

La baladodiffusion en français chez les humoristes québécois en 2023

Un portrait descriptif

Marie-Claude Savoie, B.A.
Août 2024

Introduction

Les humoristes québécois sont de plus en plus nombreux à avoir recours à la baladodiffusion pour communiquer avec leur public sur des sujets variés, partager leur art et promouvoir leurs projets. Une tendance qui vient contredire ce que Brouard et Paré (2015, p.40) écrivaient comme quoi « la baladodiffusion [en humour] sembl[ait] avoir déjà connu et terminé sa période de gloire » avec *Mike Ward Sous écoute*. Au contraire, un grand nombre d'humoristes plus ou moins connus choisissent encore aujourd'hui ce médium comme nouvelle façon de s'exprimer. On peut penser aux Denis Drolet, à Sam Breton, à Jessica Chartrand et à plusieurs autres.

Deux raisons semblent expliquer ce qui les attire autant vers le balado. La première, surtout pour les humoristes de la relève, est l'accès difficile aux grandes scènes médiatiques traditionnelles. Toutefois, pour vendre des billets de spectacle et vivre de leur art, les humoristes doivent être connus du public. La deuxième semble reposer sur un sentiment de ne pas pouvoir partager leur art, voire leur persona d'humoriste, de façon authentique et autonome dans les médias traditionnels. En effet, même si on peut voir et entendre un grand nombre d'humoristes à la télévision et à la radio, il semble que les artistes doivent parfois répondre à des lignes éditoriales et à une étiquette qui ne correspondent pas toujours à la réelle façon dont ils souhaiteraient s'exprimer auprès du public. C'est d'ailleurs ce que lance Vincent Léonard dans un épisode de *Mike Ward Sous écoute* (2021, 16:59) : « On en a plein le cul de garrocher des affaires à la TV et de se faire refuser. Parce qu'honnêtement, récemment, on a compris que Les Denis Drolet, [...] l'univers Drolet, le langage, l'écriture, si on veut le faire en pleine liberté [il faut le faire nous-mêmes] ».

Ainsi, l'utilisation du balado semble offrir aux humoristes une vitrine qui leur permet d'exister et de se faire connaître sans avoir recours aux médias de masse ou aux grands diffuseurs. Ils reprennent ainsi le contrôle sur leur image et s'affranchissent de cette « lutte pour la visibilité [...] inégale » qui fait « des perdants, des condamnés à l'invisibilité et à l'insignifiance sur la scène médiatisée » (Voirol, 2005, p.117). Paré (2015, p.63) qualifie d'ailleurs cette situation de lutte comme une « source de frustration pour les artistes qui ne cadrent pas dans la culture institutionnelle de certains médias ».

Selon Voirol (2005, p.98), « les médias de communication jouent un rôle particulièrement important dans la création et le maintien [d'un] espace d'apparence ; ils sont les principaux moyens par lesquels les acteurs accèdent à la connaissance du monde au-delà de leur sphère immédiate d'attention ». Ainsi, « il faut concevoir la scène médiatisée comme un espace où les acteurs peuvent sortir de l'invisibilité et exister aux yeux des autres sans entrer concrètement en contact avec eux » (Voirol, 2005, p.99). Toutefois, si certaines personnes peuvent profiter de cette visibilité pour se faire découvrir, d'autres demeurent confinés dans l'ombre.

C'est en s'appuyant entre autres sur cette théorie des luttes pour la visibilité que notre démarche à l'origine de cette note de recherche a été pensée. Celle-ci constitue une première étape dans la réalisation d'un projet de maîtrise en communication publique à l'Université Laval, l'objectif final étant d'expliquer la place de la baladodiffusion indépendante en français chez les humoristes québécois en début de carrière ou à la recherche de plus de visibilité. À notre connaissance, il s'agit d'un des premiers travaux de recherche liés aux stratégies de communication des humoristes québécois, à la suite de la publication d'un rapport de recherche en 2017 portant sur la présence de ces artistes sur les médias sociaux (Brouard et Paré, 2017).

Les pages qui suivent présentent un portrait descriptif de la baladodiffusion dans l'écosystème humoristique au Québec. Ce portrait nous permet d'observer l'état de la situation et l'évolution de la baladodiffusion au fil des années, depuis 2011. Les données qui sont présentées nous permettront par la suite de créer un schéma d'entretien pour une collecte de données subséquente, mais, surtout, de bâtir une liste des humoristes ayant recours à la baladodiffusion à des fins d'échantillonnage pour des entretiens individuels semi-dirigés qui auront lieu à l'été 2024.

Méthodologie

Les données présentées dans le cadre de cette note de recherche ont été récoltées en 2023 et ont été mises à jour au 31 janvier de cette même année. Une liste de tous les balados en français animés par des humoristes au Québec a été créée et différentes informations ont été relevées afin de dresser un portrait descriptif¹. Les informations qui nous apparaissent les plus dignes de mention sont présentées dans les pages suivantes.

¹ La liste de ces balados peut être consultée sur le site web du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH) en suivant ce lien : <https://carleton.ca/humour/podcasts/>.



Voici les différentes stratégies qui ont été déployées afin de bâtir cette liste :

- Consultation des abonnements personnels de l'étudiante-chercheuse sur YouTube.
- Recherche dans le moteur de recherche Google, entre mars et octobre 2023, à l'aide de mots-clés tels que « podcast humour », « podcast humoriste », « balado humour » ou « balado humoriste ».
- Dépouillement de plateformes nationales de diffusion de balados, comme BaladoQuébec et Radio-Canada OHdio.
- Consultation de la programmation des festivals d'humour au Québec.
- Consultation de la liste des nommés dans les catégories *Podcast humoristique sans script de l'année* et *Podcast humoristique avec script de l'année* du gala Les Olivier.
- Appel à tous auprès des membres du groupe Facebook du *Gong Show*, dans lequel se retrouvent plusieurs humoristes de la relève.
- Découvertes complémentaires par les recommandations de YouTube et par l'écoute personnelle de balados d'humoristes québécois dans lesquels la mention d'autres balados d'humoristes est courante.

Malgré la variété des stratégies utilisées et une mise à jour fréquente de cette liste durant notre collecte d'information qui a permis de créer notre base de données, nous n'écartons pas la possibilité qu'elle ne soit pas exhaustive et que certains balados aient pu échapper à notre attention. Notre démarche constitue tout de même, à notre connaissance, l'une des premières initiatives du genre au Québec, voire dans le monde, ayant comme but de rassembler une liste des balados d'un même type de façon aussi exhaustive.

La baladodiffusion au Québec et dans la francophonie canadienne

La baladodiffusion prend ses racines dans la sphère médiatique anglophone. D'après Dumesnil (2006, p.1), « tout a commencé en 2004 lors de la rencontre entre un certain Dave Winer, le développeur du format RSS [...] et Adam Curry, un homme de télévision, "video jockey" chez MTV qui avait besoin de nouvelles fonctionnalités audio ». Il définit le médium ainsi : « on entend par podcast, une émission multimédia composée de plusieurs épisodes. Chaque épisode est constitué d'un lien unique vers un fichier audio ou vidéo » (Dumesnil, 2006, p.2). « [...] Le podcasting est un moyen de construire son propre média, sa propre radio, sa propre chaîne de télévision, d'affirmer sa réalité individuelle et collective » (Dumesnil, 2006, p.9).

Déjà, en 2005, l'Office québécois de la langue française (2021a) a proposé les termes « balado » et « fichier balado » pour franciser le mot « podcast ». Plus précisément, « [l]e terme baladodiffusion est normalement réservé pour désigner le mode de diffusion, la technologie (podcasting, en anglais) et non le fichier (podcast, en anglais), que l'on appellera balado » Bien que ce terme d'origine québécoise soit parfois utilisé dans le reste de francophonie, son usage est plus courant au Canada. En France, par exemple, les mots « podcasting » et « podcast » sont préférés, mais aussi le terme



« service audio à la demande » qui a été officialisé en 2020 (Trésor de la langue française, 2023).

L'Académie de la transformation numérique (2023, p.24) définit les balados comme « des émissions gratuites que les gens peuvent télécharger, comme des séries audio (radio) ou télé. Ces épisodes peuvent être téléchargés individuellement ou sous la forme d'un abonnement, cette dernière option permettant que les nouveaux épisodes soient automatiquement téléchargés dès leur parution ». Près d'un adulte québécois sur trois, soit 31 %, écoutent des balados. Les hommes (34 %), les personnes âgées de 18 à 54 ans, celles ayant un diplôme d'études collégiales (36 %) ou universitaires (40 %) et celles dont le revenu familial annuel totalise 100 000 \$ et plus (47 %) seraient celles qui consomment le plus de balados (idem).

Selon un sondage mené par l'Observatoire des technologies médias à l'échelle canadienne, « la baladodiffusion demeure beaucoup plus développée chez les Anglo-Saxons, et ça se ressent sur les habitudes d'écoute au Canada. Si, en 2022, 26 % des francophones au pays disaient écouter des balados, cette proportion s'élevait plutôt à 39 % du côté anglophone » (dans Paré, 2024).

Au sein de l'industrie de l'humour du Québec, l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH) propose de courtes définitions pour désigner « podcast avec script » et « podcast sans script » dans le but d'encadrer les mises en candidature pour son gala de remise de prix : Les Olivier. Le premier désigne une « série d'émissions a priori audio, en tout ou en partie avec script, et ayant un minimum de quatre (4) épisodes » et le deuxième une « série d'émissions a priori audio sans script avec un minimum de quatre (4) épisodes ». Une autre catégorie, série web, est définie comme une « production audiovisuelle de fiction ou autre format composée d'un minimum de six (6) épisodes avec ou sans continuité dans laquelle on retrouve les mêmes personnages ou le même thème et dont la diffusion est destinée au Web » (APIH, s.d.a).

À notre avis, ces définitions gagneraient à être retravaillées puisqu'elles sont très peu détaillées et que les deux catégories liées à la baladodiffusion ne font pas mention du web et de la portabilité des fichiers qui sont des éléments fondamentaux du médium (Sullivan, 2024). Un exemple qui selon nous illustre bien le caractère vague de ces catégories est la nomination, en 2023, du *Gong Show* dans la catégorie « Série web humoristique de l'année » aux côtés de *Complètement lycée*, *De Pierre en fille*, *La Dump* et *Gazebo* (APIH, s.d.b). Ces derniers contenus correspondent davantage aux codes des sitcoms que l'on pourrait retrouver à la télévision. D'ailleurs, certaines de ces séries de fiction se sont retrouvées sur les ondes télévisées après une première diffusion sur le web, comme *Complètement lycée* à Noovo et *De Pierre en fille* à Radio-Canada. De son côté, le *Gong Show* emprunte davantage les codes de la baladodiffusion en offrant son contenu dans les formats audio et vidéo, mais aussi en le diffusant sur des plateformes communément associées à la baladodiffusion comme YouTube, BaladoQuébec ou Spotify.



Dans l'introduction de l'épisode 52 du *Gong Show* qui succédait à la tenue du gala Les Olivier en 2023, on peut entendre les deux animateurs, Charles Deschamps et Antoni Remillard, parler avec déception de leur défaite dans leur catégorie. Ils mentionnent en effet que, dans la catégorie « Série web humoristique de l'année », les critères du jury comprenaient entre autres la qualité de la réalisation et le jeu des acteurs (0:07).

Toutefois, leur concept n'inclut pas la présence d'acteurs et la réalisation du *Gong Show* suit davantage l'esprit « do it yourself » qui est omniprésent dans la création sur les réseaux sociaux et qui se caractérise par « a rejection of the glossy, highly produced, celebrity-oriented mainstream of popular culture, and its replacement with knowingly non-glossy, often messily produced alternative which is much less bothered about physical beauty, and declares an emphasis on content rather than style » (Gauntlett, 2011, p.53). Leur contenu serait ainsi difficile à comparer avec les autres productions en nomination avec le *Gong Show* dans cette catégorie.

Malgré tout, le *Gong Show* ne se présente pas comme un balado, mais plutôt comme « un *open-mic* dans l'esprit du *roast*, un spectacle de fin de soirée où tout est permis » (Rémillard et Deschamps, s.d.). Cet exemple met selon nous en évidence le flou qui entourent la définition du balado comparativement à la série web ou même la capsule web. Est-ce le contenu diffusé qui fait le balado ou bien le mode de diffusion ? Notre recherche ne pourra répondre à cette question, mais l'analyse de l'appropriation de la baladodiffusion par les humoristes au Québec nous porte à croire que la définition du médium comporte des zones grises, même 30 ans après sa création. Une réponse pourrait toutefois résider dans la tendance pour la technologie d'être « "pressed into shape" by those who use it », ce qui fait en sorte que ce sont les personnes qui utilisent une technologie qui déterminent ou construisent, au fil du temps, la trajectoire qu'elle suit (Meserko, 2015, p.22). Dans le cas des humoristes, ces derniers pourraient être considérés comme des « technology shapers by understanding how the properties of various media can be used to their benefit » (Meserko, 2015, p.22).

Nombre de balados repérés

Ce projet de recherche nous a permis de repérer 158 projets de balados en français animés par des humoristes au Québec depuis 2011, l'année où nous avons repéré le premier balado animé par des humoristes (*Des si et des rais*) (voir Annexe A). Parmi ce nombre, 60 semblaient toujours en activité, puisque du contenu avait récemment été publié en lien avec ces balados ou puisqu'aucune indication de l'arrêt de leurs activités n'a pu être trouvée.

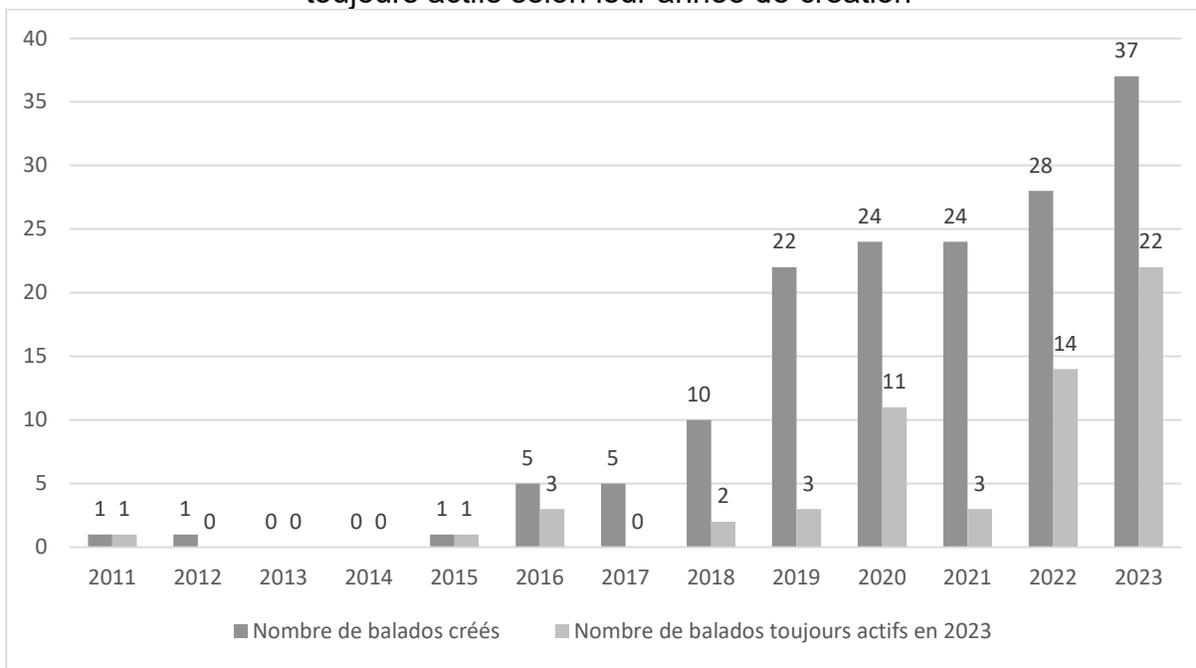


Années de création des balados repérés

La figure 1 permet d’observer une augmentation marquée de nouveaux projets de balados en 2019, puis en 2022. S’il est difficile d’expliquer ce qui a pu influencer cet engouement pour le médium chez les humoristes, quelques événements survenus dans le milieu de l’humour au Québec pourraient être des pistes de réponse, par exemple :

- En 2017, le gala Les Olivier proposait pour la première fois une catégorie pour les balados (Murphy et Melbourne Dufour, 2017).
- En 2019, un gala d’humour, ComédiHA, insérait l’enregistrement de balados devant public à sa programmation (ComédiHA!, 2019).
- En 2020, la pandémie pourrait avoir influencé les humoristes à débiter un projet de balados afin de demeurer visibles dans l’espace public via le web et les réseaux sociaux (Brouard et Paré, 2020, p.3).
- En 2022, l’enregistrement du balado *Mike Ward Sous écoute* au Centre Bell devant plus de 21 000 personnes a mérité un record Guinness et a été très médiatisé (Bergeras, 2023; Boisvert-Magnan, 2020; Gendron-Martin, 2022a; Gendron-Martin, 2022b; Radio-Canada, 2020; Roy, 2022; Tardif, 2022a; Tardif, 2022b).

Figure 1 – Nombre de balados créés chaque année depuis 2011 et nombre de balados toujours actifs selon leur année de création



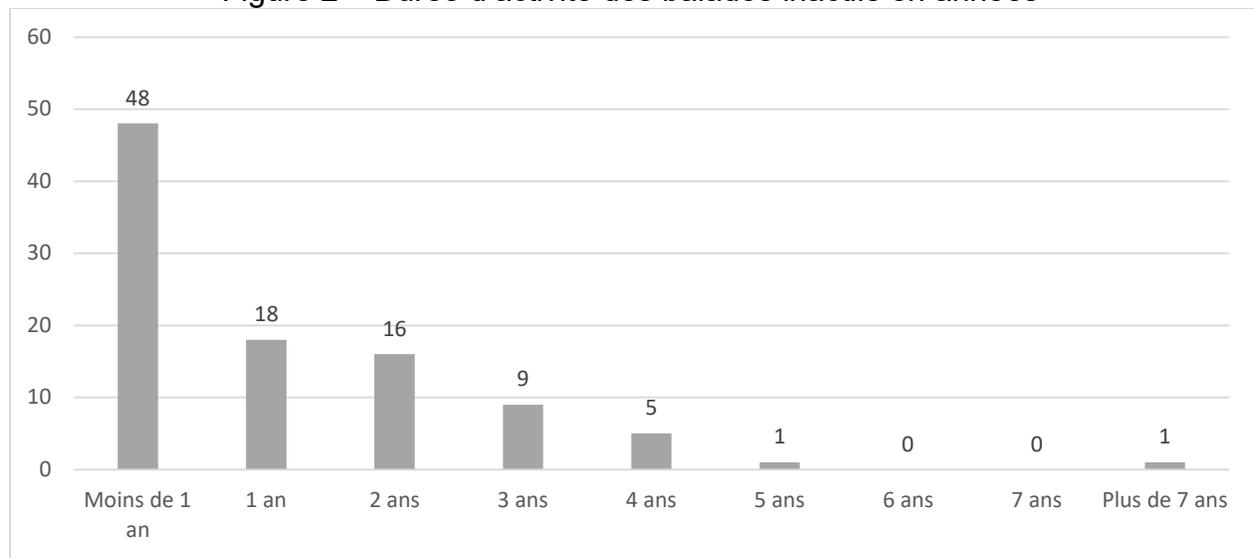
La collecte de données pourrait nous permettre de valider l’influence de ces quatre événements auprès d’humoristes ayant débuté la production d’un balado, mais aussi de les questionner sur l’ensemble des motivations qui les ont poussés à débiter leur projet.

Selon la littérature scientifique, le désir de se lancer dans la baladodiffusion serait motivé par un mélange d'intérêts professionnels et personnels (Patrimoine canadien, 2021). Une étude réalisée à Porto Rico auprès de baladodiffuseurs indépendants permet de relever des motivations plus précises, comme la possibilité d'améliorer ses aptitudes communicationnelles, la possibilité de partager son savoir, présenter son identité, offrir de la visibilité à des collègues, à des experts ou à des artistes indépendants ou, encore, répondre à un besoin de libre expression (Ortiz-Diaz et Moreno-Moreno, 2024, p.367). Des raisons similaires ont aussi émergé d'une étude réalisée en Nouvelle-Zélande dans laquelle le désir d'innover et d'explorer de nouvelles avenues professionnelles, l'envie d'avoir une liberté créative et l'opportunité de pouvoir se présenter de façon authentique à un public sont apparus comme des motivations importantes pour les baladodiffuseurs (Tennant, 2023). En humour, une analyse des balados d'humoristes de la scène de Los Angeles a pour sa part permis de déterminer que les artistes ont recours au médium comme un nouveau moyen artistique pour s'autopromouvoir, mais aussi comme espace de création à l'écart des institutions qui leur permet d'atteindre leurs plus fervents admirateurs de façon beaucoup plus directe et intime (Merserko, 2015).

Durée de vie des balados

Sur les 158 balados repérés, 98 n'étaient plus actifs au moment de la collecte de données. De plus, près de 70 % ont cessé leurs activités après 1 an ou moins, comme l'indique la figure 2.

Figure 2 – Durée d'activité des balados inactifs en années



Cela semble correspondre à une certaine tendance générale dans le marché de la baladodiffusion. Podmatch (2024), une plateforme qui facilite la rencontre entre des baladodiffuseurs et des personnes à interviewer, avance que 93,39 % des balados indépendants vont échouer et que leurs créateurs ont quatre fois plus de chances d'avoir du succès en fondant une nouvelle entreprise qu'en lançant un balado. Puis, de façon plus générale, les industries créatives fonctionneraient habituellement par projets « avec une durée de vie éventuellement très courte » (Vincent et Wunderle, 2012, par.31).

Un sondage mené par le ministère du Patrimoine canadien auprès de baladodiffuseurs dans les dernières années a mis en lumière certains obstacles au succès d'un balado. Parmi les réponses, on note le manque de ressources financières, la découvrabilité², ainsi que « les problèmes de RH, les défis qui entourent la constitution d'un auditoire pour les balados de langue française en Europe avec un contenu québécois, et les problèmes d'accessibilité » (Patrimoine canadien, 2021).

Du côté des humoristes qui ont mis fin à leur balado, le manque de temps et le désir de s'investir dans d'autres projets liés à leur carrière semblent être des explications récurrentes. Sur leur page Instagram, les animatrices du balado *Poules mouillées* (2024) ont écrit à leurs abonnés que « [d]epuis quelques [sic] temps, on sent qu'on est rendues au bout du projet tel qu'il est en ce moment et nous avons besoin de temps pour nous concentrer sur l'envol de nos carrières de Stand up respectives et les Poules tsé... ça volent pas [sic] ». Pierre-Luc Racine avançait des explications similaires en entrevue à Radio-Canada pour expliquer la fin du balado *3 bières* en 2022, projet qui durait à l'époque depuis 11 ans. « La raison principale derrière la décision d'arrêter *3 bières* est toutefois un cruel manque de temps. La préparation hebdomadaire des émissions du balado autoproduit était chronophage » en raison de tous les rôles que l'équipe du balados devaient jouer, comme « [le] booking, [l']animation, [la] préproduction, [le] montage, [la] mise en vente, [les] réseaux sociaux » (Rioux, 2022).

En 2023, les balados francophones animés par des humoristes qui présentaient la plus grande longévité sont *Mike Ward sous écoute* (plus de 7 ans), *Des si et des rais* (plus de 7 ans), *Drette su'l tape* (7 ans), *Le carré de sable* (7 ans), *What's up podcast* (7 ans), *Ark! Le seul podcast au monde* (5 ans), *J'ai déjà* (5 ans) et *Les ficelles* (5 ans). Le secret de cette longévité mériterait d'être approfondi puisqu'à première vue ces balados présentent des caractéristiques très différentes les uns des autres. *Mike Ward Sous écoute* jouit d'une popularité incomparable aux autres; certains publient des épisodes de façon sporadique (*Ark! Le seul podcast au monde* et *J'ai déjà*); d'autres abordent des sujets plus nichés (*Drette su'l tape* avec le hockey) et un seul de cette liste profite du financement d'un producteur (*Les ficelles* avec le média d'information indépendant Pivot).

² L'Office québécois de la langue française (2021b) définit la découvrabilité comme étant le « [p]otentiel pour un contenu, disponible en ligne, d'être aisément découvert par des internautes dans le cyberspace, notamment par ceux qui ne cherchaient pas précisément le contenu en question » (dans Grand dictionnaire terminologique).



Modes de production des balados repérés

La recension des projets de balados en français animés par des humoristes au Québec nous a aussi permis de mettre en lumière que les deux tiers d'entre eux (105/158) sont créés de façon indépendante, c'est-à-dire sans le soutien d'un producteur privé ou public.

La figure 3 présente les principaux producteurs qui ont été repérés au moment de créer la liste des balados en français animés par des humoristes au Québec³. Radio-Canada est de loin le plus grand producteur de balados animés par des humoristes. Les projets de la société d'État mettent pour la plupart de l'avant des artistes bien établis (François Bellefeuille, Maude Landry, Jonathan Roberge, Charles Beauchesne, Catherine Ethier), sont offerts en format audio seulement (via la plateforme Ohdio, notamment), et ont un angle d'approche davantage axé sur le style documentaire. Les humoristes qui sont à l'animation de ces balados semblent avoir été engagés afin d'ajouter une touche humoristique au contenu diffusé. Ces contenus sont ainsi assez différents des balados indépendants qui proposent pour leur part des discussions plus ou moins préparées et qui mettent souvent de l'avant des artistes de la relève ou qui sont peu ou pas présents dans l'espace médiatique traditionnel.

Figure 3 - Producteurs de balados en français animés par des humoristes au Québec et le nombre de balados produits

	Nombre
Radio-Canada	10
Juste pour rire	5
CHOC.ca	4
ComediHA	3
Télé-Québec	3
Pivot (Ricochet)	2
Podcasse.com	2
qub radio	2
RDS	2
Studio Vingt et Un	2
Urbania	2

³ Les producteurs n'ayant produit qu'un seul balado sont : Agence Feedback, Alloprof, Carte Blanche Films en collaboration avec Fondation Rideau Hall, CFAK, CIBL 100.5 FM, ComaTV, Fierté Montréal, Fonds de recherche du Québec, Groupchat, Humour J, Le Bordel Comédie Club, Nomad.tv, Noovo, Picbois Productions, Pirate production, Printemps numérique, Studio SF, Tout le monde gagne et Zéro musique.

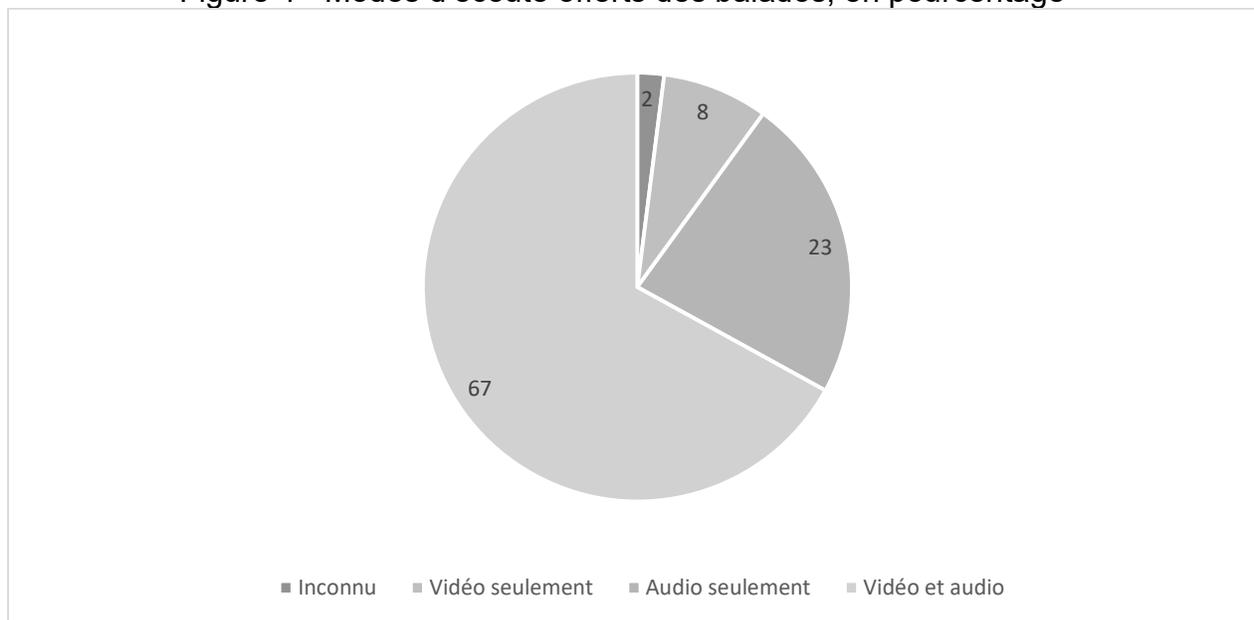


Accessibilité des balados repérés

Modes d'écoute des balados repérés

Si à l'origine la baladodiffusion était un médium audio inspiré par l'arrivée de l'iPod et sur les fondements de la radiodiffusion (Skalický, 2023, p.161), le format vidéo a, dans les dernières années, gagné du terrain dans les modes de diffusion des balados. Cela se reflète dans la pratique des humoristes québécois, comme l'illustre la figure 4. En effet, 75% des balados repérés étaient offerts en version vidéo.

Figure 4 - Modes d'écoute offerts des balados, en pourcentage⁴



La possibilité de créer du contenu audio ou vidéo connaît, depuis maintenant de nombreuses années, une démocratisation en raison de la possibilité « [d'] acquérir à un coût non prohibitif du matériel d'enregistrement et de production autrefois réservé aux seuls professionnels et mettre aisément en ligne ses propres créations sur des plateformes spécialement conçues à cet effet » (Rieffel, 2014, p.132). Plusieurs studios d'enregistrement de balados ont également été fondés au Québec dans les dernières années, comme le Studio SF, le studio Bien entendu ou le OK Studio. Cette nouvelle offre pourrait simplifier la production d'épisodes de balados aux créateurs qui n'ont pas à se procurer l'équipement nécessaire aux sessions d'enregistrement.

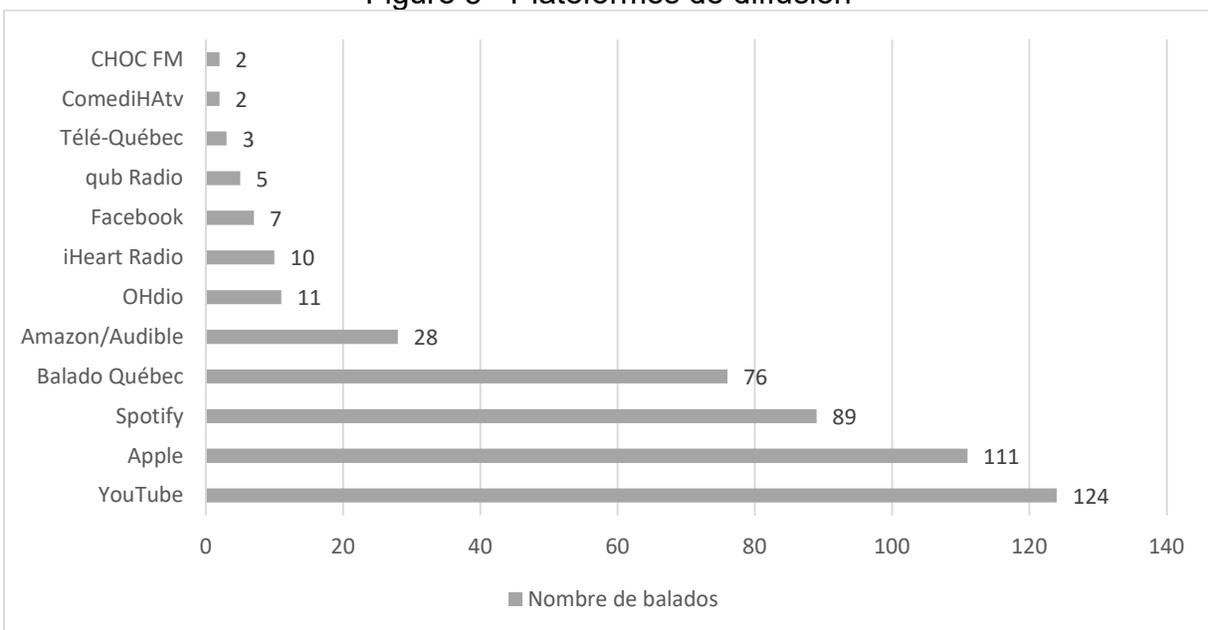
⁴ La catégorie « Inconnu » a été attribuée aux balados dont les épisodes ne sont plus accessibles sur le web et pour lesquels il n'était pas possible de déterminer le ou les modes d'écoute offerts.

Du côté du public, en 2020, consulter des sites de partage de vidéos faisait partie des pratiques d'activités en ligne liées à la culture chez 91,2 % des 15 à 34 ans, 76,6 % des 35 à 64 ans et de 44,3 % des 65 ans et plus (Institut de la statistique du Québec, 2022). Ces chiffres représentaient une hausse marquée de l'intérêt des Québécois pour le format vidéo en ligne puisque « [l]a proportion d'internautes au Québec qui ont visionné des contenus vidéo sur des services de diffusion en continu est passée de 47 % en 2018 à 64 % en 2020 » (Institut de la statistique du Québec, 2023). L'Académie de la transformation numérique (2023, p.21) avance pour sa part que regarder des vidéos ou écouter de la musique est une activité réalisée quotidiennement par 53% des adultes québécois qui utilisent les réseaux sociaux. Cet intérêt pour la consommation de vidéos en ligne ou sur les médias sociaux pourrait avoir influencé les humoristes à offrir leur contenu en format vidéo à leur auditoire.

Plateformes de diffusion

Lorsque l'on s'attarde aux plateformes de diffusion des balados francophones animés par des humoristes au Québec, on remarque que la majorité des humoristes choisissent de diffuser leurs projets sur plus d'une plateforme. Puis, comme l'indique la figure 5, c'est YouTube qui serait la plateforme la plus populaire auprès de ces créateurs, suivie par Apple, Spotify et Balado Québec.

Figure 5 - Plateformes de diffusion



Au Canada, 73% des utilisateurs de réseaux sociaux affirment utiliser YouTube dans le cadre de leurs loisirs. Cela en fait le réseau social le plus populaire dans cette catégorie après Facebook (Académie de la transformation numérique, 2023, p.17). Du côté des créateurs de contenu, YouTube est souvent utilisé de façon à reproduire les codes des industries de la création traditionnelles ou dans l'objectif de se faire remarquer par les médias de masse (Gauntlett, 2011, p.9). Même que la plateforme a longtemps été perçue (et l'est peut-être encore) comme « an unmediated gateway to the professional media world of stars and fame » même si, dans les faits, « [a] performer's way to fame was not only engineered through YouTube's popularity mechanism, but also filtered by mainstream media using YouTube as a test pool for aspiring professionals » (van Dijck, 2013, p.116-117). La collecte de données qui sera effectuée auprès d'humoristes de la relève ou en quête de plus de visibilité pourrait nous éclairer sur les motivations actuelles des créateurs de balados indépendants derrière l'utilisation de YouTube pour la diffusion de leurs projets.

Financement

46 % des balados repérés dans le cadre de cette note de recherche étaient associés à un mur de péage, Patreon étant l'outil adopté par presque l'entièreté des créateurs. Cette plateforme semble être utilisée par les humoristes afin de financer leur balado en échange de différents avantages, à la manière d'un abonnement premium. Ces avantages peuvent être l'accès aux nouveaux épisodes à l'avance, l'accès aux enregistrements en direct sur le web ou l'accès à la vente de billets pour les enregistrements devant public.

La majorité des balados dont la longévité atteint 5 ans et plus qui ont été repérés dans le cadre de cette note de recherche utilisent d'ailleurs Patreon comme source de financement. De plus, au moment de créer la liste des balados en décembre 2023, 6 % des balados repérés étaient accessibles sur abonnement seulement. Certains utilisaient Patreon à cette fin, comme *Rince-crème* des Denis Drolet et *Tout le monde gagne* de Jo Cormier.

Au Canada, les dons des auditeurs seraient la source de revenus la plus courante pour les baladodiffuseurs (Patrimoine canadien, 2021). Malgré tout, « il est très rare qu'un producteur canadien de balados puisse s'assurer une rémunération suffisante en puisant seulement dans les contributions de ses auditeurs. La production d'une balado au Canada fait généralement appel à des sources de financement multiples (mécènes, fonds propres, emprunts, subventions, publicités, formations, contributions volontaires, etc.) » (Beaumont, 2019). C'est pourquoi des créateurs de balados indépendants, tous domaines confondus, réclament une aide de l'État pour poursuivre leurs activités (voir Baillargeon, 2023).



Faisant référence aux résultats d'un sondage de Patrimoine canadien réalisé auprès de 24 baladodiffuseurs indépendants, Baillargeon (2023) ajoute que les « ressources limitées sont citées comme le principal obstacle à la croissance, avec la faiblesse, voire l'absence, de soutien gouvernemental ». Car la création d'un balado, ou de toute autre œuvre en ligne, a forcément un coût. Comme Kurz (2020, p.96) avance, « [l]e fait qu'un contenu intellectuel ou culturel puisse être diffusé "sans dépense" par simple clic de souris ne signifie nullement qu'il *naît* également sans dépense de ressources intellectuelles et matérielles ».

Invités et thématiques

Près de 80 % des balados en français animés par des humoristes au Québec comprennent la présence d'au moins un invité. Cela témoigne de l'importance du format conversationnel qui semble être privilégié par ces créateurs de balados.

Bien que cette recherche ne comporte pas d'analyse de contenu pour documenter les sujets qui sont abordés dans les épisodes de balados repérés, il est toutefois possible d'observer, à la suite de l'écoute de centaines d'épisodes de balados animés par des humoristes depuis 2015, que les thèmes comme la carrière, les anecdotes de la vie privée ou professionnelle et l'actualité sont des thèmes récurrents. Certains adoptent pour leur part un angle d'approche plus précis, comme *Les Fallopes* qui aborde la sexualité, *Couple ouvert* les rencontres amoureuses, *Poules Mouillées* la peur ou *Tout le monde s'haït* les complexes physiques et psychologiques.

Les humoristes qui animent les balados repérés

Répertorier les balados francophones animés par des humoristes au Québec aura permis de dresser une liste des humoristes ayant recours à ce médium (voir Annexe A). 135 artistes différents ont été repérés.

Si la plupart de ces humoristes ne sont associés qu'à un seul balado, certains semblent avoir répété l'expérience à plusieurs reprises, comme Marc Boilard et Julien Bernatchez avec 5 balados, ainsi qu'Alexandre Bisailon, Pier-Luc Racine et Mike Ward avec 4 balados.



Conclusion

Cette note de recherche brosse un portrait assez complet et inédit de la baladodiffusion en français chez les humoristes au Québec en date de 2023. On observe certaines tendances phares, comme l'omniprésence de Patreon comme stratégie de financement, la courte durée de vie des balados dont un grand nombre n'ont perduré qu'un an ou moins, l'importance du format vidéo comme mode d'écoute offert, l'utilisation prépondérante de YouTube pour la diffusion ou la domination du mode de production indépendante.

Certaines questions demeurent aussi en suspens. Quelles sont les motivations spécifiques des humoristes québécois dans le recours à la baladodiffusion? Quels sont les éléments contextuels de l'écosystème de l'industrie de l'humour au Québec qui ont alimenté la croissance du nombre de balados offerts? Quels sont les défis liés à la production d'un balado? Quelles sont les retombées d'un balado sur la carrière des humoristes? La deuxième étape de notre recherche, qui consiste à réaliser des entretiens individuels semi-dirigés, nous permettra, on l'espère, de lever le voile sur ces questions et d'offrir une compréhension plus approfondie du recours à la baladodiffusion en français au Québec, et de façon plus spécifique, dans un contexte de production indépendante chez les artistes de la relève ou à la recherche de plus de visibilité.



Bibliographie

- Académie de la transformation numérique. (2023). *NETendances 2023 : Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados* (Vo. 14, no. 3). <https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>
- Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH). (s.d.a). *Règlements et recensement*. <https://apih.ca/gala-les-olivier/formulaires-recensement-gala-les-olivier/>
- Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH). (s.d.b). *Archives*. <https://apih.ca/gala-les-olivier/archives/>
- Baillargeon, S. (2023, 30 septembre). Le balado québécois réclame du soutien public pour se développer. *Le Devoir*. <https://www.ledevoir.com/culture/medias/799098/l-eldorado-du-balado-balado-quebecois-reclame-soutien-public-developper>
- Beaumont, C. (2019, 1 avril). *Balado et financement participatif: chercher l'auditeur-contributeur*. Fonds des médias du Canada. <https://cmf-fmc.ca/fr/futur-et-medias/articles/balado-et-financement-participatif-chercher-lauditeur-contributeur/>
- Bergeras, Y. (2023, 2 mars). Mike Ward: défoncer le record Guinness. *Le Soleil*. <https://www.lesoleil.com/2022/08/01/mike-ward-defoncer-le-record-guinness-b5e2f3c278cf0c91a929f4d76d07dcb2/>
- Boisvert-Magnen, O. (2020, 26 février). Mike Ward au Centre Bell cet été. *Voir*. <https://voir.ca/nouvelles/actualite-en-arts-de-la-scene/2020/02/26/mike-ward-au-centre-bell-cet-ete/>
- Brouard, F. et Paré, C. (2017). *Présence des humoristes québécois francophones dans les médias sociaux*. Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES), janvier, 21p. <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/RapportHumourQCPresenceMediasociauxFBCP20170127.pdf>
- Brouard, F. et Paré, C. (2020). *Industrie de l'humour et l'après-COVID: Six mois d'expériences après le début de la pandémie* (Publication no 2020-05NR). Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour, Sprott School of Business, Carleton University, septembre. <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/GRIHNote202005NRexperience6mois20200930FBCP.pdf>
- Brouard, F., et Paré, C. (2015). *Profil et écosystème de l'industrie de l'humour francophone au Québec*. Sprott Centre for Social Enterprises/Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES) et IPSO FACTO consultants inc. <https://sprott.carleton.ca/scse/wp-content/uploads/RapportProfilIndustriehumourQuebec201501-1.pdf>
- ComediHa! [@comediha]. (2019, 18 juin). *En veux-tu des podcasts? En v'là! 🗣️ Tout ça, direct au ComediHa! Fest-Québec du 7 au 18 août. Pssst: La prévente* [Photo]. Instagram. https://www.instagram.com/p/By3ZjiNnMoM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D
- Dumesnil, F. (2006). *Les podcasts : écouter, s'abonner, créer*. Eyrolles.
- Gauntlett, D. (2011). *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. Polity Press.



- Gendron-Martin, R. (2022a, 21 juillet). Balado «Sous écoute»: vers un record Guinness pour Mike Ward. *Le Journal de Montréal*.
<https://www.journaldemontreal.com/2022/07/21/mike-ward-le-record-de-sous-ecoute>
- Gendron-Martin, R. (2022b, 22 juillet). Sous écoute au Centre Bell: joli bordel cacophonique. *Le Journal de Montréal*.
<https://www.journaldemontreal.com/2022/07/22/sous-ecoute-au-centre-bell-joli-bordel-cacophonique>
- Institut de la statistique du Québec. (2022). *Activités sur Internet liées à la culture*.
<https://statistique.quebec.ca/vitrine/15-29-ans/theme/culture/activites-internet-culture>
- Institut de la statistique du Québec. (2023, 9 mai). *La consommation de contenus culturels sur Internet toujours en hausse au Québec* [communiqué de presse].
<https://statistique.quebec.ca/fr/communiqués/consommation-contenus-culturels-internet-toujours-en-hausse-quebec>
- Kurz, R. (2020). *L'industrie culturelle au XXI^e siècle. De l'actualité du concept d'Adorno et Horkheimer*. Crise & Critique.
- Le Gong Show. (2023, 23 mars). *Le Gong Show - Ep.52 - Mélanie Couture* [vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IIMVRMT0T0g>
- Meserko, V. M. (2015). Standing Upright : Podcasting, Performance, and Alternative Comedy. *Studies in American Humor*, 1(1), 20-40.
- Mike Ward Sous Écoute. (2021). #299 - Les Denis Drolet [vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JD71VPXu9Wg&t=1067s>
- Murphy, C.G. et Melbourne Dufour, P. (2017, 10 décembre). Les 9 moments marquants du Gala les Olivier 2017. *Le Devoir*.
<https://www.journaldemontreal.com/2017/12/10/les-9-moments-marquants-du-gala-les-olivier-2017>
- Office québécois de la langue française (2021a). Baladodiffusion, *Grand dictionnaire terminologique*. Gouvernement du Québec.
<https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8869530/balado>
- Office québécois de la langue française (2021b). Découvrabilité, *Grand dictionnaire terminologique*. Gouvernement du Québec.
<https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26541675/decouvrabilite>
- Ortiz-Diaz, G. et Moreno-Moreno, E. (2024). Motivations of Puerto Rico's Independent Podcasters : Between Amateur Creator and Formalised Producer Entrepreneurship. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15(1), 357-372.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.25074>
- Paré, C. (2015). *L'industrie du spectacle d'humour francophone du Québec contemporain : industrie culturelle et territorialité* [thèse de doctorat, Université du Québec et Institut national de la recherche scientifique]. EspaceINRS.
<https://espace.inrs.ca/id/eprint/3326/1/Pare-C-D-Decembre2015.pdf>
- Paré, É. (2024, 15 février). Le nombre d'auditeurs de balados stagne. *Le Devoir*.
<https://www.ledevoir.com/culture/medias/807259/medias-nombre-auditeurs-balados-stagne>



- Patrimoine canadien (2021). *Baladodiffuseurs indépendants et propriétaires/copropriétaires de réseaux de baladodiffusion de petite ou moyenne envergure au Canada*. Gouvernement du Canada. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/organisation/transparence/gouvernement-ouvert/independants-baladodiffuseurs-proprietaires.html>
- PodMatch (2024). *The Actively Established Podcast Report For Independent Podcasters - June 2024*. <https://podmatch.com/report>
- Poules Mouillées [@poulesmouilleespodcast]. (2024, 2 mai). *Allô les Pouless! C'est avec beaucoup d'émotions (ben surtout Véro) qu'on vous annonce que Poules Mouillées tombe en pause pour* [Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6eG4rqLGZI/?hl=fr>
- Radio-Canada. (2020, 26 février). Mike Ward enregistrera son balado au Centre Bell. *Radio-Canada*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1540889/mike-ward-sous-ecoute-balado-centre-bell>
- Remillard, A. et Deschamps, C. (s.d.). *Balado – Le Gong Show*. Spotify. <https://open.spotify.com/show/3TcjAS0jYTmp3F1we2f09p>
- Rieffel, R. (2014). *Révolution numérique, révolution culturelle?* Gallimard.
- Rioux, C. (2022, 16 septembre). Après 11 ans et 559 émissions, le balado 3 bières tire sa révérence. *Radio-Canada*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1915762/apres-11-ans-et-559-emissions-le-balado-3-bieres-tire-sa-reverence#:~:text=Arr%C3%AAter%20au%20bon%20moment&text=La%20raison%20principale%20derri%C3%A8re%20la,%2C%20explique%20Pierre%2DLuc%20Racine>.
- Roy, M.-J. R. (2022, 23 juillet). «Sous écoute» au Centre Bell: les exploits de Mike Ward. *Métro*. <https://journalmetro.com/culture/arts-et-spectacles/2869106/sous-ecoute-au-centre-bell-les-exploits-de-mike-ward/>
- Skalický, M. (2023). Motivations behind the Production of News Podcasts in Established Czech Media. *Communication Today*, 14(1), 158–173. <https://doi-org.acces.bibl.ulaval.ca/10.34135/communicationtoday>.
- Sullivan, J.L. (2024). *Podcasting in a Platform Age*. Bloomsbury Academic.
- Tardif, D. (2022a, 23 juillet). Sous écoute au Centre Bell - Le couronnement de Mike Ward. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/arts/humour/2022-07-23/sous-ecoute-au-centre-bell/le-couronnement-de-mike-ward.php>
- Tardif, D. (2022b, 19 juillet). Mike Ward Sous Écoute : De YouTube au Centre Bell. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/arts/humour/2022-07-19/mike-ward-sous-ecoute/de-youtube-au-centre-bell.php>
- Tennant, L. (2023). Podcasting and ethics : Independent podcast production in New Zealand. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, 29(4), 854-870. <https://doi-org.acces.bibl.ulaval.ca/10.1177/13548565231187725>
- Trésor de la langue française (2023). Baladodiffusion., *Dictionnaire historique du français québécois*. Université Laval. <https://www.dhfq.org/article/baladodiffusion>
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- Vincent, A. et Wunderle, M. (2012). Les industries créatives. *Dossiers du CRISP*, 2012/2(80), 11-90. <https://doi-org.acces.bibl.ulaval.ca/10.3917/dscrip.080.0011>



Voirol, O. (2005). Les luttes pour la visibilité : Esquisse d'une problématique. *Réseaux*, 1-2(129-130), 89-121.

L'AUTRICE

Marie-Claude SAVOIE, B. A., est étudiante à la maîtrise en communication publique avec mémoire à l'Université Laval, sous la direction de Colette Brin. Son sujet de recherche porte sur la baladodiffusion en français chez les humoristes québécois. Elle est titulaire d'un baccalauréat en communication publique avec concentration en journalisme écrit et d'un certificat en rédaction professionnelle. Elle est membre de l'Observatoire de l'humour et fait partie des chercheurs du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour. En parallèle à ses études, Marie-Claude est conseillère en communication à l'Institut sur le vieillissement et la participation sociale des aînés à l'Université Laval.

marie-claude.savoie.3@ulaval.ca

Remerciements

Je tiens à remercier ma directrice de recherche, Colette Brin, professeure au Département d'information et de communication à l'Université Laval, ainsi que François Brouard, professeur à l'Université Carleton et co-fondateur du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour, pour leurs conseils et leurs commentaires tout au long de la rédaction de cette note de recherche.

[suggestion pour citer cette note de recherche : Savoie, Marie-Claude (2024). *La baladodiffusion en français chez les humoristes québécois en 2023 - Un portrait descriptif*, GRIH #2024-14NR, Note de recherche, Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), Sprott School of Business, Carleton University / Observatoire de l'humour (OH), 17 août, 20p.]

Copyright © 2024, Marie-Claude Savoie

Les opinions exprimées dans ce document ne représentent pas des positions officielles du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), Sprott School of Business, Carleton University ou de l'Observatoire de l'humour.

Note de recherche du GRIH

Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH)
Sprott School of Business, Carleton University
(disponible à <https://carleton.ca/humour>)



Annexe A

Liste des humoristes qui animent au moins un balados en français au Québec

Note : le chiffre entre parenthèses indique le nombre de projets de balados qui sont associés aux humoristes, si plus qu'un (1).

- Alex Roof
- Alexandre Bisailon (4)
- Alexandre Forest (2)
- Anne-Marie Dupras
- Anne-Sarah Charbonneau
- Antoine Veronneau (2)
- Antoni Rémillard
- Ben Lefebvre
- Brick et Brack
- Bruno Marotte (Brownie Marron)
- Catherine Ethier (3)
- Cedric Bergeron
- Cedric St-Onge
- Charles Beauchesne
- Charles Deschamps (2)
- Charles-Antoine Des Granges
- Christophe Dupéré
- Claudia Lopez (2)
- Clémence Carton
- Coco Béliveau
- Colin Boudrias (2)
- Coralie LaPerrière
- Dave Gaudet (2)
- Dave Morgan
- David Beaucage (2)
- David Vadeboncoeur
- Dom Massi (3)
- Douaa Kachache (2)
- Emile Khoury
- Émilie Lapointe
- Emna Achour (3)
- Erich Preach
- Etienne Dano (2)
- Félix Emond
- Florence Nadeau
- Francis Legendre
- François Bellefeuille
- François Quirion
- Frank Grenier
- Frédérick Côté
- Gab Bétey
- Gabrielle Caron (3)
- Guillaume Boldock
- Guillaume Pelletier
- Guillaume Pineault
- Guillaume Wagner
- Jacob Ospian
- Jay du Temple
- Jay Laliberté (3)
- Jean-François Provençal (2)
- Jean-Michel Martel
- Jean-Thomas Jobin (2)
- Jérémie Larouche (3)
- Jerr Allain
- Jessica Chartrand (2)
- Jey Fournier (3)
- JF Denommée
- Jo Cormier (2)
- Joël Martel
- Jonathan Roberge (3)
- Josiane Aubuchon
- Julie Nadeau
- Julie Pontbriand
- Julien Bernatchez (5)
- Julien Chidiac
- Julien Corriveau (2)
- Julie-Pier Letarte
- Justine Philie
- Kevin Raphaël (2)
- Korine Côté
- Laurent Paquin
- Les Denis Drolet (2)
- Linda Bouchard
- Louis Girard-Bock
- Louis Morissette (2)
- Marc Boilard (5)
- Marie-Hélène Racine-Lacroix
- Marie-Pierre Poirier
- Martin Lauzon



- Martin Perizzolo
- Martin Vachon
- Marylène Gendron
- Mat Lévesque
- Mathieu Cyr
- Mathieu D'Astous
- Mathieu Dufour
- Matthew Daoust
- Maude Landry (2)
- Max Richard (2)
- Maxim Martin (2)
- Maxime Gervais (2)
- Mehdi Bousaidan
- Mélanie Couture
- Mélanie Ghanimé
- Michelle Desrochers
- Mike Beaudoin
- Mike Ward (4)
- Mona de Grenoble
- Monsieur Radi
- Nadine Massie
- Olivier Boudreault
- Olivier Foy (2)
- P.A. Méthot
- Pantelis
- Pascal Cameron (3)
- Pat Savard (2)
- PB Rivard (3)
- Phil Brown
- Phil St-Pierre
- Philippe-Audrey Larrue-St-Jacques (2)
- Pier-Luc Racine (4)
- P-O Forget
- RadicAlice
- Rébecca Bucci
- Reuben Gamez
- Richardson Zéphir
- Sam Arsenault
- Sam Breton
- Sam Cyr
- Samuel Deslongchamps
- Samuel Flynn
- Sexe Illégal
- Simon Delisle
- Sinem Kara
- Stéphane Fallu
- Steven Bilodeau
- Sylvain D. Desjardins (2)
- Thomas Levac (3)
- Tommy Néron
- Véronique Isabel Filion
- Vincent Descôteaux (2)
- William Bernaquez
- Xavier Dalpé
- Yannick De Martino (2)
- Zachary Dalpé

