

Le podcast natif, un média propice aux récits à la première personne

1. Intimité du podcast et récits personnels

⁷⁰BARTHES, Roland, *Le Plaisir du texte*, coll. Points Essais », Paris, Édition du Seuil, 1973, pp. 88-89

⁷¹Annexe 13 entretien avec Laura G.

Comme nous avons pu le montrer, le podcast semble être un média propice aux récits dans la mesure où il donne à entendre une voix, renouant ainsi avec la tradition de la narration orale, et permettant d'être au plus près des émotions suscitées par les histoires racontées.

Nous allons désormais nous intéresser plus spécifiquement à la narration à la première personne, au récit qui est porté par un « je » - puisqu'il s'agit de ce qui caractérise *Transfert* - et tenter de montrer en quoi le podcast natif est favorable à l'émergence d'une subjectivité.

Bien que les personnes interviewées dans *Transfert* soient anonymes, raconter une expérience de vie repose sur un pacte de confiance. Il y a une forme d'**intimité** dans l'adresse à la première personne, qui est parfois si forte que certains auditeurs qualifient *Transfert* de « journal intime enregistré »⁷², et, presque tous les auditeurs interviewés déclarent se mettre dans la peau d'un ou une amie à qui la personne se confie :

« On a vraiment l'impression que le récitant se confie à nous, et non pas à un journaliste. C'est à moi qu'elle parle ; il n'y a pas d'intermédiaire entre son récit et moi. C'est une position privilégiée qu'on entretient avec la personne. [...] C'est vraiment comme si on me racontait cette histoire directement, en tant qu'amie on va dire. »⁷³

Si effectivement l'emploi de la première personne du singulier donne au récit un caractère intime, le podcast, en tant que canal, n'est pas un pur opérateur technique qui relaie cette parole, et semble lui aussi réunir les conditions favorables à la création d'un contexte d'intimité. On pourrait postuler que ses spécificités techniques et ses usages sociaux lui confèrent une « médiativité »⁷⁴ de l'intime.

Il faut dire que la notion d'intimité est une sorte de leitmotiv quand on évoque les podcasts natifs : les producteurs et réalisateurs de podcasts s'y réfèrent souvent pour caractériser la spécificité audio de leur média. Ne faisant intervenir que la voix, le podcast laisse la porte grande ouverte pour l'imagination de l'auditeur, l'histoire narrée pouvant davantage rentrer à

⁷²Annexe 9, entretien avec Harinala R.

⁷³Annexe 10, entretien avec Isabelle R.

⁷⁴La médiativité est un concept de Philippe Marion pour évoquer la capacité propre d'un média de représenter dans une dynamique communicationnelle. Cf. MARION, P. (1997). Narratologie médiatique et médiagenie des récits, *Recherches en Communication*, 7, p.79. Consulté le 10 juin 2021. URL : <https://doi.org/10.14428/rec.v7i7.46413>

l'intérieur de lui, comme s'il était dans un cocon. Pour les témoignages de vie, le format vidéo, au contraire, semble davantage ramener au réel, ne permettant pas (ou moins) cette mise à distance favorable à l'imaginaire. Tous les auditeurs interviewés dans le cadre de notre enquête en attestent : l'audio est un tremplin pour laisser libre cours à l'imagination. Ils acceptent de laisser l'histoire s'imprégner en eux et que des images viennent à leur esprit :

« Ce qui est génial, c'est que justement, tu ne t'attaches à rien d'autres qu'à la voix. Tu imagines ce que tu veux. Par exemple, l'épisode de l'histoire d'amour en Inde, on serait peut-être hyper déçus en voyant son visage. [...] c'est pour ça que j'écoute ça avant de dormir, y'a une espèce d'immédiateté où justement ça ne transite par rien d'autre que par le son. En cela, je retrouve un peu un côté romanesque, dans le sens où cela stimule ton imagination. »⁷⁵

L'intimité propre au podcast – qui favorise les récits personnels – s'incarne aussi dans les modalités de consommation inhérentes à ce média. Les podcasts s'écoutent souvent seul, sur un poste fixe ou sur un téléphone mobile, la plupart du temps chez soi ou lors de trajets quotidiens pour se rendre sur le lieu de travail. Au contraire de la radio qui peut être écoutée par toute une famille lors du petit déjeuner, le podcast accompagne volontiers les tâches du quotidiens réalisées de manière solitaire : faire la vaisselle, plier des vêtements, prendre la voiture ou les transports en commun pour aller travailler : autant de moments propices pour écouter son podcast sans être dérangé. Les témoignages des auditeurs interrogés convergent tous dans ce sens :

« [J'écoute ce podcast] tout le temps toute seule. Je ne me verrai pas du tout l'écouter avec d'autres personnes. Je trouve que c'est bizarre : deux personnes assises autour d'une table et un téléphone au milieu. Quand je suis avec des gens, je bois des coups, mais je ne me verrai pas l'écouter avec quelqu'un. J'aurais envie de parler et d'interrompre le podcast. »

⁷⁶

Plus qu'une présence en arrière-fond, la voix raconte une histoire qui est pleinement écoutée, toutes les conditions étant réunies pour ne pas perdre une miette de ce qui est dit :

« Je l'écoute beaucoup chez moi. J'essaie qu'il n'y ait pas de nuisances sonores à ce moment-là, donc pas quand je prends ma douche ou que je me prépare, car je n'ai pas envie

⁷⁵ Annexe 1, entretien Julie T.

⁷⁶ Annexe 5, entretien avec Aline D.

de perdre un bout de l'histoire. Je l'écoute aussi dans les transports quand ma faculté d'écoute est disponible à 100%. C'est toujours dans des moments où je sens que je vais pouvoir m'y consacrer. » ⁷⁷

Si la voix engendre de fait un contexte d'intimité car l'audio mobilise les facultés imaginatives, la consommation de podcast est une activité solitaire, accompagnant les tâches ménagères ou les trajets quotidiens, dont découle une écoute attentive.

Ce qui contribue à créer ce sentiment d'intimité, nourrie par la possibilité de se projeter dans l'histoire écoutée et d'y investir des émotions, c'est aussi le fait qu'il s'agisse d'un récit unifié. Au contraire d'un dialogue oral ou d'une interview, *Transfert* se présente comme une écriture, un récit oralisé, où la présence du journaliste est parfaitement gommée, au point que certains auditeurs que nous avons interrogés pensaient qu'aucun montage n'était réalisé et que le journaliste ne posait tout simplement aucune question.⁷⁸ D'autres préfèrent passer le moment au tout début du podcast où le journaliste introduit l'épisode⁷⁹ pour entrer directement dans l'histoire - c'est d'ailleurs le seul moment où l'on peut entendre sa voix.

2. Participation des auditeurs : un contenu en adéquation avec des individualités

Les podcasts sont un média individuel dans la mesure où l'auditeur choisit avec soin le moment et le contenu de son écoute – même si, évidemment, les plateformes qui hébergent les podcasts ciblent les consommateurs. L'individualisation des contenus va plus loin puisque, dans le cas de *Transfert*, les auditeurs sont aussi cocréateurs. A l'inverse de la radio, qui demeure un média de masse avec une grille de programmes répétitive, nombreux sont les réalisateurs de podcasts qui font directement appel à leur audience, non seulement pour les choix de thématiques, mais aussi pour participer pleinement à la création du contenu.

Cette tendance est largement en lien avec le développement d'internet : le public n'est plus considéré comme une masse anonyme à laquelle on délivre une information manière

⁷⁷Annexe 8, entretien avec Fanny G.

⁷⁸ Cf. Annexe 8, entretien avec Fanny G.

⁷⁹ Cf. Annexe 12 : Entretien avec Jean-Philippe T

verticale. C'est un modèle plus individualisé qui s'affirme, au sein duquel les interactions entre usagers et créateurs sont encouragées, à l'image des blogs, des chats, des forums qui remplacent progressivement les médias de masse.⁸⁰

Dans le cas des podcasts de *Slate.fr*, il est possible d'écrire à la rédaction pour proposer un sujet de podcast, comme cela est indiqué sur le site internet. Les auditeurs peuvent également se rendre sur la page Instagram de *Transfert* pour commenter les publications liées aux épisodes déjà diffusés ou à venir.

Ces interactions sont encore plus poussées dans la mesure où chaque épisode de *Transfert* se fonde sur le récit d'un auditeur du podcast. Sur le site de *Slate*, dans l'onglet contact, et sur le descriptif qui accompagne chaque épisode, se trouve une adresse mail à laquelle on peut envoyer son histoire :



⁸⁰GREVISSE, Benoît, *Écritures journalistiques – stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, coll « INFO COM », Paris, De Boeck Supérieur, 2014, p.224

Le journaliste Alexandre Mognol, qui a réalisé de nombreux épisodes du podcast, dit qu'en 2017 l'équipe de *Transfert* recevait environ une dizaine de propositions tous les mois *via* cette adresse.⁸¹

Ce modèle médiatique horizontal et interactif, inspiré des échanges qui ont lieu sur les réseaux sociaux, est encouragé par les podcasts natifs. Dans la mesure où le public est envisagé comme une multitude d'individus et non comme une masse, le podcast natif se prête particulièrement bien aux récits personnels. Et ce que propose *Transfert* va au-delà de la simple interaction avec une audience puisque chaque épisode est un récit co-construit avec l'un des auditeurs du podcast. Ce dispositif permet également de donner voix à des individus ordinaires que l'on n'entendrait pas dans les médias traditionnels.

3. Politique du discours : un espace pour des paroles restées à la marge

Pour Carol Gilligan, fondatrice de l'éthique du *care*, « être féministe commence par la nécessité de faire entendre des voix rendues inaudibles pour penser une éthique de l'égalité des voix à l'encontre de la domination masculine accolée à une norme morale qui la sert et la confirme. »⁸²

A cet égard, *Slate.fr* a toujours mis en avant un espace dédié aux voix et sujets peu ou pas représentés dans les médias traditionnels. Aujourd'hui, on retrouve ce fil sous l'intitulé « Diversité ».

La même volonté de mettre en avant des voix peu médiatisées se retrouve dans *Transfert*, qui donne à entendre des catégories socio-politiques « discriminées » – comme les femmes – et permet de laisser place à des sujets du quotidien et de l'intime. La créatrice du podcast se revendiquant comme féministe, les modalités énonciatives propres à *Transfert* – c'est-à-dire, entre autres, l'utilisation de la première personne du singulier – concourent également à

⁸¹SLATE.FR, « Dans les coulisses de Transfert », slate.fr, podcast talk avec Charlotte Pudlowski, Alexandre Mognol, Baptiste Etchegaray et Pauline Thomson, publié le 15 juin 2017, mis à jour le 2 octobre 2017, consulté le 5 novembre 2020. URL : <http://www.slate.fr/podcast/147069/coulisses-transfert-nos-podcasts>

⁸²BRUGERE, Fabienne, *L'Éthique du « care »*, coll « Que sais-je ? », Paris, PUF, 2021, p.16

revendiquer une diversité de points de vue, qui n'est pas permise par l'institutionnalisation des médias, selon Charlotte Pudlowski :

« Dans ce concept de vouloir faire émerger des récits individuels et des récits qui ont parfois du mal à exister, dans le « on » collectif, qui, pour moi, est un « on » excluant, il y avait l'idée de raconter des récits de gens que l'on n'entend pas toujours. »⁸³

Durant un échange intitulé « Le podcast, nouvel eldorado féministe ? », produit par ARTE Radio, la journaliste féministe et créatrice du podcast *La Poudre*, Lauren Bastide, déclare que le podcast a vocation à être « un *safe space* »⁸⁴ pour les femmes. C'est-à-dire que la parole des femmes n'y est pas entravée, tant dans la forme – personne ne leur coupe la parole – que dans le contenu – les propos tenus ne sont pas systématiquement remis en cause.

Selon elle, les podcasts permettent de faire éclore des sujets qui ne font pas vendre dans les grands médias traditionnels.

En termes de chiffres, le baromètre de la diversité et les rapports annuels élaborés par le CSA sur la diversité, puis sur la représentation des femmes dans les programmes des services de télévision et de radio, font toujours état d'une constante sous-représentation des femmes dans l'audiovisuel, au regard de leur place (52%) dans la population française. En 2016, les femmes ne représentaient que 38% des personnes ayant pris la parole à l'antenne, et seulement 30% pour les expert(e)s, 32% pour les invité(e)s politiques et 25% aux heures de forte audience.⁸⁵

Face à ce constat, de nombreux podcasts natifs se revendiquent féministes et permettent d'entendre des paroles de femmes. Le sujet peut être directement militant ou ne pas l'être, mais en comparaison des médias traditionnels, les femmes ont un espace de parole plus vaste et, à cet égard, les contenus sont originaux. D'ailleurs le succès des podcasts s'explique en partie car

⁸³Retranscription anonyme. (20 juin 2018). Intervention de Charlotte Pudlowski (créatrice de Louie Media) sur l'essor des podcasts – *op.cit* p.32-37.

⁸⁴ ARTE Radio. (7 nov. 2017). *Le podcast, nouvel eldorado féministe ?* [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=lnjir6REfC0&ab_channel=ARTERadio (10:00-16:00 et 34:50- 35:30)

⁸⁵ GRANCHET, A. (2017). Lutter contre le sexisme dans les médias : des usages stratégiques du droit par les associations féministes françaises, *Le Temps des médias*, vol. 29, no. 2 ; pp. 125-140. Consulté le 14 mai 2021. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2017-2-page-125.htm>

ils traitent de thèmes absents des médias dominants selon Silvain Gire, patron d'Arte Radio, structure vétérante de l'audio natif en France fondée en 2002.⁸⁶

Ainsi, une auditrice e nous avons interviewée au cours de notre enquête a pu se reconnaître intimement et politiquement dans une histoire de cheveux et d'identité :

« Je suis d'origine malgache, même si je suis née en France et que j'ai vécu en France, et j'ai écouté un épisode qui s'appelait il me semble « Une histoire de cheveux », et, à l'époque, je venais de me couper les cheveux et c'était quelque chose de très symbolique pour moi d'avoir coupé ma longue chevelure. Et j'en avais écrit une petite histoire et quand j'ai vu cet épisode, je me suis dit que j'allais l'écouter car ça allait me parler. Et ça m'a particulièrement touchée car il se trouvait qu'en plus la femme qui racontait était d'origine malgache et adoptée, et cela m'a beaucoup touchée. Je ne me suis pas identifiée à son histoire, mais cela m'a marquée d'entendre une Malgache parler. »⁸⁷

Reconnaître que chacun a une histoire à raconter en lui donnant la possibilité de le faire, c'est forcément investir le terrain de l'intime, celui des points de vue particuliers et de la diversité :

« L'intime est traditionnellement considéré comme quelque chose de pas très noble [...], c'est le terrain du féminin, c'est l'espace domestique par lequel les femmes ont été reléguées toujours et encore un peu aujourd'hui. Investir l'intime, c'est aussi dire que ces sujets qui peuvent être personnels, politiques ou autres, peuvent être extrêmement porteurs de récits sociétaux. Ils peuvent dire des choses journalistiquement sur ce qu'est notre société aujourd'hui. Je vous donnais l'exemple du type qui espionne ses voisins, cela raconte énormément de choses mais, en l'occurrence, il espionne un couple en particulier et on se rend compte à la fin que c'est une personne homosexuelle qui pense ou prétend ou essaie d'être hétéro et que le couple qu'il espionne est un couple hétéro, parfait, bobo parisien, trentenaire, tout ce qu'il veut être et ne peut pas être. Cela parle des normes, du rapport à l'image, de ce que l'on essaie d'être et que l'on arrive ou pas à devenir et aussi de la vie collective, de ce que c'est que de vivre dans une ville où on a ou pas des liens avec des gens que l'on fréquente ou qui vivent à quelques mètres de nous. On a eu des histoires de transsexualité, de secret de famille, d'inceste, de viol, mais que l'on ne prend jamais par l'angle sociétal. On ne prend pas des gens parce que ce sont des chômeurs, des immigrés, des chefs d'entreprise ou autres, on ne les prend pas pour leur casquette sociale, mais pour

⁸⁶EUTROPE, Xavier. « À quoi reconnaît-on un bon podcast ? » La Revue des Médias, 16 octobre 2019. Consulté le 12 juin 2021. URL : <http://larevuedesmedias.ina.fr/podcast-qualite-bon-indicateurs-performance>.

⁸⁷Annexe 9, entretien Harinala R

ce qui fait qu'ils sont exactement comme vous et moi, à savoir des gens qui sont parents, enfants, sœurs, etc. »⁸⁸

Investir pleinement l'intime permet de s'affranchir de l'uniformisation des contenus inhérente aux grands médias en donnant la parole à des individus ordinaires dont les propos, jugés sans intérêt, ne sont traditionnellement pas médiatisés. Cette démarche politique rejoint celle du motif des « voix d'en bas », populaire dans les années 1970 et notamment porté par Michel Foucault. Cependant, force est de constater qu'aujourd'hui, avec la multiplication des réseaux sociaux, nous ne sommes pas privés de l'usage de la parole. Toutefois, nous demeurons politiquement sans voix. C'est en ce sens que le philosophe Alain Brossat revendique le droit à ce que la parole de la « plèbe » - c'est-à-dire celle des gens ordinaires - puisse compter. Dans son article « La voix des gens ordinaires – raconter des histoires qui comptent », il déclare :

« C'est qu'en effet tout se passe comme si nous, gens ordinaires, avons perdu cette capacité, qui est aussi un pouvoir, de **raconter des histoires qui comptent**, lesquelles, non seulement, trouvent une « écoute », se communiquent, mais, surtout, soient susceptibles d'être prises en compte et, à ce titre, de produire des effets de déplacement dans l'ordre des choses et des conduites. Cette dépréciation de la parole des gens ordinaires inscrite dans l'horizon du commun ou de la collectivité conduit naturellement à une « chute de la cote », pour parler comme Walter Benjamin (1971, p. 140), de la parole tout court: l'insignifiance de la parole publique nourrit son devenir trash, le goût régressif de dire n'importe quoi, n'importe comment, puissamment attisé par la structure communicationnelle elle-même : la radio, la télé, Internet, le téléphone portable se présentent désormais, en premier lieu peut-être même si pas exclusivement, comme des dispositifs destinés à assurer la prolifération à l'infini de la parole jetable, du discours kleenex, des mots sans suite destinés seulement à meubler la désolation du monde, à l'image de toutes les musiques de salle de bains, de hall de gare et de supermarché. »⁸⁹

Cette parole qui compte est d'abord et avant tout une parole qui compte pour la personne qui la prononce. Il ne s'agit pas simplement d'exprimer ses pensées sur un mode purement descriptif,

⁸⁸Retranscription anonyme. (20 juin 2018). Intervention de Charlotte Pudlowski (créatrice de Louie Media) sur l'essor des podcasts, *op.cit*

⁸⁹BROSSAT, A. (2010). Les voix des gens ordinaires raconter des histoires qui comptent. *Le sujet dans la cité*, 1, pp. 73-84. Consulté le 7 mai 2021. URL : <https://doi.org/10.3917/lsdlc.001.0073>

narratif, ou anecdotique, mais d'inclure dans son propos la dimension de l'auto-réflexivité, qui est au cœur du podcast *Transfert* à travers la voie psychanalytique qu'il permet d'explorer. Durant la deuxième partie de ce mémoire, nous allons voir dans quelle mesure cette auto-réflexivité et cette introspection sont en réalité induite par le fait même que la personne interviewée parle à autre personne qu'elle-même, qu'elle communique avec le journaliste qui lui pose des questions pour relancer son récit, l'approfondir et le contextualiser.

Ainsi, le podcast semble être un média adéquat pour les longs récits produits par le genre narratif, dont la stratégie rédactionnelle se démarque des contenus purement informatifs en proie à un temps qui file toujours plus vite. Dans le déluge d'informations quotidiennes produites par les médias et les réseaux sociaux, le travail du journaliste narratif ne consiste plus à colmater au maximum les brèches, mais bien à mettre en forme un récit appelant une interprétation de la part de celui qui le reçoit. Si les récits structurent les sociétés humaines depuis la nuit de temps, ils ont également été associés à des pratiques orales que la dimension audio du podcast permet de préserver. En outre, la spécificité du podcast natif, qui est de traiter des thèmes absents des grands médias traditionnels, donne à entendre des voix exclues de ces mêmes médias à travers un prisme subjectif. Le podcast, par son dispositif qui favorise la création d'un contexte d'intimité semble propice à l'émergence de ces récits personnels. Chaque projet narratif pouvant être considéré dans sa « médiagénie »⁹⁰, pour reprendre les termes de Philippe Marion, la rencontre entre les récits de vie dans *Transfert* et le média podcast s'impose comme un « coup de foudre », une fusion fructueuse entre une narration et sa médiatisation.

Le podcast narratif à la première personne, porteur d'une intimité, se prête alors particulièrement bien à une analyse psychanalytique et au concept d'« identité narrative » développé par Ricoeur : il permet de créer un espace de réflexion sur soi, dans la mesure où il devient un lieu de médiation pour penser son propre parcours de vie, tant pour celui qui conte son histoire que pour celui qui l'écoute.

⁹⁰MARION, P. (1997). Narratologie médiatique et médiagénie des récits, *Recherches en Communication*, 7, pp. 61-88. Consulté le 10 juin 2021. URL : <https://doi.org/10.14428/rec.v7i7.46413>