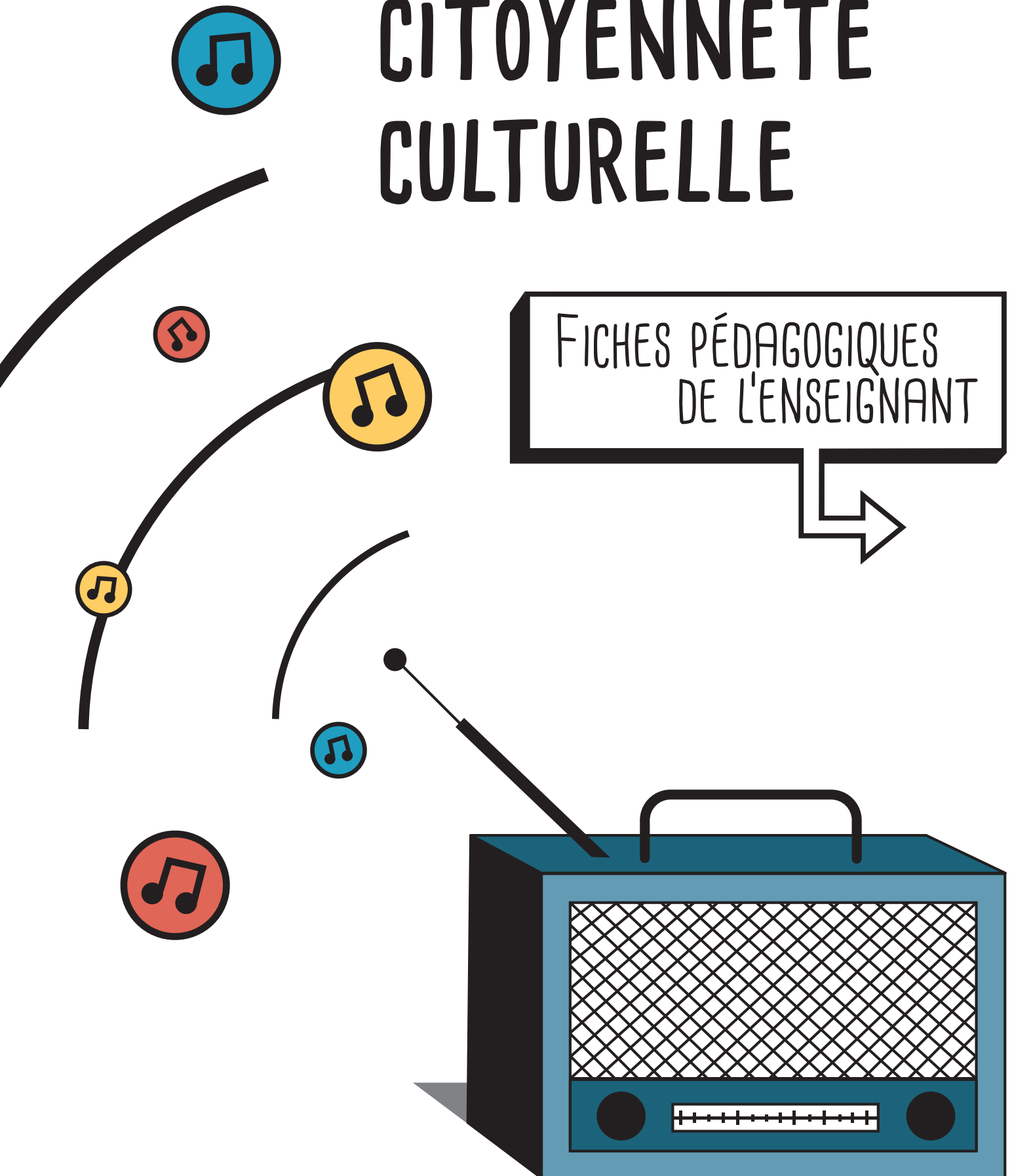


MUSIQUE & CITOYENNETÉ CULTURELLE

FICHES PÉDAGOGIQUES
DE L'ENSEIGNANT



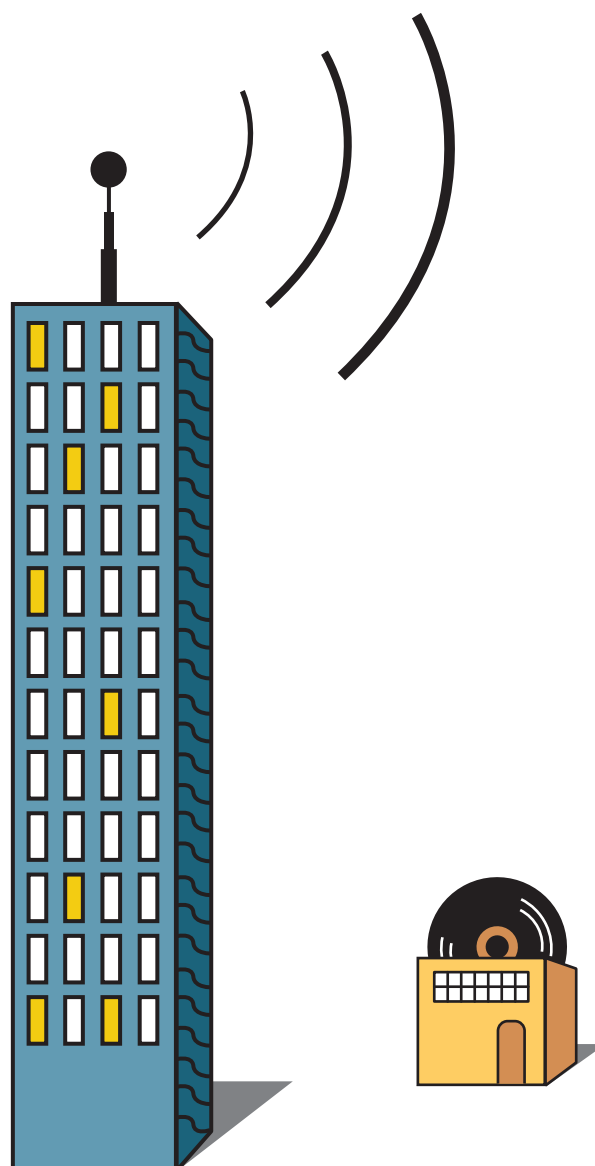
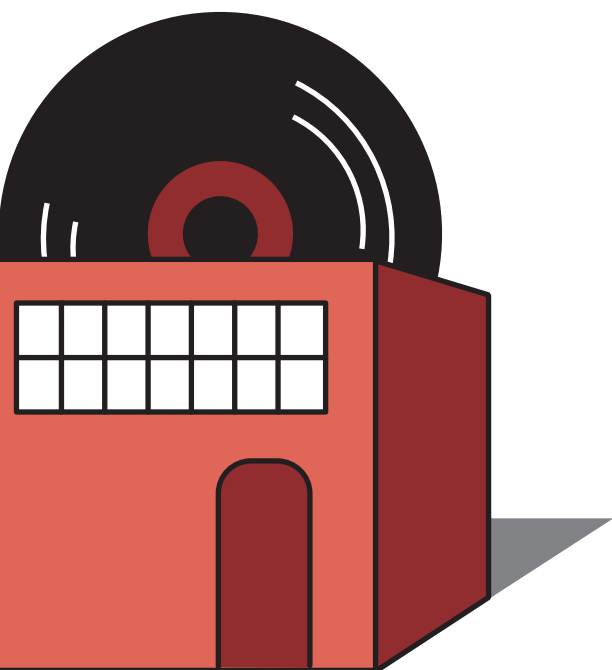
INTRODUCTION

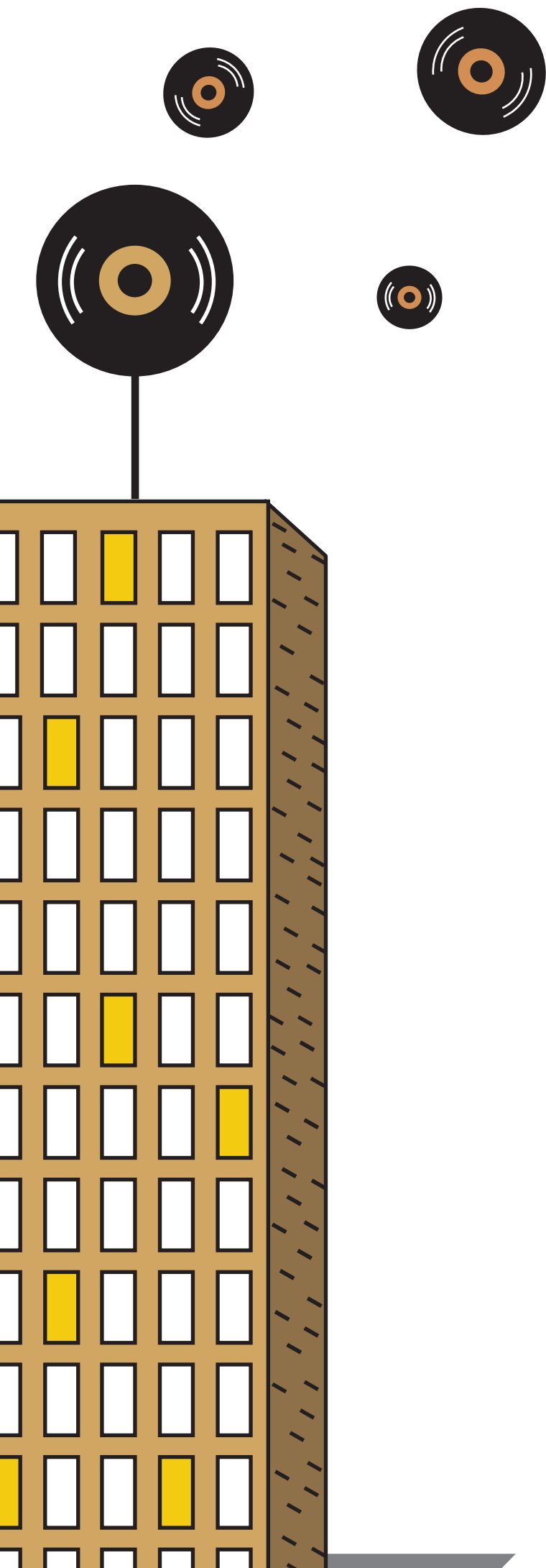
Chacun d'entre nous est chaque jour exposé à de la musique et, très souvent, sans l'avoir décidé. Aussi, les adolescents constituent le public cible de nombreuses **stratégies commerciales** et sont sujets à de nombreuses influences, y compris dans le domaine de la musique. Ils ne sont pas toujours conscients de ces mécanismes, et, quand ils le sont, il leur manque souvent les armes pour réagir face à ceux-ci.

L'objectif du projet « Musique & citoyenneté culturelle » est tout d'abord de proposer aux jeunes des clés de compréhension quant aux fonctionnements de l'industrie musicale. Ensuite, amener à une réflexion au sujet de leur **consommation musicale** et de la relation qu'ils entretiennent avec la musique. Il s'agit d'utiliser le thème de la musique et de sa consommation comme une porte d'entrée vers un questionnement plus général concernant la société dans laquelle le jeune évolue et ce, dans **une optique d'émancipation et de « citoyenneté culturelle »**.

L'animation se déroule sur **deux séances** de cours de **minimum 50 minutes** et **espacées d'un jour** au minimum. Si chaque professeur/animateur peut évidemment utiliser les outils proposés de manière libre, nous vous proposons toutefois une structure d'animation complète et cohérente ainsi que diverses pistes permettant d'atteindre les objectifs essentiels.

Une version réduite de l'animation est également envisageable si jamais il s'avérait impossible de libérer deux séances de cours. Cette « version courte » se déroulerait sur une seule séance de minimum 50 minutes, laissant de côté la deuxième séance et donc la dernière étape de l'animation.





LE PROJET ET SES OBJECTIFS

Le projet vise plusieurs objectifs. Premièrement, il s'agit d'**informer** les élèves de cinquième et sixième secondaire sur l'industrie musicale et ses fonctionnements. Ensuite, amener les adolescents à développer une **réflexion critique** sur ce qu'ils auront appris tout en questionnant leurs habitudes en termes de consommation musicale. Enfin, le dernier objectif est de **mettre en application** les savoirs et réflexions des élèves en réalisant un exercice mêlant à la fois les dimensions individuelle et collective.

Concrètement, après une brève introduction et présentation du projet, les élèves sont invités à **visionner la vidéo**. L'animation qui suit le visionnement a pour but d'approfondir la réflexion de chacun des élèves au sujet de la structure de l'industrie musicale et ses divers acteurs, ainsi que la relation qu'ils entretiennent avec la musique qu'ils écoutent. L'idée est d'exploiter leurs ressources et expériences personnelles et de susciter une prise d'initiative de leur part en les impliquant personnellement dans un projet concret qui les rendra « actifs » par rapport à leur consommation musicale. **Un débat** autour des thèmes abordés dans la vidéo leur est proposé, suivi d'un **exercice de recherche** personnelle de contenus musicaux se concluant finalement par le **partage des découvertes** de chacun sur une plate-forme web (whyd.com). Cette dernière étape met l'accent sur l'existence d'une diversité musicale et d'une variété des possibilités de création, de recherche et d'écoute.

SÉANCE 1

ETAPE 1 PRÉSENTATION

ETAPE 2 VISIONNEMENT

OBJECTIFS :

Poser le cadre de l'activité et susciter l'intérêt des élèves pour l'animation

DURÉE :

5 minutes

Pour débiter l'animation sur de bonnes bases, il vous est suggéré de présenter brièvement au groupe d'élèves :

- **Sujet de l'animation** : la musique ;
- **Durée de l'animation** : deux séances de cours ;
- **Introduction rapide** : (exemple) « Je sais que vous écoutez tous de la musique, ou du moins que vous en entendez quotidiennement dans des contextes très variés. Ce que je vous propose, c'est de commencer par regarder une petite vidéo d'une dizaine de minutes et d'en parler juste après. »

OBJECTIFS :

Vulgarisation des savoirs, informer afin de construire un débat riche et argumenté, contrer certaines idées reçues par une « Remise à niveau »

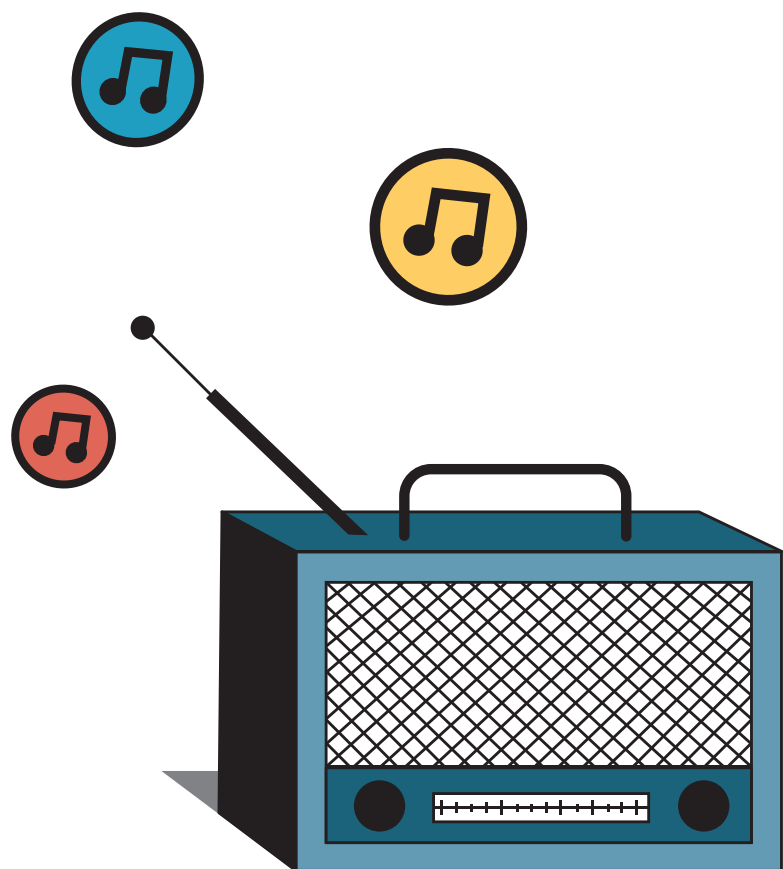
MATÉRIEL :

La vidéo et un moyen de projection (TV, projecteur, etc.)

DURÉE :

15 minutes

Afin de permettre l'acquisition d'une connaissance plus avertie du système dans lequel la musique s'inscrit (dimensions économiques, sociales, etc.) et des divers mécanismes qui régissent l'industrie musicale, nous vous proposons un outil audiovisuel visant à fournir des informations aux élèves et à contrer d'éventuelles idées reçues. Cet outil a pour but, entre autres, d'apporter de la nuance aux préjugés et stéréotypes parfois présents dans l'esprit des élèves. Cet outil induit idéalement un premier questionnement personnel quant à la relation entretenue avec la musique.



OBJECTIF :

Appropriation de la thématique et prise de conscience du public quant au rôle actif qu'il peut adopter au sein de l'industrie musicale

MATÉRIEL :

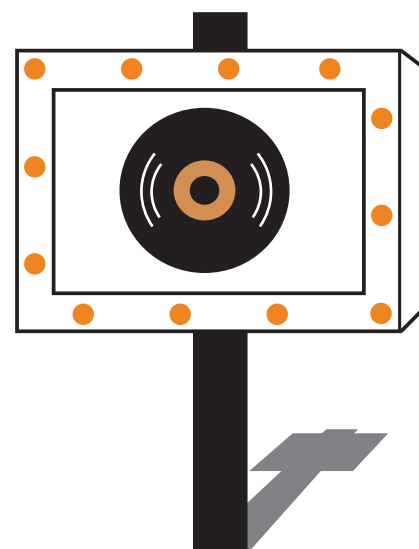
Le lexique et des pistes de discussion

DURÉE :

Min. 30 minutes

L'objectif de la discussion est de permettre aux élèves d'échanger et de s'approprier les informations présentées dans la vidéo en les reliant à des expériences et habitudes personnelles. L'idée est de parvenir à construire ensemble une réflexion autour de la notion de « consommateur culturel actif » et de chercher ensemble des pistes d'action afin de mettre en pratique ce concept.

Il s'agit donc de partir du support vidéo et d'interroger les élèves sur ce qu'ils viennent de voir afin d'orienter la discussion autour de leurs propres expériences et pratiques en terme de consommation musicale.



Conseils pratiques :

Si votre classe le permet, la disposition du groupe en cercle est vivement conseillée afin de faciliter la discussion et l'échange entre les participants. Chaque professeur est évidemment libre d'utiliser des méthodes d'animation de débat aussi variées qu'il le veut pour rendre celui-ci le plus stimulant possible.

L'animation de débat et ses objectifs :

L'animation de débat est un outil privilégié permettant de mêler expression, analyse et argumentation, de construire du sens collectivement et de dégager des pistes d'action aussi concrètes que possible par rapport à la problématique abordée. Le rôle du professeur est de piloter une animation de débat qui combinera ces différents volets, en favorisant la participation et l'écoute de chacun pour aboutir à une production collective de savoir. Pour que le débat soit mené à bien il est important que l'animateur :

- 1. Répartisse la parole judicieusement
- 2. Relance le débat lorsque nécessaire (de nombreuses pistes sont fournies à cet effet)
- 3. Recentre le débat (lorsque celui-ci s'écarte du sujet)
- 4. Synthétise lorsque nécessaire

PREMIÈRES RÉACTIONS

Après le visionnement de la vidéo, la parole est donnée aux élèves pour leur permettre de s'exprimer à chaud sur ce qu'ils viennent de voir. Les questions posées pour ouvrir le débat pourraient être :

- 🎧 Qu'avez-vous vu dans cette vidéo ?
- 🎧 Y a-t-il des éléments et des informations qui vous ont marqués ?
- 🎧 Quelles sont les choses que vous saviez déjà ?
- 🎧 Y a-t-il des choses que vous ne saviez pas et/ou qui nécessitent plus d'explications ?
- 🎧 Avez-vous des questions ou commentaires ?

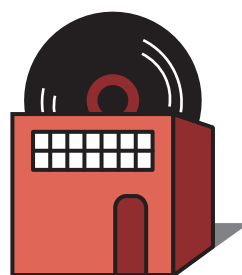
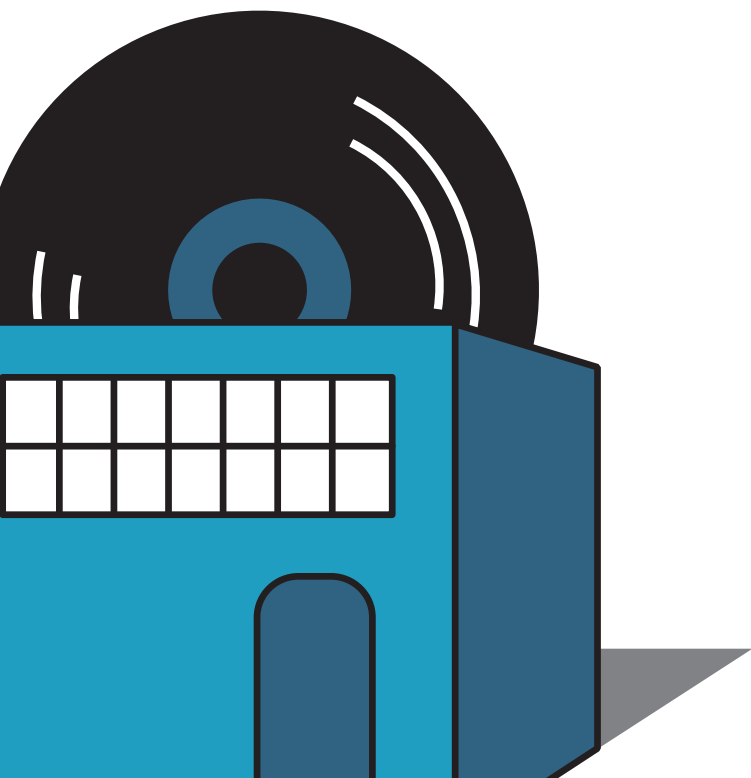
AUDITEUR ACTIF ?

La discussion lancée grâce aux thèmes proposés ci-dessus permettra le développement d'un regard critique sur la consommation musicale des élèves et sur la relation qu'ils entretiennent avec la musique. L'idée est de réfléchir à la manière d'adapter son comportement personnel dans une perspective de citoyenneté culturelle et d'émancipation, à la fois individuelle et collective.

PISTES DE DISCUSSION

L'idée est de partir des informations factuelles et concrètes présentes dans la vidéo pour ouvrir le débat, pousser à la réflexion et à l'échange d'opinions entre les élèves. Nous vous proposons d'aborder une ou plusieurs des thématiques suivantes, en fonction de vos affinités et objectifs pédagogiques, du cours dans lequel l'animation s'inscrit, ou encore du temps dont vous disposez. Ces différentes propositions et pistes sont donc envisagées comme des « amorces » pour développer un débat riche et argumenté (voir p.7 et p.8). Les quatre thèmes proposés sont :

- 🎧 Accès à la diversité musicale et culturelle
- 🎧 Musique et nouvelles technologies
- 🎧 Musique et construction identitaire
- 🎧 Industrie musicale et économie



ACCÈS À LA DIVERSITÉ MUSICALE ET CULTURELLE

Dans le lexique, concernant ce thème :

WEB RADIO LABELS INDÉPENDANTS
WEBZINE MAINSTREAM RADIO PRIVÉE
CITOYENNETÉ CULTURELLE MAJORS
RADIO DE SERVICE PUBLIC NICHE MUSICALE
MÉDIAS DE MASSE

Pistes et questions à aborder avec les élèves :

- 1 À quoi vous fait penser « la diversité musicale » ?
- 2 La diversité musicale est-elle assez représentée dans les médias ?
- 3 Selon vous, en quoi la diversité d'écoute est importante ?
- 4 Quels sont vos moyens pour découvrir de la nouvelle musique ? En existe-t-il d'autres ?
- 5 Quelles sont les démarches et attitudes à adopter pour accéder à une diversité musicale satisfaisante ?

MUSIQUE & NOUVELLES TECHNOLOGIES

Dans le lexique, concernant ce thème :

STREAMING NAPSTER
MÉDIAS DE MASSE AUTOPRODUCTION
WEBZINE MAINSTREAM
CITOYENNETÉ CULTURELLE
MAISON DE DISQUE WEB RADIO
PEER TO PEER

Pistes et questions à aborder avec les élèves :

- 1 Quels sont les aspects positifs et négatifs des nouvelles technologies dans le secteur de la musique ? (Au niveau de la production, de la diffusion, de la consommation et de la façon de la partager)
- 2 Selon vous, la relation entre l'artiste et son public a-t-elle changé avec le développement des nouvelles technologies ?
- 3 Internet met une multitude de morceaux de musique à disposition, comment faire le tri et trouver ce qu'on aime ?
- 4 Quels sont les avantages et inconvénients du téléchargement et de la musique « gratuite » ?
- 5 Comment adapter son comportement personnel pour respecter, voir soutenir les artistes au mieux et selon ses propres moyens ?

MUSIQUE & IDENTITÉ

Dans le lexique, concernant ce thème :

MAINSTREAM LABELS INDÉPENDANTS
INDUSTRIES CULTURELLES MAJORS
CITOYENNETÉ CULTURELLE RADIO PRIVÉE
MAISON DE DISQUE NICHE MUSICALE
INDUSTRIE MUSICALE MÉDIAS DE MASSE

Pistes et questions à aborder avec les élèves :

- 1. Pouvez-vous expliquer pourquoi, au fond, vous écoutez de la musique ? Que cherchez-vous en écoutant de la musique ?
- 2. Pensez-vous que la musique permet de créer des liens avec les autres ? Pourquoi ?
- 3. Pouvez-vous décrire vos goûts musicaux, identifier ce qui les influence ?
- 4. Pensez-vous pouvoir vous identifier à une niche musicale en particulier ?
- 5. Comment faire le tri face à la quantité de morceaux de musique disponibles ?

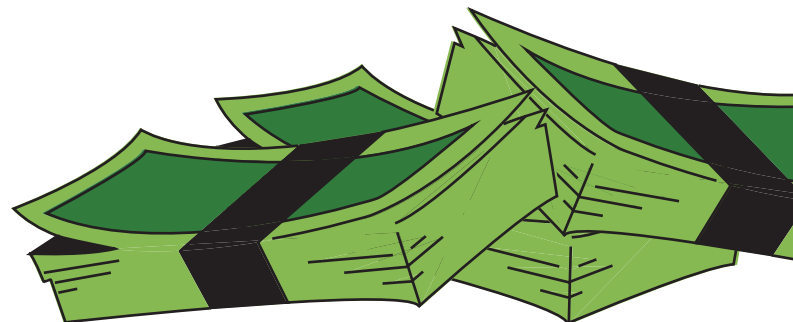
INDUSTRIE MUSICALE & ÉCONOMIE

Dans le lexique, concernant ce thème :

MAISON DE DISQUE OLIGOPOLE À FRANGES
INDUSTRIE MUSICALE MÉDIAS DE MASSE
LABELS INDÉPENDANTS MAJORS
AUTOPRODUCTION NICHE MUSICALE
STREAMING INDUSTRIES CULTURELLES

Pistes et questions à aborder avec les élèves :

- 1. Selon vous, une diversité culturelle réelle est-elle possible au sein de notre société ?
- 2. Comment décrivez-vous le rôle des majors et des labels indépendants dans l'industrie musicale ?
- 3. Quels sont les avantages et inconvénients de ces deux types de structure ?
- 4. Quels sont les avantages et inconvénients pour un artiste de travailler en autoproduction ?
- 5. En tant que consommateurs de musique, quel rôle jouez-vous au sein de ce système qu'est l'industrie musicale ? Quels comportements devraient adopter les consommateurs ?



OBJECTIF :

Implication personnelle dans le processus de réflexion, collaboration et création d'une playlist collective

MATÉRIEL :

Les feuilles de devoir imprimées

DURÉE :

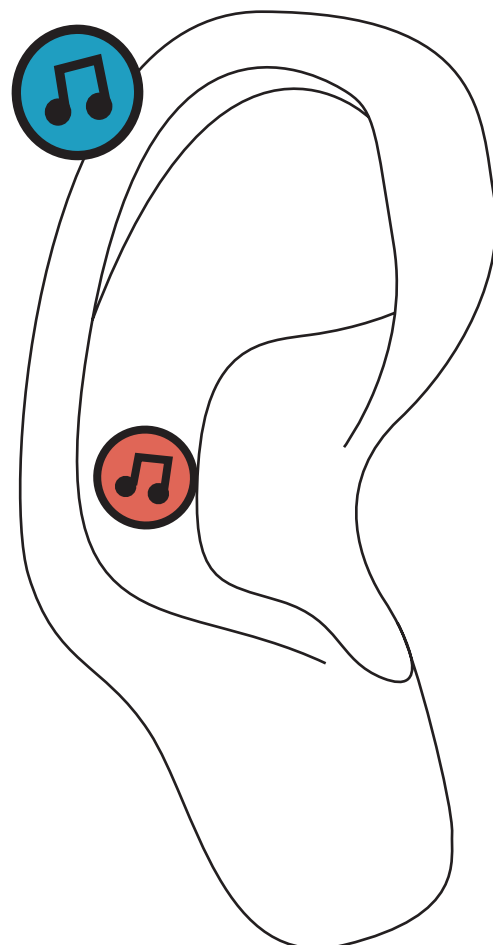
5 minutes

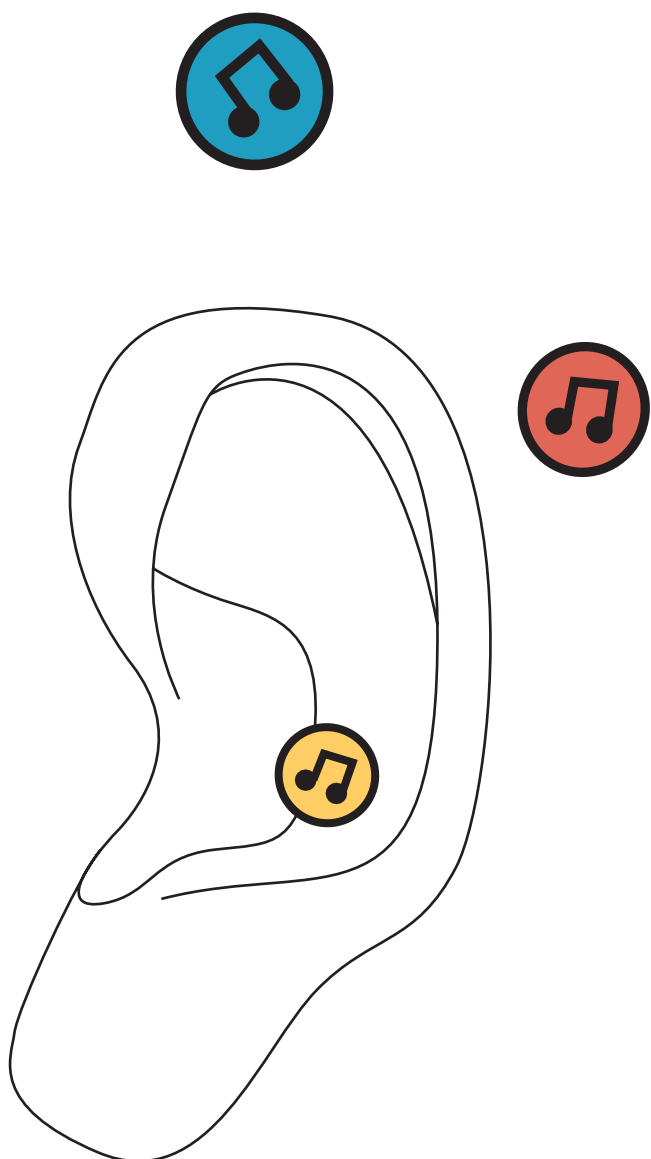


À la fin du débat, un exercice à domicile est proposé aux élèves. Chacun d'entre eux est chargé de trouver un morceau de musique d'un artiste/groupe belge selon une démarche « active ». Les consignes de cet exercice sont expliquées à la classe ainsi que distribuées en format papier (voir « feuille de devoir »).

Les critères de recherche :

- 1. L'artiste/le groupe doit être belge. Le critère local permet de réaliser qu'il existe « près de chez soi » des artistes et créateurs très divers.
- 2. En plus de plaire à celui qui l'a choisi, le morceau doit être original afin de permettre un partage de découvertes.
- 3. La recherche doit être réalisée en regard des pistes d'action développées durant le débat et en favorisant une posture active.





En plus d'identifier un morceau musical, l'élève doit écrire un texte court pour :

- 1. expliquer la démarche de recherche qui lui a permis de découvrir ce morceau ;
- 2. expliquer la/les raison(s) de ce choix, ce qui plait dans cette musique et ce qui le pousse à l'écouter.

Ces informations doivent être présentées sous forme d'un petit texte personnel qui sera réutilisé dans la dernière étape de l'animation. Chaque morceau choisi par les élèves, accompagné du petit texte explicatif, est en effet destiné à être posté sur la plate-forme musicale whyd.com (voir « Whyd : Comment ça fonctionne ? ») avant la deuxième séance d'animation, afin de rassembler en un même endroit les découvertes de toute la classe. Cette étape est primordiale dans le sens où elle permettra de conclure l'animation d'une façon à la fois ludique et symbolique. Chacun des élèves pose un acte personnel pour enrichir le répertoire musical du « groupe-classe » et fait part de son expertise et de son expérience aux autres au travers de son choix.

Conseils pratiques :

Un élève volontaire (éventuellement le délégué de classe) ou, à défaut, le professeur sera désigné avant la fin de la première séance afin de centraliser les chansons de la classe. Cette centralisation se fait d'abord par email puis via l'utilisation de la playlist de whyd.com. Il est conseillé de créer, pour l'occasion, une adresse email propre à la classe. Chaque élève est chargé d'envoyer le lien de sa chanson et son texte explicatif à l'adresse email du centralisateur (ou de la classe). Ce dernier incorpore ensuite les chansons de chacun à la playlist créée sur Whyd en ajoutant, dans l'espace prévu aux commentaires, le nom de l'élève et son texte explicatif, et ce pour chaque chanson. La playlist devient dès lors consultable par tous les membres de la classe enregistrés gratuitement sur Whyd et permet d'inscrire dans le temps l'animation à laquelle ils auront assisté. Cette playlist est la leur, il leur est possible et même conseillé de continuer à l'enrichir par leurs découvertes musicales futures.

SÉANCE 2

OBJECTIF :

Partage des découvertes de chacun, tribune d'échange et de discussion quant à la mise en application des différentes pistes d'action

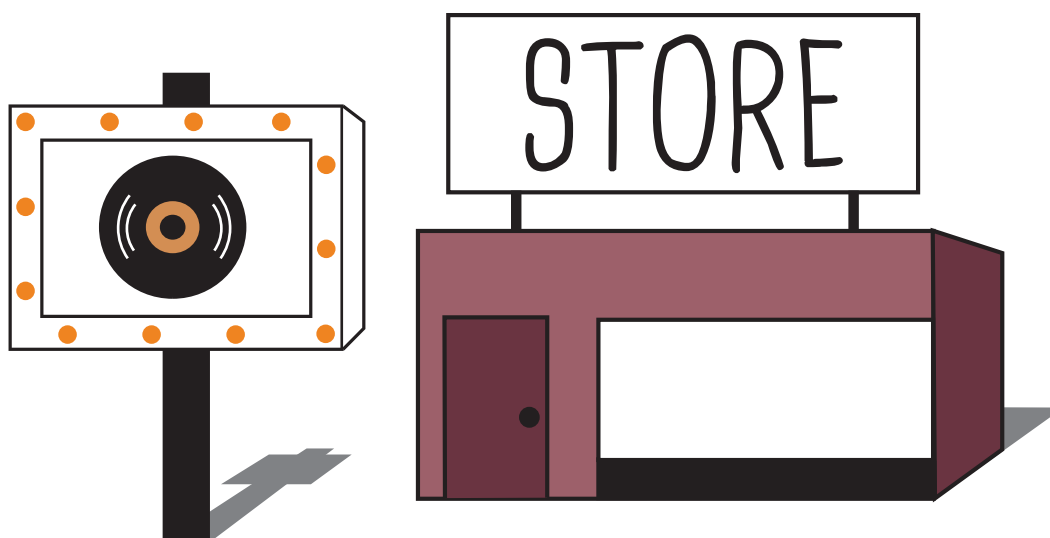
ETAPE 5 PARTAGE

DURÉE :

50 minutes

Une fois les élèves installés en classe (les chaises disposées en cercle si le local le permet), encouragez-les à partager le fruit de leurs recherches et à susciter l'envie de leurs camarades d'aller écouter leur morceau. Vous pouvez ensuite donner la parole aux volontaires désirant présenter leur groupe/artiste. Dans le cas où personne ne souhaiterait spontanément participer, vous pouvez désigner les premiers qui présenteront leur choix en favorisant, par exemple, la prise de parole de ceux qui se seraient moins exprimés durant le débat précédent.

Le nombre d'élèves présentant leurs recherches sera limité par le temps de la séance. Si plus d'élèves souhaitent s'exprimer mais que le temps manque, c'est l'occasion de poursuivre l'échange hors de la séance, ce qui est tout aussi positif ! Chaque élève ayant la parole présente son morceau ainsi que les raisons de son choix. Cependant, il ne lui est pas demandé de faire écouter son morceau à la classe. Le but est ici de souligner la démarche effectuée et les raisons des choix, ainsi que la sensibilité personnelle de l'auditeur de façon plutôt générale et universelle. L'écoute des morceaux se fera en dehors de la séance.



LEXIQUE

AUTOPRODUCTION

Pour un artiste, s'autoproduire c'est s'occuper soi-même des différents aspects de sa carrière (création artistique, production, communication, etc.) sans s'en remettre à des professionnels spécialisés. En évitant les circuits classiques, l'artiste qui s'autoproduit peut entre autres bénéficier d'une plus grande liberté artistique. L'autoproduction est une tendance qui se répand de plus en plus ces dernières années, facilitée par le développement des nouvelles technologies.

CITOYENNETÉ CULTURELLE

Le concept de citoyenneté culturelle s'appuie sur l'idée que les individus s'approprient « des moyens culturels *adéquats* de création, de production, de diffusion et de consommation » dans l'optique de ne plus être de simples consommateurs mais « des créateurs et des diffuseurs *actifs et intelligents* »¹.

L'industrie musicale fait partie de ce que l'on appelle les industries culturelles. Ce qui définit ces industries, c'est qu'elles produisent de façon industrielle des objets culturels. Parmi les industries culturelles, en plus de l'industrie musicale, on compte : l'industrie cinématographique, audiovisuelle (télévision et radio), ainsi que l'édition (livres, presse, etc.)². Les produits culturels reproduits en masse (cd's, livres, dvd's, magazines, etc.) ont alors tendance à devenir de simples produits de consommation.



Elle rassemble les différents acteurs économiques qui contribuent au processus de production, de diffusion, de commercialisation et de promotion de contenus musicaux. Ce secteur connaît aujourd'hui des changements importants dus à l'avènement des nouvelles technologies et plus spécialement à la numérisation de la musique, qui se dématérialise et se sépare progressivement de son support physique (le cd). D'un point de vue macro-économique, l'industrie musicale est organisée selon le modèle de l'**oligopole à frange**³.



- 1 Brault, S. (2013, 4 mai). ALLOCUTION – Qu'entend-t-on par citoyenneté culturelle ? Récupéré le 8 décembre 2014 du site : <http://culturemontreal.ca>
- 2 UNESCO (2009). Politique pour la créativité, Guide pour le développement des industries culturelles et créatives. Récupéré le 14 décembre 2014 sur le site : <http://www.unesco.org>
- 3 Hobeika, K. (2013). Fusion entre EMI et Universal : quelles conséquences sur l'industrie musicale ? Université de Paris Dauphine, France, p. 14.

Les labels indépendants, aussi appelés indé ou indie, sont caractérisés par leur petite taille et leur indépendance par rapport aux **majors**³. Au niveau mondial, ces micros, petites et moyennes structures représentent 99% des entreprises à caractère musical, mais ne couvrent pourtant qu'une part de marché bien moins importante⁴. En effet, les indépendants produisent 80% des sorties musicales mais ne touchent collectivement que 20% de parts de marché⁴. Le plus grand label indépendant représente, à lui seul, 1,5% du marché⁴. De par leur plus petite structure, et donc des risques financiers moindres, ils développent un énorme potentiel de dénicheurs de talents et d'innovateurs en matière de musique.

← LABELS INDÉPENDANTS

Les majors de l'**industrie musicale** sont de grandes sociétés multinationales qui, ensemble, possèdent une part de marché extrêmement importante. Au nombre de trois – Universal Music (France), Warner (USA) et Sony (Japon) – elles représentent en effet collectivement plus de 70% des ventes de productions musicales sur le marché mondial⁶ et 95% des tops 100 en ce qui concerne les téléchargements et écoutes radiophoniques⁴. La plus importante d'entre-elles touche, à elle seule, environ 40% du marché⁴.

MAINSTREAM ↓

Terme anglais, la langue française l'a adopté comme étant le « courant dominant ». On l'utilise principalement pour qualifier des productions culturelles populaires, véhiculés par les **médias de masse**. On parle par exemple de musique mainstream. Ce terme a adopté une connotation péjorative dans la bouche de certains, le mainstream étant alors associé au conformisme et à un manque d'originalité⁵.

↑ MAJORS

On appelle médias de masse les moyens de communication actuels permettant de toucher un très grand public⁷. On considère comme médias de masse : la télévision, la radio, la presse ou encore l'affichage et le cinéma, et enfin, dans une certaine mesure, internet⁸. Omniprésents dans nos sociétés contemporaines, véhiculant toute une série de messages ou d'images, ils ont une certaine influence sur la façon dont chacun voit et perçoit le monde qui l'entoure.

MAISON DE DISQUE (OU LABEL DISCOGRAPHIQUE)

À l'origine, le mot label provient de l'anglais, qui signifie étiquette. Un label discographique est une société qui établit des contrats avec des artistes et musiciens dans le but de commercialiser leurs créations et de les aider à développer leurs carrières.

↑ MÉDIAS DE MASSE

4 Impala (2013, Février) European Music in numbers. Récupéré le 19 janvier 2014 sur le site : <http://www.impalamusic.org>

5 Mainstream (2014, 24 novembre). Récupéré le 20 décembre 2014 sur le site : <http://fr.wiktionary.org>

6 Musicandcopyright (Ed.). (2014, 6 mai). UMG and WMG see gains in recorded-music market share in 2013, while Sony/ATV dominates music publishing. Récupéré le 8 décembre 2014 sur le site : <https://musicandcopyright.wordpress.com>

7 Burgelin, O. (2014). « COMMUNICATION – Communication de masse », Encyclopaedia Universalis [en ligne]. Récupéré le 20 décembre 2014 sur le site : <http://www.universalis.fr>

8 Victoroff, D. (1963). « Du rôle des mass-media dans le monde d'aujourd'hui », Les Cahiers de la publicité n°5, pp. 65-76. Récupéré le 24 décembre 2014 sur le site : <http://www.persee.fr>

Napster est considéré comme le premier logiciel **peer to peer**. Il a entre autre permis d'échanger facilement et sans contraintes financières des chansons au format MP3. Lancé dans les années 90, il a été contraint de fermer en 2001 aux États-Unis pour cause de non-respect des droits d'auteur⁹. Napster est aujourd'hui devenu une plate-forme légale possédant un catalogue de 25 millions de chansons disponibles en **streaming**¹⁰.



Le concept de niche est avant tout un concept économique. Il s'agit d'un « segment d'un marché où il existe peu de concurrence et qui permet à une entreprise de développer un nouveau créneau commercial (la niche est souvent délaissée par les grandes entreprises pour des raisons de rentabilité à cause du faible potentiel de clientèle) »¹¹. Appliqué à la musique, ce concept se rattache à un genre musical bien particulier au nombre d'auditeurs réduit mais qui permet néanmoins au genre musical de se développer.



L'oligopole à franges est un modèle économique qui caractérise un marché au sein duquel quelques grandes sociétés sont dominantes – elles forment l'oligopole – et possèdent ensemble la plus grande partie de ce marché. Autour de celles-ci, on trouve une multitude de plus petites entreprises – les franges – dont le poids économique est plus faible (elles n'ont pas le pouvoir de concurrencer l'oligopole). C'est selon cette structure que l'industrie musicale est organisée, répartie entre les **majors** et les **labels indépendants**³.



Un logiciel peer-to-peer (en français « pair à pair » ou « poste à poste ») permet à plusieurs ordinateurs de communiquer entre eux, directement via un réseau et sans passer par un serveur intermédiaire. Ils peuvent échanger des objets informatiques, le plus souvent des fichiers (sons, images, vidéos, textes,...) et ce, librement¹².



Une radio de service public est une radio qui est majoritairement financée par l'État (minimum 75%) et qui poursuit des missions spécifiques dites « de service public » telles que « la production d'émissions d'information, d'éducation permanente et de développement culturel »¹³. En Belgique francophone, c'est la RTBF (radio-télévision belge de la Fédération Wallonie-Bruxelles) qui remplit ces missions, selon un contrat établi avec la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) tous les cinq ans. Les radios publiques en FBW, qui dépendent donc de la RTBF, sont : La Première, Vivacité, Classic 21, Musiq'3 et Pure FM¹⁴.



9 Napster (n.d.). Récupéré le 24 décembre 2014 sur le site : <http://www.techno-science.net>

10 Napster. <http://be.napster.com>

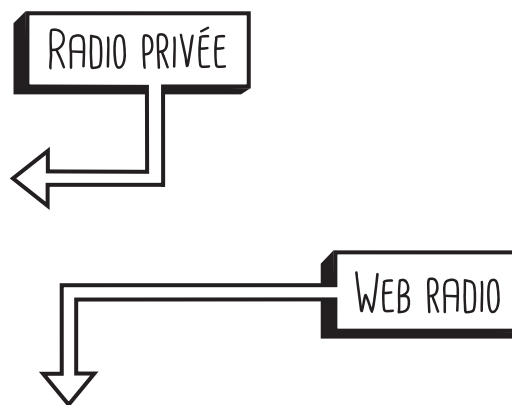
11 « Définitions : Niche », Dictionnaire de français Larousse. (n.d.). Récupéré le 8 décembre 2014 du site : <http://www.larousse.fr>

12 Dictionnaire Informatique (2014). Récupéré le 19 décembre 2014 sur le site : <http://www.vulgarisation-informatique.com>

13 Fédération Wallonie-Bruxelles (n.d.) La RTBF. Récupéré le 19 décembre 2014 sur le site : <http://www.audiovisuel.cfwb.be>

14 CSA (2011, 28 novembre). Bilan radio. Récupéré le 19 décembre 2014 sur le site : <http://www.csa.be>

Les radios privées sont des sociétés commerciales qui fonctionnent majoritairement grâce à des fonds privés. À la différence des radios publiques, les radios privées ont pour objectif premier de dégager du profit. Ces radios, qui appartiennent pour la plupart à de gros groupes actifs dans le secteur des médias, sont extrêmement dépendantes de la publicité qui paye très cher pour pouvoir diffuser ses annonces sur les ondes. Les radios privées les plus connues en Belgique francophones sont, par exemple : Bel RTL, Radio Contact, Fun Radio, NRJ, etc.¹⁵



Une web radio est, comme son nom l'indique, une station ou émission radiophonique diffusée via internet, grâce à la transmission en **streaming**. Les web radios se sont rapidement multipliées car les ondes hertziennes, par lesquelles la radio est classiquement diffusée, sont limitées à un certain nombre de fréquences. La web radio est alors une alternative abordable pour celui qui voudrait créer et diffuser sa propre radio.



De l'anglais stream, qui signifie « courant », « flux », le streaming est un « mode de transmission » en continu très utilisé sur internet et sur les réseaux de téléphonie mobile. Il permet la lecture d'un flux audio ou vidéo à mesure qu'il est diffusé, sans qu'il soit nécessaire pour l'internaute de télécharger le fichier dans son intégralité¹⁶. Les sites comme Youtube, ou les plate-formes comme Spotify ou Deezer, fonctionnent selon ce principe et rencontrent un succès de plus en plus important. Ce succès s'explique notamment par le fait qu'ils permettent d'accéder à presque toutes les musiques depuis n'importe quel ordinateur ou périphérique mobile connecté à internet.



Les webzines sont des magazines publiés sur internet, sans être forcément imprimés dans une version papier. Ces magazines en ligne peuvent être édités par des professionnels de l'information ou par des amateurs. L'avantage de ces webzines est que leur coût est bien moins élevé que celui d'un magazine classique car il ne nécessite pas d'impression ni de distribution. Ils peuvent se spécialiser dans des sujets très divers, comme par exemple la musique ou la culture en général.



15 Espace citoyen (2014). Service public versus privé en Belgique. Récupéré le 22 décembre sur le site : <http://www.espace-citoyen.be>

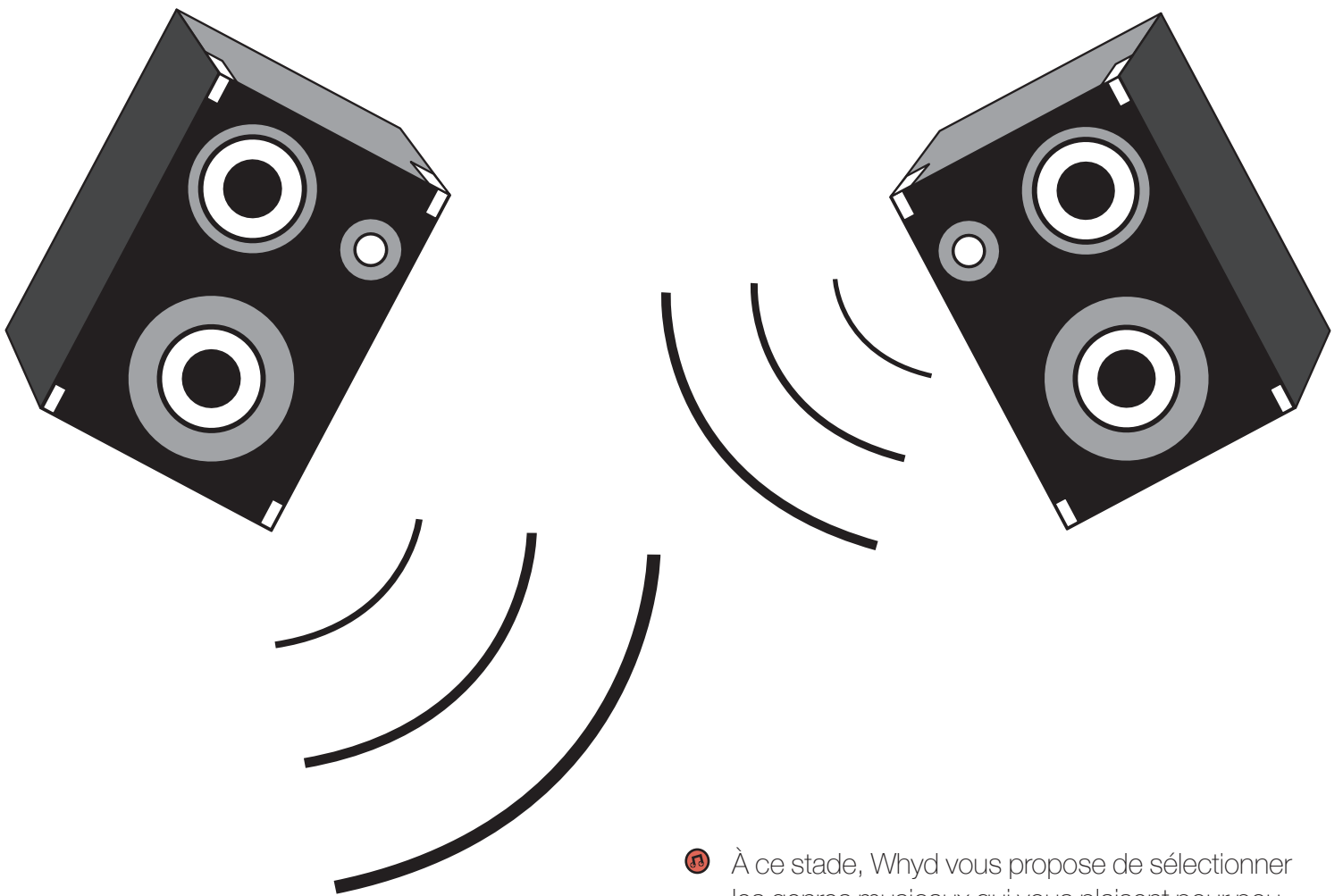
16 Streaming (n.d.). Récupéré le 23 décembre 2014 sur le site : <http://www.futura-sciences.com>

WHYD : COMMENT ÇA FONCTIONNE ?

Internet représente la plus grande bibliothèque musicale à portée de main. Mais ce répertoire gigantesque est fragmenté : certains espaces sont destinés à poster de la musique, comme Youtube ou Soundcloud, d'autres à la partager, comme Facebook ou Twitter qui ne sont pas directement dédiés à l'écoute de la musique. Whyd est un réseau social musical qui permet d'écouter et de partager presque toute la musique en streaming en un seul endroit. En plus, c'est simple à utiliser alors pas d'excuses, on s'y met !

Ce que nous proposons, c'est de créer un compte Whyd pour la classe qui permettra de centraliser les différents morceaux choisis par les élèves et pourquoi pas, leurs permettre de perpétuer le partage de découvertes musicales.





Il vous suffit de suivre le guide :

1. Rendez-vous sur whyd.com
2. Cliquez sur « Join Whyd » en bas de la page d'accueil
3. Choisissez de vous inscrire via une adresse email (bouton « Sign up with Email »). Un encart « Create an account with email » apparaît. Ne vous inscrivez pas via Facebook, vous identifieriez sinon le compte Whyd à celui de la personne possédant ce compte Facebook, ce qui n'a pas vraiment de sens étant donné qu'il s'agit de créer un compte collectif représentant toute la classe.
4. Remplissez les trois champs demandés : « Full name » (trouvez ensemble un nom qui représente toute la classe), « Email » (l'adresse de la classe créée pour l'occasion) et « Password » (un mot de passe auquel chaque élève doit avoir accès pour ajouter des morceaux s'il le désire). Puis, cliquez sur « Create an account ».
5. À ce stade, Whyd vous propose de sélectionner les genres musicaux qui vous plaisent pour pouvoir ensuite vous suggérer de suivre les profils actifs sur la plate-forme. Nous vous conseillons de cliquer sur tous les styles présentés pour ne pas fermer de possibilités de découvertes en amont. Cliquez ensuite sur « Next » en haut à droite de l'écran.
6. Sur la page présentant des suggestions de profils à suivre, cliquez à nouveau sur « Next » pour passer cette étape.
7. La page qui s'affiche maintenant vous propose de placer le bouton « Whyd + track » dans la barre des favoris de votre navigateur internet. Passez également cette étape.
8. Vous êtes maintenant prêts à ajouter les morceaux envoyés par les élèves de la classe. Il suffit de cliquer sur le bouton vert « + Add Track » en haut à droite de la page générale de votre compte et de copier-coller le lien du morceau de musique de chaque élève. N'oubliez pas d'y joindre le nom de l'élève et son texte dans l'espace prévu à cet effet. Il est possible de créer des playlists thématiques pour classer les morceaux, à vous d'organiser celles-ci comme bon vous semble !

