**ÉCOLE POLYTECHNIQUE DE THIÈS**

**DÉPARTEMENT DE GÉNIE INFORMATIQUE ET TÉLÉCOMMUNICATION**

**DIC1**

**TECHNIQUES DE COMMUNICATION**

**EXAMEN NUMÉRO 1**

**10/12/19**

1. **Délimitez et numérotez les parties parties constitutives de l’introduction ci-dessous (05/20).**
2. **Réorganisez et ré-numérotez en les parties parties constitutives, en rouge, de façon à la rendre CONFORME aux règles de rédaction du GUIDE DE RÉDACTION DU PROJET DE FIN D’ÉTUDES de l’EPM (15/20)**

INTRODUCTION

**1**

Parler, partager, commenter, discuter, écrire sont les actes quotidiens qui font circuler les informations sur l’Internet. Du silicium des serveurs aux écrans des téléphones, des millions de messages se frayent chaque jour des chemins insoupçonnés à travers les multiples plate-formes du Web. Soutenues par l’appétit d’une industrie florissante, ces nouvelles formes de conversation viennent interroger et renouveler les pratiques média- tiques, politiques, scientifiques et managériales.

Les *mèmes Internet*, petites blagues circulant rapidement sur la Toile, réunissent au- tour d’eux un grand nombre d’utilisateurs en un temps très court. Satire politique, action commerciale ou simple blague potache, la vélocité et le pouvoir fédérateur de ces simples photos légendées ne cessent de surprendre. Les modèles de leur diffusion, encore largement méconnus, ont jusqu’ici été essentiellement compris par analogie avec ceux du virus bio- logique.

**2**

Pourtant, l’observation des tensions entourant l’appropriation de ces puissantes instances médiatiques donne à voir une réalité bien différente. Ces objets numériques atypiques ont également pénétré les fenêtres des navigateurs Internet en Chine, portés par le sarcasme et l’humour.

Le service de microblog *Weibo* lancé par le portail *Sina* a connu un dès son lancement en 2008 un succès fulgurant. La réactivité de ce service de publication instantanée a démultiplié les espaces de conversation en ligne. Rassemblant aujourd’hui plusieurs centaines de millions d’utilisateurs, cette plateforme a amené de nouvelles pratiques de la discussion au sein d’un environnement médiatique chinois traditionnellement très contrôlé (MacKinnon, 2009; Douzet, 2007; Yang, 2008)

La croissance rapide de *Sina Weibo* a été largement soutenue par la politique du gouvernement central de Pékin. Le protectionnisme strict appliqué au secteur des industries culturelles et des Technologies de l’Information et de la Communication (TIC) a notamment permis à la firme de se développer dans un environnement non-concurrentiel. Ses homologues américains *Twitter* et *Facebook* ont en effet été bannis du paysage chinois, rendus inaccessibles depuis l’intérieur du territoire (Sullivan, 2012). La valorisation importante sur les marchés d’affaires du titre *Sina* 1 témoigne du succès économique et commercial de l’entreprise. Néanmoins, l’évolution des régulations et utilisations du service lui-même témoigne des tensions constantes entre agenda gouvernemental, désir d’expression des utilisateurs et objectif de rentabilité.

**3**

La présente recherche se propose d’examiner les différents régimes d’expression et de discours régissant les usages de *Sina Weibo* grâce à l’étude des contenus à forte circulation - dont les mèmes.

**4**

Les travaux concernant cette plateforme se polarisent souvent autour des actions de marketing, des stratégies de censure gouvernementale (Ng, 2013b) ou des tactiques de contournement développées par les utilisateurs (Yang, 2014). Nous souhaitons ici dépasser ce clivage en considérant la complexité des relations entre pouvoir politique, industries culturelles et pratiques quotidiennes afin de proposer une lecture plus contrastée (Fernandez et Puel, 2010).

**5**

Pour ce faire, nous dresserons un portrait de différents contenus web sur *Sina Weibo* comprenant mèmes absurdistes, scandales politiques, débats de société et campagnes commerciales. Un outil d’analyse et de visualisation de données spécialement conçu nous permettra d’observer dans le détail les interactions entre plate-formes, mots, lieux et utilisateurs lors de leur diffusion.

2/**Question 2: Réorganisez et ré-numérotez en les parties parties constitutives, en rouge, de façon à la rendre CONFORME aux règles de rédaction du GUIDE DE RÉDACTION DU PROJET DE FIN D’ÉTUDES de l’EPM**

**1/ la situation existante du sujet traité**

Parler, partager, commenter, discuter, écrire sont les actes quotidiens qui font circuler les informations sur l’Internet. Du silicium des serveurs aux écrans des téléphones, des millions de messages se frayent chaque jour des chemins insoupçonnés à travers les multiples plate-formes du Web. Soutenues par l’appétit d’une industrie florissante, ces nouvelles formes de conversation viennent interroger et renouveler les pratiques média- tiques, politiques, scientifiques et managériales.

Les mèmes Internet, petites blagues circulant rapidement sur la Toile, réunissent au- tour d’eux un grand nombre d’utilisateurs en un temps très court. Satire politique, action commerciale ou simple blague potache, la vélocité et le pouvoir fédérateur de ces simples photos légendées ne cessent de surprendre. Les modèles de leur diffusion, encore largement méconnus, ont jusqu’ici été essentiellement compris par analogie avec ceux du virus bio- logique.

**2/la formulation du problème et de la solution proposée**

Pourtant, l’observation des tensions entourant l’appropriation de ces puissantes instances médiatiques donne à voir une réalité bien différente.

Ces objets numériques atypiques ont également pénétré les fenêtres des navigateurs Internet en Chine, portés par le sarcasme et l’humour.En outre l'environnement médiatique chinois est traditionnellement très contrôlé (MacKinnon, 2009; Douzet, 2007; Yang, 2008).

Le protectionnisme strict appliqué au secteur des industries culturelles et des Technologies de l’Information et de la Communication (TIC) a notamment permis le développement d'un environnement non-concurrentiel.En effet Twitter et Facebook ont été bannis du paysage chinois, rendus inaccessibles depuis l’intérieur du territoire (Sullivan, 2012).

L'évolution des régulations et utilisations du service lui-même témoigne des tensions constantes entre agenda gouvernemental, désir d’expression des utilisateurs et objectif de rentabilité.

Le service de microblog Weibo lancé par le portail Sina a connu un dès son lancement en 2008 un succès fulgurant. La réactivité de ce service de publication instantanée a démultiplié les espaces de conversation en ligne rassemblant aujourd’hui plusieurs centaines de millions d’utilisateurs, cette plateforme a amené de nouvelles pratiques de la discussion

La croissance rapide de Sina Weibo a été largement soutenue par la politique du gouvernement central de Pékin. La valorisation importante sur les marchés d’affaires du titre Sina 1 témoigne du succès économique et commercial de l’entreprise.

**3/les objectifs du projet**

La présente recherche se propose d’examiner les différents régimes d’expression et de discours régissant les usages de Sina Weibo grâce à l’étude des contenus à forte circulation - dont les mèmes.

**4/l'énoncé de la méthodologie utilisée**

Les travaux concernant cette plateforme se polarisent souvent autour des actions de marketing, des stratégies de censure gouvernementale (Ng, 2013b) ou des tactiques de contournement développées par les utilisateurs (Yang, 2014).

Nous souhaitons ici dépasser ce clivage en considérant la complexité des relations entre pouvoir politique, industries culturelles et pratiques quotidiennes afin de proposer une lecture plus contrastée (Fernandez et Puel, 2010).

Un outil d’analyse et de visualisation de données spécialement conçu nous permettra d’observer dans le détail les interactions entre plate-formes, mots, lieux et utilisateurs lors de leur diffusion.

**5/ l’annonce du plan suivi**

Pour ce faire, nous dresserons un portrait de différents contenus web sur Sina Weibo comprenant mèmes absurdistes, scandales politiques, débats de société et campagnes commerciales.