

Humour et vivre ensemble : stéréotypes identitaires au sein des groupes minoritaire et majoritaire québécois

Emmanuel Choquette

Volume 40, numéro 2, 2021

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1077872ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1077872ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Société québécoise de science politique

ISSN

1203-9438 (imprimé)

1703-8480 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Choquette, E. (2021). Humour et vivre ensemble : stéréotypes identitaires au sein des groupes minoritaire et majoritaire québécois. *Politique et Sociétés*, 40(2), 127–157. <https://doi.org/10.7202/1077872ar>

Résumé de l'article

La présente étude aborde l'humour comme un véritable outil de reconnaissance identitaire, lequel, bien qu'ayant des effets ambivalents, contribue à déterminer la perception et la compréhension des différents particularismes sociétaux. Par ailleurs, la relation entre l'humour et les enjeux entourant le vivre ensemble a été peu abordée en science politique. En ce sens, le principal objectif de la présente recherche vise à observer comment les humoristes québécois traitent des questions entourant la diversité ethnique, culturelle et religieuse. À travers une analyse de contenu qualitative et quantitative, la recherche compte répondre à trois questions spécifiques. La première vise à identifier les différentes communautés dont il est question au sein des numéros analysés. La seconde a pour but de souligner les principaux stéréotypes entretenus par les humoristes à l'égard des différentes communautés ciblées. Enfin, la troisième question vient mettre en lumière comment, entre groupe majoritaire et groupe minoritaire, on parle de ces communautés. Afin de mener à terme cette recherche, on a procédé à l'analyse de 76 vidéos humoristiques répertoriées sur YouTube, réalisées entre 2006 et 2018 au Québec et traitant de diversité ethnique, culturelle et religieuse. On constate que les Arabo-musulmans s'avèrent la principale cible des humoristes durant cette période. Le stéréotype liant islam et terrorisme demeure également souligné de façon récurrente. Il semble enfin que la communauté arabo-musulmane représente une cible de choix pour une majorité d'humoristes, qu'ils proviennent du groupe majoritaire ou du groupe minoritaire.

Humour et vivre ensemble : stéréotypes identitaires au sein des groupes minoritaire et majoritaire québécois

Emmanuel Choquette

Post-doctorant à l'Université Saint-Paul d'Ottawa et chargé de cours en science politique à l'Université de Sherbrooke et à l'Université de Montréal
emmanuel.choquette@usherbrooke.ca

RÉSUMÉ La présente étude aborde l'humour comme un véritable outil de reconnaissance identitaire, lequel, bien qu'ayant des effets ambivalents, contribue à déterminer la perception et la compréhension des différents particularismes sociétaux. Par ailleurs, la relation entre l'humour et les enjeux entourant le vivre ensemble a été peu abordée en science politique. En ce sens, le principal objectif de la présente recherche vise à observer comment les humoristes québécois traitent des questions entourant la diversité ethnique, culturelle et religieuse. À travers une analyse de contenu qualitative et quantitative, la recherche compte répondre à trois questions spécifiques. La première vise à identifier les différentes communautés dont il est question au sein des numéros analysés. La seconde a pour but de souligner les principaux stéréotypes entretenus par les humoristes à l'égard des différentes communautés ciblées. Enfin, la troisième question vient mettre en lumière comment, entre groupe majoritaire et groupe minoritaire, on parle de ces communautés. Afin de mener à terme cette recherche, on a procédé à l'analyse de 76 vidéos humoristiques répertoriées sur YouTube, réalisées entre 2006 et 2018 au Québec et traitant de diversité ethnique, culturelle et religieuse. On constate que les Arabo-musulmans s'avèrent la principale cible des humoristes durant cette période. Le stéréotype liant islam et terrorisme demeure également souligné de façon récurrente. Il semble enfin que la communauté arabo-musulmane représente une cible de choix pour une majorité d'humoristes, qu'ils proviennent du groupe majoritaire ou du groupe minoritaire.

MOTS CLÉS humour politique, pluralisme, diversité, identité, stéréotypes.

ABSTRACT This study approaches humour as a real tool for identity recognition, which, although having ambivalent effects, helps to determine the perception and understanding of different societal particularities. But it seems that this relationship between humour and the issues surrounding living together has been little discussed in political science.

The main objective of this research therefore is to observe how Quebec comedians deal with issues surrounding ethnic, cultural, and religious diversity. Through a qualitative and quantitative content analysis, the research intends to answer three specific questions. The first aims to identify the different communities that are discussed in the issues analyzed. The second aims to highlight the main stereotypes maintained by the comedians with regard to the various communities targeted. Finally, the third question highlights how each group, that is, majority and minority, addresses each community. To complete this research, we analyzed 76 humorous videos on YouTube, made between 2006 and 2018 in Quebec and dealing with ethnic, cultural, and religious diversity. In the end, we see that Arab Muslims are the main target of comedians during that period. The stereotypes linking Islam and terrorism also remain a recurring theme. Lastly, it seems that the Arab-Muslim community represents a prime target for a majority of comedians, whether they come from the majority group or the minority group.

KEYWORDS political humor, pluralism, diversity, identity, stereotypes.

Depuis quelques années, les questions entourant la reconnaissance identitaire, l'intégration ethnique, culturelle et sociale, ce que plusieurs appellent le vivre ensemble, refont surface. On peut penser à la « crise » des accommodements raisonnables menant à la commission Bouchard-Taylor en 2007, au projet de charte des valeurs québécoises de l'ancien gouvernement du Parti québécois (PQ) en 2013 ou à l'élection du gouvernement de la Coalition avenir Québec (CAQ) en 2018. C'est d'ailleurs sur cette période particulièrement riche en débats identitaires, entre 2006 et 2018, que se concentre la présente étude¹. Plus précisément, ce texte propose une analyse de contenu des discours humoristiques portant sur cette problématique exprimée à travers les vidéos diffusées en ligne sur le populaire site de partage de vidéos YouTube. D'une part, l'humour occupe une place importante au sein de l'espace public national. Rappelons que les spectacles d'humour constituent l'un des genres les plus prisés par les Québécois-e-s, se retrouvant en tête des palmarès des ventes de billets de spectacles sur scène (Fortier 2013; Brouard et Paré 2015). D'autre part, YouTube représente le second média socionumérique (MSN) le plus utilisé sur la planète et le Québec ne fait pas exception (CEFRIO 2015). La célèbre plateforme diffuse d'ailleurs bon nombre de numéros et d'extraits de spectacles d'humoristes issus du Québec ou de simples vidéastes Web, communément appelés *youtubers*. On y retrouve des dizaines de prestations et de capsules humoristiques abordant les délicates questions de la reconnaissance identitaire et du pluralisme.

Le milieu de l'humour est depuis longtemps préoccupé par les enjeux identitaires. On peut penser à certains numéros célèbres de groupes humo-

1. Selon le premier ministre sortant à l'élection de 2018, la question de l'urne aurait porté sur l'immigration (David 2018).

ristiques ou d'humoristes du Québec tels Yvon Deschamps, les Cyniques ou Rock et Belles Oreilles (RBO). Mais il semble que peu d'études se sont penchées sur une analyse de contenu de ces discours en lien avec les stéréotypes et le vivre ensemble. Et en ce qui concerne la considération de vidéos en ligne à titre de corpus d'étude, cela apparaît inédit. Dans cette recherche, on tente de découvrir comment, dans les discours humoristiques, on parle des enjeux identitaires au Québec. Trois questions spécifiques tournent autour de cette interrogation et constituent la grille d'analyse. Quels groupes ou communautés s'avèrent davantage stigmatisés? Quels stéréotypes sont véhiculés par les humoristes? Comment, entre groupe majoritaire et groupe minoritaire, parle-t-on des différentes communautés ciblées? Ce questionnement constitue, d'une certaine façon, à la fois le point de départ et le *leitmotiv* de cette recherche. Cela dit, il ne s'agit pas d'effectuer une étude de réception ou d'évaluer les impacts des discours humoristiques véhiculés par les sites de partage de vidéos en ligne. L'objectif de cette étude consiste plutôt à amorcer l'analyse des discours humoristiques traitant du vivre ensemble au Québec, en ce qui concerne la diversité ethnique, culturelle et religieuse particulièrement, afin d'en identifier les principales composantes.

Il faut l'admettre, toutefois, considérer l'humour comme un objet de recherche demeure un défi, particulièrement en science politique. On évoque alors les difficultés de définir les contours du concept avec précision ou le fait que l'humour réfère à un éventail trop vaste de disciplines (Dufort 2016), allant de la psychologie à la sociologie en passant par la philosophie et les communications. Certains auteurs mettent en évidence la complexité de saisir et d'analyser efficacement les codes langagiers de l'humour (Olivier 2016; Roy 2016). Pourtant, si l'on convient de ces enjeux entourant la recherche en humour, cela n'en reste pas moins un objet omniprésent au sein de nos sociétés qui, comme toutes formes de discours, contribue à façonner et à représenter les réalités sociales. Cela inclut forcément deux dimensions politiques importantes: celle entourant les rapports interculturels et une autre concernant les formes de régulation du vivre ensemble, des aspects également bien présents au sein de la société québécoise sur lesquels on compte se pencher.

Discours humoristique et construction de l'identité québécoise

Les questionnements entourant la reconnaissance identitaire demeurent présents depuis longtemps. Au Québec tout particulièrement, ces débats font partie du paysage politique depuis un bon moment déjà. Dans son ouvrage *Genèse de la société québécoise*, Fernand Dumont (1993) souligne que la question des particularités identitaires des « Canadiens français » s'est manifestée plus fortement après la Conquête de 1760. Les enjeux entourant l'identité québécoise ont ainsi traversé les époques pour incarner un débat

presque constant ou récurrent. Celui-ci met notamment de l'avant les dualités et les ambivalences de la majorité francophone du Québec, entre minorité et majorité, entre francophones et anglophones, entre multiculturalisme et interculturalisme, etc. (Salée 2010 ; Balthazar 2013). D'une certaine façon, comme le rappelle Louis Balthazar (2013), cette constante dualité accompagnée d'une bonne dose d'ambivalence fait partie de l'ADN identitaire des Québécois. Les discours humoristiques faisant référence à cette réalité sont également présents dans la sphère publique depuis fort longtemps. À ce propos, Robert Aird remarque que l'histoire de l'humour au Québec repose en partie sur la construction politique et identitaire de la province. Il précise que considérant « la situation minoritaire des francophones au Canada, l'humour politique au Québec a une forte connotation nationaliste » (Aird 2010, 7), un point de vue auparavant évoqué par Marie Mazalto (1994) pour qui l'humour québécois s'avère le véhicule de communication des idées d'émancipation, de souveraineté et d'identification collective. Dans un autre ouvrage, Aird (2014) également estime que l'humour constitue le miroir de la société québécoise.

Toutefois, s'il est vrai que le contenu des discours humoristiques puise une partie de son inspiration dans la société et qu'il peut refléter les préoccupations de celle-ci, il importe de nuancer ce constat. D'une part, la société, à l'instar des discours humoristiques d'ailleurs, ne forme évidemment pas un ensemble homogène. On peut procéder à des généralisations, voire à une essentialisation de la société, mais il ne s'agit là justement que d'une simplification. Une simplification qui, doit-on le rappeler, est souvent médiatisée, c'est-à-dire alimentée par les représentations médiatiques qui participent « ainsi à construire implicitement une définition idéologique » de la société et des différentes communautés qui la forment (Dalibert 2018, 23). D'autre part, cette généralisation tend probablement à donner un caractère défini à des groupes ou des collectivités et, dans bien des cas, c'est un rapport entre une majorité dont les représentations sociétales dominent sur celles d'une minorité qui s'impose au sein de l'opinion publique.

À ce sujet, la présente étude renvoie en partie au portrait des groupes majoritaire et minoritaire proposé par le ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion du Québec (2016), combiné à celui offert par Statistique Canada (2008). Le recensement de 2016 (Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion 2016) révèle ainsi que la province compte environ 11 % de minorités visibles, c'est-à-dire des « personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche » (Statistique Canada 2008). On apportera cependant une nuance à cette définition, préférant parler de « minorités non blanches » plutôt que de minorités visibles. On souscrit ainsi à l'idée d'Éric Macé (2013) selon qui c'est sur le fait d'être non blanc que l'on doit s'attarder plutôt que sur l'unique critère de la visibilité. Par ailleurs, près de 80 % de la population québécoise

a le français comme langue maternelle (Statistique Canada 2011). Les Québécois·e·s sont aussi dans la grande majorité (plus de 75 %) de confession catholique (Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion 2016). À l'instar de certains penseurs de l'identité et de la citoyenneté – on peut penser à Will Kymlicka (1989) ou à Iris Marion Young (2001) –, le référent généralisant demeure souvent l'apanage de la majorité. On peut ainsi en déduire que ce sont les référents humoristiques dominants qui risquent de trouver écho plus facilement au sein de la population en général.

L'humour comme outil de reconnaissance ou de « mal reconnaissance »

L'idée selon laquelle l'identité représente un phénomène aux contours flous et en constante mutation fait de plus en plus consensus. Pour Jocelyn Maclure (1998), cette transformation identitaire s'effectue en grande partie au contact des autres. Young pour sa part souligne que c'est à travers un processus d'interidentification que se construisent les groupes sociaux : « A social group involves first of all an affinity with other persons by which they identify with one another, and by which other people identify them. A person's particular sense of history, understanding of social relations and personal possibilities, her or his mode of reasoning, values, and expressive styles are constituted at least partly by her or his group identity. » (1989, 259)

Une partie de l'identité individuelle et collective s'avère ainsi tributaire du regard d'autrui. Dans cette optique, la perception de ce que l'on est, en tant qu'individu et en tant que groupe, passe inévitablement par la reconnaissance des autres. La citoyenneté s'établit dans un rapport de reconnaissance, ou de « mal reconnaissance » intercommunautaire de ce que l'on admet collectivement comme faisant partie ou non d'une identité (Taylor 1997). À titre d'exemple, les luttes pour la reconnaissance des personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles, transgenres (LGBT) ont été, et sont encore, marquées par des combats contre la stigmatisation et les stéréotypes. Il va sans dire que ces luttes concernent bien souvent la défense des droits des minorités (Demczuk 1998). D'une certaine façon, il s'agit à la fois d'un combat pour la reconnaissance identitaire et d'une lutte pour mettre fin à la « mal reconnaissance ». Charles Taylor (1997) illustre bien ce phénomène en parlant des luttes féministes visant notamment à mettre fin à cette vision dominante de l'époque où les femmes étaient considérées inférieures aux hommes. En humour, cela peut notamment se traduire par une différence du degré d'acceptabilité sociale d'une blague selon qu'elle provienne d'une femme ou d'un homme. Lucie Joubert résume efficacement le phénomène en affirmant que « l'autodérision constituée, encore aujourd'hui, une valeur sûre pour l'humour des femmes dans la mesure où celles-ci ne ciblent pas l'autre sexe, une attitude assez rentable quand on veut ménager son auditoire » (2014, 23).

Ainsi, le discours humoristique vient parfois participer à ce processus de reconnaissance ou de « mal reconnaissance ». Comme le précise Rachel V. Kutz-Flamenbaum (2014, 296), « [h]umor is fundamentally contextual and interactional. Humor is a cultural product that relies upon shared norms and ideas. » Dans cette optique, Julie Dufort (2018, 297) croit que « [p]our comprendre une blague, en rire ou s’y opposer, l’auditoire doit effectivement partager des référents culturels. Ce qui s’avère comique, tout comme ce qui ne l’est pas, est socialement construit. » C’est également l’avis de Nelly Quemener (2009, 2) pour qui « [l]e rire et l’humour sont [...] les expressions et les productions des codes collectifs permettant une reconnaissance sociale des pairs ». Ce référent culturel se trouve ainsi en constante transformation à la fois à travers le portrait sociétal que propose un humoriste et celui que lui renvoie la société dans laquelle il évolue. Suzanne Lockyer et Michael Pickering (2008) estiment que l’humour met alors à l’épreuve les relations et les limites sociales au sein des collectivités. Il en va de même pour la circulation des stéréotypes, lesquels se définissent à la fois comme des idées consensuelles, c’est-à-dire socialement partagées, et des généralisations excessives (Légal et Delouée 2015). Dans la perspective de Lockyer et Pickering (2019), on comprend que le caractère excessif d’un stéréotype humoristique fluctue en fonction des contextes et des sociétés. De ce fait, un stéréotype ne constitue pas un objet préexistant et immuable. Il s’inscrit plutôt au sein d’un processus d’identification que Nadine Chaurand (2013) appelle la « stéréotypisation ». Pour elle, cette « stéréotypisation » engendre des « “effets secondaires” [consistant] en une diffusion et une perpétuation des stéréotypes, ainsi qu’en l’expression de préjugés et de discrimination envers les membres des groupes stéréotypés » (*ibid.*, 2). On parle alors davantage des effets négatifs que des impacts positifs des stéréotypes.

La littérature semble par ailleurs partagée sur les effets unificateurs ou « divisifs » de l’humour sur la reconnaissance identitaire. Pour certains, il contribue à diminuer les tensions entre les collectivités et à faciliter l’ouverture et la tolérance envers la différence (Jérôme 2010 ; Ziv 2010 ; Charaudeau 2013). Pour d’autres, en revanche, l’humour peut alimenter les stéréotypes, voire participer à la stigmatisation des individus et des communautés (Boskin 1990 ; Jacobs-Huey 2008 ; Weaver 2011). C’est notamment le cas de la communauté arabo-musulmane aux États-Unis qui, comme l’observe Lanita Jacobs-Huey (2008), est victime de nombreux stéréotypes la liant à l’extrémisme et au terrorisme depuis les attentats de septembre 2001. On peut penser que ce phénomène est également présent au Québec. D’autres encore considèrent que les discours humoristiques possèdent à la fois des fonctions « divisives » et unificatrices (Meyer 2000) et que « les phénomènes de l’humour et du rire peuvent participer aussi bien à la perpétuation de la domination qu’aux mouvements de l’émancipation » (Cotte 2012, 101). À la lueur des contours de définitions proposés, ce texte aborde ainsi l’humour

comme un véritable outil de reconnaissance identitaire, lequel, bien qu'ayant des effets ambivalents, contribue à déterminer la perception et la compréhension des différents particularismes sociétaux.

Au Québec, plusieurs humoristes issus de l'immigration et des minorités ont aussi abordé les questions de diversité ethnique, religieuse et culturelle. Ils mettent notamment en scène leurs réalités en humour, parlent de leurs différences, de leurs particularités (Roussel 2014), une observation qui va cependant au-delà de la représentation individuelle de l'individu. Cette façon de se mettre en scène témoigne également, comme le remarque Henri Tajfel (1974), d'une volonté pour l'humoriste de souligner sa différence par rapport à la société dans son ensemble tout en démontrant qu'il en fait partie intégrante. C'est donc l'ensemble de ces éléments de reconnaissance identitaire, relevant à la fois du langage et de l'image, présents dans les discours humoristiques des vidéos en ligne diffusées sur *YouTube* que l'on compte identifier et analyser.

Méthodologie

Cette analyse de contenu repose sur une méthodologie de recherche qualitative et quantitative. La dimension qualitative vise à donner des exemples sur la manière et le ton utilisés par les humoristes pour traiter du vivre ensemble. Comme il s'agit d'une analyse de contenu et non de discours, on évitera donc de surinterpréter le propos. L'idée ici n'est pas de nier le sous-texte ou le second degré souvent inhérent au procédé humoristique. On désire simplement mettre en exergue ce qui émerge de façon claire des numéros d'humour observés. Par ailleurs, sur le plan quantitatif, le calcul des occurrences de certains mots et expressions liés à des communautés culturelles, religieuses et au vivre ensemble viendra apporter un éclairage précis sur, entre autres, les groupes ciblés et les stéréotypes dominants.

Pourquoi YouTube ?

Outre pour sa popularité², le choix de YouTube repose sur deux éléments de justification, à savoir des motifs théoriques et de faisabilité. Sur le plan théorique, on peut sans doute souligner les études entourant les effets de mise à l'agenda (*agenda-setting*) et les effets de cadrage de l'information (*framing*) qui démontrent le rôle des médias de masse dans l'établissement des sujets jugés prioritaires auprès de l'opinion publique et dans la façon dont on peut

2. Selon les données du Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations / CEFRIO (ISARTA 2018), YouTube représente la principale plateforme de vidéos en ligne utilisée par les Québécois-e-s. Aucun autre site exclusivement dédié au partage de vidéos sur le Web, par exemple Vimeo ou Dailymotion, ne figure parmi les réseaux sociaux les plus sollicités dans la province.

interpréter les événements (McComb et Shaw 1972; Gilliam et Iyengar 2000; Iyengar et Kinder 2010). Les effets de cadrage sont également observés dans ce que l'on appelle la « vidéo malaise » (Mutz et Reeves 2005). Dans ce cas, on constate que la façon dont l'information est traitée par les journalistes à la télévision peut avoir des effets sur la confiance de la population envers leurs élus en particulier. Sachant que de plus en plus de personnes consultent des vidéos en ligne pour s'informer et se divertir, on peut croire que la manière dont certains groupes ou communautés y sont traités peut avoir des impacts sur la perception que l'on peut avoir de ces groupes d'individus. Ainsi, YouTube et, de manière élargie, la vidéo en ligne participent à la compréhension des réalités politiques et à la construction de l'opinion publique.

Cette considération de la place de la vidéo en ligne dans l'interprétation de la réalité est d'ailleurs efficacement conceptualisée par Thierry Devars (2011). Faisant référence au concept de littératie développé par Jack Goody dans les années 1970 (Goody 1979), Devars propose la notion d'« audiovitie » pour renvoyer à la contribution des contenus et des vidéos visionnés et partagés sur le Web. « Un patrimoine d'objets, de signes, de formes et [d']un ensemble de pratiques, qui témoignent de l'appropriation progressive de la technique par un nombre grandissant d'acteurs et du fait que les objets audiovisuels en ligne s'imprègnent de savoirs médiatiques préexistants » (2011, 124). De ce point de vue, le rôle de la vidéo en ligne transcende clairement celui du simple divertissement. Peut-on concevoir qu'une vidéo traitant de l'identité québécoise maintes fois partagée en ligne puisse alimenter l'interprétation que l'opinion publique peut avoir de ce que c'est qu'être Québécois-e? De l'avis de Devars, cela ne fait aucun doute. Cela semble d'autant plus envisageable dans le cas d'un contenu humoristique, considérant que l'humour demeure un outil de persuasion fort efficace (Quemener 2013). En outre, l'omniprésence dans la sphère politique du populaire site de partage de vidéos donne à penser, comme le soulignent Kristin English, Kaye D. Sweetser et Monica Ancu (2011), qu'il existe une véritable « youtubification » des discours politiques.

Outre pour des raisons théoriques, le choix de YouTube repose aussi sur des motifs de faisabilité. Il s'agit là d'un aspect méthodologique presque incontournable puisque, comme le précisent Gordon Mace et François Pétry (2017, 9), « il est [...] extrêmement important de s'assurer au départ de la disponibilité de l'information, parce que c'est elle qui fournit le principal critère de décision en matière de faisabilité d'un projet de recherche ». Ainsi, l'utilisation de YouTube comme banque de données vidéo vient répondre à cette exigence liée à l'accessibilité à l'information. De fait, cette plateforme de diffusion de vidéos en ligne comporte un outil de recherche par mots clés et filtres. On a d'ailleurs croisé plusieurs mots et expressions dans l'objectif de maximiser les propositions de vidéos. Les mots « humour » et « Québec » ont fait partie de la plupart des croisements de recherche. Ils ont été associés

à d'autres mots ou expressions, notamment « racisme », « immigration », « accommodement raisonnable », « religion », « islam », « vivre ensemble » et « identité ». Une recherche à partir de résultats secondaires un peu à la manière d'une recherche algorithmique suggérée par la plateforme ou Google Chrome a aussi été effectuée. Il faut dire que Google Chrome et YouTube ont des vases communicants puisque ce dernier appartient à Google depuis 2006 (*Le Monde* 2006). En outre, l'utilisation de mots clés faisant référence à des humoristes reconnus pour traiter des enjeux autour du vivre ensemble ou dont les propos en la matière s'avéraient plus présents dans leurs discours a été sollicitée. On peut penser à « Sugar Sammy », « Nabila Ben Youssef » ou « Guy Nantel », pour ne nommer que ceux-là.

Certains sites Internet d'humoristes, de groupes humoristiques ou de producteurs de spectacles d'humour ont aussi été mis à contribution tels que le portail du groupe Juste pour rire et celui de *ComediHa!*; la *Liste du corpus d'étude de prestations d'humour francophone au Québec* de François Brouard (2017) et le *Palmarès annuel des spectacles payants en arts de la scène au Québec* de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ 2018) sont venus compléter la sélection. Comme mentionné précédemment, cette recension a ainsi permis d'identifier 76 vidéos, lesquelles se regroupent en cinq catégories : extraits de numéros et de spectacles d'humour, extraits de *youtubers*, extraits d'émission de télé, extraits d'entrevues télévision et publicités (voir annexe 1).

Évidemment, malgré toutes ces précautions, cette recension comporte certaines limites. D'une part, YouTube ne cesse d'être alimenté et de nouvelles vidéos s'y ajouteront. D'autre part, certaines combinaisons de mots clés ou d'expressions auraient sans doute permis d'identifier quelques extraits ou numéros d'humour supplémentaires. Mentionnons au passage que l'algorithme de YouTube impose également certaines limites, les résultats proposés répondant à des critères de nombre de vues et de nombre de mentions « j'aime ». Cela risque fort d'influencer les contenus référencés et, par ricochet, le corpus de la présente recherche. Cependant, à la lueur de la méthode choisie, on aboutit à une récurrence des propositions, à une saturation du corpus. Il s'agit là d'un signe évident que le recensement tire à sa fin. Il en ressort un ensemble d'extraits de vidéos à caractère humoristique suffisamment substantiel pour permettre une analyse de contenu pertinente, pouvant mener à des résultats fiables et éclairants à l'égard du sujet de recherche.

Le devis de l'analyse de contenu

Mais que disent ces discours humoristiques sur l'Autre ? Comme précédemment évoqué, on opte pour une méthode mixte, à la fois qualitative et quantitative, pour répondre à cette question. Ainsi, une analyse de contenu s'attardant essentiellement sur trois aspects à l'aide du logiciel d'analyse

qualitative RQDA a été effectuée. Ces trois aspects ou dimensions constituent ainsi les trois grands repères de la grille d'analyse (tableau 1). Le premier aspect vise à identifier les groupes ou les communautés ciblées à l'intérieur de ces discours. Sans une recension complète des vidéos de nature humoristique se retrouvant en ligne, l'échantillon considéré pour ce texte donne tout de même un aperçu des individus ou des groupes d'individus visés dans ces discours. Le second élément a pour objectif de mettre en lumière les principaux stéréotypes abordés en soulignant la manière dont on parle de certaines communautés. Le troisième pour sa part porte une attention particulière à la provenance de ces stéréotypes, sur les plans ethnique et religieux en particulier, selon qu'ils soient livrés par des humoristes issus de la minorité ou de la majorité.

TABLEAU 1

Grille d'analyse repère

Catégorie	Contenu
1. Groupes ou communautés ciblées	Quels groupes d'individus ou quelles communautés sont visés ?
2. Stéréotypes identifiés	Quels sont les principaux stéréotypes véhiculés ?
3. Provenance des stéréotypes	De quel groupe – minoritaire ou majoritaire – proviennent les stéréotypes ?

Dans une perspective davantage qualitative, la codification du contenu a été effectuée de manière relativement simple. Il s'agissait d'abord de retranscrire (verbatim) les passages traitant de diversité ethnique, religieuse et culturelle trouvés dans les 76 extraits retenus. L'examen de ce verbatim a ensuite permis d'identifier les trois grandes catégories reliées à la problématique et à la grille d'analyse. La première, appelée « Groupes ou communautés ciblées », renferme l'ensemble des communautés nationales et ethniques visées ainsi que les groupes religieux ou spirituels dont il est question dans les discours humoristiques. La seconde catégorie, nommée « Stéréotypes identifiés », vise à relever les principaux stéréotypes identifiés dans les extraits analysés. On évoquera alors quelques citations témoignant du sens davantage explicite de certains propos. La troisième catégorie, « Provenance des stéréotypes », permet enfin de classer les communautés ethniques et religieuses visées par rapport au groupe d'appartenance, entre majoritaire et minoritaire, des humoristes présents dans ce corpus. Sur le plan quantitatif, chacun des codes présents dans les catégories vise à répertorier les occurrences des mots et des expressions dont il est question pour la totalité des extraits vidéo analysés. Ces résultats concernent le nombre de vidéos dans lesquelles on mentionne une ou plusieurs nationalités. Par exemple, le code « Arabe » révèle le nombre d'extraits mentionnant spécifiquement ce terme.

On ne s'attarde donc pas au nombre de fois par vidéo ou l'on cible une communauté en particulier.

Résultats

Un premier constat intéressant concerne la source de diffusion des vidéos mises en ligne. On constate en effet que la majorité des numéros ou des extraits de prestations humoristiques analysés, 35 sur 53 précisément, sont diffusés par les courants officiels, c'est-à-dire par les agences d'artistes, les maisons de production ou les humoristes eux-mêmes. Seule une minorité est le fruit d'une diffusion indépendante, de *youtubers* en particulier. En d'autres termes, une grande part des extraits de spectacles présents sur YouTube a été sélectionnée et diffusée intentionnellement par les humoristes et les travailleurs de l'humour ayant collaboré à la réalisation ou à la production des numéros concernés. Le second constat tend à témoigner de la catégorie d'individus susceptibles d'être davantage interpellés par les enjeux entourant la diversité ethnique, culturelle et religieuse au Québec. De fait, sur l'ensemble des 33 humoristes du corpus présentant des extraits de numéros ou de spectacles d'humour recensés (voir tableau 2), près de la moitié, 16 précisément, sont issus du groupe minoritaire.

TABLEAU 2

Humoristes par groupe minoritaire et majoritaire

Groupe minoritaire	Groupe majoritaire
Adib Alkhalidey	Jérémy Demay
Mehdi Bousaidan	Fred Dubé
Rachid Badouri	Franck Dubosc
Neev Bensimhon	Roman Frayssinet
Nabila Ben Youssef	Cathy Gauthier
Boucar Diouf	Mario Jean
Anas Hassouna	Peter MacLeod
Anthony Kavanagh	Guy Nantel
Eddy King	Dominic Paquet
Mariana Mazza	Laurent Paquin
Alex Pépin	Pierre-Bruno Rivard
Dorothy Rhau	Stéphane Rousseau
Rabii Rammal	Louis T
Sugar Sammy	Christian Vanasse
Reda Saoui	Guillaume Wagner
Richardson Zépher	Mike Ward
	Les Zapartistes

Cette diversité d'humoristes représentés dans la présente recension contraste avec le portrait actuel de l'industrie de l'humour québécois. Par

exemple, quand on s'attarde aux données offertes par l'Institut de la statistique du Québec, seulement 5 des 35 humoristes les plus populaires en salle entre 2008 et 2017 sont issus de l'immigration³. Il en va de même en ce qui concerne la représentation de la diversité ethnique et culturelle des humoristes ou artisans de l'humour issus de l'École nationale de l'humour (ÉNH). Ainsi, parmi les 149 finissants de l'ÉNH dans le volet « création humoristique » entre 2006 et 2018, à peine une douzaine entrent dans la catégorie « minorité non blanche » ou « issue de l'immigration »⁴. C'est par ailleurs tout récemment, en 2017, que diplôme la première femme noire humoriste issue de l'ÉNH⁵. En ce qui concerne le volet écriture humoristique, toujours pour la période 2006-2018, il semble qu'un seul finissant de l'ÉNH fasse partie de la minorité non blanche. Toutes proportions gardées, on peut en déduire que le sujet de l'intégration des communautés ethniques, culturelles et religieuses interpelle particulièrement les humoristes provenant de ces communautés. Sur le plan de la représentation féminine, la faible proportion de femmes recensées dans le présent corpus correspond toutefois un peu plus à ce qui se passe dans la réalité. En effet, seulement quatre vidéos de l'ensemble des extraits de spectacles ou de numéros d'humour traitant des questions de diversité ethnique, religieuse ou culturelle proviennent de femmes humoristes. Une proportion qui s'avère en dessous de la moyenne⁶, mais qui témoigne de l'espace considérable qu'occupent encore les hommes dans le domaine.

Communautés ethniques et religieuses visées

Nul doute par ailleurs que la diversité ethnique, culturelle et religieuse demeure présente dans les contenus humoristiques analysés. De fait, au terme de cette analyse de contenu, on observe que 27 communautés nationales ou ethniques sont directement citées parmi les 76 vidéos recensées sur YouTube (voir graphique 1). Certaines d'entre elles semblent cependant plus ciblées que d'autres. Comportant 20 mentions directes, ce sont toutefois les communautés arabe et noire auxquelles on fait le plus référence. Évidemment, la communauté noire ne constitue pas une nationalité ou une communauté nationale au même titre que les Français ou les Irakiens par exemple, mais la répétition des références à ce groupe d'individus incite à considérer la communauté noire comme une catégorie ethnique et culturelle à part entière.

3. Ces données sont tirées d'une compilation provenant de la recension des 25 spectacles les plus populaires chaque année en salle entre 2008 et 2017. Aucun palmarès n'est disponible avant 2008 (ISQ 2018).

4. On peut obtenir ces données à partir du site de l'ÉNH (2018).

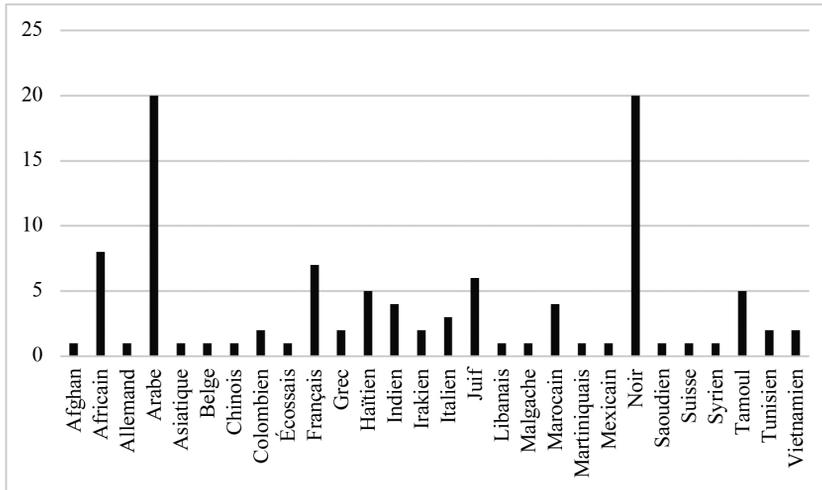
5. Il s'agit de Garihanna Jean-Louis, diplômée dans le volet « création humoristique » en 2017 (ÉNH 2018).

6. À titre d'exemple, un peu plus du quart des finissants dans le volet création humoristique de l'ÉNH entre 2006 et 2017 sont en fait des femmes (ÉNH 2018).

GRAPHIQUE 1

Fréquence des mentions des communautés et groupes

(par nombre de vidéos)



Ces deux catégories, arabe et noire, se retrouvent largement en tête puisqu'on y fait au-delà de deux fois plus référence qu'à la troisième communauté la plus visée, à savoir les Africains dont on parle directement à huit reprises. Viennent ensuite la nationalité française à laquelle on fait référence sept fois et les Juifs avec six mentions.

Les personnes d'origine tamoule sont aussi ciblées à quelques reprises (5 plus précisément). Dans ce dernier cas, cependant, le mot « Tamoul » fait généralement référence à la manière dont on désigne parfois l'ensemble des personnes immigrantes au Québec. C'est d'ailleurs ce que démontre cette citation des propos de l'humoriste Mariana Mazza lorsqu'elle se réfère à la façon dont ses voisins parlent de sa famille et celle de Neev Bensimhon quand il blague sur une altercation avec un client québécois dans une boutique de téléphones portables :

- Mon Dieu Monique as-tu vu ça la gang de Tamouls a enfin décidé de déména... ah ben calice y r'viennent!
- Hey, le Tamoul, fait pas ton smart, mon téléphone y marche pas!

On est ici en présence d'un double stéréotype : celui évoquant une communauté ethnique précise, les Tamouls, pour décrire des immigrants, sans égard à leur origine, et celui insinuant que les Québécois-e-s font régulièrement usage de ce terme pour parler de ceux-elles venus d'ailleurs.

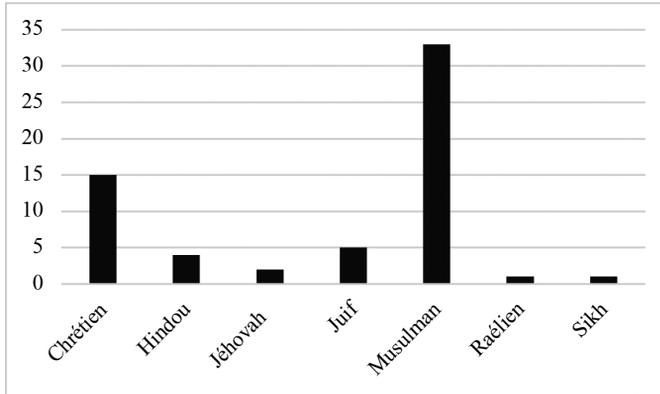
Sur le plan religieux, c'est de loin la communauté musulmane qui constitue la cible principale des humoristes et des artisans de l'humour. En fait, ce groupe d'individus fait l'objet de mention dans 33 des extraits des numéros

analysés (voir graphique 2). C'est deux fois plus de références que le second groupe religieux, les chrétiens, lesquels sont visés dans une quinzaine de vidéos.

GRAPHIQUE 2

Fréquence des mentions des communautés ou mouvements religieux/spirituels

(par nombre de vidéos)



Au total, ce sont sept communautés religieuses ou mouvements spirituels⁷ que l'on mentionne précisément dans les discours humoristiques analysés. Précisons qu'à l'instar de l'analyse de la fréquence des mentions aux communautés ethniques et culturelles, il s'agit de les mesurer par nombre de vidéos.

Stéréotypes véhiculés

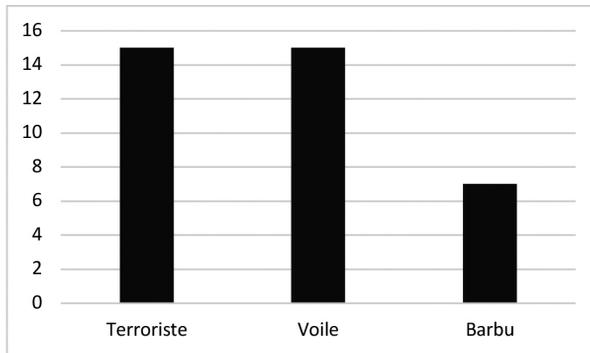
La communauté arabo-musulmane semble par ailleurs faire particulièrement l'objet de certains stéréotypes (voir graphique 3). Les Arabes représentent la seule communauté au sein de ce corpus à faire à ce point les frais d'une « stéréotypisation » liant ethnicité et religion. De fait, la plupart des stéréotypes soulevés à propos de ce groupe sont accompagnés de références à l'extrémisme ou au radicalisme religieux. L'amalgame entre terrorisme, Arabe et islam est ainsi le plus souvent mentionné. Aucune autre communauté, peu importe sa nature, ne fait l'objet d'une telle association.

7. En fait, un seul groupe, les raéliens, n'entre pas dans la catégorie des communautés religieuses. Comme il n'y a pas de consensus sur la nature de ce groupe souvent vu comme une secte, on le considère ici comme un mouvement spirituel.

GRAPHIQUE 3

Fréquence des stéréotypes mentionnés concernant les musulmans

(par nombre de vidéos)



Ainsi, 15 vidéos font un lien entre terrorisme et Arabo-musulman, dont celle d'Anthony Kavanagh, dans un numéro visant à dénoncer les préjugés, où il se glisse dans la peau du propriétaire d'un logement qui demande, afin d'être rassuré sur un éventuel locataire, s'il ne s'agit pas d'un « Allahou Akbar! », en feignant de se faire exploser. Cette relation est aussi mise de l'avant lorsque l'humoriste d'origine marocaine Neev Bensimhon relate son échange avec un client québécois à l'époque où il travaillait comme vendeur de téléphones portables. « Un terroriste qui va me vendre un cellulaire! », s'exclame-t-il en soulignant la réaction du client. On peut également mentionner la blague de Sugar Sammy qui, confronté à un spectateur d'origine arabe prénommé Mohamed, s'écrie « Courez monsieur, courez! », en ciblant une autre personne dans l'assistance. « Les Arabes, toute "une gang" de terroristes barbus! C'est pas vrai, ils ne sont pas tous barbus! », lance pour sa part Christopher Hall lors d'un numéro présenté au *Show raisonnable* en 2007. L'animateur du spectacle, Rachid Badouri ouvre d'ailleurs la soirée en demandant s'il y a des Arabes dans la salle. « Toujours en haut », ajoute-t-il en visant les gens assis aux balcons, « parce qu'en bas, ils fouillent! » De son côté, Mariana Mazza en rajoute lorsqu'elle affirme que sa mère d'origine libanaise ne peut pas être déportée du Canada puisqu'« ils prennent trop de risques si elle prend l'avion! ».

Ces stéréotypes à propos de la communauté arabo-musulmane sont parfois dénoncés et remis en perspective par un procédé mariant humour et pédagogie. C'est cette façon de faire qui caractérise les capsules humoristiques de Louis T. Par exemple, dans une vidéo portant sur le terrorisme, cet humoriste cherche à démonter l'argument du chroniqueur d'un quotidien québécois, Richard Martineau⁸, lequel, citant des observateurs de confession

8. On peut entendre ses propos à l'adresse suivante: <https://sortonslespoubelles.com/refugies-syriens-la-grande-desinformation-12/>. Consulté le 21 décembre 2020.

musulmane, affirmait en 2015 que « tous les musulmans ne sont pas terroristes, mais tous les terroristes sont musulmans⁹ ». S'appuyant sur un rapport d'Europol, Louis T affirme que c'est plutôt une minorité, 2 % précise-t-il, des actes terroristes perpétrés en Europe qui procèdent de motifs religieux.

Par ailleurs, une quinzaine d'extraits font référence au voile islamique sous toutes ses formes, notamment le niqab et la burqa. Il en est d'ailleurs abondamment question dans les extraits de l'émission *Infoman* diffusés sur YouTube. À titre d'exemple, le segment de l'émission intitulé « Bernard vous écoute », en référence à la commission parlementaire portant sur le projet de charte du PQ instigué par le ministre responsable des Institutions démocratiques et de la Participation citoyenne à l'époque, Bernard Drainville, met en scène des intervenant-e-s issu-e-s de la population. Ces personnes soumettent alors leurs préoccupations entourant le port du voile, tantôt en affirmant que « le voile est un symbole sexuel plutôt que religieux », tantôt en précisant que l'on ne verra « pas un homme, un enseignant, arriver avec son voile ». Le voile est d'ailleurs au cœur d'un autre extrait de l'émission *Infoman*, où l'animateur Jean-René Dufort et son chroniqueur MC Gilles « défient » les interdits de la charte proposée par le PQ en revêtant un hijab.

Une des critiques humoristiques les plus sévères à l'égard du voile provient cependant de Nabila Ben Youssef. C'est ainsi que, dans un numéro où elle traite d'une conversation avec une amie musulmane prénommée Manon, l'humoriste met en doute le libre choix des femmes dans le port du voile islamique.

Quand j'ai demandé si c'est son ami saoudien qui l'a obligée à porter le voile, elle m'a répondu : « Bien non voyons, c'est mon choix ! C'est un geste de soumission à Allah. »

J'ai dit : Manon, t'es pas seulement tombée en amour hein, t'es tombée sur la tête aussi ! »

Manon m'a expliqué qu'elle n'en pouvait plus de l'hypersexualisation [...] Alors elle préfère être voilée que trop dévoilée ! Mais, ça revient au même non ? C'est de la soumission pareil. Pour elle c'est le dictat d'Allah et pour les autres c'est le dictat de la mode. Lapidez-moi si je me trompe !

À nouveau, l'importante présence de la question du voile islamique dans les vidéos humoristiques en ligne démontre que le sujet demeure préoccupant. À tort ou à raison, on l'associe dans bien des cas à des gestes de soumission ou, à tout le moins, à une diminution des libertés chez les femmes.

Enfin, sept humoristes mentionnent le terme « barbu » pour désigner les membres de la communauté arabo-musulmane. C'est le cas de Sugar Sammy lorsque, pointant un homme dans l'assistance pendant un spectacle, il

9. Louis T cite ici les propos tenus par Richard Martineau dans une de ses chroniques. On peut regarder la vidéo sur le site : <https://www.facebook.com/watch/?v=915985251783550>. Consulté le 6 janvier 2021.

affirme avoir deviné qu'il s'agissait d'un Arabe en raison de sa barbe. Pour sa part, c'est de nouveau à travers la critique et la dénonciation, à l'égard du gouvernement tunisien cette fois, que Nabila Ben Youssef fait usage de stéréotypes : « Pour la première fois de l'histoire en Tunisie qu'on vote à des élections libres et démocratiques, on a élu "une gang" de conards barbus rétrogrades. Ça, c'est comme des conservateurs, mais avec des barbes. » De toute évidence, l'humoriste en profite pour faire un parallèle avec la politique canadienne et québécoise, marquée à l'époque par la présence du Parti conservateur à la tête du gouvernement fédéral. En outre, l'association entre communauté arabo-musulmane et terrorisme demeure présente pour ce qui est de la référence à la barbe, comme en témoignent les propos de Cathy Gauthier. Sous les traits de sa mère inquiète de la voir quitter l'Abitibi pour Montréal, elle s'écrie : « C'est "ben" plein de barbus qui cachent des machettes dans leur turban ! »

Considérant la place importante que les humoristes et les artisans de l'humour réservent à la communauté arabo-musulmane, il semble que cette communauté fasse l'objet d'une stigmatisation. Dans la majorité des cas, cette stigmatisation dissimule évidemment un second degré. On souligne à grand trait cette relation entre Arabe, musulman et terrorisme pour en dénoncer la persistance. Cependant, sans égard au sens à donner et à l'efficacité potentielle du procédé humoristique, il n'en demeure pas moins que le portrait que l'on trace d'une communauté spécifique, à savoir les Arabo-musulmans, correspond aux stéréotypes fréquemment véhiculés dans l'espace public, à travers les médias en particulier.

Enfin, mis à part un ou deux humoristes, peu de personnalités publiques connues et reconnues font usage d'un discours radical. Par exemple, le numéro de Peter MacLeod portant sur les accommodements raisonnables et l'intégrisme religieux, islamique en particulier, comporte des propos tranchants et généralisants envers certaines minorités. Il évoque d'ailleurs un « nous » plutôt exclusif se référant à « nos » traditions. Ce sont toutefois des personnes issues du public en général, souvent citées dans des contenus humoristiques, qui adoptent un discours qui frôle le racisme, la xénophobie et l'islamophobie. On peut à cet égard citer les propos d'un intervenant de la commission Bouchard-Taylor entendus dans l'extrait de l'émission *Infoman* : « J'ai vécu parmi les musulmans, je les ai endurés, et là je m'aperçois que je suis obligé d'endurer encore ! » C'est dans ce même épisode qu'un autre intervenant déclare : « Sacre ton camp et n'oublie pas de ramasser tes guenilles et tes ordures avec toi ! » On ignore toutefois dans quel contexte à quel groupe précisément cette dernière affirmation s'adresse.

Stéréotypes linguistiques – Outre les dimensions ethnique et religieuse, la langue demeure un aspect identitaire maintes fois abordé par les humoristes. Plus d'une trentaine des extraits analysés proposent des stéréotypes linguis-

tiques, à commencer par ceux qui mettent en évidence les expressions et l'accent québécois. À ce propos, le recours fréquent au sacre¹⁰ constitue sans doute le stéréotype langagier le plus courant des humoristes, qu'ils proviennent du groupe minoritaire ou majoritaire. C'est notamment le cas du numéro de Richardson Zéphir, lequel lance un vibrant « tabarnak » à son arrivée sur scène. Dans ce cas, on insiste sur le sacre afin d'en souligner le stéréotype. D'autres humoristes, cependant, notamment Reda Saoui, Mariana Mazza, Mike Ward et Adib Alkhalidey, font une utilisation du sacre, disons plus naturelle et parfois fréquente. Ainsi, au-delà de l'usage d'un stéréotype linguistique largement répandu, le fréquent recours à ce procédé accorde un espace important au sacre comme marqueur de l'identité québécoise.

On constate par ailleurs que la caricature de l'accent québécois est souvent accompagnée d'un changement d'attitude, voire de personnalité dans le jeu de l'humoriste. Par exemple, dans un numéro portant sur la fibre souverainiste de son personnage, Anas Hassouna prend un ton grave et change littéralement de personnalité pour témoigner de sa volonté indépendantiste. « Moi j'veux pas que le Québec devienne un pays, j'veux que le Québec devienne une planète! », s'exclame-t-il. Dans cette vidéo, l'humoriste tourne en dérision à la fois l'accent, le ton et l'attitude politique du Québécois indépendantiste. On peut enfin parler de la vidéo de la youtubeuse française d'origine québécoise Ina Mihalache, qui, dans une de ses capsules « Solange te parle », propose un cours en accéléré du bien parler et comprendre le québécois. S'adressant essentiellement à un auditoire français, elle compare de façon humoristique le parler français québécois et celui de la France. Elle affirme ainsi: « le Québécois n'a pas envie que vous essayiez de l'imiter [...], mais il peut être touché d'un effort de votre part comme dans tout autre pays étranger ».

Il semble d'ailleurs que cette comparaison France–Québec, notamment sur des bases linguistiques, soit effectuée par quelques humoristes. On peut prendre pour exemple Eddy King et Jeremy Demay qui parlent de leur « accent de merde » lorsqu'ils traitent des traits français de leur langage. C'est également le cas de Laurent Paquin qui, dans un spectacle axé sur la thématique France–Québec, invite justement les Français à cesser d'imiter les Québécois: « Arrêtez de vous faire croire que vous êtes capables de faire l'accent québécois, vous l'avez pas! » Encore une fois, on met en lumière les nombreux stéréotypes entourant l'accent français. À ce propos, Demay utilise l'autodérision, soulignant le « manque de virilité » de l'accent français, un trait de l'identité linguistique française également soulevé par King et Paquin.

10. Le recours au sacre signifie l'utilisation de termes considérés comme sacrés au sein de l'Église catholique à des fins injurieuses ou pour exprimer un étonnement ou une colère. Il est fréquent au Québec d'utiliser dans de tels contextes des termes religieux comme « calice », « ciboire » ou « tabernacle ».

Plusieurs autres accents sont par ailleurs caricaturés. Les accents africain et haïtien, par exemple, font l'objet de bon nombre de stéréotypes. On caricature dans ces cas une certaine forme de prononciation, notamment en omettant les « r » ou en les remplaçant par un « w » pour illustrer le « parler noir ». Les humoristes Eddy King, Richardson Zéphir ou Alex Pépin, tous trois faisant partie de la communauté noire, adoptent ou exagèrent parfois cet accent afin de dénoncer la ténacité de ces stéréotypes linguistiques. On peut enfin noter les stéréotypes à l'égard de la langue arabe, « inventée par une indigestion » comme l'affirme Roman Frayssinet, ou l'accent latin manquant également de virilité tel qu'en fait mention à la blague l'humoriste Sugar Sammy.

Stéréotypes sur l'identité québécoise – Qu'est-ce qu'être Québécois ? Les réponses varient bien sûr en fonction des discours. L'humoriste Guy Nantel propose une définition somme toute relativement complexe et inclusive : « Ce qu'on est, c'est pas compliqué. On est Québécois francophones, partiellement anglophones, multiethniques, semi-laïcs, multiconfessionnels, croyants, non pratiquants. Me semble que c'est pas compliqué ça ! » On peut ici remarquer le caractère flou et parfois ambigu de l'identité québécoise aussi omniprésent dans le discours populaire. En réponse à une jeune femme interviewée lors d'un « vox pop » au sujet du port de signes ostensibles en public, Nantel lance : « Vous ne connaissez pas le mot ostentatoire [...] mais vous êtes pour ! Ça, c'est très Québécois ! » De toute évidence, on peut dire que Nantel propose lui aussi un certain nombre de stéréotypes entourant l'identité québécoise. Par exemple, soulignant l'importance pour les personnes immigrées de s'intégrer à la population d'accueil, il propose la nuance suivante : « Je ne leur demande pas [...] de se promener avec une ceinture fléchée, de taper des mains quand leur avion atterrit ! » Nantel évoque ici une image folklorique de l'identité québécoise. L'humoriste Nabila Ben Youssef y fait aussi mention quand elle affirme être si intégrée au Québec qu'elle a appris « à danser l'arabe sur le folklore québécois ».

Cette image à la fois folklorique et imprécise de l'identité québécoise est également relevée par Bensimhon Neev. De fait, prenant les traits du personnage mythique d'Elvis Gratton, l'humoriste répond à son propre questionnement identitaire : « J'oublie pas qui je suis. Comment je pourrais vous expliquer ? Je suis un Canadien marocain d'Amérique du Nord, un habitant “americano-colon” de souche, francophone, d'expression française, française ! Qui parle le bilingue puis l'allophone ! Je suis un Canadien français du Québec. Ah ben “tabarnak”... je suis un Québécois ! »

Stéréotypes : la dichotomie Montréal et régions – Si l'on s'attarde uniquement aux documents qui tournent autour du débat sur les accommodements raisonnables, il semble qu'à certains égards la population québécoise et ses

traits identitaires sont passablement caricaturés. Ce sont sans doute les extraits de l'émission *Infoman* qui illustrent le mieux ce phénomène. De fait, les audiences publiques de la commission Bouchard-Taylor sur les pratiques d'accommodements raisonnables sont dépeintes comme un exercice trivial, mettant en scène des intervenant-e-s aux propos tantôt incohérents, tantôt non pertinents. L'animateur Jean-René Dufort décrit ainsi la commission : « Le principe de la commission est simple, une madame vous tend le micro, et vous chiaziez deux minutes! » *Infoman* ajoute aux extraits de la commission une trame musicale aux allures folkloriques et une facture visuelle qui rappelle le Québec des années 1940 ou 1950. L'extrait mettant en scène Dufort vêtu d'une burqa et se promenant dans les rues du petit village d'Hérouxville vient certainement ajouter au stéréotype des ruraux réfractaires ou, du moins, plus craintifs envers l'immigration que les citadins. « Je l'savais que ça arriverait! », peut-on entendre de la bouche d'un résident de la petite municipalité voyant Dufort en burqa passer devant sa résidence. C'est sans doute là une constante de bon nombre des documents vidéo analysés, à savoir la dichotomie entre les régions du Québec et la ville centre, Montréal.

D'autres humoristes mettent ainsi de l'avant la dichotomie région-Montréal. On peut à ce sujet souligner encore une fois un extrait du *Bye Bye 2007* de RBO intitulé « Hérouxville, la tite ville intolérante », dans lequel les résident-e-s de cette ville apparaissent comme de véritables ermites réfractaires à la diversité et à la différence. Ce sont par ailleurs à nouveau les communautés arabo-musulmanes qui font les frais de ces ruraux visiblement réactionnaires et sortis d'une autre époque. Cette dualité entre la région et la grande ville est aussi omniprésente dans le discours humoristique de Sugar Sammy, notamment dans un extrait de spectacle présenté à Alma. Ciblant un spectateur d'origine martiniquaise, Sammy prend le rôle d'un résident de la localité issu de la majorité blanche en s'écriant : « Le connaissez-vous? Qui a laissé ça rentrer? On n'a jamais vu ça nous autres! Appelle le shérif! [...] Une ethnie par week-end! »

Il en ressort une impression de retour en arrière et un portrait somme toute assez peu flatteur de la capacité d'accueil des habitants des régions de la province. Cela devient particulièrement évident en regard de l'extrait du témoignage de la famille Pineault-Caron à la commission parlementaire sur le projet de charte du PQ d'abord diffusé à l'émission *Infoman* et repris sur la chaîne YouTube du blogueur Mathieu Charlebois¹¹. Le témoignage de la

11. Il s'agit du témoignage de la famille Pineault-Caron dans le cadre de la commission parlementaire de 2012 sur le projet de loi 60 du PQ, qui a été en partie diffusé sur YouTube et visionné plus de 500 000 fois. Un des extraits disponibles en ligne, intitulé, « La famille Pineault-Caron raconte ses voyages en musulmanie », témoigne par ailleurs d'une volonté du diffuseur de mettre de l'avant la dérision dans le traitement de cette vidéo. Disponible sur Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=RhFfkxTrkbw>. Consulté le 6 janvier 2021.

famille, bien que présenté dans un contexte sérieux et offert de bonne foi, tend à offrir une image plutôt négative de la dimension régionale du Québec. On peut alors se dire : « Ces habitants voyagent peu, semblent peu cultivés et sont remplis de préjugés envers les personnes issues d'autres cultures, les Arabo-musulmans en l'occurrence. » Mais une autre forme de stigmatisation, évoquée d'ailleurs par Charlebois sur la page Web de la vidéo, semble se manifester : celle de la famille Pineault-Caron elle-même et, plus largement, des familles québécoises issues de la majorité. Évidemment, c'est le propre de la caricature : grossir les traits, généraliser et mettre en évidence les travers ou les référents considérés partagés par un grand nombre d'individus. Il ne s'agit pas, faut-il le répéter, d'offrir un jugement moral sur les blagues ou sur les propos des humoristes. Cependant, dans la mesure où l'on considère les portées politique et sociale du discours humoristique, on doit tenir compte du contenu de ce discours et de la direction qu'il peut prendre.

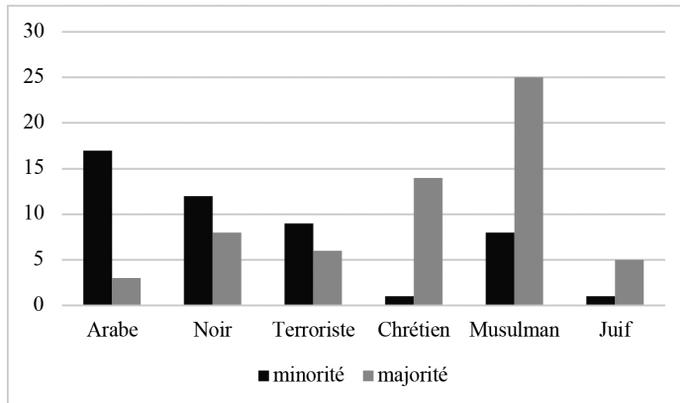
Comparaison entre groupes minoritaire et majoritaire

On remarque par ailleurs que la concentration des mentions à certaines communautés ainsi qu'à certains stéréotypes fluctue selon que l'on appartient au groupe majoritaire ou au groupe minoritaire (voir graphique 4).

GRAPHIQUE 4

Groupes mentionnés par minorité et majorité

(par nombre de vidéos)



En ce sens, on constate que des 20 discours humoristiques ciblant la communauté arabe, 17 proviennent de la minorité non blanche. Ce n'est pas la seule catégorie à être dominée par le groupe minoritaire. On fait le même constat, dans des proportions moindres toutefois, en ce qui concerne les propos à l'égard des communautés noires et ceux faisant l'amalgame terrorisme et islam. La situation s'inverse lorsqu'il s'agit de cibler des groupes

religieux. On observe en effet qu'une forte proportion des discours humoristiques issus de la majorité traitent des trois principales religions ciblées dans les vidéos, à savoir les musulmans, les chrétiens et les juifs. Par exemple, les humoristes issus de la majorité semblent plus disposés, dans 25 sur 33 extraits, à blaguer à propos de la communauté musulmane. Les ratios sont sensiblement les mêmes pour les deux autres communautés religieuses mentionnées dans le graphique 4.

Sans pouvoir tirer de grandes conclusions de ces observations, celles-ci soulèvent tout de même quelques pistes de réflexion sur les sujets abordés par les humoristes en fonction de leur groupe d'appartenance. Premièrement, les humoristes issus de la minorité font davantage allusion à des clichés et à des stéréotypes liés à la race ou à l'ethnicité. Cela apparaît tout à fait cohérent avec ce que l'on trouve dans la littérature, c'est-à-dire une certaine forme d'autodérision et une volonté de témoigner de sa différence et de souligner les stéréotypes auxquels ces humoristes issus de la minorité non blanche font face. Deuxièmement, les blagues visant les communautés religieuses sont plus présentes à l'intérieur des discours humoristiques provenant de la majorité. Si cette même majorité demeure tout à fait à l'aise de rire du catholicisme ou du christianisme, elle cible de façon toute particulière et dans une proportion nettement plus élevée la communauté musulmane. Cette observation semble également logique dans la mesure où, comme précédemment souligné, le contexte post-septembre 2001 a propulsé à l'avant-scène le terrorisme islamique. Ce stéréotype devient alors un référent évident et efficace pour bon nombre d'humoristes québécois. À l'évidence, la communauté arabo-musulmane représente une cible de choix pour une majorité d'humoristes, qu'ils proviennent du groupe majoritaire ou du groupe minoritaire.

Conclusion

L'objectif général de cette recherche consistait à déterminer comment, dans les discours humoristiques, on parle des enjeux identitaires au Québec. Trois questions spécifiques visant à répondre à l'objectif général de la recherche ont formé les trois principales catégories de la grille d'analyse. La première concernait les groupes d'individus ou les communautés ciblés. À ce sujet, si l'on évoque un large éventail de nationalités et de groupes ethniques, certaines communautés sont ciblées de façon plus claire et sans équivoque, les communautés arabe et noire tout particulièrement. Sur le plan religieux, la communauté musulmane, avec plus de 30 extraits, et les chrétiens, avec 15 vidéos, sont clairement les plus visés. Ainsi, lorsque l'on combine la dimension ethnique ou culturelle et la dimension religieuse, la communauté arabo-musulmane fait l'objet d'une attention particulière. Il s'agit sans doute d'un des éléments les plus saillants de la présente étude.

En ce qui concerne la seconde question au sujet des stéréotypes véhiculés, à la lumière des résultats obtenus, on peut conclure, d'une part, que de façon générale les discours humoristiques demeurent somme toute dans le cadre de la caricature. On trouve fort peu de propos à tendance clairement radicale frisant le racisme ou la xénophobie. D'autre part, on remarque que plusieurs stéréotypes ethniques, culturels et religieux sont persistants, tenaces. Encore une fois, les musulmans font l'objet de plusieurs railleries et moqueries, notamment en ce qui a trait à la relation entre islam et terrorisme, alors que 15 des 76 extraits analysés, soit près de 20 %, font cet amalgame. En s'appuyant sur la littérature, on peut certes prétendre que le contexte suivant les attentats de septembre 2001 joue un rôle, mais aussi la volonté plus ou moins consciente de diminuer les tensions ou certaines craintes liées aux stéréotypes du terrorisme islamiste. Plusieurs stéréotypes linguistiques sont par ailleurs évoqués. On peut penser à l'accent africain ou haïtien que l'on caricature à maintes reprises ou à l'accent français ou latino que l'on associe souvent à un manque de virilité. Toutefois, la fameuse dualité anglophone–francophone n'est que peu évoquée, de même que le caractère « menacé » de la langue française au Québec. Ce sont encore une fois plus les questions de nature ethnique, culturelle, qui semblent préoccupantes. L'accent québécois, l'usage du sacré et, plus largement, la langue québécoise comme traits identitaires des Québécois·e·s semblent également faire consensus. La question du territoire est en outre abordée en opposant fréquemment la métropole, Montréal, aux autres régions du Québec. Dans ce cas, les stéréotypes décrivent des régions québécoises plus réfractaires, même parfois craintives face à la diversité ethnique et religieuse.

La troisième question avait pour but d'observer la divergence entre les groupes et communautés ciblés et les principales préoccupations soulevées selon que l'on soit issu de la minorité ou de la majorité. À ce chapitre, on constate deux différences majeures. Les blagues concernant les dimensions ethniques ou raciales sont davantage servies par les humoristes issus de la minorité. En revanche, les références aux aspects religieux, les stéréotypes envers la communauté musulmane tout particulièrement, s'avèrent plus largement évoqués par le groupe majoritaire. Comme mentionné en introduction, cette étude ne permet pas de témoigner des effets engendrés par ces discours humoristiques. Sur le plan de la stigmatisation cependant, en s'appuyant sur la littérature, on peut croire que les nombreuses références à la communauté arabo-musulmane relevées dans cette analyse, si elles peuvent établir des ponts, risquent également d'alimenter certains stéréotypes et peut-être même quelques préjugés à leur égard. Le second degré souvent évoqué par les humoristes et les artisans de l'humour pourrait ainsi, à l'image de la « vidéo malaise » de Diana Mutz et Biron Reeves (2005), engendrer un « humour malaise ».

Bibliographie

- Aird, Robert. 2004. *Histoire de l'humour au Québec de 1945 à nos jours*. Montréal: VLB éditeur.
- Aird, Robert. 2010. *Histoire politique du comique au Québec*. Montréal: VLB Éditeur.
- Balthazar, Louis. 2013. *Nouveau bilan du nationalisme au Québec*. Montréal: VLB éditeur.
- Boskin, Joseph. 1990. « American Political Humor: Touchables and Taboos. » *International Political Science Review / Revue internationale de science politique* 11 (4): 473-482.
- Brouard, François. 2017. *Liste du corpus d'étude de prestations d'humour francophone au Québec*. Observatoire de l'humour. <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/NoteOHCORPUSprestationsHumourQCFB20170227.pdf>. Consulté le 27 juillet 2017.
- Brouard, François et Christelle Paré. 2015. *Profil et écosystème de l'industrie de l'humour francophone au Québec*. Ottawa, Université Carleton – Centre Sprott pour les entreprises sociales. <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/RapportProfilIndustriehumourQuebec201501.pdf>. Consulté le 21 décembre 2020.
- CEFRIO (Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations). 2015. *L'état du Québec numérique en 2015: des Québécois très branchés, mobiles et actifs sur les réseaux sociaux*. https://www.colloquium.ca/wp-content/uploads/2015/05/GUILLAUME-DUCHARMEQc_numerique_CEFRIO_PRSQ_FINAL.pdf. Consulté le 21 décembre 2020.
- Charaudeau, Patrick. 2013. « De l'ironie à l'absurde et des catégories aux effets. » Dans *Frontières de l'humour*. Sous la direction de María Dolores Vivero García, 14-27. Paris: L'Harmattan.
- Chaurand, Nadine. 2013. « Stéréotypisation: catégorisation sociale. » Dans *Dictionnaire historique et critique du racisme*. Sous la direction de Pierre-André Taguieff. Paris: Presses universitaires de France. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00966930/document>. Consulté le 6 janvier 2021.
- Cotte, Jérôme. 2012. « Humour et émancipation. » *Relations* (761): 13-16.
- Dalibert, Marion. 2018. « Les masculinités ethnoracialisées des rappeur-se-s dans la presse. » *Mouvements* 4 (96): 22-28.
- David, Michel. 2018. « La question de l'urne. » *Le Devoir*, 11 septembre 2018. <https://www.ledevoir.com/opinion/chroniques/536476/la-question-de-l-urne>. Consulté le 2 novembre 2018.
- Demczuk, Irène. 1998. *Des Droits à reconnaître, les lesbiennes face à la discrimination*. Montréal: Remue-ménage.
- Devars, Thierry. 2011. « Pour une poétique de l'audiovisuel: l'impensé de la culture audiovisuelle. Le cas des vidéos politiques. » *Communication & langages* (167): 123-139.
- Dufort, Julie. 2016. « Le développement du champ des études sur l'humour en sciences sociales. » Dans *Humour et politique: De la connivence à la désillusion*. Sous la direction de Julie Dufort et Lawrence Olivier, 1-35. Québec: Presses de l'Université Laval.
- Dufort Julie. 2018. *Prendre l'humour au sérieux: une étude des controverses dans le stand-up états-unien de 1960 à 2017*. Thèse de doctorat en science politique, Université du Québec à Montréal.
- Dumont, Fernand. 1993. *Genèse de la société québécoise*. Montréal: Boréal.

- English, Kristin, Kaye D. Sweetser et Monica Ancu. 2011. « YouTube-ification of Political Talk : An Examination of Persuasion Appeals in Viral Video. » *American Behavioral Scientist* 55 (6) : 733-748.
- ÉNH (École nationale de l'humour). 2018. *Diplômés*. <http://www.enh.qc.ca/a-propos/diplomes/#results>. Consulté le 24 octobre 2018.
- Fortier, Claude. 2013. « La fréquentation des arts de la scène en 2012. » *Optique culture* 28 : 1-20.
- Gilliam, Franklin D., Jr. et Shanto Iyengar. 2000. « Prime Suspects: The Influence of Local Television News on the Viewing Public. » *American Journal of Political Science* 44 (3) : 560-573.
- Goody, Jack. 1979. *La raison graphique, la domestication de la pensée sauvage*. Paris : Minuit.
- ISARTA 2018. *Quel usage les Québécois font-ils des médias sociaux en 2018 ?* <https://isarta.com/infos/spectaculaire-augmentation-de-lusage-des-medias-sociaux-chez-les-quebecois-selon-le-cefrio/>. Consulté le 21 décembre 2020.
- ISQ (Institut de la statistique du Québec). 2018. *Palmarès des spectacles payants en arts de la scène les plus fréquentés*. Ottawa : Statiques Canada. <https://statistique.quebec.ca/fr/document/palmares-des-spectacles-payants-en-arts-de-la-scene-les-plus-frequentes-quebec/tableau/palmares-des-spectacles-payants-en-arts-de-la-scene-les-plus-frequentes-quebec#annee=2018>. Consulté le 24 octobre 2018.
- Iyengar, Shanto et Donald R. Kinder. 2010. *News that Matters: Television and American Opinion*. Chicago : University of Chicago Press.
- Jacobs-Huey, Lanita. 2008. « "The Arab is the New Nigger" : African American Comics Confront the Irony and Tragedy of September 11. » *Transforming Anthropology* 14 (1) : 60-64.
- Jérôme, Laurent. 2010. « Les rires du rituel : humour, jeux et guérison chez les Atikamekw. » *Anthropologica* 52 (1) : 89-101.
- Joubert, Lucie. 2014. « Les groupes de filles comiques au Québec : filiation en folies. » *Cahiers de l'IREF* (Institut de recherches et d'études féministes) (6) : 17-28.
- Kutz-Flamenbaum, Rachel V. 2014. « Humor and Social Movements. » *Sociology Compass* 3 (8) : 294-304.
- Kymlicka, Will. 2001. *La citoyenneté multiculturelle*. Montréal : Boréal.
- Le Monde*. 2006. « Google rachète Youtube et devient ainsi le leader de la vidéo sur Internet. » *Le Monde*, 10 octobre 2006. https://www.lemonde.fr/technologies/article/2006/10/10/google-rachete-youtube-et-devient-le-leader-de-la-video-sur-internet_821697_651865.html. Consulté le 14 juin 2018.
- Légal, Jean-Baptiste et Sylvain Delouée. 2015. *Stéréotypes, préjugés et discrimination*. Paris : Dunod.
- Lockyer, Suzanne et Michael Pickering. 2019. « You Must Be Joking : The Sociological Critique of Humour and Comic Media. » *Sociology Compass* 2 (3) : 808-820.
- Macé, Éric. 2013. « La fiction télévisuelle française au miroir de *The Wire* : Monstration des minorités, évitement des ethnicités. » *Réseaux* 5 (181) : 179-204.
- Mace, Gordon et François Pétry. 2017. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Maclure, Jocelyn. 1998. « Authenticités québécoises. Le Québec et la fragmentation contemporaine de l'identité. » *Globe* 1 (1) : 2-21.
- Mazalto, Marie. 1994. *L'humour comme facteur d'identité collective : le cas du Québec*. Mémoire de maîtrise en sociologie, Université du Québec à Montréal.

- McCombs, Maxwell E. et Donald L. Shaw. 1972. « The Agenda-setting Function of Mass Media. » *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176-187.
- Meyer, John. C. 2000. « Humor as a Double-edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. » *Communication Theory* 10 (3): 310-331.
- Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion. 2016. *Recueil de statistiques sur l'immigration et la diversité au Québec*. Québec: Gouvernement du Québec Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion.
- Mutz, Diana et Byron Reeves. 2005. « The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust. » *American Political Science Review* 99 (1): 1-15.
- Olivier, Lawrence. 2016. « Humour et politique: jeux de langage et procédés rhétoriques. » Dans *Humour et politique: De la connivence à la désillusion*. Sous la direction de Julie Dufort et Lawrence Olivier, 215-242. Québec: Presses de l'Université Laval.
- Quemener, Nelly. 2009. « Performativité de l'humour: enjeux méthodologiques et théoriques de l'analyse des sketches dans les talk-shows. » *Questions de communication* (16). <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/364>. Consulté le 19 décembre 2019.
- Quemener, Nelly. 2013. « Stand-up! L'humour des minorités dans les médias en France. » *Terrain: Revue d'ethnologie de l'Europe* 61: 66-83.
- Roussel, Clémentine. 2014. *Le regard des humoristes montréalais immigrants sur leur pratique artistique et leur environnement social*. Mémoire de maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal.
- Roy, Martin. 2016. « L'humour: un mauvais sujet politique. » Dans *Humour et politique: De la connivence à la désillusion*. Sous la direction de Julie Dufort et Lawrence Olivier, 243-269. Québec: Presses de l'Université Laval.
- Salée, Daniel. 2010. « Penser l'aménagement de la diversité ethnoculturelle au Québec: mythes, limites et possibles de l'interculturalisme. » *Politique et Sociétés* 29 (1): 145-180.
- Statistique Canada. 2008. *Minorité visible*. Ottawa: Statistique Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/81-004-x/def/4068739-fra.htm>. Consulté le 22 novembre 2018.
- Statistique Canada. 2011. *Effectif et proportion de la population ayant déclaré le français selon la caractéristique linguistique, Québec, 2006 et 2011*. Ottawa: Statistique Canada. https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/as-sa/98-314-x/2011003/tbl/tbl3_1-2-fra.cfm. Consulté le 15 avril 2019.
- Tajfel, Henri. 1974. « Social Identity and Intergroup Behaviour. » *International Social Science Council* 13 (2): 65-93.
- Taylor, Charles. 1997. *Multiculturalisme, différence et démocratie*. Montréal: Flammarion.
- Weaver, Simon. 2011. « Jokes, Rhetoric and Embodied Racism: A Rhetorical Discourse Analysis of the Logics of Racist Jokes on the Internet. » *Ethnicities* 11 (4): 413-435.
- Young, Iris Marion. 1989. « Polity and Group Difference: A Critique of the Ideal of Universal Citizenship. » *Ethics* 99 (2): 250-274.
- Ziv, Avner. 2010. « The Social Function of Humor in Interpersonal Relationships. » *Society* 47 (1): 11-18.

ANNEXE 1

Corpus des vidéos sur YouTube

Humoristes (extraits de numéros et spectacles)

1. Alkhalidey, Adib

1. <https://www.Youtube.com/watch?v=xQKiEa5um7s>: 107 466 vues – 31 mars 2017
2. <https://www.Youtube.com/watch?v=cCIckxWvjQE&t=41s>: 195 269 vues – 1^{er} mars 2012
3. <https://www.Youtube.com/watch?v=QxBWFzIhPOI>: 11 593 vues – 14 octobre 2015
4. https://www.Youtube.com/watch?v=ssbcO1sPj_c: 111 622 vues – 17 février 2015

2. Pause Kahwa (Adib Alkhalidey, Mehdi Bousaidan, Anas Hassouna, Roman Frayssinet)

5. <https://www.Youtube.com/watch?v=HJ7SUMvxSDw>: 40 407 vues – 10 avril 2016

3. Badouri, Rachid

6. https://www.Youtube.com/watch?v=K__AekAxkRE: 33 653 vues – 27 juillet 2018
7. <https://www.Youtube.com/watch?v=FnVHM2YE7nI>: 20 456 vues – 23 juillet 2018
8. <https://www.Youtube.com/watch?v=iNPWIUP7SPk>: 408 354 vues – 16 février 2017

4. Ben Youssef, Nabila

9. <https://www.Youtube.com/watch?v=Ywrclo3rsAk>: 79 499 vues – 21 septembre 2013
10. https://youtu.be/_Ps2dCZ9AZQ: 275 882 vues – 15 septembre 2013
11. https://www.Youtube.com/watch?v=2Woc_2XRPLM: 37 634 vues – 29 juillet 2013

5. Demay, Jérémy

12. https://www.Youtube.com/watch?v=eTIAwa_o5BQ: 32 641 vues – 27 novembre 2015

6. Diouf, Boucar

13. <https://www.Youtube.com/watch?v=XKrfednMmdg>: 38 465 vues – 15 septembre 2017

7. Divers (Le show raisonnable)

14. <https://www.Youtube.com/watch?v=WGJ9KI7Smco>: 131 622 vues – 7 décembre 2007

8. Dubé, Fred

15. <https://www.Youtube.com/watch?v=8S2Dxzl2JY8>: 3008 vues – 19 août 2017
16. <https://www.Youtube.com/watch?v=FTm85nTQVsA>: 3545 vues – 8 octobre 2014

9. Dubosc, Franck et Rousseau, Stéphane

17. <https://www.Youtube.com/watch?v=8yoow-Bgt60>: 208 898 vues – 13 mai 2008

10. Frayssinet, Roman

18. <https://www.Youtube.com/watch?v=gHQ6br990og>: 286 344 vues – 11 octobre 2017

11. Gauthier, Cathy

19. <https://www.Youtube.com/watch?v=oL3aAs0XtDw>: 144 474 vues – 24 janvier 2010

12. Hassouna, Anas

20. <https://www.Youtube.com/watch?v=Up6fVo3micg>: 5982 vues – 3 juillet 2017
21. <https://www.Youtube.com/watch?v=siMPnYwVhJw>: 104 202 vues – 5 juillet 2017
22. <https://www.Youtube.com/watch?v=HzFaQDAX9ac>: 9464 vues – 10 juillet 2017

13. Jean, Mario

23. <https://www.Youtube.com/watch?v=emQqEktnval>: 20 370 vues – 2 juin 2013

14. Kavanagh, Anthony

24. <https://www.Youtube.com/watch?v=JlL4pmR-acE>: 118 772 vues – 6 octobre 2017

15. King, Eddy

25. <https://www.Youtube.com/watch?v=6GwXlPBLT5U>: 53 067 vues – 24 août 2015
26. <https://www.Youtube.com/watch?v=p19Nn8882I0>: 25 409 vues – 4 août 2017
27. <https://www.Youtube.com/watch?v=oJKTU58SB4E>: 508 vues – 13 octobre 2016

16. Louis T

28. https://www.Youtube.com/watch?v=f0vAM5_WiyQ&t=162s&list=PL7GSvd9nSf0hnqtcwto8Sq2s21WZcCMJ&index=25: 4356 vues – 13 mars 2017
29. <https://www.Youtube.com/watch?v=-QQ1Xz0Xdhc>: 3940 vues – 13 mars 2017

17. MacLeod, Peter

30. <https://www.Youtube.com/watch?v=qpu0yUpgW4w>: 276 475 vues – 30 juin 2010

18. Mazza, Mariana

31. <https://www.Youtube.com/watch?v=nSKD5UKI1js>: 443 155 vues – 6 septembre 2013
32. <https://www.Youtube.com/watch?v=mAU12CIX9Io>: 118 313 vues – 24 février 2017

19. Nantel, Guy

33. <https://www.Youtube.com/watch?v=wA6fSSigwpQ>: 50 249 vues – 23 juillet 2017
34. <https://www.Youtube.com/watch?v=xz9WNwHfiDc>: 360 594 vues – 23 octobre 2013

20. Neev, Bensimhon

35. https://www.Youtube.com/watch?v=_vJ2maDChLk: 60 581 vues – 9 mai 2012

21. **Paquet, Dominic**
36. <https://www.Youtube.com/watch?v=oAosqeTTF8E>: 875 355 vues – 5 mai 2010
22. **Paquin, Laurent**
37. <https://www.Youtube.com/watch?v=Zjb97RIGA8U>: 233 265 vues – 4 juin 2017
23. **Pépin, Alex**
38. <https://www.Youtube.com/watch?v=uky02JszK5c>: 25 716 vues – 23 août 2009
24. **Rammal, Rabii**
39. <https://www.Youtube.com/watch?v=PGYNGqlvu6s>: 3308 vues – 27 mars 2016
25. **Rhau, Dorothy**
40. <https://www.Youtube.com/watch?v=GaM7v7qZHJc>: 11 316 vues – 5 août 2010
41. <https://www.Youtube.com/watch?v=z1n63PCYwhQ>: 3900 vues – 11 avril 2014
26. **Rivard, Pierre-Bruno**
42. <https://www.Youtube.com/watch?v=-pHV9CYrlek>: 1447 vues – 1^{er} mai 2015
27. **Sammy, Sugar**
43. <https://www.Youtube.com/watch?v=AMtJvL9efYs>: 1 154 280 vues – 17 décembre
44. https://www.Youtube.com/watch?v=8__lx9wR__vo: 111 092 vues – 19 novembre 2013
45. <https://www.Youtube.com/watch?v=2t7hpwvpiVE>: 161 613 vues – 22 octobre 2015
28. **Saoui, Reda**
46. <https://www.Youtube.com/watch?v=mBwWat9ICTw>: 22 545 vues – 12 juin 2013
47. <https://www.Youtube.com/watch?v=irfKAqgvLxo>: 8983 vues – 21 juin 2017
29. **Vanasse, Christian**
48. <https://www.Youtube.com/watch?v=rIBYp6E5x3Q>: 5711 vues – 18 septembre 2011
30. **Wagner, Guillaume**
49. <https://www.Youtube.com/watch?v=TslsFej57ok>: 461 514 vues – 24 juillet 2010
50. <https://www.Youtube.com/watch?v=ZPYT57ejAIU>: 45 573 vues – 2 septembre 2016
31. **Ward, Mike**
51. <https://www.Youtube.com/watch?v=3F-D3-6kVqI>: 64 146 vues – 15 novembre 2017
32. **Zapartistes, Les**
52. <https://www.Youtube.com/watch?v=ApSx4iVkb1Q>: 19 065 vues – 13 juin 2008
33. **Zéphir, Richardson**
53. <https://www.Youtube.com/watch?v=vheITidTT9E>: 27 947 vues – 12 février 2013

Youtubers

Charlebois, Mathieu (Pineault-Caron)

54. <https://www.Youtube.com/watch?v=RhFfkxTrkbw>: 543 397 vues – 17 janvier 2014

Gouin, Philippe (Riposte laïque)

55. <https://www.Youtube.com/watch?v=Tpe4UKOKR1M>: 76 592 vues – 21 décembre 2009

« Meme » du film « La Chute »

56. <https://www.Youtube.com/watch?v=IiPpbDKjOLA>: 8614 vues – 3 avril 2014

« Meme » d'Elvis Gratton

57. <https://www.Youtube.com/watch?v=HvGETWQVvLM>: 55 614 vues – 25 novembre 2006

Robert Robert

58. <https://www.Youtube.com/watch?v=x-Hnbrma-88>: 487 vues – 21 mars 2014

Solange te parle

59. <https://www.Youtube.com/watch?v=qYm83H5TOMM>: 2 300 845 vues – 16 novembre 2015

Extraits d'émission de télé

Bye Bye

1. <https://www.Youtube.com/watch?v=x2-dmSdvT7U>: 16 171 vues – 15 janvier 2014
2. <https://www.Youtube.com/watch?v=MmIp7c-MatM>: 58 156 vues – 2 mars 2010
3. <https://www.Youtube.com/watch?v=jKRpXNaOYDo>: 3640 vues – 13 janvier 2014

Infoman

4. <https://www.Youtube.com/watch?v=xHHu1aGn2-c>: 47 413 vues – 6 janvier 2008
5. https://www.Youtube.com/watch?v=_ArecT-gdoU: 95 667 vues – 6 janvier 2008
6. <https://www.Youtube.com/watch?v=hnOhIwJhwBQ>: 23 094 vues – 29 novembre 2007
7. <https://www.Youtube.com/watch?v=IZ-p9uVZL3k>: 51 150 vues – 25 octobre 2013
8. <https://www.Youtube.com/watch?v=GVzI3oQlG3s&t=80s>: 6722 vues – 24 janvier 2014
9. <https://www.Youtube.com/watch?v=ipLbJ1aQt3Q>: 5976 vues – 17 janvier 2014
10. <https://www.Youtube.com/watch?v=9aHxzCUc9yQ>: 4244 vues – 31 janvier 2014
11. <https://www.Youtube.com/watch?v=wXadsJWEw0c>: 5344 vues – 24 janvier 2014
12. <https://www.Youtube.com/watch?v=6zn0LUX3L8k>: 15 641 vues – 6 octobre 2013

Louis T (Bazzo.tv)

13. <https://www.Youtube.com/watch?v=ZTzvYhioz-I>: 80 453 vues – 4 décembre 2015

Entrevues télévision

Diouf, Boucar

14. <https://www.Youtube.com/watch?v=mVHboexsAn4>: 29 271 vues – 26 février 2014

Lepage, Guy A.

15. <https://www.Youtube.com/watch?v=sQJmtCKTqOM>: 1043 vues – 20 novembre 2013

Publicités

Pub Charte PQ

16. <https://www.Youtube.com/watch?v=hGSLQ9eDJZM>: 134 966 vues – 9 septembre 2013
17. <https://www.Youtube.com/watch?v=bUbtfVEfNfo>: 89 226 vues – 9 septembre 2013