UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA REVUE MODERNE : LES REPRÉSENTATIONS ICONOGRAPHIQUES D'UN MAGAZINE FÉMININ, 1919-1938

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
À LA MAÎTRISE EN HISTOIRE

PAR
ANOUK PERREAULT

MARS 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.10-2015). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

RÉSUMÉ

Cette étude vise à analyser les messages iconographiques du magazine *La Revue moderne* en examinant un corpus sélectionné entre novembre 1919 et octobre 1938. En excluant les publicités, ce mémoire s'intéresse aux images produites par ce magazine. Divisés selon les trois objectifs généralement rencontrés dans la presse soit *s'informer*, *s'évader et se divertir* et *s'instruire*, les chapitres de ce mémoire se concentrent sur l'analyse des images associées aux articles ou aux rubriques correspondant à ces catégories. Cette revue fondée par une journaliste, Anne-Marie Gleason (Madeleine), propose d'abord des unes illustrées, colorées et attrayantes, pour ensuite offrir un contenu riche en images de toutes sortes. Ces unes donnent le ton au contenu du magazine, envoyant dès le départ un message ludique et souvent romantique à la lectrice. Bien que plusieurs articles d'actualité s'insèrent dans les pages de la revue, les images occupant le plus d'espace sont celles liées aux récits de voyage, aux romans ou aux articles instructifs comme la couture ou la cuisine. L'expérience de lecture diffère grandement d'un journal; le magazine se regarde autant qu'il se lit. À travers l'analyse iconographique, cette étude révèle l'importance des images dans un média imprimé comme *La Revue moderne*.

MOTS CLÉS : Québec, revue, magazine, *La Revue moderne*, média imprimé, illustration, photographie, iconographie, image, féminin, femme, représentation, journalisme, 20e siècle

REMERCIEMENTS

J'aimerais d'abord offrir mes sincères remerciements à ma directrice Dominique Marquis qui m'a orientée et dirigée avec patience, pédagogie et érudition vers l'accomplissement de ce mémoire. Sans ses judicieux conseils, je n'aurais jamais réussi à terminer cette recherche. Merci énormément d'avoir cru à la réussite de ce projet.

Je souhaite remercier mes deux correctrices Catherine et Claude pour leur patience et leur gentillesse d'avoir accepté de me lire, sans même avoir étudié en histoire. Vos questionnements m'ont fait grandir.

J'aimerais également remercier toute l'équipe du Lapin Pressé d'avoir « subventionné » et soutenu mes études, votre écoute m'a été des plus précieuses, sans parler de ces innombrables cafés bus en votre compagnie. Christian, je vais m'ennuyer des lundis-études.

Je tiens également à remercier ma famille qui m'ont encouragée durant tout ce processus. Les parents, votre maison dans les bois est une source de calme et de réconfort.

Je remercie également tous ceux qui m'ont invitée à travailler chez eux, Léa et Félix, Delphine et Marc. Votre compagnie m'a rendue beaucoup plus positive et productive.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ.....i
REMERCIEMENTS.....ii
TABLE DES MATIÈRES.....iii
LISTE DES FIGURES.....v
INTRODUCTION.....1

CHAPITRE I : HISTORIOGRAPHIE, PROBLÉMATIQUE, SOURCES ET MÉTHODES.....5

INTRODUCTION.....5
1.1 BILAN HISTORIOGRAPHIQUE.....5
1.1.1 Histoire culturelle du Québec.....6
1.1.2 L'histoire de la presse et de l'image dans la presse.....11
1.1.3 De l'utilité de l'image en histoire.....21
1.1.4 Les femmes et la presse.....25
CONCLUSION.....40
1.2 PROBLÉMATIQUE.....41
1.3 MÉTHODES ET SOURCES.....45

CHAPITRE II : ACTUALITÉ POLITIQUE, CHRONIQUE CULTURELLE ET NOUVELLES DU MONDE INTERNATIONAL.....49

2.1 LES ILLUSTRATIONS.....50
2.2 LES PORTRAITS PHOTOGRAPHIQUES.....56
2.2.1 Le monde international.....58
2.3 LES PHOTOGRAPHIES ÉVÈNEMENTIELLES.....61
2.3.1 Les évènements.....64
2.3.2 Les paysages et les objets.....69
CONCLUSION.....71

CHAPITRE III : S'ÉVADER : PAYSAGES EXOTIQUES, MONDANITÉS ET PASSIONS AMOUREUSES.....73

3.1 LES PHOTOGRAPHIES.....74
3.1.1 Les paysages naturels.....74
3.1.2 Les paysages urbains et les lieux publics.....78

3.1.3 Les portraits mondains.....82
3.2 LES ILLUSTRATIONS.....96
3.3 LES UNES.....103
CONCLUSION.....114

CHAPITRE IV : ÉPOUSE MODÈLE, MÈRE SAVANTE ET FEMME EXEMPLAIRE.....116

4.1 L'IMAGE DES FEMMES.....117
4.1.1 La maman.....117
4.1.2 Les femmes et leur maison.....122
4.1.3 L'art d'être belle.....124
4.2 TRAVAUX MANUELS.....128
4.2.1 Savoir cuisiner.....129
4.2.2 L'entretien du foyer.....133
4.2.3 Les patrons de couture.....136
4.3 CONNAISSANCES GÉNÉRALES.....137
4.3.1 L'art.....137
4.3.2 Les mystères de la science.....142
4.2.5 Histoire et religion.....148
CONCLUSION.....152

CONCLUSION.....153

BIBLIOGRAPHIE.....157

LISTE DE FIGURES

Figure Page

2.1 Entête de la chronique littéraire, juin 1926.....51
2.2 Un homme en complet, « La Vie Canadienne », décembre 1932.....54
2.3 Une femme lisant, « La Vie Canadienne », décembre 1932.....54
2.4 Les partis démocrate et républicain, « La Vie Canadienne », décembre 1932.....55
2.5 Mussolini, mars 1935.....60
2.6 Hitler, mars 1935.....60
2.7 Photographies du reportage sur la guerre en Espagne, mai 1937.....64
2.8 Les célébrations folkloriques, Octobre 1930.....65
2.9 Les célébrations folkloriques, Octobre 1930.....66
2.10 Troupe de danse, les célébrations folkloriques, Octobre 1930.....68
2.11 L'assermentation de l'honorable M. Patenaude comme lieutenant-gouverneur de la province de Québec, juin 1934.....69

3.1 Les "narrows", entrée du port de Vancouver et le « Princess Victoria », mai 1925.....76
3.2 Hôtel « Banff-Springs », mai 1925.....76
3.3 Le lac Louise, mai 1925.....76
3.4 La double-page dans l'article "Au cœur de l'Islam", septembre 1937.....81
3.5 Vue générale de Salzbourg, janvier 1929.....82
3.6 Lac de Zell, janvier 1929.....82
3.7 Village de Heiligenbult, janvier 1929.....82
3.8 Mlle Camille Bernard, avril 1920.....84
3.9 Mme C.-A. Desmarais dans son studio, février 1930.....85
3.10 Mme Dagenais, août 1928.....86
3.11 Norma Shearer, avril 1936.....89
3.12 Les loisirs de Shirley Temple, mai 1937.....91
3.13 Jeune mariée, mars 1935.....93
3.14 Jeune mariée, juillet 1935.....93
3.15 La cartomancienne, janvier 1921.....96
3.16 Scène du roman Seule, avril 1920.....98
3.17 Scène du roman Seule, avril 1920.....98
3.18 Entête du conte *Un Fantôme*, décembre 1920.....100
3.19 Entête du conte de Noël *La Poupée*, décembre 1920.....101
3.20 Une gravure de la ville de Québec, juin 1926.....103
3.21 Un bucheron en Abitibi, octobre 1926.....103
3.22 *La Revue moderne*, novembre 1919.....106

3.23 *La Revue moderne*, décembre 1920.....106
3.24 *La Revue moderne*, mars 1923.....106
3.25 *La Revue moderne*, octobre 1926.....110
3.26 *La Revue moderne*, juillet 1935.....110
3.27 *La Revue moderne*, juin 1938.....110
3.28 *La Revue moderne*, mai 1933.....114
3.29 *La Revue moderne*, août 1936.....114
3.30 *La Revue moderne*, mai 1937.....114

4.1 Une maman avec son bébé, octobre 1926, p.42.....118
4.2 Une maman ausculte une petite fille, novembre 1927, p.41.....122
4.3 White, août 1928, p.40.....125
4.4 Madame Chalgrin, août 1928, p.40.....125
4.5 Femme du XVe siècle, août 1928, p.40.....125
4.6 Claire Eames, août 1928, p.40.....125
4.7 L'article "Sortons de notre aveuglement", janvier 1933, p.17.....127
4.8 Une des cinq images sur la préparation des meringues, juin 1922, p.58.....131
4.9 Mains tenant un pichet de sauce, janvier 1929, p.47.....131
4.10 Étapes de préparation, mars 1935, p.33.....132
4.11 Chronique culinaire, octobre 1938, p.46.....133
4.12 Les housses pour le sofa, avril 1936, p.36.....134
4.13 Patrons de broderie, septembre 1925, p.40.....136
4.14 Le sanctus à la maison, septembre 1925, p.13.....139
4.15 Article traitant de la sculpture chez les Haïdas, novembre 1931, p.7.....141
4.16 La science invisible, juin 1934, p.27.....144
4.17 Une explosion, juin 1934, p.28.....147
4.18 Schéma d'une maison, juin 1934, p.39.....147
4.19 Les champs canadiens, juin 1934, p.42.....147
4.20 Départ du premier train canadien, avril 1936, p.27.....150
4.21 L'article "À travers nos progrès", juillet 1927, p.10.....151
4.22 L'article "À travers nos progrès", juillet 1927, p.11.....151
4.23 L'article "À travers nos progrès", juillet 1927, p.12.....151

INTRODUCTION

Un magazine se feuillette, se lit, s'observe, se consulte et se collectionne. Comme en témoignent les couvertures souvent abimées et les pages jaunies et pliées, il est consulté à plusieurs reprises et souvent par plusieurs personnes. Il traîne dans les salles d'attente, se prête à une amie ou se lit à la plage ou dans le confort de son salon. Qu'il s'agisse d'un magazine instructif ou ludique, l'expérience de lecture peut s'avérer très différente d'une personne à l'autre. L'interrelation du texte et des images donne à chacun une lecture différente. L'ordre dans lequel on consulte le magazine n'a pas nécessairement d'importance contrairement à un livre. Une caractéristique assez généralisée du magazine est la quantité importante d'images qu'on retrouve à travers les pages. En feuilletant un magazine, il est possible de ne regarder que les images sans lire d'articles. La mise en page est soignée, proposant à la fois des photographies, des illustrations et des jeux typographiques. Rendant les pages jolies et attrayantes, les lecteurs peuvent s'émerveiller devant la beauté des différentes pages. Contrairement au journal – ou à la revue scientifique, souvent plus austère –, le magazine est un bel objet que plusieurs vont choisir de conserver et de collectionner. Le magazine se consulte pour le plaisir et pour se changer les idées, pour s'instruire et pour s'informer, pour passer le temps ou pour se détendre.

Au XXe siècle, grâce aux avancées technologiques accélérant les rythmes de production industrielle, le magazine est propulsé vers une diffusion à grande échelle. De ces nouvelles possibilités nait le phénomène de culture de masse qui bouleverse les mœurs et frappe le Québec d'un modernisme nouveau grâce à la radio, la grande presse et au cinéma. La présence des images de toutes sortes, qu'elles soient imprimées ou projetées, prend donc une place de plus en plus importante dans la vie quotidienne. À

travers les études de la culture des médias au Québec et au Canada, ce mémoire a comme objectif de démontrer l'importance de l'image dans un média de masse tel le magazine. L'image est omniprésente dans notre société. Elle est partout : dans les ordinateurs et les téléphones intelligents, les magazines et les journaux, les publicités et l'affichage. L'image offre un message complexe qui propose différents niveaux de compréhension; leur étude me permettra de mieux comprendre les intentions d'un média imprimé envers son lectorat. Les photographies et les illustrations ne présentent pas toujours les mêmes thématiques que les articles, il est donc possible de recevoir un message différent en ne regardant que les images. *La Revue moderne*, un des premiers magazines proposant une majorité d'articles adressés aux femmes, réalise ses premiers pas dans cette effervescence des médias du début du XXe siècle. Apparaissant après la Première Guerre mondiale, il se situe dans une époque de changements et de transformations de la société québécoise. Ce magazine très populaire représente donc le parfait candidat à l'étude de ce phénomène grandissant des médias de masse centrés sur l'image.

Parmi les nombreuses pages imagées qui composent *La Revue moderne* se trouvent une quantité importante de publicités camouflées à travers les photographies et les illustrations. Bien que plusieurs chercheuses et chercheurs se soient intéressés à l'impact de la publicité dans les magazines adressés aux femmes et à la famille, pensons notamment au travail de Sébastien Couvrette[1] qui a analysé les publicités dans les médias, aucun ne s'est attardé à l'étude des images produites par *La Revue moderne*.

Ce magazine s'adresse principalement aux femmes, bien que certaines sections de la revue puissent intéresser l'ensemble de la famille. La grande majorité de son lectorat étant composée de lectrices, j'utiliserai donc exclusivement le féminin pour traiter du lectorat. Dans ce mémoire, le terme *lectrices* implique donc aussi la

---

[1] Sébastien Couvrette, *Le récit de la classe moyenne*, Montréal, Leméac, 2014, 254p.

possibilité d'une minorité de lecteurs. Les articles s'orientent majoritairement autour de thèmes traditionnellement féminins, mais proposent également des sujets adressés à toute la famille comme des récits de voyage, des articles d'actualité culturelle ou politique ou encore des textes informatifs sur les plus récentes découvertes scientifiques.

Divisé en quatre chapitres, ce mémoire propose l'étude des photographies et des illustrations contenues dans *La Revue moderne*. Le premier chapitre jette les balises de cette étude en présentant l'historiographie, les sources, ainsi que la méthodologie. Je présenterai d'abord le contexte historique dans lequel nait la revue, je tracerai ensuite un portrait des études sur les magazines que ce soit au Canada ou ailleurs, pour ensuite me pencher sur les recherches centrées sur la place des femmes dans les magazines et dans la presse, que ce soit comme journalistes ou comme représentation iconographique dans les médias. La présence des femmes, assez marginalisée, se développe néanmoins au courant du XXe siècle où de plus en plus de femmes s'intéressent et occupent les postes de journalistes au sein des grands médias québécois.

Les chapitres II, III et IV se concentrent sur l'analyse du corpus iconographique de *La Revue moderne*. Campés sur les trois objectifs principaux de la presse soit *l'information*, *l'évasion* et *l'instruction*, ces trois chapitres proposent un portrait iconographique de la revue. Les articles informant la lectrice sur l'actualité se situent souvent dans les premières pages de la revue, alors que les pages contenant des articles plus « instructifs » se trouvent plutôt à la fin de la publication. Les chapitres se présenteront donc selon leur thématique dans l'ordre d'apparition.

Beaucoup plus court que les autres, le chapitre II représente la proportion d'images retrouvées dans la catégorie *information*. Bien que chaque édition de la revue accorde une certaine place à l'actualité, ces pages ne proposent pas toujours des images. Cette catégorie, jugée plus sérieuse, propose une majorité de figures masculines,

contrairement aux autres catégories. Puisqu'il s'agit de personnalités publiques, l'utilisation du portrait est priorisée par les éditeurs du magazine.

Le chapitre III s'intéresse aux images qui occupent la place la plus importante dans les pages de la revue, celles regroupées autour de la catégorie *évasion*. Les articles comptent plusieurs images par pages; ces photographies et illustrations font directement référence au texte et accompagnent la lectrice dans ses lectures. Le premier contact visuel de la lectrice avec le magazine se fait également par les unes qui ont aussi été incluses dans cette catégorie. L'évolution des unes à travers le temps retient particulièrement notre attention dans les thèmes abordés dans les images.

Le quatrième et dernier chapitre se consacre à l'analyse des images regroupées dans la catégorie *instruction*. L'image sert non seulement d'appui au texte, mais elle permet une meilleure compréhension des concepts décrits. Cette dernière catégorie regroupe les trucs et astuces permettant à la lectrice d'améliorer sa vie quotidienne tout en conservant un ton ludique. Cette catégorie montre le plus souvent des figures féminines à l'intérieur du foyer, occupant des activités traditionnelles.

Enfin, cette enquête s'ancre dans une période de transformation de la culture dont font partie les médias canadiens-français. Les avancées technologiques accélèrent les processus de développement des moyens de communication et de diffusion de la culture. Dans ce contexte de propulsion des médias, les femmes prennent de plus en plus la parole dans l'espace public comme en témoigne cette revue créée par une des pionnières du journalisme au Québec, Madeleine.

CHAPITRE I

HISTORIOGRAPHIE, PROBLÉMATIQUE, SOURCES ET MÉTHODES

Introduction

Très peu de recherches se sont intéressées à l'étude des images produites par les médias. Pourtant, plusieurs chercheurs ont démontré l'importance d'étudier l'iconographie afin de mieux comprendre certains concepts visuels, mais ils se sont plutôt concentrés sur la publicité. L'expansion des nouvelles technologies a propulsé le développement des médias de masse au début du XXe siècle, les plaçant au centre des foyers canadiens et leur permettant d'occuper de plus en plus de place dans la vie quotidienne. Ces technologies ont accentué la présence des images dans ces différents supports d'information. Ces nouveaux médias de masse s'adressent à tous, ce qui favorise la participation des femmes à l'espace public, perceptible entre autres par la présence des chroniques dans la plupart des médias imprimés ainsi que l'apparition des publications adressées directement aux femmes. Cette présence féminine entraine le développement d'une communauté d'échanges, à travers laquelle les lectrices et les journalistes développent une complicité nouvelle.

1.1 Bilan historiographique

Ce bilan, divisé en trois sections, vise à démontrer l'éventail des recherches effectuées autour de l'histoire de la presse en portant une attention particulière au Québec. Afin de présenter le contexte historique, il est essentiel de faire un survol des principaux ouvrages relatifs à l'histoire culturelle québécoise, puis à l'histoire de la presse et de l'imprimé au Canada. L'apparition de l'image marque un tournant dans le monde de l'imprimé, c'est pourquoi je me pencherai par la suite sur l'image dans les médias imprimés, particulièrement dans le magazine. Puisque la revue au centre de ma

problématique a été fondée par une femme, en plus de viser un lectorat féminin, je m'attarderai ensuite aux recherches s'intéressant à l'implication féminine dans les milieux journalistique, rédactionnel ou littéraire.

1.1.1 Histoire culturelle du Québec

Dirigé par Denise Lemieux en 2002, le *Traité de la culture* rassemble les réflexions de 64 spécialistes et chercheurs portant sur la culture québécoise.[1] Cet ouvrage de référence propose une sorte de bilan historique et il s'avère une bonne introduction aux études sur la culture au tournant du XXIe siècle. Il faut cependant garder en tête que les études en histoire culturelle ont grandement évolué depuis la publication de ce bilan, mais les thématiques peuvent tout de même apporter des précisions sur l'orientation prise alors dans les recherches, orientation qui a encore une certaine actualité. Cumulant 55 chapitres, l'ouvrage présente 25 ans de recherches d'une soixantaine de spécialistes universitaires dans divers domaines, donnant à cette œuvre quasi-encyclopédique une qualité professionnelle inégalée.[2] L'objectif de cet ouvrage est d'offrir un portrait multidisciplinaire des plus récentes avancées dans les recherches sur la culture au Québec en présentant divers bilans historiques et critiques ainsi que quelques essais, regroupant l'expertise de plusieurs chercheurs. Ce projet met l'accent sur les domaines des arts, des lettres et des communications. L'article qui a particulièrement retenu mon attention est « La société de consommation, avènement d'une nouvelle culture matérielle » de Simon Langlois[3]. L'auteur réfléchit au développement de la société de consommation au Québec et à la façon dont cette mutation a transformé la structure familiale québécoise, plus individualisée que jamais.

---

[1]Denise Lemieux (dir), *Traité de la culture,* Québec, Les Éditions de l'IQRC, 2002, 1089p.
[2] *Ibid.,* p.1.
[3] Simon Langlois, « La société de consommation, avènement d'une nouvelle culture matérielle », dans Denise Lemieux (dir), *Traité de la culture,* Québec, Les Éditions de l'IQRC, 2002, p.931-947.

Langlois perçoit en effet une rupture radicale dans le mode de vie des Québécois, désormais centré sur la consommation.[4] L'art et la culture deviennent des produits de marchandisation. Les familles ne sont plus dans le besoin comme elles pouvaient l'être au tournant du XXe siècle, et elles sont plutôt tournées vers le désir de consommation alimenté par la publicité. Pour Langlois, « la consommation marchande a transformé l'appropriation de l'espace, les genres de vie et les valeurs. »[5] Cet article s'avère une excellente introduction au nouveau modèle de consommation qui a largement influencé la culture matérielle.

Les travaux d'Yvan Lamonde sont des incontournables lorsqu'il est question d'histoire culturelle québécoise. Lamonde a rédigé et dirigé une multitude d'ouvrages qui sont surtout orientés vers l'histoire intellectuelle ; son projet le plus ambitieux vise à couvrir la majorité des idées développées par les intellectuels durant le XXe siècle au Québec. Le deuxième volume de l'*Histoire sociale des idées au Québec*[6] couvre la période de 1896-1929 et permet de saisir le pouls des idées développées avant la crise et d'ainsi mieux comprendre le contexte culturel dans lequel est né notre objet d'étude alors que le premier tome de *La modernité au Québec. La crise de l'homme et de l'esprit*[7] couvre la période suivante, soit de 1929 à 1939. Lamonde présente les différentes actions ayant participé à la construction de l'identité québécoise. Il met l'accent sur la recherche identitaire vécue par les intellectuels canadiens-français qui se traduit entre autres par un besoin de se différencier de la France et du Canada anglais. La singularité de la culture québécoise devient source de questionnement chez les

---

[4] *Ibid.*, p.931.
[5] *Ibid.*, p.944.
[6] Yvan Lamonde. *Histoire sociale des idées au Québec. 1896-1929*, Vol II, Montréal, Fides, 2004, 323p.
[7] Yvan Lamonde. *La modernité au Québec. La crise de l'homme et de l'esprit, 1929-1939,* tome 1, Montréal, Fides, 2011, 323p.

intellectuels québécois. L'auteur met de l'avant certaines actions entreprises afin de favoriser la langue française comme le fait la revue *L'Action française*.[8]

Lamonde reprend les chiffres d'Alan Greer et rapporte qu'en 1891, d'après un recensement des signatures de contrats de mariage, 82% des habitants en ville sont capables d'écrire alors qu'il n'y en a que 67% en milieu rural.[9] Cette information nous permet certes de conclure à une capacité accrue d'écrire son nom sans pour autant être en mesure de lire un texte et de le comprendre. Néanmoins, Lamonde soutient que de plus en plus de Québécois savent lire et s'intéressent à la lecture. Les statistiques des ventes des différents journaux d'information témoignent de leur popularité grandissante.[10] La presse québécoise participe à la construction et à la diffusion de cette nouvelle culture de masse en effervescence. Lamonde place les moyens de communication et de transmission tels que la publicité, l'automobile, l'électricité ou encore le téléphone au cœur du changement culturel.[11]

La réflexion sur l'apparition de la modernité au Québec est amorcée par les chercheurs depuis déjà plusieurs années notamment lors d'un colloque tenu à l'Université du Québec à Montréal en 1985. Ces actes de colloque se traduisent dans *L'avènement de la modernité culturelle au Québec*[12] dirigé par Yvan Lamonde. L'ouvrage se compose de plusieurs articles rédigés par les conférenciers sur des sujets reliés au développement de la modernité dans la culture. Mon intérêt porte

---

[8]Yvan Lamonde, *op.cit.* p.145.
[9]Yvan Lamonde, *Histoire sociale des idées au Québec, 1896-1929*, Vol. II, Montréal, Fides, 2004, p.108.
[10]Pour l'année 1913 : *La Presse* : 114 365 exemplaires, *La Patrie* : 48 237, *Le Devoir* : 20 000, *Le Canada* : 14 000 dans *Ibid.*, p.108.
[11]*Ibid.*, p.115.
[12] Yvan Lamonde et Esther Trépanier (dir), *L'avènement de la modernité culturelle au Québec*, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1986, 320p.

principalement sur le chapitre d'Elzéar Lavoie « La constitution d'une modernité culturelle populaire dans les médias au Québec (1900-1950) ».[13] Lavoie aborde la modernité d'une manière assez classique, la considérant comme une rupture alors que la tradition se positionne dans la continuité. Cette modernité se rattache directement à l'émergence de l'imprimerie et ainsi à la diffusion des connaissances à travers « le papier qui parle », le journal, lequel voit le jour en 1764 à Québec sous le titre *The Quebec Gazette/La Gazette de Québec*.[14] Lavoie développe l'idée selon laquelle le tirage des journaux détermine l'importance que prennent ces derniers au sein des foyers québécois. Le tirage des périodiques serait donc intimement lié au développement d'une modernité culturelle populaire.

Résultat d'un autre colloque tenu cette fois en 2007 sur les tensions entre tradition et modernité, *1937 : un tournant culturel*[15] dirigé par Yvan Lamonde et Denis Saint-Jacques regroupe les articles de plusieurs chercheurs qui se sont penchés à nouveau sur la question de la modernité au Québec. Le but de cet ouvrage est de faire ressortir les particularités et l'importance de l'année 1937, considérée comme un « point tournant » dans les transformations de la culture québécoise. Yvan Lamonde place d'ailleurs cette année au centre de ce qu'il qualifie de « première révolution tranquille ». L'article « Notre Américanisation » de Denis Saint-Jacques et de Marie-José Des Rivières apporte des précisions sur le combat que mènent les Dominicains contre « l'américanisation » des Canadiens français. On y relate comment le père Marc-Antonio Lamarche s'est lancé dans une « enquête » sur les transformations qui se

---

[13] Elzéar Lavoie, « La constitution d'une modernité culturelle populaire dans les médias au Québec (1900-1950) » dans Yvan Lamonde et Esther Trépanier (dir), *L'avènement de la modernité culturelle au Québec*, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1986, p.253-291.
[14] *Ibid.*, p.256.
[15] Yvan Lamonde et Denis Saint-Jacques (dir). *1937 : un tournant culturel*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2009, 371p.

produisent dans la société québécoise et les inquiétudes qu'elles provoquent, enquête qu'il a publié dans *La Revue dominicaine* en 1936 puis aux Presses de la revue un an plus tard.[16] Saint-Jacques et Des Rivières notent que ce sont, entre autres, la montée des médias de masse, en plus du nouveau pouvoir d'achat des Québécois qui inquiètent particulièrement les autorités religieuses. Certaines initiatives du clergé, dont le programme de « Restauration sociale », initié par le Père Joseph-Papin Archambault et entrepris à partir de 1933, tentent d'éviter une « annexion morale » par les Américains. Plusieurs collaborateurs participent au projet du père Archambault dont George Pelletier, directeur du *Devoir* ou Lucien Desbiens, animateur radiophonique et journaliste. De ce programme, je retiens plus particulièrement une section soulignée par Saint-Jacques et Des Rivières sur la participation d'Ernestine Pineault-Léveillée, auteure de littérature jeunesse qui y rédige une section sur les femmes.[17] Traditionnellement gardiennes du foyer, de la langue et de la foi, les femmes seraient les grandes responsables de l'américanisation de la société canadienne-française. Saint-Jacques et Des Rivières ajoutent plusieurs citations de Pineault-Léveillé, afin de démontrer ses craintes face à la figure de l'Américaine, un modèle qui désaxe les principes fondamentaux de la famille.[18] Il semble que les Américains soient alors perçus comme étant responsables de la déchéance de la société québécoise, du moins c'est ce que l'on peut croire à la lecture du texte analysé par Saint-Jacques et Des Rivières.

---

[16] Denis St-Jacques et Marie-José Des Rivières, « Notre américanisation » dans Yvan Lamonde et Denis Saint-Jacques (dir). *1937 : un tournant culturel*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2009, p.151.
[17] *Ibid.*, p.156.
[18] *Ibid.*, p.158.

1.1.2 L'histoire de la presse et de l'image dans la presse

Le développement des médias de masse à la fin du XIXe siècle inquiète aussi les autorités canadiennes qui craignent que la culture américaine à travers les médias n'envahisse le Canada. Il est donc intéressant de constater que ce ne sont pas seulement les clercs canadiens-français qui craignent l'envahissement des médias américains, même si les sources de cette crainte sont différentes. Mary Vipond est une des premières chercheures à s'être intéressée à l'expansion des médias canadiens et au développement de l'identité nationale au XXe siècle dans *The Mass Media in Canada*.[19] Elle a tracé un portrait de l'histoire des médias canadiens, sans se centrer spécifiquement sur le magazine, en se rapportant toujours à cette préoccupation d'une conversion imminente de la culture canadienne. Le développement des États-Unis en tant que puissance mondiale dans le contexte d'après-guerre entraine « *a growing number of concerned English Canadian nationalists [struggling] in the 1920s to develop a sense of national identity for a divided and disparate population.* »[20] Vipond développe l'idée selon laquelle les médias de masse étaient autrefois perçus comme des « *bullets* » ou des « *needles* » qui pénétraient et transformaient les esprits alors qu'en réalité, les auditeurs participent activement au processus de communication.[21] Enfin, elle brandit la preuve ultime que la culture américaine n'affecte pas l'identité canadienne en mentionnant le fait que le Canada est toujours distinct des États-Unis, malgré le fait qu'il ait été submergé par la culture américaine depuis plus de 100 ans.[22] Ce livre ayant cependant été rédigé en 1992, cette affirmation mériterait aujourd'hui

---

[19] Mary Vipond, *The Mass Media in Canada*, Toronto, Lorimer, 1992, 206p.
[20] *Ibid.*, p.24.
[21] *Ibid.*, p.103.
[22] *Ibid.*, p.126.

d'être nuancée, mais l'étude de Vipond est encore pertinente pour avoir posé les premiers jalons de cette analyse de la quête identitaire dans les médias.

Couvrant une période charnière dans le développement de l'imprimerie au Canada, le troisième tome de l'*Histoire du livre et de l'imprimé au Canada*[23] regroupe une série d'articles traitant d'un aspect spécifique de l'univers de l'impression. Mon attention a d'abord été retenue par le chapitre sur les magazines féminins dans lequel Marie-José des Rivières, Carole Gerson et Denis Saint-Jacques ont choisi de faire la distinction entre les magazines féminins francophones et anglophones. Ils brossent un portrait rapide de l'évolution de la presse féminine au XXe siècle et placent la naissance de la presse féminine canadienne-française avec *La Revue moderne* vendue dès la première édition à plus de 20 000 exemplaires et dont la section « Fémina » occupe la moitié de l'espace rédactionnel.[24] L'article mentionne également *Chatelaine,* une revue généraliste proposée aux Canadiennes anglophones et créée en 1928 par la JB MacLean Company. La plupart des articles de cet ouvrage soulignent l'impact de la concurrence américaine. Il semble que l'univers de l'imprimé se heurte fréquemment aux marchés américains. Dans le chapitre « L'évolution de la grande presse commerciale », Mary Vipond a poursuivi sa réflexion et elle note que les magazines canadiens peinent à se tailler une place dans l'industrie des périodiques étant donné l'offre américaine. Cependant, la spécificité de la langue française au Québec crée une sorte de barrière et rend la concurrence plus difficile.[25] Les Américains ne sont toutefois pas les seuls à

---

[23] Carole Gerson et Jacques Michon (dir). *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada. De 1918 à 1980*, Vol III, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, 672p.
[24] Marie-José des Rivières, Carole Gerson et Denis Saint-Jacques, « Les magazines féminins » dans Carole Gerson et Jacques Michon (dir). *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada. De 1918 à 1980*, Vol III, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p.264.
[25] Mary Vipond, « L'évolution de la grande presse commerciale », dans Carole Gerson et Jacques Michon (dir). *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada. De 1918 à 1980*, Vol III, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p.260.

influer sur l'industrie de la presse ; Guy de Grosbois souligne que les grandes expositions universelles européennes sont aussi une source importante d'influences pour les arts graphiques québécois.[26]

Afin de mieux comprendre l'histoire et la naissance du magazine en tant qu'entité indépendante de la presse, il faut aussi se pencher sur l'historiographie européenne. Traçant le portrait du genre « magazine » dans son article « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », Gilles Feyel s'intéresse d'abord à l'histoire générale du magazine avant de se concentrer sur le cas français.[27] S'apparentant aux journaux, ce périodique apparaît en Angleterre en 1731 avec le *Gentleman's Magazine* qui publie surtout « des reproductions ou analyses des principaux articles de politique, de morale ou de critique parus dans les journaux », bien que son contenu s'intéresse également aux évènements mondains, aux dernières publications littéraires (livres et poésies), tout en partageant « des observations sur le jardinage, l'élevage du bétail ou l'art vétérinaire… »[28]. Certains aspects de son contenu ressemblent à ce que l'on retrouve dans l'almanach, mais également dans les magazines du début du XXe siècle. L'ouverture des magazines vers un public de masse se réalise dans les années 1830 avec la multiplication des illustrations dans les pages, ce qui attire un public moins intellectuel. Le but de ces magazines est de rendre le contenu accessible à tous à faible prix, tout en offrant des informations encyclopédiques et pratiques. Feyel note que ces magazines cherchent à « rendre la littérature populaire, [à] mettre l'art à la portée de tous, [à] vulgariser les

---

[26] Guy de Grosbois, « Les arts graphiques au Québec », dans Carole Gerson et Jacques Michon (dir). *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada. De 1918 à 1980*, Vol III, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p.388.
[27] Gilles Feyel, « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, 2001, no 105, p. 19-51.
[28] *Ibid.*, p.21.

sciences et les techniques, [à] donner des récits de voyage, [à] parler à l'imagination et à la sensibilité grâce à l'illustration. »[29] Zoë Tousignant trace le même constat sur les magazines populaires dans l'article « *La Revue populaire* et *Le Samedi* – Objets de diffusion de la modernité photographique au Québec, 1935-1945 » en notant que : « ces magazines se distinguent par leur contenu varié, la place importante accordée à la littérature populaire, le grand nombre de photographies et d'illustrations et la présence de beaucoup de publicités. »[30] C'est le cas également de *La Revue moderne* qui offre à la fois des articles traitant d'actualité, de politique, des romans sentimentaux, mais surtout une multitude d'images et de publicités. Également attiré par les médias imagés, Feyel s'intéresse ensuite à certains magazines ayant connu un grand succès en France comme *Vu* publié pour la première fois en 1928. Ce magazine se démarque par sa mise en page et ses agencements photographiques dynamiques. Feyel considère ce magazine comme révolutionnaire dans ses jeux graphiques puisqu'il « jongle avec les photographies, les met en mouvement par une mise en page dynamique qui les juxtapose, les superpose, dessine avec elles des figures géométriques, les mêle au texte ».[31]

C'est à ce même magazine *Vu* que Karine Taveaux-Grandpierre et Joëlle Beurier s'intéressent en mettant l'accent sur le développement du photojournalisme dans les magazines dans *Photojournalisme des années 1930 à nos jours. Structure, culture et public*[32]. La proximité avec l'évènement permet le développement des

---

[29] *Ibid.*, p.23.
[30] Zoë Tousignant, « *La Revue populaire* et *Le Samedi* – Objets de diffusion de la modernité photographique au Québec, 1935-1945. », *Revue de Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, no 5, 2013, https://doi.org/10.7202/1017691ar
[31] Gilles Feyel, *op.cit.*, p.34.
[32] Karine Taveaux-Grandpierre, Joëlle Beurier (dir.) Michèle Martin et Jean-Pierre Bacot (collab.). *Le photojournalisme des années 1930 à nos jours. Structure, culture et public*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2014, 190p.

magazines d'actualité utilisant les images croquées sur le vif, d'abord avec l'illustration, puis avec la photographie qui devient une preuve ultime de l'évènement alors que le texte ne se contente que de l'explication.[33] L'évolution du magazine se fait ainsi à travers l'image, accordant une place de plus en plus importante au visuel et à la façon de le présenter.

Jean-Pierre Bacot a centré ses travaux sur la naissance de la presse illustrée européenne[34]. Son ouvrage, *La presse illustrée au XIXe siècle. Une histoire oubliée,* met en lumière l'importance des images dans la construction d'un imaginaire collectif et national, permettant le développement des différentes identités nationales européennes. Cet aspect est également relevé par Hans-Jürgen Lüsebrink dans son ouvrage *« Le livre aimé du peuple ». Les almanachs québécois de 1777 à nos jours*[35]. L'almanach, par sa large diffusion, aurait contribué à la construction d'une identité québécoise qui soit transaméricaine. Moins éloignés qu'il serait possible de croire, certaines similitudes dans leur construction permettent de tracer quelques liens, de même qu'à travers l'effet produit par leur contenu. Je me permettrai donc d'effectuer un parallèle entre ces deux études.

Bacot démontre qu'en réponse au gigantisme de l'Encyclopédie, le *Penny Magazine*, un périodique illustré voulant répondre au besoin d'éducation et de transmission de ce qui sera appelé les « connaissances utiles » apparaît en Angleterre en 1832.[36] Bien entendu, cette publication et celles qui suivront s'adressent d'abord à

---

[33] *Ibid.*, p.28.
[34] Jean-Pierre Bacot, *La presse illustrée au XIXe siècle. Une histoire oubliée,* Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 2005, 235p.
[35] Hans-Jürgen Lüsebrink, *« Le livre aimé du peuple ». Les almanachs québécois de 1777 à nos jours*, Québec, Les presses de l'Université Laval, 2014, 500 p.
[36] Jean-Pierre Bacot, *op.cit.* p.18.

l'élite pour voir leur production migrer peu à peu vers un plus grand public. Grâce à cette production illustrée, l'actualité sera désormais mise en images. Les différentes guerres européennes sont porteuses de cette actualité avec la production de cartes ou d'illustrations produites à partir de croquis réalisés par des représentants de la presse et parfois même par des soldats. Feyel abonde dans le même sens, ajoutant que la « Grande Guerre 1914-1918 [...] fut au contraire, un véritable âge d'or pour les magazines, qui permirent de " voir " la guerre, une guerre sans cadavre français où les ruines attestaient de la barbarie allemande. »[37] La preuve visuelle de la guerre sert les intérêts des magazines qui gagnent en popularité. L'image permet ainsi de toucher l'imaginaire collectif. Bacot note que la beauté et la qualité des illustrations auraient pu entrainer le lecteur à faire la collection, l'affichage et donc la conservation de ces images. D'autres médias semblables peuvent avoir eu le même intérêt de conservation. Cependant, l'almanach était quant à lui conservé non pas pour sa qualité, mais plutôt pour sa fonction, n'étant pas destiné à une lecture continue, mais plutôt à une consultation au besoin comme outil de référence.[38] Ces médias permettent une certaine uniformisation des informations diffusées.

C'est la multiplication du contenu visuel qui va propulser la popularité de l'almanach. Même si la création de l'almanach, un phénomène universel, remonte au XIIIe siècle en Afrique,[39] il obtient une vague de popularité au début du XXe siècle. Au Québec, le premier almanach paraît en 1764 chez Brown & Gilmore et il vit son apogée entre 1880 et 1930.[40] Ces publications, qui portent souvent le sous-titre « illustré », comportent une majorité de pages illustrées, dont certaines sont réalisées par des

---

[37] Gilles Feyel, *op.cit.* p.32.
[38] Hans-Jürgen Lüsebrink, *op.cit.* p.15.
[39] *Ibid.,* p.5.
[40] *Ibid.*, p. 7.

illustrateurs québécois de grande renommée comme Henri Julien ou Edmond-Joseph Massicotte. C'est l'évolution des techniques d'impression qui permet une production grand tirage. Sorte « d'encyclopédie populaire » en constante évolution, les almanachs québécois sont profondément ancrés dans les réalités socio-économiques locales. L'avènement de la société de consommation ainsi que l'augmentation considérable du nombre potentiel de lecteurs marquent selon Lüsebrink un tournant dans la diffusion de l'almanach. Contrairement à la presse illustrée, l'almanach se tourne rapidement vers la photographie. Selon Lüsebrink, ce nouvel outil s'inscrit dans la démarche de conservation du patrimoine canadien-français, particulièrement du monde rural en transformation.[41] Non seulement on craint que cet univers ne disparaisse complètement dans le processus de modernisation du Québec, mais on ridiculise également l'américanisme se trouvant de plus en plus présent dans la culture et dans les mœurs. L'almanach serait ainsi une forme de refuge des valeurs traditionnelles face à la modernisation imminente du Québec.

En mettant l'accent sur la relation du texte avec l'image, l'étude de Stéphanie Danaux analyse le parcours du livre illustré au Québec en concentrant son analyse sur le travail des plus importants illustrateurs québécois.[42] En retraçant leur parcours individuel, elle démontre comment ces illustrateurs sont au diapason de la modernité artistique et comment ils sont influencés par les courants artistiques européens et américains. Tout comme la presse illustrée étudiée par Bacot, ce phénomène éphémère prend vie grâce aux différents développements technologiques. En effet, c'est l'avènement de techniques d'impression plus avancées qui a permis la production du livre illustré. Danaux étudie l'évolution du livre illustré au Québec à travers les

---

[41] *Ibid.*, p.356.
[42] Stéphanie Danaux. *L'iconographie d'une littérature. Évolution et singularité du livre illustré francophone au Québec*, 1840-1940, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2013, 410p.

différents illustrateurs dont Henri Julien, Edmond-Joseph Massicotte ou Georges Delfosse. Ces illustrateurs possèdent leur propre style, développé grâce à leur sensibilité aux influences étrangères, majoritairement européennes et américaines. Au diapason des courants artistiques mondiaux, les illustrateurs québécois expérimentent les styles au goût du jour. Edmond-Joseph Massicotte représente bien l'illustrateur type du début du XXe siècle. Bien qu'il ait été évoqué par Danaux, le travail de Massicotte est analysé en profondeur par David Karel dans *Edmond-Joseph Massicotte, Illustrateur*[43], un ouvrage réalisé dans le cadre de l'exposition dédiée à l'artiste au Musée national des beaux-arts de Québec. Massicotte est largement influencé par des artistes étrangers, qui proviennent de France ou des États-Unis, comme la plupart des autres artistes québécois de son époque. On retrouve ainsi, chez Massicotte, des influences de Charles Dana Gibson, un illustrateur américain formé à Paris par Jules Chéret ou encore de Alfons Mucha, le célèbre peintre, illustrateur, graphiste et affichiste moderniste, connu principalement pour ses productions de style Art nouveau.[44] Certaines productions de Massicotte sont d'ailleurs directement influencées par l'œuvre de Mucha.[45]

Dans une quête de modernité artistique, technique et stylistique, ces illustrateurs pour la plupart issus du monde de la presse, un univers en constante évolution, ont profité de la liberté qu'offrait le livre illustré pour expérimenter et définir leur style.[46] Selon Danaux, certaines scènes d'un réalisme saisissant provoquent chez le lecteur des sensations fortes.[47] Ce genre d'illustrations réalistes est rendu possible

---

[43]David Karel. *Edmond-Joseph Massicotte, Illustrateur,* Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2005, 222 p.
[44] *Ibid.*, p.71.
[45] *Ibid.*, p.76.
[46] Stéphanie Danaux, *op.cit.* p.8.
[47] *Ibid.,* p.34.

grâce à l'évolution des technologies d'impression qui permettent désormais aux illustrateurs de pousser leur style au-delà des contraintes de la gravure. On retrouve le même genre d'évolution rapide dans le livre pour enfants. Vers la fin du XIXe siècle, le développement de l'impression en demi-tons entraine la fabrication de livres luxueux en couleurs sur du papier lustré souvent offert en cadeau.[48]

Une vague d'études sur les œuvres dites « populaires » par exemple les almanachs ou les caricatures entraine des chercheurs à se pencher sur certains phénomènes particuliers comme le personnage mythique de Baptiste Ladébauche. Dirigé par Micheline Cambron et Dominic Hardy, *Quand la caricature sort du journal. Baptiste Ladébauche 1878-1957*[49] est le résultat du colloque sur ce personnage caricatural, créé en 1878 par Hector Berthelot et repris par différents artistes au courant du XXe siècle, que ce soit sur scène, dans des publicités ou à la radio, mais surtout dans les journaux. Illustré par différents artistes à travers le temps dont Henri Julien, Joseph Charlebois, Edmond-Joseph Massicotte et Albéric Bourgeois, Ladébauche prend différentes allures et traite de sujets d'actualité sous le couvert de l'humour. Se moquant principalement des personnages politiques, il ne se gêne pas pour dire ce qu'il pense aux différents monarques des pays européens. Ce personnage vivra principalement dans les pages du journal, que ce soit dans l'hebdomadaire le *Canard* ou dans les pages de *La Presse*. Il sera également adapté à la publicité, à la scène, à la radio devenant une véritable référence culturelle. L'article « Les voyages de Ladébauche autour du monde d'Albéric Bourgeois : un art entre illustration et satire graphique », rédigé par Stéphanie

---

48 Gail Edwards et Judith Saltman, *Picturing Canada. A History of Canadian Children's Illustrated Books and Publishing,* Toronto, University of Toronto Press, 2010, p.32.

49 Micheline Cambron et Dominic Hardy (dir), *Quand la caricature sort du journal. Baptiste Ladébauche 1878-1957,* Montréal, Fides, 2015, 330p.

Danaux retient particulièrement mon attention.[50] Encore une fois, Danaux se penche sur le travail de cet illustrateur et montre comment il a pu influencer le succès du média dans lequel il œuvre. Avec le temps, la mise en page et le style graphique se renouvellent et évoluent grâce à chaque illustrateur derrière Ladébauche. Albéric Bourgeois reprend quant à lui le style originel du personnage créé par Berthelot et il fixe ainsi l'apparence de Ladébauche. La question de la relation du texte et de l'image ressort de l'analyse du travail des caricaturistes. L'efficacité du message est ainsi assurée par le jeu de la mise en page dynamique.

Le livre illustré rappelle bien entendu un autre type de publication. Avec la montée de l'alphabétisation et la scolarisation, les enfants sont rapidement devenus une clientèle importante. Deux chercheures canadiennes se sont intéressées au livre d'images pour enfants au Canada anglais. Gail Edwards et Judith Saltman explorent le livre d'images à travers l'histoire du Canada et elles montrent comment le livre pour enfants représente l'expression d'une identité nationale canadienne. Tout comme l'étude de Danaux, *Picturing Canada. A History of Canadian Children's Illustrated Books and Publishing*[51] examine l'évolution et le développement du livre pour enfants canadien et se concentre sur la relation du texte et de l'image à travers la question d'identité nationale. Les chercheures établissent une différence notable entre le livre d'images et le livre illustré, faisant ressortir l'importance de cette interdépendance dans le livre d'images. Selon Edwards et Saltman, le texte et l'image ne sont pas uniquement complémentaires, mais ils forment une synthèse complexe indispensable à la compréhension. La composition, les couleurs, le médium et le style des images influencent le lecteur et lui permettent de développer une réponse émotionnelle envers

---

[50] *Ibid.*, p.53.
[51] Gail Edwards et Judith Saltman, *op.cit.* 381p.

le livre, tout comme les paysages réalistes du livre illustré pouvaient entrainer des réactions émotionnelles du lecteur. Edwards et Saltman poussent même l'idée que le livre permet aux enfants de développer une conscience culturelle grâce aux concepts développés, entrainant une compréhension du monde dans lequel ils vivent.[52]

1.1.3 De l'utilité de l'image en histoire

Pour certains historiens, l'analyse des images peut paraître complexe. La documentation visuelle sort de l'ordinaire et porte parfois à confusion. De nombreux pièges peuvent entraver les résultats d'une recherche. Une méthodologie soignée et un sens élevé de la critique permettent en effet d'utiliser les images comme témoins de l'histoire. Plusieurs auteurs ont réalisé des travaux sur la méthodologie de l'analyse iconographique, mais je n'en retiendrai que quatre. Roland Barthes réfléchit aux trois messages que peut transmettre une image dans l'article « Rhétorique de l'image »[53] où il analyse une publicité de pâtes alimentaires. Annie Duprat traite des interrogations portant vers les images dans *Images et Histoire. Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques.*[54] Annie Gérin se questionne sur la complexité d'analyse d'une image utilisant l'humour dans l'article « *A second look at laughter : Humor in the visual arts* ».[55] Peter Burke réfléchit aux types d'images et à la façon de les aborder dans *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*[56]. L'utilisation de preuves visuelles à titre d'argumentaire en histoire n'a pas toujours fait l'unanimité. Or,

---

[52] *Ibid.*, p.11.
[53] Roland Barthes, « Rhétorique de l'image » *Communications*, 4, 1964, Recherches sémiologiques, p. 40-51.
[54] Annie Duprat. *Images et Histoire. Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques,* Paris, Édition Belin, 2007, 223p.
[55] Annie Gérin, « A second look at laughter : Humor in the visual arts », *Humor*, vol. 26, 2013, p.155-176.
[56] Peter Burke. *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, New York, Cornell University Press, 2001, 224p.

selon Peter Burke, malgré le fait que certaines images soient plus révélatrices que d'autres, il est primordial de porter une attention particulière aux productions visuelles qui peuvent apporter des indices importants à une étude. Les images sont créées à des fins de communication, elles possèdent donc un message à transmettre, qu'il soit caché ou mis en évidence.[57] Annie Duprat conçoit également que la fonction communicationnelle des images est importante, mais elle croit cependant que dans certains contextes, par exemple dans le cas de la propagande, il s'agit en plus de convaincre le spectateur de la grandeur de l'État ou du personnage politique.[58] Quant à elle, Gérin avance que le message inscrit dans l'image n'est pas toujours lu de la même façon par le spectateur. Certains artistes peuvent recourir à des stratégies humoristiques comme l'ironie ou la parodie, ce qui peut rendre complexe la lecture du message, selon le niveau de connaissance du spectateur.[59] La question de la liberté de l'artiste et de l'encadrement de celui-ci entraine nécessairement des changements importants non seulement dans la réalisation des œuvres, mais également dans les idées qui y seront exposées.

Burke retrace les différentes familles d'images, par exemple les images appartenant au monde surnaturel ou à la culture matérielle. Une fois le type d'image identifié, il s'agit de savoir décoder le message en remettant l'image, tout comme n'importe quel type de source, dans son contexte historique, social, politique et artistique. Gérin insiste particulièrement sur ce point. Afin d'analyser ce qui est représenté, il est primordial de se pencher sur la façon dont l'œuvre a été réalisée.[60] Le médium, les couleurs, le format et les textures peuvent donner un ton différent à une

---

[57] *Ibid.*, p.34.
[58] Annie Duprat, *op.cit.*, p.49.
[59] Annie Gérin, *op.cit.* p.157.
[60] *Ibid.*, p.161.

image et transformer le message représenté par le contenu iconographique. Il devient primordial de connaître l'auteur de l'image, pour quoi et pour qui il l'a réalisée ainsi que le style ou le courant artistique auquel appartient l'image pour pouvoir ensuite en faire l'analyse. Duprat pose par ailleurs des questions semblables lorsqu'il s'agit de questionner l'image. Il faut d'abord trouver le commanditaire et l'artiste, ensuite le public et les réseaux de diffusion, le message lui-même, quels moyens ont été utilisés et quels effets ont été produits.[61] Burke mentionne à plusieurs reprises qu'il est essentiel de porter une attention particulière au moindre petit détail permettant de repérer des référents culturels, quelque chose faisant partie intégrante de l'image, mais ne se trouvant pas nécessairement au centre de l'attention. Tout comme il doit le faire pour un texte, l'historien doit être en mesure de « lire entre les lignes » des images.[62] Selon Burke, les images nous permettent d'avoir accès à des aspects du passé impossibles à découvrir textuellement, par exemple dans les normes culturelles entourant les vêtements. L'étude des mentalités, des attitudes et des idées se nourrit particulièrement des images.[63] Ainsi, les images permettraient d'en apprendre davantage sur la culture populaire et les individus « ordinaires ». En observant des scènes représentant la vie de tous les jours, le chercheur découvrira des détails qui peuvent avoir paru anodins pour l'époque, mais qui apparaissent aujourd'hui comme des informations précieuses. Burke décrit l'artiste comme étant une sorte d'historien social, ses observations transposées en croquis, en peinture ou en photographie jouant le rôle de traces du passé.

La transmission d'un message peut s'effectuer de plusieurs façons et souvent l'image fait appel à des stratégies visant l'émotivité du spectateur. L'humour devient alors un outil de communication et l'art visuel regorge d'exemple d'œuvres ironiques

---

[61]Annie Duprat, *op.cit.* p.47.
[62]Peter Burke, *op.cit.* p.188.
[63]*Ibid.*, p.81.

ou parodiques, que ce soit dans le choix des couleurs ou du sujet représenté. L'interprétation d'un message à caractère humoristique peut parfois poser problème compte tenu du contexte de création et du bagage culturel de l'artiste. Gérin définit ce que peuvent être les paramètres humoristiques d'une image et les étapes pour les identifier. Elle s'appuie entre autre sur la *General Theory of Verbal Humor* (GTVH) développée par Salvator Attardo et Victor Raskin en 1991.[64] Elle pousse sa réflexion et perçoit dix étapes d'analyse de l'image soit : la description pré-iconographique, l'analyse iconographique, l'aspect visuel, l'incongruité, la stratégie rhétorique, l'objectif, le public cible, le contexte de présentation, l'artiste et l'interprétation iconographique.[65] Même si les images de *La Revue moderne* ne sont pas de complexes œuvres d'art, il n'empêche qu'elles répondent à la plupart des étapes décrites par Gérin. L'auteure décrit également trois niveaux de compréhension d'une œuvre d'art. Burke trace des barèmes d'analyse semblables en posant trois niveaux de compréhension d'une image, soit le *natural meaning* ; la description des objets et des évènements, le *conventional meaning* ; l'analyse et le *intrinsic meaning* ; l'interprétation.[66] Ces trois niveaux permettent à l'analyste de comprendre le message iconographique d'une image. En publicité, Roland Barthes s'accorde également avec ces trois niveaux qu'il nomme cependant « messages », soit le message linguistique, le message iconique codé et le message iconique non-codé.[67] Il écarte le message « naturel » de son analyse puisqu'il considère que la publicité ne peut être complètement naïve : « on ne rencontre jamais (du moins en publicité) une image littérale à l'état pur ; quand bien même accomplirait-on une image entièrement "naïve", elle rejoindrait aussitôt le signe de la

---

[64] Annie Gérin, *op.cit.* p.166.
[65] *Ibid.*, p.168.
[66] Peter Burke, *op.cit.* p.35.
[67] Roland Barthes, *op.cit.* p.42.

naïveté et se complèterait d'un troisième message, symbolique. »[68] Le message linguistique, c'est-à-dire textuel souvent présent en publicité remplace le premier niveau de Burke et « aide à identifier purement et simplement les éléments de la scène et la scène elle-même : il s'agit d'une description dénotée de l'image (description souvent partielle). »[69]

1.1.4 Les femmes et la presse

Puisque *La Revue moderne* s'adresse à un lectorat féminin en plus d'avoir été fondée par une femme, il est essentiel que je m'attarde à l'histoire des femmes dans le milieu journalistique. À l'époque où Anne-Marie Gleason fonde le magazine, très peu de femmes exercent le métier de journalistes ou d'écrivaines. Elles sont d'ailleurs souvent regroupées sous le titre de « femmes de lettres ». Au tournant du XXe siècle, la présence médiatique féminine grandissante est une conséquence directe de la création de plusieurs médias d'intérêts féminins, que ce soit les pages féminines dans les grands quotidiens ou les revues directement adressées aux femmes, dont le magazine de Joséphine Marchand-Dandurand *Le Coin du Feu* paru en 1893 ou le *Journal de Françoise* fondé par Robertine Barry en 1902.[70]

Le livre *Interrelations femmes-médias dans l'Amérique française*[71] dirigé par Josette Brun regroupe un collectif d'essais sur des femmes ayant été des pionnières ou des figures importantes de l'univers médiatique. Il se retrouve à la jonction des

---

[68] *Ibid.*, p.45.
[69] *Ibid.*, p.44.
[70]Suzanne Marchand. *Rouge à lèvres et pantalons, des pratiques esthétiques féminines controversées au Québec 1920-1939*, Montréal, Hurtubise, 1997, p.28.
[71] Josette Brun (dir). *Interrelations femmes-médias dans l'Amérique française,* Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2009, 246p.

domaines de l'histoire des femmes, des études sociales sur le genre et des études médiatiques. Josette Brun situe le concept de voix ou de parole comme étant central dans l'étude des médias féminins. Elle renvoie à une citation de Rakow et Wackwitz[72] qui décrit le concept comme étant « la capacité et les moyens de parler et de se faire entendre et d'avoir sa parole prise en compte dans la vie politique et sociale. »[73] La légitimité des écrits de ces femmes de lettres se construit à travers les conseils qu'elles donnent aux lectrices en faisant peu à peu entendre leurs voix dans l'espace public.

Parmi les recherches sur les femmes de lettres et l'importance que prend leur présence dans les pages des quotidiens montréalais, les articles de Chantal Savoie, spécialiste de la sociologie de la littérature et de l'histoire de l'écriture chez les femmes, apportent des précisions sur cet univers. Selon Savoie, on assiste à une lente mise en place d'une expertise féminine en matière de culture.[74] L'entrée des femmes de lettres dans la sphère publique se fait entre autres par l'entremise des chroniques. C'est Robertine Barry, mieux connue sous son pseudonyme « Françoise », qui modifie définitivement l'accès à l'écriture publique pour les femmes.[75] L'émergence des pages féminines dans la plupart des quotidiens québécois permet à plusieurs femmes de faire leurs premiers pas dans un milieu traditionnellement masculin. Souvent prises entre la modernité liée à leur emploi et la tradition associée au genre féminin, ces journalistes se retrouvaient dans une position délicate, à la fois mal perçues et admirées. Très souvent, les écrits féminins tournaient autour des valeurs traditionnelles défendant le

---

[72]L'auteure fait une traduction libre d'une citation dans l'ouvrage suivant : Lana F. Rakow et Laura A. Wackawitz. « Voice in feminist Communication Theory », *Feminist Communication Theory. Sections in Context,* London, Sage, p.93-109.
[73]Josette Brun, *op.cit.* p.2.
[74]Chantal Savoie, « La page féminine des grands quotidiens montréalais comme lieu de sociabilité littéraire au tournant du XXe siècle », p.126.
[75]Chantal Savoie, « Femmes, chroniques et billets dans les années 1930 », *Voix et Images*, vol. 39, n° 2, (116) 2014, p.57.

mariage et la maternité, alors que le métier de journaliste était exercé par des femmes audacieuses et ouvertes d'esprit.[76] Les thématiques entourant ces pages touchent à tout ce qui se rattache à la sphère privée, traditionnellement associée à l'univers féminin : « les premières chroniques ne sont pas toutes exclusivement centrées sur le féminisme, mais la presse féminine propose un regard féminin sur la réalité et dessine les contours d'un univers féminin jusque-là ignoré. »[77] On assiste à une multiplication et une propagation des sujets dits « féminins » dans la presse. Ces pages féminines ne sont pas uniquement formées des chroniques. On y retrouve également le courrier des lectrices, dans lequel les journalistes répondent principalement à des questions relatives aux relations amoureuses, en plus des rubriques sur les arts ménagers et culinaires sans compter les conseils visant l'éducation des enfants. Les thématiques des billets et des chroniques s'inscrivent dans la sphère privée féminine. Selon Chantal Savoie, les chroniques correspondent à un prolongement de l'univers féminin en utilisant un ton beaucoup plus introspectif et intime, marqué entre autres par l'usage de la première personne du singulier.[78]

Il nous est facile d'imaginer les difficultés qu'a pu rencontrer la première génération de ces femmes de lettres, ces femmes n'ayant souvent eu accès qu'à très peu de formation. Le livre de Linda Kay sur les seize journalistes canadiennes qui ont couvert l'exposition universelle de Saint-Louis en 1904 nous transporte dans l'univers du journalisme féminin du début du XXe siècle.[79] L'ouvrage de Kay, à la manière d'un roman, manque cependant d'esprit analytique et d'informations. Néanmoins, certains

---

[76]Linda Kay, *Elles étaient seize. Les premières femmes journalistes au Canada*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2015, p.8.
[77]Yvan Lamonde, *Histoire sociale des idées au Québec*, p.94.
[78]Chantal Savoie, « La page féminine des grands quotidiens montréalais comme lieu de sociabilité littéraire au tournant du XXe siècle », p.60.
[79]Linda Kay, *op.cit.*, 273p.

aspects de la vie de ces femmes peuvent nous être utiles. Selon Kay, ces femmes étaient souvent mal perçues puisqu'on les accusait de rechercher le succès professionnel, une vertu masculine.[80] Dans un esprit plus « féminin », les femmes de lettres du début du siècle se percevaient surtout comme des conseillères ou même comme des éducatrices investies d'une mission d'instruction.[81] Savoie compare les chroniques aux salons littéraires français du XVIIIe siècle, un lieu de mondanités et d'échanges culturels. L'exemple de Madeleine (Anne-Marie Gleason) au journal *La Patrie* permet de mieux comprendre la façon dont pouvait se construire la notoriété d'une journaliste. En donnant son avis sur différents ouvrages littéraires, avec un intérêt particulier pour le théâtre, elle se bâtit une réputation et devient ainsi une référence pour ses lectrices.[82]

Ce réseau de femmes de lettres, traditionnellement centré sur la singularité, mise plutôt sur la collectivité féminine et sur l'entraide. Ce réseau s'étend même jusqu'à la France après la visite de Robertine Barry lors de l'Exposition universelle de Paris en 1900. En effet, selon Savoie, les contacts tissés avec les femmes de lettres françaises formeront pour Barry la reconnaissance nécessaire à la création de sa propre revue ; le *Journal de Françoise*[83], dont le sous-titre « La Gazette canadienne pour la famille » indiquait les intentions d'intérêt général. Linda Kay note l'importance d'une telle publication à une époque où « la littérature des femmes pour les femmes était pratiquement inexistante. »[84] Ainsi, grâce à un cercle de connaissances lui assurant une des plus grandes notoriétés de son époque, Robertine Barry réussira à nourrir son

---

[80]*Ibid.*, p.44.
[81]*Ibid.*, p.25.
[82]Chantal Savoie, « Madeleine, critique et mentor littéraire dans les pages féminines du quotidien *La Patrie* au tournant du XXe siècle », dans Josette Brun (dir). *Interrelations femmes-médias dans l'Amérique française,* Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2009, p.91.
[83]Chantal Savoie. *Exposition universelle de Paris (1900) et son influence sur les réseaux des femmes de lettres canadiennes,* p.21.
[84]Linda Kay, *op.cit.* p.43.

journal de riches productions culturelles, devenant par sa continuité une source de promotion de la littérature québécoise. Les femmes de lettres canadiennes-françaises semblent être au courant des dernières tendances, mais aussi des préoccupations féminines et féministes internationales. Dans une démarche similaire, la fondation du Canadian Women Press Club (CWPC) en 1904 par les seize journalistes envoyées afin de couvrir l'Exposition universelle de Saint-Louis a elle aussi contribué à la construction d'un réseau féminin permettant d'assurer un certain soutien.[85] Kay situe à quelques dizaines le nombre de femmes qui travaillaient comme journalistes au Canada au début du XXe siècle.

Cette question d'une communauté de femmes est également relevée par Valerie J. Korinek, mais sous une autre perspective. Elle construit son étude autour de l'influence de *Chatelaine* sur les femmes canadiennes des banlieues dans les années 1950 et 1960.[86] Marie-José des Rivières trace également un portrait du *Châtelaine* francophone des années 1960 à 1975 en concentrant son étude sur la littérature présentée dans la revue.[87] Une atmosphère rappelant le club était recréée dans les pages du magazine, entrainant ainsi un dialogue entre les lectrices et les rédactrices et éditrices.[88] Mary Vipond relève aussi cette théorie de l'interaction au sein d'une communauté créée par les médias. « *For those who perceive communication to be primarly a cultural ritual, then, the media act as the builders of community, creating the common outlooks that form the basis for a shared consciousness.* »[89] En créant un

---

[85] *Ibid.*, p.7.
[86] Valerie J. Korinek. *Roughing it in the Suburbs. Reading Chatelaine Magazine in the Fifties and Sixties*, Toronto, University of Toronto Press, 2000, 460p.
[87] Marie-José des Rivières, « *Châtelaine* et la littérature. 1960-1975 », *Convergences,* vol 2, no 2, 1989, p.121-133.
[88] Valerie J. Korinek, *op.cit.* p.368.
[89] Mary Vipond, *op.cit.* p.106.

lieu d'échanges, les médias créent une communauté d'individus dans laquelle se transforme et évolue la culture. L'équipe du *Chatelaine*, formée presque exclusivement de femmes, avait sensiblement les mêmes questionnements et intérêts que ses lectrices, ce qui peut avoir contribué aux discussions et aux échanges. Même si les sujets abordés ne convenaient pas toujours à l'opinion publique, l'équipe de rédaction travaillait toujours à promouvoir des sujets chers aux femmes. « La revue entend, envers et contre tous, donner priorité aux droits des femmes et aux lectrices ; elle désire les accompagner dans leur prise de conscience et défendre leur intérêt. »[90] La participation des lectrices était un gage de succès du magazine, encourageant ces dernières à faire entendre leur voix à l'aide du courrier des lectrices ou de concours. En tentant de définir le concept de communication de masse, Mary Vipond explore une définition de *Webster* selon laquelle la communication serait « *a process by which information is exchanged between individuals through a common system of symbols, signs or behavior.* » Elle note que le mot *communication* provient du mot latin *communico* signifiant partager avec les autres, consulter, unifier et participer.[91] Les médias de masse possèdent donc cette capacité d'échange et de partage qui se développe en symbiose avec le lectorat. Dans *Chatelaine*, cette communauté active était formée d'un groupe assez hétérogène de femmes, alimentant davantage les discussions.[92] Des Rivières note que les sujets des nouvelles publiées dans *Châtelaine* tournent souvent autour « d'une double problématique : les rapports de couple et le rôle social des femmes : elles s'inscrivent le plus souvent dans un cadre d'amour de couples, de mariage et de vie domestique. »[93] Ces sujets traditionnellement féminins ne s'écartent pas des conventions sociales de l'époque et respectent les principales valeurs partagées

---

[90] Marie-José des Rivières, *op.cit.* p.123.
[91] Mary Vipond, *op.cit*, p.100.
[92] Valerie J. Korinek, *op.cit.* p.374.
[93] Marie-José des Rivières, *op.cit.* p.125.

par les lectrices. En conclusion, Des Rivières précise que ce magazine s'adresse à un grand public et doit ainsi attirer le plus de lectrices possibles, ce qui signifie se soumettre aux lois du marché sans bousculer le lectorat.

Quelques études se sont penchées sur le contenu de *La Revue moderne* dont le rapport de recherche de Caroline Bédard *L'expérience quotidienne des Québécoises francophones pendant la Deuxième Guerre mondiale vue à travers La Revue populaire et La Revue moderne.*[94] Son étude cherche à retracer « l'implication des femmes des classes moyennes et bourgeoise dans l'effort de guerre »[95] à travers les publicités et les articles de *La Revue moderne* et de *La Revue populaire*. Dans les deux cas, les revues conservent une attitude assez conservatrice et promeuvent les rôles traditionnels féminins comme la maternité et la cuisine. Bédard note que certains changements s'opèrent néanmoins durant la guerre et que ces transformations se font ressentir dans les magazines. Cette étude porte cependant sur une période ultérieure à mon corpus. Se démarquant par son sujet de recherche, « *La Revue moderne* et le nationalisme, 1919-1920 »[96] se concentre sur les premières années de *La Revue moderne* et sur son contenu à caractère politique. Jean-Christian Pleau se penche sur le rôle de Madeleine dans la promotion d'idées mondaines et intellectuelles. Il trace d'abord un portrait de Madeleine puisqu'il considère que celle-ci reste plutôt méconnue, malgré son importance dans le milieu journalistique féminin. En tant que directrice de la revue, elle occupe déjà une place inhabituelle pour une femme en plus de « s'aventurer très

---

[94] Caroline Bédard, *L'expérience quotidienne des Québécoises francophones pendant la Deuxième Guerre mondiale vue à travers La Revue Populaire et La Revue moderne*, Rapport de recherche, Maitrise en histoire appliquée, Université du Québec à Montréal, 2011, 158p.
[95] *Ibid.*, p.122.
[96] Jean-Christian Pleau, « *La Revue moderne* et le nationalisme, 1919-1920 », *Mens,* vol 6, no 2, 2006, p.205-237.

loin de l'espace féminin » sans hésiter « à prendre parti sur des questions politiques. »[97] La plupart du temps, elle conserve cependant dans ses écrits un ton sentimental et moralisateur ainsi que des thèmes traditionnellement féminins. Sous forme d'animatrice, Madeleine orchestre les discussions d'un certain groupe d'écrivains partageant des idées communes et appartenant « à un même réseau de sociabilité centré autour du salon de Madeleine. »[98] Dans les plus récentes études utilisant *La Revue moderne*, il faut souligner « Le magazine canadien-français, entre engagement et divertissement. *La Revue populaire* et *La Revue moderne* au sortir de la guerre (1919) » d'Adrien Rannaud[99], abordant également les premières années dirigées par Madeleine à *La Revue moderne*. Grâce au réseau élitiste tournant autour de Madeleine, la crédibilité du magazine se bâtit rapidement et « *La Revue moderne* est vouée à circuler dans toutes les sphères, de la scène littéraire canadienne-française au foyer. »[100] « Inspiratrice et amie », Madeleine crée une relation affective avec le lecteur, donnant cette impression de « réunion littéraire » ou de « salon ».[101] La place accordée aux femmes et au féminin dans *La Revue moderne* s'enligne avec l'objectif du magazine souligné par Rannaud qui est « de contribuer à la modification des pratiques d'écriture et de lecture des femmes au Canada français. »[102] Malgré les visées élitistes de la revue, elle deviendra un média de masse rempli de publicités et centré sur des articles touchant à des sujets traditionnellement plus « féminins ».

---

[97] *Ibid.*, p.209.
[98] *Ibid.*, p.210.
[99] Adrien Rannaud, « Le magazine canadien-français, entre engagement et divertissement. *La Revue populaire* et *La Revue moderne* au sortir de la guerre (1919) », 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 XXe siècle*, Québec, Codicille, 2018, p. 29-53.
[100] *Ibid.*, p.43.
[101] *Ibid.*, p.43.
[102] *Ibid.*, p.49.

Les années 1920 sont le fruit de plusieurs transformations sociales et culturelles au Québec, de même que dans plusieurs pays du monde. Ces transformations sont perçues comme étant interreliées par Faye Hammill et Michelle Smith dans *Magazines, Travel, and Middlebrow Culture. Canadian Periodicals in English and in French 1925-1960.*[103] En étudiant divers médias imprimés, soit *La Revue populaire*, *La Revue moderne*, *Mayfair, Chatelaine*, et *Canadian Home Journal*, les auteures développent l'idée selon laquelle l'utilisation du mot « *middlebrow* » qui apparait dans les années 1920 au cœur des études sur la culture, provient de l'émergence de cette nouvelle classe moyenne dont les aspirations sociales, intellectuelles et matérielles prennent de l'ampleur dans la société. C'est au même moment que le magazine commercial prend de l'importance au Canada et se multiplie dans les foyers canadiens.[104] Hammill et Smith s'intéressent à la relation entre cette *middlebrow culture* et le contenu des périodiques. Le concept de *middlebrow* se traduit par la façon dont les individus consomment la culture, mais le terme désigne aussi la manière dont circule et est reçue cette culture.[105] Le chapitre « *Fashion* », portant sur la relation entre la mode et le voyage dans le discours des magazines canadiens est particulièrement intéressant pour mon propos.[106] À travers les pages des magazines, les lecteurs peuvent connaitre les nouvelles tendances qui sont la plupart du temps, étrangères, notamment de Paris. Les unes et les illustrations stylisées inclues dans les magazines présentent la mode comme une forme d'art qu'il convient d'admirer et d'observer de loin puisque la plupart des lectrices de *La Revue moderne*, de *La Revue populaire* et du *Canadian Home Journal* confectionnaient elles-mêmes leurs vêtements et les vêtements de la famille, se basant

---

[103] Faye Hammill et Michelle Smith, *Magazines, Travel, and Middlebrow Culture. Canadian Periodicals in English and in French 1925-1960,* Edmonton, University of Alberta Press, 2015, 256p.
[104] *Ibid.,* p.1.
[105] *Ibid.,* p.10.
[106] *Ibid.,* p.109.

sur les modèles vus dans ces magazines. Cette distance face à l'univers de la mode, particulièrement face à la haute couture, est accentuée par l'aspect fantaisiste et théâtral de cette dernière. « *Those readers who could not, in reality, hope to travel to these places might at least acquire knowledge of them* [...] ».[107] Paraissant éloignée, la mode acquiert ce statut privilégié et permet à la lectrice des magazines de voyager à travers ses images.[108]

Puisque mon objet d'étude, *La Revue moderne*, est un média de masse appartenant au genre du magazine, il convient d'établir ce que j'entends par « magazine populaire ». Emprunté à l'anglais, le mot « magazine » provient du mot « magasin », d'abord utilisé pour définir un « ensemble, arsenal d'informations ».[109] Selon Gilles Feyel, il faut attendre les années 1830 pour voir les magazines diversifier leur contenu et du même coup se tourner vers un public plus large.[110] Le magazine moderne se caractérise non pas par l'encyclopédisme des premiers magazines du XIXe siècle, mais bien par une certaine spécialisation du contenu.[111] Zoë Tousignant associe l'émergence du magazine populaire ou à grand tirage avec l'industrialisation, l'augmentation fulgurante de la population canadienne en plus de son urbanisation et d'une hausse de l'alphabétisation. « Les magazines à grand tirage n'auraient pu prospérer sans la présence d'une classe moyenne et ouvrière appropriée et d'un public majoritairement urbain. »[112] Selon Des Rivières, Gerson et Saint-Jacques, le magazine populaire se caractérise d'abord par un important tirage, un grand format, du papier glacé, la

---

[107] *Ibid.*, p.109.
[108] *Ibid.*, p.119.
[109] Jean-Pierre Bacot, *op.cit.* p.11.
[110] Gilles Feyel, *op.cit.* p.22.
[111] *Ibid.*, p.26.
[112] Zoë Tousignant, *op.cit.* p.3.

présence de plusieurs illustrations et une importante quantité de publicités.[113] Il ne faut pas oublier que ces magazines ont avant tout des visées commerciales et ainsi ils désirent atteindre le plus de lecteurs possibles.[114]

Le développement de la presse féminine est intimement lié à la publicité. Composant aujourd'hui près de la moitié du contenu des magazines féminins, la publicité occupe depuis longtemps une place importante dans les pages de ces revues. La synthèse des tendances que traçaient Marie-José des Rivières et Denis Saint-Jacques en 2013, dans *État présent des recherches sur l'histoire du magazine au Québec*[115], établit un portrait général des études sur l'histoire du magazine. Cette synthèse peut servir d'outil de référence sur les sources traitant de l'histoire de ce média imprimé. La section sur les publicités dans les magazines touche particulièrement *La Revue moderne*. Intimement liée au développement de ce nouveau média de masse, la publicité dans la presse a fait l'objet d'un colloque durant lequel les chercheurs se sont questionnés sur l'importance de la manipulation idéologique dans les magazines canadiens-français à travers la réclame et la littérature.[116] Alors que les sujets des romans inclus dans les magazines féminins tournent autour de passions amoureuses, la publicité indique ce qu'il faut consommer et comment faire pour s'assurer de trouver l'amour. Des Rivières et Saint-Jacques nomment « piège à mariage moderne » ces fictions parsemées de réclames sur des produits divers allant des crèmes amincissantes aux produits pour entretenir les planchers de la maison. La publicité joue ici un rôle primordial auprès du lectorat dans sa relation avec le contenu du magazine.

---

[113] Marie-José des Rivières, Carole Gerson et Denis Saint-Jacques, *op.cit.* p.263.
[114] Zoë Tousignant, *op.cit.* p.3.
[115] Marie-José des Rivières et Denis Saint-Jacques, « État présent des recherches sur l'histoire du magazine au Québec », *Médias 19* [En ligne], http://www.medias19.org/index.php?id=15551
[116] *Ibid.*.

D'autres auteurs se sont intéressés à la publicité dans les médias imprimés. Sébastien Couvrette s'intéresse à la vision de la société offerte par la publicité, non pas dans les magazines, mais dans les grands quotidiens. Il étudie ce message offert en particulier aux hommes et aux femmes ainsi qu'à la famille. La place de la publicité dans la société n'a pas toujours été aussi importante ni aussi imagée. C'est l'image dans la publicité qui transforme le visage des médias puisqu'elle était auparavant transmise de façon écrite dans la presse. Les premières agences de publicité naissent aux États-Unis dans les années 1840 alors qu'au Canada, c'est un employé du *Mail* de Toronto, Anson McKim, qui fonde la première agence de publicité en 1889.[117] Afin de s'assurer d'une relève qualifiée, le HEC offrira par la suite des cours de publicité dès 1910.[118] La publicité moderne, telle qu'on la conçoit aujourd'hui, nait au début du siècle alors que se développent les grandes approches publicitaires comme le « *hard-sell* [qui] prône la stratégie de l'argumentation rationnelle et directe » et « le *soft-sell* [qui] mise plutôt sur l'appel émotionnel et l'humour » développant des mises en scène iconographiques.[119] Ces publicités imagées tentent de convaincre le consommateur qu'il a besoin du produit à travers l'image. Pour Simon Langlois, la publicité joue un rôle primordial dans les changements liés à la famille. La famille québécoise était auparavant centrée sur la privation et l'économie des ressources. Le désir de consommation, entrainé par la publicité, motivera cette dernière à rechercher toujours plus.[120]

---

[117]Sébastien Couvrette, *Le récit de la classe moyenne*, Leméac, Montréal, 2014, p.19.
[118]Yvan Lamonde, *op.cit.* p.108.
[119] Sébastien Couvrette, *op.cit.* p.21.
[120]Simon Langlois, *op.cit.* p.941.

Sans en faire le cœur de leur recherche, plusieurs études sur la publicité ont utilisé *La Revue moderne* pour alimenter leur corpus. La longévité du magazine lui a probablement valu d'être cité à plusieurs reprises, étant un incontournable lorsqu'il s'agit de magazine féminin au Québec. La publicité étant beaucoup plus abondante après la Seconde Guerre mondiale, les chercheurs se sont jusqu'ici majoritairement attardés à cette période. Caroline Bergeron concentre son étude sur les loisirs et leur promotion en tant qu'objet de consommation en étudiant principalement les publicités et quelques articles parus dans *La Revue moderne* puis dans *Châtelaine* entre les années 1945 et 1969.[121] Son étude se concentre sur les loisirs représentés dans la revue plutôt que sur le magazine lui-même. Elle tente de démontrer comment ces représentations influencent la famille et modifient ainsi le rôle de chacun au sein de celle-ci. Les loisirs sont ici évalués comme n'importe quel produit prêt à consommer. Selon Bergeron, les représentations des loisirs dans les magazines, mais surtout dans les publicités, sont nécessairement porteurs de stéréotypes de genre et de classe. Les publicités valoriseront souvent un statut économique élevé afin de faire la promotion de la prospérité. Dans l'univers publicitaire, le succès se mesure par ailleurs selon les biens possédés. Couvrette abonde dans le même sens. La publicité miserait sur l'importance d'une apparente réussite sociale obtenue grâce aux produits achetés.[122] Bergeron note que les publicités présentent souvent les femmes dans le milieu domestique, accompagnées de leurs enfants.[123] Les femmes, les hommes, les enfants et les ainés ont tendance à occuper les mêmes rôles d'une publicité à l'autre peu importe le produit vendu. Même lorsqu'il s'agit de vacances ou d'activités sportives, les femmes semblent

---

[121]Caroline Bergeron, *« En vacances...en voiture...en Pontiac !» Les représentations de genre à travers les loisirs dans la Revue moderne et Châtelaine, 1945-1969,* maitrise M.A (histoire), Université de Montréal, juin 2014, p.2.
[122] Sébastien Couvrette, *op.cit.* p.69.
[123]Caroline Bergeron, *op.cit.* p.13.

toujours représentées dans leur rôle d'épouse et de mère, très peu en action, mais plutôt présentes afin d'accompagner leur famille.[124] Au Québec, les élites espèrent d'ailleurs faire revenir les femmes à la maison après la guerre en valorisant les tâches reliées à la maternité.

Le livre *Rouge à lèvres et pantalons, des pratiques esthétiques féminines controversées au Québec* est une version remaniée de la thèse de doctorat en ethnologie de Suzanne Marchand. Elle se concentre sur l'influence des médias québécois sur les normes d'apparence féminines durant les années 1920 et 1930[125]. Elle se sert de *La Revue moderne* et de deux revues religieuses officielles des diocèses de Montréal et de Québec. Les travaux de Marchand placent la présence centrale des médias dans la construction des normes sociales et des pratiques esthétiques à travers les transformations des valeurs québécoises. La grande diffusion des magazines féminins permet aux Québécoises d'être au goût du jour quant à la mode, au style et aux conventions sociales. L'industrialisation apporte un changement radical dans l'expression de la beauté. Il est désormais impossible de distinguer la classe sociale d'un individu en se promenant dans la rue. L'uniformisation du vêtement entrainera également le culte du corps et ainsi, la minceur, le hâle, l'hygiène et la jeunesse deviendront les nouveaux déterminants de la beauté féminine.[126] Marchand précise néanmoins qu'il ne faut pas perdre de vue que la lectrice moyenne des revues de beauté ne pouvait avoir les moyens d'adopter toutes les modes et qu'en général, les produits présentés sont bien souvent hors budget. La réalité sociale, bien que semblable, diffère légèrement de l'image projetée dans les médias. Couvrette place la réalité publicitaire comme étant une réalité normative, « une version standardisée du réel au service d'un

---

[124] *Ibid.*, p.32.
[125] Suzanne Marchand, *op.cit.* 162p.
[126] *Ibid.*, p.16.

idéal social. »[127] S'appuyant sur les propos de McLuhan, Couvrette décrit l'utilisation des médias dans une société industrialisée comme des outils de représentations idéalisées de la société. La multiplication des modèles réels dans la presse grâce au développement de la photographie contribue également à alimenter l'intérêt pour l'apparence et ainsi de la normaliser de plus en plus. Ces femmes considérées comme des modèles de beauté se retrouvent autant dans la presse qu'au cinéma et donc, deviennent des figures omniprésentes pour les Québécoises. Marchand mentionne également que le passage de l'illustration vers la photographie accentue le besoin de ressembler à ces modèles réels et peut même entrainer des sentiments de honte et d'échec envers celles qui ne correspondent pas aux normes établies.[128]

Selon Marchand et Couvrette, l'urbanisation du Québec peut également avoir joué un rôle dans l'attention accordée au paraître. Durant la décennie 1920, Marchand note un intérêt de plus en plus marqué pour la beauté esthétique notamment par la multiplication des miroirs dans les foyers québécois.[129] La production industrielle elle-même aurait son rôle à jouer dans ce nouveau culte du corps synonyme de beauté. En effet, ce nouveau culte de la jeunesse et du corps se rattache aux exigences du travail en usine. L'industrialisation demande effectivement un travail de plus en plus efficace. Les grandes compagnies vont prioriser des employées rapides et endurantes à des femmes ayant acquis de l'expérience et des connaissances. De plus en plus de jeunes filles, même celles appartenant à des familles plus aisées, travaillent avant de se marier. Bien que la plus grande partie de ce revenu soit destiné à soutenir la famille de ces jeunes filles, une certaine partie leur permet néanmoins une certaine indépendance

---

[127]Sébastien Couvrette, *Un discours masculin sur la société : la publicité dans les quotidiens québécois des années 1920 aux années 1960,* Ph. D. (histoire), Université du Québec à Montréal, 2009, p.17.
[128]Suzanne Marchand, *op.cit.* p.57.
[129]*Ibid.*, p.27.

économique.[130] Couvrette renchérit sur l'image que doivent donner les femmes afin de préserver les apparences de la santé et de la réussite sociale de sa famille. Réclamées pour l'effort de guerre dans les années 1940, les femmes devaient donner du temps en usine tout en conservant les apparences d'une santé impeccable. Couvrette remarque que la publicité durant la Seconde Guerre mondiale insiste particulièrement sur l'importance d'une bonne santé.[131] Outre la période de guerre, les jeunes travailleuses appartenant à la classe moyenne sont représentées selon les rôles d'infirmière, institutrice, sténographe, hôtesse de l'air ou encore téléphoniste.[132] La figure de l'employée de bureau est intimement liée aux aspirations de la classe moyenne qui se refuse d'être associée à l'image de l'ouvrier.[133] Tout ce qui est associé aux tâches ménagères préindustrielles est perçu comme dégradant. La publicité montre qu'avec la consommation de nouveaux produits accessibles à la classe moyenne, les travaux domestiques ne sont désormais plus aussi épuisants qu'ils avaient pu l'être, entraînant ce nouveau culte du corps.

* * *

L'ensemble des études analysées précédemment présente les différentes facettes des recherches entourant le thème de la presse, des images et des femmes. De nombreuses recherches abordent la question du visuel dans les médias imprimés dont plusieurs autour de l'univers publicitaire. Comme le démontre l'historiographie, aucun chercheur ne s'est spécifiquement intéressé aux images hors-publicité produites par les magazines s'adressant aux femmes. Certaines études se sont effectivement intéressées à l'univers des magazines en se concentrant toutefois sur le contenu textuel sans aborder

---

[130] *Ibid.*, p.65.
[131] Sébastien Couvrette, *op.cit.* p.103.
[132] *Ibid.*, p.120.
[133] *Ibid.*, p.68.

les images. Quelques chercheurs se sont attardés aux images imprimées, sans qu'elles ne soient toutefois publiées dans des magazines féminins. Pourtant des chercheurs comme Peter Burke et Annie Duprat démontrent la pertinence d'utiliser et d'étudier les images en histoire.

1.2 Problématique

L'omniprésence du visuel, que ce soit sur papier, sur affiches publicitaires ou sur l'écran démontre l'importance de l'image dans la culture de masse[134]. Considérée comme un des principaux supports de la culture populaire à partir du XIXe siècle, l'image offre un autre regard sur les idées, les attitudes et les mentalités. Puisque les magazines féminins se positionnent comme étant d'importants témoins de l'émergence de la culture de masse, il convient donc d'en étudier le contenu. Or, les images sont omniprésentes dans les pages de *La Revue moderne* et puisqu'elles possèdent un message à communiquer, il m'apparaît plus que pertinent d'en faire l'analyse.

De plus, les images permettent de simplifier une idée ou un discours en communicant efficacement les détails d'un processus complexe.[135] En un seul coup d'œil, il est possible de capter l'essence de l'image ou de comprendre un concept impossible à décrire textuellement de façon aussi claire. C'est particulièrement le cas lorsqu'on veut traiter de culture matérielle, comme de mode, de photographie et d'arts graphiques. L'image permet de traduire rapidement une idée et d'attirer par le fait même l'attention du spectateur. La fondatrice de *La Revue moderne*, Anne-Marie

---

[134] Peter Burke, *op.cit.* p. 81.
[135] *Ibid.*, p.83.

Gleason, est par ailleurs convaincue que les images et plus spécifiquement leur beauté seront le gage du succès de son magazine :

> Notre première page, si artistique de pensée et d'exécution, nous a déjà valu de précieuses adhésions chez les clients où nous l'avons présentée. Elle continuera d'attirer la clientèle qui se laisse tout d'abord prendre par les yeux ; l'esprit suivra, et puis le cœur. [...] Nos gravures seront toujours choisies parmi les chefs d'œuvre de l'art, de sorte que nos lecteurs réuniront à la fin de l'année, douze « sujets » empruntés aux plus grands artistes. [136]

Afin de comprendre le rôle de l'image dans la diffusion d'un message, j'analyserai *La Revue moderne*, créée en 1919 par Anne-Marie Gleason sous le pseudonyme de Madeleine. C'est entre autres grâce à la fortune de son mari, le médecin Wilfrid-Arthur Huguenin, que Madeleine peut se permettre de créer *La Revue moderne*, alors qu'elle mise sur sa notoriété comme journaliste à *La Patrie* pour en assurer le succès.[137] Ce magazine s'adresse d'abord à une certaine élite intellectuelle, et son sous-titre « Littérature, politique, arts » donne le ton à l'orientation initiale de la revue : « *La Revue moderne*, espère, en plus, toucher un public distingué. »[138] L'aspect politique de la revue perdra peu à peu de son importance avec les années pour laisser place à des articles non conflictuels dans lesquels on retrouve de « l'information culturelle, touristique et sociale, des rubriques féminines, plusieurs pages de roman sentimental ».[139] Cette revue regorge d'images – illustrations, photographies et publicités - dès sa parution. La première édition de novembre 1919 présente déjà une section féminine appelée « Fémina » dans laquelle la lectrice peut retrouver des pages de mode, de courts

---

[136] Madeleine, « S'unir pour grandir », *La Revue moderne*, no1, novembre 1919, p.9.
[137] Adrien Rannaud, *op.cit.* p.41.
[138] Marie-José des Rivières et Adrien Rannaud, « 1919. Madeleine lance *La Revue moderne* » dans Marie-José des Rivières et Denis Saint-Jacques (dir). *De la belle époque à la crise*, Montréal, Nota Bene, 2015, p.224.
[139] *Ibid.*, p.227.

textes littéraires, un courrier du cœur tenu par Madeleine, ainsi qu'un « roman du mois » sans oublier les nombreuses réclames qui accompagnent les articles.[140] Après le départ de Madeleine à la direction de *La Revue moderne* en 1928, c'est d'abord Robert Choquette qui occupera le poste de directeur, puis Jean Bruchési prendra le relais. Malgré quelques difficultés dans les années 1930, le succès de *La Revue moderne* la porte jusqu'en 1960 où elle est finalement achetée par la compagnie torontoise Maclean, qui choisit d'en faire la version francophone de la revue *Châtelaine*.

Dans la première édition de *La Revue moderne,* Madeleine se positionne sur ses valeurs, mais aussi sur la question nationale, un sujet politique prenant de l'ampleur après la Première Guerre mondiale : « selon la directrice, le désir d'un consensus est commun à tous, au sortir d'une guerre qui " nous a tué nos enfants pour un idéal de justice et de liberté " ».[141] Madeleine, dans son rôle de directrice, prend parti sur les questions politiques qui animent les salons et les journaux de l'époque. Hammill et Smith qualifient « d'attaques virulentes » les propos tenus par la revue au sujet du nationalisme.[142] Selon Jean-Christian Pleau, le premier éditorial témoigne de l'intention de Madeleine de critiquer le nationalisme « et d'en appeler à un idéal de concorde et d'union pancanadienne. »[143] Madeleine perçoit la nécessité de réunir tous les gens de lettres, peu importe leur provenance. Ainsi, elle désire faire de *La Revue moderne* un espace médiatique d'union et de discussion dans lequel l'élite intellectuelle représente le Canada-français. Des Rivières et Rannaud notent que l'héritage laissé par

---

[140] *Ibid.,* p.221.
[141] Adrien Rannaud, *op.cit.* p.42.
[142] Faye Hammill et Michelle Smith, *op.cit.* p.28.
[143] Jean-Christian Pleau, *op.cit.* p.207.

Madeleine à la revue est marqué sous le sceau « fierté canadienne-française et désir d'une langue française bien parlée, tolérance [et] éducation [...]. »[144]

Madeleine a peut-être raison quand elle affirme que les pages couvertures colorées attirent les lectrices par leur beauté et invitent ces dernières à se procurer le magazine. La lectrice était-elle transportée dans une expérience visuelle lorsqu'elle consultait *La Revue moderne* ? Mon étude vise à décoder le message contenu dans ces images. L'analyse des images permettra d'apporter des précisions sur l'expérience de lecture possible d'un magazine féminin comme *La Revue moderne* et ainsi de mieux comprendre à quoi pouvait être exposée la lectrice d'une telle revue. Quelle image de la femme, de la famille et des enfants l'iconographie renvoie-t-elle ? Quelles sont les valeurs véhiculées par les représentations iconographiques proposées dans les pages de *La Revue moderne* ? Selon Madeleine, c'est la beauté des images qui favorisera la lecture du magazine. Comment l'image peut-elle servir le magazine ? Bien que les magazines ne représentent pas la réalité, ils projettent néanmoins une image de celle-ci. Quels reflets de la société cette iconographie représente-t-elle ? Ces questions permettront de dresser un meilleur portrait de la réalité présentée dans les magazines féminins à une époque où se développent les médias de masse. L'utilisation de *La Revue moderne* en tant que corpus iconographique se justifie entre autres par la quantité d'images qui la compose, occupant une place importante à travers les articles. La longue période durant laquelle la revue a été produite ainsi que son tirage important démontre son importance dans la vie des Canadiennes françaises et ainsi mieux comprendre ce qui était attendu des femmes lisant un magazine féminin comme *La Revue moderne.*

---

[144] Marie-José Des Rivières et Adrien Rannaud, *op.cit.* p.229.

Puisque la revue s'inscrit dans la vie des lectrices sur une base quotidienne, je m'intéresse à sa façon de s'ancrer dans la réalité de son temps. La période étudiée se situe dans l'entre-deux guerres, une période forte en terme de bouleversement sociaux, économiques et culturels. Comment certains événements marquants, comme la Crise économique qui débute en 1929, se traduisent-ils dans les images du magazine ? La lectrice du magazine a-t-elle un sentiment de réalité lorsqu'elle feuillette les pages de *La Revue moderne* ? Peut-on croire à une certaine idéalisation de la bourgeoisie ? À partir de 1928, Madeleine prend du recul dans la conception du magazine et s'efface de la direction. Peut-on percevoir l'implication de Madeleine – et son retrait graduel - à travers les images ?

1.3 Méthodes et sources

Mon étude couvre une période de 19 ans, soit de 1919 à 1938. La création du magazine se situe en novembre 1919, je retiens donc cette date comme point de départ. Interrompue durant 5 mois, la revue n'est pas publiée de décembre 1938 à avril 1939. Lorsque le magazine reprend ses activités, la nouvelle direction transforme complètement sa signature graphique. Ainsi, puisque cette perturbation marque un point tournant dans l'évolution du magazine et principalement de son visuel, je terminerai mon analyse à l'édition de d'octobre 1938.

Le corpus étudié se compose de 39 éditions de *La Revue moderne*, selon un échantillon construit de la façon suivante : débutant avec la première édition de novembre 1919, deux éditions par année ont par la suite été sélectionnées, en prenant soin de conserver une distance de 5 mois entre elles. Par exemple, l'édition d'avril 1920 est suivie de décembre 1920 alors qu'en 1921, on retrouve les éditions de janvier et de mai. Puisque l'échantillon débute avec le mois de novembre, le mois de décembre de

l'année suivante a été retenu. Les éditions retenues sont donc les suivantes : novembre 1919, avril et décembre 1920, janvier et mai 1921, février et juin 1922, mars et juillet 1923, avril et août 1924, mai et septembre 1925, juin et octobre 1926, juillet et novembre 1927, août et décembre 1928, janvier et septembre 1929, février et octobre 1930, mars et novembre 1931, avril et décembre 1932, janvier et mai 1933, février et juin 1934, mars et juillet 1935, avril et août 1936, mai et septembre 1937, juin et octobre 1938. Cet échantillon permet de couvrir toutes les années du corpus et tous les mois de l'année ; il permettra de mesurer les variations saisonnières et mensuelles.

Toutes les éditions de *La Revue moderne* sont disponibles en téléchargement libre sur le site de Bibliothèque et Archives nationales du Québec.[145] Le travail de recherche est donc grandement facilité grâce à la numérisation de ce corpus, par contre l'expérience de lecture est quelque peu modifiée puisqu'il est impossible de poser notre regard sur le format original de la revue, la texture du papier, le poids du volume. Je ne retiens à des fins d'analyse que le visuel, comprenant les photographies, les illustrations, et les pages frontispices. Je porterai une attention particulière aux pages frontispices, leur accordant une place centrale dans mon analyse puisqu'elles sont la vitrine de la revue, le premier contact, celui avec lequel débute l'achat et la lecture de *La Revue moderne*.

Comprenant un nombre variable d'images, chaque édition retenue de *La Revue moderne* a été analysée afin de découvrir ce que les illustrations et les photographies ont à raconter. À titre d'exemple, l'édition d'avril 1920 comprend 27 pages illustrées sur 84 pages (comprenant les pages couvertures), alors que l'édition de décembre 1928

---

[145] Collection numérique, BANQ, http://www.banq.qc.ca/collections/collection_numerique/journaux-revues/index.html .

en comporte 13 sur 60 pages. En m'inspirant du travail de Peter Burke sur l'analyse iconographique, mon étude vise à faire ressortir ce que les images révèlent ou impliquent sur les idées, les attitudes ou les mentalités véhiculées par *La Revue moderne*.[146] Le contexte de création de ces images ainsi que l'environnement dans lequel elles évoluent, soit les articles qui les encadrent, doivent être pris en compte dans leur analyse. Comme Annie Gérin l'explique dans son travail sur l'iconographie humoristique, les images ne sont pas des « *stand-alone pieces* », soit des entités individuelles ; elles s'incluent dans une page, juxtaposées à un titre, des paragraphes, d'autres images et ainsi elles s'intègrent à une présentation graphique formant un tout.[147] Je porterai donc une attention particulière aux articles rattachés aux images dans l'étude que je ferai de l'iconographie de *La Revue moderne*. Chaque image a été insérée dans une grille d'analyse regroupant plusieurs sections. Une première section établit de quel type d'images il s'agit et a une fonction plus descriptive alors qu'une deuxième section de la grille d'analyse traite plus spécifiquement de l'iconographie des images. Les catégories vont comme suit : dates, pages, description de l'image, environnement[148], s'il y a ou non présence d'un personnage, inspiration (national ou international), articles rattachés[149], médium (photographie ou illustration). Le nom de l'artiste, s'il est disponible, a également été inscrit dans la grille. Les unes se retrouvent également dans cette grille d'analyse où les couleurs sont annotées. Si d'autres pages comportent des couleurs, j'ai pris soin de les souligner. La deuxième section de la grille

---

[146] Peter Burke, *op.cit.* p.81.
[147] Annie Gérin, *op.cit.* p.169.
[148] Il s'agit ici de déterminer où se situe la scène selon le type d'espace : privé (extérieur, intérieur, industriel), naturel, champêtre, public (intérieur, extérieur), urbain, studio.
[149] Les articles rattachés correspondent à ces catégories : roman et fiction, informations pratiques (cuisine, décoration, travaux d'aiguilles, tâches ménagères, santé/beauté), actualité (politique, culturelles), affaires culturelles (théâtre, danse, musique, littérature, cinéma, religion), tourisme/voyage, mondanités/vie d'artiste, univers féminin, mode, une, divertissement (concours, courrier), sciences.

permet d'analyser les images comportant des figures humaines. L'objectif de cette section est d'identifier quels types d'individus se retrouvent majoritairement dans la revue en plus d'identifier leur activité, leur position et les personnages les accompagnant. Les catégories vont comme suit : éditions (date, page), nombre d'individus, âge et sexe, (homme adulte, femme adulte, jeune homme, jeune femme, fillette, garçon, bébé, vieillard, vieillarde), action (passive, active à spécifier) et enfin une catégorie « commentaires » me permettra d'ajouter des spécifications concernant l'image.

Les trois chapitres suivants s'intéressent à l'analyse à proprement dite des images, divisées en trois grandes catégories. Bien que ces trois catégories s'entrecroisent et se chevauchent, les images ont été classées dans une volonté de créer des catégories exclusives à des fins d'analyses. Ces catégories me permettent de tracer un portrait du contenu visuel proposé à la lectrice de *La Revue moderne*. Le chapitre suivant porte sur l'iconographie entourant l'information et il s'intéresse aux images traitant d'actualité, *La Revue moderne* affichant dans son sous-titre son intérêt pour la politique.

CHAPITRE II

ACTUALITÉ POLITIQUE, CHRONIQUE CULTURELLE ET NOUVELLES DU MONDE INTERNATIONAL

La Revue moderne cherche, à travers ses articles et ses thématiques, à rejoindre les lectrices tout en respectant les trois grands objectifs habituellement développés dans la presse, soit *s'informer, s'évader* et *s'instruire*. En général, le contenu des médias répond à ces objectifs dans différentes proportions, selon l'attention accordée à chacun par l'équipe éditoriale. En ce qui concerne *La Revue moderne*, il est possible de regrouper à la fois le texte et les images autour de ces trois objectifs. Puisque presque chaque édition traite dans ses premières pages d'actualité, j'analyserai d'abord les images correspondant à la catégorie *s'informer*. Même si ce n'est pas cette catégorie qui contient le plus grand nombre d'images, son analyse permet tout de même d'avoir un bon aperçu du contenu visuel proposé aux lectrices lorsqu'il s'agit d'information. Comme le démontre Peter Burke, l'image nous transmet une expérience non-verbale[1] qui vise à accompagner le texte. Dans le cas de *La Revue moderne*, les images illustrent souvent les articles traitant d'actualité, bien qu'elles n'apportent que rarement de l'information supplémentaire à la lectrice. Il arrive même qu'une image n'ait aucun lien avec l'article qui semble l'accompagner.

Les images auxquelles je m'intéresse dans ce chapitre sont celles qui accompagnent les articles traitant de l'actualité, qu'elle soit nationale ou internationale,

---

[1] Peter Burke, *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, New York, Cornell University Press, 2001, p.13.

politique, économique ou culturelle. J'ai identifié 95 images associées à l'actualité dans mon échantillon. Ces images ont été identifiées à l'aide de six étiquettes correspondant au thème général de l'article : actualité[2], théâtre, cinéma, musique, littérature et danse.

2.1 Les illustrations

Bien que le médium de la photographie soit le plus utilisé dans les pages traitant d'actualité, la revue publie encore quelques illustrations. Plusieurs d'entre elles sont cependant utilisées comme entête des articles. Ces entêtes présentent les rubriques régulières du magazine, telles que « La Vie Canadienne » ou « Livres et Revues ». Leurs illustrations détaillées et attrayantes habillent le haut de l'article. Les entêtes organisent la page de manière à faciliter la lecture tout en annonçant le sujet du texte. La lectrice peut ainsi en un seul coup d'œil en connaitre la thématique. Le contenu des entêtes peut représenter des personnages exécutant une activité ou encore des objets en lien avec la thématique de l'article. Par exemple, la rubrique sportive présente un entête composé de plusieurs personnages s'adonnant à différents sports pratiqués au Québec, d'un côté des sports d'hiver comme la raquette, le hockey sur glace ou le ski, de l'autre des activités estivales comme le tennis, le golf ou le baseball.[3] Certains de ces sports assez coûteux, représentant davantage un idéal lié à la réussite sociale, ne sont décidément pas accessibles à toutes les lectrices et à leur famille, je retiens entre autre le golf ou le criquet qui sont des sports demandant un équipement de qualité et également un accès à un terrain adéquat. Les rubriques de théâtre et de cinéma possèdent également un entête personnalisé formé par des masques de théâtre féminisés[4] alors que la chronique musicale est coiffée de dessins illustrant des instruments de musique.[5] La rubrique littéraire est représentée par une pile de livres

---

[2] Cette étiquette comprend : l'actualité politique municipale, provinciale, nationale et internationale, l'actualité sportive, l'actualité économique, l'actualité militaire.
[3] *La Revue moderne,* février 1922, p.18.
[4] *La Revue moderne,* juillet 1935, p.6.
[5] *La Revue moderne*, mars 1935, p.9.

dans l'édition de février 1922[6] alors qu'en juillet 1935[7], c'est plutôt l'image de deux personnages, un homme et une femme, lisant sur un sofa qui annonce la chronique littéraire. La femme est élégamment assise, les jambes sur le côté et semble consulter un ouvrage avec des encadrés pouvant être des images. L'homme quant à lui est confortablement installé dans le sofa et tient un livre à couverture rigide. La lecture semble toujours plus légère et élégante quand c'est une femme qui l'effectue comme dans cette édition de juin 1926 où la lectrice, qui semble vêtue d'une robe d'intérieur, est allongée sur un divan dans ce qui pourrait être son domicile, les jambes placées sur le côté (Fig. 2.1).[8] La lecture est ici associée à la détente. Encore une fois, les sujets plus sérieux sont relayés aux hommes. Même la pose du personnage suggère le sérieux de la lecture.

Fig. 2.1: Entête de la chronique littéraire, *La Revue moderne*, juin 1926, p.15

D'autres dessins s'insèrent dans le texte pour accompagner les rubriques sans être nécessairement utilisés en entête, tout en ayant un rapport direct avec le thème de la chronique. Certaines illustrations sont insérées entre les paragraphes. L'édition de décembre 1932 présente quelques exemples d'insertions illustrées dans le texte. Par exemple, l'illustration d'un homme perché sur une échelle, portant l'étiquette

[6] *La Revue moderne,* février 1922, p.16.
[7] *La Revue moderne,* juillet 1935, p.9.
[8] *La Revue moderne,* juin 1926, p.15.

littérature, se retrouve au milieu d'une rubrique littéraire intitulée « Dans le monde des lettres ».[9] Traitant de deux nouveaux genres populaires en Europe, le texte explique comment la « biographie romancée » prend son envol auprès des écrivains de même que le « reportage » provenant de récits de voyage et de notes. Le dessin montre l'homme en complet, mais portant des pantoufles, lisant un livre assis jambes croisées sur le haut d'une échelle. Une étagère remplie de livres constitue l'arrière-plan. Le port des pantoufles suggère que l'homme se trouve dans son domicile. Son costume sous-entend qu'il possède un certain statut social. Avec l'arrivée de l'employé de bureau, symbole de la bureaucratisation du travail, « certains types de vêtement seront intimement associés au statut social. [...] Avec le complet pour homme (*sack suit*) de la fin du XIXe siècle, le prêt-à-porter devient le symbole de la masculinité. [...] Le contraste entre l'élégance du complet et la combinaison de travail des milieux ouvriers vient de renforcer l'image de la distinction des hommes de la classe moyenne. »[10] À la vue de ce costume, la lectrice est en mesure d'identifier le niveau de vie du personnage illustré. Non seulement le complet confirme qu'il n'appartient pas à la classe ouvrière, mais la quantité et la taille des livres se trouvant dans la bibliothèque peuvent laisser à penser qu'il s'agit d'un homme lettré. Le fait que l'homme soit assis en haut de l'échelle symbolise aussi l'idée que la lecture permet de se hisser dans l'échelle sociale.

Dans la même édition de *La Revue moderne*, de petites illustrations du même genre sont insérées dans le texte. Une rubrique intitulée « La Vie Canadienne » présente plusieurs courts articles sur différents sujets d'actualité. Une illustration accompagne chacun des sujets. Un homme, dont la tête disproportionnée regarde une feuille dactylographiée, est assis sur une petite chaise de bureau (Fig. 2.2). Le style n'est pas sans rappeler la caricature. Selon Dominic Hardy, la caricature est utilisée depuis l'Antiquité : « sa raison d'être est liée à l'artiste, qui cherche à produire un

---

[9] *La Revue moderne,* décembre 1932, p.8.
[10] Sébastien Couvrette, *Le récit de la classe moyenne*, Montréal, Leméac, 2014, p.133.

portrait semblable au modèle tout en l'étirant jusqu'à la déformation. »[11] La caricature pouvant servir à des fins moqueuses ou comiques, les intentions de l'artiste quant à l'utilisation de la déformation du réel peuvent varier. Dans le cas de l'homme d'affaires à la tête disproportionnée, l'artiste souhaite alléger la lecture. Le titre de la rubrique « Les Canadiens français et les affaires » s'attaque à l'importance de connaitre la langue anglaise dans le milieu des affaires à l'occasion du centième anniversaire de la fondation du collège de l'Assomption. Installé à son bureau de travail, le personnage est vêtu d'un habit qui ne trompe pas sur sa profession. Malgré le style caricatural du dessin, l'homme est tout de même représenté de façon réaliste. Son visage et le port de son costume démontrent une utilisation modérée de la caricature.

Une autre rubrique, « Livres et écrivains » introduit une dame portant une grande robe, assise les jambes repliées sur un sofa, absorbée dans la lecture d'un livre (Fig. 2.3). La position de la femme est très différente de celle de l'homme en complet. Le type de divan sur lequel est assise la dame propose qu'elle se trouve dans son foyer. Même si elle semble être dans le confort de sa maison, elle porte tout de même des talons hauts. Contrairement au personnage masculin, le dessin ne rappelle pas la caricature. Le traitement graphique de la femme, même s'il ressemble à celui de l'homme, est beaucoup plus délicat. La pose élégante de la femme ainsi que ses habits nous permettent d'identifier son statut social. C'est par son élégance et sa délicatesse que la femme bourgeoise se distingue de la masse. « Cette délicatesse inhérente à la féminité [...] proscrit un traitement humoristique ou caricatural de l'image des femmes dans la publicité qui serait perçu comme vulgaire ou de mauvais goût. »[12] Même si la femme est illustrée dans un style qui rappelle la bande dessinée, le traitement graphique de l'image respecte ainsi les conventions sociales entourant la féminité. De plus, sa

---

[11] Dominic Hardy, « Les collections d'imprimés et les fonds d'archives de BAnQ : des ressources importantes pour l'histoire de la caricature et de la satire graphique québécoises avant 1960 », *Revue de Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, no4, 2012, p.97.
[12] Sébastien Couvrette, *op.cit.* p.89.

taille exagérément petite semble disproportionnée dans cet immense sofa, accentuant sa délicatesse. Cet effet est accentué aux côtés de la taille de la tête du personnage masculin, faisant paraitre la dame encore plus petite.

Fig. 2.2 : Un homme en complet, « La Vie Canadienne », *La Revue moderne*, décembre 1932, p.10

Fig. 2.3 : Une femme lisant, « La Vie Canadienne », *La Revue moderne*, décembre 1932, p.10

Finalement, un âne et un éléphant dessinés sous forme de caricature accompagnent les résultats des dernières élections américaines (Fig. 2.4).[13] Le 10 novembre 1932, les Américains ont élu Franklin D. Roosevelt du parti Démocrate à la tête des États-Unis. Depuis le XIXe siècle, les deux animaux représentent respectivement les deux grands partis politiques américains, soit le parti démocrate et le parti républicain.[14] Dans le cas suivant, il ne s'agit pas de leur représentation habituelle, mais bien d'un croquis rapide illustrant une situation cocasse. L'utilisation de ce genre d'illustration sert évidemment à alléger le texte et à rendre la lecture plus ludique. En choisissant de caricaturer les symboles des deux grands partis américains, l'artiste cherche à se moquer de la situation. Les deux animaux, face à face devant ce qui semble être un jeu de saut en hauteur, sont sur le point de s'affronter. L'article rappelle que « le vote populaire du 10 n'a pas, cette fois encore, fait mentir le dicton

[13] *La Revue moderne*, décembre 1932, p.10.

[14] Élodie Métral, « Élections américaines : l'âne et l'éléphant, symboles des démocrates et des républicains », Le Figaro, http://www.lefigaro.fr/elections-americaines/2016/02/23/01040-20160223ARTFIG00094-elections-americaines-l-ane-et-l-elephant-symboles-des-democrates-et-des-republicains.php , 2016.

qui veut que les Démocrates arrivent au pouvoir lorsque les affaires vont mal. »[15] Il n'empêche que la crise économique sévit encore aux États-Unis et que même si l'éléphant l'a remporté sur l'âne, ce ne sont pas des promesses électorales qui remettront le pays sur pied, comme le démontre la caricature. Il ne faut pas oublier que la revue veut d'abord divertir sa lectrice, même si certaines sections se veulent plus sérieuses. Ce ton léger transparaît dans l'image, alors que le texte raconte quelque chose de plus important.

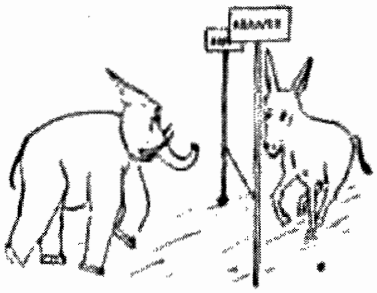


Fig. 2.4 : Les partis démocrate et républicain, « La Vie Canadienne », *La Revue moderne*, décembre 1932, p.10

Dessinés de façon comiques, deux hommes reliés par le fil d'un téléphone qu'ils tiennent à l'oreille forment le bandeau de la rubrique « on dit que… ».[16] Dans cette rubrique se côtoient une nouvelle concernant les divorcées allemandes formant un groupe de soutien, une anecdote sur un père juif voulant faire convertir son fils au catholicisme et enfin une énumération sur ce qu'on retrouve dans le corps humain. Dans les trois cas, l'humour est à l'honneur. La légèreté du ton de l'article est suggérée par le style comique des personnages et amène la lectrice à la détente tout en l'informant. Selon Guillaume Pinson, « l'anecdote propose une petite tranche de vécu mondain qui donne l'illusion de plonger dans le réel, alors qu'en vérité elle est construite sur des conventions et que, selon d'autres conventions, elle circule à travers les esprits et les textes. »[17] L'anecdote du père et du fils nouvellement converti rapporte

[15] *La Revue moderne*, décembre 1932, p.10.
[16] *La Revue moderne*, avril 1932, p.4.
[17] Guillaume Pinson, « Rumeurs et anecdotes : imaginer la mondanité dans la presse, vers 1900 », *Tangence,* 2006, p.87.

une histoire qui pourrait avoir réellement eu lieu. En taisant les noms, il devient impossible de valider l'information. Puisque cette anecdote s'inscrit selon certaines conventions culturelles, elle paraît véridique. Sans que les informations de cette chronique soient forcément fausses, il convient de noter qu'il est fort possible que cette anecdote ait été modifiée ou adaptée. Le symbole du téléphone rappelle la proximité que peut apporter l'anecdote entre la lectrice et l'équipe de rédaction. Donnant l'impression d'avoir téléphoné à une voisine, une amie ou un membre de sa famille, le récit anecdotique « est un acte de connivence entre le journalisme et le lecteur, et par là un acte de socialisation, on apostrophe le lecteur, on le prend à partie. »[18]

2.2 Les portraits photographiques

De manière générale, le nombre de photographies dans l'échantillon tend à augmenter au fil des ans, et ce dans toutes les sections analysées. Ces photographies représentent des portraits, des paysages ou des photographies d'événements. Durant la période analysée, le nombre de portraits diminue par rapport aux autres types de photographies. Vers la fin de la période étudiée, il y a ainsi moins de portraits et davantage de paysages ou de photographies d'évènements. Il est cependant important de garder en tête que les articles liés à l'actualité proposent le plus de portraits aux lectrices. L'échantillon a permis de dénombrer 47 portraits liés à l'actualité, ce qui s'explique par le sujet des articles qui sont souvent centrés autour de personnalités publiques.

Dans mon échantillon, l'édition de mars 1935 compte le plus grand nombre de portraits photographiques, soit sept images. L'utilisation du portrait pour présenter l'information se fait dès avril 1920 avec cinq photographies. Puisque les personnages mis en scène sont des personnes réelles, la photographie est le médium le plus utilisé

---

[18] *Ibid.*, p.95.

dans cette section du magazine.[19] Le choix du portrait sert un but précis, il est utilisé pour susciter l'intérêt de la lectrice afin qu'elle puisse mieux connaitre ou même reconnaitre les protagonistes. La plupart des portraits ne présentent que le buste ou le visage de l'individu. Le cliché est souvent réalisé en studio, ce qui place le personnage hors contexte.

Les portraits reviennent régulièrement dans tous les types d'articles reliés à l'information. Les musiciens, les acteurs ou les auteurs littéraires se retrouvent en vedette des pages consacrées à l'actualité culturelle. Les politiciens, les membres de la royauté ou les militaires sont pour leur part au centre de l'actualité politique. Leurs visages retiennent l'attention de la lectrice, l'informant par le fait même sur quelle personnalité publique sera la « vedette » des prochaines lignes. Par exemple, dans l'édition d'avril 1920, le compte rendu des différents concerts ayant eu lieu dans la métropole est appuyé par les portraits des artistes dont il est question dans le texte.[20] Plutôt que de présenter des photographies du spectacle lui-même, les auteurs du magazine préfèrent l'utilisation du portrait. Il est possible que ce choix soit lié aux moyens technologiques, les clichés instantanés ou spontanés étant plus couteux à obtenir, à développer et à imprimer et le développement de la pellicule photographique pouvant nécessiter un délai. L'existence d'une banque d'images dans laquelle se trouveraient plusieurs portraits officiels de personnalités publiques peut également expliquer la présence importante des portraits. Afin de réduire les coûts, les éditeurs de *La Revue moderne* n'auraient eu qu'à s'approvisionner dans cette banque de

---

[19] Vers la fin du XIXe siècle, on assiste à de colossales avancées technologiques en matière d'impression. C'est entre autre grâce à la presse à cylindre à vapeur que la production des images métamorphose les périodiques. Malgré la capacité des imprimeurs à reproduire facilement des photographies, les magazines ne publient durant ces années que des images en noir et blanc, auxquelles les éditeurs ajoutent parfois certaines couleurs. La mise en page permet cependant une certaine souplesse. Il est ainsi possible d'utiliser des photographies dans les productions imprimées bien avant le début de *La Revue moderne*. Merril Distad, « Les journaux et les magazines » dans Fiona A. Black, Patricia Fleming et Yvan Lamonde. (dir) *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada, vol 2, de 1840 à 1918*, Les presses de l'Université de Montréal, Montréal, 2005, p.311.

[20] *La Revue moderne,* avril 1920, p.17.

photographies afin d'alimenter les pages du magazine. Certaines photographies provenant de films ou de spectacles apparaitront dans l'échantillon plus tardivement.

2.2.1 Le monde international

Certaines actualités internationales provenant principalement de l'Europe ou des États-Unis prennent place dans les pages du magazine. Puisqu'il s'agit le plus souvent de photographies de type portrait, il est difficile pour les lectrices d'identifier la région d'origine du protagoniste en un seul coup d'œil. Très peu d'indices dans l'image permettent effectivement de savoir s'il s'agit d'actualité internationale. J'ai donc identifié ces images selon les informations trouvées dans le titre ou dans l'article. Cependant, dans le cas d'un portrait d'une personnalité de renommée internationale, il est évidemment plus facile d'identifier le personnage. Dans l'échantillon, cinq images se rattachent donc au monde international.

La rubrique *Tour du monde* n'apparait qu'une seule fois dans l'échantillon, en 1935.[21] À cette occasion, un entête arborant un globe terrestre, un sablier, des livres et une carte du monde chapeaute la page, mais ce qui est particulièrement intéressant sur cette page, ce sont les deux photographies glissées parmi les paragraphes. Un portrait de Mussolini dans le feu de l'action (Fig. 2.5) introduit l'article *En Abyssinie*. Vêtu de son uniforme militaire, l'homme politique semble s'exprimer devant la foule, la bouche en mouvement. La légende inscrite sous la photo lance « Mussolini en action… ». Le court article traite des conflits qui subsistent en Afrique liés, entre autres, aux ambitions italiennes. Le choix d'un portrait de Mussolini en pleine action et en uniforme militaire n'est pas anodin, les images des chefs d'État visant à montrer ces individus comme des incarnations d'idées ou de valeurs, ce qui permet de rendre concret un concept qui serait abstrait.[22] L'uniforme rappelle le thème de l'article, mais aussi la puissance du

[21] *La Revue moderne*, mars 1935, p.11
[22] Peter Burke, *op.cit.* p.65

personnage lui-même. Le fait que Mussolini ne soit pas figé dans une pose statique fait également allusion aux activités militaires italiennes sur le territoire africain. Sur la même page, la chronique présente ensuite un autre court article intitulé « Pour la paix de l'Europe ». Une photographie d'Adolf Hitler de plain-pied en habit de soirée (Fig. 2.6) accompagne le texte. Deux bordures lignées encadrent l'image, soulignant l'envergure du personnage au centre de la page. Il serait également possible de croire que cet habillage ait été intégré à la photo pour de pures raisons graphiques d'alignement du texte et de l'image. La légende sous la photo indique « Un homme en habit : Adolf Hitler ». Comme l'indique le texte, les rédacteurs de *La Revue moderne* ne semblent pas inquiets quant à la préservation de la paix en Europe. Le type de photographie confirme également cette information par la position d'Hitler et le choix d'habit de ce dernier. L'habit militaire de Mussolini confirme effectivement son statut de soldat alors qu'Hitler n'est vêtu que d'un complet, dans une pose statique, quasi-noble.

Fig. 2.5 : Mussolini, *La Revue moderne,* mars 1935, p.11

Fig. 2.6 : Hitler, *La Revue moderne*, mars 1935, p.11

Dans cette même section de l'édition de mai 1925, Madeleine rédige elle-même un article de trois pages sur des Canadiens vivant en France.[23] Six portraits accompagnent ce récit de voyage et rassemblent plusieurs personnalités canadiennes : le commissaire du Canada à Paris, Philippe Roy, le commissaire du commerce canadien, le colonel Hercule Barré, l'attaché de la province de Québec alors directeur des étudiants à Paris, le Dr Grondin, l'auteur Marcel Dugas, le jeune écrivain Robert LaRocque de Rocquebrune, et finalement, le pianiste Léo-Pol Morin. Tous ces messieurs ne sont photographiés qu'à partir du buste. Il n'est fait mention d'aucune femme dans cet article. Ces portraits sont insérés dans le texte dans le but de présenter les protagonistes, mais ces images n'apprennent rien à la lectrice sur l'occupation de la personnalité photographiée.

[23] *La Revue moderne*, mai 1925, p.9.

2.3 Les photographies évènementielles

Hormis les portraits et les paysages, les photographies représentant des évènements trouvent aussi leur place dans *La Revue moderne*. Avec le temps, ces images sont plus présentes. Si quelques photographies ont été prises sur le vif, dans la plupart des cas, les poses des protagonistes sont statiques. La plupart des photographies représentent des groupes de personnes bien ordonnés. Pour représenter un évènement, les éditeurs de la revue choisissent parfois une image sans aucun personnage, montrant plutôt l'endroit même où se tiendra l'évènement. Les thèmes de ces articles sont assez variables et passent de la nomination du lieutenant-gouverneur de la province de Québec[24] à une exposition des anciens aux Beaux-Arts.[25] Pour cette dernière situation, l'image choisie présente une vue du coin du salon réservé aux anciens élèves de l'école des Beaux-Arts, prise à l'occasion d'une exposition commune des œuvres des élèves actuels et des diplômés. Aucun individu n'est visible sur cette photographie, la salle d'exposition ne semble occupée que par les tableaux. L'immobilité de l'image rappelle à nouveau l'absence de dynamisme des différentes scènes présentées dans *La Revue moderne.* Dès les années 1895, « tout le monde joue avec l'instantanéité, sans que, pour autant, les amateurs se hasardent à oser des cadrages très neufs ou à cadrer des sujets très inédits. »[26] C'est l'apparition du gélatino-bromure en 1880 qui révolutionne le monde de la photographie en libérant le photographe des contraintes de la pose et en lui permettant de photographier des sujets mouvants sans avoir constamment recours au trépied.[27] La commercialisation de petits appareils portatifs par Kodak, Agfa, Ilford et Geavaert entraine la propagation de la pratique photographique chez les amateurs et dans les familles, participant à « l'expansion de la société des loisirs. Par-delà l'explication historique, il faut également considérer le statut privilégié de ces nouveaux amateurs, pour la plupart des hommes, issus de l'aristocratie ou de la

---

[24] *La Revue moderne*, juin 1934, p.7.
[25] *La Revue moderne,* juillet 1935, p.7.
[26] Michel F. Braive, *L'âge de la photographie. De Nièpce à nos jours,* Éditions de la connaissance, Bruxelles, 1965, p.199.
[27] Clément Chéroux, Vernaculaires. *Essais d'histoire de la photographie*, Le point du jour, 2013, p.83.

bourgeoisie, disposant à la fois de temps et de moyens [...].»[28] Même si la technique le permettrait, *La Revue moderne* ne fournit que très peu de photographies croquées sur le vif, pourtant réalisables depuis la fin du XIXe siècle.

Une des rares représentations de la guerre est publiée en mai 1937 dans un article ayant pour titre « Faucille ou faisceau ? »[29] de Paul Renaud et analysant la situation en Espagne alors en guerre civile. Les nombreuses photographies, s'étendant de manière horizontale sur une double page, sont assemblées afin de former un bandeau graphique (Fig. 2.7). La suite de l'article se retrouve quelques pages plus loin. Le style typographique du titre réalisé à la main détonne également des autres articles. L'utilisation de la double page démontre par ailleurs une certaine aisance graphique, une réalisation de cette sorte nécessitant une maîtrise des procédés d'impression. Cet effet de style dans le titre attire l'œil de la lectrice, qu'on informe d'abord sur le manque d'informations et sur la confusion régnant autour du conflit. L'auteur de l'article précise qu'il est très difficile d'obtenir des renseignements véridiques et que « les Espagnols eux-mêmes sont une bien mauvaise source de renseignements. »[30] L'article présenté dans la revue met en garde la lectrice sur les fausses informations ayant circulé à propos du conflit, puis trace l'état de la situation actuelle. D'abord, Renaud développe sur les problèmes concernant la monarchie constitutionnelle appuyée sur un système de représentation populaire qu'il qualifie d'injuste. L'auteur en profite pour associer le communisme à un « virus » s'infiltrant en Espagne.[31] Il enchaine avec la crise économique qui jette plus d'un tiers de la population dans la misère. Sans mentionner explicitement l'Église, Renaud oppose la droite (les carlistes, les royalistes légitimistes, les nationalistes, les fascistes, les capitalistes et les aristocrates, les grands bourgeois et les propriétaires terriens petits et grands) et la gauche (les anarchistes, les syndicalistes,

---

[28] *Ibid.*, p.87.
[29] *La Revue moderne,* mai 1937, p.10-11.
[30] Paul Renaud, « Faucille ou faisceau ? », *La Revue moderne*, mai 1937, p.10.
[31] *Ibi.,*. p.11.

les socialistes, les nationalistes basques, les séparatistes catalans, le prolétariat agraire et ouvrier) en ayant un parti pris évident pour le parti de droite à qui il reproche cependant de s'être associé aux nazis. L'auteur conclut sa revue de l'actualité espagnole par la condamnation de la guerre et de la violence, entrainant des victimes inutiles tels des vieillards, des femmes et des enfants ainsi que la destruction des villes et des habitations.[32] Correspondant au texte, les images assez sombres montrent des cités en ruines, des migrants se déplaçant avec leurs bagages dans les rues et des soldats en position d'attaque. Les photographies ont toutes été prises hors de l'action elle-même, donnant à l'observateur l'impression d'être arrivé après les affrontements. Les images permettent à la lectrice de mieux comprendre la nature et l'importance du conflit, malgré la distance qui la sépare de cette guerre. De manière générale, il est reconnu que l'image, et principalement la photographie, rend compte de la réalité et donne une certaine tangibilité aux évènements. D'après l'analyse de Bacot sur la presse illustrée du XIXe siècle, la guerre sera l'occasion pour la presse de réaliser les premiers reportages internationaux illustrés et ainsi démontrer l'importance de l'image. « Ce sont les images qui vont commencer, lentement, à contextualiser le conflit [de la Guerre de Crimée] pour les lecteurs et donner à l'illustration une véritable valeur ajoutée. »[33] Ce constat souligné par Bacot est aussi valable pour *La Revue moderne.* Même s'il s'agit ici de photographies et non d'illustrations, l'objectif est le même quant à l'utilisation de l'image. L'auteur essaie d'informer la lectrice sur le contexte du conflit, afin qu'elle puisse mieux comprendre la nature des évènements passés. Cet article constitue une exception puisqu'il expose un conflit, ce qui est peu commun dans les pages de *La Revue moderne,* en plus d'exposer des images qui peuvent paraitre assez dures et négatives pour les lectrices. Même si la violence de la guerre n'est pas explicitement montrée dans les images, il n'empêche que l'on peut ressentir la désolation et la misère des personnages visibles sur les photographies.

---

[32] *Ibid.*, p.22.

[33] Jean-Pierre Bacot. *La presse illustrée au XIXe siècle. Une histoire oubliée*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 2005, p.71.

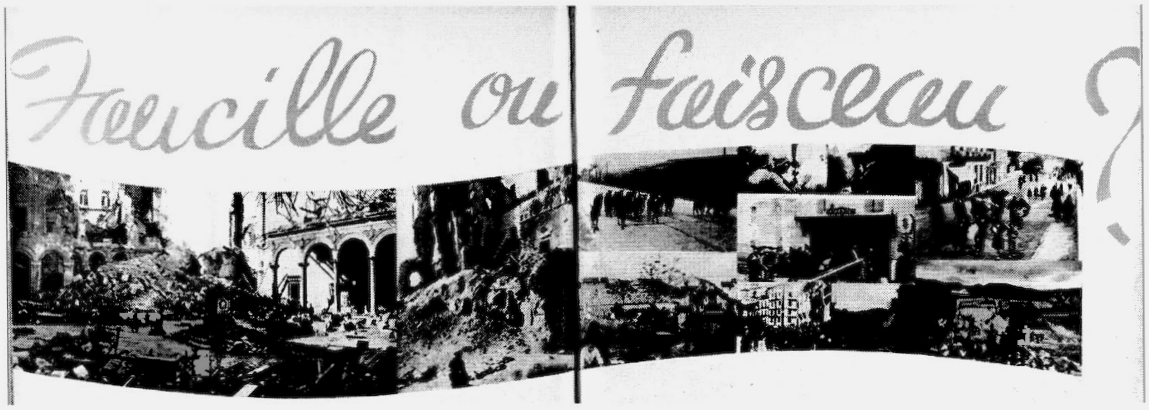


Fig. 2.7 : Photographies du reportage sur la guerre en Espagne, *La Revue moderne*, mai 1937, p.10-11

2.3.1 Les évènements

D'autres images aux thèmes plus particuliers sont utilisées par le magazine pour représenter des évènements. Un article datant d'octobre 1930 concernant un évènement folklorique retient particulièrement l'attention, avec sa série d'images qui s'insère entre deux pages de texte sur le thème de « La Vie Canadienne ».[34] Le but de cette page est d'annoncer la semaine du folklore au Château Frontenac, un évènement commandité par le Canadien Pacifique qui aura lieu durant le mois d'octobre. C'est d'ailleurs la compagnie de chemin de fer qui fournit les images, chacune d'elle étant signée par le C.P.R. (Canadian Pacific Railway) qui est aussi propriétaire du Château Frontenac. Les trois images, qui possèdent leurs propres légendes, se trouvent sur la même page et abordent des aspects du folklore canadien, soit une époque et un style de danse traditionnelle (Fig. 2.8, Fig. 2.9 et Fig. 2.10).

La première image semble être la photographie d'une gravure qualifiée de « fantaisiste » par la légende, bien que l'image ressemble à un tableau. Des personnages autour d'une grande table sont absorbés par la prestation d'une danseuse ; ils sont affublés d'habits traditionnels autochtones qualifiés « d'extravagants » par la légende. La gravure réalisée bien après l'époque représentée démontre davantage la perception

[34] *La Revue moderne*, octobre 1930, p.9.

de l'artiste qu'une représentation fidèle des costumes de l'époque. Les costumes présentés dans les trois images se rapprochent beaucoup plus de l'idée stéréotypée du costume traditionnel, particulièrement dans le cas des habits amérindiens. Bien que le stéréotype exagère en tout temps les caractéristiques culturelles d'un certain groupe d'individus, il n'est jamais complètement faux. Il est le résultat à la fois d'une exagération et d'une omission de certains aspects de la culture étrangère.[35] L'image de « l'autre », de l'étranger, étant alimentée par les stéréotypes et les préjugés, la représentation de l'habit de l'Autochtone est donc nécessairement teintée de l'image mentale des costumes traditionnels autochtones que se fait l'artiste. Ce dernier appartient à une époque antérieure à celle qui est reproduite dans l'image, sa perception est donc nécessairement biaisée par ses propres valeurs et sa propre vision du monde.

Fig. 2.8 : Les célébrations folkloriques, *La Revue moderne*, Octobre 1930, p.9

La deuxième image propose une illustration représentant des personnages dansant et festoyant. L'auteur de cette illustration reste cependant inconnu, bien qu'il soit indiqué qu'elle appartient au Canadien Pacifique. Cette image dépeint « L'Ordre

[35] Peter Burke, *op.cit.* p.125.

de bon temps » fondé en 1606 par Samuel de Champlain à Port-Royal, après un hiver désastreux où plusieurs compagnons sont morts du scorbut à l'ile Sainte-Croix. Il s'agit d'un regroupement de personnes désirant festoyer afin d'oublier les difficultés de l'hiver et de préserver le moral des colons. « Chaque membre, à tour de rôle, se charge de fournir du gibier frais et, en tant que maître d'hôtel du jour, mène la procession des convives jusqu'à la table. »[36] L'ambiance festive est effectivement perceptible dans cette image qui présente les personnages célébrant à la lueur des chandelles. Les personnages sont représentés dans leurs plus beaux habits, coiffés de chapeaux à plumes et de robes de soirée. Puisque la date de production de cette image est inconnue, il est impossible pour l'observateur de rendre compte de l'authenticité de cette scène. De plus, l'illustrateur a fort probablement choisi de représenter les personnages vêtus d'une façon qu'il a jugée acceptable. « *Street scenes show what kinds of people are expected to be visible in public in a given period and culture.* »[37] Malgré l'apparent réalisme d'un croquis dessiné sur le vif, cette image reste une interprétation de l'artiste au moment où ce dernier a réalisé l'œuvre.

Fig. 2.9 : Les célébrations folkloriques, *La Revue moderne,* Octobre 1930, p.9

[36] James H. Marsh, « Ordre de bon temps », *Encyclopédie Canadienne,* 2006, http://www.encyclopediecanadienne.ca/fr/article/ordre-de-bon-temps/ .
[37] Peter Burke, *op.cit.* p.108.

Les personnages de la troisième image se tiennent bien droit et posent pour le photographe. Le groupe est composé d'hommes et de femmes formant une troupe de danseurs et de musiciens ; ils sont, selon la légende, vêtus de costumes traditionnels des « métis » des années 1800. L'information indique aussi qu'il s'agit d'un groupe en provenance de Saint-Paul en Alberta. Cette troupe se donne en spectacle partout où elle va, mais il n'est pas explicitement mentionné s'il y aura une prestation lors de l'évènement organisé par le Canadien Pacifique. Mis à part le violoniste à gauche, tenant son archet et son violon de façon statique, rien dans cette image n'indique qu'il s'agit d'une troupe de danse donnant des représentations. Les danseurs et musiciens se tiennent le dos bien droit, les bras le long du corps ou derrière le dos. Ces individus pourraient tout aussi bien être des acteurs préparant une pièce de théâtre ou encore des personnages lors d'une reconstitution historique. Cette page rappelle à la lectrice de *La Revue moderne* l'importance du terroir et des valeurs traditionnelles qui y sont associées tout en l'encourageant à participer aux célébrations du folklore. Pour les éditeurs, le patrimoine canadien-français, associé aux valeurs traditionnelles, se doit d'être préservé et célébré afin de contrer « l'américanisme » grandissant. Cette même logique sera développée dans les almanachs, encore très populaires à l'époque qui souhaitent aussi s'attaquer à l'américanisation « en y opposant les " vertus " québécoises, incarnés à travers les représentations de l'habitant. »[38]

[38] Hans-Jürgen Lüsebrink, *« Le livre aimé du peuple ». Les almanachs québécois de 1777 à nos jours,* Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2014, p.358.

Fig. 2.10 : Troupe de danse, les célébrations folkloriques, *La Revue moderne*, Octobre 1930, p.9

En plus de faire la promotion d'un évènement qui célèbre « la vie canadienne », ces trois images s'inscrivent dans la poursuite du projet nationaliste pancanadien amorcé par Madeleine dans les premières années du magazine visant à faire rayonner la culture canadienne. Proposant un regard sur l'histoire de la danse folklorique canadienne plutôt qu'un aperçu de l'évènement, ces images transmettent de nouvelles connaissances visuelles sur les différentes traditions canadiennes à la lectrice.

D'autres articles traitent pour leur part d'évènements qui se sont déjà produits. L'article sur la nomination du lieutenant-gouverneur de la province de Québec montre deux photographies représentant l'évènement. La première présente l'assermentation elle-même (Fig. 2.11) alors que la deuxième propose une vue d'ensemble du domaine Spencer-Wood, la demeure du lieutenant-gouverneur du Québec. Avec une seule femme présente sur la photographie, on dénote une image à forte prédominance masculine. Cela est peu surprenant puisque le monde politique étant très masculin, très peu d'images de ce genre montrent une femme au centre de l'attention. Dans le cas de cette assermentation du lieutenant-gouverneur, la femme joue le rôle d'accompagnatrice auprès de son époux, un rôle secondaire. Les personnages sont figés en position statique, le corps bien droit démontrant l'aspect solennel de l'évènement.

Lors d'une cérémonie, il y a normalement des procédures ou des actions qui se produisent et qui font en sorte que l'évènement prenne forme. Or, la photographie ne montre encore une fois que les protagonistes figés hors de l'action.

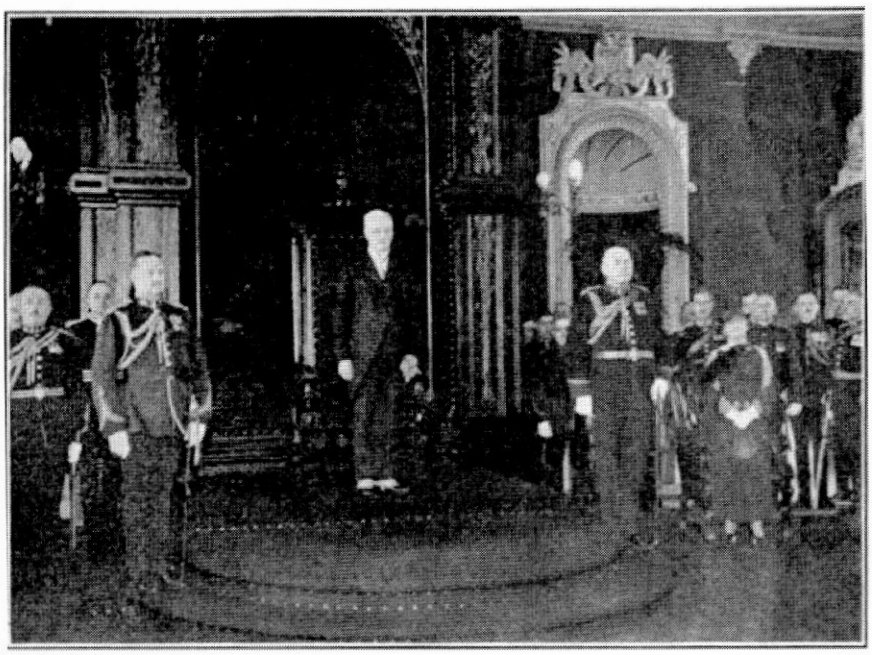


Fig. 2.11 : L'assermentation de l'honorable M. Patenaude comme lieutenant-gouverneur de la province de Québec, *La Revue moderne,* juin 1934, p.7

2.3.2 Les paysages et les objets

Alors que l'iconographie du magazine sert dans la plupart des cas à appuyer les articles et à mieux identifier les personnages et les individus mis en vedette, certains paysages semblent avoir été placés au hasard dans *La Revue moderne.* En janvier 1921, la photographie du nouveau barrage hydroélectrique[39] se trouvant sur le bord des chutes Niagara ne correspond ni à la rubrique musicale l'accompagnant, ni aux textes publiés dans les pages suivantes et précédentes. La photographie qui donne l'impression d'avoir été prise à vol d'oiseau, offre aux lectrices une vue d'ensemble du barrage et du haut des chutes. Sous la photographie se trouve une légende qui décrit ce qui peut y être aperçu, ainsi que l'emplacement du barrage sur le réseau du Grand Tronc. Le

[39] *La Revue moderne,* janvier 1921, p.29.

positionnement de cette image dans la revue donne l'impression d'une intention d'ornementation ou d'embellissement de la page ou encore pour tout simplement remplir un espace vide. Il ne serait pas étonnant que l'utilisation d'une telle image ait pu servir ce genre d'objectif, le matériel visant à remplir le contenu du magazine peut parfois avoir été insuffisant.

Généralement, et ce également dans le cas de paysages et d'objets, les images présentent un portrait positif de la réalité. Même s'il s'agit d'actualités nationales ou internationales, les images ne montrent que principalement les réussites, exceptées les images de la guerre espagnole. Alors que le texte de l'article « Les horizons fermés »[40] traite de la difficulté des jeunes à trouver de l'emploi, l'image au centre de l'article affiche un magnifique lac baigné dans la lumière du soleil d'été. Paul Gouin[41], auteur de l'article, soutient qu'il faudrait pousser le gouvernement à organiser une commission ou un conseil de colonisation afin d'offrir des emplois aux jeunes. La crise économique de 1930 bouleverse autant le Québec que le reste du monde. « Paul Gouin est [...] préoccupé par la situation économique et sociale de la province et se lance à la recherche d'un "plan d'ensemble " visant l'amélioration des conditions de vie de ses concitoyens. »[42] Ce sujet assez délicat peut soulever les inquiétudes chez la lectrice. Cette image paisible qui appelle à la détente et au calme ne peut avoir qu'une seule fonction. Non seulement ce lac n'a aucun lien avec le contenu textuel, mais sa présence même au centre de l'article allège son contenu qui pourrait être perçu comme trop sérieux ou trop accablant pour le lectorat. Les intentions derrière cet article de présenter une réalité vécue par plusieurs lectrices de *La Revue moderne* sont atténuées par le choix de ce genre d'image.

---

[40] *La Revue moderne*, juin 1934, p.3.
[41] Paul Gouin est un politicien et un intellectuel montréalais ayant participé à l'élaboration du Programme de restauration sociale ainsi qu'à la fondation du parti de l'Action libérale nationale en 1934. Il s'implique notamment dans les causeries autour de la question de la préservation de la culture et sur la question sociale. Nathalie Hamel, *« Notre maitre le passé, notre maitre l'avenir » Paul Gouin et la conservation de l'héritage culturel au Québec,* Les Presses de l'Université Laval, 2008, p.14 et p.26.
[42] *Ibid.*, p.25.

Conclusion

Bien qu'il y ait moins d'images associées à l'information qu'aux autres catégories, leur nombre témoigne néanmoins de l'importance de l'actualité dans les pages du magazine. Puisqu'il s'agit de protagonistes réels, la plupart des images sont des photographies, le plus souvent des portraits. Les images liées à l'actualité, considérée comme un sujet sérieux, mettent en scène principalement des hommes adultes. Ceci s'explique entre autres par la quasi-absence des femmes impliquées dans le milieu public, que ce soit en politique, en économie ou en affaires internationales. Bien que plusieurs femmes performent cependant dans les affaires culturelles comme la musique ou la danse, elles sont le plus souvent représentées dans le confort de leur foyer, dans la sphère privée et non sur scène. On semble préserver les femmes des affaires qui sont jugées sérieuses et réservées à l'univers masculin. *La Revue moderne* n'échappe pas à l'idéologie de la séparation des sphères héritée de l'ère victorienne et encore très présente dans la première partie du XXe siècle. Cette dernière amène les éditeurs à présenter la femme comme étant confinée à l'espace privé, ce qui explique pourquoi aucune artiste n'est représentée lors de prestations malgré leur participation à la vie publique.

Alors que la plupart des articles décrivent des actions ou des évènements — il s'agit souvent par exemple de concerts ou d'inaugurations — les images restent statiques et présentent des protagonistes figés dans des poses peu naturelles. Dans plusieurs cas, on devine qu'ils sont soigneusement placés par le photographe, qui met en scène plutôt que de croquer sur le vif. En regardant seulement les images, il est souvent impossible de comprendre le contenu des articles et surtout de savoir de quel thème il s'agit. L'image de la société projetée à travers les photographies et les illustrations n'est aucunement représentative du réel, mais présente plutôt une interprétation de la réalité proposée par un objet médiatique. Même s'il s'agit

d'actualité, la plupart des images démontrent une vision positive d'un idéal bourgeois qui reflète non pas le réel, mais bien une vision de celui-ci proposée par le magazine. Bien que traitant d'un réel sujet d'actualité, l'article portant sur la situation en Espagne durant la guerre montre une réalité éloignée du quotidien des lectrices. Un seul texte accompagné d'une image dans l'échantillon traite d'une réalité sociale, soit du manque d'emplois chez les jeunes, lequel est néanmoins accompagné, d'une image de lac amenant à la détente. Plutôt que de servir à traduire la réalité, les images transmettent généralement un message de réussite ou d'accomplissement, et ce même lorsqu'il s'agit d'actualité. *La Revue moderne* cherche ainsi, à travers ses images, à représenter une vision positive du monde qui entoure la lectrice, lui permettant de s'évader. L'analyse de ces images permet donc d'explorer plus en détails l'interprétation que fait le magazine de son époque. L'information, souvent présentée sous forme anecdotique, se transmet dans un but ultime visant le divertissement de la lectrice. Le prochain chapitre aborde les images répondant à l'objectif *d'évasion et de divertissement* véhiculé par *La Revue moderne*.

CHAPITRE III

S'ÉVADER :
PAYSAGES EXOTIQUES, MONDANITÉS ET PASSIONS AMOUREUSES

L'offre d'évasion et de divertissement des lectrices mise de l'avant par la revue est de loin celle qui fait le plus souvent appel aux images. La une est, pendant plusieurs années, la première invitation au rêve que *La Revue moderne* propose à ses lectrices. Colorées et attirant l'œil par leur beauté esthétique, les unes donnent le ton au contenu général du magazine, c'est pourquoi une attention particulière sera, dans ce chapitre, aussi accordée à l'analyse de ces pages couvertures.

Réunissant plusieurs thématiques, 373 images issues de notre échantillon se situent dans la catégorie *s'évader et se divertir*. Les thématiques des articles rattachés à ces images se regroupent sous les huit étiquettes suivantes : le tourisme et les voyages, les fictions littéraires, la mode, les mondanités et les vies d'artistes, le courrier des lectrices, les concours, la mode et l'univers féminin. Les images reliées aux étiquettes « fictions littéraires » ainsi que « tourisme et voyages » occupent une place importante dans les pages de la revue.

La plupart des articles appartenant à la catégorie *s'évader et se divertir* s'appuient surtout sur les illustrations et les photographies qui les accompagnent, certains articles n'ayant que très peu de texte entourant les images. L'objectif d'évasion poursuivi par les éditeurs du magazine prend une place considérable à travers la beauté visuelle des images et transporte la lectrice dans des univers parfois exotiques, souvent inaccessibles. Symboles de luxe, les pages du magazine présentent des paysages

lointains, des hôtels luxueux, des personnages grandioses ou encore des robes dignes des grands bals et des soirées mondaines. Il est évident que la grande majorité des lectrices ne pouvait pas aspirer à un tel mode de vie et que les éditeurs du magazine leur offraient plutôt du rêve. Elles se font transporter à travers l'exotisme, le romantisme et la beauté des images.

3.1 Les photographies

3.1.1 Les paysages naturels

Dans cette catégorie, j'ai relevé 95 images : bien que la grande majorité de ces représentations soient des photographies, on y retrouve aussi 27 illustrations dont je parlerai plus loin. Dès novembre 1919, soit lors de la première édition du magazine, la revue publie des images de paysage appelant à l'évasion. Parmi celles-ci, 68 photographies de paysages naturels accompagnent les articles sur le tourisme et les voyages. Provenant de partout dans le monde, ces photographies transportent d'abord la lectrice au Canada et aux États-Unis, mais également en Europe ou même en Afrique. L'invitation au voyage se fait tout autant en Gaspésie[1] qu'à Athènes[2] ou à la Mecque[3]. L'échantillon relève 41 photographies représentant des paysages internationaux versus 47 photographies proposant des paysages nationaux. Par exemple, en septembre 1929, dans une double page remplie de photographies commanditées par « le chemin de fer National du Canada », la revue fait la promotion de deux régions du Québec, soit la Gaspésie et le Lac Saint-Jean. Au bas de chaque image se trouve une légende qui indique de façon précise ce qui s'y trouve. Cet article s'insère dans le projet pancanadien amorcé par Madeleine dans la première édition de *La Revue moderne*, présentant un portrait de la vie canadienne.

---

[1] *La Revue moderne,* septembre 1929, p.31.
[2] *La Revue moderne,* décembre 1932, p.20.
[3] *La Revue moderne,* septembre 1937, p.4.

La revue comprend également plusieurs récits de voyage accompagnés de photographies. À d'autres occasions, la lectrice est directement conviée à un voyage organisé dont les détails sont explicités dans de courts textes. Certains articles de voyage peuvent s'apparenter à de la publicité sous forme de publireportage. Il serait toutefois étonnant de croire que la plupart des lectrices puissent réellement prendre part à ce genre d'expéditions, plus particulièrement celles qui se réaliseront outre-mer. Le tourisme international au XIXe et au XXe siècle demeure une activité élitiste. Le concept prend de l'ampleur après 1802 avec la popularité grandissante du *Grand Tour* anglais qui consiste à effectuer le tour de l'Europe continentale. « La diffusion du phénomène [...] s'effectue à l'intérieur du groupe social des rentiers et s'étend aux élites continentales. »[4] Au cours du XIXe siècle apparaît une nouvelle passion pour la nature sauvage provenant entre autres des Nord-Américains, de plus en plus friands de *Outdoor Recreation,* ce qui entraine la création des grands parcs nationaux avec un premier parc, *Yellowstone*, en 1872.[5] Ce n'est qu'après la Crise de 1929 que se termine le tourisme aristocratique pour voir apparaître « l'émergence d'un tourisme dit de masse »[6] mené par l'influence américaine grandissante. La revue n'échappe pas à cet intérêt pour le tourisme et les voyages, publiant, dès les premières éditions, les carnets de voyages d'explorateurs à travers le monde. Certaines destinations semblent néanmoins plus réalistes comme le démontre ce dossier sur la proposition d'un voyage dans l'Ouest canadien. L'auteur de l'article, Édouard Montpetit, secrétaire général de l'Université de Montréal, rédige en mai 1925 une lettre de 3 pages, *Un voyage transcontinental,* accompagnée de six photographies.[7] Il s'agit d'un projet destiné d'abord aux anciens étudiants de l'université, mais aussi à tous les citoyens de langue française du Canada et de la Nouvelle-Angleterre. Cette excursion sur la côte du Pacifique vise à faire découvrir aux voyageurs le vaste territoire canadien. L'article

---

[4] Marc Boyer, *Histoire générale du tourisme du XVe au XXe siècle*, Paris, L'Harmattan, 2005, p.182.
[5] Marc Boyer, *Ailleurs. Histoire et sociologie du tourisme*, Paris, L'Harmattan, 2011, p.135.
[6] *Ibid.,* p.149.
[7] *La Revue moderne,* mai 1925, p.12-14.

dépeint les étapes du voyage et ce qui pourra y être observé. Les photographies présentent des paysages majestueux des rocheuses de la côte ouest canadienne (Fig. 3.1, Fig. 3.2 et Fig. 3.3) ainsi que l'hôtel Vancouver, une vue de Victoria, la capitale de la Colombie-Britannique, et enfin, une vue des Grands Lacs où navigue un bateau à vapeur. La lectrice peut donc avoir une idée des paysages qui s'offriraient à elle si elle décidait de prendre part à l'aventure ou si elle n'en a pas les moyens, elle peut tout simplement rêvasser en observant ces magnifiques paysages. Cet article, oscillant entre publireportage et récit de voyage, démontre l'importance accordée dans la revue par la photographie.

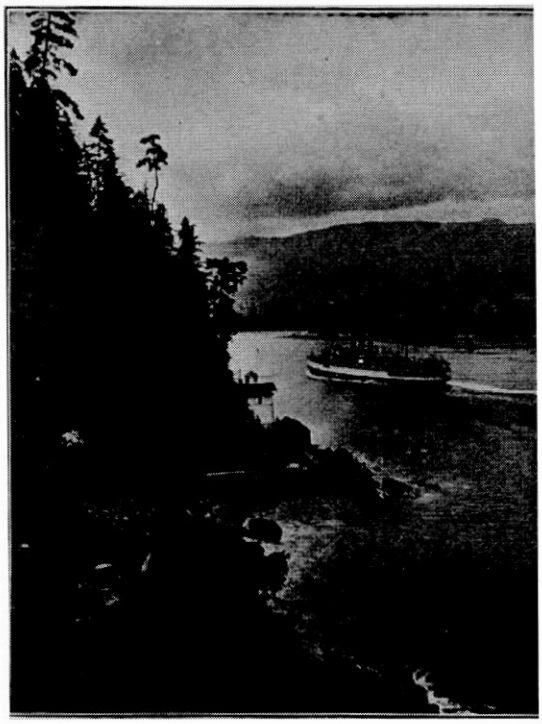


Fig. 3.1 : Les "narrows", entrée du port de Vancouver et le « Princess Victoria », *La Revue moderne*, mai 1925, p.12

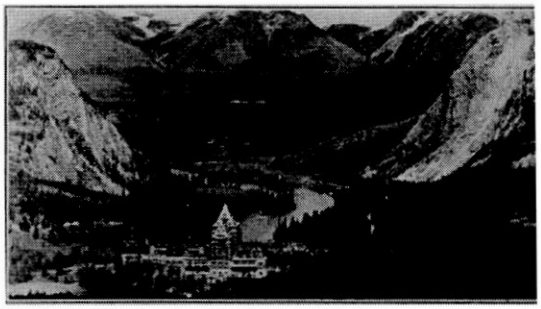


Fig. 3.2 : Hôtel « Banff-Springs », *La Revue moderne*, mai 1925, p.12

Fig. 3.3 : Le lac Louise, *La Revue moderne*, mai 1925, p.14

Afin d'accompagner le texte, les photographies montrant des paysages naturels prennent également place au cœur des différentes fictions littéraires. La plupart des photographies représentent le décor dans lequel se produit la fiction, il subsiste

cependant certaines images ne correspondant pas de façon précise au contenu du texte. Elles se retrouvent juxtaposées visuellement à l'article sans apporter de spécifications ou de précisions au contenu. En guise d'exemple, le roman *Le sortilège* de Eve Paul Marguerite publié dans l'édition de mars 1935 présente une photographie d'un lac entouré de montagnes.[8] Le paysage est décrit brièvement dans les premières lignes du récit. Bien qu'il s'agisse d'un lac entouré de montagnes, la description faite dans le roman ne correspond pas exactement au paysage sur la photographie. Appelant au calme, l'image du lac donne le ton et décrit bien l'atmosphère générale du récit. Le paysage propose ici une ambiance plutôt qu'une présentation visuelle de l'action ou des personnages. Ce choix de photographie appelle donc à l'imagination de la lectrice. Un autre exemple d'une mise en page semblable présente, dans l'édition de juillet 1935, le roman du mois accompagné d'une photographie d'un paysage naturel.[9] L'action du roman *Subterfuge d'amour* de Magali se déroule cette fois dans un décor plus champêtre. Le texte décrit un paysage composé de monts chargés de cyprès et de pins ainsi qu'une charrette qui tente difficilement d'accéder au sommet. Bien que la photographie représente un paysage de campagne, le type de végétation ne correspond pas à la description du récit. Sans légende, la lectrice ne peut identifier de façon juste le paysage s'offrant à elle. N'apportant rien de plus précis au récit, le paysage sert à accrocher le regard de la lectrice afin d'éveiller sa curiosité.

Deux photographies de paysages accompagnent un roman complet de Jean Barreyre *Le navire aveugle* dans l'édition d'août 1928.[10] La première montre un puit entouré de saules appelé le « puit d'Évangeline » alors que la deuxième présente les côtes de la Nouvelle-Écosse. Les deux photographies sont alignées avec le texte au cœur des paragraphes. Sans lien apparent avec le contenu du roman, il semble que ces images aient été choisies au hasard dans le but d'accompagner le texte. Le récit retrace

---

[8] *La Revue moderne*, mars 1935, p.19.
[9] *La Revue moderne*, juillet 1935, p.15.
[10] *La Revue moderne,* août 1928, p.13 et p.17.

l'épopée des membres d'un équipage de voilier trois mats souffrant un à un d'un étrange mal les rendant aveugles, laissant un seul matelot en charge de mener le navire à bon port. Il n'est jamais question des côtes de la Nouvelle-Écosse et encore moins du puit d'Évangeline. Le seul lien possible entre les images et le récit est la présence de la mer sur la deuxième photographie. Il semble plutôt que les images aient été insérées dans le texte pour embellir la page ou encore pour attirer la lectrice à lire le texte. Bien que les deux images proviennent de la même province, il n'y a aucun lien apparent entre elles. Une photographie semblable du puit se trouve dans les archives du Musée McCord et appartient au Centre des études acadiennes.[11] Bien qu'il s'agisse du même endroit, la photographie n'est pas la même et elle n'est pas prise du même angle. Quant à la deuxième image, la légende n'indique pas le lieu précis de la photo qui aurait pu être prise à plusieurs endroits semblables sur les côtes de la Nouvelle-Écosse. Le numéro de la revue présente deux autres photographies ayant un lien avec le lieu historique de Grand Pré en Nouvelle-Écosse.[12] Accompagnant les deux images, un poème de Robert Choquette *Dimanche* aborde le village de Grand Pré et les paysages acadiens. Sans être explicitement mentionnée, la fête des Acadiens, célébrée le 15 août, est peut-être la source de l'attention accordée à l'histoire acadienne dans cette édition.[13] En omettant cette information, les éditeurs de la revue prennent pour acquis les connaissances culturelles des lectrices. Même si certaines d'entre elles ne connaissent pas la date de la célébration, les lectrices peuvent tout de même apprécier la lecture du poème et s'émerveiller devant les photographies.

3.1.2 Les paysages urbains et les lieux publics

Les paysages urbains sont le plus souvent entourés de nature, on ne retrouve que très peu d'images montrant la ville elle-même. L'échantillon présente plutôt des

---

[11] *Vieux saules et puits d'Évangeline*, Grand-Pré, Nouvelle-Écosse, http://collections.musee-mccord.qc.ca/fr/collection/artefacts/CP643 , 20e siècle.
[12] *La Revue moderne*, août 1928, p.7.
[13] « Quand célèbre-t-on la fête nationale des Acadiens ? », *Musée acadien de l'Île-du-Prince-Édouard*, 2011, http://museeacadien.org/fr/ressources-en-ligne/histoire/de-la-fete-nationale-des-acadiens/ .

lieux publics naturels comme des parcs[14], des jardins zoologiques[15] ou les abords d'une rivière.[16] Néanmoins, on retrouve 52 images de lieux publics et 23 images représentant des paysages urbains. La plupart des villes présentées sont, quant à elles, des villes étrangères et exotiques. L'échantillon n'a révélé aucune photographie des grandes villes nord-américaines comme New York ou Montréal. L'évasion étant l'objectif principal de la revue, le choix des éditeurs du magazine d'éviter de montrer le quotidien des Québécoises n'est pas anodin. Il faut d'abord divertir la lectrice et montrer ce qui est pittoresque et exotique afin de permettre à son esprit d'échapper à la réalité.

Une fois de plus, certaines images semblent avoir été placées au hasard dans la revue. N'ayant aucun lien avec l'article rattaché, la photographie du Riverside Park en Ontario semble avoir été ajoutée afin de remplir un espace vide.[17] Dans cette édition de décembre 1920, l'article de cinq pages « L'anthologie haïtienne des poètes contemporains » rédigé par Louis Dantin présente plusieurs poètes haïtiens et quelques-unes de leurs œuvres. L'auteur se réjouit de la présence d'artistes francophones et vante les talents des poètes en ajoutant un bref commentaire après chaque œuvre. À la suite de tous ces poèmes, une photographie apparaît au bas de la dernière page. On peut y apercevoir le lit d'une rivière urbaine où naviguent plusieurs embarcations, entourée d'édifices et de marcheurs. La légende indique qu'il s'agit de la rivière Avon à Stratford en Ontario et que la photographie provient du réseau du Grand-Tronc. Il est difficile de croire que cette scène nord-américaine possède un lien quelconque avec les poèmes haïtiens, même après avoir lu la légende. Bien que l'image elle-même ne soit pas exotique, elle poursuit tout de même un objectif de divertissement en présentant un paysage reposant et appelant à la détente et à la villégiature.

---

[14] *La Revue moderne*, mars 1931, p.11.
[15] *La Revue moderne*, juin 1934, p.5.
[16] *La Revue moderne*, mai 1933, p.5.
[17] *La Revue moderne*, décembre 1920, p.27.

Jean Barois raconte sous forme d'un « grand reportage » son voyage à La Mecque dans l'édition de septembre 1937 dans un texte intitulé *Au cœur de l'Islam*. Après la lecture de l'article d'une longueur de neuf pages, la lectrice est invitée à lire la suite dans le prochain numéro de la revue.[18] Agrémenté de 14 clichés, l'article débute par une ode au journalisme, un métier exaltant et dangereux. Le journaliste explique ensuite la procédure pour accéder à La Mecque, ville interdite aux non-musulmans. Les quatre premières pages, couplées face-à-face, permettent une plus grande marge de manœuvre dans l'emplacement des multiples images. Les cinq photographies agencées à la verticale à droite de la première page montrent différents paysages urbains alors qu'à la deuxième page, les photographies s'agencent de la même façon, mais cette fois-ci à gauche. Les éditeurs de la revue démontrent une nouvelle aisance graphique en réalisant la deuxième double-page (Fig. 3.4). L'harmonie est créée dans ces deux pages qui se répondent dans un effet miroir. L'insertion de la photographie au centre ainsi que la construction de la grille typographique attestent de cette liberté technologique, mais également de cette maitrise de la mise en page. Michèle Martin note que les années 1930 voient apparaître une mise en page et des agencements photographiques novateurs et que ce sont « les moyens techniques qui permettent de moderniser la mise en page. »[19] Même si cette mise en page ne correspond pas aux extravagances des magazines français dont fait référence Martin, elle déroge décidément des précédentes éditions de *La Revue moderne*. Chaque image possède une légende donnant une courte description de ce qui s'y trouve, qu'elle soit sous la photographie ou au bas de la page. Ces informations sont assez concises et ne donnent pas beaucoup de détails. Les premières images proposent différentes vues de la ville. La lectrice peut apercevoir dans ces photographies des silhouettes humaines sans que celles-ci soient placées en

---

[18] *La Revue moderne,* septembre 1937, p.4-7, 18-20, 26 et 28.

[19] Michèle Martin, « La guerre dans l'avant-guerre : les photo-magazines des années 1930 » dans Karine Taveaux-Grandpierre et Joëlle Beurier (dir), *Photojournalisme des années 1930 à nos jours,* Rennes, Université de Rennes, 2014, p.25.

avant-plan. Dans l'ensemble du reportage, les photographies donnent l'impression aux spectatrices d'entrer tranquillement au cœur des murs de la ville explorée. En lien direct avec le texte, ces scènes urbaines approfondissent les informations contenues dans l'article. Ces représentations exotiques transportent la lectrice dans un univers inconnu.

Fig. 3.4 : La double-page dans l'article "Au cœur de l'Islam", *La Revue moderne*, septembre 1937, p.6-7

La Revue moderne propose en janvier 1929 le récit d'un voyage en Autriche accompagné des impressions personnelles de l'auteur.[20] *L'Autriche aujourd'hui* expose la situation autrichienne de l'après-guerre ainsi que les intérêts touristiques du pays. L'article présenté sur un double-page montre trois photographies du pays prises par Armand Yon, auteur de l'article.[21] Les légendes sous les images donnent une brève description du paysage. La première image (Fig. 3.5) présente une vue générale de Salzbourg surplombée des montagnes enneigées. La photographie prise à une certaine

[20] *La Revue moderne,* septembre 1937, p.10-11.

[21] Tout porte à croire qu'il s'agit de l'abbé Armand Yon qui a vécu plusieurs années en Europe, notamment pour y faire des études en théologie et en philosophie. Né à Montréal en 1895, il a été ordonné prêtre le 10 juin 1922 et est parti pour l'Europe en septembre 1923 où il a complété ses études, puis est devenu professeur au collège oratorien de Juilly. De retour au Québec en 1964, il consacrera une partie de sa carrière à l'histoire canadienne-française. - Philippe Sylvain, « L'abbé Armand Yon (1895-1981) », *Les Cahiers des Dix*, Les Éditions de la Liberté, no 43, 1983, p.15-18.

distance de la ville ne permet pas de bien distinguer les édifices et les maisons. Avec une telle distance, il est impossible d'identifier l'architecture particulière de la ville et ainsi il pourrait s'agir de n'importe quelle ville. La deuxième page propose deux autres photographies : l'une du lac de Zell (Fig. 3.6) et l'autre du village d'Heiligenblut (Fig. 3.7). L'accent est mis sur les paysages montagneux plutôt que sur les paysages urbains alors que le texte aborde plutôt les différentes régions et leurs attraits culturels. Aucune photographie n'accompagne par exemple la description du port de Linz, il en va de même pour la ville de Vienne.

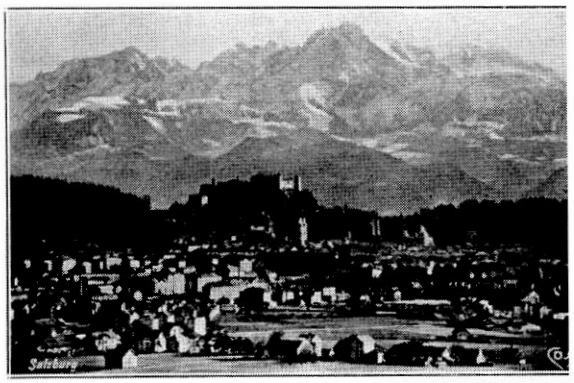


Fig. 3.5 : Vue générale de Salzbourg, *La Revue moderne,* janvier 1929, p.10

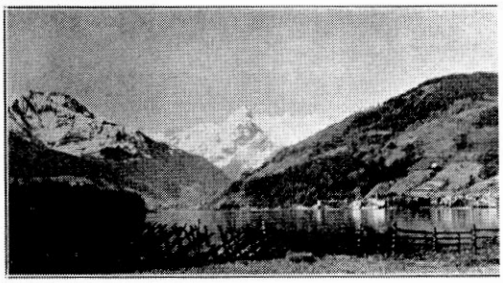


Fig. 3.6 : Lac de Zell, *La Revue moderne*, janvier 1929, p.11

Fig. 3.7 : Village de Heiligenbult, *La Revue moderne*, janvier 1929, p.11

3.1.3 Les portraits mondains

Comme je l'ai démontré dans le chapitre précédent, les images présentées dans le but d'informer valorisent généralement les hommes d'âge adulte. Même s'il s'agit d'un magazine adressé principalement aux femmes, ce sont les hommes qui sont représentés dans les situations jugées plus « sérieuses » ou qui ont lieu à l'extérieur du foyer. Les univers politique, international ou militaire sont ceux de l'homme adulte,

représenté comme le responsable de la vie publique, en opposition à l'image de la femme, responsable de la vie domestique. Les images de la catégorie *s'informer* et portant l'étiquette *actualité* se centrent donc autour de la figure masculine, une situation représentative de la réalité de l'époque où la présence de femmes dans le milieu public se fait plus rare.

Comme l'a constaté Sébastien Couvrette dans son analyse des publicités, les femmes sont donc confinées à l'espace privé, elles ne sont pratiquement pas représentées dans des contextes hors foyer : elles « sont responsables de l'espace domestique et de la vie familiale, alors que les hommes dominent l'espace public et assument le rôle de pourvoyeur unique. »[22]. Les images publiées dans *La Revue moderne* et classées dans la catégorie *s'évader et se divertir* n'échappent pas à cette réalité. Même si certaines femmes paraissent sur les images reliées à des évènements publics, on les retrouve le plus souvent sur des photographies de type « portrait » dépourvues de décor ou alors dans un contexte domestique. Ces femmes sont des actrices, des chanteuses, des épouses d'hommes importants ou encore les sujets de peintres célèbres. En 1920, dans l'édition d'avril, un article présente un portrait de Camille Bernard, une chanteuse d'opéra-comique.[23] (Fig. 3.8) Photographiée de la tête aux épaules, un col bordé de plumes laisse croire qu'elle porte un costume de scène, mais il est impossible de voir dans quel décor elle évolue. Ce portrait ne montre que son visage. En regardant cette photographie, la lectrice ne peut deviner quel talent se cache derrière ce visage ou à quelle occupation s'adonne Mlle Bernard. D'autres portraits de musiciennes peuvent cependant permettre une meilleure perception de leur métier, sans pour autant rendre compte de l'action entourant le spectacle.

---

[22] Sébastien Couvrette, *Le récit de la classe moyenne*, Montréal, Leméac, 2014, p.69.
[23] *La Revue moderne,* avril 1920, p.17.

Fig. 3.8 : Mlle Camille Bernard, *La Revue moderne*, avril 1920, p.17

Dans une édition de février 1930, une rubrique de deux pages, « La Vie Canadienne », rédigée sous la direction d'Anne-Marie Gleason (Madeleine) présente une photographie d'une dame assise sur une banquette à l'intérieur d'une maison. La contralto Mme C.-A. Desmarais, placée au cœur d'un studio, est assise avec un cahier sur les genoux, concentrée sur sa lecture.[24] (Fig. 3.9) La pièce bien éclairée montre un luxueux piano à queue. À l'aide de la légende sous la photographie, la lectrice apprend qu'il s'agit du studio de la chanteuse. La notice mentionne également que la voix de la dame a pu être entendue dans de précédents concerts à la radio. Sans cette description, il serait impossible pour la lectrice de saisir que la dame assise dans cette pièce est effectivement musicienne. Malgré le fait qu'elle soit située dans un décor réel, Mme Desmarais, dans une pose statique, est confinée à l'espace privé de son studio. Très loin d'une prestation devant public, cette photographie suggère par la présence du piano qu'un des membres de ce foyer pratique la musique, mais il pourrait s'agir tout aussi bien de son mari ou de ses enfants.

[24] *La Revue moderne,* février 1930, p.11.

Fig. 3.9 : Mme C.-A. Desmarais dans son studio, *La Revue moderne*, février 1930, p.11

Le sport occupe très peu d'espace dans les pages du magazine provenant de l'échantillon, surtout lorsqu'il s'agit d'athlètes féminines. Or, l'édition d'août 1928 porte sur le championnat provincial de golf et plus particulièrement sur les performances d'une des joueuses, Mme J. Dagenais (Fig. 3.10).[25] Le court article intitulé « Les nôtres dans les sports » fait référence à la présence de Canadiennes françaises, dont Mme Dagenais, lors d'une compétition de golf au club de Laval-sur-le-lac. Cet article démontre bien l'hybridité, entre mondanités et informations, qui subsiste dans plusieurs articles de la revue. Alors que la partie de golf est relativement bien décrite, l'article met particulièrement l'accent sur l'aspect mondain. Bien qu'elle n'ait pas remporté la partie, on retrouve tout de même le portrait de l'héroïne entre les deux paragraphes qui font d'abord état des résultats du championnat puis des autres joueuses canadiennes-françaises pratiquant le golf compétitif. Le cadrage inhabituel du portrait présente Mme Dagenais de la tête aux chevilles dans un décor qui semble être à l'extérieur du club de golf. Vêtue de ses habits sportifs, la dame pose avec une main dans la poche de son cardigan. En pratiquant ce sport, elle représente un idéal bourgeois de beauté et de réussite inaccessible à plusieurs lectrices. Le texte mentionne la

[25] *La Revue moderne*, aout 1928, p.12.

« grâce » avec laquelle la joueuse exerce son jeu, relevant du même coup sa féminité dans un sport qui peut être perçu comme masculinisant. En tant que femme pratiquant le sport, Mme Dagenais incarne un modèle de beauté et de santé pour les lectrices du magazine.

Fig. 3.10 : Mme Dagenais, *La Revue moderne*, août 1928, p.12

Durant les premières années de publication du magazine, des articles très courts traitent d'anecdotes sur des personnalités publiques et se limitent souvent à une notice sous une photographie. Par exemple, dans l'édition de novembre 1919[26], la lectrice est tenue informée de la visite de quatre personnalités publiques : le Prince de Galles, le Cardinal Mercier de la Belgique, la Reine Élisabeth de Belgique et le roi des Belges, Albert 1er. Les quatre photographies présentent le visage du ou de la protagoniste alors que la légende sous chacune d'elles donnent de courtes précisions ses plus récentes activités. Par exemple, sous la photographie du cardinal, la légende mentionne le titre de l'homme en plus d'ajouter « que les Canadiens ont accueilli avec une admiration immense et un respect infini. »[27] Le texte, très peu instructif, ne donne qu'une

[26] *La Revue moderne,* novembre 1919, p.36
[27] *Ibid.* p.36

information superficielle sur le personnage et sur sa récente visite au Canada sans préciser la date exacte. On ne sait donc pas s'il s'agit d'une activité récente. Ce genre de paragraphe ressemble plus à un carnet mondain qu'à de l'actualité.

D'autres pages présentent ce genre de photographies comme en avril 1920, une photographie de l'abbé Martial Levé porte l'inscription suivante : « Le prédicateur du Carême, à Notre Dame de Montréal, dont la magnifique éloquence a soulevé dans la métropole canadienne de si puissantes émotions. »[28] La lectrice peut ainsi prendre connaissance des visages des protagonistes tout en constatant quelques qualités et caractéristiques sur ces derniers. Certaines de ces personnalités publiques pouvaient également être reconnues par les lectrices, les amenant à poursuivre leur lecture. Ces petits textes restent plus positifs que négatifs et ne présentent souvent qu'une facette avantageuse du protagoniste, tout en restant en surface. Il ne s'agit pas non plus de propager des ragots, mais bien de partager un certain carnet mondain.

En avril 1936, la revue consacre une double-page destinée à rendre compte d'une entrevue avec l'actrice d'origine montréalaise Norma Shearer, lors du tournage d'une adaptation de *Roméo et Juliette* au cinéma, dans laquelle elle incarne l'héroïne.[29] L'entrevue réalisée par Louise-G. Gilbert recueille des informations et des commentaires de l'actrice sur le film, mais également sur sa vie personnelle. Cinq images habillent l'article dont deux photographies de Norma Shearer vêtue du costume de Juliette (Fig. 3.11). On retrouve également trois photographies de sa maison à Santa Monica montrant l'élégance et le luxe dans lequel elle vit. Placées l'une au-dessus des autres, ces trois photographies sont désaxées afin d'attirer l'œil de la lectrice sur la page et de rendre la lecture plus ludique. Un certain modernisme transparait dans la mise en page par l'agencement des photographies en angle qui se détache de la « mise en page

---

[28] *La Revue moderne,* avril 1920, p.18.
[29] *La Revue moderne,* avril 1936, p.30-31.

traditionnelle avec des photos carrées ou rectangulaires sagement posées à l'intérieur d'un texte. »[30] Un portrait de l'actrice découpé dans une forme ronde couronne l'ensemble. Chaque image de la maison possède une légende qui décrit brièvement de quelle pièce il s'agit tout en spécifiant les teintes réelles de la décoration donnant le ton sur l'ambiance des pièces, les photographies ayant été imprimées en noir et blanc. L'article lui-même ne fait pas directement référence aux images. L'entrevue donne peu d'informations sur le tournage du film, mais permet surtout à la lectrice d'en découvrir davantage sur la vedette et sa vie privée. Effectivement, la dame transmet quelques impressions sur le tournage puis se tourne plutôt vers des informations sur ses origines montréalaises, sur le bonheur d'être mère de deux enfants, mais aussi sur son parcours professionnel difficile. Elle mentionne qu'elle aurait aimé pouvoir accueillir la journaliste dans sa véritable demeure, ne pouvant faire l'entrevue que dans le studio où elle tourne les scènes du film. Les photographies de sa maison permettent à la lectrice de compléter cette intrusion dans l'univers de Norma Shearer. Tout comme je l'ai mentionné dans le précédent chapitre, les femmes ne sont que très rarement représentées à l'extérieur de leur foyer, même si elles pratiquent un art qui les amène devant un public, comme le chant ou le théâtre. Bien que son métier l'amène à jouer devant un public ou encore une équipe de tournage, ce sont les photographies de sa maison qui accompagnent l'entrevue avec l'actrice et non son milieu de travail.

Comme mentionné précédemment, les éditeurs de *La Revue moderne* intègrent tranquillement, à partir de mars 1931 pour la publicité et juin 1934 pour les articles, de la couleur dans les pages du magazine en appliquant, dans le cas de l'article sur Norma Shearer, des accents de couleur verte. Cette fois, il ne s'agit pas que d'appliquer de la couleur sur les photographies, mais d'ajouter des formes géométriques et des lettres directement en couleur. Entre les deux pages se trouve une impression d'une étoile verte, la forme de ce dessin ayant été réalisée uniquement avec de l'encre de couleur.

---

[30] Michèle Martin, *op.cit.* p.26.

Une autre intervention colorée définit la lettrine « J » également réalisée à l'encre verte, alors que les autres accents de couleur servent habituellement à faire ressortir certains éléments visuels imprimés à l'encre noire comme des photographies ou du texte.

Une Heure avec
Norma Shearer

Norma Shearer, une Juliette moderne
Une heure avec la célèbre vedette de Metro-Goldwyn-Mayer
Un message aux admirateurs du Canada

Par Louise G. Gilbert

Fig. 3.11 : Norma Shearer, *La Revue moderne*, avril 1936, p.30-31

En mai 1937, on retrouve le même genre d'article sur une vedette du cinéma américain, mais cette fois, il s'agit d'une enfant de 7 ans, Shirley Temple.[31] Le titre « Les loisirs de Shirley Temple » introduit la lectrice à la thématique et au ton de l'article. Le choix des mises en page dans *La Revue moderne* étant de plus en plus éclaté, c'est ici la diagonale qui est utilisée pour harmoniser les photographies de la jeune actrice (Fig. 3.12). À partir des années 1930, Michèle Martin considère que ce sont les moyens technologiques et non les sujets étudiés qui permettront de moderniser la mise en page.[32] L'article sur Shirley Temple atteste de l'aisance de *La Revue moderne* en démontrant une liberté nouvelle quant à l'agencement du titre, des photographies et du texte. L'angle dans lequel est placée la grille typographique de la première page est certainement ce qu'il y a de plus inhabituel. La diagonale est

[31] *La Revue moderne,* mai 1937, p.14-15.
[32] Michèle Martin, *op.cit.* p.25.

effectivement utilisée dans d'autres articles de la revue[33], mais jamais à un angle allant jusqu'à 45 degrés. Le jeu typographique du double « L » dans le titre ajoute une certaine dramatisation dans la mise en page et accentue l'effet de diagonale. Quatre photographies découpées dans des formes indéfinies forment la liaison entre les deux pages tout en suivant l'angle donné par le texte. Une autre photographie de l'enfant est placée au centre de la deuxième page. Chacune d'elles représente un aspect des loisirs occupés par Shirley Temple. La lectrice peut voir la petite fille marcher, rire avec des amis, se balancer et se préparer à se mettre à table. La dernière photographie montre sa mère signant pour elle des autographes. Loin d'être figée, toutes les scènes nous permettent d'observer la jeune actrice en action dans son quotidien. Les légendes associées à chaque image ajoutent une anecdote sur la vie de l'enfant ou une courte description de l'action. La présentation très animée de Shirley Temple se distingue de la représentation des autres personnages féminins introduits dans la revue ; on sent qu'elle bouge et qu'elle s'amuse. Bien qu'elle soit une personnalité publique, Temple n'est qu'une enfant, alors que les autres vedettes féminines sont des adultes et doivent être associées au modèle féminin. Le caractère enjoué associé à l'enfance est mis de l'avant dans ses différentes activités illustrées sur les multiples photographies. Utilisés également dans la publicité, les enfants attirent l'attention et provoquent des réponses positives. « La référence à l'enfance sert [...] à créer un appel émotionnel chez les lecteurs, surtout parmi ceux qui ont des enfants. »[34] Le fait de voir la petite Temple s'épanouir et s'amuser dans son quotidien vient chercher une réponse émotionnelle chez les lectrices.

---

[33] *La Revue moderne,* mai 1937, p.12-13.
[34] Sébastien Couvrette, *op.cit.* p.199.

Fig. 3.12 : Les loisirs de Shirley Temple, *La Revue moderne*, mai 1937, p.14-15

En créant *La Revue moderne,* « Madeleine veut en faire un organe culturel de grande diffusion comme *La Revue des Deux Mondes* de Paris. »[35] Très peu de magazines s'affichent comme étant exclusivement féminins au début du XXe siècle, la plupart s'identifiant comme familiaux. Cependant, une grande partie des médias imprimés possèdent une section s'adressant exclusivement aux femmes. Au diapason des tendances de l'époque, *La Revue Moderne* créée donc la section « Fémina » qui se veut une section exclusivement féminine. Cette rubrique se retrouve dans plusieurs éditions de *La Revue moderne* à travers les années. Rédigée d'abord par Madeleine dans les premières éditions de la revue, cette rubrique n'est pas systématiquement publiée dans toutes les éditions. Certaines éditions présenteront une version différente de la même rubrique, mais dont le contenu reste assez semblable.[36] D'une longueur indéterminée, ces pages proposent des sujets d'intérêt « féminins » variés comme des

[35] Marie-José Des Rivières, Carole Gerson et Denis Saint-Jacques, « Les magazines féminins » dans Carole Gerson et Jacques Michon (dir). *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada. De 1918 à 1980*, Vol III, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p.264.

[36] Voir « Les choses féminines » dans *La Revue moderne* décembre 1928, p.47 ou janvier 1929, p.47.

anecdotes, des textes d'opinion, des poèmes ou des chansons. Les entêtes présentant la rubrique peuvent varier d'une édition à l'autre même si les illustrations formant le bandeau s'inscrivent sensiblement dans les mêmes thématiques.[37] Le titre, imprimé dans une police élégante et délicate, est entouré de fioritures rappelant des bijoux ou des guirlandes de fleurs. De petits personnages agrémentent le tout et accompagnent le titre. Dans les deux versions, ces personnages représentent des occupations traditionnellement considérées comme « féminines » par exemple, une femme se regarde dans un miroir habillée d'une jolie robe de soirée, alors qu'une autre s'adonne à la cuisine. La présence de cette chronique s'accorde avec les normes médiatiques de l'époque puisqu'une rubrique dédiée aux femmes s'inscrit dans plusieurs grands journaux. S'adressant d'abord aux intellectuels, la revue se tourne résolument vers des sujets typiquement féminins avec le temps.

En 1935, « Fémina » se retrouve dans les premières pages des éditions de mars et juillet et retient notre attention par son contenu.[38] Dans les deux cas, la rubrique propose une photographie d'une jeune mariée posant devant un manteau de cheminée (Fig. 3.13 et Fig. 3.14) La taille de l'image, assez importante, occupe une bonne partie de la page. Le décor entourant le manteau de cheminée donne des indices sur l'aisance des habitants de la maison. Permettant à la lectrice de s'émerveiller devant de si belles mariées, ces photographies ne servent qu'à promouvoir la beauté des dames et « à mettre en valeur le mode de vie des classes aisées » [39] en offrant une fenêtre dans l'intimité de l'espace domestique. Une courte légende présente les dames en prenant bien soin de spécifier la provenance de leurs époux. Dans les deux cas, l'attention est portée sur le statut social du nouveau mari en plus de préciser de quelle famille il provient.

---

[37] Dans l'échantillon, les éditions de *La Revue moderne* ayant une section « Fémina » sont ; novembre 1919 p.29, décembre 1920 p.43, avril 1920 p.27, janvier 1921 p.27, mai 1921, p.48, août 1924 p.51, mars 1935 p.7, juillet 1935 p.5.
[38] *La Revue moderne,* mars 1935, p.7 et juillet 1935, p.5.
[39] Sébastien Couvrette, *Le récit de la classe moyenne*, Montréal, Leméac, 2014, p.181.

Fig. 3.13 : Jeune mariée, *La Revue moderne*, mars 1935, p.7

Fig. 3.14 : Jeune mariée, *La Revue moderne*, juillet 1935, p.5

Quelques articles décrivant les dernières modes s'insèrent dans les pages de *La Revue moderne* et ce, dès la première édition. En novembre 1929, Chiffonnette raconte sa dernière tournée des magasins dans une chronique intitulée « Un tour dans les grands magasins ».[40] Sur la première page, trois photographies de femme présentent des manteaux de fourrure à la mode de la collection *Fairweathers*. La deuxième page propose deux autres tenues dont une illustration d'une jeune femme en robe du soir de la Maison Dupuis[41] et une photographie d'une dame en manteau de la Maison Gagnon. Une légende sous chaque image ajoute des détails et indique la provenance des vêtements. La dame illustrée semble flotter tellement elle est légère dans sa petite robe de tulle, ses pieds ne touchant pratiquement pas le sol. Respectant les canons de beauté de l'époque, elle possède de délicates chevilles et d'élégantes petites mains. Les photographies de mannequins sont quant à elles beaucoup plus réalistes que ces

[40] *La Revue moderne,* novembre 1919, p.31-32.

[41] Fondée en 1868 rue Saint-Catherine est par Nazaire Dupuis, la maison Dupuis Frères, grand magasin de plus de 100 rayons deviendra un symbole de la réussite canadienne-française et centre d'un carrefour commercial important. - Trudel, R. « Famille, foi et patrie : Le credo de Dupuis frères », *Cap-aux-Diamants*, 1995, p. 26-29.

illustrations. Le récit se produisant sur la rue Saint-Denis, tous ces produits, disponibles à Montréal, restent accessibles aux lectrices en autant qu'elles en aient les moyens. Néanmoins, en observant le nombre impressionnant de magazines vendus pour l'année 1920, soit un tirage de 20 000 exemplaires[42], il est peu probable que toutes ces femmes aient été assez aisées pour espérer pouvoir se procurer ce genre de vêtement. Cet article s'inscrit entre le récit, la publicité et les conseils sur les tendances à la mode et le rêve. La lectrice suit le récit anecdotique de l'expérience de l'auteure se promenant d'une boutique à l'autre. Chiffonnette s'adresse à son public en utilisant la première personne du singulier, teintant le texte d'introspection et d'une certaine sensibilité. Chantal Savoie note que la chronique des années 1920 est « un prolongement de l'univers féminin »[43] dont les thèmes « font référence au temps, attention aux petites choses et aux menus mystères de la vie. »[44] Racontant son expérience dans les moindres détails, Chiffonnette plonge la lectrice dans son propre univers en lui indiquant toutes ses petites découvertes. L'auteure y ajoute également des détails d'ordre personnel, entre autre sur sa situation de « vieille fille » qui remplit « sa vie, de toutes les choses aimables et amusantes qui passent… »[45] En insérant des détails sur sa vie personnelle, Chiffonnette se positionne comme une confidente, une amie, auprès de ses lectrices.

D'autres chroniques féminines se concentrent sur les nouvelles modes en montrant les différents modèles de vêtements. Dans un court article de l'édition de septembre 1925, deux photographies de mannequins réalisées en studio présentent la dernière mode.[46] Les deux femmes, posant de façon statique pour la caméra, portent chacune une robe de soie et de dentelles coupées à la garçonne, typique des années

---

[42] Marie-José des Rivières et Adrien Rannaud « 1919 : Madeleine lance *La Revue moderne* » dans Denis Saint-Jacques et Marie-José des Rivières, *De la belle époque à la crise*, Nota Bene, Montréal, 2015, p.229.
[43] Chantal Savoie, « Femmes, chroniques et billets dans les années 1930 », *Voix et Images*, vol. 39, n° 2, (116) 2014, p.60.
[44] *Ibid.* p.61.
[45] *La Revue moderne,* novembre 1919, p.31.
[46] *La Revue moderne,* septembre 1925, p.44.

1920. Un court texte explique ce qu'il faut porter pour suivre la mode française et une légende sous chaque image explique le type de robe et sa couleur. La taille des photographies démontre l'importance que prennent les images dans les pages féminines, le texte devant s'appuyer sur l'image pour développer son propos.

Un article d'une page en juin 1938 se consacre à la mention de la fête « Auto-élégance »[47], un évènement organisé par la Ligue de la jeunesse féminine.[48] La page affiche les membres responsables de l'organisation de la fête à l'aide de photographies signées par Nakash pour *Eaton* qui présentent les six dames à l'aide de portraits pris en studio. Une légende sous chaque photographie identifie la dame et son titre. Dans leurs plus belles tenues et coiffées à la dernière mode, ces dames représentent et respectent certains standards de beauté. Selon Suzanne Marchand, les années 1920 et 1930 voient apparaître le pouvoir de séduction par la beauté : « à l'image des femmes chastes et vertueuses se substitue celle d'une population féminine de plus en plus préoccupée de mettre ses charmes en valeur. »[49] En montrant les photographies flatteuses des dames, cette fête participe à ce mouvement et cherche à mettre l'élégance et la beauté des participantes et des organisatrices en valeur. Les légendes sous les photographies s'empressent d'identifier ces jeunes femmes comme célibataires, à l'exception de la présidente du comité de réception qui précise néanmoins qu'elle est mannequin, le célibat étant associé à la jeunesse : « le devoir de paraitre jeune est constamment rappelé aux lectrices [de *La Revue moderne*]. »[50] *La Revue moderne* manifeste à bien

---

[47] *La Revue moderne*, juin 1938, p.51.

[48] Organisme fondé en 1926 par Thérèse Casgrain, cette organisation souhaite encourager les jeunes filles des milieux aisés à s'impliquer dans les œuvres de bienfaisance. La ligue cherche à « orienter la jeune fille catholique vers l'action sociale, l'aider à acquérir le sens et l'habitude de la charité active au moyen d'une organisation méthodique et centralisée. » - Jacinthe Duval et Marthe Léger, « Le Bal des petits souliers de la Ligue de la jeunesse féminine », BAnQ, 2016, http://blogues.banq.qc.ca/instantanes/2016/11/16/le-bal-des-petits-souliers-de-la-ligue-de-la-jeunesse-feminine/ .

[49] Suzanne Marchand, *Rouge à lèvres et pantalons, des pratiques esthétiques féminines controversées au Québec 1920-1939*, Montréal, Hurtubise, 1997, p.70.

[50] *Ibid.*, p.66.

des égards, que la beauté est synonyme, entre autre, de jeunesse. Effectivement, une seule vieille dame (Fig. 3.15) se trouve dans l'ensemble de l'échantillon et ce, sous forme d'illustration accompagnant une anecdote. La femme se doit de paraitre et de rester jeune, « la vieillesse étant généralement perçue comme une période de déchéance physique et mentale. Les vieilles femmes surtout ont, à travers les siècles, été la cible d'un jugement social négatif. »[51] Le message de valorisation de la beauté au travers de la jeunesse prend une grande importance et s'observe à la fois dans un grand lot de publicités annonçant des produits permettant de rester jeune, mais aussi d'images produites par la revue. Les femmes présentées dans la revue reflètent cependant une certaine maturité perceptible dans leur façon de se maquiller et de s'habiller. Associée à la femme adulte, la jeune mariée est l'idéal féminin le plus représenté dans les images de *La Revue moderne.*

Fig. 3.15 : La cartomancienne, *La Revue moderne*, janvier 1921, p.15

3.2 Les illustrations

La catégorie *s'évader* du magazine englobe le plus grand nombre d'illustrations représentant des mises en scène complexes. Dans les premières éditions du magazine, les romans sont richement illustrés. Les meilleurs exemples se trouvent dans les éditions d'avril et de décembre 1920. Dans la première édition, le roman *Seule* écrit par

[51] *Ibid.*, p.64.

Henri Ardel[52] s'étire sur 40 pages[53] alors que dans la deuxième édition, ce sont deux contes de Noël qui remplissent les pages de la revue.[54] En tout, 13 illustrations signées par M. Bernard accompagnent le roman *Seule* et dépeignent l'action qui se produit dans le texte. Alors que la plupart des images sont de petites insertions à travers les paragraphes (Fig. 3.16), d'autres sont nettement plus élaborées (Fig. 3.17). Une des scènes détaillées présente les personnages en tenues des plus distinguées, portant des complets et des robes de soirée, les dames coiffées de plumes et de bijoux. Le texte décrit les personnages comme ayant « une distinction aristocratique de grandes dames ; quelques-unes avec un souci de l'originalité qui amusait ou charmait le regard ; d'autres enfin, types coquets de Parisiennes, avec ce goût raffiné qui fait d'une toilette de femme une œuvre d'art. »[55] La richesse dépeinte dans les illustrations ne laisse aucun doute quant au statut social des personnages présentés. Dans la plupart des cas, une légende, reprenant l'information déjà écrite dans le texte, s'inscrit sous l'image afin de donner plus de précisions sur le moment exact où se produit l'action présentée. Le texte sous l'image ne reprend pas nécessairement l'information telle qu'elle est écrite dans le roman. Il est souvent tronqué et réduit à sa plus simple expression. L'illustration ne se situe pas toujours sur la même page que l'action décrite, il se peut donc que la légende serve à rappeler les évènements précédents.

---

[52] Henri Ardel est le pseudonyme d'une auteure parisienne catholique du nom de Berthe Abraham qui est reconnue pour avoir écrit des romans sentimentaux pour dames.
[53] *La Revue moderne,* avril 1920, p.37-77.
[54] *La Revue moderne*, décembre 1920, p.14-17 et 35-37.
[55] *La Revue moderne,* avril 1920, p.46.

Fig. 3.16 : Scène du roman « Seule », *La Revue moderne*, avril 1920, p.47

Fig. 3.17 : Scène du roman « Seule », *La Revue moderne*, avril 1920, p.43

À l'occasion du temps des fêtes, deux contes de Noël illustrés sont proposés dans l'édition de décembre 1920. Le premier « Un fantôme » est écrit par Louvigny de Montigny et présente des illustrations par Albert-Samuel Brodeur, tous deux d'origine canadienne-française.[56] Le deuxième, « La poupée », est signé par M. Nelet.[57] Beaucoup plus courts que le roman publié dans l'édition d'avril 1920, ces deux contes présentent tout de même une multitude d'images. Dans chacun des cas, le titre est intégré à une illustration détaillée introduisant la lectrice à la thématique du conte (Fig. 3.18 et Fig. 3.19). « Un fantôme » est introduit par une image d'un paysage hivernal, typiquement canadien, composé de traineaux tirés par des chevaux en route vers une église. Ce type d'entête met la table pour la lectrice et lui permet d'imaginer dans quel contexte se produira le récit. Cette fois, aucune légende ne donne de précision sur l'action illustrée dans l'image. Le même genre de traitement graphique est réalisé pour les deux autres illustrations accompagnant le conte. Ces dernières sont intégrées à

[56] *La Revue moderne*, décembre 1920, p.14-17.
[57] *Ibid.*, p.35-37.

même le texte et sont placées au centre de la page. La première laisse place à un décor intérieur où les personnages semblent discuter autour d'une table. Les meubles raffinés ainsi que les habits des personnages indiquent qu'il s'agit d'individus appartenant à la classe bourgeoise. Les hommes portent le complet ainsi qu'un nœud papillon alors que les dames sont vêtues de robes délicates. À la page suivante on aperçoit une illustration représentant une maison sur laquelle se trouve ce qui semble être un fantôme à côté de la cheminée. Les personnages vêtus de vêtements d'hiver regardent la scène. Le décor rappelle des scènes québécoises rurales hivernales. Le récit place la lectrice dans une soirée mondaine où l'un des convives décide de raconter un conte de fantôme. Ce sont donc les personnages qui établissent la thématique du terroir. Cette tendance à la représentation visuelle du terroir, notamment des paysages québécois ruraux et naturels se traduit également dans la peinture québécoise de la même époque. Selon Esther Trépanier, un mouvement commémoratif apparaît vers la fin des années XIXe et au début du XXe siècle où les représentations des héros de la Nouvelle-France ainsi que des us et coutumes de la tradition rurale refont surface.[58] L'intégration d'images du terroir dans les pages de la revue n'est donc pas surprenante. Dans le milieu de l'art, la lutte des nationalistes et des modernistes marque le début du XXe siècle. La tendance au début des années 1920 est encore assez conservatrice où les peintres et illustrateurs conserveront leur intérêt pour les sujets liés au terroir.[59] Cet aspect peut d'ailleurs être observé dans *La Revue moderne* et ce, même au sujet des thématiques des contes et des romans publiés. Les images réalisées pour « Un fantôme » s'inscrivent dans cette démarche artistique de la recherche d'un art national en opposition à l'art moderne.

---

[58] Esther Trépanier, *Peinture et modernité au Québec 1919-1939*, Québec, Nota Bene, 1998, p.30.
[59] *Ibid.*, p.31.

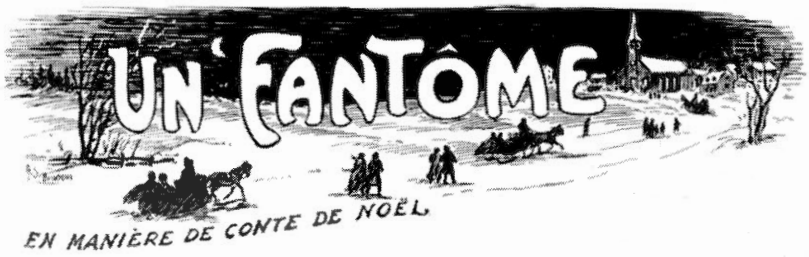


Fig. 3.18 : Entête du conte « Un Fantôme », *La Revue moderne*, décembre 1920, p.14

Afin de présenter le conte « La Poupée » dans la même édition de décembre 1920, l'illustration d'une petite fille d'un milieu ouvrier rêvant à la magie de Noël et ses cadeaux intègre le titre dans l'image, tout en utilisant un style typographique original (Fig. 3.15). Au bas de l'image se trouve l'enfant assise à même le sol, se réchauffant près d'une marmite au-dessus d'un feu. La tête basse, elle semble penser aux présents qu'elle ne peut espérer recevoir. Plusieurs cadeaux traditionnels de Noël comme le petit cheval de bois, un tambour ou encore de jolies poupées sont dessinés au-dessus de la petite fille. Par l'attitude et la position du personnage, la lectrice comprend que l'enfant appartenant à une famille peu fortunée ne pourra recevoir aucun de ces cadeaux en plus d'avoir des soucis beaucoup plus importants, notamment celui de se nourrir convenablement. Le récit met effectivement en scène la petite Mélie qui vit dans des conditions précaires avec sa famille ouvrière. Contrairement au conte *Le Fantôme* qui indiquait le lieu précis du récit à l'aide des images de paysages hivernaux du terroir, le décor de « La Poupée » ne situe pas la lectrice dans un lieu spécifique, ni même dans une époque précise. Ce conte étant d'origine française, il pourrait tout aussi bien avoir lieu à Montréal. Les trois autres illustrations attestent également de cette situation difficile dans laquelle évolue la petite fille. La première montre l'enfant qui tente de descendre une échelle avec un berceau dans les bras dans un décor sobre. La page suivante comporte les deux dernières illustrations. Dans l'une d'elle, on aperçoit la fillette enveloppée dans le manteau de sa gardienne et voisine alors qu'elles sont toutes deux à l'église. La dernière image d'une taille assez importante montre la famille rassemblée autour de la cheminée. Un nouveau-né se trouve au centre alors que la mère

repose dans le lit modeste et que le père, assis sur un tabouret, se tient la tête à l'aide de sa main. À la lecture du texte, la lectrice apprend qu'aucun drame ne s'est produit lors de la naissance de l'enfant. La scène et particulièrement la position du père de la famille semble pourtant affirmer le contraire. On peut supposer que le but de cette image soit d'attirer l'attention de la lectrice, ce qui expliquerait également la taille de celle-ci, en créant une dernière image forte.

Fig. 3.19 : Entête du conte de Noël « La Poupée », *La Revue moderne*, décembre 1920, p.35

Dans un tout autre ordre d'idées, afin de promouvoir la visite de la capitale, l'édition de juin 1926 propose une gravure de la ville de Québec.[60] Située au centre de la page, cette magnifique représentation de la ville surplombant le fleuve Saint-Laurent rappelle la beauté des vieux quartiers québécois (Fig. 3.20). Un ancien canon à l'avant-plan rappelle l'histoire militaire de la ville. Ce type de gravure, longtemps utilisé avant l'avènement de la reproduction photomécanique vers 1870,[61] apparaît comme désuet vis-à-vis des autres types d'illustration. La reproduction de dessins, de peintures et de

[60] *La Revue moderne*, juin 1926, p.17.
[61] Stéphanie Danaux. *L'iconographie d'une littérature. Évolution et singularité du livre illustré francophone au Québec, 1840-1940*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2013, p.19.

photographies étant accessible à la fin du XIXe siècle, ces images supplantent l'utilisation de la gravure, l'amenant à tranquillement disparaître des productions imprimées. Par sa nature et sa provenance, la technique de gravure appelle donc à la nostalgie et au souvenir d'une époque passée. Non seulement le sujet de l'image véhicule l'importance accordée au passé, mais la technique de réalisation transmet également ce sentiment. Commandité par le Canadien National, cet article vante la valeur nostalgique de « la capitale du souvenir français en Amérique »[62] ce qui confirme les intentions derrière la rédaction d'un tel article et le choix du type d'image.

D'autres gravures peuvent être observées dans la revue. L'édition d'octobre 1926 propose cette fois une représentation d'un bucheron dans un boisé de conifères (Fig. 3.21).[63] Encore une fois, la gravure est utilisée afin de promouvoir le terroir et les traditions québécoises. L'Abitibi et ses habitants y sont ici à l'honneur, décrivant les efforts des pionniers et leurs qualités. La gravure met de l'avant le personnage du bucheron en le situant de façon stratégique dans l'image afin de centrer l'attention de la lectrice sur ce dernier. Les deux gravures possèdent cependant une certaine touche moderne dans l'interprétation artistique qu'en a faite l'artiste. La taille du trait et la composition rappellent que ces gravures proviennent du XXe siècle et non du XIXe siècle comme leurs consœurs reproduites entre autres dans les romans illustrés. Alors que la première gravure promeut le tourisme dans la région de Québec, la seconde participe plutôt à l'effort de colonisation de l'Abitibi au moment où l'essor industriel demande une importante quantité de main d'œuvre.[64] Le gouvernement canadien tente

---

[62] *La Revue moderne*, juin 1926, p.17.
[63] *La Revue moderne*, octobre 1926, p.17.
[64] Bien que l'Abitibi-Témiscamingue soit habitée depuis des centaines d'années, la première vague de colonisation organisée se réalise avec l'essor de l'industrie forestière en 1886. La construction du chemin de fer Transcontinental au début du XXe siècle entraine la deuxième vague de colonisation et le développement rural de la région de l'Abitibi autour des centres miniers d'Amos et de La Sarre. La troisième vague de colonisation se produit à la suite de la crise économique de 1929 où la colonisation des régions inoccupées du Québec est perçue comme étant la solution au chômage massif alors vécu dans les centres urbains. - Marc Riopel, « L'Abitibi-Témiscamingue » *Encyclobec,* INRS, Hudson, 2003, http://encyclobec.ca/region_theme.php?idregion=1

dans les années 1920 d'encourager les colons à s'établir dans la région, entre autre à l'aide de la construction du chemin de fer Transcontinental, afin d'exploiter le secteur minier et forestier. Ces deux représentations de paysages québécois servent néanmoins les intérêts des régions du terroir en vantant les qualités des territoires authentiques.

Fig. 3.20 : Une gravure de la ville de Québec, *La Revue moderne*, juin 1926, p.17

Fig. 3.21 : Un bucheron en Abitibi, *La Revue moderne*, octobre 1926, p.17

3.3 Les unes

Colorées et originales, les unes attirent immédiatement le regard. L'objectif principal de *La Revue moderne* étant l'évasion, la beauté des unes est essentielle au succès commercial du magazine. Les couvertures ne font cependant que rarement référence au contenu du magazine, la plupart des éditions ne possèdent aucun lien direct avec leur page couverture. Il subsiste cependant un lien entre la saison ou la thématique générale de certaines éditions, par exemple l'édition de Noël propose une image liée

au temps des fêtes.[65] Certaines éditions publiées durant les mois d'été vont également proposer des images proposant des thèmes estivaux. L'échantillon ne présente aucune couverture réalisée à l'aide de la photographie, Madeleine insistant sur la présentation de gravure à la une de la revue. Les artistes ayant participé à la création des unes sont nombreux. Dans la plupart des cas, la source de l'œuvre n'est pas indiquée dans le magazine, mais en examinant attentivement le style des illustrations, il est plausible de croire que le même artiste peut avoir réalisé plusieurs unes consécutives. Certaines créations sont cependant signées par leur auteur. Bien que certaines signatures soient lisibles, le nom complet de l'artiste reste la plupart du temps introuvable. L'utilisation de pseudonyme ou de nom d'artiste rend également les recherches plus complexes.

Les premières couvertures réalisées sous la direction d'Anne-Marie Gleason (Madeleine) sont ornées d'œuvres de la peinture classique ou de reproductions de dessins d'artistes célèbres.[66] Madeleine souhaite offrir la possibilité aux lectrices de faire la collection des magazines qu'elle perçoit comme des œuvres d'art à part entière. Dans la première édition du magazine, elle suggère que :

> Notre première page, si artistique de pensée et d'exécution, nous a déjà valu de précieuses adhésions chez les clients où nous l'avons présentée. Elle continuera d'attirer la clientèle qui se laisse tout d'abord prendre par les yeux ; l'esprit suivra et puis le cœur. Et ce sera alors le succès complet et définitif : celui que nous voulons fermement réaliser. Tous les mois, la gravure qui orne notre première page sera changée, l'encadrement restera le même. Nos gravures seront toujours choisies parmi les chefs d'œuvre de l'art, de sorte que nos lecteurs réuniront à la fin de l'année, douze "sujets" empruntés aux plus grands artistes. »[67]

---

[65] Les éditions de décembre 1928, janvier 1929, décembre 1932 et janvier 1933 montrent des images en lien avec l'hiver, la nouvelle année ou le temps des fêtes.

[66] L'échantillon présente ce style graphique pour 16 éditions de *La Revue moderne* soit novembre 1919, décembre et avril 1920, janvier et mai 1921, février et juin 1922, mars et juillet 1923, avril et août 1924, mai et septembre 1925, juin et octobre 1926 et juillet 1927. La signature graphique change radicalement pour les éditions suivantes.

[67] Madeleine, *La Revue moderne*, novembre 1919, p.9

Reproductions de tableaux ou de dessins classiques, ces unes sont le gage de réussite du magazine. Par leur beauté, elles sauront convaincre la lectrice de se procurer le magazine. Ces unes se démarquent par leur style, mais également par leur ornementation graphique. L'œuvre, centrée dans la page, est couronnée par le titre de la revue et entourée d'un cadre coloré composé à l'occasion de fioritures délicates. Les unes des éditions de novembre 1919 (Fig. 3.22), de décembre 1920 (Fig. 3.23) et de mars 1923 (Fig. 3.24) démontrent l'étendue des variations graphiques possibles. Ne proposant pas toujours un pastiche de l'œuvre originale, certaines unes présentent parfois une portion de l'œuvre ou encore une version en noir et blanc d'une peinture en couleur. L'impression en couleur n'est pourtant pas un problème comme le démontre les différents cadres entourant les œuvres. Toujours agrémentés de plusieurs couleurs, les cadres offrent une palette diversifiée de rose, bleu, jaune ou vert.

Concernant les premières couvertures réalisées sous Madeleine, une légende se trouve sous l'image afin d'en indiquer le titre et l'auteur. Certains titres d'œuvres ont été modifiés ou encore traduits. Il semble que ce soit l'inspiration de l'équipe de rédaction qui baptise les œuvres plutôt que son auteur. Par exemple, l'édition de décembre 1920 présente des enfants descendant un escalier avec des chandelles dans les mains (Fig. 3.23). La légende sous l'image indique « Les étrennes à papa et à maman » sans donner plus d'indication sur l'artiste. Il se peut que ce titre soit l'original attribué par l'artiste, mais sans le nom de ce dernier, il est difficile d'en déterminer la provenance.

Fig. 3.22 : *La Revue moderne*, novembre 1919

Fig. 3.23 : *La Revue moderne*, décembre 1920

Fig. 3.24 : *La Revue moderne*, mars 1923

Le style typographique du titre de la revue évolue à travers les années même s'il conserve toujours le même emplacement dans la page. D'abord très stable, le titre *La Revue moderne* est inscrit en majuscules dans la même police, de novembre 1919 jusqu'en février 1922. Dans un style rappelant l'art-déco populaire dans les années 1920, la nouvelle police imprimée encore une fois en majuscules et dans une seule couleur présente la revue jusqu'en mars 1923. Alors que la police est conservée, c'est la mise en page qui se dégage du cadre pour laisser place à l'image en août 1924 pour reprendre un certain encadrement dans les éditions suivantes. Le style typographique du titre est de nouveau modifié en juillet 1927 et l'équipe rédactionnelle opte pour une police plus sobre, dont les lettres sont imprimées en majuscules et minuscules. Cependant, une seule édition de l'échantillon présente cette version du titre. Dès novembre 1927, *La Revue moderne* est inscrit en majuscules, les premières lettres de chaque mot disproportionnées à la manière qui rappelle de nouveau l'art-déco. Malgré d'importantes modifications dans la mise en page des couvertures, ce genre typographique représente la signature de *La Revue moderne* jusqu'en juin 1934. Les couleurs du titre s'agencent et se modifient au gré des images sur les différentes unes. À partir de juillet 1935, le titre de la revue se métamorphose à chaque édition pour

enfin se stabiliser en septembre 1937, juin 1938 et octobre 1938, affichant le même style typographique.

Plusieurs images choisies en une du magazine montrent des portraits de femmes. Une figure féminine se retrouve dès la première édition sur la une du mois de novembre 1919 (Fig. 3.22). L'échantillon révèle 16 éditions dont la une met en vedette une femme.[68] Les personnages souvent anonymes attirent le regard par leur beauté et leur élégance. Adrien Rannaud précise que le choix d'utiliser un personnage de jeune femme sur la première une démontre que le magazine veut s'adresser à un lectorat féminin.[69] La majorité des unes produites sous la direction de Madeleine affiche effectivement une figure féminine et ce, même lorsqu'il s'agit d'enfants. L'échantillon ne présente qu'une seule une dont la vedette, Norma Shearer, est identifiée, soit en avril 1936 où l'on retrouve également un article sur l'actrice. L'illustration propose l'actrice appuyant son visage sur ses deux mains jointes élégamment. Le style du dessin rappelle la photographie. Le cadrage et l'agencement graphique rappelle les unes modernes des magazines féminins dont le titre partiellement couvert par la tête de l'actrice s'intègre parfaitement à l'image. La plupart des éditions de *La Revue moderne* affichent le titre en haut de la page, indépendamment de l'image. Cette innovation graphique, qui est observable pour l'année 1936 uniquement, démontre une certaine souplesse dans la mise en page qui n'est pas visible dans les autres éditions de l'échantillon.

Trois autres éditions présentant des portraits de femme ont retenu mon attention lors du dépouillage de l'échantillon pour leur originalité. En octobre 1926 (Fig. 3.25), une reproduction d'une peinture en noir et blanc montre une femme drapée dans une

---

[68] Les éditions suivantes présentent une femme à la une : novembre 1919, avril 1920, janvier 1921, mars 1923, août 1924, avril 1924, septembre 1925, juin 1926, octobre 1926, juillet 1927, juin 1934, juillet 1935, avril 1936, septembre 1937, juin 1938 et octobre 1938.

[69] Adrien Rannaud, « Le magazine canadien-français, entre engagement et divertissement. *La Revue Populaire* et *La Revue moderne* au sortir de la guerre (1919) », 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 XXe siècle*, Québec, Codicille, 2018, p.42.

serviette de bain sur le bord d'un lac. Un cadre rouge uni entoure l'image alors qu'un encadré détaillé complète la couverture. Cet artiste, un français du nom de Paul Chabas (1869-1937), réalise plusieurs tableaux et dessins illustrant des femmes portant peu ou pas de vêtements.[70] La scène peu habituelle d'une femme en maillot de bain dont l'épaule est découverte est assez suggestive. Même s'il s'agit d'une peinture, le corps de la femme est partiellement découvert au niveau de la poitrine en plus de porter le maillot de bain, un vêtement considéré comme indécent entre autres par l'Église dans les années 1920 et 1930. « Si, pour l'Église, la dénudation des bras apparaît comme une ''répugnante invitation à la luxure'', que dire alors des parties du corps que le port du maillot de bain expose aux rayons du soleil et aux regards humains ? »[71] À lui seul, le port du maillot de bain provoquait la condamnation des plus conservateurs, cette image pouvait donc sembler indécente lorsqu'elle paraît sur la couverture de *La Revue moderne* en 1926.

Autant dans le dessin que dans la peinture, un style réaliste est habituellement employé par les artistes sélectionnés par le magazine. Or en juillet 1935 (Fig. 3.26), le portrait d'une femme est réalisé de façon naïve, sans nécessairement respecter les proportions d'une personne réelle. L'œuvre laisse place à l'interprétation de l'artiste ce qui est observable par exemple avec la taille de l'œil de la dame ou encore la forme de la main. Le choix du médium ressort également du lot, l'aquarelle n'étant pas beaucoup utilisée dans l'ensemble de l'échantillon. Le style employé se justifie par l'utilisation de l'aquarelle qui donne une certaine vibrance et une fluidité dans l'image. L'élégance de la dame se traduit par la pose de sa main ainsi qu'à ses habits provenant de la dernière mode. Le chapeau attire particulièrement le regard. La mode des chapeaux est encore très en vogue au moment de la publication de cette édition du magazine. Après que les dames dans les années 1920 aient opté pour les cheveux à la garçonne et le

---

[70] Académie des beaux-arts de l'Institut de France (2008-11-03), Bénézit, 1999, http://data.bnf.fr/14971402/paul_chabas/#rdt440-14971402 .
[71] Suzanne Marchand, *op.cit.* p.93.

chapeau cloche, les années 1930 voient réapparaitre les coiffures longues et bouclées surmontées de chapeaux de feutre ou des capelines à larges bords que l'on porte généralement inclinés.[72] Au goût du jour, le personnage sur la couverture porte son chapeau incliné, couvrant une partie de son visage. Le chapeau coloré fait également référence aux couleurs estivales. L'arrière-plan suggère que la dame assiste aux courses de chevaux. Le gazon réalisé de façon abstraite donne une certaine profondeur à l'arrière-plan. Au loin, des drapeaux et un cheval de course habillent le décor. À Montréal, les courses de chevaux s'installent en 1828 sur un territoire qui prendra le nom de Blue Bonnets. Le Montreal Jockey Club, fondé en 1905, construit un nouvel hippodrome dans Notre-Dame-de-Grâce Ouest dont la popularité grandissante dans les années 1930-1940 entrainera la construction de plusieurs autres hippodromes un peu partout dans la ville.[73] La présence des chevaux sur cette couverture représente bien la popularité que pouvait prendre ces courses à Montréal dans toutes les couches de la société. La signature de l'artiste dans le bas de l'image est malheureusement illisible et le nom de ce dernier n'est pas inscrit dans la table des matières, comme c'est souvent le cas des illustrations en couverture.

---

[72] François-Marie Grau, *Histoire du costume,* Presses universitaires de France, Paris, 2007, p.100.
[73] Christophe-Hubert Joncas, « Blue Bonnets et l'histoire hippique de Montréal », *Spacing Montreal*, 12 février 2014, http://spacing.ca/montreal/2014/02/12/blue-bonnets-et-lhistoire-hippique-de-montreal/ .

Fig. 3.25 : *La Revue moderne*, octobre 1926

Fig. 3.26 : *La Revue moderne*, juillet 1935

Fig. 3.27 : *La Revue moderne*, juin 1938

Arborant de nouveau un chapeau jaune porté sur le côté de la tête, une dame dessinée de façon réaliste pose pour la couverture du mois de juin 1938 (Fig. 3.27). Cette fois c'est l'autre côté de son visage qui est à l'abri du regard du spectateur. Sa main gantée tient élégamment une fleur mauve, l'approchant de son visage. Ne représentant que le chapeau à la dernière mode et l'élégance féminine, cette illustration n'apporte aucune précision sur le contenu du magazine. Contrairement à la une de juillet 1935 (Fig. 3.26), aucune mise en scène n'est illustrée en arrière-plan, seul un dégradé de couleur rappelant l'été habille l'image. Cette couverture illustrée ressemble de plus en plus à celles qui seront réalisées à l'aide de la photographie suite aux changements dans la signature graphique observée à partir de l'édition de mai 1939. Dorénavant, les couvertures ne seront plus réalisées à l'aide d'artistes connus, mais bien à l'aide de photographies présentant des modèles ou des vedettes.

Alors que la plupart des unes sont très détaillées et colorées, certaines d'entre elles sont extrêmement sobres. La signature graphique des unes du magazine change radicalement à partir de novembre 1927. N'occupant plus une place centrale sur la page, l'image est reléguée dans le coin inférieur droit. Le même modèle graphique est

utilisé jusqu'en janvier 1933. Ce qui est particulier pour les éditions de septembre 1929, février 1930 et octobre 1930 c'est l'absence totale d'images. Ces trois éditions ne présentent en effet qu'une couverture unie, dans le même style graphique, mais sans aucune image. Cette période correspondant à la Crise économique, il se peut que le magazine ait cherché à réduire les coûts liés à la reproduction et à l'impression des images. Le tirage de la revue correspondant à cette époque se trouve d'ailleurs en baisse. En 1930, le magazine se vend à 9000 exemplaires, alors qu'il s'était vendu à plus de 20 000 exemplaires en 1920.[74] Ces années de difficultés financières peuvent avoir entrainé la suppression des images en couverture.

Déjà après 1930, les loisirs semblent occuper une place plus importante pour la revue en se retrouvant sur certaines unes, alors que la Crise économique frappe des milliers de personnes au Québec et ailleurs dans le monde. Néanmoins, les scènes montrant différents loisirs se pratiquant durant les mois les plus chauds sont illustrées sur les unes de mai 1933 (Fig. 3.28), août 1936 (Fig. 3.29) et mai 1937 (Fig. 3.30). Dans un style illustratif différent, ces trois couvertures proposent des scènes où la lectrice peut apercevoir des personnages s'adonnant à différentes activités de loisirs, toutes liées d'une certaine façon aux vacances d'été. Dès 1933, les éditeurs du magazine commencent à vendre l'image de l'importance des activités de loisirs. Or, Caroline Bergeron note que « les vacances familiales vont prendre beaucoup d'importance après la Seconde Guerre mondiale. Grâce à l'amélioration des conditions de vie, [...] au travail salarié des femmes mariées, à la réduction de la semaine de travail [...] et aux vacances annuelles payées, les familles auront plus de temps et d'argent à leur consacrer. »[75] Très peu de familles peuvent effectivement se payer le luxe de prendre des vacances ou de s'adonner à des loisirs. La première couverture montre un

---

[74] Marie-José des Rivières et Adrien Rannaud, *op.cit.* p.229.
[75] Caroline Bergeron, *« En vacances...en voiture...en Pontiac!» Les représentations de genre à travers les loisirs dans la* Revue moderne *et* Châtelaine*, 1945-1969*, Mémoire (histoire), Université de Montréal, 2014, p.65.

couple se promenant en voiture décapotable sur les routes printanières en campagne (Fig. 3.28). Dès 1926, le réseau routier québécois prend une expansion considérable et rend les déplacements beaucoup plus simples[76], ce qui explique la présence de cette promenade en voiture à la une de la revue en mai 1933. La maison typiquement québécoise visible en arrière-plan confirme qu'il s'agit d'un paysage d'ici et ouvre la possibilité de pratiquer ce genre d'activités de loisir dans la province. Alors que dans la plupart des unes ce sont les personnages qui sont le point focal de la page, c'est ici le décor campagnard représentant le printemps qui est mis de l'avant.

Centrés de nouveaux sur les vacances d'été, la une du mois d'août 1936, signée par Robert Pelletier, invite cette fois à la relaxation en bateau (Fig. 3.29). Contrairement aux passagers de la voiture, les deux personnages se trouvent au centre de l'attention dans un petit voilier de plaisance, l'homme ramant et la femme étant assise à l'avant. Plusieurs éléments appellent à la détente dans cette image en commençant par l'expression sereine de la dame et les couleurs chaudes et pastels faisant référence à l'été. Ces personnages en bateau réalisés dans un style réaliste se superposent à un décor surréaliste. Un cercle jaune représente un soleil surdimensionné alors que des vagues stylisées entourent le bateau. Les vêtements de la dame, qui semblent être une combinaison une pièce rayée, adéquats pour la plage, proviennent de la dernière mode. Sous son grand chapeau et parasol, la dame lit une édition de *La Revue moderne*. Les activités nautiques requièrent plus d'accès à du matériel spécialisé et coûteux qu'une simple promenade au parc ou un pique-nique en famille. De nouveau, cette activité proposée à la une de la revue participe à l'un des principaux objectifs de la revue : vendre du rêve.

Contrairement aux deux autres couvertures proposant des activités assez couteuses reliées aux vacances d'été, l'édition de mai 1937 montre plutôt un couple

---

[76] *Ibid.*, p.66.

s'aventurant en camping sauvage (Fig. 3.30). La signature graphique se transforme d'une édition à l'autre provoquant une certaine hétérogénéité dans l'allure du magazine. La police utilisée pour identifier *La Revue moderne* change radicalement, de même que la mise en page. Signée par Antoine Roy, l'illustration au style comique présente une femme et un homme vivant des mésaventures cocasses lors d'une expédition en nature. Le style caricatural du dessin tranche avec les autres illustrations des couvertures, souvent plus sérieuses, misant habituellement sur la beauté du dessin. La création de ce genre de couverture répond tout de même au mandat de la revue qui est de divertir la lectrice, mais surtout d'attirer l'œil grâce à des unes colorées et attrayantes. Le camping, peu coûteux, permet aux familles moins nanties de s'offrir des vacances d'été.[77] Cette couverture est la seule à présenter une activité de loisirs d'été abordable pour tous. La une de mai 1937 témoigne des désagréments que peuvent occasionner les sorties en plein air, entre autre par la présence d'animaux non-désirables, comme le démontre la moufette en vedette sur cette page couverture. L'utilisation de cet animal en couverture atteste de l'intention comique de l'illustrateur. Rarement humoristiques, les unes présentent plutôt des œuvres d'une certaine beauté, sérieuses et féminines. La situation humoristique dans laquelle se trouvent les personnages se démarque des autres unes de la revue. Le style du dessin ressort également du lot, présentant des visages aux traits caricaturaux. Les yeux ronds rappellent les personnages caricaturaux présents dans les journaux à la même époque. Les personnages attestent également de la nécessité du port de vêtements appropriés aux activités de loisir liées au sport. Dès 1920, certaines femmes décident de porter le pantalon afin de s'adonner à certains sports, le tout en recevant de virulentes condamnations de l'Église,[78] le port du pantalon ne permettant pas de couvrir suffisamment les formes féminines. Or, la femme illustrée porte effectivement le pantalon afin de s'adonner à des activités de plein air. Le port du pantalon étant

---

[77] *Ibid.*, p.69.
[78] Suzanne Marchand, *op.cit.* p.98.

largement répandu dans les années 1930, certains abbés semblent ouvrir la tolérance à certaines circonstances exceptionnelles, entre autre « pour les sports : courses ou chasses dans la forêt, pêche et canotage sur les lacs, alpinisme dans nos montagnes, glissades en skis ou en traîneaux… ».[79]

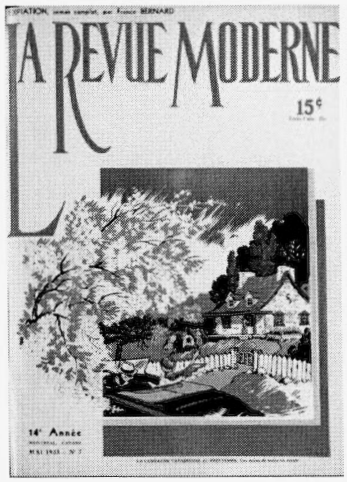


Fig. 3.28 : *La Revue moderne*, mai 1933

Fig. 3.29 : *La Revue moderne*, août 1936

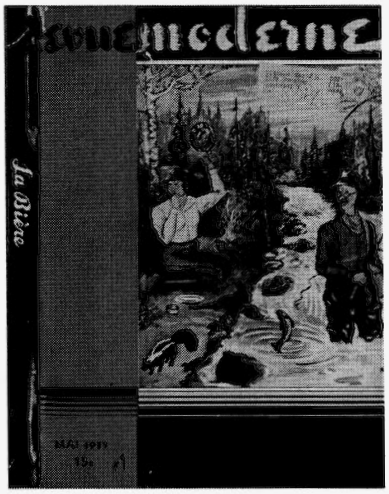


Fig. 3.30 : *La Revue moderne*, mai 1937

Conclusion

Le nombre d'images ainsi que la diversité de celles-ci témoignent de l'importance accordée à la catégorie *s'évader* dans les pages du magazine. Allant des paysages exotiques aux portraits de vedettes en passant par les scènes de roman d'amour, les illustrations et les photographies permettent à la lectrice d'oublier un instant le quotidien et de se divertir dans un univers où l'imagination est reine. La réalité présentée dans ces images associées à un idéal bourgeois est souvent inaccessible à un tel point qu'elle peut paraitre exotique pour la lectrice. « Par la présentation soignée des livraisons, par le luxe affiché dans la publicité ou dans les pages féminines – qui sont en soi un témoignage fascinant sur une certaine prospérité d'après-guerre –, par la place accordée à la littérature romanesque, il est clair que la

[79] *Ibid.*, p.100.

revue cherchait surtout à séduire un lectorat bourgeois. »[80] L'important tirage indique pourtant que la revue obtient une importante popularité dès sa première édition de novembre en 1919. La plupart des foyers recevant la revue ne devaient donc pas avoir les moyens financiers pour s'adonner aux activités affichées dans les images. Ainsi, le divertissement par l'évasion s'inscrit définitivement comme objectif principal du magazine. Premier contact établi avec la lectrice, le contenu des unes de *La Revue moderne* démontre cette réalité en dévoilant une diversité de thèmes et de couleurs. C'est la beauté de ces images qui frappe l'imaginaire de la spectatrice et qui reste gravée dans les esprits. Ce qui retient également l'attention dans cette section du magazine est la taille des images. Occupant un espace important au cœur des articles, le nombre d'images augmente avec les années en plus de prendre de plus en plus d'ampleur. Beaucoup plus terre à terre, le prochain chapitre aborde les images en lien avec l'objectif *d'instruction* prenant également une place considérable dans les pages de la revue.

---

[80] Jean-Christian Pleau, « *La Revue moderne* et le nationalisme, 1919-1920 », *Mens,* vol 6, no 2, 2006, p.206.

CHAPITRE IV

ÉPOUSE MODÈLE, MÈRE SAVANTE ET FEMME EXEMPLAIRE

Dans la volonté d'instruire la lectrice de *La Revue moderne,* les éditeurs utilisent une multitude d'images relatives à différents sujets. Contrairement à la catégorie *s'évader et se divertir*, cette catégorie, *s'instruire*, accorde une grande importance à la relation entre les articles et les images. La plupart des photographies et des illustrations réfèrent souvent au contenu des articles. Avec un échantillon comprenant 459 images dont 248 illustrations, 210 photographies et deux images réalisées en médium mixte, la catégorie *s'instruire* s'adresse particulièrement aux femmes au foyer. La figure féminine est la vedette de cette section alors qu'on retrouve 113 images représentant des femmes et 49 images représentant des hommes. Les articles provenant du *Delineator*, un magazine américain destiné à un public féminin, se multiplient. On pourrait s'étonner de la présence de plusieurs articles traduits provenant de cette publication dans les pages de *La Revue moderne. Delineator*, un magazine de mode américain publié par Butterick Publishing Company, est édité de 1873 à 1937.[1] Le départ d'Anne-Marie Gleason (Madeleine) en 1928 de la direction de *La Revue moderne*, additionné aux retombées de la Crise économique de 1929, affecte considérablement le tirage de la revue. « Pour des raisons d'ordre financier, [le] discours [de *La Revue moderne*] se fait de plus en plus " populaire " et vise un vaste public. La concurrence étrangère l'amène de plus à inclure dans ses pages des chroniques où l'influence américaine se fait nettement sentir. »[2] La vocation éducative

---

[1] Kelley English, *Newsstand :1925: The Delineator. A virtual newsstand of the summer 1925,* http://uwf.edu/dearle/enewsstand/enewsstand_files/page630.htm .

[2] Suzanne Marchand, *op.cit.*, p.48.

du magazine se concentre surtout sur la transmission d'informations pratiques portant, dans mon analyse, les étiquettes suivantes : travaux d'aiguilles, beauté et santé, décoration, cuisine et tâches ménagères. J'inclus également dans cette catégorie les images rattachées aux articles scientifiques, aux articles sur l'art ainsi que sur la religion.

4.1 L'image des femmes

Plusieurs articles proposés dans *La Revue moderne* s'intéressent à l'image que les femmes doivent renvoyer d'elles-mêmes et de leur rôle dans la société. Cette représentation de la féminité se traduit d'abord par la présence d'illustrations et de photographies de femmes dans le rôle de mère. L'environnement représentant la féminité est centré sur l'espace privé de la maison; sa décoration doit donc être soignée et au goût du jour. Enfin, les femmes doivent aussi prendre soin de leur image personnelle et entretenir leur beauté.

4.1.1 La maman

Très peu d'images représentant des femmes avec leurs enfants se trouvent dans la revue. Les jeunes bébés sont souvent montrés seuls dans un berceau ou dans le parc pour enfant. Il subsiste néanmoins quelques images montrant de jeunes mères portant un bébé dans leurs bras ou s'occupant d'un enfant. « Au cours des années 1920 et 1930, les mères sont principalement représentées au début du cycle de la vie parentale, puisque la jeunesse demeure une caractéristique essentielle de la féminité. »[3] En août 1924, l'article « Pour la maman »[4] et en octobre 1926, l'article « Comment élever nos bébés »[5] s'adressent directement aux jeunes mères et affichent, dans les deux cas, la même photographie d'une nouvelle maman tenant un jeune bébé (Fig. 4.1). Le premier

---

[3] Sébastien Couvrette, *op.cit*, p.106.
[4] *La Revue moderne,* août 1924, p.55.
[5] *La Revue moderne*, octobre 1926, p.42,

article signé par Mélisande donne d'abord des conseils sur le nouveau mode de vie de la jeune maman. L'article est accompagné d'une colonne écrite par le Dr Toulouse à propos des convulsions chez les nouveau-nés. Le deuxième article, celui de l'édition d'octobre 1926, écrit par le Dr P. Pironneau[6] donne, quant à lui, des indications sur la santé du nouveau-né, soit sur son poids, sa taille et sa dentition. Dans un décor d'intérieur se situant vraisemblablement dans une maison privée, la mère serre son bébé contre sa joue. Utilisée comme symbole annonçant le thème de l'article sur le soin des bébés, cette photographie découpée dans une forme ronde se démarque de l'échantillon par sa forme et son contenu. La femme présente une gestuelle qui rappelle l'amour inconditionnel des mamans pour leur progéniture et le bonheur d'être mère.

Fig. 4.1: Une maman avec son bébé, *La Revue moderne*, octobre 1926, p.42

Dans l'édition de novembre 1927, un autre article rédigé par le Dr P. Pironneau est accompagné d'une photographie d'un bébé jouant avec un hochet.[7] Alors que l'éducation et le soin des enfants reviennent presque exclusivement aux femmes dans les années 1920 et 1930, ce sont bien souvent des hommes qui sont auteurs de ces

---

[6] Il s'agit du Dr Pierre Pironneau, pédiatre français qui a publié plusieurs ouvrages de puériculture à Paris dans les années 1920.

[7] *La Revue moderne,* novembre 1927, p.49.

articles donnant des conseils sur la façon d'élever les petits. Dans l'optique où la parole est donnée aux médecins, spécialistes de la santé, il est normal de retrouver des hommes en position d'autorité. Dans le domaine de la santé, une grande majorité d'hommes forment le corps médical jusque dans les années 1970. L'intervention masculine se produit même lorsqu'il s'agit de la sphère d'expertise féminine. « Enseigner aux femmes comment devenir mère a sans doute représenté l'une des grandes entreprises médicales du XXe siècle »[8] note Denyse Baillargeon dans son ouvrage sur la médicalisation de la maternité. La mortalité infantile pousse les médecins à se lancer en croisade contre « l'ignorance des mères » face à l'éducation et aux soins à prodiguer aux enfants. Baillargeon ajoute que les médecins amorcent ce processus de médicalisation de la maternité afin de contrôler un domaine qui appartenait à l'expertise féminine « sur la base d'arguments qui incorporent tout un ensemble d'a priori et de préjugés sans rapport avec l'objectivité scientifique ».[9] Dans une édition d'avril 1936, l'image montre directement un homme intervenant auprès d'un enfant malade.[10] Provenant de nouveau du magazine américain *Delineator*, l'article « Quand le docteur dit : " c'est contagieux " » présente la photographie d'une fillette couchée dans son lit bien entourée de sa mère et d'un médecin. Alors que dans les années 1920 et 1930 « la santé des jeunes bébés passe par les femmes, responsables de prodiguer les meilleurs soins en assurant le bien-être des tout-petits »[11], l'homme médecin devient l'intermédiaire professionnel conseillant la jeune mère sur les soins à prodiguer à son enfant. La représentation de l'homme en tant qu'expert place la mère en position de subalterne, recevant les précieux conseils masculins sur la façon de soigner son enfant. Élaboré par des hommes, ce discours que l'on retrouve également dans la publicité, « surveille donc de près le rôle des mères et s'impose comme autorité morale en matière

---

[8] Denyse Baillargeon, *Un Québec en mal d'enfants. La médicalisation de la maternité, 1910-1970*, Montréal, Les Éditions du Remue-Ménage, 2004, p.93.
[9] *Ibid.*, p.94.
[10] *La Revue moderne,* avril 1936, p.25.
[11] Sébastien Couvrette, *op.cit.* p.106.

de santé et d'éducation des enfants. »[12] Il semble y avoir un consensus des médecins au sujet de l'incompétence de toutes les femmes sur les méthodes modernes d'alimentation des enfants. « Elles ne doivent surtout pas se fier à l'expertise de leurs mères, voisines, ou parentes, qualifiées de " vieilles bonnes femmes dangereuses " qui se mêlent de donner des avis imprégnés " de superstitions ridicules et de procédés dangereux " »[13] alors que seuls les médecins sont qualifiés pour donner des conseils judicieux. Bien entendu, tous n'adhèrent pas aux paroles des médecins et certaines personnalités publiques s'opposent à ce genre de commentaires. Madeleine, la fondatrice de *La Revue moderne*, est à cette époque journaliste et militante féministe et se porte à la défense des femmes dans le besoin qui n'ont certainement pas les moyens d'appliquer les conseils aberrants des médecins.[14] Le départ de Madeleine entraine probablement un changement de cap dans les valeurs véhiculées par la revue, les deux articles étant publiés après qu'elle a quitté.

Alors que certains articles sont rédigés par des hommes, plusieurs autres ne sont pas signés. Entrecoupée de plusieurs publicités de produits pour poupons, la rubrique « Mamans et bébés », accompagnée d'une photographie d'un bébé, regroupe de petits paragraphes sur des sujets divers entourant la maternité.[15] La photographie assez sombre montre mal l'enfant penché derrière les barreaux de son lit. Beaucoup plus attrayantes, les photographies des publicités attirent davantage le regard que l'image choisie par la revue. Alors que le texte donne plusieurs conseils sur l'arrivée d'un bébé dans la vie d'un jeune couple, l'image ne transmet aucune information supplémentaire et n'apporte pas de spécification en lien avec le contenu de l'article.

---

[12] *Ibid.*, p.108.
[13] Denyse Baillargeon, *op.cit.*, p.101.
[14] *Ibid.*, p.110.
[15] *La Revue moderne*, avril 1932, p.45.

D'autres articles s'adressent directement aux mamans en présentant toutefois des photographies de bébés ou de jeunes enfants. La rubrique « Le coin des mamans » en novembre 1927[16] montre l'illustration d'une mère auscultant une fillette (Fig. 4.1). La scène se produit dans la cuisine dont le décor rappelle les maisons de campagne. L'arrière-plan propose une fenêtre couverte d'un rideau à carreaux sous laquelle se trouve une tapisserie campagnarde montrant un rang de petites maisons entourées d'arbres. Deux meubles de cuisine sont décorés de grandes fleurs que l'on devine peintes sur bois. Les cheveux courts de la femme ainsi que ceux de la fillette correspondent au style de coiffure typique des années 1920. Au diapason de la mode, la mère porte ses cheveux à la garçonne, symboles de l'émancipation féminine qui se produit après la Première Guerre mondiale, conséquence de la participation des femmes à l'effort de guerre.[17] Condamnées par l'Église, certaines femmes adoptent des comportements et allures qui s'apparentent à ceux des hommes, des pratiques que l'on qualifiera de « garçonnismes ».[18] Même les coupes des robes font références aux lignes corporelles masculines. En rejetant le corset, symbole d'oppression féminine, la robe à coupe droite de la *flapper* américaine des années 1920 cherche à camoufler les formes féminines pour obtenir une ligne de corps droite. Dans cette illustration, la robe de la mère correspond aux standards à la mode en proposant une robe droite et sans corset dont la coupe ne laisse pas voir les formes féminines. La position des personnages est directement reliée au contenu de l'article. Dans le but d'éclairer les mamans sur la façon d'ausculter leurs enfants, la scène illustrée propose certaines installations simples pour mieux observer l'anatomie des tout-petits. L'enfant, debout sur un tabouret, peut ainsi être mieux observée par l'adulte. L'article précise tous les aspects à surveiller sur le corps des enfants comme les déviations de la cage thoracique ou encore la fragilité des poignets et des chevilles. Peu habituelle dans *La Revue moderne,* l'illustration sort du format traditionnel carré en faisant ressortir la tête de la mère du cadre de l'image.

---

[16] *La Revue moderne,* novembre 1927, p.41.
[17] Sébastien Couvrette, *op.cit.,* p.162.
[18] Suzanne Marchand, *op.cit.,* p.97.

Cette intervention met l'accent sur les personnages et attire l'œil de la lectrice sur ces derniers.

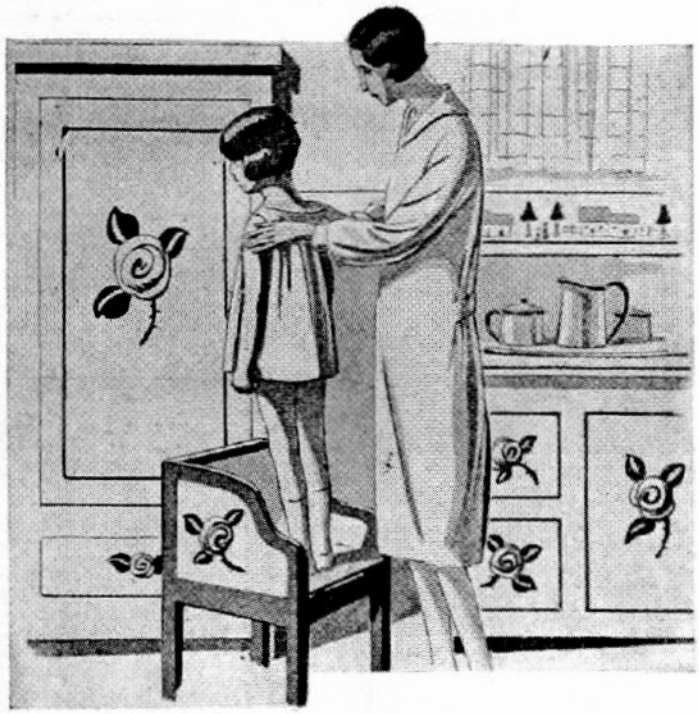


Fig. 4.2: Une maman ausculte une petite fille, *La Revue moderne*, novembre 1927, p.41

4.1.2 Les femmes et leur maison

Puisque plusieurs activités proposées par *La Revue moderne* se pratiquent à l'intérieur du foyer, une majorité d'images se situent à l'intérieur de la maison. Ainsi, les images portant l'étiquette *décoration* se centrent particulièrement sur l'espace privé. 27 de ces images sont des photographies alors que neuf sont des illustrations. Les conseils donnés aux femmes au foyer sont multiples et comprennent la décoration d'intérieur. Occupant la moitié de la page, une chambre de style « Louis XVI » est photographiée dans l'édition d'avril 1920.[19] Un court texte ajoute des explications sur ce qui est observable dans l'image, notamment en révélant les couleurs véritables des meubles et des objets. La photographie montre un lit, des fenêtres aux doubles rideaux,

[19] *La Revue moderne*, avril 1920, p.29.

une lampe en forme de chandelier faite de perles, une commode, une maquilleuse et une chaise berçante, le tout dans des teintes pâles. L'ensemble transmet une atmosphère plutôt bourgeoise accentuée par la description faite dans le texte. L'édition de février 1930 démontre également cette atmosphère bourgeoise dans un article de deux pages proposant les nouvelles tendances décoratives.[20] Tiré du magazine *Delineator*, l'article « Un living-room moderne » s'accompagne de plusieurs photographies exposant différentes facettes de l'art de décorer un salon moderne. Cette fois, le décor, chargé et richement décoré, expose une tapisserie fleurie imposante que la lectrice peut repérer sur chacune des photographies. Les meubles témoignent également d'une certaine richesse. Présentant plusieurs chaises, sofas et petites tables accueillant des vases, un téléphone ou un gramophone, ce salon représente un certain niveau de richesse. De nouveau, le texte mentionne les couleurs des meubles et des murs afin de palier l'absence de coloration dans les photographies. Ces dernières procurent de nouvelles inspirations à la lectrice tout en lui permettant de s'évader.

Des images sans lien avec l'article rattaché se glissent à nouveau dans la catégorie *s'instruire*. Cette fois, il s'agit d'une photographie d'une table à diner qui occupe l'espace au bas d'une page.[21] Visiblement sans rapport avec le texte l'entourant, les éditeurs de la revue ont peut-être voulu embellir la page ou tout simplement remplir un espace libre. Ce genre d'images se retrouve régulièrement dans les premières éditions du magazine[22]. Le titre de l'image « L'art de bien mettre une table » indique que la photographie se veut prescriptive. Entourée de plantes tropicales, la table richement décorée semble se trouver dans un environnement exotique. L'ensemble donne un ton assez bourgeois à la scène qui pourrait se produire dans un grand restaurant ou dans la demeure de quelqu'un de bien nanti. Très loin de la réalité de la plupart des lectrices, cette scène n'est pas représentative d'une réception privée dans le

---

[20] *La Revue moderne,* février 1930, p.8-9.
[21] *La Revue moderne,* janvier 1921, p.22.
[22] Cela pourrait témoigner d'un manque de publicités, mais la démonstration reste encore à faire.

cœur des foyers montréalais et encore moins de la vie de tous les jours. L'angle de la photographie n'étant pas orienté pour voir l'ensemble des outils de décoration mis sur la table, il est impossible de bien voir tous les accessoires utilisés et ainsi de bien comprendre comment la table a été mise. Malgré les intentions éducatives derrière l'image, il semble que le résultat final ne soit pas très bien rendu. Même si le titre de l'image indique ce qui s'y trouve, il y a peu de chance que la lectrice puisse y apprendre quelque chose en regardant seulement la photographie.

4.1.3 L'art d'être belle

La beauté occupe une place importante dans les pages de la revue. L'étiquette *beauté et santé* regroupe 25 illustrations et 29 photographies. Étant le sujet de plusieurs articles, la beauté est représentée sous plusieurs visages. Certaines images répondent directement à l'information se trouvant dans l'article, alors que plusieurs ne font qu'embellir la page. La plupart des articles traitant de la beauté proviennent du *Delineator* et sont rédigés par Celia Caroline Cole, une auteure américaine très prolifique sur les questions de beauté féminine. Sa chronique « Ève au miroir » apparaît dans l'échantillon à partir de l'édition d'août 1928. Les images proposent différents aspects de la beauté comme le maquillage ou la coiffure. La première édition de « Ève au miroir » s'étend sur deux pages et présente 4 images représentant différentes perceptions de la beauté à travers le temps (Fig. 4.3, 4.4, 4.5 et 4.6).[23] Le portrait d'une jeune femme de profil, dans une pose qui rappelle les tableaux de la Renaissance, introduit l'article (Fig. 4.3). Le texte trace ensuite des comparaisons entre les images notamment entre la photographie de Claire Eames (Fig. 4.6) et la reproduction de la peinture de Madame Chalgrin (Fig. 4.4). Selon l'auteure, ces deux femmes, appartenant à des époques différentes, se ressemblent pourtant dans leur élégance. Elle ajoute également qu'elles se démarquent aussi par leur intelligence et leur personnalité qui sont des aspects importants de la beauté. L'article enchaîne sur une série de conseils

---

[23] *La Revue moderne*, août 1928, p.40.

entourant la santé du sommeil, le contrôle du poids ou le soin de la peau. Enfin, l'article se termine par des astuces pour rester charmante. La légende de la dernière image indique qu'il s'agit d'une jeune femme du XVe siècle, tissant ainsi un lien avec les observations de Cole sur l'histoire de la beauté (Fig. 4.5). Les images n'ajoutent rien de nouveau au texte, elles appuient cependant les propos de Cole en permettant à la lectrice de vérifier par elle-même les caractéristiques physiques de ces belles dames. Ces représentations de la beauté viennent donc confirmer l'argumentaire de Cole en rejoignant les propos du texte. D'autres éditions de *La Revue moderne* publient des articles de Celia Caroline Cole comme en décembre 1928 avec « Être vraie...avec soi-même ».[24] Vêtue à la dernière mode, une femme pose élégamment pour la caméra, une brosse à cheveux posée sur le visage. Drapée dans un châle qui semble être de la soie, la dame porte les cheveux courts typiques des années 1920.[25]

Fig. 4.3: White, *La Revue moderne,* août 1928, p.40

Fig. 4.4: Madame Chalgrin, *La Revue moderne*, août 1928, p.40

Fig. 4.5: Femme du XVe siècle, *La Revue moderne*, août 1928, p.40

Fig. 4.6: Claire Eames, *La Revue moderne*, août 1928, p.40

Un autre article de Cole « Sortons de notre aveuglement » introduit l'illustration d'une dame de la noblesse médiévale (Fig. 4.7).[26] Un entête présente le titre formé de lignes horizontales le délimitant. Ces lignes semblent former des plantes tombantes de façon abstraite. Une colombe, symbole de la paix dans le monde chrétien

---

[24] *La Revue moderne,* décembre 1928, p.13.

[25] *Supra.,* p.4.

[26] *La Revue moderne*, janvier 1933, p.17.

occidental,[27] vole les ailes déployées à la droite du titre. Cole traite de l'importance de voir la « lumière » de la vie et donne des conseils sur l'attitude à adopter dans différentes situations. Le costume de la dame et son occupation donnent des indices sur son statut social. Assise élégamment sur une banquette couverte de coussins, la dame porte une grande robe au col de fourrure et un chapeau digne d'une peinture de Jan Van Eyck.[28] Le décor place presque la lectrice dans un univers de conte de fée montrant par la fenêtre les tours du château. Représentant l'exemple à suivre, le symbole de la reine appuie les propos de l'auteure et confirme qu'il est possible de réussir à se sortir de « l'aveuglement » dont est atteint le monde. Le texte ne traite pas seulement d'attitude, mais également de beauté physique influencée par l'expression du visage, particulièrement des yeux. La reine, symbole de beauté et de grâce, donne le ton sur l'attitude à adopter afin de réussir à faire le bien autour de soi. Même si le contenu de l'article est instructif, certaines images continuent à vendre du rêve et à transporter la lectrice dans des univers merveilleux. Grâce à l'image, la lectrice peut se plonger dans des mondes imaginaires sortis de contes de fée.

---

[27] Héritée du récit biblique de l'arche de Noé, la colombe auprès du rameau d'olivier et de l'arc-en-ciel symbolise la paix. « C'est un symbole qui continue de représenter la paix, qui a traversé le temps, les idéologies, et qui est maintenant idéologiquement neutre après avoir été instrumentalisé dans les années 1950 et 1960. » - Carl Bouchard dans Jacques Beauchamp, « La colombe de la paix de Picasso, un symbole impérissable », *Aujourd'hui l'histoire*, Radio-Canada, https://ici.radio-canada.ca/premiere/emissions/aujourd-hui-l-histoire/segments/entrevue/61051/colombe-de-la-paix-picasso-histoire-pacifisme-carl-bouchard .

[28] Jan Van Eyck est un peintre flamand de la Renaissance né vers 1390 et mort en 1441. Il est connu pour ses peintures à l'iconographie mariale et ses nombreux portraits donc le célèbre *Arnolfini et sa femme*. Encyclopédie Larousse, http://www.larousse.fr/encyclopedie/personnage/Jan_Van_Eyck/148247 .

La Revue Moderne—Montréal, Janvier 1933 Page 17

SORTONS DE NOTRE AVEUGLEMENT

Par Celia Caroline Cole

Fig. 4.7: L'article "Sortons de notre aveuglement", *La Revue moderne*, janvier 1933, p.17

Malgré la présence de plusieurs articles provenant du *Delineator*, il subsiste tout de même certaines chroniques originales de *La Revue moderne* comme « Les conseils de Manette » qui paraît entre autres en août 1924.[29] L'illustration en forme de médaillon présente une dame nettoyant ses chaussures. L'image fait la démonstration de l'importance de prendre soin de ses vêtements et de ses chaussures, expliquée dans les premières lignes de l'article. Vêtue à la dernière mode, la dame porte une robe droite à la taille basse et au col évasé accompagné d'un grand collier de perles. Encore une fois, les cheveux sont coupés courts à la garçonne et correspondent aux standards de beauté des années 1920.[30] La table et la chaise fleuries rappellent que la dame se trouve

[29] *La Revue moderne*, août 1924, p.59.

[30] *Supra*. p.4.

certainement au cœur de son foyer. En octobre 1938, Marjolaine qui signe régulièrement les chroniques féminines, vante les mérites du maquillage *Orchidée*, en convainquant la lectrice de son efficacité grâce à une photographie de l'actrice Florence Rice de la M-G-M.[31] L'image présente la dame, un tampon de maquillage à la main, se regardant devant le miroir, l'air ravi. Une horloge dans le coin supérieur gauche de l'image semble avoir été ajoutée au montage. Le sous-titre de l'article établit le lien avec la représentation de l'horloge, spécifiant que Mme Rice se maquille et s'habille en seulement quinze minutes. L'image atteste de l'efficacité du produit qui, selon l'article, est idéal « pour compléter la personnalité féminine et harmoniser sa beauté. »[32] Bien que la chronique, qui revient dans plusieurs éditions de la revue, ne semble pas être une publicité pour la marque, Marjolaine agit en tant que conseillère auprès des lectrices et donne des indications sur les différents produits de la gamme. L'image est utilisée comme gage de qualité, puisqu'il s'agit d'une actrice de renom. Avec l'arrivée des films parlants en 1928, les actrices deviennent des références en matière de mode. « Les stars imposent leur image. On imite la façon de se vêtir, de se coiffer ou de se maquiller des vedettes les plus populaires. »[33] La figure de Mme Rice sert donc les propos de la chroniqueuse en agissant en tant que référence en matière de beauté.

4.2 Travaux manuels

Même si la catégorie *s'instruire* traite du savoir-faire et propose des recommandations sur plusieurs sujets, peu de photographies montrent des femmes en action. Parmi les thématiques entourant les thèmes « féminins », les chroniques culinaires sont toutefois riches en photographies démonstratives. L'échantillon révèle 33 photographies et six illustrations étiquetées *cuisine*. Les travaux manuels touchant

---

[31] *La Revue moderne*, octobre 1938, p.38.
[32] *Ibid.*, p.38.
[33] Suzanne Marchand, *op.cit.* p.32.

à l'entretien de la maison font également partie des articles démontrant la réalisation de projets permettant d'améliorer le confort et l'apparence de la maison. Ensuite, la revue propose une multitude de patrons de couture qu'il est ici nécessaire de présenter, malgré le fait qu'ils soient en réalité des publicités fournies par des compagnies comme Butterick.

4.2.1 Savoir cuisiner

Ces images représentent pour la plupart des photographies de plats prêts à servir. En février 1930, deux articles provenant du *Delineator* possèdent la même mise en page et proposent chacun une photographie en lien avec le thème de l'article.[34] Le premier s'intéresse aux viandes congelées alors que l'autre se penche sur les pâtisseries. Placée au centre de l'article, l'image prend une place importante au cœur du texte. Le premier article dépeint les avantages des viandes pré-coupées, emballées et congelées alors que la photographie démontre les produits disponibles sur le marché. Le second article donne des informations sur les types de gâteaux pour ensuite proposer six recettes de dessert dont certains peuvent être observés sur la photographie. La légende indique qu'il s'agit d'un gâteau marbré et de petits gâteaux pour le thé. Directement reliées au contenu du texte, ces images deviennent des références visuelles pour la lectrice lors de la lecture des textes. Un autre article très semblable, aussi publié initialement par le *Delineator,* apparaît en octobre 1930.[35] Le titre « Vous désirez quelque chose de personnel…pourquoi ne pas l'avoir? » annonce un article voulant à la fois faire la promotion d'un produit tout en transmettant de l'information. Alors que les deux photographies montrent le produit, le texte vante les mérites de cette nouvelle invention révolutionnaire : les conserves. La plus grande image expose le contenu des conserves sur des assiettes de présentation alors que la deuxième image présente les produits tel qu'on peut les trouver en épicerie. Les descriptions fournies par le texte

---

[34] *La Revue moderne*, février 1930, p.53 et 55.
[35] *La Revue moderne*, octobre 1930, p.47.

mentionnent des mets délicieux d'origine exotique pouvant être achetés, même avec un petit budget. L'article propose également certaines idées de recettes faciles à réaliser avec les conserves. Les marques des différents produits ne sont pas annoncées explicitement, ils ne représentent donc que des suggestions.

Puisque certains articles s'attardent aux travaux manuels, il n'est pas étonnant de retrouver des images montrant des mains s'activant autour d'un projet. La cuisine fait partie de ces activités qui sont souvent démontrées avec des mains. Dans l'édition de juin 1922, la rubrique « Les choses féminines » explique comment réaliser des meringues à l'aide de cinq photographies montrant les étapes de préparation (Fig. 4.8).[36] Chaque image se rapporte aux informations contenues dans la légende, expliquant les différentes étapes de préparation. Les photographies appuient les directives. Alors que la cuisine est considérée dans le milieu familial comme une affaire réservée aux femmes, ce sont des mains masculines qui donnent les indications culinaires quant à la réalisation des meringues. Même lorsqu'il s'agit d'activités liées au domaine féminin, il n'est pas rare de voir des hommes s'immiscer et donner des indications sur la façon de faire. La rubrique « Les choses féminines » de Sœur Marthe apparaît également dans l'édition de janvier 1929[37] avec un entête présentant deux délicates mains de dame faisant couler de la sauce dans une cuillère (Fig. 4.9). De l'autre côté du titre se trouve un plat de salade sur une nappe à carreaux, une salière et poivrière ainsi que des ustensiles. La délicatesse et la taille de la main indique, même si ce n'est qu'un dessin, qu'il s'agit d'une main de dame. L'article dépeint différentes recettes et idées de mets annoncées par le sous-titre « Les menus de la *Revue moderne* (Les diners pour une semaine entière) ». Alors que les images servent souvent à démontrer ou à expliquer quelque chose, cette illustration ne fait qu'accompagner le titre sans donner de plus amples détails sur la façon de compléter les recettes.

---

[36] *La Revue moderne*, juin 1922, p.58.
[37] *La Revue moderne,* janvier 1929, p.47.

Fig. 4.8 : Une des cinq images sur la préparation des meringues, *La Revue moderne*, juin 1922, p.58

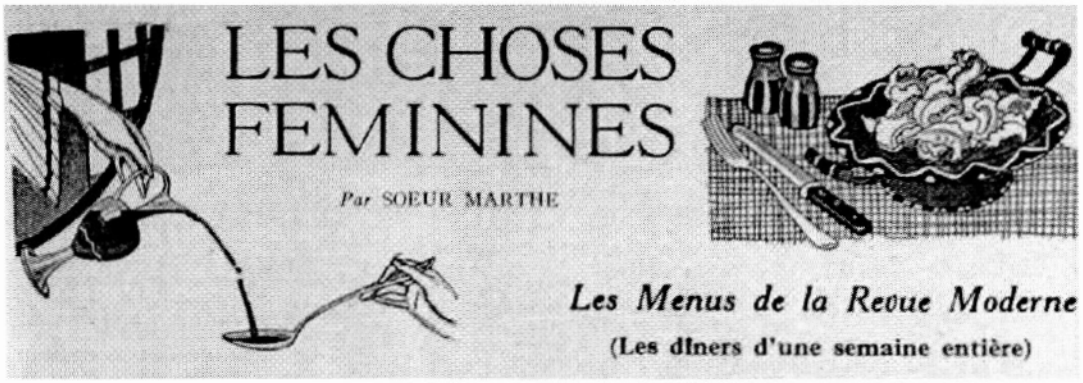


Fig. 4.9 : Mains tenant un pichet de sauce, *La Revue moderne*, janvier 1929, p.47

Une autre rubrique culinaire, « Quelques mots sur la friture immergée » provenant toujours du *Delineator*, s'accompagne de plusieurs photographies explicatives en lien avec les étapes de la recette. Afin de rendre la lecture plus facile, des numéros sont ajoutés à même les photographies (Fig. 4.10). L'intégration de lettres ou de chiffres aux images reste toutefois occasionnelle dans la revue. Cette intervention demande tout de même une certaine aisance graphique. Les photographies sont également découpées dans des formes rondes et carrées en plus de se superposer. Les plans rapprochés des photographies canalisent l'attention de la lectrice sur l'étape en cours. En entête se trouve la prise de vue de la cuisinière et de la préparation de poissons frits. D'élégantes mains féminines manipulent les instruments de cuisine.

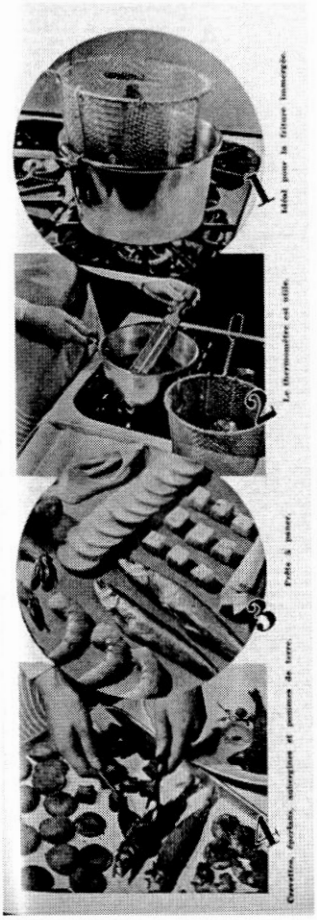


Fig. 4.10: Étapes de préparation, *La Revue moderne*, mars 1935, p.33

En octobre 1938, une photographie de main représente à nouveau la rubrique culinaire, intitulée « Le royaume des gourmets ».[38] Le texte propose en plusieurs paragraphes courts des recettes de toutes sortes allant de l'omelette à la tarte aux bananes et caramel. Assez concises, certaines recettes ne proposent pas de liste d'ingrédients où la lectrice pourrait rapidement y lire les quantités. Placée au bas de la page de l'article, l'image présente une main de dame manucurée touchant une sphère enrobée de ruban brillant (Fig. 4.11). Le poignet délicat est décoré d'un joli bracelet. Ce qui frappe également dans cette image est son découpage. La plupart des images du magazine sont conservées dans leur format d'origine, soit dans une forme

[38] *La Revue moderne*, octobre 1938, p.46.

rectangulaire. Ici, le fond de la photographie a été complètement effacé, ne conservant que la main et les décorations autour. Alors que les autres photographies insérées dans les chroniques culinaires servent un motif précis d'appui à la compréhension du texte, cette image inhabituelle ne répond qu'à un désir d'embellissement de la page. Étant donné le thème de l'article, la boule enrobée de ruban est probablement une décoration de centre de table suggérée à la lectrice.

LE ROYAUME DES GOURMETS

Fig. 4.11: Chronique culinaire, *La Revue moderne*, octobre 1938, p.46

4.2.2 L'entretien du foyer

D'autres types de travaux manuels sont démontrés dans la revue. Dans l'édition d'avril 1936, un article signé par le magazine *Delineator* indique, à l'aide de photographies, comment embellir son salon en changeant les housses de ses chaises (Fig. 4.12).[39] L'article décrit les avantages de l'utilisation des housses à la fois pour

[39] *La Revue moderne*, avril 1936, p.36.

des raisons esthétiques et pratiques. Sur plusieurs photographies, on aperçoit une dame manipulant les housses de tissu en prenant soin de bien les installer. Grâce à ces images, la lectrice peut comprendre la façon d'utiliser les housses en plus de constater la simplicité de l'installation. L'article vante les économies pouvant être réalisées grâce à l'utilisation des housses en plus de permettre de sauver du temps de confection ou de réparation. Leur qualité et leur durabilité sont également vantées dans l'article qui décrit un nouveau procédé utilisé pour conserver les couleurs et les propriétés du tissu. Les images montrent une femme dans son salon prenant une pose, peu naturelle, le regard posé vers la chaise. Le plus souvent, les personnages féminins sont présentés dans des poses élégantes, respectant les normes de l'apparence féminine.

Les housses parfaites

LES CHAISES SEMBLENT AVOIR ETE CONSTRUITES POUR ELLES ET VOICI COMMENT LES FAIRE

LA REVUE MODERNE

Fig. 4.12: Les housses pour le sofa, *La Revue moderne*, avril 1936, p.36

Même si les travaux d'aiguilles se pratiquent à l'aide des mains, aucune image ne montre des mains en action. Ce sont plutôt les produits terminés qui sont présentés à la lectrice. Plusieurs propositions de broderie ne montrent que l'œuvre terminée sans mise en contexte. L'échantillon ne révèle que très peu d'images appartenant à l'étiquette « travaux d'aiguilles » puisque la plupart de ces images sont en réalité des publicités. Mme Raoul Vennat présente dans plusieurs éditions de la revue des modèles de broderie dans une rubrique appelée « Les ouvrages féminins ».[40] Forme de publicité déguisée, la dame présente les nouvelles tendances en broderie tout en donnant des exemples de ses propres produits disponibles dans ses magasins. Les articles donnent des conseils sur l'agencement des couleurs avec les différents types de patrons ou encore sur le type de vêtements à modifier avec la nouvelle broderie. Le numéro de chaque patron est indiqué sous chacune des images, fournissant une référence directe à la lectrice voulant se procurer le modèle à réaliser. Cependant, quelques images correspondent à des propositions faites par la revue et non commanditées. Les patrons commandités sont normalement signés par la compagnie. En décembre 1920, une page complète est consacrée à l'exposition de cinq modèles de broderie photographiés. La mise en page permet de naviguer d'une image à l'autre tout en se référant au texte inséré dans un encadré au haut de la page. Chacune des photographies possèdent une courte légende indiquant le titre et le type de broderie.

En septembre 1925, une autre page comportant beaucoup de détails montre des illustrations pouvant inspirer la lectrice dans ses réalisations personnelles (Fig. 4.13).[41] Produits par *La Revue moderne*, ces patrons sont à la fois des produits publicitaires et des suggestions pour les lectrices. L'organisation graphique de l'image regroupe un amalgame de plusieurs patrons superposés les uns aux autres sur un fond de nuages et de colombes illustrées. Chaque patron s'insère dans une forme géométrique et est

---

[40] *La Revue moderne*, avril 1920, p.28, juillet 1923, p.49, avril 1924, p.60, août 1924, p.53, septembre 1925, p.47, juin 1926, p.66, octobre 1926, p.39, novembre 1927, p.39.
[41] *La Revue moderne,* septembre 1925, p.40.

identifié à l'aide d'un numéro de référence avec lequel la lectrice peut se procurer le patron au siège social de la revue ou par envoi postal. L'inscription « Coussins en couleurs » au centre de l'image suggère de placer ces broderies sur des coussins afin de décorer l'intérieur de la maison. Bien que tous ces patrons fassent référence à des produits commerciaux, il n'empêche qu'ils permettent à la lectrice de s'inspirer pour ses propres projets sans qu'elle soit dans l'obligation d'acheter les patrons. Il en va de même pour les autres types de patrons de mode également disponibles dans la revue.

Fig. 4.13: Patrons de broderie, *La Revue moderne*, septembre 1925, p.40

4.2.3 Les patrons de couture

Dans chaque édition de *La Revue moderne*, de multiples pages sont consacrées aux patrons de la compagnie Butterick, pouvant aller jusqu'à des dizaines de pages par édition. L'échantillon regroupe 136 images de patrons de toutes sortes. Que ce soit pour les femmes, les hommes ou même les enfants, plusieurs illustrations des vêtements montrent les patrons disponibles chez les détaillants. Chaque personnage est identifié à l'aide d'un numéro qui correspond au modèle du patron. Présentées comme des

images produites par le magazine, ces illustrations n'ont pas l'allure des autres publicités. La mention de la compagnie commanditant ces patrons est inscrite en très petits caractères au bas de la page. Les éditeurs du magazine semblent avoir voulu camoufler ces patrons à travers les articles. L'espace occupé par ces patrons témoigne de l'attention accordée à l'univers féminin. Même s'il s'agit de publicité, ces patrons peuvent tout de même servir d'inspiration pour les conceptions futures de la lectrice. Ils offrent la possibilité au lectorat de s'émerveiller devant les dessins et photographies en feuilletant la revue. Présents dans chaque édition, ils forment une continuité à travers les pages du magazine. Ces patrons présentent les vêtements à la mode en illustrant les différentes silhouettes ainsi que les différentes textures de tissu à utiliser.

Dans les premières éditions, les éditeurs veulent donner à la revue une vocation scientifique, artistique et littéraire alors que les « pages féminines » se retrouvent isolées dans une section à part. La présence des patrons Butterick renforcent donc cette idée que la véritable clientèle de *La Revue moderne* était principalement des femmes. L'importance accordée à ces publicités de patrons démontrent également une ouverture vers un public plus populaire. L'orientation de la revue est révélée par la présence de ces nombreux patrons, même dans certaines éditions où il y a nettement moins de publicité.

4.3 Connaissances générales

4.3.1 L'art

Apparaissant dès les premières éditions de *La Revue moderne* dans son sous-titre[42], l'art est un sujet qui revient régulièrement dans les pages du magazine. Plusieurs reproductions d'œuvres d'art trouvent leur place dans *La Revue moderne.* Des articles consacrés à la culture placent sous les projecteurs des artistes en présentant leurs

---

[42] Les premières éditions de *La Revue moderne* abordent le sous-titre *Littérature, politique et arts.* L'échantillon révèle 6 éditions comportant ce sous-titre soit : novembre 1919, avril 1920, décembre 1920, janvier 1921, mai 1921 et février 1922.

meilleures réalisations. Par exemple, en septembre 1925, un article de Mia Isola qui s'étend sur trois pages à propos du peintre Charles Huot présente d'abord l'artiste à l'aide d'un portrait photographié. L'article annonce une visite du studio de l'artiste avant de faire une description de son travail. Un paragraphe est même accordé à l'allure de l'homme, de ses cheveux blancs en passant par son regard pénétrant. Une courte biographie de l'artiste retrace ensuite son parcours à l'École des Beaux-Arts de Paris puis ses nombreuses expositions. L'article propose le portrait de plusieurs œuvres et offre à la lectrice des descriptions détaillées des peintures de Huot. À la seconde page, une toile de l'artiste, « Le sanctus à la maison » dépeint une femme à genou devant une chaise, une main couvrant son visage (Fig. 4.14).[43] Reproduite en noir et blanc, la peinture possède, selon le texte, des couleurs chaudes. Décrite comme étant une toile « évocatrice des belles coutumes de nos campagnes [canadiennes] où le sentiment d'une foi vive subsiste encore »[44], cette œuvre évoque un sentiment de piété qui est transmis à la lectrice. Le choix d'avoir reproduit cette œuvre plutôt qu'une des nombreuses peintures décrites dans l'article n'est pas anodin. D'abord le choix d'un personnage féminin vient chercher l'attention de la lectrice qui peut alors sympathiser avec la dame. Le décor modeste ne comprenant que quelques meubles dont un poêle à bois rappelle les conditions de vie difficile vécues dans les campagnes d'autrefois. La robe et la coiffure de la dame donnent des indices sur le statut de celle-ci, mais également sur l'époque à laquelle se produit la scène. Les années folles sont sources d'inquiétude pour l'Église dont l'influence commence à perdre du terrain.

---

[43] *La Revue moderne,* septembre 1925, p.13.
[44] *Ibid.* p.14.

Fig. 4.14: Le sanctus à la maison, *La Revue moderne,* septembre 1925, p.13

L'édition de septembre 1937 présente les œuvres de Paul-Émile Borduas, dont un autoportrait afin de mieux présenter le personnage.[45] L'article trace aussi l'historique académique et biographique de Borduas et propose des œuvres de ses différents maîtres et professeurs. La deuxième page de l'article analyse trois œuvres de Borduas. Ces reproductions de tableaux sont directement liées à l'article et à son contenu. Il s'agit de présenter un artiste et son art. Le cas du tableau représentant les pères de la Confédération canadienne diffère des autres articles sur la peinture.[46] Ce tableau se retrouve au centre d'un article commémoratif des progrès canadiens depuis la Confédération en 1867, traitant de sujets divers allant de l'évolution de la médecine et de la science vers la musique ou tout simplement du statut de la femme. Ici le tableau n'est pas le sujet à proprement parler. Il vient plutôt appuyer le thème général du texte en soulignant l'importance des personnages dans cet évènement commémoratif.

---

[45] *La Revue moderne,* septembre 1937, p.10.

[46] *La Revue moderne,* juillet 1927, p.10.

En lien direct avec l'article, les photographies de masques autochtones agrémentent le texte et informent davantage la lectrice sur les arts décoratifs des nations de la côte nord-ouest du Canada.[47] Ce reportage photographique est ornementé de cinq clichés pris par Marius Barbeau[48] (Fig. 4.15). Lors de ses différentes recherches, il photographie et documente entre autres « divers aspects des sociétés et cultures autochtones du nord de la Colombie-Britannique »[49] ce qui peut être observé dans cet article. Barbeau tente « d'empêcher que des cultures tombent dans l'oubli » en photographiant par exemple « des reconstitutions d'activités traditionnelles. »[50] Il s'intéresse également à l'étude des arts et métiers traditionnels, comme la sculpture et la peinture, dont témoigne l'article. Chaque image de Barbeau présentée dans *La Revue moderne* possède sa propre légende, expliquant la nature des objets présentés. Cette page composée en grande partie de matériel visuel démontre une certaine aisance graphique qu'il n'est pas toujours possible d'observer dans le magazine. Bien que les images ne soient qu'entrecoupées de texte, la mise en page diffère néanmoins par l'abondance des images sur une même page sans oublier l'ajout de lignes graphiques mettant l'accent sur les photographies. L'article et le visuel informent la lectrice sur la diversité de cet art, sur son histoire et sur ses différentes interprétations. Dans ce contexte de présentation d'œuvres visuelles, l'image devient essentielle à la compréhension du sujet puisqu'elle communique rapidement et clairement les détails d'un processus complexe.[51] Au centre de la page se trouve *L'ours de la mer*[52], une

---

[47] *La Revue moderne,* novembre 1931, p.7.

[48] Marius Barbeau (1883-1969) est un anthropologue, un ethnologue, un folkloriste et un ethnomusicologue canadien. Pionnier de l'anthropologie canadienne, il fonde les études folkloriques professionnelles au Canada. « Conférencier et enseignant infatigable, son plus grand succès aura été de sensibiliser le public canadien à l'ethnologie et au folklore par le canal de plusieurs ouvrages primés. » Il étudie entre autres les peuples autochtones dont les Haudenosaunee (Iroquois) et les Wendat (Hurons). - Denise Ménard, R.J. Preston et Renée Landry, « Marius Barbeau », *L'Encyclopédie Canadienne*, 19 mai 2008, https://www.encyclopediecanadienne.ca/fr/article/barbeau-charles-marius/ .

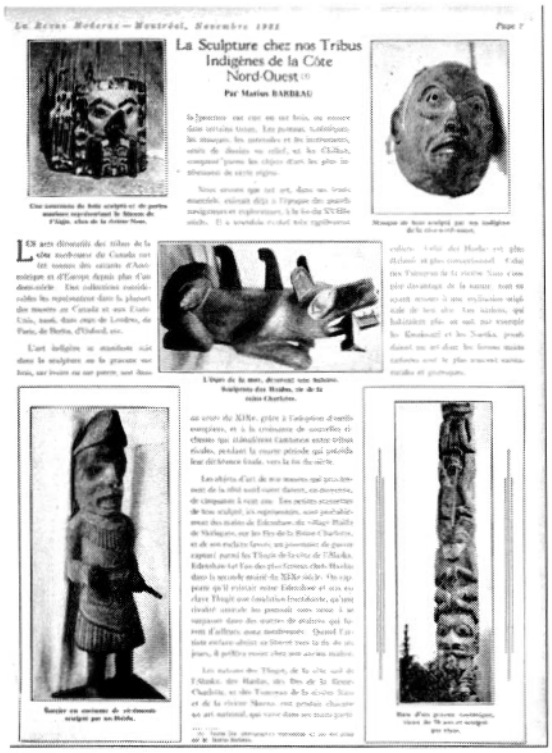
[49] Benoît Thériault, « Les archives de Marius Barbeau : une richesse à découvrir ou à redécouvrir », *Rabaska*, vol. 13, 2015, p.220.

[50] *Ibid.,* p.68.

[51] Peter Burke, *op.cit.* p.83.

[52] *La Revue moderne,* novembre 1931, p.7.

sculpture réalisée par la nation des Haïdas. Cet animal tenant dans sa bouche une baleine miniature aurait été complexe à décrire ou à expliquer à la lectrice du magazine, alors que la photographie rend compte en un seul coup d'œil des détails stylistiques de l'œuvre. L'ajout d'ornementation autour des photographies, que ce soit un encadré ou un jeu de lignes, accentue l'importance des images dans la page. La présence du travail de Barbeau en 1931 témoigne d'un certain avant-gardisme de la part de la revue et également d'une certaine sensibilité aux plus récents travaux dans la culture.



La Sculpture chez nos Tribus Indigènes de la Côte Nord-Ouest

Par Marius BARBEAU

Fig. 4.15: Article traitant de la sculpture chez les Haïdas, *La Revue moderne*, novembre 1931, p.7

La lectrice peut également s'intéresser à l'art non visuel comme l'opéra. N'abordant pas les arts visuels, l'article « De l'importance du grand opéra » est tiré du magazine *Delineator*.[53] Il est une ode à l'opéra, un art qui insiste sur les bienfaits de nourrir son intellect alors que plusieurs personnes peinent à s'alimenter. L'accent est mis sur le 50e anniversaire de la mort de Wagner et souligne les évènements marquants

[53] *La Revue moderne*, mai 1933, p.12.

du parcours du compositeur. Trois images accompagnent cet article qui décrit l'importance de l'art et des activités intellectuelles en ces temps de récession. La première image montre une représentation d'opéra, « Simon Boccanegra », où on aperçoit plusieurs artistes costumés dans une salle de spectacle grandiose. Plus bas, une autre photographie présente un édifice majestueux que la légende identifie comme le premier foyer de l'opéra aux États-Unis. Une petite image découpée de façon non conventionnelle dans une forme géométrique cocasse est insérée entre les deux autres photographies. On y voit Milton J. Cross et deux de ses collègues rassemblés autour d'appareils radiophoniques dans une loge du *Metropolitan Opera House*. Selon l'article, « le grand opéra représente le plus haut point de la civilisation »[54] et puisque l'être humain n'est pas un être inférieur, il se doit d'entrer en contact avec les activités intellectuelles. La diffusion des opéras sur les ondes radiophoniques permet aux œuvres d'être entendues à grande échelle. Malgré la misère et les difficultés pour certains de trouver de quoi se nourrir, le caractère accessible et démocratique de la radio rend possible cet accomplissement. La mise en page met les trois photographies en valeur. Cependant, il n'est jamais fait mention dans l'article de ces trois images spécifiquement. Elles ne représentent que trois aspects généraux reliés à l'univers de l'opéra.

4.3.2 Les mystères de la science

Sans aucun doute le plus grand dossier de l'échantillon, l'article de juin 1934 « La science invisible » par Alan Jackson touche à plusieurs aspects des nouvelles technologies ayant fait leur entrée dans les foyers.[55] Bien qu'il ne s'agisse pas de publicité classique, l'article est de toute évidence commandité par la *Canadian Industries Limited* dont le nom est mentionné à plusieurs reprises dans le texte. Les différents aspects de l'article concordent également avec les divisions de la

---

[54] *La Revue moderne*, mai 1933, p.12.
[55] *La Revue moderne,* juin 1934, p.27-42.

compagnie.[56] Chaque page est accompagnée de plusieurs images représentant les différentes technologies auxquelles s'intéressent l'article. La première image (Fig. 4.16) donne le ton au type d'illustration qui se retrouvera dans les prochaines pages. Ce qui frappe d'abord est la présence de la couleur intégrée à même l'illustration et non appliquée par après. Accentuant l'effet de l'image surréaliste représentant un village sous le contrôle de la technologie, la couleur joue un rôle essentiel dans la compréhension du concept de cette image. La machinerie, dans la partie supérieure de l'illustration, est plongée dans une pénombre et est représentée par des couleurs sombres, alors que les habitations, sous une bulle délimitée par un tuyau de cuivre, sont illuminées par le soleil, vibrantes de couleurs. La dualité du monde industriel et des villages paisibles se remarque d'abord par cette différence marquée de la palette de couleurs. Par le tuyau de cuivre, la lectrice déduit que l'un pourvoit aux besoins de l'autre, que les nouvelles technologies font partie de la vie quotidienne sans pour autant que ce soit visible.

---

[56] En 1910, l'union de plusieurs compagnies d'explosifs dont de la poudre noire et de la dynamite qui aurait servi à la construction du *Canadian Pacific Railway*, devient la *Canada Explosives Limited* (CXL) avant de devenir la *Canadian Industries Limited* (C-I-L) en 1927 quand la compagnie se penche vers d'autres produits comme le polymère, la peinture, le cellophane et le vernis. - « Then and Now: C-I-L: Powders, paint and plants », *ACCN*, mai/juin 2013, p.45.

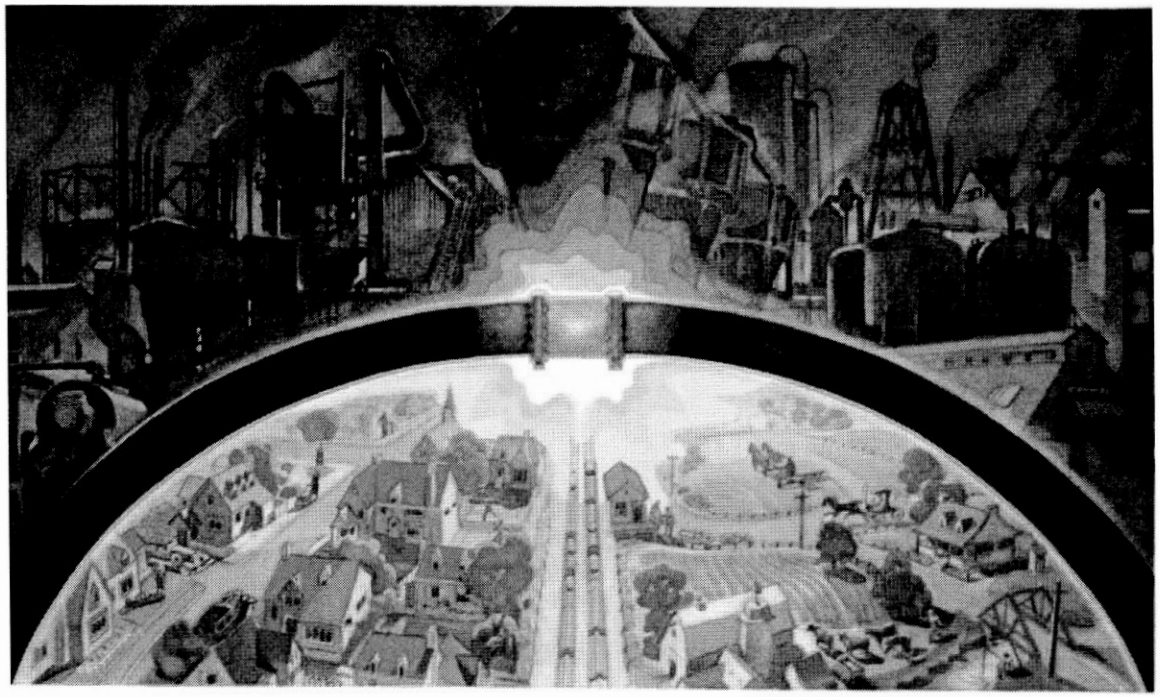


Fig. 4.16: La science invisible, *La Revue moderne*, juin 1934, p.27

Dans les pages suivantes, les illustrations en couleurs sont réalisées dans un style surréaliste, accentuant l'effet sensationnel présenté dans les images. Illustrée en grande partie en noir et blanc, mais utilisant des teintes de rouge, l'image exprime l'importance d'une explosion en montrant un grand nuage de fumée (Fig. 4.17). La taille de l'explosion et la proximité du personnage donnent de l'ampleur au contenu du texte. La position du personnage ainsi que son ombre qui se dessine sur la voie ferrée ajoutent une touche dramatique à la scène. La couleur rouge est utilisée dans le but d'accentuer l'impact de l'explosion dans le ciel. L'organisation de la mise en page est faite de telle sorte que chaque image est adjacente au texte lui correspondant. Le texte trace un bref historique du développement des explosifs au Canada en portant une attention particulière à la compagnie vedette de l'article.

Afin d'illustrer les propos entourant une nouvelle forme de matière plastique fort utile, la *Pyraline*, les différentes facettes d'une maison sont décortiquées selon les couleurs correspondantes (Fig. 4.18). La maison illustrée en couleurs vibrantes rappelle

plutôt une maison de poupée qu'une véritable habitation. Les formes simplifiées donnent également cette impression de jouets pour enfant. Énumérant plusieurs objets réalisés grâce à cette matière plastique, le texte vante les mérites de la *Pyraline* comme étant « une révolution dans le monde de la femme » puisque chaque objet du nécessaire de toilette sont désormais produits dans cette nouvelle matière. L'article porte son attention sur les possibilités presque infinies du choix de couleur de ce plastique. Afin d'illustrer ce propos, une gamme de couleurs est reproduite dans une bande au long des dessins des différentes pièces. L'intérieur de la maison particulièrement enfantin propose un mobilier aux formes originales. Le paragraphe sur la *Pyraline* se conclut sur les multiples possibilités que pourra apporter cette matière plastique autre que les petits objets pratiques du quotidien. Le schéma de la maison représente donc des idées et des concepts qui pourraient éventuellement être réalisés en *Pyraline* donnant la possibilité à la lectrice de comprendre comment cette matière pourrait révolutionner le monde de la décoration intérieure et de l'architecture.

Un paysage détaillé illustre les champs de pommes de terre canadiens (Fig. 4.19).[57] La légende indique qu'il s'agit d'une oeuvre d'Albert Cloutier.[58] D'autres illustrations sont des interprétations d'œuvres populaires.[59] Influencé par le Groupe des Sept, un regroupement de peintres canadiens dans les années 1920 se disant « résolument modernes »[60] dans l'expression de leur art, Cloutier s'insère dans cette vague stylistique de peinture réaliste et surréaliste. En accord avec l'œuvre générale du

---

[57] *La Revue moderne*, juin 1934, p.42.

[58] Albert Edward Cloutier est un peintre, designer graphique et illustrateur né de parents canadiens en 1902 à Leominster aux États-Unis et mort à Saint-Hilaire en 1965. Il œuvre principalement à Montréal et à Ottawa auprès des peintres André Biéler et Edwin Holgate connus comme le groupe « Oxford ». « Il explore le réalisme à travers la peinture de paysage en intégrant une certaine recherche formelle qui rappelle l'influence du Groupe des sept et des impressionnistes ». - Marie D. Martel, « Albert Edward Cloutier », *Calendrier de l'avent du domaine public,* https://aventdudomainepublic.ca/2015/12/23/albert-edward-cloutier/ .

[59] *La Revue moderne,* juin 1934, p.31 et p.38.

[60] Christopher Varley, « Groupe des Sept », *Encyclopédie canadienne*, 2013, https://www.encyclopediecanadienne.ca/fr/article/groupe-des-sept/ .

peintre, l'image propose un plan en coupe d'un champ dans lequel on cultive la pomme de terre. Grâce à cette illustration, la lectrice peut ainsi mieux comprendre comment se comporte la plante et comment pousse le tubercule. L'illustration permet ici de voir et de comprendre quelque chose qui serait impossible à démontrer par la photographie. L'utilisation d'un style réaliste et simplifié rend également l'observation plus facile. Le reste de l'image respecte les proportions et les détails réalistes d'un paysage de campagne canadien, sans préciser de quel endroit il s'agit. Sans traiter directement de la culture de la pomme de terre, l'article se penche plutôt sur l'importance de l'engrais et de la fertilisation des sols et ce, grâce à l'engrais à base d'acide phosphorique essentiel à la culture du blé des Prairies. Bien entendu, la *Canadian Industries Limited* est de nouveau mentionnée pour son implication dans la diversification des engrais et de la production agricole essentielle à la survie des grandes villes.

Fig. 4.17: Une explosion, *La Revue moderne*, juin 1934, p.28

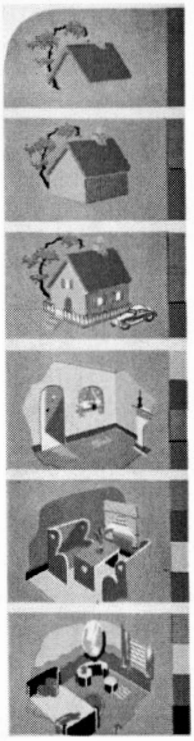


Fig. 4.18: Schéma d'une maison, *La Revue moderne*, juin 1934, p.39

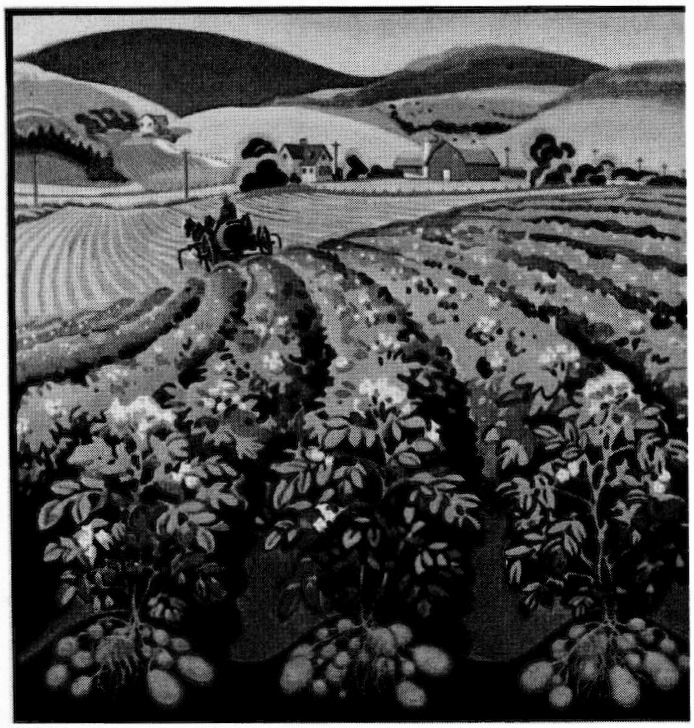


Fig. 4.19: Les champs canadiens, *La Revue moderne,* juin 1934, p.42

Des graphiques illustrés montrent le fonctionnement d'outils technologiques comme un puit, la mise en boite de nourriture industrielle ou la production de cellophane en feuilles.[61] Ces images très détaillées décrivent à l'aide de mots, de flèches et de dessins des concepts abstraits qui pourraient être plus difficiles à comprendre textuellement. Cette simplification graphique de machine assez complexe permet de mieux visualiser les étapes de fabrication et de transformation de différentes matières. Le but premier de ces images est de transmettre des informations claires et non d'avoir des visées esthétiques. Elles ne servent qu'à rendre compréhensible de l'information.

---

[61] *La Revue moderne,* juin 1934, p.30 et 40.

Des photographies se glissent également à travers le texte. Un sous-titre et une légende accompagnent la plupart de ces images en donnant des précisions sur ce qui peut y être observé. Les thématiques s'orientent généralement autour du travail en usine, la plupart des images montrent donc différents aspects des installations en usine, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur. Plusieurs photographies montrent des ouvriers en action, donnant à l'usine un aspect plus humain.[62] Alors que la couleur apparaît dans les illustrations, les photographies se contentent du noir et blanc. Se rapportant directement à l'article, ces images permettent de mieux comprendre un concept décrit dans le texte. La plupart des photographies sont de forme carrée ou rectangulaire cependant, certaines se retrouvent dans des formes rondes. Cet article permet également d'observer des images intégrant deux médiums. Afin de démontrer l'efficacité d'une nouvelle matière appelée *protéiforme* imitant le cuir, une image alliant la photographie, le collage et l'aérographe expose différents objets.[63] Les photographies, découpées dans des formes rondes, s'accompagnent d'accents graphiques rouges en forme d'engrenages.[64] L'intervention inhabituelle dynamise la page et rend compte d'une certaine maitrise du travail graphique. Une seule intervention directe sur une image est perceptible dans cette édition sur la photographie d'un individu transportant une caisse de cartouches dans un paysage polaire.[65] La légende indique qu'il se situe au fort Harrison de la Baie d'Hudson. Du bleu pâle a été ajouté à même l'image donnant un aspect glacé aux montagnes en arrière-plan, le personnage semble d'ailleurs avoir été découpé de la photographie originale.

4.3.3 Histoire et religion

Les jeux graphiques prennent plus d'ampleur dans les pages du magazine à travers les années et l'article sur la commémoration du premier chemin de fer canadien

---

[62] *Ibid.,* p.28, 32, 33 et 41.
[63] *Ibid.,* p.36.
[64] *Ibid.*, p.32.
[65] *Ibid.*, p.37.

en est un bon exemple. Dans l'édition d'avril 1936, deux photographies composent la page sur le centenaire de ce premier départ en train qui sera célébré par les chemins de fer Nationaux du Canada au mois de juin (Fig. 4.21).[66] Sur la première photographie, on aperçoit un groupe de femmes et de jeunes filles, faisant la file pour entrer dans un wagon du train. L'importance de l'évènement est soulignée par la richesse des habits et des chapeaux de ces dames. En analysant les représentations du vêtement dans la peinture, Peter Burke note que les adultes autant que les enfants ont tendance à ne pas porter leurs habits de tous les jours lorsqu'ils posent pour un portrait.[67] Les évènements particuliers amènent aussi les gens à porter leurs plus belles tenues. La mise en page des images dans cette page se démarque de l'échantillon, d'abord par la superposition des photographies, puis par les ajouts graphiques les entourant. De couleur verte, les lignes et les bandes graphiques accentuent l'importance des images et attirent le regard de la lectrice sur certaines sections. L'utilisation de la couleur, même à l'extérieur des photographies, reste plutôt rare dans les pages de *La Revue moderne*. Les multiples lignes et les formes géométriques rappellent la tendance populaire à l'art déco provenant de l'Europe[68] ayant acquis beaucoup de popularité au Québec après les grandes expositions universelles. Exceptionnellement, cette édition d'avril 1936 présente plusieurs pages avec des accents de couleur. Plus bas, le cliché d'une locomotive est superposé à la première photographie. Selon la légende, cette locomotive serait la première à avoir circulé entre Laprairie et Saint-Jean. L'article ramène la lectrice au contexte des premiers voyages en train en traçant un bref historique du développement du réseau du Canadien National.

---

[66] *La Revue moderne,* avril 1936, p.27.

[67] Peter Burke, *op.cit.* p.106.

[68] Guy de Grosbois, « Les arts graphiques au Québec », Carole Gerson et Jacques Michon (dir). *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada. De 1918 à 1980*, Vol III, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p.388.

Fig. 4.20 : Départ du premier train canadien, *La Revue moderne*, avril 1936, p.27

L'article « À travers nos progrès » en juillet 1927[69] composé de trois pages (Fig. 4.22, Fig. 4.23 et Fig. 4.24) fait état des différentes avancées technologiques et culturelles réalisées au Canada à l'occasion du 60e anniversaire de la Confédération canadienne. Instructif, l'article attire le regard par les nombreuses photographies judicieusement annotées par de courtes légendes descriptives. Les éditeurs du magazine affirment avoir « glané à travers les articles publiés par le Comité des fêtes de la Confédération, les remarques propres à intéresser le plus profondément nos lecteurs, sur notre évolution, dans divers domaines, depuis 1867. »[70] Les sujets auxquels touche l'article sont la littérature, la musique, le journalisme, la chirurgie et la médecine, l'éducation, les bibliothèques et les livres et enfin les femmes. Parmi les photographies ornant les trois pages de l'article, on retrouve une majorité de portraits d'hommes ayant marqué la politique canadienne, dont les Pères de la Confédération. La seule représentation féminine, Lady Willingdon, est entourée d'hommes et remet

[69] *La Revue moderne,* juillet 1927, p.11.
[70] *Ibid.*, p.10.

des médailles aux écoliers dans le cadre des célébrations de la Confédération. Placée à la deuxième page, la photographie du parlement, sous-titrée « Le centre des fêtes jubilaires de la confédération canadienne », présente une vue aérienne du bâtiment. La photographie elle-même n'appelle pas aux célébrations et ne démontre aucun signe de festivité, montrant simplement le bâtiment. Provenant probablement d'une banque d'images officielles du gouvernement, la photographie pourrait avoir été prise ultérieurement et dans un autre contexte. Bien qu'elle représente le siège du gouvernement, elle ne crée pas de lien avec le contenu du texte. Il ne s'agit pas d'un texte sur les instances gouvernementales ou encore sur ce bâtiment précisément, mais plutôt sur les progrès canadiens dans les champs culturels et technologiques depuis 60 ans. Ce sont les autres photographies accompagnant l'article qui dynamisent la lecture, ornementées par les armoiries du Canada ou encore des feuilles d'érable. Malgré une tentative de jeu graphique et l'ajout de plusieurs photographies, la mise en page de l'article est somme toute assez statique et ne rappelle pas qu'il s'agit d'une célébration.

Fig. 4.21: L'article "À travers nos progrès", *La Revue moderne*, juillet 1927, p.10

Fig. 4.22: L'article "À travers nos progrès", *La Revue moderne*, juillet 1927, p.11

Fig. 4.23: L'article "À travers nos progrès", *La Revue moderne*, juillet 1927, p.12

Conclusion

Les images appartenant à la catégorie *s'instruire* accompagnent non seulement le texte, mais elles complètent les explications données dans les articles en améliorant la compréhension des différents concepts. Plusieurs images offrent une information supplémentaire et poussent l'explication plus loin. Proches de la vie quotidienne, elles tiennent généralement un discours lié à un univers bourgeois. Sans appliquer à la lettre les recommandations faites dans les articles, la lectrice peut s'inspirer d'un décor, d'un conseil beauté ou d'une recette proposée. En feuilletant les pages du magazine, elle peut avoir tout simplement envie de rêver en se laissant porter par les images se rapprochant de son quotidien. Centrée sur les conventions sociales des années 1920 et 1930, cette catégorie du magazine insiste sur l'importance des rôles liés à la féminité comme la tenue d'un foyer, l'importance du paraitre et les soins des tout-petits. Les articles produits initialement par le magazine *Delineator* se multiplient et témoignent d'un penchant pour la culture américaine populaire. Ces articles oscillent entre le texte publicitaire et le texte informatif. Les produits affichés ressemblent parfois à des commandites ou à de la publicité déguisée, ce qu'on appelle aujourd'hui des publireportages. Même si les conseils donnés dans ces articles se rapprochent du quotidien de la lectrice, ils ne correspondent pas nécessairement à la réalité des Québécoises et ainsi ne permettent pas toujours aux lectrices d'appliquer ces conseils, par exemple l'article sur les housses de fauteuil en avril 1936[71] n'indique pas quels types de compagnies peuvent fournir ce genre de housse. Accompagnant les articles, les images bonifient les connaissances des lectrices et leur donnent des pistes pour être des femmes informées et habiles dans leurs rôles sociaux.

---

[71] *La Revue moderne*, avril 1936, p.36.

CONCLUSION

L'objectif de ce mémoire était de décoder le message contenu dans les images de *La Revue moderne* afin d'apporter des précisions sur l'expérience de lecture d'un magazine illustré destiné principalement aux femmes. Étant donné la présentation, la mise en page et la structure d'un magazine qui diffèrent considérablement du journal, il est important de faire la nuance entre lire et regarder. Lorsque la lectrice interagit avec le magazine, son expérience se traduit autant dans la lecture qu'à travers le visuel. Souvent, la lectrice feuillette le magazine sans nécessairement lire tous les articles et surtout, elle ne le lit pas tout de but en blanc comme elle le ferait avec un livre. L'étude des images révèle donc cet aspect de l'expérience de lecture, celui de l'observation des images et de la lecture de leur légende, en faisant ressortir le message qu'elles contiennent.

Cette analyse souligne l'importance des images dans *La Revue moderne,* notamment par leur nombre et par l'espace qu'elles occupent, mais également par ce qu'elles projettent. Ces photographies et illustrations alimentent les pages du magazine et dynamisent la mise en page, que ce soit par les nombreux entêtes ou par les images intégrées aux articles. Alors que certaines images se rapportent directement au texte, plusieurs d'entre elles n'ont été ajoutées que pour l'ornementation des pages. L'objectif de l'image dans *La Revue moderne* est donc principalement l'embellissement des pages et un rendu plus attrayant. Les images servent définitivement les intérêts du magazine en apportant une dimension supplémentaire au texte. L'expérience de consultation de *La Revue moderne* peut également se réaliser de façon différente, à travers les images uniquement, sans avoir à lire le contenu des articles. Cette étude apporte des précisions sur l'expérience de lecture d'un magazine illustré et améliore la compréhension du rôle

que peut jouer ce média auprès de son lectorat. Elle ajoute une nouvelle dimension aux études des magazines au Québec qui ne se sont que très peu attardées au contenu visuel.

L'ensemble des images publiées par *La Revue moderne* présente un univers hétéroclite non seulement dans les thématiques, mais également dans leur provenance. Plusieurs images sont effectivement empruntées à différentes sources externes. Alors que de nombreux articles sont directement copiés du *Delineator*, d'autres images proviennent de compagnies, par exemple du Canadien National, nombreuses sont aussi celles dont la source n'est pas révélée. Cette diversité de sources dans les images permet inévitablement de poser différents regards sur la société.

Bien que l'univers présenté dans la revue s'oriente majoritairement autour d'un idéal bourgeois, alimenté par des images représentant une réalité souvent inaccessible à la plupart des lectrices, il reste à la fois très fondé sur le réel en représentant des méthodes et des concepts associés à la vie de tous les jours. Plusieurs articles proposent des trucs et astuces sur la cuisine, l'éducation et les soins des enfants, la couture ou les soins de beauté. Sans nécessairement appliquer ces conseils à la lettre, la lectrice peut s'inspirer de ces instructions dont les explications sont bonifiées grâce aux images les accompagnant. L'esprit global de *La Revue moderne* dès sa fondation est cependant assez élitiste ce qui est perceptible également à travers son contenu visuel. Certaines images confirment en effet cet aspect élitiste de la revue, notamment dans les photographies de voyages à travers le monde et les reportages culturels.

S'adressant principalement aux femmes, la revue propose une iconographie composée d'une grande majorité de figures féminines. Ces femmes sont généralement de jeunes adultes à l'apparence soignée. Elles sont parfois mère de jeunes bébés ou jeune femme au bras d'un fiancé ou d'un nouvel époux, mais surtout elles s'adonnent à leurs tâches avec élégance et délicatesse dans le confort de leur foyer. Alors que plusieurs hommes d'âge mur trouvent leur place dans la revue, une seule vieille dame

apparaît dans le corpus étudié, ce qui démontre que la revue préfère projeter une image jeune, s'accordant avec les standards de beauté de l'époque. L'âge moyen des enfants étant assez jeune, il s'harmonise avec l'âge moyen des femmes représentées. L'image de la nouvelle petite famille est donc largement priorisée. Très peu de décors extérieurs montrent un personnage féminin en action. Assez conventionnelle, la revue respecte donc les normes sociales établies correspondant aux rôles traditionnels auxquels les femmes doivent se soumettre.

Afin d'offrir un portrait global de l'actualité de façon mensuelle, *La Revue moderne* propose aux lectrices de courts articles sur divers évènements politiques, culturels et internationaux. Composé en grande partie de portraits des différents protagonistes, le chapitre deux de ce mémoire a porté sur l'objectif *d'information* du magazine. Bien entendu, puisque l'actualité provient du domaine public, la majorité de ces portraits représentent des hommes d'âge adulte. Ces sujets, considérés comme plus sérieux que les affaires reliées aux domaines traditionnellement féminins, accordent également plus d'attention aux hommes. Même lorsqu'il s'agit d'artistes féminines ou prenant place dans l'espace public, les femmes sont principalement représentées au cœur de leur foyer ou du moins à l'intérieur. La plupart des images proposent une vision positive et idéaliste de la réalité, en présentant l'actualité sous un visage ludique. La seule exception de notre échantillon se trouve dans le reportage sur la guerre d'Espagne, celle-ci étant la seule représentation d'un univers en conflit.

Quand *La Revue moderne* cherche à transporter les lectrices dans des univers imaginaires, elle les soumet à une multitude d'illustrations et de photographies accompagnant des romans, des récits de voyages et des anecdotes mondaines. Dans un objectif *d'évasion et de divertissement*, le magazine propose plusieurs types d'images, analysées dans le troisième chapitre, présentant des portraits, des paysages ou des scènes de récits. La réalité présentée se trouve souvent loin du quotidien des lectrices et leur permet ainsi de s'évader. C'est la beauté des images qui conquiert les lectrices

et les pousse à ouvrir le magazine, grâce aux unes d'une part, colorées et originales, aux photographies et aux illustrations parcourant les articles, de l'autre, l'incitant à poursuivre sa lecture. Même s'il n'y a pas de lien direct entre la plupart des pages couvertures et le contenu du magazine, ce sont ces unes qui donnent le ton.

Utilisées comme supports aux articles voulant *instruire* les lectrices, les images analysées au chapitre quatre ajoutent une dimension visuelle aux instructions données par *La Revue moderne*. Pouvant également servir d'inspiration, ces images correspondent la plupart du temps au contenu des articles en ajoutant une dimension visuelle à la méthodologie expliquée dans l'article. Même si ces images touchent principalement des sujets dits « féminins » comme la couture, la cuisine ou l'éducation des enfants, plusieurs spécialistes masculins semblent vouloir s'approprier les connaissances de ces domaines féminins. La plupart des images proposent néanmoins des figures féminines, associant ces activités aux femmes. Les nombreux patrons, commandités par des grandes compagnies comme Butterick, s'ajoutent aux pages traitant *d'instruction*, hybrides entre publicité et images de références.

La présence marquée de la publicité dans les pages de la revue est un facteur qu'il convient d'ajouter à cette étude, l'expérience de lecture et de consultation d'un magazine se faisant également à travers les publicités, particulièrement celles qui présentent des images. Dans la plupart des éditions du magazine, de nombreuses pages comportent des publicités de toutes sortes, que ce soit sous forme de bandes dessinées, de photographies ou d'illustrations élégantes. Dans certains cas, il ne s'agit que d'une annonce textuelle sans logo ni image représentant le produit, bien que la plupart de ces publicités soient illustrées. Ces images publicitaires se mélangent parfois avec le visuel présenté par la revue et elles deviennent difficilement identifiables. C'est le cas entre autres des nombreux patrons de couture qui s'intègrent si habilement dans la revue qu'on pourrait les croire produits par le magazine. Ils forment également une certaine continuité à travers le corpus iconographique, occupant toute la période étudiée. Étant

donné leur importance dans les pages du magazine, il serait intéressant de croiser les études sur la publicité avec les résultats tirés de ce mémoire afin de comprendre le message global que reçoit la lectrice lorsqu'elle feuillette *La Revue moderne*.

Cette étude se concentrant sur un seul média imprimé pose des limites méthodologiques évidentes. L'étude d'un corpus provenant uniquement de *La Revue moderne* ne démontre uniquement que le message iconographique présenté par ce magazine spécifiquement. La poursuite de cette analyse iconographique pourrait s'effectuer à l'aide d'autres magazines se disant illustrés afin de compléter le portrait des magazines offerts au Québec dans les années 1920 et 1930. *La Revue Populaire* a souvent été utilisée aux côtés de *La Revue moderne* dans plusieurs analyses ou encore la revue *La Canadienne* dont les magnifiques unes colorées attirent le regard ; ces deux revues seraient de bonnes candidates d'un corpus plus diversifié de magazines illustrés. Une comparaison avec les magazines distribués en Europe ou aux États-Unis alimenterait également les réflexions sur la place des magazines dont l'image occupe une place centrale dans ses pages et ce qu'ils peuvent transmettre comme message. Puisque *La Revue moderne* copie et traduit directement des articles provenant du magazine américain *Delineator*, il serait pertinent d'approfondir cette recherche par l'analyse d'un corpus iconographique formé par ce magazine. Même si ces enquêtes enrichiraient certainement notre compréhension du rôle de l'iconographie dans les magazines féminins, notre étude a néanmoins posé les bases de cette compréhension et a démontré que l'image a aussi joué un rôle important dans l'expérience de lecture des femmes qui ont, mois après mois, pris le temps de feuilleter les pages de *La Revue moderne*.

BIBLIOGRAPHIE

1. Sources

La Revue Moderne, éditions de : novembre 1919, décembre 1920, avril 1920, janvier 1921, mai 1921, février 1922, juin 1922, mars 1923, juillet 1923, avril 1924, août 1924, mai 1925, septembre 1925, juin 1926, octobre 1926, juillet 1927, novembre 1927, août 1928, décembre 1928, janvier 1929, septembre 1929, février 1930, octobre 1930, mars 1931, novembre 1931, avril 1932, décembre 1932, janvier 1933, mai 1933, février 1934, juin 1934, mars 1935, juillet 1935, avril 1936, août 1936, mai 1937, septembre 1937, juin 1938, octobre 1938.

2. Études
2.1 Histoire culturelle et sociale québécoise

BAILLARGEON, Denyse. *Un Québec en mal d'enfants. La médicalisation de la maternité, 1910-1970*, Montréal, Les Éditions du Remue-Ménage, 2004, 373 p.

HAMEL, Nathalie. *« Notre maitre le passé, notre maitre l'avenir ». Paul Gouin et la conservation de l'héritage culturel au Québec,* Les Presses de l'Université Laval, 2008, 204p.

LAHOUD, Pierre. « Barbeau, le photographe-enquêteur », *Rabaska*, vol 14, 2016, p.65-78

LAMONDE, Yvan. *Histoire sociale des idées au Québec. 1896-1929*, vol II, Montréal, Fides, 2004, 323p.

LAMONDE, Yvan. *La modernité au Québec. La crise de l'homme et de l'esprit, 1929-1939*, tome 1, Montréal, Fides, 2011, 323p.

LAMONDE, Yvan et Denis SAINT-JACQUES (dir). *1937 : un tournant culturel*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2009, 371p.

LAMONDE, Yvan et Esther TRÉPANIER (dir), *L'avènement de la modernité culturelle au Québec*, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1986, 320p.

LEMIEUX, Denise. (dir), *Traité de la culture*, Québec, Les Éditions de l'IQRC, 2002, 1089p.

MARSH, James H. « Ordre de bon temps », *Encyclopédie Canadienne,* 2006, http://www.encyclopediecanadienne.ca/fr/article/ordre-de-bon-temps/

MÉNARD, Denise, R.J. PRESTON et Renée LANDRY, « Marius Barbeau », *Encyclopédie Canadienne*, 19 mai 2008, https://www.encyclopediecanadienne.ca/fr/article/barbeau-charles-marius/

RIOPEL, Marc. « L'Abitibi-Témiscamingue » *Encyclobec,* INRS, Hudson, 2003, http://encyclobec.ca/region_theme.php?idregion=1

SYLVAIN, Philippe. « L'abbé Armand Yon (1895-1981) », *Les Cahiers des Dix*, no 43, 1983, p.15-18.

TAVEAUX-GRANDPIERRE, Karine et Joëlle BEURIER (dir). *Photojournalisme des années 1930 à nos jours,* Rennes, Presses de l'université de Rennes, 2014, 190p.

THÉRIAULT, Benoît. « Les archives de Marius Barbeau : une richesse à découvrir ou à redécouvrir », *Rabaska*, vol. 13, 2015, p.218-230.

TRUDEL, R. « Famille, foi et patrie : Le credo de Dupuis frères », *Cap-aux-Diamants*, 1995, p. 26-29.

2.2 Histoire de l'art

Académie des beaux-arts de l'Institut de France (2008-11-03), Bénézit, 1999, http://data.bnf.fr/14971402/paul_chabas/#rdt440-14971402

CHÉROUX, Clément. *Vernaculaires. Essais d'histoire de la photographie*, Cherbourg-en-Cotentin, Le point du jour, 2013, 163p.

F. BRAIVE, Michel. *L'âge de la photographie. De Nièpce à nos jours,* Bruxelles, Éditions de la connaissance, 1965, 367p.

KAREL, David. *Edmond-Joseph Massicotte, Illustrateur*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2005, 222p.

MARTEL, Marie D. « Albert Edward Cloutier », *Calendrier de l'avent du domaine public,* https://aventdudomainepublic.ca/2015/12/23/albert-edward-cloutier/

TRÉPANIER, Esther. *Peinture et modernité au Québec 1919-1939*, Québec, Nota Bene, 1998, 395p.

VARLEY, Christopher. « Groupe des Sept », *Encyclopédie canadienne*, 2013, https://www.encyclopediecanadienne.ca/fr/article/groupe-des-sept/

2.3 Histoire des loisirs

BERGERON, Caroline. *« En vacances...en voiture...en Pontiac! » Les représentations de genre à travers les loisirs dans la Revue moderne et Châtelaine, 1945-1969*, Mémoire (histoire), Université de Montréal, 2014, 111p.

BOYER, Marc. *Histoire générale du tourisme du XVe au XXe siecle*, Paris, L'Harmattan, 2005, 327p.

BOYER, Marc. *Ailleurs. Histoire et sociologie du tourisme,* Paris, L'Harmattan, 2011, 301p.

JONCAS, Christophe-Hubert. « Blue Bonnets et l'histoire hippique de Montréal », *Spacing Montreal*, 12 février 2014, http://spacing.ca/montreal/2014/02/12/blue-bonnets-et-lhistoire-hippique-de-montreal/

2.4 Histoire internationale

GRAU, François-Marie. *Histoire du costume,* Paris, Presses universitaires de France, 2007, 128p.

MÉTRAL, Élodie. « Élections américaines : l'âne et l'éléphant, symboles des démocrates et des républicains », *Le Figaro*, 2016, http://www.lefigaro.fr/elections-americaines/2016/02/23/01040-20160223ARTFIG00094-elections-americaines-l-ane-et-l-elephant-symboles-des-democrates-et-des-republicains.php

VILAR, Pierre. *La guerre d'Espagne, 1936-1939*, Paris, Presses universitaires de France, 2002, 128p.

« Quand célèbre-t-on la fête nationale des Acadiens ? », *Musée acadien de l'Île-du-Prince-Édouard*, 2011, http://museeacadien.org/fr/ressources-en-ligne/histoire/de-la-fete-nationale-des-acadiens/

Vieux saules et puits d'Évangeline, Grand-Pré, Nouvelle-Écosse, http://collections.musee-mccord.qc.ca/fr/collection/artefacts/CP643, 20e siècle.

2.5 Histoire de la presse

BÉDARD, Caroline. *L'expérience quotidienne des Québécoises francophones pendant la Deuxième Guerre mondiale vue à travers La Revue populaire et La Revue moderne*, Maitrise (histoire), Université du Québec à Montréal, 2011, 158p.

BLACK, Fiona A, Patricia FLEMING et Yvan LAMONDE. (dir) *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada, De 1840 à 1918*, Vol II, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal, 2005, 724p.

CAMBRON, Micheline, Myriam CÔTÉ et Alex GAGNON (dir.). *Les journaux québécois d'une guerre à l'autre. Deux états de la vie culturelle québécoise au XXe siècle*, Québec, Codicille, 2018, 383p.

DES RIVIÈRES, Marie-José et Denis SAINT-JACQUES (dir). *De la belle époque à la crise*, Montréal, Nota Bene, 2015, 327p.

GALLICHAN, Gilles, Patricia FLEMMING et Yvan LAMONDE. (dir) *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada, vol 1, des débuts à 1840*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, , 2004, 596p.

GERSON, Carole et Jacques MICHON (dir). *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada. De 1918 à 1980*, Vol III, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, 672p.

LÜSEBRINK, Hans-Jürgen. *« Le livre aimé du peuple ». Les almanachs québécois de 1777 à nos jours,* Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2014, 500p.

PINSON, Guillaume. « Rumeurs et anecdotes : imaginer la mondanité dans la presse, vers 1900 », *Tangence,* no 80, 2006, p.85-99.

PLEAU, Jean-Christian. « *La Revue Moderne* et le nationalisme, 1919-1920 », *Mens,* vol 6, no 2, 2006, p.205-237.

TOUSIGNANT, Zoë. « *La Revue populaire* et *Le Samedi* – Objets de diffusion de la modernité photographique au Québec, 1935-1945. » *Revue de Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, no 5, 2013, https://doi.org/10.7202/1017691ar.

2.5.1 L'image dans la presse

BACOT, Jean-Pierre. *La presse illustrée au XIXe siècle. Une histoire oubliée*, Limoges, Presses universitaires de Limoges, 2005, 235p.

CAMBRON, Micheline et Dominic HARDY (dir). *Quand la caricature sort du journal. Baptiste Ladébauche 1878-1957*, Montréal, Fides, 2015, 330p.

DANAUX, Stéphanie. *L'iconographie d'une littérature. Évolution et singularité du livre illustré francophone au Québec, 1840-1940*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2013, 410p.

EDWARDS, Gail et Judith SALTMAN, *Picturing Canada. A history of Canadian Children's Illustrated Books and Publishing*, Toronto, University of Toronto Press, 2010, 381p.

FEYEL, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, no 105, 2001, p. 19-51.

HARDY, Dominic. « Les collections d'imprimés et les fonds d'archives de banq : des ressources importantes pour l'histoire de la caricature et de la satire graphique québécoises avant 1960 », *Revue de Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, no 4, 2012, p.96-109.

TAVEAUX-GRANDPIERRE, Karine, Joëlle BEURIER (dir.) Michèle MARTIN et Jean-Pierre BACOT (collab.). *Le photojournalisme des années 1930 à nos jours. Structure, culture et public*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2014, 190p.

VIPOND, Mary. *The Mass Media in Canada,* Toronto, Lorimer, 1992, 206p.

2.5.2 Les femmes et la presse

BRUN, Josette (dir). *Interrelations femmes-médias dans l'Amérique française*, Québec, Les Presse de l'Université Laval, 2009, 246p.

COUVRETTE, Sébastien. *Le récit de la classe moyenne*, Montréal, Leméac, 2014, 254p.

COUVRETTE, Sébastien. *Un discours masculin sur la société : la publicité dans les quotidiens québécois des années 1920 aux années 1960,* Ph.D. (histoire), Université du Québec à Montréal, 2009, 367p.

DES RIVIÈRES, Marie-José. « *Châtelaine* et la littérature. 1960-1975 », *Convergences,* vol 2, no 2, 1989, p.121-133.

DUVAL, Jacinthe et Marthe LÉGER, « Le Bal des petits souliers de la Ligue de la jeunesse féminine », BAnQ, 2016, http://blogues.banq.qc.ca/instantanes/2016/11/16/le-bal-des-petits-souliers-de-la-ligue-de-la-jeunesse-feminine/

HAMMILL, Faye et Michelle SMITH. *Magazines, Travel, and Middlebrow Culture. Canadian Periodicals in English and in French 1925-1960,* Edmonton, University of Alberta Press, 2015, 256p.

KAY, Linda. *Elles étaient seize. Les premières femmes journalistes au Canada*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2015, 273p.

KORINEK, Valerie J. *Roughing it in the Suburbs. Reading Chatelaine Magazine in the Fifties and Sixties*, Toronto, University of Toronto Press, 2000, 460p.

MARCHAND, Suzanne. *Rouge à lèvres et pantalons, des pratiques esthétiques féminines controversées au Québec 1920-1939*, Montréal, Hurtubise HMH, 1997, 162p.

SAVOIE, Chantal. « Exposition universelle de Paris (1900) et son influence sur les réseaux des femmes de lettres canadiennes », *Études Littéraires*, vol 36, no 2, 2004, p. 17-30.

SAVOIE, Chantal, « Femmes, chroniques et billets dans les années 1930 », *Voix et Images*, vol 39, no 2, (116) 2014, p.57-67.

SAVOIE, Chantal, « La page féminine des grands quotidiens montréalais comme lieu de sociabilité littéraire au tournant du XXe siècle », *Tangence*, no 80, 2006, p. 125-142.

2.6 L'Utilité de l'image en histoire

BARTHES, Roland. « Rhétorique de l'image » *Communications*, 4, 1964, « Recherches sémiologiques », p. 40-51.

BURKE, Peter. *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, New York, Cornell University Press, 2001, 224p.

DUPRAT, Annie. *Images et Histoire. Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques,* Paris, Édition Belin, 2007, 223p.

GÉRIN, Annie. « A second look at laughter: Humor in the visual arts », *Humor*, Montréal, vol 26, 2013, p.155-176.