachuk) (2006). *Rapport final sur les médias canadiens d'information*. Ottawa : En ligne.
- Canada (Comité permanent du Patrimoine) (2008). *CBC/Radio-Canada : Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*. Ottawa. En ligne.
- Canada, Commission du droit du Canada (2006). *Au-delà des frontières : le droit à l'ère de la mondialisation*. Ottawa : Sa Majesté la Reine du Chef du Canada.
- Cantril, Hadley (1940, 2008). *The Invasion From Mars. A Study in the Psychology of Panic*. Princeton: Princeton University Press.

- Cardon, Dominique (2010). *La démocratie internet*. Paris : Seuil.
- Carr, Nicholas (2011). *The Shallows. What the Internet is Doing to our Brains*. New York: W.W. Norton and cie.
- Castells, Manuel (1998). *La société en réseaux*. Tomes I et II. Paris : Fayard.
- Castells, Manuel (2001). *La galaxie Internet*. Paris : Fayard.
- Castells, Manuel (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cayrol, Roland (2011). *Opinion, sondages et démocratie*, Paris: Presses de Sciences-Po.
- Compiègne, Isabelle (2011). *La société numérique en questions(s)*. Auxerre, Sciences humaines Éditions.
- Flichy, Patrice (2001). *L'imaginaire d'Internet*. Paris : La Découverte.
- Fox, Richard L. et Jennifer M. Ramos (sous la direction de) (2012). *iPolitics. Citizens, Elections, and Governing in the New Media Environment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Garnham, Nicholas (2000). « La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie : une critique » in *Réseaux*, no. 101, p. 53-89.
- Gingras, Anne-Marie (2014). *Genre et politique dans la presse en France et au Canada*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Gingras, Anne-Marie (sous la direction de ) (2003). *La communication politique. État des savoirs, enjeux et perspectives*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Gingras, Anne-Marie (2013). « La communication politique dans la démocratie parlementaire », in Pelletier, Réjean et Manon Tremblay, *Le parlementarisme canadien*. 5<sup>e</sup> édition. Québec : Presses de l'Université Laval, p. 301-328.
- Gingras, Anne-Marie (2012). « Enquête sur le rapport des journalistes à la démocratie : le rôle de médiateur en question ». *Revue canadienne de science politique*, vol.45, no. 3, p. 685-710.
- Gingras, Anne-Marie (2012). « Access to Information : an asset for democracy or ammunition for political conflict, or both? *Canadian Public Administration*, vol. 55, no.2: 221-246.
- Gingras, Anne-Marie (2014). *Genre et politique dans la presse en France et au Canada*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Gilin, Todd (2003). *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making and the Unmaking of the New Left*. Berkeley et Los Angeles: University of California Press.
- Grabe, Maria Elizabeth et Erik Page Bucy (2009). *Image Bite politics. News and the Visual Framing of Elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Graber, Doris A. *On Media. Making Sense of Politics*. Boulder: Paradigm.
- Habermas, Jürgen (1978). *L'espace public. Archéologique de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot.
- Hackett, Robert A. (1991). *News and Dissent. The Press and the Politics of Peace in Canada*, Norwood: Ablex Publishing.

- Hackett, Robert A. et Richard Gruneau (2000). *The Missing News. Filters and Blind Spots in Canada's Press*. Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives/Garamond Press.
- Haggerty, Kevin D. et Minas Samatas (sous la direction de) (2010). *Surveillance and Democracy*. New York: Routledge.
- Herman, Edward S. et Noam Chomsky (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Jauréguiberry, Francis et Serge Proulx (sous la direction de) (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Paris : Érès.
- Iyengar Shanto et Donald R. Kinder. *News That matters. Television and American Opinion*. Chicago et Londres: The University of Chicago Press.
- Kellner, Douglas (1990). *Television and the Crisis of Democracy*. Boulder: Westview Press.
- Kellner, Douglas (2005). *Media Spectacle and the Crisis of Democracy. Terrorism, War and Election Battles*. Boulder: Paradigm Publishers.
- Klapper, Joseph T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- Lehingue, Patrick (2007). *Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages*. Broissieux : Éditions du croquant.
- Lemieux, Vincent et Francois Pétry (2010). *Les sondages et la démocratie*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Maarek, Philippe J. (2013). *Campaign Communication & Political Marketing*. Chichester : Wiley-Blackwell.
- Marland, Alex, Thierry Giasson et Jennifer Lees-Marshment (sous la direction de ) (2012). *Political Marketing in Canada*. Vancouver : UBC Press.
- Mattelart, Armand (2001). *Histoire de la société de l'information*. Paris : La Découverte.
- Mattelart, Armand (2008). *La globalisation de la surveillance*. Paris : La Découverte.
- Mazzoleni, Gianpietro et al. (sous la direction de). *International Encyclopedia of Political Communication*. Wiley-Blackwell.
- May, Christopher (2002). *The Information Society. A Sceptical View*. Cambridge: Polity Press.
- McChesney, Robert W, Ellen Meiksins Wood et John Bellamy Foster (sous la direction de) (1998). *Capitalism and the Information Age. The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York : Monthly Review Press.
- Mercier, Arnaud (2008). *La communication politique*. Paris : Collection Les essentiels d'Hermès, CNRS Éditions.
- Morozov, Evgeny (2011). *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs.
- Norris, Pipa (2003). *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Neveu. Erik (2005). *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris: La Découverte.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2003). *Promise and Problems of E-Democracy. Challenges of Online Citizen Engagement*. Paris : OECD.

- Proulx, Serge, Françoise Massit-Folléa et Bernard Conein (sous la direction de) (2005). *Internet, une utopie limitée. Nouvelles régulations, nouvelles solidarités*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Raboy, Marc (1996). *Occasions ratées. Histoire de la politique canadienne de la radiodiffusion*. Boucherville : Liber et les Presses de l'Université Laval.
- Rodota, Stefano (1999). *La démocratie électronique. De nouveaux concepts et expériences politiques*. Rennes : Apogée.
- Romanow, Walter I. et al. (1999). *Television Advertising in Canadian Elections. The Attack Mode, 1993*. Waterloo: Wilfrid Laurier University Press.
- Rucht, Dieter. 2004. "The Quadruple A. Media Strategies of Protest movements since the 1960s" in Donk, W.B.H.J. (sous la direction de) *Cyberprotest, new media, citizens, and social movements*, Londres : Routledge.
- Sampert, Shannon et Linda Trimble (2010). *Mediating Canadian Politics*. Toronto: Pearson.
- Schafer, Valérie et Hervé Le Crosnier (2011). *La neutralité de l'internet. Un enjeu de communication*. Paris : Les essentiels d'Hermès, CNRS Éditions.
- Soderlund, Walter C. et Kai Hildebrandt (2005). *Canadian Newspapers Ownership in the Era of Convergence. Rediscovering Social Responsibility*. Edmonton: University of Alberta Press.
- Soderlund, Walter C. Colette Brin, Lydia Miljan et Kai Hildebrandt (2012). *Cross-Media Ownership and Democratic Practice in Canada*. Edmonton: The University of Alberta Press.
- Soroka, Stuart (2002). *Agenda-Setting Dynamics in Canada*. Vancouver: University of British Columbia Press.
- Taras, David (2015). *Digital Mosaic. Media, Power, and Identity in Canada*. Toronto: University of Toronto Press.
- Taras, David et Christopher Waddell (2012). *How Canadians Communicate IV. Media and Politics*. Edmonton : AU Press.
- Tilly, Charles et Sydney Tarrow (2008). *Politique(s) du conflit. De la grève à la révolution*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Vedel, Thierry (2007). *Comment devient-on président (e) de la République?*, Paris : Robert Laffont.
- Webster, Frank (1995). *Theories of the Information Society*. Londres: Routledge.
- Wilhelm, Anthony G. (2000). *Democracy in the Digital Age*. New York: Routledge.
- Winter, James (1997). *Democracy's Oxygen. How Corporations Control the News*. Montréal: Black Rose.
- Zittrain, Jonathan (2008). *The Future of the Internet and how to stop it*. New Haven: Yale University Press.
- Sites d'intérêt: [www.michaelgeist.ca](http://www.michaelgeist.ca); [www.politicsonline.com](http://www.politicsonline.com), [www.neutrality.ca](http://www.neutrality.ca) <http://www.aclu.org/national-security/surveillance>, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), <http://sergeproulx.uqam.ca>, <http://www.lecreis.org>, <http://ticetsociete.revues.org/>

## ÉVALUATION DES ENSEIGNEMENTS

Aux termes de l'article 1.6 de la Politique No. 23, les évaluations doivent se faire en ligne et en classe, sauf si les circonstances ne permettent pas une évaluation en ligne, auquel cas elles peuvent être faites sur papier. Étant donné que le processus doit se dérouler à la 12<sup>e</sup> ou à la 13<sup>e</sup> semaine de cours, ces évaluations se tiendront entre le 28 mars et le 10 avril 2016 pour ce trimestre-ci et devront prendre environ 30 minutes.

### Nouveauté à compter de l'hiver 2016

Les enseignantes et enseignants seront invités à choisir la plage horaire de 30 minutes (dans la 12<sup>e</sup> ou 13<sup>e</sup> semaine du trimestre) où ils réserveront du temps pour que les étudiantes et étudiants procèdent à l'évaluation. Pour tous les étudiants de ce groupe-cours, la période sera alors limitée à cette journée précise. Dans les autres cas, la période entière de deux semaines sera ouverte pour tous les étudiants du groupe-cours.

## POLITIQUE 16 SUR LE HARCÈLEMENT SEXUEL

Le harcèlement sexuel se définit comme étant un comportement à connotation sexuelle unilatéral et non désiré ayant pour effet de compromettre le droit à des conditions de travail et d'études justes et raisonnables ou le droit à la dignité.

La Politique 16 identifie les comportements suivants comme du harcèlement sexuel :

1. Manifestations persistantes ou abusives d'un intérêt sexuel non désirées.
2. Remarques, commentaires, allusions, plaisanteries ou insultes persistants à caractère sexuel portant atteinte à un environnement propice au travail ou à l'étude.
3. Avances verbales ou propositions insistantes à caractère sexuel non désirées.
4. Avances physiques, attouchements, frôlements, pincements, baisers non désirés.
5. Promesses de récompense ou menaces de représailles, implicites ou explicites, représailles liées à l'acceptation ou au refus d'une demande d'ordre sexuel.
6. Actes de voyeurisme ou d'exhibitionnisme.
7. Manifestations de violence physique à caractère sexuel ou imposition d'une intimité sexuelle non voulue.
8. Toute autre manifestation à caractère sexuel offensante ou non désirée.

Pour plus d'information :

[http://www.instances.uqam.ca/ReglementsPolitiquesDocuments/Documents/Politique\\_no\\_16.pdf](http://www.instances.uqam.ca/ReglementsPolitiquesDocuments/Documents/Politique_no_16.pdf)

Pour rencontrer une personne ou faire un signalement :

Bureau d'intervention et de prévention en matière de harcèlement :

514-987-3000, poste 0886

<http://www.harcelement.uqam.ca>

## CENTRE DE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL (CDP)

Le CDP est le lieu de rencontre entre le milieu professionnel et l'université. Il a pour mandat d'accompagner les étudiant.e.s dans leur cheminement de carrière.

Par le développement de contacts avec des employeurs, l'établissement de lien avec les milieux de travail et le réseautage avec les diplômé.e.s, le CDP vise à promouvoir la qualité et l'engagement des étudiantes et des étudiants de la Faculté de science politique et de droit de l'UQAM.

**Pour les étudiant.e.s** de la Faculté de science politique et de droit, le CDP...

- ...Met à leur disposition les outils et le soutien nécessaires à la recherche de stages ou d'emploi professionnels;
- ...Offre la formation et l'information pertinentes à une insertion efficace sur le marché du travail;
- ...Organise diverses activités permettant de réaliser toutes les possibilités de carrières qui s'offrent à elles et eux;
- ...Met sur pieds plusieurs occasions de rencontre et de réseautage avec des employeurs potentiels et des diplômé.e.s de la FSPD.

**Passez-nous voir au : W-2520!**

Suivez notre calendrier d'activités à l'adresse suivante : <https://cdp-fspd.uqam.ca/>

Écrivez-nous au [politique.cdp.fspd@uqam.ca](mailto:politique.cdp.fspd@uqam.ca)

**Aimez notre page Facebook : Centre de développement professionnel - FSPD UQAM**

## LE CENTRE PAULO FREIRE

Le Centre Paulo Freire, qui est animé par des étudiantes et étudiants de deuxième et troisième cycles, est ouvert 5 jours par semaine, au local A-3645. Le Centre offre un service d'appui académique aux étudiantes et étudiants inscrits dans les programmes de science politique. Pour connaître les heures d'ouverture : 514 987-3000, poste 2544.

## PLAGIAT

*Règlement no. 18 sur les infractions de nature académique*

Tout acte de plagiat, fraude, copiage, tricherie ou falsification de document commis par une étudiante, un étudiant, de même que toute participation à ces actes ou tentative de les commettre, à l'occasion d'un examen ou d'un travail faisant l'objet d'une évaluation ou dans toute autre circonstance, constituent une infraction au sens de ce règlement.

La liste non limitative des infractions est définie comme suit :

- la substitution de personnes ;
- l'utilisation totale ou partielle du texte d'autrui en le faisant passer pour sien ou sans indication de référence ;
- la transmission d'un travail pour fins d'évaluation alors qu'il constitue essentiellement un travail qui a déjà été transmis pour fins d'évaluation académique à l'Université ou dans une autre institution d'enseignement, sauf avec l'accord préalable de l'enseignante, l'enseignant ;
- l'obtention par vol, manœuvre ou corruption de questions ou de réponses d'examen ou de tout autre document ou matériel non autorisés, ou encore d'une évaluation non méritée ;
- la possession ou l'utilisation, avant ou pendant un examen, de tout document non autorisé ;
- l'utilisation pendant un examen de la copie d'examen d'une autre personne ;
- l'obtention de toute aide non autorisée, qu'elle soit collective ou individuelle ;
- la falsification d'un document, notamment d'un document transmis par l'Université ou d'un document de l'Université transmis ou non à une tierce personne, quelles que soient les circonstances ;
- la falsification de données de recherche dans un travail, notamment une thèse, un mémoire, un mémoire-crédation, un rapport de stage ou un rapport de recherche.

Les sanctions reliées à ces infractions sont précisées à l'article 3 du Règlement no. 18.

Pour plus d'information sur les infractions académiques et comment les prévenir : [www.integrite.uqam.ca](http://www.integrite.uqam.ca)

## ENTENTE D'ÉVALUATION

### 6.4 Modalités d'application de l'évaluation et de la notation

- a) Si un examen fait partie des modalités d'évaluation, il ne peut intervenir dans le résultat global pour plus de cinquante pour cent (50%). Les autres éléments d'évaluation ne sont pas assujettis à cette disposition ;
- b) si l'évaluation porte sur un unique travail de trimestre, la production de ce travail doit donner lieu à plus d'une évaluation et à l'attribution d'une notation d'étape ;
- c) au fur et à mesure que sont effectuées les évaluations et notations d'étape, l'étudiante, l'étudiant doit en être informé.

### 6.9.2 Objet de l'entente d'évaluation

Compte tenu de ces informations, une entente doit intervenir entre la professeure, le professeur, la chargée de cours, le chargé de cours, la, le maître de langues responsable du groupe-cours et les étudiantes, étudiants inscrits à ce groupe-cours sur les aspects particuliers suivants :

- a) le nombre et les échéances des évaluations;
- b) la pondération respective des contenus ou objets d'évaluation dans l'évaluation globale.

Cette entente doit respecter les modalités et échéances déjà établies, lorsque s'effectue une évaluation commune à plusieurs groupes d'un même cours.

### 6.9.3 Procédure

Cette entente doit être consignée et doit intervenir dans les deux semaines qui suivent le début officiel des cours (ou dans un laps de temps proportionnel s'il s'agit d'un cours à horaire spécial). L'entente à laquelle souscrivent la professeure, le professeur, la chargée de cours, le chargé de cours, la, le maître de langues et la majorité des étudiantes, étudiants présents doit être signée par la professeure, le professeur, la chargée de cours, le chargé de cours, la, le maître de langues et par deux étudiantes, étudiants du groupe-cours qui agissent alors à titre de témoins.