

Séminaire mémoire

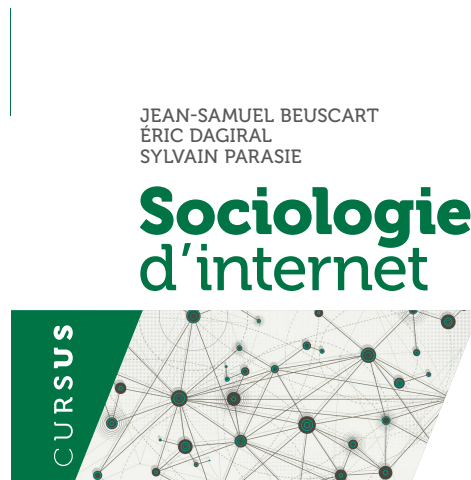
- Année 2017-2018 -

Sylvain Parasio (sylvain.parasio@univ-paris-est.fr)

Kevin Mellet (kevinmellet@gmail.com)

Dates	Evénements	Réalisations
18 octobre 2017 (9h30-12h)	Séance n°1	Sujets et méthodes d'enquêtes
6 novembre 2017	Limite d'envoi de votre sujet de mémoire (à Sylvain, Kevin et Julia)	
13 novembre 2017	Attribution des tuteurs, groupes et tuteurs étudiants	
8 décembre 2017 (9h30-12h)	Séance n°2	Atelier fiche d'enquête
15 janvier 2018 (9h30-12h)	Séance n°3	Atelier méthodes d'enquête
15-19 janvier 2017	Semaine mémoire	Faire un 1 ^{er} entretien (ou une observation)
19 février 2018 (9h30-12h)	Séance n°4	Atelier analyse des matériaux
19-23 février 2018	Semaine mémoire	Terrain et rédaction
16 mars 2018	Limite d'envoi de votre document de mini-soutenance (papier & PDF / à Sylvain, Kevin, Julia et à votre tuteur)	
22-23 mars 2018	Mini-soutenances	Bilan de l'avancement
7 mai 2018 (9h30-12h)	Séance n°5	Atelier plan
7-11 mai 2018	Semaine mémoire	Rédaction
15 juin 2018	Limite d'envoi de votre mémoire (papier & PDF / à Sylvain, Kevin, Julia et à votre tuteur)	
28-29 juin 2018	Soutenances	Discussion et évaluation du mémoire

Pour vous accompagner dans la préparation de votre mémoire :



Sommaire :

Introduction
Chapitre 1 - Une histoire d'internet
Chapitre 2 – Interagir et se présenter en ligne
Chapitre 3 – Sociabilité et réseaux sociaux
Chapitre 4 – Quel renouveau démocratique ?
Chapitre 5 – Journalisme en ligne
Chapitre 6 – Les relations marchandes en ligne
Chapitre 7 – Une nouvelle économie ?
Conclusion

Liste des encadrés méthodologiques :

1. Les bases d'articles de presse pour le sociologue
2. L'archivage du web
3. Observer des pratiques en ligne
4. L'entretien à distance et le questionnaire en ligne
5. Décrire et analyser un « profil » de site de réseau social
6. Cartographies et analyses de réseaux
7. Analyser une discussion en ligne
8. Cartographier l'opinion en ligne
9. Faire l'ethnographie d'une rédaction en ligne
10. Enquêter sur les métriques du web
11. Étudier des données de participation en ligne
12. L'analyse (textuelle) des pratiques d'évaluation des consommateurs
13. L'analyse des plateformes d'intermédiation
14. Le point sur les questions d'éthique et de confidentialité dans le cadre des enquêtes en ligne

La préparation du mémoire occupera une place importante durant votre année de master. Correspondant à 20 ECTS sur les 60 ECTS du master 2, la note du mémoire ne peut être compensée avec aucune autre matière. De ce fait, il vous faut obtenir une note supérieure ou égale à 10 pour obtenir votre diplôme.

Voici quelques conseils pour réussir au mieux cette épreuve, et même y prendre du plaisir.

1) Comment choisir votre sujet ?

Le mémoire étant un exercice exigeant, nous vous conseillons de choisir un sujet qui vous plaît personnellement. D'une façon générale, nous vous demandons de ne pas réaliser votre mémoire sur l'entreprise dans laquelle vous êtes en stage. C'est aussi l'opportunité pour vous de montrer, dans votre cv, que vous portez un intérêt à un phénomène qui concerne la communication et le numérique.

L'éventail des sujets possibles est assez large. Votre sujet peut concerner :

- La conception de nouveaux services et dispositifs qui concernent le monde de la communication au sens large
- L'appropriation, par les individus, de nouveaux services, notamment associés aux nouvelles technologies
- Les pratiques amateurs associées à l'internet et aux technologies numériques
- Les débats publics autour de la communication et de ses aspects les plus novateurs
- La transformation des mondes de la communication au sens large
- (...)

Lorsque vous avez une ou plusieurs idées de sujets, n'hésitez pas à venir me solliciter ou à solliciter les enseignants susceptibles d'encadrer des mémoires (cf. liste page 7).

Consultez aussi la liste des sujets des mémoires soutenus par les précédentes promotions (cf. liste page 8), et faites des recherches sur le web pour trouver des idées de sujets.

2) Trouver un terrain d'enquête

Nous attendons de vous que vous réalisiez une enquête, c'est-à-dire que vous produisiez une connaissance originale sur un thème.

Une fois que vous avez un sujet en tête, essayez d'identifier un terrain sur lequel vous pourriez faire votre enquête. Rechercher une organisation, des personnes, un service ou à un site internet que vous pourriez analyser en relation à ce sujet.

Par exemple :

- pour étudier « la communication par le sport », vous pourrez enquêter sur le cas d'une agence précise qui offre ses services dans le domaine

- pour étudier « l'utilisation des réseaux sociaux dans le monde des ONG », vous pourrez enquêter sur l'association « les veilleurs de vie » qui utilisent Facebook pour faire connaître le don de moelle osseuse.

3) L'attribution d'un tuteur

Lorsque vous soumettez votre sujet début novembre, vous pouvez suggérer le nom d'un tuteur parmi la liste d'enseignants-chercheurs (cf. page 7). Nous essaierons de satisfaire votre choix, mais nous nous réservons le droit de vous attribuer un autre tuteur afin de bien répartir les charges des enseignants.

Une fois qu'un tuteur vous a été attribué, prenez contact avec lui afin de convenir définitivement d'un sujet et d'un terrain. D'une façon générale, c'est à vous de solliciter votre tuteur, de préférence en lui apportant des matériaux pour nourrir vos échanges.

4) Les méthodes d'enquête

L'enquête peut prendre différentes formes :

- *interroger* des personnes : à partir d'une liste de questions que vous aurez préparée, vous recueillez et enregistrez les propos d'une personne pendant 45 minutes minimum
- *observer* des personnes à l'occasion d'une activité : une réunion professionnelle ; les membres d'une association en train de produire quelque chose, etc.
- *analyser un corpus* de documents : un ou plusieurs sites web ; des commentaires sur un forum ; un ensemble d'articles publiés dans la presse ; la documentation d'une entreprise ; le fil Twitter d'une entreprise ou d'une association, etc.

Tous les matériaux que vous aurez recueillis doivent être conservés sous la forme de fichiers afin que vous puissiez ensuite les analyser. Nous vous demandons de compiler l'ensemble de ces matériaux dans un document qui constituera l'annexe de votre mémoire.¹

Le volume indicatif des matériaux à recueillir pour un mémoire se situe entre 5 et 7 entretiens. Ce chiffre peut diminuer lorsque vous avez constitué des corpus de documents ou d'observations.

5) Les lectures

Nous attendons de vous que vous fassiez des lectures en lien avec votre sujet :

- articles scientifiques
- ouvrages

¹ Dans le cas où ces matériaux seraient trop volumineux pour pouvoir être imprimés, nous vous conseillons d'éditer ces annexes sous la forme d'un document PDF que vous enverrez à Julia et à votre tuteur.

- articles de blogs spécialisés, etc.

Avec les conseils de votre tuteur et des autres enseignants, vous constituerez une bibliographie constituée de travaux qui vous aideront dans votre analyse.

Attention toutefois à ne pas trop vous disperser dans vos lectures. Mieux vaut vous concentrer sur quelques lectures dont vous vous servez vraiment dans l'analyse.

6) L'analyse des matériaux

Une fois que vous avez collecté vos matériaux, nous vous conseillons de consacrer du temps à leur analyse. C'est à partir de cette analyse que vous pourrez constituer un plan équilibré.

7) Les normes du mémoire

Le mémoire doit comporter les éléments suivants :

- une couverture comportant nom, titre, master, année, nom du directeur (les illustrations sont bienvenues)
- une déclaration sur l'honneur certifiant que vous n'avez pas plagié tout ou partie du mémoire
- un sommaire
- 50 pages d'analyse minimum (en excluant sommaire et bibliographie) comportant une introduction, un ensemble de chapitres ou parties organisées et une conclusion
- une bibliographie
- un volume d'annexes.

Taille : à titre indicatif, la partie analyse du mémoire doit comporter au minimum 90 000 signes.

Police conseillée : police Times ou similaire, taille 12 interligne 1,5 sans marge (ou simple avec des marges).

Structuration de l'analyse : Le cœur du mémoire se compose de chapitres organisés selon plusieurs niveaux de titres : chapitres, parties, sous-parties, éventuellement titres de paragraphes.

Matériaux empiriques : les chapitres comportent des matériaux empiriques (captures, extraits d'entretiens, tableaux ou graphiques) qui sont intégrés dans le corps du texte et dans l'analyse.

Sources : tous les passages dont vous n'êtes pas l'auteur doivent être mis entre guillemets et leur source doit être mentionnée en note de bas de page (même s'il s'agit d'un blog ou d'un site).

Bibliographie : son format est laissé à votre choix (nom, année, titre, références, etc.). Dans le cas d'une source en ligne, activer le lien hypertexte dans la version PDF, et indiquer la date de la consultation.

Orthographe : au-delà d'un certain nombre de fautes de grammaire ou d'orthographe, nous n'accepterons pas votre mémoire. Si vous n'êtes pas sûr de vous, faites-vous relire.

8) La mini-soutenance

En prévision de la mini-soutenance, vous enverrez les documents suivants à Julia et à votre tuteur :

- un document d'une quinzaine de pages minimum présentant l'objet, le questionnement, le terrain d'enquête, la méthode utilisée et 2-3 références (en expliquant pourquoi elles vous sont utiles et de quelle manière vous les utilisez)
- un plan provisoire du mémoire
- une bibliographie
- au minimum 2 entretiens retranscrits (ou extrait du corpus constitué, ou compte-rendu d'observation).

La mini-soutenance dure 30 minutes et se fait devant un jury constitué de votre tuteur et d'un autre enseignant-chercheur. Elle vise à vérifier que vous êtes en bonne voie, et à vous donner des clés d'analyse pour finaliser l'enquête et rédiger le mémoire.

- sans utiliser de présentation powerpoint, vous exposerez en 5-10 min votre question de recherche, les matériaux que vous avez collectés, la méthode choisie et les principaux résultats qui commencent à se dégager de votre enquête
- vous pourrez également évoquer les difficultés que vous rencontrez (terrain, méthode, lectures)
- s'en suit un échange avec le jury.

9) La soutenance

Vous imprimerez trois versions du mémoire (hors annexes) : 1 pour chaque membre du jury et 1 pour la bibliothèque. Envoyez également systématiquement à Julia et à votre tuteur le mémoire sous forme PDF.

La soutenance du mémoire dure 45 minutes :

- vous aurez 10 minutes pour présenter (toujours sans Powerpoint) votre question de recherche, la méthode choisie et les principaux résultats qui se dégagent de votre mémoire. Inutile de répéter ce qu'il y a dans le mémoire (les membres du jury l'auront lu avec attention)
- vous essaierez de prendre du recul en élargissant éventuellement à d'autres objets ou à d'autres questionnements

- vous pouvez également évoquer les difficultés que vous avez rencontrées, les surprises éventuelles, les choix méthodologiques que vous regrettez éventuellement, etc.
- le jury vous posera des questions, auxquelles vous répondrez de façon précise, en prenant des exemples tirés de votre recherche ou de vos lectures.

Liste des tuteurs

Noms	Thèmes	Contacts
Christophe Aguiton	Web et politique, internet et mouvements sociaux, etc.	aguiton@gmail.com
Bilel Benbouzid	surveillance ; pratiques de quantification ; politiques publiques	Bilel.Benbouzid@univ-mlv.fr
Jean-Samuel Beuscart	économie du web et des industries culturelles ; réseaux sociaux ; publicité ; services en ligne	jsbeuscart@gmail.com
Philippe Brunet	Communication scientifique ; science ouverte	Philippe.Brunet@u-pem.fr
François Dedieu	Controverses santé et environnement	dedieu@inra-ifris.org
Hélène Ducourant	Banques et consommation ; éducation à l'argent ; monnaies virtuelles	Helene.ducourant@gmail.com
Vladimir Iazykoff	entreprises et organisations	vladimir.iazykoff@univ-mlv.fr
Baptiste Kotras	Médias sociaux ; opinion et politique en ligne	bkotras@gmail.com
Kevin Mellet	économie du web ; réseaux sociaux ; marketing web ; services en ligne ; culture ; consommateurs	kevinmellet@gmail.com
Sylvain Parasio	web ; journalisme ; publicité ; open data ; culture et pratiques amateurs	sylvain.parasio@univ-paris-est.fr
Ashveen Peerbaye	Santé et numérique ; quantification de soi ; communication scientifique ; culture et pratiques amateurs	ashveen.peerbaye@u-pem.fr

Liste sélective des sujets de mémoires (2011-2017)

Année universitaire	Titre du mémoire et nom de l'étudiant
2016-2017	Faire Simple : petit site de consultation à l'égard des honnêtes citoyens – Hind Sedjari
2016-2017	Le vol spatial habité. Stratégies de communication des astronautes européens à l'ère 2.0 – Jérémie Delorme
2016-2017	Les dispositifs d'évaluation de la « marque employeur » – Anne-Marie Defo
2016-2017	Le succès d'Aroma-Zone : des origines à la construction d'un phénomène – Anne-Gaëlle Combredet
2016-2017	Le développement du football américain en France. Entre actions des officiels et attentes de l'espace public – Arnaud Caruso
2016-2017	Les Feux Follets et Facebook : entre partage d'expérience et construction d'un savoir profane – Sabrina Bessalem
2016-2017	Le crowdfunding : un outil numérique au cœur des stratégies des financements solidaires – Alicia Batreau
2014-2015	L'univers de la vente privée, royaume de l'achat compulsif – Solveig Pastor
2014-2015	« Pose-moi une question, je réponds à tout ! » Les adolescents et le réseau social Ask.fm – Katia Pires
2014-2015	Usages et pratiques des réseaux sociaux dans le monde muséal. Le cas du Quai Branly – Lyssa Renier
2014-2015	L'accompagnement de ses vendeurs par Etsy. De la communauté de créateurs à la pépinière d'entrepreneurs – Oona Richard
2014-2015	« Collectionneurs 2.0 » : les plateformes de partage d'images d'oeuvres d'art – Elodie Semelier
2014-2015	Courir avec Nike Running : l'influence d'une application mobile sur la course à pied – Chloé Goyard
2014-2015	Harcèlement en milieu scolaire. La reconnaissance progressive du harcèlement en ligne comme problème public – Laura Guyot
2013-2014	La mise en scène des firmes en BtoB sur Facebook - Christian Krevinkel
2013-2014	Le jeu et le ludique au service des entreprises : méthodes et enjeux de la « Ludification » - Aurélie Jourdy
2013-2014	La quantification des données sportives. Le cas des triathlètes et coureurs à pied confirmés - Marine Franqueza
2013-2014	TVShow Time, l'outil social pour les sériphiles - Blandine Rousselin
2013-2014	VICE Magazine : Comment expliquer la viralité d'un contenu de « contre-culture » ? - Eloïse Cavallo
2013-2014	Conscientisation, militantisme et réseaux sociaux : l'exemple du mouvement Nappy - Samila Harifadja Abodo
2012-2013	Analyse de la propagation et du traitement d'une information dans les médias et sur l'Internet, à l'aide de l'Observatoire TransMedia -Julie

	Rust
2012-2013	Crowdfunding et journalisme - que finance le public, le cas du projet DumDum magazine - Gaelle Ranaivoarimanana
2011-2012	De l'usage du mail par la ligne managériale - Nathalie Fox
2011-2012	Enjeux et usages de Wikipedia pour les étudiants de master de la fiabilité de Wikipedia - Claire Loquen
2011-2012	Étude d'une communauté en ligne le cas de la Custom Brigade- Inès ZIANI
2011-2012	Etude du réseau social de santé - Carenity, le 1er réseau social pour les patients et leurs proches - Mélanie AUBIN
2011-2012	Filmer avec un téléphone portable. le festival Pocket films, un laboratoire - Alix Derouin
2011-2012	L'intelligence collective à la conquête du web 2.0 Etude sur Imagination for People, plateforme de projets sociaux créatifs et innovants - Oriane Komguep
2011-2012	La gestion des connaissances en entreprise 2.0 - Céline Contet
2012-2013	L'affaire du Chlordécone aux Antilles françaises - Evy Bilan-Ledoux
2011-2012	Le community management d'eYeka. enjeux et stratégies d'animation d'une plateforme créative - Audrey Bousseylol
2011-2012	le web-documentaire - Maïa Pupic
2011-2012	L'expression féminine en ligne. l'exemple de la polémique des blogs BD girly dans la blogosphère de la bande dessinée - Anita Nalpon
2012-2013	Mariage pour tous et information en ligne - Raphaël Valette
2012-2013	Mécénat 2.0 Le financement du patrimoine culturel via les plateformes de Crowdfurding - Julie Delfosse
2012-2013	MyScienceWork - La vulgarisation scientifique sur le Web - Aline Roche
2011-2012	Quand la filière viande rencontre le végétarisme - Mariya Valkodina
2011-2012	Réseaux sociaux d'entreprise et communication interne ascendante - Seline DUVAL
2012-2013	Twitter au service des relations presse - un outil indispensable - Valeria Ramirez
2012-2013	Twitter et les fans de Doctor Who - Entre pratiques usuelles des fans et évolutions de phénomène de sériophilie - Julie Morel
2012-2013	Usages des technologies sans contact - Emilie Chuet
2012-2013	Vodkaster -Coline Sinzot
2012-2013	Youtubers - Laëtitia Bricout
2012-2013	Yummy magazine - L'étude des relations d'autorité dans un projet collaboratif - Alice Pivain