

**Title of Paper for ANSERJ / Titre de l'article pour ANSERJ**

(no author identification)

**Abstract / Résumé**

Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du  
texte. [not to exceed 150 words / ne dépassant pas 150 mots] Text content / Contenu du texte.  
Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte.

---

**Title of Paper / Titre de l'article**

Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du  
texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu  
du texte. (Erickson, Jones and Lapointe, 2007). (Brouard et Elson, 2009).

**First level heading / Titre de premier niveau**

Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du  
texte. Text content / Contenu du texte (Erickson et al, 2007, p. 34).

Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du  
texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu  
du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte.

Second level heading / Titre de deuxième niveau

Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du  
texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu  
du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte.

*Third level heading / Titre de troisième niveau*

Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du  
texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu du texte. Text content / Contenu  
du texte. « ... Text content / Contenu du texte. » (Smith, 1987, p. 42).

## **References / Bibliographie**

- Aronczyk, M. (2009). How to do things with brands: Uses of national identity. *Canadian Journal of Communication*, 34(2), 291-296.
- Garnham, N. (2004). The information society theory as ideology. In F. Webster (Ed.), *The Information Society Reader* (pp. 165-183). London, UK: Routledge.
- Gurstein, M. (2000). Effective use: A community informatics strategy beyond the digital divide. *First Monday*, 8(12). URL: [http://www.firstmonday.dk/issues/issue8\\_12/gurstein/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue8_12/gurstein/index.html) [March 4, 2005].
- Klein, N. (2000). *No logo: Taking aim at the brand bullies*. New York, NY: Picador.
- Royal Commission on newspapers. (1981). *Report*. Ottawa: Minister of Supply and Services Canada.