

Master en Communication et Cultures Numériques

Medialab, Institut des sciences de la communication et des cultures numériques

Journée des Masters 30 octobre 2025

› PLAN

- › A PROPOS
- › MASTER
- › OFFRE DE COURS
- › FAQ
- › DEBOUCHES
- › CANDIDATURES
- › CONTACT
- › TEMOIN
- › QUESTIONS

› A PROPOS

› Institut

- › Direction de l'institut > Prof. Claire Balleys
- › Directeur du Master > Prof. Tommaso Venturini
- › Administration > Marie-Alice Scherrer
- › Conseiller aux études > Gaetan Clavien

› Missions

- › Master
- › FC
- › Recherche

› Actualités

- › <https://www.unige.ch/sciences-societe/medialab/>

› Où nous trouver

- › Uni-Mail, 4^{ème} étage, sociologie

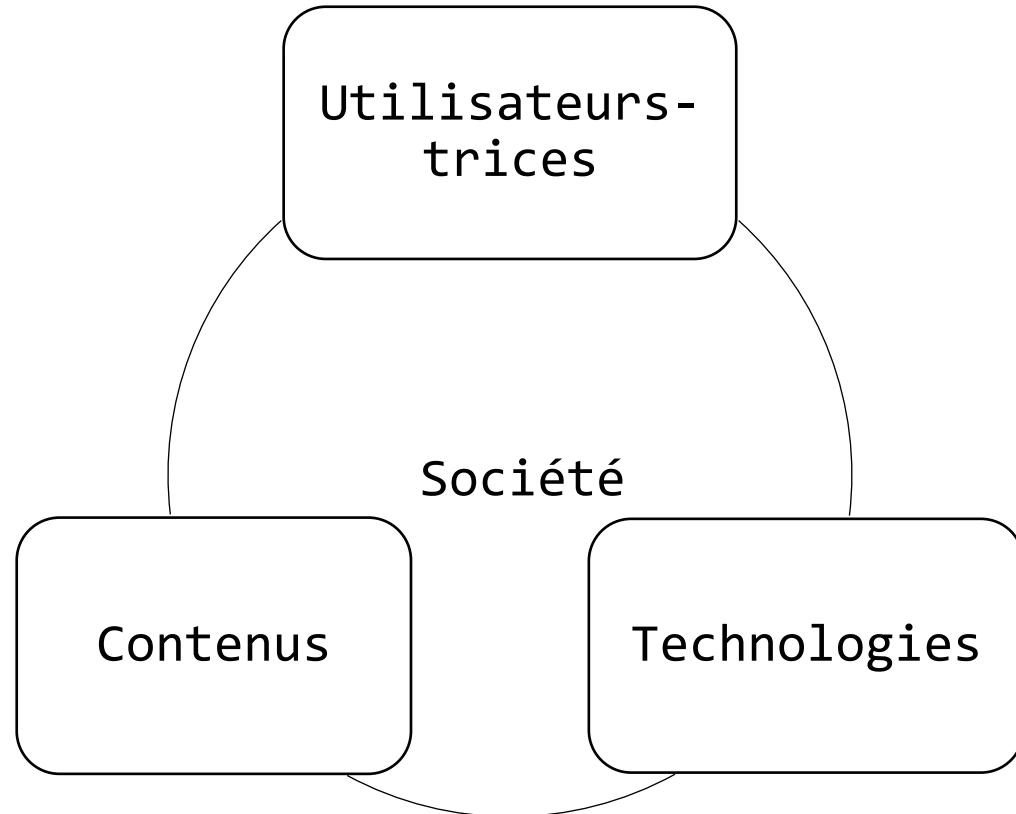
› MASTER EN COMMUNICATION ET CULTURES NUMÉRIQUES

- › Durée : 4 Semestres
- › Durée max : 6 Semestres
- › Crédits : 120 Crédits
- › Enseignements : Cours et Séminaires
- › Pédagogie : Concepts, méthodes, pratique et études de cas
- › Mémoire : 24 + 6 Crédits
- › Etudiant-e-s : ~20
- › Enseignant-e-s : 10

› CONCRETEMENT

- › Vous analyserez les nouveaux médias par les méthodes numériques
- › Vous travaillez avec les bases de données, les logiciels d'analyse et de visualisation, les interfaces, l'immersion dans les communautés en ligne
- › Vous explorerez les cultures numériques en appréciant les spécificités des plateformes et des subcultures de l'Internet et en étudiant comment :
 - › le numérique s'imbrique dans nos vies sociales
 - › les liens sociaux, les pratiques quotidiennes, les actes militants, les cultures populaires s'inscrivent entre présentiel et numérique
 - › les médias participent au dépassement ou au renforcement des inégalités sociales vis-à-vis de la crise du climat, de la citoyenneté, du genre, des classes, des ethnicités

› ASPECTS ETUDES



> OFFRE DE COURS

- › Bloc 1 > "Cultures numériques", contient des cours centrés sur les cultures et la communication numérique
- › Bloc 2 > est composé d'enseignements qui accompagnent les étudiant-e-s dans le développement de leur mémoire ([format article](#)) de recherche ou de stage
- › Bloc 3 > "Méthodes : analyse et création", permet aux étudiant-e-s d'affiner leurs compétences techniques choisissant librement parmi des cours dédiés à différentes méthodes
- › Bloc 4 > "Communication numérique: contenus et pratiques", est centré sur les pratiques de la communication en ligne

› DESCRIPTIFS

The screenshot shows the University of Geneva website with a black header containing the logo and navigation links: UNIVERSITÉ, FACULTÉS, ÉTUDES, COLLABORATEURS, SERVICES, ALUMNI. Below this is a yellow navigation bar with links: SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ, Faculté, Recherche, Formations, Espace étudiant-es, Faculté & Cité, Contact. A small orange "Portail" button is at the top right. The main content area has a white background with the title "MEDIALAB" in orange. Below it is a grey navigation bar with links: Accueil, Équipe, Recherche, Enseignements, Espace étudiant-es, Contact. The "Enseignements" link is highlighted in orange. The main text area features the heading "Panorama des enseignements du Master" in large black font, followed by "Bloc 1: Cultures numériques (cours obligatoires)" in bold black font. Below this are two course descriptions: "Socio-anthropologie des cultures numériques" and "Plateformes, participation, pouvoir".

Enseignements

Panorama des enseignements du Master

Bloc 1: Cultures numériques (cours obligatoires)

Socio-anthropologie des cultures numériques

automne, 6 crédits

Enseignants: C. Balleys et F. Ruz

Compétences: Capacité à percevoir la dimension sociale des cultures numériques.

Pratiques: Ateliers de conversation avec les algorithmes de TikTok et de YouTube.

Suivez ce cours pour ... découvrir les coulisses des usages des médias sociaux.

Description: Montre-moi ton feed Tik Tok ou YouTube, et je te dirai qui tu es et comment tu te situes socialement. Partant des théories de la socialisation de Berger et Luckman (1967), des théories de la réception médiatique et des travaux actuels sur les cultures numériques, nous proposons d'étudier la dynamique sociale à l'œuvre dans la rencontre entre des individus socialement situés et des plateformes de réseaux sociaux.

Plateformes, participation, pouvoir

automne, 6 crédits

Enseignant: S. Salerno

Compétences: Capacité d'analyser différents types de plateformes et de contextualiser des problèmes liés à la plateformisation.

Pratiques: Analyser une plateforme, et présenter oralement un bref sujet en lien avec les plateformes et, ou leurs contenus.

The screenshot shows the University of Geneva website with a red header containing the logo and navigation links: Portail, SE CONNECTER, and a search bar. The main content area has a pink background with the title "PROGRAMME DES COURS ANNEE ACADEMIQUE 2025-2026" in white. Below this is a search bar with the placeholder "Mots-clés, code cours/plan d'études...". The main visual is a white graphic featuring three people (two men and one woman) sitting on books, interacting with a large computer monitor displaying a video call interface. Various icons like a clock, play button, and message bubbles are scattered around the graphic.

› FAQ

- › Intitulé du diplôme > Master en Communication et Cultures Numériques Université de Genève
- › Admission > Sur dossier
- › Diplôme requis > Bachelor ou titre jugé équivalent
- › BA en communication obligatoire > Non
- › Modalité d'enseignement > Présentiel
- › Langue d'enseignement > Français
- › Mobilité > Dès le 3^{ème} semestre
- › Stage > Possible mémoire de stage (convention à signer)
- › Options libres > 6 crédits
- › Temps partiel > Possible sur demande

> DÉBOUCHÉS

- > Compétences
 - > Analyse des plateformes, contenus, usages et expériences utilisateur-trice
 - > Méthodes qualitatives et ethnographiques, enquêtes de terrain
 - > Méthodes numériques (crawling, scraping, data mining, text mining)
 - > Visualisation de l'information et analyse visuelle de réseaux
 - > Analyse de la participation citoyenne et de la construction des problèmes publics
 - > Sémiotique du texte et analyse du discours
 - > Médiation culturelle
- > Organisation
 - > Les compétences acquises au sein du Master peuvent être mises au profit dans une variété d'instituts et agences, entreprises et organisations qui s'engagent dans la transformation numérique, mais aussi servir de bases à une pluralité de carrières de créateur-trice de contenus

› CANDIDATURES

- › Date : 28 février 2026 pour l'année académique 2026-27
- › Dépôt : [Portail en ligne](#)
- › Dossier : 4 éléments
 - › Lettre de motivation qui précise le cas échéant la mention envisagée (1 page A4)
 - › Curriculum vitae (1 page A4, sans annexe)
 - › Photocopies des diplômes obtenus (certifiés conformes en cas d'études effectuées dans des pays n'ayant pas signé ou ratifié la Convention de Lisbonne)
 - › Un projet de recherche de 3 pages max. (cf. [template](#)). Le projet doit s'inscrire dans les [axes de recherche](#) de Medialab et décrire un possible sujet que le-la candidat-e aimeraient développer dans le cadre de son mémoire de diplôme

› CANDIDATURES



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

UNIVERSITÉ FACULTÉS ÉTUDES COLLABORATEURS SERVICES ALUMNI

SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ Faculté Recherche Formations Espace étudiant-es Faculté & Cité Contact

Le délai unique pour toutes les candidatures est fixé au 28 février 2026, les dossiers peuvent être déposés dès la mi-janvier sur la plateforme en ligne.

CONTENU DU DOSSIER DE CANDIDATURE EN MASTER

Pour tou-te-s les candidat-es (à l'exception des candidat-es à un Master consécutif à leur baccalauréat universitaire terminant, au semestre de printemps 2025, leur baccalauréat universitaire en Faculté des SdS ou leur Baccalauréat universitaire en relations internationales orientation Politique internationale, Histoire internationale et Économie internationale au GSI) et tous les Masters de la Faculté:

- Lettre de motivation qui précise le cas échéant la mention envisagée (1 page A4);
- Curriculum vitae (1 page A4, sans annexe);
- Photocopies des diplômes obtenus (**certifiés conformes** en cas d'études effectuées dans des pays n'ayant pas signé ou ratifié la [Convention de Lisbonne](#));
- Photocopies des relevés de notes (**certifiés conformes** en cas d'études effectuées dans des pays n'ayant pas signé ou ratifié la [Convention de Lisbonne](#));

Les candidat-es aux Masters suivants ajouteront:

Maîtrise en management public	• 2 lettres de recommandation
Maîtrise en communication et cultures numériques	• 1 projet de recherche (max 3 pages) suivant le template suivant (PDF , word). Le projet doit doit s'inscrire dans les axes de recherche du Medialab Genève et décrire un possible sujet que le/a candidate aimeraient développer au sein du master.



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

Accueil |

Informations personnelles

Prénom(s) officiel(s) *
Veuillez indiquer TOUS vos prénom(s) tel(s) qu'il(s) figure(nt) sur votre pièce d'identité/passeport.

Nom(s) de famille officiel(s) *
Veuillez indiquer TOUS vos nom(s) de famille tel(s) qu'il(s) figure(nt) sur votre pièce d'identité/passeport.

Nom de jeune fille / Nom de naissance

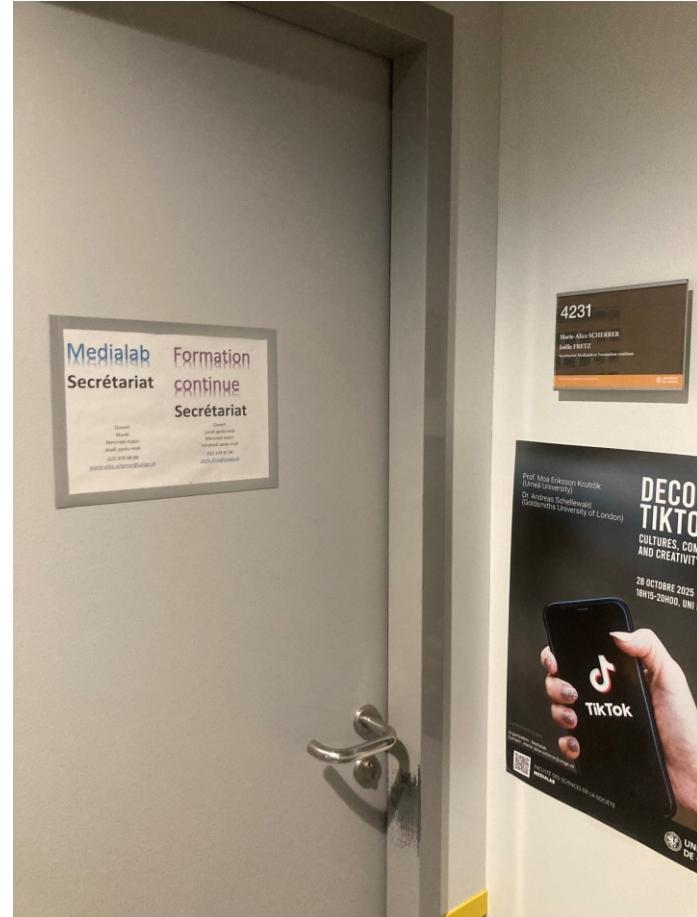
Email *
Le compte de messagerie doit être consulté régulièrement. Toute correspondance concernant les candidatures se fera mail.

Date de naissance *
 DD.MM.YYYY

Avez-vous déjà été immatriculé-e à l'UNIGE ? *
Si vous avez déjà été immatriculé-e à l'UNIGE ou êtes en cours d'études à l'UNIGE, il est nécessaire de pouvoir vous identifier (SIUS / Matricule) ou votre N° AVS ci-dessous.
Si vous ne retrouvez pas votre numéro d'étudiant-e (SIUS) et n'avez pas de numéro AVS, contactez au plus vite le Service des immatriculations (SIM) via sa plateforme ([admissions.unige.ch](#)) et fournissez en pièce jointe votre e-mail privée. Le SIM procédera à l'identification et vous informera dès que tout est en ordre. Vous pourrez alors finaliser votre candidature.

> CONTACT

- > Marie-Alice Scherrer
- > Université de Genève
Medialab
Boulevard du Pont d'Arve 40
1205 Genève
- > Marie-Alice.Scherrer@unige.ch
- > +41 22 379 98 84
- > Bureau 4231 (4^{ème} étage)
- > Secrétariat: mardi, mercredi matin, jeudi après-midi



> YOUSSEF DJEBRI



- › 2023: Bachelor en Sciences-politiques
- › 2025: Master en Communication et Cultures Numériques ;
Master en Sciences-politiques
- › Pro: Stage à la Radio Télévision Suisse (1 an); Stage au service de la Culture de la Ville de Nyon (4 mois)

> TEMOIN: EXPERIENCE PERSO

- > Avant le dépôt de candidature
- > Pourquoi avoir candidaté ?
 - > Parce que le Master en Communication et Cultures Numériques ouvre la voie à une multiplicité de carrières professionnelles.
 - > Pour comprendre ce qui se cache derrière une campagne/stratégie de communication (politique, institutionnelle, musicale), et savoir en créer une
 - > Parce qu'il touche à de nombreux aspects de la communication: nouveaux médias, création de contenu, outils d'analyse
- > Difficultés lors de la confection du dossier de candidature?
 - > La difficulté réside dans la formulation d'un projet de recherche cohérent → consulter les [axes de recherche](#) de Medialab
 - > Pas de stress ! C'est le projet de recherche ambitionné
 - > **Pas nécessaire d'être codeuse ou codeur pour candidater; l'esprit critique, l'engagement sont parmi les principales compétences requises**

> TEMOIN: EXPERIENCE PERSO

- > Pendant le cursus
- > Forces du Master
 - > Vingtaine d'étudiant-es, bonne ambiance de travail, corps enseignant disponible
 - > Charge de travail qui permet d'exercer une activité en parallèle
 - > Les cours sont intéressants, variés, formateurs et accessibles
 - > Beaucoup de projets collaboratifs en petits groupes → bonne atmosphère, travaux qui allient théorie et pratique (bons pour le portfolio !)
- > Mon sujet de mémoire : "Usages de Tinder par des jeunes utilisateurs-rices" consultable dans Archives Ouvertes UNIGE
 - > **On apprend à maîtriser des types d'analyse et des outils, à comprendre comment les médias numériques façonnent la société et la communication**

› TEMOIN: EXPERIENCE PERSO

› Après le cursus

- › Capacité de rédaction et de synthèse
- › Capacité à établir une stratégie de communication
- › Capacité de réflexion
- › Compétences techniques (outils de veille, compétences tournage/montage vidéo, méthodes quanti/quali)
- › Capacité à mener une recherche
- Compréhension du monde de la communication à 360 degrés

- › Peu de difficulté à trouver un stage, le Master en Communication et Cultures numériques a très bonne réputation
 - › Pour trouver un emploi → selon moi : essentiel de prendre de l'expérience en parallèle (stages, initiatives personnelles, bénévolat, community management), et chercher à se spécialiser dans un domaine de la communication

› TEMOIN: CONSEILS, ENCOURAGEMENTS

- › Pour la confection du dossier de candidature
 - › CV, lettre de motivation
 - › Projet de recherche : trouver une idée originale, quelque chose qui sort du lot
 - › Prêter attention à la forme autant qu'au fond !
 - › Rester toujours cohérent avec les axes de recherche du Medialab
 - › Demander des feedbacks autour de vous
 - › Youb.djebri@outlook.com
- › Pour tirer le meilleur parti de la filière
 - › Réseauter avec étudiant-es, corps enseignant, autres...
 - › S'impliquer dans les cours pour engranger un maximum de compétences
 - › Mettre à profit les vendredis et le temps libre
- › « **On ne peut pas ne pas communiquer** » Paul Watzlawick

>CANDIDATEZ!

