



WIKI | AIDE-MÉMOIRE

BACHELOR SAE GENEVE

2024-2025

TABLE DES MATIÈRES

TROUVER UN SUJET	4
Quel est votre intérêt personnel ?	4
Où voulez-vous aller dans le futur ?	5
Où vous voyez-vous après l'obtention du diplôme ?	5
Quelles opportunités avez-vous ? Quels contacts avez-vous ?	5
Qu'avez-vous toujours voulu faire ?	5
Quels autres Major Projects existent ?	6
Parlez de vos idées !	6
Projets en équipe	6
Quelles sont les restrictions de sujet ?	7
DIFFERENCES ENTRE ARTS ET SCIENCE	8
PROCESSUS DU MEDIA PROJECT	10
Chapitre 1 - Introduction	11
Chapitre 2 - Contexte	12
Chapitre 3 - Méthodologie	14
Chapitre 4 - Mise en Œuvre	15
Chapitre 5 - Résultats	16
Différenciation par rapport à l'Advanced Specialised Project	17
COMPOTEMENT ETHIQUE DANS LE MAJOR PROJECT	18
SOUSSION ET PUBLICATION	20
Soumission	20
Publication	20
HARVARD REFERENCING SYSTEM	22
Principes du Système Harvard	22
Notes de bas de page dans le système Harvard	23
Dialectes du système Harvard	24
Citations directes et indirectes	24
Sources	25
Sources Citables	25
Relation entre Références Courtes et Références Complètes :	26
Paraphrase	26
Collages d'images (par exemple pour des mood boards ou des collections de références)	27
Citations anecdotiques	28

Ce wiki traite de sujets liés au Major Project (Bachelor et Master). Cependant, il ne se substitue pas aux cours. Son but est plutôt de vous offrir la possibilité de répondre aux questions les plus importantes qui pourraient se poser au cours de votre Major Project.

La subdivision est adaptée à la chronologie du Major Principal :

1. Trouver un sujet
2. Processus du Media Project
3. Présentation

Étant donné que le projet principal se développe dans cet ordre, vous devriez pouvoir facilement trouver les informations pertinentes pour chaque étape de votre projet.

Pour une meilleure lisibilité, la forme masculine générique est utilisée dans ce wiki. Il convient de noter ici que l'utilisation exclusive de la forme masculine doit être comprise comme indépendante du genre.

Vue d'ensemble du contenu des pages de ce wiki :

- Trouver un sujet
- Différence entre Arts et Sciences
- Processus du Media Project
- Comportement éthique dans le Major Project
- Soumission et publication
- Citation Harvard

TROUVER UN SUJET

Le **Major Project** consiste à mettre en œuvre sa propre idée créative et à démontrer sa capacité à réaliser un projet créatif de manière autonome et au mieux de ses capacités.

Trouver un sujet adéquat est souvent l'un des premiers grands obstacles. Qu'est-ce qui est permis ? Qu'est-ce qui est suffisamment stimulant, suffisamment vaste... ? Voici quelques approches pour vous aider à trouver le bon sujet.

- Quel est votre intérêt personnel ?
- Où voulez-vous aller dans le futur ? Où vous voyez-vous après l'obtention du diplôme ?
- Quelles opportunités avez-vous ? Quels contacts avez-vous ?
- Qu'avez-vous toujours voulu faire ?
- Quels autres **Major Projects** existent ?
- Parlez de vos idées !
- Projets en équipe (voir ci-dessous)
- Quelles sont les restrictions de sujet ?

Quel est votre intérêt personnel ?

Lorsqu'on travaille sur un projet de 600 heures, il est crucial de rester motivé. Réfléchissez à ce que vous aimez faire et ce dans quoi vous excellez. L'idéal est de choisir un sujet qui vous passionne et que vous avez vraiment envie de réaliser.

Il est peu judicieux de choisir un sujet simplement pour acquérir "plus de routine" ou "de meilleures compétences" dans un domaine spécifique. Ces aspects se développeront naturellement au fil du projet.

Où voulez-vous aller dans le futur ?

Où vous voyez-vous après l'obtention du diplôme ?

Réfléchissez aux activités qui vous conviennent le mieux dans votre domaine. Quelles sont vos compétences ? Où aimeriez-vous travailler après votre diplôme ?

Le sujet du **Major Project** peut être votre premier pas dans cette direction. Si vous vous projetez dans une entreprise, pensez à ce qui pourrait être bénéfique pour cette dernière. Vous pouvez ainsi orienter votre **Major Project** dans ce domaine et enrichir votre portfolio de manière significative.

Quelles opportunités avez-vous ? Quels contacts avez-vous ?

Dans quels domaines excellez-vous déjà ? Où pouvez-vous démontrer que vous êtes capable de réaliser un projet de haut niveau ? Ces domaines sont particulièrement adaptés pour votre travail final.

Avez-vous de bons contacts dans l'industrie des médias ou auprès de professionnels du secteur ? Si oui, vous pouvez envisager un projet plus ambitieux en intégrant ces contacts, tant que vous gardez le contrôle du projet. Cependant, il est essentiel que votre contribution créative reste centrale, et non un simple soutien à un projet plus vaste.

Note : Si vous travaillez avec d'autres personnes, elles ne peuvent pas recevoir de crédits pour cela, sauf s'il s'agit d'un projet d'équipe impliquant plusieurs étudiants. De plus, vous ne pouvez pas obtenir de crédits pour le travail effectué par des personnes extérieures, mais vous devez indiquer que ce travail a été réalisé par des tiers.

Qu'avez-vous toujours voulu faire ?

Au cours de vos études, vous avez peut-être eu des idées que vous souhaitiez réaliser, mais le temps ou les compétences vous manquaient.

Le **Major Project** est une excellente occasion de concrétiser ces idées. Il vous offre un cadre pour un projet d'envergure et la motivation de le mener à bien grâce à l'obtention du diplôme. Cependant, gardez à l'esprit la limite de 600 heures pour le **Major Project**. Votre projet ne doit pas non plus être trop ambitieux. Vous pouvez commencer par réaliser une version initiale plus petite ou une partie du projet. Parlez de vos premières idées et de la taille réaliste du projet avec votre Head de section.

Quels autres Major Projects existent ?

Bien que le **Major Project** doive comporter un aspect de nouveauté, cela ne signifie pas que le sujet doit être entièrement inédit. De nombreux sujets ont déjà été traités plusieurs fois dans le passé et peuvent l'être à nouveau à l'avenir. En ajoutant votre touche personnelle et vos idées créatives, l'aspect de nouveauté est ainsi créé. Aussi la plupart des mémoires de bachelor ou de master incluent à la fin de la conclusion des pistes de développements ultérieurs sur le sujet ou la thématique traitée. Ces pistes sont des sujets de bachelor potentiels sur vos thématiques d'intérêt.

Parlez de vos idées !

Si vous avez des idées en tête, parlez-en à vos camarades, votre famille et vos amis, ou bien sûr, avec nous ! Il est facile d'abandonner des sujets qui ne semblent pas bons au premier abord. Cependant, vous pouvez souvent être inspiré par des contributions externes et ainsi affiner un sujet. Parfois, cela se produit simplement en exprimant une idée.

Projets en équipe

Le **Major Project** peut être réalisé en équipe si les exigences du **Major Project** sont respectées pour chaque membre de l'équipe. Étant donné que le **Major Project** est un projet de niveau 6 (Bachelor) du Cadre européen des certifications, chaque **Major Project** doit également être à ce niveau. Il n'est donc pas possible qu'un membre de l'équipe contribue

avec des activités de niveau 4 ou 5, mais veuillez obtenir des crédits de niveau 6 ou 7 pour cela.

Le premier point d'orientation pour le bon niveau est l'aspect de la nouveauté (= idée créative), qui doit être présent pour chaque membre de l'équipe dans son propre domaine de responsabilité. Ainsi, vous ne travaillez pas seulement pour quelqu'un, mais vous réalisez toujours vos propres idées et objectifs.

Discutez avec vos superviseurs pour savoir comment planifier les projets en équipe avec succès.

Quelles sont les restrictions de sujet ?

Il est important de choisir un sujet ayant un lien clair avec votre cursus technique en médias. Votre entrée dans la vie professionnelle peut être simplifiée si vous réalisez quelque chose qui est pertinent pour votre travail futur et s'appuie sur ce que vous avez appris jusqu'à présent. Vous recherchez donc un "sujet lié à la pratique".

Les sujets qui s'écartent trop d'un domaine non lié ne sont pas adaptés car ils ne sont pas en rapport avec la discipline. De même, les sujets trop ambitieux nécessitant beaucoup de contenu qui n'a pas été appris durant les études ne sont pas non plus adaptés en tant que **Major Projects**.

DIFFERENCES ENTRE ARTS ET SCIENCE

Les **Bachelor's/Master's of Arts** et **Bachelor's/Master's of Science** ne doivent généralement pas être traduits par **Arts** et **Science** dans ce contexte, mais par **Humanités** et **Sciences Naturelles**. Ce sont différents types de sciences qui sont équivalents entre eux.

Les **humanités** s'intéressent à l'ordre de la vie humaine, c'est-à-dire à l'être humain.

Cela inclut, par exemple : la littérature et la musicologie, l'archéologie et l'histoire, la sociologie, les beaux-arts, la linguistique...

Les **sciences naturelles** étudient les phénomènes naturels en tant que sciences empiriques et tentent de reconnaître les événements naturels à travers des régularités et des lois (lois scientifiques). Cela inclut également les sciences de l'ingénieur comme l'informatique. D'autres exemples sont : la physique, la biologie, la chimie, l'astronomie...

Il existe également des domaines d'études qui ne sont pas clairement définissables à priori. Cela inclut la plupart des cours de l'institut SAE dans le domaine de la production de médias créatifs. Selon la spécialisation choisie dans le **Major Project**, un diplôme en **Arts** ou en **Science** peut être obtenu en conséquence.

Mais la logique associée aux **Bachelor's of Arts** ou **Sciences** est en fait assez simple. Les **Bachelor's of Arts** voient leurs contenus validés ou appréciés par des tests perceptifs de publics cibles ou de professionnels. Les **Bachelor's of Science** vont tester des mesures empiriques et objectives : on mesure un signal, une vitesse de fonctionnement d'un logiciel, de transmission d'informations etc. Pour ce **Bachelor of Science** un Protocol de test très précis doit être réalisé afin que dans la totalité des cas l'expérience reproduite aboutisse à l'exact même résultat.

La question décisive est de savoir si le **media project** se concentre sur l'être humain ou sur une chose et quels sont les approches méthodologiques au cœur du travail.

Les approches et méthodes menant à un diplôme en **Arts** se concentrent sur les personnes :

Exemple : Créer une production médiatique avec des éléments graphiques, de la musique, un film, une histoire photographique ou similaire comme résultat. À son cœur, il s'agit souvent d'un travail créatif socialement pertinent. Ce qui est pertinent, c'est l'effet sur les gens (par exemple, l'auditeur).

Les approches et méthodes menant à un diplôme en **Science** se concentrent sur le monde matériel (la nature) :

Exemple : Créer une production médiatique qui aboutit à un produit technique/scientifique. Essentiellement, il s'agit d'un service d'ingénierie concret, par exemple programmer ou construire des dispositifs ou du matériel. Ce qui est pertinent, c'est la façon dont les choses fonctionnent.

Note : La programmation de jeux est une exception - en raison de la forte orientation en programmation de tout le programme, ce domaine mène toujours à un diplôme en **Science**.

PROCESSUS DU MEDIA PROJECT

Dans le **media project**, une idée créative est mise en pratique. Un produit médiatique doit être créé de la meilleure manière possible et documenté par écrit. La partie écrite doit démontrer que la création du **media project** a été bien fondée, structurée et planifiée. La structure des chapitres fournie aide à mettre cela en œuvre correctement.

Le **media project** ne doit pas être simplement une production médiatique, mais il doit inclure une idée créative (Creative Idea) réalisée dans le cadre du projet.

Il est absolument interdit de créer une œuvre commandée par un tiers sans votre propre contribution créative. Il n'est pas non plus possible de créer une réplique exacte d'une production médiatique existante (par exemple, une reprise de chanson ou la reproduction d'une scène existante).

Le **media project** doit couvrir un total d'environ 600 heures, dont au moins 50 % doivent être consacrées à la partie pratique.

La partie écrite du **Major Project** doit être structurée selon un plan donné. Vous trouverez ici des conseils sur les sous-chapitres spécifiques ainsi que les formalités du **Major Project**. La partie écrite doit comprendre entre 5000 et 10000 mots.

- **Chapitre 1 - Introduction**
- **Chapitre 2 - Contexte**
- **Chapitre 3 - Méthodologie**
- **Chapitre 4 - Mise en œuvre**
- **Chapitre 5 – Résultats**
- **Différenciation par rapport à l'Advanced Specialised Project**

Chapitre 1 - Introduction

Taille recommandée : environ 5-10%

Ce chapitre doit clarifier pour le lecteur l'objet du Major Project.

L'introduction comprend les sous-chapitres suivants :

- **1.1 Approche de l'idée créative / motivation :** Décrivez comment vous avez eu l'idée créative ou ce qui vous a motivé à vouloir la réaliser.
- **1.2 Idée créative :** Présentez l'idée créative ou la vision pour le produit médiatique à créer. Gardez cela bref (une ou deux phrases) et ne mélangez pas cette partie avec les objectifs.
- **1.3 Objectifs :** Fixez des objectifs concrets pour votre media project. Divisez ces objectifs en objectifs liés au contenu, qualitatifs, et quantitatifs. Priorisez les objectifs (si possible, en fonction de ce qui est essentiel, souhaitable, possible et à éviter). Les objectifs doivent être formulés de manière claire et mesurable afin qu'ils puissent être évalués plus tard dans le chapitre 5. Il est conseillé de présenter les objectifs sous forme de tableau et de listes à puces.
- **1.4 Positionnement dans l'industrie :** Il s'agit du domaine dans l'industrie des médias où le media project pourrait être situé. Le projet est-il plus commercial ou artistique ? Est-il plus grand public ou de niche ? En plus de nommer le domaine, des exemples de productions comparables et des références doivent également être mentionnés. Attention : Aucune "pertinence pour l'industrie" ne doit être formulée ici. Le produit médiatique n'a pas besoin d'être pertinent pour l'industrie.
- **1.5 Groupe cible :** Nommez le groupe cible spécifique du produit médiatique de manière aussi concrète que possible. Cela vous permettra de mieux comprendre pour qui le produit est créé et à quoi vous devez faire attention. Vous pouvez également nommer le groupe cible du travail écrit. Il s'agit généralement d'un professionnel des médias comme vous, mais en les nommant

spécifiquement, cela vous permettra de mieux comprendre pour qui vous devez écrire.

Note: Vous pouvez utiliser la plupart des éléments de l'introduction directement (ou légèrement révisés) à partir de votre proposition. Vous pouvez rédiger l'introduction à la première personne.

Chapitre 2 - Contexte

Taille recommandée : environ 20-25%

Dans le chapitre « Contexte », l'espace créatif dans lequel vous avez positionné votre projet ou produit doit être introduit. Les créateurs de médias ne travaillent pas dans un vide, mais se réfèrent quotidiennement à des œuvres, pratiques, protocoles, modèles et capacités qui sont significatifs dans l'environnement professionnel et artistique. Ceux-ci peuvent être culturels, sociaux, historiques, économiques ou politiques. La capacité de les nommer, de les comprendre, de les classer et de les relier à son propre travail est une compétence clé à démontrer dans ce chapitre. Il s'agit de décrire de façon synthétique et analytique l'état des connaissances et pratiques sur le sujet dont on aura bien défini les termes.

Contenu du chapitre 2 (selon le type de projet) :

- **Références :** Présentation de matériel de référence à l'aide d'exemples appropriés et démonstratifs (images, illustrations, diagrammes, matériel audio, images fixes, captures d'écran de jeux). Sous la forme d'une "analyse de référence", décrivez les parties des références qui sont pertinentes pour votre projet et qui servent de modèle ou d'orientation.
- **Techniques/processus spécifiques :** Recherchez des processus et des flux de travail applicables à votre projet. Il ne s'agit pas des processus de base que vous avez appris lors de votre diplôme, mais de processus spécifiques que vous avez besoin d'acquérir en plus pour pouvoir réaliser le projet. Vous pouvez également présenter ici des découvertes issues de votre Advanced

Specialised Project. De même vous pouvez ici mobiliser des interviews de professionnels de votre domaine d'étude afin d'enrichir ou questionner les processus possibles.

- **Environnement/Cadre** : Si votre projet est créé dans un environnement spécifique (par exemple, au sein d'une entreprise), présentez cet environnement ici afin qu'il soit clair ce qui est important dans ce contexte.
- **Matériel existant** : Si le projet est basé sur du matériel déjà existant (scénario, film, pièce radiophonique, jeu...), présentez ce matériel ici. Le matériel déjà donné doit être trouvé en annexe de la thèse. Dans le chapitre 2, il est seulement résumé et référencé en annexe.
- **Positionnement du projet** : Pour certains projets, un développement historique ou une référence à des discussions actuelles (marché, tendances et courants) peut être pertinent. Cela serait le cas, par exemple, si un événement actuel est discuté ou si des projets similaires existaient déjà dans le passé. Assurez-vous de ne présenter que les points pertinents et de ne pas écrire un aperçu historique linéaire d'un sujet dans le style "Wikipedia".

Il est recommandé de limiter le chapitre « Contexte » à trois à cinq aspects qui sont réellement pertinents pour le projet. L'objectif du chapitre est de présenter tous les aspects thématiques pertinents afin de les reprendre dans les chapitres 3 et 4 et de les lier à la planification et à l'exécution concrètes du projet.

Il est important que tous les aspects soient soutenus par des sources appropriées. La littérature et les médias (matériel audio, jeux informatiques, films, sites web...) peuvent être utilisés comme sources.

Dans le chapitre 2, seuls des faits doivent être mentionnés et vérifiés avec des sources. Une évaluation de certains contenus en termes de transférabilité à votre propre projet ne doit pas avoir lieu ici (cela serait dans le chapitre 3). Par conséquent, écrivez le chapitre 2 à la voix passive

et non à la première personne, afin de vraiment fournir uniquement des faits.

Formulez des déclarations brèves et claires et travaillez avec de nombreuses et bonnes sources (haute densité de sources). Un exercice pour cela était l'aspect approfondi dans la proposition.

Conseil : Il est recommandé d'écrire les chapitres 2 et 3 en parallèle.

Chapitre 3 - Méthodologie

Taille recommandée : environ 20-25%

Dans ce chapitre, vous décrivez le processus planifié pour réaliser le media project.

Idéalement, au début du chapitre, vous donnez un aperçu général des étapes individuelles qui doivent se dérouler successivement pour réaliser l'idée créative.

Ensuite, chaque étape est examinée en détail. Dans cette vue détaillée, des alternatives doivent être envisagées, des décisions prises sur la manière de procéder, et des raisons données pour ces décisions. Vous utilisez les recherches que vous avez effectuées dans le chapitre 2 comme guide pour les alternatives. Les décisions doivent toujours servir l'idée créative. Par exemple, vous pouvez montrer la représentation de la joie dans une référence et choisir une procédure dans votre méthodologie qui permet de reproduire la représentation de la joie étudiée.

Les chapitres 2 et 3 sont interconnectés. Vous devriez être capable de justifier les processus par les recherches effectuées dans le chapitre 2. Si vous réalisez que vous ne pouvez pas justifier une raison parce qu'il n'y a pas de contenu disponible dans le chapitre 2, vous pouvez étendre le chapitre 2.

Une partie essentielle du chapitre de la méthodologie est la division du projet en étapes de développement (approche itérative). Il est nécessaire

de définir quels résultats intermédiaires doivent être atteints à quel moment, comment vous prévoyez de les évaluer, et qui est censé donner un retour. Cette planification d'évaluation a déjà été faite dans la proposition et peut être développée ici en conséquence.

Vous pouvez rédiger le chapitre de la méthodologie à la première personne.

Chapitre 4 - Mise en Œuvre

Taille recommandée : environ 25-35%

Le chapitre sur la mise en œuvre doit documenter de manière vivante et détaillée le processus de création du media project. Le lecteur doit avoir l'impression d'être un observateur dans le processus.

Idéalement, ce chapitre est rédigé en parallèle à la mise en œuvre du media project. Le passé est recommandé pour ce chapitre, et vous pouvez écrire à la première personne.

Pour documenter les étapes intermédiaires du projet de manière compréhensible et descriptive, des croquis, des notes, des photos, des fichiers audios, des extraits de films, etc., doivent être utilisés. Les versions non réussies ou les états intermédiaires doivent également être montrés et décrits ici. Il ne s'agit pas d'une présentation particulièrement esthétique, mais d'une représentation honnête des progrès réalisés. Par exemple, une photo d'un croquis sur un bout de papier peut être utilisée, et vous n'avez pas besoin de la recréer proprement. Évitez les images décoratives ou les images sans valeur de contenu.

Les états intermédiaires du projet doivent être évalués. Selon les besoins, cela peut être fait par l'auteur lui-même ou par des tiers. La planification de cette évaluation a déjà été effectuée dans le Chapitre 3. Les recommandations résultant de l'évaluation sont utilisées pour définir les étapes suivantes. Cela peut aussi signifier que le processus initialement

prévu sera modifié. Les résultats de l'évaluation et les étapes qui en découlent doivent être documentés dans la mise en œuvre.

Conseil : Des notes supplémentaires, croquis, notes (par exemple, sur l'évaluation), enregistrements d'entretiens, questionnaires d'enquête complétés, plans, etc., peuvent être annexés au Major Project. Ils peuvent être mentionnés dans le chapitre 4 si nécessaire. Lorsque vous réalisez un media project, assurez-vous toujours que votre comportement est éthique.

Chapitre 5 - Résultats

Taille recommandée : environ 15-20%

Le chapitre 5 comprend les sous-chapitres suivants : 5.1 Résultats, 5.2 Évaluation, et 5.3 Perspectives :

- **Résultats :** Présentez les résultats obtenus. Où se trouve le media project finalisé ? Référez-vous ensuite aux objectifs définis dans le chapitre 1. Comparez et discutez les objectifs formulés avec les résultats effectivement atteints. Un tableau peut être utilisé pour rendre la comparaison plus claire. Dans la discussion, des raisons doivent être fournies si des objectifs n'ont pas été atteints ou s'ils ont dévié. Mais les objectifs atteints doivent également être pris en compte pour reconnaître et maintenir les pratiques de travail réussies.
- **Évaluation :** Évaluez le processus du media project (ce qui a bien fonctionné, ce qui a mal fonctionné, ce qui a été appris). Suivi d'une auto-réflexion, où des points tels que la procédure de base, la motivation, la procrastination, l'obtention et la mise en œuvre des retours peuvent être abordés.
- **Perspectives :** Réfléchissez à ce qui a émergé du media project ou à ce que vous pouvez faire ensuite. Y a-t-il eu une collaboration avec des artistes que vous aimeriez continuer ?

Envisagez-vous de publier le projet quelque part ou de le soumettre à un concours ? Avez-vous des idées pour d'autres projets ?

Remarque sur le media project : La partie pratique du media project doit être remise sous une forme facilement consommable.

- Matériel audio au format CD ou MP3
- Films au format MP4
- Pages web sous forme de screencast (et lien vers la page)
- Jeux sous forme de screencast et de fichier exécutable .exe (ou un format de fichier approprié pour l'appareil final)

Les fichiers de projet ne sont pas requis.

Différenciation par rapport à l'Advanced Specialised Project

Dans le **media project**, une idée créative et innovante doit être mise en pratique. Diverses techniques et méthodes peuvent être utilisées, tant qu'elles sont pertinentes et permettent d'atteindre l'objectif.

Il n'est pas nécessaire, dans le **media project**, d'apprendre de nouvelles techniques, même si cela peut se produire en cours de réalisation. L'accent est plutôt mis sur la mise en œuvre méthodique du projet et sur la classification conséquente des résultats. L'objectif du **media project** doit donc être choisi de manière à ce que les connaissances et compétences nécessaires soient déjà disponibles ou puissent être acquises au plus tard dans l'**Advanced Specialised Project**.

Dans l'**Advanced Specialised Project**, des connaissances spécialisées et des compétences doivent être développées. De nouvelles technologies et processus de travail peuvent y être appris, puis appliqués dans le **media project**.

L'**Advanced Specialised Project** peut donc bien compléter le **Major Project**, car des compétences peuvent y être acquises pour le **media project** qui ne sont pas encore disponibles.

L'**Advanced Specialised Project** est estimé à environ 200 heures.

COMPORTEMENT ETHIQUE DANS LE MAJOR PROJECT

Le comportement éthique se décompose en deux aspects fondamentaux: la justification et la réflexion. Les actions doivent donc être justifiables et réfléchies par ceux qui les accomplissent. Si la réflexion révèle que l'action était problématique ou erronée et que cela est ignoré (au pire, répété), cela devient contraire à l'éthique.

Les principes éthiques suivants s'appliquent au Major Project :

Le **Major Project** est un travail scientifique. Un travail scientifique doit être désintéressé et honnête. Cela implique que :

- Les résultats doivent être publiés. Il doit y avoir de bonnes raisons pour ne pas publier un travail scientifique.
- Aucun contenu ou résultat ne doit être manipulé.
- Toute information qui ne provient pas de soi doit être correctement identifiée comme telle. Cela se fait par l'utilisation cohérente et correcte des citations et des références courtes.

De manière générale, il est important de veiller à ce que le **Major Project** n'exprime aucun aspect social négatif. Cela pourrait être, par exemple, la glorification d'un comportement violent, l'encouragement à la discrimination ou l'incitation à la violence. Il est positif que le **Major Project** ait un bénéfice social.

Lorsqu'on travaille avec des tiers, il faut s'assurer que leur participation est toujours volontaire et qu'ils sont informés de ce qui va se passer. La participation volontaire inclut également le fait que les participants peuvent se retirer à tout moment si les circonstances deviennent déraisonnables pour eux.

Lorsque des mineurs participent, par exemple pour un tournage, les réglementations légales doivent être respectées.

Il faut veiller à protéger toutes les parties impliquées contre tout préjudice ou atteinte. Cela signifie à la fois des dommages physiques et psychologiques. Dans le contexte des productions médiatiques, il faut

particulièrement prêter attention à ce qui est exigé des participants et à la manière dont leur participation apparaîtra à la fin (par exemple, en mots et en images). Si nécessaire, il faut clarifier si la participation volontaire est toujours maintenue.

Lors de la mention des participants (par exemple, dans les crédits), il faut clarifier si cette mention est autorisée. Si les participants ne souhaitent pas être nommés, cette décision doit être respectée. Dans le cadre de la protection des données, seules les données des participants nécessaires à la production peuvent être collectées. Au-delà, les données ne peuvent être transmises qu'avec consentement. Par exemple, des listes avec des noms, numéros de téléphone et éventuellement des adresses ne doivent pas être mises à la disposition de personnes qui n'ont pas besoin de ces données pour la production ou qui ne sont pas impliquées dans la production.

SOUSSION ET PUBLICATION

Soumission

Veuillez utiliser la feuille de couverture standard – ainsi que le code du module pour le **Major Project**

Tous les travaux doivent être soumis électroniquement. Une version imprimée n'est pas requise.

Le PDF de la partie écrite doit être créé de manière à ce que le texte soit consultable et copiable. Un simple test consiste à copier et coller une phrase de votre PDF dans votre outil de traitement de texte. Si cela fonctionne sans problème, le PDF a été correctement créé.

Les fichiers média doivent être entièrement lisibles et compréhensibles sans logiciel supplémentaire. Les formats standards sont : CD, DVD-Video, BluRay-Video et les formats de fichiers suivants :

- **Audio** : WAV, MP3
- **Image** : JPG, PNG
- **Texte** : PDF
- **Vidéo** : MP4

Un site web ou un jeu vidéo doit être présenté sous forme de screencast. Les événements ou la démonstration de matériel peuvent également être documentés en vidéo.

Les fichiers de projet ouverts peuvent également être soumis en annexe, mais ne servent généralement pas de base à l'évaluation, ils sont uniquement une référence pour la transparence du projet.

Publication

Tous les projets réussis sont publiés dans l'archive interne de SAE. Cette archive n'est pas indexée par les moteurs de recherche.

La publication comprend la soumission écrite et le **media project**. SAE se réserve le droit de ne pas rendre disponibles les fichiers de projet soumis dans l'archive. Les projets ne seront pas anonymisés.

Si un travail ne doit pas être mis à disposition dans l'archive, une note de blocage doit être rédigée sur la feuille de couverture du travail et brièvement expliquée. Notez qu'il doit y avoir de bonnes raisons pour refuser la publication (par exemple, dans le cas d'un travail commandé par l'industrie où la publication n'est pas possible en raison du partenaire industriel). Une note de blocage n'est possible que dans des cas exceptionnels.

HARVARD REFERENCING SYSTEM

Principes du Système Harvard

- Principes du Système Harvard
- Notes de bas de page dans le système Harvard
- Dialectes Harvard
- Citations directes et indirectes
- Sources
- Sources citables
- Relation entre références courtes et références complètes :
- Paraphrase
- Exemples
- Collages d'images (par exemple pour des mood boards ou des collections de références)
- Citations anecdotiques

Vous utiliserez beaucoup de matériel existant dans vos tâches et devoirs. Cela inclut l'apprentissage de nouvelles connaissances et compétences ou l'analyse de références qui servent de modèle ou d'inspiration pour vos propres projets. Dans ce contexte, il est important de marquer tous les matériaux et informations qui ne proviennent pas de vous et d'indiquer leur origine (= source). Ce processus est appelé "référencement". De cette manière, les matériaux externes utilisés deviennent des "citations" et leur droit d'auteur n'est pas enfreint par leur utilisation.

Divers systèmes ont été établis dans le monde académique pour le référencement, chacun ayant ses avantages et ses inconvénients. À SAE, nous utilisons le système Harvard, qui est décrit ci-dessous.

Principes du Système Harvard

Chaque système de citation essaie d'atteindre un compromis. L'objectif est de minimiser les perturbations dans la lisibilité du texte tout en fournissant suffisamment d'informations sur l'origine du matériel. À cette fin, le système

Harvard utilise des "références courtes" dans le texte (citation in-text). Dans une citation in-text, seul le nom de famille de l'auteur, l'année de publication et, le cas échéant, un numéro de page sont placés entre parenthèses après ou dans une section du texte. Exemple : (Huber, 2002, p.12). La référence courte peut ensuite être utilisée pour identifier clairement la référence complète dans la bibliographie.

Les informations complètes nécessaires pour localiser clairement une source sont données dans la bibliographie. Cela inclut toujours les informations suivantes :

- Qui est l'origine de la source (par exemple, auteur, artiste ou entreprise) ? Le nom de famille est écrit en entier et ensuite le prénom est donné en entier ou seulement en initiale.
- Quand la source a-t-elle été publiée (année) ?
- Quel est le titre (titre d'un livre, d'un film, d'un jeu...) ? Le titre est toujours mis en valeur (par exemple, guillemets, italique ou gras).
- Quel type de source est-ce (livre, source en ligne, film, titre audio, jeu vidéo...) ? Toutes les sources autres que les livres sont étiquetées selon leur type.
- Où la source peut-elle être trouvée (par exemple, éditeur, URL d'un site web...)?

Exemple : Huber, C. W., 2002. *Handbuch zur CD Herstellung*. Cologne: Bosworth-Edition.

Dans la bibliographie, toutes les sources utilisées sont classées par ordre alphabétique du nom de famille de l'auteur. Peu importe qu'il s'agisse de livres, de sites web ou de médias. Toutes les sources sont répertoriées ensemble dans le même index.

Notes de bas de page dans le système Harvard

Dans le système Harvard, les notes de bas de page ne sont pas utilisées pour les sources ou les citations. Elles servent, par exemple, à ajouter des

notes au texte ou à expliquer des abréviations. Une référence courte Harvard peut également apparaître dans une note de bas de page.

Dialectes du système Harvard

Le système Harvard n'est pas une méthode unique de citation, mais une famille de styles de citation qui utilisent tous la citation in-text, avec des différences mineures entre eux. Par exemple, le titre peut être en italique ou en gras, et il peut y avoir des variations dans l'utilisation des deux-points, des virgules ou des espaces.

Exemples de deux styles Harvard corrects :

- **Référence courte :** (Huber 2002:17)
 - **Bibliographie :** Huber, C. W. (2002) *Handbuch zur CD-Herstellung*. Cologne: Bosworth-Edition.
- **Référence courte :** (Huber, 2002, p.17)
 - **Bibliographie :** Huber, C. W., 2002. *Handbuch zur CD-Herstellung*. Cologne: Bosworth-Edition.

Vous pouvez choisir le style de citation spécifique tant qu'il appartient à la famille Harvard. Vous devez respecter le style choisi de manière cohérente dans votre travail.

Si vous avez besoin d'un conseil pour un style spécifique, vous pouvez utiliser le style Anglia Ruskin, pour lequel un fichier de style de citation pouvant être utilisé pour de nombreux types de médias est également disponible pour le programme Zotero dans Canvas.

Citations directes et indirectes

Il n'y a pas de différence formelle entre les références courtes pour les citations directes et indirectes. Dans les deux cas, le nom de l'auteur, l'année de publication et, le cas échéant, un numéro de page sont donnés entre parenthèses. Une citation directe se reconnaît par le marquage du

texte original (par exemple, guillemets autour du passage ou citation en bloc).

Le terme "confer" (exemple : (cf. Müller, 2007, p.22)) n'existe pas dans le système Harvard.

Sources

Tout matériel qui ne provient pas de vous doit être cité. Cependant, pour garder un texte lisible (après tout, vous avez probablement acquis presque tout ce que vous savez d'ailleurs), limitez-vous aux éléments qui ne font pas partie des connaissances générales. Cependant, surtout lorsque vous faites des affirmations dans un texte, vous devez citer une source qui étaye cette affirmation (exemple d'une telle affirmation : "En 1997, seulement 3 % des Allemands avaient un téléphone portable").

Les "connaissances générales" incluent également les encyclopédies. C'est de là que vient, par exemple, l'affirmation selon laquelle Wikipédia n'est pas une source citable. Cependant, toutes les encyclopédies ne contiennent pas uniquement des connaissances générales, et vous devez évaluer vous-même si une source reste plutôt superficielle ou contient des connaissances spécialisées plus spécifiques. Cependant, Wikipédia reste une source défavorable en raison du manque de traçabilité des auteurs.

Sources Citables

Les sources citables sont des sources accessibles au public. "Public" signifie que tout le monde peut avoir accès au matériel, et pas seulement un groupe restreint de personnes. Par exemple, un livre publié ou une revue spécialisée peut être cité de la même manière qu'un site web ou une pièce de musique ou de film publiée. Une interview publiée (par exemple via un site web) pourrait également être citée. Une interview que vous réalisez vous-même mais que vous n'avez pas publiée n'est initialement pas citable. Les documents de cours ou le matériel pédagogique, par exemple, qui ont été distribués pendant les cours mais qui ne sont pas accessibles au public ne sont également pas citables.

Si vous souhaitez vous référer à des sources non publiques, il y a deux options :

1. Ajouter le matériel source à votre propre travail (généralement en annexe). Par exemple, une interview réalisée par vous-même pourrait être incluse dans l'annexe du document en tant qu'enregistrement ou transcription. Vous pouvez ensuite vous y référer dans votre travail.
2. **Citation anecdotique** : Vous décrivez les circonstances dans lesquelles le matériel a été obtenu, par exemple sous la forme d'une note de bas de page.

Relation entre Références Courtes et Références Complètes :

Les règles ici sont assez simples :

- Il doit y avoir une référence complète dans la bibliographie pour toutes les références courtes.
- Pour chaque source dans la bibliographie, il doit y avoir un endroit dans le texte qui renvoie à cette source avec une référence courte.

Il est donc indésirable d'inclure des sources dans la bibliographie qui ne sont pas référencées dans le texte principal. Si vous avez travaillé avec ces sources, une référence courte correspondante doit être incluse dans le texte principal ou dans une note de bas de page.

Paraphrase

Dans le contexte du travail sur les sources, le terme paraphrase vient rapidement à l'esprit. La paraphrase consiste à reproduire le sens du texte d'une autre personne avec ses propres mots. Cependant, il ne s'agit pas simplement de réorganiser la structure de la phrase ou de trouver un synonyme pour un mot. Il s'agit plutôt de formuler ses propres phrases pour reproduire un contenu, généralement résumé.

Exemples :

- **Texte original (citation directe) :** "En utilisant un morceau de musique connu qui fournit un signal suffisant dans la plage des basses, une comparaison est faite entre le signal d'entrée et le signal de retour sur bande après l'enregistrement. La meilleure façon de procéder est d'enregistrer le morceau de musique sur l'une des pistes centrales et de passer constamment de l'entrée au repro pour comparaison pendant l'enregistrement." (Friebeck, 2007, p.855, traduction de l'auteur)
- **Paraphrase incorrecte :** Avec un morceau de musique qui offre un signal suffisant dans la zone des basses, le signal d'entrée est comparé au signal de retour sur bande après l'enregistrement. À cette fin, le morceau de musique est enregistré sur l'une des pistes centrales et basculé plusieurs fois entre l'entrée et le repro pendant l'enregistrement pour comparaison (Friebeck, 2007, p.855).
- **Paraphrase correcte :** Afin d'ajuster la réponse en fréquence dans la plage des basses, un signal musical contenant des basses est utilisé, qui est enregistré sur une piste qui n'est pas sur le bord de la bande. En comparant le signal d'entrée avec le signal de retour sur bande, vous pouvez maintenant juger de la manière dont l'égalisation est réglée dans les basses et apporter les ajustements nécessaires (Friebeck, 2007, p.855).

Remarque : Lorsqu'on paraphrase correctement, non seulement la phrase de la citation originale est utilisée, mais aussi le contenu entourant ce passage de texte. Une synthèse est donc réalisée.

Collages d'images (par exemple pour des mood boards ou des collections de références)

Si de nombreuses images sont compilées en collages, un grand nombre de références sera nécessaire. Cependant, comme ces sources sont d'importance secondaire pour le travail, citer les sources selon Harvard

serait inapproprié et alourdirait la bibliographie. Cependant, le matériel externe doit toujours être étiqueté. Nous avons donc convenu qu'une liste de liens (URLs) vers toutes les images utilisées dans un collage d'images est suffisante. Une telle liste de liens pourrait, par exemple, être incluse en annexe, et la légende du collage renverrait à l'annexe.

Exemple : Collection de diverses tours pointues pour un château de vampire (pour les sources, voir la liste des liens dans l'annexe B)

Citations anecdotiques

Si une information ne peut pas être référencée avec une source publiée, une citation anecdotique peut être faite. Cela décrit les circonstances dans lesquelles l'information a été obtenue. Il n'y a pas d'entrée dans la bibliographie au-delà des informations dans le texte.

Exemples :

- Dans la thèse de licence de Thomas Hiller sur le "Design dynamique de sites web" de 2003, une enquête a montré que 77 % des utilisateurs préfèrent une taille fixe des éléments de navigation dans un menu de site web.
- J'ai donné le scénario de mon court-métrage à plusieurs experts pour qu'ils le lisent. Les retours les plus importants étaient : "Le protagoniste devrait être mieux introduit" (Nadine Frisch), "L'introduction des personnages est trop courte. Surtout avec Tom [protagoniste], on ne comprend pas vraiment la motivation derrière ses actions." (Max Kraszlowski) et "Qu'est-ce qui motive Tom [protagoniste] à participer à une course de rue illégale ? Cela semble se produire de manière quelque peu arbitraire" (Felix Binder).