

Industrie de l'humour et l'après-COVID

Contexte pour l'industrie de l'humour et les arts de la scène

François Brouard, DBA, FCPA, FCA

Christelle Paré, PhD, MA

Avril 2020

La COVID-19 amène une véritable crise dans le monde et dans le secteur culturel. L'industrie de l'humour ne fait pas exception. Dans le contexte d'une pandémie mondiale, le Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH) de la *Sprott School of Business* de l'Université Carleton propose certaines réflexions pour comprendre et mieux rebondir par la suite. Cette note fait partie d'une série de notes de recherche du GRIH sur l'après-COVID-19. Les notes précédentes (GRIH #2020-01NR et GRIH #2020-02NR) portent sur les incertitudes et les nouvelles normalités après la COVID-19, ainsi que la gestion de crise.

La présente note de recherche présente le contexte de la pandémie du COVID-19, en mettant l'accent sur les éléments qui s'appliquent plus particulièrement à l'industrie de l'humour et aux arts de la scène. Il est notamment question des mesures de santé publique, du contexte que ces mesures amènent pour l'industrie de l'humour et du besoin de rire.

Mesures de santé publique

Ferguson *et al.* (2020, p.1) indiquent deux stratégies fondamentales dans la lutte au COVID-19 : l'atténuation et la suppression :

("mitigation, which focuses on slowing but not necessarily stopping epidemic spread – reducing peak healthcare demand while protecting those most at risk of severe disease from infection" and "suppression, which aims to reverse epidemic growth, reducing case numbers to low

levels and maintain that situation indefinitely”). Based on epidemiological modeling, various mitigation interventions “will need to be maintained until a vaccine becomes available (potentially 18 months or more) – given that we predict that transmission will quickly rebound if intervention are relaxed.” (Ferguson *et al.*, 2020, p.2).

Ainsi, une durée de 18 mois et plus est à prévoir pour un vaccin.

En plus de la durée de la crise actuelle du COVID-19 (printemps 2020), une ou plusieurs vagues d’infection subséquentes sont-elles à prévoir? S’il n’y a pas de vaccins disponibles, la période de crise, avec des degrés divers, pourrait durer un certain temps. Cela signifie, entre autres, tel que l’a proposé la *Harvard School of Public Health* (Kissler *et al.*, 2020) le 14 avril 2020, que plusieurs périodes de distanciation sociale sont à prévoir jusqu’en 2022 pour éviter que les hôpitaux soient engorgés, et ce, en conjonction avec d’autres mesures préventives pour assurer un meilleur succès à aplatiser de futures courbes de transmission du virus. La surveillance devrait aller jusqu’en 2024 (Kissler *et al.*, 2020).

Dès le 12 mars 2020, les décrets, actions et messages provenant autant du Gouvernement du Québec (2020a, 2020b) que du Gouvernement de l’Ontario (2020) proposèrent diverses mesures de santé publique pour réduire la propagation du COVID-19. Les villes purent aussi ajouter des règlements municipaux. Certaines de ces mesures sont plus pertinentes pour l’industrie culturelle et l’industrie de l’humour:

- Fermeture des établissements d’enseignement ou de tout autre lieu de rassemblement;
- Interdiction de rassemblements intérieurs de plus de 250 personnes, et puis 50 personnes;
- Interdiction de tout rassemblement intérieur et extérieur;
- Fermeture des parcs;
- Pratique de la distanciation physique en laissant un espace sécuritaire d’au moins deux mètres (environ six pieds) avec les individus;
- Confinement obligatoire (durant 14 jours) pour certaines personnes, notamment celles de retour au pays;
- Évitement des contacts physiques avec les personnes les plus à risque de complications, en portant une attention particulière aux personnes âgées, notamment celles de 70 ans et plus, aux personnes atteintes de maladies chroniques et celles ayant un système immunitaire affaibli;
- Report des réunions non essentielles;
- Suspension de toute activité effectuée en milieu de travail jugée non prioritaire;
- Utilisation des moyens technologiques appropriés en ayant recours au télétravail;
- Limitation aux déplacements essentiels;
- Contrôle des déplacements vers certaines régions et certains territoires;
- Évitement des voyages non essentiels à l’extérieur du Canada;
- Application de mesures d’hygiène de base recommandées, comme se laver les mains souvent et éviter les contacts directs avec le visage.



Contexte des mesures après la COVID-19 pour l'industrie de l'humour

Dans l'optique où l'industrie de l'humour n'est pas considérée un service essentiel, les mesures amènent un contexte particulier pour l'industrie. Certaines de ces mesures modifient les règles traditionnelles de l'industrie de l'humour immédiatement, mais aussi possiblement à moyen et à long terme. Le changement de contexte offre des menaces, mais aussi des opportunités, notamment au niveau de la création et de la diffusion de contenus.

Mise à pied des individus

Il y a eu de nombreuses mise à pied massive chez les travailleurs de l'industrie du spectacle, y compris de l'industrie de l'humour, que ce soit des employés ou des travailleurs contractuels ou indépendants. Certains ont pu continuer de travailler en ayant recours au télétravail et en utilisant la technologie; alors que pour d'autres cela n'est pas possible. Ceux-ci peuvent être les techniciens, les employés des salles, les employés de production, les humoristes, les agents de relation de rang junior, tels que les producteurs juniors, les assistants-gérants, etc. Les agents de spectacles sont davantage touchés, car à part re-planifier les dates de spectacles, ils ne vendent pas réellement de billets en ce moment. . Par contre, d'autres rôles demeurent, mais roulent au ralenti. Pour les gérants, agents et producteurs seniors, le nombre d'heures de travail peut avoir été grandement affecté, mais ils ne sont pas mis à pied temporairement, car ils doivent continuer de pousser la carrière de leurs poulains, même si le tout se résume aux réseaux sociaux pour le moment. Ce sont aussi, pour beaucoup, des entrepreneurs, donc la mise à pied ne s'applique pas vraiment, mais la faillite peut être une menace réelle.

Les acteurs les plus affectés sont :

- Les employés des bars, salles de spectacles et des studios (placiers.ères, techniciens de tous types, gérants.es de salle, etc.);
- Les artistes, notamment les artistes de la relève, dont une part importante du salaire d'appoint provient de petits contrats ponctuels avec des salles de spectacles improvisés dans les bars, entre autres (par exemple: soirées d'humour);
- Les producteurs de contenus télévisuels, notamment du domaine de la fiction, car aucun tournage n'est permis en ce moment en dehors de quelques exceptions de types info divertissement;
- Les producteurs et diffuseurs de contenus événementiels, notamment les festivals. Avant la crise, on dénombrait un record de 14 festivals d'humour prévus au Québec entre mai et septembre 2020. Des mises à pied temporaires ont été effectuées dans le groupe Spectra, evenko, Juste pour rire / Just for Laughs, notamment.

Fin des rassemblements et des spectacles sur scène

L'interdiction de rassemblements intérieurs de plus de 250, puis de 50 personnes, et ensuite de tout rassemblement intérieur et extérieur, a mis fin aux spectacles dans les salles de spectacles, les clubs de comédie (comédie clubs) et les bars.

La fermeture graduelle, puis complète pour une durée indéterminée jusqu'à la levée de l'interdiction, a causé le report des parties de la Ligue nationale de hockey (LNH) et donc des Canadiens de Montréal au Centre Bell. En date du 19 avril, la ligue était toujours sur pause).

Là où les mesures de restrictions se sont fait attendre, déjà le comportement des spectateurs a connu des modifications. Dans le contexte précis de l'industrie de l'humour américaine, l'humoriste Roy Wood Jr a mentionné, dans un texte paru sur le site de *Vulture* le 16 mars 2020, que le faible taux d'occupation au spectacle de l'une de ses collègues avant les mesures d'évitement des rassemblements a été un signal fort pour lui : les gens n'osent plus se déplacer autant qu'avant, car le divertissement demeure un luxe plus qu'un besoin:

The entertainment industry will be hit very hard, because ultimately what we provide is a luxury. You don't need to go to the movies. You don't need to go to a concert. You don't need to go to a comedy club. Whenever this ship gets righted, what money people do have will be set aside for more food or any debts that they amass during this time. You know it's gonna be bad when power companies coast to coast preemptively announce that they aren't going to turn off your power. (Wood, 2020 : non paginé).

Reprise graduelle des spectacles sur scène

Il pourrait y avoir un large spectre de réactions face aux incertitudes; variant de la peur à un certain stress post-traumatique, voire même aucun impact. La prudence pourrait amener plusieurs spectateurs à retarder leur retour dans les salles. Face à l'évitement des contacts physiques, en particulier avec les personnes âgées, l'industrie de l'humour risque de se voir coupée d'une partie de sa clientèle pendant un certain temps.

L'économiste Frédéric Laurin (2020) est d'avis qu'avec les données épidémiologiques «sur la COVID-19, et voyant ce qui se passe en Chine et en Europe, on peut dire que le confinement strict durera au total deux à trois mois, et ses effets secondaires perdurons pendant un peu plus d'un an».

Lors d'une reprise des spectacles, la distanciation physique avec un espace sécuritaire d'au moins 2 mètres pourrait réduire le nombre de sièges à vendre dans les salles. Cela peut diminuer la rentabilité des spectacles. Quelles en seront les conséquences pour le portefeuille des amateurs, la synergie entre le public et l'humoriste, ainsi que les

rémunérations des travailleurs du spectacle? Le spectacle d'humour est, encore à ce jour, une évocation relativement accessible à toutes les bourses, avec un prix moyen par billets en deçà de 40\$. De plus, le phénomène des soirées d'humour dans les bars et petites salles de spectacle, phénomène qui ne se limite plus à la seule région montréalaise, offre des spectacles pour moins de 20\$, généralement entre 8\$ et 15\$. Avec des capacités d'occupation coupées d'au moins 50%, quel avenir pour ce type de divertissement populaire? Et quel avenir pour les petites salles de spectacle privées ?

Restrictions dans les déplacements

Les limitations et le contrôle des déplacements et l'évitement des voyages peuvent empêcher autant les spectateurs que les artistes de se déplacer. La limitation aux déplacements peut réduire les spectateurs venant d'autres régions et les artistes provenant d'autres pays, en particulier pour les grands spectacles.

Fermeture des opérations des organisations

Malgré les moyens technologiques et le recours au télétravail, plusieurs entreprises n'ont tout simplement plus d'activités. Certains travailleurs sont occupés à préparer la reprise dans l'incertitude, peut-être même encore plus occupés, notamment celles et ceux qui participent au virage numérique de leur entreprise de création de contenus. Parfois, tout est à faire: numériser les contenus; négocier de nouvelles ententes de distribution des revenus en fonction des réalités du numérique; monter les contenus dans un format de diffusion adapté aux différentes plateformes (Instagram, Facebook, YouTube, etc.); créer du contenu dans un contexte de distanciation sociale; faire la promotion de ces contenus alors que les artistes sont nombreux à envahir le Web, etc.

Occasions technologiques

Le confinement, combiné aux moyens technologiques, offre des occasions pour les spectateurs d'essayer de nouvelles manières de visionner de l'humour. À ce jour, ceux-ci sont comblés; les initiatives sont plus que nombreuses et sur toutes les plateformes possibles.



Rire comme un besoin

Il n'y a rien de plus fondamentalement humain que le sens de l'humour. Bien au-delà d'un moyen de se divertir, l'humour est d'abord et avant tout un canal de communication employé universellement, peu importe le lieu, la culture ou la religion.

Quoique l'on puisse discuter cette affirmation, l'industrie du spectacle en général et celle de l'humour en particulier n'est pas essentielle dans le contexte d'une pandémie (Wood, 2020). Si l'on se réfère à la pyramide des besoins de Maslow, il s'agit davantage des besoins d'appartenance, d'estime et d'accomplissement plutôt que des besoins physiologiques ou de sécurité (voir détails dans GRIH #2020-01NR).

Dans un contexte de crise, l'industrie de l'humour, tout comme les autres industries culturelles, dépend du revenu disponible des familles (Ministère de la Culture et des Communications du Québec, 2016). En effet, il n'y a pas de besoin fondamental d'aller voir un film, d'assister à un spectacle en salle ou de visiter un club de comédie. Cela vient bien après les besoins primaires (physiologiques ou de sécurité), comme se nourrir et se loger. Tel que l'illustre *l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec 2014*, les ménages qui obtiennent des revenus de moins de 40,000\$ par année sont les moins nombreux dans les salles de spectacles (Ministère de la Culture et des Communications du Québec, 2016, p.39).

D'un autre côté, les gens auront besoin de rire. Le besoin de divertissement est donc un besoin secondaire, comme produit de luxe, mais le besoin de rire et d'humour va au-delà du simple divertissement. Des études en anthropologie, psychologie, communication, biologie et sociologie, pour ne nommer que quelques champs de recherche, illustrent à quel point l'humour est un trait humain d'une importance colossale pour notre santé psychologique, sociale, voire même physique. Ainsi, ce besoin de rire cherchera à être comblé et pourra être comblé de diverses autres manières que par des spectacles en salle. Les gens chercheront et trouveront d'autres sources d'humour, telles que du contenu gratuit par des humoristes sur le web, à la télévision, via la télévision, à la radio, ou dans les bandes dessinées.

Depuis toujours, l'être humain se moque de ce qui le fait souffrir, que ce soit un pouvoir dictatorial ou une catastrophe naturelle. En fait, dès qu'un groupe est soumis à une volonté qu'il ne peut contrôler, il verra à communiquer, à plus ou moins grande échelle, par l'humour, et ce, pour trois raisons principales que les scientifiques ont réunies sous le thème des trois théories de l'humour (Dufort, 2016 ; Watson, 2015).

- La théorie de la supériorité

Lorsqu'on a besoin de renverser le pouvoir qu'une personne, un événement ou une situation nous impose, on tente de la ridiculiser, de réduire son emprise sur nous, pour nous permettre, ne serait-ce qu'un instant, de prendre le dessus. En politique, on le voit beaucoup avec la satire: on aime bien se moquer des



politiciens sur lesquels nous n'avons qu'un pouvoir restreint. On dit souvent de cette théorie qu'elle fait de l'humour l'arme des soumis, qu'elle est un moyen de résistance.

Dans la vie de tous les jours, cette théorie peut aussi s'incarner dans les moqueries, l'intimidation, le fait qu'une personne rit des autres pour son propre profit. Par contre, en temps de crise, elle permet d'expliquer pourquoi les gens ont besoin de ridiculiser les événements: pour montrer qu'ils ne se laisseront pas abattre, qu'ils sont forts, qu'ils vont passer au travers. C'est un renversement du pouvoir que la crise a sur nous pour un instant, la réduisant à sa plus simple expression.

Des exemples: Vous trouverez ce type d'humour dans les zones de guerre, entre autres. Les blagues qui se sont dites dans les camps de concentration de la Deuxième guerre mondiale par les prisonniers juifs eux-mêmes sont parfois très dures, voire violentes. On trouve aussi des blagues contre les pharaons dans les pyramides et les tombeaux, des endroits où les artisans n'étaient pas toujours des travailleurs libres. La Révolution française compte son lot de pamphlets contre la monarchie. Ici, au Québec, les blagues contre le clergé, la Couronne britannique et l'hiver font parties de notre héritage culturel depuis la Nouvelle-France.

- La théorie de la libération

Il s'agit de l'explication la plus courante de l'humour en temps de crise. L'humour s'explique par un besoin d'exprimer les tensions, comme si notre sens de l'humour agissait à la manière d'une valve de pression, d'une soupape de sécurité. L'humour nous permet de relâcher les nerfs, les muscles, les frustrations cumulées. Ce faisant, l'humour nous outille pour mieux nous adapter à une situation sur laquelle on a peu d'emprise. C'est la théorie du «vaut mieux en rire que d'en pleurer».

Physiologiquement et psychologiquement parlant, cette théorie explique comment l'être humain réussit à survivre à des événements traumatisants. En réduisant le stress, le système immunitaire se voit donner un peu de répit. En réduisant les tensions, la santé mentale se voit donner un petit renforcement. C'est en s'appuyant sur la recherche concernant cette dimension de l'humour que l'on voit les bienfaits, entre autres, des clowns dans les centres hospitaliers et centres de soins de longue durée (Morreall, 2008). C'est aussi ce qui explique la grande demande en humoristes par les forces armées déployées un peu partout sur la planète. À ce titre, on dit souvent que l'humour des Canadiens a contribué à la construction de la symbolique des Casques Bleus: les soldats canadiens étant présents pour apporter d'abord le réconfort et la sécurité (Rasporich, 2015).



- La théorie de l'incongruité

Cette théorie est celle qui explique que l'humour vient de l'effet de surprise, souvent lorsqu'on colle deux éléments, personnes ou situations qui, à première vue, ne font pas de sens ensemble. C'est ce plaisir que l'on a à tordre la réalité dans plusieurs sens pour en soutirer toutes sortes de raisonnements, certains plus farfelus que les autres. En temps de crise, l'incongruité nous permet de créer un sens distordu dans une situation qui nous paraît déjà insensée, nous divertissant ainsi pendant quelques instants. Dans le cas actuel du COVID-19, on ne compte plus les mêmes mettant l'accent sur la ruée des consommateurs pour le papier de toilette, une situation qui peut sembler illogique pour beaucoup et pour plusieurs raisons.

Le plus important dans tout cela, c'est de comprendre qu'aucune théorie ou explication n'a le monopole de la vérité pour justifier l'usage de l'humour. Souvent, les trois explications sont présentes.

Conclusion

Bref, le contexte rempli d'incertitudes (voir GRIH #2020-01NR) et les mesures de santé publique ont et continueront d'avoir un impact sur l'industrie de l'humour.

Citons une grande quantité d'annulations et de reports de spectacles dans les différentes salles de spectacles. Notons aussi l'annonce le 2 avril 2020 par le Groupe Juste pour rire (2020) du report au 29 septembre au 11 octobre 2020 (plutôt qu'en juillet 2020) des festivals Juste pour rire (JPR), Zoofest, Off-JFL, et Just For Laughs Festival (JFL). Juste pour rire a également annoncé un festival d'humour en ligne qui se tiendra en mai 2020.

Note : Cette note a été publiée le 19 avril 2020.



À PROPOS DES AUTEURS

François Brouard, DBA, FCPA, FCA est professeur titulaire à la Sprott School of Business, Carleton University et directeur fondateur du Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES), co-fondateur du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH) et membre de l'Observatoire de l'humour (OH).

francois.brouard@carleton.ca

Christelle Paré, PhD, MA, est enseignante à l'École nationale de l'humour, chargée de cours au Département de communication à l'Université d'Ottawa, directrice de recherche et analyse du Groupe Juste pour rire, co-fondatrice du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), membre du Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES) et membre de l'Observatoire de l'humour (OH).

christellepare@live.ca

[suggestion pour citer ce document: Brouard, François, Paré, Christelle. (2020). *Industrie de l'humour et l'après-COVID: Contexte pour l'industrie de l'humour et les arts de la scène*, GRIH #2020-03NR, Note de recherche, Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), Sprott School of Business, Carleton University, avril, 10p.]

Copyright © 2020, François Brouard et Christelle Paré

Les opinions exprimées dans ce document ne représentent pas des positions officielles du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), de la Sprott School of Business, Carleton University, de l'Observatoire de l'humour (OH), du Département de communication, Université d'Ottawa, de l'École nationale de l'humour (ENH) ou du Groupe Juste pour Rire.

Bibliographie

- Dufort, J. (2016). Le développement du champ des études sur l'humour en sciences sociales, dans Dufort J. et L. Olivier (dir.), *Humour et politique : De la connivence à la désillusion*, Québec: Les Presses de l'Université Laval, (p.1-28).
- Ferguson, N. et al. (2020). *Impact of non-pharmaceutical interventions (NPIs) to reduce COVID19 mortality and healthcare demand*, Imperial College COVID-19 Response Team, March 16, 20p. Retrieved from <https://spiral.imperial.ac.uk:8443/handle/10044/1/77482> (March 28, 2020).
- Gouvernement du Canada (2020). Maladie à coronavirus (COVID-19). [En ligne] [<https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/maladies/maladie-coronavirus-covid-19.html>] (5 avril)
- Gouvernement du Québec (2020a). Situation du coronavirus (COVID-19) au Québec. [En ligne] [<https://www.quebec.ca/santé/problems-de-sante/a-z/coronavirus-2019/situation-coronavirus-quebec>] (4 avril)



- Gouvernement du Québec (2020b). Réponses aux questions sur le coronavirus (COVID-19). [En ligne] [<https://www.quebec.ca/santé/problems-de-sante/a-z/coronavirus-2019/reponses-questions-coronavirus-covid19>] (5 avril)
- Gouvernement de l'Ontario (2020). 2019 Novel Coronavirus (COVID-19). (advertising) *The Ottawa Citizen*, March 28, p.A3.
- Kissler, S.M., Tedijanto, C., Goldstein, E., Grad, Y.H., Lipsitch, M. (2020). Projecting the transmission dynamics of SARS-CoV-2 through the postpandemic period. *Science*, first release: 14 april, 18p. DOI : 10.1126/science.abb5793 [En ligne] [<http://science.sciencemag.org/content/early/2020/04/14/science.abb5793#BIBL>]
- Laurin, F. (2020). Un scénario plus optimiste pour l'économie. *Le Nouvelliste*, 18 avril. [En ligne] [<https://www.lenouvelliste.ca/opinions/un-scenario-plus-optimiste-pour-leconomie-635dc3518ecdec734597286fd36430>]
- Ministère de la Culture et des Communications du Québec. (2016), Enquête sur les pratiques culturelles au Québec 2014 - Faits saillants de l'Enquête, *Survол Bulletin de la recherche et de la statistique*, no 27, mars, 57p. (corrigé le 29 mai 2018).
- Morreal, J. (2008). Applications of humor: Health, the workplace, and education, in Raskin, V. (ed.), *The Primer of Humor Research*, Mouton de Gruyter, (p.449-478).
- Rasporich, B. J. (2015). Popular comedy on stage and in the media: Towards a continental humour, *Made-in-Canada Humour: Literary, folk and popular culture*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, p. 241-274.
- Watson, C. (2015). Origins and Theories of Humour and Laughter, *Comedy and Social Science: Toward a Methodology of Funny*. New York: Routledge, (p.18-38).
- Wood, R (2020). It's Time for Stand-ups to Prepare for the Worst. *Vulture – New York magazine*, March 16. [En ligne] [<https://www.vulture.com/2020/03/coronavirus-stand-up-comedians-must-prepare-for-the-worst.html>]

Autres notes de recherche dans cette série sur l'après-COVID

- Brouard, François, Paré, Christelle. (2020). *Industrie de l'humour et l'après-COVID: Incertitudes et nouvelles normalités*, GRIH #2020-01NR, Note de recherche, Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), Sprott School of Business, Carleton University, avril, 8p.
- Brouard, François, Paré, Christelle. (2020). *Industrie de l'humour et l'après-COVID: Gestion de crise*, GRIH #2020-02NR, Note de recherche, Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), Sprott School of Business, Carleton University, avril, 4p.
- Brouard, François, Paré, Christelle. (2020). *Industrie de l'humour et l'après-COVID: Contexte pour l'industrie de l'humour et les arts de la scène*, GRIH #2020-03NR, Note de recherche, Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), Sprott School of Business, Carleton University, avril, 10p.

