Belphegor

Littérature populaire et culture médiatique

19-2 | 2021

La civilisation du magazine

Présence (anti)américaine, nationalisme et culture moyenne dans les magazines de l'entre-deux-guerres au Québec

Adrien Rannaud

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/belphegor/4207>

DOI : 10.4000/belphegor.4207

ISSN : 1499-7185

Éditeur

LPCM

Référence électronique

Adrien Rannaud, « Présence (anti)américaine, nationalisme et culture moyenne dans les magazines de l'entre-deux-guerres au Québec », *Belphegor* [En ligne], 19-2 | 2021, mis en ligne le 05 janvier 2022, consulté le 20 septembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/4207> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.4207>

Ce document a été généré automatiquement le 20 septembre 2022.

Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

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

Présence (anti)américaine, nationalisme et culture moyenne dans les magazines de l'entre-deux- guerres au Québec

Adrien Rannaud

- ¹ Le développement et l'accroissement des magazines constituent une des trames majeures de l'histoire des médias en Amérique du Nord durant la première moitié du ^{xx}e siècle¹. Le cas du Québec francophone ne déroge pas à un tel phénomène, particulièrement au sortir des années 1910, alors que le marché des périodiques canadiens-français de l'après-guerre se réorganise auprès d'un public élargi, soucieux de s'instruire et de se divertir dans le même temps². La création de nouveaux titres, ainsi que l'augmentation lente, mais progressive, des tirages dans les années 1920 et 1930 traduisent cet intérêt croissant pour le magazine, objet médiatique dans lequel cohabitent fictions sentimentales, publicités de tout acabit, conseils pratiques à l'attention d'un lectorat majoritairement féminin et articles de vulgarisation scientifique. L'avènement de ces revues culturelles d'un nouveau genre ne s'effectue toutefois pas sans peine ni résistance. Comme l'ont montré Denis Saint-Jacques et Marie-José des Rivières³ à partir de l'enquête « Notre américanisation » conduite par le père Marcolin-Antonio Lamarche pour le compte de la *Revue dominicaine* en 1935 et 1936⁴, les magazines – tant importés que conçus au Québec – forment pour une partie du discours public un avatar de la culture vulgaire, immorale et dangereuse en provenance des États-Unis. Les initiatives canadiennes-françaises ne manquent pas, soucieuses qu'elles sont de fournir au lectorat local des périodiques plus adaptés à ses valeurs et à sa réalité. Pourtant, l'on se fait sévère à leur propos. Ainsi, l'écrivain et homme politique Jean Bruchési n'y va pas de main morte lorsqu'il déclare que « les plus répandus de nos magazines ne résistent pas à la tentation d'imiter les plus mauvaises, les plus insipides publications américaines. Nous ne possédons aucun grand magazine canadien-français dont le fond et la tenue reflètent véritablement un esprit français. En existe-t-il un seul dont on puisse dire qu'il est indispensable ? Hausser le niveau

intellectuel, élever le degré de culture de la masse de nos compatriotes ? Il n'y faut pas songer »⁵. Cette crainte de l'américanisation de la société, alimentée par les mesures protectionnistes du gouvernement fédéral visant à taxer l'importation des périodiques américains qui dominent le marché canadien⁶, n'est pas dénuée d'une certaine contradiction, particulièrement en regard des magazines canadiens-français eux-mêmes et des pratiques qu'ils observent. En effet, le jugement sans appel de Jean Bruchési ne doit en rien faire oublier son propre bilan. Pendant cinq ans (1930-1935), celui-ci fut aussi rédacteur en chef de *La Revue moderne*, un des titres majeurs de l'entre-deux-guerres. Or, durant son mandat, ce champion du nationalisme canadien-français ne s'opposa nullement à la publication d'une centaine d'articles originellement publiés dans *The Delineator*, traduits en français, et qui relayaient à souhait les nouvelles tendances new-yorkaises en matière de mode, d'ameublement et de cuisine, ou les conseils de beauté de la chroniqueuse américaine Celia Caroline Cole (pseudonyme de Maude Sperry Turner).

- 2 Cette antinomie est loin d'être unique dans l'histoire des médias au Québec. Au contraire, le succès de ce type de presse en aire francophone nord-américaine, à l'instar de celui de la radio ou du cinéma, deux médias eux aussi empêtrés dans les « souples tentacules » de « l'américanisme »⁷, repose *a priori* sur un enchaînement d'équivocités et de paradoxes typiques des années 1920 et 1930⁸, et dont on peut postuler qu'ils ont formé la clé de la réussite des magazines. Au sujet hautement inflammable d'une influence américaine sur la littérature, la culture et les médias canadiens-français s'ajoute celui, tout aussi paradoxal au niveau des stratégies économiques et culturelles qu'il convoque, de la moyennisation des pratiques et des discours dans l'espace social ; soit, l'émergence d'un champ moyen entre la sphère légitime et la sphère populaire. Dans une étude, François Ricard disait de *La Revue moderne* qu'on y trouvait curieusement « deux revues en une », soit un « magazine féminin » et une « revue littéraire »⁹. Derrière cette compartimentation en termes de genres sexuels (féminin/masculin) et de formes médiatiques (magazine/revue), Ricard émettait l'hypothèse d'un double jeu de la revue sur les terrains du savant et du populaire, ces derniers étant calqués sur la prégnance de modèles médiatico-culturels américain (le magazine, populaire, sinon vulgaire) et français (la revue, légitime). Plus récemment, Faye Hammill et Michelle Smith ont livré une étude exemplaire donnant à mieux comprendre le positionnement *middlebrow* de six magazines canadiens (dont deux francophones), situés au carrefour d'un imaginaire de la distinction à la française, et d'une tentative de s'ancrer dans le territoire américain par le biais de la consommation et des voyages¹⁰.
- 3 Adopter une formule en provenance des voisins du Sud, mais refuser d'être associé à la vague d'américanisation tant décriée par les élites intellectuelles ; se présenter comme un périodique populaire, adressé à tous et toutes, mais modéliser un rapport alternatif à la sophistication dans le cadre d'une revue élégante au prix élevé – comparativement à la presse jaune : au-delà du constat de paradoxe, ces observations tracent la possibilité d'une ligne médiane, d'un consensus (et non d'un clivage¹¹) poursuivi par les entreprises de presse, et dont on peut prendre la mesure, d'une part, dans l'*ethos* que se forment les magazines¹² et, d'autre part, dans la réalité effective des pages des périodiques. C'est sur la base de ces deux tangentes que sont l'*ethos* du magazine et son organisation discursive, et des écarts existant entre ce que les publications prétendent faire et ce qu'elles soumettent à leur public, que je souhaite interroger le lien existant

entre l'ambivalence américaine des magazines, pour la nommer ainsi, et la moyennisation de l'espace culturel et médiatique au Québec. En quoi l'hégémonie américaine constitue-t-elle autant un repoussoir qu'un horizon culturel pour les périodiques mensuels canadiens-français ? Comment cette tension est-elle corrélée à l'émergence d'une *middlebrow culture* et à la redéfinition du discours nationaliste au Québec¹³ ? Selon quelles stratégies ?

- 4 Pour les fins de la démonstration, j'opterai pour une analyse comparative de deux magazines en circulation au tournant des années 1930, soit *La Revue moderne* (1919-1960) et *Mon Magazine* (1926-1932). Ces deux titres, malgré (ou plutôt, en raison de) leur évidente concurrence, partagent un certain nombre de points communs qui obligent qu'on les considère côte-à-côte : leur équipe de direction est principalement composée d'hommes et de femmes de lettres, ce qui met en évidence les rapports étroits qu'entretiennent les champs médiatique et littéraire à l'époque ; leur mandat et leurs objectifs sont équivalents, ce qui occasionne un certain nombre de similitudes sur le plan de l'organisation du discours et de la production du support médiatique. Évoquons en outre la circulation, au sein des deux rédactions, de mêmes signatures (par exemple : Robert Choquette, Louise-Georgette Gilbert, Emmanuel Desrosiers et Albert Pelletier) qui tendent à rapprocher plus qu'à éloigner ces deux titres. On prendra soin de rappeler dans un premier temps l'histoire et le contexte de publication de ces deux périodiques, en reconstituant de façon globale le champ de l'imprimé magazine dans les années 1920 et 1930 au Québec. Par la suite, je m'intéresserai à la rhétorique antiaméricaine développée par le discours éditorial dans *La Revue moderne* et *Mon Magazine*, rhétorique que je chercherai à lier, *in fine*, à l'émergence des pratiques culturelles moyennes et à leur médiatisation dans le cadre des magazines.

Bref panorama de la presse magazine dans le Québec des années 1920 et 1930

- 5 On trouvera, dans le sixième tome de la série scientifique *La vie littéraire au Québec*, une synthèse de l'état du magazine en territoire canadien-français durant les années 1920 et le début des années 1930¹⁴. Les lignes qui suivent ont pour but de compléter cette synthèse en regard des rapports qui se nouent et se dénouent entre magazines, nationalisme et discours sur l'américanisation.
- 6 Le champ des magazines canadiens-français est dès les années 1910 couvert par une entreprise médiatique d'importance, la maison montréalaise Poirier, Bessette et Cie (du nom des propriétaires Ferdinand Poirier et Joseph Bessette), qui détient depuis le tournant du xx^e siècles deux titres majeurs : *Le Samedi*, hebdomadaire fondé en 1889, et *La Revue populaire*, mensuel qui paraît dès 1907. Si la périodicité, le volume (*La Revue populaire* est bien plus garnie en termes de pages, sans que cela ne se répercute nécessairement sur le plan d'une augmentation des rubriques) et le prix unitaire (*Le Samedi* est vendu 10 cents, soit 5 cents de moins que *La Revue populaire*) diffèrent, le contenu, lui, reste semblable, voire identique lorsque l'un reproduit une chronique ou un roman préalablement paru dans l'autre. Selon Elzéar Lavoie, ces deux périodiques « empiè[t] sur le terrain des journaux »¹⁵ en accaparant une part du temps libre des cols blancs montréalais. Ils rappellent les magazines américains par leurs couvertures colorées et leur format, de même que par le contenu illustré, divertissant et encyclopédique constitué de romans-feuilletons d'importation française, de conseils de

savoir-vivre et d'informations scientifiques vulgarisées qu'ils soumettent à la famille, et surtout aux femmes, consommatrices visées, en outre, par les réclames qui parsèment le magazine. Au *Samedi* et à *La Revue populaire* s'ajoute, en 1920, *Le Panorama*. Il s'agit d'un mensuel qui suit la tendance des *fans magazines* américains en publicisant les nouvelles et potins directement adressés par les studios de production cinématographique¹⁶. Si ce dernier titre périclité au bout de deux ans d'existence, il est rapidement prolongé par *Le Film* (dès 1924), plus proche de la presse jaune que des magazines culturels sur papier glacé, et dans lequel Poirier, Bessette et Cie réinvestissent la recette gagnante de *La Revue populaire* et du *Samedi* (roman d'amour, rubriques de savoir-vivre au féminin, publicité abondante), tout en renforçant la couverture médiatique de Hollywood, nouveau méridien de la culture de masse occidentale, et des productions cinématographiques françaises. Les années 1930 voient ainsi se multiplier des articles, souvent repris d'un magazine à l'autre au sein de l'entreprise, sur les vedettariats hollywoodien et parisien, par l'entremise de journalistes pionnières en la matière au Québec comme Louise-Georgette Gilbert-Sauvage (précédemment passée par *La Revue moderne*) et Juliette Cabana.

- 7 Grande concurrente de la maison Poirier, Bessette et Cie, et notamment de *La Revue populaire* dont elle se distingue par son titre, *La Revue moderne*, fondée en 1919 par la femme de lettres Madeleine (pseudonyme d'Anne-Marie Gleason), teste plusieurs formules afin de se distinguer de la presse mensuelle locale et de rassembler un lectorat élargi. Pensée comme un lieu médiatique du rassemblement et de la réflexion sur la littérature, la politique et les arts au Québec, la nouvelle venue dans le champ des magazines cherche dès le départ à trouver sa place entre les revues littéraires et intellectuelles du circuit restreint, les titres plus marqués idéologiquement (comme *L'Action française*, une revue intellectuelle catholique de droite) et les productions de l'écurie Poirier, Bessette et Cie inspirées des modèles américains du genre. Hormis une courte parenthèse à la fin des années 1920, lors du passage à la direction du poète Robert Choquette qui tente de faire du périodique « une vraie revue, où ne figureraient que des artistes de premier ordre, des écrivains, des poètes de première qualité ; une revue qui serait pour les étrangers une révélation, un guide, et pour nous un réconfort et une consolation »¹⁷, *La Revue moderne* suit toutefois la voie du magazine de type féminin tout au long de l'entre-deux-guerres. On peut en prendre la mesure dans la diminution progressive des sections dites « générales » (politique, critique littéraire), et dans l'augmentation conséquente des rubriques consacrées au foyer et aux champs d'activités dits « féminins ». Évoquée précédemment, l'action de Jean Bruchési, à la tête du périodique entre 1930 et 1935, n'entrave pas les dynamiques de « modélisation »¹⁸ à l'œuvre dans *La Revue moderne*, qui subit comme tout autre magazine le phénomène de standardisation de la presse mensuelle occidentale durant les années 1920 et 1930. Cette standardisation se poursuivra par-delà 1939 et ce, jusque dans les années 1960, date du rachat de *La Revue moderne* par une entreprise de communication torontoise et de sa transformation en une revue féminine qui existe toujours, *Châtelaine*.
- 8 Autour du *Samedi*, de *La Revue populaire* et de *La Revue moderne* qui dominent le marché gravitent d'autres titres qui, parfois de façon très brève, marquent la popularité grandissante des magazines en territoire canadien-français. C'est particulièrement le cas dans les années 1920, alors que le contexte économique favorise de telles entreprises, même sur le court terme. Le krach boursier de 1929 aura en effet raison de plusieurs de ces titres, tout comme il freinera momentanément les initiatives journalistiques de ce type, avant que le vent ne souffle de nouveau dans les voiles du

magazine dans la seconde moitié des années 1930. On peut ici mentionner les brèves, mais remarquables *Revue de Manon* (1925-1926) et *Revue du foyer* (1929-1931), toutes deux fondées par Emma Gendron, journaliste auparavant associée à *La Revue populaire* et au *Samedi*. Comme le rappelle l'équipe de *La vie littéraire au Québec*, « [c]'est [...] la place accordée au cinéma qui distingue avant tout les périodiques de Gendron. Le cinéma américain et ses vedettes y sont des objets d'attention constante (photographies, biographies, etc.) »¹⁹. Bien moins versées dans le cinéma que dans la littérature canadienne-française, *La Canadienne* (1920-1924), et sa successeuse *Mon Magazine* (1926-1932) cherchent à se positionner comme les concurrentes directes de *La Revue moderne*, particulièrement en recrutant parmi les hommes et femmes de lettres afin d'asseoir leur légitimité dans la sphère culturelle. Ces deux magazines sont issus de la même équipe éditoriale, comme l'indique l'éditorial inaugural publiée originellement dans *La Canadienne* et repris dans le premier numéro de *Mon Magazine*. Y officie Gaëtane de Montreuil (pseudonyme de Georgina Bélanger), autre pionnière des lettres féminines canadiennes-françaises du tournant du XX^e siècle, et qui parvient à attirer dans l'équipe de rédaction une arrière-garde quelque peu conservatrice. Prédominant, à l'image de *La Revue moderne* mais aussi d'autres périodiques canadiens anglophones, des articles dédiés au voyage et au tourisme. Dans *Mon Magazine*, les promotions du Canadien Pacifique et de la Société du Chemin de fer national du Canada vendent l'image d'un Canada pittoresque, caractérisé par les grands espaces et les sites luxueux de villégiature. En matière de littérature, outre les romans sentimentaux de Berthe Bernage et autres noms français du même type, on retrouve une section consacrée à la poésie et dont le titre, « La page du poète », rappelle la rubrique « Le jardin du poète » mise en place à la fin des années 1920 dans *La Revue moderne*. La production locale y est abondante, à l'instar de la publication récurrente de nouvelles et contes dans lesquels excelle le même Robert Choquette d'avant son mandat de rédacteur de *La Revue moderne*. On le voit, les liens entre *Mon Magazine* et sa rivale sont nombreux, et dénotent la vogue d'une formule populaire, tournée plus volontairement vers les classes moyennes aisées et les réseaux de production littéraire dite « restreinte » que ne le sont, par exemple, *La Revue populaire* et *Le Samedi*.

- 9 Rappelé à grands traits, ce contexte général mérite d'être complété en regard de la montée de ce qu'on pourrait nommer les « magazines ruraux ». Cherchant à offrir une alternative aux périodiques précédemment mentionnés qui étaient davantage ouverts sur une urbanité montréalaise synonyme de modernité et d'américanisation, des titres comme le *Bulletin des agriculteurs* (publié dès 1916, il adopte la formule des magazines à grand tirage au milieu des années 1930) et *Paysana* (1938-1949) s'approprient les formes et la grammaire du magazine pour porter les valeurs et les images du monde rural à travers les espaces de fiction, d'information et de consommation. Liés aux organisations et aux réseaux agricoles, ces titres puisent au sein du même personnel littéraire que leurs rivaux : entre autres, les écrivaines Jean Després (pseudonyme de Laurette Larocque-Auger) et Gabrielle Roy publient des nouvelles et articles pour *La Revue moderne* et le *Bulletin des agriculteurs* au tournant des années 1940²⁰, signe évident d'une circulation à toute vitesse des signatures au sein du champ de l'imprimé mensuel, mais aussi d'une prédominance du magazine comme outil d'acquisition d'une visibilité et d'une certaine légitimité dans le monde littéraire.
- 10 On l'aura compris, les soupçons d'américanisation ne diminuent en rien la popularité montante du magazine dans l'espace culturel canadien-français. Et si des titres aux apparences conservatrices comme le *Bulletin* ou *Paysana* font leur entrée ou se

renouvellent de façon marquée au tournant des années 1940, cela est notamment dû à l'influence de leurs aînées et à l'équilibre précaire qu'elles auront trouvé entre la peur de l'américanisation et la nécessité de participer activement à une massification des pratiques culturelles afin de faire du magazine canadien-français un média digne d'être produit – et donc, digne d'être lu.

Portrait du magazine en lutte contre l'envahisseur américain : variations (répétitives) sur un même thème

- 11 La rhétorique antiaméricaine mise de l'avant par les équipes de rédaction de *La Revue moderne* et *Mon Magazine* distingue ces deux publications²¹ du reste du lot, surtout dans l'éditorial (parfois intitulé le « premier-Montréal » en guise de clin d'œil au « premier-Paris » typique de la presse française) au sein duquel chaque directeur ou directrice prône une mise en garde constante contre les influences étrangères, ainsi qu'une attention particulière à l'idéal de la nation – concept réinvesti par les journaux et publicistes, tant dans la province que dans le reste du Canada au lendemain de la Première Guerre mondiale. Les éditoriaux inauguraux trahissent ce balancement discursif. La chose va de soi sur le plan médiatique et commercial : il s'agit, pour les nouvelles revues, de dire *ce qu'elles ne seront pas* (voire, ce à quoi elles s'opposent), et *ce qu'elles représenteront* pour le plus grand nombre de lecteurs et de lectrices. Le double angle de l'antiaméricanisme et du national est en ce sens une stratégie opportune pour tout périodique faisant son arrivée sur le marché de l'imprimé de presse dans l'entre-deux-guerres. Le premier éditorial de *Mon Magazine*, intitulé « Ce que nous sommes » et grandement inspiré par celui qu'arborait feu *La Canadienne*, pointe ainsi du doigt les « publications tapageuses, souvent étrangères, qui se chargent avant tout de servir des intérêts, quand ce n'est pas de faire durer des divisions »²², tout en rappelant la nécessité de la « bonne entente » canadienne. L'équipe de rédaction réactive les mêmes *topoi* que ceux privilégiés par Madeleine dans son éditorial « S'unir pour grandir » paru en novembre 1919 dans *La Revue moderne* : le magazine se présente comme un objet de l'union, celle des deux peuples (canadien-français et canadien-anglais), mais aussi celle des différentes sensibilités et opinions politiques. Diamétralement opposée aux « magazines extravagants qui enseignent le mauvais goût, et déforment trop souvent la mentalité de nos femmes et de nos jeunes filles », *La Revue moderne* telle que pensée par sa fondatrice poursuit le but d'aplanir les différences nationales, sociales et culturelles « afin de donner à la patrie canadienne la pleine mesure de nos énergies et de nos vaillances »²³.
- 12 Pareil filon sera exploité par les directions successives des deux magazines à des fins promotionnelles et idéologiques. L'éditorial, dans lequel le directeur ou la directrice²⁴ « pren[d] clairement mais sobrement position, au nom de son journal, sur une question controversée »²⁵, cherche à traduire l'engagement du magazine sur la place publique, et ce, malgré une périodicité qui conditionne un autre rapport au temps médiatique de l'actualité et, de façon liée, du politique. Il s'agit en vérité d'une des rares rubriques qui sera investie afin d'évoquer l'actualité sur un terrain plus polémique ; ce que les deux revues font, en axant leur discours sur la fonction même du magazine en territoire nord-américain ainsi que sur les rapports entre américanisation et identité nationale. Sur ce sujet, *Mon Magazine*, premier périodique à arborer un tel titre au Québec – ce qui participe à la normalisation du mot « magazine » en aire francophone – recycle au sens

propre du terme un discours antiaméricain. En septembre 1927, tandis que le gouvernement fédéral rechigne à taxer davantage les publications en provenance des États-Unis, le « premier-Montréal » déplore la situation suivante :

Nous sommes envahis par les magazines américains qui continuent à entrer dans notre pays à pleins sacs de malle. Et c'est autant de perdu pour nos écrivains, nos éditeurs, nos marchands de papier, nos imprimeurs et le ministère des Postes. Pourquoi tolère-t-on un tel état de choses ? Si encore la lecture de ces magazines offrait un aliment intellectuel et moral à nos populations ? Mais on sait quel est le menu de la plupart de ces publications qui, à peu d'exception près, sont des ramassis d'histoires grivoises et saugrenues, et dont le caractère souvent licencieux est une constante menace pour nos populations²⁶.

- 13 S'ensuit une citation non datée, extraite du quotidien *Le Devoir*, d'un chroniqueur invitant le ministre des Douanes à Ottawa à réagir face à la menace²⁷. Et la rédaction de conclure ainsi : « Nous enregistrons ces protestations à titre documentaire, pour compléter le dossier que nous avons déjà établi dans notre revue, sur cette question »²⁸. Le « dossier » en question désigne des éditoriaux rédigés précédemment, et qui réaffirment à l'aide d'un même discours guerrier la nécessité d'un périodique local et de bonne tenue afin de combattre l'influence des magazines américains (voir les numéros de mars et décembre 1926, janvier et septembre 1927, avril 1928). En juin 1929, rebelote : le « premier-Montréal » intitulé « L'invasion de l'imprimé américain » se déchaîne sur « l'insalubrité de cette pâture »²⁹ que sont les magazines produits aux États-Unis. Dès lors, le « premier-Montréal » de mai 1928 ne fait que rejouer un même thème et une même rhétorique, selon un processus d'accumulation itérative des discours typique de la presse magazine. En l'occurrence, la rédaction de *Mon Magazine* se prête allègrement à la redite : ainsi la citation du *Devoir* avait-elle déjà été publiée à l'identique dans le texte « De chez nous » en septembre 1927.

- 14 Afin de contrer les mauvaises influences étrangères, les périodiques tiennent régulièrement un discours programmatique qui, à l'instar des éditoriaux inauguraux, répètent l'engagement singulier du magazine et sa fonction dans l'espace social. Une telle rhétorique vient accentuer l'effet d'exceptionnalité de la revue, la seule, au dire de ses directeurs, à s'imposer face aux publications américaines et à défendre les intérêts de la nation. *Mon Magazine* et *La Revue moderne* s'autoproclament tous les deux, dans les années 1920, œuvres d'utilité nationale, exacerbant ainsi les effets de concurrence entre les magazines. En mars 1926, quelques semaines après son lancement, *Mon Magazine* évoque le succès de sa réception et la hausse de la demande chez les lecteurs et lectrices, tout en réactualisant son *motto* : « *Mon Magazine* est une revue canadienne de la famille et du foyer. Nous voulons qu'elle soit la meilleure, même publiée en français. L'on admettra que jusqu'ici nous y avons passablement réussi »³⁰. Méfiante face à la nouvelle revue, Madeleine consacre son « premier-Montréal » du même mois à une attaque en règle de *Mon Magazine* et de la revue précédente, *La Canadienne* :

Nous ne voulons pas qu'elle [la race] nous confonde jamais avec des œuvres sans pensée, sans idéal, et sans sentiment, qui traversent à un certain moment l'atmosphère journalistique pour s'éteindre quelque temps après, mais non sans avoir accompli une action néfaste. Nous nous rappelons nos débuts, nos jolis débuts accueillis avec une telle chaleur ! Et voilà qu'à nos côtés surgissait une publication à grand format, illustrée splendidement, alimentée de traduction de nouvelles, conseils, recettes à source américaine. Certains clichés étaient même désignés en langue anglaise tant on avait peu souci du lecteur canadien que l'on tentait d'amorcer³¹.

- 15 Dans la bataille que semblent se livrer les deux magazines, le soupçon d'américanisation constitue un argument susceptible de porter atteinte à la crédibilité de la revue rivale. Un soupçon dont on peut vérifier l'ampleur dans l'espace public lorsque, en juin 1928, *Mon Magazine* orchestre un concours dans ses pages afin d'inviter les lecteurs et lectrices à changer le nom de la revue qui, dans sa forme actuelle, évoquerait l'horizon culturel anglo-saxon : « son appellation, explique-t-on sur la page du sommaire, jette de la confusion dans les esprits, surtout chez nos clients annonceurs anglais »³². Là encore, le spectre de l'Amérique immorale guette, ce à quoi la rédaction répond qu'elle cherche le nom « le plus joli, le plus expressif, le plus *ad rem*, celui qui rendra le mieux l'idée d'un véritable magazine canadien-français, organe du foyer domestique, essentiellement dévoué à donner à nos lettres l'essor que nous désirons pour elles et à fournir, aux milliers de foyers canadiens-français du Canada et des États-Unis une lecture saine, attrayante et éducative. » Rien ne ressort toutefois du concours, et *Mon Magazine* poursuivra sa mission sous le même titre, tout en perpétuant une même rhétorique de combat et d'exemplarité de son propos en territoire canadien-français.
- 16 Avec les années 1930 et les conséquences du krach boursier, le rapport à l'antiaméricanisme évolue pour les deux revues. Alors que *Mon Magazine*, certainement accablé par les difficultés financières dès 1930³³, ne fait paraître aucun éditorial sur la question, *La Revue moderne* nouvellement reprise par Jean Bruchési se pose comme un moteur du fait français en Amérique du Nord. Un nouveau thème fait avec le directeur son apparition de façon plus marquée : celui de la survivance canadienne-française, sujet fort prisé depuis le XIX^e siècle et qui, durant la crise économique et spirituelle que vit le Québec des années 1930, retrouve une certaine prédominance dans l'espace public. Bruchési craint comme Madeleine avant lui la déferlante de publications « insipides que nos voisins déversent chez nous – ce qui est, à n'en pas douter, un mal »³⁴. La crainte de l'américanisation est toutefois plus présente chez le nouveau directeur de *La Revue moderne* que chez sa fondatrice. Pour Bruchési, ardent disciple de Lionel Groulx (un des chefs de file du nationalisme des années 1930 au Québec), il y a péril en la demeure, ce qui motive la publication d'éditoriaux aux allures de programme politique dans les premières années de son mandat : « Survivance et politique » (août 1930), « Pour assurer la survivance » (décembre 1930), « À propos de la langue française » (mai 1931), « Défendons notre langue » (novembre 1931). En avril 1933, le rédacteur apporte son secours à la campagne de francisation de l'Association catholique de la jeunesse canadienne-française (ACJC) et offre une vitrine aux Jeunes-Canada, regroupement évoluant dans les eaux du renouveau nationaliste. Le mois suivant, il dresse un portrait alarmiste de la « défrancisation » :

Mais voilà que nous nous apercevons tout à coup que cette langue [française], objet de notre sollicitude sur la place publique, nous la parlons mal, que cette province de Québec, berceau de notre peuple, la « douce province », est en train de perdre rapidement ses caractéristiques de pays français, que cette ville de Montréal, la deuxième ville française du monde, a un visage anglais. Nous voyons les magazines étrangers supplanter les revues locales. Pour attirer les touristes anglophones, nous avons baptisé nos hôtelleries de noms baroques et laissé s'élever le long de nos routes ces horribles panneaux-réclames qui défigurent nos plus pittoresques paysages. Nous avons cru que, pour réussir en affaires, il fallait donner la préséance à la langue anglaise, dissimuler nos maisons de commerce et nos établissements industriels sous une défroque anglaise. Et, pendant ce temps-là, avec une facilité étonnante, nous adoptions tout ce que nos voisins américains jugeaient bon pour

eux-mêmes, sans faire la distinction entre ce qui pouvait nous servir et ce qui était nuisible. Le cinéma – jusqu'à la récente apparition du film parlant français – et la radio ont complété cette œuvre de défrancisation³⁵.

- 17 Selon Bruchési, la campagne de francisation, qui va se prolonger jusqu'en 1935, nécessite un organe propice à l'éducation de toute la famille, respectant les valeurs et l'histoire d'une société distincte en Amérique du Nord. Pour lui, *La Revue moderne* doit remplir cette fonction ; ce que résume le président du conseil d'administration, Noël-E. Lanoix, dans un texte appuyant l'action de son rédacteur en chef : « Heureusement, la patrie n'est pas perdue. Et puisqu'on parle tant de refrancisation, nous inscrivons en tête de notre programme : "refrancisons les esprits et les cœurs en nous servant de la revue". Oui : la revue au service de cette belle et nécessaire action. *La Revue moderne*, instrument de refrancisation »³⁶. Un tel mot d'ordre propulse la campagne de souscription lancée dans ce même numéro de juillet 1933, et grâce à laquelle le magazine espère vendre des parts de l'entreprise de *La Revue moderne* aux lecteurs et lectrices. Là encore, la fin justifie les moyens. D'une part, l'équipe de rédaction reconnaît que la vente des actions au public, cette possibilité « d'associer nos lecteurs à nos succès », constitue une idée directement inspirée de ce que « font les grands éditeurs américains »³⁷. D'autre part, dans un encadré de la campagne de souscription intitulé « L'américanisme nous envahit-il ? », on peut lire :

D'après des chiffres officiels récemment publiés, il se vend, dans la Province de Québec, une moyenne de 200 000 numéros par mois des dix-neuf principales revues américaines – soit LE TRIPLE de la circulation totale des revues françaises publiées « chez nous ».

La campagne de « refrancisation » arrive donc à temps pour guérir les nôtres de leur américanité. Il importe donc que nous fassions de *La Revue moderne* un magazine encore mieux rédigé, mieux illustré, mieux présenté que par le passé, pour que nos gens ne soient pas dénationalisés par les publications de la république voisine³⁸.

Nationalisme et culture moyenne : autour de deux initiatives

- 18 Selon Christian Delporte, « [...] la querelle sur l'américanisation de la presse a une apparence : le respect du public qu'on abrutirait avec un flot de nouvelles sans importance ; elle a une réalité : le positionnement ou le repositionnement du médiateur dans le circuit de l'information, et la remise en cause de sa condition sociale »³⁹. Dans cette perspective, la « querelle sur l'américanisation de la presse » est aussi conditionnelle à l'intégration réelle de stratégies éditoriales directement en provenance des États-Unis, comme le reconnaissent volontiers les équipes de direction des magazines. En ce sens, elle est liée à une internationalisation des pratiques médiatiques qui favorise la naissance d'une « culture commune », pour le dire avec Denis Saint-Jacques et Marie-José des Rivières⁴⁰. Cette culture commune, qui évoque implicitement les mêmes aspects de la culture de masse naguère décrite par Edgar Morin dans *L'esprit du temps*⁴¹, s'apparente à peu de choses près à la *middlebrow culture* : d'une part, sur le plan de son accessibilité élargie ; d'autre part, sur le plan de la légitimité qu'elle reconfigure entre les pôles restreint et populaire. Qui plus est, ainsi que l'affirment Faye Hammill et Michelle Smith, la culture moyenne, celle du moins qui se met en place dans la première moitié du xx^e siècle dans les revues et journaux québécois, serait foncièrement tournée vers l'axiome national⁴². J'évoquerai ici deux

initiatives de *La Revue moderne* et de *Mon Magazine* qui témoignent à l'oblique de ces branchements entre internationalisation et « américanisation » de la presse, nationalisme canadien-français, et développement de la culture moyenne au Québec.

Des textes « d'inspiration purement canadienne » : le concours des collèges de *Mon Magazine* (1930-1932)

- 19 J'ai mentionné précédemment la tentative des deux périodiques de contribuer à l'essor de la littérature canadienne-française, tant dans la production littéraire à proprement parler que dans la mise en place d'un discours d'accompagnement (critiques, appels à la création nationale, etc.). Si on connaît bien le cas, magistral, de *La Revue moderne* à partir de 1939 et des nouvelles et récits brefs que la direction cherche à promouvoir à l'attention des « gens de goûts plus modestes, comme vous et nous, [et qui] ont bien le droit de lire des ouvrages qui les intéressent et leur font passer des heures agréables »⁴³, on oublie néanmoins l'action éphémère, mais significative, de *Mon Magazine* au sein de la vie littéraire. Au tournant des années 1930, par l'entremise de Gaétane de Montreuil et du directeur Édouard Fortin, le romancier et critique Jules-E. Larivière se joint à l'équipe de rédaction et signe notamment les critiques littéraires. Outre le scandale qu'il provoque en 1931 et 1932 autour des « Romans de la jeune génération » et dont on mesure maintenant l'ampleur dans le champ littéraire de l'époque⁴⁴, Larivière cherche à faire de *Mon Magazine* un porte-voix des nouvelles plumes littéraires, celles dont on ignore l'existence, dans une volonté d'encourager l'accès à l'écriture pour tous et toutes. Il institue à l'automne 1930 les « concours des collèges », concours d'écriture destinés aux élèves de collèges et de couvents. L'initiative de ces concours n'est pas nouvelle tant elle s'inscrit dans une large tradition visant à inciter la participation du lectorat dans la confection du journal, depuis les périodiques du XIX^e siècle jusqu'au cas des pages féminines des quotidiens montréalais du début du XX^e siècle. Au Québec, nombreux sont les titres hebdomadaires et mensuels à en faire de même, en se posant comme moteurs et révélateurs des talents de demain. Une formule aussi éprouvée n'en demeure pas moins importante, dans le cas de *Mon Magazine*, puisqu'elle cible un public particulier, la jeunesse des collèges, en usant d'une rhétorique nationaliste mettant l'accent sur la communauté canadienne-française (« nos écoles supérieures », « nos collèges classiques », « l'émulation entre nos diverses maisons d'éducation » et « notre jeunesse étudiante »). Larivière n'établit qu'une seule restriction au concours : le sujet du conte ou de la nouvelle devra être « d'inspiration purement canadienne », ce qui dit aisément le caractère patriotique du concours⁴⁵.
- 20 Le succès du « concours des collèges » est difficile à mesurer de façon effective, tant on ignore les tirages de *Mon Magazine* et les modalités de circulation du périodique au sein des institutions d'enseignement, alors entièrement sous le contrôle de l'Église catholique. Les informations disponibles sont celles que livre le magazine, lorsqu'il annonce que « dans la majorité des collèges et couvents, les journaux et revues n'ont pas le droit de cité et que la jeunesse étudiante à laquelle s'adressait notre appel l'ignorait en général »⁴⁶ ; ce qui pousse la rédaction à ouvrir le concours à tout le monde, tout en encourageant les jeunes élèves à prendre la plume. On peut cependant penser que le concours se mérite un accueil chaleureux, comme en témoigne la douzaine de textes courts publiés entre janvier 1931 et mai 1932 (un texte remporte la

mise chaque mois ou tous les deux mois et se voit ainsi être publié dans le périodique). On y trouve des contes et des nouvelles, ainsi qu'une saynète (mai 1932). Du côté des récipiendaires, ce sont surtout les femmes qui se hissent à la tête du classement. C'est notamment le cas de « Mlle Jeanne Grisé », originaire de Saint-Césaire, et qui envoie à *Mon Magazine* le texte « Pierre et Jean », nouvelle introduite par une lettre fictive de Marcelle répondant à une petite annonce sentimentale parue... dans *Mon Magazine* ! Cette autoréférentialité, qui suppose un jeu de miroir plus ou moins sophistiqué dans le cadre de la nouvelle sentimentale, répond à l'impératif d'une inspiration locale. Ajoutons à cela que Jeanne Grisé, pour l'heure relativement peu connue, officiera quelques années plus tard à la tête du populaire courrier des lectrices du *Bulletin des agriculteurs*. Dès lors, le concours est considéré comme un tremplin pour les aspirants et aspirantes à la carrière littéraire ou journalistique, selon une double tentative de démocratisation de l'écriture publique (surtout auprès du lectorat féminin) et une volonté de constituer un répertoire de contes et de nouvelles à l'accent local, fortement tourné vers le référent national.

Une modernité nationale et habitable : la « Maison moderne » de *La Revue moderne* (1936)

- 21 Selon Faye Hammill et Michelle Smith, l'épanouissement de la culture moyenne au Canada dans les années 1920 et 1930 est concomitant avec un nouveau boom dans l'histoire de l'industrie touristique nord-américaine. Ce ne sont pas les États-Unis qui sont vantés dans les annonces publicitaires, mais bien le cadre national, depuis les Rocheuses jusqu'aux rivages de La Malbaie. Or, la culture moyenne prend également racine dans la reconfiguration réelle et imaginaire du paysage local, notamment urbain, et de l'unité sacro-sainte qu'est la maison unifamiliale. Si la mobilité et l'exotisme constituent des aspects marquants et extraordinaires de la culture moyenne, le confort, le loisir chez soi et la propriété privée en représentent aussi des contrepoints qui permettent de mieux sonder les pratiques culturelles ainsi que le rapport à une consommation nationale, en réaction face à la mainmise américaine sur le commerce, l'industrie et la construction.
- 22 Répondant à sa manière à l'adoption de la loi sur le logement de juin 1935 (*Dominion Housing Act*), qui a notamment pour objectif la création d'emplois dans le champ de la construction d'unités de logement, *La Revue moderne* porte en 1936 le projet de la « Maison moderne », en s'associant à plusieurs architectes montréalais et commerces locaux afin de proposer une nouvelle habitation à la population canadienne-française. L'initiative est calquée sur des entreprises similaires menées depuis le tournant du xx^e siècle dans l'aire anglo-saxonne, et qui témoignent des rapports qu'entretiennent les magazines en Occident avec les champs d'activités économiques⁴⁷. Le numéro de mai 1936 présente les détails de la future maison, tout en invitant le lecteur ou la lectrice à émettre une suggestion d'ordre esthétique (style ultra-moderne ou style classique-modernisé?), et cherche à mieux faire comprendre au public, dans une perspective pédagogique, les tenants et aboutissants de la nouvelle loi sur le logement. Le numéro suivant vient compléter le « dossier » paru le mois précédent, en livrant d'autres entretiens avec des spécialistes du logement ou de l'architecture. Les numéros de juillet et août, eux, ont pour fonction d'émoustiller le lectorat : ils reproduisent une photographie de l'avancée des travaux, annoncent que le public, par son vote, a

privilegié les plans de la maison « classique-modernisée », et proposent aux enfants un concours d'architecture récompensant la meilleure maquette de la « Maison moderne ». En septembre, place à un « numéro commémoratif » du projet, dans lequel on trouve une photographie de la maison à Outremont, toutes les informations concernant l'ouverture au public, et un nombre remarquable de publicités pour les entreprises ayant collaboré à la réussite de la construction. Les numéros d'octobre et novembre, dans lesquels on observe l'essoufflement de la couverture médiatique accordée à la « Maison moderne », sont l'occasion d'opérer une lecture rétrospective de l'initiative et d'acclamer les jeunes gagnants du concours d'architecture.

- 23 Lue comme un récit médiatique, la « Maison moderne » de *La Revue moderne* s'élabore sur une armature énonciative qui fait de la connivence entre le magazine et le lectorat la pierre d'assise du discours publicitaire. En juillet 1936, on insiste sur le lien qui unit le lecteur ou la lectrice aux initiatives de *La Revue moderne* : « Les activités sociales du “magazine de l'élite canadienne-française” trouvent en elles-mêmes leur récompense puisqu'elles affirment chaque mois de mieux en mieux un accroissement de l'intérêt réciproque entre la direction et nos distingués lecteurs et lectrices »⁴⁸. On reconnaît là le déploiement d'une sémantique de la sophistication qui tend à conférer une exceptionnalité aux abonnés, témoins et complices privilégiés de l'aventure immobilière. Le projet, quant à lui, concentre un certain nombre de traits propres à l'imaginaire suburbain et à ses discours de promotion commerciale. La banlieue, qui fait office de nouvelle utopie du xx^e siècle, y apparaît comme un lieu de compromis entre la ville et la campagne, où le bon goût traverse les installations à l'apparence simple et modeste ; le sujet féminin, enfin, en est la figure-maîtresse, reine en son foyer et destinataire privilégiée du dispositif consumériste. Or, il est un principe qui confère tout son sens à cet événement qu'est la construction de la « Maison moderne » dans la banlieue cossue de Montréal : la modernité, martelée au gré de nombreuses déclarations de la part de la rédaction sur les « avantages marqués du modernisme » (mai 1936), et des annonceurs misant sur la nouvelle technologie. L'attrait pour la modernité plonge ses racines dans les rouages de la publicité pour la banlieue, certes, mais également dans un dispositif discursif à teneur nationaliste. Dans cette perspective, le moderne, s'il ne tombe pas dans le débordement esthétique du « modernisme outrancier »⁴⁹, devient une valeur positive. L'entretien qu'accorde le directeur de l'École du Meuble de Montréal, Jean-Marie Gauvreau, est sur ce point révélateur de la promotion d'une identité et d'une économie nationales : encouragement à l'achat de meubles faits avec du bois local ; valorisation d'un art décoratif moderne qui, s'il « doit être de bon goût, [...] doit être également et avant tout utilitaire et pratique »⁵⁰ ; appréciation d'un « canadianisme de bon aloi »⁵¹. Le caractère englobant de l'expression récurrentes « nos compatriotes »⁵² traduit bien le souci d'unité nationale qui sous-tend le discours. Mot-clé de la décennie 1930, la modernité, si elle est acceptable (et, d'une certaine façon, au service de la permanence des choses), est alors la condition *sine qua non* de la réactualisation d'un « nous » canadien qui trouve son sens dans le processus de la relance économique.
- 24 Lus dans la perspective de la rhétorique patriotique qu'ils déploient et dans celle, plus vaste, de la démocratisation des pratiques culturelles – surtout lorsque les diverses rédactions invitent le lectorat à prendre part dans la fabrique du magazine –, ces deux projets de modernisation et de nationalisation portés par *Mon Magazine* et *La Revue moderne* illustrent à la fois l'incorporation de nouvelles tendances en matière de production médiatique directement importées des États-Unis et du Royaume-Uni, et la

nécessité d'une rhétorique tournée vers la consommation et la culture locales. Ce faisant, ils traduisent à nouveau cette ambivalence du magazine mentionnée en introduction, ambivalence qu'il faut bien considérer comme une stratégie en soi, proche du double discours, et non comme une suite d'hésitations de la part des rédactions. La presse magazine joue le jeu des périodiques américains à grand tirage, tout en reformulant les tropes et discours d'un tel type de presse au prisme d'une identité canadienne (et, dans le cas de *La Revue moderne*, de la survivance canadienne-française) ; elle œuvre en faveur de la massification des pratiques, mais circonscrit ces dernières à l'espace local ; enfin, la littérature et la culture, vues ici en tant qu'idéaux puissamment investis sur le plan de la légitimité, lui servent à rayonner et à circuler au gré des divers milieux socio-culturels. Notons, en guise d'ouverture, l'importance du féminin dans la grammaire des deux périodiques à l'étude, et la nécessité de penser la variable du genre (*gender*) au sein d'une analyse des discours du magazine. Les pratiques culturelles et médiatiques des femmes, ainsi que l'imaginaire qui leur est associé (en tant qu'espace critique et pratique fait de contraintes et de possibles), semblent épouser des tensions similaires à celles mises en lumière dans ce texte, comme on peut le voir à partir des figures de femmes aussi libres (de consommer, de lire, de se divertir) que dévouées au « ministère » qui serait le leur (la cuisine toute équipée au sein de la « Maison moderne », l'écriture de récits sentimentaux dans le cadre du concours des collègues) que le magazine soumet à son lectorat.

NOTES

1. Richard Ohmann, *Selling Culture: Magazines, Markets and Class at the Turn of the Century*, Londres, Verso, 1996 ; Mary Vipond, *The Mass Media in Canada*, Toronto, J. Lorimer, 1989.
2. Micheline Cambron, Myriam Côté et Alex Gagnon (dir.), *Les journaux québécois d'une guerre à l'autre. Deux états de la vie culturelle québécoise au XX^e siècle*, Québec, Codicille, « Premières approches », 2018.
3. Denis Saint-Jacques et Marie-José des Rivières, « Notre américanisation », dans Yvan Lamonde et Denis Saint-Jacques (dir.), *1937 : un tournant culturel*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2009, pp. 151-159. Voir également des mêmes auteur et autrice : « Le magazine canadien-français : un média américain », *Mens*, vol. 12, n° 2, pp. 17-36.
4. Enquête publiée en volume par la suite : Marcolin-Antonio Lamarche, *Notre américanisation*, Montréal, éditions de l'Œuvre de presse dominicaine, 1937.
5. Jean Bruchési dans Marcolin-Antonio Lamarche, *op. cit.*, pp. 221-222.
6. Pour une synthèse du champ des magazines canadiens et des politiques fédérales en matière d'importation de périodiques, voir la synthèse de Fraser Sutherland dans *The Monthly Epic : A History of Canadian Magazines*, Markham, Fitzhenry et Whiteside, 1988.
7. Marcolin-Antonio Lamarche, *op. cit.*, p. 263.
8. Voir à ce sujet : Yvan Lamonde, *La modernité au Québec. La crise de l'homme et de l'esprit, 1929-1939*, Montréal, Fides, 2011.
9. François Ricard, « *La Revue moderne* : deux revues en une », *Littératures*, n° 7, pp. 77-84.
10. Faye Hammill et Michelle Smith, *Magazines, Travel and Middlebrow Culture. Canadian Periodicals in English and French, 1925-1960*, Edmonton, Presses de l'Université d'Alberta, 2015.

11. À l'instar de ce qu'écrit justement Christian Delporte sur le sujet en France et en Europe. Voir « L'américanisation de la presse ? Éclairage sur un débat français et européen (1880-1930) », dans Jean-Yves Mollier, Jean-François Sirinelli et François Valloton (dir.), *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques, 1860-1940*, Paris, Presses universitaires de France, « Le nœud gordien », 2006, p. 221.
12. J'emploie *ethos* car les magazines, et plus généralement les périodiques, empruntent presque naturellement la voie de la personnification pour se positionner dans l'espace public. Par exemple, Madeleine dont il sera question plus loin, dira souvent de *La Revue moderne* qu'elle sera une « amie » et une « confidente ».
13. Yvan Lamonde, *La modernité au Québec*, op. cit.
14. Denis Saint-Jacques et Lucie Robert (dir.), *La vie littéraire au Québec*, tome 6 : 1919-1933 : *Le nationaliste, l'individualiste et le marchand*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2010, pp. 209-213.
15. Elzéar Lavoie, (1986), « La constitution d'une modernité culturelle populaire dans les médias au Québec (1900-1950) », dans Yvan Lamonde et Esther Trépanier (dir.), *L'avènement d'une modernité culturelle au Québec*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1986, p. 260.
16. Hubert Sabino, « *Le Panorama*, plus qu'un simple *fan magazine* américain en français », dans Micheline Cambron, Myriam Côté et Alex Gagnon (dir.), *Les journaux québécois d'une guerre à l'autre. Deux états de la vie culturelle québécoise au xx^e siècle*, Québec, Codicille, « Premières approches », 2018, pp. 55-76.
17. Robert Choquette, lettre à Alice Lemieux datée du 28 avril 1928, fonds Alice-Lemieux-Lévesque, BANQ-Québec, P 227.
18. Pour reprendre les termes de Guillaume Pinson, « les journaux modélisent la configuration médiatique, ils intègrent en leur sein des éléments de cette configuration dont ils sont des entités à la fois uniques et typiques, parce qu'ils occupent tous un point qu'ils sont les seuls à occuper dans le système global. Potentiellement, chacun d'eux peut donner lieu à des reprises et à des imitations, et engendrer de nouvelles modélisations qui se diffuseront plus ou moins rapidement et durablement, et jamais appliquées de manière absolument identique d'une fois à l'autre [...]. » Guillaume Pinson, *La culture médiatique francophone en Europe et en Amérique du Nord, de 1760 à la veille de la Seconde Guerre mondiale*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2016, p. 109.
19. Denis Saint-Jacques et Lucie Robert (dir.), *La vie littéraire au Québec*, op. cit. p. 213.
20. Roy figurera aussi au sommaire de *Paysana*, en compagnie d'autres habitués de *La Revue moderne* comme Adrienne Choquette et Ringuet (pseudonyme de Philippe Panneton) : Jocelyne Mathieu, « "Pour votre bonheur comme pour le mien." Françoise Gaudet-Smet : éducatrice et animatrice à sa manière », *Les Cahiers des Dix*, n° 73, 2019, p. 212.
21. Les collections complètes de *Mon Magazine* et *La Revue moderne* sont disponibles en libre accès sur le site de Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BANQ) : <https://numerique.banq.qc.ca/ressources/details/RJQ>.
22. Non signé, « Ce que nous sommes », *Mon Magazine*, vol. 1, n° 1, janvier 1926, p. 3.
23. Madeleine, « S'unir pour grandir », *La Revue moderne*, 1^{ère} année, n° 1, novembre 1919, p. 9.
24. Une différence toutefois entre les deux périodiques : si l'éditorial est constamment signé dans *La Revue moderne*, signe manifeste de la présence importante du directeur ou de la directrice dans la configuration discursive de la publication, l'éditorial de *Mon Magazine*, lui, est généralement dénué de signature.
25. Alain Vaillant, « L'article de tête », dans Dominique Kalifa, Philippe Régnier, Marie-Ève Thérienty et Alain Vaillant (dir.), *La civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIX^e siècle*, Paris, éditions Nouveau monde, p. 893.
26. Non signé, « Faits et commentaires », *Mon Magazine*, vol. 3, n° 2, mai 1928, p. 5.
27. Il s'agit d'un article du journaliste Georges Pelletier publié le 13 juin 1927. Pelletier sera plus tard nommé directeur du *Devoir* (1932-1947).
28. *Idem*.

29. Arthus, « L'invasion de l'imprimé américain », *Mon Magazine*, vol. 4, n° 3, juin 1929, p. 3.
30. Non signé, « Parlons magazine », *Mon Magazine*, vol. 1, n° 3, mars 1926, p. 5.
31. Madeleine, « Les choses qu'il faut dire... », *La Revue moderne*, 7e année, n° 5, mars 1926, p. 9.
32. Non signé, « Choisissez notre nouveau titre », *Mon Magazine*, vol. 3, n° 3, juin 1928, p. 3.
33. Il n'existe aucune archive administrative, ni pour *Mon Magazine*, ni pour *La Revue moderne*, ce qui explique le caractère hypothétique de cette phrase.
34. Jean Bruchési, « La vie des revues » *La Revue moderne*, 11e année, n° 4, février 1930, p. 5.
35. Jean Bruchési, « L'aveu d'une faute », *La Revue moderne*, 14e année, n° 7, mai 1933, p. 3.
36. Noël-E. Lanoix, « La revue, instrument de refrancisation », *La Revue moderne*, 14e année, n° 9, juillet 1933, p. 3.
37. Non signé, « *La Revue moderne*, ce qu'elle a été, ce qu'elle est, ce qu'elle sera [...] », *La Revue moderne*, 14e année, n° 9, juillet 1933, p. 21.
38. Non signé, « L'américanisme nous envahit-il ? », *La Revue moderne*, 14e année, n° 9, juillet 1933, p. 23.
39. Christian Delporte, « L'américanisation de la presse ? [...] », *art. cit.*, p. 216.
40. Denis Saint-Jacques et Marie-José des Rivières, « État présent des recherches sur l'histoire du magazine au Québec », dans Micheline Cambron et Stéphanie Danaux (dir.), dossier « La recherche sur la presse : nouveaux bilans nationaux et internationaux », *Médias 19*, [en ligne], [<http://www.medias19.org/index.php?id=15551>] (consulté le 2 octobre 2020), par. 15.
41. Edgar Morin, *L'esprit du temps*, nouvelle préface de l'auteur, introduction d'Éric Macé, Paris, Armand Colin, 2008, pp. 70 et ssq.
42. Faye Hammill et Michelle Smith, *Magazines, Travel and Middlebrow Culture*, *op. cit.*, p. 44.
43. Henri Girard, « Entre nous », *La Revue moderne*, vol. 22, n° 1, mai 1940, p. 4.
44. Larivière est le premier à accuser les romancières Éva Senécal et Jovette-Alice Bernier d'immoralisme dans leurs œuvres, inaugurant ainsi une suite de prises de position révélatrices des rapports conflictuels entre modernité et tradition dans le Québec du tournant des années 1930. Daniel Chartier, *L'émergence des classiques. La réception de la littérature québécoise des années 1930*, Montréal, Fides, 2000 ; Adrien Rannaud, *De l'amour et de l'audace. Femmes et roman au Québec dans les années 1930*, Presses de l'Université de Montréal, « Nouvelles études québécoises », 2018.
45. Jules Larivière, « D'un mois à l'autre. Notre concours », *Mon Magazine*, vol. 5, n° 6, septembre 1930, p. 1.
46. La direction du concours, « Nos concours littéraires », *Mon Magazine*, vol. 5, n° 10, janvier 1931, p. 26.
47. Entre autres exemples, on peut penser aux expositions de la London's Ideal Home, instituées dès 1908. Le magazine américain *House Beautiful*, pour sa part, lancera un programme similaire en 1946, tout juste après la fin de la Seconde Guerre mondiale.
48. Louis-H. Duclos, « L'actualité à travers le monde. Résultats probants », *La Revue moderne*, 17e année, n° 9, juillet 1936, p. 5.
49. *Ibid.*
50. Non signé, « Influence artistique dans l'ameublement », *La Revue moderne*, 17e année, n° 8, juin 1936, p. 25.
51. *Ibid.*, p. 26.
52. *Ibid.*

RÉSUMÉS

L'article prolonge les réflexions sur l'américanisation de la presse magazine au Québec durant l'entre-deux-guerres, en analysant dans les périodiques eux-mêmes les rapports entre la rhétorique antiaméricaine, l'axiome national et la moyennisation des pratiques et discours culturels et médiatiques. L'analyse porte sur deux magazines publiés au tournant des années 1930, soit *La Revue moderne* (1919-1960) et *Mon Magazine* (1926-1932), et s'intéresse plus spécifiquement au discours éditorial des périodiques, ainsi qu'à deux initiatives exemplaires : un concours littéraire et la construction d'une « maison moderne ».

INDEX

Mots-clés : magazine, middlebrow, américanisation, nationalisme, Québec, XXe siècle

AUTEUR

ADRIEN RANNAUD

Université de Toronto

Auteur de: *De l'amour et de l'audace. Femmes et roman au Québec dans les années 1930* (Presses de l'Université de Montréal, 2018; prix Gabrielle-Roy); *La Révolution du magazine au Québec. Poétiques historique de La Revue moderne, 1919-1960* (Nota Bene, 2021).