

**POL142 - POLITIQUE ET MÉDIAS (3 crédits)****Automne 2023****Enseignant : Tristan Rivard, M. A.**

Horaire : Jeudi de 8h50 à 11h40

Local A6-3005

Disponibilité : sur rendez-vous au A4-251 ou via [Teams](#)✉ [Tristan.Rivard@USherbrooke.ca](mailto:Tristan.Rivard@USherbrooke.ca)**PLAN DE COURS**

« Avis. Tout le matériel didactique fourni dans le cadre du cours est protégé par droits d'auteur. Toute distribution, communication, publication ou diffusion, sans le consentement préalable de la personne titulaire des droits d'auteur, à des tiers ne faisant pas partie du cours est prohibée, sous peine de sanction disciplinaire (Règlement des études [Règlement 2575-009] articles 9.4.2 al. 1 et 9.5.7) ».

**CIBLE DE FORMATION**

Comprendre le rôle démocratique des médias et l'influence qu'ils exercent sur la définition des enjeux politiques.

**CONTENU DU COURS**

Présentation des principales théories en communication politique; rôle des médias dans la définition des enjeux politiques en général et dans les campagnes électorales en particulier; initiation à différentes méthodes d'analyse de contenu; études de cas de réalité politique médiatisée.

**CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES**

Les médias sont au cœur du système démocratique, agissant comme intermédiaires entre le monde politique et les citoyens. Pour certains analystes, ils constituent un véritable pouvoir qui contribue à structurer la réalité politique. Pour d'autres, ils sont un instrument politique qui n'a plus rien à voir avec l'idéal d'espace public. C'est donc la nature complexe des liens entre politique et médias que nous étudierons dans ce cours. Ainsi, tout au long du semestre, l'étudiante et l'étudiant devra se familiariser avec les différentes théories en communication politique, en s'attardant aux dimensions politiques, économiques et sociales du rôle et de l'influence des médias sur la vie démocratique. De plus, l'étudiante et l'étudiant sera initié-e à différentes méthodes d'analyse de contenu. De sorte qu'au terme de ce cours, l'étudiante et l'étudiant aura non seulement approfondi ses connaissances de la dynamique politique/médias, mais sera également en mesure d'analyser les productions médiatiques, et ainsi, sera mieux outillé-e pour devenir un observateur critique de la communication politique.

**DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE**

Chaque semaine sera consacrée à un thème distinct. À moins d'indications contraires (il faut consulter régulièrement sa messagerie USherbrooke), toutes les séances seront en présentiel : il s'agira d'un enseignement magistral qui sera ponctué d'échanges avec les étudiantes et les étudiants et de matériel audio-visuel en lien avec les lectures obligatoires. Le début du semestre sera ainsi consacré à l'étude des principaux concepts de la communication politique et le premier examen cherchera à évaluer l'acquisition de ces connaissances. Nous approfondirons ensuite les interrelations entre politique et médias et c'est leur compréhension qui sera évaluée lors du deuxième examen. Par la suite, les étudiantes et étudiants mettront en pratique leurs acquis en réalisant une analyse du discours politico-médiatique dans un travail de session accompagné d'une présentation orale.

## MODES D'ÉVALUATION ET ÉCHÉANCE

L'évaluation comportera trois volets. En premier lieu, il y aura un examen de connaissances qui portera sur les concepts vus en classe et les lectures obligatoires, qui aura lieu le 26 octobre et qui comptera pour 25 points. Deuxièmement, tout au long de la session, vous devrez développer un travail de recherche en équipe valant 30 points et qui devra être rendu au dernier cours de la session, soit le 21 décembre. Il s'agira d'analyser le traitement médiatique d'un sujet d'actualité et le sujet choisi devra préalablement être approuvé par l'enseignant. Il devra être effectué en équipe de 4 à 5 personnes. Il donnera lieu à des présentations orales valant pour 15 points et ayant lieu avant la remise, soit les séances du 7 et 14 décembre, qui permettront aux équipes de recueillir des commentaires et des impressions sur leur travail pour le réviser avant de le remettre. Enfin, la dernière évaluation est un examen de compréhension à développement qui portera sur l'ensemble de la matière du cours et comptera pour 30 points. Les critères précis de chacune de ces évaluations seront disponibles sur *Moodle* et expliqués en classe.

Outil d'évaluation	Pondération	Échéance
Examen (connaissances)	30 %	19 octobre
Présentations orales	10%	7 et 14 décembre
Examen (compréhension)	30 %	21 décembre
Travail de recherche	30 %	21 décembre

## LECTURES OBLIGATOIRES

Toutes les lectures obligatoires seront disponibles sur le site du cours dans [Moodle](#).

## DÉROULEMENT DU COURS

DATE	THÈME	LECTURES / ÉVALUATIONS
<b>BLOC I : Théories et concepts du champ de la communication politique</b>		
1 <sup>ère</sup> séance 7 septembre	<p><b>« Politique » et « médias » : une relation complexe</b></p> <p><i>Le pouvoir médiatique et la médiatisation du pouvoir ; les écoles théoriques en communication politique</i></p>	Gingras, Anne-Marie, « Les théories en communication politique », dans <i>La communication politique : État des savoirs, enjeux et perspectives</i> , Presses de l'Université du Québec, 2003, 11-66.
2 <sup>e</sup> séance 14 septembre	<p><b>La construction de la réalité politique</b></p> <p><i>Les campagnes électorales, la couverture des enjeux</i></p>	Gerstlé, Jacques, « La communication, l'information et l'élection », dans <i>La communication politique</i> , Éditions Dalloz-Armand Colin, 2004, pp. 131-173.  Nadeau, Richard et Frédérick Bastien, « La communication électorale », dans Anne-Marie Gingras (dir.), <i>La communication politique : État des savoirs, enjeux et perspectives</i> , Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2003, pp. 159-188.

DATE	THÈME	LECTURES / ÉVALUATIONS
3 <sup>e</sup> séance 21 septembre	<b>L'image de la politique</b> <i>Le marketing politique, les relations publiques</i>	Maarek, Philippe J. « Le marketing politique d'un côté à l'autre de l'Atlantique », dans <i>Communication et marketing de l'homme politique</i> , Litec, 2007, pp. 9-44. Poulette, Jessie, « Le marketing politique et la dénaturation du politique », <i>Nouveaux Cahiers du socialisme</i> , no.17, 2017, pp. 125-133.
4 <sup>e</sup> séance 28 septembre	<b>L'effet médiatique</b> Les théories quant au pouvoir et à l'influence des médias	Breton, Philippe et Serge Proulx, « Enquêtes empiriques sur le pouvoir des médias », dans <i>L'Explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle</i> , Éditions du Boréal, 2002, 143-166. Côté, Catherine, « L'espace public: les médias et l'ordre du jour politique », dans Stéphane Paquin, Luc Bernier et Guy Lachapelle (dir.), <i>L'analyse des politiques publiques</i> , Les Presses de l'Université de Montréal, 2010, 103-123.
<b>BLOC II : Acteurs médiatiques et messages politiques</b>		
5 <sup>e</sup> séance 5 octobre	<b>Le rôle des journalistes</b> <i>Les contraintes structurelles, l'éthique et le rôle social</i>	Aldrin, Philippe et Nicolas Hubé, « Les mutations de l'espace public et l'irrésistible médiatisation du politique », dans <i>Introduction à la communication politique</i> , De Boeck International, 2017, p. 71-92. McChesney, Robert W., « Introduction » et « Le problème du journalisme », dans Noam Chomsky et Robert W. McChesney (dir.), <i>Propagande, médias et démocratie</i> , Éditions Écosociété, 2000, 81-100.
6 <sup>e</sup> séance 12 octobre	<b>La propagande et la manipulation</b> <i>La propagande en temps de guerre et le contrôle de l'information</i>	Chaliand, Gérard, « La persuasion de masse, ses origines contemporaines », dans Gérard Chaliand (dir.), <i>La persuasion de masse : guerre psychologique, guerre médiatique</i> , Éditions Robert Laffont, 1992, pp. 9-23. Rivard, Tristan et Karine Prémont, « Chomsky et l'analyse des médias à la lumière de l'économie politique libérale », dans N. Baillargeon, <i>Hommage à Noam Chomsky – Penseur aux empreintes multiples</i> , Éditions Québec Amérique, 2018, pp. 46-62.
7 <sup>e</sup> séance 19 octobre		<b>Examen intra (30 %)</b>
26 octobre		<i>Semaine de relâche</i>

DATE	THÈME	LECTURES / ÉVALUATIONS
<p><b>8<sup>e</sup> séance</b> 2 novembre</p>	<p><b>L'incubation culturelle</b> L'influence identitaire, l'empire hollywoodien, la société de consommation</p>	<p>Postman, Neil, « Introduction », « Le média est la métaphore » et « Vendre le Président », dans <i>Se distraire à en mourir</i>, Flammarion, 1986, p. 7-27 et 168-189.</p> <p>Scaldis, Julien, « Les sciences humaines au service de la publicité », dans <i>Offensive, Divertir pour dominer – la culture de masse contre les peuples</i>, Éditions l'Échappée, 2010, pp. 79-93, 101-131.</p>
<b>BLOC III : Internet et les nouvelles configurations de l'économie politique médiatique</b>		
<p><b>9<sup>e</sup> séance</b> 9 novembre</p>	<p><b>Cyberespace et pouvoir</b> <i>L'attention et les données comme ressources stratégiques</i></p>	<p>Huyghe, François-Bernard, « Cyberespace », <i>Inflexions</i>, 2020, vol.1, n° 43, p. 89-98.</p> <p>Rivard, Tristan, « Cybersocialité et économie politique des données personnelles : Un survol des usages populaires, commerciaux et sécuritaires de la surveillance des données », dans H. Loiseau et E. Waldispuehl, <i>Cyberespace et science politique : De la méthode au terrain, du virtuel au réel</i>, Presses de l'Université du Québec, 2017, pp. 227-254.</p>
<p><b>10<sup>e</sup> séance</b> 16 novembre</p>	<p><b>Stratégies communicationnelles et dynamiques numériques</b> <i>Campagnes ciblées, marketing, mobilisation, chambres d'écho, polarisation</i></p>	<p>Bastien, Frédérick, « Les médias sociaux transforment-ils le monde politique? », dans <i>La politique en questions, volume 2</i>, Presses de l'Université de Montréal, 2018, 243-251.</p> <p>Bille, Jacques, « Marketing politique et big data », <i>Commentaire</i>, 2015, vol. 2, no 150, pp. 307-314.</p>
<p><b>11<sup>e</sup> séance</b> 23 novembre</p>	<p><b>Incidences politiques de la désinformation dans la société de l'information</b> <i>Les théories du complot, entre idéologie et mythologie médiatico-politiques</i></p>	<p>Zawadzki, Paul, « Historiciser l'imaginaire du complot », dans E. Danblon et L. Nicolas, <i>Les rhétoriques de la conspiration</i>, CNRS Éditions, 2010, pp. 43-56.</p> <p>Thibault, Simon et Pierre Trudel, « Les fausses nouvelles : nouveaux visages et nouveaux défis », dans F. Sauvageau, S. Thibault et P. Trudel, <i>Les fausses nouvelles, nouveaux visages, nouveaux défis</i>. Presses de l'Université Laval, 2018, pp. 245-252.</p>
<p><b>12<sup>e</sup> séance</b> 30 novembre</p>	<p><b>L'influence structurelle du médium: introduction à l'écologie médiatique</b> <i>Oralité, alphabet, imprimerie et numérique</i></p>	<p>McLuhan, Marshall, ch. « Introduction », « The Spoken Word : Flower of Evil ? », « The Written Word : An Eye for an Ear », dans <i>Understanding Media : The Extensions of Man</i>, MIT Press, 1994 (1964), pp. 3-6, 77-88.</p> <p>Logan, Robert, « Introduction », « A Comparison of Eastern and Western Writing Systems and Their Impact on Cultural Patterns », dans <i>The Alphabet Effect</i>, St. Martin's Press, 1986, pp. 17-25, 46-58.</p> <p>McLuhan, Marshall et Quentin Fiore, <i>The Medium is the Massage</i>, Gingko Press, 1996 (1967), sélection de pages.</p>

DATE	THÈME	LECTURES / ÉVALUATIONS
<b>13<sup>e</sup> séance</b> 7 décembre		<i>Présentations orales (10 %)</i>
<b>14<sup>e</sup> séance</b> 14 décembre		<i>Présentations orales (10 %)</i>
<b>15<sup>e</sup> séance</b> 21 décembre		<i>Remise du Travail de session (30 %) Examen à long développement (30 %)</i>

Dates importantes	Contenu
15 septembre 2023 (les activités retirées ne seront pas facturées)	Date limite des choix ou des modifications d'activités pédagogiques
Retrait ou abandon d'un cours sur Genote	<a href="https://www.usherbrooke.ca/services-informatiques/repertoire/apprentissage/genote/">https://www.usherbrooke.ca/services-informatiques/repertoire/apprentissage/genote/</a>
15 novembre 2023 (les activités abandonnées sont facturées)	Date limite d'abandon des activités pédagogiques
Semaine de relâche	Du 23 au 27 octobre 2023
Journée réservée aux activités étudiantes (campus principal seulement)	31 août (8h30 à 22h)
Suspension des activités pédagogiques de 1 <sup>er</sup> cycle : assemblées générales de l'AGEFLESH	19 sept., de 11 h 50 à 15 h 50 15 nov., de 11 h 50 à 15 h 50
Congés universitaires	Fête du Travail : 4 sept. Journée nat. vérité et réconciliation : 29 sept. Action de grâces : 9 oct.
Période d'examens	Du 11 au 22 décembre 2023 (le plan de cours peut prévoir la poursuite des activités pendant cette période)

### QUALITÉ DU FRANÇAIS

Pour les examens en classe, même s'il n'y a aucune pénalité pour la qualité du français, il faut cependant y faire attention afin de faciliter la compréhension et la clarté du propos. Pour les examens maison, les exposés oraux et les travaux, la pénalité s'applique jusqu'à -15 % de la note du travail.

### RETARD ET ABSENCE À UN ÉVÉNEMENT D'ÉVALUATION DES APPRENTISSAGES

Tout retard non justifié sera pénalisé de -5 % par jour de retard (incluant les samedis et dimanches) par évaluation. Des problèmes de santé, le décès d'un proche et des motifs parentaux sont les seules justifications acceptables pour le retard ou l'absence à un événement d'évaluation des apprentissages. Une attestation officielle sera exigée.

### GUIDE DU TRAVAIL ÉCRIT

Les travaux devront respecter le [guide de présentation des travaux du département](#)

**REMISE**

Attention – remise des travaux : Les étudiantes et étudiants doivent remettre leurs travaux sur la page Moodle du cours, aux espaces prévus à cet effet.

**PLAGIAT ET INTÉGRITÉ INTELLECTUELLE**

Vous trouverez ci-après un document informatif préparé par le groupe de travail sur l'intégrité académique de

l'Université de Sherbrooke à l'attention des étudiantes et des étudiants. Nous vous invitons à le lire et à prendre connaissance du *Règlement des études*, plus particulièrement la section 9 portant sur les règles relatives à la discipline, que vous trouverez sur le site Internet du bureau du registraire :

<https://www.usherbrooke.ca/registraire/droits-et-responsabilites/reglement-des-etudes/>.

Vous êtes également invités à visiter la page Internet portant sur l'Intégrité intellectuelle : [Intégrité intellectuelle – Étudiants - Université de Sherbrooke \(usherbrooke.ca\)](https://www.usherbrooke.ca/Integrite-intellectuelle-Etudiants-Universite-de-Sherbrooke) et à participer au Quiz antiplagiat : [Anti-plagiat - Service de soutien à la formation - Université de Sherbrooke \(usherbrooke.ca\)](https://www.usherbrooke.ca/Antiplagiat-Service-de-soutien-a-la-formation-Universite-de-Sherbrooke).

Dans tous les cas de plagiat ou de toute autre manœuvre visant à tromper, une plainte sera déposée auprès de la personne responsable des dossiers disciplinaires de la Faculté et traitée selon la procédure prévue au *Règlement des études*. Toute personne reconnue avoir commis un délit se verra imposer une sanction disciplinaire. [Visionner la vidéo « Copier/coller/citer »](#)

**BIBLIOGRAPHIE**

Balle, Francis, *Les médias*, Flammarion, 2000.

Bennett, W. Lance, *News: The Politics of Illusion*, 9<sup>e</sup> édition, Longman, 2012.

Bernier, Marc-François (dir.), *Le cinquième pouvoir. La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics*, Presses de l'Université Laval, 2016.

Boulanger, Philippe (dir.), *Géopolitique des médias. Acteurs, rivalités et conflits*, Armand Colin, 2014.

Boulay, Sophie, *Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public : Astroturfing, communication et démocratie*, Presses de l'Université du Québec, 2015.

Breton, Philippe et Serge Proulx, *L'Explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle*, Boréal, 2002.

Cabin, Philippe (dir.), *La communication : État des savoirs*, Éditions Sciences humaines, 1998.

Cappella, Joseph N. et Kathleen H. Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, Oxford University Press, 1997.

Chaliand, Gérard (dir.), *La persuasion de masse : guerre psychologique, guerre médiatique*, Robert Laffont, 1992.

Charon, Jean-Marie., *Les journalistes et leur public : le grand malentendu*, Vuibert, 2007.

Chomsky, Noam, *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. Seven Stories Press, 1997.

Cook, Timothy E., *Governing with the News: The News As a Political Institution*, University of Chicago Press, 1998.

Cotteret, Jean-Marie, *Gouverner, c'est paraître*, 2<sup>e</sup> éd., Presses universitaires de France, 2002.

Derville, Gregory, *Le pouvoir des médias : mythes et réalités*, Presses universitaires de Grenoble, 1997.

Ellul, Jacques, *Propagandes*, Economica, 1990.

Graber, Doris A. (dir.), *Media Power in Politics*, 6<sup>e</sup> édition, CQ Press, 2011.

Gélard, Jean-Pierre (dir.), *Médias, mensonges et démocratie*, Presses universitaires de Rennes, 2005.

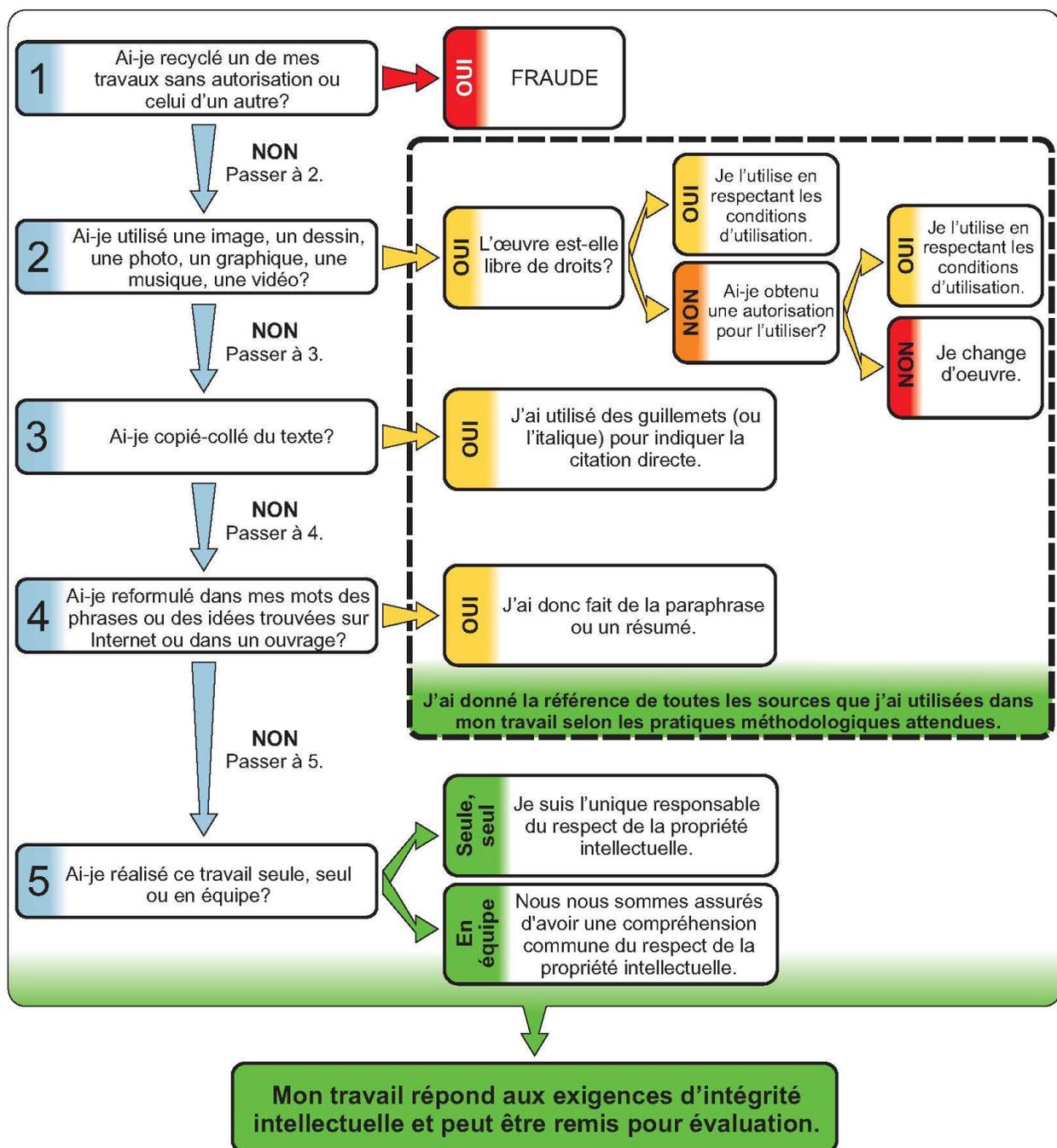
George, Éric (dir.), *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques 2 : Numérique, Information et Recherche*, ISTE éditions, 2019.

- Gerstlé, Jacques, *La communication politique*, Éditions Dalloz-Armand Colin, 2004.
- Gingras, Anne-Marie, *Médias et démocratie : Le grand malentendu*, 3<sup>e</sup> édition, Presses de l'Université du Québec, 2009.
- Gunther, Albert C. et Anthony Mughan, dir. *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*. Cambridge University Press, 2000.
- Habermas, Jürgen, *L'espace public: Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Payot, 1978.
- Jaureguiberry, Francis et Serge Proulx, *Usages et enjeux des technologies de communication*, Éditions Érès, 2011.
- Kelley, Stanley Jr. *Professional Public Relations and Political Power*. The John Hopkins Press, 1997.
- Maarek, Philippe J., *Communication et marketing de l'homme politique*, 3<sup>e</sup> édition, Édition Lexis-Nexis Litec, 2007.
- Mansell, Robin et Marc Raboy, dir., *The Handbook of Global Media and Communication Policy*, Wiley-Blackwell, 2011.
- McLuhan, Marshall, *Pour comprendre les médias : les prolongements technologiques de l'homme*, Bibliothèque québécoise, 2001.
- Manga, Xavier, *La communication de crise à l'ère des médias socionumériques*, Presses de l'Université du Québec, 2018.
- Marland, Alex, Thierry Giasson et Tamara A. Small, *Political Communication in Canada : Meet the Press and Tweet the Rest*, UBC Press, 2014.
- Monière, Denis et Florian Sauvageau (dir.), *La télévision de Radio-Canada et l'évolution de la conscience politique au Québec*, Presses de l'Université Laval, 2012.
- Noëlle-Neumann, Elisabeth. *The Spiral of Silence*. University of Chicago Press, 1980.
- Norris, Pippa, John Curtice, David Sanders, Margaret Scammell et Holli A. Semetko, *On Message: Communicating the Campaign*, Sage Publications, 1999.
- Pilon, Alain et Martine Paquette, *Sociologie des médias du Québec : De la presse écrite à Internet*, 2<sup>e</sup> édition, Fides Éducation, 2014.
- Popper, Karl et John Condry, *La télévision : un danger pour la démocratie*, Anatolia Éditions, 1994.
- Ramonet, Ignacio, *La Tyrannie de la communication*, Galilée, 1999.
- Rosenblum, Mort, *Who stole the news?* John Wiley & Sons Inc., 1993.
- Sabato, Larry J., *Feeding Frenzy: How Attack Journalism Has Transformed American Politic*, The Free Press, 1991.
- Semetko, Holli A. et Margaret Scammell, *The SAGE Handbook of Political Communication*, Sage Publications, 2012.
- Scheuer, Jeffrey, *The Sound Bite Society: Television and the American Mind*. Four Walls Eight Windows, 1999.
- Trent, Judith S. et Robert V. Friedenberg, *Political Campaign Communication: Principles and Practices*, 4<sup>e</sup> édition, Praeger, 2000.
- Tuchman, Gaye, *Making News: A Study in the construction of Reality*, Free Press, 1978.
- Wolton, Dominique, *Penser la communication*, Flammarion, 1997.
- Zaller, John, *A Theory of Media Politics. How the Interest of Politicians, Journalists, and Citizens Shape the News*, The University of Chicago Press, 2000.

## Mon travail est-il prêt à être remis?

5 questions essentielles pour m'assurer du respect de l'intégrité intellectuelle de mon travail\*

\* Adaptation par Karine Lemieux (Faculté des sciences) et Sonia Morin (Service de soutien à la formation) d'un outil développé par le Service de développement pédagogique, des programmes et de la recherche du Cégep Marie-Victorin, 2017.





## L'intégrité intellectuelle passe, notamment, par la reconnaissance des sources utilisées. À l'Université de Sherbrooke, on y veille!

### Extrait du Règlement des études (Règlement 2575-009)

#### 9.4.1 DÉLITS RELATIFS AUX ÉTUDES

Un délit relatif aux études désigne tout acte trompeur ou toute tentative de commettre un tel acte, quant au rendement scolaire ou à une exigence relative à une activité pédagogique, à un programme d'études, à un parcours libre au sens de l'article 1.1 – Définitions du présent règlement ou à un milieu dans lequel une personne intervient dans le cadre de ses études, incluant un milieu de stage.

Sont notamment considérés comme un délit relatif aux études les faits suivants :

- a) commettre un plagiat, soit faire passer ou tenter de faire passer pour sien, dans une production évaluée, le travail d'une autre personne ou des passages ou idées tirés de l'œuvre d'autrui (ce qui inclut notamment le fait de ne pas indiquer la source d'une production, d'un passage ou d'une idée tirée de l'œuvre d'autrui);
  - b) commettre un autoplagiat, soit soumettre, sans autorisation préalable, une même production, en tout ou en partie, à plus d'une activité pédagogique ou dans une même activité pédagogique (notamment en cas de reprise);
  - c) usurper l'identité d'une autre personne ou procéder à une substitution de personne lors d'une production évaluée ou de toute autre prestation obligatoire;
  - d) fournir ou obtenir toute aide non autorisée, qu'elle soit collective ou individuelle, pour une production faisant l'objet d'une évaluation;
  - e) obtenir par vol ou toute autre manœuvre frauduleuse, posséder ou utiliser du matériel de toute forme (incluant le numérique) non autorisé avant ou pendant une production faisant l'objet d'une évaluation;
  - f) copier, contrefaire ou falsifier un document pour l'évaluation d'une activité pédagogique;
- [...]

#### Par plagiat, on entend notamment :

- Copier intégralement une phrase ou un passage d'un livre, d'un article de journal ou de revue, d'une page Web ou de tout autre document en omettant d'en mentionner la source ou de le mettre entre guillemets;
- reproduire des présentations, des dessins, des photographies, des graphiques, des données... sans en préciser la provenance et, dans certains cas, sans en avoir obtenu la permission de reproduire;
- utiliser, en tout ou en partie, du matériel sonore, graphique ou visuel, des pages Internet, du code de programme informatique ou des éléments de logiciel, des données ou résultats d'expérimentation ou toute autre information en provenance d'autrui en le faisant passer pour sien ou sans en citer les sources;
- résumer ou paraphraser l'idée d'un auteur sans en indiquer la source;
- traduire en partie ou en totalité un texte en omettant d'en mentionner la source ou de le mettre entre guillemets ;
- utiliser le travail d'un autre et le présenter comme sien (et ce, même si cette personne a donné son accord);
- acheter un travail sur le Web ou ailleurs et le faire passer pour sien;
- utiliser sans autorisation le même travail pour deux activités différentes (autoplagiat).

## Autrement dit : mentionnez vos sources