La recherche sur la baladodiffusion au Québec : une revue narrative de la littérature

Marie-Claude Savoie

Mots-clés : Balado ; baladodiffusion ; revue de la littérature ; Québec.

Keywords: Podcast; podcasting; literature review; Quebec.

Résumé

La baladodiffusion jouit d'une popularité croissante dans la province de Québec depuis une dizaine d'années, notamment grâce à l'influence de Mike Ward, présenté comme étant « le roi du *podcast* au Québec » avec son projet *Sous écoute* (Lauzon, 2018). Aussi, dans les dernières années, jusqu'au tiers des Québécois ont affirmé consommer des balados (Académie de la transformation numérique, 2023b, p. 5). Cette revue de la littérature a comme objectif de démontrer que l'étude de ce média demeure pour l'instant émergente dans la province et que plusieurs aspects n'ont pas encore été explorés dans ce domaine de la recherche au Québec.

Abstract

Podcasting has enjoyed growing popularity in the province of Quebec over the past decade, thanks to the influence of Mike Ward, billed as "the king of podcasting in Quebec" through his project called *Sous écoute* (Lauzon, 2018). In recent years, up to one third of Quebecers have claimed to listen to podcasts (Académie de la transformation numérique, 2023b, p. 5). The aim of this literature review is to demonstrate that the study of this medium is still emerging in the province, and that many aspects remain underexplored in this field of research in Quebec.

Pour citer cet article

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). https://doi.org/10.62920/z22h3903

© Marie-Claude Savoie, 2025. Publié par *Facteurs humains : revue en sciences humaines et* sociales *de l'Université Laval*. Ceci est un article en libre accès, diffusé sous licence Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Introduction

Depuis les premiers travaux de recherche scientifique en 2004 (Hammersley) qui ont cherché à définir la baladodiffusion, les méta-analyses actuelles démontrent qu'encore aujourd'hui, la communauté scientifique a du mal à définir clairement le média (Sharon, 2023, p. 324). Tout de même, dans l'une des récentes études sur la baladodiffusion, des autrices et des auteurs ont relevé trois principales façons dont la littérature définit le média : l'une axée sur l'aspect technologique, une autre sur l'aspect textuel du contenu et une dernière axée sur la pratique (Kammer et Spejlborg Sejersen, 2025, p. 2). Kammer et Spejlborg Sejersen proposent une définition visant à marier les dimensions technologique, textuelle et pratique : « a digital medium consisting of talk-based audio series made for on-demand consumption » (2025, p. 7). Dans son article de 2023, Sharon propose trois approches parmi lesquelles la baladodiffusion a été étudiée dans la littérature scientifique entre 2005 et 2019, soit : « technological, socio-cultural, and formalistic » (p. 325). Ces approches permettent d'analyser la baladodiffusion comme un média, une pratique ou un genre.

Dans le cadre de cette revue de la littérature, nous souhaitons observer comment les chercheuses et chercheurs du Québec se sont intéressés au média, ainsi que leurs découvertes, et ce, dans tous les domaines. Comme l'avance Jean-Guy Lacroix, le Québec, particulièrement les francophones, est une société distincte et les institutions socioculturelles, principalement les médias de masse, « contribuent fortement à la

création et au maintien de l'identité » (1995, p. 264). « Le domaine des communications, des médias, de l'information fut donc et demeure pour la société québécoise un enjeu sociétal », et leur étude permet de prendre conscience des transformations sociales qui ont cours dans la culture québécoise (Lacroix, 1988, p. 59-60). Ainsi, depuis les années 60', les départements universitaires en communication ont étudié différents sujets, comme les effets des médias, les contenus diffusés dans les médias ou, encore, les nouvelles technologies (Lacroix, 1988). Nous postulons que cette tradition de recherche doit se poursuivre et nous souhaitons ainsi alimenter la littérature scientifique dans le domaine de la communication au Québec. Tout comme dans la province, l'étude de la baladodiffusion est encore en pleine expansion à l'échelle mondiale. Il existe un regroupement international de chercheuses et chercheurs (podcaststudies.org), et l'éditeur indépendant Bloomsbury a récemment lancé sa série Bloomsbury Podcast Studies dans l'objectif d'en faire un champ d'études autonome au sein des *Media Studies* (*Bloomsbury Podcast Studies,* s. d.). La littérature anglophone rédigée aux États-Unis et en Europe est abondante (voir les travaux recensés par Sullivan, 2024 ; Kammer et Spejlborg Sejersen, 2025 ; Lindgren et Loviglio, 2022). Au Québec, par contre, seulement quelques dizaines de documents ont été repérés dans le cadre de cet exercice, majoritairement issus de la littérature grise (voir section 2.2). Pourtant, le média jouit d'une popularité croissante dans la province depuis une dizaine d'années, notamment grâce à l'influence de Mike Ward, présenté comme étant « le roi du *podcast* au Québec » avec son projet *Sous écoute* (Lauzon, 2018). Aussi, dans les dernières années, jusqu'au tiers des Québécoises et des Québécois ont affirmé consommer des balados (Académie de la transformation numérique, 2023b, p. 5) et plusieurs studios d'enregistrement de balados ont vu le jour (Studio SF, Studio Bien entendu, Virage Sonore, OK Studio, pour ne nommer que ceux-ci). Une rapide recherche sur Google Actualités permet de découvrir une importante couverture médiatique du phénomène. Toutes ces sources indiquent que ce média intéresse autant le public, les diffuseurs que les médias québécois.

Selon Sullivan, la popularité croissante de la baladodiffusion serait due à ses caractéristiques technologiques, soit sa disponibilité, sa commodité et l'omniprésence des téléphones intelligents. Comparativement à la radiodiffusion traditionnelle, la baladodiffusion a l'avantage d'être portable et de pouvoir être consommée n'importe où et à n'importe quel moment (2024, p. 3). Avec le temps, Sullivan ajoute que la baladodiffusion « has evolved into a medium with its own unique culture, aesthetics and listening » (p. 4).

Dans le cadre de cette revue de la littérature québécoise portant sur la baladodiffusion, nous souhaitons répondre à la question suivante : quels aspects de la baladodiffusion ont été jusqu'à présent étudiés dans la littérature scientifique québécoise ? Nous souhaitons ainsi découvrir si cette littérature s'inscrit dans les tendances jusqu'ici observées, et abordées précédemment, dans le champ nouveau des *podcast studies*, principalement développé dans le milieu scientifique anglo-saxon. Pour ce faire, nous dresserons un portrait de la littérature scientifique et de la littérature grise repérées (section 2), nous ferons un état des connaissances issues de cette littérature (section 3), puis nous conclurons avec une brève synthèse de nos découvertes et des pistes de recherche que nous considérons comme pertinentes pour l'avenir.

1 Méthodologie

La revue narrative de littérature, contrairement à la revue systématique de la littérature qui vise à repérer tout document sur un sujet donné de façon très rigoureuse et structurée (Bibliothèque de l'Université Laval, s. d. a), permet de créer une « vue générale sur un sujet précis pour soulever des problèmes habituellement négligés et encourager d'autres recherches sur ce sujet » (Les bibliothèques UdeM, s. d.). Cette approche

permet aussi de mettre en évidence les connaissances issues de la littérature pertinente avec des moyens plus modestes que celles exigées par une revue de littérature systématique et ne prétend pas faire l'analyse exhaustive d'une littérature (Bibliothèque de l'Université Laval, s.d. b). Cette méthode nous a paru la plus pertinente et réaliste, étant donné le travail de recherche effectué en solo dans le cadre de notre projet de maîtrise. Par le fait même, cet exercice permet « de tracer l'évolution du phénomène qui nous intéresse », soit la baladodiffusion, et de « mieux comprendre quel était le contexte social, environnemental et humain du phénomène » (Bourgeois, 2021, p. 340) de l'étude de cette forme médiatique au Québec au cours des dernières années.

Pour repérer les documents de littérature scientifique et de littérature grise qui seront présentés dans les sections suivantes, nous avons utilisé les bases de données Communication & Mass Media Complete, Repère, Érudit, Cairn et Google Scholar. Une recherche a également été effectuée sur les sites des dépôts institutionnels des universités québécoises francophones et anglophones qui offrent des programmes universitaires en communication. Des documents portant sur la baladodiffusion ont été repérés dans Corpus UL (Université Laval), le Dépôt institutionnel de l'Université du Québec en Outaouais, Papyrus (Université de Montréal) et Archipel (Université du Québec à Montréal). Une recherche sur l'outil Sofia, qui répertorie en ligne la collection de la Bibliothèque de l'Université Laval et d'autres bibliothèques universitaires québécoises, a finalement complété notre corpus de littérature à analyser dans le cadre de cette revue de la littérature. Les articles journalistiques et les monographies ont été exclus de notre recherche documentaire afin d'alléger la démarche. Nous reconnaissons que ce choix entraîne une limite dans les résultats de cette revue de la littérature et nous croyons qu'il serait pertinent qu'une telle démarche d'analyse des contenus journalistiques et monographiques soit réalisée afin d'obtenir un portrait encore plus complet du traitement de la baladodiffusion en contexte québécois.

Les mots-clés suivants ont été sélectionnés pour repérer les documents qui traitent de la baladodiffusion de façon principale ou secondaire : podcast, balado, baladodiffusion, Québec et Canada. Ceux-ci ont été appliqués aux filtres liés aux titres et aux résumés des moteurs de recherche. Nous avons choisi d'inclure le terme anglais « podcast », puisque nous avons remarqué qu'il était utilisé par certains auteurs au Québec, comme Millette (2009), Mathieu-Bégin (2019), Joo (2021), ou Costenoble (2024). Malgré notre choix de nous concentrer sur la recherche au Québec, nous avons tout même inclus le terme « Canada » à nos efforts de recherche pour nous assurer de trouver des documents présentés comme faisant état de données canadiennes, mais qui ont néanmoins été produits au Québec. Cela fut notamment utile pour mettre la main sur des rapports de recherches quantitatives menées par des institutions gouvernementales par l'entremise du moteur de recherche Google.

Finalement, nous avons choisi de cibler des contenus publiés entre le 1er janvier 2004, considérée comme l'année de création de la baladodiffusion (Dumesnil, 2006, p. 1), et le 31 décembre 2024. Ceci nous a permis par le fait même de repérer ce qui pourrait être la première publication scientifique portant sur la baladodiffusion (Caron, Caronia et Weiss-Lambrou, 2007).

Malgré nos efforts pour trouver un maximum de publications québécoises portant sur la baladodiffusion, nous reconnaissons que notre recherche pourrait ne pas être exhaustive, surtout par rapport à la littérature grise qui correspondait à nos critères de recherche. En effet, la « littérature grise peut être difficile à trouver en raison de la diversité des sources et le volume de l'information à consulter et à recenser » (Bibliothèque de l'Université Laval, s. d. c).

2 Portrait de la littérature québécoise portant sur la baladodiffusion

Dans un premier temps, nous tracerons un bref portrait de la littérature québécoise sur la baladodiffusion qui s'avère finalement assez marginale et concentrée dans la littérature grise. En effet, seuls 49 documents ont été trouvés (48 rédigés en français, et un en anglais). Ce petit corpus nous a toutefois permis d'en analyser l'entièreté.

2.1 Un objet émergent

Comme le montre la Figure 1, la grande majorité des documents a été publiée depuis 2020 (n=36). Différentes explications possibles de la popularité récente de la baladodiffusion se retrouvent dans la littérature recensée.

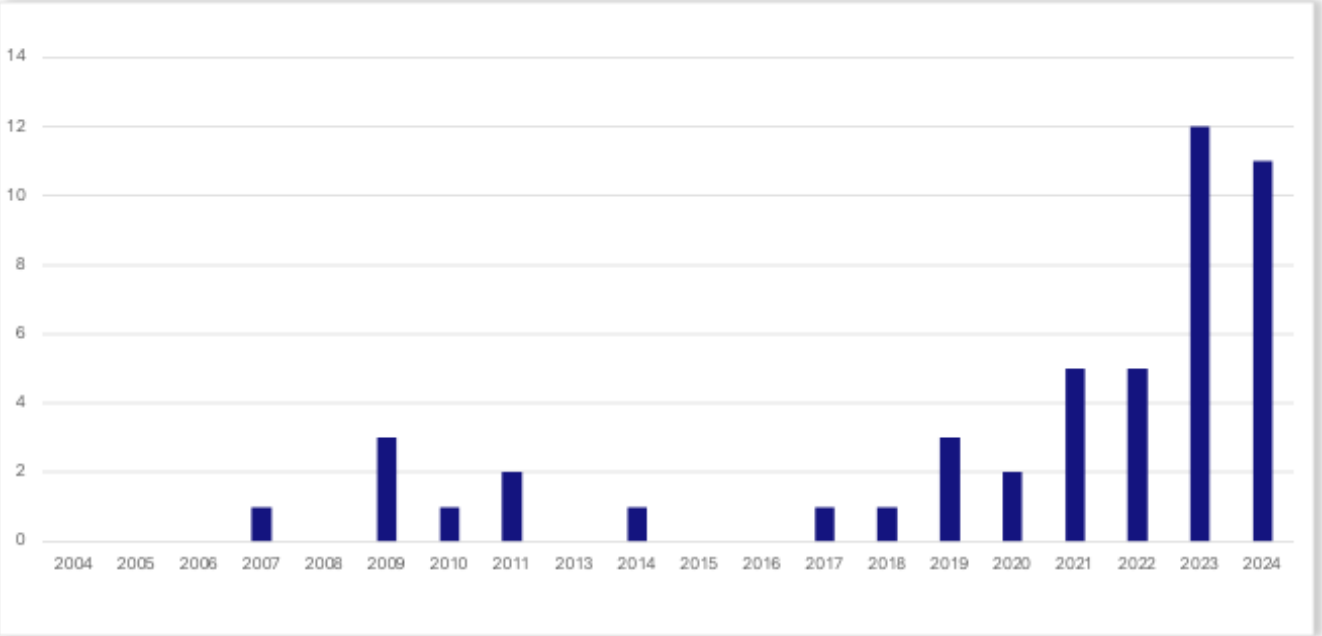

Figure 1. Nombre de publications, par année, au Québec

D'abord, plusieurs enquêtes par sondage effectuées auprès de la population canadienne et québécoise font état de l'augmentation de l'écoute de balados depuis 2018 (Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2023 ; Institut de la statistique du Québec, 2023). En 2023, l'écoute de balados a atteint son plus haut niveau au Canada : 34 % des répondantes et des répondants adultes déclaraient avoir écouté au moins un épisode de balado au cours du printemps 2022 (Académie de la transformation numérique, 2023a, p. 21). Un taux identique était observé auprès du public québécois (Académie de la transformation numérique, p. 5). L'écoute des balados aurait toutefois fléchi de 11 % en 2024 (Académie de la transformation numérique, 2023b, p. 5 et 2024a, p. 6). Les raisons de la montée en popularité de la baladodiffusion et de sa fluctuation à la baisse dans les deux dernières années ne sont toutefois pas abordées dans ces rapports d'enquête. On pourrait tout de même émettre l'hypothèse que la popularité du média auprès du public pourrait avoir influencé l'intérêt des chercheurs ou les organismes d'enquêtes statistiques à s'y intéresser, eux aussi.

Dans un deuxième temps, plusieurs autrices et auteurs notent que la pandémie de COVID-19 aurait favorisé la création et l'écoute de balados (Raffestin, Élias, Dulude, Bogossian et Hordyk, 2023 ; Bérubé, Pouliot, Roussel et Loranger, 2021 ; Bérubé et Pouliot, 2024). D'ailleurs, certains articles scientifiques de notre corpus portent sur l'expérience de chercheuses et chercheurs et de professeures et professeurs avec la création de balados durant la période pandémique dans un objectif de diffusion des connaissances ou d'enseignement. La section 3.3 détaille davantage cette observation.

2.2 Les types de publications repérés

Nos recherches ont permis de mettre en lumière que la littérature grise, qui se définit par de la documentation imprimée en marge du marché de l'édition (rapports scientifiques, mémoires, thèses, etc.) (Office québécois de la langue française, 2021) du Québec est présentement la plus riche à aborder le sujet de la baladodiffusion. Près de la moitié de la documentation trouvée était des rapports de recherche (voir Tableau 1 et ses explications pour plus de détails).

Puis, on retrouve à parts égales des articles scientifiques et des contenus rédigés par des étudiantes et des étudiants de cycles supérieurs (essai de maîtrise, mémoires, thèse et note de recherche). Pour ces derniers, cela pourrait être en raison de l'aspect plus « nouveau » de l'étude de la baladodiffusion, mais, aussi, et nous émettons l'hypothèse, en raison de l'âge des autrices et auteurs. En effet, au Québec, l'obtention d'un grade de deuxième ou de troisième cycle survient en majorité avant l'âge de 35 ans (Institut de la statistique du Québec, 2019, p. 7). Les sondages effectués au cours des 10 dernières années indiquent un plus fort intérêt pour la baladodiffusion chez les personnes de moins de 35 ans (Institut de la statistique du Québec, 2024 ; Observateur des technologies médias, 2023a ; Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2023 ; Institut de la statistique du Québec, 2020 ; Académie de la transformation numérique, 2014).

Nous observons également que onze documents proviennent d'une démarche de recherche-création ou de recherche-action (Raffestin, Élias, Dulude, Borgossian et Hordyk, 2023 ; Daoust-Boisvert, Khoury et Pariseau-Legault, 2024 ; Bastien, 2021 ; Khoury, Pariseau-Legault, Daoust-Boisvert, Bujold et Benisty, 2022 ; Therrien et Aubry, 2024 ; Blanchette, Girard et Lalonde, 2023 ; Costenoble, 2024 ; Gascon, 2023 ; Habel, 2009 ; Suet, 2023 ; Pawlikowski, 2020). En effet, plusieurs chercheuses et chercheurs, notamment dans les domaines de l'éducation et du travail social, se sont approprié la baladodiffusion afin de travailler « avec et pour les personnes » qui vivaient certaines problématiques afin de participer au « développement des personnes et des systèmes dans lesquels elles évoluent » (Guay et Gagnon, dans Bourgeois, 2021, p. 415). C'est le cas de Daoust-Boisvert, Khoury et Pariseau-Legault qui souhaitaient explorer comment « le balado pourrait permettre un journalisme plus collaboratif et de comprendre comment les pratiques innovantes ont un effet sur le partage de voix marginalisées » (2024, p. 65), et de Blanchette, Girard et Lalonde qui considèrent ce média comme une façon nouvelle de développer les compétences en français oral d'élèves du secondaire tout en palliant à l'inquiétude et à l'anxiété liées à la prise de parole devant une classe (2023).

Tableau 1. Nombre de publications par type

Types	Nombre
Littérature grise	39
Rapports de recherche	23
Mémoires	9
Articles de revues professionnels	2
Note de recherche	2

Essai de maîtrise	1
Thèse	1
Ressource éducative	1
Articles scientifiques	10
Total	49

Des 23 rapports de recherche dénombrés dans le Tableau 1, 21 d'entre eux s'inscrivent dans une approche quantitative ou mixte présentant les résultats d'enquêtes par sondage menés auprès des Canadiennes et des Canadiens ou des Québécoises et des Québécois. Les organisations derrière ces rapports sont l'Académie de la transformation numérique (11 publications faisant mention de résultats en lien avec la baladodiffusion entre 2009 et 2024), l'Observateur des technologies médias (5 publications faisant mention de résultats en lien avec la baladodiffusion entre 2022 et 2024), l'Institut de la statistique du Québec (3 publications faisant mention de résultats en lien avec la baladodiffusion entre 2020 et 2024, dont une réalisée en collaboration avec l'Observatoire de la culture et des communications du Québec), l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (1 publication en 2023) et Patrimoine canadien (1 publication en 2021).

Pour la plupart de ces rapports, il s'agit de sonder à différentes périodes l'écoute de balados, les caractéristiques sociodémographiques des usagères et usagers (sexe, situation familiale, niveau d'études, revenus, etc.), les sujets écoutés en baladodiffusion ou les contextes d'écoute des amatrices et amateurs de balados (pour se divertir, pour apprendre, etc.). Les enquêtes de l'Institut de la statistique du Québec et de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec se distinguent quant à elles par leur angle d'approche axé sur la découvrabilité de contenus culturels sur Internet.

Bien que ces différentes enquêtes documentent l'évolution de la pénétration de la baladodiffusion dans les habitudes de consommation de contenus numériques chez les Québécoises et les Québécois, notamment, elles demeurent très limitées en ce qui concerne les données portant sur les motivations derrière l'écoute de balados ou sur les éléments ayant pu influencer, au fil du temps, une plus grande écoute de balados. Par exemple, dans son rapport NETendances 2024 portant sur l'actualité en ligne et les réseaux sociaux, l'ATN observe que l'écoute de balados est « particulièrement installée chez les moins de 45 ans. En effet, 28 % des internautes de 18 à 24 ans, 30 % des 25-34 ans et 28 % des 35-44 ans consultent ce format au moins une fois par semaine, une proportion qui descend à 18 % chez les 45-64 ans, et à 6 % chez les 65 ans et plus » (p. 43). Il reste à éclaircir les motivations plus pointues ou les éléments qui facilitent la consommation de balados selon les âges, par exemple. Ces données pourraient être particulièrement pertinentes pour les producteurs de balados afin d'améliorer leur découvrabilité ou leur accessibilité. Seule l'enquête de Patrimoine canadien, qui se penche sur les baladodiffuseurs indépendants et de propriétaires/copropriétaires de réseaux de baladodiffusion de petite ou moyenne envergure au Canada[1], propose quelques données qualitatives composées de témoignages sur les obstacles au succès des balados (2021).

Toute de même, grâce à la lecture de ces différents rapports de recherche quantitative ou mixte, nous avons observé un intérêt grandissant pour la mesure de l'écoute de balados dans les enquêtes qui ont abordé le sujet depuis 2009 au sein de l'Académie de la transformation numérique (autrefois nommée CEFRIO). À noter que l'ATN regroupe la moitié des rapports de recherche quantitative ou mixte faisant partie de notre corpus. Selon nous, cet intérêt croissant est en adéquation avec la popularité grandissante du média depuis le premier

[1] Nous avons choisi d'intégrer cette enquête à notre corpus, puisque près de la moitié des répondants (11 sur 24) à l'enquête de Patrimoine canadien provient de Montréal et ses environs.

rapport, mentionnant la baladodiffusion, publié par cet organisme dédié aux tendances en matière d'utilisation du numérique.

La première enquête de l'ATN en lien avec la baladodiffusion et les Québécoises et Québécois remonte à 2007 (CEFRIO, 2009, p. 112). Le rapport de cette enquête n'est toutefois pas accessible en ligne et n'a pas pu être consulté dans le cadre de ce projet. Ainsi, le plus ancien rapport de l'ATN analysé et mentionnant la baladodiffusion date de 2009. L'angle de l'enquête est toutefois assez unique et présente des données en lien avec la proportion de Québécoises et de Québécois ayant produit des balados (p. 111, par exemple). Cet angle d'approche ne sera plus utilisé après la parution de ce rapport.

C'est ensuite en 2014 que l'Académie de la transformation numérique aborde à nouveau la baladodiffusion, mais, cette fois-ci, l'écoute de balados est intégrée dans le concept de « webradio » qu'elle définit comme « radio disponible sur Internet en direct ou en différé (baladodiffusion) » (CEFRIO, 2014, p. 3). Puis, dans le rapport de 2017 de l'Académie de la transformation numérique, la baladodiffusion prend encore moins de place, étant intégrée à la réponse « consulter du contenu » des questions « Dans le cadre de votre utilisation personnelle d'Internet, à quelle fréquence réalisez-vous les activités suivantes sur les médias sociaux » et « Dans le cadre de votre utilisation personnelle d'Internet, à quelle fréquence réalisez-vous les activités suivantes sur les médias sociaux » avec, entre autres, la lecture de blogues, le visionnement de vidéos sur YouTube, la lecture de forums ou découvrir des profils d'entreprises sur les réseaux sociaux. Le rapport de 2018, pour sa part, intègre la baladodiffusion dans la catégorie « Écouter la radio en direct ou en différé sur Internet » (CEFRIO, p. 10). C'est seulement depuis le rapport de l'ATN de 2022 que l'écoute de balados est traitée comme un média à part entière. L'organisation le mentionnera même dans le titre des éditions 2022 et 2023 de ses rapports intitulés « Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados ».

Cette attention particulière portée à la baladodiffusion pourrait s'expliquer par un plus grand intérêt du public pour ce type de contenu autour de l'année 2020, comme nous l'avons mentionné dans la section 2.1.

2.3 Les domaines de recherche qui se sont intéressés à la baladodiffusion

Treize domaines de recherche différents ont été comptabilisés au sein de notre corpus (voir Tableau 2). À noter que certains documents sont issus de collaborations entre personnes chercheuses issues de différents domaines. Ainsi, certains documents étaient associés à plus d'un domaine et chacun a été comptabilisé pour un. Ces domaines ont été identifiés selon l'affiliation des chercheuses et des chercheurs à des écoles, des départements ou des facultés, et les thématiques ou les angles d'approches des documents retenus pour cette revue narrative de la littérature. L'objectif étant ici d'offrir un aperçu des champs qui s'intéressent à la baladodiffusion, une définition rigoureuse et exacte de ces domaines n'a pas été réalisée.

De façon très marquée, au cours des dernières années, la baladodiffusion est principalement étudiée sous la loupe des nouvelles technologies et du numérique. La prédominance de cette dimension du phénomène dans notre corpus correspond aux nombreux rapports de recherche quantitative ou mixte sur le sujet (voir section 2.2 pour plus de détails). Ensuite, c'est chez les chercheuses et chercheurs qui s'intéressent à la pédagogie et à l'éducation que la baladodiffusion semble avoir été la plus étudiée.

Principalement, les chercheuses et chercheurs discutent de l'usage du balado dans un contexte éducatif, et ce, du primaire à l'université (Caron, Caronia et Weiss-Lambrou, 2007 ; Raffestin, Élias, Dulude, Bogossian et Hordyk, 2023 ; Bastien, 2021 ; Mahieu, 2023 ; Therrien et Aubry, 2024 ; Blanchette, Girard et Lalonde, 2023 ; Aslan, 2012 ; Briand, Côté-Boulanger, Croisetière, Malo-Leclerc et Tremblay, 2019 ; Desormeaux-Moreau, Chagnon et Morvannou, 2022 ; Brahimi, 2011). L'état des connaissances issues de ces travaux sera abordé dans la section 3.1.

Pour ce qui est du domaine de la communication, ce sont principalement des travaux de maîtrise qui ont été repérés, comme une étude de cas du balado *Serial* sous la loupe des industries culturelles (Mathieu-Bégin, 2019), une recherche-action sur le recours au balado à des fins de sensibilisation en contexte multiculturel (Costenoble, 2024), un mémoire sur les formes d'attachement du public du balado *Mike Ward Sous écoute* (Joo, 2021), une recherche-action sur le recours au balado en médiation culturelle (Gascon, 2023), un mémoire sur la baladodiffusion indépendante et le sens de son style (Millette, 2009), et une note de recherche présentant un portrait descriptif du recours à la baladodiffusion en français chez les humoristes québécois (Savoie, 2024).

Finalement, du côté du travail social et du service social, les chercheuses et chercheurs se sont essentiellement intéressés à la baladodiffusion comme outil pour donner une voix à des personnes marginalisées à des fins de sensibilisation (Daoust-Boisvert, Khoury et Pariseau-Legault, 2024 ; Khoury, Pariseau-Legault, Daoust-Boisvert, Bujold et Benisty, 2022).

Tableau 2. Nombre de publications par domaine de recherche

Domaines	Nombre
Nouvelles technologies/numérique	22
Pédagogie/éducation	10
Communication	7
Travail social/service social	4
Industries culturelles	3
Journalisme	2
Sciences infirmières	2
Littérature	1
Environnement	1
Muséologie	1
Médecine/sciences de la santé	1
Art	1
Pharmacie	1

2.3.1 Des travaux interdisciplinaires

L'interdisciplinarité se définit, de façon simple, à « l'usage de plus d'une discipline dans la réalisation d'une enquête donnée » (Braun et Schubert dans Prud'Homme et Gingras, 2015, p. 41). En sciences humaines, il y a de « nombreux champs de connaissance qui n'ont d'existence que parce qu'ils réunissent plusieurs disciplines, comme les sciences de la communication, les études sur la femme, les sciences cognitives, les sciences de l'environnement, le développement humain […] » (Laflamme, 2011, p. 50). Pour certains, la recherche interdisciplinaire serait « aujourd'hui un moteur essentiel du progrès scientifique et technique » (Trabal, Collinet et Terral, 2017).

Au sein de notre corpus, nous avons repéré quatre documents issus de la littérature scientifique qui présentaient des démarches jumelant différentes disciplines. Les travaux de Daoust-Boisvert, Khoury et Pariseau-Legault (2024) et de Khoury, Pariseau-Legault et Daoust-Boisvert (2022), détaillent le processus et les constats des chercheurs sur leur création du balado *Écoute-moi* qui visait à valoriser les savoirs expérientiels et les pratiques alternatives en santé mentale (Khoury, Pariseau-Legault et Daoust-Boisvert, 2022, p. 61). Ce projet de recherche a regroupé des chercheuses et chercheurs en travail social, une étudiante, une personne issue du journalisme, mais aussi des personnes du milieu communautaire ainsi que d'autres aux prises avec des troubles de santé mentale. À ce sujet, au moment de réaliser leur expérimentation, « aucune recherche au Québec ne s'[était] intéressée au processus de création des balados impliquant à la fois des partenaires communautaires et des personnes concernées par la santé mentale » (Khoury, Pariseau-Legault et Daoust-Boisvert, 2022, p. 62).

Cette collaboration innovante a permis à l'équipe de chercheuses et de chercheurs d'identifier certaines difficultés rencontrées dans le processus de création d'un balado en mode interdisciplinaire, mais aussi collaboratif, comme en témoignent ces deux extraits :

> Par exemple, une attente pour les journalistes était « d'expérimenter un journalisme plus collaboratif », et de « comprendre » quelles différences les pratiques innovantes ont sur le « partage des voix marginalisées ». L'équipe de recherche était, elle, plus préoccupée par leur capacité d'agir en tant qu'alliée et de réaliser une approche partenariale, particulièrement en ce qui concerne la manière dont « on l'opérationnalise, c'est quoi les limites », comme l'exprime l'un d'eux (Daoust-Boisvert, Khoury et Pariseau-Legault, 2024, p. 65).

> [...] la négociation par consensus s'accompagne de tensions disciplinaires, épistémologiques et communicationnelles. Si, partant de notre postulat de départ, les pratiques innovantes appliquées à la production d'une baladodiffusion peuvent bel et bien servir de pont entre les réalités du journalisme, de la recherche et des personnes ayant un vécu en santé mentale, défier les rapports de pouvoir usuels est un défi qui dépasse l'adoption de quelques pratiques plus inclusives (Daoust-Boisvert, Khoury et Pariseau-Legault, 2024, p. 66).

Ces constats ouvrent selon nous une porte à l'expérimentation de la création de balados en mode interdisciplinaire et collaboratif afin d'identifier les facteurs et les pratiques qui faciliteraient la réalisation de projets similaires à *Écoute-moi*. Pour l'instant, l'un des contenus les plus complets pour guider des professeurs dans la réalisation de balados est un article écrit par une professeure du collégial qui compare le processus à celui d'entreprendre un projet de construction « avec tout ce que cela exige de créativité, de planification, de ressources humaines et matérielles, de coordination et d'objectifs à atteindre » (Bastien, 2021, p. 26). Mais celui-ci n'explore pas le contexte de création de balados en mode collaboratif et interdisciplinaire.

3 État des connaissances

La section précédente nous a permis de connaître le cadre de production du corpus retenu dans le cadre de cette revue de la littérature. Celle-ci présentera maintenant les connaissances découlant des cinq principaux angles ou contextes dans lesquels la baladodiffusion fut étudiée dans ce même corpus :

1. La baladodiffusion comme outil éducatif.
2. Les avantages de la baladodiffusion par rapport aux médias traditionnels.
3. La baladodiffusion indépendante.
4. L'impact de la COVID-19 sur la production de balados.

5. Les caractéristiques des consommatrices et consommateurs de balados au Québec.

Ces angles nous apparaissent particulièrement liés au champ de l'analyse de la baladodiffusion qui considère le média comme une pratique qui « focus on the human agents who create, consume, and communicate through podcasts, which in effect constructs what podcasting means » (Sharon, 2023, p. 327).

3.1 La baladodiffusion comme outil éducatif

De multiples éléments ont poussé les chercheuses et les chercheurs de notre corpus à étudier la baladodiffusion. En éducation, d'abord, Therrien et Aubry nous informent de l'existence d'un Plan d'intervention numérique au ministère de l'Éducation du Québec « qui indique l'importance de développer des compétences pour communiquer à l'aide du numérique, créer du contenu numérique, innover et créer avec le numérique » (2024, p. 59). Cette consigne pourrait avoir créé un terreau fertile pour explorer, entre autres, l'impact du balado dans les pratiques des enseignantes et des enseignants dans un contexte où celui-ci est « l'objet numérique [qui leur est] le plus familier [et le plus] ancré dans des consommations culturelles », selon une enquête (Mahieu, 2023, p. 133). La baladodiffusion se situerait d'ailleurs « en tête du classement quand on demande aux enseignants quels genres multimodaux et numériques ils utilisent dans leur enseignement » (59 %), devant le webdocumentaire (31 %), le blogue (22 %) ou le jeu vidéo (14 %) (Mahieu, p. 131).

En effet, la baladodiffusion serait un média engageant (Bastien, 2021) au potentiel mobilisant qui permettrait le « sentiment d'appartenance et d'améliorer l'implication des citoyens et citoyennes à mener à bien des actions », comme l'affirme Sélène Suet dans son projet de recherche-action visant à sensibiliser la population de Sherbrooke à la mobilité durable (2023, p. 22). Des caractéristiques qui semblent raisonner chez les chercheuses et les chercheurs du domaine du travail social pour qui le balado est vu comme ayant la capacité d'être un outil pour créer des ponts entre différentes réalités (Daoust-Boisvert, Khoury, Pariseau-Legault, 2024, p. 63) et « renverser les structures de pouvoir » en offrant des « contre-récits aux discours dominants » qui soutiennent la pensée réflexive des auditeurs (Khoury, Pariseau-Legault, Daoust-Boisvert, Bujold et Benisty, 2022, p. 69). En tant qu'outil de narrativité numérique, la baladodiffusion offre la possibilité « de mettre à l'avant-plan l'expérience du participant » afin de lui donner l'opportunité « de se raconter [dans] un espace plus large pour construire le récit qu'il choisit de narrer » (Lemelin, 2012, p. 16). Un aspect qui a été expérimenté par l'équipe du balado *Écoute-moi*, créé dans le but de mettre de l'avant la voix de personnes marginalisées aux prises avec des troubles de santé mentale à des fins de sensibilisation (Khoury, Pariseau-Legault, Daoust-Boisvert, Bujold et Benisty, 2022).

Ces recherches ont permis de mettre en lumière des caractéristiques plus spécifiques à la baladodiffusion en contexte d'éducation.

Les chercheuses québécoises et les chercheurs québécois ont décelé différents avantages à avoir recours à la baladodiffusion dans un cadre éducatif. D'abord, on parle régulièrement du caractère polyvalent du média qui permet, en général, de le consommer de façon autonome, où on veut et quand on veut (Raffestin, Élias, Dulude, Bogossian et Hordyk, 2023 ; Bastien, 2021 ; Suet, 2023 ; Lemelin, 2012 ; Briand, Côté-Boulanger, Croisetière, Malo-Leclerc et Tremblay, s. d. ; Brahimi, 2011). Au niveau de l'enseignement préscolaire, le balado – notamment dans un contexte où les élèves ont l'occasion de créer eux-mêmes des épisodes – offre la possibilité de « travailler la motricité, le sentiment de confiance en soi, l'appartenance au groupe, le langage

oral et écrit, la pensée, l'élaboration de stratégies » (Therrien et Aubry, 2024, p. 77-78). Des compétences qui pourraient sans doute être également mobilisées aux niveaux primaire et secondaire. Puis, aux études supérieures, on relate la possibilité, pour les étudiantes et les étudiants, de « répéter des enseignements, [... de] prépar[er] l'apprenant [pour une] participation active en classe/clinique » (Briand, Côté-Boulanger, Croisetière, Malo-Leclerc et Tremblay, s. d.), de « visionner dans son intégralité ou en partie [un cours en cas d'absence], [de] travailler à son propre rythme, [de] faire une écoute sélective [ou de] réviser plus facilement pour les examens ou d'autres évaluations » (Brahimi, 2011, p. 66).

Dans l'optique de sensibiliser un public, le balado permettrait de « fournir un contenu personnalisé et de qualité, et [de] donner une voix à des idées et des individus sous-représentés ou ignorés par les médias grand public » (Suet, 2023, p. 25). Par le fait même, grâce à la multitude de plateformes de diffusion de balados, les différents moyens de les partager et la facilité à les consommer, il est possible de transférer des connaissances à des publics variés, que ce soit en ce qui concerne la localisation géographique, du champ d'intérêt ou du niveau de connaissances préalable sur certaines thématiques (Khoury, Pariseau-Legault, Daoust-Boisvert, Bujold et Benisty, 2022, p. 61 ; Costenoble, 2024, p. 70).

Produire du contenu en format balado demande tout de même beaucoup de ressources en temps, en argent, en équipement et en ressources humaines (Raffestin, Élias, Dulude, Bogossian et Hordyk, 2023, p. 38 et 40). Ainsi, afin de maximiser le succès d'un projet de baladodiffusion à des fins éducatives ou d'enseignement, certains aspects sont à considérer. À ce sujet, Brahimi (2011) mentionne l'importance d'offrir un soutien aux personnes apprenantes pour bien assimiler de nouvelles connaissances, donc de ne pas présumer que le simple fichier balado sera suffisant dans un contexte d'apprentissage. Il précise aussi que le média est moins bien adapté au partage d'une très grande quantité d'information. Faire plusieurs épisodes sur un même sujet pourrait ici être efficace pour rendre l'apprentissage plus aisé. Finalement, il propose d'associer l'écoute de balados à d'autres activités d'apprentissage pour éviter une écoute passive (p. 56). Marie-Claude Bastien emboîte le pas en proposant d'offrir des grilles d'écoute active aux étudiantes et étudiants pour les aider à mieux cibler les notions à retenir (2021).

En somme, les autrices et auteurs ayant écrit sur leur recours à la baladodiffusion dans le cadre de leurs activités d'enseignement arrivent à des conclusions assez similaires et positives par rapport à leur expérience. Toutefois, les travaux se concentrent généralement sur de très petits échantillons et ont été produits dans des contextes parfois anecdotiques. L'étude du recours à la baladodiffusion en pédagogie gagnerait, au Québec, à être réalisée de façon plus approfondie en allant plus loin que la simple exposition des avantages et des inconvénients à utiliser ce média. D'autant plus que les résultats présentés ne font généralement que soutenir des connaissances déjà abordées à maintes reprises, comme le caractère polyvalent du balado qui permet de consommer du contenu où et quand une personne le souhaite. Cela démontre toutefois le caractère encore exploratoire du média dans ce domaine de la littérature.

3.2 La baladodiffusion et ses avantages par rapport aux médias traditionnels

Quelques documents de notre corpus abordent sommairement des avantages au recours à la baladodiffusion par rapport aux médias traditionnels. D'abord, les aspects techniques du balado (portabilité, diffusion sur diverses plateformes, possibilité d'être écouté à tout moment) permettraient de fragmenter l'auditoire pour former « des communautés d'auditeurs unis par leurs intérêts, plutôt que par leur situation géographique pour

la radio » (Berry dans Mathieu-Bégin, 2019, p. 5). Par le fait même, un balado offert « de différentes façons pourrait permettre de rejoindre plus de personnes parce qu'on répond à leur besoin en matière de dispositif » (Joo, 2021, p. 69), contrairement aux médias traditionnels qui offrent pour la plupart du temps leur contenu dans leur format d'origine et, habituellement, sur leur propre plateforme de diffusion seulement. Un exemple de la polyvalence du média et de l'adaptabilité des producteurs de balados quant aux préférences de leurs auditeurs est le développement de la production de balados en format vidéo. Chez les humoristes québécois qui produisent ou animent un balado en français, 67 % des projets sont proposés en format audio et vidéo (Savoie, 2024, p. 10). Cette offre est en adéquation avec la demande du public puisque « 46% of podcast listeners said they prefer consuming [podcasts] with video, compared with 42% who said they would rather listen without video », de sorte que YouTube se classerait au premier rang des plateformes préférées pour écouter des balados devant Spotify et Apple (Burns et Blancaflor, 2023).

Un autre avantage du balado par rapport aux médias traditionnels serait une plus grande liberté quant aux contenus proposés. Gascon (2023) et Guay, Beaulieu, Larouche, Leroux, St-Georges et Fortin (2022) mentionnent à ce sujet que la baladodiffusion permet d'aller plus loin dans l'analyse de certains sujets et de prendre le temps d'en creuser d'autres qui sont plus délicats, comme le consentement sexuel. Un aspect qui raisonne aussi du côté d'humoristes, comme le duo absurde Les Denis Drolet pour qui la baladodiffusion a permis de créer un projet (le balado *Rince-crème*) qui exploite les aspects de leur univers artistique sans contraintes ni compromis, bref : en toute liberté (Savoie, 2024, p. 1). Dans le même ordre d'idée, une analyse du balado de Mike Ward a révélé que le média lui permettait de :

> [s']exprimer plus librement et de formuler, comme il l'entend, ses propres prises de position par rapport à l'industrie humoristique. Avec son podcast, Ward renverse le rapport de force existant dans les médias traditionnels où ce sont les animateurs (ou les critiques) qui contrôlent le discours. Il s'agit là d'un avantage non négligeable, certes, parce que le podcast n'est pas soumis aux mêmes régulations que les médias traditionnels et parce qu'il lui octroie une visibilité qu'il peut contrôler. Auparavant, les humoristes, et les artistes en général, étaient tributaires des médias et devaient se soumettre à leurs exigences et aux formats qu'ils proposaient (Carrière, 2021, p. 56).

Nous croyons que ce pan de la littérature gagnerait à explorer les liens à faire entre la baladodiffusion et les médias traditionnels au lieu de constamment les opposer. Si le balado apporte vraisemblablement plusieurs avantages par rapport aux médias traditionnels, il serait pertinent de voir de quelles façons la baladodiffusion et les médias traditionnels peuvent être complémentaires et s'influencer l'un et l'autre. Comme l'écrit Sullivan : « the fundamental structures that underlay the medium of podcasting are shifting thanks to the massive infusion of money into the industry by legacy media companies » (2024, p. 22). Dans un marché médiatique et culturel de petite envergure comme celui du Québec, il serait pertinent d'explorer comment cette dynamique s'opère et comment la baladodiffusion influence les médias traditionnels, que ce soit dans l'offre de contenu ou la manière de créer ce contenu.

3.3 Les productions indépendantes

Les balados produits de façon indépendante, c'est-à-dire sans l'appui d'un diffuseur, occupent également l'attention de certaines autrices et certains auteurs du corpus de cette revue de la littérature narrative. Au Québec, c'est Mélanie Millette qui agit à titre de pionnière dans l'étude de la baladodiffusion indépendante. Elle argumente que le médium est apparu en réaction à « une volonté alternative et autonome [s'inscrivant] en réaction au système médiatique traditionnel, vu comme étant rigide et peu innovant », mais aussi à une

perception « trop conventionnelle, commerciale et impersonnelle » de la radio commerciale de la part des créateurs de balados indépendants (2009, p. 111). Ces derniers seraient également guidés par des motivations qui ne sont pas toujours lucratives. D'ailleurs, en 2021, un peu plus de 30 % des baladodiffuseurs indépendants sondés par Patrimoine canadien affirmaient n'avoir généré aucun revenu de leur pratique. Leur démarche consisterait davantage la quête d'authenticité, de liberté et l'envie de s'affranchir des diffuseurs ou de commanditaires (Mathieu-Bégin, 2019, p. 4 ; Millette, 2009, p. 111).

Encore ici, on note une prédominance d'une approche critique des médias traditionnels pour expliquer le recours à la baladodiffusion. Nous croyons qu'un regard plus nuancé sur le recours à la baladodiffusion indépendante enrichirait la littérature et permettrait, notamment, d'alimenter les réflexions sur les enjeux actuels qui préoccupent les productrices indépendantes et les producteurs indépendants, comme la découvrabilité[2] des contenus. En effet, au Québec, « [le secteur de la baladodiffusion indépendante] semble moins outillé pour défendre ses positions en ligne. Les contenus balados québécois sont de ce fait moins repérables, moins visibles et, au final, moins écoutés » (Lieutier, 2025, p. 12).

3.4 L'impact de la pandémie de COVID-19 sur la production de balados

La pandémie de COVID-19 a également teinté la recherche qui a été analysée dans cette revue de la littérature. Dans le secteur de la culture, la pandémie a créé une situation de crise qui a mené à de nombreuses mises à pied, des fermetures de salles de spectacle, des annulations de spectacles, des restrictions quant au déplacement des citoyennes et citoyens et des artistes d'une région à l'autre, et même à des fermetures de certaines entreprises. Cela a poussé les artistes et les travailleuses et travailleurs de cette industrie à trouver des solutions innovantes pour continuer à gagner leur vie (Brouard et Paré, 2020). La création de balados fut l'une de ces solutions, notamment en raison du peu de ressources que cela requiert et des horaires de travail parfois très allégés qui ont permis à plusieurs personnes d'expérimenter avec les outils de diffusion en ligne (Bérubé, Pouliot, Roussel et Loranger, 2021, p. 28 ; Suet, 2023, p. 24). Par exemple, en Outaouais, Bérubé et Pouliot ont documenté, auprès des actrices et acteurs du milieu artistique de cette région, une explosion de l'intérêt pour la baladodiffusion : « tout le monde voulait du balado », affirme un de leurs répondants (2024, p. 25).

Le domaine de l'éducation et de l'enseignement a également profité de la période de pandémie pour expérimenter d'autres méthodes de transmissions des savoirs. Par exemple, l'article de Raffestin, Élias, Dulude, Bogossian et Hordyk (2023) présente leur processus de création d'une série de balados constitués d'entrevues réalisées en ligne avec des professionnelles et professionnels du travail social. En effet, ces professeures et professeurs avaient l'habitude de recevoir en classe des travailleuses et travailleurs sociaux pour partager leur expérience sur le marché du travail aux étudiants. Avec la fermeture des campus et l'enseignement à distance, la création de balados pour bonifier les cours en ligne leur est apparue comme une bonne solution pour ne pas priver les étudiantes et étudiants de ce précieux transfert de connaissances dans leur compréhension du travail social sur le terrain.

[2] Le dictionnaire Usito définit la découvrabilité comme étant « sur le Web, [le] potentiel pour un contenu d'être aisément repérable, de sortir du lot, notamment par des mots-clés, des algorithmes de recherche, des métadonnées » (s. d.).

3.5 Caractéristiques du public des balados au Québec

Les rapports d'enquêtes quantitatives ou mixtes analysés dans le cadre de cette revue de la littérature narrative portent sur des thématiques similaires et se répètent habituellement d'année en année, ce qui permet de suivre l'évolution de différentes tendances en lien avec la baladodiffusion. Ces thématiques portent essentiellement sur les habitudes des internautes du Québec en matière de consommation de contenus en ligne, comme les balados, ainsi que sur les caractéristiques des publics qui écoutent des balados.

Cette section présente les différentes données qui permettent de caractériser les consommatrices et les consommateurs de balados au Québec. À noter que les rapports publiés depuis 2020 sont ceux qui nous renseignent le plus et de la façon la plus précise sur ces caractéristiques, puisqu'avant cette date, la baladodiffusion ne faisait pas ou très peu l'objet d'analyses spécifiques sur ce type de contenu.

Dans un premier temps, ces enquêtes nous renseignent principalement sur les caractéristiques sociodémographiques des personnes qui consomment de la baladodiffusion. Ainsi, le sexe, l'âge, le niveau de scolarité ou le fait de vivre en milieu urbain ou rural sont des données très bien documentées au fil des années, particulièrement depuis 2020. Les rapports de l'Académie de la transformation numérique sont particulièrement utiles en raison de leur publication annuelle.

Toutefois, malgré la richesse de ces données quantitatives, un réel manque de données qualitatives sur les consommateurs de balados apparaît dans ces rapports. Si on apprend que la majorité des auditeurs de balados sont des hommes âgés de 45 ans et moins qui habitent dans les grandes villes (Institut de la statistique du Québec, 2024 ; Académie de la transformation numérique, 2023a ; Académie de la transformation numérique, 2023b), aucun portrait détaillé et en profondeur du consommateur de balados dans le marché québécois ne semble disponible. Tout au plus, on arrive à connaître dans ces mêmes rapports les thématiques les plus populaires, comme les nouvelles et l'actualité, les sports, l'humour ou les loisirs (Académie de la transformation numérique, 2023b), et les contextes pendant lesquels les auditeurs souhaitent le plus consommer ce contenu (Académie de la transformation numérique, 2024c). Des études qualitatives pourraient grandement enrichir ces données afin de mieux comprendre, par exemple, ce qui accroche une auditrice ou un auditeur à un projet de balado et ce qui encourage ces personnes à faire partie du public régulier d'un balado.

À ce sujet, afin de mieux comprendre la réalité et les besoins des baladodiffuseurs, une enquête de Patrimoine canadien a mis en évidence que la découvrabilité des contenus était perçue comme un obstacle pour plusieurs créatrices et créateurs de balados qui peinent à percer et à se faire remarquer du public (2021). L'Institut de la statistique du Québec a, quelques années plus tard, sondé des Québécoises et des Québécois pour savoir comment ceux qui écoutent des balados découvrent des contenus. Parmi les méthodes mentionnées, 67 % explorent l'offre des plateformes de service de diffusion (Amazon, iTunes, Spotify, etc.), 62 % écoutent des extraits, 60 % ont recours aux médias sociaux et 53 % consultent leur entourage (2024, p. 8). Encore ici, des enquêtes avec un volet qualitatif permettraient de mieux comprendre l'importance de ces plateformes et de ces méthodes de découvrabilité pour aider les producteurs de balados à accroître leurs chances d'atteindre un public et de le fidéliser.

Conclusion

La baladodiffusion est un média récent qui emprunte les codes de la radiodiffusion, mais qui demeure à ce jour difficile à définir (Sharon, 2023). Nous nous sommes intéressés, dans cette revue de la littérature, à la façon dont le sujet a été traité dans la littérature scientifique au Québec. Nous avons découvert que c'est dans la littérature grise que se retrouve le plus d'information au sujet de la baladodiffusion au Québec. Principalement constitué de rapports de recherches quantitatives ou mixtes sur les habitudes d'écoute de contenus en ligne, ce corpus permet de suivre l'évolution de l'écoute de balados chez les Québécois. Plusieurs articles scientifiques font état de l'expérience des chercheurs avec le média, notamment dans un contexte pédagogique.

À la lumière de l'analyse du corpus qui compose cette revue de la littérature, il nous semble que le média n'a pour le moment été étudié qu'en surface dans la province. Par exemple, la recherche gagnerait à explorer plus en profondeur les motivations derrière l'écoute de balados, voire ce qui fait qu'un balado est digne d'écoute pour le public. Ces données pourraient alimenter les réflexions des productrices et producteurs, notamment les indépendants, quant aux éléments clés pour capter et conserver l'intérêt des personnes amatrices de balados.

Du côté de la production de balados, Patrimoine canadien précise que les sources de revenus, l'accès au financement, la taille et la nature de l'industrie du balado, les besoins des travailleuses et travailleurs du secteur et la découvrabilité des contenus sont des sujets qui devraient être explorés dans de prochaines études scientifiques (2021). Cela paraît pertinent puisque, pour l'instant, « the institutional perspective and the economics of podcasting have received surprisingly little attention within podcast studies » (Kammer et Spejlborg Sejersen, 2025, p. 9). Puis, selon notre propre écoute de balados créés au Québec, nous proposons d'étudier la baladodiffusion comme outil de promotion ou de recherche de visibilité en marge des médias traditionnels. On peut penser à des politiciens qui ont accepté de participer à ce type de projet, comme Éric Duhaime à *Prends un break*, Gabriel Nadeau-Dubois, Paul St-Pierre Plamondon et Eric Girard au *Sans Filtre Podcast* ou à Jean-François Lisée à *Faits Divers*. On peut aussi penser aux organisations privées, comme Pizza Salvatore (*Main à la pâte*), ou aux organisations publiques, comme le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (*Balade santé*), qui ont recours à ce média pour promouvoir leurs produits ou leurs services, mais aussi pour sensibiliser la population à différents enjeux. Des entretiens en profondeur avec les personnes derrière ces projets de baladodiffusion pourraient alimenter les connaissances sur la place de la baladodiffusion dans les stratégies de communication actuelles.

Finalement, nous pensons aussi aux artistes du Québec qui adoptent le média dans leurs stratégies de communication pour se faire découvrir du public. C'est d'ailleurs à ce dernier sujet que notre projet de maîtrise s'intéressera, plus précisément au recours à la baladodiffusion indépendante en français chez les humoristes québécois. Nous tenterons d'identifier les motivations de ces humoristes dans leur production de balados, les avantages que cela leur confère par rapport aux médias traditionnels et quelle place cela occupe dans leurs efforts pour être remarqués du public. Nous espérons que notre démarche encouragera d'autres étudiantes et étudiants et d'autres chercheuses et chercheurs à explorer la baladodiffusion, notamment en contexte québécois, dans leurs recherches.

Références bibliographiques

Académie de la transformation numérique. (2014). *L'utilisation d'Internet au Québec (2014)*. https://transformation-numerique.ulaval.ca/enquetes-et-mesures/netendances/lutilisation-dinternet-au-quebec-2014/

Académie de la transformation numérique. (2022). *Portrait numérique des générations (2021)*. https://transformation-numerique.ulaval.ca/enquetes-et-mesures/netendances/portrait-numerique-des-generations-2021/

Académie de la transformation numérique. (2023a). *NETendances 2022 – Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*, *14*(9). https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/06/netendances-2022-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf

Académie de la transformation numérique. (2023b). *NETendances 2023 – Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*, *14*(9). https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf

Académie de la transformation numérique. (2023c). *Portrait numérique des générations (2022)*. https://transformation-numerique.ulaval.ca/enquetes-et-mesures/netendances/portrait-numerique-des-generations-2022/

Académie de la transformation numérique. (2024a). *NETendances 2023 – Portrait des générations*. https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2024/07/netendances-2023-portrait-des-generations.pdf

Académie de la transformation numérique. (2024b). *NETendances 2023 – Portrait numérique des foyers québécois*, *14*(4). https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2024/01/netendances-2023-portrait-numerique-des-foyers-quebecois.pdf

Académie de la transformation numérique. (2024c). *NETendances 2024 – Actualités en ligne et réseaux sociaux*, *15*(3). https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2024/11/netendances-2024-actualites-en-ligne-et-reseaux-sociaux.pdf

Aslan, O. (2011). *The Impact of Direct Instruction and Cooperative Retelling using a Collaborative Podcasting Tool on the Narrative Writing Skills of Upper Elementary School Children in the Inclusive Classroom* [thèse de doctorat, Université Concordia]. Spectrum Research Repository. https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/36287/

Bastien, M.-C. (2021). La baladodiffusion pédagogique – Écouter pour mieux communiquer. *Pédagogie collégiale*, *35*(1), 25-31. https://eduq.info/xmlui/handle/11515/38211

Bérubé, J. et Pouliot, A. (2024). Industries culturelles hors des pôles créatifs en temps de pandémie : trois joueurs clés pour assurer la pérennité. *Culture and Local Governance/Culture et gouvernance locale*, *9*(1), 13-31. https://doi.org/10.18192/clg-cgl.v9i1.6074

Bérubé, J., Pouliot, A., Roussel, J. et Loranger, M. (2021). Les industries culturelles : l'art de se réinventer pour assurer la pérennité des modèles artistiques. *Ad machina*, (5), 15-33. https://doi.org/10.1522/radm.no5.1405

Bibliothèque de l'Université Laval. (s. d. a). *Réaliser une revue systématique*. https://www.bibl.ulaval.ca/services/soutien-a-ledition-savante-et-a-la-recherche/syntheses-de-la-connaissance/realiser-une-revue-systematique

Bibliothèque de l'Université Laval. (s. d. b). *Comparaison des types de revues de littérature : revues narratives et revues systématiques*. https://www.bibl.ulaval.ca/fichiers_site/portails/education/comparaison-des-types-de-revues-de-litt%C3%A9rature-final.pdf

Bibliothèque de l'Université Laval. (s. d. c). *Littérature grise*. https://www.bibl.ulaval.ca/ressources-par-categories/litterature-grise

Blanchette, K., Girard, F. et Lalonde, M. (2023). *PrendreParole* : récit d'une pratique de l'enseignement de la création de balados en contexte du cours de français au secondaire. *Revue de recherches en littératie médiatique multimodale*, *18*, 227-253. https://doi.org/10.7202/1108702ar

Bourgeois, I. (2021). L'analyse documentaire. Dans I. Bourgeois (dir.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* (7e édition, p. 339-356). Presses de l'Université du Québec.

Brahimi, C. (2011). *L'approche par compétences : un levier de changement des pratiques en santé publique au Québec*. Institut national de santé publique. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/1228_approchecompetences.pdf

Briand, S., Côté-Boulanger, M., Croisetière, É., Malo-Leclerc, I. et Tremblay, A. (2019) *Les bonnes pratiques d'utilisation de la baladodiffusion dans l'enseignement et la pratique des sciences de la santé : une étude de portée* [affiche scientifique]. Université de Sherbrooke. https://www.usherbrooke.ca/readaptation/fileadmin/sites/readaptation/documents/symposium_affiches_recherche/2019/CARRIER_RDP730_CROISETIERE_MALO-LECLERC_BRIAND_TREMBLAY_COTE-BOULANGER_affiche_balado_22_avril.pdf

Brouard, F., et Paré, C. (2020). *Industrie de l'humour et l'après-COVID : contexte pour l'industrie de l'humour et les arts de la scène* [note de recherche]. Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour, Université Carleton. https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/GRIHNote202003NRcovidcontexte20200423FBCP.pdf

Burns, M. J. et Blancaflor, S. (2023, 11 janvier). *Podcasters First Wanted Your Ears. Now They Want Your Eyes Too*. Morning Consult. https://pro.morningconsult.com/trend-setters/podcasts-listen-watch-with-video

Caron, A. H., Caronia, L. et Weiss-Lambrou, R. (2007). La baladodiffusion en éducation : mythes et réalités des usages dans une culture mobile. *Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire*, *4*(3), 57-88. https://doi.org/10.18162/ritpu.2007.141

Carrière, F. (2021). *« Ce qui vient au monde pour ne rien troubler ne mérite ni égards ni patience » : Mike Ward et l'industrie de l'humour au Québec, une analyse posturale* [mémoire de maîtrise, Université de Sherbrooke]. Savoirs UdeS. http://hdl.handle.net/11143/17931

CEFRIO. (2009). *NETendances 2008 – L'utilisation d'Internet au Québec*. https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2022/09/netendances-2008.pdf

CEFRIO. (2017). *NETendances 2016 – Médias sociaux et économie de partage en ligne au Québec*, *7*(9). https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2022/09/netendances-2016-medias-sociaux-et-economie-de-partage-en-ligne-au-quebec.pdf

CEFRIO. (2018). *NETendances 2007 – Se divertir en ligne*, *8*(4). https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2022/09/netendances-2017-se-divertir-en-ligne.pdf

Costenoble, J. (2024). *Le podcast pour sensibiliser le public aux réalités des demandeurs d'asile en Belgique et contribuer aux luttes contre les discriminations ethniques* [mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. https://archipel.uqam.ca/17990/

Dann, L. et Spinelli, M. (dir.). (s. d.). *Bloomsbury Podcast Studies*. Bloomsbury. https://www.bloomsbury.com/ca/series/bloomsbury-podcast-studies/

Daoust-Boisvert, A., Khoury, E. et Pariseau-Legault, P. (2024). Baladodiffusion et traumas médiatiques : Quels enjeux pour la mise en œuvre de pratiques inclusives en journalisme ? *Facts and Frictions: Emerging Debates, Pedagogies and Practices in Contemporary Journalism, 3*(2), 39-44. http://doi.org/10.22215/ff/v3.i2.03

Découvrabilité. (s. d.). Dans *Usito*. Université de Sherbrooke. https://usito.usherbrooke.ca/d%C3%A9finitions/d%C3%A9couvrabilit%C3%A9

Desormeaux-Moreau, M., Chagnon, M. et Morvannou, A. (2022). *Guide de soutien à la co-construction d'un balado* [ressource éducative libre, Université de Sherbrooke]. Savoirs UdeS. http://hdl.handle.net/11143/19133

Dumesnil, F. (2006). *Les podcasts : écouter, s'abonner, créer*. Eyrolles.

Gascon, C. (2023). *Médiation culturelle en contexte numérique : une recherche-action avec des protagonistes de l'industrie cinématographique québécoise* [mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. https://archipel.uqam.ca/16608/

Guay, H., Beaulieu, M., Larouche, M.-C., Leroux, P., St-Georges, C. et Fortin, J. (2022). Savoirs et savoir-faire relatifs aux arts de la scène dans la pratique de la médiation culturelle et numérique des organismes de théâtre, danse et cirque au Québec. *Digital Studies/Le champ numérique*, *12*(1), 1-22. https://doi.org/10.16995/dscn.8101

Guay, M.-H. et Gagnon, B. (2021). La recherche-action. Dans I. Bourgeois (dir.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* (7e édition, p. 415-440). Presses de l'Université du Québec.

Habel, G. (2009). *Préparer un cours interactif pour le Web, la baladodiffusion et le mode présentiel à l'ère des Web 2.0 et 3.0* [mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. https://archipel.uqam.ca/2324/

Institut de la statistique du Québec et Observatoire de la culture et des communications du Québec. (2023). *La consommation de contenus culturels sur Internet toujours en hausse au Québec*. https://statistique.quebec.ca/fr/communique/consommation-contenus-culturels-internet-toujours-en-hausse-quebec

Institut de la statistique du Québec. (2019). *Les diplômés des niveaux baccalauréat et supérieur de 2016*. https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/les-diplomes-des-niveaux-baccalaureat-et-superieur-de-2016.pdf

Institut de la statistique du Québec. (2020). *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. (2024). *Enquête québécoise sur la découverte des produits culturels et le numérique 2023*. https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/enquete-quebecoise-decouverte-produits-culturels-numerique-2023.pdf

Joo, R. (2021). *Les formes d'attachement aux podcasts à l'émission Mike Ward sous écoute* [mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. https://archipel.uqam.ca/15143/

Kammer, A. et Spejlborg Sejersen, T. (2025). *The Institutional Development of Podcasting: From Participatory Practice to Platform Content*. Routledge. https://doi-org.acces.bibl.ulaval.ca/10.4324/9781003311669

Khoury, E., Pariseau-Legault, P., Daoust-Boisvert, A., Bujold, A. et Benisty, L. (2022). Créer une baladodiffusion : ouvrir des voies et partager des voix. *Les Politiques Sociales*, *3-4*(3), 61-74. https://doi.org/10.3917/lps.223.0061

Lacroix, J.-G. (1988). Les études sur les médias au Québec. *Communication. Information Médias Théories*, *9*(2), 58-83. https://doi.org/10.3406/comin.1988.1390

Lacroix, J.-G. (1995). La culture, les communications et l'identité dans la question du Québec. *Cahiers de recherche sociologique*, (25), 247-298. https://doi-org.acces.bibl.ulaval.ca/10.7202/1002298ar

Laflamme, S. (2011). Recherche interdisciplinaire et réflexion sur l'interdisciplinarité. *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, *7*(1), 49-64. https://doi-org.acces.bibl.ulaval.ca/10.7202/1007081ar

Lauzon, V. (2018, 3 décembre). Mike Ward, le roi du *podcast* au Québec. *La Presse*. https://www.lapresse.ca/arts/spectacles-et-theatre/humour-et-varietes/201812/03/01-5206538-mike-ward-le-roi-du-podcast-au-quebec.php

Lemelin, R. (2012). *De la relation d'aide à la rencontre créative : le récit numérique comme outil de reconnaissance mutuelle* [mémoire de maîtrise, Université de Montréal]. Papyrus. https://hdl.handle.net/1866/9100

Les bibliothèques UdeM. (s. d.). *Réaliser une revue de la littérature*. https://bib.umontreal.ca/evaluer-analyser-rediger/syntheses-connaissances/revue-litterature-recension-ecrits

Lieutier, P. (2025). *Les enjeux de l'écosystème de la production balado indépendante au Québec – Document synthèse*. Xn Québec. https://www.xnquebec.co/lesnouvelles/enjeux-en-baladodiffusion/

Lindgren, M. et Loviglio, J. (2022). *The Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. Routledge. https://doi-org.acces.bibl.ulaval.ca/10.4324/9781003002185

Mahieu, L. (2023). Formes littéraires émergentes à l'école ? Enquête sur les pratiques déclarées (et éclatées ?) au secondaire et au collégial québécois. *Revue de recherches en littératie médiatique multimodale*, *18*, 119-140. https://doi.org/10.7202/1108697ar

Mathieu-Bégin, L. (2019). *Industries culturelles et podcast : une étude de cas de Serial* [mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. https://archipel.uqam.ca/13453/

Millette, M. (2009). *Usages contributifs sur Internet : le podcasting indépendant et le sens de son style* [mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. https://archipel.uqam.ca/2752/

Observatoire de la culture et des communications du Québec. (2023). *Consommation de contenus culturels sur Internet en 2018 et 2020*. Institut de la statistique du Québec. https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/consommation-contenus-culturels-internet-2018-2020.pdf

Observateur des technologies médias. (2022). *Habitudes d'écoute des balados chez les francophones*.

Observateur des technologies médias. (2023a). *À l'écoute – Le contenu audio au Canada : analyse du marché francophone | OTM 18+*.

Observateur des technologies médias. (2023b). *Comment les Canadiens et Canadiennes consomment les contenus audio sur la route*. https://mtm-otm.ca/fr/download?reportFileId=2881

Observateur des technologies médias. (2024). *Découvrabilité du contenu au Canada*. https://mtm-otm.ca/fr/download?reportFileId=2995

Observateur des technologies médias. (2024). *Du contenu plein les oreilles : analyse des habitudes d'écoute des francophones âgés de 2 à 17 ans*.

Office québécois de la langue française. (2021). *Littérature grise*. La Vitrine linguistique. https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/17032915/litterature-grise

Office québécois de la langue française. (2024). *Balado*. La Vitrine linguistique. https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26574714/balado

Patrimoine canadien. (2021). *Baladodiffuseurs indépendants et propriétaires/copropriétaires de réseaux de baladodiffusion de petite ou moyenne envergure au Canada*. https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/organisation/transparence/gouvernement-ouvert/independants-baladodiffuseurs-proprietaires.html

Pawlikowski, K. (2020). *De l'écriture et de la voix : le glissement d'une exposition* [mémoire de maîtrise, Université du Québec en Outaouais]. Dépôt institutionnel de l'UQO. https://di.uqo.ca/id/eprint/1236/

Prud'homme, J. et Gingras, Y. (2015). Les collaborations interdisciplinaires : raisons et obstacles. *Actes de la recherche en sciences sociales*, *210*(5), 40-49. https://doi.org/10.3917/arss.210.0040

Raffestin, I., Élias, B., Dulude, F., Bogossian, A. et Hordyk, S.-R. (2023). La baladodiffusion et l'enseignement supérieur en travail social : une collaboration interuniversitaire pour soutenir la formation pratique. *Canadian Social Work Review/Revue canadienne de service social*, *40*(2), 29-50. https://doi.org/10.7202/1108985ar

Savoie, M.-C. (2024). *La baladodiffusion en français chez les humoristes québécois en 2023 : un portrait descriptif* [note de recherche]. Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour, Université Carleton. https://observatoiredelhumour.org/wp-content/uploads/2024/08/GRIHnote202414NRportraitbalado20240817MCS.pdf

Sharon, T. (2023). Peeling the pod: Towards a research agenda for podcast studies. *Annals of the International Communication Association*, *47*(3), 324-337. https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2201593

Suet, S. (2023). *Sensibiliser la population sherbrookoise à la mobilité durable par la réalisation d'un balado : changer de Voie* [essai de maîtrise, Université de Sherbrooke]. Savoirs UdeS. http://hdl.handle.net/11143/21830

Sullivan, J. L. (2024). *Podcasting in a Platform Age: From an Amateur to a Professional Medium*. Bloomsbury Academic.

Therrien, I. et Aubry, N. (2024). La littératie multimodale à l'éducation préscolaire grâce à la création de balados sur la tablette numérique. *Multimodalité(s)*, *19*, 57-88. https://doi.org/10.7202/1112428ar

Trabal, P., Collinet, C. et Terral, P. (2017). Faire preuve d'interdisciplinarité : un mot d'ordre, ses interprétations et ses ajustements. *Terrains & travaux*, *30*(1), 209-229. https://doi.org/10.3917/tt.030.0209