



LA BANQUE ROYALE DU CANADA

BULLETIN MENSUEL

SIÈGE SOCIAL MONTRÉAL, JUILLET 1950

NOS PÉRIODIQUES

LE Canada a besoin de magazines qui interprètent les événements internationaux, qui renseignent et divertissent les lecteurs, et qui aident à resserrer les liens entre les habitants de ce vaste pays.

Nous devons notre civilisation et notre culture canadienne à des idées et à l'échange de ces idées. Le magazine est le véhicule idéal pour transmettre les idées. On ne parcourt pas distraitement les articles sérieux qu'il contient mais on les lit attentivement et avec réflexion.

On peut diviser le contenu de la plupart des magazines en trois grandes catégories: romans, actualités et discussions. Le périodique hebdomadaire, mensuel ou trimestriel, ne publie pas de faits divers. Il contient des articles, des contes, des essais, des croquis et des éditoriaux. Il a pour fonction d'élaborer, d'expliquer et d'interpréter. Les éditoriaux s'efforcent de former l'opinion publique en ce qui concerne la situation actuelle. Ses articles nous apportent des renseignements nouveaux ou supplémentaires qui nous aident à comprendre les nouvelles et les événements. Ses romans nous distraient et ses annonces nous guident. Les collections de magazines reliés qu'on trouve dans les bibliothèques constituent aujourd'hui les annales du développement, de la culture et des possibilités du Canada.

Nous avons un esprit critique, nous ne nous laissons pas leurrer facilement, et nous ne souffrons pas le verbiage dans les questions sérieuses. Les progrès de l'éducation nous rendent de plus en plus difficiles. Il faut que les magazines soient entreprenants et à la page pour ne pas perdre l'avance.

Le rôle des magazines

Les magazines discutent les affaires nationales, ils inspirent les entreprises collectives et créent un esprit social. Leurs belles gravures de parcs, boulevards et résidences; leurs articles sur les terrains de jeux, les sports et les clubs; leurs campagnes pour la tolérance: tout cela contribue à rendre la vie plus agréable partout au Canada.

Ils ont également une grande influence politique, quoique sous ce rapport ils soient généralement neutres. Ils ont gagné leur position actuelle dans une atmosphère de démocratie, de liberté de la parole et de liberté de la presse. Il est naturel qu'ils soient les défenseurs de la liberté individuelle dans un système parlementaire aussi libre que le nôtre.

Il y a quelques brebis galeuses dans le troupeau. Les magazines ont une bonne réputation en général, mais elle est parfois gâtée par le petit nombre qui publient de mauvais articles ou des illustrations immorales.

Toutes les communautés du Canada ont trouvé nécessaire d'invoquer des lois contre les magazines malpropres. Ce sont des publications sans mérite littéraire ou artistique qui ont pour effet de rabaisser le niveau intellectuel de leurs lecteurs et de porter atteinte aux bonnes moeurs.

Il existe une grande profusion de bons magazines, pour les goûts de tout le monde, depuis les petits enfants jusqu'aux gros industriels et aux gens riches. Le nombre de périodiques publiés régulièrement au Canada est de plus de 600 et comprend les magazines généraux, les magazines féminins, les magazines du commerce, et les publications hebdomadaires, mensuelles ou trimestrielles consacrées aux activités des agriculteurs, des églises, des écoles, des syndicats ouvriers, des artistes, des auteurs, des professions et d'une foule d'autres catégories spéciales.

En outre, il existe des publications hebdomadaires qui ressemblent à des journaux et qui publient pour ainsi dire les mêmes articles et les mêmes illustrations que les magazines généraux. Il ne faut pas les dédaigner, car grâce à leur bon marché et à la diversité de leurs articles, ils mettent les oeuvres artistiques, littéraires et scientifiques à la portée du grand public.

Magazines féminins

Parmi les magazines à grande circulation il faut compter ceux qu'on désigne généralement sous le nom de "féminins". Ils contiennent tout ce qui est

susceptible d'intéresser les femmes et, en outre, beaucoup de choses pour les hommes et les enfants. La soif du public pour ces magazines est insatiable.

Les magazines féminins, qui s'adressent particulièrement à la ménagère, sont basés sur l'idée de rendre service aux femmes et au ménage.

Il n'y a pas à nier que les articles et les illustrations des magazines féminins ont exercé une grosse influence sur la culture et le niveau de vie de la nation, et en outre, ils ont entrepris des campagnes et des croisades qui ont contribué au bien-être des foyers et des communautés du Canada.

Les magazines féminins jouent un rôle proéminent dans les achats. Ils sont examinés et étudiés attentivement et pas simplement lus. Même quand les lectrices sont incapables de se payer les robes, d'adopter les styles et les articles de toilette à l'intention des femmes riches, elles s'efforcent de les imiter dans la mesure de leurs moyens.

Périodiques agricoles

L'histoire des périodiques agricoles est longue et honorable. Dans les premiers temps, l'agriculture demandait de l'industrie et de la persévérance, et le savoir passait de père en fils. De nos jours, l'agriculture est devenue une industrie qui exige des études constantes.

Le cultivateur a toutes sortes de problèmes. Celui qui cultive du blé en Saskatchewan ne peut pas en semer un arpent de plus sans se demander ce que font ses collègues en Argentine et aux Etats-Unis. La dépression, la guerre, l'attrait de la ville pour les jeunes gens, tout cela a contribué à créer de nouvelles difficultés aux cultivateurs. Ce sont les questions dont s'occupent les périodiques agricoles.

En plus de conseils pratiques et d'articles sur les méthodes de culture moderne, ces magazines s'efforcent de rendre la vie plus agréable aux habitants de la campagne. Ils contiennent des renseignements sur ce qui intéresse les cultivateurs, et ils interprètent la situation internationale du point de vue de leurs lecteurs.

Périodiques commerciaux

Les périodiques des affaires sont considérés essentiels par les chefs d'entreprise. Ils n'ont réellement pas de prix pour ceux qui les étudient et mettent à profit les renseignements qu'ils contiennent. Naturellement, ils ne garantissent pas le succès à tous ceux qui imitent les héros de leurs "histoires vécues". Mais plus d'un homme d'affaires a développé son commerce en empruntant une idée dans leurs pages et en l'appliquant à ses propres besoins.

Ces périodiques commerciaux et techniques servent de manuels pour les différentes sections des affaires et de l'industrie. Ils présentent les faits avec exactitude et autorité. Ils prêchent constamment l'honnêteté dans

les affaires. Ils discutent les méthodes et les procédés. Leurs annonces s'adressent précisément à ceux qui les lisent.

Autres magazines spéciaux

Les magazines littéraires ou "érudits" sont spécialisés d'une autre façon. Leur circulation est relativement faible; ils ne traitent que de littérature et de philosophie et demeurent les périodiques de l'élite et des élus. Mais ils rendent de grands services à la culture du Canada. Le magazine littéraire ne se contente pas d'exposer les faits et de louer ou de critiquer la situation. Il entreprend d'en chercher les causes et d'en déduire les effets. Il cherche à se rendre compte du rôle probable des événements et à en prévoir l'effet sur l'avenir du Canada.

Dans la même catégorie, sous le rapport de la circulation et des résultats, il faut compter les "petits magazines". Parmi toutes les publications, ce sont les seules qui ouvrent leurs pages aux innovations de style et de sujet de la part de nouveaux auteurs.

Quelques-uns de ces petits magazines sont "collet monté". D'autres se plaisent à faire parade de leurs excentricités. Ils ennuient souvent les lecteurs ordinaires. Mais ils ont la réputation de rendre de grands services.

Trois enquêteurs ont étudié ces petits magazines en 1946 et, d'après James Playsted Wood dans son *Magazines aux Etats-Unis*, ont trouvé qu'ils avaient découvert et lancé environ 80 pour cent des romanciers, poètes et critiques de renom qui avaient commencé à écrire après 1912.

Que désire le public

Il est très difficile de savoir ce que le public demande à un magazine. La plupart des enquêtes ont été entreprises du point de vue social et ignorent le côté social.

Nous serions probablement surpris des raisons pour lesquelles les gens ont des magazines dans leur maison. Quelques personnes en ont parce qu'un ami les a abonnées pour cadeau du Jour de l'An; d'autres parce qu'elles les trouvent intéressants; dans certains cas parce qu'ils font bon effet sur la table ou qu'on aime les feuilleter avant de s'endormir.

Les éditeurs ont chacun leurs idées sur ce qui plaît aux lecteurs. Ils cherchent tous à offrir un menu agréable au plus grand nombre. Les lecteurs pourraient les aider, mais ils le font rarement. Si la circulation augmente, l'éditeur en conclut qu'il est sur la bonne voie; si la circulation baisse, c'est que les lecteurs ne sont pas satisfaits et il est temps de faire quelque chose.

Pour le magazine général, c'est là vraiment une manière trop simple d'énoncer le problème. Ce genre de magazine se distingue par la grande variété, ainsi que par la qualité et la quantité de ses articles, et l'éditeur doit se demander ce qui déplaît aux lecteurs. Est-ce le reportage? Les contes ou le roman? Ou bien

parce que les départements ne sont pas à la hauteur de leur tâche? Est-ce que les éditoriaux sont trop avancés ou trop retardataires et le magazine en général trop plat ou trop brillant?

De plus, il existe le danger d'être surpris par les événements. Le magazine est imprimé des semaines et même des mois à l'avance. Ses articles doivent prévoir ce qui va arriver et avoir l'air d'avoir été écrits le jour de la publication.

Roman et science

Le roman est inséparable du magazine. Sa lecture nous transporte dans un monde imaginaire et nous fait oublier les soucis et les misères de la vie. Dans les romans, la vertu est récompensée, le vice est puni et toutes les femmes sont belles.

Le roman joue un rôle important dans notre vie. Il serait difficile de dire combien de nos croyances, de nos opinions et de nos sentiments, ainsi que de nos connaissances générales, nous ne devons pas à la lecture de romans.

Et il faut dire que les romans publiés par les magazines généraux et les magazines féminins du Canada sont pour la plupart excellents.

Les magazines généraux publient également des articles scientifiques. La science nous intéresse parce que nous nous rendons compte des changements importants et souvent imprévus qu'elle apporte dans notre vie. Mais qu'est-ce au juste que la science? Est-ce l'histoire de nos progrès, ou bien comprend-elle aussi les prédictions?

On dit que Jules Verne était furieux contre les Américains parce qu'ils disaient que ses livres étaient des romans d'aventures. Il voulait qu'on les prenne pour des contes prophétiques basés sur des données scientifiques, comme ils l'étaient en réalité. Et il en est ainsi d'un grand nombre d'histoires publiées de nos jours, si fantastiques qu'elles paraissent. Après tout, les absurdités d'hier sont des banalités aujourd'hui.

Les magazines ont l'avantage sur les journaux en ce qui concerne la science. Un fait divers ne peut pas donner beaucoup de détails, et les journaux n'ont ni le temps ni l'espace pour s'étendre sur les découvertes scientifiques.

Le magazine, au contraire, peut remonter à leur source, en expliquer la genèse et l'importance. Des spécialistes décrivent le procédé, et des industriels, des médecins et des ingénieurs en montrent l'application pratique.

Il est généralement de mode de classer les pages des magazines sous des rubriques qui ont trait aux intérêts professionnels ou particuliers des lecteurs, sous la direction d'un éditeur parfaitement au courant de sa colonne et chargé de veiller scrupuleusement à la correspondance.

C'est ce service personnel qui fait la force d'un grand nombre de magazines et de publications agricoles. Des centaines de personnes qui ont essayé de juger l'attrait d'un magazine par sa lecture ont été surprises de la confiance remarquable de ses lecteurs. La vérité est que ces magazines aident personnellement des milliers de lecteurs; ce ne sont pas simplement des feuilles de papier, mais des amis toujours prêts à rendre service.

Les articles de magazines

Il est plus facile d'écrire à certaines époques qu'à d'autres. Quand le public est ignorant, il n'en faut pas beaucoup pour passer pour un lettré, mais un âge comme le nôtre exige des qualités spéciales et un grand fonds de connaissances.

Presque tout le monde est possédé du désir d'écrire. Il y a des gens qui ont la rage d'écrire quand ils n'ont rien qui vaille la peine d'être lu, mais d'un autre côté il y en a beaucoup d'autres qui pourraient écrire des articles utiles et instructifs, mais qui n'en font rien.

Si vous avez une bonne instruction et sentez que vous avez quelque chose à dire, commencez par vous documenter; vous trouverez les détails nécessaires dans des milliers de magazines et de livres.

Quand vous aurez recueilli vos renseignements, exposez vos idées du point de vue de ceux que vous espérez avoir pour lecteurs. N'essayez pas de copier le style d'un de vos auteurs favoris; lisez beaucoup et laissez votre style se former tout seul. Dites ce que vous avez à dire aussi simplement que possible et évitez les longueurs.

Puis, envoyez votre manuscrit au magazine de votre choix. Il n'y a pas de meilleur moyen, pour ouvrir la porte d'un magazine à un manuscrit, que d'écrire quelque chose qui intéresse les lecteurs de ce magazine. Vous n'avez pas besoin de piston auprès de l'éditeur: c'est ce qu'il cherche.

Les articles de magazines sont mieux payés que jamais au Canada. Dans les derniers douze mois, huit gros magazines canadiens ont payé \$581,600 à des auteurs, des écrivains, des artistes et des photographes du Canada. Une maison d'édition a dépensé un million de dollars en 1949 pour la publication de son groupe de magazines et de journaux du commerce.

Associations de presse

Il y a 121 magazines, publications agricoles et journaux du commerce dans la Periodical Press Association, avec une circulation de plus de 12,500,000. Cette Association a succédé à l'ancienne Canadian Press Association Inc., fondée en 1858. Elle comprend la Agricultural Press Association of Canada, la Business Newspaper Association of Canada et la Magazine Publishers Association of Canada. Les rapports de toutes ces associations indiquent des affaires de plus en plus prospères et elles jouissent d'une excellente réputation auprès des annonceurs.

Les associations de presse ont pour objet d'améliorer ses services et la qualité des périodiques du Canada, et elles ont adopté des règlements à cette fin.

Le nombre de magazines et leur circulation ont énormément augmenté depuis 30 ans. Il y a au Canada 85 magazines de consommation lus par toutes les classes de la société, avec une circulation totale de 4,672,660. Quarante-sept journaux agricoles comptent plus de 2,330,000 exemplaires par numéro. Les journaux et magazines commerciaux, au nombre de 260 ont une circulation de 1,280,000; trente-cinq périodiques religieux, 765,000 exemplaires; et vingt publications ouvrières et politiques, 269,000 exemplaires; en tout, une circulation de presque neuf millions et demi d'exemplaires.

Les magazines ont l'avantage, au dire des éditeurs, d'être conservés plus longtemps et d'être lus par tous les membres de la famille. Une enquête a révélé que 66 pour cent des abonnés gardent leurs numéros au delà d'un mois. Ils les lisent et les relisent avant de les donner à des amis ou de les jeter.

Cela a un effet sur les annonces. La plupart des grands magazines comptent sur les annonces pour la plus grande partie des revenus. Les annonces nationales dans les magazines représentent une importante force économique et sociale.

Le montant des annonces dans les magazines, périodiques commerciaux et publications agricoles du Canada est estimé à \$20,125,000 par an. Les chiffres suivants donnent une idée de leur coût. Une annonce d'une page dans un magazine populaire, avec une circulation de 350,000 et se vendant à 10 cents l'exemplaire, coûte \$2,380 par numéro. Dans un magazine spécial se vendant à 25 cents l'exemplaire et ayant une circulation de 50,000, une annonce d'une page coûte \$500 à raison de "Six insertions" par an.

Concurrence étrangère

Le Canada est un pays jeune dont les magazines servent à resserrer les liens qui unissent les dix provinces, mais nous avons été inondés de magazines des Etats-Unis.

Nous ne sommes pas un peuple insulaire, nous ne sommes pas étroits dans nos goûts et dans nos idées. Nous demandons le droit de choisir ce qui nous plaît et cela rend la tâche de nos magazines très difficile. Ils n'ont que 13 millions de personnes parmi lesquelles trouver des abonnés, et sont obligés de faire concurrence sous le rapport de la quantité et de la qualité à des magazines 12 fois plus favorisés sous les mêmes rapports.

Le mémoire de la Periodical Press Association à la Commission royale sur le développement national des Arts, des Lettres et des Sciences dit ceci: "En ce qui concerne la Periodical Press Association, les éditeurs canadiens n'ont aucun désir d'entraver l'échange des idées et des renseignements entre les nations. Ils se sentent capables de se débrouiller tout seuls, de jouer leur rôle dans le développement du canadianisme. Tout ce qu'ils ont jamais demandé est

la chance de lutter à armes égales dans leur propre pays avec leurs concurrents, et de jouir, sous le rapport des impôts, des mêmes avantages que les publications importées au pays."

Les magazines canadiens font d'excellents progrès dans leur lutte contre la concurrence étrangère, et ils ont doublé la proportion de leurs ventes par rapport au total de la circulation au Canada au cours des vingt dernières années.

Influence des magazines

On dit que les magazines représentent tous les intérêts humains; il serait bon qu'ils dissipent dans une plus grande mesure l'ignorance et les préjugés. Point n'est besoin pour cela d'imiter les magazines américains auxquels on a donné le nom de "déterreurs de scandales", quoique ces magazines aient donné lieu à des mouvements que la société approuve maintenant. Mais les magazines canadiens peuvent influencer l'opinion publique par la discussion des affaires publiques.

Ils sont importants, non seulement comme sources d'information, d'amusement et de publicité mais, comme l'a dit M. Floyd S. Chalmers à la Periodical Press Association l'an dernier: "Comme artisans de la destinée nationale". Et il a ajouté: "Le principal objet de nos magazines, journaux d'affaires et publications agricoles, est de nous rendre meilleurs producteurs et commerçants; de rendre notre vie plus intéressante et plus heureuse; et par dessus tout de cultiver chez nous l'esprit de canadianisme."

Une institution reflète les idées de son fondateur, et un magazine reflète les idées de son éditeur. Les grands éditeurs n'ont pas toujours été obsédés par l'idée de "plaire" au public. Ils ont résolument pris parti et parfois à leur risque; ils estiment que leurs fonctions leur offrent l'opportunité de répandre la lumière; ils ne se cachent pas de soutenir énergiquement toutes les justes causes et d'être les ennemis implacables du vice et de la corruption.

Les éditeurs ne choisissent pas toujours ce qu'il y a de meilleur pour publication; tous leurs articles ne sont pas toujours d'une grande importance présente ou future; et leur magazine n'exerce pas toujours une grande influence sociale. Mais, dans l'ensemble, les magazines canadiens s'acquittent assez bien de leur tâche dans la mesure de leurs moyens. Dans notre intérêt national nous devons les encourager et leur prêter notre appui.

Nous vivons dans deux mondes. L'un est le monde de la réalité, des problèmes économiques et politiques. L'autre est un monde imaginaire dans lequel tout nous apparaît en rose, ce qui nous fait prendre des décisions souvent peu en rapport avec la réalité.

Nos magazines peuvent, en unissant ces deux mondes, nous aider à penser avec plus de logique, à prendre des décisions sensibiles et à mener une vie plus heureuse.