

Recommandations pour la mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique selon les écrits scientifiques et l'expérience du balado *Être et Liberté*

Rémi Paré-Beauchemin*, Yu-Jade Adam-Pâquet, Rachelle Abou Sleiman, Audrey-Anne Marcotte, Sophie Labossière, Esther McSween-Cadieux, Julie Lane et Ollivier Prigent

RÉSUMÉ | Les balados de vulgarisation scientifique connaissent un essor marqué comme outil prometteur de mobilisation des connaissances auprès d'un large public, et particulièrement auprès des jeunes adultes. Cet article s'appuie sur la littérature scientifique et sur l'expérience de mise en œuvre du balado *Être et Liberté*, une initiative « par et pour les personnes étudiantes ». Ce balado s'inscrit au cœur de l'Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES) et a pour objectif de partager et de vulgariser aux personnes étudiantes des connaissances scientifiques sur la santé mentale. À partir de cette expérience et de la littérature scientifique, l'article propose des recommandations pour guider la mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique. Ces recommandations concernent l'adoption d'une démarche structurée et stratégique, le choix des personnes invitées et les collaborations, l'animation du balado, la présence sur les réseaux sociaux et les compétences requises pour mettre en œuvre un tel projet. L'expérience avec ce balado met en lumière comment la relève en recherche peut jouer un rôle actif dans la mobilisation des connaissances scientifiques, tout en soulignant l'importance de la collaboration compte tenu des ressources et des compétences requises pour mettre en œuvre et pérenniser de tels projets.

MOTS CLÉS | *Balado, vulgarisation scientifique, par et pour les personnes étudiantes, recommandations, santé mentale*

MESSAGES CLÉS

- | Des repères existent pour guider la mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique, notamment l'adoption d'une démarche structurée et stratégique visant à déterminer les objectifs et à favoriser leur atteinte.
- | Le choix des personnes invitées constitue un élément important et doit reposer sur leur crédibilité et leur alignement avec la mission du balado.
- | L'animation des épisodes implique de rechercher un équilibre entre l'éducation et le divertissement, la crédibilité scientifique, les connaissances scientifiques et expérientielles, la vulgarisation des contenus, les retombées pratiques et le dévoilement de soi.
- | Le développement d'une présence sur les réseaux sociaux, guidé par les bonnes pratiques en communication scientifique, contribue à la diffusion et à la portée des balados de vulgarisation scientifique.
- | La mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique mobilise des compétences variées, ce qui souligne la pertinence de se doter d'une équipe multidisciplinaire et de cultiver les collaborations.

1 | Introduction

Les balados gagnent en popularité depuis les dernières années, et ce, notamment au Québec (Institut de la statistique du Québec [ISQ], 2025b; Savoie, 2025). Ce médium est de plus en plus considéré pour communiquer des connaissances scientifiques à un large public (Fox et al., 2021; Persohn et Branson, 2025). Il peut donc être nécessaire d'identifier des recommandations pour guider ce type d'initiatives afin d'optimiser leurs retombées. Cet article propose ainsi des recommandations pour guider la mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique. Ces recommandations émergent à la fois d'écrits scientifiques et de l'expérience de mise en œuvre du balado *Être et Liberté*, une initiative « par et pour les personnes étudiantes ». L'intention de l'article n'est pas de présenter de façon exhaustive toutes les recommandations en ce domaine, mais d'introduire le lectorat à certaines d'entre elles qui apparaissent plus centrales.

2 | Mise en contexte

L'attrait pour les balados, dont les balados de vulgarisation scientifique, est à la hausse en Amérique du Nord, en Europe et en Océanie (Caldwell et al., 2024; Danford et al., 2022; MacKenzie, 2019; Persohn et Branson, 2025). Au Québec, l'écoute de balados a augmenté de 27 % en 2020 à 33 % en 2022 (ISQ, 2025b). Ainsi, c'est 20 % de la population québécoise qui écoute des balados au moins quelques fois par mois, alors que ce sont les 15-34 ans qui en sont les plus grands consommateurs (48,3 %; ISQ, 2025a, 2025c). À ce jour, le Fonds de recherche du Québec (FRQ, 2024) a déjà financé au moins 14 balados de vulgarisation scientifique.

Un balado se définit comme un projet audio ou vidéo sous forme digitale qu'une personne peut télécharger et écouter sur un ordinateur ou un appareil mobile (Cambridge University Press, s. d.; Savoie, 2025). Ce format inclut régulièrement des conversations et le partage de récits personnels (Persohn et Branson, 2025). La vulgarisation scientifique est une méthode pour communiquer des découvertes scientifiques à un public non spécialisé de façon à rendre ces connaissances complexes accessibles (Cajolet-Laganier et al., 1997). Un balado de vulgarisation scientifique vise ainsi à transmettre des contenus scientifiques à l'aide d'un moyen digital et d'une communication accessible au grand public. Ce type de balado s'inscrit dans le champ de la mobilisation des connaissances, lequel vise à favoriser la production et l'utilisation des résultats de recherche par les personnes chercheuses et utilisatrices des connaissances (Conseil de recherches en sciences humaines, 2025).

Les principales raisons d'écouter des balados sont se divertir, acquérir de nouvelles connaissances et profiter de leur format pour réaliser plusieurs tâches simultanément (*multitasking*; Li et al., 2024). Les balados éducatifs sont des moyens satisfaisants, accessibles et facilitants pour accéder aux résultats de recherche, en plus de permettre le développement des apprentissages ou des compétences, des changements d'attitudes ou de comportements et de faire valoir la voix de divers groupes de personnes (Caldwell et al., 2024; Caoilte et al., 2023; Carrotte et al., 2023a; Kelly et al., 2022; O'Connor et al., 2020; Persohn et Branson, 2025; Robins et al., 2024; Savoie, 2025).

Le balado *Être et Liberté* a pris naissance en 2023 lors du premier concours du programme REGARDS – Objectifs de développement durable (ODD) du FRQ, à l'initiative d'une équipe de personnes

doctorantes¹. Il a été mis en place afin d'aborder des tâches développementales essentielles chez les 18-29 ans, par exemple développer son identité et trouver un sens à sa vie (Arnett, 2023; Bronk et Baumsteiger, 2017). Ce balado aborde également des concepts issus de la psychologie positive, un champ de recherche qui s'intéresse aux facteurs qui mènent au bonheur, au bien-être et à un fonctionnement optimal sur le plan des individus, des groupes et des organisations (Sirois, 2025). Ces thématiques, encore peu présentes dans les discours publics et parfois associées à de fausses croyances, sont abordées dans une perspective de vulgarisation scientifique.

Depuis, ce balado a évolué, puisqu'il s'inscrit maintenant au cœur de l'Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES²). L'OSMÉES est financé par le FRQ et a pour mission de contribuer « à l'avancement et à la mobilisation des connaissances pour promouvoir et maintenir une culture favorable à la santé mentale étudiante en enseignement supérieur »³. Il regroupe plus de 350 membres qui se concentrent sur différents domaines, facteurs et réalités qui influencent la santé mentale étudiante. Le balado partage et vulgarise aux personnes étudiantes des connaissances scientifiques sur la santé mentale, en plus de s'adresser aux jeunes adultes et à toute personne qui œuvre auprès de ces populations (ex. : personnel enseignant et intervenant). Ce balado demeure teinté de sa mission originale, soit d'aborder les tâches développementales et de partager des connaissances en psychologie positive.

Être et Liberté est un balado mis en œuvre « par et pour les personnes étudiantes ». Il est composé d'épisodes de type « tables rondes » dans lesquels une personne chercheuse, une personne étudiante et/ou une personnalité québécoise sont invitées à discuter de thématiques influençant la santé mentale étudiante. Ce balado diffuse aussi des témoignages de personnes étudiantes afin de partager leur expérience, faire valoir leur voix, et normaliser et déstigmatiser leur vécu dans le but d'outiller et d'inspirer cette population. Plusieurs contenus sont partagés sur les réseaux sociaux : courts extraits d'épisodes, témoignages écrits et publications vulgarisées. Le balado est présent sur les principales plateformes d'écoute (YouTube, Spotify, Apple Podcasts, Balado Québec) et réseaux sociaux (Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn).

3 | Démarches ayant mené aux recommandations proposées

Dès le début de la mise sur pied du balado, une recension exploratoire des écrits scientifiques a été menée afin de s'informer des pratiques existantes et d'éclairer les choix liés à sa mise en œuvre. Cette recension a mobilisé différents mots clés anglophones et francophones (ex. : podcasts, balados, science, recherche, santé mentale, réseaux sociaux) et a été conduite dans trois banques de données (APA PsycInfo, Google Scholar, Scopus). Elle s'est intéressée aux balados en général ainsi qu'aux balados de vulgarisation scientifique, en particulier lorsqu'ils abordent des thématiques de santé mentale. Elle s'est poursuivie de manière itérative tout au long du projet afin d'en soutenir l'évolution selon les expériences vécues (ex. : animation des épisodes, rôle du dévoilement de soi, préférences du public ciblé, stratégies sur les réseaux sociaux) et pour demeurer à jour avec ce domaine de recherche en évolution. Les résultats préliminaires d'une revue des revues (*umbrella review*) sur les balados de vulgarisation

¹ <https://frq.gouv.qc.ca/projet/etre-et-liberte-un-balado-pour-etre-soi-meme/>

² <https://osmees.ca/balado-etre-et-liberte/>

³ <https://osmees.ca/a-propos/#mission>

scientifique ont également permis d'enrichir ces démarches. À la lumière de l'expérience concrète de l'équipe du balado et des connaissances scientifiques identifiées par ces démarches, diverses recommandations ont ainsi pu être identifiées pour guider ce projet. Enfin, compte tenu du caractère émergent de ce champ de recherche et de la sensibilité de certaines thématiques abordées, il s'est avéré utile de consulter des écrits issus du domaine de la relation d'aide pour éclairer certains aspects du projet, par exemple l'animation des échanges sur la santé mentale. Toutes ces démarches ont mené à l'identification de plusieurs recensions des écrits (ex. : recension systématique des écrits, étude de la portée, méta-synthèse), dont certaines sont réinvesties dans le présent article, soit huit recensions sur les balados, une recension sur la communication scientifique, une recension sur les stratégies utilisées sur les réseaux sociaux et cinq recensions sur la relation d'aide. La recension exploratoire que l'équipe a conduite est toutefois limitée par le fait de ne pas avoir été systématique. Il existe donc très certainement d'autres études portant sur les balados de vulgarisation scientifique, d'où la pertinence de la revue des revues qui est actuellement en cours au sein de l'équipe. Ce domaine de recherche étant en émergence, davantage d'études sont également requises pour identifier les bonnes pratiques qui sont transversales à tous les domaines et celles qui sont spécifiques à certains domaines (ex. : santé mentale). Puisque le balado présenté dans cet article vise la santé mentale, il est donc possible que certaines recommandations soient moins directement applicables pour des projets visant d'autres domaines. Enfin, certaines des recommandations partagées émergent de l'expérience de l'équipe du balado et donc des études supplémentaires pourraient être requises pour examiner et mieux appuyer ces recommandations.

4 | Recommandations pour la mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique

Dans les prochaines sections, certaines des recommandations qui apparaissent les plus centrales selon l'expérience de l'équipe sont brièvement présentées. Le tableau 1 en présente une synthèse.

Tableau 1 | Synthèse des recommandations pour la mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique

L'adoption d'une démarche structurée et stratégique
<ul style="list-style-type: none"> Élaborez un plan de mobilisation des connaissances qui clarifie les objectifs visés, les publics ciblés, les connaissances à transférer, les moyens et formats à privilégier et les façons d'évaluer.
Le choix des personnes invitées et les collaborations
<ul style="list-style-type: none"> Invitez des personnes qui soutiennent des valeurs et des causes alignées avec la mission du balado. Invitez des personnes connues et non connues du public. Rassurez le public sur la crédibilité des personnes invitées. Développez des collaborations avec d'autres organismes ou individus qui visent des objectifs similaires ou complémentaires.
L'animation du balado
<ul style="list-style-type: none"> Sélectionnez une personne animatrice dynamique et crédible. Cultivez des échanges réciproques sous forme de conversations, adoptez un ton narratif, équilibrez le discours éducatif et académique avec un discours plus informel et humoristique, abordez les retombées pratiques des contenus scientifiques et partagez des récits personnels. Vulgarisez le contenu scientifique : évitez le jargon, privilégiez un langage simple et commun et expliquez les concepts complexes à l'aide de comparaisons ou de métaphores. Inspirez-vous des bonnes pratiques dans des domaines complémentaires, par exemple en relation d'aide lorsque le balado aborde la santé mentale : <ul style="list-style-type: none"> Pour favoriser le lien de confiance et l'ouverture, cultivez l'authenticité, la bienveillance, la sensibilité, l'empathie et l'absence de jugement et de stigmatisation; Pour encourager un partage authentique d'expériences et cultiver un climat d'échanges réciproques, effectuez du dévoilement de soi, mais avec prudence et modération.
La présence sur les réseaux sociaux
<ul style="list-style-type: none"> Développez votre présence sur les réseaux sociaux afin de promouvoir le balado, rejoindre une audience plus large, créer une conversation avec le public et mesurer l'impact de votre présence sur le Web. Inspirez-vous des bonnes pratiques identifiées dans la littérature scientifique, par exemple publiez de courts segments d'épisodes, partagez des photos ou des vidéos des membres de l'équipe, parlez directement au public, répondez aux commentaires, ajoutez des invitations à prendre action, équilibrez le contenu scientifique avec du contenu humoristique, assurez-vous de la justesse scientifique du contenu, soulignez les retombées pratiques pour le public, profitez des placements publicitaires, etc.
Les compétences requises
<ul style="list-style-type: none"> Entourez-vous d'une équipe multidisciplinaire de manière à couvrir les nombreuses compétences requises, par exemple pour la coordination du projet, l'enregistrement et la postproduction du balado, l'animation des épisodes et la diffusion du contenu.

4.1 | L'adoption d'une démarche structurée et stratégique

Yuan et al. (2022) soulignent l'importance d'adopter une démarche structurée et stratégique pour déterminer et atteindre les objectifs. Lorsque les balados utilisent une variété de formats et d'approches qui ne résultent pas d'une planification systématique, cette disparité pourrait nuire à sa cohérence et à sa capacité à atteindre ses objectifs (Yuan et al., 2022). Avec le balado *Être et Liberté*, l'élaboration d'un plan de mobilisation des connaissances s'est révélée particulièrement utile. Ce plan structure un tel projet grâce aux questions suivantes : 1) Pourquoi transférer des connaissances scientifiques ?, 2) Quelles connaissances transférer ?, 3) À qui les transférer et par qui les transférer ?, 4) Comment les transférer ?, 5) Quand les transférer, à quelle fréquence ou sur quelles périodes de temps ?, 6) Quels sont les facteurs facilitants et les obstacles anticipés ? et 7) Comment évaluer les retombées ? Ceci rejoint d'autres recommandations en mobilisation des connaissances, par exemple clarifier les objectifs visés, connaître son public cible, sélectionner les formats appropriés et obtenir des rétroactions pour évaluer le projet (Borowiec, 2023; Schweizer et al., 2009).

Des écrits ont également identifié des critères de qualité pour les balados du domaine de la santé, lesquels peuvent servir à guider leur mise en œuvre (Lin et al., 2015; Paterson et al., 2015). Ces critères se regroupent en trois principales catégories (crédibilité, qualité du contenu, conception) et en plusieurs sous-catégories. Par exemple, ils peuvent viser le degré de transparence (ex. : identifier les membres de l'équipe), l'absence de biais (ex. : distinguer les faits scientifiques des opinions personnelles), l'engagement (ex. : motiver l'auditoire), la rigueur (ex. : partager de l'information récente), l'esthétisme (ex. : assurer une qualité vidéo et sonore) et l'interaction (ex. : permettre à l'auditoire d'interagir avec l'équipe).

4.2 | Le choix des personnes invitées et les collaborations

Plusieurs personnes ayant des expertises diverses (ex. : scientifiques, cliniques ou expérientielles) sont invitées à participer au balado *Être et Liberté*. Pour les sélectionner, il a été bénéfique d'identifier des personnes qui soutiennent des valeurs et des causes qui sont alignées avec la mission du balado (Rowles et Rogers, 2019), en particulier parce que celui-ci aborde le sujet sensible de la santé mentale. Ce choix judicieux des personnes invitées a permis de favoriser une dynamique relationnelle bienveillante, agréable et sans jugement lors des épisodes. Selon Kirkpatrick et Lee (2021), il est également important de rassurer l'auditoire sur la crédibilité des personnes invitées. Certaines études rapportent aussi que le public apprécie lorsque des membres de la population cible participent au balado et lorsqu'il y a une combinaison de personnes invitées connues et non connues du public afin d'entendre un partage authentique de leurs expériences (Carrotte et al., 2023b; Murphy et al., 2024; Shaw et al., 2022). Enfin, il peut être bénéfique de développer des collaborations avec d'autres organismes ou individus qui visent des objectifs similaires ou complémentaires afin de favoriser la visibilité, la portée et la pérennité du balado (Schweizer et al., 2009).

4.3 | L'animation du balado

Pour animer le balado, il est recommandé d'avoir une personne animatrice dynamique, mais aussi crédible, par exemple quant à sa formation et son expérience professionnelles (Malecki et al., 2019; Rowles et Rogers, 2019). Dans l'animation, il serait important d'équilibrer le contenu scientifique avec des retombées pratiques, de partager des récits personnels, d'adopter un ton narratif et d'avoir des échanges conversationnels afin d'accroître l'engagement du public (Rehman et al., 2024). Certaines

personnes rapportent aussi préférer lorsque le ton éducatif et académique est équilibré avec un ton plus informel et humoristique (Carrotte et al., 2023b). Il est également recommandé d'éviter le jargon scientifique et de privilégier un langage simple et commun, voire d'expliquer les concepts complexes à l'aide de comparaisons ou de métaphores (Borowiec, 2023; König et al., 2025; Rehman et al., 2024).

Selon son expérience avec le balado *Être et Liberté*, l'équipe a trouvé judicieux de s'inspirer des bonnes pratiques provenant d'autres domaines, comme celui de la relation d'aide, puisque le balado traite de santé mentale. Ceci s'est fait d'autant plus naturellement que plusieurs membres de l'équipe étudient dans le domaine de la psychoéducation ou de la psychologie. Cette démarche devient particulièrement importante à réaliser lorsque les sujets abordés risquent de faire l'objet de préjugés, de stigmatisation ou de désinformation. Par conséquent, il devient important de partager non seulement des informations crédibles de manière à contrer la désinformation, mais aussi d'adopter une approche qui n'amplifiera pas les préjugés et les stigmas qui y sont reliés. En effet, dans le balado *Être et Liberté*, le vécu expérientiel du public ciblé est valorisé et de jeunes adultes, des personnes étudiantes et des personnalités québécoises sont invités à y partager leurs expériences. Dans ce contexte, et afin d'encourager des échanges respectueux et authentiques, un climat bienveillant doit donc être cultivé. Une attention est ainsi accordée à animer les échanges avec les personnes invitées sur des thématiques sensibles (ex. : l'image corporelle) dans le respect du rythme, du confort et des limites personnelles de chaque personne. Les écrits rapportent effectivement que certaines caractéristiques à cultiver pour favoriser le lien de confiance et l'ouverture lors des échanges sont l'authenticité, la bienveillance, la sensibilité, l'empathie et l'absence de jugement et de stigmatisation (Apostol et al., 2025; Dimic et al., 2023). D'autres stratégies en relation d'aide qui s'avèrent facilitantes pour animer le balado sont la question ouverte, l'écoute active, la reformulation des propos, le reflet des émotions et même les silences, lorsqu'ils sont empreints de réflexion (Hétu, 2014; Shipley, 2010).

Une autre façon d'encourager un partage authentique d'expériences chez les personnes invitées, et pour cultiver un climat d'échanges réciproques, est que la personne animatrice effectue elle-même un dévoilement de soi. Cette stratégie pourrait encourager ce même dévoilement chez les autres, en plus de normaliser les expériences et de favoriser une relation de confiance (Alva et al., 2025; Henretty et al., 2014; Noyce et Simpson, 2018). Toutefois, il faudrait utiliser cette stratégie avec prudence, car elle présente aussi le risque d'influencer négativement la qualité de la relation et la crédibilité de la personne professionnelle (Audet, 2011; Audet et Everall, 2010). La recherche sur la communication scientifique révèle effectivement que les retombées du dévoilement peuvent être mixtes quant aux façons dont le public perçoit la crédibilité, l'expertise, la confiance et le caractère sympathique de la personne chercheuse (Altenmüller et al., 2023; Kim et al., 2024; Zhang et Lu, 2023, 2024). Cette stratégie pourrait donc avoir certains avantages, mais seulement lorsqu'utilisée avec prudence et modération.

4.4 | La présence sur les réseaux sociaux

En addition aux plateformes d'écoute (ex. : YouTube, Spotify), Balls-Berry et al. (2018) soutiennent qu'une présence sur les réseaux sociaux est nécessaire pour promouvoir le balado. Les réseaux sociaux permettent ainsi de rejoindre une audience plus large, de créer une conversation avec le public et de mesurer l'impact de sa présence sur le Web (Rowles et Rogers, 2019). Quelques stratégies promotionnelles consistent à publier de courts segments d'épisodes, à utiliser les communautés en ligne

(ex. : groupes Facebook) pour y publier du contenu exclusif et à propulser le contenu avec des placements publicitaires (Rowles et Rogers, 2019).

En recensant les stratégies utilisées pour communiquer la science sur les réseaux sociaux, une étude de la portée a identifié 75 stratégies se regroupant en neuf catégories (Fontaine et al., 2019) : contenu (ex. : varier le contenu), crédibilité (ex. : présenter le niveau de confiance dans les résultats), engagement (ex. : utiliser les hashtags), intention (ex. : formuler le message d'une façon rassurante), linguistique (ex. : utiliser des titres accrocheurs), planification (ex. : écouter les besoins du public), présentation (ex. : ajouter des images), échanges sociaux (ex. : engager des discussions avec le public et d'autres comptes scientifiques) et statistiques (ex. : être consistant dans le format utilisé). Pour cultiver l'engagement du public sur les réseaux sociaux, d'autres stratégies proposent de partager des photos ou des vidéos des membres de l'équipe afin de les faire connaître, de parler directement au public dans ses publications, de partager du contenu plus personnel, de répondre aux commentaires et aux questions, d'ajouter des invitations à agir (*call to action*), d'équilibrer le contenu scientifique avec du contenu humoristique, de vulgariser le jargon, de s'assurer de la justesse scientifique du contenu et de souligner les retombées pratiques pour le public (Cinelli et al., 2022; Martin et MacDonald, 2020).

L'expérience de l'équipe d'*Être et Liberté* souligne cependant l'importance de choisir judicieusement les réseaux sociaux dans lesquels s'investir, puisque chaque plateforme comporte ses caractéristiques, publics cibles, avantages et limites. Pour les sélectionner, il a été utile de se questionner sur la nature du contenu qui y sera partagé (ex. : images, textes, extraits audio ou vidéo) et le type de public rejoint (ex. : âge et statut des personnes utilisatrices). Cependant, plus le nombre de plateformes se multiplie et plus la charge de travail augmente. Les ressources humaines et financières disponibles influenceront donc cette décision.

4.5 | Les compétences requises

Selon l'expérience de l'équipe, mettre en œuvre un balado de vulgarisation scientifique nécessite plusieurs compétences sur le plan de la coordination (ex. : planification, travail d'équipe, recherche de financement), de l'enregistrement (ex. : utilisation d'équipements audiovisuels), de l'animation (ex. : coconstruction d'un canevas de discussion, communication, vulgarisation scientifique), de la postproduction (ex. : montage vidéo et audio) et de la diffusion (ex. : création visuelle, mise en ligne, promotion). Mettre sur pied une équipe multidisciplinaire est donc à considérer, particulièrement si le balado est filmé, un format qui présente simultanément des avantages et des défis. Selon l'équipe du balado, l'un des principaux avantages des balados filmés est de repartager de courts extraits sur les réseaux sociaux pour promouvoir l'épisode et de faire connaître les personnes invitées et les membres du projet, en plus d'être un format dynamique. Toutefois, ce format entraîne plusieurs défis, par exemple l'accès au matériel audiovisuel et les ressources nécessaires pour la postproduction (ex. : apprentissage d'un logiciel, temps requis). Un balado audio demeure une option intéressante lorsque les ressources sont limitées, car il s'agit d'un média accessible et moins complexe (Quintana et Bruyères, 2021). L'accès à un microphone et l'apprentissage d'un logiciel de montage font partie des premières étapes pour démarrer un balado audio (Quintana et Bruyères, 2021). Rien n'empêche toutefois de repartager sur les réseaux sociaux quelques captures vidéo et quelques photos à l'aide d'un téléphone intelligent.

5 | Conclusion

La mobilisation des connaissances constitue un levier essentiel pour que les connaissances scientifiques dépassent les frontières des milieux académiques et contribuent aux enjeux sociétaux. Les balados de vulgarisation scientifique représentent ainsi un médium particulièrement pertinent pour rejoindre des publics diversifiés, en particulier les 18 à 29 ans et les personnes étudiantes, en plus de générer des contenus accessibles, gratuits et durables. Si la mise en œuvre et la pérennité de tels projets peuvent encore représenter un défi dans un contexte académique historiquement centré sur des modes de diffusion plus traditionnels, ce paysage est néanmoins en mutation. Les façons d'apprécier et de reconnaître la contribution scientifique évoluent graduellement vers une prise en compte plus large et plus nuancée des formes d'engagement des personnes chercheuses, incluant les activités de mobilisation des connaissances et de communication scientifique. Dans ce contexte, la relève en recherche apparaît particulièrement bien positionnée pour jouer un rôle moteur dans le développement et l'expérimentation de formats innovants, comme les balados de vulgarisation scientifique. Ces initiatives offrent non seulement des retombées prometteuses pour les publics qu'elles ciblent, mais elles contribuent également au développement de compétences transversales essentielles chez les futures personnes chercheuses. Les recommandations présentées dans cet article visent à soutenir et à inspirer d'autres initiatives similaires. Un constat central qui se dégage est que la collaboration constitue un levier fondamental pour la réussite et la pérennité de ces projets, tant pour mutualiser les ressources que pour favoriser l'apprentissage collectif et la formation de la relève. Dans un écosystème de recherche appelé à se transformer, les balados de vulgarisation scientifique apparaissent alors comme une voie prometteuse pour renforcer les liens entre la science et la société. Un proverbe populaire le dit très bien : « Seul, on va plus vite; ensemble, on va plus loin ».

POUR ALLER PLUS LOIN

<https://osmees.ca/balado-etre-et-liberte/>

REMERCIEMENTS

En addition aux personnes coautrices du présent article, l'équipe du balado *Être et Liberté* aimerait aussi remercier les nombreux autres partenaires qui ont soutenu le balado depuis ses débuts : la doctorante Laurence Magnan-Tremblay (Université de Sherbrooke [UdeS]); le psychoéducateur Evan Marchand; le Mouvement Santé mentale Québec; le Groupe de recherche et d'intervention sur les adaptations sociales de l'enfance (GRISE) de l'UdeS; CFAK, la station de radio officielle de l'UdeS; l'Union étudiante du Québec (UÉQ); La Pair-Mission, le service de pair-aidance de l'UdeS; la Fondation Jasmin Roy – Sophie Desmarais; Anne Lessard, vice-rectrice à la recherche et aux relations internationales de l'UdeS; ainsi que Jacinthe Leduc, coordonnatrice de projets et formatrice au Centre RBC d'expertise universitaire en santé mentale. Il est également important de remercier les nouvelles personnes étudiantes qui se sont jointes à l'équipe : la doctorante Justine Pineault et les étudiantes de premier cycle Noémie Bourdon, Élodie Chartier, Janie Malo, Rose Ménard et Laurence St-Louis, toutes de l'UdeS, ainsi que Megumi Da Costa de l'Université de Montréal.

L'équipe du balado *Être et Liberté* aimerait également souligner la présence de financements additionnels obtenus au fil du temps, soit une bourse Domtar offerte par la Fondation de l'UdeS, un prix au Défi de l'engagement étudiant de l'UdeS et le soutien de l'OSMÉES.

DÉCLARATION DE CONFLIT D'INTÉRÊTS

Les personnes autrices n'ont aucun conflit d'intérêts à déclarer en rapport avec le contenu de ce court rapport.

AFFILIATION DES AUTEURS ET AUTRICES

Rémi Paré-Beauchemin, M.Sc. (ps. éd.)

Faculté de l'éducation | Université de Sherbrooke

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

Yu-Jade Adam-Pâquet, B.A.

Département de psychologie | Université du Québec à Trois-Rivières

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

Rachelle Abou Sleiman, M.Éd., M.Sc.

Faculté des science de l'éducation | Université de Montréal

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

Audrey-Anne Marcotte, M.A.

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

Sophie Labossière, Ph.D. (ps. éd.)

Faculté de l'éducation | Université Laval

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

Esther McSween-Cadieux, Ph.D.

École des sciences de l'administration | Université TÉLUQ

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

Julie Lane, Ph.D.

Faculté de l'éducation | Université de Sherbrooke

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

Ollivier Prigent, M.Sc.

Faculté de l'éducation | Université de Sherbrooke

Observatoire sur la santé mentale étudiante en enseignement supérieur (OSMÉES)

RÉFÉRENCES

- Altenmüller, M. S., Kampschulte, L., Verbeek, L. et Gollwitzer, M. (2023). Science communication gets personal: Ambivalent effects of self-disclosure in science communication on trust in science. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 29(4), 793-812. <https://doi.org/10.1037/xap0000489>
- Alva, M. H., Antony, S. P. et Kataria, K. (2025). Exploring the use of the therapist's self in therapy: A systematic review. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 47(1), 17-24. <https://doi.org/10.1177/02537176241252363>
- Apostol, A. E., Turner, K., Hoshi, R. et Pudduck, A. (2025). Contributory factors to self-disclosure in clinical supervision: A meta-ethnography. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 32(2), e70068. <https://doi.org/10.1002/cpp.70068>
- Audet, C. T. (2011). Client perspectives of therapist self-disclosure: Violating boundaries or removing barriers? *Counselling Psychology Quarterly*, 24(2), 85-100. <https://doi.org/10.1080/09515070.2011.589602>
- Audet, C. T. et Everall, R. D. (2010). Therapist self-disclosure and the therapeutic relationship: A phenomenological study from the client perspective. *British Journal of Guidance & Counselling*, 38(3), 327-342. <https://doi.org/10.1080/03069885.2010.482450>
- Arnett, J. J. (2023). A longer road to adulthood. Dans J. J. Arnett (dir.), *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (3^e éd., p. 1-26). Oxford University Press. (Ouvrage original publié en 2004)
- Balls-Berry, J., Sinicrope, P., Valdez Soto, M., Brockman, T., Bock, M. et Patten, C. (2018). Linking podcasts with social media to promote community health and medical research: Feasibility study. *JMIR Formative Research*, 2(2), e10025. <https://doi.org/10.2196/10025>
- Borowiec, B. G. (2023). Ten simple rules for scientists engaging in science communication. *PLoS Computational Biology*, 19(7), e1011251. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1011251>
- Bronk, K. C. et Baumsteiger, R. (2017). The role of purpose among emerging adults. Dans L. M. Padilla-Walker et L. J. Nelson (dir.), *Flourishing in emerging adulthood: Positive development during the third decade of life* (p. 45-66). Oxford University Press.
- Cajolet-Laganière, H., Collinge, P. et Laganière, G. (1997). *Rédaction technique, administrative et scientifique*. Éditions Laganière.
- Caldwell, K. E., Zarate-Rodriguez, J. G., Fox, J. C., Yaeger, L. et Wise, P. E. (2024). Listen up: A systematic review of the utilization and efficacy of podcasts for medical education. *Global Surgical Education - Journal of the Association for Surgical Education*, 3(1), Article 107. <https://doi.org/10.1007/s44186-024-00301-1>

- Cambridge University Press. (s. d.). Podcast. Dans *Cambridge Dictionary*. Consulté le 24 juillet 2025 à <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/podcast>
- Caoilte, N. Ó., Lambert, S., Murphy, R. et Murphy, G. (2023). Podcasts as a tool for enhancing mental health literacy: An investigation of mental health-related podcasts. *Mental Health & Prevention*, 30, 200285. <https://doi.org/10.1016/j.mhp.2023.200285>
- Carrotte, E. R., Blanchard, M., Groot, C., Hopgood, F. et Phillips, L. (2023a). Podcasts, mental health, and stigma: Exploring motivations, behaviors, and attitudes among listeners. *Communication Studies*, 74(3), 200-216. <https://doi.org/10.1080/10510974.2023.2196433>
- Carrotte, E. R., Hopgood, F., Blanchard, M., Groot, C. et Phillips, L. (2023b). A new podcast for reducing stigma against people living with complex mental health issues: Co-design study. *JMIR Formative Research*, 7(1), e44412. <https://doi.org/10.2196/44412>
- Cinelli, M., Peruzzi, A., Schmidt, A. L., Villa, R., Costa, E., Quattrocioni, W. et Zollo, F. (2022). Promoting engagement with quality communication in social media. *PLoS ONE*, 17(10), e0275534. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0275534>
- Conseil de recherches en sciences humaines. (2025). *Lignes directrices pour une mobilisation des connaissances efficace*. Canada.ca : Le site officiel du gouvernement du Canada. <https://sshr-crsh.canada.ca/fr/financement/politiques-reglements-et-lignes-directrices/lignes-directrices-mobilisation-connaissances-efficace.aspx#2>
- Danford, N. C., Bixby, E. C. et Levine, W. N. (2022). Current status of podcasts in orthopaedic surgery practice and education. *Journal of the American Academy of Orthopaedic Surgeons*, 30(4), 141-147. <https://doi.org/10.5435/JAAOS-D-21-00856>
- Dimic, T., Farrell, A., Ahern, E. et Houghton, S. (2023). Young people's experience of the therapeutic alliance: A systematic review. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 30(6), 1482-1511. <https://doi.org/10.1002/cpp.2885>
- Fonds de recherche du Québec. (Producteur). (2024, 21 octobre). *Webinaire d'information sur les programmes de communication scientifique FRQ* [enregistrement vidéo]. Fonds de recherche du Québec.
- Fontaine, G., Maheu-Cadotte, M. A., Lavallée, A., Mailhot, T., Rouleau, G., Bouix-Picasso, J. et Bourbonnais, A. (2019). Communicating science in the digital and social media ecosystem: Scoping review and typology of strategies used by health scientists. *JMIR Public Health and Surveillance*, 5(3), e14447. <https://doi.org/10.2196/14447>
- Fox, M. P., Carr, K., D'Agostino McGowan, L., Murray, E. J., Hidalgo, B. et Banack, H. R. (2021). Will podcasting and social media replace journals and traditional science communication? No, but... *American Journal of Epidemiology*, 190(8), 1625-1631. <https://doi.org/10.1093/aje/kwab172>

- Henretty, J. R., Currier, J. M., Berman, J. S. et Levitt, H. M. (2014). The impact of counselor self-disclosure on clients: A meta-analytic review of experimental and quasi-experimental research. *Journal of Counseling Psychology*, 61(2), 191-207. <https://doi.org/10.1037/a0036189>
- Hétu, J. L. (2014). *La relation d'aide : Éléments de base et guide de perfectionnement* (5^e éd.). Gaétan Morin éditeur : Chenelière éducation.
- Institut de la statistique du Québec. (2025a). *Activités sur Internet liées à la culture*. Gouvernement du Québec. <https://statistique.quebec.ca/vitrine/15-29-ans/theme/culture/activites-internet-culture>
- Institut de la statistique du Québec. (2025b). *Consommation de contenus culturels sur Internet : les nouvelles toujours aussi populaires et l'écoute de balados en progression*. Gouvernement du Québec. <https://statistique.quebec.ca/fr/communiquer/consommation-contenus-culturels-internet-nouvelles-toujours-aussi-populaires-et-ecoute-balados-en-progression>
- Institut de la statistique du Québec. (2025c). *Les pratiques de découverte de la population québécoise dans l'environnement numérique varient selon les produits culturels recherchés*. Gouvernement du Québec. <https://statistique.quebec.ca/fr/communiquer/pratiques-decouverte-population-environnement-numerique>
- Kelly, J. M., Perseghin, A., Dow, A. W., Trivedi, S. P., Rodman, A. et Berk, J. (2022). Learning through listening: A scoping review of podcast use in medical education. *Academic Medicine*, 97(7), 1079-1085. <https://doi.org/10.1097/ACM.00000000000004565>
- Kim, N., Skurka, C. et Madden, S. (2024). The effects of self-disclosure and gender on a climate scientist's credibility and likability on social media. *Public Understanding of Science*, 33(6), 692-708. <https://doi.org/10.1177/09636625231225073>
- Kirkpatrick, C. E. et Lee, S. (2021). The impact of source and message relevance on audience responses to health podcasts. *Communication Reports*, 34(2), 78-91. <https://doi.org/10.1080/08934215.2021.1912129>
- König, L. M., Altenmüller, M. S., Fick, J., Crusius, J., Genschow, O. et Sauerland, M. (2025). How to communicate science to the public? Recommendations for effective written communication derived from a systematic review. *Zeitschrift Für Psychologie*, 233(1), 40-51. <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000572>
- Li, Y., Wan, A., Hashim, H., Zhang, L. et Wu, A. (2024). Motivations for using podcasts: A systematic literature review. *Information, Medium, and Society: Journal of Publishing Studies*, 22(2), 41-60. <https://doi.org/10.18848/2691-1507/CGP/v22i02/41-60>
- Lin, M., Thoma, B., Trueger, N. S., Ankel, F., Sherbino, J. et Chan, T. (2015). Quality indicators for blogs and podcasts used in medical education: Modified Delphi consensus recommendations by an international cohort of health professions educators. *Postgraduate Medical Journal*, 91(1080), 546-550. <https://doi.org/10.1136/postgradmedj-2014-133230>

- MacKenzie, L. E. (2019). Science podcasts: Analysis of global production and output from 2004 to 2018. *Royal Society Open Science*, 6(1), 180932. <https://doi.org/10.1098/rsos.180932>
- Malecki, S. L., Quinn, K. L., Zilbert, N., Razak, F., Ginsburg, S., Verma, A. A. et Melvin, L. (2019). Understanding the use and perceived impact of a medical podcast: Qualitative study. *JMIR Medical Education*, 5(2), e12901. <https://doi.org/10.2196/12901>
- Martin, C. et MacDonald, B. H. (2020). Using interpersonal communication strategies to encourage science conversations on social media. *PLoS ONE*, 15(11), e0241972. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0241972>
- Murphy, H., Watling, S., Woodhams, J. et Shepherd, G. (2024). What do men gain from listening to men's mental health podcast episodes? *Mental Health & Prevention*, 34, 200347. <https://doi.org/10.1016/j.mhp.2024.200347>
- Noyce, R. et Simpson, J. (2018). The experience of forming a therapeutic relationship from the client's perspective: A metasynthesis †. *Psychotherapy Research: Journal of the Society for Psychotherapy Research*, 28(2), 281-296. <https://doi.org/10.1080/10503307.2016.1208373>
- O'Connor, S., Daly, C. S., MacArthur, J., Borglin, G. et Booth, R. G. (2020). Podcasting in nursing and midwifery education: An integrative review. *Nurse Education in Practice*, 47, 102827. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2020.102827>
- Paterson, Q. S., Thoma, B., Milne, W. K., Lin, M. et Chan, T. M. (2015). A systematic review and qualitative analysis to determine quality indicators for health professions education blogs and podcasts. *Journal of Graduate Medical Education*, 7(4), 549-554. <https://doi.org/10.4300/JGME-D-14-00728.1>
- Persohn, L. et Branson, S. (2025). Scholarly podcasting for research dissemination: A scoping review. *SAGE Open*, 15(1), 1-16. <https://doi.org/10.1177/21582440241311694>
- Quintana, D. S. et Bruyères, J. A. J (2021). How podcasts can benefit scientific communities. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(1), 3-5. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.003>
- Rehman, N., Edkins, V. et Ogrinc, N. (2024). Using podcasts to bridge the gap between science communication and specialized scientific fields: A case study of mass spectrometry. *Frontiers in Communication*, 9, 1384389. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1384389>
- Robins, B., Delaney, T., Maher, C. et Singh, B. (2024). Podcasts as a tool for promoting health-related behaviours: A scoping review. *Digital Health*, 10, 1-12. <https://doi.org/10.1177/2055207624128863>
- Rowles, D. et Rogers C. (2019). *Podcasting marketing strategy: A complete guide to creating, publishing and monetizing a successful podcast*. Kogan Page.

- Savoie, M. C. (2025). La recherche sur la baladodiffusion au Québec : une revue narrative de la littérature. *Facteurs humains : revue en sciences humaines et sociales de l'Université Laval*, 2(1), 248-268. <https://doi.org/10.62920/z22h3903>
- Schweizer, S., Thompson, J. L., Teel, T. et Bruyere, B. (2009). Strategies for communicating about climate change impacts on public lands. *Science Communication*, 31(2), 266-274. <https://doi.org/10.1177/1075547009352971>
- Shaw, P. A., Sumner, A. L., Halton, C. C., Bailey, S. C., Wolf, M. S., Andrews, E. N. et Cartwright, T. (2022). "You're more engaged when you're listening to somebody tell their story": A qualitative exploration into the mechanisms of the podcast 'menopause: unmuted' for communicating health information. *Patient Education and Counseling*, 105(12), 3494-3500. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2022.09.003>
- ShIPLEY, S. D. (2010). Listening: A concept analysis. *Nursing Forum*, 45(2), 125-134. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6198.2010.00174.x>
- Sirois, F. M. (2025). Introduction: Why is taking a positive psychology approach to health important? Dans F. M. Sirois (2025). *The Palgrave handbook of positive psychology and health* (p. 1-12). Palgrave Macmillan.
- Yuan, S., Kanthawala, S. et Ott-Fulmore, T. (2022). "Listening" to science: Science podcasters' view and practice in strategic science communication. *Science Communication*, 44(2), 200-222. <https://doi.org/10.1177/10755470211065068>
- Zhang, A. L. et Lu, H. (2023). Scientists as influencers: The role of source identity, self-disclosure, and anti-intellectualism in science communication on social media. *Social Media + Society*, 9(2), 1-16. <https://doi.org/10.1177/20563051231180623>
- Zhang, A. L. et Lu, H. (2024). Behind the lab coat: How scientists' self-disclosure on Twitter influences source perceptions, tweet engagement, and scientific attitudes through social presence. *New Media & Society*, 26(10), 5784-5801. <https://doi.org/10.1177/14614448221141681>

CITATION SUGGÉRÉE

Paré-Beauchemin, R., Adam-Pâquet, Y.-J., Abou Sleiman, R., Marcotte, A.-A., Labossière, S., McSween-Cadieux, E., Lane, J. et Prigent, O. (2026). Recommandations pour la mise en œuvre de balados de vulgarisation scientifique selon les écrits scientifiques et l'expérience du balado *Être et Liberté*. *Revue sur le transfert et l'utilisation des connaissances*, 10(1).
<https://doi.org/10.18166/tuc.2026.10.1.64>



ISSN | 2369-8896

www.revue-tuc.ca

