



La Revue Populaire

Vol. I. No 1

MONTREAL

Decembre 1907

JL EST des clous qu'il faut qu'on enfonce; mais il est aussi des sujets qu'il suffit qu'on effleure, car ils réunissent immédiatement l'adhésion de tous les esprits. Et le besoin d'un magazine canadien-français est un de ces sujets—j'entends un magazine sérieusement organisé lancé et maintenu, et non un de ces malheureux avortons destinés, dès le premier jour, à aller tôt prendre leur place dans le cimetière des journaux mal nés, si pittoresquement décrit par feu Berthelot. Feuilles venues avant le temps, ou héritières de tares ataviques, ou mal conçues, ou mises à un régime déprimant...

Elles sont mortes, n'ont point vécu;
Elles faisaient semblant de vivre.

Il était naguère de mode—avec assez de raison parfois—de blâmer uniquement le public de ces trépas prématurés. Oh! ce public... il n'avait pas de goût; il passait à côté du beau et du bon sans le voir; ou, s'il le voyait, il était trop mesquin pour s'en payer la jouissance; enfin, il ne méritait pas les fruits des intelligences et des labeurs... Voilà par quoi les pères de journaux ratés s'excusaient et se consolait. Quelques-uns avaient droit de parler ainsi; mais les autres—le plus grand nombre—ne durent leur insuccès, qu'à la médiocrité de leurs marchandises. Vous connaissez l'apostrophe si pleine de douce remontrance: « Bonhomme, bonhomme, ce n'est pas le puits qui est trop profond, c'est ta corde qui est trop courte.»

×

UN CELEBRE axiome judiciaire dit: « On n'a pas le droit d'une chose impossible. Mais n'a-t-on pas plus que le droit: le devoir d'une chose possible et utile? Or, l'expérience justifie les éditeurs de la REVUE POPULAIRE de croire que le succès d'un magazine mensuel est possible. Ils ont à leur appui le succès exemplaire du *Samedi*. Il y a de plus le goût du genre magazine mensuel qui se manifeste partout. Le Canada français pouvait-il rester seul, parmi les pays civilisés, à ne pas succomber aux attraits si prenants et si variés de ce genre! Le magazine est tout puissant dans les trois plus grands pays d'Europe et aux Etats-Unis. Le

plus bel hommage qu'il ait reçu est bien l'obligation où se sont trouvés les grands journaux quotidiens de s'ajouter, chaque semaine, une « section magazine », ou de perdre du terrain. La prépondérance universelle du magazine dispense, n'est-ce pas? de démontrer ici son utilité. Dès ses débuts en 1731 — le *Gentleman's Magazine*, fondé à Londres.—il plut, intéressa et donna l'impression d'une chose qui, une fois bien orientée, et servie par le perfectionnement de la gravure, deviendrait puissante et indispensable. Tout de suite, on a dit du magazine qu'il serait « la bibliothèque économique et portative des masses ». Sur le champ aussi, la France adopta le genre, se délecta de *magasins* admirablement combinés pour l'époque et dont le principal, le *Magazine Pittoresque*, a fait les délices de bien des Canadiens. Le genre revue ne peut plaire et profiter qu'à des classes restreintes, tandis que le magazine est la « chose » de tout le monde. « Il présente à l'esprit, dit Larousse, l'idée de quelque chose de plus léger, de plus varié, de plus vulgarisateur et de plus divertissant que la revue; enfin... l'illustration est un des caractères distinctifs du magazine. » Mais pour être plus léger, le magazine n'en est pas moins recherché par les grands penseurs désireux de se faire entendre des masses. Le cardinal Gibbons, l'archevêque Ireland, Edison, Roosevelt, pour ne parler que des vivants et des voisins, choisissent de préférence le magazine, parce que c'est une tribune qui sait réunir et retenir les plus nombreux auditeurs, et satisfaire les cerveaux les plus divers. Le sommaire d'un magazine bien équilibré, c'est un menu bien ordonné où tout se trouve en double et même en triple, depuis les bouillons clairs et les soupes grasses jusqu'aux desserts vaporeux, en passant par les hors-d'œuvre les plus imprévus et les plats de résistance les plus nutritifs.

×

JL N'EN tient qu'au public canadien-français que la REVUE POPULAIRE puisse, beaucoup plus tôt qu'on ne le présume, soutenir fort avantageusement la comparaison avec tout autre magazine américain de même prix, et même un peu plus cher. Ce public aura de nous ce qu'il désirera. Comme dit le vocabulaire yankee: *Put your money in the slot, we will do the rest.* Ce premier nu-