Belphegor

Littérature populaire et culture médiatique

19-2 | 2021

La civilisation du magazine

Magazines et culture médiatique nord-atlantique au ^{XX^e} siècle

Adrien Rannaud and Jean-Philippe Warren

Electronic version

URL: <https://journals.openedition.org/belphegor/4127>

DOI: 10.4000/belphegor.4127

ISSN: 1499-7185

Publisher

LPCM

Electronic reference

Adrien Rannaud and Jean-Philippe Warren, "Magazines et culture médiatique nord-atlantique au ^{XX^e} siècle", *Belphegor* [Online], 19-2 | 2021, Online since 24 January 2022, connection on 20 September 2022. URL: <http://journals.openedition.org/belphegor/4127> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/belphegor.4127>

This text was automatically generated on 20 September 2022.

Creative Commons - Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International - CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Magazines et culture médiatique nord-atlantique au xx^e siècle

Adrien Rannaud and Jean-Philippe Warren

- 1 Si l'on admet couramment que les premiers magazines apparaissent en Europe entre la seconde moitié du xvii^e siècle et la première moitié du xviii^e siècle¹, il faut attendre le tournant du xx^e siècle pour voir se développer un marché de masse autour des périodiques illustrés de grande consommation. Parmi les facteurs qui expliquent cette croissance des titres, repérable de part et d'autre de l'Atlantique, on peut souligner la longue transformation d'un régime de la presse d'opinion vers la presse d'information, ainsi que la diversification des lectorats qu'un tel basculement amène avec lui. Notons aussi la concrétisation d'un système médiatique moderne dominé par la reproductibilité technique, selon le mot de Walter Benjamin², et qui dynamise la création des magazines, dont la spécificité réside, pour ainsi dire à première vue, dans l'abondance des images (photographies ou gravures). C'est à la croisée de ces phénomènes, et dans la foulée d'une première période fructueuse d'essais commerciaux et journalistiques pendant la Belle Époque, comme le rappelle d'emblée le premier article du dossier, que le magazine connaît une formidable fortune : d'abord durant l'entre-deux-guerres, à la faveur d'une nouvelle étape de mondialisation et de standardisation de la culture en Occident ; puis au sortir de la Seconde Guerre mondiale, durant ce qu'il est courant de nommer les « Trente Glorieuses »³. Un tel élan ne nous est pas inconnu, en ce début de xxi^e siècle marqué par une relative dématérialisation des périodiques qui n'entrave pas nécessairement le dynamisme d'une presse magazine plus diversifiée que jamais.
- 2 Donner une définition du magazine requiert une certaine souplesse, tant les périodiques illustrés, situés en quelque sorte « à la croisée de l'histoire de la presse et de celle du livre »⁴, constituent une nébuleuse de la culture médiatique au xx^e siècle⁵. Il est tout spécialement ardu de distinguer le magazine de la revue : des phénomènes d'interdépendance marquent l'histoire de ces deux types de périodiques, comme le montrent plusieurs articles du présent dossier⁶. On peut toutefois suivre Jean-Marie Charon⁷, ainsi que l'équipe réunie autour de Claire Blandin, et tenter de saisir ce

« genre de presse aux limites floues » à partir de trois caractéristiques majeures : « importance du visuel, relative déconnexion de l'actualité et accessibilité »⁸ – caractéristiques auxquelles nous serions tentés pour notre part d'en ajouter une quatrième⁹ : des contenus arrangés en une sorte de miscellanée, le magazine étant, comme son étymologie l'indique, un magasin (de l'arabe, *makhazin*) ou « entrepôt » de textes qui mélange des rubriques et chroniques diverses (éditoriaux, conseils pratiques, grands reportages, publicités, mots croisés, feuilletons, etc.) dans un espace qui cherche tout à la fois à plaire, divertir et instruire.

- 3 Ces quatre principes définitoires, aussi larges soient-ils, permettent déjà d'identifier un vaste ensemble médiatique composé de plusieurs sous-genres¹⁰. En outre, il convient de garder à l'esprit que, d'une part, le visuel est présent de manière très variable dans l'histoire du magazine, chaque publication ayant sa signature propre (en termes de couleur, d'importance graphique, de papier, etc.) ; et que, d'autre part, le magazine amalgame les logiques journalistiques (par exemple, dans le rapport que construit le magazine avec le réel), selon une expérience de la périodicité (surtout mensuelle, mais qui peut être plus rapprochée ou plus aléatoire) qui reformule l'actualité par le prisme d'une représentation circulaire et encyclopédique du quotidien¹¹. De même, l'accessibilité toujours relative du magazine oscille en fonction du public (allant des magazines aux tirages astronomiques aux magazines de niche), mais aussi et surtout des formes d'échanges et d'interactions, le périodique tentant de créer une communauté morale ou une communauté imaginée dont il se veut parfois moins l'émissaire ou le meneur que le médiateur¹². Enfin, il est évident que chaque magazine fonde idéalement une identité forte (de ton, de style, de discours), sa force d'attraction étant liée à sa capacité d'incarner, dans un marché où règne une extrême concurrence, une marque distinctive, avec pour conséquence que le magazine même le plus « léger » et « divertissant » est toujours quelque part un véhicule idéologique¹³.
- 4 Adhérant à ces principes de manière souple et générale, le présent dossier propose des pistes d'études prometteuses entourant la place et l'action médiatique des magazines dans l'aire nord-atlantique, depuis la Belle Époque jusqu'aux années de la contre-culture. Profitant des travaux entourant la « civilisation du journal » et les rapports entre information, littérature et pratiques artistiques¹⁴, il interroge simultanément la spécificité de la presse magazine au sein de la vie littéraire, culturelle et intellectuelle, et son fonctionnement pratique, discursif et matériel dans la culture médiatique. Présentées par ordre chronologique, les études de cas réunies ici se fondent sur des corpus journalistiques français, belge, québécois et américain. Elles offrent une mise en pratique de méthodes de lecture complémentaires, dans un mouvement entre le précis et le général capable de restituer toute l'intelligibilité et la complexité de ce type de périodique. Elles répondent, en outre, à l'ambition générale d'une analyse discursive de la presse magazine, en cherchant à « comprendre comment le discours de la presse magazine rend lisible et reconfigure des fragments de culture, et [à] comprendre comment les discours de la presse magazine participent d'un style de journal qui s'impose comme un style de vie »¹⁵. Dans les lignes qui suivent, nous dégagerons quelques trames susceptibles d'éclairer notre compréhension du magazine au xxe siècle, et dont les contributions présentées dans ce dossier rendent compte chacune à leur manière.

Modélisations, circulations et transferts : des jeux d'échelle

- 5 Tout en s'enracinant dans des contextes locaux spécifiques, les magazines, par définition, circulent. Ils circulent parmi les lecteurs et lectrices, qui les échangent et les commentent, et ils circulent parmi les éditeurs et éditrices, qui s'inspirent de ce que font leurs collègues sans toujours admettre leurs emprunts. Aussi, la tentative de regrouper au sein d'une même livraison des articles portant sur les magazines issus de l'axe nord-atlantique de langue française et de langue anglaise obéit au souhait de faire dialoguer les titres retenus par-delà leur espace national initial, dans le contexte d'une culture médiatique de plus en plus internationalisée¹⁶. On ne saurait trop rappeler la nouvelle vague d'industrialisation qui marque la culture avant, pendant et après la Première Guerre mondiale, sous le coup des développements technologiques entourant la photographie, le cinéma, la musique et la radio. Cette ère vibrante des médias qui parlent et chantent¹⁷, en plus des innovations touchant à la communication (pensons au téléphone), conditionne des rapprochements transatlantiques et de nouvelles phases de convergences et de mise en commun des discours et des pratiques journalistiques, littéraires et artistiques. New York, puis Los Angeles deviennent des capitales artistiques par-delà les frontières américaines, et la domination croissante des États-Unis reconfigure le champ culturel occidental par le biais de nouveaux récits et de nouvelles images.
- 6 Cette phase nouvelle de mondialisation, qu'on pourrait saisir de façon continue jusqu'à l'expansion phénoménale de la télévision dans les années 1950, se matérialise dans l'écosystème des journaux et revues. Un tel écosystème n'est pas réductible à l'idiome national (bien que ce dernier demeure fondamental dans le discours que tiennent les rédacteurs et rédactrices en chef¹⁸) : il est fait de multiples branchements et de réseaux de sens qui s'ajoutent aux flux circulatoires qui marquent l'espace nord-atlantique. Sur ce point, nous souscrivons aux réflexions qu'a proposées Guillaume Pinson autour de ce qu'il nomme la « modélisation » à l'œuvre dans la culture médiatique occidentale, soit des effets de reprise, d'adaptation et de performativité de modèles journalistiques à la fois uniques et abondamment répandus¹⁹. Convoquer la notion de modélisation ne se fait pas sans peine, puisqu'elle nécessite de la part des chercheurs et chercheuses une connaissance et une compréhension, à la fois globale et précise, d'un système médiatique élargi où les formes, figures et pratiques dominantes sont pléthores et constamment repensées à la lumière des dynamiques plus locales ou nationales. Or, l'histoire des magazines de langue française et de langue anglaise dans l'axe nord-atlantique nous apparaît fondée sur la nécessité d'une telle démarche, tant elle repose sur des transferts et des échanges qui, d'un côté de l'océan à l'autre, assurent à ce type de presse une prospérité vérifiable sur les plans quantitatifs et qualitatifs.
- 7 Pour aborder la modélisation à l'œuvre dans le champ des périodiques illustrés destinés à la grande consommation, on peut s'intéresser tantôt à l'action de passeurs et de passeuses médiatiques, tantôt aux phénomènes d'adaptation et de transmission qui fondent la dynamique du monde médiatique, tantôt encore à l'*ethos* que se construit le magazine. L'article que consacre Emmanuelle Paccaud aux rédacteur et rédactrice en chef de *Vanity Fair* et *Vogue*, Frank Crowninshield et Edna Woolman Chase, réussit ce tour de force en partant des trajectoires individuelles et croisées de ces agents de promotion du magazine moderne pour démontrer, d'une part, les logiques

économiques qui structurent le champ européen et américain des magazines dans l'entre-deux-guerres et, d'autre part, la ramification des discours, à la fois privés et publics, de ces deux personnages dans le contenu même des périodiques. L'axe transatlantique et les tentatives de récupération de diverses logiques artistiques et médiatiques constituent également la pierre d'assise du texte de Laura Truxa, qui s'intéresse à la marquante et remarquable *VU* (1928-1940) et à son inscription au carrefour de plusieurs modèles d'affaires et de tendances culturelles. Lues ensemble, les contributions de Paccaud et Truxa révèlent l'internationalisation des entreprises médiatiques, la rapidité avec laquelle ces dernières proposent de nouvelles formes journalistiques à l'attention de plusieurs lectorats nationaux, tout comme elles mettent en évidence, notamment à partir de documents d'archives, les stratégies commerciales qui rythment la vie des périodiques illustrés. Dans un même ordre d'idée, en reconstituant le paysage des revues musicales françaises du début du xx^e siècle, Marie-Pier Leduc montre bien la centralité de certains hommes de presse dans le processus d'adaptation de la formule magazine au sein d'une vie artistique balisée par les lignes de fracture entre académisme et avant-garde. Lancé par Pierre Laffitte, l'entrepreneur derrière *Femina* et *Je sais tout*, *Musica* s'inspire des formules anglo-américaines, tout comme il attire dans ses pages les grandes plumes de la vie culturelle parisienne, comme le critique Émile Vuillermoz.

- 8 Cette internationalisation du champ des magazines et périodiques illustrés, visible dans les parcours de ces figures de passeurs et de passeuses ainsi que dans les partenariats qui rétrécissent la distance (géographique, médiatique, idéologique) entre les communautés de pratiques, s'accompagne dans un même élan d'un retour au local et d'un questionnement sur l'identité collective. Dans l'article d'Adrien Rannaud, on voit combien cette ambivalence creuse le lit des magazines québécois de l'entre-deux-guerres, comme *Mon Magazine* et *La Revue moderne* : des titres qui, tout en se réappropriant les pratiques journalistiques anglo-américaines, défendent une action médiatique patriotique, proprement canadienne-française, depuis le discours éditorial jusqu'à la publication d'une littérature locale. Cette flexibilité, encore peu assurée dans le Québec des années 1920 et 1930, deviendra le *motto*, quelque quarante ans plus tard, de la contre-culturelle *Mainmise*, qui rejoue la carte et le territoire du pays et de la mémoire en traduisant et en incorporant des discours alternatifs étrangers dans ses pages. C'est ce que montre Carmen Ruschensky, en revenant sur l'histoire de cette revue emblématique par le prisme d'une approche transnationale fondamentale pour saisir les enjeux et les mécanismes de la modélisation dans la culture médiatique.

Popularité et légitimité du magazine : des combinaisons à géométrie variable

- 9 Les jeux d'échelle qu'implique la modélisation dans un espace mondialisé comme l'est la culture médiatique nord-atlantique du xx^e siècle s'accompagnent d'un élargissement du spectre de l'offre. On peut en prendre le pouls avec les exemples de *Histoires vraies* et de *Midi-Minuit Fantastique*, qu'analysent respectivement Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren, et Axel Hohnsbein. Si le premier cas semble émaner du même univers de *pulps* et de fascicules qui alimente la culture populaire et sérielle du mitan du xx^e siècle²⁰, le second, quant à lui, s'approprie la forme et les codes du magazine pour regrouper des réseaux cinéphiles évoluant entre l'*ethos* avant-gardiste et la logique du

discours expert. Ces titres constituent deux pôles d'une impressionnante palette où le magazine, format somme toute assez souple et qui est moins soumis à l'impératif de l'actualité, favorise des effets d'hybridation entre les pratiques culturelles et journalistiques populaires et légitimes (ou savantes). En ce sens, on peut penser que les périodiques illustrés sont produits selon différents « degrés de légitimité »²¹, qui sont par la suite rejoués dans le discours éditorial et dans les pratiques d'écriture, de mise en page et d'illustrations.

- 10 Les études culturelles anglo-américaines²² nous mettent sur la piste d'une zone médiane dans le champ des imprimés, et que plusieurs articles s'attachent à investiguer en profondeur dans le présent dossier. Cette piste, c'est celle du *middlebrow*, ou de ce qu'on pourrait nommer en français (sans guillemets) la culture moyenne²³ : un lieu de rencontre où convergent et s'enchevêtrent les dynamiques populaires et légitimes au profit de formes, de postures et de discours qui composent ce qu'Edgar Morin nommait naguère le syncrétisme homogénéisé de la culture²⁴. Les recherches sur la culture moyenne sont encore balbutiantes dans l'aire francophone. Pourtant, cette perspective offre de bâtir une compréhension plus précise des stratégies individuelles et collectives visant à allier le succès et la réussite, l'appât du gain et la cause esthétique ou politique; sans compter les bénéfices d'une telle relecture sur des objets passablement oubliés, mal connus ou négligés par la critique savante. Le cas du magazine est à ce titre significatif, comme le montre particulièrement le texte de Laura Truxa, qui explique comment les innovations esthétiques propres à l'entre-deux-guerres en Europe sont modulées dans *VU* à l'attention d'une nouvelle culture de masse en quête de sophistication. La culture moyenne est également redirigée au profit du référent national : ainsi la « Maison moderne » de 1936, présentée dans la *Revue moderne* et sur laquelle revient en détails Adrien Rannaud, constitue-t-elle avant tout un projet patriotique mariant l'impératif de la reconstruction économique des années 1930 et les désirs de propriété et de « luxe modeste » des classes moyennes au Québec. Le magazine demeure, en outre, un lieu de publication fort attractif pour les écrivains et écrivaines soucieux et soucieuses à la fois d'accéder à un large lectorat, et de se constituer une certaine fortune littéraire. En ce sens, la possibilité d'une étude du *middlebrow* prend tout son sens, tant dans l'approche poétique de l'auteur ou autrice que dans ses tentatives de placement, de bifurcation et de transposition de son écriture d'un support à un autre, d'une rubrique à une autre. Dans l'article nuancé qu'elle consacre à l'écrivaine belge France Adine, Cécile Vanderpelen-Diagre éclaire comment les romans de l'autrice reconfigurent ses pratiques journalistiques et, ce faisant, de quelle manière les codes du roman sentimental traditionnel sont actualisés en fonction des goûts et des désirs de distinction d'un lectorat petit bourgeois.
- 11 Au-delà du *middlebrow*, ce qui domine, au fil des contributions rassemblées dans ce numéro, c'est l'idée d'un support rassembleur, guidé par le principe du consensus et de ce que Marie-José des Rivières et Denis Saint-Jacques nomment une « culture commune »²⁵. Y compris dans les exemples de *Mainmise* et de *Midi-Minuit Fantastique*, analysés successivement par Carmen Ruschensky et Axel Hohnsbein, on comprend que le magazine est marqué par une rhétorique moins clivante que dans les revues intellectuelles ou la presse militante; voire, qu'il fait le pari de médiatiser le monde par sédimentation de plusieurs discours et idéaux, à la manière de *Musica* et de son traitement du vedettariat, comme l'analyse Marie-Pier Leduc. Emmanuelle Paccaud le dit bien au sujet de Frank Crowninshield et de son apport à *Vanity Fair* : le magazine

devient un support de l'accommodement entre l'objet de consommation culturelle qu'il est *a priori*, et les goûts majoritaires qui le traversent de près ou de loin. Dans son panorama dynamique des illustrés français pour jeunes filles, Béatrice Guillier en arrive à des conclusions similaires, tout en transposant le débat, dans ce cas, sur le terrain des normes, des contraintes et des possibles qui jalonnent l'identité des jeunes lectrices tant dans les pages des magazines que dans un espace social national en pleine mutation. Le magazine à grand tirage est donc le lieu d'un compromis social, politique et culturel. Les recherches sur ce terrain doivent se poursuivre, qui recomposeront le rôle de ce support d'information et d'instruction, de consommation et de divertissement dans les différentes révolutions médiatiques et culturelles du xx^e siècle.

Reconstituer l'histoire des lectures du magazine

- 12 Depuis une trentaine d'années²⁶, des travaux importants ont permis d'affiner notre compréhension du champ des études du magazine. On s'est particulièrement attardé à analyser le magazine comme lieu de contrôle social et de construction du sujet, comme communauté morale ou imaginée et comme espace culturel²⁷. Le présent dossier prolonge et approfondit ces réflexions en contribuant à complexifier les rapports entre support médiatique, discours et lectorats. Il vise à montrer que si chaque magazine forme un tout du point de vue de son identité extérieure (titre, graphisme, etc.), le caractère relativement disparate de son contenu invalide une lecture univoque, ce qui explique les interprétations assez contradictoires que l'on peut en offrir selon que l'on se place dans telle ou telle perspective, ou que l'on se retreint à telle ou telle rubrique²⁸. La pluralité des regards de ceux et celles qui consomment un même magazine révèle la nature polyphonique du magazine comme genre, dont on a pu dire simultanément qu'il était un instrument d'aliénation des consciences et un lieu d'*empowerment*.
- 13 Même pour certaines publications qui en viennent à représenter pour certains groupes des références incontournables, auxquelles on se fie pour s'habiller, élever ses enfants, étudier ou voter, la légitimité n'est jamais univoque : on sait que l'effort d'édification d'une culture commune n'empêche pas des contestations et négociations constantes qui finissent parfois par avoir raison d'un magazine, quand il n'arrive pas à muer pour s'adapter au changement. S'il est vrai que le magazine défend « un style de journal qui s'impose comme un style de vie »²⁹, il reste par conséquent à voir les nombreux effets de coïncidence ou de rupture qui composent l'histoire des lectures du magazine, notamment en réinvestissant l'agentivité des consommateurs et des consommatrices de périodiques illustrés. Qui étaient-ils et elles ? Que cherchaient ces lecteurs et lectrices l'espace de quelques instants dans les pages de leurs publications préférées ? Adhéraient-ils et elles aussi facilement qu'on a longtemps pu le croire aux injonctions portées par les réclames, les rubriques-conseils et les fictions ?
- 14 La sociologie peut trouver, ici, des pistes prometteuses pour reconstruire l'éventail des sensibilités et des attitudes des publics de la culture médiatique : les magazines livrent leurs secrets – si tant est qu'on reconnaisse le caractère biaisé, hautement stratégique, de discours médiatiques pensés très souvent dans une logique programmatique et consumériste. Les coups de sonde et enquêtes que propose *Histoires vraies* à ses abonnés et abonnées, et dont nous entretenons Marie-Pier Luneau et Jean-Philippe Warren, illustrent ainsi le souhait d'associer le public aux orientations littéraires du périodique, mais aussi la virtualisation d'un pacte de sincérité qui semble régir l'ensemble de la

structure journalistique du magazine. Les recherches de Luneau et Warren font écho aux propositions de Cécile Vanderpelen-Diagre sur *Femmes d'aujourd'hui* et de Béatrice Guillier sur les périodiques pour jeunes filles, en ce qui a trait à cette « culture du sentimental » dont le magazine semble se faire l'un des principaux porte-paroles dans l'espace médiatique : entre fiction et non-fiction, entre assignations de genre et tentatives de responsabilisation, les rubriques et espaces des périodiques illustrés confèrent à la lectrice une place et un rôle particuliers, ambivalents encore une fois, dans une vaste économie de l'amour et du *care*. Si le magazine participe bien à la réactivation d'un système de la différence et de l'asymétrie entre le masculin et le féminin, il le fait selon des figures parfois novatrices qui invitent le lectorat à autre chose qu'à l'évasion et à la consommation.

La civilisation du magazine

- 15 Le dossier « La civilisation du magazine » n'est qu'une autre pièce dans une compréhension à la fois plus fine et plus générale d'un « genre de presse aux limites floues ». Tout en comblant certaines lacunes de la littérature savante actuelle, il montre l'étendue de ce qu'il reste encore à découvrir et creuser. Il indique que le magazine doit être analysé comme un tout, et non pas à la pièce, en isolant chacune des parties qui le constituent, et replacé dans l'économie d'ensemble des périodiques, voire de l'économie médiatique générale (la revue *Mainmise* ne se voulait-elle pas une « télévision de papier » ?). Devant le kiosque à journaux, l'acheteur potentiel ou l'acheteuse potentielle a le choix, dès le milieu du xx^e siècle, entre des dizaines et des dizaines de lectures, et sa consommation du magazine doit être étudiée dans cet environnement médiatique général qui arbitre les préférences du public. Les éditeurs et éditrices des magazines le savent et s'adonnent en conséquence à des tentatives plus ou moins voilées de *benchmarking* qui unifient progressivement le monde nord-atlantique (du point de vue des techniques et des tendances) tout en le diversifiant (du point de vue de l'offre).
- 16 Sous une même thématique, le présent dossier en appelle d'autres : notamment pour s'ouvrir à d'autres ères linguistiques et géographiques, aux pratiques plus marginales offertes par la microédition et les *zines*, ainsi qu'à la matérialité des publications. Il a le mérite de permettre une première cartographie d'un monde atlantique qui s'est aussi construit à travers l'imprimé. Car, de même qu'on a pu parler d'une « civilisation journal », ce dernier ayant contribué à façonner, à modeler et à instituer des valeurs et pratiques nouvelles, il ne faut pas hésiter à parler d'une « civilisation du magazine » qui a également joué un rôle déterminant dans le façonnement des mœurs et des tendances culturelles, artistiques, sociales, politiques et scientifiques au xx^e siècle.

NOTES

1. Voir le panorama historique qu'a brossé Gilles Feyel dans « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. 19, n° 105, 2001, p. 19-51. On cite comme exemples de publications pionnières : *Erbauliche monaths-unterredungen* (Allemagne, 1663), *Journal des scavans* (France, 1665), *The English Ladies Mercury* (Angleterre, 1693), ou *Gentleman's Magazine* (Angleterre, 1731).
2. Walter Benjamin, « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », *Œuvres*, t. 3, Paris, Gallimard, coll. « Folio essais », 2000 [1935], p. 67-113.
3. On peut évoquer une situation similaire au Québec pour les décennies 1950 et 1960.
4. Jean-Pierre Bacot, « La presse illustrée. 1. Panorama de la presse illustrée du xix^e siècle », dans Dominique Kalifa, Philippe Régner, Marie-Ève Thériault et Alain Vaillant (dir.), *La civilisation du journal, Histoire culturelle et littéraire de la presse française au xix^e siècle*, Paris, Nouveau monde, 2011, p. 451.
5. Fred K. Paine et Nancy E. Paine, *Magazines: A Bibliography for Their Analysis*, Metuchen, Scarecrow Press, 1987, p. 15; Marcia R. Prior-Miller, « Magazine Typology: Using Operational Classification Theory », dans David Abrahamson et al. (dir.), *The Routledge Handbook of Magazine Research*, New York, Routledge, 2015, p. 42-70.
6. Pareil postulat guide l'introduction et les chapitres d'un récent ouvrage collectif sur les revues québécoises : Élyse Guay et Rachel Nadon (dir.), *Relire les revues québécoises. Histoire, formes et pratiques (xx^e-xxi^e siècle)*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, coll. « Nouvelles études québécoises », 2021.
7. Jean-Marie Charon ([1999] 2008), *La presse magazine*, Paris, La Découverte, 2008 [1999].
8. Claire Blandin (dir.), *Manuel d'analyse de la presse magazine*, Paris, Armand Colin, 2018, p. 57.
9. David Abrahamson, « Magazine Exceptionalism: The Concept, the Criteria, the Challenge », *Journalism Studies*, vol. 8, n° 4, 2007, p. 666-670.
10. C'est ce qu'avance Gilles Feyel dans « Naissance, constitution progressive et épanouissement [...] », art. cit., p. 47.
11. Adrien Rannaud, *La révolution du magazine au Québec. Poétique historique de La Revue moderne, 1919-1960*, Montréal, Nota Bene, 2021, p. 101-161.
12. Tim Holmes et Liz Nice, *Magazine Journalism*, Los Angeles, Sage, 2011.
13. Megan Le Masurier, « What is a Magazine? », *TEXT*, vol. 25, 2014, p. 1-16.
14. Nous pensons ici aux grands chantiers interdisciplinaires et interuniversitaires menés par les équipes *Médias 19* (dir. Marie-Ève Thériault et Guillaume Pinson), *Numapresse* (dir. Marie-Ève Thériault), *Penser l'histoire de la vie culturelle au Québec* (dir. Micheline Cambron), et l'équipe internationale réunie autour de l'étude de la presse francophone durant l'entre-deux-guerres (dir. Micheline Cambron). Voir les ressources suivantes pour plus d'informations : Dominique Kalifa et al. (dir.), *La civilisation du journal*, op. cit.; Paul Aron, Micheline Cambron, Gianni Haver, Marie-Ève Thériault et François Vallotton (dir.), dossier « 1936 : les Jeux Olympiques dans la presse internationale. Presse, mondialisation et imaginaires médiatiques », *Belphégor*, vol. 15, n° 1, 2017. En ligne, consulté le 29 juin 2021, URL : <https://journals.openedition.org/belphegor/819>.
15. Claire Blandin (dir.), *Manuel d'analyse de la presse magazine*, op. cit., p. 89 (souligné dans le texte).
16. Sur le sujet, voir Marie-Ève Thériault et Alain Vaillant (dir.), *Presse, nations et mondialisation au xix^e siècle*, Paris, Nouveau monde, 2011.
17. Denis Saint-Jacques et Marie-Josée des Rivières (dir.), *Les médias parlent et chantent. Chroniques de la vie culturelle à Montréal durant la crise et la guerre*, Montréal, Nota Bene, 2018.

18. On rappellera au passage la peur de l'américanisation de la presse qui parcourt la première moitié du xx^e siècle, et qui donne lieu à différents temps forts dans l'économie discursive des journaux et revues. Voir par exemple Christian Delporte, « L'américanisation de la presse ? Éclairage sur un débat français et européen (1880-1930) », dans Jean-Yves Mollier, Jean-François Sirinelli et François Vallotton (dir.), *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques, 1860-1940*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Le nœud gordien », 2006, p. 209-222.
19. Guillaume Pinson, *La culture médiatique francophone en Europe et en Amérique du Nord. De 1760 à la Seconde Guerre mondiale*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Cultures québécoises », 2016.
20. Voir Matthieu Letourneau, *Fictions à la chaîne*, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 2017.
21. Nous reprenons ici les observations faites dans l'introduction d'un précédent numéro de *Belphégor* : Anne Besson, Anne-Isabelle François, Sarah Lécossais, Matthieu Letourneau et Anne-Gaëlle Weber, « Mutations des légitimités dans les productions culturelles contemporaines. Introduction », *Belphégor*, n° 17, 2019. En ligne, consulté le 29 juin 2021, URL : <https://journals.openedition.org/belphegor/1923>.
22. Voir surtout Faye Hammill et Michelle Smith, *Magazines, Travel and Middlebrow Culture. Canadian Periodicals in English and French, 1925-1960*, Edmonton, University of Alberta Press, 2015.
23. Sur le *middlebrow*, voir Diana Holmes et Matthieu Letourneau (dir.), dossier « Middlebrow », *Belphégor*, vol. 15, n° 2, 2017. En ligne, consulté le 29 juin 2021, URL : <https://journals.openedition.org/belphegor/921>.
24. Edgar Morin, « L'industrie culturelle », *Communications*, n° 1, 1961, p. 38-59.
25. Marie-José des Rivières et Denis Saint-Jacques, « État présent des recherches sur l'histoire du magazine au Québec », *Médias 19*, 2013. En ligne, consulté le 29 juin 2021, URL : <http://www.medias19.org/index.php?id=15551>.
26. Voir entre autres David Abrahamson (dir.), *The American Magazine: Research Perspectives and Prospects*, Ames, Iowa State University Press, 1995.
27. Carolyn Kitch, « Theory and Methods of Analysis: Models for Understanding Magazines », dans David Abrahamson et al. (dir.), *The Routledge Handbook of Magazine Research*, New York, Routledge, 2015, p. 9-21.
28. Cynthia Lee Patterson, « Magazines as historical study subjects: reflecting the sociocultural reality », dans David Abrahamson et al. (dir.), *The Routledge Handbook of Magazine Research*, New York, Routledge, 2015, p. 65-85.
29. Claire Blandin (dir.), *Manuel d'analyse de la presse magazine*, op. cit., p. 89.