

LA BALADODIFFUSION DANS TOUS SES ÉTATS

Source: Université de Sherbrooke

Date: 12/12/2020

Selon l'Office québécois de la langue française (OQLF), la baladodiffusion (traduction de podcasting) est un moyen de diffuser sur internet du contenu par l'entremise d'un abonnement (flux RSS ou autre), ce qui rend possible le téléchargement sur un appareil mobile pour une écoute ultérieure.

Un balado (au masculin; traduction de podcast) est le fichier résultant de la baladodiffusion. Il s'agit donc du contenu même de la baladodiffusion qui prend la forme de fichiers mp3 (balado audio) ou mp4 (balado vidéo).

La baladodiffusion n'en est pas à sa première vague. Déjà, au milieu des années 2000, des études ont eu cours sur le sujet, des rapports de recherche ont été publiés en lien avec le phénomène et de grandes universités ont investi dans des infrastructures destinées à métamorphoser la livraison des savoirs. Au nombre de ces nouveaux dispositifs, on retrouvait la baladodiffusion qui était, à cette époque, vue comme un moyen de rendre disponible au plus grand nombre l'intégralité des cours (Peltier, 2016).

Il a fallu attendre l'introduction des services de diffusion en continu pour voir la baladodiffusion prendre un nouveau souffle. Le fait d'être connecté en tout temps et en tous lieux a transformé les habitudes et fait progresser de 300 % les pratiques d'écoute en ligne (Observatoire des technologies médias, 2017). Les principales plateformes d'écoute utilisées sont désormais iTunes (24 %) et YouTube (23 %), avec Spotify qui connaît une belle augmentation (de 12 % en 2019 à 21 % en 2020) (Signal Hill Insights, 2020).

Qui consomme des balados?

Selon Caroline Jamet, directrice générale à la radio de Radio-Canada, « [l]es milléniaux sont les plus informés de tous les jeunes de 18-34 ans de l'histoire, grâce à toutes les technologies offertes pour recevoir du contenu. »

Une enquête pancanadienne menée par l'Observatoire des technologies médias (OTM) révèle que ce sont les jeunes adultes qui se tournent résolument vers les plateformes de diffusion en continu. En 2019, près de la moitié (48 %) des milléniaux (18-34 ans) s'adonnait à de l'écoute en ligne. D'après l'étude The Canadian Podcast Listener de la firme Signal Hill Insights, 27 % des consommatrices et des consommateurs canadiens de baladodiffusion en écoutent sur une base mensuelle. De ce nombre, 29 % sont de grandes utilisatrices et de grandes utilisateurs, écoutant 5 h ou plus de balados par semaine. Il s'agit surtout de femmes, quoique la différence d'écoute entre les genres tend à s'estomper depuis 2017. Comme dans le cas d'autres médias, la consommation mensuelle de baladodiffusion augmente en fonction de la scolarité et du revenu.

Bien que les canadiens francophones de 18 ans et + soient toujours un peu moins nombreux (-10 %) que leurs pairs anglophones à écouter de la baladodiffusion, il n'en demeure pas moins qu'entre 2010 et 2016, les auditeurs francophones sont passés de 7 % à 18 %. De plus, dans le contexte actuel de pandémie, on peut affirmer que la baladodiffusion audio devient une alternative plus qu'intéressante quand vient le temps de décrocher des écrans. D'ailleurs, selon Signal Hill Insights, 41 % des Canadiens qui écoutent des balados sur une base mensuelle le font depuis moins d'un an.

Pourquoi utiliser la baladodiffusion en enseignement supérieur?

Dans leur rapport *Des podcasts pour l'apprentissage au niveau universitaire*, De Lièvre, Temperman et Dujardin (2020) citent quelques chercheurs qui ont publié sur le sujet (Mc Combs, Maag) et qui considèrent la baladodiffusion comme un vecteur d'apprentissage efficace. En effet, de par sa facilité d'accès, son potentiel narratif, son côté immersif et intime, la baladodiffusion rend l'expérience d'apprentissage authentique, personnelle et on ne peut plus prégnante.

Ainsi, la baladodiffusion peut servir d'élément déclencheur à une activité, de ressource complémentaire à un cours ou encore de document de référence. Sur le site de l'Université de la Colombie-Britannique, plusieurs applications de la baladodiffusion sont suggérées.

- Contenus médiatisés : pour remplacer une partie de cours en présence
- Entrevues d'experts : pour entendre des interviews avec des sommités à faire découvrir aux étudiantes et étudiants
- Lectures littéraires, contes numériques: pour mieux faire sentir l'émotion et donner du sens à de nombreuses œuvres, pièces, poèmes
- Apprentissage des langues : pour entendre, réécouter, distinguer les intonations et pratiquer les prononciations d'une nouvelle langue
- Consignes, explications, rétroactions : pour donner les balises d'une tâche à exécuter, répondre à des questions ou des problèmes, varier les façons d'informer les étudiantes et étudiants
- Archives de cours : pour revoir un cours manqué, réviser avant une période d'examen, permettre à l'enseignante ou l'enseignant de visionner sa prestation à des fins d'amélioration continue.

Une chose est sûre, et les constats de recherches convergent tous en ce sens, pour une utilisation optimale de la baladodiffusion en enseignement, celle-ci se doit d'être :

- intégrée à une séquence pédagogique;
- avec des contenus bien ciblés et pertinents par rapport au cours;
- dynamique et exploitant le plus possible l'interaction;
- idéalement de courte durée.

La produire : par où commencer?

Avant de vous lancer dans l'aventure de la production de balados, voici quelques conseils.

- Écoutez-en plusieurs afin d'identifier le style et les éléments qui vous conviennent.
- Consultez des sites, lisez des guides (UBC Media Makers, Podcasting for beginners, Baladodiffusion 101) pour vous faire une tête sur ce qui fonctionne bien.
- Posez-vous les bonnes questions.
- Pourquoi la baladodiffusion plutôt qu'un autre média?
- Quelles cibles d'apprentissage seraient visées par les balados?
- Quel ton et quelle forme pour votre baladodiffusion (humoristique, documentaire, sous forme de conversation, d'entrevues...)?
- Quel thème principal et quels sous-thèmes?
- S'agira-t-il d'une série de 6, 10, 12 balados?
- Quelle sera la durée de vos balados?
- Quel niveau d'expertise votre public cible a-t-il?
- Sur quelles plateformes sera-t-elle hébergée?

Etc.

Faites l'inventaire des ressources disponibles, qu'elles soient humaines (collègues, équipe de production), financières (subventions) ou matérielles (équipements, logiciels, salle de son) : avoir une bonne idée de ce qui vous sera accessible facilitera votre travail.

Commencez par un pilote et testez-le auprès d'un groupe témoin. Ajustez le tir au besoin.

D'ailleurs pourquoi ne pas offrir l'opportunité aux étudiantes et étudiants, dans le cadre de travaux d'équipes, de monter un balado? Un tel projet leur permet de fouiller un sujet, d'apprendre les rouages d'une production numérique, de perfectionner les techniques d'entrevue, etc.

À bon entendeur, salut!