



PARTAGEONS LES ONDES s'inscrit dans le cadre des travaux menés par la Dre Jada Watson et son programme de recherche SongData. Il s'agit de sa quatrième étude réalisée sur la radio canadienne et du premier rapport de nature comparative à étudier la représentativité sur l'ensemble des formats radiophoniques. Ses recherches antérieures ont porté sur la radio country et la programmation de CKOI-FM à Montréal, au Québec.

Questions? Intéressé par un audit de la programmation d'une station ? Contactez info@SongData.ca.

Traduction en français par Eugénie Tessier.

Appui à la recherche par Eugénie Tessier et Unnati Patel.

La page couverture et la conception graphique sont l'œuvre de Bronwin Parks, Feisty Creative.

Pour obtenir la version complète de ce rapport, la version en anglais et d'autres ressources relatives à ce projet, visitez le site songdata.ca/share-the-air

Comment citer l'étude :

Watson, Jada, et Eugénie Tessier. « Partageons les ondes. Étude de la représentativité sur les ondes de radio canadiennes (2013-2023). Sommaire exécutif ». *Les apports SongData* (juin 2024), <https://www.songdata.ca/sharet-the-air>. Préparé en partenariat avec Women in Music Canada et le Centre national des Arts.

PARTENAIRES DU PROJET



BAILLEURS DE FONDS



Les opinions, les constatations, les conclusions et les recommandations exprimées dans cette étude sont celles des autrices et ne reflètent pas nécessairement les points de vue d'Ontario Créatif ou du gouvernement de l'Ontario ou de Creative BC et de la province de la Colombie-Britannique. Le gouvernement de l'Ontario, la province de la Colombie-Britannique et leurs organismes ne sont en aucun cas tenus de suivre les recommandations figurant dans ce document.

En mars 2019, un article publié par [Stéphanie Vallet](#) dans le journal *La Presse* pointait du doigt le recul des chansons interprétées par des femmes sur l'ensemble des palmarès canadiens du Billboard Hot 100. Son analyse révélait que leurs chansons étaient passées de 41% en 2008 à une moyenne de 30% entre 2012 et 2016, avant de passer à un maigre 16% en 2018. Après s'être penchée sur le rôle que pourrait tenir la radio à l'égard de ce recul au sein des palmarès musicaux, Vallet s'est entretenue avec un directeur musical de Bell Média qui lui a rétorqué que l'identité de genre n'entraîne pas en ligne de compte dans leurs pratiques de programmation. Pourtant, les résultats de l'analyse de Vallet illustrent clairement que les chansons interprétées par des femmes dans cette industrie occupent une place décroissante, et ce, en ciblant l'un des dispositifs les plus importants pour saisir les liens entre le travail créatif d'un·e artiste, ses publics et le marché au sein de l'écosystème musical. Bien que de nombreuses études et de multiples articles aient au fil des ans dénoncé l'absence des femmes dans les festivals et en nomination aux galas de prix organisés par l'industrie musicale canadienne, la radio – l'un des outils de distribution les plus anciens et les mieux établis au sein de l'industrie musicale – n'a pour sa part reçu qu'une attention limitée.

PARTAGEONS LES ONDES se penche sur la radio, l'un des plus importants points d'entrées de l'industrie musicale en ce qui a trait à la découvrabilité et à la visibilité au sein de l'industrie, pour en étudier la représentativité sur les ondes de six formats radio au Canada. Adoptant une approche intersectionnelle, cette étude se penche sur la fréquence des mises en ondes de chansons interprétées par des femmes et des artistes trans* entre 2013 et 2023 à travers les formats country, rock alternatif, *active rock*, Top 40, adulte contemporain *mainstream* et adulte contemporain *hot*.

Ce rapport s'appuie sur deux ensembles de données pour chaque format radio discuté. Le premier inclut les rapports de fin d'année dans lesquels sont compilées les 150 chansons les plus diffusées par les six formats radio agrégés par Mediabase, et ce, pour l'ensemble des 11 années à l'étude.

Le second ensemble de données inclut les rapports hebdomadaires de Mediabase de toutes les chansons diffusées en 2023. Chaque ensemble de données permet d'observer les tendances pour chacun des formats radio à long terme. En particulier, ils offrent des bases solides pour effectuer une enquête plus approfondie de la programmation en 2023, laquelle inclut non seulement une analyse de la fréquence à laquelle sont diffusées les chansons interprétées par des artistes féminines et trans*, mais également à quel moment de la journée ces chansons sont entendues. Ces mêmes données permettent également d'observer à quelle fréquence ces chansons sont retenues dans les catalogues de programmation des chansons récurrentes et des vieux succès.

En plus des questions touchant à l'identité des artistes dont des chansons ont été diffusées par les stations et les formats radio inclus dans cette étude, cette analyse tiendra également compte de la représentativité sur les stations de langue française dans les formats radio adulte contemporain *mainstream* et *hot*. Bien que les dimensions linguistiques de la représentativité ne soient pas prises en compte dans le cadre de cette étude, les résultats permettent de mieux comprendre la représentativité sur les radios canadiennes grâce à un ensemble de chansons et d'artistes autrement invisibles dans une industrie musicale largement anglo-dominante.

Dans le cadre de cette étude, il est essentiel de comprendre les exigences fédérales liées à la [Loi sur la radiodiffusion](#) régissant la programmation des stations de radio commerciales. Les règlements ont pour principal objectif d'accroître la visibilité du contenu musical créé par des Canadien·nes (voir le [système MAPL](#)) ainsi que de renforcer l'industrie musicale canadienne. Les exigences relatives au contenu canadien stipulent que les stations doivent diffuser au moins 35 % de contenu canadien entre 6h00 et 18h00 (du lundi au vendredi). Cette étude examine ainsi le taux de mise en ondes de la musique qui répond à ces exigences dans le but d'étudier l'impact qu'ont les politiques fédérales sur les artistes marginalisés au sein de l'industrie musicale canadienne.

Présenté en six chapitres, *Partageons les ondes* offre un portrait de la représentativité sur la radio terrestre et illustre le faible taux de mises en ondes des artistes féminines et trans* et montre l'impact qu'ont ces résultats sur les artistes noir·es, autochtones et racisé·es. Ces résultats révèlent non seulement qu'iels sont sous-représenté·es, mais que les femmes canadiennes en particulier sont désavantagées par des pratiques de programmation qui privilégient, et ce en relation aux exigences sur le contenu créé par des Canadien·nes, la diffusion de chansons interprétées par des hommes.

Ce résumé exécutif offre un aperçu des principaux constats pour chaque format radio. Le rapport complet sera publié le 3 juin 2024 pendant la semaine Canadian Music Week. La publication de ce rapport vise d'abord à interpeller les membres de l'industrie à reconnaître les iniquités produites par la programmation radiophonique et à stimuler des réflexions sur le développement de pratiques justes et éthiques pour que les femmes et les artistes trans* aient l'occasion d'établir une carrière plus durable au Canada.

La radio joue un rôle crucial dans l'écosystème général de l'industrie musicale et un rôle tout à fait central pour dynamiser les stratégies de diffusion de l'industrie du disque depuis le début du XX^e siècle. Il s'agit par ailleurs d'une relation qui a été mutuellement bénéfique : d'un côté, la radiodiffusion est devenue un mécanisme publicitaire important pour les labels, alors que la radio obtint de son côté du contenu musical à diffuser entre ses publicités. Bien que les plateformes numériques représentent aujourd'hui un outil de distribution important, la radio demeure un outil fondamental permettant d'assurer leur découvrabilité, leur visibilité. La radio exerce effectivement une influence sur les algorithmes qui sous-tendent les systèmes de recommandations utilisés par les services de diffusion numérique.

Bien qu'une discussion plus détaillée de l'histoire de la radiodiffusion dépasse le cadre de ce rapport, il convient de reconnaître l'influence de la radiodiffusion sur les orientations que prend l'industrie d'une part et sur la carrière des artistes

de l'autre. Les chansons mises en ondes à la radio ont historiquement eu de meilleures chances d'obtenir un succès commercial et, par conséquent, le soutien obtenu à la radio a longtemps été un déterminant important dans la carrière des artistes. En effet, la radiodiffusion constitue un des espaces par lesquels développer leurs publics et elle ouvre la voie à différentes possibilités au sein de l'industrie, ce qui inclut une visibilité accrue par le biais des listes de lecture sur les plateformes numériques, les palmarès et les classements produits par l'industrie, des festivals, des tournées, des nominations aux galas de prix et plus encore. Toutes les branches de l'industrie musicale populaire – la production, la distribution, l'interprétation et la reconnaissance – sont profondément liées et la radio agit un peu comme la garante du succès dans l'industrie. Le même constat est vrai partout dans le monde, y compris au Canada.

PLAGES HORAIRES QUOTIDIENNES

Les moments de la journée où ces chansons sont entendues à la radio peuvent avoir un impact considérable dans le développement de la carrière d'un·e musicien·ne. Le cycle de 24 heures est divisé en cinq plages horaires quotidiennes :

- La nuit (00h00 à 6h00)
- La matinée (6h00 à 10h00)
- La mi-journée (10h00 à 15h00)
- Le début de soirée (15h00 à 19h00)
- Le soir (19h00 à 24h00)

Les trois périodes qui couvrent les heures en journée – la matinée, la mi-journée et le début de soirée – offrent la plus grande visibilité puisqu'elles obtiennent les plus hautes cotes d'écoute. Moins de chansons sont diffusées durant ces heures alors que la programmation est plutôt axée sur la présentation des actualités et d'émissions de contenus spécialisés (des entrevues, des reportages, etc.).

Par conséquent, ce sont des périodes particulièrement importantes pour les musicien·nes qui cherchent une plus grande

visibilité et qui tentent de se classer dans les palmarès.

Encadrant le reste de la journée, les périodes du soir et de nuit sont pour leur part les plages horaires où on retrouve le plus haut pourcentage de mises en ondes de contenu musical, non seulement parce qu'elles représentent des périodes plus longues qu'en journée, mais aussi parce qu'un beaucoup plus petit nombre d'émissions d'information ou de contenu spécialisé y est diffusé. Ce sont également les périodes avec les plus petits taux d'écoute puisqu'elles coïncident avec les moments de la journée où les consommateurs se tournent généralement vers d'autres formes de divertissement (la télévision, les films, diverses activités de socialisation) ou dorment. Bien que les artistes cherchent généralement à être inclus dans la programmation, ces périodes ne représentent pas des plages horaires idéales de diffusion ni pour les nouveautés musicales ni pour les artistes émergent·es puisqu'ils ont moins de chance d'être entendus·es par les auditeurs·es.

NOUVEAUTÉS, CHANSONS RÉCURRENTES ET VIEUX SUCCÈS

La programmation musicale à la radio se divise en trois « types » de chansons. Les stations privilégient généralement les **nouveautés**, à savoir les dernières sorties musicales des artistes qui sont en compétition en vue d'obtenir les meilleures places dans les palmarès.

Le second type représente les chansons **récurrentes** dans la programmation, c'est-à-dire des chansons dont la sortie est relativement récente, mais dont les plus hautes positions dans les classements ont déjà été atteintes. Cela fait partie du cycle de vie normal d'une chanson à la radio (ce qui monte doit toujours redescendre), mais les règles qui gouvernent un tel cycle participent à éviter que se créent ce qu'on pourrait qualifier d'« embouteillages » au moment où les chansons déclinent dans les classements. La programmation récurrente constitue un moment transitionnel important pour une chanson puisqu'elle mène à plus long terme vers sa potentielle inclusion dans les catalogues de **vieux succès** d'une station de radio. Les vieux succès (dont la sortie date d'au moins

deux ans) représentent donc les chansons qu'on qualifie généralement de classiques du genre et qui occupent une place permanente dans la programmation. Bien qu'il n'y ait pas de règles strictes concernant la catégorisation des vieux succès, les chansons y sont généralement incluses 18 à 24 mois après leur sortie.

Les stations de radio diffusent un assemblage de ces chansons, dont le plus petit pourcentage tend à être accordé aux chansons récurrentes. En fonction du contenu musical privilégié par un format radio donné, à savoir s'il est axé sur les musiques actuelles ou sur les classiques du genre, la distribution des pourcentages de mises en ondes des nouveautés et de vieux succès diffère. Certains formats, comme country, diffusent à parts presque égales des nouveautés et des vieux succès, alors que d'autres, comme les formats rock (alternatif et *active*) et adulte contemporain *mainstream* diffusent en majorité des vieux succès.

EXIGENCES RELATIVES À LA PROGRAMMATION

L'industrie de la radiodiffusion au Canada se distingue sur le plan international parce qu'elle fait l'objet de réglementations fédérales qui participent à guider la programmation. Les exigences en matière de contenu créé par des Canadien·nes furent instituées en 1971 dans la Loi sur la radiodiffusion, laquelle fut développée en réponse aux inquiétudes croissantes exprimées face au peu de soutien accordé aux artistes canadien·nes sur les ondes radio. En janvier 1971, le gouvernement adoptait ainsi la Loi sur la radiodiffusion dans laquelle sont détaillées les exigences en matière de contenu créé par des Canadien·nes réglementées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Ces exigences, qui ont pour objectif d'assurer la diffusion de contenu musical canadien sur les stations de radio AM et FM, réglementent les pourcentages minimaux de chansons canadiennes devant être diffusées tout comme les périodes de la journée au cours desquelles elles doivent être entendues afin d'assurer qu'elles ne sont pas seulement diffusées la nuit.

Depuis 1998, les stations doivent s'assurer qu'au moins 35 % du contenu diffusé soit de création canadienne et qu'il soit diffusé entre 6h00 et 18h00.

Pour répondre aux exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes, il ne suffit pas pour un-e interprète d'être iel-même citoyen-ne canadien-ne ou résident-e permanent-e. Le CRTC définit ses exigences à partir de quatre éléments : la Musique, l'Artiste interprète, la Production et les paroles Lyriques (le système MAPL). Afin d'être reconnu comme contenu créé par des Canadien-nes, une chanson doit répondre à au moins deux des exigences suivantes :

- **MUSIQUE** – la musique doit être composée entièrement par un-e Canadien-ne.
- **ARTISTE INTERPRÈTE** – la musique ou les paroles sont interprétées principalement par un-e Canadien-ne.
- **PRODUCTION** – la pièce musicale est une prestation en direct qui est (1) soit enregistrée en entier au Canada, (2) soit interprétée en entier au Canada et diffusée en direct au Canada.
- **PAROLES LYRIQUES** – les paroles sont écrites entièrement par un-e Canadien-ne.

Ce système « a pour principal objectif de permettre aux interprètes, paroliers et compositeurs canadiens de mieux se faire connaître des auditoires canadiens. Il vise également à renforcer toutes les composantes de l'industrie canadienne de la musique, depuis la création jusqu'à la production ». Malgré cela, maintes chansons enregistrées par des artistes canadien-nes ne répondent pas à ces exigences. Cela dit, bien que les auditoires canadiens soient davantage exposés à des artistes canadien-nes via la radio, plusieurs chansons sont exclues des calculs lorsque vient le moment pour les stations de renouveler leurs licences.

En plus de la « canadienité » du contenu programmé, les stations de langue française doivent répondre à une exigence supplémentaire visant à protéger la présence de la langue française sur les ondes des stations musicales populaires commerciales. Les exigences pour une station de catégorie de teneur 2 stipulent que doit être diffusé au moins 35 % de contenu canadien et

que les stations de langue française consacrent au moins 65% de leur programmation musicale populaire à du contenu de langue française. Plus encore, ces stations doivent veiller à ce qu'au moins 55% du contenu diffusé entre 6h00 et 18h00, du lundi au vendredi, soit de langue française.

Les stations de langue française sont incluses dans cette étude dans le but d'obtenir une meilleure compréhension de la représentativité sur la radio au Canada. Cela dit, les dimensions linguistiques de la représentativité ne sont pas prises en compte dans le cadre de cette analyse. Nous souhaitons prendre ces dimensions en considération dans des études futures afin de mieux saisir la façon dont agissent les politiques linguistiques sur les pratiques de programmation francophone et souhaitons éventuellement inclure dans ces analyses les stations de radio communautaires, lesquelles jouent un rôle important dans la construction identitaire sur le plan régional. Bien que les dimensions linguistiques ne constituent pas un cadre d'analyse à part entière dans cette étude, les résultats présentés ici offrent tout de même l'occasion de réfléchir aux enjeux liés à la représentativité depuis une perspective linguistique. En nous penchant sur les artistes les plus joués au sein des portfolios francophones des formats adulte contemporain *mainstream* et *hot*, nous sommes en mesure d'illustrer quel-les artistes sont privilégiés dans la programmation et la façon dont la langue peut en constituer un facteur important. Cette étude propose ainsi un cadre d'analyse axé sur une compréhension plus approfondie des effets qu'ont les réglementations fédérales sur les artistes les plus marginalisés dans l'industrie musicale canadienne. Ce cadre représente en ce sens la fondation sur laquelle seront développés des travaux futurs.

Méthodologie

La méthodologie de cette étude est tirée des travaux sur la radio menés par la chercheuse principale à travers le projet de recherche [SongData](#). De nature quantitative, cette étude fait appel à des statistiques descriptives pour explorer la représentativité sur les stations de radio canadiennes. À travers une perspective intersectionnelle, elle se concentre sur les pourcentages de mises en ondes des chansons interprétées par des femmes et des artistes trans* incluses dans les classements annuels des 150 chansons les plus diffusées sur chacun des 6 formats entre 2013 et 2023, tout comme aux pourcentages pour l'ensemble des chansons diffusées en 2023.

Cette étude adopte une approche intersectionnelle pour analyser la représentativité. Ce cadre permet de prendre en compte non seulement l'identité de genre, mais aussi la race et l'ethnicité des artistes dont des chansons ont été programmées. Ce rapport se penche également sur l'identité linguistique des interprètes, une dimension qui est spécifiquement adressée dans la discussion finale des artistes les plus diffusés au sein des portfolios d'analyse des stations de langue française développés pour cette étude. Le concept d'intersectionnalité est fondamentalement ancré dans l'idée que l'identité n'est jamais pleinement définie par une seule lentille identitaire, qu'elle soit relative au genre, à la race, à la classe ou à d'autres formes de catégories sociales. Les travaux fondateurs de la juriste [Kimberlé Crenshaw](#) mettent en lumière la multidimensionnalité de l'identité tout comme la façon dont les individus font simultanément l'expérience de multiples formes d'oppression dans leur vie quotidienne et professionnelle. Si l'identité de genre représente l'élément central de ce rapport, la prise en compte de la race et de l'ethnicité des artistes ainsi que de la langue dans laquelle les chansons sont interprétées (lorsque c'est possible) offre une compréhension plus approfondie des rapports de pouvoir et d'oppression qui sont fondés dans l'identité complexe des artistes inclus-es – et exclu-es – de la programmation radiophonique.

Une approche intersectionnelle est nécessaire à une étude des systèmes sociaux et culturels tels

que l'industrie musicale – un système racialement ségrégué au début des années 1900, notamment fondé sur une classification des genres musicaux indexant la race et dont les structures fondamentales continuent aujourd'hui de faire effet. La ségrégation raciale au sein de cette industrie a surtout fait l'objet d'analyses dans le contexte des États-Unis où les systèmes de classements et de programmation radiophoniques qui se sont institués au milieu des années 1900 étaient ancrés dans la division qui avait été établie dans l'industrie du disque entre la chanson [hillbilly](#) et la « [race music](#) ». Pourtant, ces systèmes ne sont pas uniques au contexte industriel états-unien alors que la même classification des genres musicaux qui séparent les musicien·nes, leurs musiques et les formats radio développés au sud du 49^e parallèle est en effet bien ancrée dans les pratiques de l'industrie canadienne.

Au Canada, comme aux États-Unis, les systèmes que doivent naviguer les artistes n'incluent pas seulement la programmation radiophonique, mais aussi un cadre législatif qui participe à régir le contenu programmatique tout comme des systèmes de classement qui régulent les entrées et les sorties de leurs chansons dans les palmarès musicaux. Chacun de ces systèmes représente un nouvel obstacle pour les artistes qui sont déjà marginalisé·es au sein de ces industries et leur enchevêtrement exacerbe les difficultés d'y être inclu. Ces enjeux structurels sont davantage exacerbés par l'absence de stations de radio appartenant à, menées par ou destinées aux communautés noires au Canada, tel que l'ont noté ADVANCE.

L'interdiction pendant plus de soixante ans de la cérémonie indigène connue sous le nom de « Potlach », décrétée par le gouvernement fédéral du Canada de 1885 à 1991, s'inscrit dans ce système. Cette interdiction est une forme de génocide culturel et contribue à l'absence historique de récits autochtones dans les espaces publics (en général) et dans l'industrie musicale (en particulier).

D'autres formes d'oppression persistent au sein de cette structure et elles ont participé à privilégier depuis les cent dernières années la

carrière d'hommes blancs cisgenres et hétérosexuels à travers l'ensemble des formats radio. Une approche intersectionnelle nous permet non seulement de saisir la représentativité de façon plus nuancée, mais elle nous permet également d'observer l'imbrication d'une diversité de formes de discrimination (le racisme, le sexisme, l'hétérosexisme, le capacitisme, etc.) au sein de cette industrie. Elle représente ainsi un point de départ à partir duquel réfléchir aux politiques, aux pratiques et aux normes inévitables qui s'y sont instituées

ANALYSE DES DONNÉES

Pour entreprendre cette étude, l'équipe de recherche a effectué des recherches individualisées pour chacun des 13 926 artistes représenté-es dans les ensembles de données, et ce, de façon à identifier leur type d'ensemble, leur identité de genre, leur race ou ethnicité ainsi que leur orientation sexuelle. Une fois les artistes identifié-es, les ensembles de données ont été analysés avec RapidMiner, un outil de fouille de données, afin d'analyser la fréquence et les plages horaires de mises en ondes, ainsi que le taux de rétention des chansons dans les listes de programmation des stations en analysant la programmation des chansons récurrentes et des vieux succès.

Les données utilisées pour ce projet sont extraites de Mediabase, un service destiné à la surveillance des données de mise en ondes des stations de radio qui s'y rapportent. Mediabase assemble ces données pour chaque format radio, générant à la fois des rapports de fin d'année et des rapports hebdomadaires répertoriant l'ensemble des chansons diffusées. Ce rapport mobilise à la fois les rapports de fin d'année et les rapports hebdomadaires pour appuyer l'analyse des tendances longitudinales de la représentativité sur chaque format radio. Il s'appuie ensuite sur les rapports hebdomadaires afin de proposer des analyses plus précises et approfondies des pratiques de programmation des 6 formats radio au Canada :

1. Country (35 stations)
2. Rock alternatif (13 stations)
3. Active rock (18 stations)

4. Top 40 (22 stations)
5. Adulte contemporain *mainstream* (32 stations) + le portfolio de 6 stations de langue française
6. Adulte contemporain *hot* (29 stations) + le portfolio de 5 stations de langue française

Les **RAPPORTS DE FIN D'ANNÉE** des 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2023 ont été extraits de Mediabase, ce qui représente un rapport par année pour l'ensemble des 6 formats radio (11 rapports chacun, 66 au total). Ces rapports incluent les métadonnées des artistes solistes, des ensembles et des artistes en collaboration (*featured artists*), tout comme du titre des chansons, leur label et le nombre cumulatif de mises en ondes reçues dans l'année calendaire.

Les **RAPPORTS HEBDOMADAIRES**, incluant l'ensemble des chansons diffusées en 2023, ont également été extraits de Mediabase. Deux rapports distincts ont été téléchargés pour chaque semaine de l'année calendaire, et ce, pour chacun des formats. Le premier rapport contient l'ensemble des nouveautés et des chansons récurrentes, et le second les vieux succès. Ceci représente 104 rapports par format, donc 624 rapports hebdomadaires au total. Les deux types de rapports ont été nettoyés séparément, et subséquemment agrégés. Ces rapports incluent la même information que les rapports de fin d'année en ce qui concerne les artistes, les ensembles et les artistes en collaboration, le titre des chansons et leur label, mais ceux-ci incluent également les métadonnées du type de chanson (nouveauté, chansons récurrentes et vieux succès), leur statut au regard des exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes, tout comme le nombre de mises en ondes pour chacune des plages horaires de programmation radiophonique.

Étant donné que ces rapports compilent majoritairement les données de stations de radio de langue anglaise au Canada, nous avons produit pour cette étude deux PORTFOLIOS comprenant les données hebdomadaires pour l'année 2023 des **STATIONS DE LANGUE FRANÇAISE**. Une telle fonction existe au sein de Mediabase et permet dans ce cas de construire

et d'extraire les données agrégées pour un ensemble spécifique de stations. Ces rapports incluent les classements généraux pour chaque chanson incluse dans le portfolio (similairement à des palmarès), ainsi que le nom des artistes, le titre des chansons, leur nombre total de mises en ondes et leur répartition par station. Ces données peuvent ensuite être téléchargées par plage horaire. Nous avons créé deux portfolios – le premier inclut 6 stations de langue française du format radio adulte contemporain *mainstream* et le second, 5 stations de langue française du format adulte contemporain *hot* – et téléchargé un rapport par plage horaire pour chaque semaine de l'année 2023 (ce qui représente un total de 260 rapports hebdomadaires). Ces rapports ont d'abord été rassemblés par plage horaire, la chercheuse principale ayant ajouté un code pour chaque ensemble de données, puis ont ensuite été agglomérés pour faciliter l'analyse.

L'utilisation des rapports de fin d'années et des rapports hebdomadaires a permis à l'équipe de recherche de découvrir, pour la première fois, les tendances à long terme affectant chacun des formats, ce qui permet d'établir un contexte plus profond à partir duquel étudier la programmation en 2023. Ce rapport est présenté en 6 sections, une par format radio. Les formats country, rock alternatif, *active rock* et Top 40 ont chacun deux parties – une pour les rapports de fin d'années de 2013 à 2023 et une seconde pour les rapports hebdomadaires de 2023. Les formats adulte contemporain *mainstream* et *hot* contiennent également les mêmes parties, mais sont également composés d'une section additionnelle se concentrant sur les portfolios de langue française créés pour ce projet.

Afin d'en faciliter la lecture, les sections suivent toute la même structure, elles peuvent également être lues et consultées indépendamment les unes des autres pour celles qui ne s'intéresseraient qu'à un seul format. Chaque section s'ouvre avec une brève définition de la taille du format et de sa représentation géographique, puis se conclut avec le sommaire des conclusions clés.

CODIFICATION DES DONNÉES

Afin de mettre en œuvre l'approche intersectionnelle de ce projet, nous avons recueilli le plus d'informations biographiques possible pour l'ensemble des artistes. Pour ce faire, chaque

artiste, groupe et collaboration a fait l'objet d'une recherche personnalisée afin de relever l'identité de genre ainsi que la race et l'ethnicité de chacun des artistes (solistes, groupe et collaboration) dans l'ensemble de données. La méthodologie de recherche utilisée par les projets SongData privilégie une conception de l'identité fondée sur les termes utilisés par les artistes elleux-mêmes, ce travail est rendu possible par une recherche personnalisée pour chaque artiste à travers leurs biographies, les entretiens offerts, des articles à leur sujet et d'autres formes de données médiatiques qui facilitent l'identification des identités de genre, de race et d'ethnicité des artistes. En l'absence d'énoncé explicite à ce sujet, les pronoms utilisés dans les biographies et les entretiens sont retenus pour l'analyse. Ainsi, les résultats de cette analyse partagent les codes tels qu'ils sont repérés plutôt que d'imposer des termes à ces artistes.

Il est crucial de noter que l'identité de genre est fluide et que, pour plusieurs, elle change au fil du temps. Nous en avons tenu compte dans l'analyse des artistes dont des chansons ont été diffusées au cours des premières années retenues pour l'analyse des rapports de fin d'année et dont l'identité de genre a plus tard changé. Lorsque c'est le cas, nous avons retenu l'identité de genre de l'artiste telle qu'elle était exprimée au moment où la chanson a été diffusée. Par exemple, si un-e artiste s'identifie en tant qu'homme entre 2014 et 2018, ses chansons diffusées au cours de cette période seront donc incluses comme telles dans les rapports de fin d'années. S'ils s'identifient alors à partir de 2019 comme transgenre ou non-binaire, ils seront ensuite codifiés en conséquence.

La description biographique est effectuée de deux façons :

1. **le niveau d'ensemble** : pour les artistes solistes et pour la totalité de l'ensemble ;
2. **le niveau de l'artiste vocal-e** : pour l'artiste vocal-e dont c'est la voix qui est entendue dans l'enregistrement musical. Cette manière d'effectuer la codification a un impact sur les groupes et collaborations menées par des hommes, des femmes, des

artistes trans*, ainsi que pour les ensembles multiethniques, puisqu'elle rend compte de la voix principale des enregistrements musicaux.

Ceci permet d'opérer l'analyse à deux niveaux – le premier niveau rend compte de la composition du groupe dans son ensemble, alors que le second niveau rend compte de la voix qui est entendue. Le niveau primaire d'analyse est mené sur le niveau d'ensemble, mais l'analyse du niveau de l'artiste vocal-e offre une perspective plus détaillée des groupes et des collaborations à travers l'étude.

Pour les types d'ensemble, trois codes ont été développés :

- **Soliste** (utilisé pour les artistes qui performant seul-es)
- **Groupe** (utilisé pour les duos, les trios ou les groupes de plus de 4)
- **Collaboration** (utilisé pour les chansons qui mettent en vedette plus d'un-e artiste soliste ou un autre groupe)

En ce qui concerne l'identité de genre, les artistes dont des chansons ont été diffusées sur les ondes de radio canadiennes sont catégorisé-es comme suit :

- **Femme** (elle)
- **Homme** (il/lui)
- **Artistes trans*** (non-binaire, genderqueer, transgenre) (iel/elleux; elle; il/lui)
- **Groupes** d'hommes, de femmes, d'artistes trans* (mêmes pronoms qu'au-dessus)
- **Collaborations** d'hommes, de femmes et d'artistes trans* (mêmes pronoms qu'au-dessus)

Comme cela a déjà été décrit, la codification des données a été effectuée sur deux plans dans le but d'obtenir une analyse plus nuancée de l'identité de genre des artistes. Le premier code rend compte de l'identité de genre (hommes, femmes, trans* ou comme ensembles composés de multiples identités de genre) sur le niveau d'ensemble des artistes solistes, des groupes et des collaborations. Le second code rend compte de l'identité de genre au niveau de l'artiste vocal-e (hommes, femmes, trans* ou comme ensembles composés de multiples identités de genre). Ces niveaux de description offrent un portrait plus

nuancé de la composition des groupes et des collaborations menées par des hommes, des femmes et des artistes trans* dans l'analyse des pratiques de programmation des formats radio. Cette analyse diffère selon le format, puisque certains formats offrent une programmation davantage axée sur les groupes et d'autres, sur les collaborations. Une analyse individualisée est donc menée pour rendre compte de ces tendances dans les pratiques de programmation pour chaque format radio. En ce qui concerne les formats country, Top 40 et adulte contemporain mainstream et hot, les collaborations représentent une part importante de la programmation, alors que pour les formats rock alternatif et active, ce sont les groupes qui en occupent une plus grande part.

En ce qui concerne la race et l'ethnicité, ce sont les termes explicitement utilisés par l'artiste qui sont retenus pour la codification. Les artistes sont alors regroupé-es de façon à faciliter l'analyse et la visualisation des données. Comme c'est le cas pour l'identité de genre, la codification est effectuée à la fois au niveau de l'ensemble et de l'artiste vocal-e. Ceci mène à une compréhension plus approfondie des groupes et des collaborations multiethniques.

- **Artistes blanc·hes** (solistes, groupes, collaborations)
- **Artistes noir·es** (solistes, groupes, collaborations)
- **Artistes autochtones** (solistes, groupes, collaborations)
- **Artistes racisé·es** (solistes, groupes, collaborations d'une seule ethnicité)
 - *Biracial·e, Mexicain·e, Portoricain·e, Cubain·e, Jamaïcain·e, Haïtien·ne, Venezuelien·ne, Chilien·ne, Hawaïen·ne, Coréen·ne, Sud Coréen·ne, Japonais·e, Philippin·e, Vietnamien·ne, Pakistanais·e, Iranien·ne, Irakien·ne, Indien·ne*
- **Ensembles** multiethniques (groupes ou collaborations dont les membres sont issus de plus d'une ethnicité)

ANALYSE DES RAPPORTS DE FIN D'ANNÉE (2013 à 2023)

Les rapports de fin d'année offrent l'occasion d'explorer les tendances à plus long terme des 6 formats à l'étude. À travers l'analyse des 150 chansons les plus diffusées sur chaque format entre 2013 et 2023, les sections concernant les rapports de fin d'années se penchent sur les questions suivantes :

- Les chansons de combien d'artistes uniques apparaissent parmi les 150 chansons les plus diffusées au cours de cette période de 11 ans ? Et combien de chansons uniques atteignent ce classement ?
- Quel est le pourcentage de mises en ondes des chansons qui apparaissent dans le classement des 150 chansons les plus diffusées dans les rapports de fin d'année ?
- Quel est le pourcentage de chansons qui apparaissent parmi les 50 plus hautes positions du classement des rapports de fin d'années à travers cette même période ?
- Et quelle est leur distribution selon leur position maximale (ex. Les chansons d'artistes féminines et trans* atteignent-elles les 50 meilleures positions ou n'occupent-elles que les dernières places du classement) ? À quelle fréquence les chansons interprétées par des femmes et des artistes trans* atteignent-elles le Top 20, le Top 10 et la meilleure position (#1) de ces palmarès ?

ANALYSE DES RAPPORTS HEBDOMADAIRES ET PORTFOLIOS DES STATIONS DE LANGUE FRANÇAISE (2023)

L'analyse des rapports hebdomadaires permet d'établir un contexte plus profond à partir duquel étudier la programmation en 2023. Ce volet de l'étude se penche sur les mêmes questions que celles posées ci-dessus pour ce qui concerne les rapports hebdomadaires et les portfolios des stations de langue française, mais offre également des réponses aux questions suivantes :

- Les chansons de combien d'artistes uniques ont été diffusées en 2023 ? Et combien de chansons uniques ont été diffusées ?
- Quelle est la distribution de ces mises en ondes

dans son ensemble ? Et quel pourcentage de ces mises en ondes a été attribué à du contenu répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes ?

- En creusant davantage sur les données relatives au contenu canadien en 2023, quelle est la distribution des mises en ondes des nouveautés au regard des chansons récurrentes et des vieux succès ?
- Les nouveautés reçoivent-elles suffisamment de mises en ondes pour apparaître au sein des palmarès radiophoniques ? À quelle fréquence ? Pendant combien de temps arrivent-elles à se classer ? Et quelle position occupent-elles lorsqu'elles obtiennent leur meilleur classement ?
- À quelle fréquence les vieux succès sont-ils inclus dans la programmation ?
- Comment la programmation influence-t-elle les palmarès radiophoniques ? À quelle fréquence les chansons interprétées par des femmes et des artistes trans* s'y classent-elles ? Et quelle est la distribution des chansons répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes sur ces palmarès ?
- Comment la programmation influence-t-elle les palmarès radiophoniques ? À quelle fréquence les chansons interprétées par des femmes et des artistes trans* s'y classent-elles ? Et quelle est la distribution des chansons répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes sur ces palmarès ?

En plus des questions concernant l'identité des artistes dont des chansons ont été diffusées sur chaque format et par chaque station incluse dans cette étude, l'analyse des rapports hebdomadaires prend en considération la représentativité selon les exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes.

Ces données permettront d'obtenir une meilleure vue d'ensemble sur la façon dont les 6 formats radio, tout comme les stations de langue française, répondent aux exigences actuelles relatives au contenu canadien et aux façons dont ces exigences affectent les femmes, les artistes trans* et les artistes racisé-es.

LÉGENDE DU PROJET

Dans les graphiques, les données sont toujours présentées (horizontalement ou verticalement) dans le même ordre : hommes, femmes, groupes mixtes, puis artistes trans*. Cela signifie que dans les cas où les femmes et les artistes trans* n'obtiennent aucune représentation (comme c'est parfois le cas dans certaines dimensions de l'analyse présentée ici), un espace vide prendra la place de ce qui serait autrement une colonne.

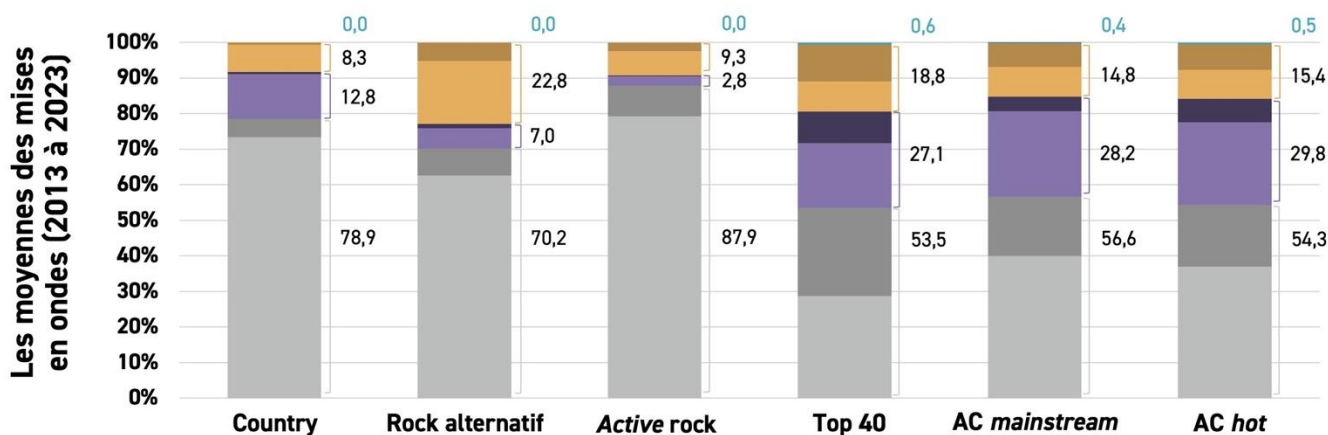
Ces quatre couleurs forment ensemble la palette de couleur utilisée à travers l'ensemble du rapport, mais certaines variations sont introduites lorsque les figures cherchent simultanément à illustrer l'identité de genre, la race et l'ethnicité, le statut en relation aux exigences sur le contenu créé par des Canadien·nes ou encore la langue dans laquelle les chansons sont interprétées. Des notes sont ajoutées au haut de chaque figure afin de clarifier ces détails.

	Hommes blancs (solistes, groupes, collab.)
	Hommes racisés (solistes, groupes, collab.)
	Femmes blanches (solistes, groupes, collab.)
	Femmes racisées (solistes, groupes, collab.)
	Artistes trans* blanc·hes (solistes, collab.)
	Artistes trans* racisé·es (solistes, collab.)
	Ensembles mixtes blancs
	Ensembles mixtes multiethniques

Faire appel à une palette de couleur avec des tons variés n'est pas toujours idéal lorsqu'il s'agit d'industries culturelles dont les pratiques de programmation sont inégales. Tel que nous le verrons dans ce rapport, les artistes racisé·es et les ensembles multiethniques sont parfois à ce point sous-représentés dans les formats radio à l'étude que leurs contributions sur des formats comme country, rock alternatif et active rock ne sont presque pas visibles dans les tableaux de visualisation. Pour tenter de pallier ce problème,

nous utilisons des teintes plus foncées pour représenter les plus petits pourcentages de façon à les rendre les plus lisibles que possible dans les formats radio qui priorisent la programmation d'artistes blanc·hes.

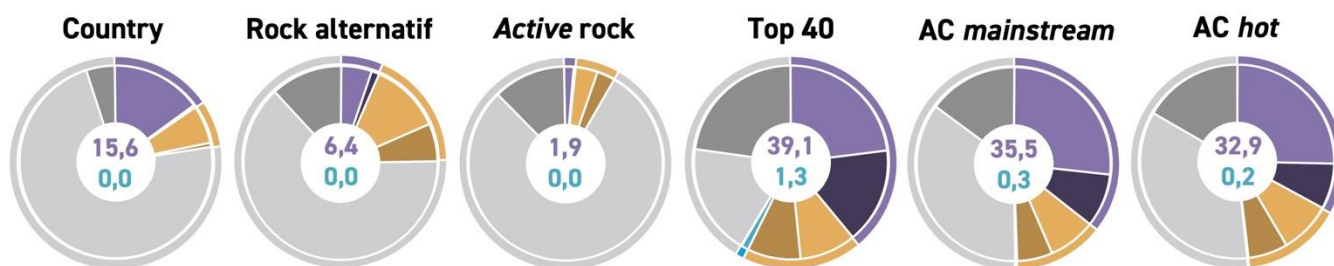
LES FEMMES SONT PEU MISES EN VALEUR PAR LA RADIO CANADIENNE (2013 À 2023)



En se concentrant sur le classement des 150 chansons les plus diffusées entre 2013 et 2023, les analyses démontrent que les femmes sont sous-programmées sur chaque format radio. Les formats country, rock alternatif, active rock programment les femmes à un très faible taux, et ce, de façon continue à travers l'ensemble de la période à l'étude, dont une légère augmentation au cours des dernières années (tel qu'illustré dans les pages qui suivent). Les femmes sont mieux représentées par les trois formats pop à l'étude, mais leurs chansons ne représentent que le tiers de l'ensemble de la programmation. Bien que la diffusion des chansons interprétées par des femmes augmente au cours de l'année 2023 pour chacun des formats radio à l'étude, il est toujours trop tôt pour savoir si une telle tendance au sein de la programmation sera maintenue dans les années à suivre. L'analyse individuelle de chaque format radio permet de confirmer que les femmes racisées sont largement sous-programmées sur les ondes de radio canadiennes (et en particulier sur les formats country et rock), et que les femmes canadiennes ne sont pas mises en valeur au sein de la programmation. Les artistes trans* sont presque entièrement absent-es des ondes radio au Canada alors que seulement une poignée d'artistes non canadien-nes reçoivent une part minimale de soutien au sein de la programmation dans les formats Top 40, AC *mainstream* et AC *hot*. Les artistes trans* canadien-nes sont complètement absent-es de ce portrait.

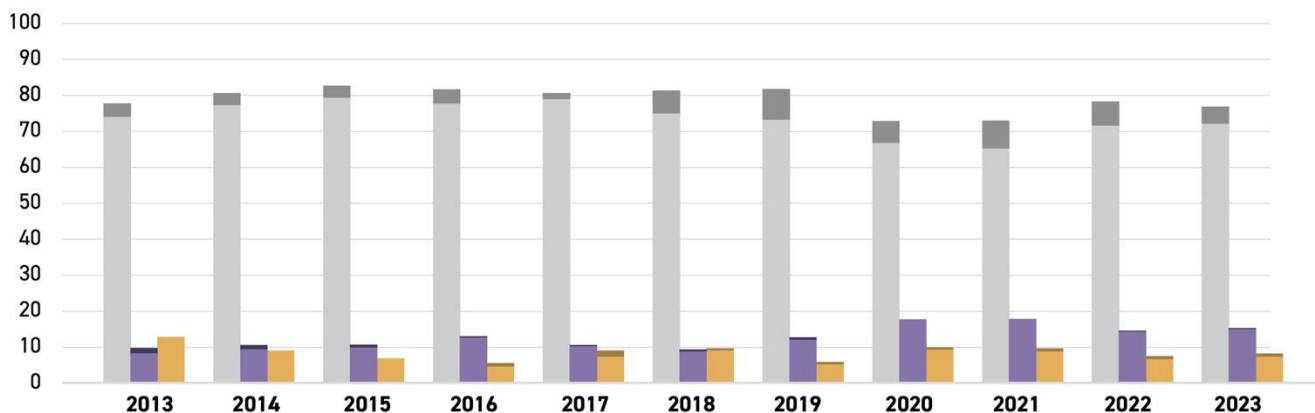
ET TOUJOURS MÉSESTIMÉES EN 2023 - DES CHANCES RÉDUITES DANS CERTAINS FORMATS

Ce graphique illustre la représentativité de chaque format en présentant les résultats sur l'ensemble des mises en ondes en 2023, au sein des 50 meilleures positions du classement de fin d'année et pour les chansons qui ont suffisamment été mises en ondes pour se classer dans les palmarès Top 20 et Top 10 et pour atteindre la position #1. Bien que la présence des femmes augmente pour certains formats (rock alternatif, Top 40, AC *mainstream* et *hot*), il est possible d'observer une forme de tokenisme au sein de la programmation où une seule artiste à la fois est favorisé-e et où les artistes non canadien-nes sont privilégié-es. Les formats country et *active rock* écartent les femmes (et en particulier les femmes canadiennes) de leur programmation. Les artistes trans* sont rarement entendu-es dans ces positions, sauf sur le format Top 40. On constate également l'absence de femmes racisées sur les formats country et rock (en moyenne 0,6%) et leur meilleure représentation sur les trois formats pop (en moyenne 11,0%).



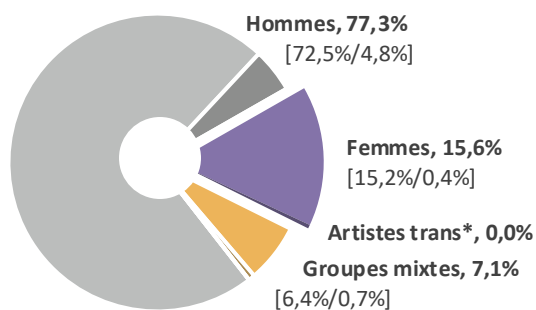
	Country	Rock alternatif	Active rock	Top 40	AC mainstream	AC hot
Palmarès	18,5%	9,8%	4,9%	44,4%	47,9%	35,3%
Top 20	13,9%	9,2%	6,3%	54,5%	47,8%	46,4%
Top 10	11,5%	9,2%	5,3%	61,1%	58,4%	55,0%
#1	9,6%	32,3%	0,0%	57,9%	60,8%	61,4%

LES FEMMES SONT PEU MISES EN VALEUR PAR LE FORMAT RADIO COUNTRY



Les chansons interprétées par des femmes représentent en moyenne 12,8% des mises en ondes au sein du classement des 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2023. Presque entièrement interprétées par des femmes blanches, leurs mises en ondes ont augmenté entre 2020 et 2021, mais ont connu un recul en 2023, passant à 15,6%. Les femmes racisées sont invisibilisées au sein de ce format (représentant en moyenne seulement 0,6% des mises en ondes), alors que les artistes trans* y sont absent-es. Les chansons interprétées par des femmes sont, par conséquent, écartées des plus hautes positions des palmarès annuels. Pour chaque année incluse dans cette étude, la première position fut occupée par un artiste masculin.

MISES EN ONDES EN 2023 : LES FEMMES TOUJOURS INSUFFISAMMENT PROGRAMMÉES



PROPORTION DES CHANSONS INTERPRÉTÉES PAR DES HOMMES ET PAR DES FEMMES
5 : 1

En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 15,6% des mises en ondes sur le format radio country. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (15,2%), alors que les femmes racisées en représentent 0,4%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 5:1. Les artistes trans* ne sont pratiquement pas inclus-es dans les listes de programmation des stations de radio, n'ayant reçu que 0.00009% des mises en ondes.

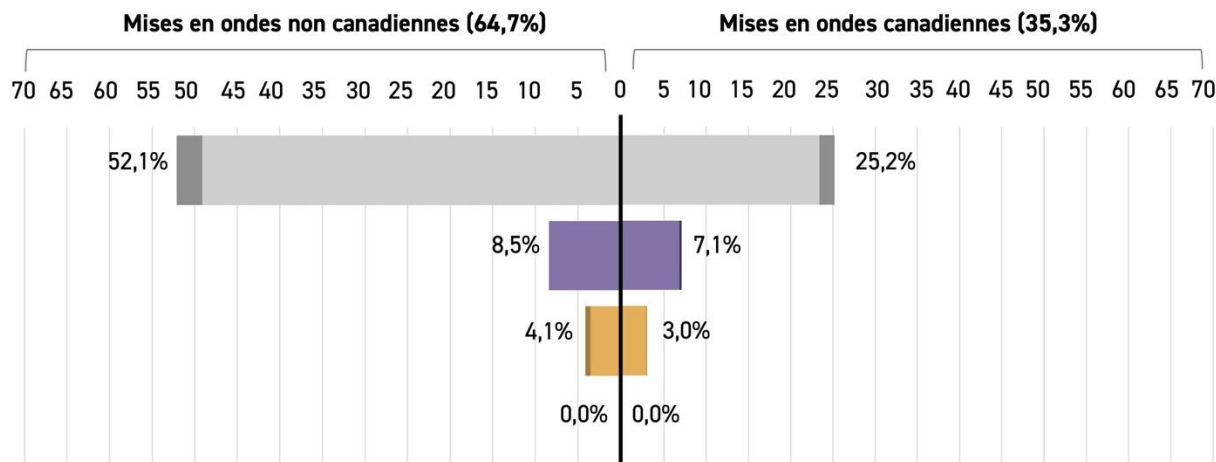


SEULEMENT 2 CHANSONS PAR HEURE SUR LA RADIO COUNTRY AU CANADA

Le ratio de 5:1 de mises en ondes des chansons interprétées par des hommes et par des femmes a des conséquences sur la façon dont elles sont programmées dans le cycle journalier de 24 heures. En 2023, 305 chansons ont en moyenne été diffusées par jour, dont 236 étaient interprétées par des hommes, 48 par des femmes, 21 par des groupes ou des collaborations mixtes et aucune par des artistes trans*. Une telle fréquence de mise en ondes se traduit par la diffusion de seulement 2 chansons interprétées par des femmes par heure.

	HOMMES	FEMMES	ARTISTES TRANS*	GROUPES MIXTES
Nuit (0h00 à 6h00)	68	13	0	6
Matinée (6h00 à 10h00)	32	7	0	3
Mi-journée (10h00 à 15h00)	48	10	0	4
Début de soirée (15h00 à 19h00)	37	8	0	3
Soir (19h00 à 24h00)	51	10	0	5
	236	48	0	21

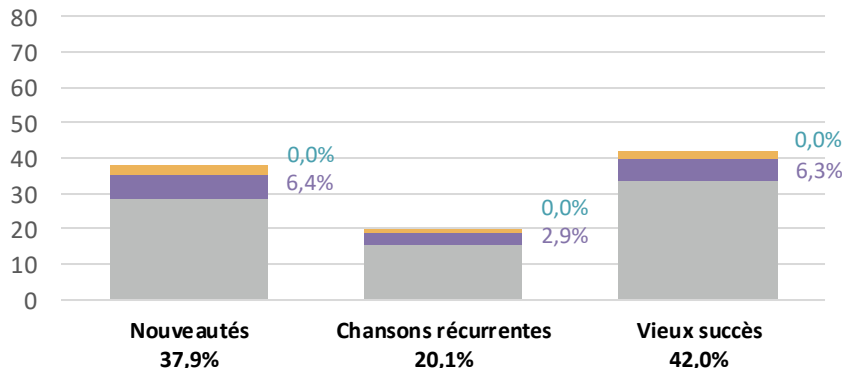
LA RADIO COUNTRY SOUTIENT-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



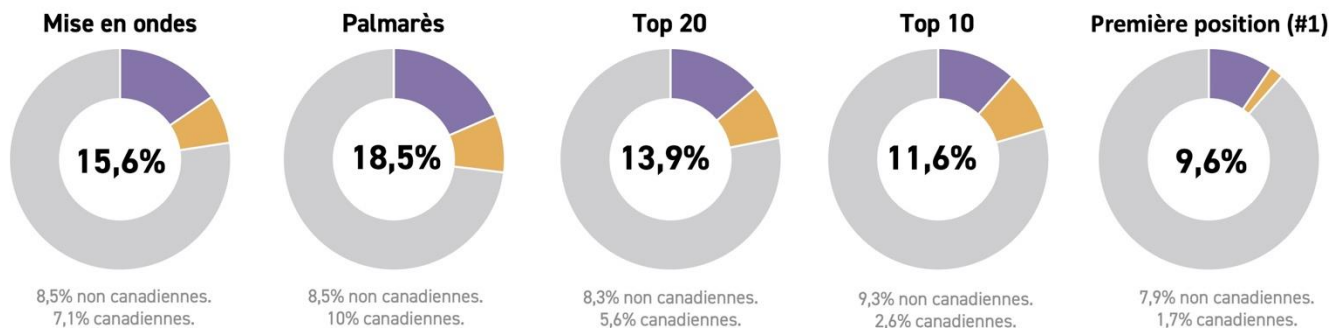
Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadien-nes. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (15,6%) est distribuée à l'avantage des chansons non canadiennes, lesquelles en représentent 8,5%, avec seulement 7,1% pour les chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes. La plupart des mises en ondes pour les femmes racisées (0,3%) répond aux exigences sur le contenu canadien. L'absence de chansons interprétées par des artistes Trans* au sein de cette programmation signifie également que les artistes trans* canadien-nes ne sont pas soutenu-es par ce format.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

Les chansons interprétées par des femmes reçoivent une distribution quasi égale selon le type de chanson alors que leurs nouveautés représentent 6,4% de leurs mises en ondes en 2023 et leurs vieux succès, 6,3%. Elles sont pourtant moins retenues au sein de la programmation récurrente avec 2,9%. Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de chacune de ces catégories : 3,0% (nouveautés), 1,8% (récurrentes) et 2,3% (vieux succès). Cela signifie que leurs chansons sont, goutte à goutte, écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.

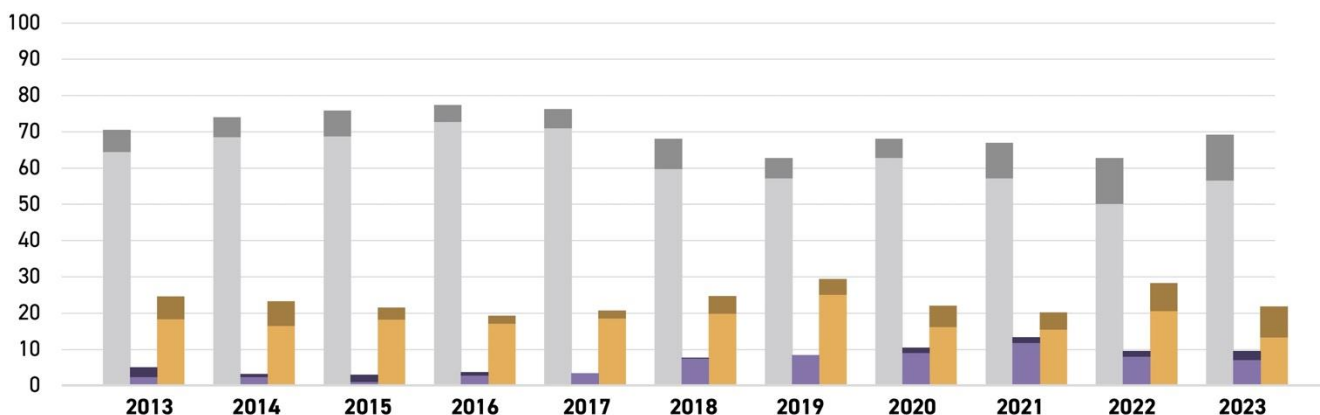


LES FEMMES SONT ÉLIMINÉES DU SOMMET DES CLASSEMENTS HEBDOMADAIRES EN 2023



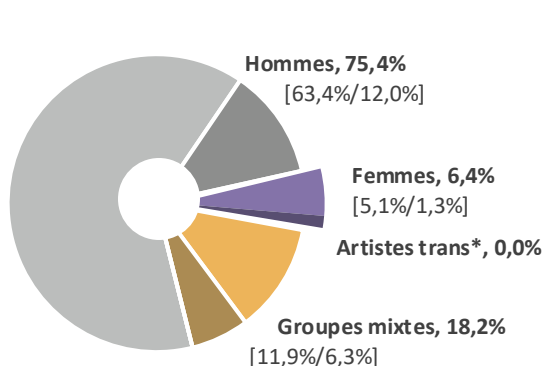
Bien que les pratiques de programmation affectent la trajectoire suivie par l'ensemble des femmes sur ce format, les femmes canadiennes (et en particulier les femmes canadiennes racisées) se voient éliminées des positions à haute rotation au sein des listes de programmation, ce qui leur laisse encore moins de chance d'atteindre les sommets du classement.

LES FEMMES SONT PEU MISES EN VALEUR PAR LE FORMAT RADIO ROCK ALTERNATIF



Les chansons interprétées par des femmes représentent en moyenne 7,0% des mises en ondes au sein du classement des 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2023. Presque entièrement interprétées par des femmes blanches, leurs mises en ondes sont restées stables entre 2013 et 2017 avant d'atteindre 13,2% en 2021. Les femmes racisées sont invisibilisées au sein de ce format (représentant en moyenne seulement 1,3% des mises en ondes), alors que les artistes trans* y sont absent-es. Les chansons interprétées par des femmes sont, par conséquent, écartées des plus hautes positions des palmarès annuels. Les femmes n'ont occupé la première place qu'une seule fois (en 2020).

MISES EN ONDES EN 2023 : LES FEMMES TOUJOURS INSUFFISAMMENT PROGRAMMÉES



PROPORTION DES CHANSONS INTERPRÉTÉES PAR DES HOMMES ET PAR DES FEMMES
12 : 1

En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 6,4% des mises en ondes sur le format radio rock alternatif. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (5,1%), alors que les femmes racisées en représentent 1,3%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 12:1. Les artistes trans* ne sont pratiquement pas inclus-es dans les listes de programmation des stations de radio, n'ayant reçu que 0.003% des mises en ondes.

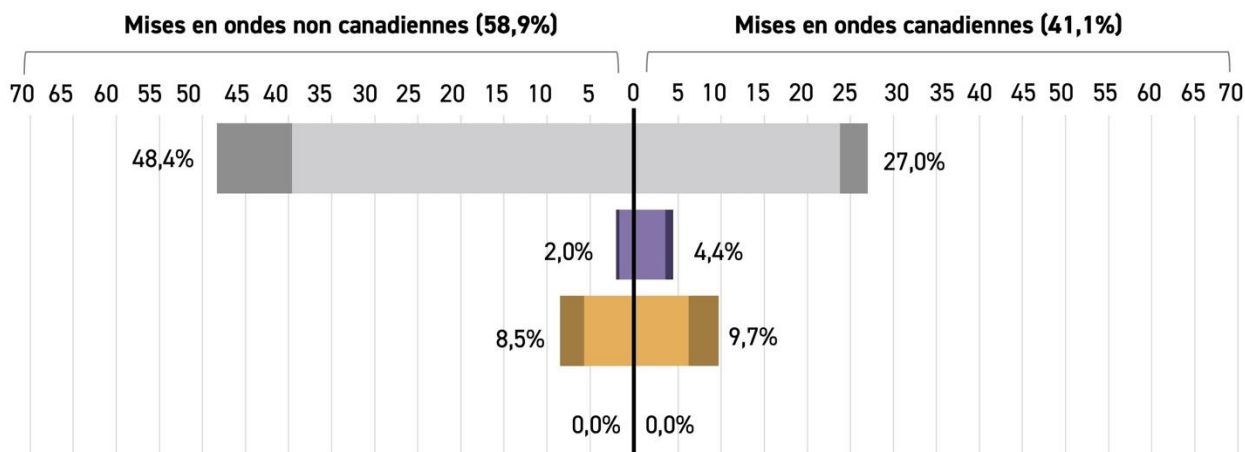


SEULEMENT 1 CHANSON PAR HEURE SUR LA RADIO ROCK ALTERNATIVE AU CANADA

Le ratio de 12:1 de mises en ondes des chansons interprétées par des hommes et par des femmes a des conséquences sur la programmation du cycle journalier de 24 heures. En 2023, 328 chansons ont en moyenne été diffusées par jour, dont 247 étaient interprétées par des hommes, 21 par des femmes, 60 par des groupes ou des collaborations mixtes et aucune par des artistes trans*. Une telle fréquence de mise en ondes se traduit par la diffusion de seulement 1 chanson interprétée par des femmes par heure.

	HOMMES	FEMMES	ARTISTES TRANS*	GROUPES MIXTES
Nuit (0h00 à 6h00)	71	5	0	17
Matinée (6h00 à 10h00)	34	4	0	9
Mi-journée (10h00 à 15h00)	50	4	0	13
Début de soirée (15h00 à 19h00)	39	3	0	9
Soir (19h00 à 24h00)	53	5	0	12
	247	21	0	60

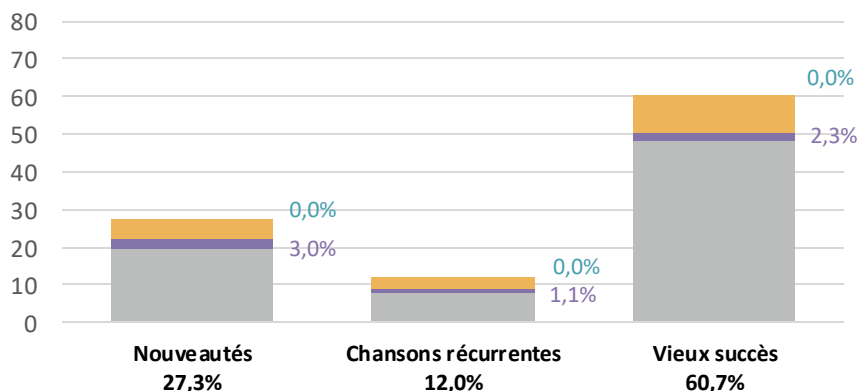
LA RADIO ROCK ALTERNATIVE SOUTIENT-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



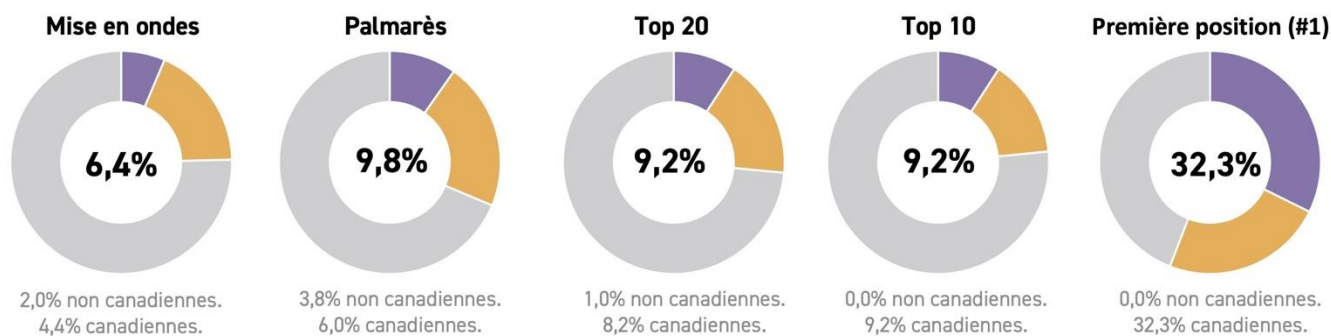
Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadien·nes. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (6,4%) est distribuée à l'avantage des chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadien·nes, lesquelles en représentent 4,4% (incluant la mise en ondes des chansons interprétées par des femmes racisées avec 1,0%), et seulement 2,0% des chansons non canadiennes. L'absence de chansons interprétées par des artistes trans* au sein de cette programmation signifie également que les artistes trans* canadien·nes ne sont pas soutenu·es par ce format.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

Les chansons interprétées par des femmes reçoivent une distribution quasi égale selon le type de chanson alors que leurs nouveautés représentent 3,0% de leurs mises en ondes en 2023 et leurs vieux succès, 2,3%. Elles sont pourtant moins retenues au sein de la programmation récurrente avec 1,1%. Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de chacune de ces catégories : 2,0% (nouveautés), 0,8% (récurrentes) et 1,6% (vieux succès). Cela signifie que leurs chansons sont, goutte à goutte, écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.

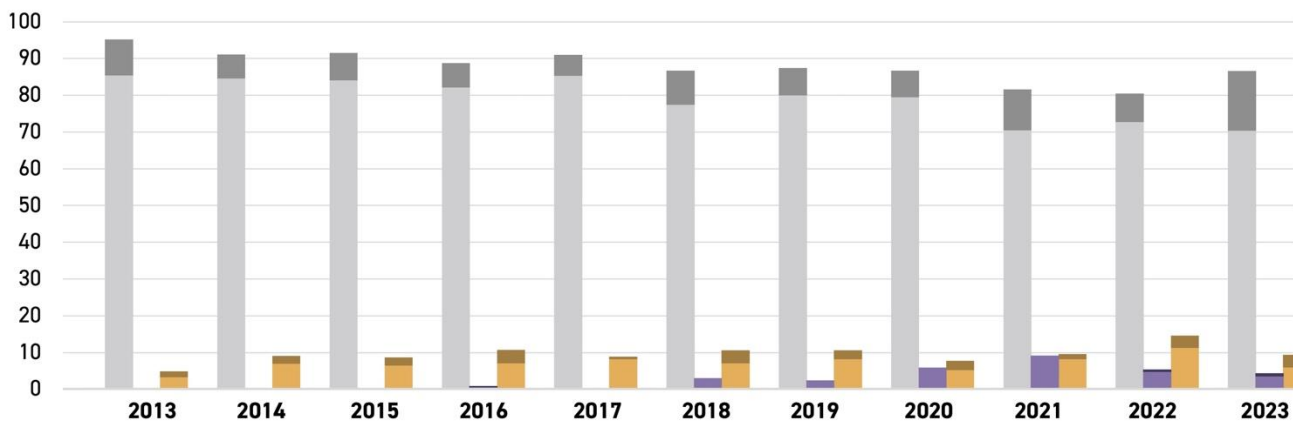


LES FEMMES SONT ÉLIMINÉES DU SOMMET DES CLASSEMENTS HEBDOMADAIRES EN 2023



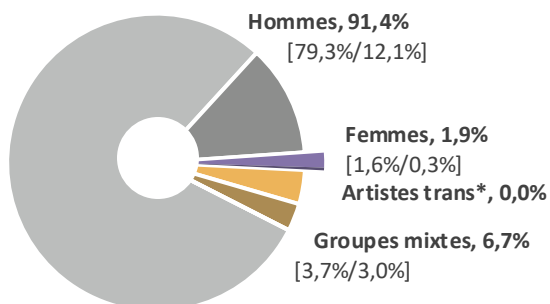
Les femmes sont largement sous-représentées au sein du classement général et des palmarès Top 20 et Top 10, mais les résultats montrent qu'un groupe entièrement féminin a occupé la position #1 pendant 16 semaines. Bien qu'il soit essentiel d'assurer une plus grande représentativité au sein des positions à plus haute rotation, soutenir intensément un seul groupe ne constitue pas une pratique équitable.

LES FEMMES NE SONT PAS MISES EN VALEUR SUR LE FORMAT RADIO ACTIVE ROCK



Les chansons interprétées par des femmes représentent en moyenne 2,7% des mises en ondes au sein du classement des 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2023. Il n'y a pas eu de chansons de femmes jusqu'en 2016, où leurs chansons reçoivent 0,9% de la diffusion, augmentant jusqu'à un pic de 9,0% en 2021, puis diminuant jusqu'à 4,3% en 2023. Presque entièrement interprétées par des femmes blanches (2,5%). Les femmes racisées sont invisibilisées au sein de ce format (représentant en moyenne seulement 0,1% des mises en ondes), alors que les artistes trans* y sont absent-es. Les chansons interprétées par des femmes sont, par conséquent, écartées des plus hautes positions des palmarès annuels. Les femmes n'ont occupé la première place qu'une seule fois (en 2020).

MISES EN ONDES EN 2023 : LES FEMMES TOUJOURS MÉESTIMÉES



PROPORTION DES CHANSONS INTERPRÉTÉES PAR DES HOMMES ET PAR DES FEMMES
47 : 1

En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 1,9% des mises en ondes sur le format radio *active rock*. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (1,6%), alors que les femmes racisées en représentent 0,3%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 47:1. Les artistes trans* ne sont pratiquement pas incluses dans les listes de programmation des stations de radio, n'ayant reçu que 0,003% des mises en ondes.



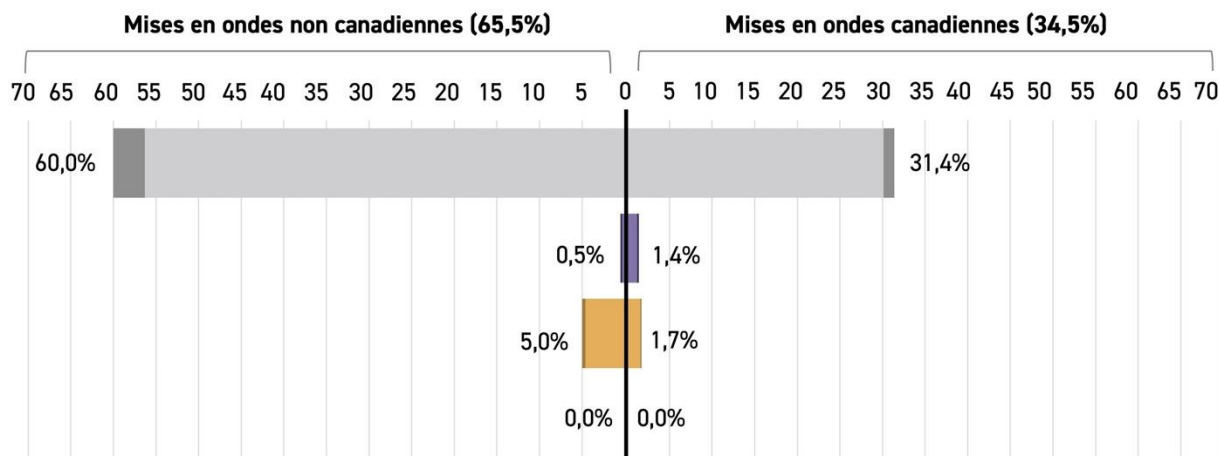
SEULEMENT 1 CHANSON PAR PLAGE HORAIRE QUOTIDIENNE SUR LA RADIO ACTIVE ROCK

Le ratio de 47:1 de mises en ondes des chansons interprétées par des hommes et par des femmes a des conséquences sur la programmation du cycle journalier de 24 heures. En 2023, 280 chansons ont en moyenne été diffusées par jour, dont 256 étaient interprétées par des hommes, 5 par des femmes, 19 par des groupes ou des collaborations mixtes et aucune par des artistes trans*. Une telle fréquence de mise en ondes se traduit par la diffusion de seulement 1 chansons interprétées par des femmes par plage horaire quotidienne (toutes les 4, 5 ou 6 heures).

	HOMMES	FEMMES	ARTISTES TRANS*	GROUPES MIXTES
Nuit (0h00 à 6h00)	71	1	0	5
Matinée (6h00 à 10h00)	35	1	0	3
Mi-journée (10h00 à 15h00)	53	1	0	4
Début de soirée (15h00 à 19h00)	41	1	0	3
Soir (19h00 à 24h00)	56	1	0	4
	256	5	0	19



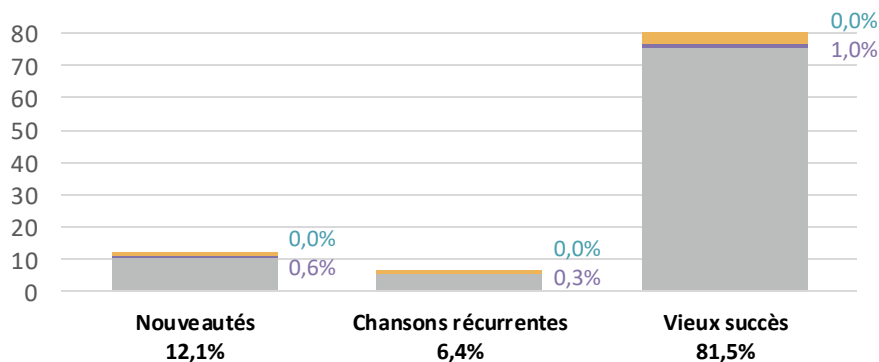
LA RADIO ACTIVE ROCK SOUTIEN-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



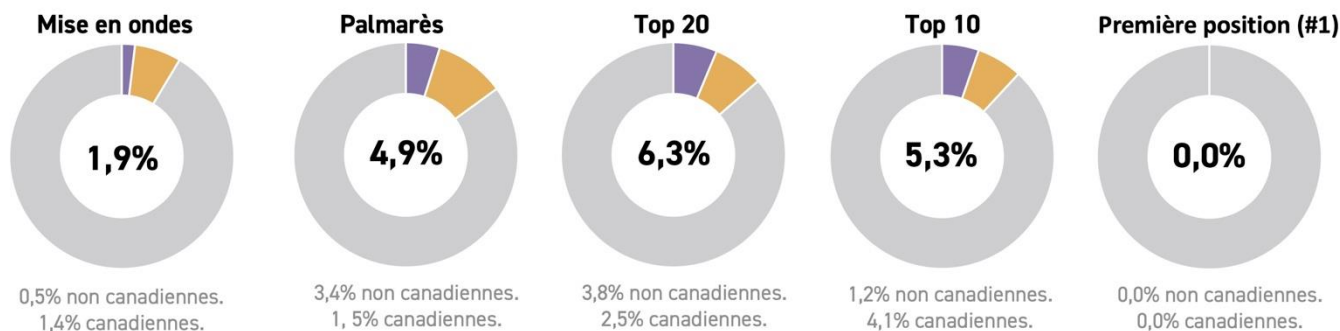
Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadien-nes. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (1,9%) est distribuée à l'avantage des chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes, lesquelles en représentent 1,4% (incluant la mise en ondes des chansons interprétées par des femmes racisées avec 0,2%), avec seulement 0,5% pour les chansons non canadiennes. L'absence de chansons interprétées par des artistes trans* au sein de cette programmation signifie également que les artistes trans* canadien-nes ne sont pas soutenu-es par ce format.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

Presque invisibles sur la radio *active rock*, les chansons interprétées par des femmes reçoivent un faible taux de diffusion en ce qui concerne les nouveautés (0,6%) les chansons récurrentes (0,3%) et les vieux succès (1,0%). Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de chacune de ces catégories : 0,3% (nouveautés), 0,3% (récurrentes) et 0,8% (vieux succès). Cela signifie que leurs chansons sont, goutte à goutte, écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.

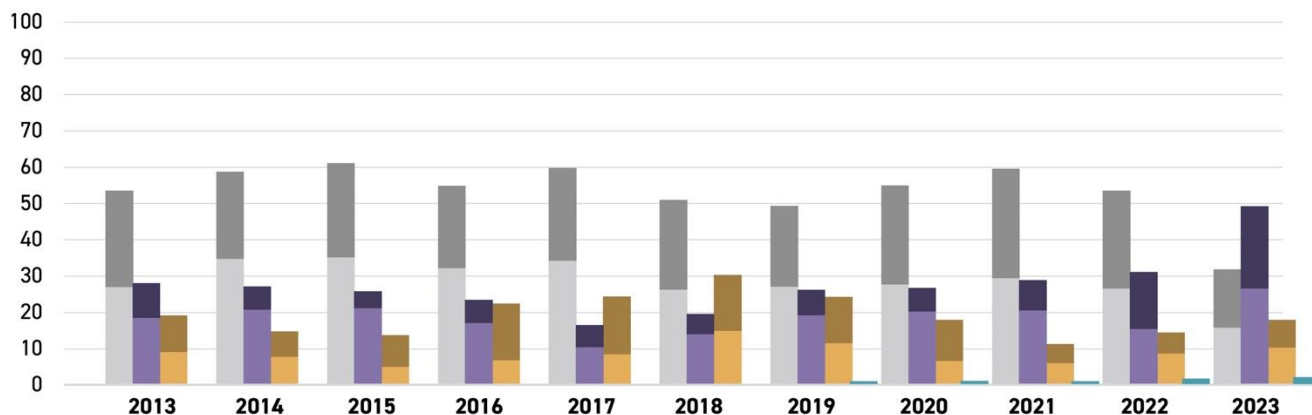


LES FEMMES SONT ÉLIMINÉES DU SOMMET DES CLASSEMENTS HEBDOMADAIRES EN 2023



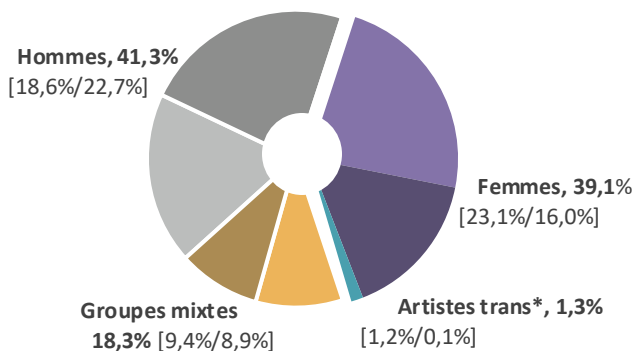
Les pratiques de programmation mises en œuvre ont des effets sur la trajectoire que peuvent prendre les femmes au sein des classements de ce format radio, celles-ci mènent actuellement à écarter de façon excessive les femmes des positions à haute rotation. Aucune des chansons interprétées par des femmes en 2023 n'a atteint les sommets des classements hebdomadaires.

LES FEMMES SONT PEU MISES EN VALEUR PAR LE FORMAT RADIO TOP 40... JUSQU'EN 2023



Les chansons interprétées par des femmes représentent en moyenne 27,1% des mises en ondes au sein du classement des 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2023. Alors que leur taux de mises en ondes diminue entre 2013 et 2017 (14,3 %), il augmente progressivement jusqu'à atteindre un sommet de 48,5 % en 2023. La plupart des mises en ondes sont interprétées par des femmes blanches (18,2%) alors que les femmes racisées demeurent invisibilisées au sein de ce format (représentant en moyenne seulement 8,9% des mises en ondes). Les chansons interprétées par des femmes sont pourtant écartées des plus hautes positions des classements de fin d'année alors qu'elles n'en ont occupé la première place qu'une seule fois (en 2022).

MISE EN ONDES 2023 : LES FEMMES PRESQUE ÉGALES AUX HOMMES DANS LA PROGRAMMATION



PROPORTION DES CHANSONS INTERPRÉTÉES PAR DES HOMMES ET PAR DES FEMMES
1 : 1

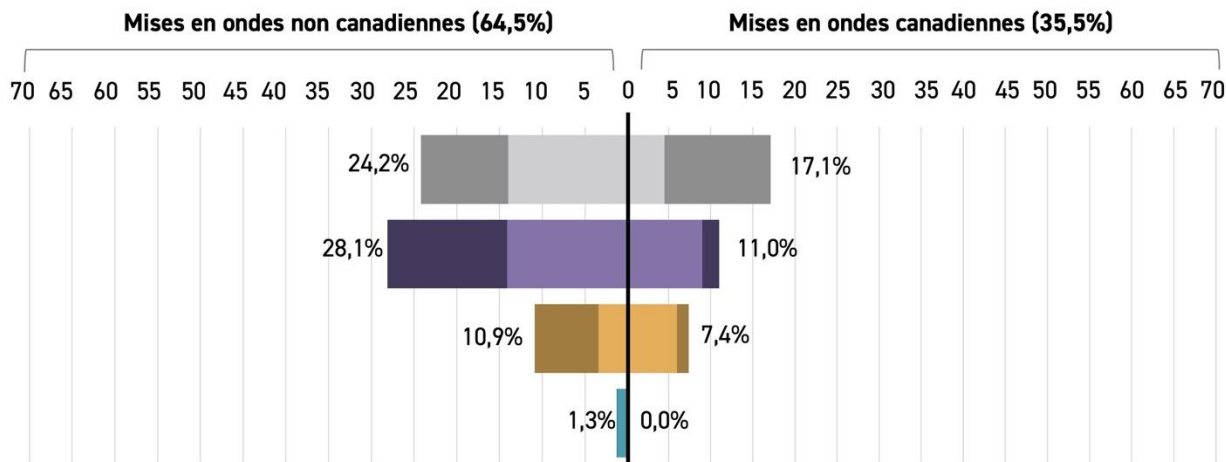
En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 39,1% des mises en ondes sur le format radio Top 40. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (23,1%), alors que les femmes racisées en représentent 16,0%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 1:1. Les artistes trans* sont incluses dans les listes de programmation des stations, mais seulement au faible taux de 1,3%.

🕒 6 CHANSONS PAR HEURE SUR LA RADIO TOP 40 AU CANADA

Le ratio de 1:1 de mises en ondes des chansons interprétées par des hommes et par des femmes a des conséquences sur la programmation du cycle journalier de 24 heures. En 2023, 377 chansons ont en moyenne été diffusées par jour, dont 156 étaient interprétées par des hommes, 147 par des femmes, 5 par des artistes Trans* et 69 par des groupes ou des collaborations mixtes. Un tel rythme de programmation reflète une plus grande diversité de voix tout au long de la journée, soit environ 6 chansons par heure.

	HOMMES	FEMMES	ARTISTES TRANS*	GROUPES MIXTES
Nuit (0h00 à 6h00)	42	39	1	18
Matinée (6h00 à 10h00)	21	21	1	9
Mi-journée (10h00 à 15h00)	33	31	1	15
Début de soirée (15h00 à 19h00)	26	24	1	12
Soir (19h00 à 24h00)	34	32	1	15
	156	147	5	69

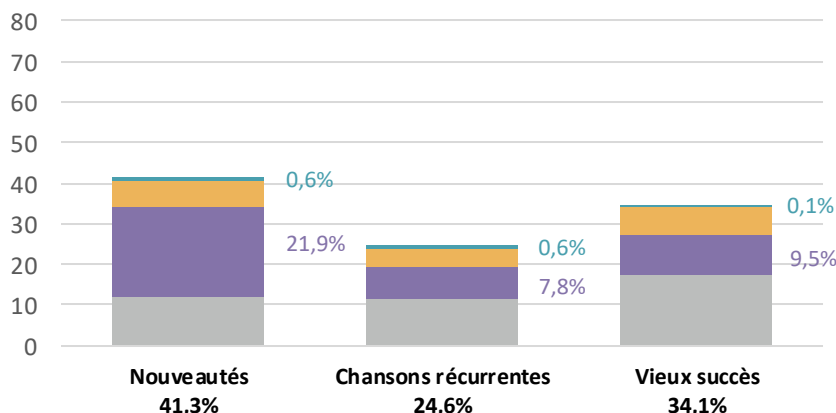
LA RADIO TOP 40 SOUTIENT-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



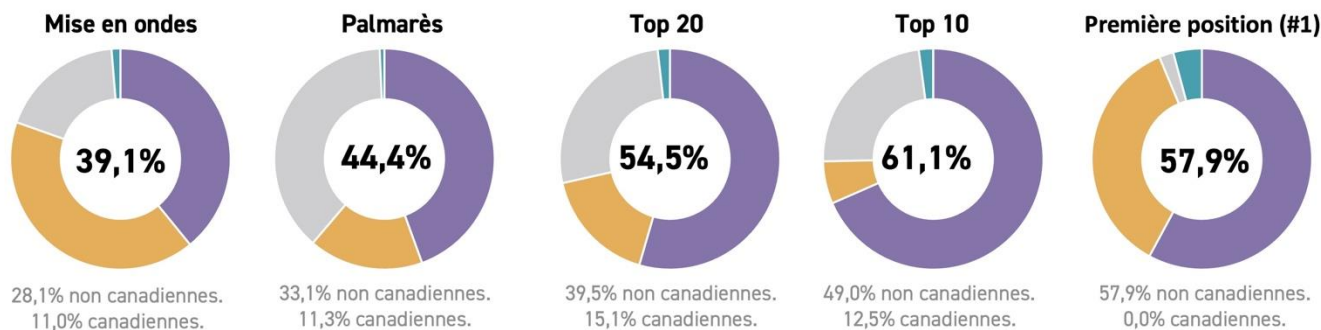
Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadiennes. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (39,1%) est distribuée à l'avantage des chansons non canadiennes, lesquelles en représentent 28,1%, avec seulement 11,0% pour les chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadiennes. La plupart des mises en ondes de chansons interprétées par des femmes racisées (14,0%) ne répond pas aux exigences sur le contenu canadien, celles y répondant représentent 2,0% de leur mise en ondes. Il en va de même pour les artistes trans*, dont des chansons non canadiennes reçoivent 1,3 % des mises en ondes.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

Les chansons interprétées par des femmes reçoivent un haut taux de mises en ondes pour ce qui concerne les nouveautés (29,9%), ce qui ne se reflète cependant pas du côté de la programmation des chansons récurrentes (7,8%) et des vieux succès (9,5%). Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de chacune de ces catégories : 4,8% (nouveautés), 2,6% (récurrentes) et 3,6% (vieux succès). Même si les chansons interprétées par des femmes sont dans l'ensemble bien représentées, il n'en va pas de même pour les chansons canadiennes interprétées par des femmes, lesquelles sont pour leur part goutte à goutte écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.

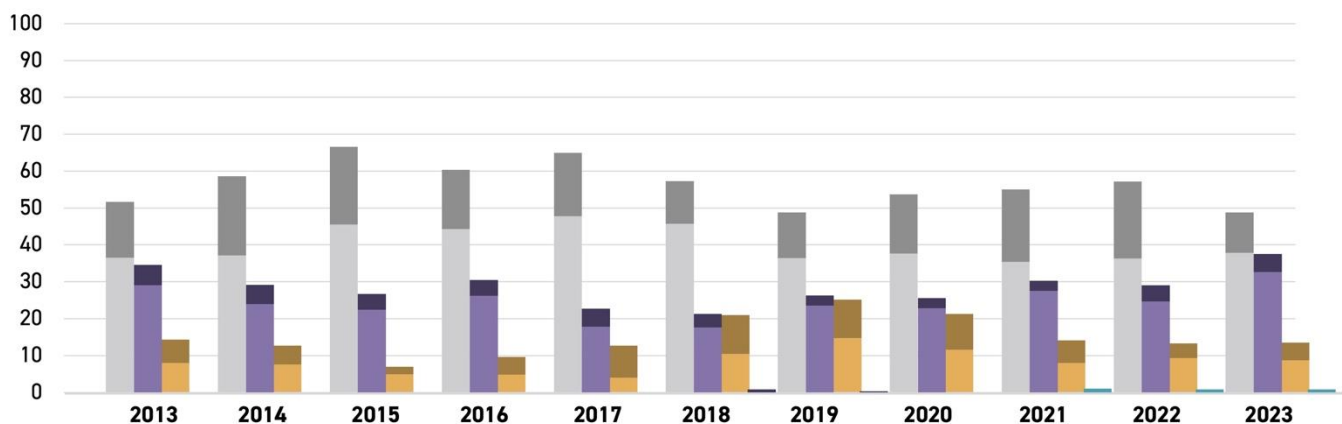


LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DES CLASSEMENTS HEBDOMADAIRES EN 2023



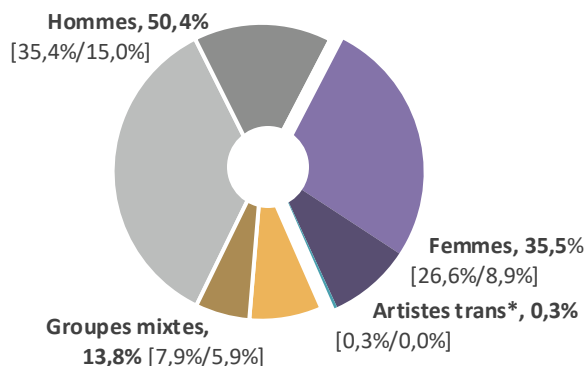
Les pratiques de programmation actuelles ont des effets sur la trajectoire que peuvent prendre les femmes au sein des classements de ce format radio et les chansons interprétées par des femmes sont incluses dans la programmation à haute rotation du format Top 40. Leur représentation augmente dans les classements (tout comme c'est le cas pour Top 40 et AC hot), mais les résultats de l'analyse démontrent que ces mises en ondes ont été accordées à des chansons non canadiennes, lesquelles ont dominé la programmation en 2023. La présence d'artistes trans* au sein du sommet des classements du format Top 40 est particulièrement remarquable.

LES FEMMES SONT PEU MISES EN VALEUR PAR LE FORMAT RADIO AC MAINSTREAM



Les chansons interprétées par des femmes représentent en moyenne 28,2% des mises en ondes au sein du classement des 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2023. Alors que leur taux de mises en ondes diminue entre 2013 et 2017 (21,1%), il augmente progressivement jusqu'à atteindre un sommet de 37,1% en 2023. Presque entièrement interprétées par des femmes blanches (24,1%). Les femmes racisées sont invisibilisées au sein de ce format (représentant en moyenne seulement 4,1% des mises en ondes), alors que les artistes trans* y sont presque absent-es des rapports annuels. Les chansons interprétées par des femmes sont, par conséquent, écartées des plus hautes positions des palmarès annuels jusqu'à 2019. Les femmes ont occupé la première place trois fois entre 2019 et 2023.

MISES EN ONDES EN 2023 : LES FEMMES TOUJOURS INSUFFISAMMENT PROGRAMMÉES



PROPORTION DES CHANSONS INTERPRÉTÉES PAR DES HOMMES ET PAR DES FEMMES
1.5 : 1

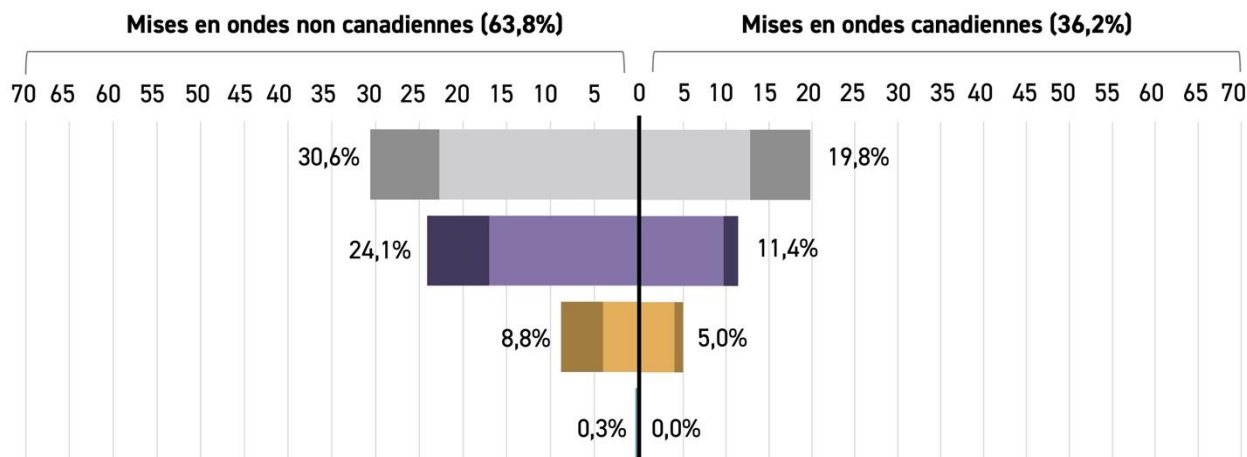
En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 35,5% des mises en ondes sur le format radio AC *mainstream*. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (26,6%), alors que les femmes racisées en représentent 8,9%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 1.5:1. Les artistes trans* sont incluses dans les listes de programmation des stations de radio, mais au faible taux de 0,3%.

ENVIRON 5 CHANSONS PAR HEURE SUR LA RADIO AC MAINSTREAM AU CANADA

Le ratio de 1.5:1 de mises en ondes des chansons interprétées par des hommes et par des femmes a des conséquences sur la programmation du cycle journalier de 24 heures. En 2023, 342 chansons ont en moyenne été diffusées par jour, dont 172 étaient interprétées par des hommes, 120 par des femmes, 1 par des artistes trans* et 48 par des groupes ou des collaborations mixtes. Un tel rythme de programmation reflète une plus grande diversité de voix tout au long de la journée, soit environ 5 chansons par heure.

	HOMMES	FEMMES	ARTISTES TRANS*	GROUPES MIXTES
Nuit (0h00 à 6h00)	47	33	1	13
Matinée (6h00 à 10h00)	24	17	0	6
Mi-journée (10h00 à 15h00)	36	25	0	10
Début de soirée (15h00 à 19h00)	28	19	0	8
Soir (19h00 à 24h00)	38	26	0	11
	172	120	1	48

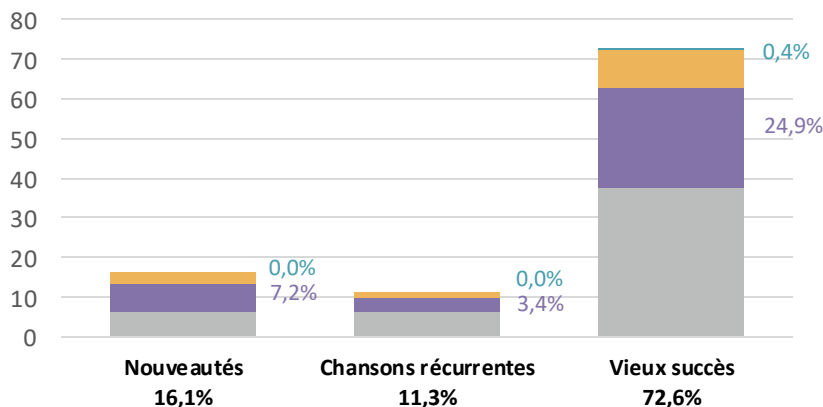
LA RADIO AC MAINSTREAM SOUTIENT-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



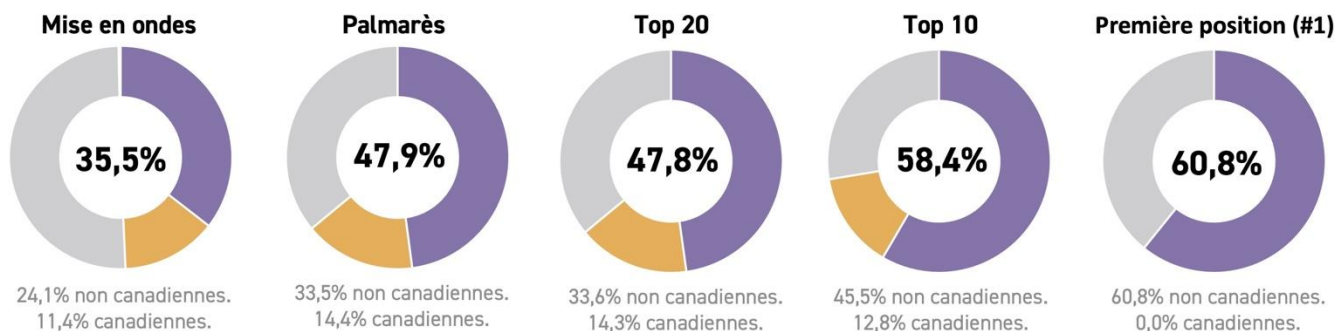
Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadien-nes. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (35,5%) est distribuée à l'avantage des chansons non canadiennes, lesquelles en représentent 24,1%, avec seulement 11,4% pour les chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadien-nes. La plupart des mises en ondes de chansons interprétées par des femmes racisées (7,1%) ne répond pas aux exigences sur le contenu canadien, celles y répondant représentent 1,8% de leur mise en ondes. Il en va de même pour les artistes trans*, dont des chansons non canadiennes reçoivent 0,3 % des mises en ondes.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

La radio AC *mainstream* priorise la programmation de vieux succès et ceux interprétés par des femmes en représentant une proportion assez élevée (24,0%), mais un pourcentage significativement plus bas en ce qui concerne les nouveautés (7,2%) et les chansons récurrentes (3,4%). Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de chacune de ces catégories : 2,4% (nouveautés), 1,2% (récurrentes) et 7,8% (vieux succès). Même si les chansons de femmes sont dans l'ensemble bien représentées, il n'en va pas de même pour les chansons canadiennes interprétées par des femmes, lesquelles sont pour leur part goutte à goutte écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.

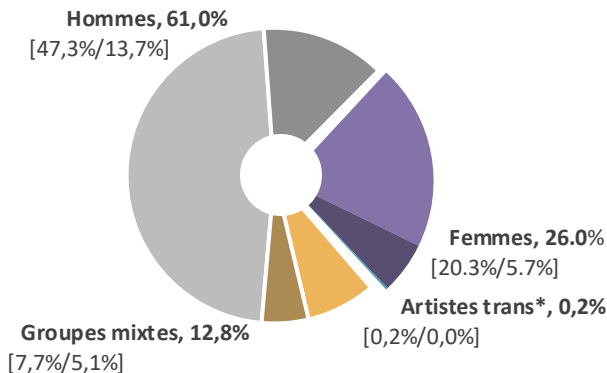


LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DES CLASSEMENTS HEBDOMADAIRES EN 2023



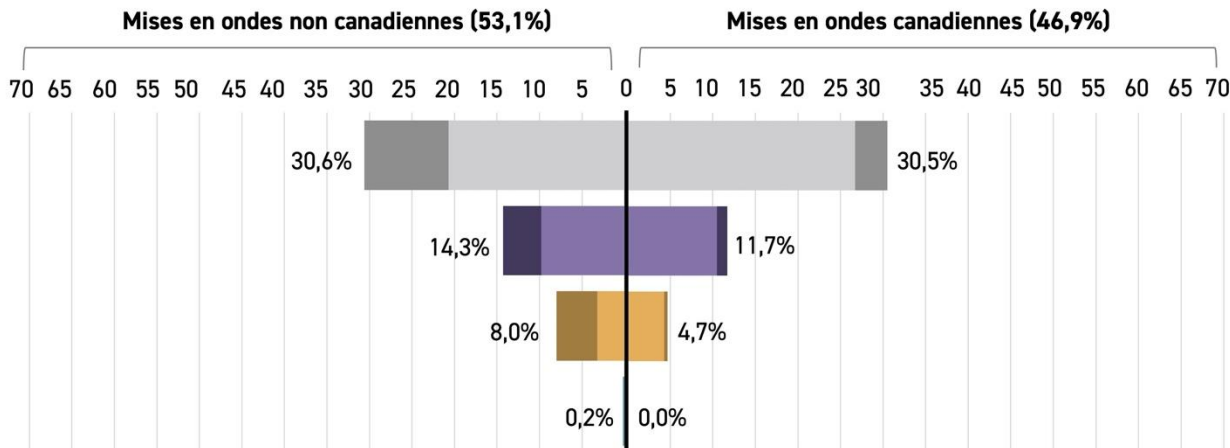
Les pratiques de programmation actuelles ont des effets sur la trajectoire que peuvent prendre les femmes au sein des classements de ce format radio et les chansons interprétées par des femmes sont incluses dans la programmation à haute rotation du format AC *mainstream*. Leur représentation augmente à travers les classements (tout comme c'est le cas pour Top 40 et AC *hot*), mais les résultats de l'analyse démontrent que ces mises en ondes ont été accordées à des chansons non canadiennes, lesquelles ont dominé la programmation en 2023.

MISES EN ONDES EN 2023 : LES FEMMES TOUJOURS INSUFFISAMMENT PROGRAMMÉES



En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 26,0 des mises en ondes sur le portfolio des stations de langue française du format AC *mainstream*. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (20,0%), alors que les femmes racisées en représentent 5,7%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 2:1. Les artistes trans* sont inclus-es dans les listes de programmation des stations de radio, mais au faible taux de 0,2%.

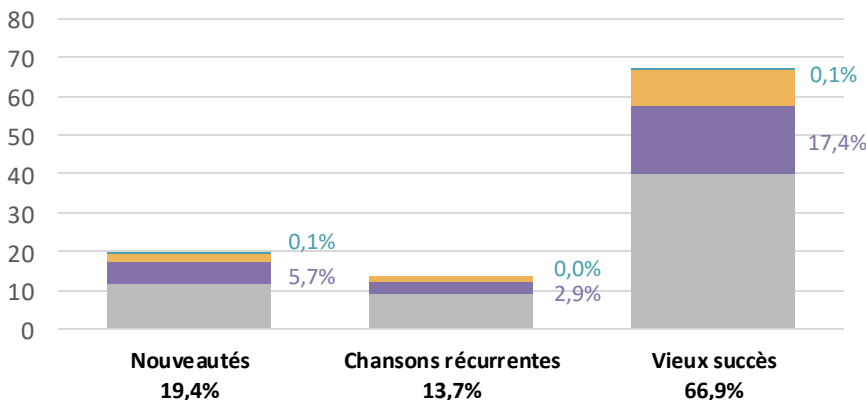
LA RADIO AC MAINSTREAM FRANCOPHONE SOUTIEN-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



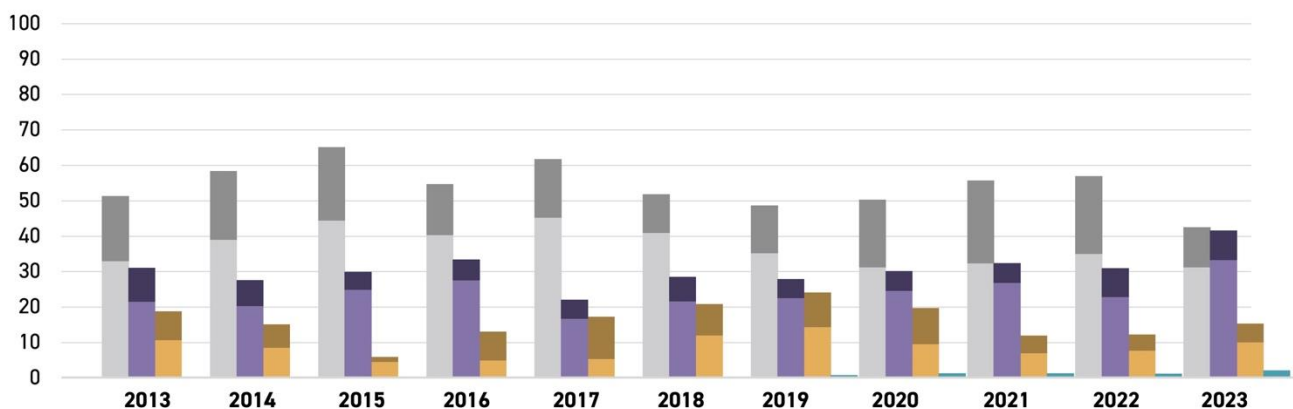
Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadiennes – en particulier pour les artistes francophones. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (26,0%) est distribuée à l'avantage des chansons non canadiennes, lesquelles en représentent 14,3% et seulement 11,7% pour les chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadiennes. La plupart des mises en ondes de chansons interprétées par des femmes racisées (4,5%) ne répond pas aux exigences sur le contenu canadien, celles y répondant représentent 1,2% de leur mise en ondes. Il en va de même pour les artistes trans*, dont des chansons non canadiennes reçoivent 0,2% des mises en ondes.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

Similairement au format pris dans son ensemble, les stations de langue française priorisent la diffusion de vieux succès et ceux interprétés par des femmes en représentant une proportion assez élevée (17,4%), mais un pourcentage significativement plus bas en ce qui concerne les nouveautés (5,7%) et les chansons récurrentes (2,9%). Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de chacune de ces catégories : 3,6% (nouveautés), 1,6% (récurrentes) et 6,5% (vieux succès). Même si les chansons interprétées par des femmes sont bien programmées dans l'ensemble, cela signifie que les chansons interprétées par des canadiennes sont, goutte à goutte, écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.

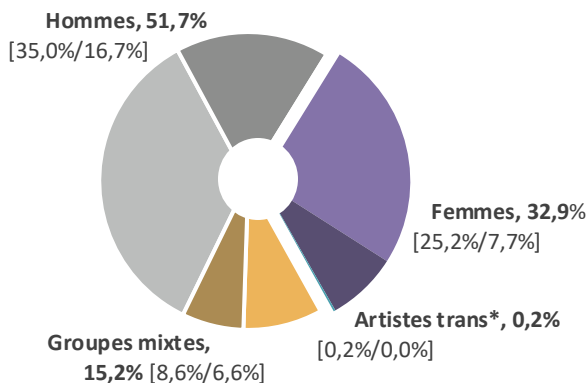


LES FEMMES SONT PEU MISES EN VALEUR PAR LE FORMAT RADIO AC HOT... JUSQU'EN 2023



Les chansons interprétées par des femmes représentent en moyenne 29,8% des mises en ondes au sein du classement des 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2023. Alors que leur taux de mises en ondes diminue entre 2013 et 2017 (21,5%), il augmente progressivement jusqu'à atteindre un sommet de 40,7% en 2023. Presque entièrement interprétées par des femmes blanches (23,2%). Les femmes racisées sont invisibilisées au sein de ce format (représentant en moyenne seulement 6,6% des mises en ondes), alors que les artistes trans* y sont presque absentes des rapports annuels. Les chansons interprétées par des femmes sont, par conséquent, écartées des plus hautes positions des palmarès annuels jusqu'à 2019. Les femmes ont occupé la première place deux fois depuis 2021.

MISES EN ONDES EN 2023 : LES FEMMES TOUJOURS INSUFFISAMMENT PROGRAMMÉES



PROPORTION DES CHANSONS INTERPRÉTÉES PAR DES HOMMES ET PAR DES FEMMES
2 : 1

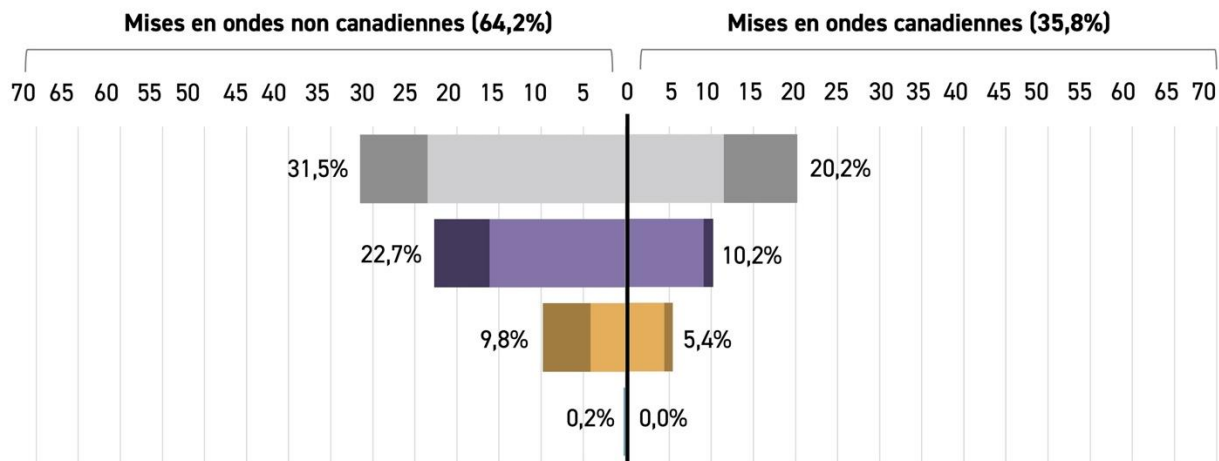
En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 32,9% des mises en ondes AC hot. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (25,2%), alors que les femmes racisées en représentent 7,7%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 2:1. Les artistes trans* sont inclus-es dans les listes de programmation des stations de radio, mais au faible taux de 0,2%.

🕒 ENVIRON 4 CHANSONS PAR HEURE SUR LA RADIO AC HOT AU CANADA

Le ratio de 2:1 de mises en ondes des chansons interprétées par des hommes et par des femmes a des conséquences la programmation du cycle journalier de 24 heures. En 2023, 321 chansons ont en moyenne été diffusées par jour, dont 165 étaient interprétées par des hommes, 105 par des femmes, 1 par des artistes trans* et 50 par des groupes ou des collaborations mixtes. Un tel rythme de programmation reflète une plus grande diversité de voix tout au long de la journée, soit 4 chansons par heure.

	HOMMES	FEMMES	ARTISTES TRANS*	GROUPES MIXTES
Nuit (0h00 à 6h00)	47	29	1	14
Matinée (6h00 à 10h00)	22	14	0	7
Mi-journée (10h00 à 15h00)	34	22	0	10
Début de soirée (15h00 à 19h00)	26	17	0	8
Soir (19h00 à 24h00)	37	23	0	11
	165	105	1	50

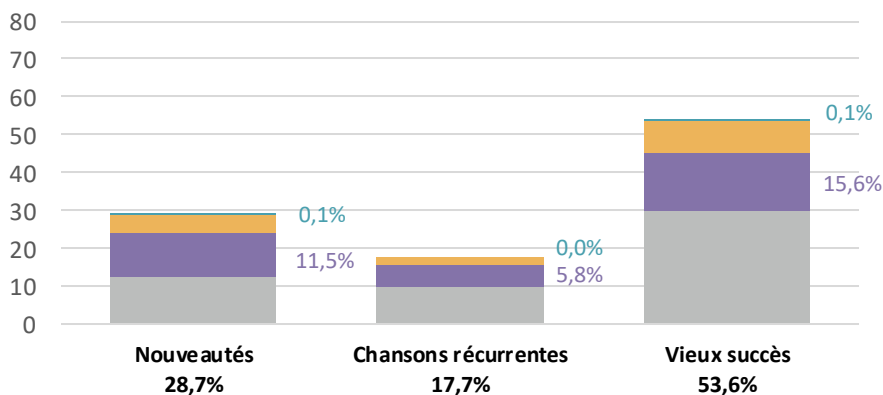
LA RADIO AC HOT SOUTIENT-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



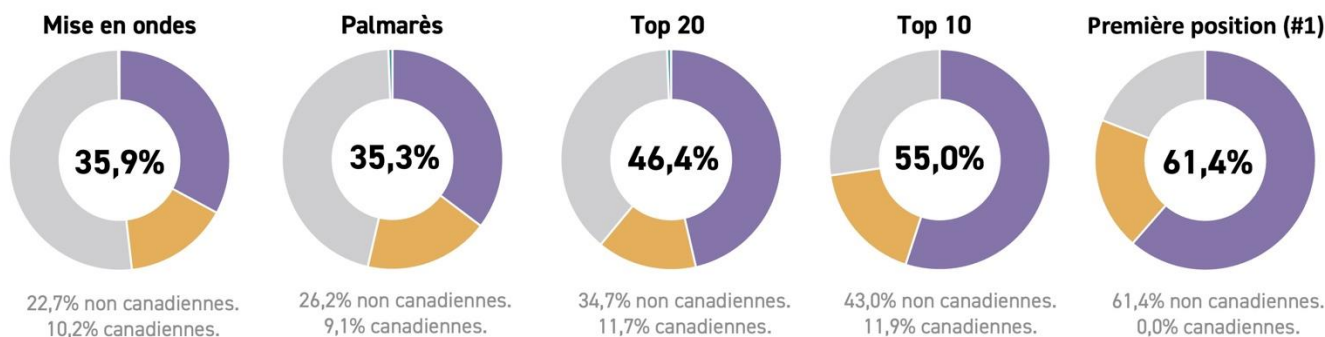
Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadiennes. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (32,9%) est distribuée à l'avantage des chansons non canadiennes, lesquelles en représentent 22,7%, avec seulement 10,2% pour les chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadiennes. La plupart des mises en ondes de chansons interprétées par des femmes racisées (6,6%) ne répond pas aux exigences sur le contenu canadien, celles y répondant représentent 1,0% de leur mise en ondes. Il en va de même pour les artistes trans*, dont des chansons non canadiennes reçoivent 0,2% des mises en ondes.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

Les chansons interprétées par des femmes reçoivent un haut taux de mises en ondes pour ce qui concerne les nouveautés (11,5%) et de vieux succès (15,6%), ce qui ne se reflète cependant pas du côté de la programmation des chansons récurrentes (5,8%) et des vieux succès (9,5%). Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de ces catégories : 2,9% (nouveautés), 2,9% (récurrentes) et 5,0% (vieux succès). Cela signifie que leurs chansons sont, goutte à goutte, écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.



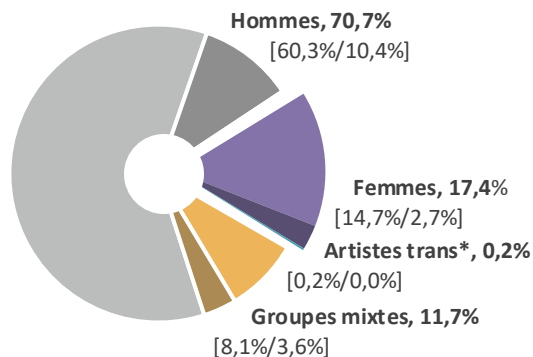
LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DES CLASSEMENTS HEBDOMADAIRES EN 2023



Les pratiques de programmation actuelles ont des effets sur la trajectoire que peuvent prendre les femmes au sein des classements de ce format radio et les chansons interprétées par des femmes sont incluses dans la programmation à haute rotation du format AC hot. Leur représentation augmente à travers les classements (tout comme c'est le cas pour Top 40 et AC mainstream), mais les résultats de l'analyse démontrent que ces mises en ondes ont été accordées à des chansons non canadiennes, lesquelles ont dominé la programmation en 2023.

AC HOT, portfolio

MISES EN ONDES EN 2023 : LES FEMMES TOUJOURS INSUFFISAMMENT PROGRAMMÉES

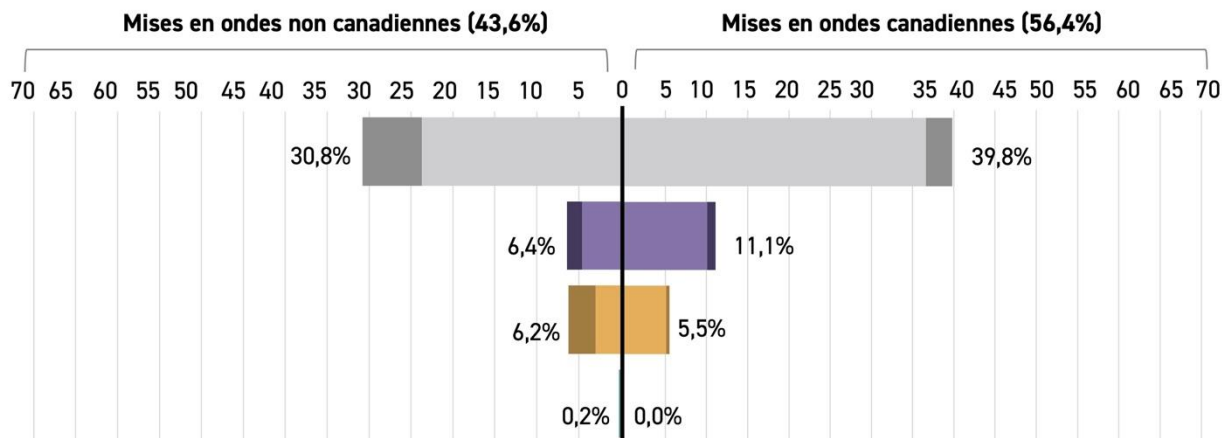


PROPORTION DES CHANSONS INTERPRÉTÉES PAR DES HOMMES ET PAR DES FEMMES

4 : 1

En 2023, les chansons interprétées par des femmes représentent 17,4% des mises en ondes sur le portfolio des stations de langue française du format AC hot. Ces mises en ondes sont presque pour l'ensemble des chansons interprétées par des femmes blanches (14,7%), alors que les femmes racisées en représentent 2,7%. Le ratio de mises en ondes pour les chansons interprétées par des hommes et celles interprétées par des femmes était de 4:1. Les artistes trans* sont inclus-es dans les listes de programmation des stations de radio, mais au faible taux de 0,2%.

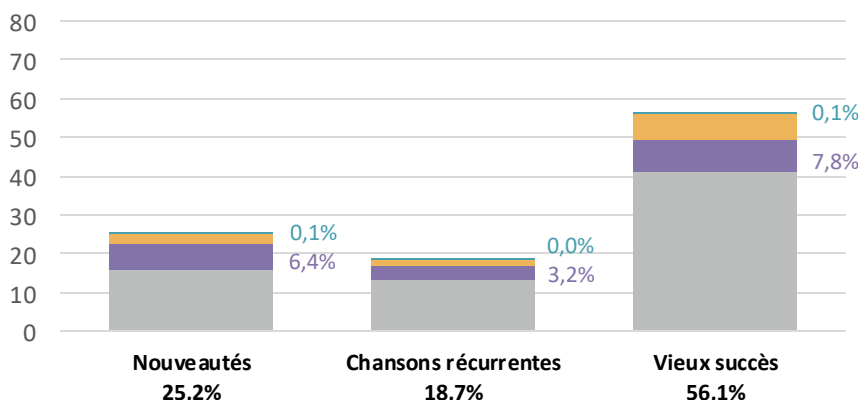
LA RADIO SOUTIEN-ELLE LES FEMMES CANADIENNES ?



Ce que représente une telle distribution est important pour ce qui concerne l'épanouissement professionnel des artistes canadiennes – et en particulier pour les artistes francophones. La mise en ondes des chansons interprétées par des femmes (17,4%) est distribuée à l'avantage des chansons interprétées par des femmes répondant aux exigences sur le contenu créé par des Canadiennes, lesquelles en représentent 11,1%, avec seulement 6,4% pour les chansons non canadiennes. Les chansons interprétées par des femmes racisées sont significativement sous-programmées alors que les chansons non canadiennes interprétées par des femmes racisées représentent 1,7% de la mise en ondes et celles répondant aux exigences sur le contenu canadien en représentant 1,0%. L'absence de chansons interprétées par des artistes trans* au sein de cette programmation signifie également que les artistes trans* canadiennes ne sont pas soutenues par ce format.

GOUTTE À GOUTTE, LES FEMMES CANADIENNES SONT ÉCARTÉES DE LA PROGRAMMATION RADIO

Similairement au format pris dans son ensemble, les stations de langue française priorisent la diffusion de vieux succès et ceux interprétés par des femmes en représentant une proportion relativement élevée (7,8%), mais un pourcentage plus bas en ce qui concerne les nouveautés (6,4%) et les chansons récurrentes (3,2%). Puisque les chansons non canadiennes interprétées par des femmes occupent une plus large part de la programmation, les chansons canadiennes représentent un plus petit pourcentage de chacune de ces catégories : 3,9% (nouveautés), 2,1% (récurrentes) et 5,1% (vieux succès). Cela signifie que les chansons interprétées par des canadiennes sont, goutte à goutte, écartées du pipeline que représente la programmation, et ce, à un rythme plus élevé que celles non canadiennes.



Résultats.

Les résultats de cette étude révèlent que les chansons interprétées par des femmes sont peu mises en valeur au sein de la radio canadienne, et ce, sur l'ensemble des 6 formats radio au cours de la dernière décennie. Les chansons interprétées par des femmes qui se sont classées parmi les 150 chansons les plus diffusées chaque année entre 2013 et 2017-2018 y occupent une place progressivement plus petite. La tendance que nous avons observée concorde avec les résultats obtenus par Stéphanie Vallet dans son article sur les palmarès canadiens Billboard Hot 100. Cela est vrai pour l'ensemble des formats, sauf pour le format *active rock* où les chansons interprétées par des femmes sont pratiquement absentes au cours de ces années. Bien qu'on puisse observer une programmation accrue de chansons interprétées par des femmes, leurs chansons ne sont pas représentées dans les classements des chansons les plus diffusées chaque année et par voie de conséquence, elles demeurent sous-représentées dans les classements annuels des 50 meilleures positions et sont écartées des plus hautes positions du classement entre 2019 et 2022. Alors qu'elles demeurent sous-représentées sur les formats radio country, rock alternatif et *active rock* en 2023, leur taux de représentativité augmente de façon significative dans les trois formats pop (en particulier dans le format Top 40).

Les artistes trans* sont invisibilisé-es au sein de la programmation radiophonique canadienne. Leurs chansons sont absentes des classements des 150 chansons les plus diffusées jusqu'en 2019. Dans les années qui suivent jusqu'en 2023, les chansons de seulement trois artistes trans* ont reçu suffisamment de mises en ondes pour être entendues au sein de la programmation des stations de radio.

À travers l'analyse des 150 chansons les plus diffusées chaque année sur les 6 formats radio principaux, d'importantes iniquités raciales ont été observées alors que les chansons interprétées par des hommes blancs représentent la majorité des mises en ondes et que les chansons interprétées par des artistes racisé-es – et en particulier des femmes – sont sous-programmées.

Cette observation est d'autant plus troublante dans le cas des formats country et rock dont des iniquités raciales traversent l'ensemble de la programmation – un constat qui est particulièrement décourageant étant donné les racines multiethniques et multiraciales de chacun de ces genres musicaux dont les ancrages sont issus des traditions musicales noires américaines. L'absence quasi totale de chansons interprétées par des artistes autochtones à travers l'ensemble des 6 formats radio constitue peut-être le constat le plus déconcertant de ces résultats.

L'analyse de la représentativité sur l'ensemble des chansons diffusées par les 6 formats radio à travers l'étude des rapports hebdomadaires de l'année 2023 a permis de mettre en lumière la reproduction d'inégalités au sein de la programmation radio. L'analyse offre un aperçu comparatif des mises en ondes sur les 6 formats, illustrant, selon leur ordre de présentation dans ce rapport, la priorisation des chansons interprétées par des hommes (notamment par des hommes blancs) dans la programmation, passant à gauche des formats country, rock alternatif et *active* vers les formats dont la programmation est plus diverse, notamment Top 40, adulte contemporain mainstream et hot à la droite.

Bien qu'il soit important de reconnaître l'augmentation des mises en ondes accordées aux chansons interprétées par des femmes en 2023 sur les formats axés sur la diffusion de contenu musical populaire varié comme Top 40 et les formats adultes contemporains (*mainstream* et *hot*), ce serait une erreur d'y voir le signe d'un changement systémique. En effet, sur l'ensemble de ces trois formats (et en particulier Top 40), les femmes sont soudainement mieux représentées à partir de 2023 et à travers une analyse plus détaillée de la programmation hebdomadaire, il est possible d'observer que cette augmentation subite survient au cours de la période estivale. Elle coïncide notamment avec des périodes d'activités accrues dans le marché nord-américain et permet de suggérer que la sortie du film *Barbie*, dont l'effet s'est fait sentir

partout sur le continent, a peut-être également porté ses effets sur l'industrie musicale. Tel que les journalistes Sarah Krouse et Anne Steel l'ont suggéré dans le *Wall Street Journal*, les femmes se sont rassemblées, créant un « effet multiplicateur ayant assuré le succès du film *Barbie*, de Beyoncé et de Taylor Swift ». Ce faisant, la pratique artistique des femmes tout comme leurs histoires n'ont pas seulement été appuyées économiquement, mais ont également été appréciées d'une perspective culturelle.

Si cette augmentation des mises en ondes a pu suivre plus largement une tendance culturelle qui a propulsé les femmes aux premières loges à la suite de la sortie du film *Barbie*, musicalement, le même phénomène coïncide avec la réédition des albums de Taylor Swift, le succès des tournées musicales de Swift et de Beyoncé et de leurs sorties filmiques, tout comme l'année spectaculaire qu'a connu Miley Cyrus avec sa chanson « Flowers ». Sans ces artistes (et P!nk), les chansons interprétées par des femmes n'auraient effectivement pas connu une année particulièrement forte en termes de représentativité.

Le taux aussi élevé de mises en ondes des chansons interprétées par ces artistes révèle par ailleurs le cœur du problème pour la radio canadienne : la priorisation continue d'importations musicales. En dépit de la réglementation sur le contenu créé par des Canadien-nes, lesquelles exigent que 35 % du contenu musical vocal populaire diffusé par les stations de radio terrestres soit créé par des Canadien-nes, les chansons interprétées par des femmes canadiennes – et les femmes francophones en particulier – sont tout à la fois sous-programmées, ne sont pas retenues dans les listes de programmation récurrente et sont conséquemment écartées des listes de programmation de vieux succès. Par conséquent, les chansons interprétées par des femmes canadiennes ne parviennent pas à se tailler une place dans le « canon musical » national dans ces formats. Plus encore, leurs chansons tombent entre les craques du pipeline que représente la programmation radiophonique et sont exclues de la culture musicale canadienne à un rythme beaucoup élevé que les chansons interprétées par des hommes.

Partageons les ondes.

Les résultats de cette étude révèlent des taux d'iniquités importants au sein de l'écosystème de l'industrie musicale canadienne. Pourtant, ces résultats ne seront probablement pas choquants aux yeux des artistes qui consacrent leur carrière à la musique et ne seront pas plus surprenants aux yeux des promoteur-es musicaux·les qui défendent les artistes féminines, trans* et racisé·es depuis des décennies et qui se butent à la résistance continue de l'industrie de la radio. Même au sein des formats dont la représentativité est la plus forte, les résultats de l'analyse illustrent la façon dont la programmation tend à privilégier, au sein des formats sur le plan national, les chansons de femmes non canadiennes puis, sur les stations de langue française, les chansons de langue française interprétées par des hommes et les chansons de langue anglaise interprétées par des femmes non canadiennes.

Ces résultats révèlent des iniquités dans la programmation des stations de radio commerciales, notamment en ce qui concerne la fréquence à laquelle les chansons sont mises en ondes, les périodes de la journée où elles sont entendues et la perte progressive des chansons interprétées par des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé·es à travers le pipeline radiophonique qui résulte en une absence remarquée de leurs chansons au sein des répertoires de vieux succès. Cela dit, en plus des mécanismes propres à la programmation, les résultats de cette étude illustrent la façon dont les politiques fédérales tendent à exacerber les iniquités dont ces artistes font l'expérience. Bien que les stations semblent se conformer aux exigences imposées par la *Loi sur la radiodiffusion*, les résultats de l'analyse de chacun des formats et des deux portfolios des stations de langue française mettent en lumière les multiples façons dont les femmes, les artistes trans* et les artistes racisé·es sont désavantagé·es par des pratiques de programmation qui privilégient la mise en ondes de chansons interprétées par des hommes blancs canadiens. Les femmes, les artistes trans* et les artistes racisé·es canadien·nes sont sévèrement désavantagé·es au

sein de ce système.

Les réglementations fédérales ont pour principal objectif de « permettre aux interprètes, paroliers et compositeurs canadiens de mieux se faire connaître des auditoires canadiens » et de « renforcer toutes les composantes de l'industrie canadienne de la musique, depuis la création jusqu'à la production ». Cela dit, les résultats de cette étude suggèrent que seuls les artistes masculins blancs bénéficient d'une meilleure exposition et du renforcement de l'industrie. Inévitablement, tout cela se répercute sur l'ensemble de l'industrie canadienne, limitant les chances pour les artistes de bien s'établir en leur propre pays – des artistes qui pourraient emboîter le pas à d'autres qui ont choisi de quitter le Canada pour faire carrière ailleurs. Cela a aussi pour effet de limiter la croissance de l'industrie sur le plan national tout comme sa participation dans l'industrie mondiale. Comme le journaliste [Michael Barclay](#) l'a récemment observé, les artistes canadien·nes étaient largement absent·es des listes des *best-of* en 2019 et y sont pratiquement invisibles en 2023.

Il en a été question dans l'introduction, ce type de programmation a un effet considérable sur la trajectoire que peut prendre la carrière des artistes. Sans un soutien radio, les chansons interprétées par des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé·es – et en particulier des artistes canadien·nes – ne parviennent pas à se classer en nombre suffisamment grand dans les palmarès musicaux, ce qui limite leurs chances d'être programmées dans les festivals et d'effectuer des tournées. Leur absence sur les ondes radio et dans les palmarès a également pour effet de limiter leurs nominations aux prix d'industrie comme les prix Juno, les prix du Canadian Country Music Association ou encore l'ADISQ pour ne nommer que ceux-là. Bien que ce ne soit pas le seul parcours possible pour établir une carrière musicale en 2024, il s'agit d'un des parcours les mieux établis, parcours qui sert encore à évaluer les activités au sein de l'industrie musicale en général. La radio influe aussi sur d'autres services de distribution que ce soit par le biais des commissaires éditoriaux·les qui travaillent pour des fournisseurs numériques (souvent d'ancien·nes programmeur·ices

radio) à la recherche de tendances musicales sur les ondes de radio commerciales, ou encore par le biais des auditoires qui se tournent vers la radio pour mettre sur pied leurs propres listes de lecture personnalisées. Ces actions (qu'elles soient menées à l'intérieur ou l'extérieur de l'industrie) génèrent de nouvelles données, et ces données constituent une composante essentielle des bases de données qui participent à guider les décisions prises par les systèmes de recommandation, lesquels peuvent à leur tour participer à reproduire les iniquités observées au sein de la programmation radiophonique.

ROMPRE LA BOUCLE DE RÉTROACTION.

À l'heure actuelle, la radio diffuse principalement les chansons qui leur sont fournies par des labels, ce qui permet de suggérer que la sous-représentation des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé-es sur les listes de programmation sont en partie influencées par le manque de soutien exprimé dans d'autres sphères d'activité de l'industrie. Bien que de nombreux-ses acteurices au sein de l'industrie aient tendance à être d'avis que le « libre marché » détermine les conditions sous lesquelles la radio (et l'industrie en général) opère, cela n'est pas entièrement vrai dans le cas d'une industrie régie par l'octroi de licences réglementées par l'État fédéral. Sans intervention, l'industrie continuera de privilégier la diffusion de chansons créées et interprétées par des hommes blancs non canadiens parce qu'on a souvent cru que leurs chansons ont historiquement dicté les cotes d'écoute et la rentabilité de la radio.

Il est impératif de remettre en question la crédibilité des données et des classements générés par et régissant l'industrie (et ce, depuis maintenant un siècle) de façon à prendre en considération la relation cyclique qui s'établit entre toute une variété d'acteurices œuvrant au sein de l'écosystème de l'industrie musicale. Il en a été [question ailleurs](#), « les changements dans un secteur de l'industrie (soit la radio) auront, au fil du temps, un impact sur d'autres secteurs (les palmarès, les labels, les éditeur-ices, les diffuseur-euses, les producteur-ices), qui

participent tous à renforcer ce modèle de production et de distribution ». Parce que cette industrie est historiquement fondée sur un système culturel inéquitable, ancré dans des pratiques de ségrégation raciale et de discrimination fondées sur l'identité de genre, et parce que chacun de ces secteurs s'est historiquement appuyé sur les données générées par leurs propres processus internes pour guider leurs activités commerciales, ces derniers participent à exacerber des inégalités et des pratiques discriminatoires déjà en place. Cela dit, l'idée que les artistes dont les chansons sont systématiquement sous-programmées soient moins rentables est intrinsèquement fallacieuse puisque les marqueurs de rentabilité ont toujours été évalués à travers un processus et à partir d'un écosystème dont ils étaient exclus d'avance.

L'absence de données relatives à leurs mises en ondes et à leur classement dans les palmarès musicaux est utilisée pour justifier et maintenir des pratiques de programmation qui effectivement limitent leur inclusion dans les listes de programmation. Tel qu'il a été noté plus haut, la radio influence aussi les plateformes de diffusion numérique puisque les algorithmes qui génèrent les listes d'écoute sont développés puis entraînés à partir des activités musicales qui émergent des relations entretenues par la radio et les labels. Ce faisant, ces algorithmes proposent de la musique en se basant sur les marchés traditionnels. Un tel système articulé autour des données autogénérées crée une boucle de rétroaction (du feedback), ce qui ne peut que créer l'effet d'une prophétie autoréalisatrice qui, graduellement, réduit le nombre d'occasions de participer pleinement à l'industrie musicale. Le faible taux de mises en ondes dissuade les labels d'investir dans la carrière des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé-es, ce qui se traduit au fil du temps par un nombre limité au sein de l'industrie d'occasions de tourner, de participer à des festivals et d'obtenir des nominations à des prix.

Une étude sur la [Situation des femmes dans les industries artistiques et culturelles au Canada](#) publiée en août 2018 et préparée pour le Conseil des Arts de l'Ontario par Amanda Coles et al. rapportait que la programmation de 41 des 83 (49,4%) festivals étudiés était majoritairement

composée d'homme (dont 7 ayant programmé moins de 10% d'actes féminins). Bien que ces résultats ne soient plus tout à fait à jour, de plus en plus de gens soulignent ces déséquilibres au sein de la programmation des festivals – et en particulier depuis 2020 – ce qui permet de suggérer que des enjeux concernant la représentativité sur scène persistent (et sont de pis en pis). Alors qu'aucune méthode particulière n'est employée pour monter la programmation des festivals, ce processus prend typiquement en considération les nouveautés musicales, la disponibilité des artistes, les budgets et des clauses d'exclusivité.

Les discussions entourant ces iniquités au sein de la programmation des festivals au Canada depuis la dernière décennie se sont surtout concentrées sur le concept problématique de la « disponibilité » des artistes. L'idée qu'iels ne peuvent programmer que les artistes qui se trouvent devant elleux est une justification souvent utilisée par les programmeuses, tout comme leur inhabileté de « trouver une seule musicienne ou groupe majoritairement féminin » (comme l'a suggéré le directeur de [Festi-Plage en 2022](#)). Des explications plus précises ne sont pas offertes par les programmeuses de festival et souvent, de vagues commentaires au sujet de la disponibilité des artistes sont faits, à la fois en termes du nombre d'artistes qui peuvent être approché-es et de leur capacité à concilier leurs calendriers. Le langage qui est utilisé au sein de cette industrie est le reflet d'un processus qui vise à programmer des artistes popularisé-es à travers les canaux de distribution qui attirent les consommatrices.

Ce faisant, quand les festivals se tournent vers la radio, vers les plateformes de diffusion numérique et vers les palmarès pour monter leur programmation, ceux-ci se tournent en fait vers des listes dominées par des artistes masculins qui sont le reflet des décisions prises par les labels et les radios qui privilégient (comme ce rapport permet de le constater) les chansons interprétées par des hommes blancs. L'absence de femmes et d'artistes trans* – et en particulier d'artistes canadien-nes et d'artistes racisé-es – au sein de ces listes produit deux impasses. D'abord, les programmeuses entretiennent une fausse conception fautive au sujet du nombre d'artistes féminines pouvant être invitées à participer dans

ces festivals parce qu'elles y sont représentées en aussi petit nombre au sein de la programmation radiophonique, des palmarès et des listes d'artistes des labels de musique. Ensuite, les femmes qui parviennent à s'y classer sont souvent déjà programmées dans d'autres tournées et d'autres festivals, ce qui limite de façon significative le nombre de femmes et d'artistes trans* qui sont disponibles. Ce faisant, les femmes sont de moins en moins vues et entendues sur les scènes principales et sont sous-représentées sur les scènes secondaires. Chacune de ces impasses participe à invisibiliser leur voix auprès des festivalier-ères, lesquels entretiennent à leur tour de fausses impressions au sujet des artistes qui participent au développement de l'industrie musicale. De telles discussions oublient toujours de prendre en considération que les auditoires consomment une grande diversité d'artistes au-delà de ce qui est diffusé à la radio.

L'absence des femmes sur la scène des festivals participe à amplifier cet effet de boucle de rétroaction au sein de l'industrie – un effet qui se traduit par une prophétie autoréalisatrice. Comme Dana Keith l'a suggéré dans une entrevue avec [Carly Lewis](#) : « Si tu continues de ne pas programmer de femmes [sur la scène], elles n'y seront pas ». C'est pourtant ici que l'occasion d'opérer des changements se présente. Lors d'un entretien avec [Laurianne Croteau](#) en 2019 dans le cadre de son étude de la représentativité sur les scènes de spectacle des festivals au Québec, Brigitte Poupart avançait que « Si un festival choisit de mettre plus de femmes sur scène, les gérants d'artistes vont peut-être décider d'en signer plus, parce que ça ouvre la porte ». Tout cela est vrai pour la radio : si davantage de chansons interprétées par des femmes et par des artistes trans* sont intentionnellement et soigneusement incluses dans les pratiques de programmation, celles-ci participeront à changer le son et la culture de leur format, ce qui peut en retour mener à opérer d'autres changements au sein de l'industrie.

Alors qu'aucun critère ou processus de sélection précis ne guide la programmation des festivals, certains galas de prix se basent sur les données de mises en ondes radiophoniques et les activités au sein des palmarès musicaux pour définir leurs critères d'admissibilité et leurs pratiques de sélection. Par exemple, l'admissibilité aux [prix](#)

JUNO pour la nouveauté musicale de l'année (*Single of the Year*) n'est pas déterminée selon un processus de soumission, plutôt : « La liste des 500 nouveautés musicales canadiennes sorties pendant la période d'admissibilité sont tirées de Luminate Data pour déterminer l'admissibilité des chansons qui seront considérées ». La première étape du processus de nomination inclut un processus de sélection qui réduit au Top 15 le bassin d'admissibilité de ces nouveautés, et ce, selon une formule combinée composée à 75% des chiffres de vente et 25% des cotes d'écoute à la radio. Au sein d'une industrie qui privilégie les hommes et les artistes non canadien·nes au sein de leur programmation, les nouveautés musicales des femmes canadiennes et des artistes trans* (et en particulier les artistes racisé·es) ont moins de chance d'apparaître au sein de ce Top 15.

Similairement, l'ADISQ, qui est responsable des Félix, s'appuie sur les données de mises en ondes radiophoniques pour déterminer les nominé·es pour la Chanson de l'année. Les entrées, comme l'indiquent leurs règlements, sont déterminées à partir d'un système de points recensé à partir d'une combinaison des vingt-cinq (25) premières positions des TOP, Radio francophone BDS et Correspondants du Palmarès PRO, du Top 25 Radio-Canada, du Top 25 d'écoute en continu (« streaming ») à la demande et à partir des 25 premières positions du palmarès des ventes de chansons SoundScan. Bien que 4 des 10 nominé·es en 2023 sont des femmes, les résultats de cette étude permet de suggérer que les femmes québécoises et les femmes franco-canadiennes font face à des barrières importantes au sein de la programmation radiophonique qui limitent leur potentiel d'accumuler les points nécessaires pour être en nomination.

Mêmes les associations concentrées sur un seul genre musical, comme le Canadian Country Music Association, utilisent les données de mises en ondes radiophoniques pour déterminer les critères d'admissibilité du prix de la meilleure nouveauté musicale de l'année (Single of the Year). Tel qu'il est écrit dans les règles et réglementations du CCMA's Award, l'association se base sur la liste des 200 chansons les plus diffusées ainsi que la liste des 200 nouveautés les plus vendues et les plus jouées sur les

plateformes d'écoute en continu (streaming) produite par Luminate Data, ce sur quoi s'appuie leur système de classement par pointage qui accorde un poids égal (50/50) aux mises en ondes et aux chiffres de vente. Ce classement détermine alors les 5 nominé·es qui apparaîtront sur le bulletin de vote des membres du CCMA, lequel·les choisissent ensuite l'artiste qu'ils jugent le plus méritant. À travers la période que nous avons étudiée ici, seulement 9 des 58 nominations (15,5%) entre 2013 et 2023 étaient pour une nouveauté interprétée par une femme, sont 79,3% par des hommes et 5,2% par des groupes mixtes. Les femmes n'ont même pas reçu une nomination par année au cours de cette période : 6 de ces années inclues au moins une chanson interprétée par une femme sur le bulletin de vote, alors que celui-ci n'était composé que de nominations masculines pendant 4 des 11 années, et 1 année incluant un groupe mixte. Les femmes n'ont remporté ce prix que 3 fois (27,3%) au cours des 11 dernières années, alors que les 8 autres ont été remportés par des hommes (72,7%). Dans un écosystème aussi intimement articulé autour de la radio, comme celui de la musique country, les femmes se heurtent à d'importants obstacles pour être admissibles à ces prix - des obstacles encore plus importants pour les artistes trans* et les artistes racisé·es.

Plus de recherches doivent être menées au sujet des festivals, des tournées et des systèmes de récompenses au sein de l'industrie afin d'obtenir une compréhension plus approfondie de la complexité de ces relations. Ce que ces exemples nous permettent d'observer – et en particulier le travail des journalistes qui se sont intéressé·es à ces questions depuis les 10 dernières années –, c'est un système ancré dans la production et dans l'analyse de données et à travers lequel se crée une boucle de rétroaction entre la radio, les plateformes d'écoute en continu, les salles de spectacles, les festivals et les galas de prix qui se traduit par une prophétie autoréalisatrice où les activement part à l'industrie musicale sont éliminées.

RENFORCER LA FAMILIARITÉ DU PUBLIC.

La radiodiffusion ne joue pas seulement un rôle en ce qui concerne les trajectoires que peut

prendre la carrière d'un-e artiste, elles façonnent également l'expérience et le sentiment de familiarité des auditoires. Bien que ce rapport se soit intéressé à la représentativité sur les ondes, il est important de prendre en considération la façon dont la représentativité influence la perception que peuvent en avoir les auditeurices.

La répétition est un élément constitutif du développement sonore et culturel d'un format musical. Il façonne également l'expérience qu'en font leurs auditoires tout comme leur compréhension de cette culture. La recherche a démontré la façon dont la diffusion répétée d'une chanson accroît la présence d'un-e artiste sur les ondes radio et permet à leur voix d'être entendue, d'être reconnue et, ultimement, de devenir non seulement familière, mais plus appréciable par la communauté d'auditeurices. Le nombre décroissant de chansons interprétées par des femmes, par des artistes trans* et par des artistes racisé-es sur les ondes radio signifie que leurs voix sont moins souvent entendues – ce qui réduit leur familiarité (et potentiellement leur appréciableté) auprès des auditoires des stations de radio. Ce type de programmation change la perception que peuvent avoir les publics des contributions de ces artistes à la culture musicale populaire, et ce, tant sur le plan national (là où sont privilégiées des chansons non canadiennes) et sur le plan local (avec le faible taux de mise en ondes des chansons interprétées par des femmes franco-canadiennes). Par conséquent, les auditeurices risquent de méconnaître la place qu'occupent ces artistes au sein de l'industrie et de croire que seulement une poignée d'entre elleux participent à la création de musiques populaires ou encore, qu'iels ne produisent pas de musique suffisamment de qualité pour être diffusées par leurs stations de radio préférées. Une telle situation est particulièrement inquiétante dans le cas des artistes trans* et des femmes racisées – et en particulier pour les femmes autochtones – dont les chansons sont presque entièrement absentes des formats country, rock alternatif et *active*, et sévèrement sous-représentées dans les formats Top 40 puis adulte contemporain *mainstream* et *hot*, ce qui pourrait donner l'impression aux auditeurices que ces artistes ne s'investissent pas dans les espaces musicaux dominants.

Bâtir un système plus équitable

Afin de pallier ces iniquités, on sera sûrement tenté de tout simplement réclamer que plus des chansons des artistes qui sont absent-es de la programmation soient mises en ondes. La diffusion accrue des chansons interprétées par des femmes, par des artistes trans* et des artistes racisé-es est importante, mais ce seul geste ne parviendra pas à corriger les iniquités au sein de l'industrie – et il ne serait par ailleurs pas juste de faire porter la responsabilité de ces iniquités sur les épaules des artistes marginalisé-es. Ajouter et brasser n'est pas la solution. Pour faire écho à la musicologue [Marcia J. Citron](#), ajouter mécaniquement plus de nouveau-elles artistes et plus de nouveautés musicales dans le système peut comporter ses propres risques si le système lui-même n'est pas remis en question et que sa reconstitution même n'est pas conceptualisée. La visibilité compte pour beaucoup, elle est puissante, mais elle ne représente pas le portrait complet du problème. Ce travail doit tout autant concerner la création de nouvelles occasions de développement professionnel pour ces artistes que l'évaluation et la compréhension de l'impact de la législation fédérale sur la vie et les opportunités des Canadiens, en reconnaissant que l'interdiction des cérémonies culturelles et des histoires des peuples autochtones, les politiques et croyances assimilatrices et ségrégationnistes jouent un rôle important dans l'interdiction et l'accès aux espaces culturelles.

Ce n'est que ces questions systémiques sont abordées, reconnues et comprises que l'on peut commencer à examiner des effets qu'ont les pratiques courantes sur la carrière de ces artistes, notamment les façons dont elles créent des barrières qui participent à limiter leur plein potentiel au sein de l'industrie et à les éliminer de la mémoire culturelle.

Dans tout ce travail, il y a une profonde compréhension du fait que la radio n'est pas seule, que toutes les sphères dont l'industrie ont un travail à faire pour remodeler les pratiques pour travailler à un système équitable et sécuritaire pour tous et toutes. Un impératif moral et éthique demande ainsi à ce que soient pris en considération les effets que portent les

pratiques actuelles sur les artistes et que des mesures soient mises en œuvre pour réduire les dégâts.

ÉVITEZ LA PROGRAMMATION SPÉCIALISÉE.

Les pratiques courantes tendent à cloisonner le contenu musical dans des segments spécialisés (des heures consacrées à la musique, des émissions spéciales la fin de semaine, etc.) ou au cours des périodes de programmation de soir et de nuit. Les femmes, les artistes trans* et les artistes racisé-es ne sont pas des nouveaux-elles venu-es. Bien que de créer des segments de contenu spécialisé consacré à leur musique puisse apparaître comme une solution viable, une telle stratégie a pour effet d'écarter leurs musiques des listes de lecture, d'isoler leur voix et de renforcer leurs différences, ce qui tend à exacerber la présence de barrières limitant leur familiarisation sur les ondes.

La mise sur pied de nouvelles pratiques équitables est primordiale et celles-ci doivent viser à inclure et à intégrer de nouvelles musiques dans le cycle radio de 24 heures à des moments où les auditeurices pourront entendre successivement leurs voix, en alternance avec une diversité de voix et en tant que partie intégrante du tissu sonore que constitue l'expérience musicale.

L'intégration des nouveautés musicales des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé-es aux plages horaires de jour est cruciale pour que les auditeurices y soient exposé-es et deviennent plus familier-ères avec leur voix et leurs histoires. Il est essentiel pour les nouveaux-elles artistes d'accroître leur familiarité à travers une meilleure visibilité durant les périodes de plus haute écoute. Cela est d'autant plus important pour l'expérience et l'engagement des auditoires. Sans un contact régulier entre les auditoires et les voix de ces artistes, l'engagement des auditoires n'est pas mesurable et ne peut constituer une donnée métrique fiable pour les stations de radio.

JOUEZ-LES UN·E APRÈS L'AUTRE.

Les pratiques de programmation actuelles évitent

de diffuser successivement des chansons interprétées par des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé-es. Bien que cette étude n'ait pas évalué les stations sur une base individuelle afin de prendre en compte la fréquence à laquelle ces chansons sont jouées successivement, les résultats de l'analyse sur le plan national montrent clairement qu'il est impossible pour ces chansons d'être diffusées les unes après les autres alors qu'en moyenne seulement une de ces chansons est diffusée par heure (ou par jour). De futures études pourront se pencher sur les registres quotidiens des stations afin d'obtenir un portrait plus approfondi des mécanismes décisionnels tels qu'ils se déploient sur une base journalière.

Du fait que leurs chansons ne sont diffusées que chaque heure ou qu'une seule fois par plage horaire, la distribution des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé-es au sein de la programmation est telle qu'elle limite leur représentation et réduit leur familiarisation auprès des auditoires. Il faut rebâtir les pratiques de programmation pour que leurs chansons soient entendues plus fréquemment et à proximité de façon à reconfigurer l'expérience de l'auditoire.

RECONSTRUISEZ LES CATALOGUES DE VIEUX SUCCÈS.

D'importantes contributions musicales ont été oubliées en raison de pratiques de programmation qui effacent les chansons interprétées par des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé-es de leur programmation récurrente, ce qui a pour effet de les éliminer des catalogues de vieux succès. Une action qui peut immédiatement être entreprise consiste en la reconstruction de ces catalogues afin d'inclure dès maintenant les musiques escamotées par le pipeline de programmation actuel et en mettant sur pied un catalogue plus sain et plus représentatif de la musique – et particulièrement de la musique canadienne – des artistes qui ont contribué à l'évolution de la culture musicale.

Redéfinissez la notion des catalogues « vieux succès » et tenez compte de vos communautés locales. Reconstruire les catalogues de vieux

succès pour qu'ils incluent plus de chansons interprétées par des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé·es est un travail de réconciliation tout à fait primordial afin de recouvrer les voix perdues, réintégrer leurs histoires et réinvestir à long terme dans leur carrière afin que leurs musiques soient préservées.

SOUTENEZ LES ARTISTES INDÉPENDANT·ES.

Le modèle commercial actuel dépend de ses relations avec les principaux labels, mais cela ne devrait pas être la seule porte d'entrée possible afin de soutenir les nouveautés musicales des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé·es qui y sont déjà sous-représenté·es. Il faut aller au-delà du système seul dépendant des plus grands labels pour repérer les artistes et établir de nouvelles portes d'entrée ne requérant pas d'investissement économique de la part des artistes qui cherchent à soumettre leurs chansons à un format radio et qui doivent endurer une tournée radiophonique financièrement insoutenable dans le but de promouvoir leur musique.

Plutôt que d'attendre passivement la soumission de nouveautés de la part des labels, soyez proactif·ves, devenez des agent·es actif·ves dans la découverte de nouvelles musiques et prenez part au succès des nouveaux·elles artistes (ce qui peut inclure, pour ceux qui le désirent, d'être mis·es en contact avec des labels). Avec le web, la musique de ces artistes est tout juste au bout de vos doigts. Entrez des recherches, allez dénicher de nouveaux·elles artistes (local·es et régional·es en particulier) et créez vous-même les portes d'entrée permettant de faire découvrir ces artistes nouveaux·elles à vos auditoires et à l'industrie.

ALLEZ PLUS LOIN QUE LES EXIGENCES CANADIENNES.

Les réglementations actuelles en matière de programmation musicale exigent des stations de radio que soit minimalement diffusé 35,0% de contenu créé par des Canadien·nes entre 6h00 et 18h00. Cette étude démontre que la plupart des formats radio respectent tout juste ces exigences

et que la distribution de ces mises en ondes désavantage les artistes canadien·nes, et en particulier les femmes, les artistes trans* et les artistes autochtones. Lorsque leurs chansons sont incluses dans les listes de lecture, elles ne le sont pas à une fréquence suffisamment élevée pour réellement soutenir ces artistes et les aider à se frayer un chemin jusqu'aux oreilles des auditeuses, dans les palmarès et de façon à faciliter leur participation à des festivals ou d'être retenu·es en nomination pour des prix. De ce fait, ces artistes se butent à d'importantes limites au sein de l'industrie alors que l'exercice de métier devient insoutenable financièrement dans leur propre pays.

Cette situation est exacerbée par la tendance actuelle des entreprises médiatiques canadiennes à éliminer leurs spots de rotation légers et moyens pour leur programmation des chansons créé par des Canadien·nes. Sans ces voies de programmation, les artistes canadiens vont se heurter à des obstacles supplémentaires. Dans le format où cela devient la norme (musique country), cette nouvelle pratique va avoir un impact très négatif sur les femmes, des artistes trans* et des artistes racisé·es canadien·nes et décimer les opportunités qui s'offrent à eux au sein de l'industrie canadienne.

Les exigences sur le contenu créé par des Canadien·nes ne devraient représenter une cible à atteindre pour les stations de radio, elles devraient représenter le point de départ. Il faut dépasser la barre des 35,0%. Effectuez une redistribution plus équitable des mises en ondes des artistes canadien·nes, et ce (allant de pair avec toutes les suggestions déjà données plus haut), en s'assurant que les femmes, les artistes trans* et les artistes racisé·es canadien·nes sont joué·es en proximité et les un·es après les autres et que leurs chansons sont retenues dans la programmation récurrente et de vieux succès afin qu'elles puissent se tailler une place au sein du canon musical canadien.

DÉVELOPPEZ DE NOUVELLES MÉTHODES D'ÉVALUATION DE VOS AUDITOIRES.

D'un point de vue où il est question d'une industrie dont les pratiques de programmation ne permettent pas aux chansons interprétées

par des femmes, des artistes trans* et des artistes racisé·es d'être entendues durant les plages horaires de jour, de façon régulière, à une fréquence équitable ou à proximité, les métriques par lesquelles sont évalués les auditoires ne sont pas simplement incomplètes, elles sont complètement futiles.

Les données et les modèles d'évaluation actuels vont chercher l'opinion des auditeuses par le biais de sondages à travers lesquels on leur demande d'évaluer s'ils aiment ou n'aiment pas (ou veulent continuer d'entendre) la musique diffusée sur leur station de radio. Mais ces tests (1) évaluent leur auditoire à partir de données de programmation inéquitables qui représentent des artistes que les auditeuses n'entendent peut-être même pas durant leurs périodes d'écoute et (2) reproduisent des iniquités dans la distribution même de ces sondages.

Les résultats produits par ces méthodes d'évaluation déforment les iniquités et par conséquent, perpétuent et renforcent des pratiques qui privilégient les hommes blancs. Parce que leurs chansons sont privilégiées dans la programmation (ce qui inclut la programmation de jour et la préservation dans les catalogues de vieux succès), les chansons interprétées par des hommes blancs performant toujours bien auprès des auditoires. Parce que les chansons interprétées par des femmes sont aussi peu diffusées, ces dernières performant moins bien parce que ces auditoires n'y sont pas accoutumés.

Un tel modèle rend inefficace l'évaluation des auditoires et constitue peut-être l'outil le plus défectueux dans l'industrie. Les auditoires ont besoin d'entendre la musique sur laquelle ils sont évalués au cours des mêmes plages horaires et à la même fréquence afin de créer un sens de familiarité et d'appréciation. Ces pratiques sont

intrinsèquement défectueuses et offrent un portrait erroné du marché.

PENSEZ À VOTRE STATION.

Un tel travail ne peut être mené seul·e – des efforts doivent être entrepris collectivement à travers l'ensemble de l'industrie parce qu'il a des effets sur l'ensemble de l'écosystème. Ce travail requiert également que vous évaluiez où vous en êtes avec votre station de radio afin que vous sachiez quel est son taux de représentativité et quels sont les espaces où des améliorations et des changements peuvent être apportés. SongData est là pour vous aider. Contactez-nous à l'adresse info@SongData.ca. Nous voulons participer aux discussions et prendre part au travail entourant la mise sur pied d'un écosystème plus sain et plus durable – un écosystème dans lequel les stations de radio sont plus accessibles et peuvent plus inclusivement, plus équitablement et plus diversement partager les ondes.

